

京滋地区の農産物直売所における今後の方針の傾向 アンケート調査による

The Trend of the Future Courses in Farmer's Markets, KEIJI-Area
, based on the survey with questionnaire

齋藤 晋* 林 直樹**
Susumu SAITOH Naoki HAYASHI

1. はじめに

最近，農村地域において，これまでの市場を通す一般的な流通経路とは異なる選択肢として，また農村地域の農業を中心とした活性化の一手段として，農産物直売所（以下，直売所）が注目されている¹⁾。本稿では，京滋地区の直売所を対象にして実施したアンケートの結果を踏まえつつ，直売所の今後の方針の傾向やそれに関係する要因を明らかにする。

2. アンケート調査について

今回のアンケート調査対象は，京都府・滋賀県の直売所 69 ヶ所である。回答者には直売所の代表者^(注 1)をお願いした。アンケート方法には配布郵送調査法を採用し，2005 年 1 月 6 日に発送を行った。主な質問項目は直売所の立地，品揃え，運営形態，出荷戸数，売上の様子，競争の発生，考えている今後の方針などである。

2005 年 3 月 25 日現在 56 票回収された（回収率 81.1%）。なお，回答のうち無記入については，欠測値としてそこだけ除外するが，調査表全体は無効にしない。

3. 直売所の今後の方針

アンケートの設問の一つである「貴直売所の今後の方針について，現在の考えをお教えてください」に対する回答をグラフ化したものが

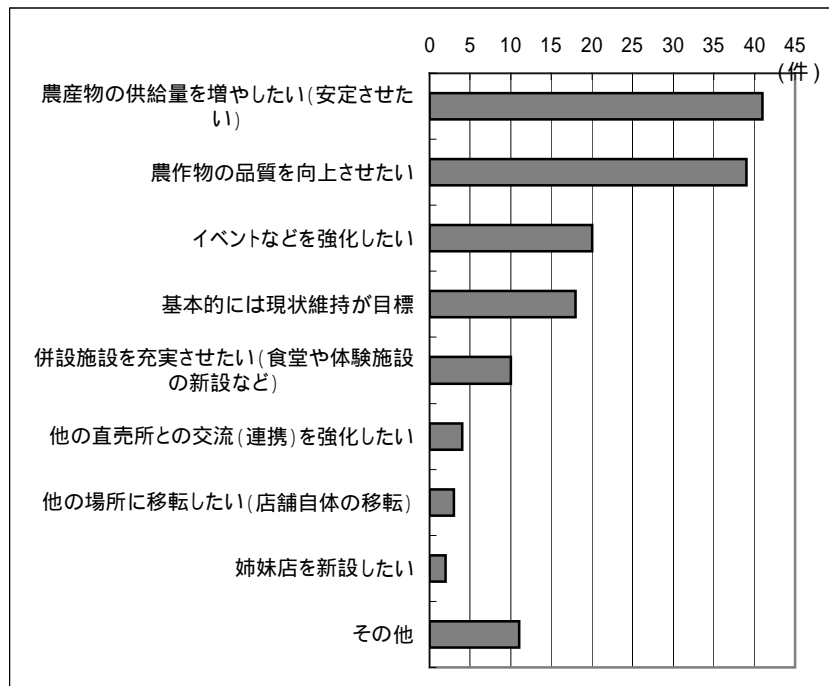


図 1 直売所の今後の方針

Fig.1 The Trend of the Future Courses in Farmer's Markets

が図 1 である（複数回答）。「農産物の供給量を増やしたい（安定させたい）」（以下，「供給量増」）や「農作物の品質を向上させたい」（以下，「品質向上」）が，多くの直売所で今後の方針として考えられていることがわかる。また「イベントなどを強化したい」（以下，「イベント」）を選択した直売所も多い。

* 大谷大学文学部, Department of Literature, Otani University

**京都大学地球環境学堂, Hall of Global Environmental Research, Kyoto University

4. 出荷戸数と今後の方針の関係

直売所の規模によって今後の方針は変化すると予想される。そこで、出荷戸数の多少（20 戸以上/未満）と今後の方針との関係を調べた。出荷戸数の多少は、アンケートの設問の一つである「貴直売所の出荷者（平成 15 年度中一度以上出荷した方）はおよそどれくらいですか」に対する回答に基づく。

その結果、出荷戸数が多い直売所は、今後の方針として、「品質向上」「イベント」といったサービスの向上によりさらなる発展を目指す傾向にある。（図 2・図 3 参照，グラフ中の数字は直売所の数）。一方、出荷戸数の少ない直売所は、「他の場所に移転したい（店舗自体の移転）」という、ハード面での構造的な変化による状況の改善を求める傾向にある（図 4 参照）。

5. おわりに

今回の結果は、自治体や農協が直売所の改善を助力する場合には、出荷戸数に応じて適切な方針の選択を行うための一助になると考えられる。例えば、出荷戸数の少ない直売所は、店舗移転とともに統合をはかる、といった方策も考えられよう。今後は、さらなる解析を行って、精度を高め、具体的な提言を行いたい。この調査では、京都府農林水産部農政課、滋賀県農政水産部農産流通課、ならびにアンケートの回答に協力していただいた方々の多大なるご協力を得た。記して深くお礼申し上げます次第である。

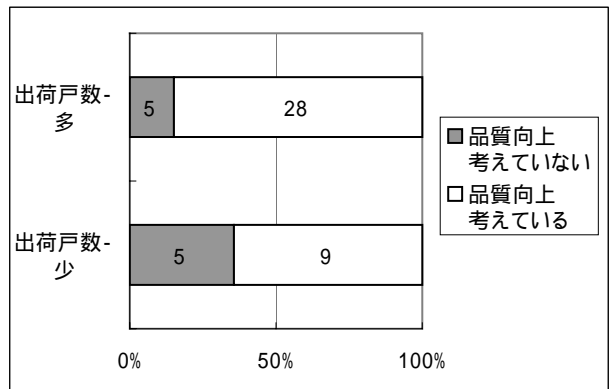


図 2 農産物の品質向上
Fig.2 Improvement of Quality

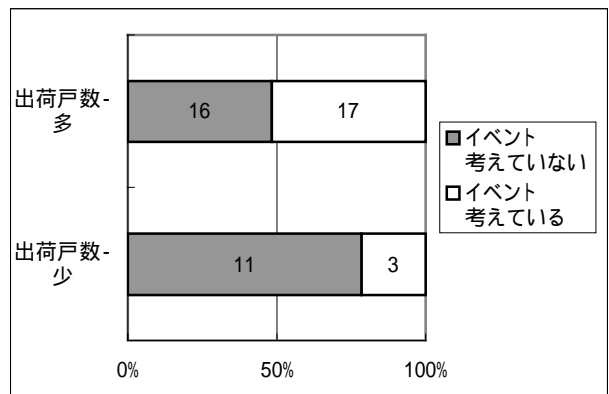


図 3 イベントなどの強化
Fig.3 Reinforcement of Event etc.

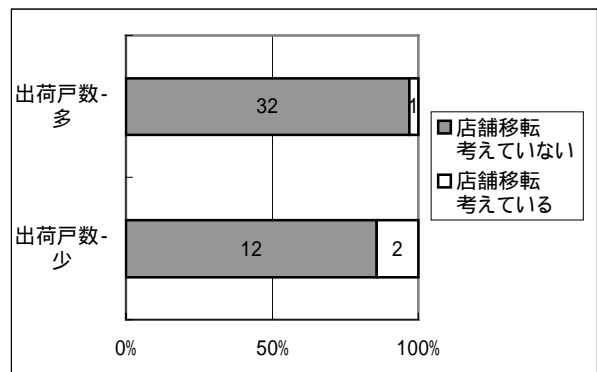


図 4 店舗自体の移転
Fig.4 Move of Farmer's Market

(注 1) 直売所の選定条件は次の通りである。主に地元産の農産物、漬物などの加工品を販売する店舗である。有人店舗である。固定的な売り場がある（固定的であれば、テントのみでもよい）。農家が直売所に販売を委託する形式である（原則として、売れ残りは出品者がそのまま引き取る）。一年通じて営業している。平成 13 年 4 月 1 日にはすでにオープンしていた。平成 13 年 4 月 1 日～現在まで、運営主体、店舗の場所がかわっていない。

1) (財)都市農山漁村交流活性化機構編(2001):『農産物直売所・運営のてびき 地域の活力を生み出す直売活動』, 農山漁村文化協会.