

定期市における 売り手の技術に関する試論

高知・街路市のサカキ・シキビ店を事例として

Essay on Techniques of Regular Market Vendors :
A Case Study of A Japanese Anise and Clevera Shop at the Street Market in
Kochi

山本志乃

YAMAMOTO Shino

はじめに

①高知・街路市の変遷と現状

②街路市のサカキ・シキビ店

おわりに

【論文要旨】

日本における定期市は、近代化の過程で多くが姿を消したが、一方で、現在でも地域の経済活動として機能していたり、形を変えて新たに創設されるものがあるなど、普遍性をもった商いの形である。定期市への出店を生業活動としてみた場合、継続的な取引を成り立たせる販売戦略がそこには存在する。本稿では、これを生業の技術のひとつと考え、現行の定期市における具体例を用いて分析を試みた。

事例としたのは、藩政期にさかのぼる歴史をもつ高知の街路市で、親子2代約60年にわたって榊(サカキ)と榊(シキミ、本稿では地元の呼称にしたがってシキビと表記する)のみを扱ってきた店である。サカキとシキビはともに歳時習俗に関わる身近な植物であり、高知では年間通して需要がある。もとは山に自生するものを切り集めて売っていたが、1970年代より中山間地域の現金収入手段のひとつとしてとくにシキビの栽培が奨励されたことから、人工栽培された良質の枝を仕入れて販売するようになった。その際、キリコとよばれる伐採専門の技術者が、山主と契約してサカキ・シキビの管理・伐採に携わる。高知では概して、コバ(小葉)とよばれる小ぶりかつやのある葉が好まれる。こうした商品価値の高い枝に育てるのは、山主の丹念な消毒作業と、キリコの技術による。

一方で街路市の売り手は、さまざまな技量を駆使し、安い単価で少しでも多くの荷を捌く。この店に対しては、品物の質がよいことと良心的であることが最大の評価として聞かれ、結果として多くの常連客を抱えている。つまり、山主・キリコ・売り手の3者それぞれがもつ技の連携によって、小規模ながらも客に対して最良の品を提供する流通を成り立たせてきたことになる。また売り手にとっては、この連携を継続することが究極の目標でもあり、街路市の商売に潜在する共存への指向性が改めて浮き彫りとなった。

【キーワード】 定期市, 高知, シキミ(シキビ), キリコ, 生業

はじめに

定期市は、かつて日本各地で開催されてきたが、その多くは近代化の過程で姿を消していった。その一方で、場所によっては今なお地域の経済活動として機能していたり、形を変えて新たに創設されるなど、普遍性をもった商いの形でもある。

筆者は、市への出店を生業活動のひとつととらえる立場から、定期市がもつこうした普遍性と本質性に迫りたいと考え、1989年から千葉県や新潟県、高知県などで実態的な調査を行ってきた。

民俗学における市の研究は、1970年代を中心とした北見俊夫による一連の成果に負うところが大きい⁽¹⁾が、どちらかといえば、市の場合に生起する経済活動以外の機能を明らかにすることが、市研究における民俗学の役割として認識されてきた感があり、市での具体的な経済活動、すなわち取引の実態的な分析は、さほどなされてはこなかった。また、市への出店、あるいは行商などの商いが、民俗学でいう生業、つまり生計を維持するために行われる生産活動としてどのように位置づけられるかも、これまでほとんど問題とされていない。市に代表される、人と物の動きを示す交易事象は、人間社会における基本的な行動様式のひとつであり、ある地域に住む人の生活史を把握するうえで欠かすことができない⁽²⁾のいうまでもないが、未だ体系的な研究が展開するには至っていないのが現状である。

市での商いを生業としてみた場合、継続的な取引を成り立たせる販売戦略がそこには存在する。これがすなわち、市をめぐる生業の技術ということになる。市の場合、さまざまな背景をもつ出店者で構成されており、農家出店者のように自家生産物を販売する店もあれば、別に常設店舗を持ちながら市に臨時出店する店、仕入れた商品を市専門に販売する商人の店など、生計維持活動における市での商いの位置づけも店によって異なる。そうした各店それぞれにおける販売戦略の具体像を積み重ねていくことが、市そのものの継続性を考察するうえでも重要である⁽³⁾と考える。

本稿では、「土佐の日曜日」の名で全国的にも知られる高知の街路市を例に、そこに⁽⁴⁾出店するサカキ(榊)・シキビ(檜)のみを専門に扱うある店をとおして、市における生業の技術、すなわち取引の継続性とその背景を考えてみたい。

日曜市は、現在でも500近い店が出店し、近代以前にさかのぼる歴史をもつ定期市としては我が国で随一の規模を誇る市といってよい。1960年代終わり頃から観光資源としても宣伝がなされ、瀬戸大橋開通後はさらに、四国以外の地域からも多くの観光客が足を運ぶようになった。その一方で、後述するように、ほとんど毎回買い物に来るといふ地元の固定客層が確実に存在し続けており、市の継続性を考えるうえでは、この人たちの存在を看過することはできない。

ここでとりあげるサカキ・シキビ店は、観光客とは明らかに一線を画し、ほぼ地元客の需要のみで成り立っている店である。限られた種類の商品を継続的に市で販売するには、固定客の確保が不可欠であることはいうまでもない。この店では、主に売り手の才覚によって、長年にわたり客との信頼関係を構築してきた。その背景には、商品に対する売り手の強い自負がある。そしてその自負は、商品となるサカキ・シキビの生産者(山主)と、これの管理・伐採に携わるキリコ(切り子)とよばれる技術者との連携に支えられている。いわば、生産・出荷・販売それぞれの場面における技の積み重ねにより、この流通が成り立っているのである。一方で、歳時習俗にまつわる身近な植

物でありながら、サカキ・シキビの生産と流通の実態そのものは、これまでほとんど報告されていない。こうしたことから、以下ではまず高知における街路市の変遷と現状を概観したうえで、このサカキ・シキビ店における取引の具体像を示す。

①……………高知・街路市の変遷と現状

(1)街路市の沿革

1990年、街路市は開設300周年を迎えた。その根拠は、1690年（元禄3年）に土佐藩主山内豊昌が制定した「元禄大定目」の文言にある。「市日、毎月二日十七日朝倉町、七日二十二日蓮池町、十二日二十七日新市町、此定日先規之通、市之商売不可有相違事」とあり、2と7のつく日を市日とする六斎市の開設が記録されているからである。ここにある朝倉町と蓮池町は、城下町建設のときに立ち上げられた「七町」とよばれる古町を構成する町で、入り海になった浦戸湾にそそぐ鏡川と支流の堀川にも近接しており、水陸交通の要所ともいえる位置にある。また新市町は、戦国時代の領主であった長宗我部元親が一時期高知に城下町を作った際に、旧城下岡豊の市町から住民を移したとされる町で、あるいはこの頃から商取引の基盤が形成されていたとも考えられる。



写真1 高知の日曜日(2011年3月撮影)

明治初年頃までは、この3つの町を中心に、場所を拡張したり市日を若干変えるなどして続けられてきたが、1873年(明治6年)の改暦を機に、1876年(明治9年)、開催日を日曜日に定め、場所を高知城南側の本町筋とした。その後、1886年に土曜日、1891年に水曜日、1926年に火曜日・木曜日・金曜日がそれぞれ市内中心部に近い各所で開設され、1931年には一時的に月曜日も開設されてい⁽⁵⁾る。場所はそれぞれ若干の変更を経ているが、現在はこのうちの日・火・水・木・金の各曜日に市が開催されている。主催者である高知市では、これらを総称して「街路市」と呼んでいる⁽⁶⁾。



写真2 高知の火曜日

川の上に板を渡して店が並ぶ。観光客が多い日曜市に比べると近隣住民の利用がほとんどである。(2009年2月撮影)

このうち、もっとも規模が大きい日曜日市は、当初開催場所としていた本町筋に路面電車が敷設されることになり、1904年、帯屋町に移転した。現在市内の中心的な繁華街である帯屋町だが、もとは静かな屋敷町で、この頃は病院の建設が盛んとなり、通りの片側に商店があるもの人通りはまばらであった。日曜日市の移転は、この帯屋町の商店が客を集める手段として誘致した結果、実行されたという。

帯屋町では日曜日市との相乗効果もあって商店の数が増え、商店街として発展を続けるが、第2次大戦の空襲でこのあたり一帯が焼け野原となる。戦後は、追手門近くで自然発生的に復興した露店市がきっかけとなって、1948年に現在の追手筋を開催場所として本格的に整備されるようになった。⁽⁷⁾ なお、市内の街路市市開催時間は、旧来の慣習そのままに、「日の出から日没1時間前まで」⁽⁸⁾となっており、各地で現在行われている定期市の多くが午前中の「朝市」であるのとは異なっている。

(2) 出店者の構成

2008年の街路市出店者を業種別にまとめたものが表1である。高知市内の現行の街路市は、多くが市道を使って開催される。そのため、出店者は高知市に申請し、道路占用許可を受ける必要がある。

高知市で管理する出店者には、「定時」と「臨時」の2種類がある。⁽⁹⁾ 「定時」の場合は、個々の出店場所が割り振られており、各占用面積に従って定められた占用料を1年前払いで支払う。「臨時」は、定時出店者が休んだりやめたりして空きが出た場所に割り振られる人たちで、1回ごとの占用料を面積に応じて払う。2008年現在の占用料は表2のとおりである。間口は定期・臨時ともに2メートルから3メートルとなっており、定時に限っては、隣が空いている場合に「間口貸し」として占用料を徴収し、合計5メートルまで許可される。

表1 街路市の業種別出店者数(2008年4月現在)

	日曜日市		火曜日市		木曜日市		金曜日市		計		総計	割合(%)
	定時	臨時	定時	臨時	定時	臨時	定時	臨時	定時	臨時		
野菜	184	15	24	2	34	4	21	1	263	22	285	42.1
果物	29	2	6	0	18	0	11	0	64	2	66	9.7
金物・刃物類	11	0	0	0	1	0	0	0	12	0	12	1.8
衣料・雑貨	38	4	1	0	1	0	1	0	41	4	45	6.6
植木・花	74	5	4	0	10	1	4	0	92	6	98	14.5
古物	9	0	0	0	0	0	0	0	9	0	9	1.3
菓子	12	1	0	0	2	1	1	0	15	2	17	2.5
海産物	13	1	4	0	5	0	3	0	25	1	26	3.8
農産物加工	55	3	9	0	14	1	6	0	84	4	88	13.0
一般食料品	17	0	3	0	7	0	4	0	31	0	31	4.6
計	442	31	51	2	92	7	51	1	636	41	677	
総計	473		53		99		52		677		677	

(高知市商工観光部の資料による)

表1から出店者の内訳をみると、野菜・果物・農産加工品といった生鮮野菜を中心とする食品が65パーセントを占める。日曜日以外も、火曜日と金曜日が約50店、木曜日が約100店とそれぞれ規模は異なるが、生鮮野菜を中心とした構成は共通している。海産物を扱う店はあるが、いずれも塩干物の店である。街路市では、鮮度保持や臭いの問題、水道が使用できないといった関係で、鮮魚店の出店が実質的に不可能だからである。

出店者の居住地は、図1のとおりである。高知市内の25地区から出店する人が約70パーセントを占め、市西部の朝倉・旭街・初月といった畑作地帯の出店者がその半数以上を占めている。市外では周辺の16市町村から出店者が集まっており、大月町、四万十町などかなり遠方からの出店者もわずかだが存在する。

これらの出店者は、扱う品物により、どこか1か所の街路市にのみ出店する者、日曜日とあとも

表2 街路市の占用料(円)

間口 (m)	定時(1年分前払い)		臨時(1日ごと)	
	日曜日	火・木・金曜日	日曜日	火・木・金曜日
1.0			310	200
1.5			470	300
2.0	14,400	10,440	630	400
2.5	18,000	13,050	780	510
3.0	21,600	15,660	940	610
4.0	28,800			
6.0	43,200			
8.0	57,600			

(高知市商工観光部の2008年度資料による)

注記：日曜日(定時)のみ4~8mの占用料が設定されているが、これは開催場所付近で常設店舗を構える店(「家がり」とよばれる)が、店舗幅そのままの日曜日登録者として出店していることによる。

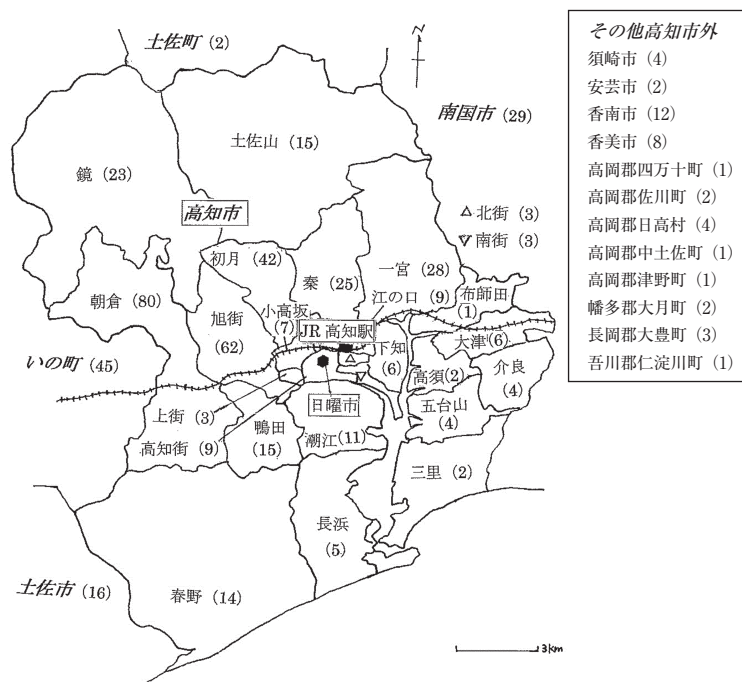


図1 地域別にみた街路市の出店登録者数
(2008年4月の高知市商工観光部資料より作成)
注記：()内は人数。高知市内は大街区域別、市外は市町村別。

う1~2か所掛け持ちする者、すべての市に出店する者とさまざまである。出店者の大半を占める農作物の販売者は、たいてい1~2か所の出店で、日曜日だけという出店者も多い。街路市の開催時間が1日仕事であるため、自宅での農作業を考えると、人手が少ない農家の場合は1か所で手一杯となる⁽¹¹⁾。一方で、衣料や塩干物などを扱う移動商人は、各所の街路市に連日出店する。街路市全体でみると、日を違えた市場群となっているため、出店者各自がそれぞれの事情にあわせて、複数の市への出店を選択することができるのである。

なお、全体的な定時出店登録者数は、1970年に1117であったものが徐々に減り、2006年頃からは700を割りこんだ。全国的な傾向ではあるが、出店者の高齢化と後継者の問題で、ゆるやかな減少がなお続いている。

(3) 街路市を支えるしくみ

高知市内で現在行われている街路市は、民間の駐車場を使用する水曜市を除き、高知市役所がほぼ全面的に管理を行っている。市役所の産業政策課に街路市係という部署があり⁽¹²⁾、配属された職員は、出店者や開催場所の管理を一貫して行う。

街路市が市営となったのは、高知商工会議所が1934年に発行した資料によれば、1931年6月1日である。当時はすべての曜日に街路市が開催されており⁽¹³⁾、従来はそれぞれの開催場所の町組合が管理をしていたが、1931年3月に高知市が街路市場取締規程を公布し、道路の占用料を1メートルごとに1日5銭と定めて徴収することとなった。

市営となる以前の市の管理については、秦孝治郎による大正時代末頃の次のような見聞がある。「当市の市が組合の組織もなく入会出品の面倒な手続きもなく、初めて荷物を肩に小遣いや買物の御用金調達の目的で仲間入りする老爺さんや娘さんも、単に開設の区域内であれば、住居人に一言断って置けばよい。勿論世話人管理者へ掃除賃を上納する事は申すまでもないが、その手続きは簡単である⁽¹⁴⁾」とあって、出店を希望する者はだれでも、場所さえあいていれば自由に商売に参加できたようである。ただし、道路使用については高知市や県に許可をもらう必要があり、町の総代と有志者が道路占用の許可を願い出るしくみになっていたという。また、市の開催に関する内規のようなものもあり、道路使用時間を日の出から日没1時間前までとすること、終わったら掃除をすること、掃除費として1名あたり3銭以内で徴収するが、これ以外の名義で金銭を徴収しないこと、沿道の住民と金品の贈答をしないこと、販売品は正札とし、値札をつけること、といった最低限のルールが決められていた⁽¹⁵⁾。現在でも、日曜市の出店者は、店じまいのあと各自が自主的に清掃をして帰る。また、商品の値段を表示し、通りがかりの客に対して不要な声かけなどをしない。こうした習慣からは、かつてのルールが長年にわたって受け継がれてきたことをうかがうことができる。

秦はまた、「露店商人の鑑札を所有しなければ開店し得ない種類⁽¹⁶⁾」の商人がいることにも触れている。「これら玄人筋が跋扈しない所に当市の特色があり、開店数の3分の2までが野菜物である⁽¹⁷⁾」とし、農作物の販売を中心とした「素人」の自由な寄り合い世帯としての特徴を持続して行きたいものだと述べている⁽¹⁸⁾。開店位置の場所決めについても、沿道の住人に話をつければそれでよかつたらしく、慣習として3回同じ場所に来なかつたら他の人が代わって占有できるという程度のものだったようだ。徴収される掃除費がつまりは地割代であるが、それぞれが占用場所の住人に多少の

心づけをしたり、残り物の野菜を置いていったりするのは、互いの暗黙の了解であったらしい⁽¹⁹⁾。

こうした自由な空気もあってか、市営になった1931年頃は、日曜市開催区域が現在のほぼ2倍の2134メートルであった。この年以降、出店者はさらに増え、出店者同士で場所争いが生じて、私設の6つの組合で混乱が続いたという。1938年には出店者はなんと1700人にも達し、73もの組合が公認されるまでになった。

現在の街路市は、市役所の街路市係による管理が徹底している。新しい出店者は、生産農家か漁業者⁽²⁰⁾に限定されていて、これは現在7割弱の農作物の店を75パーセント程度にまで上げたいという高知市の方針があるからである⁽²¹⁾。実際に出店の申請があると、職員が審査に行く。生産者であること、加工場所が確保されていること、衛生管理がなされていること、そして恒常的な生産者であり、家庭菜園的なものでないこと、といった条件を満たして初めて申請が許可され、まずは臨時出店者として登録される。おおよそ3年の経験を経て、出店者で組織される各組合の代表と高知市街路市連絡協議会で検討⁽²²⁾がなされ、最終的には高知市長の決定により定時出店者に昇格するシステムになっている。10年ほど前まではたくさんの「臨時さん」がいて、定時になるまでに何年も待たなければならなかったという。「臨時さん」は、出店者がやめてしまって空いた場所や、欠席者の場所に割り振られる。そうした場所割をするのも担当職員の仕事で、そのため職員は市開催の朝に見回りをし、全店の出欠をチェックしてまわるのである。

また、出店者仲間による自主組織が業種ごとに存在する。「街路市生産出荷組合」（農産物）のほか、「くろしおの会」・「街路市城南商業組合」・「街路市商業組合」・「街路市振興組合」（青果・塩干・刃物などを仕入れて販売）⁽²³⁾がある。このうち「街路市生産出荷組合」・「くろしおの会」・「街路市城南商業組合」は高知市街路市組合連絡協議会を、「街路市商業組合」・「街路市振興組合」は高知市街路市組合連合会を構成している。1990年の「街路市創設三百周年」の際の記念行事や、2001年度からの「高知市街路市お客様感謝事業」など大きな行事やイベントは、高知市街路市組合連絡協議会と高知市街路市組合連合会が共同で行う。日常的には、業種別の組合ごとで年に数回親睦を図ったり、旅行に出かけたりする。生産農家による「生産出荷組合」は、出店者の居住地別に支部を作り、地区集会を実施して情報交換も心掛けている。

(4) 客層の変遷

街路市の中でもとくに日曜市は、1988年4月の瀬戸大橋開通以降、観光客の来訪が目立つようになった。本州と四国を結ぶ連絡橋の開通と高速道路の整備により、四国だけでなく、近畿・中国地方からも自家用車や観光バスで手軽に高知まで来ることが可能となったからである。

2004年に高知市が行った日曜市利用者に対するアンケート調査の結果によれば、日曜市を訪れた客のうち、高知市内が31.6パーセント、高知県内が12.2パーセント、県外が56.2パーセントで、県外の内訳は、四国が32.4パーセント、中国が7.0パーセント、近畿が9.8パーセント、その他7.0パーセントとなっている。全体としてみると、四国からの来訪者と市内の客とが、それぞれおおよそ3割ずつで上位を占めていることになる。また交通手段は、自家用車が58.0パーセント、自転車が14.0パーセント、バスが12.8パーセント、徒歩が7.4パーセントと続くが、県外の場合は自家用車が69.4パーセントで、バスの17.8パーセント、JRの3.6パーセントを大きく上回る。

ところで、1956年11月25日に実施された日曜市の実態調査⁽²⁵⁾によると、市内在住の客が90パーセント、市外が10パーセントとなっていて、そもそも県外という設定自体がこの時代にはない。交通手段も、市内からはほとんどが徒歩で、それ以外は自転車と路面電車、バス、汽車となっている。この50年ほどの間に、自動車の普及と道路整備によって、客層がいかに変化したかがわかる。

ただし、日曜市を訪れた人の通行量をみると、1956年の場合は冬期（11月）の通行量を約2万7000人としているが、2004年の場合は、同じ時期（11月7日）に5万57人となっている。調査方法の違いなどから単純な比較はできないが、おおよその傾向として、日曜市の客の数自体が増えていると指摘できる。このことは、出店者に直接尋ねた際に、同様の答えが帰ってきたことからもうかがえる。つまり、市内の客の割合が減った背景として、市内の客の数そのものが減少傾向にあることは確かだが、県外からの来訪者が増加したことによって、日曜市の来訪者の総数が増えたことに大きな要因があると考えられるのである。

表3は、先に示した2004年の調査から、客の居住地別に日曜市に来る頻度を表したものである。これを見ると、全体の約30パーセントを占めていた市内の客の場合、「いつも来ている」と、「1カ月に2～3回」とで約半数を占めているのがわかる。日曜市は基本的に月4回の開催であるから、つまりはほとんど毎回来ているという市内在住の人が、客全体の約15パーセントはいるということになる。さらに県内も合わせると、およそ5人に1人が常連客であると考えてよいだろう。

日曜日には、地元で「市ブラ族」とよばれる人たちが以前からいたようである。1950年代に街路市組合連合会長を務めていた鎌倉幸次の著書『高知の街路市』に、「買う買わないは別として、毎週日曜市を一廻りしないと気がすまないという、所謂市ぶらファンがある⁽²⁶⁾」とあり、その後1990年頃に街路市生産出荷組合長を務めていた石本昭雄の著書『日曜市のうた』にも、「8時前にはほぼ店が出そろい、東西1キロ、南北2列のテント村が出現…（中略）そのころになると人出もぐんと多くなり、買い物客とともにいわゆる「市ブラ族、も目につくようになる。この人々は本当の市ファンであり、何とはなしに見て行くうちに1品2品は買って下さる大切なお客様である⁽²⁷⁾」と記されている。実際に筆者も、「市ブラ族」に類すると思われる客を数人知っているが、いずれの人も行く店と買うものがだいたい決まっているという。ほんの2～3品と決して多くの買物をするわけではないが、毎回必ず顔を出す常連客の層が確かに存在しつづけているのである。

市を管理する街路市係でも、地元客の存在を重視している。「観光客は増えたが、観光化はしなかった⁽²⁸⁾」という話も聞かれ、観光客を迎え入れる一方で、地元客の根強い需要にも応えてきたということが、日曜市の大きな特徴となっているのである。

表3 居住地別にみた日曜市来訪の頻度(%)

	高知市内	高知県内	四国
毎回	27.8	16.4	0.0
1ヶ月に2～3回	20.3	13.1	1.2
1ヶ月に1回	19.0	11.5	4.3
2～3ヶ月に1回	10.1	24.6	16.0
半年に1回	10.1	16.4	17.9
1年に1回	9.5	9.8	34.0
初めて	3.2	8.2	26.5

（『土佐の日曜市に関する調査』2005年3月より）

注記：来訪者の割合は、高知市内が31.6%、高知県内が12.2%、四国が32.4%である。

②……………街路市のサカキ・シキビ店

サカキとシキビはともに、主として関東以南の山地に自生する常緑樹で、サカキは神前に、シキビは仏前に供えるのが一般的である。シキビは、ハナ、もしくはハナシバともいい、高知では宗派を問わず、また盆や彼岸に限らず通年にわたって、仏壇や墓地に花と一緒に供える習慣がある。自宅周辺でサカキ・シキビを入手できる地域であれば日常的にこれを調達することは可能だが、町場など山から離れた多くの地域では購入しなければならない。そのため、スーパーマーケットの花売り場や農産物直売所などとともに、街路市が主要な入手場所となっているのである。

高知市内に在住の渡邊功さん（1937年生まれ）は、父親の代から街路市でサカキ・シキビを売る店を出している。商品としてのサカキ・シキビは、農家出店者の店や花屋にも多く置かれているが、2011年現在で専門にこれを扱っているのは渡邊さんだけである。

渡邊さんの店には多くの固定客がいる。客自身で品物を選べること、量り売りであること、良心的であること、品質が良いことなどが客から聞かれる評価であるが、その背景には、サカキ・シキビを栽培する山主と、それを管理・伐採するキリコの存在があり、売り手である渡邊さんとの連携のもとで、規模は小さいながらも継続的な流通を成り立たせてきた。高知県では、近年中山間地域の特用林産物として、とくにシキビの栽培を奨励・指導していることもあり、本章ではこうしたこともふまえて、渡邊さんの商いをとおしてみた、街路市におけるサカキ・シキビ店の位置づけと役割を考えてみたい。なお、本章で提示するデータは、2009年から2011年にかけて行った現地調査によるものである。



写真3 日曜市の渡邊さんの店

夏場の日除けのためシートで囲まれ、常連客にしか店の存在がわからない。(2009年8月撮影)



写真4 サカキ(右)とシキビ(左)

中央は店主の渡邊功さん。(2009年8月撮影)

(1) 高知県におけるサカキ・シキビの生産と流通の変遷

2010年の高知県におけるサカキ・シキビの生産量は、サカキが約57トン、シキビが約236トン⁽³³⁾、シキビの方が圧倒的に多い。これは、現在の生産がいずれも80パーセント程度を人工栽培に頼っていることと関係する。というのも、サカキはシキビに比べて成長が遅いうえに、陽に当たると葉が赤茶色になってしまうため、人工栽培が難しいとされているからである⁽³⁴⁾。

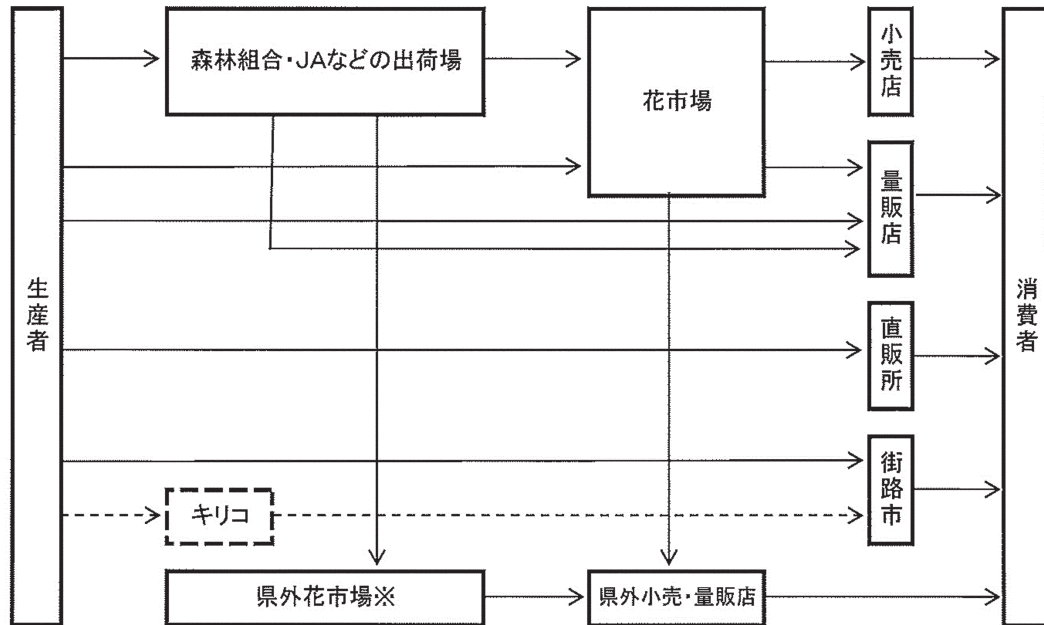
高知県では、中山間地域における現金収入手段として、1970年代から特用林産物の栽培が推進されてきた。そのひとつにシキビも含まれており、1982年に土佐山村で樹林造成と生産出荷施設の設置が実施されたのを始めとして、以後毎年場所を変えて振興対策がとられている。年間をとおして需要があるため安定的な現金収入が得られること、高齢者でも比較的容易に栽培できることなどから、現在では県内のほぼ全域で生産されている。

後述する渡邊さんの店では、父親の代から、主として高知市の北、愛媛と徳島の県境近くに位置する嶺北地方（本山町・大豊町・土佐町・大川村）の山間部で産出されるサカキ・シキビを取り扱ってきた。この地方の山にはもともとサカキ・シキビが自生していたが、1970年代から徐々に人工栽培が増えてきたとされる。例えば大豊町では、それまで製紙原料としてミツマタの栽培が行われていたが、製紙業の衰退により、ミツマタにかわるものとしてシキビを植えるようになった⁽³⁵⁾。さらに、嶺北地方におけるシキビの栽培技術は、県境を越えた新宮（愛媛県四国中央市）から入ってきたともいわれる⁽³⁶⁾。新宮でも同様に、製紙業や養蚕の衰退などで、これにかわる新たな現金収入手段としてシキビの人工栽培を始めたようだ。

大豊町の例では、人工栽培が本格化する以前は、墓地の周りに植えられているシキビ⁽³⁷⁾をキリコと呼ばれる伐採専門の技術者が少しずつ買い集めるなどしていた。また、山主に向けあって年間の伐採許可を得て、切ったシキビを地元の農家に頼んで束にしてもらい、それを集めて持って行くようなことをしていた人もいたようだ。近年では、森林組合で一括して束のシキビを集荷し、花市場に出したり、個人で花市場やスーパーに出荷する山主もいるという⁽³⁸⁾。

サカキ・シキビの流通経路の現状を図2にまとめた。主としてどの経路をとるかは地域によって異なるが、だいたいにおいて、生産者から森林組合・JAなどの出荷場に出される経路と、花市場に直接出される経路が主流である。こうした生産者は持ち山で比較的大規模に栽培をしている人たちである。出荷は規格に合わせた束の状態となされ、シキビの場合は出荷先によって規格が異なる（表4）。なお、県内に3か所ある花市場の中でも取り扱い量が多い株式会社土佐花き園芸市場によれば⁽⁴⁰⁾、持ち込まれるシキビのおよそ8割が個人の山主からの荷である。また消費先は県外もあるがほとんどが県内の小売店やスーパーなどの量販店で、県内の小売店のおよそ7割がこの花市場に加盟しているという。一方で、集荷場や花市場を通さず、生産者自らが直販所や街路市に持ち込むという流通経路もある。この場合の多くは、農家が自家の農地の一部に植えられているものを少量ずつ切って、各自が束を作って持ち込むといった規模である。

本稿でとりあげるのは、このいずれでもなく、点線で示した生産者→キリコ→街路市という経路である。かつてはオヤカタに組織されたキリコのグループがあり、各所の山主と契約して管理・伐採に携わるなど、街路市に限らず流通全体の要ともいえる役割を担っていたが、近年では渡邊さん



※ 県外とは高知以外の四国の3県を主にさしている。

図2 高知県におけるシキビの主な流通経路
(高知県発行の資料と聞き取りから作成)

表4 主な出荷先別によるシキビの規格

市場	品名	規格(注1)	切り下(注2)	重さ	備考
高知	小束(小)	45cm	約12~13cm	約200~250g	5束を1括り
	小束(大)	65cm	約20cm	約350~450g	5束を1括り
	4kg束	50~60cm	約15~20cm	4kg	2箇所結束
愛媛	小束(小)	55cm	約12~15cm	約200~250g	5束を1括り
	小束(大)	80cm	約20cm	約500~600g	5束を1括り
	4kg束	60~80cm	約15~20cm	4kg	2箇所結束
	8kg束	80~110cm	約20cm	8kg	3箇所結束
京都	小束	45~50cm	約12~13cm	約250~300g	5束を1括り
	5kg束	60~80cm	約15~20cm	5kg	2~3箇所結束
広島	小束	60cm	約20cm	約200~300g	5束を1括り
	5kg束	80cm	約20cm	5kg	2~3箇所結束

(高知県中央西林業事務所作成の資料による)

注1: 葉を含めた枝の全長 注2: 葉がついていない柄の部分の長さ

の店に関わる夫婦1組を残すだけとなった。渡邊さんもまた、街路市での商いを「自分の代で終わり」と語っていることから考えると、この地域におけるキリコを介した流通の最後の伝承者ということになる。そこで以下では関係者からの聞き取りと渡邊さんの店における参与観察によって、サカキ・シキビの生産場面と販売場面の両方からこの流通経路の変遷を記録するとともに、街路市をめぐる山と町の関係や、商いそのものの意味についても考えてみたい。

(2) サカキ・シキビを育てる技

この節では、サカキ・シキビの生産現場におけるキリコの仕事の変遷と、山主との連携の具体像を記す。

キリコのIさん(男性, 1937年生まれ)と渡邊さんとのつきあいは、渡邊さんの父の儀七さん(1904年生まれ)が店を出していた頃からであり、もう40年ほどになる。Iさんは南国市の出身で、大阪で仕事をしていましたが、いここにあたる高知市内の人から誘われて地元に戻り、現在の仕事をするようになった。このいここがオヤカタとなり、Iさんを含む3人ほどのキリコをかかえて各地の山でサカキ・シキビの伐採に携わった。

当初は、山に自生するサカキ・シキビを切るのが仕事であった。道もついていないような1000メートルを超える山中を、木を探しながら切り集めていかなければならないため、苦労が多かった。やがて、自生のサカキ・シキビが少なくなってきた頃からオヤカタがやめ、キリコがそれぞれ独立して仕事をするようになった。Iさんは、新宮のあたりで始まっていた人工栽培の山に、切らせてもらおうよう頼みに行った。その際、山主から切り方について注意を受けた。自然の山で仕事をしていた時には、切るのに都合がよい枝をかまわず切っていたが、アトメ(後芽)が生育するような切り方をこの時に教えられた。つまり、伐採の技術だけでなく、管理する技術をここで身につけたことになる。この山主は質のよいシキビを育てることで定評のある人だったらしく、この人から教わったという、近隣の別の山でも信頼を得て切らせてもらえるようになったという。

大豊町のOさん(男性, 1921年生まれ)は、標高500メートルほどのところにある自家の休耕田で、10年ほど前からサカキ・シキビの栽培を始めた。当初は地元の森林組合に出荷していたが、規格どおりの束にそろえなければならず、規格に合わないものは受け付けてもらえないため、5年ほど前からIさんに管理・伐採を頼むようになった。それに先立って、木曜市に出店している渡邊さんの店を訪れ、相談をしたという。Iさんは渡邊さんの紹介でOさんのサカキ・シキビを扱



写真5 水田跡に作られた人工栽培のシキビ畑
(大豊町, 2009年12月撮影)



写真6 Kさんのシキビ畑(本山町, 2011年3月撮影)

うようになった。Oさんによれば、Iさんをとおしてであれば、切ったものはすべて目方で換算してその場で現金に換えてくれるため、規格が厳しい森林組合よりも都合がよいのだという。

Iさんが契約している山主は複数あるが、この中でも特に良質のシキビを育てているのが、本山町のKさんである。Kさんの父（1920年生まれ）が、1980年頃にそれまで栽培していたユズにかえて、シキビを植えるようになった。ユズは農協に出荷していたが、収穫したユズをコンテナで運ぶ際に重さが体の負担になり、何か別の作物に変えたいと思っていたところ、林業関係の仕事をしていた父の弟からシキビの情報を得て、思いきって切り替えることにしたという。本山町の北西部に位置する白髪山の周辺の民有林で、質の良いシキビが自生していたため⁽⁴¹⁾、これを挿し木にした。高知では、コバ（小葉）といって、小ぶりでつやのよい葉が上質だとして好まれる。白髪山周辺のシキビはまさしくコバでつやが良く、挿し木にしたものも同様に成長したので、徐々に面積を拡大して、サカキも含めた⁽⁴²⁾2町5反ほどの広い畑を作り上げた。

10年ほど育ててようやく出荷がかなうようになり、初めはKさんの父自らが伐採して、本山町の良心⁽⁴³⁾市や隣町のスーパーに商品として出していた。この頃のKさんの父は、県内で開かれるサカキ・シキビ栽培の講習会に積極的に出かけたり、また苗を兵庫県から取り寄せるなど、熱心に栽培の勉強をしていたようすがうかがえる。しかし、規格に合わせて自分で荷をまとめることは容易でなく、2000年頃からIさんに管理・伐採を任せるようになった。初めてKさんの畑に入った際、Iさんが枝をかなり多く切って行ったため、Kさんの父が驚いてそれをただしたところ、次に同じように芽が出ると言われ、実際そのとおりになった。それ以来、Kさんの父はIさんを全面的に信頼して仕事を任せることにしたのだという。

シキビはサカキに比べて病気になりにくいだが、たとえばハダニがつくと、葉が落ちて全滅に近い状態になってしまうなど、害虫による被害が大きい。そのため、これを防ぐ消毒を、5～6月の新芽が出る頃を中心に定期的に行う必要がある。消毒は山主の仕事で、Kさんの父はとくに熱心に消毒を行っており、害虫がつかないように最大限の注意を払っていたようすが作業記録からもうかがえる。父から畑を受け継いだKさんも、消毒は引き続き自ら定期的に行っている。というのも、Kさんの畑では、高知県が一般的に指導している植え付けの間隔よりも若干狭く植えられているため、密集した状態の畑になっており、風通しなどの問題から虫もつきやすいのである。間隔が狭ければ、作業効率は高くなるので、この畑で良い状態の木を保つには、通常よりも丁寧⁽⁴⁴⁾に消毒を行う必要がある。Kさんは父の代からこの作業を怠らず続けているということになる。

Kさんの山における2010年の取量は、シキビが1400キログラム、サカキが500キログラムで、すべてIさんの管理・伐採によるものである。Iさんは夫婦で仕事に携わり、年間の作業日数は50日程度で、泊りがけで作業をしていく場合もある。そのため⁽⁴⁵⁾の簡易の住宅も山の中に建てられていて、Kさんの父がいか⁽⁴⁵⁾にIさんを大切にしていたかがうかがわれる。

木はそれぞれ、高さ1メートル20～30センチのところ⁽⁴⁵⁾で台切りされており、腰をかがめなくても作業ができる高さに仕立てられている。台切りとは、幹の成長をある高さで止めた状態をさす。通常の幹は根元から次々と枝が伸びるが、それらの枝は陽が当たりにくいため曲がってしまうので、商品価値が低い。そこで下枝を切り、幹をある高さまで成長させて、そこから枝が出るようにすると、陽に当たり、まっすぐな枝がとれるのである。



写真7 台切りして仕立てられたシキビ
(本山町, 2011年3月撮影)



写真8 台切りされた箇所(本山町, 2011年3月撮影)



写真9 リンが立った枝(本山町, 2011年3月撮影)

台切りしたところから枝が出るように仕立てることを、「ぼうが(萌芽) さす(させる)」という。この台切りの仕方も、次々と「ぼうがさす」よう考えられた切り方がなされている。良い枝は、「リン(輪)が立つ」といい、先端部分に花びらのような格好で均等に葉が出そろった状態に育つ。Kさんの畑には、「リンが立った」枝が多く見受けられ、これもまた伐採時の枝の切り方によるものである。また、通常は行う施肥を、Kさんの畑では行っていない。施肥は土壌の状態によって調整する必要がある。Kさんの畑で施肥を行った場合、木の幹が太くなってしまって良い枝が育たないと予想されるので、Iさんの判断に従って施肥を行わないのだという。

渡邊さんの店で売られるシキビに対しては、客の間で共通して、「日持ちが良い」という評価が聞かれる。この日持ちも、伐採時の処理と無関係ではない。切つてすぐに切り口を水につけることはもちろんだが、シキビは葉に水分が多いため、葉が水に濡れると落ちやすくなる。Iさんは雨の日には作業しないことを原則としているが、それでもやむを得ず濡れてしまった場合は、乾燥機で乾かしてから荷を運ぶという。また、枝についた古い葉も、あらかじめ除去しておく。こうした手間を加えることによって、結果的に日持ちのよい商品になり、価値が高められる結果になっているのである。

(3) 市での商売の経緯

渡邊さんの店は、父の儀七さんの代から始めて現在の功さんで2代目、60年近くになる。一貫して常設の店舗を構えることなく、街路市のみで商売を続けてきた。

出身は、高知県北西部の^{ゆすはら}梶原町で、戦後しばらくたった1953年に一家で高知市内に出てきた。功さんは7人きょうだいの次男で、長男はすでにその2年前に高知市に出て、仕立屋に住み込みで働いていた。住まいは4畳半2間で、1番下の弟がこの年に生まれ、一家8人でここに住んだ。高知市に出てきた理由を、父は「子どもの教育のため」と言っていた。その言葉どおり、功さんも中学を卒業後、化粧品などを扱う卸売会社に勤めながら、高知商業高校の定時制に通い、卒業している。

儀七さんは、高知市へ出てすぐに、サカキ・シキビの商売を始めた。^{ひつざん}筆山という、市内でも墓地が多いことで知られる高台の近くで、親戚がシキビや花を売る商売をしており、当時よく売れていた。それにヒントを得て街路市に出始めたが、3年ほどはまったく商売にならなかった。「梶原に帰ろうか」とこぼすこともあったというが、子どもたちがそれぞれ勤めに出るようになって、街路市の景気そのものが良くなってきて、徐々に商売が軌道にのってきたのだという。

当初、商品となるサカキ・シキビは、儀七さんが自分で採りに行っていた。高知市内から自転車で3~4時間かけて大豊町の南のあたりまで行き、峠道を上って、山に自生するものを採ってきた。採るにあたっては山主と交渉し、1日単位、あるいは1年単位などで伐採権を買って山に入る。

そのうちに、山の近辺の人たちが少しずつ切り集めて、逆に自転車で持ってきてくれるようになった。そうした人は10人ばかりいて、儀七さんはいわばサカキ・シキビの総元締めのような役割を担うようになった。サカキ・シキビの商品価値が高まるに従い、これを自分の山に植えてくれる人も出てきて、伐採を専門とするキリコを頼み、切ってもらおうという関係ができあがったのである。

当時、街路市は月曜を除く毎日、場所を変えて開催されていた。父はリヤカーを引いてこれらの市すべてに出ていた。母がリヤカーの後を押して手伝っていたが、その母が病気になり、代わって功さんが手伝うようになった。1980年前後のことである。日曜市にバイクでリヤカーを引いて行ったところ、父が他の市へも引いて行ってほしいという。勤めがあるから平日に手伝うことは難しかったが、やはり見るに見かねて、とうとう勤めをやめて商売の跡を継ぐことにした。功さんの妻も働いていたので、街路市の商売を継ぐことに賛成してくれた。勤めをやめたことにより病気の母の世話もできたことを考えると、ちょうどよい選択だったと功さんは考えている。

キリコのIさんたちとのつきあいは、すでに父の代からできていた。功さんが商売を継いだ当時は、5組ほどのキリコがいて、渡邊さんの店だけでなく、花市場に出したり、花屋から注文を受けて切ったりしていたようだ。街路市にも、かつては渡邊さんのほかに数軒のサカキ・シキビ専門の店があった。

渡邊さんの店では、功さんが店を継いだ80年代から、目に見えて売れ行きがよくなってきた。瀬戸大橋が開通した1988年頃は、売り上げがもっとも上がった時期で、とくによく売れる彼岸の季節に、最高で1日300キログラムのサカキ・シキビを売った日もあったという。リヤカーには約100キログラムの枝を乗せることができるので、そんな時には、家に何回も荷を取りに帰った。ま

たその頃は、地元客だけでなく、高知から大阪に出て行った人たちが、わざわざ毎月買いに来てくれることもあった。「(日曜市に) 来んとその月が暮れん」というような人もいて、月に1度でも日曜市に来ることを習慣にしている人が県外にもいた。そうした人たちも皆歳をとってしまい、最近では見かけなくなったという。

渡邊さんが1日に売るサカキ・シキビの量は、季節によって違いはあるが、日曜市がおおよそ50~80キログラム、他の火曜・木曜・金曜市が20~50キログラムである。⁽⁴⁶⁾キリコのIさんも、最盛だった頃は1日で100キログラムほどの枝を切っていたが、現在では50キログラムを切るのがやっとであるという。最盛期に比べると、伐採量も販売量も半減しているが、その分、客のほうも歳をとるなど徐々に減ってきているのが現状である。

街路市でサカキ・シキビを専門に扱うのは渡邊さんの店だけであるが、一方で農家からの出店者の中には、これを商品の品揃えのひとつとして持参する人が、この5~6年ほどで増えてきたという。農家の場合は、自家生産物であれば売る品物の種類は問われないので、所有する山に自生していたり、あるいは敷地に栽培するなどしていれば、農作物に代わるものとして、手っ取り早く商品に加えることができるのである。こうした農家の各店が持参するサカキ・シキビの量はわずかだが、店数が多いので、渡邊さんの店にとってもいわばライバルであり、この頃は売り上げにも直接影響してきている。

農家の店では、束にしたものを安価で販売しているが、品質ではやはり、計画的に栽培してもらった枝に比べて見劣りがする。しかし、「それがかまん人もおいでるでね。こちらも、キリコが行く山がだんだん廃れてなくなってきた。ちょうどようになった」と渡邊さんはいふ。商売のあり方と同時に、客層のあり方もまた、時代の流れとともに変わりつつあることがうかがえるのである。

(4) サカキ・シキビを売る技

渡邊さんは、現在、日曜・火曜・木曜・金曜の各街路市に出店する。朝7時頃に、荷を積んだりヤカーをバイクで引いて自宅を出勤、7時半頃には市の開催場所に到着し、出店準備を開始する。リヤカーも、店に置く木製の荷台も、父から引き継いだ道具を直しながら使っている。自動車を使わないのは、駐車料金などに経費がかさむからである。その分、品物の値段も父の代から変えていない。

市の開催場所では、店開きと同時に早くから客がやってくる。中には、開店準備を待ちかねて、荷を広げる先から選び始める人もいるほどである。その後は10時過ぎまで、客足が途絶えることはない。11時頃には持ってきた荷の大半が売れてしまい、12時頃には店じまいというのが、だいたいのスケジュールである。高知の街路市はどこも朝から夕方までの開催だが、渡邊さんの商売が午前中のみであることを、客はほとんど知っている。このことは、客の大半が地元の固定客であることを示してもいる。サカキは比較の日持ちがするので、毎月1日と15日に神棚のものを取り替える人が多いが、シキビの場合はだいたい1週間が取り替えの目安であるという。そのため、それぞれの市の開催場所ごとに固定客が存在し、ほぼ毎週店を訪れるのである。

街路市は、山主とキリコを経て商品となったサカキ・シキビが、いよいよ客の手にわたる場面であり、これによって一連の流通が完結する。本節では、この販売場面における特徴を参与観察と聞

き取りから抽出し、サカキ・シキビという限定的な商品を継続的に販売する技術について考えてみたい。なお、話の流れとその場の雰囲気をできるだけ再現するため、基本的に会話は地元の方言をそのまま採録して掲載する。

① 客自身が選ぶ

渡邊さんの店における商品の陳列法は、高さ50～60センチほどの台に、客から見て右側にはシキビを、左側にはサカキを、枝の切り口が客側になるよう山積みにする。農家からの出店者や花屋など同じ商品を扱う店では、あらかじめ束にして値決めがされているが、これとは対照的な陳列法である。

客は店頭で現れると、簡単な挨拶を交わしてすぐ、品選りを始める(写真10)。それぞれの都合で、供える場所(神棚・仏壇・墓地・納骨堂など)、あるいは花入れの大きさなどによって好みの束の仕立て方があり、気に入った形の束が1対完成するよう、自分で選ぶのである。

客が品選りをする間、渡邊さんは陳列台の奥に座り、持ってきた大きな枝を、客が選びやすいよう適当な長さに切って、随時台の上に補充していく。客の中には、小さな束にしたものを好む人もいるので、希望に応じてそれをこしらえたりもする。

こうした陳列法についての客の評価は、「ここは選れるろ(選べるでしょ)」といった声が聞かれる。あらかじめ束に作ってあるものと違って、自分で気に入った枝を選んで束にできるため、納得のいく買い物ができるといのである。火曜市の常連客のひとり(女性)は、渡邊さんの店が先週休みだったため、仕方なく、他店の束になったシキビを買ったという。「ここが休んじょったき、どこもかしこも無うて、束のを仕方ない買ってきたわけ。そしたら細うて、ばらばら葉が落ちて、1週間と持たん」と、日持ちについての評価も語った。各自が枝を選ぶ背景には、形状の問題だけでなく、より日持ちのする丈夫な枝ぶりのものを選びたいという事情もあることがわかる。

一方、渡邊さんも、自身の店を「サカキ・シキビの百貨店」という。小さな束から大きな枝まで、十人十色の客の好みにあわせていかようにも品ぞろえができるからである。ただし、こうした売り方は、客の側に枝の良し悪しを見分ける目がなければ成り立たない。「ちょっと品が落ちちよったら、お客さん、見たらわかるけね」というとおり、客自身の中で、どのような枝を良しとし、どういったものを必要としているか、価値基準が明確に定まっているのである。先述したように、概して高知では、コバ(小葉)と称される小ぶりかつやのある葉が上質のものとして好まれる。また、枝が曲がっておらず、先端にリンが立った状態であればなお良しとする。そうした品質の基本に加え、客それぞれの事情があるため、微妙な好みの差が生じるのである。裏を返せば、そうし



写真10 品物を選ぶ客(火曜市, 2009年8月撮影)

たこだわりが生じるほどに、客自身も日常的にサカキ・シキビと接しているということになる。

もちろん、客によっては品選びの手間を好まず、すばやく買い物ができることを最優先する人もいる。そうした人は、渡邊さんの店ではなく、他店で束になった品物を買求める。近年、束にしたサカキ・シキビを売る店が増えつつあることは、客の指向性や資質そのものが変化していることの反映ともいえるだろう。



写真11 枝を切り落とす場所を確認(火曜日, 2009年8月撮影)

② 量り売り

客が品選びを終えると、渡邊さんがそれを計量し、値決めをして束にして渡す。陳列法とあわせて、量り売りという方法が、この店の大きな特徴になっている。

その際、客の希望にあわせて、枝を適当な長さに切るという作業をする。例えばシキビの場合、同じ仏壇に供えるにも客それぞれで希望する長さに違いがある。そこで、切る場所を客に聞き(写真11)、切ってから計量する(写真12・13)。この点が良心的であるとして、客に評価されている。

この場面での渡邊さんと客とのやりとりは、例えばこのような具合である。

渡邊「どうする?(長さを確認する)」

客(女性)「これ(切る場所を指示する)」

渡邊(鋏で枝を切る)

客「あんまり切ったら、儲け無いで」

渡邊「切るばは損やけどね、売り上げからゆうたらね」

客「そやる」



写真12 枝を切る(火曜日, 2009年8月撮影)



写真13 計量する(日曜日, 2009年8月撮影)

渡邊「そんなことゆうちょれん、お客様は神様です。(計量する)はい、250万(250円)」

客に枝を切り落とす場所を確認し、鋏を入れ、計量して値決めをするまで、わずか十数秒である。値段は、100グラムあたり、サカキが120円、シキビが100円であるが、特に表示はしていない。常連客でもあり、この場面のように、客の側が逆に渡邊さんを気遣うことさえある。中には、つり銭を「とっといて」という人もあるほどである。



写真14 品物を渡し代金を受け取る(日曜日、2009年8月撮影)

シキビの場合、売値の100円(100グラムあたり)の内訳は、山主30円、キリコ40円、売り手30円である。仕入れもすべて目方で換算するので、枝を切って売るという行為が売り手にとって損であることは間違いない。しかしこのことを客も承知しているため、結果として、客との信頼関係を築く大きな要素となっているのである。

枝を切ることは、いわばサービスである。女性客、なかでも高齢の客には、とくに喜ばれる。枝が太い場合、切り口にさらに切り目をつけて、水がよく上がるようにすることもあり、こうした気遣いに感謝する客も多い。

量り売りでの販売について、渡邊さん自身はこう語る。「目方で売る、ゆうのは、めんどくさい、はっきりゆうて。束にすれば楽なわけよ。けんどそれは自分く(自分の山)にある人でないとできん。買うて(仕入れて)やりよる人は、束にしとったら(採算が)あわん。うちでようせん」。

販売の場面だけに限って言えば、あらかじめ値決めをした束を売るほうが売り手は楽である。しかし、束にするには準備段階での手間が必要で、仕入れに元値がかかる渡邊さんの場合は、準備に時間を費やすだけ損になってしまう。「自分くで作って自分で売るのが1番利益がええわね。けど量ができんが」というとおり、自宅の山から伐採して売れば、元値がかからない分、すべて自分の利益になるので、自宅で束にするなどの準備もできるが、量産がきかない。仕入れの場合は量を捌くことが求められるため、束を作っているだけでは追いつかないという事情もあるのである。

量り売りにより、個々の客の好みに応じた商品を提供し、客との間に信頼関係を築くには、売り手である渡邊さんの裁量がものをいう。客ひとりひとりに対し、希望する長さに切りそろえ、計量し、新聞紙で包んでお金のやりとりをする。この一連の作業に、わずか1分もかからない。じつに手早く、しかも常に会話を交わしながら、次々に客を捌いていく。一見、不合理で無造作に思える販売方法だが、山主とキリコを背景とした仕入れの事情を考えると、これがもっとも合理的な販売方法であることがわかる。ただしそれには、売り手個人の技量が不可欠であることはいうまでもないことである。

③ 会話

客に対応する渡邊さんは、先述したとおり、枝を切り、計量し、束にして包んでお金の受け渡しをするという一連の作業を繰り返し、手の休まる間がないほどである。と同時に、口も休まる間がない。常に客と会話し、話が途切れることがない。

その会話に、さりげなく商品についての知識が盛り込まれることがある。キリコのIさんの仕事場に渡邊さん自身も時折行くことがあり、サカキ・シキビの生育状況を実際に見ていることが、こうした知識につながっているのである。

渡邊「さあ、おかあちゃん、長さは切っちゃうき。(商品が残り少なくなっ) だいたいこんなもんになった」

客「(シキビの枝を渡しなが) 切ってよ、仏壇やき。ここのは長持ちする。こないだも、買うてったが長いこと持ってね」

渡邊「(枝を切りそろえなが) だんだん持ちだしたけど、まだちょっとね。今、2回目の芽がうんと上がってきてね、2番芽ゆうてね、だんだん丈夫になりゆうけど」

客「これだけで(1週間以上)持つろ？」

渡邊「持つ。これ、日向でね、こっちは日陰で。(計量する) はい、これ70万(70円)と出たで」

客「はいはい」

渡邊「(つり銭を渡しなが) ほいたら、現金で30万(30円)、ありがと」

シキビは枝を切ると次々と芽が出て、年間で3~4回、同じ樹から切ることができる。この時はちょうど8月後半の盆を過ぎた頃で、2回目の芽が出る時期であった。夏は概して枝の日持ちが短い、夏の終わりの時期となり、次第に日持ちがするようになってきたことを、2番芽の時期とあわせて説明している(下線①)。また、日向と日陰では育ち方に差があり、日向のほうがまっすぐで丈夫な枝ぶりとなることも付け加えている(下線②)。渡邊さんの店の商品は、品質が良く日持ちすることが客の評価となっているが、こうした商品知識がその評価の跡づけとなっていることがうかがわれる。

また、歳時習俗に関わる商品であるため、祀り方そのものについて知識を伝授する場合もある。

客(男性)「シキビを」

渡邊「もうシキビ、ここにあるだけでよ。合わしてくれたら、長さは切っちゃうけど」

客「お寺持っていくんやけど、どれくらい…」

渡邊「ない、お寺持っていくやつはない。もっと長うなきゃいかん。これあんまり短かすぎる。法事やろ」

客「そうそう」

渡邊「お花も持って来いゆうた？」

客「そうそう」

渡邊「お花といっしょやったらね、これくらいのが4本ばあったらええと思うけどね。普通の仏壇よりは、おっきいの持っていかないかんけの」

客「あんまり短こうてはいかんの？」

渡邊「いかん、筒が太いし、お寺やき」

客「少なかったら恥かくね」

渡邊「いや、向こうさんが適当にやってくれるきね、恥はかきません。お布施を（余分に）持っていったら？心配やったら。ハハハ。これ、お花と別々に挿すろうと思うがね、だいたいこれば持っていったら上等よ」

客「それくらいで足る？」

渡邊「足る足る、上等よ、これ。別に（お寺は文句を）言いやせんけ。はいこれ、500万（500円）ちょうど。まだお花がいるろ、それから果物、それから和菓子ね、シキビや花は少ないていいやせんけ」

客「明日やけ、水につけていたらいい？」

渡邊「大丈夫、つけといてくれたらね。まあまあ、つけといちゃって。わしも1回お布施を忘れたことがあるけ、気をつけよ。花や何や言われて、お布施忘れてあとから持って行って恥かいたことある。はい、ありがと」

客にすれば、おそらく初めての法事で勝手がわからなかったところ、準備一切を渡邊さんから教えてもらったことになる。単なる商品知識でなく、場面に即した使い方にまで言及できるところも、売り手にとっては技量のひとつであることがわかる。

こうした知識の伝授ばかりでなく、他愛もない会話で客を和ませることもある。

客（女性）「こないだ、休んどったもんね」

渡邊「来とったでよ」

客「え？ほんと？私が遅かったん？」

渡邊「そうそう、とうからいんだ！（早くから帰った）」

客「ほんでやわ、もう、あんただまされた、朝からおもろいね」

渡邊「はいはい、合わしたら待ってちやるき、切るけんね。大きい声で言われんけど、花は（日）が）持たんで」

客「ハッハッハ、花は持たんか。ゆうちゃった、ゆうちゃった」

渡邊「シキビの方がずっと持つ。けど、そんなこと言われんけど。はいこれ、ちょうど200万（200円）でええわ。はい、ありがと」

客の中には、「おじさんはね、会話がええがよ」という人もいれば、「元気が出る、おじさんとこにいたら」という人もいて、渡邊さんとのやりとりを楽しみにしているようすがうかがえる。渡邊さん自身も、「ありがとうございます、だけではあかん。いろいろ話題も提供せないかんろ」という。「お客さんも、にいさんの話聞きにきた、ゆうしね、おもしろい話せないかん」。ただ単に会話が途

切れないよう、通り一遍の話をするのではなく、季節や客の希望など、その時々状況に応じた話題を、客それぞれに提供することは容易ではない。しかも客1人ずつに対応する時間は短く、めまぐるしい。渡邊さんの販売場面は、②で述べた手早い量り売りの技量とともに、こうした絶妙な会話の技量に支えられており、結果として、客足の絶えない売れ行きの良さにつながっていると考えられるのである。

④ 商売の1年

サカキ・シキビは年間を通して販売可能な商品ではあるが、とくにシキビの売れ行きは季節によって違いがある。それは、生育上のサイクルによって供給量そのものに違いが生じるという売り手側の事情と、彼岸や盆などの歳時によって需要に違いが生じるという客側の事情の両方による。

まず前者の生育上のサイクルであるが、シキビは5月から6月にかけて新芽が出るため、この時期には切る枝がなく、結果として品薄になる。新芽が出そろった8月以降は、年末にかけて複数回枝を切ることができ、商品に困ることはない。そして年末以降になると、次の新芽が出る時期までは、残った枝を切りつくすような形になる。

一方、後者の歳時による需要の違いは、春と秋の彼岸、夏の盆、年末という4つの時期に顕著である。この時は通常の倍以上の売り上げがあり、渡邊さん自身も「年に4回おまけがあるわけよ。それでやっていけるが。普段だけの売り上げではね、儲けたってしれちゅうろ」というように、年間の売り上げの中で大きな割合を占めていることがうかがえる。

こうした事情を総合して1年間の商売の流れを概観すると、次の通りである。まず1月から2月にかけては、気温が低いことで枝の日持ちもよく、売れ行きは悪い。また持参する商品の量そのものが、冬場は少ない。3月には彼岸があるので、この時期は売れ行きが倍増する。まだ全般に品薄の時期でもあり、商品をそろえるのに苦労するほどである。4月から6月にかけては、新芽の出る時期で極度の品薄になる。ここを乗り切って、新芽も出そろった夏場になると、8月の盆、9月の彼岸と需要の多い時期が続く。冬場にさしかかって売れ行きに伸びがなくなったあたりで、正月用の準備のための年末がやってくる。

こうした状況について、渡邊さんは「月なんぼ、日なんぼ、ゆうたらやっていけん」という。赤字になる時期と、よく売れる時期とが交互にやってくるので、収支は年間のトータルでの計算である。つまり、たとえ極度に売れない時期があっても、そのことをさほど憂う必要はないということになる。とはいえ、「けんどね、1万も売れんようなときは、休みたい、ほんま。まっこと朝起きて、あーあ、とね、いやになるろ」と本音ももれる。

十分な利益にならないとわかっていながら、冬場や雨天の日でも休まず店を出す背景には、常連客の存在がある。

たとえば「30円のおばあちゃん」とよぶ客が以前はいたという。小さな枝を2本ばかり、ほんの30円の買い物のため毎週やってくる客である。時折面倒に思うこともあるが、それでも、そんな客こそ大切にしなければならない。なぜなら「盆や彼岸の時は、どっさり買うてくれる」からである。

日々の買い物はつましくても、常連客であれば、同じ人が盆や彼岸などの歳時の季節に大きな利益をもたらしてくれる。常に客との信頼関係を築き、常連客を確保することの意味は、1年間を

通した商売の流れを考えたとき、より一層際立ってくるのである。

(5) 共に生きるための技

渡邊さんが年間通してほとんど休まず店を出すもうひとつの大きな理由は、山主とキリコ存在にある。

「花市（場）で仕入れとったら、とうにやめちゅう」と渡邊さんはいう。「けんど、キリコかかえとるろ、そいで、山で植えてもうた人もおろしね。1000円でも2000円でも、植えた人に還元しちゃうらんないかんし、切る人もうち専門やしね。

花市で仕入れとったら、やめたいときにやめれるで。うち相手があるけね。（客の好みの長さ）に切って、安うに売って、また買うてくれるろ。ほんで案外やめれな」。

山主とキリコを経たサカキ・シキビの流通の最前線にいる渡邊さんは、「薄利多売」と自らいうとおり、安い単価で少しでも多くの荷をさばくことを身上としている。そうすることが、自分自身だけでなく、山主やキリコの利益にもなるからである。

山主とキリコと、そして売り手である渡邊さんの3者それぞれがもつ技の連携で、この小さな流通は成り立っている。そしてその連携を継続させることこそが、実のところ売り手にとっての究極の目標でもある。3者のうちいずれかが突出して利益を得るわけではない。むしろ、それぞれの商売は零細である。その3者が、街路市という場を介することにより共存してきたのである。

街路市での渡邊さんの商いは、共存の指向性を強く持つところに特徴がある。それは、販売側の立場に限ったことではない。

渡邊さんは、サカキ・シキビの単価を父・儀七さんの代から変えていない。その理由について、次のように語る。

「(商売を父から) 継ぐときに、親父に言われた。シキビ、サカキは、儲けて売りよったらいかん。金持ちにも貧しい人にも、福や神はある。貧しい人にも祀れるように売らないかん。それが遺言やったけ」。

そうはいっても、背に腹は代えられず、1度だけ値上げをしたことがあるという。新芽が出る頃の売れない時期に、「ちょっと、値ばあげたわね。1万円ば儲けた、火曜市でね」ところが、帰りがけに、空のリヤカーを軽自動車に接触させてしまった。「カーブ曲がるときにリヤカー振ってね、軽4に、コト、ゆうたら1万なんぼ。1万儲けて、1万5000円とられた。カミ、ホトケは見ゆう」。それ以来、1度も値段を変えたことはないのだという。

かつて瀬戸大橋開通の頃、もっともよく売れた時期にも、値段を変えることなく過ごしてきたのは、そうした父の教えが根本にあったからである。そして現在、最盛期に比べれば需要供給ともに半減しているのが現実だが、やはり値段を変えることはない。「子やらい」(子育て)も終え、勤めていた頃の年金をもらうようにもなった。夫婦ふたりの生活で、何を贅沢するでもない。「おかず代があったらええが」という。

「これもね、自分の代で終わり。キリコが「ちゃがまる、(壊れて動かなくなる)か、あたしがちゃがまるか、リヤカーがちゃがまるか」。

父の代から60年続いてきた街路市のサカキ・シキビ専門の商売は、時代の流れとともにゆるやかな終焉へと向かいつつある。⁽⁴⁸⁾

おわりに

渡邊さんは、自他ともに認める「いごっそう⁽⁴⁹⁾」である。街路市で、その一端を偶然垣間見ることがあった。

火曜市で、初めて訪れた女性客がサカキの値段を聞いた。「目方じゃけのう」という渡邊さんの答えに、「リンになったら目方も高くなる？」と聞いたことが、おそらく渡邊さんには不本意だったのだろう。「高うならん。カミサマは差別せられん。こんまいがでも、リンでも目方はいっしょ」と強く応じ、不快感をあらわにした。結局、この客はやや太めのサカキ1本(150円)を購入したが、渡邊さんの機嫌は悪いままであった。



写真15 店じまい後、テントなど一式をリヤカーに積んで家路につく(火曜市、2009年8月撮影)

このほかにも、時折「おんちゃん、怖い」といわれるのだという。「(品物が気に入らないのなら)自分で山行って取ってこい」と言ってしまったこともあるらしい。これを「いごっそう」といえばそれまでだが、先述した山主とキリコとの連携、そして客との間で長年にわたって信頼関係を築いてきた実績があるからこそ、こうした自負も生まれるのであろう。渡邊さんにとっては、新たな一見客より、わずかずつでも毎回買い物をする常連客のほうがはるかに大切なのである。

高知の街路市、なかでも日曜市は、観光客を多く集めることで全国的に知られる。しかし、その背景には、根強い地元住人の需要と利用があることを、本稿では渡邊さんの店を事例として述べてきた。山主・キリコ・売り手という連携に、客である市民が加わって、この流通は完結する。そこに、先述したささやかな共存の原理を見出し得たことは、生業活動としての市のみならず、商行為そのものを考える上で大きな収穫であったと思う。

ところで、街路市の運営にあたって地元住人の利用を何より重視しているのは、市役所の街路市係である。街路市で扱われる商品の良し悪しは、いうまでもなく街路市全体の質そのものを計る目安になる。そしてそれを見極めるもっとも身近な客層は、他でもない地元住人なのである。まさに渡邊さんが「ちょっと品が落ちちゃったら、お客さん、見たらわかるけね」という、そのとおりである。近年、出店者の高齢化や後継者不足によって、とくに農家の出店者が漸減傾向にあることが危惧されている。そこで街路市係では、農協に働きかけるなどして新たな出店者の開拓も始めている。

藩政時代から数えて300年以上にわたり、街路市は社会の変化に影響されながらも、その時代に合わせた適応を繰り返しながら続けられてきた。筆者はそのほんの末端に接しているにすぎない。産業構造や流通網の変化が著しい今日、街路市がこれにどう適応し、変わっていくのか、あるいは

変わらずにあるのか。そこに携わる人たちの記録を残すことを通して、今後も見守っていきたいと思う。

謝辞

本稿をまとめるにあたり、渡邊功さんはじめ、街路市の皆さんに大変お世話になりました。高知市産業政策課街路市係の濱田末子さんには、調査のたびにさまざまな便宜をはかっていただきました。また、元市役所職員の吉松靖峯さんには、街路市の変遷についてご教示いただきました。サカキ・シキビの生産と流通に関しては、大豊町在住の石川靖朗さんと山下久寿喜さん、本山町在住の河邑一雄さん、高知県中央東林業事務所長の宮崎伸幸さん、株式会社土佐花き園芸市場の岡林保宏さん、高知県立歴史民俗資料館の梅野光興さんに多くのご教示を賜りました。高知市ボランティアガイドの岡村雅夫さんには、2004年の正月に初めて日曜市を訪れて以来今日まで、筆者の調査先にたびたび同行していただき、その都度貴重なご助言を賜りました。ここに記して感謝の意とさせていただきます。ありがとうございました。

註

(1)——市に関する北見俊夫の代表的な著作としては、『旅と交通の民俗』(岩崎美術社、1970年)、『市と行商の民俗』(岩崎美術社、1970年)、『市とその生態』(網野善彦他編『日本民俗文化大系』11、小学館、1985年)などがある。北見の業績を中心とした日本民俗学における交通・交易研究の研究史については、山本志乃「交通・交易研究と民俗学—「旅の民俗」への可能性を求めて—」(『交通史研究』第56号、2005年)にまとめた。

(2)——交易事象の中でも、行商に関しては比較的多くの研究蓄積がある。早いところでは、柳田國男が「行商と農村」(1931年)、「峠の魚」(1934年)、「鯛大師」(1942年)などを著しており、瀬川清子や桜田勝徳も、漁村研究の中で魚行商人の実態や近接する農村との交流などについてまとめている。近年では、神崎宣武によるモノグラフ『わんちゃ利兵衛の旅』(1984年)、『峠をこえた魚』(1985年)のほか、歴史研究に機軸を置いた胡桃沢勘司の『西日本庶民交易史の研究』(2000年)、『牛方・ポッカと海産物移入』(2008年)がある。

(3)——農家における市への出店となりわいとしての位置づけに関しては、拙稿「市稼ぎの生活誌—農家日記にみる定期市出店者の生活戦略—」(『日本民俗学』第264号、2010年)にまとめた。

(4)——櫛の一般的な呼称はシキミであるが、地元での呼称にしたがって、ここではシキビと表記する。

(5)——街路市の変遷については、高知市産業振興総務課編集による『街路市資料集』(2004年)に詳しくまと

められている。

(6)——水曜市は民間の駐車場を使用しており、高知市の管理ではない。また他の街路市と比べて店数が少なく、規模も小さいため、ここでは高知市管理による街路市を考察対象とする。

(7)——戦後復活した1948年当時は、追手筋に交差する大橋通りから東西へ約半丁、追手前高校の正門あたりまでで、その後次第に規模が大きくなり、現在に至ったことが、鎌倉幸次『高知の街路市』(1980年、4～5頁)に記されている。

(8)——ただし、日曜市のみは若干厳密で、夏場は午前5時～午後6時、冬場は午前5時30分～午後5時となっている。

(9)——この制度ができたのは、1998年以降。

(10)——市役所で管理する日曜市・火曜市・木曜市・金曜市の街路市出店登録者の総計となっている。

(11)——近年では、市内のスーパー内に登場した「産直コーナー」に出品する農家出店者も増えている。スーパーの場合、納品の手間のみであるため、複数の街路市をかけたよりも効率が良い。近隣県資本のこのスーパーでは「産直コーナー」の展開を積極的にはかっており、実際に街路市と類似の品揃えをもつ空間が複数の店舗に出来つつある。生産者の顔をDVDで流すなど、街路市を意識した高知市内スーパーの「産直コーナー」は、街路市の今後のあり方を考えるうえでも、注視していきたい現象である。

(12)——かつて街路市係の管轄だった商工課の課長を務めておられた吉松靖峯さん（1946年生まれ）によると、組織としての街路市係が誕生したのは、1959年である。市政案内に記載されており、3名の職員を配置してスタートした。それ以前は商工係が担当部署だった。

(13)——1931年当時、開催されていた街路市と場所は次のとおり。日曜日＝帯屋町、月曜日＝浦戸町、火曜日＝本町筋5丁目・新市町、水曜日＝升形、木曜日＝大橋通・新町、金曜日＝朝倉町・江ノ口札場ノ辻、土曜日＝県庁通。

(14)——秦孝治郎（坂本武人編）『露店市・縁日市』中公文庫、1993年、193頁。

(15)——秦孝治郎、前掲書、190～191頁。

(16)——秦孝治郎、前掲書、193頁。

(17)——秦孝治郎、前掲書、189頁。

(18)——秦孝治郎、前掲書、190頁。

(19)——秦孝治郎、前掲書、193～194頁。

(20)——塩干物やカツオたたきなど。鮮魚も可能ではあるが、先述した諸問題のため実質は無理である。

(21)——この方針は、1998年に学識経験者ら15名による高知市街路市問題検討委員会がまとめた「街路市に関する答申書」の意見に基づいて決められた。

(22)——高知市街路市連絡協議会は高知市で構成。定時への昇格については、高知市街路市占用許可要領第3条の新規定時出店者選考基準などに基づいて検討がなされる。

(23)——出店者自身の話によれば、こうした組合を組織する理由のひとつに、保険の加入の問題がある。テントが倒れて客が怪我をした場合などに備えて、各出店者は保険に加入しているという。

(24)——高知市産業振興部産業振興総務課編集発行『土佐の日曜日に関する調査』（2005年3月発行）による。500名のサンプリング調査で、男女比や年代別の比率はほぼ均等。

(25)——西甸「街路市の実態について—顧客調査より見たる日曜日の場合—」『市政研究』第3号（高知市企画室、1957年3月発行）による。任意の299組の客に対する調査。

(26)——鎌倉、1956年、10頁。

(27)——石本、1991年、2頁。

(28)——前出の吉松氏の話による。

(29)——シキビに関しては、葉の独特の香や実に含まれる毒性などから、本来は幅広い用途があったが、さまざまな生活上の知恵の積み重ねから次第に仏事に多く用い

られるようになったことが、原泰根著『シバとハナ—神霊の祭りごと—』（臨川書店、1994年）に詳述されている。また、近年におけるシキビの商品的地位の高まりに注目した坂本格の研究によれば、使用圏は茨城県から静岡県に至る太平洋に面した地方、および愛知・岐阜・福井県を結ぶ線以西の大部分の地方であるとされ、そこでの仏事における使用の仕方は一様でなく、とりわけ「シキミ輪」などとして用いる習慣のある京阪神地方が大消費地として位置づけられるという（『シキミの価格・流通量変動の時系列分析』『高知大学農学部演習林報告』第17号、1990年）。

(30)——千葉県南東部の日蓮宗地域や、日蓮宗系の宗教団体などの仏事では、とくにシキビを多用する習慣がある。

(31)——年中行事として報告されている民俗事例では、12月18日に「檜とり」として、「墓地へ供へるハナ（檜）を取りに山へ行く」（田中幸一『足摺の年中行事』1987年、10頁）とあるほか、須崎市で春の彼岸の際に、「他所から嫁にきているものや、遠くに先祖のいるものがナガシ参りといって川の水際に檜を立てて、先祖まつりをしていく」（坂本正夫他『四国の歳時習俗』明玄書房、1976年、203頁）といったものがある。

(32)——シイタケ・ヒラタケ・エノキタケなどのキノコ類、ゼンマイ・タケノコなどの山菜類、クリ・サンショウなどの樹実類、木炭、竹材、そしてサカキ・シキビなどの特用樹などがある。

(33)——高知県林業振興・環境部木材産業課発行の統計資料『高知県の特用林産』（2010年）による。以下、県内の生産量に関する統計は、特に断りのない限りこの資料による。

(34)——サカキは奥地の国有林に自生しているものが多く、これの伐採は、採取権を入札によって決めて契約するシステムになっている。この国有林における生産量については先の統計資料には反映されていない。

(35)——大豊町在住の石川靖朗さん（1931年生まれ）と山下久寿喜さん（1938年生まれ）からの聞き取りによる。伊野町（現いの町）に製紙工場があり、そこへ原料を出していた。

(36)——街路市の店主の渡邊功さん、前出の石川さんの話による。

(37)——シキビがもつ毒性から、死者を埋葬した後に禽獣によって掘り起こされるのを防ぐため、墓地にシキビを立てたり植えたりする習慣があるとされる（原、前掲書、50頁）。

(38)——大豊町における変遷については前出の石川さんの話による。

(39)——サカキの場合も、例えば株式会社土佐花き園芸市場では、葉の部分の高さが約30センチ、最大幅が約20センチ、柄の長さが約10センチで、葉の部分が全体的に下方に重心をおいたひし形になるよう、具体的な図に示して指導している。葉の状態が悪くなかったり、束の形が規格に合わない場合は返品して再指導することもあるという。

(40)——株式会社土佐花き園芸市場の年間の取り扱い量は、2008年の実績ではサカキが約18トン、シキビが約47トンである。

(41)——高知県中央東林業事務所長の宮崎伸幸さんのご教示によると、白髪山周辺の一帯は江戸時代から良質のヒノキ材などが得られる山としても知られており、周辺に分布する蛇紋岩が何らかの影響を与えていることが推測されるという。蛇紋岩は微量元素のマンガンやマグネシウムなどを含有するほか、別名を温石ともいい、古くは温めた蛇紋岩を懐炉代わりにも使用したとされる。

(42)——サカキとシキビでは需要にも差があるので、便利な場所にはシキビを、やや便利の悪い場所にはサカキ

を植えている。またサカキは陰地のほうが質の良い葉になりやすい。

(43)——無人の直売所。道路脇などに荷台と代金を入れる箱が設置されている。

(44)——植え付けの間隔と消毒との関係については、前出の宮崎伸幸さんのご教示による。

(45)——山に泊ることによって、Iさん夫婦が盗難防止の山番の代わりになるという利点もあるのだという。

(46)——先述したとおり、サカキとシキビには収穫量そのものに差があるため、荷の比率は、サカキ対シキビが、おおよそ3対7くらいである。

(47)——計量は常に客の目の前で行われ、秤も客側に目盛りを向けた状態で置かれている。

(48)——本稿を成文化した約半年後、2012年3月をもって、渡邊さんは市での商売を廃業された。理由は、キリコのIさんの病気により、従来の方法で商品を手に入れることができなくなったからである。したがってここでは、廃業直前の2011年末における事実関係を現状として記録した。

(49)——多くの含蓄ある方言だが、概して頑固で一本気な土佐の男性を表す。

(旅の文化研究所，国立歴史民俗博物館共同研究員)

(2013年3月25日受付，2013年7月30日審査終了)

Essay on Techniques of Regular Market Vendors : A Case Study of A Japanese Anise and Cleyera Shop at the Street Market in Kochi

YAMAMOTO Shino

Regular markets held on fixed days of the week or month is one of general business forms in Japan. While many were disappearing in the modernization process, some are still working as a local economic activity, and some have been newly established in a different form. If you make a living by running a stall at a regular market, you need a sales strategy to continue your business. Regarding this as one of occupational techniques, this paper analyzes a concrete example of current regular market business.

As a case study, this paper focuses on a shop that has only dealt in Japanese anise (shikimi, also known as shikibi in the study area) and cleyera (sakaki) for about 60 years over two generations at the street market in Kochi, whose history dates back to the feudal period. Both Japanese anise and cleyera are familiar plants used for seasonal events and celebrations, and they are in demand at all times of the year in Kochi. People used to gather branches from trees growing wild in the mountains for sale. Since the 1970s, however, as Japanese anise cultivation was promoted as one of ways for earnings in the hilly and mountainous areas, people have sold high-quality branches supplied by tree farms. Expert loggers called kiriko have been involved in this process through management and lumbering of Japanese anise and cleyera under contract with landholders. In Kochi, in general, branches with small, shiny leaves called koba are very popular. These commercially valuable branches can be produced by landholders' careful sterilization and loggers' high techniques.

On the other hand, street market vendors make use of their various skills and keep prices low to sell as many products as possible. The store in this study is most highly evaluated for its good quality and trustworthiness, so it has a large patronage. It has collaborated with landholders and loggers by combining respective skills so that the distribution system can provide customers with best products, in spite of its small scale. Continuing this cooperation is vital for vendors. In other words, the study reveals the potential orientation of street market business to a harmonious relationship.

Keywords: Regular markets, Kochi, Japanese anise (shikimi/shikibi), loggers (kiriko), occupations