

農産物直売所への出荷要因に関する考察
—JAレーク大津グリーンファームの事例分析—

食料・環境政策学分野 山川幸恵

発表内容

1. 背景と問題意識
2. 農産物直売所を取り巻く現状
3. JALレーク大津グリーンファームに関する調査
4. アンケート分析結果
5. 結論
6. 参考文献

1. 背景と問題意識

- 農産物直売所は近年増加し、注目を集めている。
- 消費者や経営に関する先行研究が多く、
生産者を対象としたものが少ない。

参考文献：香月・小林・佐藤・大橋(2009)、櫻井(2006)

◇研究の目的

直売所への出荷者・非出荷者の特徴を明らかにし
生産者にとっての直売所の役割、意義を検討する。

※出荷者：グリーンファームへ出荷している生産者

非出荷者：大津市の農協共販へ野菜を出荷する生産者の中で、
グリーンファームへ出荷していない生産者

2. 農産物直売所を取り巻く現状

(1) 野菜流通

- 野菜の生産・消費量、農家数が減少
 - ・高齢化、農業の収益性の低さ
- 従来の卸売市場を経由する流通量が減少 → 市場価格の不安定化
 - ・輸入農産物の増加等による農産物流通チャネルの多様化

— 直売所の役割 —

- ◇ 卸売市場を補完する新たな農産物流通チャネルの一つ
 - ・小規模農家でも出荷可能
 - ・所得の安定化
- ◇ 地産地消の実現
 - ・地域農業の活性化
 - ・輸入農産物の増加による食への不信感を緩和

2. 農産物直売所を取り巻く現状

(2) 消費者の意識

- 消費者の地産地消に対する関心と期待は高い。

図1 日常生活(食材の買い物や食事等)における地産地消に対する消費者の意識



資料：平成18年度地産地消に関する意識・意向調査結果（農林水産省）

- 消費者が直売所へ期待すること：

「新鮮さ」「安全性」「おいしさ」「安さ」「生産者が身近に感じられる」

資料：香月・小林・佐藤・大橋(2009)

◇ 消費者の地産地消への期待が

直売所増加の一つの要因である可能性が高い。

ただし ※地産地消への関心の高まりだけが直売所増加の要因ではない。

※利用者が必ずしも地域住民とは限らない。

2. 農産物直売所を取り巻く現状

(3) 経営上の課題

1. 地場農産物の品目数・数量の確保
2. 午後からの利用者と商品の確保
3. 大型量販店や直売所間の競合
4. 商品の安全性の確保

3. JAレーク大津グリーンファームに関する調査 (1)調査方法

■ アンケート調査

対象：滋賀県の大津市農業協同組合（以下、JAレーク大津）が運営する農産物直売所、**グリーンファーム堅田店・石山店への出荷者とJAレーク大津組合員の中でグリーンファームへ出荷していない野菜農家** 出荷者81名、非出荷者6名、計87名から回答が得られた

調査時期：2012年10月

内容：年齢、家族構成、労働者数、所得、経営耕地面積、生産品目、出荷先、出荷または非出荷の動機、今後の意向など

■ 聞き取り調査

対象：JAレーク大津職員の方、グリーンファームへ出荷している生産者

3. J A レーク大津グリーンファームに関する調査 (2) グリーンファームの概要

表1 グリーンファームの概要と全国の直売所との比較

	単位	壺田店	石山店	総計	1直売所当たり
開設日	-	平成7年	平成10年	-	-
営業時間	-	9時半~18時	9時半~16時	-	-
委託販売手数料	-	15%	15%	-	-
パート職員	-	午前4名 午後2名	午前4名 午後2名	-	-
販売金額	百万円	225	131	158,820	75
参加農家戸数	戸	264	73	347,686	164
売り場面積	m ²	312	198	374,923	177
従業員数	人	6	6	15,068	7.1
年間営業日数	日	359	358	-	296.3
生産者委託販売割合	%	75	65	-	69.1
購入者数	万人	17.4	10.1	17,131	8.1

資料：平成19年度、平成16年度農産物地産地消費実態調査

▶ 8 香月・小林・佐藤・大橋(2009)、J A レーク大津提供資料より作成

4. アンケート分析結果

(1) 出荷者の特徴

■ 年齢と農業収入に関するアンケート結果

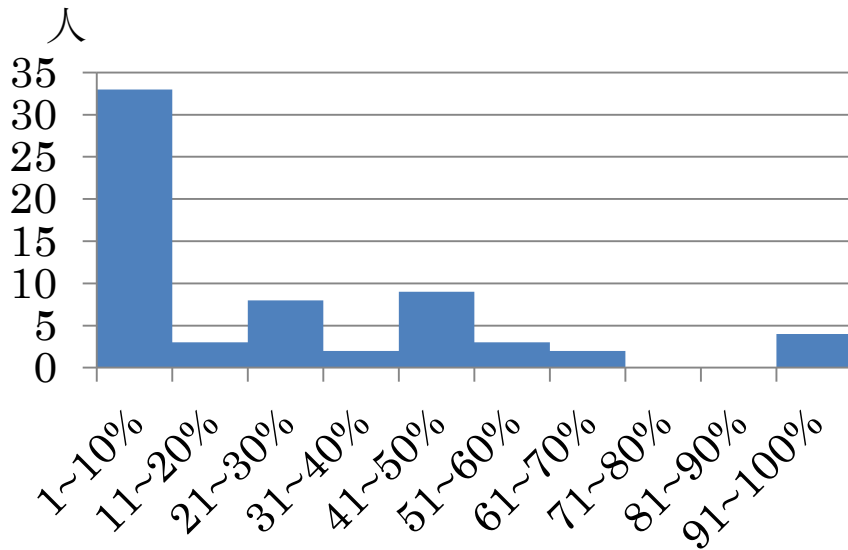


図2 世帯収入に占める農業収入の割合

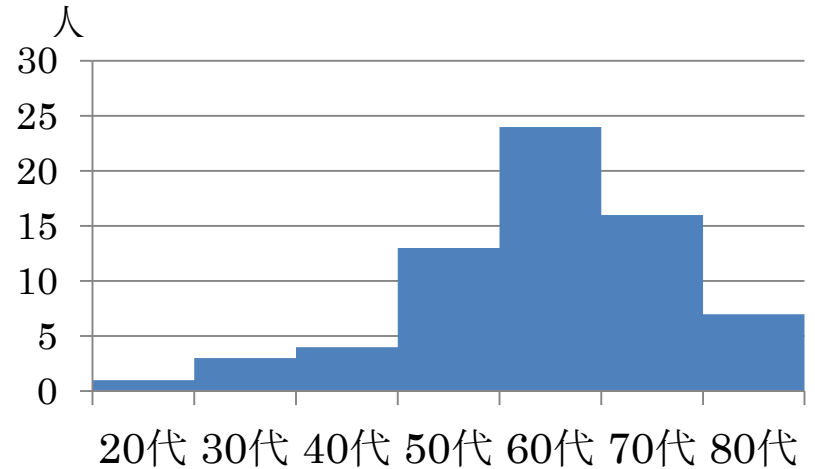


図3 出荷者の年齢の分布

- 50～70代の出荷者がほとんど
- 多くの農家が、収入の大部分を農業以外から得ている兼業農家。

■ 労働力に関するアンケート結果

平均家族労働者数は2.3人 夫婦2人で農業に従事する世帯が多い
常勤または臨時で労働者を雇っているとした回答者は10名、約12%

■ 世帯としての主要な生産物

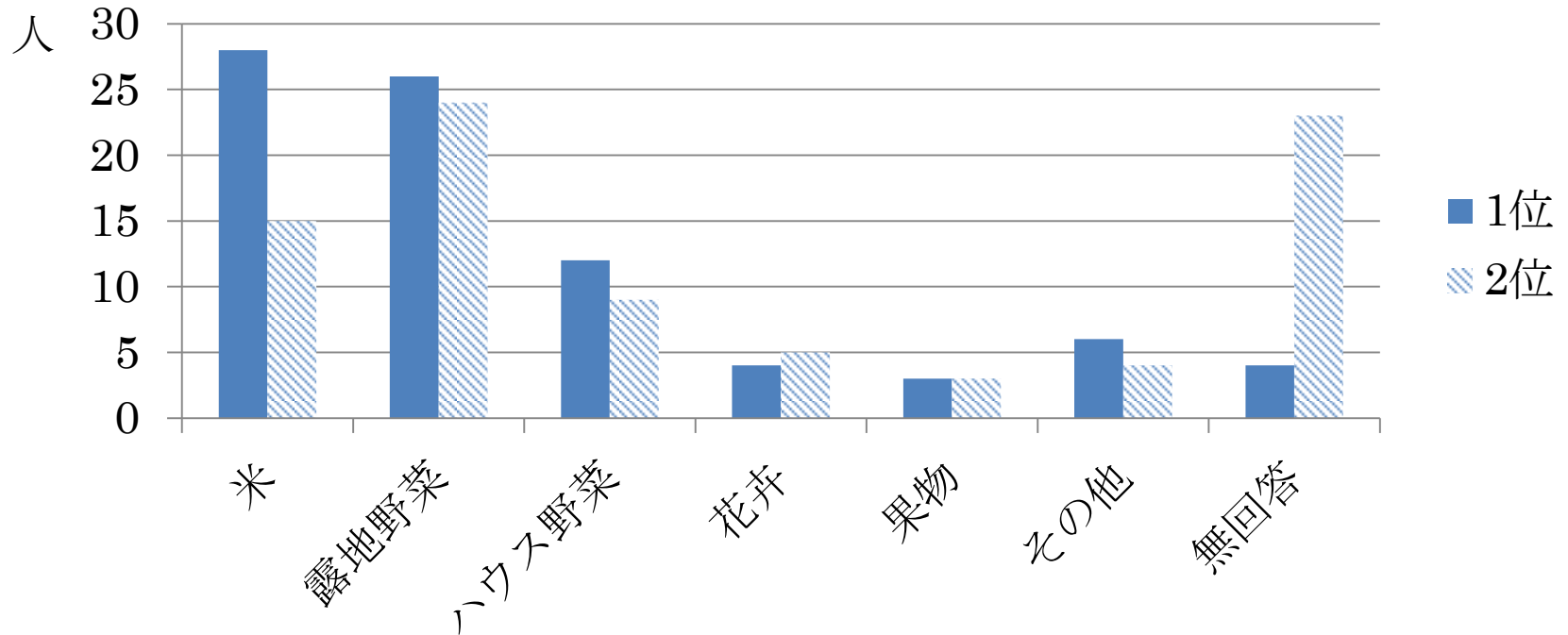


図4 グリーンファーム出荷者の世帯としての販売額1位と2位の作物

■ 稲作農家が多い(大津市の特徴)

→野菜の生産は補助的に行っている農家も多いと考えられる。

※グリーンファームへ米を出荷することはできない

4. アンケート分析結果 (2) 出荷の動機

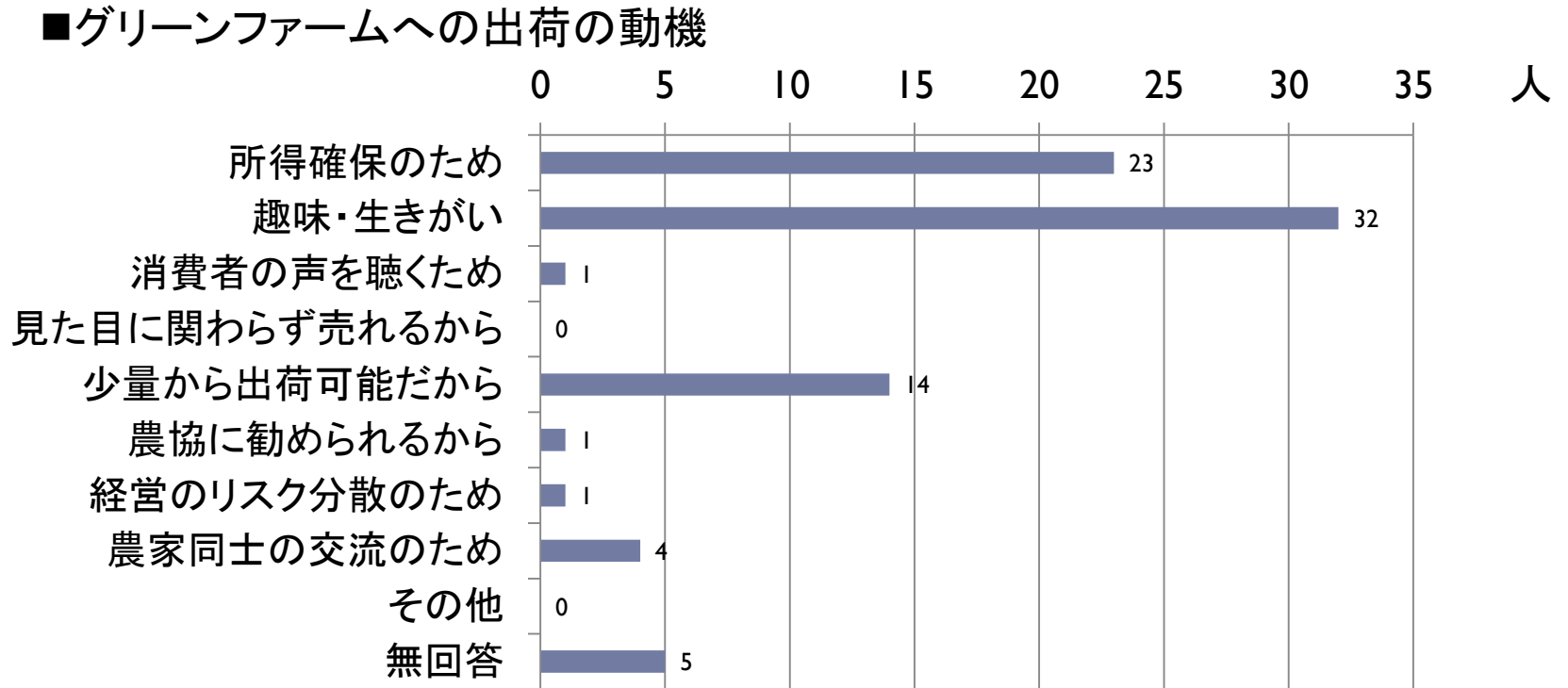


図5 グリーンファーム出荷者の出荷動機

■「趣味・生きがい」と「所得確保」は二つの大きな動機となっている。

4. アンケート分析結果

(3) 非出荷者の特徴

表2 非出荷者(6名)に対するアンケート結果

回答者		A	B	C	D	E	F
年齢		81	71	69	58	63	66
世帯収入に占める農業収入の割合 (%)		20	20	無回答	無回答	無回答	70
農産物販売額に占める市場での売り上げ (%)		無回答	90	95	95	30	80
販売額順生産物	1位	ハウス野菜	露地野菜	ハウス野菜	ハウス野菜	ハウス野菜	ハウス野菜
	2位	露地野菜	-	露地野菜	露地野菜	露地野菜	花卉
	3位	米	-	その他	米	米	米
出荷額順野菜の出荷先	1位	市場	市場	市場	市場	市場	市場
	2位	朝市	その他	-	給食	給食	その他
	3位	給食	-	-	-	-	-

4. アンケート分析結果

(4) 出荷しない理由

- 出荷しない理由
 - 一度に多く出荷できないから・・・3名
 - 遠いから・・・・・・・・・・・・・・・・・・1名
 - 無回答・・・・・・・・・・・・・・・・・・2名

- グリーンファームと市場の価格の違いを知っているか
 - 知っている・・・・・・・・・・4名
 - 過去に調べた・・・1名
 - 無回答・・・・・・・・・・1名

表3 500グラムあたりグリーンファームでの販売価格と市場での買い取り価格との比較（一部）

品目	グリーンファーム (単位：円)	大津市公設市場 平成21年度 (単位：円)
トマト	200	35.7
ほうれん草	250	100.8
小松菜	250	162.5
水菜	166.7	27.0
さつまいも	125	35
キャベツ	33.3	9.4
白菜	37.5	9.3

資料：JAレーク大津提供資料より作成

- グリーンファームと市場では、野菜の買い取り価格が大幅に異なる。

4. アンケート分析結果 (5) クロス集計

- 分析の目的:出荷の動機と実際の販売高の相関を明らかにする。

表4 グリーンファームでの年間販売高と出荷動機

(百万円)	~0.3	0.3~0.5	0.5~1	1~2	2~3	3~4	4~6	6~8	8~10
所得確保のため	5	1	8	5	0	1	0	1	1
趣味・生きがい	16	6	5	2	0	0	1	0	0
少量から 出荷可能だから	9	2	1	1	0	0	0	0	0

- 「所得確保」を目的とする生産者は「趣味・生きがい」や「少量から出荷可能だから」という動機を持つ生産者と比較して、グリーンファームでの販売額が大きい。

4. アンケート分析結果 (6) 重回帰分析

表5 重回帰分析結果

被説明変数		出荷先の数		
		係数	t値	
説明変数	労働者数	0.1517366	2.33	*
	世帯収入に占める農業収入の割合	0.0081973	2.45	*
	経営耕地面積	-	-0.2	
	最寄りグリーンファームまでの所要時間	0.0153793	2.83	**
定数項		0.5582157	2.53	
サンプル数				65
R-2乗値				0.2865

5. 結論

- 流通・消費の面からは、地産地消を軸とした独自の特徴が評価されている。
- 出荷者の特徴や出荷動機
 - ・ グリーンファームでの収入に依存しない兼業農家、稲作中心農家が多い。
 - ・ 直売所を利用する農家の主な出荷動機は「趣味・生きがい」次いで「所得確保」
 - ・ 所得獲得に対するモチベーション、販路の多さや今後の販路拡大への意欲と実際の売上高に相関がみられる。
- 非出荷者の特徴や出荷動機
 - ・ JAレーク大津組合員である野菜農家の中でグリーンファーム非出荷の組合員は非常に少ない。
 - ・ 出荷しない動機は主に「直売所へは一度に多く出荷できないから」
 - ・ グリーンファームの価格は認識した上で出荷しないことを選択
- 生産者にとっての直売所の意義・役割
 - ・ 生活の楽しみや生きがいとなるとともに、農産物流通チャネル多様化の中で所得安定に寄与する販路のひとつとしての役割がある。

6. 参考文献

- 大阪大学野村茂治研究室産業政策 中村隆一・菅付あゆみ・杉本裕美・靱良輔・津田良佑・胡一峰・松岡明日美・野尻きよみ・高野詠子「農産物直売所の可能性」(2007) 政策フォーラム発表論文
- 香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ「農産物直売所の経済分析」『農林水産政策研究』(2009) 第16号21-63頁
- 桂瑛一「流通経済からみた直売所の意義」『農業と経済』(2001) 第67巻第9号 7-14頁
- 小柴有理江「農産物直売所の増加の特徴」『経営実務』(2007) 6月号 9-13頁
- 小柴有理江「多様な農産物直売所の共通課題を探る」『経営実務』(2007) 7月号 36-42頁
- 櫻井清一「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』(2006) 第15巻第2号21-29頁
- 食料需給表(1960~2010) 農林水産省
<http://www.maff.go.jp/j/zyukyu/fbs/index.html>
- 新規就農者就業状態調査(2007) 農林水産省
http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sinki_jyoutai/index.html
- 世界農林業センサス(1960~2010) 農林水産省
<http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2010/houkokusyo.html>
- 地産地消に関する意識・意向調査結果(2006) 農林水産省
<http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/2007031201cyosa.pdf>
- 農産物地産地消等実態調査(2004,2007,2009) 農林水産省
<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tisan/index.html>