

有機農家育成に果たす有機農家直売市の役割

食の安全や環境問題への関心の高まりを受け、有機農業での就農を希望する人が増えていますが、その育成において研修機会や就農後の販路確保、販売収入向上等の課題が指摘されています。ここでは、有機農家育成に果たす有機農家直売市の役割を明らかにします。

☆ 技術の概要

1. 有機農家自らが有機農業によって生産した農産物を自ら出店して販売する有機農家直売市には、出店者や客だけでなく有機農業に関心を持つ人が集まりますが、就農を希望する人も集まります。そのような場の特徴を活用して就農の相談窓口を設けると、新規就農への入口となります。調査事例でも2009年に直売市の一面に相談窓口を開設し、相談者が研修を希望すれば、受け入れ可能な出店農家を紹介しています。これまでに、出店農家で研修し、その後就農したのは30名で、うち18名が出店農家になっています。
2. 有機農家直売市は、出店者が自分で価格を設定し、少量から販売できる自由度の高い販路なので、有機農業に取り組み始めた小規模農家も出店しやすく、幅広い層の有機農家の販売収入向上に役立ちます。事例では出店農家の出店歴や年齢、販売規模は様々ですが、大部分が出店後、直売市での販売額と経営全体としての総販売額をともに増加させています(表)。
3. 有機農家直売市では対面販売が行われ、出店農家が消費者等と情報交換を行う場となります。来客者や他の出店者との対話は、出店農家に出店する利点として認識されており、消費者ニーズの把握、栽培情報入手、販路拡大、営農意欲の向上等につながっています(表)。
4. 有機農家直売市は、新規就農の窓口、就農までの研修、就農後の販路確保と販売収入向上に至るまでの一連の諸課題を解決する役割を果たすことで、有機農家育成に貢献できると言えます。

表 有機農家直売市に出店する農家の販売額の推移と出店の利点

出店者	出店開始年次(年)	年齢(歳)	有機農家直売市での販売額			総販売額			有機農家直売市の割合		出店の利点
			出店1年目(万円)	2012年(万円)	増加率(%)	出店1年目(万円)	2012年(万円)	増加率(%)	出店1年目(%)	2012年(%)	
A	2004	60	60	260	333	400	1300	225	15	20	お客さんとの会話があり、消費者ニーズもわかる。生産者仲間ができた。定期開催なので作付しやすい。
B		60	22	52	139	312	201	-36	7	26	
C	2005	60	40	96	140	200	320	60	20	30	代表者との交流を通して地域活性化が実現しつつある。
D		40	4	27	575	80	150	88	5	18	
E	2007	60	20	37	86	80	93	16	25	40	消費者の意見が直接聞けること。販路が拡大したこと。直接お客さんに手渡すことができ、やる気も出ている。出店者仲間から栽培情報を得て安全な品を追求できる。お客様と会話できて新たに販路が拡大した。
F		60	17	46	171	17	46	171	100	100	
G		70	288	525	82	320	657	105	90	80	
H	2008	60	48	120	150	64	150	134	75	80	直接反応が聞け、お客様の求める新品種に挑戦できる。
I		30	75	102	35	250	338	35	30	30	
J	2009	60	30	56	87	33	160	380	90	35	お客さんから直接話が聞けるので、次の励みになる。
K		20	16	10	-37	55	26	-52	30	40	
L	2010	30	27	110	307	135	550	307	20	20	お客様と交流、他の生産者から勉強できてありがたい。消費者ニーズを感じられる。新たに取引先が増えた。他の農家と栽培についての話や見学ができること。お客様のために農法や品目に工夫するようになった。
M		30	100	170	70	167	340	104	60	50	
N		60	72	140	94	742	778	5	10	18	

☆ 活用面での留意点

事例の有機農家直売市は、東海地域の都市中心部で毎週土曜日 8:30~11:30 に開催されており、出店農家数は約 30 戸/回、来客数は約 1,200 人/回です。直売市は、開催場所の公園施設を管理運営する会社と、出店者等をメンバーとする実行委員会の共催で運営されています。

(農研機構 西日本農業研究センター 営農生産体系研究領域 尾島一史)