

《論文》

別 刷

大都市近郊の農産物直売所による
地域農業活性化に関する一考察

木村 彰利

[農業市場研究 第19巻第1号 (通巻73号) 2010年6月]

《論文》

大都市近郊の農産物直売所による地域農業活性化に関する一考察

木村 彰利*

Revitalization of Local Farming: A Case Study of Locating Farmers' Markets in a Suburban Areas of a Large City

KIMURA, Akitoshi

Marketing & Research Institute for Agricultural Cooperatives

Abstract:

This paper presents a case study of farmers' markets in Higashi-Katsushika, Chiba Prefecture, a horticultural region in a suburban area of a large city. The study identifies, on the basis of survey findings, the role played by farmers' markets in local agricultural revitalization.

The study revealed that farmers' markets in this region were not only used by local farmers to ship produce, as the relatively lenient conditions for shipping allowed sales by elderly and small-scale farmers as well. These conditions also enable subsistence farmers to engage in sales as well as allowing retiree farmers to return to produce sales and contribute to rejuvenation of local farming. Additionally, customers at the farmers' markets were primarily local residents who used the markets as part of their daily shopping routine.

The study also revealed that the factors by which farmers' markets rejuvenated the Higashi-Katsushika region included it being a horticultural area as well as containing significant consumer demand.

[Key words] suburban areas, farmers' markets, agricultural revitalization

I はじめに

千葉県東葛飾地域¹⁾は、東京都に隣接するという立地条件を活かして大都市近郊園芸生産地域²⁾として発展してきた。しかし、戦後においては東京都や千葉市のベッドタウンとしての性格から人口の増加が著しく³⁾、現在では千葉県内でも都市化の進んだ地域となっている。

同地域の農業生産の特徴は、大消費地の後背産地として多品目にわたる青果物の生産が行われて

いることにある。流通に関しては、市場へのアクセスが容易であることから生産者による個人出荷や出荷組合による出荷が盛んに行われており、系統経路率が低い⁴⁾という特徴がある。また、生産者の経営上の特徴としては主業農家の割合が比較的高く⁵⁾、農業を経営の中心とする生産者が存在する一方で、都市近郊という立地条件を活かしてマンションやアパート、駐車場等の不動産賃貸を経営の中心としながら、農業については自給も含めて「趣味的」に行うものが多い⁶⁾という点があげられる。それに加えて近年は生産者の高齢

* (社)農協流通研究所 (E-mail: kimura_aki@nrk.or.jp)

キーワード：都市近郊、農産物直売所、農業振興

化が進行しており、作業負担の問題から生産規模を縮小したり廃業するものも多く、大きなロットによる継続的な出荷には課題が多い⁷⁾。また同様の理由から、厳しい選別や調製に対応できない生産者が多数存在している。

ここで、同地域で行われている主要な販売方法について確認すると、①生産者による卸売市場への個人出荷、②農協や出荷組合を通じた共販、③生産者による庭先販売等をあげることができる。

このうち、個人出荷⁸⁾については市場等の規格に合わせた選別やケース単位のロット形成が要求されるだけでなく、卸売業者による巡回集荷を利用しないのであれば市場までの輸送が必要である。農協や出荷組合の共販については個人出荷以上に厳密な規格での選別を行わなければならない、加えてケース単位のロット形成や継続的・計画的な出荷が要求されている。また、個人で庭先直売⁹⁾を行う場合には選別基準は緩やかであるものの、生産者自身で店舗等を設置しなければならないうえに、ある程度の品揃えや数量も必要となる。このような理由から、上記の販売方法は高齢化した小規模生産者には適さない方法である。

その一方で、農産物直売所で販売する場合は既にみた3つの販売方法とは異なって、選別基準が緩やかなだけでなくロット的な制約も少ないと考えられることから、同地域に特徴的な「趣味的」生産者の販売方法として適性が高い¹⁰⁾ことが想定される。さらには、生産地と消費地との距離が近い同地域においては、より優位性の高い販売方

法とすることができる。そして、大都市近郊園芸生産地域に設置された農産物直売所が地域の農業に与える影響について明らかにすることは、都市近郊農業の振興方策について検討するうえでの一知見となることが期待される。

このため本研究においては、千葉県東葛飾地域の農産物直売所における青果物等の集荷・販売の実態について検討するとともに、直売所が地域の農業振興において果たす役割について明らかにすることを課題とする。

II 農産物直売所の設置状況と調査対象の概要

1 農産物直売所の設置状況

千葉県東葛飾地域には、平成20年3月現在、13店舗¹¹⁾の農産物直売所が設置されている。また、これら以外にも生産者が設置した直売所が多数存在しているが、後者については生産者の庭先直売のための施設であり、会員資格があれば自由に出荷できる農産物直売所とは性格が異なることから、本研究の対象とはしていない。

また本研究においては、上記13店舗のなかから調査への協力が得られた7店舗の農産物直売所を分析対象としている。なお、ヒアリングは2008年8月30日から9月26日にかけて適宜実施した。

2 調査対象の概要

調査対象となった農産物直売所の概要について

表1 調査対象直売所の概要

単位：坪、千円、人

	所在地	運営主体	売場面積	年間販売額	延べ雇用従業員数			定休日	備考
					合計	正規	非正規		
A	船橋市行田	農業協同組合	20	32,000	2	2	-	-	Aコープに併設（レジは共通）。
B	船橋市豊富町	農事組合法人	40	50,000	7	1	6	-	生協産直が経営の中心。
C	松戸市馬橋	任意団体	21	25,000	-	-	-	日月 水木 金	農協が店舗施設を提供。 営業は火・土の半日のみ。 レジは生産者2名が交代で担当。
D	松戸市横須賀	スーパー	20	95,000	5	4	1	-	店舗はスーパーの敷地内にあり。 運営は地元の不動産業者。
E	柏市高田	株式会社	133	770,000	55	5	50	水	-
F	柏市箕輪新田	株式会社	96	670,000	45	7	38	-	道の駅で営業。 正規従業員は出資した生産者。
G	我孫子市我孫子新田	財団法人	30	95,000	12	2	10	水	財団法人は我孫子市の外郭団体。 現在の店舗は仮店舗。

資料：ヒアリング（08年）により作成。

注：年間販売額は2007年の実績である。

表2 調査対象直売所の設置の経緯

	設置時期	直売所設置に至る経緯
A	2005年	1998年に生産者の要望と農協の意向からAコープで直売を開始。 2005年にAコープに併設した直売コーナーを設置。
B	2005年8月	1975年に生協産直を目的として農事組合法人を設立。 2005年に生産者の希望により直売所を設置。
C	2004年7月	1993年に任意団体である「無農薬栽培研究会」が設立。 2002年から農協前で朝市を開催。 2004年に農協が直売施設を設置し、任意団体に貸与。
D	2004年5月	松戸市の要望と農協の協力を得て、スーパーが敷地内に設置。
E	2004年5月	地元の生産者が中心になり、外部資金の融資も受けて設置。
F	2001年4月	2001年の道の駅設置を機に、地元2農協と生産者出資の有限会社で開始。 2002年に有限会社を解散し、農協を排除した生産者出資の株式会社を設立。
G	2007年6月	1999年頃から我孫子市に直売所設置の意向あり 2007年に、市の外郭団体が直売所を設置

資料：ヒアリング（08年）により作成。

は、表1のとおりである。店舗所在地から確認すると、船橋市内がA及びB、松戸市内がC及びD、柏市内がE及びF、我孫子市内がGとなっている。

これら店舗の運営主体については、Aが農協のAコープ、Bは生協産直を経営の中心とする農事組合法人、Cは生産者による任意団体、Dはスーパーである。また、E及びFは主に生産者の出資によって設立された株式会社であり、このうちFは道の駅に店舗がある。Gについては、我孫子市の外郭団体によって運営されている。このように、直売所の運営主体は様々であるが、B、C、E、Fについては生産者が自分の生産した農産物の販売先として、AとDについてはスーパーが販売戦略の一環として、またGについては行政が地域振興施策として設置したものということができる。

直売所の設置時期については、表2にあるように2001年から2007年にかけてと比較的最近である。しかし、Bは30年以上にわたる生協産直の活動実績があり、直売所については組合員である生産者が新たな販売先を確保するために設立したという経緯がある。同様にEやFについても地域の生産者によって、販売先として活用することを目的に設置されたものである。一方、Cは無農薬栽培を行う団体としての前史を持っているが、これについては零細な生産者による勉強会的な生産・販売活動が発展し、現在に至ったものである。

調査対象直売所の年間販売額は、Eの7億7,000万円やFの6億7,000万円が大きく、次いで

表3 調査対象直売所の品目構成と集荷方法（金額割合）

単位：%

	品目構成						集荷方法			備考
	合計	野菜	果実	米	花き	他	合計	委託	買付	
A	100	90	10	-	-	-	100	100	-	-
B	100	74	10	5	1	10	100	85	15	特殊な品目が多い。
C	100	88	2	-	2	8	100	100	-	生産方法に特徴。
D	100	80	5	5	8	2	100	100	-	-
E	100	65	5	10	3	17	100	65	35	-
F	100	77	1	9	0	12	100	85	15	高級品が多い。
G	100	60	15	10	5	10	100	70	30	-

資料：ヒアリング（08年）により作成。

5,000万円以上～1億円未満のB、D、Gがあり、5,000万円未満としてはAとCが存在している。なお、これら直売所の規模の全国的な位置付けについては、比較的大規模層に偏っている¹²⁾と思われる。

これら直売所で取り扱われている農産物の品目構成については表3のとおりである。販売額に占める野菜は60～90%を占めており、これに果実を加えると75～100%が青果物となっている。このため、これ以降については分析の対象を主として青果物とし、表記についても青果物等としたい。

これら直売所で取り扱われている青果物等の品目は、その地域で一般的に生産・出荷されているものとなっている。しかし、Bについては卸売市場では流通していない珍しい品目・品種も取り扱われており、Cについては農薬を使用しないなど生産方法にこだわりのある出荷品が多い。また、Fにおいては高級品を出荷するよう出荷者に働きかけることによって、他の直売所との商品上の差

別化が図られている。このうち、Bで販売されている商品の多くは市場関係者の認知度が低く、Cは外見上の問題から、Fについても1品目当たりのロットの小ささから、いずれも共販や市場出荷には向かないものである。

調査対象における青果物等の集荷方法は委託が中心となっているが、B、E、F、Gについては買付集荷も併用されている。一方、スーパーに併設されているAとDについては、スーパー本体が買付仕入を行っていることから直売については全量が委託である。また、Cについても生産者が生産したものを持ち寄って販売するという店舗の性格から、全量が委託となっている。

Ⅲ 農産物直売所における集荷・販売の実態

1 青果物等の集荷実態

調査対象となった直売所の出荷者数¹³⁾については、表4にあるようにGの約60名からEの220名となっている。このうち、Bの出荷者の多くは生協産直を販売の中心としており、Fの出荷者には恒常的な出荷や数量が要求されることから、この2つの直売所の出荷者は他と比較して規模の大きな生産者が多い傾向にある。しかし、これら以外の直売所については、設置に至る経緯に関わら

ず高齢かつ零細な生産者の占める割合が高いと考えられる。また、Fを除けば出荷者数と常時出荷者数には乖離があり、非継続的な出荷者が多数存在していることが分かる。そして、このことは継続的な出荷が行えなかったとしても、直売所では販売可能であることを示している。

出荷者の所在地については、当該直売所の所在市内や隣接市である場合が多く、直売所は地域の生産者への出荷先として活用されている。その一方で、Bについては八千代市と印西市に集荷所が設置されていることもあって、出荷者は広く県北部一帯に所在している。

直売所の設置が2001年以降と最近であることは既にみたが、これら直売所の出荷者における直売所設置以前の出荷先については以下のとおりである。CやE、Gについては市場への個人出荷から変更してきたものが多く、その理由としては零細な生産者にはロットや選別が求められる市場出荷よりも、少量でも販売可能な直売所の方が販売上有利となることあげられている。また、FやDの出荷者には、以前は個人やグループで野菜の庭先直売をしていたものも多い。このため、Fの設置に際しては付近の10以上の直売施設が閉鎖され、結果的により大規模なFへと再編されている。AやDについては、以前は自給農家であった

表4 調査対象直売所の出荷者

単位：人

	会員(出荷者)数		常時 出荷者	出荷者の所在地	直売所設置以前の出荷先	備 考
	正	准				
A	70	-	10~20	当該農協管内 60人 船橋市内 10人	出荷なし(リタイヤ・自給) 卸売市場 等	一度はリタイヤした高齢者が多い。 後継者は市場出荷の場合あり。
B	60	50	10	船橋市内 10人 東葛飾 12~13人 千葉県内 37~38人	生協産直 等	八千代市と印西市に集荷所あり。 専門的な生産者が多い。 一部、脱サラによる新規参入。 生産者は生協産直と直売所を併用。
C	約50	30	20~25	当該農協管内	卸売市場 等	生産者のほとんどは不動産との兼業。 他の直売場を併用する生産者も多い。
D	約80	-	45~50	松戸市内が中心 他は東葛飾地域	出荷なし(自給) 庭先直売 等	生産者のほとんどは不動産との兼業。
E	220	-	約100	柏市内 約90% 千葉県内 約10%	卸売市場 F直売所 出荷なし(リタイヤ・自給)等	-
F	76	76	76	柏市内(旧沼南町)	卸売市場 庭先直売 行商 等	継続的に出荷しない生産者は退会。 市場、スーパー直納、行商との併用も多い。
G	約60	-	約30	我孫子市内 (湖北地域が中心)	卸売市場 スーパー直納 等	市場やスーパー直納との併用が多い。

資料：ヒアリング(08年)により作成。

ものが多い。このうちAについては、農家の経営が後継者に委譲される際に後継者は前経営者の出荷方法である市場出荷を継承し、リタイヤした前経営者は小規模ながらも農業を継続するために販売先を直売所へと切り変えたケースが多い。また、Dについては設置時に担当者が自給農家を巡回し、直売所へのお荷を要請することによって出荷者を確保した。このことは、継続的な出荷やロットが要求されない直売所では高齢化した生産者や零細な自給農家でも出荷が可能であり、直売所の設置によって高齢者の生産継続や自給農家の販売参入がもたらされ、地域農業の活性化につながったことを意味している。

調査対象の直売所における販売手数料率と価格設定の方法については、表5のとおりである。販売手数料率については、AやDのように品目に関わらず同率としている直売所がある一方で、多くの直売所は品目や出荷者の会員としての資格によって手数料率が変わっている。

ここで、表出してはいないが直売所出荷品の選別・調製の方法について確認すると、いずれの直売所においても出荷者は自分で選別・調製した青果物等を直売所に持ち込んでいる。この場合、選別・荷造りについての基準はなく、生産者に一任されている。このため厳密な規格に合わせて選別・調製をする必要がなく、高齢者でも取り組み易くなっている。出荷ロットについてもF以外で

は要求されておらず、1束のみでも出荷は可能である。このことは、出荷数量の少ない小規模な生産者でも出荷可能であることを意味している。

続いて、調査対象における価格の設定方法について検討すると、生産者に一任しているのはA、C及びDの3店舗である。これら以外では、直売所で原則的な販売価格を決めているFや、直売所が上限と下限を決めているE、そして下限のみを設定しているB及びGなど、直売所によって対応に差がみられる。そして、このように価格の基準を定める理由としては、F、B及びGについては、近年は直売所間の価格競争が激しく¹⁴⁾、価格設定を出荷者に一任すれば売れ残りを回避するために安い価格が設定され、結果的に直売所間の競争がより厳しくなる点あげられている。一方、周辺に人口が多く販売が容易であるEについては、価格を出荷者に任せれば高く設定されてしまう可能性があることから、直売所の評価を落とさないために規制を設けている。

2 青果物等の販売実態

調査対象直売所の購入者について取りまとめたものが表6である。購入者数についてはBの120人/日からEの1,500人/日となっており、年間販売額にほぼ比例¹⁵⁾している。

購入者の居住地は正確には把握できないが、その殆どが直売所の所在市内か隣接市とされてお

表5 調査対象直売所の手数料率と価格の設定方法

	手数料率	価格設定の方法	備 考
A	全品目 15%	生産者に一任 (生産者はAコープの価格を参考に設定)	-
B	野菜 正会員 20~23% 准会員 22~25%	生産者が基本価格の6割を下限に設定 (基本価格は直売所が品目ごとに設定)	集荷所利用料は他に2%。
	果実、米 正会員 17~20% 准会員 19~23%		
C	正会員 10% 准会員 20%	生産者に一任	手数料の5%は農協が徴収。
D	全品目 20%	生産者に一任	開始後1年間は直売所が設定。
E	農産物 15% 加工品 20%	生産者が定められた範囲内で設定 (直売所が品目ごとに上限と下限を設定)	-
F	農産物 正会員 15% 准会員 20%	生産者が原則的な価格に準じて設定 (直売所が品目ごとに原則的な価格を設定)	生産者ごとに価格は異なる E直売所の設置により単価は下落。
	加工品 正会員 20% 准会員 25%		
G	農産物 15%	直売所が品目ごとに最低価格を設定 近隣スーパーより30円程度安くするよう要請	-
	加工品 20%		

資料：ヒアリング（08年）により作成。

表6 調査対象直売所の購入者の概要

	購入者数	購入者の居住地
A	約300人/日 (店全体では2,000人/日)	周辺の団地住民 (ほとんどが半径1km以内)
B	120~130人/日	船橋市内 70~80% 千葉県内 10~20% 東京都内 約10%
C	200~250人/日	松戸市内がほとんど 一部は流山市、葛飾区など
D	約300人/日	周辺住民 (半径2km以内に70~80%)
E	約1,500/日	柏市内が70%以上 その他、市川市、松戸市等
F	約1,300人/日	柏市内 44% 東葛飾 42% 千葉県内 3% 県外 11%
G	約290人/日	我孫子市内 約50% 柏市内等 約50%

資料：ヒアリング（08年）により作成。

り、買い回り範囲は決して広くはない。このことから、これら直売所は遠方の消費者の週末まとめ買い先として利用されるよりも、その鮮度の良さを評価する周辺住民から、日常的な買い回り先として利用されている可能性が高い。そしてこのことは、EやFの平均的な客単価が1,500~1,800円/人と決して高くないことから裏付けられる。また、直売所の出荷者が直売所所在市かその隣接市の生産者であったことを踏まえれば、東葛飾地域の直売所は地産地消の主要な担い手といえることができる。

そして、直売所がこのように利用されている背景には、東葛飾地域の都市化によって生じた膨大な消費需要の存在があげられ、同地域が都市と園芸生産地域とを兼ね備えた条件にあることが、直売所の活性化に結びついていると考えられる。

IV まとめ

以上、本研究においては千葉県東葛飾地域における農産物直売所について検討を行ったが、最後にその検討結果について取りまとめると、概略は以下のとおりとなる。

東葛飾地域内には合計13店舗の農産物直売所が設置されているが、これら直売所の出荷者の大部分は直売所所在市内の生産者であり、直売所は地域の生産者に出荷先として利用されている。

直売所に出荷するにあたっては、ロットが小さ

く、恒常的に出荷されず、厳密に選別されていないものでも受入可能である。さらには、認知度や外見等の問題から市場出荷に適さない品目・品種であったとしても出荷できることが、直売所が広く利用される一因となっている。このように出荷にあたっての制約が比較的緩やかであることから、直売所が地域に設置されることによって、個人出荷や共販には対応できない高齢・零細な生産者等であったとしても出荷が可能となるだけでなく、自給農家の販売参入や一度はリタイヤした生産者の販売継続がもたらされており、地域農業の活性化に貢献している。

直売所の販売面に関しては、そこでの購入者は所在地周辺の居住者である場合が多く、その多くは直売所を日常的な買い回り先として利用している。このように、直売所は地域内で生産された青果物等を地域内の需要に供していることから、地産地消の重要な担い手となっている。

そして、東葛飾地域の直売所が活性化している背景には、同地域が園芸産地であるとともに、地域内に膨大な消費需要が存在している点をあげることができる。

最後に、東葛飾地域においては生産者による市場への個人出荷、農協や出荷組合による共販、生産者による庭先直売等、多様な販売方法が行われており、それぞれ機能を補完し、棲み分けながら展開されてきた。このようななかにおいて、農産物直売所においても他の出荷方法にはない機能があり、地域農業活性化の一翼を担っているといえることができる。

注

- 1) 東葛飾地域は千葉県の地域区分の一つであり、市川市、船橋市、松戸市、野田市、柏市、流山市、我孫子市、鎌ヶ谷市、浦安市の9市が含まれている。
- 2) 『平成18年千葉県生産農業所得統計』によれば、2006年の東葛飾地域における農業産出額は456億円であり、そのうち野菜を中心とする青果物は387億円を占めている。
- 3) 千葉県資料によれば、東葛飾地域の人口は1986年の223万2,000人が2008年には265万2,000人となり、この間に41万9,000人増加し

ている。

- 4) 筆者の推計によれば、2006年の東葛飾地域における系統経由率は17.7%であった。
- 5) 『千葉県農林水産統計年報 平成18～19年』によれば、千葉県の主業農家割合が21.6%であるのに対し、東葛飾地域では28.2%を占めていた。
- 6) 2007年6～9月に東葛飾地域の9農協を対象に実施したヒアリングの結果による。
- 7) 注6)のヒアリング及び引用文献[1]による。
- 8) 出荷者からみた個人出荷や共販の評価については、注7)の学会報告において検討した。
- 9) 東葛飾地域におけるなしの庭先直売については、学会報告、木村彰利「大都市近郊園芸生産地域におけるなしの庭先直売に関する研究—千葉県東葛飾地域を事例に一」日本農業市場学会大会、2009年において検討した。
- 10) 引用文献[2]のp.24において、直売所は高齢者や女性でも出荷し易い点が指摘されている。
- 11) 引用文献[3]のp.564、及び[4]のpp.24～25による。
- 12) 財都市農山漁村交流活性化機構によれば、2006年において全国に1,499の有人農産物直売所が設置されているとされ、その規模は

5,000万円未満が全体の54%を占めている。

- 13) 直売所の出荷者は複数の直売所を利用することもあるため出荷者数には重複があるが、農協共販と併用するケースは少ない。
- 14) 直売所間の価格競争の存在については、先に設置されていたFの価格が、Eが設置されることによって総体的に引き下げられたことから明らかである。
- 15) AとCについては比例していると言いが、Aはスーパー店舗内の直売コーナーであるため客単価が低く、Cについては週2日の営業であることによると考えられる。

引用文献

- [1] 木村彰利「大都市近郊園芸生産地域の生産者における販売対応に関する一考察—千葉県東葛飾地域を事例として—」『農業市場研究』第18巻第3号、2009年12月、pp.40～46。
- [2] 櫻井精一「農産物直売所を核とした地産地消の展開と地域農業振興」『農業市場研究』第15巻第2号、2006年、pp.21～29。
- [3] 『平成20年版農業協同組合名鑑』全国農業新聞、2008年1月、pp.1～604。
- [4] 『ちば 直売所ガイドブック』千葉県農林水産部、2008年3月、pp.1～38。
[2009年8月17日受付、2010年1月30日受理]