

県内JA集荷場との連携による充実した品揃えが自慢

ファーマーズマーケット讀さん広場

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 香川県丸亀市
- ・運営主体 : JA香川県
(農協等、農業協同組合)
- ・取組内容 : 直売所、加工
- ・売上高 : 3億2,300万円(H27.9)
- ・雇用者数 : 40人(臨時雇用含む)(H27.9)
- ・電話 : 0877-35-8333



試食コーナーの様子



直売所内の様子

【取り組むに至った経緯】

- 農協合併10周年の事業案にあったファーマーズマーケットの建設計画を受け、地域にある産直市の衰退化に歯止めをかける起爆剤として、平成26年10月に直売所を新設。
- 香川県の特産品をアピールするため、県内JA集荷場等との連携による商品拡充や生産者自薦の試食コーナーによる販売促進。

【取組の効果】

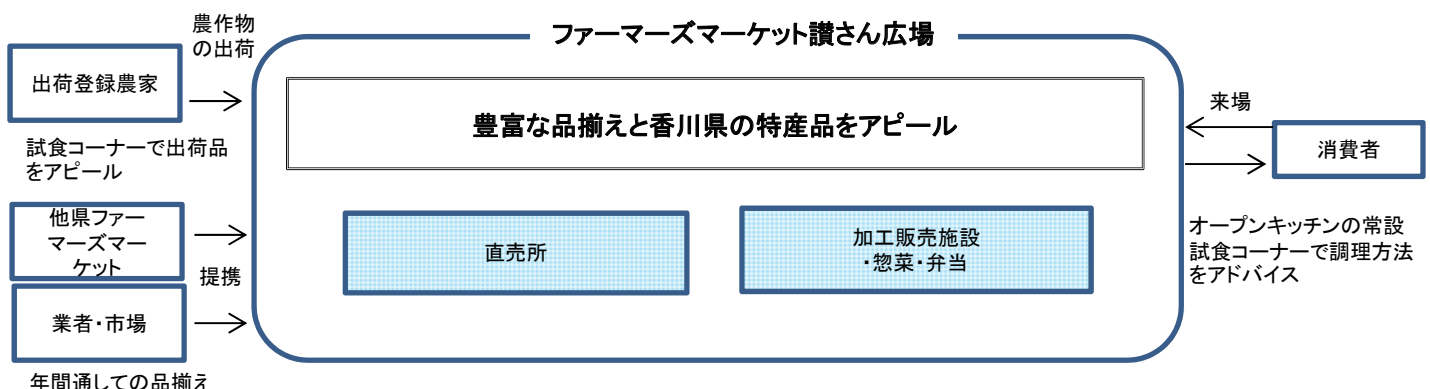
- 売上高
2億5,100万円(H27.3)→ 3億2,300万
(H27.9) 1年未満のため、半期比較による
- 出荷者数
500人(H26.10)→546人(H27.9)
- 雇用者数(臨時雇用含む)
47人(H26.10)→40人(H27.9)
- 地場農産物の作付面積の拡大や後継者の創出

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 出荷者が商品を搬入しやすく、消費者が立寄りやすい場所の選定
→建設地については、外部コンサルタントに依頼し、候補地の検討を重ね決定した。
- 出荷者の確保
→出荷者の募集区域を県内とし、陳列台は、従来の個人コンテナ陳列でなく、品目ごとの大枠の陳列スペースにし、出荷者全員で陳列台を充実させた。

【今後の展望】

- 安全・安心な農産物へのこだわりの保持。
- 気軽に立ち寄れる雰囲気づくりとわくわくするイベント企画。
- 「売れるもの」をつくる営農アドバイス。



四国へんろ道におもてなしの心を添える休憩どころ

源平の里むれ

<事業者の概要>

- ・所在地 : 香川県高松市
- ・運営主体 : 株式会社四国にぎわいネットワーク (会社等)
- ・取組内容 : 直売所、オリジナル商品販売、物産販売、レストラン 等
- ・売上高 : 3億5,000万円 (H26)
- ・雇用者数 : 29人 (臨時雇用含む) (H26)
- ・URL : <http://www.genpei-mure.com>



豊富な新鮮野菜が並ぶ直売所内の様子



【取り組むに至った経緯】

- 平成19年8月の道の駅のオープンにあたり、地元の新鮮な野菜を扱う生産者を募集し、直売所コーナーを開設。
- 新鮮で、安心な青果物を提供するため、出荷者及びスタッフの2重チェックによる商品管理体制を構築。
- さぬきうまいもんネットワークのアンテナショップとして、香川県の農山漁村女性の応援。

【取組の効果】

- 売上高
3億2,000万円 (H24)→3億5,000万 (H26)
- 出荷者数
60人 (H24)→65人 (H26)
- 雇用者数 (臨時雇用含む)
25人 (H24)→29人 (H26)
- 直売所コーナーの増設により、産直市目的の客数が増加し、売上げが向上。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

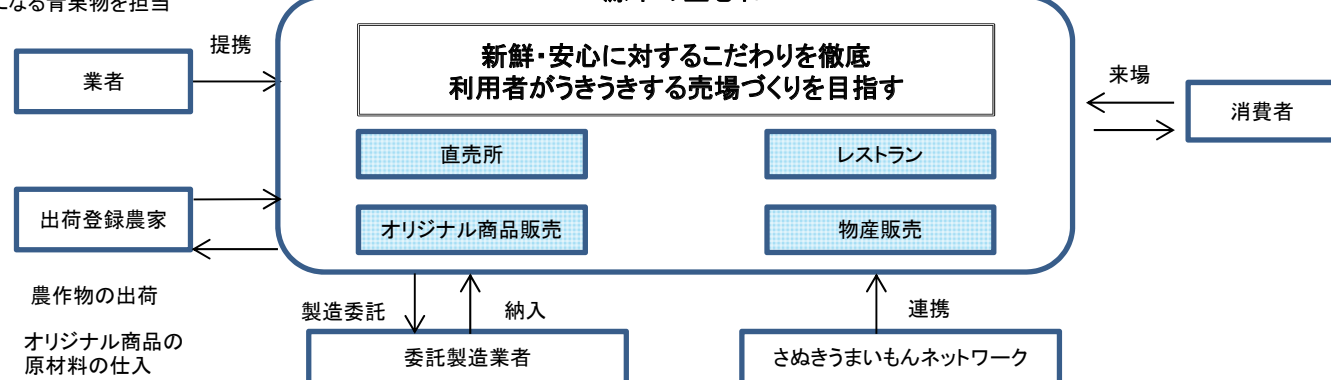
- 「良質な農産物」の販売に向けた出荷者としての意識改革
→栽培履歴の徹底。
また、販売価格は、出荷者にスーパー等の流通価格を把握のうえ設定するよう助言した。
- 売場の拡張
→平成25年7月に直売所コーナーを増築。

【今後の展望】

- 地元の小学生とのコラボによる売場づくり。
- 野菜レシピ集による情報発信の実施。

四国内の旬の果物や品薄になる青果物を担当

源平の里むれ



旬の農産物のおいしさを伝えるPRイベントを多数開催 消費者と生産者とをつなぐ交流拠点

たからだの里さいた

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 香川県三豊市
- ・運営主体 : 株式会社たからだの里(会社等)
- ・取組内容 : 直売所、加工、農業体験、加工体験、温泉施設、宿泊施設 等
- ・売上高 : 2億2,800万円(H26)
- ・雇用者数 : 14人(臨時雇用含む)(H26)
- ・URL : <http://www.takaradanosato.co.jp>



地場産食材を使用した
アイスクリームの販売



直売所のお薦め
商品(はちみつ)

【取り組むに至った経緯】

- 地域の農家女性グループが週末に町直営の温泉施設で野菜を販売していたが、平成11年4月、近隣にたからだの里「物産館」が建設されるのを機に、物産館内に産直市スペースの確保を要望。
- 消費者との交流や旬の農産物をPRするイベントを開催。
- 自然が満喫出来る立地条件を生かした温泉施設や体験施設の完備。

【取組の効果】

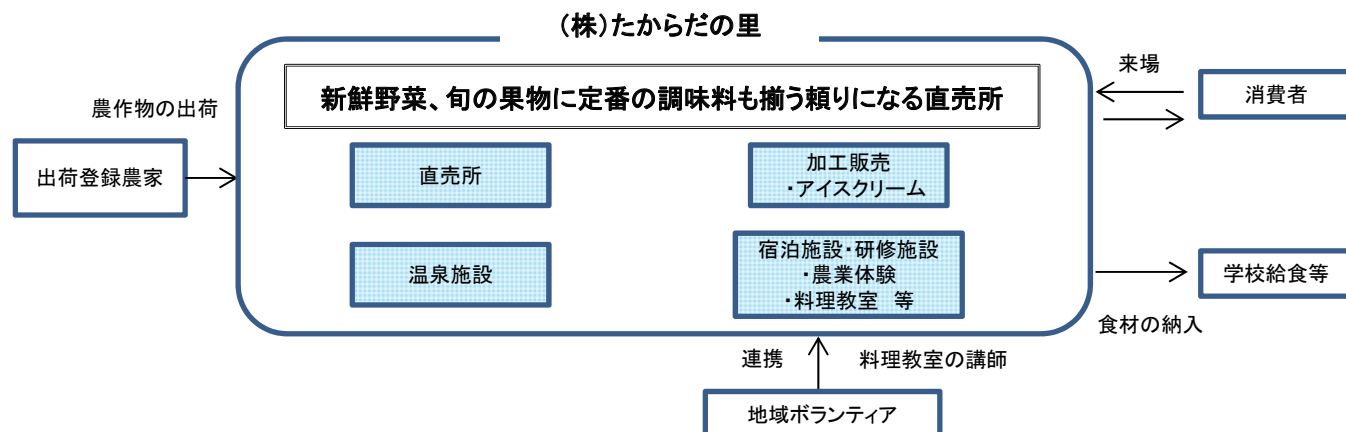
- 売上高
2億2,000万円(H12)→2億2,800万(H26)
- 出荷者数
170人(H12)→170人(H26)
- 雇用者数(臨時雇用含む)
9人(H12)→14人(H26)
- レジ客数
15万人(H12)→28万人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 出荷者の確保
→当初は、役場や商工会等に依頼して、町内の生産者から募集していたが、募集範囲を市内に広げることで出荷者が増え、商品の確保が可能になった。
- 店舗内の配置等
→スムーズな買い物を可能にするため、陳列台間のスペースやレジの配置を考慮。

【今後の展望】

- 豊富な品揃えで、地域住民の生活に欠かすことのできないスーパーマーケット的な役割を継続。
- 地元食材を使った料理コンテスト受賞品の商品化するなど魅力ある商品作り。



スーパーとの違いを考えた販売戦略 今しかないもの、ここにしかないものを全国へ

JAおちいまばり さいさいきて屋

<事業者の概要>

- ・所在地 : 愛媛県今治市
- ・運営主体 : JAおちいまばり(農協等、農業協同組合)
- ・取組内容 : 直売所、食堂、カフェ、乾燥・パウダー製造工場、農産物加工・販売等
- ・売上高 : 27億円(H26)
- ・雇用者数 : 130人(職員15名、非常勤115名)
- ・URL : <http://saisaikiteya.com/>



日本有数の規模を誇る施設



地元産の
農林水産物

【取り組むに至った経緯】

- 高齢化による離農や後継者不足、生産規模の縮小等により、JA共販への出荷者・販売額が減少。増加する兼業農家や高齢者・女性の出荷の受け皿となるため、平成12年「さいさいきて屋1号店」をオープン。
- 当初の目的に加え、地産地消の推進、地域農業の振興、安心安全な食料の供給、農家所得の向上をより具体化するため、地産地消型地域農業振興拠点として店舗を移転し、平成19年リニューアルオープン。

【取組の効果】

- 売上高
2億1,000万円(H12) → 27億円(H26)
- 出荷者数
94人(H12) → 1,300人(H26)
- 雇用者数(臨時雇用含む)
4人(H12) → 130人(H26)
- 来店者数
17万5,000人(H12) → 120万人(H26)
- 2013フードアクションニッポンアワード
流通部門優秀賞を受賞

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

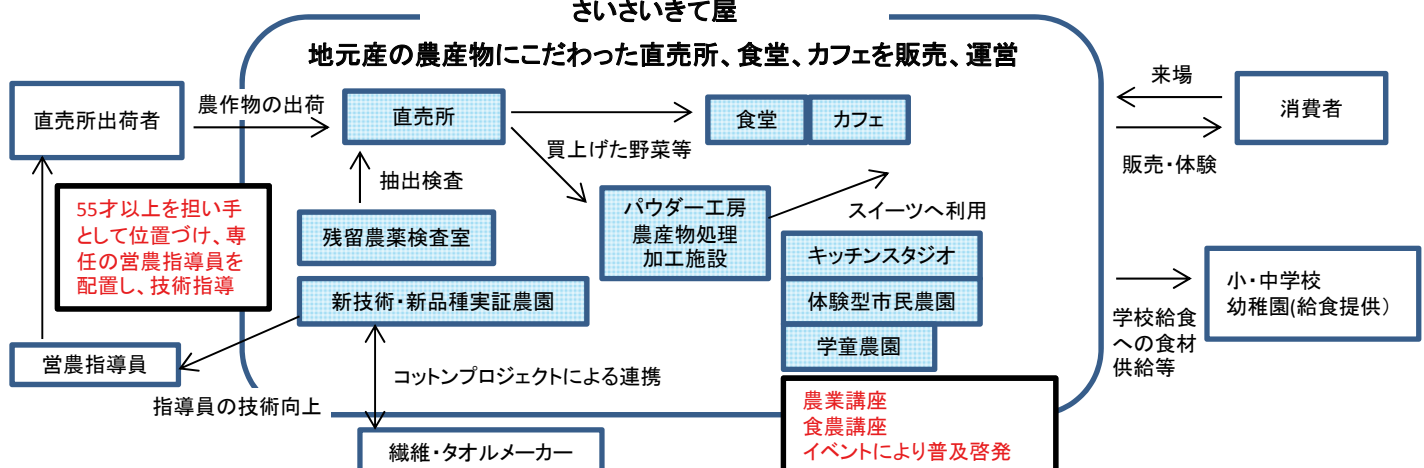
- 出荷時期の偏りによる、売れ残りの発生
→「さいさいきて屋」が売れ残った野菜などを買い上げ、食堂での食材利用や工場でパウダー化後、カフェでスイーツなどに利用。日本一売れ残りの少ない直売所を目標にしている。
- また、今治市と連携し、小・中学校へは学校給食用の新鮮な野菜・果物などの食材、幼稚園等へは給食として供給を行っている。

【今後の展望】

- 平成28年2月にJA支店内の金融店舗内(ワンフロアー)に、カフェをオープン予定。
- さらに、平成28年春にオープン予定のイオンモール今治新都市に出店を計画。

さいさいきて屋

地元産の農産物にこだわった直売所、食堂、カフェを販売、運営



生産者と消費者との絆作り 今日も明日も、あなたの笑顔に愛たい菜

たいき産直市・愛たい菜

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 愛媛県大洲市
- ・運営主体 : JA愛媛たいき(農協等、農業協同組合)
- ・取組内容 : 直売所、学校給食へ食材供給
- ・売上高 : 10億6,000万円(H26)
- ・雇用者数 : 39人(臨時雇用者含む)(H26)
- ・URL : <http://www.aitaina.jp/>



駐車場の広い直売所



直売所店内
新鮮な農産物

【取り組むに至った経緯】

○低迷を続ける地域農業の活性化と担い手確保をどうクリアするか課題となっていた。課題解消に向け、地域で生産された農産物を販売する直売事業に着目。

○女性・高齢者を含む多様な農業者の育成と、農業に対する生きがい・やりがいの場の創出、農業や農産物への消費者理解を促進し、地域農業の振興と経済の活性化、地域自給率の向上を図るため、平成22年にオープン。

【取組の効果】

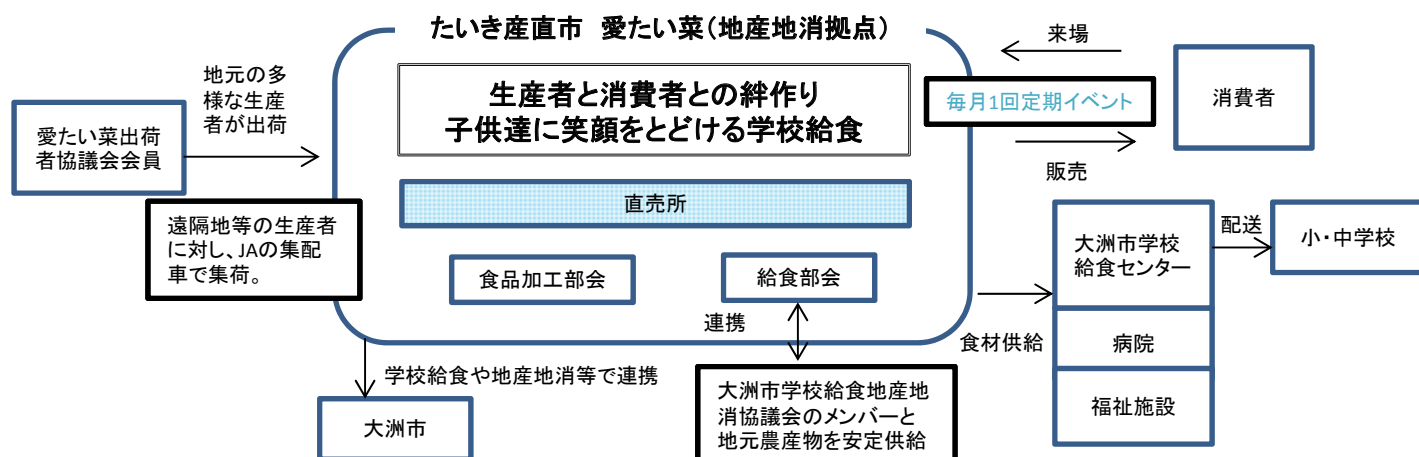
- 売上高
6億8,000万円(H22)→10億6,000万円(H26)
- 出荷者数
600人(H22)→750人(H26)
- 来場者数
59万人(H22)→77万人(H26)
- 平成25年度地産地消優良活動表彰
農林水産省食料産業局長賞 受賞

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 高齢な生産者・遠隔地の生産者の中には直売所に野菜等の持ち込みが出来ない者もいた。
- 遠隔地等の生産者に対して、隔日集荷を行うことにより、多様な農業者を取り込むことができた。

【今後の展望】

- 直売所で余った食材を無駄なく利用するため、農家レストラン等を立ち上げ、売り上げを伸ばしたい。



住民が支える直売所 内子町の産業振興の一翼を担う核のひとつに

株式会社内子フレッシュパークからり

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 愛媛県喜多郡内子町
- ・運営主体 : 株式会社内子フレッシュパークからり
(地方公共団体・第3セクター)
- ・取組内容 : 直売所、レストラン、シャーベット、パン・
燻製工房、運営及び農産物加工・販売
- ・売上高 : 6億9,000万円(農産物を含む)(H26)
- ・雇用者数 : 64人(臨時雇用含む)(H26)
- ・URL : <http://www.karari.jp/>



じゃばらを活用
した商品



景観を活かした
レストラン

【取り組むに至った経緯】

- 農産物のブランド化・地域内循環、農村女性の自立
に中山間農業の活路を見出そうと「知的農村塾」活動
等により模索が始まる。
- 平成6年、特産品直売所の実験施設として「内の子
市場」を開設。産直のトレーニングを開始。
情報ネットワーク「からりネット」の導入。
- 平成9年、広く住民に出資を呼びかけ、「(株)内子フレッ
シュパークからり」を設立。(出資割合:内子町50%、町
民等50%)

【取組の効果】

- 売上高(農産物を含む)
2億円(H9)→6億9,000万円(H26)
- 出荷者数
176人(H9)→384人(H26)
- 雇用者数(臨時雇用含む)
2人(H6)→64人(H26)
- 利用者(POS通過)
約20万人→約40万人

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

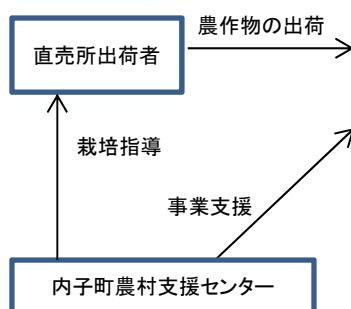
- 産直トレーニング開始後、「正確・迅速な精算をしたい」
「残品の情報が欲しい」「直売所の販売情報が欲しい」
との生産者からの要望
- 直売所の販売管理(POS)情報を携帯電話、電話音
声、FAX等へ自動配信するシステムを導入し、効率的
に運用することで販売額を伸ばす農家が増加した。

【今後の展望】

- 販売力を強化し、販売量の増加が生産の増加
を呼ぶ「正の連鎖」を作り出す。
- 地域資源や自然景観を活かした「憩いの場」、
消費者ニーズにマッチした「魅力ある場」として
独自色を出し、差別化を図る。

(株)内子フレッシュパークからり

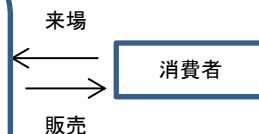
農家が出荷するすべての農産物に
トレーサビリティシステムを導入



内子町産の農産物にこだわった直売所、レストラン、パン工房
などを販売・運営



- 「からりネット」と呼ばれるFAX+POSシステム導入により販売状況
に合わせた農産物の効率的な出荷・管理が可能。
- レジと農家が直結することにより、売れる手ごたえが農家へオンタ
イムで伝わり生産意欲が上昇。



トレーサビリティシステ
ムにより「からり」及び「イ
ンターネット」で閲覧が可
能

新しい風を吹かせ、女性部組織を活性化！ 地域にも新しい息吹を伝えていこう

かざぐるま市

<事業者の概要>

- ・所在地 : 高知県南国市
- ・運営主体 : JA南国市「かざぐるま市」運営協議会
(農協等、農業協同組合)
- ・取組内容 : 直売所、加工
- ・売上高 : 2億6,000万円(H26)
- ・雇用者数 : 10人(臨時雇用含む)(H26)
- ・URL : <http://ja-nan59.or.jp/>
(JA南国市)



直売所内の様子



加工品コーナー

【取り組むに至った経緯】

○生産者の「農産物を適正な価格で売りたい」という希望と、消費者の「農家が食べている安全で美味しい農産物を買いたい」というニーズに応え、JA女性部が平成10年に直販部を開設した。

○平成16年に現在の店舗に移転し、農産物加工が活発化した。
各地区のメンバーによる旬の野菜を使った料理の試食会の開催(毎月第2木曜日)やレシピのホームページへの掲載など、積極的に消費者へのPRを行っている。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

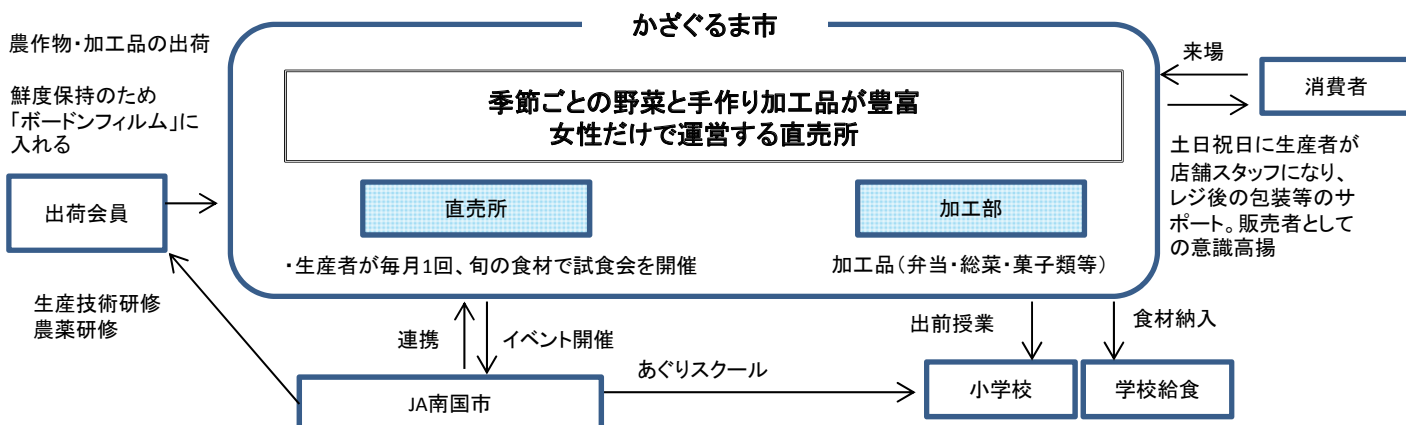
○出荷会員の確保と品揃え
→各地区の代表委員で協議会を作り、出荷者の確保と品揃えの充実に努めている。

【取組の効果】

- 売上高
1億8,000万円(H15)→2億6,000万円(H26)
- 出荷者数
122人(H10)→280人(H27)
- 雇用者数(臨時雇用含む)
10人(H10)→10人(H27)
- 女性生産者が、自由に使える収入を得たことで、働きがいを得るとともに、農産物の種類も多様化し、地域農業の活性化に寄与。

【今後の展望】

- 高齢化等により、出荷会員が減少傾向にあるため、新たな会員確保のための取組が必要。
- イベントや体験交流を実施するなど、地域住民との接点を拡大。
- 地場産農産物を活用した加工品や特産品の開発。



鏡村らしさを消費者に伝えたい！

楽しい・なつかしい・気軽な交流の場としての直売施設

山里の幸 鏡むらの店 万々店

<事業者の概要>

- ・所在地 : 高知県高知市
- ・運営主体 : 鏡村直販店組合
(農協等、生産者グループ等)
- ・取組内容 : 直売所
- ・売上高 : 1億6,350万円(H26)
- ・雇用者数 : 10人(臨時雇用含む)(H27)
- ・URL : <http://kagamimura.exblog.jp/>



直売所内の様子



目を惹くポップ表示で野菜をPR

【取り組むに至った経緯】

○旧鏡村地域の農家が、農産物を少量でも自由に販売できる場、また高齢農業者や女性農業者の所得向上の場として、平成7年に組合を設立し、直売所を高知市街地に開設した。

○平成20年に店舗を改築し、調理実習室を整備。生産者や調理師が、消費者に農産物の調理や新しい食べ方を講習する交流の場として活用している。

【取組の効果】

- 売上高
7,000万円(H7)→1億6,350万円(H26)
- 出荷者数
85人(H7)→122人(H27)
- 雇用者数(臨時雇用含む)
4人(H7)→10人(H27)
- 高齢農業者を支えるだけでなく、地域の新規就農者や定年帰農者の受入の場となっている。

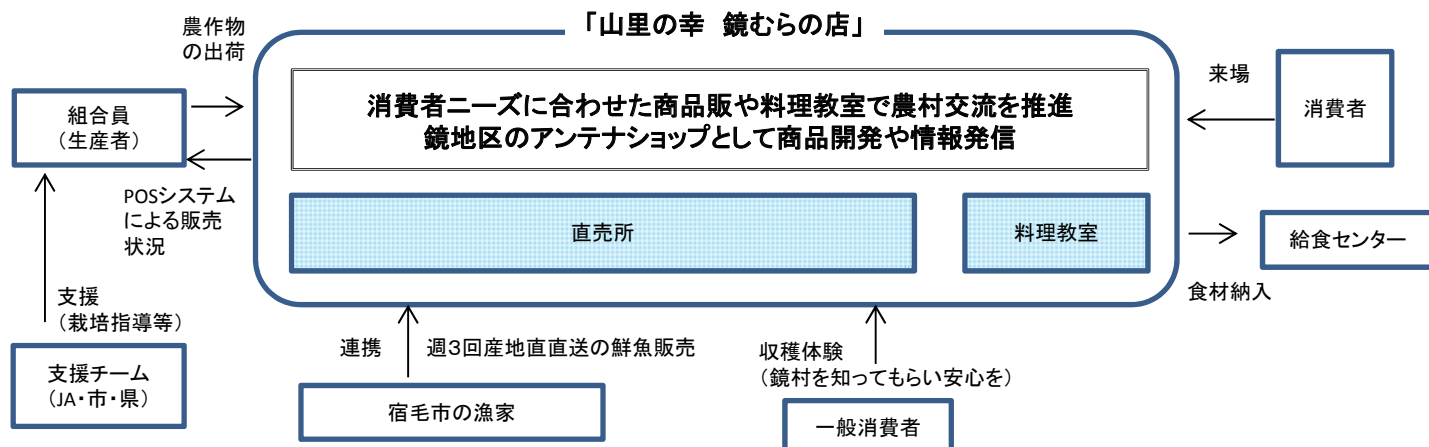
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

○他店舗との競合

→他店舗の視察を行いながら、村から近い場所、消費者人口の多い地区等、検討を重ね現在の場所に直売所を開設した。

【今後の展望】

- 無農薬・減農薬など付加価値を高めた農産物の販売。
- HPを活用した農産物の販売。
- 高齢農家への集荷の実施や後継者対策。
また、鏡村地区への新規就農者獲得の取組。



高知市内からの抜群のアクセスの良さ！集客のポイントは、
ブランド米「天空の郷」や嶺北ならではの野菜！

＜事業者の概要＞



カフェを併設したパン屋

【取り組むに至った経緯】

【取組の効果】

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

【今後の展望】

