

北海道農政事務所

担当者名：旭川統計・情報センター

連絡先：0166-76-1278

1 事例の分類

- (1) 行動計画の項目に基づいた分類：③ 地産地消の推進
- (2) 集中重点事項に基づいた分類：

2 事例の取組名及び取組主体

取組名：生産者の顔が見える農産物直売所の開設

取組主体：JAあさひかわ永山基幹支所（北海道・旭川市）

3 取組の背景

平成18年7月、JAあさひかわ永山基幹支所の隣接地への移転に当たり、地域住民からJA合併前に営業していたAコープの復活要望が多く出されていたため、地域の活性化や「JAあさひかわブランド」の発信が図れる直売所の設立を計画した。

同JAは、付加価値を加えた高品質な農産物販売を第一目標としながらも、営利追求だけではなく消費者のニーズを探る試験的販売や、高齢者及び小規模経営農家等、出荷ロットに満たない少量生産の生産者も参加できる等、地域の農業振興に配慮した新しい農畜産物直売所「あさがお」を新設した。

また、集客力強化の観点から農協事業の一部として、そばレストラン「穂の香」の併設も行った。

4 取組の具体的内容

同直売所では農産物の受託販売の他、米や農産加工品等、同JA管内の旭川市と鷹栖町の農産物が販売されている。また、併設のレストランは、同JA管内で収穫された安全性の高い食材をメインにしたメニューが揃う、地産地消型の店舗である。

農産物販売を委託する生産者（以下委託会員）に栽培履歴の記帳を義務づけ、売れ筋を模索した生鮮野菜や花きの作付けをしてもらい、同JAではこの確認と管理を行っている。

受託販売は、計画的な持込み出荷を基本としており、収穫は出荷日の朝に行い、委託会員には毎日売り場で販売状況の目視確認と当日分の委託数量を確認してもらう。

出荷に係る量目・規格・販売価格は生産者が自由に設定できるが、売れ残った商品は翌日返品が基本で、事業として農業を確立するためにも委託会員同士で販売競争を行ってもらい、工夫を凝らした売れるものづくりをしてもらう。

消費者ニーズを意識したものづくりが最も重要であることから、同JAとしては委託会員に対して、消費者サイドからの厳しい視点で助言も行っている。

なお、POSを導入し販売管理を行っていることから、委託会員は会員名入りのバーコードシールを出荷商品に必ず貼付しており、販売代金は手数料の20%を差引き、

自動的に委託会員の口座に振り込まれるシステムとなっている。

5 取組の具体的効果

初年度となる18年度（18年7月26日～19年1月31日）の同直売所の集客数は29,500人、総売上高は2,590万円、19年度（19年2月1日～19年11月30日現在）は集客数50,200人、総売上高4,360万円となっている。このうち総売上高の約5割は農産物の受託販売で、来場者は陳列商品数や観光客等の多い8月、9月がピークとなっている。

また、同レストランは18年度累計食数16,200食、総売上高1,010万円、19年度は累計食数23,700食、総売上高1,450万円となっている。

同直売所に来店する年齢層は幅広く、リピーターの割合は約7割と高いことから、生産者の顔が見えるアンテナショップとして地域住民に定着している。

開店当初、委託会員数は30名程であったが、職員の勧誘努力に加え、口コミによる評判やコミュニティー情報誌面で成功事例をPRした結果、19年11月末現在では75名と倍増した。

6 今後の展開方向

冬期間における農産物販売は、米、そば、農産加工品のみで、集客力的に乏しい。同直売所を通年で発展させるために、他府県の直売所と産地間交流を行っていききたい。

具体的には、夏期間に本州へ葉茎野菜等の出荷を行っていききたいが、現状の委託会員数では同直売所での販売量だけで限界であるため、趣旨に賛同してもらえる生産者を同JA管内から広域的に募っていききたい。

7 取組に係る問題点と解決策

果菜類等の出荷最盛期にあたる7～9月は、出荷量が増えるため直売所だけでは全て販売することはできなかった。このため、広域的な購買層の掘り起こしも考え、同直売所の移設店舗を同市内神楽宮農センターの駐車場に開設した。

この移設店舗は8月25日と9月1日に「移動朝市」として朝6時から開設され、来場者に好評を得ることができ、毎日もしくは毎週の開催を提案された。

また、神楽地域近郊の委託会員は持ち込みにかかる時間や経費を削減でき、地域的なネットワークの広がりを求める観点からも、2号店の開設を検討している。



直売所「あさがお」と、
そばレストラン「穂の香」



販売されている農産物