

下関の農産物直売所について

吉津 直樹*

はじめに

1. 下関における農産物直売所の実態

- 1-1 開設時期
- 1-2 開設の契機
- 1-3 開設場所
- 1-4 実施主体と構成員数
- 1-5 開設日時
- 1-6 顧客
- 1-7 売上高

2. 大規模直売所の事例

- 2-1 「清末みんなの市場」
- 2-2 「100円市場野菜大好き」

おわりにかえて

～下関の農産物直売所の性格と今後の課題～

はじめに

近年農産物直売所が注目されてきていることは周知の事実である。農産物直売所は1980年代以降、急速に増えてきたのであるが、これについての調査研究が少ないことを、精力的に研究を続けている櫻井清一は指摘している¹⁾。また、全国的な統計も整備されていない。各地方の農政局も地方管轄単位で調査をはじめたばかりである。

下関においても「山口県、とりわけ下関地域は農産物直売所の活動が盛んである」という言葉をよく耳にする。このことは果たして事実か、そうだとすればなぜか。ところが、農産物直売所についての統一的な資料はまだ存在していない²⁾。

そこで、本論文では下関地域を対象に農産物直売所の実態を明らかにし、課題および方向性を明らかにすることを目的とする。

ところで、農産物直売所とは何か、ということが問題となるが、ここでは「一定の場所において有人で行われ、かつ組織だっで行われているもの」とする。したがって、個人で行なっているもの、無人のものは除外する³⁾。

*下関市立大学経済学部教授

調査方法は大きく分けて2つある。まず1つは、直売所に直接赴いての現地ヒアリング、もう1つはインターネットを含め、各地から取り寄せた資料などの既存文献の使用である。既存文献はアンケート調査を含める。しかし、アンケート調査はいくつか行われているが質問項目が限られていることから補足的に参考にとし、ヒアリング調査に基づいた知見を重視する。

なお、ヒアリングを行なった農産物直売所は、「小月金曜朝市」(小月)、「清末みんなの市場」(清末)、「王司ふれあい市場」(王司)、「才川100円市」(長府)、「長府100円市」(長府)、「内日ニコニコ市」(内日)、「100円市場野菜大好き」(勝山)、「川中朝市」[稗田](川中)、「青空市」川中、「ふれあい市伊倉」(川中)、「金曜朝市グループ」(川中)、「垢田朝市」(川中)、「ふれあい100円市」(吉見)である。また、「松屋なんでも市場」(王喜)もヒアリングを行ったが本稿では対象外とした。さらに下関市外ではあるが、菊川町にある「小日本ふるさと市」(菊川)もヒアリングを行なっている。

1. 下関における農産物直売所の実態

下関における農産物直売所のデータ総括表が表1である。これは、JA豊関でまとめられた資料を参考にしたものである。本論文では表1に記載した直売所を基本的に考えていくこととする。

表1 下関の豊関農協支所別農産物直売所

支所	名称	支所	名称
小月	小月金曜朝市	川中	川中朝市(稗田)
清末	みんなの市場	〃	青空市(川中)
王司	王司ふれあい市場	〃	ふれあい市伊倉
長府	才川100円市	〃	金曜朝市グループ
〃	長府100円市	〃	垢田朝市
内日	内日ニコニコ市	吉見	ふれあい100円市
勝山	100円市場野菜大好き	〃	妙寺朝市
安岡	ひまわり	彦島	サンフレッシュ彦島
幡生	幡生100円市場		

(資料)「JA豊関管内産直明細」より作成。

表1に示されているように、下関市内には17箇所の直売所がある。これには先ほども述べたように、無人直売所や個人で行なっている直売所は除外されている。また、前述したように、王喜地区に「松屋なんでも市」という直売所があるが、これは漁協が主体となっている上、農作物だけではなく、魚や小売店で売られているような加工品が置かれていることから今回は対象外とした⁴⁾。

既述の条件にしたがって選定した農産物直売所について、以下、農産物の直売所の諸相(開設時期、開設の契機、開設場所、実施主体と構成員数、開設日時、売上高)を順にみていきたい。

1-1 開設時期

農産物直売所はいつ頃から開設され、いつ頃から急速に増加したのだろうか。図1は「JA豊関管内産直明細」を参考にして開設時期をみたものであるが、これをみてわかるように、下関では1988（昭和63）年の「小月金曜朝市」（小月）が最初であり、次いで「清末みんなの市場」（清末、1889年）、「100円市場野菜大好き」（勝山、1989年）、以下、「幡生100円市場」（幡生、1990年）、「王司ふれあい市場」（王司、1991年）「才川100円市場」（長府、1991年）の順となっている。このように下関において最初に開設されたのは1988年であり、翌年の1989年から1994年まで毎年2箇所程度開設されている。しかし、1995年からはそれがとぎれ、2002年に1箇所開設されただけである。このような動向は山口県あるいは全国の動向と比較してどうなのだろうか。

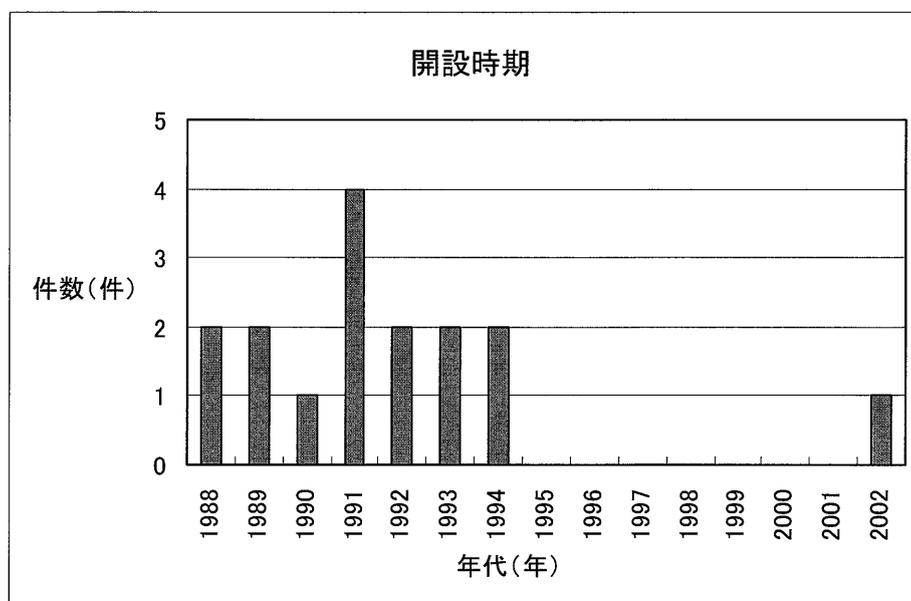


図1 下関における農産物直売所の開設数の推移
(資料) 表1に同じ。

山口県についてみると（図2）、全部で302箇所（ただし無人も含む）あるが、最も早いのは1945（昭和20）年である。1984（昭和59）年ごろから徐々に増え始め、1987（昭和62）年までに40箇所となっている。その後、1988（昭和63）年から急増し、毎年13～28箇所開設されているが、2001（平成13）年だけは6箇所と急減している。下関に最初に開設された時には、山口県全体ではすでに全農産物直売所のうち13.2%にあたる40箇所が開設されていた。開設時期をみる限り、下関の農産物直売所の開設は早いとは言えない。ただし、このデータは無人販売所も含んでいるので正確に断言できない。では、全国的にみるとどうだろうか。

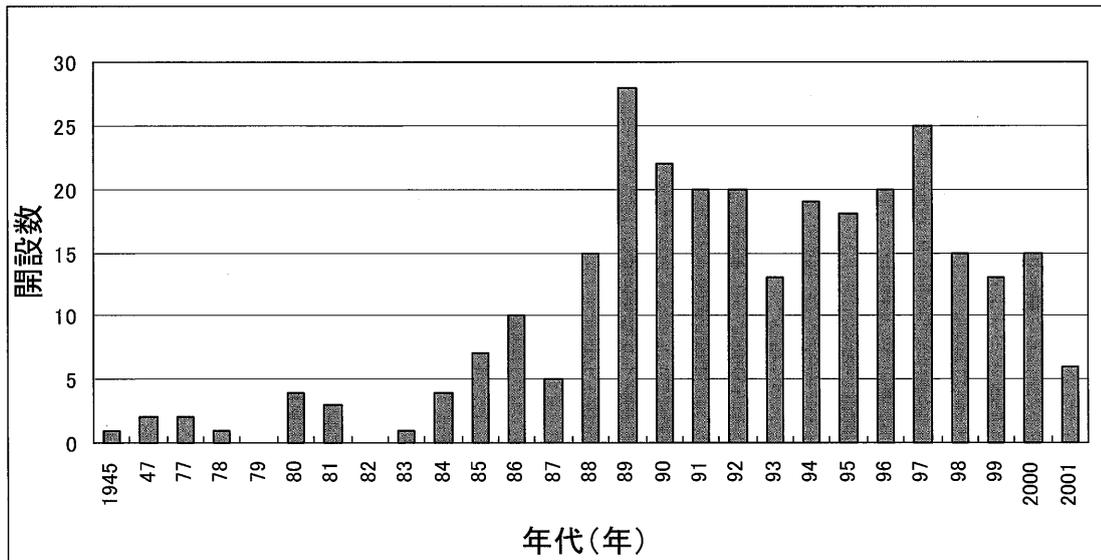


図2 山口県における農産物直売所の開設数の推移

(資料) 山口県農場試験場資料をもとに作成。

全国の統一的なデータがないので九州、中国・四国および埼玉県の例と比較してみよう。

九州地方では⁵⁾ 1991 (平成3) 年あたりから増え始め、1993 (平成5) 年から急増している (図3)。1993 (平成5) 年以降で全体の4分の3を占めている。開設のピークは1996 (平成8) 年であり、次いで翌年の1997年、1998年と開設数は多いものの、数としては減少してきている。

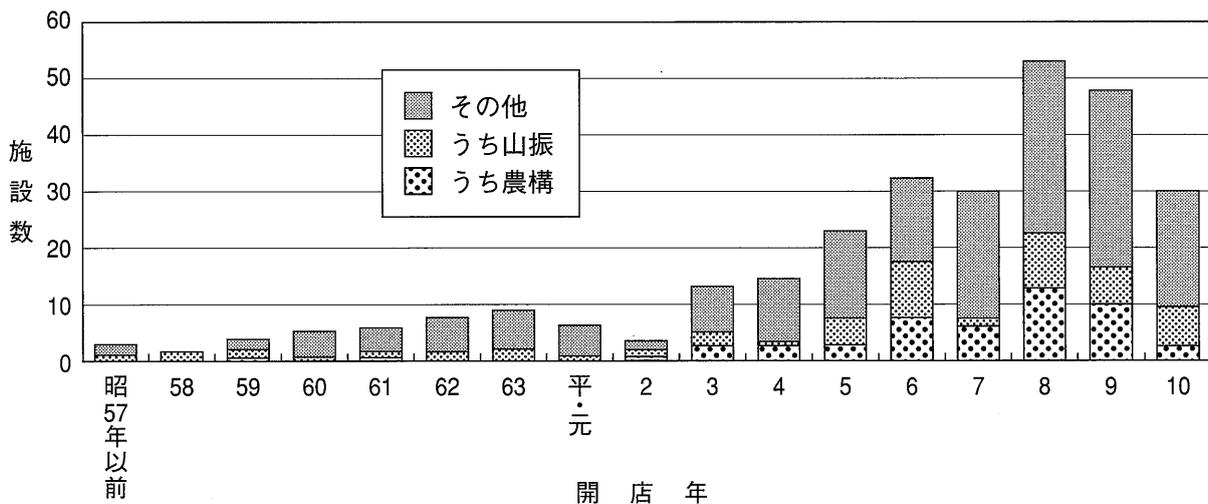


図3 九州地方における農産物直売所の開設数の推移

(資料) 九州農政局『平成10年度 九州農業情勢報告』

1998年7月、198ページ。

中国・四国地方の場合⁶⁾ (図4)、1983年ごろから急に増え始め、1998年が開設数のピークであり、その後2001 (平成13) 年までは増加数は鈍化傾向にある。

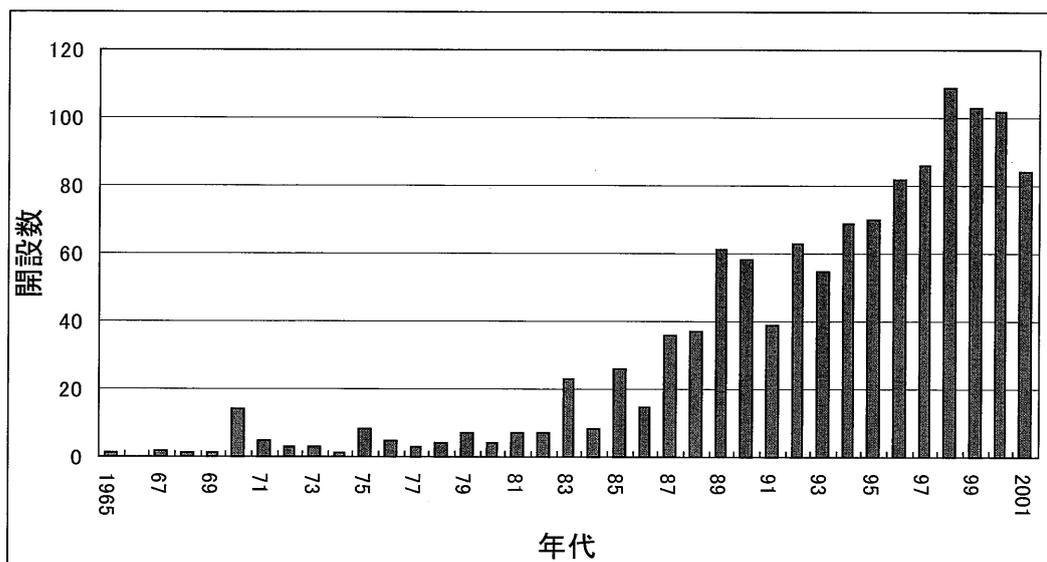


図4 中国・四国地方における農産物直売所・青空市の開設数の推移

(資料) 中国四国農政局『平成13年度 中国四国食料・農業・農村情勢報告』

2003年1月、203ページより筆者作成。

また調査結果を入手した埼玉県をみてみよう⁷⁾ (図5)。埼玉県の有人直売所についてみると⁸⁾、1989年～2000年のデータが示されているが、1989(平成元)年以降、ほぼ順調に増加している。

以上、いくつかの資料を参考に開設時期を考えてみると、必ずしも一様ではないが、九州地方、中国・四国地方、埼玉県とも1990年代は順調に増加している。山口県、中国・四国地方の場合は、増加傾向に入るのがやや早くなっているが、それ以外は他地方と同様な傾向が観察される。ただし、九州地方では1997(平成9)年以降開設数はやや減少傾向、中国・四国地方では1999(平成11)年以降やや減少傾向、山口県では1998(平成10)年からやや減少傾向にあることが観察される。これらと下関のデータと比較すると、下関では他地方各地で増えている時期に開設がみられなくなっている。すなわち、1995(平成7)年から1箇所しかない。このことは一体何を意味しているのだろうか。

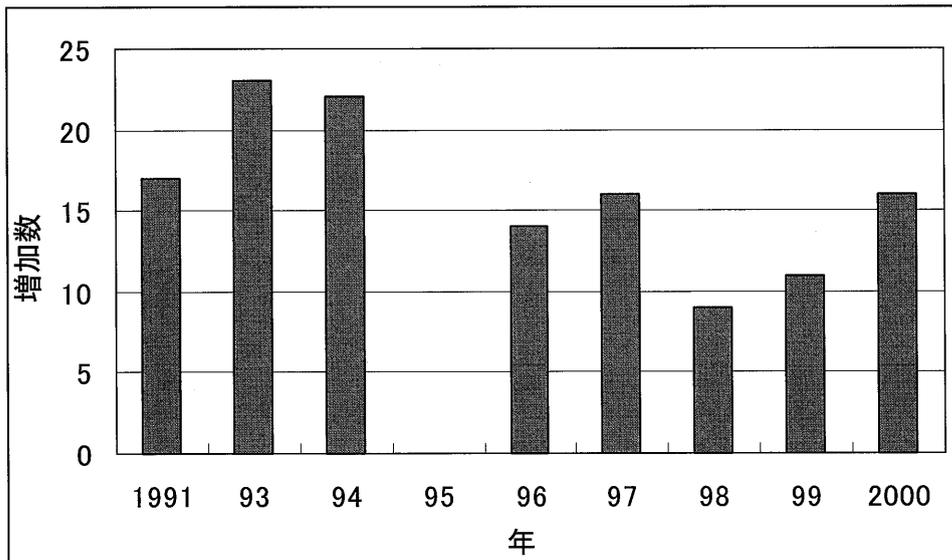


図5 埼玉県における農産物直売場所開設数の推移

(注) 1991年および1993年についてはそれぞれ1989年～1991年、1991～1993年の2年間の平均値である。←1995年のデータは不明。

(資料) 埼玉県農林部経済流通課 「平成12年度農産物産直実態調査の結果において」(平成13年3月31日現在) 6ページより筆者作成。

これを考察するには、どのような場所でいつ開設されたのかの詳細な分析が必要であるが、あえて言うならば次のようなことが考えられる。

農産物直売所というシステムは元々、安価・新鮮・安心などの理由から消費者に人気があったが、昨今、世間をにぎわせている食品偽装表示や農薬の問題に後押しされてさらに消費者に求められるようになってきた。このようなことを考えると直売所は増加してもよいと考えられる。しかし、下関では直売所数が伸び悩んでいるのである。その理由は、下関の場合は、各地区での開設が一巡したのではないかということである。地区ごとに直売所が多数存在すると、直売所間で競合の問題が生じてくるからではないか。それは、地区ごとの開設場所をみるとわかる。それを示したのが前掲の表1であるが、おおよそ農協の支所ごとに少なくとも1カ所存在している。川中地区のように複数所在している例外的な地区もあるが、この地区は住宅地区にありながら大規模なものがなく、小規模なものが顧客の集まりそうな場所に細かく分布されているからではないかと考えられる。

農産物直売所は安価・新鮮・安心という理由で物品を求める人が数多い。しかし、直売所の数を増やせばもっと利益が上がるのか、といえは決してそうはいえない。先ほど述べた理由でこれ以上直売所が増えるかどうかは各地区の事情により異なりそうである。

次に農産物直売所の開設の契機をみてみよう。

1-2 開設の契機

開設の契機について現地調査をした結果、ほぼ農協の勧め・指導だということが判明した。大部分の直売所はJAの組合員でなければ直売所に出品できないという規約をつくっている。すなわち、構成員の多くはJAの正組合員である。勝山の「100円市場野菜大好き」は、典型的な例であり、農協の正組合員（生産農家）でなければ直売所の会員になることができない。農産物直売所は農家が品物を出しており、出品者は全て農家である。一般的には農家以外で農作物を作っている例は多いが、そのような家が直売所に出品する例は稀である。例外的な事例は、「清末のみんなの市場」である。ここでは、直売所会員になりたい時、エプロンと出品者コードが入力されたテープを購入すれば準組合員⁹⁾でも直売所組合員になれるようになっている。

さて、他のデータと比較してみよう。山口県をみると、289の直売所（無人を含む）のうち「自発的」に開設したものが184（63.7%）、次いで「農協の勧め」が45（15.6%）、「行政の勧め」が36（12.5%）、「その他」が24（8.3%）となっている。「農協の勧め」はわずか12.5%にすぎない。下関の場合は農協が関与しているものが大部分であり、下関地区の特質といえよう。

また、構成員の特徴として、女性、あるいは高齢者が多いことである。とりわけ女性が多い。これは、直売所の本質的な存在条件が要因になっていると考えられる。そもそも、農産物直売所は卸売市場のように必ずしも商売だけが目的ではない。以前は廃棄されていた農作物の有効利用が主目的であった。つまり、100円市場からの収入が家計の主たる収入ではないため、基幹労働者以外の高齢者や主婦層が大部分となり、さらに100円市を媒介としてコミュニケーションの場となることから、参加者が増えてきたのである。

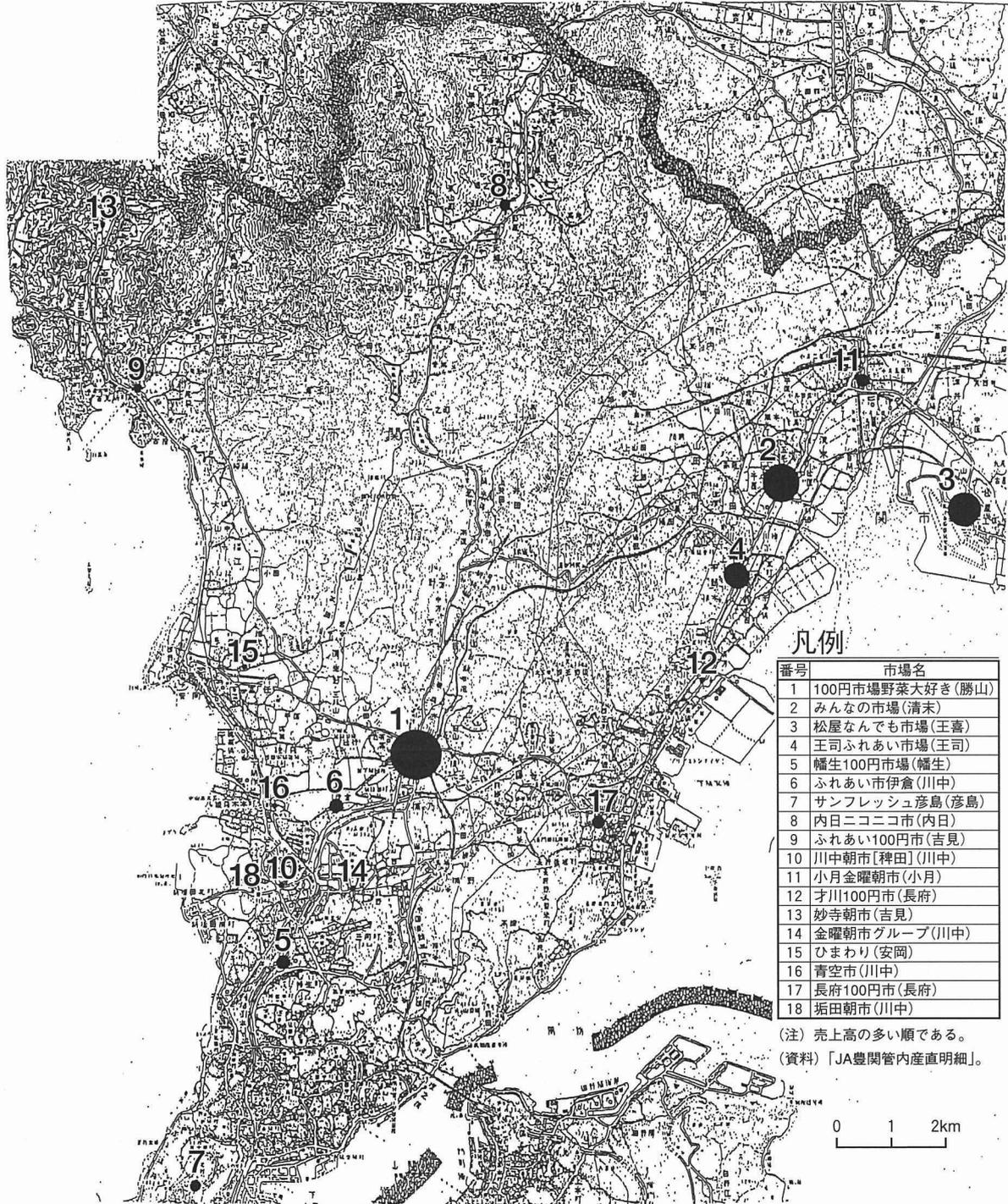
1-3 開設場所

先ほど、農産物直売所は地区ごとに均等に分布していることを述べたが、均等に分布していればどこに設置してもいいわけではない。直売所を設置するには、ある一定の条件を満たしていなければならないのである。

まず、現在、存在している直売所をみてみよう。図6は下関地域の農産物直売所の分布図である。これをみると、ほとんどの直売所が市街地に立地していることがわかる。農村部での立地は内日の「内日ニコニコ市」⁸⁾と吉見の「妙寺朝市」の2つだけである。また、『一般交通量総括表』¹⁰⁾から判断してみるとほとんどが国道、もしくは、交通量の多い県道・市町村道となっている。

さて、他地方と比較してみよう。九州地方の場合¹¹⁾、国道、県道沿いが71.9%、市町村道沿いが16.1%と続いている。中国・四国地方では¹²⁾、国道県道等主要幹線道路の沿線が57.1%、市町村道生活道路の沿線が32.2%と両者が大部分を占めている。いずれにおいても国道・県道沿いなどをはじめとして主要幹線道路沿いに集中していることがわかる。

図6 下関における農産物直売所の分布



では、下関において市街地で交通量の多いどのような場所に開設しているのか。図7は現在の直売所の開設場所を示したものであるが、これを見ると、7割がJAの敷地に立地していることがわかる。これは、JA自らが所有する土地・建物を利用して直売所をやってみたらどうか、と促したことによる。つまり、もともとJAは交通の便の良いところに位置しており、そこに直売所が入ったために現在のような場所

に位置していると考えられる。したがって、土地が広いJAの敷地で行なっている直売所は自然と規模が大きくなり、私有地や有料で借りて行なっている直売所は規模が小さくなっている。

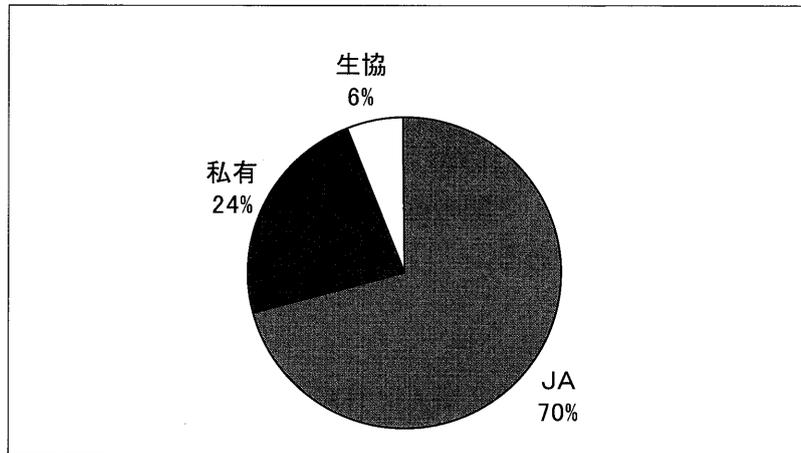


図7 下関における農産物直売所の開設場所
(資料) 表1に同じ。

山口県の場合¹³⁾、有効回答数284のうち単独が129(45.4%)、JAが58(20.4%)となっており、この両方で65.8%を占めている。JAが20.4%であるが、農林事務所管内別にみると(表2)、下関が含まれる豊田農林事務所管内では35.9%と、他事務所管内と比較して圧倒的にJAの比率が高くなっている。

表2 山口県の農林事務所管内別農産物直売所の付帯施設

事務所	単独		JA		道の駅		その他		合計
	実数	(%)	実数	(%)	実数	(%)	実数	(%)	
岩国	21	58.3	4	11.1	1	2.8	10	27.8	36
田布施	18	51.4	5	14.3	1	2.9	11	31.4	35
徳山	25	41.0	13	21.3	0	0	23	37.7	61
山口	12	24.0	13	26.0	2	4.0	23	46.0	50
美祢	9	47.4	4	21.1	1	5.3	5	26.3	19
豊田	22	56.4	14	35.9	1	2.6	2	5.1	39
日置	16	69.6	1	4.3	0	0	6	26.1	23
萩	6	28.6	4	19.0	4	19.0	7	33.3	21
合計	129	45.4	58	20.4	10	3.5	87	30.6	284

(資料) 山口県農場試験場資料による。

九州地方の場合¹⁴⁾、単独か併設かの2類型で調査しているが、それによれば単独施設が60.6%、温泉施設、レストラン、道の駅等に併設されている直売所が約4割を占めている。ここではJAなどの敷地に立地するものはおそらく単独施設に入るものと思われる。

中国・四国地方の場合¹⁵⁾、単独立地が41.9%、JA(Aコープ)が19.8%、公園8.7%、道の駅8.5%、物産館7.8%、温泉6.0%と続いている。この調査は下関と調

査項目が違うため、単純比較はできない。しかし、JA (A コープ) はわずか19.8%にすぎず、下関の場合と大きく異なっている。以上のことから下関はJA がらみで立地しているところに特徴があるといえよう。

さて、駐車場についてみてみよう。筆者がヒアリングした箇所を参考に考察してみると、下関の直売所は農協と隣接している箇所が多く、農協の駐車場を利用していることから、十分な駐車スペースをもつところが多い。農協と隣接していない直売所については、駐車場もわずかしかないが、直売所の規模も小さく、不便を感じてはいないようである。したがって、下関の直売所については、駐車場の広狭が直売所の活動を制約していないようである。

1-4 実施主体と構成員数

実施主体は既存の資料によると、地区婦人部有志、JA 女性部、運営委員会、フレッシュミセス、朝市組合、有機會と一見様々な団体が行なっているようにも見えるが団体のほとんどがJA の組合員の集まりである。したがって、下関の直売所はJA 組合員が主体となって行なわれているといえる。

次に、構成員数をみてみよう。既存の資料から構成員数を算出してみたものが図8であるが、「清末みんなの市場」(清末)と「100円市場野菜大好き」(勝山)が群を抜いて多いことがわかる。また、「王司ふれあい市場」(王司)も比較的多い。これはなぜなのか。理由は、3つの立地場所による。これらは交通量の多い国道ないしは県道沿いに位置している。また、勝山、清末、王司はそれぞれ比較的近い場所に位置しているが、構成員のなかには規模の大きい農家も含まれており、勝山の卸売市場に農産物を出荷している構成員が清末、王司の農産物直売所にも出荷したりしているためではないだろうか。つまり、この3つの直売所は構成員が全く違うというわけではなく、重なっている場合が多いことも考えられる。

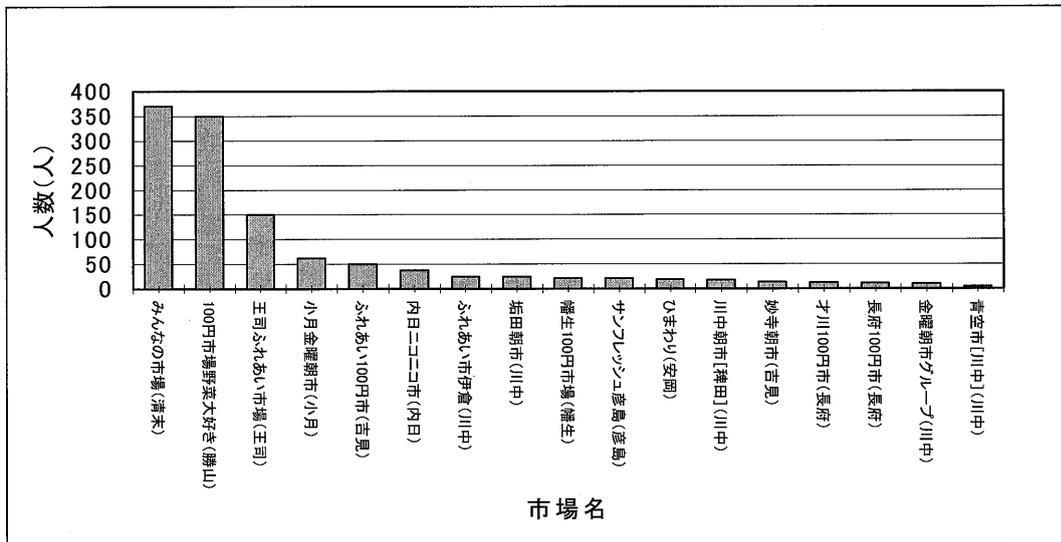


図8 下関における農産物直売所の構成員数 (資料) 表1に同じ。

1-5 開設日時

下関における農産物直売所の開設日時はどのようになっているのだろうか。

1週間の開設日数、開設および終了時刻を示したものが表3である。開設日数については、1週間のうち、毎日開設されている直売所は4箇所(「清末みんなの市場」、「100円市場野菜大好き」、「王司ふれあい市場」、「内日ニコニコ市」)、6日開設されているところが1箇所(「幡生100円市場」)、5日が1箇所(「サンフレッシュ彦島」)、4日が1箇所(「妙寺朝市」)、3日が2箇所(「ふれあい100円市」、「ふれあい市伊倉」)、2日が3箇所(「垢田朝市」、「川中朝市」、「才川100円市」)、1日が5箇所(「小月金曜朝市」、「ひまわり」、「長府100円市」、「金曜朝市グループ」、「青空市〔川中〕」)となっている。これをみると、直売所には毎日開設しているところから1週間のうち1日しか開設していないところまでまちまちである。では、なぜこのような差が生まれるのか。それは出品数と密接な関係を持っている。毎日開設している直売所は、おおむね構成員が多くなっている(表4)。構成員数が多いということは、野菜がそれだけ多種、多量に供給できるということである。つまり、構成員数が多いところは、出品数が多いので毎日開設できる。逆に、構成員数が少ないと野菜の種類、量とも少ないので1日しか開設できないのである。したがって、開設日数は構成員数と密接な関係をもっている。

表3 下関における農産物直売所の開設日・開設時間

	月	火	水	木	金	土	日	開設時間(夏)	開設時間(冬)
みんなの市場(清末)	○	○	○	○	○	○	○	8:00~17:30	7:30~18:00
100円市場野菜大好き(勝山)	○	○	○	○	○	○	○	8:00~16:30	同左
王司ふれあい市場(王司)	○	○	○	○	○	○	○	7:00~17:30	7:00~17:00
小月金曜朝市(小月)					○			8:00~12:00	同左
ふれあい100円市(吉見)	○		○		○			8:00~12:00	同左
内日ニコニコ市(内日)	○	○	○	○	○	○	○	7:00~12:00	同左
ふれあい市伊倉(川中)	○		○		○			7:30~12:00	7:00~12:00
垢田朝市(川中)			○			○		7:00~12:00	同左
幡生100円市場(幡生)	○	○	○	○	○	○		8:00~12:00	同左
サンフレッシュ彦島(彦島)	○	○	○	○	○			9:00~17:00	同左
ひまわり(安岡)						○		—	—
川中朝市[稗田](川中)			○			○		6:00~12:00	同左
妙寺朝市(吉見)	○			○		○	○	6:00~10:30	同左
才川100円市(長府)		○			○			7:00~12:00	同左
長府100円市(長府)						○		7:30~8:30	同左
金曜朝市グループ(川中)					○			5:00~12:00	同左
青空市川中						○		9:00~12:00	同左

(資料) 表1に同じ。

表4 下関における農産物直売所の年間販売高・週販売日数・構成員数

名称	年間販売高(千円)	週販売日数(日)	構成員数(人)
100円市場野菜大好き(勝山)	247,470	7	350
みんなの市場(清末)	136,650	7	370
王司ふれあい市場(王司)	60,309	7	150
幡生100円市場(幡生)	20,000	6	21
ふれあい市伊倉(川中)	18,000	3	25
サンフレッシュ彦島(彦島)	12,000	5	21
内日ニコニコ市(内日)	10,443	7	38
ふれあい100円市(吉見)	9,123	3	50
川中朝市〔稗田〕(川中)	8,000	2	18
小月金曜朝市(小月)	4,320	1	62
才川100円市(長府)	3,826	2	12
妙寺朝市(吉見)	3,500	4	13
金曜朝市グループ(川中)	3,200	1	10
ひまわり(安岡)	3,000	1	19
青空市(川中)	2,000	1	4
長府100円市(長府)	1,872	1	11
垢田朝市(川中)	1,000	2	25

(資料) 図表1に同じ。

また、開始時刻、終了時刻および開設時間についてはどうであろうか。まず、開始時刻については、5:00~9:00までの間であるが、約7割の直売所が7:00~8:00の間に始めている。また、終了時刻については、昼までと夕方までの2つのパターンがある。夕方まで開設しているところは、「100円市場野菜大好き」(16:30)、「サンフレッシュ彦島」(17:00)、「清末みんなの市場」(17:30)、「王司ふれあい市場」(17:30)である。これらの開設時間をみると、開設日数と同じく構成員数の多い直売所は長時間開設する傾向がみられる。

すでに述べたように、開始時刻は7:00~8:00までが大部分であるが、ヒアリングによれば開始時刻直後に顧客が殺到するようである。たとえば、「小月金曜朝市」の関係者の話によれば、開始時刻には20~30人が列をなしているそうである。下関における最大規模の勝山の「100円市場野菜大好き」においても開始直後に業者が殺到するという話を聞いた。また、「長府100円市」の開設時間が1時間となっているのは、その時間帯に出品された農産物が売り切れるためである。

以上、開設時間は主として出品点数の多さに強く関係しているといえよう。

1-6 顧客

下関における農産物直売所の顧客はどのあたりから来るのだろうか。顧客の空間的範囲については近隣から来るものと、直売所から距離的にやや離れた下関市の中心部や北九州など遠方から来るものとの2つのタイプがある。また、顧客の種類についても2つのタイプがある。それは、1つは業者であり、もう1つは主婦、高齢

者である。遠方から来る顧客は業者が多い。近隣の顧客は主婦、高齢者が大部分である。

ヒアリングによれば、下関の直売所の顧客は、大部分が近隣から来ているようであり、遠方から来る人は限られているようである。遠方から人が集まる直売所として代表的なのは、勝山、清末、王司の3直売所であり、いずれも下関において規模の点で上位3位に入っており品数と量が多い。このことが業者を引き寄せているのである。その業者は1箇所の直売所のみ行くわけではない。たとえば、開設時刻の早い王司(7:00)にまず行き、その後、開始時刻が1時間遅い、勝山(8:00)や清末(8:00)に移っていくなどである。

この3つの直売所の中で最も遠方からの顧客、つまり業者が多いのは勝山の「100円市場野菜大好き」である。この直売所については後に詳しく触れよう。

下関の顧客状況について述べてきたが、他地方ではどのような様になっているだろうか。中国・四国地方と比較して考察してみよう。同地方のアンケート調査報告では、直売所の立地場所から直売所を都市型、農村型に分けている。それを示したものが図9である。これをみてわかるように、中国・四国地方の都市型では80%以上が近隣からの来客である。しかし、小都市農村型では逆に遠方からの来客が多く、近隣からは45%である。下関の場合は内日の「内日ニコニコ市」と吉見の「妙寺朝市」を除いて、他は都市内に立地しており、「都市型」である。それゆえ、中国・四国地方と同じように、近隣からの顧客が大部分という共通の結果がみられるのである。

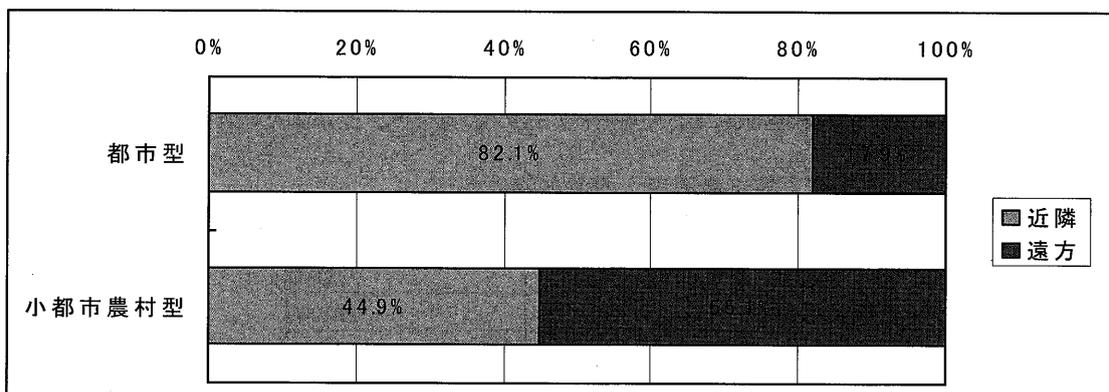


図9 中国・四国地方における農産物直売所タイプ別来客範囲

(資料) 中国四国農政局『平成13年度 中国四国食料・農業・農村情勢報告』

2003年1月、212ページより筆者作成。

1-7 売上高

1-7-1 年間売上高とその推移

下関における農産物直売所の売上高はどうであろうか。また直売所間の売上高の相違は何によってうまれるのだろうか。

直売所それぞれの年間売上高、販売日数、構成員数について記したものが前掲表

4である。2001 (平成 13) 年度において下関でもっとも年間売上高が多いのは勝山の「100 円市場野菜大好き」の 2 億 4747 万円、次いで「清末みんなの市場」の 1 億 3665 万円、続いて「王司ふれあい市場」の 6031 万円、「幡生 100 円市場」の 2000 万円、「ふれあい市伊倉」(川中) の 1800 万円となっている。売上高の差異は何によって左右されるのか。

売上高は、開設日数、構成員数が多いところが高くなっている(前掲表 4)。やや例外的と思われるのは、「ふれあい市伊倉」(川中)、「内日ニコニコ市」(内日) および妙寺朝市(吉見)である。「ふれあい市伊倉」の販売日数は 3 日と少ないのにその割に販売額が大きい。同朝市は農協の伊倉支所敷地内にあつて、付近は住宅密集地であり交通上の要地にあつて駐車場も広く顧客が集めやすいからであろう。

「内日ニコニコ市」と「妙寺朝市」は地元の有志が開設しているところであるが、開設日数、構成員数のわりには販売額が小さい。いずれも下関市郊外で出品点数が多くないため業者を顧客に持っていないからであろう。では、下関の直売所の売上高は他地域とくらべるとどうであろうか。

山口県のアンケート調査によれば¹⁶⁾、山口県には年間売上高が 1 億円を超える直売所が 6 箇所ある。最も売上高が高いのは、「JA 山口宇部・宇部支所女性ふれあい朝市」の 2 億 7290 万円である。次いで下関市の「100 円市場野菜大好き」の 2 億 1000 万円、第 3 位が下関市に隣接する菊川町の「小日本ふるさと市」の 1 億 9400 万円、第 4 位が下関市の「清末みんなの市場」の 1 億 5000 万円、第 5 位が下松市の「100 円市場下松店」の 1 億 4840 万円、第 6 位が下関市の「松屋なんでも市」の 1 億 3500 万円である。上位 6 位に下関市所在のものが 3 つ、菊川町を加えると下関地域に 4 つもあり、下関地域には大規模なものが多いことがわかる(表 5)。

表 5 山口県の年間売上高 1 億円以上の農産物直売所

市町村名	名称	年間売上高(千円)
宇部市	JA山口宇部・宇部支所・女性ふれあい朝市	272,900
下関市	100 円市場野菜大好き	210,000
菊川町	小日本ふるさと市	194,000
下関市	清末みんなの市場	150,000
下松市	100 円市場下松店	148,400
下関市	松屋なんでも市	135,000

(資料) 山口県農場試験場資料による。

九州の 1998 (平成 10) 年のデータによれば、281 施設の年間売上総額は 151 億円、1 施設あたり平均販売額は 5156 万円である。これに対し、2002 (平成 14) 年における下関の 17 施設の平均販売額は 3204 万円(松屋なんでも市場を入れると 3621 万円)であり、九州に比べて規模がかなり小さいことがわかる。

中国・四国地方のデータでは、1 直売所あたりの年間売上金額は、1000 万円未満の直売所が全体の約 65% (うち 100 万円未満が約 26%)、1 億円以上の直売所が約

6%となっている。下関の場合、1直売所あたりの年間売上金額は、1000万円未満の直売所が全体の約59%（松屋なんでも市場を含めると56%）（うち100万円未満はなし）、1億円以上の直売所が約12%（松屋なんでも市場を含めると約17%）となっている。中国・四国地方と比較してみると、下関では小規模の直売所の割合がやや少なく、大規模の直売所の割合がかなり高いといえる。下関においては（松屋なんでも市場を含む）、実に売上高上位3つで75.4%、上位4つで84.7%を占めているのである。

1-7-2 月別売上高の差異

次に月による売上高の相違をみてみよう。

図10は売上高上位3つの直売所である勝山の「100円市場野菜大好き」、清末の「清末みんなの市場」、「王司ふれあい市場」における2001（平成13）年の月間売上高の推移を示したものであり、図11は主要直売所における月間売上高の推移（2001年）を示したものである。まず3つの直売所についてみてみよう。

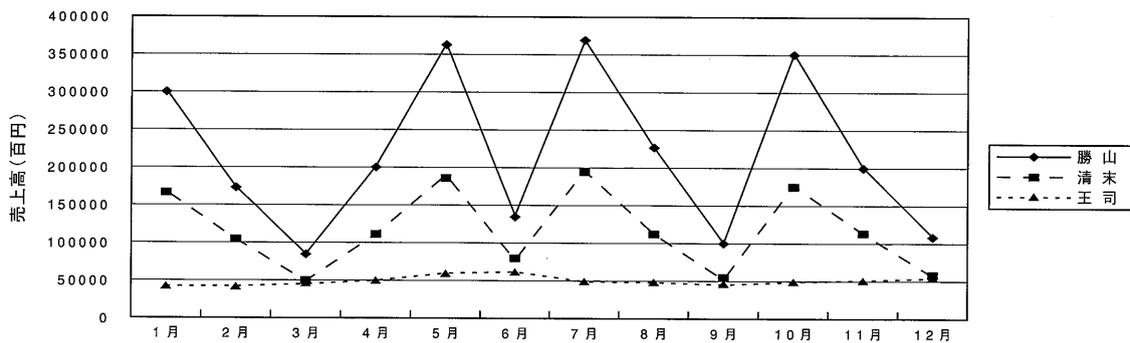


図10 3つの直売所における月間売上高の推移（2001年）

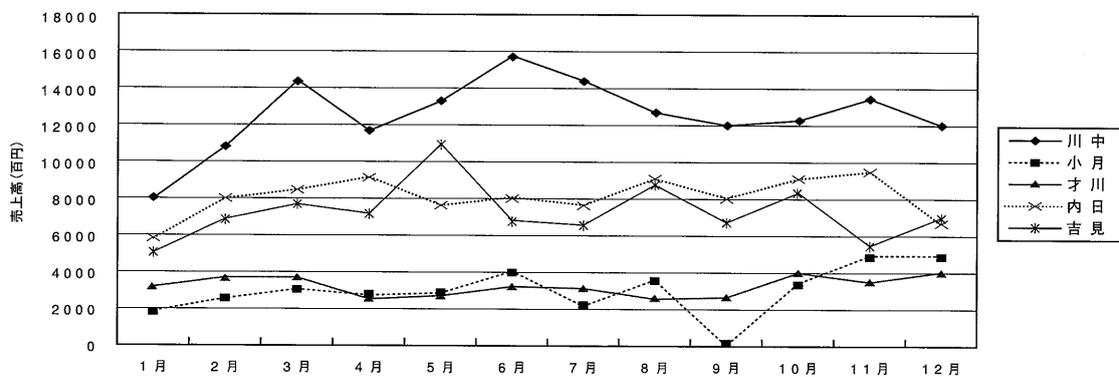


図11 主要直売所における月間売上高の推移（2001年）

（注）1.小月の9月のデータはなし。

2.川中は「ふれあい市伊倉」である。

（資料）図10、11ともJA豊関資料による。

月によってあるいは直売所ごとに一様でないことがわかる。「100円市場野菜大好き」においては、売上高が最も多い月は、7月の3671万円、次いで5月の3602万円、10月の3482万円、1月の3027万円である。この4つの月の売上高が突出している。一方、売上高が最も少ない月は、3月の834万円、次いで9月の1004万円、12月の1093万円、6月の1323万円である。売上高の最高月と最低月では、実に4.4倍の差がある。このような傾向は「100円市場野菜大好き」に特有なものではない。「清末みんなの市場」も同様の傾向がみられる。ここにおいても最高と最低では4.2倍の差がみられる。しかし、「王司ふれあい市場」においては、明らかに異なっている。最高月と最低月では1.5倍の差しかなく、月による差異がほとんどないのである。では下関の他の主要直売所ではどうであろうか。

図11をみると勝山、清末にみられる傾向は観察されない。たとえば、川中で最も売上高が多いのは6月、次いで3月、11月となっている。勝山、清末においては6月と3月は売上高が少ない月に当たっている。参考までに、売上高における最高月と最低月の倍率を示すと、前述の勝山は4.4倍、清末は4.2倍、王司は1.5倍、川中は2.0倍、小月は2.7倍、才川は1.7倍、内日は1.6倍、吉見は2.2倍となっている。

以上の考察により、勝山と清末は月間売上高の動向が類似していること、月による変動が大きいことが指摘される。しかし、この2つの直売所における月別売上高の動向は、他の直売所と共通しているわけではなく、他の直売所はむしろ月別の差異が小さいのである。このような月による売上高の変動が何によってもたらされるかは詳細な分析が必要であるが、恐らく各直売所の出品される農産物の種類および量と関係があるのではなかろうか。

1-7-3 日別売上高とその差異

詳細な資料のある「100円市場野菜大好き」を分析してみよう。図12は2001(平成13)年7月における日別販売点数を示したものである。月によって日別売上高は異なることが考えられるが、ここでは1年で最も売上高の多い7月をとりあげ検討したい。データは商品の販売点数で示されているが、これは販売高に対応している。

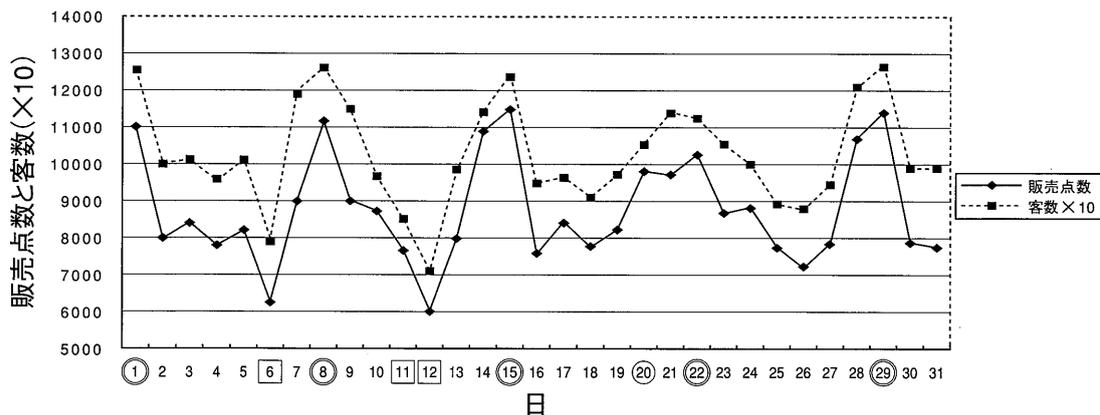


図12 「100円市場野菜大好き」における
2001年7月の日別販売点数と来客（×10）の推移
(注) ◎を付したものは日曜日、○は祝日である。□は雨の日である。
(資料) 勝山「100円市場野菜大好き」事務局資料。

これをみると、日によって販売点数が著しく異なっていることがわかる。たとえば、7月の最高販売点数を記録している15日の11419点は、同月の最低販売点数を記録した12日の6019点と比較すると1.9倍になる。この7月の日別変動は他の月と同様とはいえない。この変動の要因は何であろうか。

図12には日曜日と祝日に印が付してあるが、これをみると、土曜日、日曜日および祝日に際立って販売点数が多いことが明らかである。では天候との関係はどうであろうか。

7月の雨の日は6日、11日、12日である（前掲図12）。その3日は販売点数、客数とも少ないことがわかる。雨の多い6月下旬をみても（図13）、雨の日である19日、23日、24日、25日、29日は販売点数、客数ともに少なくなっている。日曜日には販売点数、客数共に多いのが普通であるが、24日は日曜日にもかかわらず少なくなっている。

以上のことから、販売点数、客数は天候に左右されていることがわかる。恐らく他の農産物直売所においても同様なことが言えるのではないと思われる。

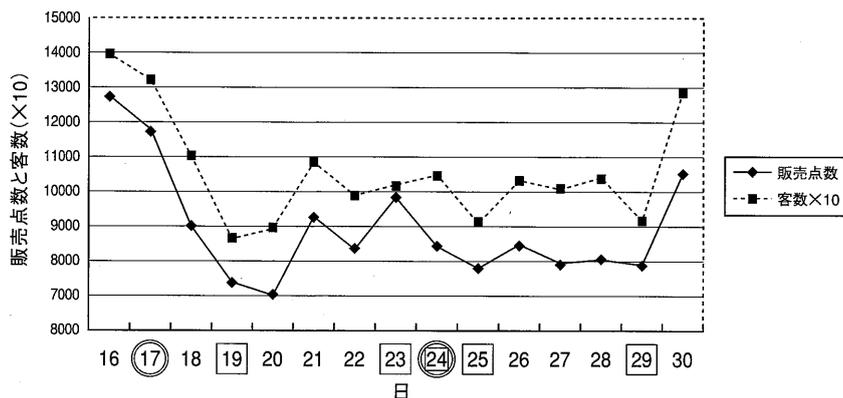


図13 「100円市場野菜大好き」における2001年6月下旬の
日別販売点数と客数（×10）の推移
(注) ◎を付したものは日曜日である。□は雨の日である。
(資料) 図12に同じ。

2. 大規模直売所の事例

下関において最初に開設されたのは「小月金曜朝市」であるが、本格的な最初の朝市は「清末みんなの市場」である。この直売所は下関における後の直売所の開設に多大な影響を与えている。そこで、「清末みんなの市場」の開設からこれまでの経緯をみることによって、直売所がどのような過程を経てつくられ、どのような課題を克服してきたかをみてみよう。さらに現在、下関において最も活発な活動を展開している勝山の「100円市場野菜大好き」について詳細な分析を加えてみよう。

2-1 「清末みんなの市場」

本直売所は1999(平成11)年3月に開設10年を記念して『清末みんなの市場 ～10年のあゆみ～』を刊行している。そこで、本項ではこの文献とヒアリングをもとに叙述する。

2-1-1 「清末みんなの市場」開設までの経緯

1988(昭和63)年9月、JA豊関清末支所の婦人部の集会で清末地区を今以上に活性化しようという提案があった。しかし、決定的な案が見つからなかった。次の会議で、当時の婦人部のある役員が、「小月の若妻会が週1回、朝市を開いている。このようなことを清末でやったらどうか」と提案した。そこで清末は、今まで野菜をダンボールに詰めた時の始末に困っていた端数を有効利用すればいいのではないかと考えた。この発想が今の「清末みんなの市場」開設の原点となった。

直売所を開設するにあたり、まずは視察をしようということで、当時のJA下関市の理事、婦人部長、副部長、支所長、営農指導員の各氏が集まって協議した。一人の人が福岡県豊津町に年間3千万円の売上をあげている100円市場があるので視察したらどうか、との提案をした。協議の結果、県内にも同様のものがあるではないか、ということになり、この意見は却下された。ところが1ヶ月後の1988(昭和63)年11月にとにかく視察しようということになった。とりあえず近所の100円市場を視察することになった。内日地区、菊川地区と2~3カ所の市場を見て廻ったが100円市場といっても道路脇に小さな小屋を建て、そこに野菜を並べ無人で販売をしているところが多く、参考にならなかった。

その後、山口県中央会に問い合わせた結果、萩方面に良い所があるとの話を聞き、早速視察に行くことにした。視察先は、阿武福川農協と紫福農協である。

はじめに阿武福川農協を訪れ、組合長より出荷時のコード番号の決め方、袋詰の方法、など市場開設にあたっての具体的なノウハウを学んでいる。阿武福川農協は、開設して3年が経過し、当時年間2千万円の売上であった。

視察後、人口密度をはじめ、車の交通量、野菜の種類など阿武福川農協と清末地区を比較・分析した結果、立地条件は清末の方が良く、将来、需要が多く見込まれることがわかった。一方、紫福農協は説明者がなくただ見学したのみであった。

開設するとなると市場の場所、建物の材料、それにかかる費用等、問題が山積みであった。現地視察のあと日をおかず婦人部の集会を開催し、協議した結果、全員一致で実施することを決定した。そこで具体的な協議に入った。場所も、時末団地、雇用促進住宅周辺、JA 豊関農協清末支所内および東部農機具センター（現在地）の4箇所が候補地に上げられた。市場としての立地条件を考えたとき清末バイパスも完成し、車が混まないことから最終的に現在地に決定し農協の了解を得た。売り場に必要材料、資材の調達方法については様々な検討を行い、丸太木で建てることを決めている。

1989（平成元）年1月中旬より建物に必要な材料の用意に入った。その後、2月の下旬には完成するように計画をたてて、それに間に合うようにみんなで夜遅くまで作業している。

建設の目処がたったので年号の改まった1989（平成元）年早々、婦人部集会を開催し市場の名称、会員の構成など協議の中で年中無休のためには清末では夏物野菜の品薄が考えられるため、近隣の4箇所（吉田、王喜、小月、王司宇部）からも会員募集をすることとした。市場の名称は生産者、消費者など100円市場に関係する全ての人々のための市場であることから関係者の一人が「みんなの市場」かどうか、と提案があり採用された。

開設日は清末特産の冬野菜がなくなる前で日柄の良い日として1989（平成元）年2月16日（大安）を選んだ。それからは全て事務局（農協職員）で作業を進めることとした。まず出荷体制として視察先を参考にしてコード番号を4桁とし、はじめの2桁を貯金コードの中で部落コードを使用し、終わりの2桁は申し込み順として生産者番号にすることにした。また、商品は全て1袋100円とし、生産者には90円支払う。その事務は全て農協が行なう。1袋の量目は各自の自由とし、消費者も買い物金額は良心的に備え付けの箱に入れることにした。開設1週間前には現地にノボリ旗を掲げて宣伝し、地元の清末商工会にも開設の同意を取りつけた。

建物は、幅約12m奥行き約2m、高さ約2mで前面開放の丸太小屋であり、経費は約15万円、その費用は農協より借り入れをした。

いよいよ、開設の日（1989年2月16日）がやってきた。朝早くから生産者が続々と野菜を運び込んできた。また、それを待っていたかのように消費者も集まってきた。前もって宣伝していただけたこともあって、車の整理をしなければならないほどの盛況ぶりであった。あまりの盛況ぶりに1週間後には、野菜の量が多く、置き場所が狭くなり、陳列棚を1段増やして2段に拡張した。

開設まで懸念されていた不安も解消し、消費者も増加し、開設当初の予想を越えて順調に売上が増加していった。その結果、7ヶ月後には売り場がまたもや手狭となり、5m程度建て増ししてこれに対処した。

2-1-2 市場の運営と管理

市場の運営と管理は「みんなの市場運営要領、みんなの市場出荷心得」によって行われている。要望、苦情などの処理は必要に応じて運営委員会、役員会が開催され協議している。ただし、重要な案件については年1回開催される生産者総集会で協議、承認されて実施する方法が採用され、これが現在まで継続されている。

発足時は、生産者、消費者ともお互いの信頼を基本に、良心的運営をすることをモットーに実施され、生産者は備え付けの出荷台帳に品目毎に数量を自主記入し、消費者は購入金額(1袋100円)を備え付けの支払金投入箱に入れてもらうこととした。最初2ヶ月までは入金状況も良好で、歩留り¹⁷⁾も94%~96%であったが、それ以降次第に悪くなり、90%を割り込み、さらに最悪時には84.7%まで低下した(図14)。

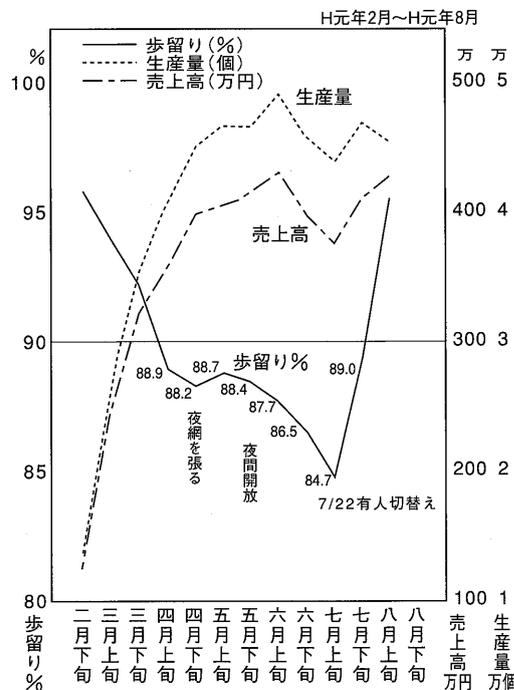


図14 清末みんなの市場の野菜の生産量・売上高および歩留り推移表

(資料)『清末みんなの市場 10年のあゆみ』1999年3月。

このような状況が続けば、生産者1個90円の支払いができない事態に迫られるので対策会議を開催し、今後の対応について協議した。そこで事務局は自衛策として1989(平成元)年4月より、夜間営業を中断して、売り場の前面に網を張り夜間は閉鎖した。その後ある朝、網を開けに行くと、刃物が網で切られ売り場が荒らされていた。事務局ではその網を縫い合わせて再び使用し夜間営業の閉鎖を続けた。このような対策を講じたものの念願した歩留りの改善は望めず、予期した効果が期待されないため、1ヶ月後の5月下旬には再び夜間開放の24時間営業に戻した。結果は同じで一向に改善されないため、婦人部と相談し、当番制に切り替えることにした。当番制は1989(平成元)年7月下旬に切り替えられた。内容は午前2名、午後

2名とし、営業時間は午前7時より正午、午後は6時までとした。夜間は再び網を張り、その上近隣の有志3名が見張りを行い盗難防止に努めた。その結果、歩留りも徐々に改善されてきたので、2ヶ月後には見張りを取りやめている。

当番制についてであるが、当番制を始めた頃は、午前2人、午後2人の1日4人体制で会員の順番制をとっていた。当時の当番繰出しは事務局が月毎に予定者の都合を配慮しながら、その都度行なっていた。現在では、当番の割り当ては年度始めに集落別、地区別に出役日数と回数が決められ、集落、地区の世話人が責任をもって繰出しするようになっている。当番制の実施に伴い、最悪の歩留り85%から漸次上昇し、95%以上をコンスタントに継続するようになり、心配された生産者に対する支払いも改善され、苦慮した事態は当面改善された。

以上、「清末みんなの市場」設立からその後の経過について述べてきたが、これからどのようなことが言えるか、以下の4点を指摘しておこう。

第1に、「清末みんなの市場」は時期的には先進的ではないが、活動の内容からみると先進的であることである。すなわち、すでにふれたように開設された時点では山口県においてすでに多くの農産物直売所が存在していたこと、さらに開設に際して、九州のある100円市を参考にしたり、阿武郡の100円市に視察に行っていることをみれば明らかであろう。しかし、その後の下関における農産物直売所のモデル的な役割を果たしていることから言えば、下関の先駆的役割を果たしたといえるであろう。

第2に、積極的なリーダーの存在の重要性である。「清末みんなの市場」の開設の場合、農協職員、農協婦人部の役員、とりわけ農協職員の藤林氏の存在が大きい。藤林氏は当時JA豊関清末支所に所属していた。氏は、清末地区の活性化を住民とともに協議し100円市の良さを認知していたし、その後の情報収集に多大な貢献をしている。下関において農産物直売所が農協がらみで開設されているのもこのあたりの事情があると思われる。

第3に、歩留りの向上に苦勞していることである。各地のヒアリングにおいていずれの農産物直売所も歩留りの向上が悩みの種であると言われていた。農産物直売所では出品した各個人に売れた分だけ支払われるのであるが、なくなった分に対しても支払わなければならない。損失分は組織が払う仕組みとなっている。したがって、歩留りが悪いと組織に負担がかかり運営資金に困るのである。

第4に、地区のコミュニティの活性化に大きく寄与していることである。開設にあたって関係者が住民と「手作り」ともいふべき作業を行っている。既成の市場に農家が出品するだけならこうはならないであろう。農家の主婦や高齢者とくに、高齢者の「集い」の場となっている意義は大きいといえるであろう。

2-2 「100円市場野菜大好き」

2-2-1 概況

下関において最大の売上高を記録している「100円市場野菜大好き」を検討してみよう。

同直売所は、1989（平成元）年10月に開設されており、下関では「小月金曜朝市」「清末みんなの市場」につぐ開設である。最初は無人からスタートしているが、歩留まりが悪く当番をつけるようになった。当初は当番制で監視役を置いていたが、その後専任のレジを置くようになった。しかし、人件費に不安があったことからパートに移行している。現在は8人のローテーションで午前2人、午後2人配置している。

構成員数は2002（平成14）年11月現在で342～343人である。年間5～6人の新規加入があるが、一方では農家の高齢化が進み、後継者難から全体としては減少傾向にある。

農協との関係については、勝山支所に専用口座を開いているほか、農協本所の敷地を利用していることから、年間86万円の駐車料と30万円の家賃を農協に支払っている。また、販売手数料として、売上の90%×1.5円の手数料も払っている。これは年間550万円にのぼる。

1日平均約100人が出品しており、700点の商品が並ぶそうである。同直売所は規模が大きいだけに、広範囲に顧客を引き寄せている。そこで、顧客の空間的範囲、売上高の動向、およびアンケートとヒアリングに基づいた問題点をみてみよう。

2-2-2 顧客の空間的範囲

「100円市場野菜大好き」では最近毎年、顧客に対して1年に1度のアンケート調査を実施している。この資料を入手できたので、この資料を基にして以下の考察をしてみよう。

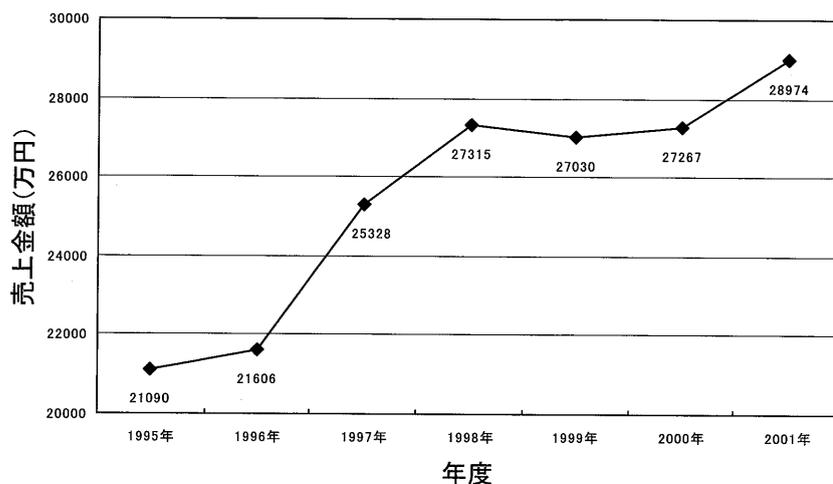
表8は「100円市場野菜大好き」における1998（平成10）～2002（平成14）年の来客範囲を示したものである。2002（平成14）年において、顧客がどこからやってきているのかをみると、最も比率が高いのが下関市内（本庁地区）の38.7%（278人）、次いで勝山地区の21.1%（152人）、以下、北九州市の12.4%（89人）、北浦地区の7.6%（55人）、川中地区の7.0%（50人）、山陽地区の6.4%（46人）、彦島地区の4.6%（33人）、その他の2.2%（16人）となっている。

これらの結果から、同直売所は市内全域から多数の顧客を引き寄せているのみならず、北九州市など市外からもかなりの集客をしていることがわかる。ヒアリングによれば、北九州市からの顧客は大部分が業者であるという。年次別にみると年によって多少のブレがみられるが、2002（平成14）年とほぼ同様な傾向が観察される。

2-2-3 売上高の動向

「100円市場野菜大好き」における1995（平成7）～2001（平成13）年度の売上金額の推移を示したものが図15である。これをみると、1995（平成7）年以降、売上金額はほぼ順調に伸びていることがわかる。ちなみに、2002（平成14）年度は3億円を超えるという話であった。

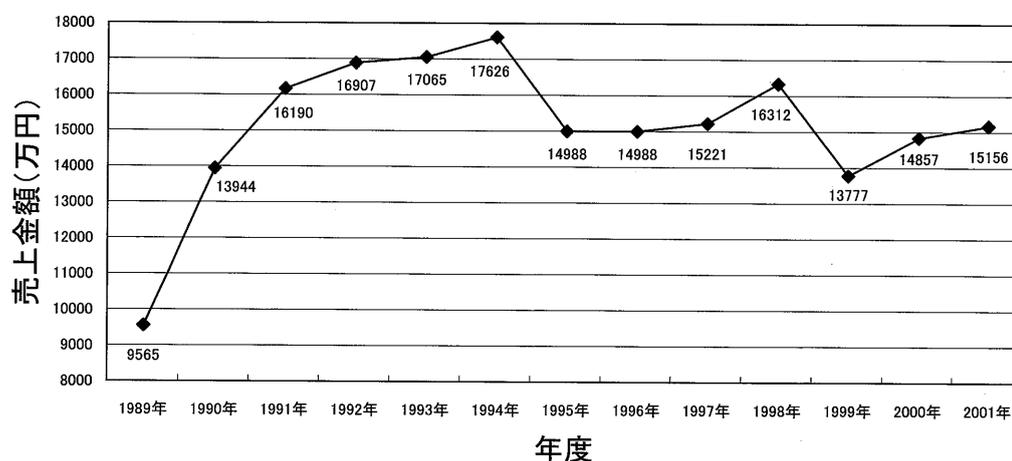
図15 100円市場野菜大好き 売上金額の推移



（資料）「100円市場野菜大好き」事務局の資料。

同直売所の売上金額の推移を規模の大きい他の2つの直売所、すなわち「清末みんなの市場」と「王司ふれあい市場」と比較してみよう（図16、17）。

図16 清末みんなの市場 売上金額の推移



（資料）『清末みんなの市場』およびヒアリングによる。

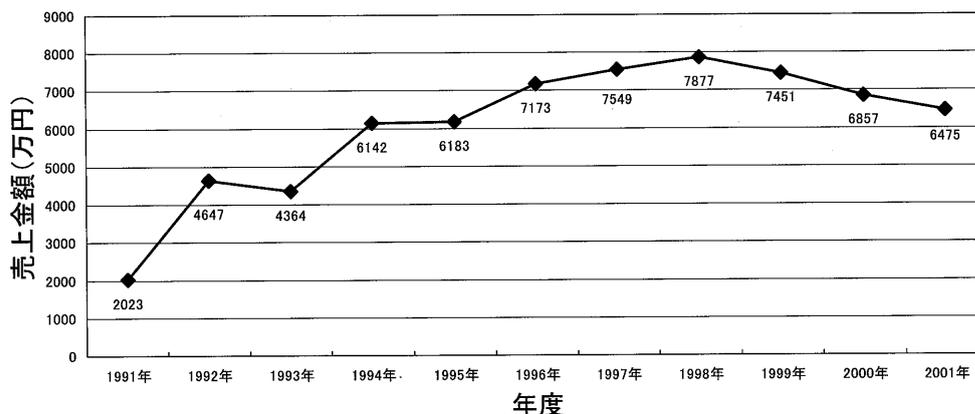


図 17 王司ふれあい市場 売上金額の推移

(資料)「王司ふれあい市場」事務局の資料。

「清末みんなの市場」は1989(平成元)～1994(平成6)年は順調に売上高を伸ばしていたが、その後、減少ないし停滞傾向にある。「王司ふれあい市場」も1991(平成3)～1998(平成10)年にかけて順調に売上高を伸ばしていたが、それ以降減少幅は小さいが低下傾向にある。その他の直売所のヒアリングにおいても近年、大部分の直売所において売上高が頭打ちであることが確認された。したがって、勝山の「100円市場野菜大好き」の売上高の順調な伸びは、むしろ例外であると言えよう。この原因については確かなことはいえないが、多くの直売所やスーパーマーケットで産直が積極的になされ、競合する事態が生じていること、各直売所における生産農家の高齢化により、出品点数など供給力の頭打ちがみられることなどが考えられる。

ではこのような状況下で、なぜ勝山の「100円市場野菜大好き」が順調に売上高を伸ばしているのであろうか。ヒアリングによっても確認されたように、売上高は供給力と需要者の存在が関係している。まず同直売所は供給力が大きいことである。すなわち、同直売所に出品する農家の中には年間1000万の収入を得ている人もいるし、勝山地区以外の清末、王司地区からの出品者もいるなど供給力には余裕があるのである。また、需要者をみても極めて多い。同直売所は交通アクセスがよいことから市外も含め、広範に顧客を集めているし、大量に購入する業者も存在している。

2-2-4 アンケートとヒアリングに基づいた考察

顧客は同直売所をどのように評価しているであろうか。「100円市場野菜大好き」では、この数年、10月の特定の日に顧客に対するアンケート調査を行っている。ここでは、2000(平成12)年の10月の第一日曜日である1日のアンケート調査からみてみよう。

表9 「100円市場野菜大好き」の良い点

	新鮮	安い	品揃えが良い	品質がよい	消費税がない	その他	合計
			品物が多い				
件数合計	217	159	102	18	4	38	538
良い点の構成割合(%)	40	30	19	3	1	7	100

(資料)「100円市場野菜大好き」事務局資料。

「100円市場野菜大好き」の良い点を集計したものが表9である。最も評価の高いのは「新鮮」217人(40%)、次いで「安い」159人(30%)、「品揃えがよい、品物が多い」102人(19%)、「品質が良い」18人(3%)、「消費税がない」4人(1%)となっている。顧客は鮮度と低価格を非常に重視していることがわかる。中国・四国地方のアンケート調査では、評価の高い順に「新鮮さ」、「価格」、「安全性」、「すべて地場産品」、「顔の見える関係」、「品そろえ」、「調理法などサービス情報」となっており、「100円市場野菜大好き」と同様な結果が出ている。

表10 「100円市場野菜大好き」の悪い点

	業者の大量買占め	品揃えが悪い	客のマナーが悪い	古い、悪いものがある	売り場の混雑	駐車場の混雑	売り場外の先取り	レジの混雑	その他	合計
件数合計	5	33	25	22	18	13	12	5	6	184
悪い点の構成割合(%)	27	18	14	12	10	7	7	3	3	100

(注) この表の構成割合は小数第一位を四捨五入しているため、100%にならない。

(資料)「100円市場野菜大好き」事務局資料。

次に悪い点は何であるかをみてみよう(表10)。悪い点として最もあげられたのは「業者の大量買占め」50人(27%)であり、続いて「品揃えが悪い」33人(18%)、「客のマナーが悪い」25人(14%)、「古い、悪いものがある」22人(12%)、「売り場の混雑」18人(7%)、「駐車場の混雑」13人(7%)、「売り場外の先取」12人(7%)、「レジの混雑」5人(3%)、その他6人(3%)となっている。このアンケートは選択肢を設けず自由記入としているため、実際の各項目の実数はもっと多いものと思われる。同直売所は、大規模で業者が多く集まる直売所であるため、他の直売所と同じとは思われない。しかし、いずれの直売所においても顧客は開始時刻直前に集中しているため、「客のマナーが悪い」、「売り場の混雑」、「駐車場の混雑」、「レジの混雑」などは共通した悩みであると思われる。

おわりにかえて～下関地域の農産物直売所の性格と今後の課題～

農産物の大量流通・大量消費および農産物輸入の拡大が進行するに伴い、消費者の農産物に対する不満が拡大しつつある。こうした流れを受けて近年、産地直送、とりわけ農産物直売所が注目されつつある。本稿では、他地域と比較しながら下関の農産物直売所の考察を行ってきたが、その結果、以下の点が指摘できよう。

第1に、全国的にみると農産物直売所は1990年代に順調に増えてきているといえるが、1990年代の後半にいたってやや増加傾向が鈍化している。とくに、下関においては全国的に増加が継続しているのにほとんど増えていない。これは下関において積極的な農産物直売所の開設が行われた結果、開設が地域的にほぼ一巡したためだと考えられる。

第2に、開設の契機に関しては、全国的には自発的な開設が圧倒的に多いのであるが、下関の直売所はJAの指導による開設が多いところに特色がある。

第3に、下関における農産物直売所の構成員は、農家の主婦と高齢者が大部分である。とりわけ主婦が多い。この傾向は全国的にも共通したものである。

第4に、下関の農産物直売所の開設場所は、大部分が交通量の多い主要道路に沿っている。とくに、JAの敷地内に立地している場合が多く、駐車場のスペースも広いところが多い。

第5に、下関の農産物直売所の開設日時については、週1日から毎日開設までまちまちであるが、構成員が多く、出品点数の多いところは開設日数が多い。開始時刻については、最も早いのは5時であるが、大部分は7～8時である。小規模なところは午前中に終わっているが、大規模なところは夕刻まで行っている。しかし、いずれの直売所も開始直後に顧客が集中している。

第6に、下関の農産物直売所の顧客範囲については、規模の大きい直売所（勝山、清末、王司）は北九州などから業者が来ているが、その他の直売所については近隣の主婦、高齢者で占められている。全国的な傾向と比較すると、下関の直売所は大部分、近隣の顧客で占められているところに特徴があるが、これは下関の直売所が都市型直売所であることによる。

第7に、下関の農産物直売所の売上高については、勝山の「100円市場野菜大好き」と清末の「清末みんなの市場」が群を抜いて大きい。「100円市場野菜大好き」は売上高が一貫して上昇傾向にあるが、他の直売所については売上高の頭打ちがみられる。売上高は販売日数と強い関係がある。売上高は日曜日に多い。また、天候にも左右され、雨の日の売上高が低くなっている。

また、下関の大規模直売所の考察からは以下の点が指摘される。まず、下関最初の農産物直売所である「清末みんなの市場」の考察から指摘されることは以下の通りである。

第1に、「清末みんなの市場」は、開設の時期からみると先進的ではないが、活動内容からみると先進的である。

第2に、積極的なリーダーの存在が重要である。

第3に、歩留りの向上に苦勞している。

第4に、地区のコミュニティの活性化に大きく寄与している。

次に下関で最大規模の直売所である勝山の「100円市場野菜大好き」の考察からは以下の点が指摘できる。

第1に、顧客の範囲が広いが、遠方の顧客は業者が多い。

第2に、大部分の直売所で最近売上が伸び悩んでいるが、「100円市場野菜大好き」は順調に売上を伸ばしている。これは同直売所の供給力が大きく、交通上の有利性から広範囲に顧客を抱えていることによる。

第3に、月別売上高をみると、月による売上の変動が大きい。日別売上高をみると、とりわけ日曜日の売上高が突出している。また、天候にも左右され雨の日に売上高が少ない傾向がある。このような月あるいは日による差異はすべての直売所にある程度みられるが、大規模直売所はその差異が大きい。

第4に、アンケートから顧客の評価をみると、「新鮮」、「安い」、「品揃えが多い」が高く評価されている。改善すべき点については、「業者の大量買占め」、「品揃えが悪い」、「客のマナーが悪い」、「古い、悪いものがある」などがあげられている。また、特定の時間に顧客が集中するために生ずる混雑が悩みの種である。

以上の考察結果から、農産物直売所の機能は、新鮮で安全かつ安い農産物供給機能、農家の収入源としての機能、生産者と消費者を直結させる機能、地域コミュニティを活性化させる機能の4つの機能を持っているといえる。

では下関の農産物直売所の調査から今後どのような課題が指摘できるだろうか。

第1に、生産農家の高齢化によって供給能力に限界がみえることである。第2に、直売所の規模が大きくなるにしたがって、顧客に業者がはいつてくるようになり、大量買占めがみられることである。これに伴って、生産者と消費者の「ふれあい」といったコミュニティ活性化機能が薄らいできていることである。

さて、一般的に農産物直売所は今後どのように展開していくだろうか。最近の情報によれば、JA全中が大型のJAファーマーズマーケット（直売所）の拡大・強化にのりだしている。安定価格、新鮮、安心感のある農産物を提供することで、増加する輸入農産物に対抗していくという。そして2005（平成17）年度に直売所の売上を2000年度の5倍、5000億円を目指している¹⁸⁾。

このような方針にもみられるように、今後、農産物直売所の規模が拡大し、直売所の数も増えていくものと思われる。恐らく、今後、都市部においては少数の大規模な直売所と多数の小規模な直売所に二極分化していくのではなかろうか。大規模な直売所については、前述した課題とともに、農産物の安全性の確保が重要な課題となっていくであろう。本稿では、結果的に都市型直売所を考察したわけであるが、農村部では、農産物直売所がすでに「道の駅」などと併設する例が多いように、複合的な地域センターの中核的な役割を担うものと考えられる。

注)

- 1) 櫻井清一「農産物直売所を核とした生産・販売戦略とフードシステム」、高橋正二郎監修、土井時久・斎藤修編『フードシステムの構造変化と農漁業』（フードシステム学全集 第6巻）、農林統計協会、2001年、第15章、300ページ。

- 2) 櫻井によれば、これまで全国的な設置状況の調査はいくつか公表されている。1995年の農水省婦人生活課による「全国朝市実施状況一覧表」、1997年の埼玉県食品流通課「全国農産物産地直売の実態調査結果について」、1997年の農山漁村文化協会「朝市大発見」(『現代農業』11月増刊など(上掲1)301ページ)。
- 3) 埼玉県農林部経済流通課による「平成12年度農産物産直実態調査の結果について」(平成13年3月31日現在)は産地直売農業の形態として、直売所・庭先販売・出張販売・契約販売・特約店販売・宅送販売・朝市・夕市・観光農園をあげている。このうち、直売所(有人または無人の施設において販売する方法)、朝市・夕市(定期的に朝市・夕市により販売する方法)、観光農園(生産者と消費者の交流や農業体験等を通じて販売する方法)が、本稿の農産物直売所に該当する可能性があるが、ここでいう朝市・夕市、観光農園は除外する。
- 4) 山口県の「朝市等の開設状況調査」表によれば、下関市の朝市は24箇所となっているが、このうち、松屋なんでも市(王喜松屋)、朝市(新下関)、豊前田朝市(豊前田商店街)、日曜市(長府漁協市場)、吉田市場(吉田)、100円市(棕野)、ふるさと市場(吉田)は、無人あるいは個人で行なっているもの、および未確認のため本稿では除外している。
- 5) 『平成10年度九州農業情勢報告』九州農政局、197~198ページ。
- 6) 『平成13年度中国四国食料・農業・農村情勢報告』中国四国農政局、平成15年1月による。ここでの直売所は青空市も含んでいる。
- 7) 『平成12年度埼玉県農産物調査の結果について(平成13年3月31日現在)』埼玉県農林部経済流通課。
- 8) 埼玉県の調査が対象にしている有人直売所は本稿の対象とする農産物直売所にあたらないと考える。ただし、資料には1988(昭和63年)以降しか記録がない。
- 9) 正組合員とは、農家で農協に加入している者のこと、準組合員とは、農家ではないが農協に口座を持っている者のことをいう。
- 10) 『平成11年度道路交通センサス・一般交通量調査総括表』山口県土木建築部道路建設課。
- 11) 前掲5)199ページ。
- 12) 前掲6)203ページ。
- 13) 山口県農場試験場のヒアリングによる。
- 14) 前掲5)199ページ。
- 15) 前掲6)204ページ。
- 16) 調査時点が明確ではないが、「100円市場野菜大好き」「清末みんなの市場」のデータから推測すると、1995(平成7)年と思われる。
- 17) 歩留り=実際の売上高/本来あるべき売上高×100%。
- 18) 日本農業新聞、2001年4月16日付。

(付記) 本稿はゼミ卒業生である河野亜紀氏(2003年度卒)の卒業論文「農産物直売所の研究〜下関地域の農産物直売所について〜」にその後の調査、資料を加えて大幅に修正したものである。なお、本稿の作成に際しては、貴重な資料の提供や有益なご指摘を頂いたJA豊関農協の藤林氏、「100円市場野菜大好き」の事務局長・植野氏をはじめとする各直売所の関係者の方々、山口県農業試験場の角谷場長、高橋研究員、山口県農林部農村振興課の調整監・松永氏、山口県農林部農村女性・むらおこし推進室の経営普及課農村生活班長主査・吉武氏ほか多くの方々のご協力を頂いた。ここに記して感謝申し上げます。