

農林水産政策研究所だより

# Primaff News

VOL.19 平成21年7月31日発行



農産物直売所の動向とその経済効果

新規採用の研究者を紹介します



農林水産省

# 農産物直売所の動向とその経済効果

## はじめに

農林水産政策研究所では、「地産地消の経済効果等に関する研究」を実施した。この研究の一環として、既存統計の組替集計<sup>(注)</sup>により、立地条件や販売規模別に直売所の実態を把握したほか、直売所の市場規模、直接の経済効果、産業連関表を用いた地域への波及効果の測定などの経済効果に関する一連の検討を行った。さらに、実態調査に基づき、直売所の運営上の課題と対応状況について検討した。ここでは、この研究成果から、大規模直売所の販売効率、直接の経済効果、地域類型に応じた展開方向について紹介する。

注：全国の直売所数は13,538カ所(2005年センサス)であり、本研究の調査数は2,118カ所(農協および市町村が設置主体である直売所を対象とする「平成16年度農産物地産地消等実態調査」(農林水産省統計部)を組替集計)。

## 1. 大規模直売所の販売効率

大規模直売所(販売規模が1億円以上)は、事業所数では2割のシェアであるが、販売金額では7割のシェアを占める。販売金額規模別にみた販売効率を検討したところ、販売効率を示すいずれの指標も、大規模直売所ほど高い。また、2億円以上の直売所では販売効率のうち労働効率や売場効率で食料品スーパーをしのぐ成果となっていた(第1表)。

第1表 農産物直売所と食料品スーパーとの販売効率比較

	事業所数	1事業所当たり			1従業者 当たり 販売額 (万円)	売場面積 1㎡当たり 販売額 (万円)	
		従業者 (人)	販売額 (100万円)	売場面積 (㎡)			
農産物 直売所	5億円以上	31	26	777	909	3,043	84
	3~5億	58	15	371	487	2,487	76
	2~3億	107	12	241	397	2,041	61
	1~2億	266	8	142	234	1,709	61
	5千万~1億	380	6	71	203	1,125	35
	5千万円未満	1,276	6	17	108	299	16
	(全数)	18,485	46	922	987	2,004	93
食料品 スーパー	従業者 30~49人	4,137	39	836	854	2,146	98
	従業者 20~29人	2,629	24	550	614	2,252	90
	従業者 10~19人	3,014	14	378	480	2,639	79
	食料品販売のうち 野菜・果実が50%以上	431	19	307	471	1,655	65

資料：「平成16年度農産物地産地消等実態調査」(農林水産省統計部)を組替集計。  
食料品スーパーは「平成16年商業統計調査」(総務省・経済産業省)

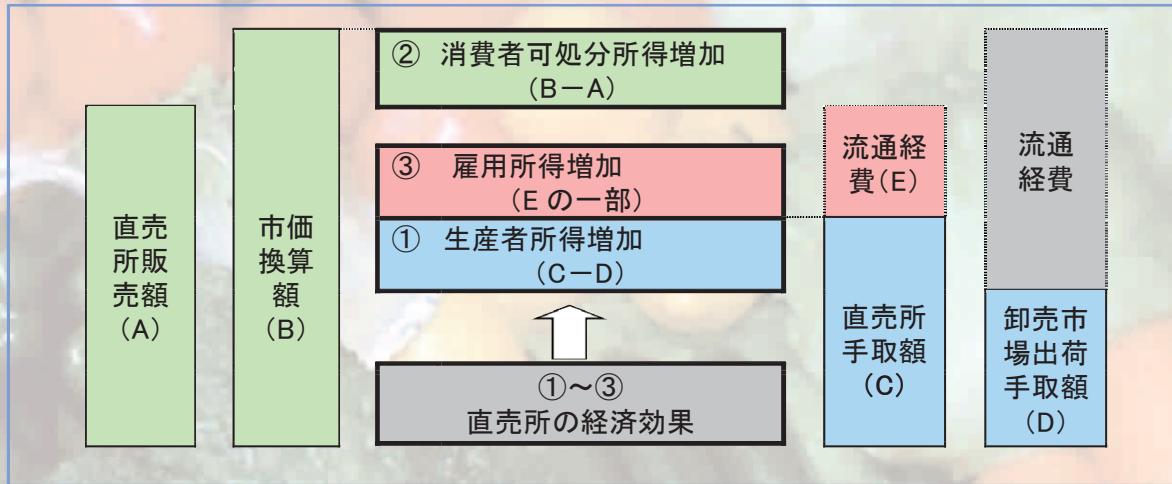
## 2. 農産物直売所の経済効果の推計

直売所で販売している野菜等は、消費者に安くて新鮮と評価されており、実態調査によれば価格は市価の1~2割安で販売されている品目が多く、地場産が大半であり、朝採り販売の実施割合も高い。一方で、生産者にとっては、直売所に出荷した方が、流通コストの低減や出荷規格の緩和に伴う商品化率の向上等により、通常の出荷ルートよりも手取額は増える。

以上のような消費者メリット(消費者可処分所得増加)、生産者メリット(生産者所得増加)、直売所施設の運営に伴う雇用創出効果(雇用所得増加)の3つの経済効果について、実態調査を行った直売所を対象に試算した(第1図)。第2表は、実態調査を行った12の直売所の経済効果の計測結果を一覧にして示したものであるが、かなりの経済効果が見込まれるという結果となった。



第1図 農産物直売所の経済効果の概念図



第2表 直売所の経済効果の計測結果

単位: 百万円

直売所名		都市的地域				平地農業地域				中山間地域			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
経済効果	販売金額	1,389	808	1,491	1,120	2,490	54	743	700	1,088	324	148	118
	計	568	253	414	392	937	21	274	164	535	196	84	58
	生産者所得増加	227	117	237	126	374	8	96	67	171	73	10	15
	消費者可処分所得増加	271	89	133	214	470	9	123	37	304	85	46	28
	雇用所得増加	70	47	48	52	93	4	55	60	60	38	28	15

### 3. 地域類型に応じた展開方向

農業地域類型別に1直売所当たりの販売規模を見ると、都市的地域および平地農業地域で大きく、中山間地域で小さい。都市的地域では購入者は地域住民の割合が高く、野菜等の日常的な食材の販売割合が多いのに対して、山間農業地域に向かうほど購入者は一般通商客・観光客の割合が高く、地域特産物や土産物といった性格の商品販売が多い。

こうした立地に応じた展開方向を分析すると、すべての地域類型で、地場の青果物等を中心に、多品目、高鮮度、周年供給が重要となっている。加えて、都市的地域では鮮度で差別化できる野菜等は直売所、他の食品は量販店という棲み分けを図るためにも、新鮮な野菜等の豊富な品揃えが可能となる生産体制の整備が重要な課題であり、あわせて、地域住民を取り込む対応(カード会員制や地域通貨など)が行われている。平地農業地域では、量販店との差別化に加え、農村らしさをアピールしたりピーターの確保のため、平地農業地域の高い潜在的生産力の発揮(贈答用果実や多様な野菜品種の生産など)に加えて、消費者との交流(加工体験やグリーンツーリズムの実施など)が取り組まれている。中山間地域では、地域住民等の基礎的な集客量が少なく、より広域からの集客が必要となるため、特色ある地域特産物や農産加工品を開発し(山菜、茸、傾斜地を利用した果樹、機能性食品、それらの加工品など)、通過客や観光客を呼び込む取組が行われている。一方で、食料品販売店が少ない地域では、食品販売拠点として、車で来店できない消費者に宅配する直売所もあり、地域の生活を支える重要な機能を果たしている。

(香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ)

# 新規採用の研究者を紹介します



平成21年度に農林水産政策研究所に新規採用(任期付)された研究者を紹介します。



## 飯田 恭子 研究員

東京都出身。東北芸術工科大学、ドイツのミュンヘン工科大学、カッセル大学にて環境デザインとランドスケープ計画を専攻。カッセル大学にてDr.-Ing.(博士(工学))を取得。東北芸術工科大学及びカッセル大学にて教育と研究に従事。平成21年4月より現職。

これまで私は、農山村の資源活用に着目しながら、都市と農山村の持続的な発展に関する研究をすすめてきました。母校の東北芸術工科大学は、西蔵王の麓にあります。山形県内で農林水産業を営みながら暮らす人たちに、大学はまるごと受けとめてられています。地方都市で環境デザインを学び、研究し、また教育することは、食べることや住むことを通して、農山漁村と都市とのつながりを考えるプロセスともいえます。

ドイツでは「九ヶ月冬、三ヶ月寒い」といわれるドイツのロエン地方のある農家に住みこませていただきました。ロエンでは、多くの生産者や加工業者、飲食店、販売店が連携し、絶滅にひんした在来種のロエン羊を環境保全型農業で飼育し、地産地消する仕組みをつくりました。皆さんは、ロエン羊のほかにも牡牛肉や野生動物の肉、川鱒、蜂蜜、果実、野菜など、さまざまな在来の食材を再評価して、伝統的かつ新しい郷土料理を生み出しています。ここでは、地域の環境と文化、社会、経済が「食べて保全」されているのです。

波うつようにつらなる山と丘、斜面の牧場で草をはむ羊や牛の群れ、生け垣をはさんだ畑と牧場のモザイク、たくさんの小さな森、谷に点在する村がはるばると見渡せる風景は「遠くまで広がる大地」と呼ばれ、地域の人たちの心をむすびつけるシンボルです。

生産と消費のグローバル化が進行するなか、私たちは「今、ここで」暮らす喜びを失いつつあるようです。

そのようななか、私は「詩的な場所」をキーワードに、日独の共同研究を続けてきました。風土や歴史、民俗のなかに流れる感性に根ざしながら、人々が自己を確認し、社会的に生活することのできる環境をつくるための研究です。

田んぼや畑、森や牧場、そこに生きる家畜や作物、野生の動植物、それらとともに生きて働く人たち、産物が手渡される瞬間、家庭の台所やレストランの厨房にただよふ香り、家族や親しい人たちとかこむ食卓。

「食べて保全」をすると、食べものがつくられて、食べられるまでのあいだに、たくさんの「詩的な場所」が生まれます。森の植物を編む手仕事や地場産材を用いた建築などでも、素材がつくられて、使われるまでのあいだにある、さまざまな場所や場面を思い浮かべると楽しいものです。

農林水産政策研究所では「効果的な農村活性化に向けた多様な主体との連携モデルの構築に関する研究」に取り組んでいます。農家などの生産者と市民、有志のグループ、企業などがつながりながら、農林水産業とともに持続的な地域の環境と社会、文化をつくりだす姿を照らしたため、調査研究に励む所存です。

## 編集後記

彩り鮮やかな夏野菜が出回る季節になりました。少し前まで、直売所は旅行などに行ったときに見かけるものというイメージを持っていましたが、最近では、私の住んでいる駅前にもトラックで野菜を持ち込んで販売しているのを見かけます。

新鮮な野菜を買うことができるのはもちろんですが、スーパーにはない季節の野菜を実感することができるので、私も利用しています。

## Primaff News

— 農林水産政策研究だより —  
VOL. 19 平成21年7月31日発行  
農林水産省農林水産政策研究所  
企画広報室広報資料課  
TEL : 03-6737-9012



※バックナンバーはHPをご覧ください。

<http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/news>