

小都市農産物直売所多面的機能実態調査

報告書

平成 29 年 2 月

小都市

目 次

1. はじめに	1
(1) 調査の目的	1
(2) 農産物直売所の多面的機能	2
2. 小郡市の現況	4
(1) 位置	4
(2) 農業	4
1) 産業構造	4
2) 農業生産額	4
3) 主な農産物	5
4) 農業の担い手	7
5) 農地	8
(3) 観光	9
(4) 市内の直売所と近郊食料品販売施設の分布状況	11
3. 各種調査結果の概要	12
(1) 各種調査結果の概要	12
1) 市民意識調査結果	13
2) 直売所アンケート調査結果	14
3) ヒアリング結果（市内既存直売所・近郊直売所・市内スーパー・関係機関）	15
4) 生産者アンケート調査	19
5) 利用者インタビュー調査	19
(2) 調査結果から見た直売所の方向性	20
1) 消費者が求める直売所の姿	20
2) 生産者が求める直売所の姿	24
3) 先行直売所の成功事例	26
4. 明日の小郡の農業を考える会の主な意見	30
5. 既存直売所の現況	32
(1) 既存直売所の概況	32
(2) 既存直売所の運営の特性	34
1) 直売所に出荷する「生産者」について	34
2) 「運営」について	34
3) 直売所が取り扱う商品について	34
(3) 既存直売所が果たしている役割	35
6. 直売所の課題	37
(1) 既存直売所の課題	37
(2) 直売所に関する小郡市の課題	40
1) 農家数の減少	40

2) 競合店舗の増加.....	40
3) 地域を代表するブランド農産物の不在.....	40
4) 観光とリンクした直売所の不在.....	40
(3) 課題の整理	41
7. 直売所の課題解決に向けた方策	42
(1) 生産者の確保	42
1) 行政の取り組み.....	42
2) JAみいで考えられる取り組み.....	43
3) 既存直売所で考えられる取り組み.....	43
(2) 商品の確保	44
1) 直売所で考えられる取り組み.....	44
2) 関係団体で考えられる取り組み.....	47
(3) 店舗の再整備	50
1) 直売所・行政・JAみい等が連携すべき取り組み	50
(4) まとめ	51
8. 小郡市の直売所の方向性	53
(1) 新たな農産物直売所を「設置」することが問題解決につながるのか.....	53
(2) 観光との連携による賑わいの創出	53
(3) 市民意識調査結果の分析	53
(4) 直売所に期待される波及効果	54
(5) まとめ	54
9. 新たな直売所の基本的な考え方	55
(1) 商品と施設の関係について	55
(2) ターゲットはどこか	55
1) 誰のための施設か.....	55
2) 集客ターゲットはどこか.....	55
(3) 役割	56
(4) 運営はどこが行うのか	56
(5) 既存直売所との協議の場づくり	59
(6) 課題が解決できるのか	59
(7) 運営	60
(8) 施設環境	61
(9) 新たな直売所整備に向けた今後の取り組み.....	68
1) 直売所設立協議会の立ち上げ.....	68
2) 基本計画・実施計画の策定.....	68
3) 整備主体の検討.....	68

1. はじめに

(1) 調査の目的

小郡市の基幹産業は農業です。しかし、安価な外国産の農産物による価格低迷など、農業を取り巻く現況は厳しく、本市でも農家数の減少と高齢化や農業の販売額の減少など、様々な問題を抱えています。また、農産物販売金額が 300 万円未満の中小規模農家が、本市の販売農家の 72%を占める一方で、収益性が高く安定的な農業経営を図っている施設園芸農家等では、新規就農者や後継者が育っているという両極端な状況があります。

小郡市では平成 26 年度に『小郡市食料・農業・農村基本計画』を策定し、大規模農業経営を促進する一方、農業生産の基盤と多様性を築いてきた家族農業経営を維持していくことを農業振興策として掲げています。

家族農業経営の振興策のひとつとして、直売所での販売があげられます。

本市には、生産者が運営する直売所「宝満の市」と、JAみいが統括する直売所「めぐみの里」というふたつの主要直売所が、10 年以上に渡り市内外の利用者に親しまれています。

しかし、ショッピングセンターの開業や既存スーパーにおける産直コーナーの設置など、周囲の環境の変化が顕著です。生産者にとっては販売先が増えることから、相対的に両直売所の地元産農産物の集荷力が落ちるといった事態を招いています。

また、両直売所自体にも変化の波は押し寄せています。借地により営業している宝満の市は、周囲の開発が進んでいることから、いつ立ち退きを求められてもおかしくない状況にあります。一方、JAみいでは、JA自己改革の一環として、支所機能の統廃合が進められているところです。

直売所には、多面的機能が備わっています。

例えば、直売所が、農村地域の経済の活性化に貢献しているということは、誰もが認めることです。

また、都市部住民と農村部住民が顔を合わせる場として、交流を育む機会を提供していますし、学校給食への食材提供や「招待給食」による生産者と児童との交流が、明日の小郡を担う子どもたちへの食育推進につながります。

いくつになってもいきいきと出荷し続ける生産者が多いということは、直売所が、働く場を提供しているというだけでなく、生きがづくりと健康増進の機能を備えていると言えるでしょう。

直売所は、経済活動の場としての機能だけではなく、多くの市民（生産者と消費者）が健康で豊かな生活を送るためのまちづくりの拠点となり得る機能を有しています。

本報告書は、両直売所や関係機関、近隣の先進直売所へのヒアリングや市民アンケートの結果を検討することで、直売所が、まちの賑わいを創出する中核施設となるための方針について提案することを目的としています。

(2) 農産物直売所の多面的機能

農産物直売所には、以下のような多面的機能があるとされています。

(中村学園大学 教授 甲斐 諭「農産物直売所の顧客満足要因と地域活性化要因の解析」 より一部抜粋)

① 販売額向上による地域経済活性化機能

近年、農村部に立地する直売所に多くの消費者が来店している。直売所の販売額増加は、農村地域を経済的に活性化させる大きな要因である。

② 生産者と消費者を結ぶ直接交流機能と食の安全安心を担保するトレーサビリティ機能

直売所の販売品には、生産者の氏名や住所、ある直売所では生産者の電話番号までも記載されている。これは生産者と消費者を結ぶ直接交流機能を果たしており、さらに安全安心を担保するトレーサビリティ機能も担っており、生産物の信頼性の確保に繋がっている。

③ 食料の自給率向上機能

消費者が生産地に赴き、新鮮な国産生鮮食料品を購入することは食料自給率を引き上げることに繋がる。自給率向上効果が大きい。

特に、野菜などは外国産が販売されていないので、地産地消の展開に貢献している。また、直売所では弁当などが良く売れているが、これも国産穀物の販売増加に貢献しており、穀物自給率の向上に寄与している。

④ フードマイレージ短縮機能（物流エネルギーとCO₂の削減機能）

食料自給率が高くなれば、輸入品を購入する場合よりフードマイレージが短縮され、国際的にみて物流エネルギーとCO₂の削減機能が発揮される。

外国産野菜ではなく地場野菜が売れ、海外の穀物で製造されたパンではなく地域産のコメで製造された弁当が良く売れるのは、フードマイレージの短縮に貢献している。

⑤ 「新鮮さを防波堤にしたセーフガード機能」

直売所の隆盛は国産生鮮食料品への消費者の回帰現象と言える。これは国際的に許容されているものの、輸出国から反発の大きい国の法的制度としてのセーフガードとは異なり、民間の「新鮮さを防波堤にしたセーフガード」であると理解できる。

かつてネギなどの輸入急増の対抗策として国が発動した暫定セーフガードは中国から猛烈な反発を招いたが、直売所で展開される地産地消に対してはどの国も反発する訳にはいかない。

⑥ 「社会化されなかった資源の社会化機能」

直売所では高齢者や婦人が生き生きとして生鮮食料品を出荷している。大規模農業、大型機械化農業、大都市卸売市場出荷型農業では働き場がなかった高齢者や婦人が直売所に生鮮食料品を出荷することによって、働く場所を自ら創造している。

さらに最近では早期退職した人や失業した人が、農地を耕し直売所に出荷して僅かではあるが、収入を得ているケースが増えている。直売所にはこのような「社会化されなかった資源の社会化

機能」がある。団塊の世代の退職後の新たな自己就業機会を提供する機能も秘めている。

⑦ グリーンツーリズムのための都市農村交流センター機能

直売所には、多くの都市住民が訪問しており、都市農村交流センターの機能を果たしている。特に、韓国や中国からの海外観光客は、日本の農村や漁村の美しい景観、山紫水明の農村、白砂青松の漁村に感動する。直売所が国際グリーンツーリズムの拠点になることも期待されている。

⑧ 食育推進機能

各地の直売所が学校給食への食材提供を行っている。さらに生産者が地域の伝統食を学校で教え、継承している事例が散見される。

ある直売所では、地域の学校に地域食材を配達するために、配送車を購入したところもある。また、直売所の出荷者が小学校に行き「ふるさと先生」になり授業をしたり、給食と一緒に食べたりしている事例もある。

⑨ 生産者の身体的健康増進機能（医療費削減機能）

高齢生産者は、直売所に出荷が可能になったことで生産意欲を出し、健康を回復し、直売所ができる以前のように病院で無為にお喋りをするのが少なくなり、結果的に医療費の削減に貢献している。

ゲートボールに興じていた高齢者がゲートボールを止めて、直売所に出荷する生鮮食料品の生産のために働き始め、病院に行く回数が少なくなっているケースもある。

⑩ 生産者の精神的健康増進機能

高齢生産者は、大規模農業、大型機械化農業、大都市卸売市場出荷型農業で働く場面が少なく、意気消沈していた。しかし、直売所に出荷が可能になったことで自己就業機会を得て、経済的にも豊かに、そして人生を楽しく感じている生産者が多くなり、精神的満足を得ている人が多い。

直売所の高齢出荷者が海外旅行に行くほどの収入を得たりして、人生を楽しめるようになったと話していたケースもあった。

⑪ 消費者をもてなす機能

多くの直売所が周辺に菜の花やヒマワリ、コスモス、アズキなどを栽培し、都市の消費者が四季を楽しむことができるように工夫するなど消費者をもてなすサービスを行っている。

地域の老人会の方が、直売所周辺に花壇を作り、来訪者を楽しませている直売所もある。

2. 小郡市の現況

(1) 位置

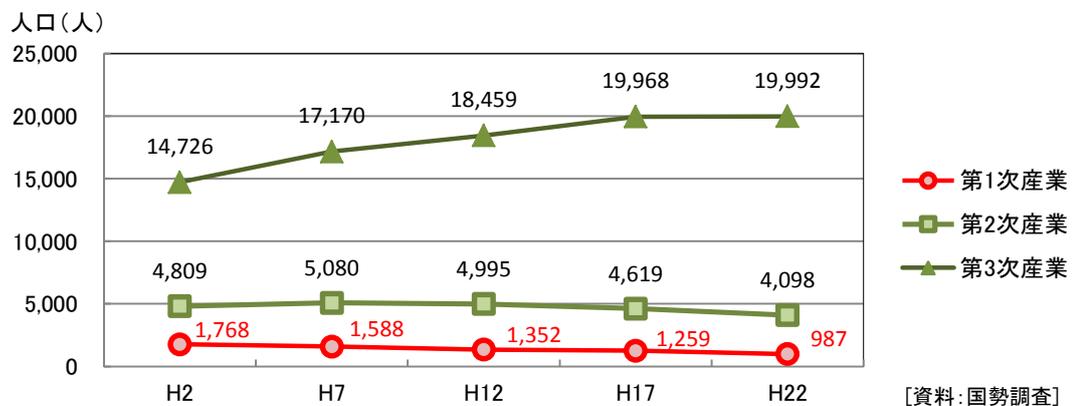
本市は、九州最大の消費地である福岡都市圏に約 40km、筑後地方の中心である久留米市に約 20km の場所に位置しています。

また、九州の各都市（佐賀、長崎、熊本、大分）を結ぶ交通の要となっているため、集客面でも農産物の運輸面でも良好な立地条件を有している。

(2) 農業

1) 産業構造

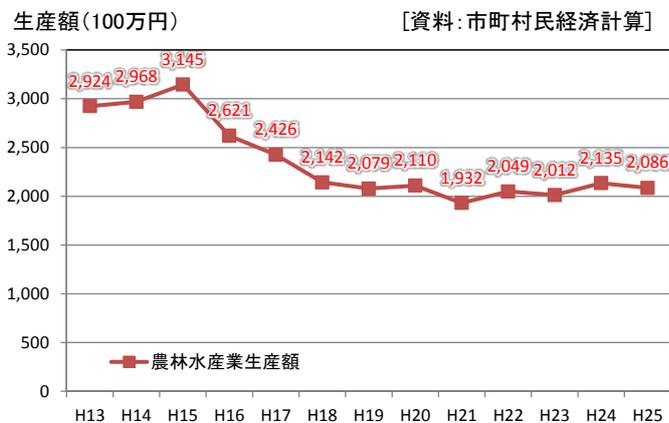
産業別就業者数の内訳は、第 1 次産業 3.8%、第 2 次産業 15.9%、第 3 次産業 77.7%となっています。



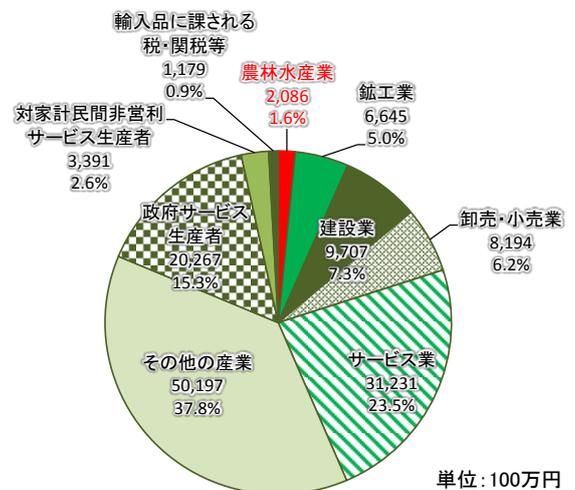
■ 産業就業別人口(15歳以上)の推移

2) 農業生産額

農林水産業の生産額は減少傾向にあり、小郡市の総生産額に占める農林水産業の生産額の割合は 1.6%です。



■ 農林水産業生産額の推移



[資料: 市町村民経済計算]

■ 小郡市内経済活動別総生産

3) 主な農産物

■小郡の主要農産物の生産量(平成 26 年)

農畜産物		福岡県 収穫・出荷量	小郡市 収穫・出荷量	小郡市 占有率	県内順位
米類 麦類 豆類	米	175,200 t	4,840 t	2.9 %	収穫量県内 14 位
	小麦	57,600 t	2,770 t	4.8 %	収穫量県内 6 位
	大麦	18,600 t	1,040 t	5.6 %	収穫量県内 8 位
	大豆	14,300 t	733 t	5.1 %	収穫量県内 7 位
野菜	チンゲン菜	414 t	96 t	23.2 %	出荷量県内 2 位
	みずな	3,140 t	851 t	27.1 %	出荷量県内 2 位
	きゅうり	7,536 t	204 t	2.7 %	出荷量県内 6 位
	いちご	13,006 t	145 t	1.1 %	出荷量県内 14 位
	キャベツ	19,332 t	— t	0.0 %	
	レタス(結球+非結球)	16,716 t	567 t	3.4 %	出荷量県内 4 位
	ほうれん草	1,542 t	13 t	0.8 %	
	ブロッコリー	3,389 t	58 t	1.7 %	出荷量県内 15 位
	にんじん	771 t	51 t	6.6 %	出荷量県内 3 位
	いちじく	1,128 t	5 t	0.4 %	
花き	きく(切り花)	145,023 千本	836 千本	0.6 %	
	トルコギキョウ	6,002 千本	200 千本	3.3 %	出荷量県内 10 位
	洋ラン	1,073 千鉢	20 千鉢	1.9 %	出荷量県内 5 位
畜産	肉用牛	20,200 頭	389 頭	1.9 %	
	乳用牛	10,400 頭	309 頭	3.0 %	
	豚	82,500 頭	625 頭	0.8 %	
	採卵鶏	3,466 千羽	0 千羽	0.0 %	
	ブロイラー	1,465 千羽	32 千羽	2.2 %	
	みつ峰	8,471 群	505 群	6.0 %	

※福岡県農業統計調査、福岡農林水産統計年報、家畜飼養頭羽数の公表値を小郡市にて一覧表に整理したもの。
※米、麦、大豆は収穫量、他は出荷量を表示。

《米・麦・大豆》

本市では、平坦な土地を利用した米、麦、大豆の土地利用型農業がその主体を占めています。

米は、ヒノヒカリ、夢つくし、元気つくし、にこまる、ヒヨクモチなどの品種を中心に、1,040haの水田で年間 5,230 トン(平成 25 年産作付面積、収穫量)を生産しています。

また、減農薬・減化学肥料栽培の取り組みも行われており、47 名(H26.5 月現在)の農業者が福岡県のふくおかエコ農産物認証制度の認証を受け、より良質で安全・安心なものづくりを行っています。

麦は、小麦粉や麺の原料となる小麦品種のチクゴイズミやシロガネコムギ、需要の拡大が期待さ

れるラーメン用小麦のちくし W2 号、またビールの原料となる大麦品種ほうしゅんが作付けされています。小麦は 742ha で 2,640 トン、ビール大麦は 317ha で 818 トン(平成 25 年産作付面積、収穫量)生産しています。

大豆は、フクユタカを 362ha で 648 トン(平成 25 年産作付面積、収穫量)生産しています。

《野菜(果樹含む)》

野菜は、葉物類を中心に、JA みい管内で年間に約 70 品目が生産されています。交通の便に恵まれていることから JA みいの園芸流通センターを通じて、大消費地である関西や関東をはじめ全国に出荷されています。

このような中、本市では、レタスが野菜生産出荷安定法に基づく野菜指定産地となっています。

また、福岡県野菜集団産地育成対策の集団産地指定では、ホウレンソウ、チンゲン菜、イチゴ、サラダ菜、ブロッコリーが産地指定となっています。さらに、平成 28 年度からは、公益社団法人ふくおか園芸農業振興協会が、JA みいの「みずな」を特定野菜等供給産地育成の対象品目としています。

施設園芸においては、周年で生産される葉物野菜(みずな、小松菜)を中心に、近年、若手後継者が作付面積を拡大しています。また、生産・出荷の中で収穫・調整作業に多くの労力を要することから、雇用や調整の委託等を行いながら規模拡大を図っています。

《花き、花木等》

本市では、切花、鉢物・苗物等の花き園芸も県内で一定の生産額をあげており、切花はトルコギキョウ、ガーベラ、ラナンキュラス等、また鉢物は洋ラン等が生産されています。

近年は、景気低迷や花きの需要の落ち込みにより、花きの消費量は減少傾向にあります。

4) 農業の担い手

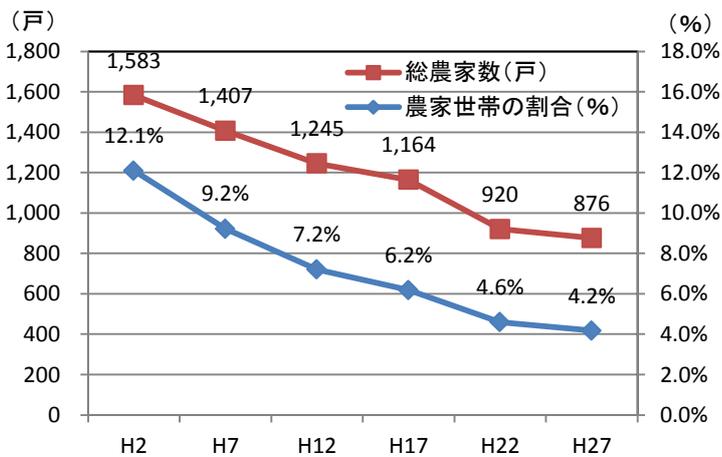
平成 27 年 2 月 1 日を基準日として市内の農家を対象に調査された「2015 農林業センサス」と 25 年前の「1990 農林業センサス」を比較すると、本市の農家の近況が浮かび上がります。

農林業センサスでは、平成 27 年の総農家数は 876 戸で、市全体の世帯数 20,964 戸（平成 27 年国勢調査）の約 4.2%にすぎません。

農業従事者数は 25 年間で 2,522 人から 863 人になっており、約 3 分の 1 に減少しています。

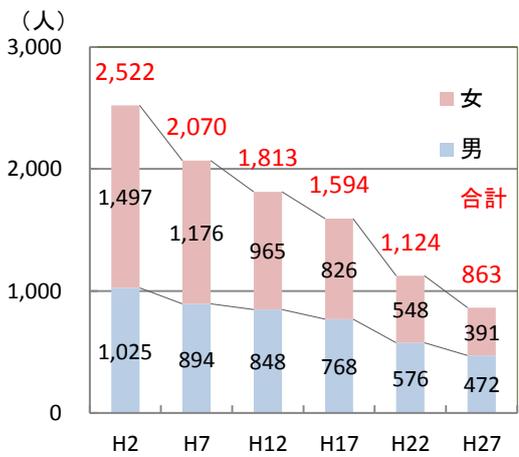
販売農家数は 539 戸で、1,407 戸と比較して約 6 割減少しています。

専業農家数は 170 戸で約 2 割の減少に留まっていますが、兼業農家数は、平成 27 年の時点で 369 戸と、約 7 割も減少しています。



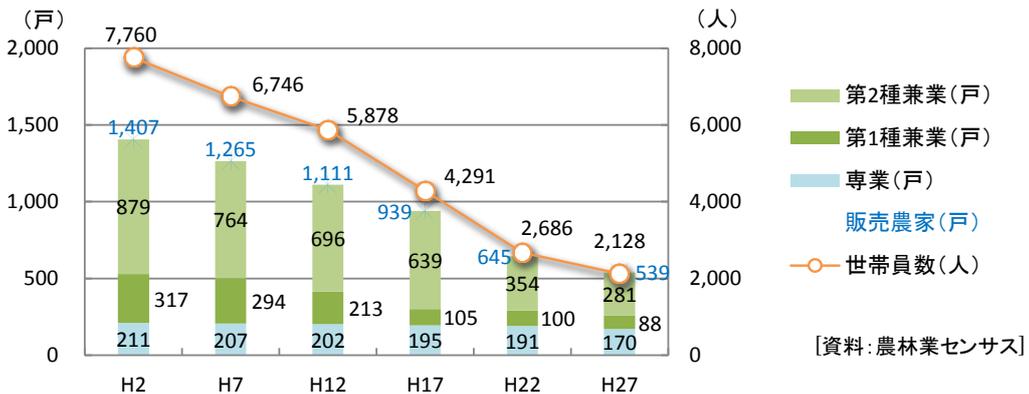
■ 総農家数と農家世帯の割合の推移

[資料: 農林業センサス、国勢調査]



■ 農業従事者数の推移

[資料: 農林業センサス]



■ 販売農家戸数と世帯員数の推移

[資料: 農林業センサス]

※農林業センサスにおける用語の定義

第1種兼業農家：農業所得の方が兼業所得よりも多い兼業農家

第2種兼業農家：兼業所得の方が農業所得よりも多い兼業農家

世帯員数：農家世帯で、原則として住居と生計を共にする者の数

農業従事者：15歳以上の世帯員で年間1日以上自営農業に従事した者

5) 農地

平成 27 年の経営耕地面積（販売農家）は 1,087ha で、本市総面積 4,551ha の 24%を占めていますが、平成 2 年と比較すると 45%も減少しています。

近年、全国的に農業従事者の高齢化が進んでいるうえに後継者が不足しています。農地を賃貸借することにより担い手に農地を集約していけば、耕作放棄地の増加を防止することにつながります。本市における利用権設定率は、約 47.0%（H27 年 3 月末）となっています。

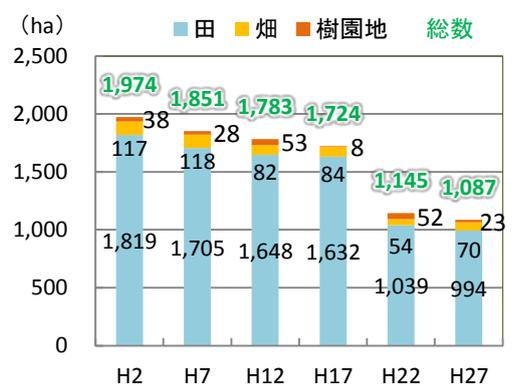
販売農家の耕作放棄地は平成 2 年には 6ha ですが、平成 27 年は 1ha に減少しています。

■経営耕地面積と耕作放棄地面積の推移（販売農家）

年次	経営耕地面積 (ha)	耕作放棄地面積 (ha)	耕地に対する割合 (%)
平成2年	1,974	6	0.3
平成7年	1,851	10	0.5
平成12年	1,783	17	0.9
平成17年	1,724	11	0.6
平成22年	1,144	14	1.2
平成27年	1,087	1	1.0

[資料：農林業センサス]

■経営耕地面積の推移



[資料：農林業センサス]

■耕作放棄地面積の内訳

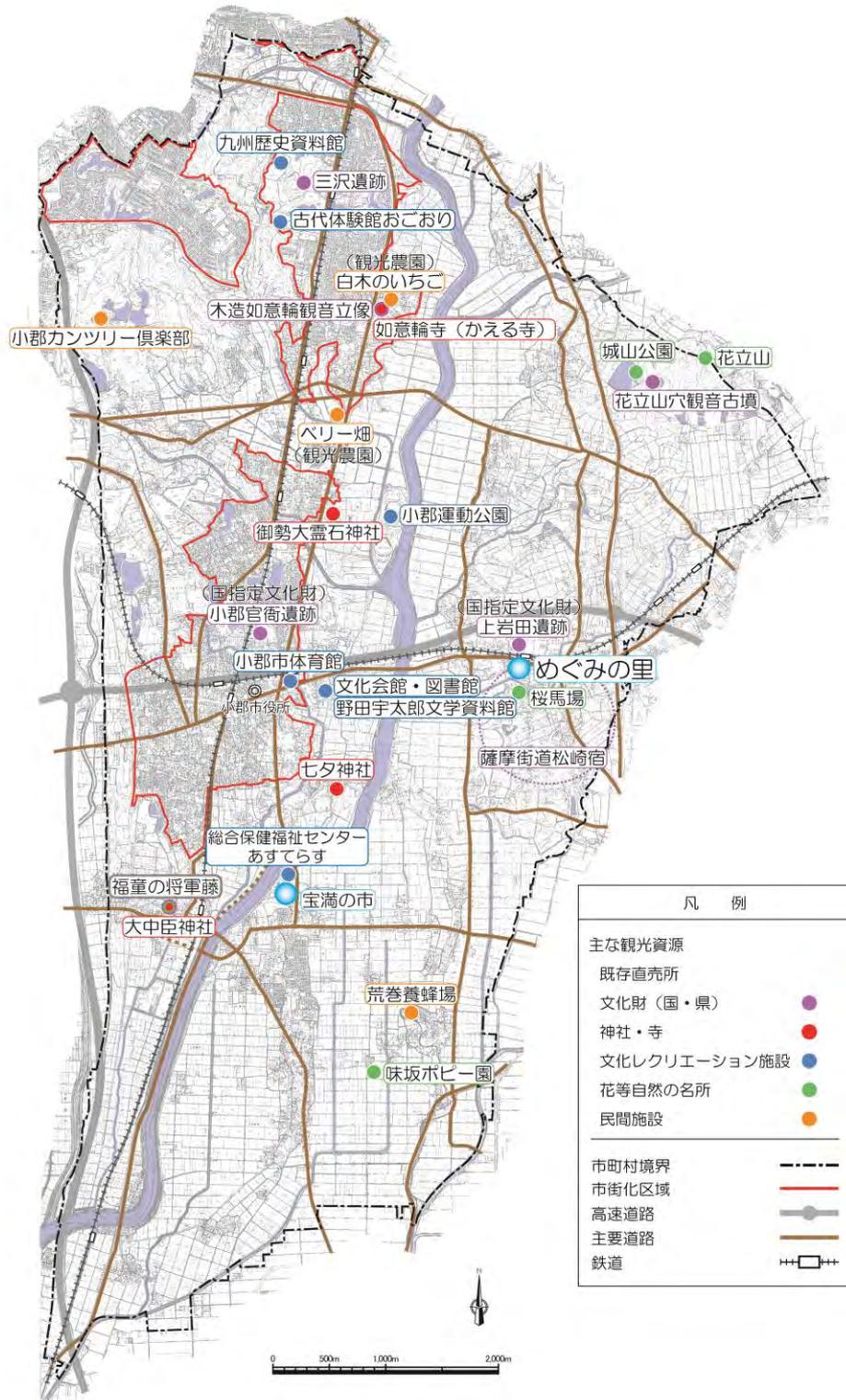
年次	耕作放棄地面積総面積		
	販売農家	自給的農家	土地持ち非農家
平成17年	11ha	6ha	25ha
平成22年	14ha	8ha	20ha
平成27年	1ha	4ha	7ha

[資料：農林業センサス]

(3) 観光

本市には、下図のとおり多くの観光資源があります。平成 27 年に発足した（一社）小郡市観光協会は、様々なイベント等を通じて「おごりの四季」を情報発信しています。

本市の観光については、宿泊施設がないため全て日帰りで、県内からの観光客が多いことが特徴のひとつです。



■ 主な観光資源図

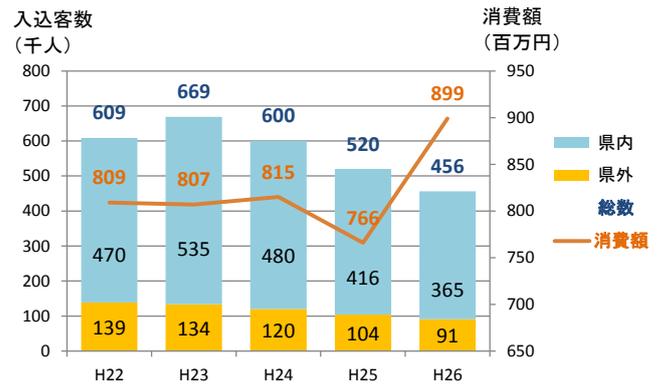
[資料: 市観光パンフレット等]

■入込客数と消費額(平成 26 年)

内訳	小都市	久留米市	筑前町	うきは市
総数(千人)	456	5,180	997	1,930
日帰	456	4,793	992	1,893
宿泊	0	387	5	37
県外	91	1,357	156	482
県内	365	3,823	841	1,448
消費額(百万円)	899	11,358	1,101	1,675

[資料:福岡県統計]

■入込客数と消費額の推移



[資料:福岡県統計]

(4) 市内の直売所と近郊食料品販売施設の分布状況

本市の主要な直売所である「宝満の市」は市の南部、「めぐみの里」は市の東部に位置しています。

近郊の食料品販売施設は、市の北西部から中央の市街地に集中しており、宝満川左岸側の農村地域には少ない状況にあります。



■市内の農産物直売所と近郊食料品販売施設の分布状況

3. 各種調査結果の概要

(1) 各種調査結果の概要

本業務にあたり、以下の調査を実施しました。

●市民意識調査：市民 1,517 名に配布 回収率 48.5%（平成 28 年 9 月 15 日～9 月 30 日実施）

●直売所アンケート調査：121 ヶ所の直売所に配布 回収率 24.0%
（平成 28 年 9 月 30 日～10 月 14 日実施）

●市内既存直売所・近郊直売所・市内スーパー・関係団体調査を対象とした調査
責任者ヒアリング、生産者アンケート、利用者インタビューを実施した。

対象		実施した調査※		
		責任者 ヒアリング	生産者 アンケート	利用者 インタビュー
市内既存 直売所	宝満の市	●	●	●
	めぐみの里	●	●	●
近郊直売所	道の駅むなかた	●	—	●
	筑前町ファーマーズマーケット みなみの里	●	—	●
	道の駅うきは	●	—	●
	道の駅くるめ直売所 ほとめきの里	●	—	●
	道の駅おおむた 花ぶらす館	●	—	●
	JA 産直 うちの畑	●	—	●
市内 スーパー	イオン小郡 ショッピングセンター	●	●	●
	マックスバリュ 小郡七夕通り店	●	●	●
	ダイキョーバリュウ 三国が丘店	●	—	—
関係団体	小郡市観光協会	●	—	—
	JA みい	●	—	—
	小郡市商工会	●	—	—

※●：実施 —：調査対象外

それぞれの調査の結果概要を以下に示します。なお、調査結果は資料編に添付します。

1) 市民意識調査結果

項目	調査結果概要（市民意識調査）
既存直売所の認知度・利用頻度	<ul style="list-style-type: none"> ・宝満の市、めぐみの里を知らない人は 25.2%（185 人/735 人） ・宝満の市、めぐみの里を利用したことがない人は 43.0%（316 人/735 人）
消費の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・市内既存直売所で農畜産物を購入する人は 5.0%（37 人/735 人）と非常に少なく、スーパーで購入する人は 88.2%（648 人/735 人） ・直売所で買い物をする理由として多いのは <ul style="list-style-type: none"> ①新鮮で品質が良い 66.1%（486 人/735 人） ②安全で安心 40.0%（294 人/735 人） ③価格が安い 38.2%（281 人/735 人）
直売所の整備方針	<ul style="list-style-type: none"> ・小郡の直売所を今後どのように整備すべきか <ul style="list-style-type: none"> ①今ある直売所を再整備 49.8%（366 人/735 人） ②新たに直売所を建てる 30.7%（226 人/735 人） ③再整備する必要はない 11.7%（86 人/735 人） ④直売所は要らない 5.6%（41 人/735 人）
目指すべき新たな直売所の姿（ソフト面）	<ul style="list-style-type: none"> ・営業日は「毎日」57.9%（413 人/57.3%）が多い ・営業時間は「9 時～19 時」57.3%（406 人/735 人） 「8 時～17 時」31.6%（224 人/735 人）が多い ・商品の産地は「小郡市産を中心とするが、福岡県産の農畜産物も販売する」51.6%（379 人/735 人）が多い ・販売方法は「店頭での販売」90.1%（662 人/735 人）が多く、他は約 20% 以下である（移動販売車の出張販売など）。 ・重点的に取り組んで欲しい項目として多いのは <ul style="list-style-type: none"> ①農産物の鮮度完熟度を重視し朝採りにこだわる 58.6%（431 人/735 人） ②イベント（特売日・朝市など）を開催する 46.9%（345 人/735 人） ③栽培履歴を表示し、安心して食べられる農産物を提供する 45.6%（335 人/735 人）
直売所に必要・不要な施設	<ul style="list-style-type: none"> ・集客規模・施設規模は「小郡市民が車や徒歩で訪れる、スーパーのような中規模直売所」60.5%（420 人/735 人）が多い ・直売所に必要な施設は <ul style="list-style-type: none"> ①大型駐車場 58.4%（429 人/735 人） ②情報コーナー 55.2%（406 人/735 人） ③作りたてを提供する調理施設 54.1%（398 人/735 人） ④地元の食材を食べられるレストラン 47.9%（352 人/735 人） ・直売所に不要な施設は <ul style="list-style-type: none"> ①日用品などの商業施設 36.9%（271 人/735 人）

項目	調査結果概要（市民意識調査）
生産者の意向	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい直売所に出荷するために重要視する条件 <ul style="list-style-type: none"> ①新しい直売所が出来てみないとわからない 40.2%（39人/97人） ②現在の出荷ルートや農地と直売所が近い 30.9%（30人/97人） ③新しい直売所の集客力が大きい 29.8%（29人/97人） ・直売所に求める役割 <ul style="list-style-type: none"> ①規格外品や2級農産物を安く売る場所の提供 58.8%（57人/97人）

2) 直売所アンケート調査結果

項目	調査結果概要（直売所アンケート調査）
売上傾向別特性	<ul style="list-style-type: none"> ・売り上げが増加傾向にある直売所 運営主体：指定管理者や第3セクターが運営するものが多い 経営年数：開設から10年以内が多い レストラン：座席数50席以上のレストランがある直売所が多い ・売り上げが減少傾向にある直売所 売り場面積：300㎡未満の狭い直売所が多い
開店時の問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・集荷する農家の募集・組織作りが最も多い（75.9% 22店舗/29店舗）
現在の問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・①生産者の高齢化や後継者不足により、出荷農家が不足しつつある 82.8%（24店舗/29店舗） ②品揃えが少ない 51.7%（17店舗/29店舗） ③販売額が伸び悩んでいる 48.3%（14店舗/29店舗） ④直売所が狭い・老朽化している 44.8%（13店舗/29店舗）
成功要因	<ul style="list-style-type: none"> ・①集客力が強い主力商品がある 51.7%（15店舗/29店舗） ②商品の安全にこだわった 37.9%（11店舗/29店舗）

3) ヒアリング結果（市内既存直売所・近郊直売所・市内スーパー・関係機関）

項目	調査結果概要（ヒアリング調査）				
市内既存直売所	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="209 338 416 817">宝満の市</td> <td data-bbox="416 338 1449 817"> <ul style="list-style-type: none"> ・出荷農家で運営している。会員は自分の店だという認識で取り組んでいる。 ・JA にお願ひし、抜き打ちで農薬チェックを行っている。 ・「あすてらす」の客も立ち寄る。 ・56～57名の会員（出荷農家）がいたが減少し、42名になった。 ・直売所の土地が貸借契約であるため、テント以外の施設を建てられず、退去を求められれば期限内に退去しなければならない。 ・トイレは隣接する「あすてらす」に依存している。 ・冷蔵庫がおけず、加工品を増やせない。 ・週3日営業の頃は順調に売り上げていたが、営業日を週6日に伸ばしたことにより、出荷がまばらになり、思うような結果につながっていない。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 817 416 1249">めぐみの里</td> <td data-bbox="416 817 1449 1249"> <ul style="list-style-type: none"> ・通常出荷者は40人で不足している。 ・作付品種が重複しているため、同時期に同一品種が並ぶ。 ・以前は収益が増加傾向だったが、周辺に大型商業施設ができ、収益が減少傾向にある。 ・一部肉も販売している。 ・農薬検査は月に一回抜き打ちで実施している。農薬台帳などは、農家が高齢であるため協力してもらおう事が難しい。 ・訳あり品やB級品が商品の中に混ざっていると印象が悪いので、B級品コーナーにまとめている。訳あり品は減らしたい。 </td> </tr> </table>	宝満の市	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷農家で運営している。会員は自分の店だという認識で取り組んでいる。 ・JA にお願ひし、抜き打ちで農薬チェックを行っている。 ・「あすてらす」の客も立ち寄る。 ・56～57名の会員（出荷農家）がいたが減少し、42名になった。 ・直売所の土地が貸借契約であるため、テント以外の施設を建てられず、退去を求められれば期限内に退去しなければならない。 ・トイレは隣接する「あすてらす」に依存している。 ・冷蔵庫がおけず、加工品を増やせない。 ・週3日営業の頃は順調に売り上げていたが、営業日を週6日に伸ばしたことにより、出荷がまばらになり、思うような結果につながっていない。 	めぐみの里	<ul style="list-style-type: none"> ・通常出荷者は40人で不足している。 ・作付品種が重複しているため、同時期に同一品種が並ぶ。 ・以前は収益が増加傾向だったが、周辺に大型商業施設ができ、収益が減少傾向にある。 ・一部肉も販売している。 ・農薬検査は月に一回抜き打ちで実施している。農薬台帳などは、農家が高齢であるため協力してもらおう事が難しい。 ・訳あり品やB級品が商品の中に混ざっていると印象が悪いので、B級品コーナーにまとめている。訳あり品は減らしたい。
宝満の市	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷農家で運営している。会員は自分の店だという認識で取り組んでいる。 ・JA にお願ひし、抜き打ちで農薬チェックを行っている。 ・「あすてらす」の客も立ち寄る。 ・56～57名の会員（出荷農家）がいたが減少し、42名になった。 ・直売所の土地が貸借契約であるため、テント以外の施設を建てられず、退去を求められれば期限内に退去しなければならない。 ・トイレは隣接する「あすてらす」に依存している。 ・冷蔵庫がおけず、加工品を増やせない。 ・週3日営業の頃は順調に売り上げていたが、営業日を週6日に伸ばしたことにより、出荷がまばらになり、思うような結果につながっていない。 				
めぐみの里	<ul style="list-style-type: none"> ・通常出荷者は40人で不足している。 ・作付品種が重複しているため、同時期に同一品種が並ぶ。 ・以前は収益が増加傾向だったが、周辺に大型商業施設ができ、収益が減少傾向にある。 ・一部肉も販売している。 ・農薬検査は月に一回抜き打ちで実施している。農薬台帳などは、農家が高齢であるため協力してもらおう事が難しい。 ・訳あり品やB級品が商品の中に混ざっていると印象が悪いので、B級品コーナーにまとめている。訳あり品は減らしたい。 				
近郊直売所	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="209 1301 416 1729">道の駅 むなかた</td> <td data-bbox="416 1301 1449 1729"> <ul style="list-style-type: none"> ・目玉商品は魚介類。 ・JAの範囲となる宗像市と福津市の農家を出荷農家の条件としており、福津市出荷農家の手数料は高く設定している。姉妹都市や直売所の交流以外を除き、地元産以外は販売していない。 ・立地を決める条件として重要なのはロケーション（景観） ・駐車場が不足しており、敷地を1.5倍に広げる予定。 ・成功要因は品揃えとテレビなどによるPR ・近くにある「あんずの里」とは競合についての調整はしていないが、売り上げが落ちたとは聞いていない。相乗効果もあるのではないか。 </td> </tr> </table>	道の駅 むなかた	<ul style="list-style-type: none"> ・目玉商品は魚介類。 ・JAの範囲となる宗像市と福津市の農家を出荷農家の条件としており、福津市出荷農家の手数料は高く設定している。姉妹都市や直売所の交流以外を除き、地元産以外は販売していない。 ・立地を決める条件として重要なのはロケーション（景観） ・駐車場が不足しており、敷地を1.5倍に広げる予定。 ・成功要因は品揃えとテレビなどによるPR ・近くにある「あんずの里」とは競合についての調整はしていないが、売り上げが落ちたとは聞いていない。相乗効果もあるのではないか。 		
道の駅 むなかた	<ul style="list-style-type: none"> ・目玉商品は魚介類。 ・JAの範囲となる宗像市と福津市の農家を出荷農家の条件としており、福津市出荷農家の手数料は高く設定している。姉妹都市や直売所の交流以外を除き、地元産以外は販売していない。 ・立地を決める条件として重要なのはロケーション（景観） ・駐車場が不足しており、敷地を1.5倍に広げる予定。 ・成功要因は品揃えとテレビなどによるPR ・近くにある「あんずの里」とは競合についての調整はしていないが、売り上げが落ちたとは聞いていない。相乗効果もあるのではないか。 				

項目	調査結果概要（ヒアリング調査）
みなみの里	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者は不足しているが、筑前町の作物を中心とするため、町外の生産者はお断りしている。 ・地元産にこだわり、地元でとれない商品は置かない。当初は肉を置いてくれとの声もあったが、無理に商品を集めなかった。 ・成功要因として、町と一緒に特産品（黒大豆くろだまる等）をつくり、スポットを当てた売り方をした。 ・当初は正社員が6名しかいなかったが、優秀な人材確保のため正社員を17名に増やした。また、昇級や通勤手当の支給を行うように制度を変え、職員のモチベーションを上げるようにした。 ・周辺に既存直売所の「ひまわり」や「トマト」があったが、生産者が「みなみの里」で出荷するようになり、それなりに収益はあがっているのではないか。「ひまわり」などは世代交代などもあり、形態を変えて営業している。
道の駅うきは	<ul style="list-style-type: none"> ・果樹がメイン ・姉妹都市である北海道江差町からの魚介類や、鹿児島県の道の駅おおすみと連携したサツマイモを販売している。こちらからは果樹を出荷している。 ・久留米の道の駅や近隣直売所のオープンで一時客数が減少したが、近年持ち直した。 ・成功要因としては、生産部会による試食販売会や、かかしコンクール、こいのぼりなどのイベント等を開催するとともに、職員研修を行い接客向上に努めた。
道の駅くるめほとめきの里	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷農家は久留米市在住の方のみとしている。 ・出荷農家は増えており商品が多いため、売り場の棚を2段に増やして対応している。 ・周辺の観光資源（ハゼ並木など）や直売所とのつながりを重視し、客が各地を回って来客する。 ・商品を午後にも切れないよう、メールや電話をして出荷を促している。これにより、他の観光資源を見たあと（午後でも）買い物が可能になっている。 ・駐車場が不足しており、週末は臨時駐車場に対応しているが、近隣の交通渋滞も多い。 ・社員教育に努めており、野菜ソムリエ等の資格取得を促している。正社員はおらず、契約社員やパートのみ（指定管理団体なので、長期雇用契約がしづらい）。

項目	調査結果概要（ヒアリング調査）
道の駅おおむた花ぶらす館	<ul style="list-style-type: none"> ・1年半前まで指定管理者は第3セクターの「花ぶらす館」だったが、「(株)グッドスタッフ」に変わってから、売り上げが上向いてきている。 ・客の声を丁寧に聞き、きちんと対応するようにしている。利用者のアンケートを行っているが、1年半が経ち、クレームが減った。 ・集出荷に力を入れている。 地元で揃わない商品も、新たな集荷ルートを確保し、グッドスタッフが各地で運営している直売所や温泉施設などと商品のやりとりを行っている。 ・以前は、開店時間前でも買い物客が来た時には対応していたが、開店時間前には客から見えるところで朝礼を行い、時間外の買い物はお断りするようになった。客に合わせてルーズに営業するより、ルールを定めて営業した方が、客からのクレームも減った。
JA産直うちの畑	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷登録者数390人、常時出荷者数200人 高齢化が見込まれるため、常時出荷者が200人でも足りていない。 ・商品が不足してきた時には生産者に電話することもあるが、基本的には、朝出荷され昼には6~7割が売れてしまい、補充はほとんど無い。 ・生産者は70歳代後半が多い。 ・平成12年にプレハブから始まり、平成22年に大きな建物に建て替えた。 ・佐賀牛が食べられるレストラン（40人~50人利用可能）が併設されており、大型バスも来る。
市内スーパー	
イオン小郡	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷する作物が重なるため、白菜・キャベツ・大根ばかりになってしまうことがある。作付けを仕切る人がいなければ、バランス良く商品を供給できない。 ・出荷は生産者と出荷団体の責任で運営しているため、時間が遅くなると棚から商品が無くなる。 ・基本的に農家へ産直コーナーのスペースを提供している形態で、出荷回収は農家に任せている。 ・加工品は社内規定で置かないようにしている。
マックスバリュ 小郡七夕通り店	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷登録者数は約30人。このうち3~4人はほぼ毎日出荷している。 ・生産時期が同じため、商品が重複しメリハリがない。 ・果物は味の好みが変わるためクレームが多く、あまり販売したくない。クレームは店に来るので返金し、後で関係者に伝達している。 ・出荷組織である長崎青果に場所を提供している形。 ・値段設定なども任せている。

項目	調査結果概要（ヒアリング調査）
ダイキョーバ リユー 三国が丘店	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者は夜須町や小郡市の方が多い。 ・出荷ロスはあると思うが、農家に任せており、商品が不足してきても特に何もしていない。 ・出荷する人が減っており、商品が充実していない。
関係機関	
JA みい	<ul style="list-style-type: none"> ・めぐみの里は近隣のスーパーと競合し頭打ちとなり、ほとんどが固定客になっている。 ・商品の収集範囲を小郡だけとしてよいのか。
小郡市商工会	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅をつくるべきとの意見もあるが、大規模施設で一過性の話題で終わってしまうのは良くない。既存直売所のテコ入れも必要ではないか。 ・集客の目玉を何にするのかを考えるべき。 ・直売所をただつくればよいというわけではない、特徴を出すことが大事。また、整備後の運営が最も重要となる。 ・過去に、商工会主導で「小郡」登録制度（メイドイン小郡）の動きがあったが中断している。 ・コミュニティバスとの連携（直売所への路線）が重要。 ・生産者が直売所を「我が店」と考え、優先的な納品をする。 ・従業員教育と運営が重要である。 ・小郡は九州交通の拠点、九州ブランド品を集めて販売することも一つのアイデア。
小郡市 観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・観光、イベントのお客様の流れを直売所へ向ける。 ・今は、滞在半日だが、農産物・特産品直売施設やレストランができれば、観光客の本市での滞留時間を延ばすことができる。 ・如意輪寺（かえる寺）、七夕神社、レーブ・ド・ベベ等への観光客は年間約10万人。これらと合わせて考えるべき。 ・観光やイベントで小郡に来ても、飲み食いの場所が少なく、特に大人数を受け入れられない。 ・小郡市と近隣市町の範囲から商品を集めて販売してはどうか。

4) 生産者アンケート調査

項目	調査結果概要（生産者アンケート調査）
生産者の特性	<ul style="list-style-type: none"> ・女性が多く約6割を占める。 ・70歳以上が36.7%、60歳以上が71.7%を占める。 ・専業農家が73.3%を占める。
出荷の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・生産地からの距離が15分未満は40.0%、30分未満は75.0%を占める。 ・出荷頻度が1日1回以上は21.7%、2日に1回以上は41.7%を占める。
出荷の条件	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷の条件として多いのは <ul style="list-style-type: none"> ①現在の出荷ルートや農地と直売所が近い 65.0% ②新しい直売所が出来てみないとわからない 25.0%
直売所に取り組んで欲しい事	<ul style="list-style-type: none"> ・直売所に取り組んで欲しい事は <ul style="list-style-type: none"> ①消費者ニーズの伝達（消費者への希望やクレーム分析） 35.0% ②規格外品など2級農産物を安く売る場所の提供 28.3% ③新たな名産品となり得る加工品の研究 23.3%

5) 利用者インタビュー調査

項目	調査結果概要（利用者インタビュー調査）
めぐみの里 不満に思うこと	<ul style="list-style-type: none"> ・品揃えが少ない。 ・肉や魚があるとよい。 など
めぐみの里 改善策	<ul style="list-style-type: none"> ・品揃えが増えると良い。 ・品質向上や無農薬などに取り組んで欲しい。 ・特産品の大豆を活かして「きなこ」を販売してはどうか。 ・山しお漬けなどの特産品をもっと置くと良い。 ・営業日や営業時間を延ばして欲しい。 ・高齢者などを配慮して、宅配にも取り組んで欲しい。
直売所の整備について	<ul style="list-style-type: none"> ・小郡市に大きな直売所、道の駅が出来れば利用する。 ・併設して地元野菜を使ったレストランがあるとよい。

項目	調査結果概要（利用者インタビュー調査）
宝満の市 不満に思うこと	<ul style="list-style-type: none"> ・営業日が増えたことで品揃えが悪くなった。 ・肉や魚があるとよい。 など
改善してほしい 点	<ul style="list-style-type: none"> ・テント営業なので、暑さ寒さの対策ができない。
直売所の整備について	<ul style="list-style-type: none"> ・不満を言えば色々あるけど、こういう形態もいいのでは？

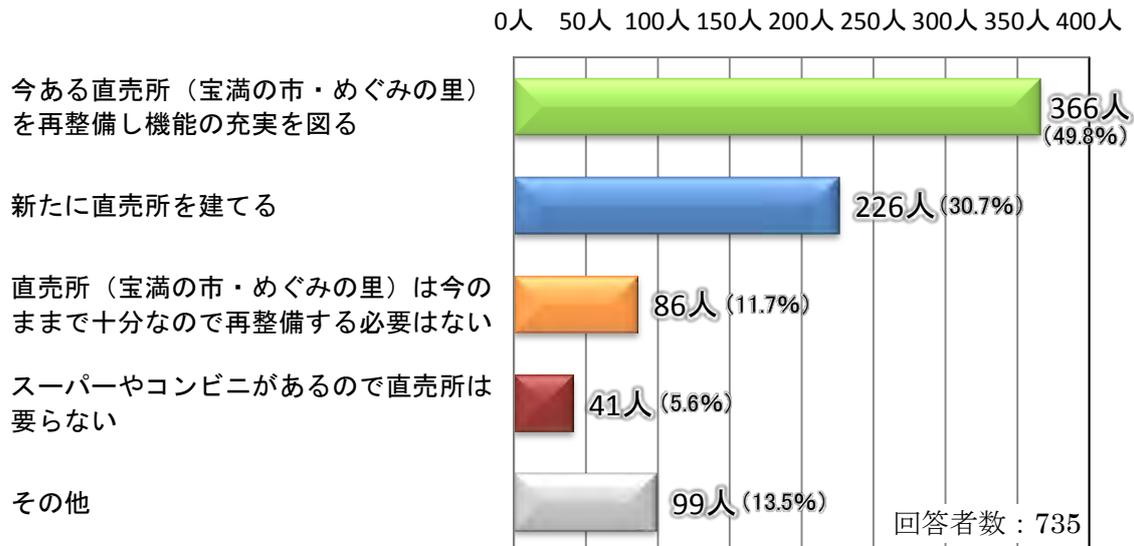
(2) 調査結果から見た直売所の方向性

1) 消費者が求める直売所の姿

●直売所の整備方針

市民意識調査結果では、「小郡市の直売所は、今後どのように整備すべきだと思いますか」という問いに対して、「今ある直売所を再整備し機能の充実を図る」が最も多く、次いで「新たに直売所を建てる」が多くありました。

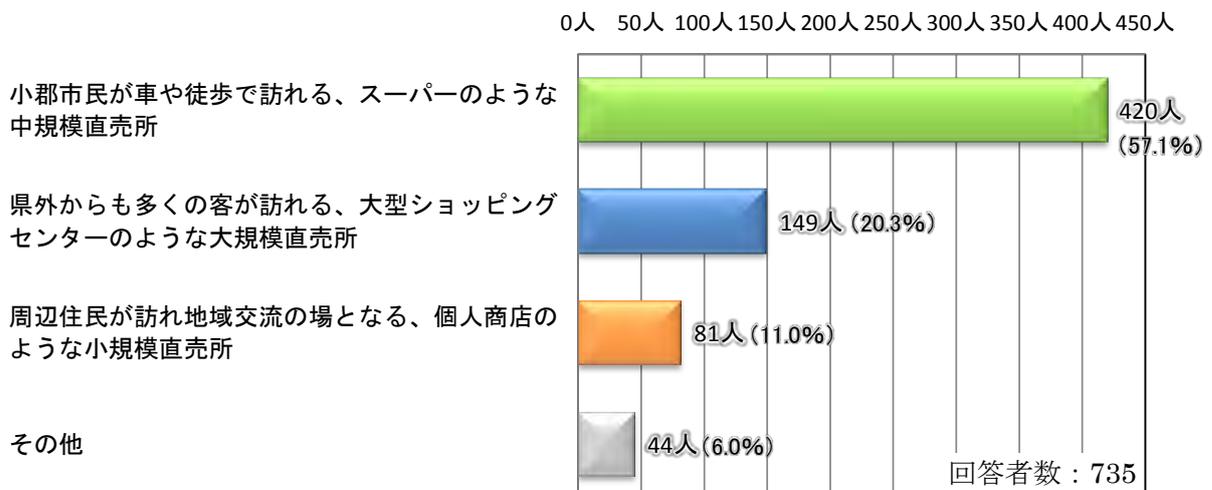
なお、「直売所は今のままで十分なので再整備する必要はない」や「スーパーやコンビニがあるので直売所は要らない」という意見は少数でした。



■小郡市の農産物直売所は、今後どのように整備すべきだと思いますか(複数回答)

●新たな直売所の集客規模・施設規模

市民意識調査では、「新しく直売所を建設するとしたら、どのような集客規模・施設規模の直売所が良いと思いますか。」という問いに対して、「市民が車や徒歩で訪れるスーパーのような中規模直売所」が最も多く、大規模や小規模の直売所は少数でした。



■新しく農産物直売所を建設するとしたら、どのような集客規模・施設規模の農産物直売所が良いと思いますか

●直売所に取り組んでほしいこと

○既存直売所

既存直売所（宝満の市・めぐみの里）の利用者インタビュー調査では、両施設とも品ぞろえを増やして欲しい、肉・魚をおいて欲しい等のいくつかの要望はあったものの、おおむね満足している傾向にありました。

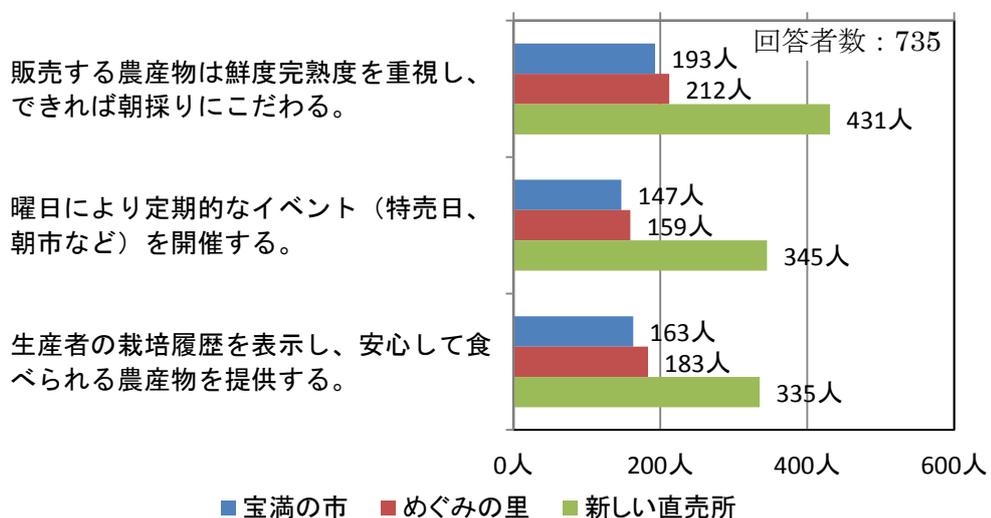
また、市民意識調査によると、「宝満の市」「めぐみの里」で重点的に取り組んでほしいことは、「販売する農産物は、鮮度や完熟度を重視し、できれば朝採りにこだわる」「生産者の栽培履歴を表示し、安心して食べられる農産物を提供する」「曜日による定期的なイベント（特売日、朝市など）を開催する」が両施設とも、上位3位を占めています。

この要望に対しては、「栽培履歴の表示」等を除いては、既存直売所で概ね実施しているため、市民ニーズは十分満たしているものと考えられます。

○新たな直売所

市民意識調査では「新しい直売所ができた場合、重点的に取り組んでほしい項目はどれですか」という問いに対して、既存直売所と同様に「販売する農産物は、鮮度や完熟度を重視し、できれば朝採りにこだわる」「曜日による定期的なイベント（特売日、朝市など）を開催する」「生産者の栽培履歴を表示し、安心して食べられる農産物を提供する」が上位3位を占めています。

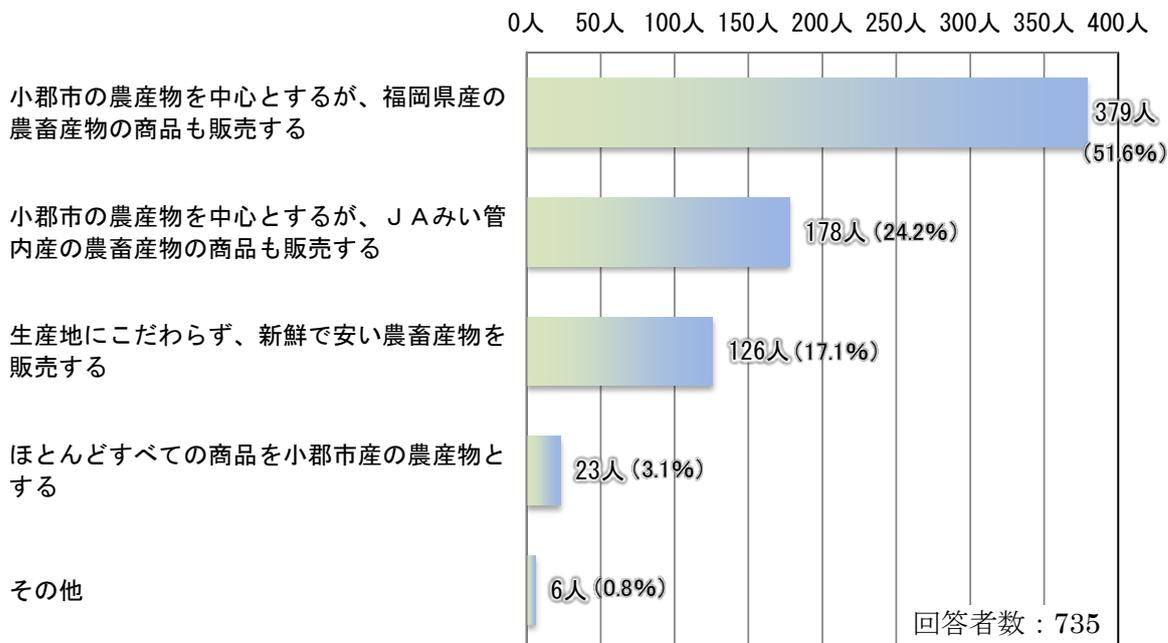
ただし、「栽培履歴表示」より「イベント開催」がわずかながら上回っていたことが、既存直売所との違いといえます。



■直売所に重点的に取り組んでほしい項目はどれですか(複数回答)

●新たな直売所の商品の集荷範囲

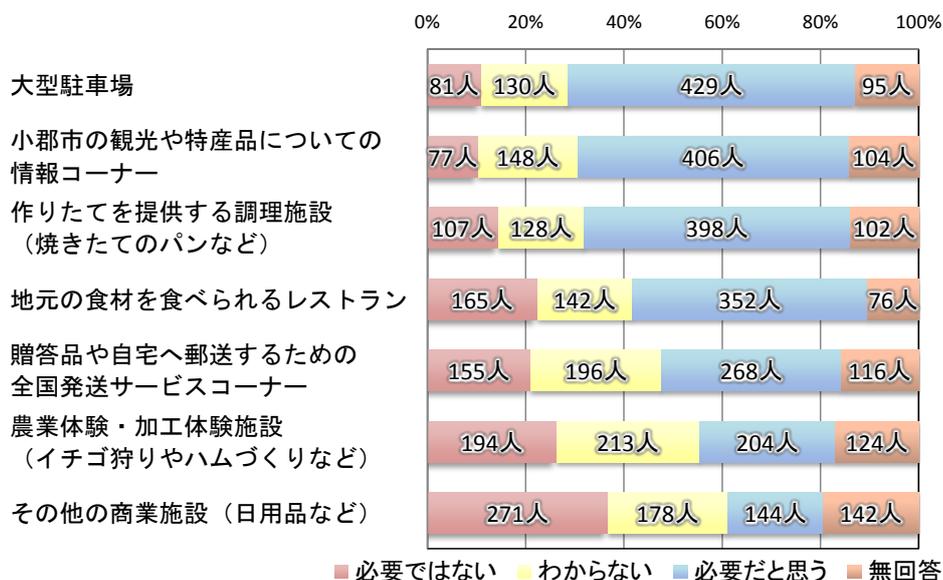
小郡市の農業は野菜や米、麦、花などが中心であるため、小郡市産の魚介類やお肉を販売することは難しいという前提のもと「新しい直売所ができた場合、地元産の商品がどれくらいあると良いと思いますか」という問いに対して、「小郡市の農産物を中心とするが、福岡県産の農畜産物の商品も販売する」が最も多く、次いで「小郡市の農産物を中心とするが、JA みい管内産の農畜産物の商品も販売する」が多くなっています。



■新しい農産物直売所ができた場合、地元産の商品がどれくらいあると良いと思いますか

●新たな直売所に必要な施設

また、「小郡市の直売所に以下の施設は必要だと思いますか」という問いに対しては、「大型駐車場」「情報コーナー」「調理施設」「レストラン」等が必要と答えられています。

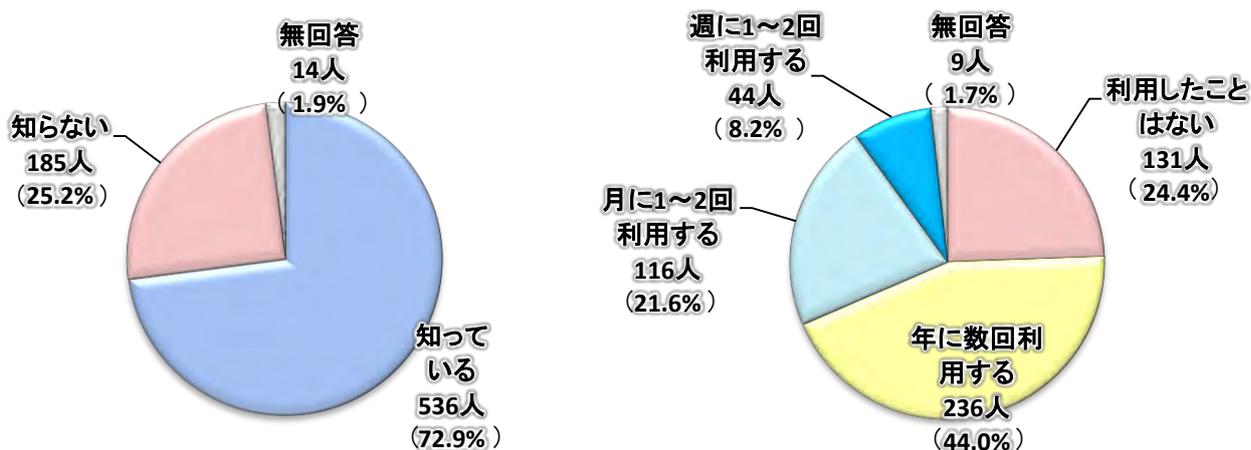


■小郡市の農産物直売所に以上の施設は必要だと思いますか

●直売所の PR

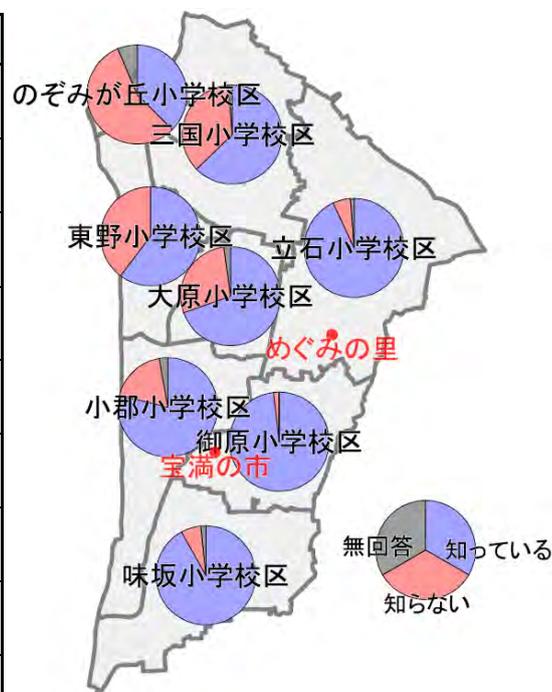
市民意識調査で、既存直売所を知っている人は7割程度にとどまり、そのうち1/4が利用したことがないと答えています。しかし、小学校区別にみると、宝満の市やめぐみの里がある御原小学校区や立石小学校区、周辺に飲食店が少ない味坂小学校区では既存直売所を知っている人が90%を越えており、大規模な宅地造成が行われ新住民が多いのぞみが丘小学校区や東野小学校区、三国小学校区では認知度が低い傾向にあります。

新住民が多い地域を中心に、直売所についての情報発信の強化とイベントの企画等を行うことで、直売所の新たな利用者の獲得を目指す必要があります。



■既存農産物直売所の認知度(左)と利用頻度(右)

	知っている	知らない	無回答	合計
味坂小学校区	57人 (92%)	4人 (6%)	1人 (2%)	62人
小郡小学校区	112人 (79%)	26人 (18%)	4人 (3%)	142人
御原小学校区	53人 (98%)	1人 (2%)	0人 (0%)	54人
立石小学校区	82人 (93%)	5人 (6%)	1人 (1%)	88人
三国小学校区	106人 (63%)	61人 (36%)	2人 (1%)	169人
大原小学校区	64人 (70%)	26人 (24%)	2人 (2%)	92人
東野小学校区	38人 (60%)	25人 (40%)	0人 (0%)	63人
のぞみが丘小学校区	24人 (38%)	36人 (56%)	4人 (6%)	64人
校区無回答区	0人 (0%)	1人 (100%)	0人 (0%)	1人



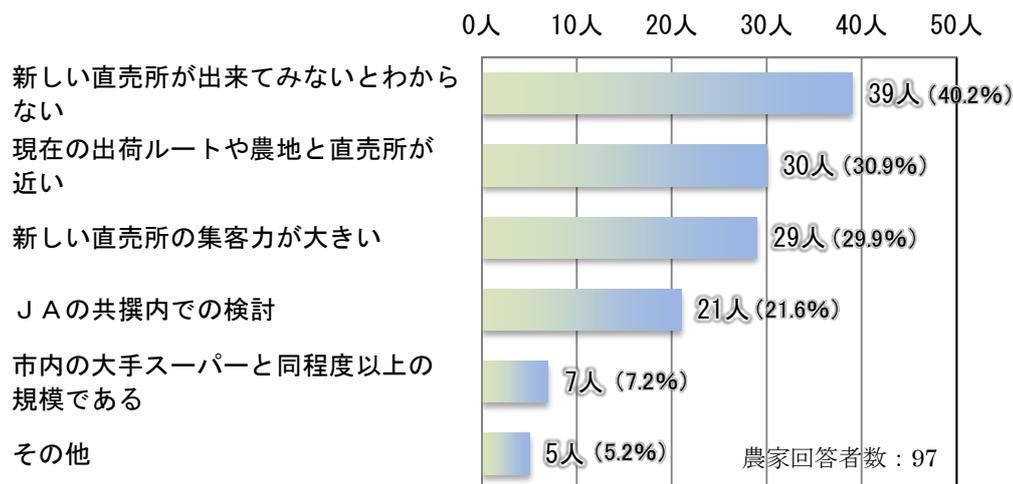
■小学校区別既存農産物直売所の認知度

2) 生産者が求める直売所の姿

●出荷の条件

新たな直売所を整備する場合の最大の課題は、農産物の供給農家を確保できるか否かだと考えられます。

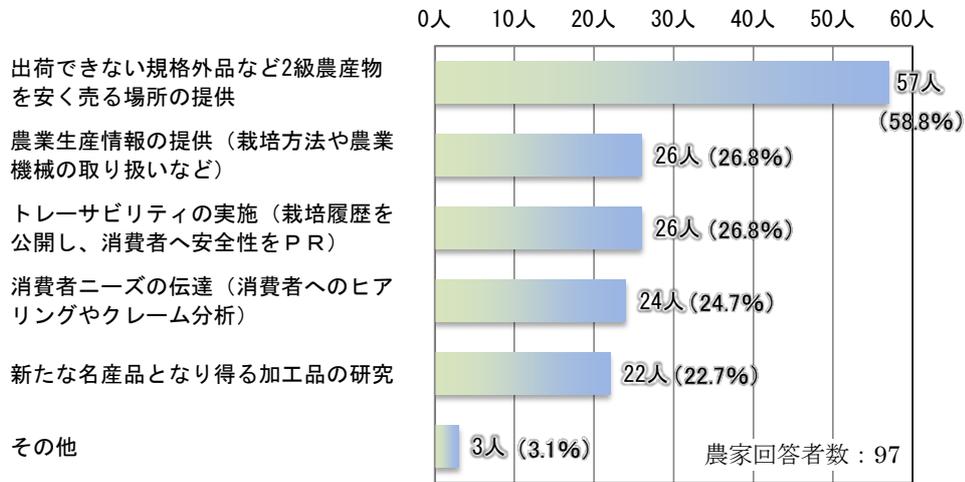
市民意識調査のうち、農業者に対する設問として「直売所に出荷するかを判断するために重要視する条件は何ですか」という問いに対しては、「新しい直売所が出来てみないとわからない」「現在の出荷ルートや農地と直売所が近い」「新しい直売所の集客力が大きい」等が多く、明確な意思表示ができていない状況にあります。



■農産物直売所に出荷するかを判断するために重要視する条件は何ですか(農業者のみ)(複数回答)

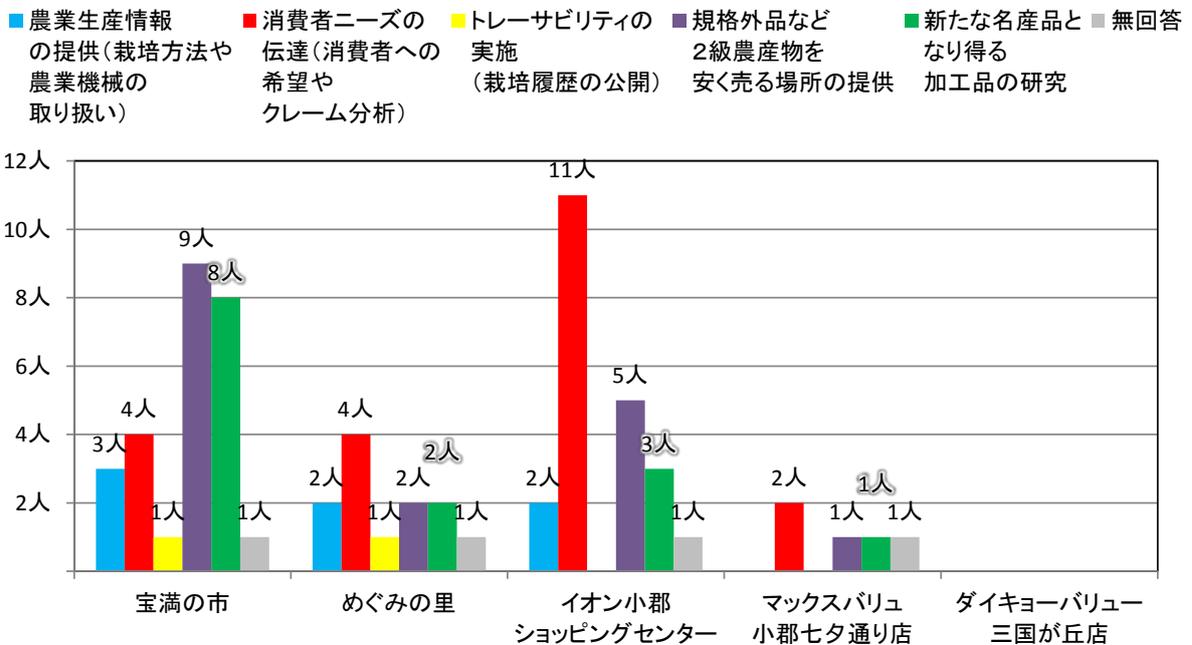
●直売所へ求める役割

また、「直売所に求める役割は何ですか」という農業者への問いに対しては、「出荷できない規格外品など2級農産物を安く売る場所の提供」が最も多くなっています。



■農産物直売所に求める役割は何ですか（農業者のみ）（複数回答）

市内既存直売所や市内スーパーの産直コーナーで生産者に聞いた直売所に求める役割は、宝満の市では「規格外品など2級農産物を安く売る場所の提供」と「新たな名産品となりうる加工品の研究」、めぐみの里では「消費者ニーズの伝達」が多くあげられました。



■市内既存直売所や市内スーパーの産直コーナーの生産者が農産物直売所に求める役割（複数回答）

3) 先行直売所の成功事例

●成功している直売所の特性

近郊直売所の責任者へのヒアリング調査から、成功している直売所は、コンセプトや営業方針を明確にし、こだわりを持って直売所を整備、運営している事がみえてきました。

ヒアリングを行った先行直売所の中で、責任者が「売り上げが増加傾向にある」と答えた直売所の特性と成功要因は以下の通りです。

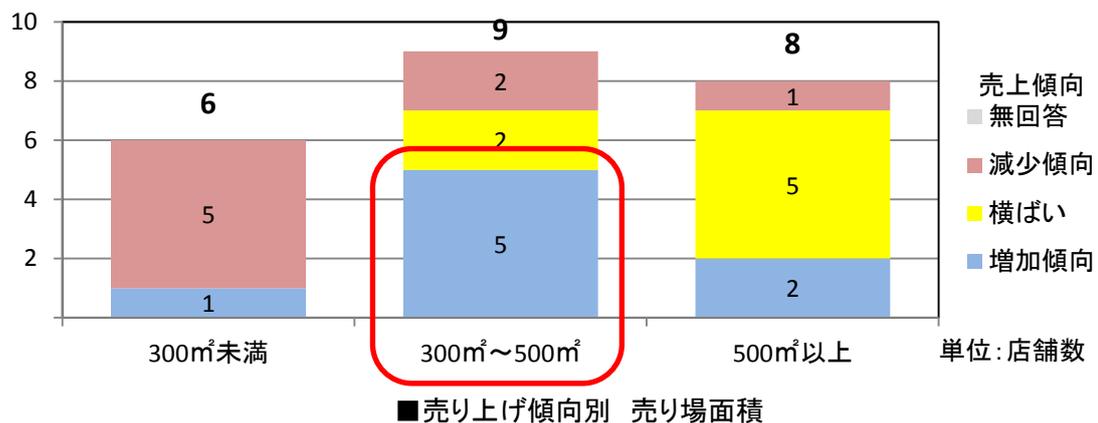
直売所	特性と成功要因
道の駅 むなかた	<ul style="list-style-type: none"> ・目玉商品がある（魚介類） ・成功要因は品揃えとテレビなどによるPR ・立地を決める条件として重要なのはロケーション（景観） ・姉妹都市や直売所の交流以外を除き、地元産以外は販売していない。 ・駐車場が不足しており、敷地を1.5倍に広げる予定。
みなみの里	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者は不足しているが、筑前町の作物を中心とするため、町外の生産者はお断りしている。地元産にこだわり、地元でとれない商品は置かない。 ・特産品（黒大豆くろだまる等）をつくり、スポットを当てた売り方をした。 ・優秀な人材確保のため正社員を増やし、昇級や通勤手当の支給等制度を変え、職員のモチベーションを上げるようにした。
道の駅うきは	<ul style="list-style-type: none"> ・目玉商品がある（果物） ・姉妹都市である北海道江差町からの魚介類や、鹿児島県の道の駅おおすみと連携したサツマイモを販売している。こちらからは果樹を出荷している。 ・成功要因としては、生産部会による試食販売会や、かかしコンクール、こいのぼりなどのイベントを開催するとともに、職員研修を行い接客向上に努めた。
道の駅くるめ ほとめきの里	<ul style="list-style-type: none"> ・出荷農家は久留米市在住のみとしている。 ・周辺の観光資源（ハゼ並木など）や直売所とのつながりを重視し、客が各地を回って来客している。 ・商品が午後にも切れないよう、メールや電話をして出荷を促している。これにより、他の観光資源を見たあと（午後でも）買い物が可能になっている。 ・社員教育に努めており、野菜ソムリエ等の資格取得を促している。正社員はおらず、契約社員やパートのみ（指定管理団体なので、長期雇用契約がしづらい）。
道の駅おおむ た花ぶらす館	<ul style="list-style-type: none"> ・1年半前まで指定管理者は第3セクター「花ぶらす館」だったが、民間の「(株)グッドスタッフ」に変わってから、売り上げが上向いてきている。 ・客の声を丁寧に聞き、きちんと対応するようにしている。 ・集出荷に力を入れ、地元で揃わない商品も新たな集荷ルートを確保し、グッドスタッフが各地で運営している直売所や温泉施設などと商品のやりとりを行っている。 ・以前は、開店時間前でも買い物客が来た時には対応していたが、営業時間を明確にし、営業時間前に客から見えるところで朝礼を行い、時間外の買い物はお断りするようにした。客に合わせてルーズに営業するより、ルールを定めて営業した方が、客からのクレームも減った。

●施設規模

○売り場面積

直売所（福岡県内 120 カ所、佐賀県鳥栖市内 1 カ所）を対象に行ったアンケート調査では、**売り場面積が 300 m²～500 m²の直売所が多く、売り上げが増加傾向にある直売所の割合も高くなっています。**

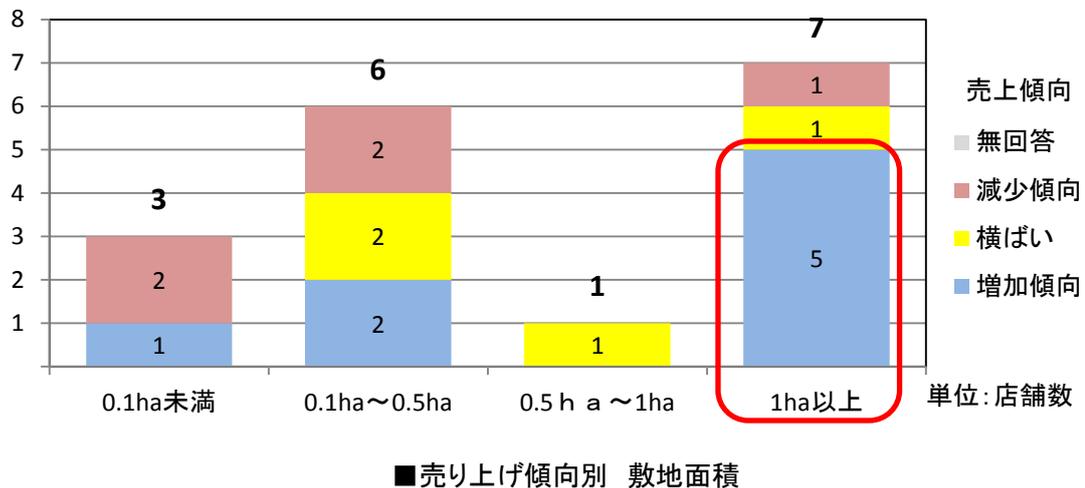
（宝満の市：約 180 m²、めぐみの里：約 300 m²）



○敷地面積

直売所アンケート調査では、売り上げが増加傾向にある直売所の割合が高いのは**敷地面積 1ha 以上**です。

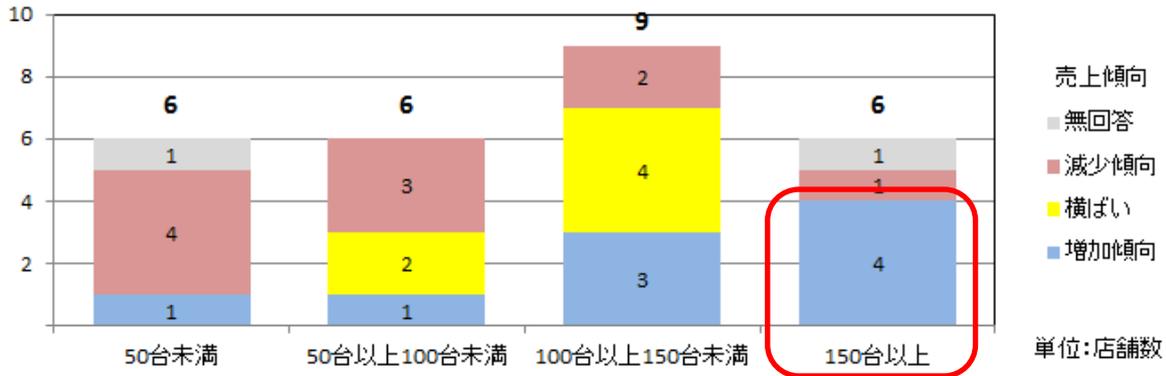
（宝満の市：0.15ha（約 1,500 m²）、めぐみの里：0.09ha（約 900 m²））



○駐車場台数

直売所アンケート調査では、売上げが増加傾向にある直売所の割合が高いのは**駐車場台数 150台以上**です。

(宝満の市：50台、めぐみの里：40台)

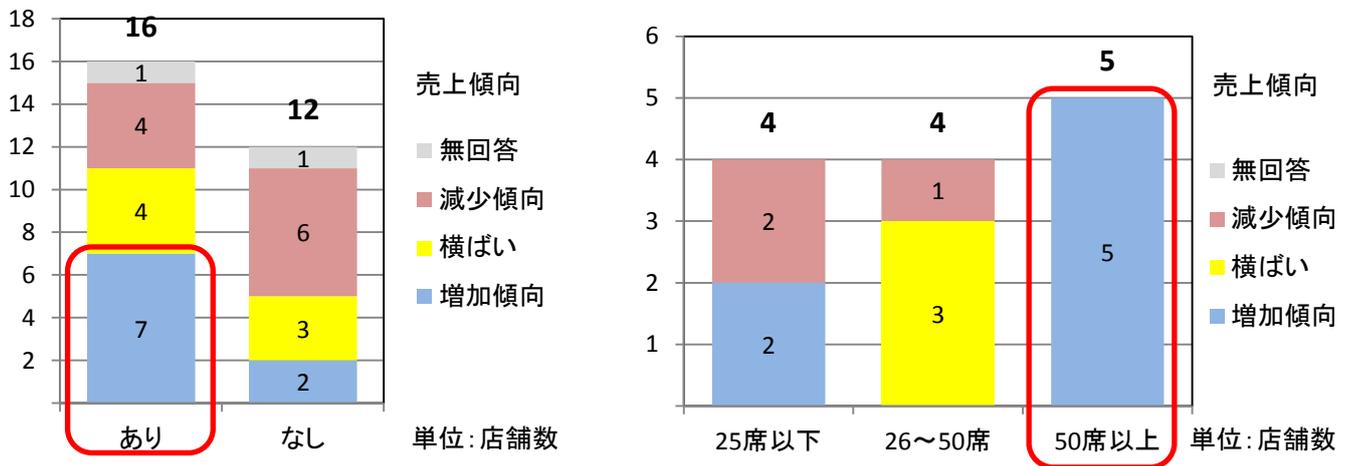


■売上傾向別 駐車場台数

○レストラン

直売所アンケート調査では、売上げが増加傾向にある直売所の割合が高いのは**座席数 50席以上のレストランがある直売所**です。

(宝満の市：レストランなし、めぐみの里：レストランなし)

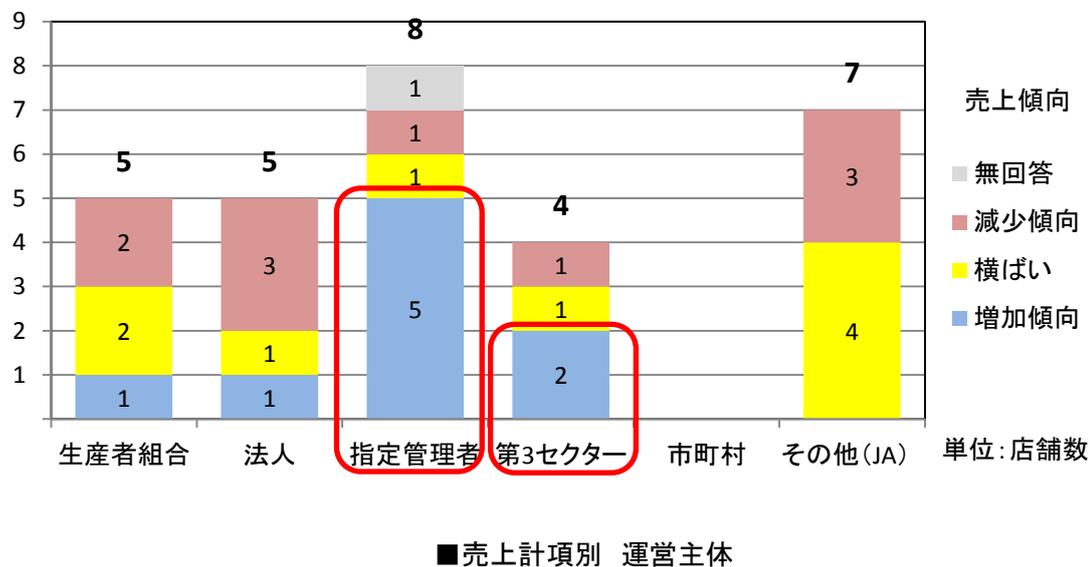


■売上傾向別 レストランの有無(左)と座席数(右)

●運営方法

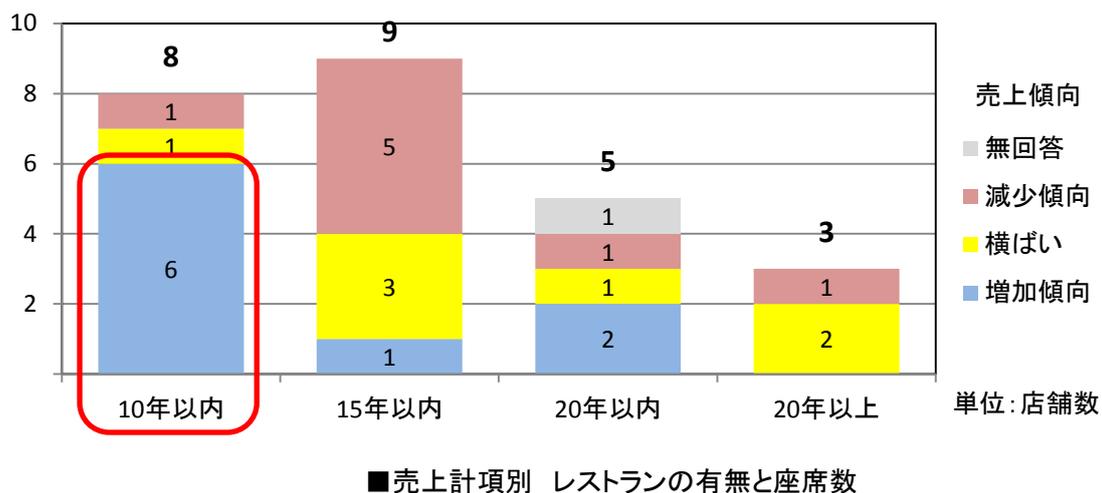
○運営主体

直売所アンケートでは、売り上げが増加傾向にある直売所の割合が高いのは**指定管理者**や**第3セクター**が運営している直売所です。



○魅力づくり

直売所アンケートでは、売り上げが増加傾向にある直売所の割合が高いのは**直売所を開設して10年以内**の直売所です。直売所を整備・再整備した後10年経っても、客を引きつけるようなイベントの開催や魅力づくりが大きな課題となります。



4. 明日の小郡の農業を考える会の主な意見

市内既存直売所の関係者や農業者、商工会、観光協会、地元 JA、市民代表等からなる「明日の小郡の農業を考える会」を平成 28 年 8 月から平成 29 年 2 月の間に 3 回開催し、小郡市の直売所のあり方について協議しました。

	主な意見
既存直売所との競合	<ul style="list-style-type: none"> ・小郡市に新しく直売所ができた場合、既存直売所の客が新しい直売所に流れるのではないかと懸念される。競合することになるので、配慮や調整が必要。
既存直売所の問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・宝満の市は借地で運営しているためテントしか建てられない。 ・宝満の市はテント営業で温度管理ができないため、加工品は衛生面から販売できない。また、台風時には骨組みを残し撤去する必要があるため、高齢化している生産者の負担となっている。
特産品	<ul style="list-style-type: none"> ・小郡市には畜産物や海産物がない。 ・小郡の野菜だけでは商品に限りがあるため、小郡ではあまり生産されていない果物等も季節毎に必要な。 ・以前はみなみの里にも特産品は無かったが、地元産にこだわって運営し、今では様々な特産品が作られている。動き出せば特産品もできるのではないかと懸念される。 ・大豆を使って美味しい味噌をつくるなど、ここにしかないものができるのが良い。 ・販売期間を限定したり、七夕神社の周りだけでしか作付されていないなどの希少性によりブランド価値を高める必要がある。 ・農業者自身に資金がなく、特産品を開発する体力がない。今あるものに付加価値を付けることが重要。 ・小郡市に特産品が無いと言われるが、掘り起こせば小郡市の良いものがある。直売所に行けば小郡の美味しい物が買えるという情報発信が必要。
直売所の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅をつくるのであれば田んぼの中に直売所だけという訳にはいかない。何かしらの魅力が必要。買うだけならスーパーで買った方が早い。 ・市民アンケートに従って毎日営業するより、週に 3 日しか営業せずそれに合わせて客が来るようなやり方がいい。 ・成功している直売所はコンセプトをきちんと設定している。みなみの里やむなかた、くるめなどは地元のものしか置いていない。貫くのが成功の要因。 ・ロケーションも重要。
商品の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・箱物ができれば商品が揃うわけではない。中心になるのは生産者。 ・直売所を作っても、生産者が少なくなっており商品が集まらないのではないかと懸念される。 ・消費者のニーズを考えるとワンストップショッピング（様々な商品を 1 箇所で購入できる施設）が良いが、魚や肉類がない本市の直売所にそぐわないのではないかと懸念される。

	主な意見
商品の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・直売所に肉・魚を置く必要はない。スーパーに行けば良い。 ・市民のアンケート結果をかなえると、小型のスーパーになる。スーパーのような直売所を建てても経営規模から見て、スーパーには勝てない。
直売所の運営	<ul style="list-style-type: none"> ・新しく直売所を建てる場合には、JA みいとして、生産者を集める等の協力は可能。 ・出荷や品質の保持について、生産者任せにするのでは、確実な商品の確保や、無農薬などの品質保持が難しい。ルールをつくり運営すべき。
直売所の統合	<ul style="list-style-type: none"> ・既存直売所では既に生産者も商品も不足している中、新しく3つ目の直売所を整備しても、ますます生産者も商品も不足するのではないか。3つの直売所を共存させるより、統合していく必要があるのではないか。 ・宝満の市の生産者は、以前から新たな直売所の整備をお願いしており、新しく直売所ができ、近い場所にあればそちらに移っても良いと考える人が多い。 ・JA みいとしては、めぐみの里は今後も地域の固定客に安定した農産物を提供するという事業展開の方向は持っている。
直売所の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者にとって良い直売所をつくるのか、消費者に売れる直売所をつくるのかどちらの視点で直売所づくりを進めていくのかが重要。生産者は直売所が遠い場所にあっても、売れるなら商品を出荷する。 ・考える会などに参加すると、小郡の農業を支えたいと思うようになる。直売所が小郡の農業について知る場となり、小郡の農業に愛着を持ってもらえるようになるとうい。 ・直売所のターゲットを市内の市民を対象とするのか、遠方から広く集客するかで、商品も変わってくる。近隣住民を対象とするなら安く買える商品を集めるべきだし、観光客を対象とするなら、高値であっても品質が良く見たことがないような商品を集めるべき。

5. 既存直売所の現況

(1) 既存直売所の概況

■宝満の市の現況

宝満の市は、市内で朝市を出店していた農家が集まって営業を始めた直売所です。現在は、小郡市総合保健福祉センター「あすてらす（以下「あすてらす」という。）」南側で、テントによる営業をしています。

生産者は農産物を出荷するだけでなく、接客も持ちまわりで行っています。

商品は野菜が中心で売り場面積や販売額の7割を占めています。



名 称	宝満の市
所 在 地	小郡市二森 1167-1
経 営 主 体	生産者組合
開 設	平成 16 年 7 月（開設 12 年）

定 休 日	木曜日、お盆、年末年始	営 業 時 間	9:00～15:00
従 業 員 数	45 名 パート 5 名（女性 5 名）、生産者 40 名（男性 20 名、女性 20 名）		
敷 地 面 積	450 坪（約 1,500 m ² ）	売 り 場 面 積	54 坪（約 180 m ² ）
オリジナル商品	七夕かぼちゃ、七夕枝豆		
商 品 別 売 場 面 積 割 合 販 売 額 割 合	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>売場面積割合</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>販売額割合</p> </div> </div> <p>※農産物直売所代表者へのアンケートによる数値であり、合計は100%にならない。</p>		

販売額と来客数（レジ通過人数）の推移	<p>販売額の推移</p>	<p>来客数の推移</p>
集客の範囲	小郡市内 85%、小郡市外 15% 販売額、来客数ともに減少傾向	
生産者数	登録出荷者数 42 人 うち常時出荷者数 38 人	

■めぐみの里の現況

大分自動車道筑後小郡 IC から車で 5 分程度、交通量の多い国道 500 号沿線に位置し、利便性が高い場所にあります。

JA みいが運営しており、主な商品は野菜です。他に魚類や肉類や加工品の販売も行っています。



名 称	めぐみの里
所 在 地	小郡市上岩田 1076-1
経 営 主 体	JA みい
開 設	平成 17 年 7 月（開設 11 年）

定 休 日	水曜日、お盆、年末年始	営 業 時 間	9:00～17:30
従 業 員 数	11 名 正社員 1 名（男性 1 人）、パート 5 名（女性 5 名）、 その他 5 名（男性 2 名、女性 3 名）		
敷 地 面 積	約 900 m ²	売 り 場 面 積	約 300 m ²
オリジナル商品	みそ（みいの光）、筑後平野で生まれた小松菜のお味噌汁（フリーズドライ）		
商 品 別 売 場 面 積 割 合 販 売 額 割 合	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>売場面積割合</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>販売額割合</p> </div> </div> <p>※農産物直売所代表者へのインタビューによる数値であるため、合計は 100%にならない。</p>		

販売額と来客数（レジ通過人数）の推移	<p>販売額の推移</p>	<p>来客数の推移</p>
集客の範囲	ほぼ近隣 販売額、来客数ともに減少傾向	
生産者数	登録出荷者数 300 人 うち常時出荷者数 40 人	

(2) 既存直売所の運営の特性

1) 直売所に出荷する「生産者」について

直売所に並ぶ野菜は、どのような生産者が出荷しているのでしょうか。

めぐみの里で販売されている野菜類の多くは、JAの直営店でありながら、みずな部会や小松菜部会といったJAの部会員*が生産している農産物ではありません。

(※部会とは、農産物の品目ごとに、技術の向上や情報の共有を目的として組織される生産者組織のこと。)

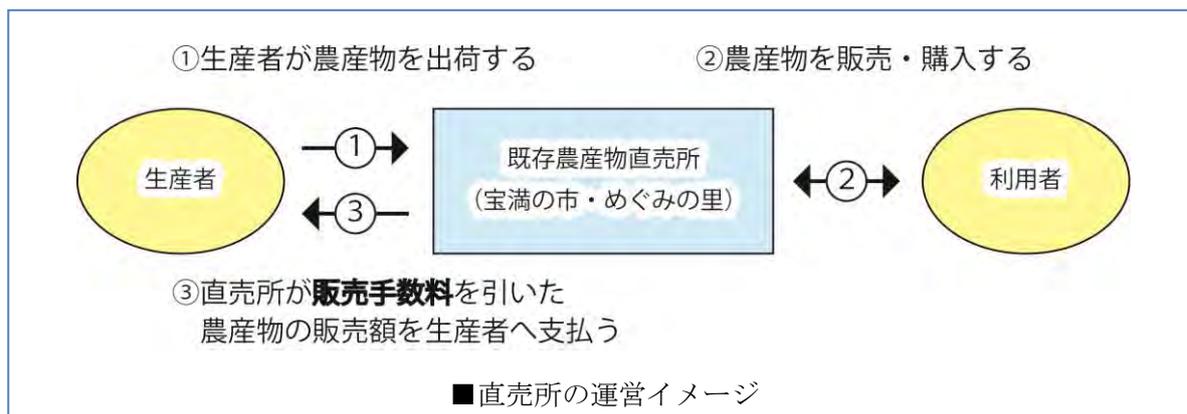
JAみいでは、部会員が生産した農産物を、購買人口が多く高値で取引される都市圏に出荷しています。地元の直売所に出荷しないのは、商品を一店舗に大量に出荷すれば、価格の下落につながるだけでなく、商品が余って売れ残り、生産者の収入につながらないからです。

つまり、両直売所に並ぶ商品は、JAみいの部会員ではない生産者によって出荷が担われています。

生産者が直売所へ出荷するためには、直売所への登録が必要です。登録は、生産者であればできますが、両直売所とも、JAみい管内の生産者とそれ以外の生産者では、販売手数料や年会費等が異なります。

2) 「運営」について

直売所はどのように運営されているのでしょうか。



直売所の運営は、この販売手数料で成り立っています。

特に、生産者が出荷者でもあり経営者でもある宝満の市では、販売手数料で様々な運営を行っています。

3) 直売所が取り扱う商品について

めぐみの里は、JAみい管内産の農産物等を主力商品として取り扱っています。また、JAグループの利点を活かし、産地より果物等を仕入れています。

宝満の市は、地元産農産物を商品としています。一部例外もありますが、主力は、JAみい管内産のものです。

(3) 既存直売所が果たしている役割

●中小規模農家の活躍の場

宝満の市やめぐみの里への農産物の出荷者は、中小規模の農家が中心です。

直売所は、品目や数量などについて組合員の自由裁量で出荷できるため、大規模に営農することが難しい新規就農者や高齢生産者が出荷する場に適しています。

また、生産者自ら接客を行う宝満の市は、消費者と交流する機会が多く、販売状況や消費者ニーズを実感できることから、生産者のやる気と楽しみにつながっています。

●食料品の供給源

宝満川左岸側の農村地域には、食料品販売施設が非常に少なく、既存直売所以外は、コンビニエンスストアや市外のスーパーしかありません（P11：市内の直売所と近郊食料品販売施設の分布状況 参照）。

既存直売所は、本市農村地域における重要な食料品供給源であり、特に自動車の運転が難しい高齢者にとって、食生活を守る命綱とも言える存在です。



■宝満の市の農産物

●地産地消の推進

既存直売所は、地元産農作物を販売するだけでなく、調理方法や郷土料理のレシピを掲示し、紹介しています。また、宝満の市では、生産者が直接調理方法や食べ方等を説明するなど、既存直売所が、地産地消や地域の伝統的な食文化の継承の役を担っています。

●商品開発とブランド化

めぐみの里では、運営母体である JA みいが、地元産の米・麦・大豆を原料とする味噌「みいの光」と小松菜を使用して開発した「筑後平野で生まれた小松菜のお味噌汁（フリーズドライ）」を販売しています。本市のふるさと納税の対象商品となるなど、好評を博しています。

宝満の市は、小郡市飲食店組合が主催した『七夕枝豆×麒麟ビール コラボキャンペーン』の核となる黒大豆を栽培し、「七夕枝豆」の開発に協力し、地域のブランドづくりにつながる支援を行っています。



■七夕枝豆

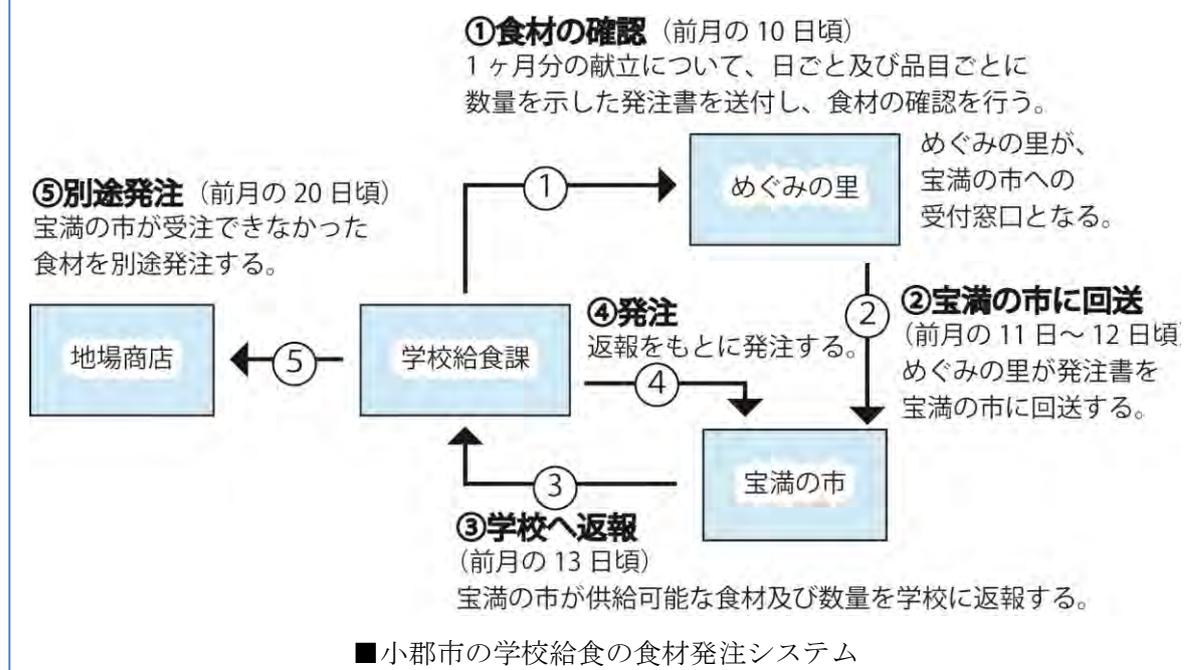
●学校給食を活用した食育の推進

○給食への食材提供

既存直売所では、市内小中学校の給食用の食材として地元産農作物を供給しています。

小郡市では、生産者、JA、行政（学校給食課、農業振興課）で組織する「小郡市食と農推進協議会」を組織し、学校給食における地産地消と食育を推進しています。

本市の学校給食における食材納入は、以下のシステムを運用しています。



○地元食材を活用した献立創作・紹介

宝満の市は、学校給食調理員と共同で、地元食材を使ったオリジナルの給食献立（オゴオリジナル）の開発に取り組んでいます。

平成27年度は「大根の梅マヨネーズサラダ」と「マーボー白菜」、平成28年度は「さつまいものきんぴら」と「マーボー大根」を献立に取り入れています。

また、宝満の市では、献立の開発に関する取り組みの様子をポスターにして掲示するとともに、カード

状にした献立のレシピを直売所の荷詰め台に置き、直売所利用者に手にとってもらうことで、活動の様子を広報しています。



■地元の食材を使った給食

○児童との交流

「全国学校給食週間（1月24日～30日）」には、宝満の市の生産者が学校から招かれて、子ども達と一緒に給食を食べて交流する「招待給食」を行っています。

このような取り組みが、将来を担う子ども達の地域食材と食文化に対する理解を深めることにつながっています。また、生産者のことや生産過程を理解することで、食べ物への感謝の気持ちを育てていくことができます。

6. 直売所の課題

(1) 既存直売所の課題

●運営について

宝満の市の現況と問題点				めぐみの里の現況と問題点			
○販売額、来客者数ともに減少傾向にあるが、隣接地が宅地開発され、若い利用者が増えている。				○販売額、来客者数ともに減少傾向にある。			
	平成 23 年	平成 27 年	増減		平成 23 年	平成 27 年	増減
販売額	4706 万円	3174 万円	33%減	販売額	1 億 4185 万円	1 億 1586 万円	18%減
来客数	5 万 7 千人	4 万 2 千人	27%減	来客数	11 万 5 千人	9 万 3 千人	19%減
○宝満の市の会員である農業者団体が運営しているため、資金源がなく施設の整備が難しい。				○JA みいの赤字部門となっているが、地域の食料供給源として運営を続けている。			

課題 1. 売上の減少

(考えられる原因)

- ・新たに開店した大手ショッピングセンターや近隣スーパーへ消費者が流れた。
- ・固定化した利用者が、高齢化等の理由により来店ができなくなった。

(原因から派生する現象)



●供給体制について

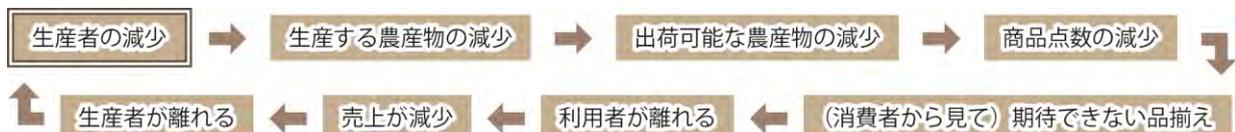
宝満の市の現況と問題点		めぐみの里の現況と問題点	
○生産者の減少と高齢化が進み、生産者が不足している。 ・生産者の人数：当初 56、57 人 現在 42 名。 ・生産者の年齢：60 歳～86 歳。		○登録出荷者約 300 人うち常時出荷者約 40 人。 ○毎年 12 人ほど生産者が新規登録しているが不足している。 ・生産者の年齢構成：60 歳以上、年齢は高め。	

課題 2. 生産者の減少

(考えられる原因)

- ・高齢化により生産者が離農。
- ・後継者がいないことにより、営農を断念。
- ・新規開店したスーパーや量販店等へ販路を変更。

(原因から派生する現象)



●商品について

宝満の市の現況と問題点	めぐみの里の現況と問題点
<p>○宝満の市では、新鮮さと品質の良さにこだわって運営しており、規格外のB級品などは基本的に販売していない。</p> <p>○生産者が不足しているため、販売のピークが過ぎた午後等には商品が不足する。</p> <p>○農産物の収穫時期はある程度決まっているため、時期によって商品構成に偏りが出る。</p> <p>○営業日が週3日から、週6日に拡大したことにより、その日に集まる商品がやや減少した。</p>	<p>○新鮮で低価格な商品を販売している。</p> <p>○生産者が不足しているため、販売のピークが過ぎた午後等には商品が不足する。</p> <p>○農産物の収穫時期はある程度決まっているため、時期によって商品構成に偏りが出る。</p>

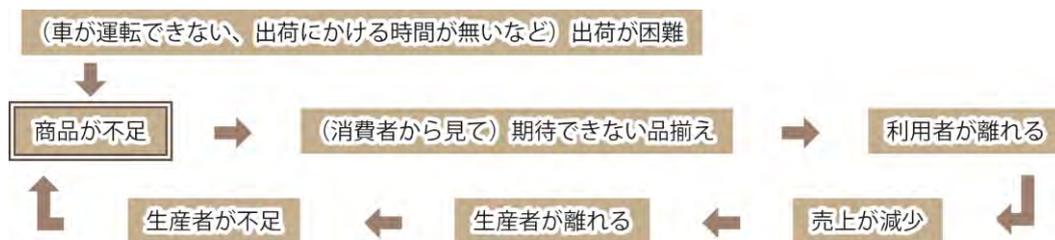


課題3. 商品の確保

(考えられる原因)

- ・高齢化により生産者が離農。
- ・後継者がいないことにより、営農を断念。
- ・新規開店したスーパーや量販店等へ販路を変更。
- ・生産者の高齢化が起因となり、車が運転できなくなって出荷ができない。
- ・生産者の分業体制が整っていないため、生産や調整以外に割くだけの時間が無い（再出荷や商品引き取り等が困難）。

(原因から派生する現象)



●施設について

宝満の市の現況と問題点	めぐみの里の現況と問題点
<ul style="list-style-type: none"> ○借地であるため、現在のテント以上の施設を建設することができない。 土地所有者から土地の返却を求められれば、期限内に撤去する必要がある。 ○都市計画法上の規制から、現在地に店舗等の建築を行うことができない。(市街化調整区域内であるが、あすてらすを含む一帯が地区計画区域となっている。宝満の市が位置する現在地で建築することができる建築物は、社会福祉施設等。) ○現在は原田駅東福童線に続く道路沿いに位置し、小郡市内から久留米方面への通過交通が多い。 しかし、事業実施中の県道久留米小郡線の整備により、今後は交通量の大幅な減少が予想される。 ○テントが老朽化しており、破れや汚れが見られる。 ○台風時にはテントのシートを撤去と再設置する必要があり、運営している生産者の負担となっている。 ○テントで運営しているため、温度管理ができず、夏は暑く冬は寒い。 夏場は特に温度が高く、商品が傷みやすいため、1日に2回出荷している生産者もいる。 ○直売所内にトイレがなく、隣接する「あすてらす」に依存している。 ○バッテリーにより一部電源の供給を行っているが、電力が足りず冷蔵庫等を設置できない。 ○温度管理ができないため、お弁当等の調理品やカット野菜などの加工品を販売できない。 	<ul style="list-style-type: none"> ○めぐみの里は、建物やトイレ、保冷機材や管理施設など、地域の食料供給源としての直売所の施設環境は整っている。 ○月に1回の感謝祭開催時には、駐車場が足りない。 ○利用者に高齢者が多いので、休憩施設があるとよい。



課題4. 施設の整備

めぐみの里は、既に地域の食料供給源としての機能を果たしており、差し迫って大きな施設の改善の必要はありません。しかし、市民が求める直売所の再整備に取り組み「大型駐車場」「調理施設」「レストラン」を整備するには、新たな敷地の確保が必要です。

宝満の市は、施設環境の大きな改善は難しい状況です。また、借地であるため永続的な営業も困難です。宝満の市が果たしている様々な役割を継続していくため、新たな活躍の場として、現店舗とは別の店舗の整備に向けた検討が必要です。

(2) 直売所に関する小郡市の課題

直売所に関する本市の課題について以下にまとめます。

1) 農家数の減少

直売所に農産物を出荷している農家は、中小農家であることに加え、高齢者が多い傾向にあります。P2～P3 に示す農産物直売所の多面的機能のうち、⑥「社会化されなかった資源の社会化機能」や⑨生産者の身体的健康増進機能（医療費削減機能）、⑩生産者の精神的健康増進機能といった効果が直売所にあるからです。

しかし、農家の高齢化と後継者不足が言われている今日、県内の賑わっている直売所であっても、出荷者不足に悩まされています。農家数が減少しているということは、出荷者の確保が難しく、出荷される商品点数に限りがあるということでもあります。

2) 競合店舗の増加

市内及び近隣のスーパーの多くは、産直コーナーを備えてきています。産直コーナーには、生産者の写真展示といった情報提供を行うとともに、地域の特色ある地元産農産物や農産加工品が陳列され、店舗ごとに異なる生産者とその商品が、店舗それぞれの味につながっています。

市内店舗の多くの産直コーナーは、それほど売り場面積が広いものではありません。しかし、それぞれの店舗ごとに地元産農産物が出荷されるということは、ただでさえ出荷者が不足している中で、出荷品目と数量の店舗間での奪い合いにつながりかねません。

また、新たに産直コーナーが販売の目玉となるような店舗が登場する場合は、直売所とスーパーとの明確な線引きがなくなるおそれがあります。

さらに、こうした様相は市内だけに限ったことではありません。市外の道の駅などの直売所へ、魅力ある商品を求めて、市内住民が時間と労力をかけて遠方に出かけています。本来市内で流通するはずのお金が、市外へと流れている状況があります。

3) 地域を代表するブランド農産物の不在

J Aみいが販売するみずなや小松菜は全国ブランドとなっていますが、商品展開が地元中心ではないために、そうした事実が地元で知られていません。

また、県内の賑わっている直売所には、魚や果物のような目玉商品が存在しています。本市で生産される農産物は、どちらかという日常目にする機会の多い農産物であるのが特徴と言えます。生活に密着した農産物が多いとも言えますし、スーパーの産直コーナーに並ぶ農産物との差別化を図るのが難しいとも言えます。

市外から小郡の農産物を購入するために時間と労力をかけて多くの人々が来訪するような、人をひきつけてやまない特産品を産み出すことができていません。

4) 観光とリンクした直売所の不在

人が旅行する際に期待することは、「食」や「非日常の体験（サービス）」です。

市内で、観光資源を有機的に結び付けていることに成功している事例としては、如意輪寺（かえ

る寺)を中心に、地元産農産物を活かした飲食店や海外からも多くの観光客が来訪する観光農園の展開があげられます。ここでは、観光客の期待に応えるとともに本市の観光産業と農業振興に貢献しています。

しかし、本市全体を見渡しますと、観光客が来訪するスポットと直売所がリンクし、相互に観光客の滞在時間と消費額に影響を与えて合っているとは言い難い状況があります。

(3) 課題の整理

これまで、本市を取り巻く状況と既存直売所の状況、そしてそこから浮かび上がる課題について記述してきました。以下に、これから検討していくべき課題をまとめます。

■既存直売所の課題

- ①売上の減少
- ②生産者の減少
- ③商品の不足
- ④立地条件や施設自体の課題

■直売所に関する小郡市の課題

- ①農家数の減少
- ②競合店舗の増加による利用者の減少
- ③地域を代表するブランド農産物の不在
- ④観光とリンクした直売所の不在

前項で見てきたとおり、■既存直売所の課題「①売り上げの減少」、「②生産者の減少」、「③商品の不足」と、■直売所に関する小郡の課題「①農家数の減少」、「②競合店舗の増加による利用者の減少」は、複雑に絡み合い、お互いに影響を与えています。

利便性が高く、商品が集まるところに消費者は集い、生産者は売れるところへ出荷するのが基本的な動向です。互いにリンクしていることを考慮に入れながら、どれかひとつについて検討していくのではなく、総合的な対策を講じなければ、根本的な解決にならないと考えられます。

また、■直売所に関する小郡の課題「③地域を代表するブランド農産物の不在」、「④観光とリンクした直売所の不在」についても、本市の農業の構造的な問題等に関わることから、解決には長期間の展望と地道な取り組みが必要になると考えられます。

7. 直売所の課題解決に向けた方策

(1) 生産者の確保

商品が無ければ、直売所は成り立ちません。直売所の主たる商品は、「農産物」です。そして、「農産物」を生産するのは、「生産者」です。この生産者の絶対数が多くなれば、商品点数も増えるのは自明の理です。そのためには、生産者を増やす努力が必要です。

本市は耕作放棄地が少ないことから、別業種から農業への新規参入が難しい土地柄です。逆に、現在、農業を本業としている生産者は、既に販路を確立させています。

容易に生産者が増えない状況にあるからこそ、行政と直売所それぞれの取り組みが必要と考えます。

1) 行政の取り組み

①市民の農業への関心を高める（長期的取り組み：取り組み中）

市内市街地住民の多くは、農産物は「食べる」ものであり「購入する」ものです。

そこで、市内市街地住民と農村部住民との交流を促進する農業体験イベントや食育等の消費者でも関心を持ちやすい事柄を中心とした講演会、認定農業者との即売会を通じた交流などを行うことで、「購入する」だけでなく「生産する」ことや「農」に対する市民の関心を高めていくことを目指します。

②営農相談会の開催（中期的取り組み：取り組み中）

認定農業者や新規就農者を対象に、JAみや福岡県普及指導センターと共に営農相談会を開催しています。特に新規就農者については、関係各機関と連携を図りながら、生産者として定着していくことを目指します。

③自己消費型生産者を販売型生産者へと誘導（中期的展望：これからの取り組み）

市内市街地住民の中には、趣味の家庭菜園を楽しまれている方が多くいます。そうした市民に呼びかけを行い、販売を前提とした生産となるよう誘導します。

対象：市民農園等の貸し農園を利用している地域住民 等

現在、小郡市市民農園の利用は、自然とのふれあいと収穫の喜び、そして、利用者相互の交流が目的となっており、営利目的の農園利用は禁止事項となっています。利用者間の交流を損なうことなく、販売目的の農園利用を可能とするかどうかについて、利用組合の中での慎重な議論が必要です。

④栽培指導（中期的取り組み：これからの取り組み）

③の生産者に対し、関係各機関の協力により、栽培指導を行う態勢を構築します。

現在、福岡県普及指導センターが営農指導を行う対象は、農業を本業とする方を対象としています。現状の人員態勢で、指導範囲を拡げることができるかは、これからの協議次第です。

⑤栽培情報の提供（短期～中期的取り組み：これからの取り組み）

家庭菜園をされている市民は、農産物の播種や防除の時期、病気に対する対処法など、農産物の育成に関する情報を欲しがっています。例えば、市の広報やホームページに情報を掲載するなど市民の農産物育成の手助けと、農業へ関心を持ってもらうきっかけづくりに取り組んでいきます。

2) J Aみいで考えられる取り組み

①市民の農業への関心を高める（長期的取り組み：取り組み中）

J Aみいでは、地産地消を目的として、みい管内の市町民を対象に様々な食のイベントや体験イベントを行っています。代表的な食のイベントとしてはJ Aみい収穫祭、体験型イベントとしては地元産農産物を使用しての親子料理教室、播種から収穫までを体験するとうもろこし道場を行い、食べることや農作業を体験することを通じて、農業への関心を高めていこうとする取り組みを進めています。

②自己消費型生産者を販売型生産者へと誘導（中期的展望：これからの取り組み）

自己消費が目的の生産者は、市内にも多くいます。中には、自己消費量より多く生産している生産者もいるため、そうした生産者について、販売目的の生産へ誘導します。

対象：農地を所有しながら自己消費目的での作付しかしていない農家
農地を有している定年退職者 等

③栽培指導（中期的取り組み：これからの取り組み）

②の生産者に対し、関係各機関の協力により、栽培指導を行う態勢を構築します。

3) 既存直売所で考えられる取り組み

①自己消費型生産者を販売型生産者へと誘導（中期的展望：これからの取り組み）

2) の②と同様です。

②栽培指導（中期的取り組み：これからの取り組み）

2) の③と同様です。宝満の市では、あすみ地区において民間が整備している農園で、栽培指導を行っています。

上記の解決方法に即効性はありませんが、関係各機関との対話を繰り返し、市民へ呼びかけを行っていくことで、直売所に出荷することができる生産者を増やす努力を続けます。

(2) 商品の確保

直売所の商品を購入する消費者が求めるものは、その土地で収穫される新鮮で安全・安心な農産物です。商品がなければ、消費者は来店してくれません。

しかし、商品不足により午後には直売所の商品が品薄になるという事態が発生しており、市民アンケートや既存直売所の利用者インタビュー調査では、商品の品揃えに不満を感じている利用者が多くいました。また、市民の4人に1人が、市内の直売所を知らない、または利用したことが無いという中で、直売所のさらなる周知による利用増進を図るには、商品が圧倒的に足りません。

では、県内の先進直売所は、そうした事例をどのように克服したのでしょうか。

1) 直売所で考えられる取り組み

①欠品状態を生産者に連絡する（長期的展望：取り組み中）

会計システムの中にPOS（Point Of Sales）システムと呼ばれるものがあります。売上を商品ごとに集計し、その集計結果に基づいて商品管理や在庫等を一括管理したり、売れ筋商品等の分析をする機能を持ち合わせたレジのシステムのことです。

例えば、商品が欠品になると、生産者の携帯電話にメールで通知し、商品の出荷を促すというシステム構築もできます。

めぐみの里では、既に生産者に出荷農産物の販売状況を1日3回メールで通知し、熱心な生産者はこれを見て商品を補充しています。

しかし、本システムを導入するには、資金が必要となります。宝満の市での導入は、資金面で難しいと言えるでしょう。

お金をかけずに、POSシステムと同様の機能を果たすには、店員がその役割を務めることも考えられます。商品が品薄または欠品状態になった際に、店員が生産者に通知し、出荷を促すというものです。

宝満の市でも、売り切れた商品については生産者に連絡し、出荷を呼びかけていますが、制度として確立しているわけではありません。

経費は少なく済みますが、店員としての仕事は増えます。商品がどんどん売れていく午前中に、店内を見回し、不足しそうな商品に気を払って、さらに、同一種類の商品を出荷している出荷者の中から出荷してくれそうな生産者に連絡して出荷を促さなければなりません。

また、そもそも、この再出荷システムは、生産者にも負担を強めます。前述したように、生産者の多くは、販売状況が良いところへ商品を出荷します。ひとつ所だけに出荷しているわけではありません。それは、生産以外にも、出荷のための調整（土を落としたり、ビニール袋に詰めたりといった出荷準備）や各店舗へ出荷するだけの時間を必要としている生産者にとって、出荷回数が増えることは基本的に敬遠するはずで

まず、直売所そのものの方針として、上記のシステムを導入してでも、商品を切らさない（消費者本位で経営する）ということのうち出すことが第一の要となるでしょう。そして、再出荷に同意する生産者をリストアップし、連絡体制を構築し、制度として固めることが必要です。また、連絡するための連絡機器の手配も必要でしょう。

この方法は、方針としてうち出し、組合員の同意のもと体制を整えることが必要です。

②集荷システムの構築（長期的展望：これからの取り組み）

生産者にとって販売所まで商品を運ぶということは、生産・調整等にかかる時間を割かれることにつながります。また、高齢化した生産者が、車を運転できなくなることや大根等の重量物を運ぶことが難しくなることも考えられます。現在の直売所は、生産者の出荷を待つことが基本システムです。

では、第三者が商品を集荷するシステムを構築してはどうでしょうか。

生産者は、収穫した農産物を調整して、商品ラベルを貼り、ケースに詰め、玄関先に置いておく。集荷業者が、その梱包された商品の数量を確認した上で集荷していく。店頭での陳列は、店側の任意で陳列していきます。

この場合、生産者は生産に集中できますし、離農予定の高齢者も生産意欲を落とすことなく生産に励むことができます。集荷業者は、新たな事業を展開できます。店舗側は、店舗の業務が増えることにはなりますが、集荷対象生産者の商品については、販売手数料を増とすることで店舗側の収入も増えます。

しかし、集荷業者とひと口に言っていますが、こうした集荷事業により収益が見込めるとは考えられませんので、民間の宅配事業者への依頼は難しいかもしれません。シルバー人材センターへ依頼できるようであれば、高齢者の一層の活躍が期待できます。

また、集荷するための車両が必要です。季節や品目によっては、冷蔵機能が備わっているものが必要になる可能性もあります。また、集荷効率を上げるために、集荷拠点となる集荷倉庫を複数設けることも必要となるかもしれません。経費の検討も当然必要となるでしょう。

このシステムが構築できれば、別の面でも応用できます。例えば、学校給食への食材の搬入です。生産者と調理員との交流の機会が減る可能性はありますし、現在、小郡市食と農推進協議会で構築したシステムを変えることになりそうですので協議が必要でしょうが、生産者の高齢化が進む今日、検討すべき内容と思われる。

システムの中核となる車両は絶対不可欠です。車両導入のための経費面での検討は、行政や関係各団体を巻き込んだ議論が必要でしょう。車両の調達方法さえ明確にできれば、このシステムを構築することも可能です。

③アウトレットコーナーの設置（中期的展望：これからの取り組み）

消費者は、依然として形や発色の良い野菜を購入する傾向にあります。そうした中で、現行の販売システムの中では、規格外商品は、畑の肥やしとなることが多いのが現状です。

こうした規格外品を有効活用するために、アウトレットコーナーを設け、目玉商品のひとつとしてはどうでしょうか。今まで商品化されていなかった農産物が、商品として日の目を見ることになります。

しかし、アウトレットコーナーの設置は諸刃の剣です。同一品種であれば、少々形が悪くても、安い商品を購入しようとする消費者心理があるのも事実です。安売り商品の影響を受け、高品質で高価格な農産物ほど正当な評価を受けず、適正な価格で売れなくなるおそれがあります。

アウトレットコーナーの設置は、直売所の方針に関わることです。両直売所は、現在の体制のまままで対応は可能でしょうが、コーナーが及ぼす影響を考え、慎重に判断しなければなりません。

④生産時期の誘導（長期的展望：これからの取り組み）

旬の時期には、同一品種の偏った農産物が陳列棚に並びます。これは、農産物の育成には適期というものがありますので、ある程度は仕方のないことです。現在の直売所は、それぞれの生産者の生産計画に任せて、出荷をしてもらっている状況です。

しかし、そうした部分について、生産者間で協議し、同一品目についての播種等の時期の調整を行うことで、通常よりも長く販売期間を設け、一時期に集中することを防ぐことができます。

生産者は、全員が独立した経営者です。協議して取りまとめていくことは簡単なことではありません。しかし、直売所の考え次第で、取り組みを進めることも可能と考えられます。

⑤昼市の開催（中期的展望：これからの取り組み）

午後に商品が少なくなる事態を避けるため、観光シーズンに合わせて観光客が増えると見込まれる土日祝日に、昼から市場を開催するのもひとつの案です。

直売所の商品は、多くは「朝採れ」で新鮮さが自慢というところがあります。生産者は、朝収穫するのに合わせて、一日のスケジュールを組んでいるものと思われます。マルシェを昼に開催するという事は、今までに無いスケジュールを組むことになるので、直売所に出荷する組合員の協力が必要になります。場合によっては、午前中に出荷するべき商品を、昼市に持ってくるために、午前中の商品が足りないということもあるでしょう。

観光シーズンで、市内に観光客が多くなる時に合わせて昼市を行うなど、開催の仕方によっては、観光とも有機的に結ぶことができます。

直売所に出荷する組合員の協力が不可欠ですが、両直売所で取り組みを進めることは可能です。

⑥JA部会の参加

県外でJAみいのブランド品として有名なミズナ、小松菜を地元の直売所に卸すことで、商品の充足を図ることはできないのでしょうか。P34で詳述していますように、現在の両直売所への出荷はできないようになっています。大量の農産物を、毎日、安定して全量買い取りを行ってくれる直売所でなければ、部会としてもルール変更はできないでしょう。

例えば、値崩れを起こさず、また、売れ残りを出さない販売方法やカット野菜などの一次加工による6次産業化や農家レストランの素材に使うなど、定期的に大量に消費していくことが必要になると考えられます。

この点において、加工場やレストランを現時点で有していない両直売所では取り組みができない案件であると考えます。

2) 関係団体で考えられる取り組み

①特産品開発（ブランド化）としての商品生産の誘導（長期的展望：これからの取り組み）

特産品は、その土地の気候風土や歴史によりもたらされたものですが、近年、行政や関係機関の誘導により、農産物を特産品として売り出すために生産をしていくというスタイルで成功している事例があります。筑前町の筑前クロダマル（黒大豆）、大川市の唐辛子（ブート・ジョロキア）、古賀市のスイートコーンなどです。

しかし、作付するのは生産者であり、品種の知識を有しているのはJAであり福岡県です。関係各機関や団体の協力なしでは特産品として一大産地となるまでには至らないでしょう。

・本市の気候風土に適した品種を見出す

本市の農産物として、葉菜類の生産が多いというのは、土が栽培に適しているからです。特産品として誘導する農産物が、人気が出そうだけれども、栽培しにくく、収穫量も上がらないということであれば、生産者の間で作付が広がる可能性は低いでしょう。少量でも希少価値があるものを特産品とするのか、生産者が作付しやすく、収入も得易い品種を見出すのか、行政の判断が問われます。

・関係各機関や団体との協議

農業試験場等で新たに開発されている品種に関する情報を有しているのは、福岡県です。また、農産物に一番高い値段をつけさせるノウハウを有しているのはJAです。市は、特産物として売り出すためのイベント企画等を行えますが、商品を売り込むためのノウハウは皆無です。不足している部分を補っていくためにも協力体制を構築して、関係各機関や団体との協議を深めていかなければなりません。

・研究機関との連携

食材が注目を集めることのひとつに「機能性」があります。「カテキンが脂肪を燃やす」など、食材に含まれる栄養素が、持続的に摂取していけば生活習慣病に効果的というお墨付きを得ることができれば、飛躍的に販売力を上げることができますし、加工品としての需要も上がります。

例えば、県内15位の生産量となっている「ブロッコリー」は、近年、栄養食品として、また炭水化物抜きダイエットの補助食品として注目を集めています。こうした食材について、栄養面等で論理的に裏づけができるのであれば、説得力が増します。

そのためには、大学などの研究機関と提携し、食材を研究していくことが必要です。

・賛同する生産者を見出す

特産品の開発については、今ある農産物を特産品として有名にしていくのか、細々と栽培されているものを大々的に取り上げていくのか、ゼロから積み上げていくのかにより取り組み方が異なってきます。特に、ゼロから積み上げていく場合は、生産者の理解がなければ、農産物として生産されることもありません。少数でも、行政の提言に耳を貸してくれる生産者を見出すことが重要です。

以上のことから、特産品の開発は、時間をかけた取り組みになることは間違いありません。

②地元産農産物を活用した加工品の開発（長期的展望：これからの取り組み）

これまでも、「筑後平野で生まれた小松菜のお味噌汁」や「みいの光」など地元産農産物を使用した加工品が、生産・販売されているだけでなく、ふるさと納税の返礼品ともなるなど人気を博しています。

また、農産物を加工品にするにあたっては、規格を揃える必要がありません。規格外品を使うことができるということは、今まで廃棄対象でしかなかった農産物が活用され、生産者の収入の増加につながる可能性が大いにあります。

・加工商品としての研究

農産物加工品の難しいところは、「開発可能な加工商品」と「消費者が求めるもの」は、必ずしも合致していないということです。そのためには、どのような需要があるのかについて、6次産業化プランナーなどと連携し、研究を進める必要があります。

・産・学・金・官・民との連携

農産物を加工するにあたっては、様々な業態が互いに連携しあうことが必要です。

- i) 加工品の原料となる農産物の調達、商工会のような販路となる事業者（産業）
- ii) 加工食材としての機能の研究や加工事例のアイデア提供（教育機関）
- iii) 加工するための研究費用等の資金面での相談（金融）
- iv) それぞれの仲介役（行政）
- v) 地域住民やNPO（民間）

6次産業化については、上記の様々な業態でネットワークを組織することで、開発に関する国の補助事業を受けることができます。

平成27年には、平岡学園とJAみい、市の三者で、小郡産大豆フクユタカを使ったお菓子「きなこ☆ぼうる」を共同開発し、東京での本市の紹介イベント等でPR商品のひとつとして配布しています。こうした連携をひとつひとつ積み重ねていくことが重要です。

現時点では、ネットワークを立ち上げるのもこれからとなりますので、時間がかかる取り組みになると考えられます。

【参考】小郡市の主な農畜産物と商品化されている加工品の例

農畜産物		県内順位 (平成 26 年)	商品化されている加工品の例
米類 麦類 豆類	米	収穫量 14 位	米粉パン、米粉ケーキ、米粉うどん
	小麦	収穫量 6 位	ラーメン、うどん、パン
	大麦	収穫量 8 位	ビール、焼酎
	大豆	収穫量 7 位	みそ、納豆、枝豆
葉物 野菜	チンゲン菜	出荷量 2 位	浅漬け、野菜スープ
	みずな	出荷量 2 位	サラダ、おひたし、野菜スープ
	レタス	出荷量 4 位	サラダ、浅漬け、乾燥レタス、野菜スープ、お酢、焼酎、アイス
	キャベツ		サラダ、浅漬け、野菜スープ
	ほうれんそう		フリーズドライ、冷凍野菜、スムージー、青汁
	はくさい		漬け物、キムチ、野菜スープ
	たまねぎ		フライ玉葱チップ、玉葱スープ
	ブロッコリー	出荷量 15 位	野菜スープ、冷凍野菜、スムージー
きゅうり	出荷量 6 位	サラダ、浅漬け	
根菜 類	さといも		がめ煮、野菜スープ
	にんじん	出荷量 3 位	がめ煮、野菜チップ、漬け物、野菜スープ
	だいこん		がめ煮、漬け物、野菜スープ
果物	いちご	出荷量 14 位	ジャム、ジェラート、ケーキ、ジュース
	すいか		ジェラート、ケーキ、ジュース
花・苗	洋ラン	出荷量 5 位	ポプリ、ブリザーブドフラワー、ボトルフラワー、押し花
	トルコギキョウ	出荷量 10 位	
	きく (切り花)		
畜産	乳用牛		チーズ、ヨーグルト、バター、ソフトクリーム
	肉用牛		ハム

※県内順位は福岡県農業統計調査、福岡農林水産統計年報より整理。

(3) 店舗の再整備

J Aは、組合員の協同の利益を向上させていくため、新たな出店等に関しては、市場調査を十分に行うと聞いています。J Aみいは、現在自己改革の途中で、支所機能の再編を手掛け、ようやく一年が経過するところです。これからもJ Aみいは、直売所を含め様々な改革をしていくものと思われれます。

再整備に関する問題は、宝満の市です。宝満の市は一営利団体ですが、これまで行政と共に取り組んできた事業は多岐に渡り、本市で果たしている役割にも重要なものがあります。農業振興の面からも、地産地消の面からも、行政として支援していかなければならない団体であると考えています。

再整備にかかる懸案事項は山積していますが、再整備により、宝満の市が抱える課題の多くが解決し、新たなソフト面の展開が期待されます。現在の宝満の市と同規模の直売所の整備を目指し、直売所の用地の確保と、直売所施設の建設に向けて取り組んで行く必要があります。

1) 直売所・行政・JA みい等が連携すべき取り組み

①新たな用地の確保

借地で営業をしている宝満の市は、現在地で永続的に営業することができないため、新たな用地確保に向けた検討が必要です。

新しい直売所の用地は、生産者の高齢化が進んでいることを考えると、生産地に近く、出荷し易い場所、つまり、現在地に近い場所が望ましいと考えられます。

②新たな直売所施設の建設

新たな直売所施設を建設することができれば、様々な課題が解決すると考えられます。

i) 衛生面の向上

空調が完備されれば、夏暑く、冬寒いという現状が変わります。

- ・夏場の生鮮品への影響が減少
- ・来店者の不満や販売員の身体面での負担が減少

ii) 生産者にかかる負担の軽減

テントから施設へと変わることによって、生産者にかかる負担が軽減されます。

- ・台風接近といった天災時のテント解体作業が不要
- ・商品引き取り回数の減

現在は、夜間の商品管理が難しいため、朝出荷、夕方に売れ残り商品を引き取るという段取りで営業しています。新鮮な農産物を供給するということを考えれば、現在のシステムのままでも良いと思われれますが、生産者の負担感は拭えません。

施設建設により施錠が可能となれば、翌朝出荷時に商品の回収が可能となります。

iii) 利便性の向上

- ・トイレの整備による利用者及び販売員の利便性向上

③新たな業務展開

保冷機材の導入により、新たな業務展開が期待できます。

i) 加工品の販売

これまで販売できなかった弁当や肉、魚などが販売可能な環境となり、商品の充実を図ることができます。

ii) 学校給食への食材提供量の増

機材を利用することで農産物のストックも可能となり、より多くの量の地元産農産物を学校給食へ提供することができます。

ここで、一番の問題となるのは、再整備のための資金です。一営利団体の再整備ですので、基本的には、その団体の責任において再整備を行うべきです。しかし、前述した本市で果たしている役割を考えると協議をしていくべき事項と考えられます。

(4) まとめ

ここまで論じてきたことを、表にまとめます。

取り組み		各主体				備考
		行政	J A みい	直 売 所	そ の 他 機 関	
生産者の確保	市民の農業への関心を高める	○	○			長期
	営農相談会の開催	○	○			中期
	自己消費型生産者を販売型生産者へと誘導	○	○	○		中期
	栽培指導	○	○	○		中期
	栽培情報の提供	○				中期
商品の確保	欠品状態を生産者に連絡する			○		中期、資金必要
	集荷システムの構築			○		中期、資金必要
	アウトレットコーナーの設置			○		中期、方針決定必要
	生産時期の誘導			○		長期、協議必要
	昼市の開催			○		長期、協議必要
	J A部会の参加		○	○		現況では困難
	特産品開発（ブランド化）	○	○	○	○	研究、協議、連携必要
地元産農産物を活用した加工品の開発	○	○	○	○	研究、協議、連携必要	
店舗整備	新たな用地の確保	○	○	○		宝満の市中心、協議必要
	新たな直売所施設の建設	○	○	○		宝満の市中心、協議必要
	新たな業務展開	○	○	○		

本市における既存直売所が果たしている役割は、決して小さくありません。前頁の表のように、着手することができる課題を克服していけば、さらなる賑わいの場となることが期待できます。しかし、敷地や施設などのハード的限界があるだけでなく、ソフト面でも課題解決は長期化するという様相を呈しているのが現状です。

現行体制のまま着手できる事業はありますが、既存の運営方針に関わることであり、目覚ましい改善に結びつくとはあまり考えられません。組織が、現体制のまま、大きな変革を伴う事業に着手することは困難を伴うというのが一般的だからです。

さらに、商品となる地元産農産物の供給は、即効性のある解決方法がないということが明らかとなりました。特に、農産物のブランド化や農産加工品（6次産業化）は、関係各機関や団体等と連携するところから模索しなければなりません。

また、直売所内部で改善に力を注いだとしても、現在の本市農業を取り巻く環境そのものが変わるわけではないので、苦しい状況は依然として続くものと考えられます。

8. 小郡市の直売所の方向性

(1) 新たな農産物直売所を「設置」することが問題解決につながるのか

再整備した既存直売所は、現在手掛けているたくさんの役割を果たし続けることはできますが、「生産者が少ない」「商品がない」という本市が抱える根本的な課題の解消は、困難と言わざるを得ません。

また、逆に「広い駐車場」を備え、「レストラン」や「調理施設」、「加工場」を備えた新規施設を設置したとしても、同様に即時解決にはつながらないと考えます。

では、「新たな直売所関連施設を将来的につくことを目指す」という目標を立てるということも必要のないことでしょうか。

現在でも、関係各機関・団体は連携を図って事業に取り組んでいます。この目標が明示されれば、問題解決の本気度がさらに増すことでしょう。

長期的取り組みではあっても、生産者と商品を増やすための余地は十分にあるということは、これまで検証してきました。これを実現させるために、関係各機関・団体は努力していかなければなりません。

(2) 観光との連携による賑わいの創出

福岡県は、アジアの玄関口として、多くの外国人旅行者が押し寄せます。福岡都市圏を周遊するタイプや九州各地の観光地を巡るタイプなどその行動パターンは様々です。以前は、「爆買い」で一躍有名となった外国人観光客ですが、最近はいちご狩りなどの体験型観光も人気が出てきているようです。

福岡都市圏周辺部に位置する本市は、昨年度に観光協会が設立されたことから、観光名所やイベントが有機的に結ばれ、観光産業が伸びていくものと思われれます。

新鮮で安全な農産物を提供する場への消費者のニーズは強く、農産物直売所は、食料調達のみだけでなく観光や娯楽の場として、賑わいを呼ぶことができる地域振興の要となり得ることは、全国各地における「道の駅」などの施設の集客状況を見ると明らかです。

観光と農業振興の観点から、市内外の人を呼ぶことができる直売所を備えることは、本市の課題である「観光とリンクした直売所の不在」の解決に有効です。

(3) 市民意識調査結果の分析

市民意識調査結果では、以下のような直売所を望む意見がありました。

●ソフト面

- ・小郡市産を中心に福岡県の農産物も販売する。
- ・新鮮かつ安全・安心な農産物を販売し、イベントを開催する。

●ハード面

- ・小郡市民が車や徒歩で訪れる、スーパーのような中規模直売所。
- ・必要な施設は「大型駐車場」「情報コーナー」「作りたてを提供する調理施設」「地元の食材を食べられるレストラン」等。

「安全で安心な地元の農産物を販売する」という直売所として基本的な機能の他に、「イベントの開催」や「大型駐車場」「情報コーナー」「調理施設」「レストラン」などを求める意見が多く、市民（消費者）の多くは、「**地域活性化拠点としての賑わいの場**」を求めていると思われます。

（４）直売所に期待される波及効果

新たな直売所が多く観光客や周辺市町村からの利用者を収容できる施設を持ち、「地域活性化拠点としての賑わいの場」となれば、下記の効果が期待されます。

農業の活性化

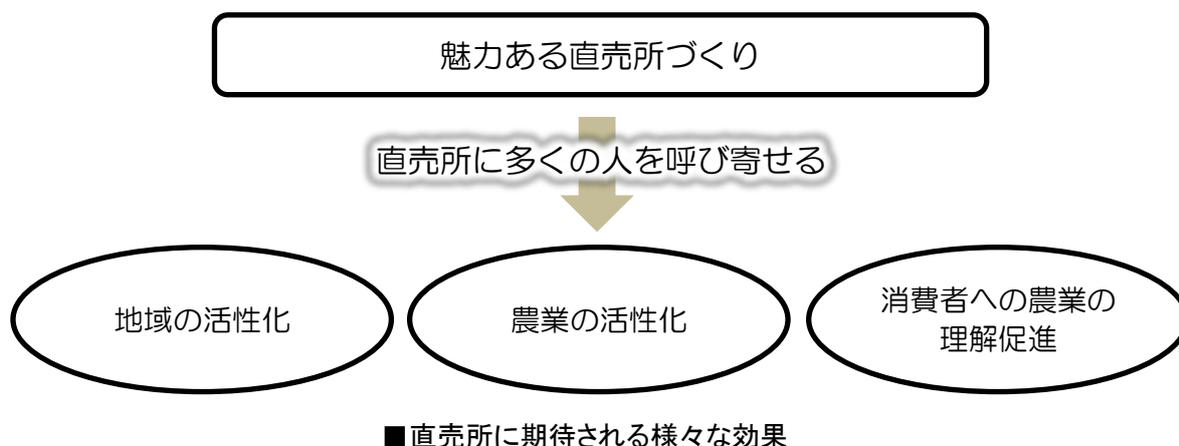
直売所の運営により、農業収益の確保と農産物や特産品の知名度の向上、ひいては農業の活性化が期待されます。

消費者への農業の理解促進

消費者が、直売所を通して、小郡の農業を知ることにより、小郡や農産物に愛着を持ち、小郡の農業を応援する気持ちを育むきっかけとなり得ます。

地域の活性化

直売所から、周辺の観光資源へ回遊性を持たせることで、農業だけでなく観光や商業なども含めた周辺地域の活性化が期待されます。



（５）まとめ

これまで論じたところをまとめますと、以下のようになります。

- ①農産物直売所には、多面的機能がある。
- ②既存直売所は、環境の変化に対応できるよう再整備を図る必要がある。
- ③賑わいをもたらす新たな直売所関連施設に関する目標を立て、ソフトの課題解決事業に乗り出す。
- ④ソフトの問題に関する解決が一定得られた段階で、ハード事業に着手する。

端的に言えば、「既設直売所の再整備を図り、機が熟した時に新規直売所関連施設の建設着手」となるでしょう。

9. 新たな直売所の基本的な考え方

(1) 商品と施設の関係について

直売所に集う消費者は、その土地の安全で新鮮な農産物を購入したいという意向が強い状況にあります。地元産にこだわるのが、スーパーとの差別化を図ることができる点でもあります。そうした点では、経営方法は従来と変わらないと言えるでしょう。

しかし、従来どおりの中小規模農家の出荷だけでは、商品数が足りません。さらなる商品の充実を目指すならば、JAの各部会の協力による商品の充足を検討しなければなりません。

各部会の協力を得るためには、商品の買い取りが必須になってくると思われます。そうした中で、直売所が収益を上げるためには、買い取り商品を売り切ることが重要です。商品は、直売所の陳列棚に置かれるだけでなく、レストランの食材や加工品として、消費されることが必要でしょう。直売所単独だけの運用ではなく、複合施設での利用が望ましいと考えられます。

こうしたことから、商品というソフトを充足させるためには、どのようなハード（新規複合施設）を備える必要があるのかについても検討が必要です。（施設のありようについては後述）

(2) ターゲットはどこか

商品が充足されれば、おのずと経営方針も広がりを見せ、選択肢も増えてきます。

1) 誰のための施設か

従来の直売所は、P2～P3 に示す農産物直売所の多面的機能でいえば、①販売額向上による地域経済活性化機能と⑥「社会化されなかった資源の社会化機能」、⑧食育推進機能、⑨生産者の身体的健康増進機能（医療費削減機能）、⑩生産者の精神的健康増進機能までが当てはまると考えられます。生産者本位の経営なのは間違いないでしょう。

しかし、複合施設ということになれば、より消費者本位の経営となるのは自然です。この部分については、将来的な検討事項とするべきでしょう。

2) 集客ターゲットはどこか

本市は、都市部と農村部が混在しています。また、比較的都市圏に近い位置にあります。そうしたところからも、市外からの利用者を主体とすべきと捉えがちです。しかし、近郊都市部からの利用者は、土日に集中するところから、固定客となり得る地元住民の利用を促進しなくては成り立たないと考えられます。

よって、集客ターゲットは、平日は地元住民、週末は近隣都市住民とすべきでしょう。

【参考】直売所の立地による顧客ターゲットの違い

直売所の立地	顧客ターゲット
都市部	地元住民が基本
都市近郊農村	平日は地元住民、週末は近郊都市住民
都市から離れた地域 (中山間地域など)	平日は地元住民、休日は観光客など道路通過客
主要道路沿線	道路通過客

[資料:(財)都市農山漁村交流活性化機構「農産物直売所営々改善マニュアル」を基に作成]

(3) 役割

新規複合施設は、現在、既存直売所が担っている役割が務まるのでしょうか。

●中小規模農家の活躍の場：代替可能

●食料品の供給源：施設立地の位置によります。また、設置により買い物弱者が発生してしまう場合は、公民館などを利用した出張販売や、移動販売車の巡回、宅配サービスなどによる買い物サポートの導入を検討することにより、役割を代替することも可能です。

●地産地消の推進：代替可能

●商品開発とブランド化：新規施設（調理施設や加工場等）などを利用することで、さらなる開発が可能になります。また、商品開発後の販売先として、直売所という販売場所を頭に思い描けることが、6次産業化商品の開発意欲をかきたてることも考えられます。

●学校給食を活用した食育の推進

①給食への食材提供

②地元食材を活用した献立創作・紹介

③児童との交流

①については、保冷庫等の貯蔵施設の整備により、高度な品質管理が可能となることから、今までよりも給食に活用できる農産物の品種や数量が増えることが予想されます。

②については、現在でも、市ホームページや直売所で周知していますが、新規複合施設の「情報コーナー・休憩所」で紹介することにより、市内外の多くの人々に小郡の食材のPRと販売促進につなげていくことができます。また、同時に、食育や地産地消に関する「家庭への啓発」に活用していくことができます。

③については、今までの「招待給食」に加えて、新規複合施設ならではの交流活動が考えられます。例えば、社会科見学として直売所等のバックヤードツアーを開催し、そこで働くスタッフや農産物を入荷する生産者と交流することで、「農業」や「食」について関心を持ってもらえるきっかけとなる可能性があります。

こうした点から考えると、①～③の食育に関する取り組みについても、現在より進んだ取り組みが可能になることが予想されます。

ただし、こうした取り組みは、「小郡市食と農推進協議会」において、生産者と行政、関係団体との間で長い年月をかけて協議を続けて確立されてきた活動です。こうした食育推進に関した様々な取り組みを行っていくためには、新規複合施設の運営団体と密接な連携を図っていく必要があると思われます。

以上の検討から、食育推進の取り組みに関しては連携体制の確立を図ることが重要ですが、現在、既存直売所が担っている役割は、新規複合施設でも十分に引き継ぐことが可能と考えられます。

(4) 運営はどこが行うのか

再整備が望まれる宝満の市が、新規複合施設の運営者になりえるかどうかについて検討します。

宝満の市は、10余年前の発足時と比較して経営拡大がなされてきました。運営については、出荷者の代表である運営委員会が執り行っています。しかし、運営委員自身も生産者であることから、経営のことだけを考える経営者がいないという状況にあります。

現在の宝満の市が、同規模での施設再整備を図り、運営についても従来の路線を引き継いでいくということであれば、任意組織のままでの運営で問題ないと思われます。しかし、新規複合施設の運営を宝満の市が単独で行うことは、難しい面があることは否めません。

J Aみいは、Aコープを経営しており、営業に関するノウハウを有しています。ただし、レストラン等の関連施設の運営に関しては、検討の余地があると思われます。

直売所における管理運営手法は、直営方式のほか、民間事業者を活力する指定管理者制度などの手法があります。新しい直売所においては、利用者ニーズに効果的・効率的に対応するため、民間事業者のノウハウを活用する「指定管理者制度」での運営を目指します。

【参考】管理運営手法

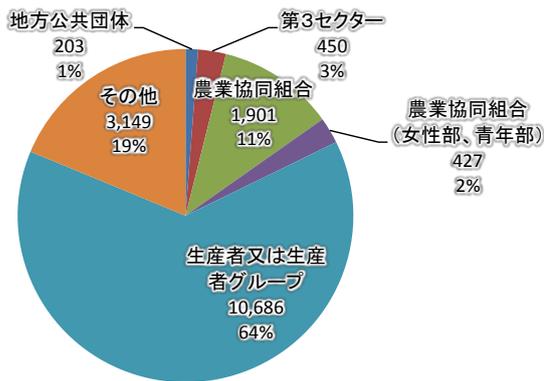
直営方式	行政が施設の運営・管理を直接行う
指定管理者制度	営利企業・第3セクター・財団法人・NPO法人・市民グループなどの団体に施設の管理・運営を包括的に代行させる

運営主体は以下のように分類されます。新しい直売所の運営主体として、安定的な運営を行うためある程度の組織規模がある「公社・第3セクター」や「農協」による運営や、既存直売所のノウハウを活かすため「宝満の市」も含めた共同経営等が考えられます。各団体の特徴をふまえた上で、関係機関と協議の上、運営主体を決定する必要があります。

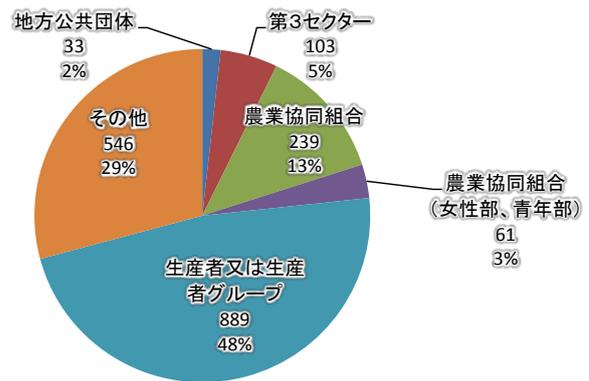
【参考】運営主体の分類と特徴

運営主体	特徴
生産者による任意団体	農村部や中山間地域の規模の小さな直売所の多数は、任意団体が運営している。みなし法人として扱われているところが多い。
生産者主体の法人	経営運営が確立するにつれ、任意団体から徐々に法人化する直売所が増えてきた。法人化することで店の信用が高まるなどのメリットがある。
公社・第3セクター	道の駅や過疎地域では公社・第3セクターが直売所を設立し、直接運営するところが多くある。ただし、近年徐々に公設民営の考え方が広がり、運営を出荷者組織などに委託するところが増えてきた。
農協	平成10年頃から農協が直売活動に本格的に取り組むようになり、農協が経営運営主体となる直売所が増えてきた。一般的に農協経営の場合は資金力があり出荷者が多く、規模の大きな店が目立つ。また、平成10年以前に開設された農協系直売所の中には、農協女性部が運営する直売所も多く見られる。
生産者以外の法人	地域活性化組織で法人化した団体やホームセンターなどの流通業者が直売所を運営している事例も多くある。直売所が広く認識された最近では、流通業者などが積極的に直売所事業に参入し始めている。
生産者以外の任意団体	村おこし団体などの地域活性化組織や集落組織などが任意団体となり直売所を運営している例も多い。地元農産物の販売が主ではあるが、地域の食品小売業の役割を担っている店も多い。

〔資料：(財)都市農山漁村交流活性化機構「農産物直売所営々改善マニュアル」〕



■運営主体別産地直売所の数
(平成 21 年度 全国)



■運営主体別産地直売所の数
(平成 21 年度 九州)

[資料:農林水産省 平成 21 年度農産物地産地消費実態調査報告]

※これらの直売所はそれぞれ地方公共団体以外により設置された直売所を多く含むため、管理運営手法(直営方式・指定管理者制度)は区分できない。

(5) 既存直売所との協議の場づくり

売れるところに出荷するというのが多くの生産者の心情であることから、新規複合施設が利用者の獲得に成功すれば、既存直売所の出荷者の流出は避けられません。

また、既存直売所が果たしている役割についても、その多くを新規複合施設が引き継げます。

こうした点から、既存直売所と新規複合施設との共存共栄は難しいものになると思われま

す。既存直売所のうちJAみいは、新規複合施設の運営に焦点を置くか、出荷することによる利益確保が可能なのか等について、様々な視点から総合的に検討した上で、めぐみの里の運営について判断することになると思われま

す。組織運営が難しくなるのは宝満の市と思われま

す。現在の運営方法のままでは、指定管理者として新規複合施設を運営することは困難でしょう。並存の方向を模索するならば、市内既存直売所と新たな直売所それぞれが今後も活躍していけるよう、不足する商品の相互供給や、連携した集荷のシステムづくり等協力体制を構築していく必要があります。あるいは、統合をベースとするならば、既存直売所の特色を新規複合施設に残すような運営ができるのか、それとも一体化させてしまうのか等について検討しなくてはならないと思われま

す。ただ、先行事例として、伊都菜彩という売上高有数の直売所がある糸島市では、周辺に小規模の直売所が存在します。これは、小規模直売所が地域の重要な食料品の供給源となっているからこそ、並存が可能となっているものと思われま

す。糸島市と比較すると面積的に狭い本市が、この例に当てはまるかどうかは不明ですが、宝満の市が、組織として生き残る可能性としては、この点であると考えま

す。新規複合施設の設置は、既存直売所だけでなく、地場スーパー等小売店にも影響を及ぼす事態です。少なくとも、影響を被り易いJAみいと宝満の市との協議の場を設けていくことが不可欠と思われま

(6) 課題が解決できるのか

す。本市及び直売所が抱える課題の解決については、中期から長期的展望により課題解決を図るべきだということを前述しました。

新規複合施設を前提とするならば、まず、経営方針をイチから立てていくことになるでしょう。方針に関わってくるアウトレットコーナーの設置や生産時期の誘導などは、これから新たに築き上げていくものであることから、比較的柔軟な議論が展開できるものと思われま

す。また、集荷や欠品告知に関するシステムについては、導入することを前提として議論をしていくことができるはず

です。さらに、調理施設などの新たな設備があることで、農産加工品のさらなる開発の可能性が広がります。

特産品（ブランド化）と農産物加工品（6次産業化）の開発については、新規複合施設であっても単独で解決が図れる事項ではありません。しかし、様々な課題を解決していくために、関係各団体と協議を繰り返していくはず

(7) 運営

新たな直売所が地域活性化拠点としての賑わいの場となり、小郡市の課題を解決するための運営体制を検討します。

■従業員について

○地元雇用の推進

直売所の従業員は地元雇用に優先します。

○従業員の質の向上

接客指導を行うとともに、直売所利用者への十分なフォローができるよう「農産物や農産物加工品の特性」だけでなく、直売所までの道路や標識などの「直売所周辺の地理」、「周辺のイベントなどの観光情報」などについて、情報共有を図ることにより、十分な知識を持った従業員を育成します。

また、野菜ソムリエなどの資格取得を推奨し、従業員の質の向上に努めます。

○生産者の参加

登録生産者に「わたしたちの直売所」という意識やより良い商品を出荷しようという意欲を持ってもらうため、直売所の運営に積極的に参加していただきます。野菜部会、加工部会等を立ち上げ、生産者自らが出荷規格などを検討する、品質価格委員会や規格基準委員会等を開催し、商品の品質レベルを高めます。

■集客について

○地域の固定客を確保する

顧客の会員登録とポイントカードの導入を検討します。買い物のたびに付与されるポイントの蓄積と、これによって受けられるサービスにより、継続的な直売所への来店が見込まれます。

○新たな来客の確保に向けた広範囲な宣伝を行う。

直売所のプレスリリース（報道機関に向けた告知・発表）や広報への掲載、西鉄駅前等でのイベント開催やPR活動を行い、直売所の認知度を高めていくことで利用者増を目指します。

また、フェイスブックなどのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した直売所の情報発信も検討していきます。

○観光施設や周辺直売所との回遊性を確保する

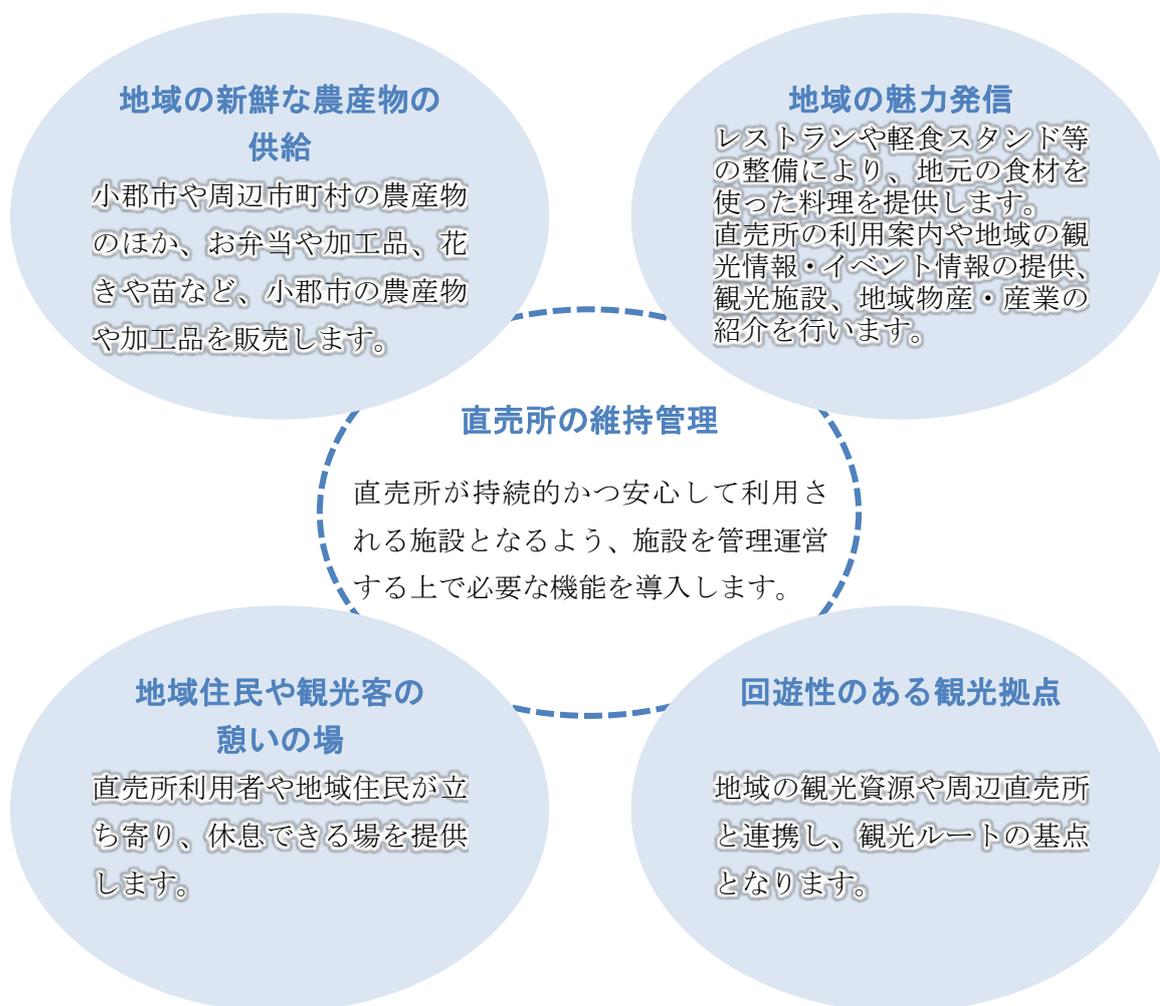
交通アクセスの良い場所での立地を目指すとともに、回遊性のある観光ルートを設定します。

また、観光資源（大中臣神社、城山公園、如意輪寺、七夕神社等）への集客シーズンに合わせ、連携したイベントを企画・開催するなど、相乗効果のある集客を目指します。

(8) 施設環境

新たな直売所が地域活性化拠点としての賑わいの場となり、小郡市の課題を解決するための、理想の施設環境（機能・施設内容）を検討します。

■新たな直売所が有すべき5つの機能



■機能を実現するために必要な施設

施設	直売所	駐車場	トイレ	休憩所	飲食施設	情報コーナー	調理施設	管理事務所
機能								
1：地域の新鮮な農産物の供給	●				●		●	
2：地域の魅力発信					●	●	●	
3：地域住民や観光客の憩いの場		●	●	●	●			
4：回遊性のある観光拠点	●	●	●	●	●	●		
5：直売所の維持管理								●

■施設内容

新たな直売所に望ましい施設内容は以下のとおりです。

□立地条件

新たに直売所を設置する場合、重要視する立地条件は以下の通りです。

1：地域の新鮮な農産物を供給するため

- ・農地に近く、生産者が出荷しやすい場所。

2：地域の魅力を発信するため

- ・城山公園や運動公園など、人が多く訪れる施設の近隣。

3：地域住民や観光客の憩いの場となるため

- ・ロケーション（周辺景観）が良い場所。

4：回遊性のある観光拠点となるため

- ・観光資源や周辺直売所との回遊性を形成しやすい場所。
- ・人が多く訪れる、交通アクセスの良い場所。

□施設内容と規模

平成 27 年売上高が 5 億円以上の先行直売所（以下「先行直売所」という。）の状況より、新たな直売所の施設内容と規模は以下のものが考えられます。

直売所

	施設内容と規模（案）
売り場面積	500 m ² ～700m ² 程度
レジ台数	3 台以上（増設可能）
トイレ	男小 3 器、男大 2 器、女 4 器以上、身障者用あり

付帯施設

	施設内容と規模（案）
飲食施設	レストラン（50 席程度）、軽食スタンド
情報コーナー	映像施設、パンフ置き場程度
調理施設	直売所で販売する加工品の調理
全国発送コーナー	運送業者と連携
休憩所	飲食可能なスペースと椅子テーブル
農業体験施設	収穫や作付など農作業を体験できる施設 周辺農家との連携
管理事務所	事務所、更衣室、倉庫

以上の付帯施設の他に、まちの賑わいを創出するだけでなく、雇用や特産品を産み出す場、また、経営の多角化を可能とするため、今後、整備を検討していく付帯施設として、「①ジビエ加工場」「②農産物の一次加工場」「③体験農場」が考えられます。

増え続ける有害鳥獣を駆除促進するために、食肉として利用できるように加工する施設として

「①ジビエ加工場」を検討していきます。本市はもとより近隣市町村が利用できる加工場にするならば、食材としての供給だけでなく、利用料の徴収も期待できます。ただし、ジビエ加工場は、食品衛生法やと畜場法の規制があり、屠殺場のイメージから地元の反対も想定されることから、十分な検討が必要です。

また、食品会社やレストラン業界は、食料品そのものではなく、調理や加工をしやすいように、大きさを揃えるなど加工されている食材を欲しています。そうした要求に応えるために、カット野菜やペースト状に一次加工できる施設として「②農産物の一次加工場」を検討していきます。

さらに、消費者に、「農」の世界に触れてもらうために、収穫などの体験ができる体験農場として「③体験農場」を検討していきます。

■直売所施設の設定理由

・売り場面積

先行直売所では、売り場面積 500 m²以上の店が多くなっています。これらの直売所では多くの商品を取りそろえていることが特徴と言えます。これをふまえ、本市の新たな直売所でも 500 m²～700 m²の売り場面積の確保が望まれます。

直売所	よらん野	志摩の四季	採れたて市場	国府の郷	コスモス広場	みなみの里
売り場面積	640 m ²	698 m ²	1,964 m ²	420 m ²	623 m ²	434 m ²

道の駅	むなかた	原鶴(バサロ)	うきは	くるめ	歓遊舎ひこさん
売り場面積	714 m ²	742 m ²	280 m ²	396 m ²	562 m ²

※直売所アンケート調査による数値

・レジ台数

先行直売所では、レジ台数を 3 台以上確保しています。増加も可能であるため 3 台が望ましいと考えられます。

直売所	よらん野	志摩の四季	採れたて市場	国府の郷	コスモス広場	みなみの里
レジ台数	6 台	7 台	5 台	3 台	7 台	6 台

道の駅	むなかた	原鶴(バサロ)	うきは	くるめ	歓遊舎ひこさん
レジ台数	9 台	8 台	6 台	5 台	6 台

※直売所アンケート調査による数値

・トイレ

先行直売所のトイレ整備状況は以下のとおりです。道の駅は、道路利用者の休息の場を兼ねているため、その他の直売所よりもトイレを多く設置しています。

直売所としてのトイレの必要性を考え、道の駅以外の直売所を参考とし、障害者用トイレを含め、男性トイレ小 3 器、男性トイレ大 2 器、女性トイレ 4 器の整備が望まれます。

直売所	よらん野	志摩の四季	採れたて市場	国府の郷	コスモス広場	みなみの里
男性トイレ小	4 器	3 器	3 器	3 器	5 器	6 器
男性トイレ大	2 器	1 器	2 器	2 器	2 器	3 器
女性トイレ	4 器	3 器	3 器	4 器	4 器	6 器
障害者用	あり	あり	あり	あり	あり	あり

道の駅	むなかた	原鶴(バサロ)	うきは	くるめ	歓遊舎ひこさん
男性トイレ小	11 器	4 器	5 器	12 器	無回答
男性トイレ大	7 器	3 器	3 器	3 器	無回答
女性トイレ	19 器	4 器	4 器	15 器	無回答
障害者用	あり	あり	あり	あり	あり

※直売所アンケート調査による数値

■付帯施設の設定理由

・飲食施設

先行直売所では、レストラン等の飲食施設を設置している店が多くなっています。

小郡市には大型バスで立ち寄れるような規模の大きい飲食施設が少なく、観光客の集客のためにも、座席数 50 席以上のレストランの設置が望まれます。

また、作りたての食べ物を提供する軽食スタンドの設置も望まれます。

直売所	よらん野	志摩の四季	採れたて市場	国府の郷	コスモス広場	みなみの里
飲食施設	なし	あり 20 席	あり 30 席	近隣にあり	なし	あり 80 席

道の駅	むなかた	原鶴(バサロ)	うきは	くるめ	歓遊舎ひこさん
飲食施設	あり 80 席	あり	あり 70 席	あり 60 席	あり

※直売所アンケート調査による数値

・情報コーナー

小郡市の魅力の発信基地となるため、市内観光情報や観光ルートがわかる情報コーナーの整備が求められます。

・調理施設

先行直売所では、調理施設がない店舗もありました。

小郡市の特産となる 6 次産品を開発し、販売する加工品の生産するための調理施設の整備が望まれます。

直売所	よらん野	志摩の四季	採れたて市場	国府の郷	コスモス広場	みなみの里
調理施設	なし	なし	あり	あり	なし	あり

道の駅	むなかた	原鶴(バサロ)	うきは	くるめ	歓遊舎ひこさん
調理施設	あり	あり	なし	なし	あり

※直売所アンケート調査による数値

・全国発送サービス

先行直売所では、お歳暮などに対応した全国発送サービスを備えているところが多くなっています。本市の特産物を PR するためにも、利用者が直売所から直接全国に発送できるシステムは必要であると考えます。

直売所	よらん野	志摩の四季	採れたて市場	国府の郷	コスモス広場	みなみの里
発送サービス	全国発送	全国発送	宅配サービス	宅配サービス	なし	全国発送

道の駅	むなかた	原鶴(バサロ)	うきは	くるめ	歓遊舎ひこさん
発送サービス	全国発送	全国発送	全国発送	全国発送	全国発送

※直売所アンケート調査による数値

・休憩所

新しい直売所に観光客や地域住民が立ち寄り、疲れを癒やすことができる場とするため、休憩所の整備が望まれます。

□敷地規模

類似施設の状況等をふまえ、理想とする直売所の施設と面積規模は次のように考えられます。

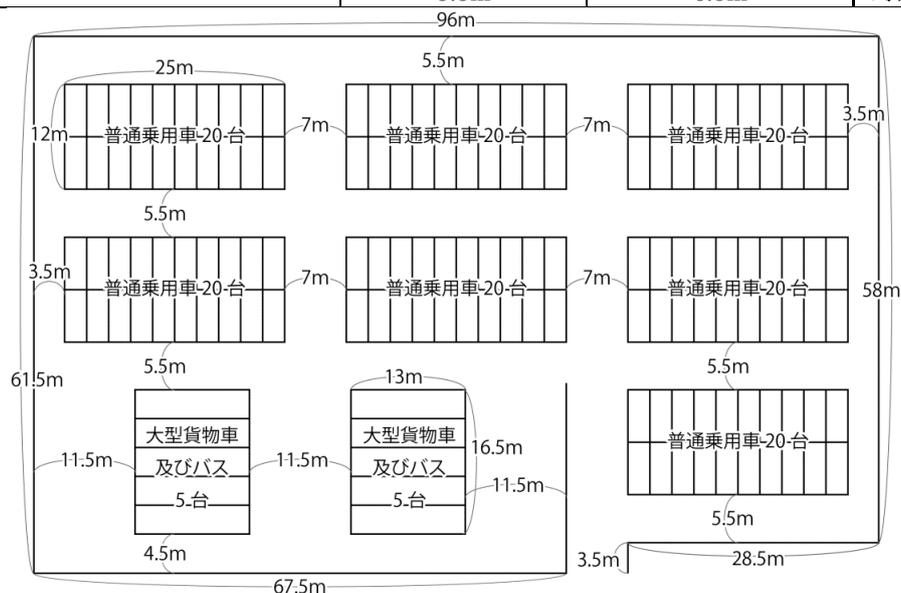
施設	内容	面積
直売所	直売所・調理施設・管理事務所・トイレ	1,000 m ²
飲食施設	レストラン・軽食スタンド	1,000 m ²
情報コーナー・休憩所		300 m ²
駐車台数	150 台程度 (うち大型 10 台程度) EV 用急速充電器、FCV も要検討	6,500 m ²
その他敷地余地	通路、イベント広場	3,000 m ²
敷地合計		12,000 m ²

■ 駐車場面積の概算

駐車場面積を算定するため、駐車台数を 150 台、このうち大型バス 10 台と想定し、仮に駐車場を配置しました。この結果駐車場は 5,804.25 m²となりましたが、余裕のある駐車場とするには 6,500 m²程度の駐車場面積が望ましいといえます。

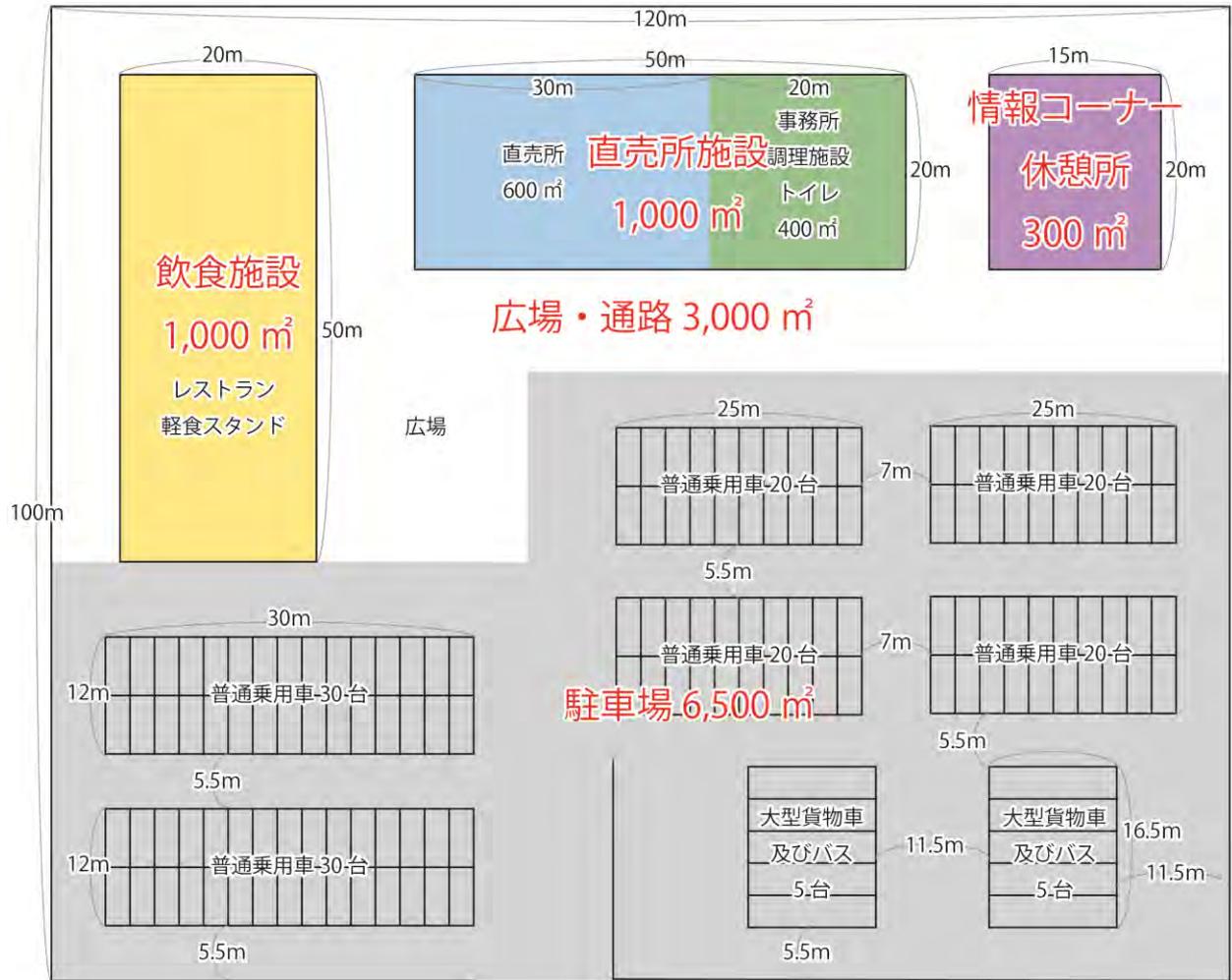
規定面積【駐車場設計・施工指針について・国土交通省 より】

	普通乗用車	大型貨物車及びバス	
駐車ます	幅 2.5m×奥行 6.0m	幅 3.3m×奥行 13.0m	
車室に面している道路*の幅員	5.5m	11.5m	一方通行
車室に面していない道路*の幅員	3.5m	4.5m	一方通行
	5.5m	6.5m	対面通行



■ 駐車場面積概算のための駐車場配置図

想定する敷地規模をもとに各施設を配置すると以下ようになります。



■敷地規模から想定した直売所施設の配置イメージ (敷地面積 12,000 m²)

(9) 新たな直売所整備に向けた今後の取り組み

新たな直売所を整備するには、以下のことに取り組んでいく必要があります。

1) 直売所設立協議会の立ち上げ

直売所を整備するにあたり様々な検討と方針決定をしていくための直売所設立協議会の立ち上げが必要です。

2) 基本計画・実施計画の策定

直売所の建設に向け、場所、整備内容を決定する基本計画と、建設・運営内容を決定する実施計画を策定する必要があります。

3) 整備主体の検討

新たな直売所を整備していくには、用地の確保、施設の整備等の費用が必須条件です。

自治体とJA みい、宝満の市生産者組合、商工会、観光協会などの関係団体と十分に協議し、本市に見合う規模・規格の整備主体を決定していく必要があります。

検討材料のひとつとして、先行直売所では、行政や農業者団体、金融機関等の共同出資により直売所を整備する場合において、直売所を運営する中で一定の利益を得た際、運営を受託している指定管理者から、売上の一部を施設設置にかかった費用として還元されているという事例もあります。