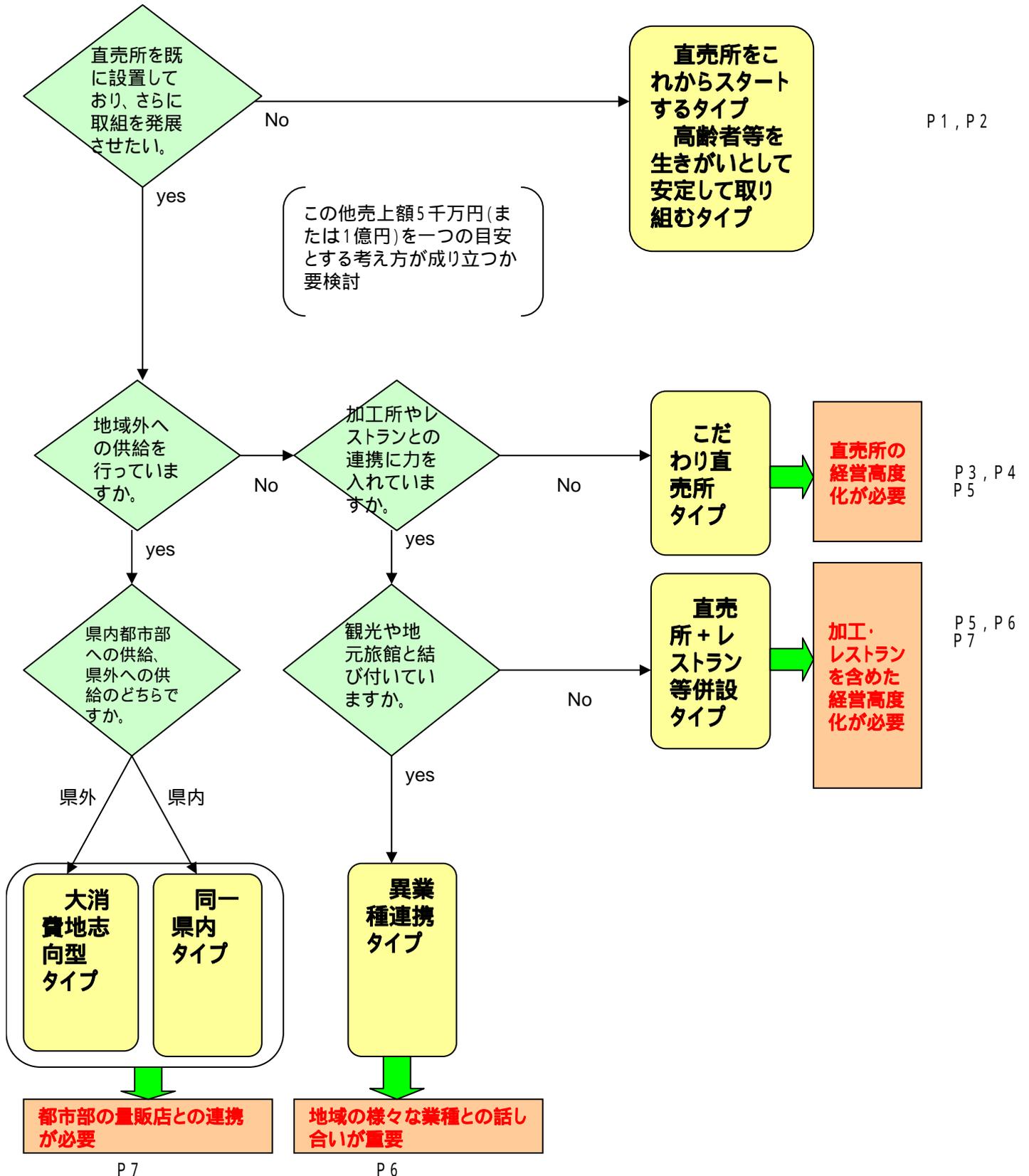


あなたの目指す直売所はどのタイプ？

地産地消は必ずしも直売所から始まるばかりでなく、学校給食から始まる場合等もあり得ます。



直売所を中心とした地産地消の推進 (案)

～ 経営のさらなる発展へ向けて～



平成19年12月
生産局生産技術課

1 自分で作った農産物を地域の消費者に直接売ってみましょう

農産物直売所を設けるだけでなく、朝市・青空市のほか、既存施設の活用や量販店への出店など地域の実情に合わせた取組を考えましょう。

直売の取組例



区役所の駐車場を活用した朝市



既存施設等を活用した直売



農産物直売施設での販売

「農産物直売所」等の地産地消の取組には、高齢者や女性などの小規模農家の活躍の場となるなど、様々なメリットがあります。

取組のメリット

高齢者や女性等の活躍の場の創出

小規模農家でも自らの作業能力や農地の状況に合わせて無理なく生産・出荷できる



流通コストが節約できるため、農家の手取りが確保できるほか、消費者も新鮮な農産物を割安に入手可能

< 従来 >

農家 農協 市場 量販店 消費者

< 直接販売 >

農家 直売所 消費者

自分で価格設定ができるほか、顔が見える関係で主体的に販売可能

安全・安心な農産物の提供や適正な表示に責任をもって取り組みましょう。



加工・観光などとも連携し6次産業化が可能(付加価値化、雇用の確保等)



2 直売所を設置しましょう

来店できる消費者の数や競合する店など、それぞれの地域の特性を調査・検討して場所を決定しましょう。

お客様が入りやすく、お客様を呼び込めるような直売所にしましょう。

直売所を新たに建てるのではなく、量販店等に「インショップ」として出店することなども考えてみましょう。



消費者の来店数が確保できる商圈(中山間地域でも都市からアクセス可能な場所など)



主要幹線道路沿い、駐車場の確保など集客しやすい立地



量販店へのインショップやアンテナショップでの取組

直売所の現状

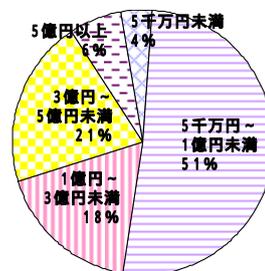
全国の農産物直売所数

13,538

定期的に消費者と直接対面で販売するために開設した場所又は施設。季節性が高い農産物販売のための時季を限定して開設したものを含む。

出典：農林水産省「2005年農林業センサス」

直売所の年間売上額



平均約1億円

中には20億円を超える直売所も

出典：(財)都市農山漁村交流活性化機構
地産地消の実態及び推進効果の把握に関する調査
常設・有人・周年営業(週3日以上営業)の4,645直売所

直売所の課題

平成18年度調査によると、直売所の課題は、出荷者の確保、年間を通じた魅力ある品揃え、集客数の確保、組織運営等となっています。

出荷者の確保

- ・出荷者の高齢化(66%)
- ・出荷会員獲得(20%)

魅力ある品揃え

- ・品揃え(60%)
- ・品質管理(37%)
- ・新商品開発(24%)

集客数の確保

- ・集客(40%)
- ・競合、競争(17%)

組織運営

- ・組織運営(16%)
- ・POS等システム導入(13%)

出典：(財)都市農山漁村交流活性化機構
地産地消の実態及び推進効果の把握に関する調査 (複数回答)

3 品揃えを確保しましょう(経営の高度化)

直売所などで取組を拡大するためには、品揃えを年間を通じて確保することが必要です。

品揃えのための取組

作物生産の多品目化や周年化
出荷者数の増加
加工品などへの取組
他の直売所などとの連携

特徴ある直売所づくり

地域特産作物、地域の伝統食品
などの他にはない品揃え
季節感のある品揃え
新鮮で信頼できる農作物の品揃え

少量多品目の生産出荷体制づくりは基本であり、作物の栽培研修会などによる作付品目の拡大の支援が重要です。

少量多品目の生産体制づくりに向けた取組例

生産・出荷カレンダーを作成し作目拡大を促進
栽培マニュアルを作成し、栽培講習会・研究会等の実施
冬場の生産確保のためのハウス等栽培施設の導入
保冷库の導入
定期的な営農指導や技術指導者の設置
登録出荷者の組織化を図り、情報交換等を実施

(事例) 奥出雲産直振興推進協議会

先進的農家を産直相談員(アグリキャップ)として任命し、栽培技術等の研修を実施。



(事例)

JA紀ノ川
めっけもん広場

出荷カレンダーを活用して、キャベツ・ハクサイ・レタス・ピーマン・ダイコンなどの品目毎に地場生産の拡大ができるものを月別に掲示。

出荷カレンダー



4 効率的な集荷体制を作りましょう (経営の高度化)

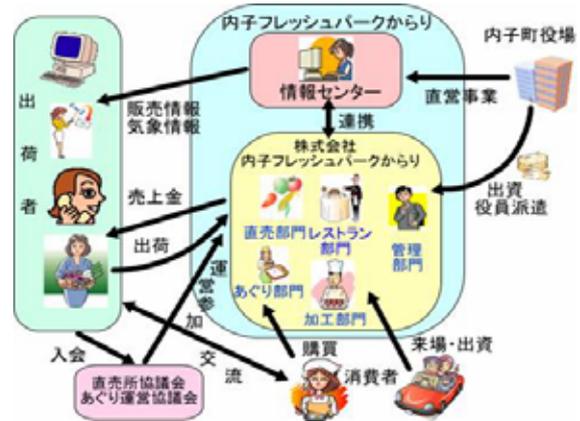
消費者ニーズに合った生産・出荷ができるように販売管理システム(POS)データなどを分析してみましょう。

販売状況を携帯やFAXなどに送信できるシステムを使うと、売行きに応じた出荷ができるようになります。

情報通信システムのメリット

POSシステムにより生産者別・品目別・月・日・時間帯別の売上状況から消費者ニーズを把握

最新の販売状況を生産者にFAX、自動メールなどで伝えることにより、追加出荷なども可能



(事例) (株)内子フレッシュパークからり
販売状況をFAXなどで即時に生産者が分かる体制を整備し、各生産者が農産物を効率的に出荷。

高齢者や女性も無理なく農産物を出荷できる体制づくりなどにも取り組んでみましょう。

高齢者等が無理なく出荷できる取組の例

地域内に拠点集荷所を設置し、生産者の出荷物を巡回集荷
高齢者農家などの出荷を他の農家が助ける体制づくり

(事例)
奥出雲産直振興推進協議会

高齢者でも出荷しやすい体制とするため、地域の40カ所に拠点集荷所(40カ所)を設置。地元運送業者と連携して、2トントラック(保冷車)により巡回集荷。



〔直売所のネットワーク〕

直売所周辺の出荷者だけではどうしても品揃えの難しい品目や時期がでできます。しかし、その部分を市場からの購入ばかりに依存すると、直売所の魅力が失われてしまいます。

このため、直売所間でネットワークを作り、品揃えを確保する取組が進められています。



和歌山県の「めっけもん広場」では、長野県産の農産物を販売



和歌山県「やっちゃん広場」の農産物を福島県「はたけんぼ」で販売

5 農産物の加工などにも取り組んでみましょう (経営の高度化)

農産物の付加価値化に加えて、新しい雇用が生まれ、また、品揃えもよくなるので、直売所の活動が広がります。

農産物加工のメリット

農産物加工場の平均像

平均年間原料仕入総額

1.3億円



約2.4倍

平均年間販売額

3.1億円

地場の農産物に付加価値を付けて販売できます。

出典：農林水産省
農産物地産地消等実態調査



加工品の生産に伴い新たな雇用も生まれます。



直売所の年間を通じた商品の品揃えが確保されます。

簡単な加工品から始めて、地域の農産物を使って直売所らしい加工品の販売を目指しましょう。

農産物加工の取組

地域の農産物を活かした食品など、身近な加工品から始めて見ましょう。



加工品の製造販売では、いくつかの許可が必要です。早めに保健所等と相談しましょう

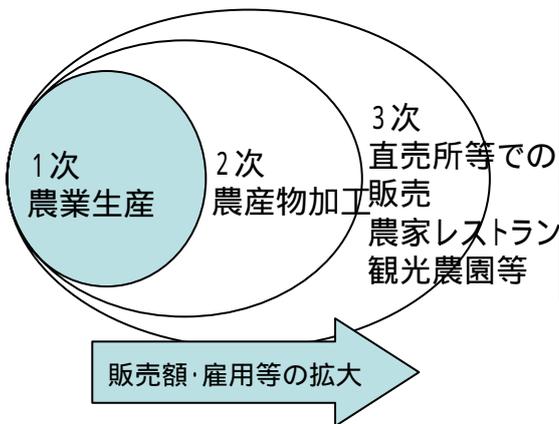
営業できる品目	営業許可
まんじゅう	菓子製造業
そば、うどん	めん類製造業
弁当・米飯類	飲食店営業
サラダ	そうざい製造業
味噌	みそ製造業
納豆	納豆製造業

(事例)JA 沢田
地場産野菜を使った漬け物で「沢田の味」ブランドが確立し、直売所の集客力も向上。
漬け物に加えて健康茶やジャム、ワイン等の加工品も販売。

6 異業種との連携や「6次産業化」により、地域全体での取組を目指しましょう（より高度な戦略的取組へ向けて）

農産物加工に加え、外食や観光等の異業種と連携することで、直売所の集客数の確保、販売額の増加、雇用機会の増大等が期待されます。また、地域住民へのサービスにも貢献できます。

6次産業化への取組



直売所にレストラン等を併設したり、地域の外食・観光業と連携することで集客力も高まります



福祉施設やサービスへの提供で地域住民への貢献もできます

直売所を核とした地産地消の取組は、他産業との連携の下に地域を丸ごと売り込むことで、都市住民との交流や憩いの場を提供するなど地域活性化にも貢献するものです。

地域活性化への取組



地場農産物に関するイベントの開催



地域住民に対する農作業体験・交流活動



観光農園、グリーンツーリズム等の取組との連携

7 地域内の連携強化や地域外への拡大にも取り組んで見ましょう。(より高度な戦略的取組へ向けて)

地域内の様々な関係機関・団体等の組織的な取組で、地域が一体となった地域地産の活動へと発展します。

食のまちづくり宣言



(佐賀県伊万里市) 食育を通じた自然との共生と地域内の連携、地元産の安全な食材の利用、食を通じた地域外住民との交流等を内容とした『食のまちづくり宣言』が行われました。

地産地消の日



(栃木県) 毎月8日、18日、28日を「とちぎ地産地消の日」と定め、県庁の食堂では、県産農畜産物を利用した「地産地消メニュー」を提供しています。

地域外への発展や都市消費者との連携により、地域農産物への需要が拡大します。都市部の量販店等とよく話し合いニーズに見合った出荷体制の確立が必要です。

インショップ



(群馬県 JA甘楽富岡) 20カ所以上のインショップが東京都内にあります。産地直送される野菜は都市消費者に好評です。

アンテナショップ



(大分県 JA大山) 福岡市内などに直営のアンテナショップやレストランを設置

8 学校給食へも地元農産物を提供しましょう

学校給食で地場農産物を利用するためには、生産サイドと学校給食サイドが連携し、計画的かつ安定的な食材の納入が重要です。

取組のポイント

1 生産サイドと学校給食サイドのマッチング

・ 生産者と学校給食を担う栄養士さん等が意見交換し、地域の農業や給食の調理現場のことをお互いに理解する場を作ることからスタート。

2 生産サイドと学校給食サイドの連携

・ 給食で利用できる地場農産物を検討。学校給食サイドは、毎月の献立計画を策定して食材を発注。生産者サイドは、詳細な納入計画を策定。

3 安定供給する体制づくり

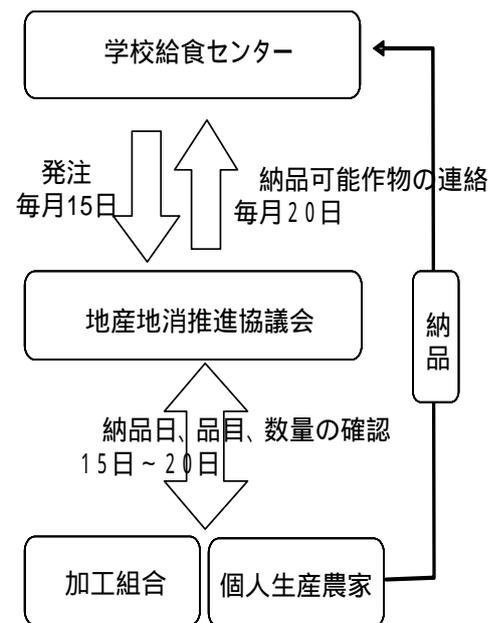
・ 異常気象や納入時の事故により予定の農作物が納入できない場合に備えた供給体制が必要。生産者のネットワークづくりのほか、確保できない場合の方法(代替品の市場からの確保等)も事前に検討が必要。

4 食育としての取組

・ 学校給食での地場農産物利用を通して、子供たちの農業と食べ物に関する理解を促進。農作業体験や生産者との交流も積極的に導入。



学校給食への供給体制の事例



(学習田での稲刈り)
自ら農作業を行うことで、食べ物への理解が深まります。

9 地産地消の取組に対する主な支援(平成19年度)

強い農業づくり交付金(地産地消特別枠)

- 1 **趣旨** 地産地消により地域の消費者と生産者の信頼関係の構築や地域の農業と関連産業の活性化を図るため、加工施設、直売施設、交流施設の整備を推進。
- 2 **事業実施主体** 都道府県、市町村、農業協同組合連合会、農業協同組合、農事組合法人、農事組合法人以外の農業生産法人等
- 3 **補助対象** 農畜産物処理加工施設、直売施設、交流施設
- 4 **交付率** 事業費の1/2以内

地産地消モデルタウン事業

- 1 **趣旨** 農業、給食、商工、観光等が一丸となり、地域全体で地産地消に取り組む「地産地消モデルタウン構想」を選定し、この構想の実現に向けた取組を推進する。
- 2 **事業実施主体** 農業協同組合連合会、農業協同組合、農事組合法人、農事組合法人以外の農業生産法人等(推進事業は上記団体を含む推進協議会)
- 3 **補助対象**
推進事業：協議会開催、先進事例調査、消費者・実需者ニーズの把握、地場農産物を活用した加工品の開発、生産者と消費者との交流会開催、ホームページ・パンフレットの作成等の経費
整備事業：農畜産物処理加工施設、直売所、交流施設(左記施設の2つ以上の一体的な整備)
- 4 **補助率** 事業費の1/2以内

その他の活用できる事業の例

農山漁村活性化プロジェクト支援交付金

農山漁村地域において、居住者及び滞在者の増加といった観点も踏まえ、農・林・水の縦割りなく施設の整備等の各種取組を総合的かつ機動的に支援。この中で、地域資源を活用した都市住民に魅力ある交流拠点、市民農園及び農林水産物直売・食材提供施設等の整備についても支援。

問い合わせ先

農林水産省生産局生産技術課

〒100-8950 東京都千代田区霞が関1-2-1

電話番号 03-3502-8111 内線 [http:](http://)