

岐阜県支部

岐阜県における農産物直売所に関する調査研究 ～農業6次産業化に向けて～

農業・農村をめぐる変化の中で農産物直売所はもっとも活発な動きをしており、現在も発展している。岐阜県の「朝市・直売所」の設置箇所数は、平成15年度にピークの248箇所になったが、平成23年10月末現在231箇所となっている。しかし、岐阜県全体の販売金額についてみると、平成15年度は51.7億円であり、平成22年度は108.4億円で2倍を超える伸びを示している。平成18年度の一箇所当たりの全国平均販売金額は3,387万円、岐阜県全体は平均3,837万円で、岐阜県全体のほうが450万円上回っていた。しかし、平成21年度の一箇所当たりの販売金額は、全国平均5,214万円であり、岐阜県平均は4,622万円で、岐阜県全体の平均が592万円下回った。全国の発展と比べると、岐阜県は飽和状態で競争と淘汰の中で発展の伸びは低下している。しかし直売所で売られている野菜はわずかであり、ほとんどの野菜は、流通にのって運ばれており、そのコストだけでも勿体ない。地域で作ったものは地域で消費する役割を直売所は果たさなければならないし、成長していかなければならない。

県内の21箇所の直売所でアンケート調査を実施した。その結果は、岐阜県の直売所も全国の直売所と似た来店客層で、50代、60代の一人客または夫婦客が多く、来店頻度は週1、2回～月1、2回程度、購入するものは野菜中心で新鮮さを重視しているが、特別な商品を求める客も多く、直売所の品揃えにあった購買行動をしている。商品の品質や、地域特有の商品に対して評価は高く、接客・サービスも特定の店を中心に評価されている。県内の農産物直売所では、その多くが運営上多様な課題を抱えている。

これからはじめる農産物直売所や、すでに開設している直売所運営の見直しの参考として、訪問調査をベースに「農産物直売所の運営」について、以下の11項目にまとめた。

1.直売所開設に際して、2.品揃えを考える（何をどのように売るか）、3.集客と販売促進対策について、4.店舗のレイアウトについて、5.商品構成をどうするか、6.情報発信の重要性（特にPOPの役割が重要）、7.人材育成と接客の基本について、8.レストランを併設する場合、9.新製品開発の可能性は大きい、10.事業を多角化する、11.地域社会への貢献として農産物直売所に期待される機能

また、直売所が抱える課題と対策としては、経営理念を明確にして、共有し、その目標を達成するため直売所の経営計画の策定、計画の実現にむけPDCAの確実な実施が重要である。直売所は、新鮮で高品質の農産物を品揃えしなければ、顧客の要望に応えることはできない。農産物を出荷する生産者を、確保・育成するには高齢化対策・後継者対策および出荷者の育成がポイントである。生産者は自信の持てる農産物を出荷して消費者の要望に応え、直売所は優れた農産物を提案・提供する場であり、生産者と消費者のコミュニケーションの場でなければならない。そうすることで直売所は、消費者や地域農業の支持を得て、勝ち残り発展することができるであろう。