

流通チャネルの多様化と都市近郊における農産物朝市・直売所の存立構造

誌名	農政経済研究：研究報告
ISSN	02892979
著者名	藤田,武弘 内藤,重之 富田,敬二
発行元	大阪府立大学農学部農業政策学研究室
巻/号	22集
巻号補足	
掲載ページ	p. 1-21
発行年月	2000年4月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター

Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



<論文>

流通チャネルの多様化と都市近郊における農産物朝市・直売所の存立構造

The Structure of Existence for Agricultural Direct Sales Place in Urban Suburbs

藤田武弘・内藤重之・富田敬二

はじめに

その商品特性や産地配置の特徴とも関わって、生鮮農産物の流通においては従来から卸売市場が基幹的な役割を果たしてきたことは周知の通りである。しかし、農協の広域合併や輸入品の急増を契機とする産地の大型化・国際化の進展、消費形態の変化に伴うスーパーなどの量販店の伸長と専門小売店の後退、食の外部化（中食・外食化）依存の高まりに対応する業務需要の増大など、国内産地と生鮮農産物の流通を取り巻く環境が大きく変化するなかで、多様な市場外流通の展開がみられる。

そのようなもとで、近年、地域でとれた新鮮な農産物等を販売する朝市・直売所（以下、「朝市・直売所」とする）が全国各地に設置されるようになってきている。生産者が生産した農産物を自ら消費者に直接販売する朝市・直売所は、農産物の販売形態のなかでも最も原基的な形態であるが、近年になって全国的に新たな展開をみせており、その存在に改めて注目が集まりつつある¹⁾。とりわけ、小規模・零細な産地を主体とする大都市圏では、消費地との近接性を活かした多様な活動が朝市・直売所を中心として行われるようになってきており、地域農業の活性化や消費者の農業に対する理解の醸成に重要な役割を果たすことが期待されている。

本稿の目的は、大消費地との近接性を活かしながら多様な展開をみせる大阪府内の農産物朝市・直売所を事例として、その運営と農産物販売の現状および課題を明らかにすることである。課題に接近するための方法として、大阪府下で組織的に取り組まれている農産物朝市・直売所の運営主体に対して1999年10月に郵送法によるアンケート調査を実施した（調査票配布数92票、回収数は90票、回収率98%）。また、これと並行して、開設主体別類型から抽出した事例の運営担当者に対してヒアリング調査を行った。

なお、本稿では考察を進めるにあたって、回答のあった朝市・直売所を図1に示すとおり、8つの地域別に区分した。地域区分とその該当数は以下のとおりである。①豊能地域：8件（8.9%）、②三島地域：20件（22.2%）、③北河内地域：18件（20.0%）、④大阪市内地域：5件（5.6%）、⑤中河内地域：6件（6.7%）、⑥南河内地域：17件（18.9%）、⑦泉北地域：6件（6.7%）、⑧泉南地域：10件（11.1%）の8区分である。

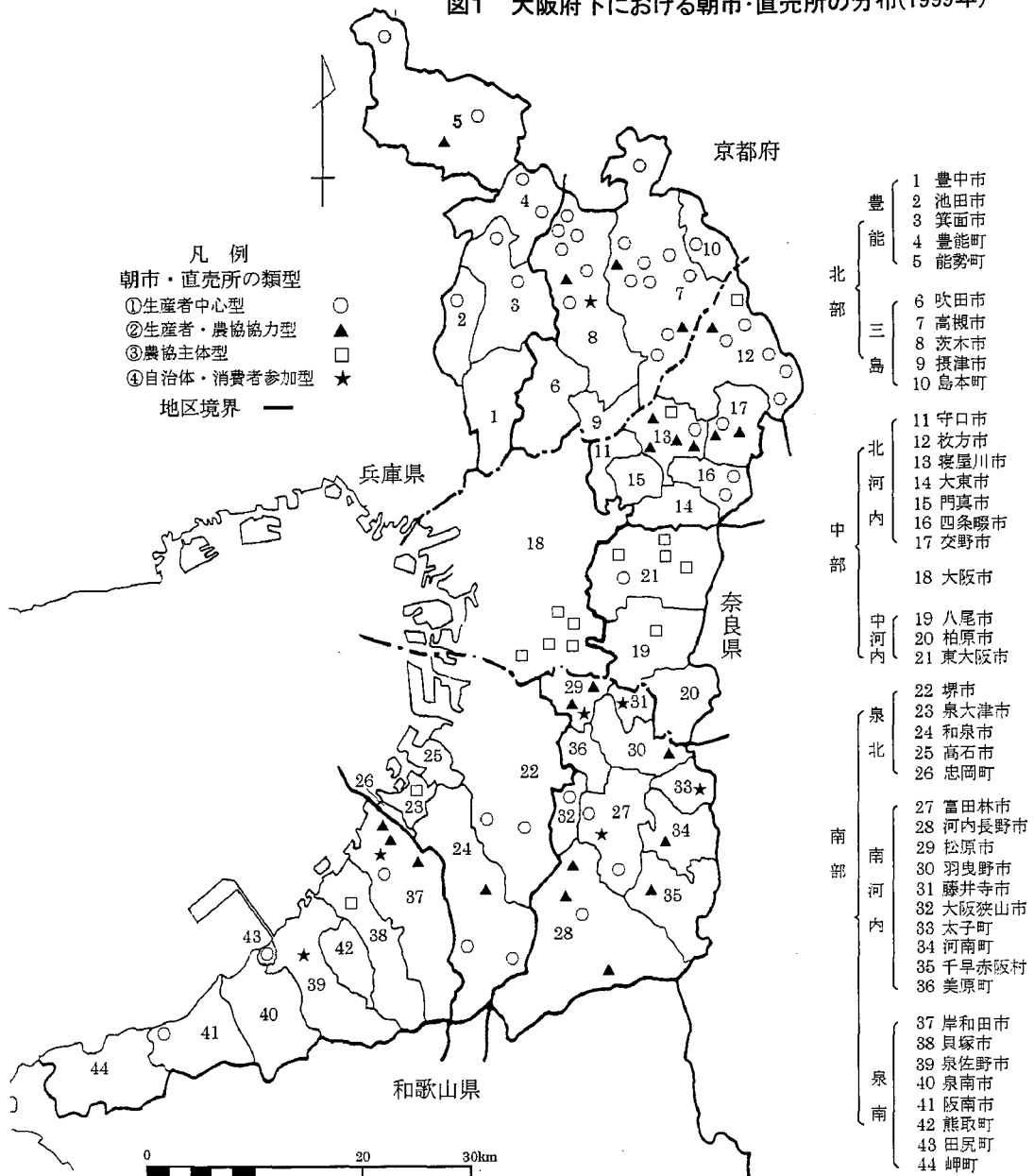
Ⅰ. 流通チャネル多様化の進展と大阪府の農産物流通構造

1. 農協共販の停滞傾向における流通チャネル多様化

農協系統組織の広域合併が進展するもとで、それら合併農協では、農業生産性の向上と市場優位性の確保（流通コスト削減・価格交渉力強化）を目的として、部会組織の再編

キーワード：都市農業（Urban Agriculture）
農産物直売所（Agricultural Direct Sales Place）

図1 大阪府下における朝市・直売所の分布(1999年)



・統合や選果施設の導入等による出荷ロットの拡大を通じて、建値機能を有する大都市の拠点的卸売市場への集中的出荷（市場集約）を進めている。そして、これら産地における市場選別の強化が、都市近郊など小規模零細産地の生産存続と販路確保、さらには消費の地域性を背景に地域経済の重要な環をなす専門小売店（八百屋・果物屋など）の経営存続と密接に関わる中小規模卸売市場の経営悪化

を招いていることは周知の通りである。

また、合併農協においては、事業効率の点から営農指導の「合理化」や選果・集荷施設の統合が図られたことを機に、高齢・兼業農家を中心に農協との関係希薄化（農協離れ）が問題視されている。さらに、専門的な篤農家層が一括精算方式による品質評価に対する不満を背景に共販から離脱する動きも著しく、総じて販売事業は後退傾向にある。そし

て、これら農協共販の間隙を縫って、商社や産地集荷業者による契約農家の確保・圃場巡回集荷の実施などの直接的な産地掌握が進行しつつあることは興味深い動向である²⁾。

さらに近年では、従来から卸売市場への出荷を前提に一元的な販売対応を選択してきた農協・経済連が、数量的にはまだまだ卸売市場出荷のそれに代位するレベルではないとはいえ、直販事業に取り組み始めるなど多元的な流通チャネルを模索し始めている³⁾。本論で取り上げる朝市・直売所についても、生産者の高齢化や兼業化が進行するもとの、従来型の農協共販のみでは産地における生産力の低下に歯止めがかからないことへの対策として、全国的に農協のマーケティング戦略上、積極的な位置づけが与えられつつある。さらに、大阪府のような総じて小規模・零細型の都市近郊産地においては、厳選された規格と一定のロットが要求される市場流通に代替する販売チャネルとして、朝市・直売所の存在が地域農業の潜在的生産力を引き上げる上で重要な役割を果たしていることに注目しておく必要がある。

2. 大阪府における農産物の 生産・流通の特徴

(1)大阪農業の地域性と青果物生産・ 出荷の特徴

大阪府の農業粗生産額（1998 年度：424.2 億円）に占める野菜・果樹・花きのシェアはそれぞれ 42.6 %・15.7 %・8.6 %と、近畿（24.8 %・17.7 %・5.4 %）および全国（25.3 %・9.0 %・4.9 %）と比較して突出しており、園芸生産に傾斜した農業を特徴としている。一方で、都市化・地域開発に伴う農地のかい廃が進行した結果、野菜・果樹・花きの作付（栽培）面積はそれぞれ大幅な後退をみせており、例えば主要野菜（28 品目）の出荷量をみると、1980 年を基点とした指数で、1985 年：95.4、1990 年：69.9、1995 年：57.4、1998 年：31.1 のようにとくに 1990 年代以降大きく落ち込んでいる。しかし、品目構成をみると、タマネギ・サトイモ・ハクサイ・フ

キ等の重量野菜・特産野菜の減少に比して、アオネギ・シュンギク・ホウレンソウ等の軽量型軟弱野菜が相対的に増加している。

また、地域的には、総じて水田単作を特徴とする「府北部（豊能・三島地域）」、農業のウエイトこそ低いものの野菜・果樹・花き等の園芸生産に傾斜した「府中部（北河内・大阪市・中河内地域）」、府下の野菜・果樹・花きの主産地を擁し、生鮮農産物の供給基地としての役割を担う「府南部（泉北・泉南・南河内地域）」とそれぞれ異なった特徴を有している。

ところで、大阪府における野菜・果樹・花き出荷の特徴は、府下産地の多くが小規模・零細産地であることから、古くから消費地への近接性を活かした生産者の個人出荷志向が強く、集団的産地を形成する一部の品目を例外として、組織的な出荷体制が確立されているとは言い難いことである。したがって、府下産地から卸売市場への出荷は、最も一般的と考えられる①府下に分散する小規模零細産地の個別農家やグループによる直接搬入（場合によっては、卸売業者による巡回集荷）に加えて、②指定野菜産地など比較的規模の大きい専作型産地を擁する府南部を中心とする農協共販出荷、③農家圃場への直接巡回を通じて集荷した産地集荷業者による市場搬入といった3つのパターンから成り立っている。

(2)大阪府における卸売市場の存在形態 と地場産農産物の位置

現在、大阪における青果物流通は、その基幹部分を中央卸売市場を主軸とする広域大量流通が担い、主として地方卸売市場によって担われてきた地場流通は補完的な位置に後退している。しかし一方では、元来商業的農業の発展および消費市場の展開と結合し、都市近郊地域において先進的な展開を遂げた地場流通が、依然として地域における農業生産の存立・展開にとって不可欠の役割を果たしていることもまた重要である。以下、野菜の取り扱いを中心に各卸売市場の存在形態と地場野菜の位置づけについて概観する。

1999 年現在、大阪府下で青果物を取り扱

う地方卸売市場は 32 市場存在する。これらの卸売市場における野菜入荷量第 1 位の産地は地元大阪であり、そこでは鮮度が要求されるために一般に広域流通には馴染まないと言われる軟弱野菜類への特化傾向が強い。地方卸売市場における「個人・グループ出荷」の動きを『大阪府地方卸売市場要覧』からみると、97 年度の大阪産占有率(金額)は野菜 25.7 %、果実 13.3 %であるが、そのうち「個人・グループ出荷」によるものが野菜 45.8 %、果実 36.3 %を占めるなど、依然としてそれらが地場野菜の基幹的な流通ルートであることが分かる。

また、筆者らの近年の調査によれば、地元産地からの常時出荷者は少ない市場で 20 名程度、多い市場では 100 名以上に及ぶ個人荷主登録を行っている。しかし、生産基盤の縮小・後退の下での高齢化・後継者不足の影響で、個人出荷者数も減少基調にある。そこで各市場では、地場産品専用の売場や出荷者向けに保冷庫を設置するなどの便宜を図るほか、①通い容器(コンテナ)の導入による出荷労力・経費節減、②高齢化によって直接出荷に困難を抱える産地への巡回集荷等を実施し、地場野菜の安定確保に努めている。

さらに、「個人・グループ出荷」のみでは必ずしも地場野菜入荷量・品質の安定性が確保できないことへの対策として、品種選定から生産・調製技術までを卸売業者が指導し、地場野菜の特定スーパー納入に専属的に対応する契約農家を育成・組織化するという形態での産地掌握も進みつつある。なお、これらの契約野菜については相対取引が一般的であるが、生産者からは価格変動が激しいセリ取引よりも、収入や労働時間の配分計画が容易で、生活にゆとり・安定を確保しやすい相対取引に共感が寄せられていることは興味深い。

つぎに、中央卸売市場についてみておきたい。西日本最大の拠点的市場である大阪本場(福島区)の場合、大阪産野菜の入荷ルートには、①指定産地品目を中心とする府下農協の経済連共販、②卸売業者から業務代行を受けた産地集荷業者による府下および隣接府県の生産者からの軟弱野菜等の直接巡回集荷の 2 つがあり、「個人・グループ出荷」と対応する

のは後者である。産地集荷業者には 98 年現在 32 名が登録され、同年度の大阪本場の府下産入荷総量に対する産地集荷業者の取扱シェア(金額)は 40.7 %を占める。取引形態は、昼から夕方にかけて生産者の圃場を巡回し、委託を受けた野菜を翌朝に場内売場に搬入して直接仲卸業者等に相対販売するというものである。

これらは、市場開設前の立売人に由来する歴史的権益の残存という側面をもつ一方で、地場野菜確保のために自社独自で個々の生産者から集荷することの非効率・経費負担を業務代行によって回避しようとする卸売業者の思惑と、高齢化や担い手不足のもとで巡回集荷による出荷労力の節減効果を期待する生産者からの評価に裏打ちされ、大阪本場に必要不可欠な集荷補完機構としての位置を獲得している。

また、他の 2 市場(東部市場・北部市場)では、ともに開設の際に統合された地方卸売市場への出荷者からの要請に応じて、一般小売商の取引(セリ)参加を原則とする近郷売場を卸売業者が各々開設している。ここでも、近郷売場での主たる取扱品目は、系統共販品目とは異なって軟弱野菜をはじめとする地場野菜であるが、各市場の大阪産入荷総量に占める近郷売場の取扱シェア(数量)は東部市場：約 50 %、北部市場：35 %と総じて高い。

出荷者構成は、いずれも個人・グループからの直接出荷が圧倒的に多く、例えば東部市場の近郷売場の場合には約 90 %を占めており、その登録荷主数は 930 名に及ぶ(「近郷」の範囲には隣接府県も含まれる)。近年、スーパーの要請を背景に近郷売場での取引に参加する仲卸業者が発言力を強めるなかで、地場野菜の品質・荷姿・規格に関する基準が厳しくなりつつある。従って、出荷者に対しても品質確保、生産・調製技術の向上が要請され、東部市場では特定スーパーへの納入を前提に卸売業者の子会社を経由して一部の専門的農家との間で栽培契約(相対取引)を進めるなどの動きもみられる⁴⁾。

一方、大阪における花き流通は、従来、多数の花き地方卸売市場と花き問屋によって根

幹が担われてきたが、1993年から94年にかけて統合整備が行われ、大阪市と泉大津市に第3セクター方式の拠点的な大規模地方卸売市場が新設された。これによって、市場整備前には21市場を数えた府下の花き地方卸売市場は7市場に激減するとともに、新設された2市場と既設市場としては全国有数の規模を誇る1市場をあわせた3大市場に市場流通量の大半が集中するようになっている。これらの大規模市場には共販体制を整備した大規模産地や大規模経営からの出荷が増加しており、府下生産者の多くがこれまでのような個人的対応による出荷を継続することが困難となっている。その結果、共販への取り組みや新たな販路を模索する動きがみられる。

Ⅱ. 大阪府における農産物朝市・直売所の存在形態と諸特徴

1. 農産物朝市・直売所の運営主体とその類型

表1は朝市・直売所の運営組織の構成員について地域別に示したものである。これによると、農家だけで運営を行っている朝市・直売所の割合が高くなっており、それはとりわけ豊能、北河内、三島、泉北などの地域において顕著である。その一方、大阪市や中河内、南河内などの地域では農協や市町村の職員が組織運営に参加している割合が高く、少数ではあるが組織運営に消費者がかかわっている朝市・直売所もみられる。

表1 朝市・直売所の運営組織（複数回答）

地域名	回答数 (件)	運営組織構成員 (%)			
		農家	市町村・農協職員	消費者	その他
豊能地域	8	100.0	12.5	—	—
三島地域	20	100.0	5.0	5.0	10.0
北河内地域	18	100.0	22.2	—	—
大阪市地域	5	80.0	100.0	—	20.0
中河内地域	6	50.0	66.7	—	—
南河内地域	17	100.0	76.5	11.8	23.5
泉北地域	6	83.3	16.7	—	—
泉南地域	10	80.0	50.0	20.0	40.0
計	90	92.2	37.8	5.6	12.2

資料：アンケート調査（1999年10月実施）により作成

また、販売価格の決定についても「出荷者」（52.2%）や「役員・委員」（28.9%）など、参加農家が主体的に行っている場合が多く、「農協職員」が販売価格を決めている朝市・直売所は8.9%にとどまっている。しかし、会計（販売代金の精算業務）担当者についてみると「農協職員」の割合が35.6%を占めている。また、店舗での販売作業についても「農協職員」が担当している割合が22.2%を占めているなど、農協が重要な役割を担っている場合が少なくない。

これら運営組織の構成員や販売価格の決定者、販売作業や会計の担当者などを指標として、回答のあった朝市・直売所をフリーマーケット形式の1件を除いて運営主体別に類型区分すると、以下の4類型に大別できる。①組織運営から価格決定、販売作業に至るすべてを参加農家が担う「生産者中心型」（44件：49.4%）、②価格決定や販売作業は主として参加農家が担い、組織運営や精算業務について農協が協力する「生産者・農協協力型」（24件：27.0%）、③組織運営から価格決定、実際の販売作業や精算業務に至るすべてを農協職員が担う「農協主体型」（14件：15.7%）、④組織活動のいずれかの部分に市町村職員や消費者が関与する「自治体・消費者参加型」（7件：7.9%）の4区分である。

なお、地域別・運営主体別類型ごとの朝市・直売所数については表2に示すとおりである。

2. 農産物朝市・直売所の概要と運営状況

表2 地域別・運営主体別朝市・直売所数

地域名	回答数 (件)	生産者 中心型	生産者・農協 協力型	農協 主体型	自治体・ 消費者 参加型	その他
豊能地域	8	7	1	—	—	—
三島地域	20	16	3	—	1	—
北河内地域	18	9	7	2	—	—
大阪市地域	5	—	—	5	—	—
中河内地域	6	1	—	5	—	—
南河内地域	17	4	9	—	4	—
泉北地域	6	4	1	1	—	—
泉南地域	10	3	3	1	2	1
計	90	44	24	14	7	1

資料：表1に同じ。

朝市・直売所の開催場所をみると、「駅前」や「商店街」といった商業活動を行う上で極めて立地条件がよいところはそれぞれ 11.1 %、4.4 %とそれほど多いとはいえない。しかし、「市街地」の割合が 38.9 %占めており、農村部を含めて「幹線道路沿い」が 53.3 %と過半数を占めるなど、比較的立地条件に恵まれている朝市・直売所が多いものと考えられる。一方、大阪府内では中山間地域は非常に少ないが、「山間地の農村」に立地する朝市・直売所が全体の 21.1 %を占めている。とりわけ豊能地域では半数に達しており、三島地域でも 3 割に及ぶ点は注目される。なお、豊能地域を除くと、当該地域の農協や市町村の所有地において開催されている場合が多い。

つぎに、表 3 より開設年次についてみると、

1980 年代以降が大半を占めており、とりわけ「1990 年代前半」に半数近くが集中している。そのなかで、地域別では北河内地域において「1970 年代以前」の開設が 3 割近くを占めており、また大阪市地域でもすべてが「1980 年代」の開設となっている。また、運営主体別では「農協主体型」や「自治体・消費者参加型」において「1970 年代以前」あるいは「1980 年代」の割合が高い。このように、早くから都市化の進展がみられ、営農条件の劣悪化した地域において、比較的早くから農協や自治体、消費者のバックアップのもとで取り組みを開始した朝市・直売所の多くが、現在もなお活動を続けている点は興味深い。

表 4 は開催頻度と開催時間について示した

表 3 朝市・直売所の開設年次

地域・類型名		回答数 (件)	開設年次 (%)				
			計	1970 年代 以前	1980 年代	1990 年代 前半	1990 年代 後半
地域別	豊能地域	8	100.0	—	25.0	37.5	37.5
	三島地域	20	100.0	—	30.0	50.0	20.0
	北河内地域	18	100.0	27.8	27.8	38.9	5.6
	大阪市地域	5	100.0	—	100.0	—	—
	中河内地域	6	100.0	16.7	16.7	50.0	16.7
	南河内地域	17	100.0	5.9	17.6	58.8	17.6
	泉北地域	6	100.0	—	33.3	33.3	33.3
	泉南地域	10	100.0	10.0	20.0	40.0	30.0
	計	90	100.0	8.9	28.9	43.3	18.9
運営主体別	生産者中心型	44	100.0	6.8	22.7	50.0	20.5
	生産者・農協協力型	24	100.0	8.3	20.8	50.0	20.8
	農協主体型	14	100.0	14.3	57.1	28.6	—
	自治体・消費者参加型	7	100.0	14.3	42.9	14.3	28.6
	計	89	100.0	9.0	29.2	43.8	18.0

資料：表 1 に同じ。

表 4 朝市・直売所の開催頻度と開店時間

地域・類型名		回答数 (件)	開催頻度 (%)						開店時間 (%)				
			計	週 5 日 以上	週 2 ～ 4 日	週 1 日	月 1 ～ 2 日	不定期	計	7 時 以前	7 ～ 8 時	8 ～ 9 時	9 時 以降
地域別	豊能地域	8	100.0	—	37.5	50.0	12.5	—	100.0	—	37.5	25.0	37.5
	三島地域	20	100.0	5.0	40.0	25.0	30.0	—	100.0	5.0	20.0	40.0	35.0
	北河内地域	18	100.0	11.1	22.2	44.4	11.1	11.1	100.0	5.6	11.1	44.4	38.9
	大阪市地域	5	100.0	—	—	—	100.0	—	100.0	—	—	—	100.0
	中河内地域	6	100.0	50.0	—	50.0	—	—	100.0	16.7	16.7	33.3	33.3
	南河内地域	17	100.0	11.8	17.6	11.8	52.9	5.9	100.0	17.6	11.8	29.4	41.2
	泉北地域	6	100.0	16.7	—	83.3	—	—	100.0	—	33.3	50.0	16.7
	泉南地域	10	100.0	—	30.0	30.0	30.0	10.0	100.0	30.0	10.0	20.0	40.0
	計	90	100.0	10.0	23.3	33.3	28.9	4.4	100.0	10.0	16.7	33.3	40.0
運営主体別	生産者中心型	44	100.0	9.1	27.3	43.2	18.2	2.3	100.0	15.9	22.7	34.1	27.3
	生産者・農協協力型	24	100.0	—	37.5	29.2	25.0	8.3	100.0	8.3	16.7	45.8	29.2
	農協主体型	14	100.0	28.6	—	21.4	50.0	—	100.0	—	7.1	14.3	78.6
	自治体・消費者参加型	7	100.0	14.3	—	—	71.4	14.3	100.0	—	—	28.6	71.4
	計	89	100.0	10.1	23.6	32.6	29.2	4.5	100.0	10.0	16.9	33.7	40.4

資料：表 1 に同じ。

ものである。これによると、「週1日」開催する朝市・直売所が全体の3分の1を占めており、泉北地域では83.3%に達している。これに次いで多いのは「月1～2日」の開催で、全体の3割近くを占めているが、南河内地域では過半数、大阪市地域に至ってはすべてがこれに該当する。このように、週1日以下に開催日が限られている朝市・直売所が約3分の2に及んでおり、「週5日以上」とほぼ常時型の朝市・直売所は10.0%にすぎない。そのなかで、中河内地域では半数がほぼ常時開催している点は注目される。

同表より開店時間についてみると、「9時以降」の開店は40.0%にとどまり、一般の小売店と比較して非常に早くから開店している朝市・直売所が多くなっている。とりわけ「7時以前」という早朝に開店する割合が全体でも10.0%みられるが、泉南地域では30.0%にも及んでいる点は特筆される。

ところで、表5は直売活動を開始した動機についてみたものである。これによると、「消費者に新鮮でおいしい農産物を提供したい」、「消費者と直接交流したい」、「農業に対する消費者の理解を高めるため」の回答が多く、全体としては農産物の販売を通じて地域住民との交流を図ろうとする意識が大きな契機となっていることがわかる。

しかし一方では、「自給農産物の余剰を販売したい」や「少量生産で市場出荷が困難」

という回答の割合が高く、また「水田転作への対応」や「農産物販売額を伸ばしたい」との回答も少なくない。しかも、これらの割合は豊能、三島、北河内、中河内などの各地域で高く、運営主体別では「生産者中心型」、「生産者・農協協力型」の朝市・直売所で高くなっている。これらの地域は中河内を除くと概ね稲作を主体とする地域であり、また豊能地域を除くと都市化の進展が早くからみられた地域でもあり、自給的な農家が多い大阪府内のなかでもとりわけそれが顕著なところである。しかも、いずれの地域とも青果物を取り扱う卸売市場の整備が進展し、小ロットでは市場出荷が困難であるなど、自給的農家あるいは小規模な園芸農家にとっては経営を取り巻く環境、とりわけ販売環境が相対的に不利な地域である。そのため、これらの地域の生産者は新しい販売チャネルの1つとして朝市・直売所を開設しているといえよう。

表6は朝市・直売所への参加農家と主な出荷者についてみたものである。これによると、参加農家数は延べ1,473戸に達しており、平均すると1組織当たり16.6戸の農家が直売に関与していることになるが、開催当初よりも参加農家数が若干減少している組織が少なくない。そのなかで、「農協主体型」の朝市・直売所では参加農家数が大幅に増加しており、また「自治体・消費者参加型」では参加農家数が比較的多いことが注目される。

表5 朝市・直売所の開催動機(複数回答)

地域・類型名		回答数 (件)	開 催 の 動 機 (%)												
			消費者に新鮮でおいしい農産物を提供	自給用農産物の余剰を販売したい	消費者と直接交流した	農協・市町村の援助	農業に対する消費者の理解を高めるため	少量生産で出荷が困難	農家同士交流を深めるため	高齢者・女性グループ活動の環境	水田転作への対応	普及センターの勧め	消費者からの要請	農産物販売額を伸ばしたい	市場出荷の規格外品を販売したい
地域別	豊能地域	8	87.5	87.5	50.0	25.0	37.5	62.5	25.0	50.0	37.5	75.0	12.5	25.0	12.5
	三島地域	20	80.0	70.0	45.0	20.0	30.0	40.0	30.0	40.0	55.0	15.0	10.0	10.0	10.0
	北河内地域	18	88.9	61.1	44.4	55.6	61.1	33.3	44.4	22.2	27.8	16.7	5.6	16.7	11.1
	大阪市地域	5	80.0	20.0	40.0	60.0	40.0	—	20.0	—	—	20.0	—	—	—
	中河内地域	6	83.3	50.0	50.0	33.3	50.0	66.7	50.0	—	16.7	16.7	16.7	—	16.7
	南河内地域	17	76.5	35.3	41.2	58.8	35.3	29.4	23.5	29.4	5.9	11.8	29.4	23.5	—
	泉北地域	6	100.0	33.3	16.7	16.7	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	50.0	—	—	—
	泉南地域	10	90.0	30.0	50.0	50.0	40.0	10.0	20.0	30.0	10.0	—	20.0	10.0	—
	計	90	84.4	52.2	43.3	41.1	40.0	34.4	30.0	27.8	25.6	20.0	14.4	13.3	6.7
運営主体別	生産者中心型	44	84.1	70.5	43.2	22.7	34.1	36.4	25.0	40.9	34.1	34.1	9.1	15.9	11.4
	生産者・農協協力型	24	83.3	50.0	25.0	66.7	33.3	45.8	37.5	20.8	25.0	12.5	20.8	8.3	4.2
	農協主体型	14	85.7	21.4	57.1	42.9	50.0	28.6	42.9	—	7.1	—	14.3	7.1	—
	自治体・消費者参加型	7	85.7	14.3	71.4	71.4	85.7	—	14.3	28.6	14.3	—	28.6	28.6	—
	計	89	84.3	52.8	42.7	41.6	40.4	34.8	30.3	28.1	25.8	20.2	14.6	13.5	6.7

資料：表1に同じ。

表6 朝市・直売所の参加農家数と主な出荷者の属性

地域・類型名	回答数 (件)	農 家 数 (戸)		年 齢 構 成 (%)					性別構成 (%)		
		開始当初	現 在	計	49歳 以下	50代	60代	70歳 以上	計	男性	女性
地 域 別	豊能地域	8	116 (14.5)	135 (16.9)	100.0	6.8	18.9	48.0	26.4	100.0	29.2 70.8
	三島地域	20	304 (15.2)	291 (14.6)	100.0	4.6	24.6	50.5	20.3	100.0	53.6 46.4
	北河内地域	18	253 (14.1)	237 (13.2)	100.0	0.8	12.0	57.5	29.7	100.0	58.7 41.3
	大阪市地域	5	35 (7.0)	21 (4.2)	100.0	13.3	13.3	26.7	46.7	100.0	100.0 —
	中河内地域	6	78 (13.0)	137 (22.8)	100.0	1.5	22.1	56.5	19.8	100.0	90.9 9.1
	南河内地域	17	389 (22.9)	357 (21.0)	100.0	4.3	19.7	54.4	21.7	100.0	60.3 39.7
	泉北地域	6	170 (28.3)	166 (27.7)	100.0	11.9	33.5	41.6	13.0	100.0	38.9 61.1
	泉南地域	10	131 (14.6)	129 (14.3)	100.0	12.4	34.3	41.0	12.4	100.0	59.0 41.0
	計	90	1,476 (16.6)	1,467 (16.6)	100.0	5.4	22.1	50.9	21.6	100.0	56.5 43.5
運 営 主 体 別	生産者中心型	44	703 (16.0)	661 (15.0)	100.0	4.1	22	49.6	24.3	100.0	41.7 58.3
	生産者・農協協力型	24	473 (19.7)	454 (18.9)	100.0	5.4	22.9	50.9	20.8	100.0	58.6 41.4
	農協主体型	14	138 (9.9)	201 (14.4)	100.0	2.2	22.2	56.8	18.9	100.0	91.9 8.1
	自治体・消費者参加型	7	162 (23.1)	157 (22.4)	100.0	15.8	20.1	49.6	14.4	100.0	74.6 25.4
	計	89	1,476 (16.6)	1,473 (16.6)	100.0	5.4	22.1	50.9	21.6	100.0	56.5 43.5

資料：表1に同じ。

注：() 内は1組織当たりの参加農家数を示す。

朝市・直売所への主な出荷者の年齢構成を見ると、「49歳以下」はわずか5.4%にすぎず、「60歳代」が50.9%と過半数を占めており、これに「70歳以上」を加えると、実に72.5%に達する。地域別にみると、60歳以上の割合は早くから取り組まれている北河内地域や大阪市地域において高くなっている。また、主な出荷者の性別をみると、「男性」と「女性」の割合はそれぞれ56.5%、43.5%であり、大阪市地域や中河内地域では「男性」の割合が非常に高い一方、豊能地域や泉北地域では「女性」が主体になっている。なお、運営主体別にみると、出荷者の年齢構成に特徴はみられないが、性別については「農協主体型」や「自治体・消費者参加型」では「男性」の割合が高く、「生産者中心型」において「女性」の割合が高くなっている。

3. 販売状況

表7から朝市・直売所の年間販売額をみると、「100～499万円」層が43.3%と最も多く、「100万円未満」層も30.0%を占めており、両者を併せて500万円未満の朝市・直売所が73.3%と約4分の3に達している。このように、小規模な朝市・直売所が大半を占めるなかで、南河内や中河内、泉北の各地域ではかなり大規模なものがみられる。

また、5年前と比較した販売額の動向をみると、「増加した」とする回答が「減少した」

を上回っており、とりわけ中河内や三島、豊能、泉北の各地域ではその割合が半数またはそれ以上に達している点は注目に値する。しかしその一方で、北河内では「減少した」との回答が「増加した」を上回っている。

つぎに、品目別の販売金額割合をみたものが表8であるが、これによると、軟弱野菜を中心とする「野菜」の割合が58.7%と高く、北河内、中河内、泉北、泉南の各地域では8割近くに達している。野菜に次いで多いのは「果実」で19.3%を占めており、以下、「花き」が13.9%、「加工品」が3.8%、「林産物」が2.1%、「コメ」、「豆類」がそれぞれ1.6%と続いている。このように、野菜、果実、花きといった園芸作物を中心として、地域の多様な農林産物が販売されている。1日当たりの平均販売品目数は12.8品目となっているが、季節によって販売品目の変動が大きく、最も販売品目数が多い月には15.5品目を数える一方、最も販売品目が少ない月には平均7.7品目にとどまっている。

また、過去5年間に販売金額が増加した品目についてたずねたところ、「野菜」とする朝市・直売所の割合が47.8%と高いが、品目別販売金額割合では1割強を占めるにすぎない「花き」の増加を指摘する朝市・直売所の割合が31.1%と高くなっている点は注目される。

ところで、販売価格の決定方法は同一の直売所でも部門あるいは品目によって異なると

表7 朝市・直売所の販売額とその動向

地域・類型名		回答数 (件)	年 間 販 売 額 (%)										販売額の動向 (%)					最多月販売額 (万円/日)	
			計	100 万円 未満	100 ～ 499	500 ～ 999	1,000 ～ 1,999	2,000 ～ 2,999	3,000 ～ 3,999	4,000 ～ 4,999	5,000 万円 以上	該当 なし	計	増加 した	変化 なし	減少 した	回答 なし	1組織 平均	1農家 平均
地 域 別	豊能地域	8	100.0	—	75.0	12.5	12.5	—	—	—	—	—	100.0	50.0	25.0	12.5	12.5	22.2	1.3
	三島地域	20	100.0	35.0	35.0	15.0	5.0	5.0	—	—	—	5.0	100.0	60.0	20.0	15.0	5.0	16.6	1.0
	北河内地域	18	100.0	27.8	50.0	16.7	5.6	—	—	—	—	—	100.0	22.2	38.9	38.9	—	7.8	0.6
	大阪市地域	5	100.0	100.0	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—	60.0	40.0	—	2.8	0.9
	中河内地域	6	100.0	—	66.7	—	16.7	—	16.7	—	—	—	100.0	66.7	16.7	16.7	—	13.0	0.6
	南河内地域	17	100.0	23.5	41.2	11.8	5.9	5.9	—	5.9	5.9	—	100.0	29.4	41.2	23.5	5.9	27.6	1.3
	泉北地域	6	100.0	16.7	33.3	16.7	—	33.3	—	—	—	—	100.0	50.0	50.0	—	—	29.7	1.2
	泉南地域	10	100.0	50.0	40.0	—	10.0	—	—	—	—	—	100.0	30.0	40.0	20.0	10.0	18.5	1.5
	計	90	100.0	30.0	43.3	11.1	6.7	4.4	1.1	1.1	1.1	1.1	100.0	38.9	34.4	22.2	4.5	17.9	1.1
運 営 主 体 別	生産者中心型	44	100.0	22.7	50.0	20.5	—	4.5	—	—	—	2.3	100.0	47.7	29.5	18.2	4.6	15.5	1.0
	生産者・農協協力型	24	100.0	37.5	33.3	4.2	16.7	4.2	—	—	4.2	—	100.0	33.3	33.3	29.2	4.2	22.2	1.2
	農協主体型	14	100.0	42.9	35.7	—	14.3	—	7.1	—	—	—	100.0	21.4	50.0	28.6	—	10.0	0.7
	自治体・消費者参加型	7	100.0	14.3	57.1	—	—	14.3	—	14.3	—	—	100.0	42.9	42.9	14.3	—	30.7	1.4
	計	89	100.0	29.2	43.8	11.2	6.7	4.5	1.1	1.1	1.1	1.1	100.0	39.3	34.8	22.5	3.4	17.9	1.1

資料：表1に同じ。

注：1) 「販売額の動向」は5年前(開設後5年以内のものは開設当初)との比較。

2) 「年間販売額」の「該当なし」は開設後1年以内であり、年間販売実績がないことを示す。

表8 農産物朝市・直売所の販売品目

地域・類型名		回答数 (件)	品目別販売金額割合 (%)									1日当たりの 販売品目数		
			計	コ メ	豆 類	野 菜	果 実	花 き	加 工 品	林 産 物	そ の 他	平均	最多月	最少月
地 域 別	豊能地域	8	100.0	2.5	1.0	72.4	6.6	7.9	6.5	3.1	—	10.6	15.4	5.4
	三島地域	20	100.0	4.3	1.6	70.7	3.1	10.4	5.9	3.4	0.6	12.4	13.6	7.3
	北河内地域	18	100.0	—	3.2	77.8	7.9	8.9	1.5	0.5	0.2	8.9	17.2	8.2
	大阪市地域	5	100.0	—	—	78.0	12.0	10.0	—	—	—	5.8	8.6	3.6
	中河内地域	6	100.0	0.2	0.9	46.1	32.7	16.6	2.6	0.8	—	10.8	15.0	6.3
	南河内地域	17	100.0	3.0	1.2	58.0	11.7	16.5	8.9	0.3	0.4	16.2	18.2	8.9
	泉北地域	6	100.0	0.1	0.1	77.2	3.4	11.8	1.1	0.0	6.2	22.2	23.3	10.2
	泉南地域	10	100.0	0.6	0.6	76.1	8.3	10.6	1.7	—	2.2	12.0	13.2	7.7
	計	89	100.0	1.3	1.3	58.7	19.3	13.9	3.8	1.2	0.5	12.8	15.5	7.7
運 営 主 体 別	生産者中心型	44	100.0	2.9	2.5	67.4	8.2	11.8	5.9	—	0.7	12.6	15.0	8.3
	生産者・農協協力型	24	100.0	0.6	0.5	47.8	24.3	21.0	2.5	2.7	0.8	13.0	18.7	7.6
	農協中心型	14	100.0	0.4	1.4	81.2	6.1	10.2	0.7	—	—	11.5	9.2	3.9
	自治体・消費者参加型	7	100.0	0.4	0.2	41.1	46.8	5.3	6.1	0.2	—	18.4	20.6	11.3
	計	89	100.0	1.3	1.3	58.7	19.3	13.9	3.8	1.2	0.5	12.8	15.5	7.7

資料：表1に同じ。

ころが多く、運営主体別の特徴はあまりみられないが、「販売価格を年間一定に取り決めている」という回答の割合は10.0%にすぎず、時期あるいは出荷者によって販売価格を変動させているところが大半である。なかでも「数量を一定に取り決めて市場価格を参考に販売価格を決定する」との回答が66.7%を占めている。これに対して、「出荷者によって販売価格も数量も異なる」という回答も4割近くみられ、出荷者の自由な裁量で販売が行われている朝市・直売所もかなり存在することを示している。そのなかで、「農協主体型」では「数量を一定に取り決めて市場価格を参考に販売価格を決定する」との割合が高く、他の回答が少ない点を特徴としている。

販売方法についてみると、「レジ形式」を採用している朝市・直売所は31.1%にとどまっており、「対面販売」の割合が64.4%を占めている。販売作業は「出荷者全員」あるいは「出荷者が当番で担当している」、「出荷者のうち出役可能な人」など出荷者が中心となっている場合が多い。これに対して、「農協職員」が販売に当たっている割合は2割強にとどまっているが、中河内や大阪市では80%以上と高くなっている。また、「パートを雇用」している朝市・直売所は10.0%にすぎないが、「農協主体型」では28.6%を占めている。さらに、南河内などでは消費者が運営組織に参加するだけでなく、販売作業にも加わっている朝市・直売所がみられる点は特筆

される。

販売手数料については「設定していない」との回答は2割強にすぎず、7割以上の朝市・直売所が手数料の徴収を行っているが、「定率としている」(68.9%)とところが大半を占めており、料率は概ね5～10%となっている。ちなみに、これらは「買い物袋等の消耗品や備品の購入」(53.3%)や「研修会・会議の旅費や飲食費」(37.8%)への利用が多く、「建物などの賃貸料・修繕費」(21.1%)、「チラシなどの宣伝・印刷費」(17.8%)、「販売担当者の賃金」(8.9%)などに充当している朝市・直売所もみられる。

ところで、出荷量の過不足が多く朝市・直売所において問題となっているが、「作付・出荷の計画化を図っている」とする割合はわずか4.4%にすぎず、「品目ごとの出荷量に上限を設定している」朝市・直売所も20.0%にとどまっている。一方、商品不足時にも「揃う物だけを販売する」という割合が86.7%と非常に高く、「参加農家以外の農家等から仕入れる」、あるいは「農協共販の品物を融通する」など、地域の農産物のみを販売している朝市・直売所が大半を占めている。しかしその一方で、大阪市や泉南地域、あるいは「農協主体型」では「卸売市場から仕入れる」との回答が少なからずみられる。

なお、残品が生じた場合、「持ち込んだ農家をもって帰る」との回答割合が72.2%と高く、とりわけ「生産者中心型」では90.9%、「生産者・農協協力型」でも75.0%を占める。一方、「価格を下げて販売する」という回答も27.8%みられるが、「農協主体型」、「自治体・消費者参加型」では、その割合がそれぞれ57.1%、42.9%と高い。これに対して、「最後にその場で破棄する」(8.9%)や「無人市にして販売する」(6.7%)との回答はともに1割以下にすぎないが、「農協主体型」では「最後にその場で破棄する」朝市・直売所が3割近くみられる。すなわち、全体としては残品を出荷者が各自の責任で持ち帰る場合が圧倒的に多いものの、農協が中心となって運営している朝市・直売所では最後に販売価格を下げて販売し、それでも完売できない場合

には破棄するものが多くみられる。これは、「農協主体型」の朝市・直売所では販売作業を農協職員やパートタイマーが担当している場合が多いためと考えられる。

朝市・直売所の来店者(顧客)についてみると、1日当たり来店者数は土・日曜日では147.0人、平日でも62.8人とかなりの数にのぼる。近年、来店者数が「増加した」とする回答が46.1%と半数近くを占めており、「減少した」(22.5%)とする回答を大幅に上回っている。一方、来店者の1回当たり購入量については「変化なし」が49.4%と約半数を占めているものの、「増加した」(27.0%)とする回答が「減少した」(18.0%)とする回答を上回っている。とりわけ豊能、三島、泉北の各地域において来店者数、1回当たりの購入量ともに「増加した」とする回答割合が高い点は注目される。しかしその一方で、直売への取り組みが早くからみられた北河内地域では「減少した」とする回答が来店者数については44.4%、1回当たりの購入量についても33.3%とかなり多くなっている点は看過できない。

4. 直売活動による効果

表9は直売活動による参加農家や地域農業の変化についてみたものである。これによると、「参加農家の生産意欲が向上した」、「農家相互の情報交換が活発になった」、「消費者ニーズが分かるようになった」、「新しい品目・品種に対する関心が深まった」などの割合が高く、また「高齢者・女性の参加が増加した」、「農産物の加工への関心が高まった」、「休耕地・耕作放棄地が減少した」との回答もみられるなど、直売活動が地域農業の活性化に果たす役割は軽視できないものがあるといえよう。とりわけ中山間地域を含めて農村地域での開設が多い豊能、三島地域ではほとんどの項目で平均値を上回る高い回答割合を示しており、条件不利地域ほど朝市・直売所が果たす役割は大きい。

また、農産物の販売を通じて消費者や地域住民との交流を図ろうとする意識が直売活動

表9 朝市・直売所による参加農家や地域農業、消費者の変化(複数回答)

地域・類型名		回答数 (件)	参加農家や地域農業の変化(%)									消費者の変化(%)				
			参加農家の生産意欲の向上	農家の相互情報交換の活性化	消費者ニーズの理解の向上	新品目・品種への関心の高まり	他の直売所への関心の高まり	高齢者・女性の参加の増加	農産物の加工への関心の高まり	休耕地・耕作放棄地の減少	その他	農業に対する消費者の理解の深まり	消費者と農業以外で交流できた	農作業への参加	変化なし	その他
地域別	豊能地域	8	75.0	62.5	62.5	75.0	25.0	62.5	—	—	12.5	75.0	37.5	—	—	37.5
	三島地域	20	70.0	55.0	40.0	50.0	40.0	30.0	20.0	30.0	10.0	75.0	30.0	10.0	10.0	25.0
	北河内地域	18	66.7	77.8	44.4	38.9	61.1	11.1	11.1	5.6	—	72.2	11.1	—	11.1	—
	大阪市地域	5	—	20.0	40.0	—	—	—	—	—	—	60.0	20.0	—	—	—
	中河内地域	6	66.7	50.0	66.7	16.7	—	16.7	—	16.7	16.7	50.0	50.0	16.7	—	50.0
	南河内地域	17	41.2	41.2	52.9	47.1	29.4	5.9	11.8	11.8	—	58.8	11.8	—	29.4	5.9
	泉北地域	6	66.7	33.3	50.0	83.3	66.7	16.7	66.7	—	16.7	66.7	50.0	16.7	—	33.3
	泉南地域	10	50.0	40.0	80.0	30.0	40.0	10.0	20.0	—	10.0	30.0	50.0	10.0	10.0	30.0
	計	90	57.8	52.2	52.2	44.4	37.8	18.9	15.6	11.1	6.7	63.3	27.8	5.6	11.1	18.9
運営主体別	生産者中心型	44	68.2	54.5	47.7	45.5	38.6	22.7	18.2	13.6	6.8	63.6	27.3	6.8	13.6	25.0
	生産者・農協協力型	24	70.8	45.8	54.2	62.5	41.7	20.8	20.8	8.3	—	70.8	20.8	—	16.7	8.3
	農協主体型	14	28.6	42.9	50.0	14.3	14.3	7.1	—	7.1	14.3	57.1	28.6	7.1	—	21.4
	自治体・消費者参加型	7	14.3	71.4	71.4	42.9	57.1	14.3	14.3	14.3	14.3	57.1	57.1	14.3	—	14.3
		計	89	58.4	51.7	51.7	44.9	37.1	19.1	15.7	11.2	6.7	64.0	28.1	5.6	11.2

資料：表1に同じ。

を始める大きな契機となっていることは前述したとおりであるが、朝市・直売所を開始してからの消費者の変化については前掲表9に示す通りである。これによると、「消費者との交流や消費者の理解に変化はない」という回答は11.2%にすぎず、「消費者の農業に対する理解が深まった」との回答割合が6割以上に達しており、「農業以外で消費者と交流をもつようになった」あるいは「消費者が農作業に参加するようになった」との回答もみられる。豊能、三島地域では「消費者の農業に対する理解が深まった」、「農業以外で消費者と交流をもつようになった」とする回答の割合がとりわけ高く、この両地域では他地域以上に直売活動が消費者との交流活動にも好影響を与えていると考えられる。

このように、朝市・直売所における直売活動は、地域農業の活性化だけでなく、生産者と消費者との交流、あるいは消費者の農業に対する理解の醸成などにも大きな効果をもたらしている。

5. 運営上の問題点と今後の運営方針

表10に示すように、朝市・直売所の運営上の悩みは多岐にわたっているが、なかでも「出荷量の少ない時期がある」、「販売品目数の少ない時期がある」、「時期による出荷量の変動が激しい」、「恒常的に荷物が揃わない」

など、品揃えや数量調整に関する事項が多く指摘されている。

今後の運営方針についてみたものが表11であるが、「朝市・直売所を廃止したい」との回答は1.1%にすぎず、「現状を維持したい」との回答も36.0%にとどまっており、前向きな回答が多くみられる。多くの朝市・直売所が高齢化などによって参加農家の減少を余儀なくされており、また品揃えや数量調整に苦勞していることから、「参加農家を増やしたい」、「農産物の販売品目数を増やしたい」、「作付・出荷の計画化を図りたい」との回答が多い。また、前述のとおり、消費者との交流について一定の成果をあげている朝市・直売所が多いが、さらに「消費者との交流を深めるイベントを開催したい」とする回答が2割以上みられる点は注目される。

農業改良普及センターや試験研究機関への要望についても多様であるが、とりわけ技術指導に関する要望が強い。なかでも安全な農産物を消費者に供給したいとする意識の高さとも関わって、「農薬や化学肥料を減らす栽培技術」に対する指導を要望する朝市・直売所が39.3%と最も多く、品揃えが課題となっている朝市・直売所が多いことから、「周年出荷ができる品目の組合せ」(33.7%)、「収穫期を前進・後退させる栽培技術」(32.6%)、「地域にない新しい品目の栽培技術」(31.5%)などの指導を要望する割合も高くなってい

表10 農産物朝市・直売所の運営上の悩み(複数回答)

地域・類型名		回答数 (件)	運 営 上 の 悩 み (%)													その他
			出荷量の少ない時期がある	販売品目数の少ない時期がある	時期による出荷量の激しい変動がある	恒常的に品物が揃わない	駐車場の狭い	売場が狭い	閉店後の精算にお金がない	目立たない等条件が悪い	施設が簡易で品質が低い	残品が多い	近隣に直売所でき売上が伸びない	価格や手数料の設定が困難	近隣商店との開店日が制限	
地域別	豊能地域	8	75.0	37.5	37.5	25.0	37.5	12.5	12.5	—	—	12.5	—	—	—	
	三島地域	20	65.0	55.0	60.0	30.0	15.0	25.0	10.0	15.0	10.0	15.0	5.0	5.0	15.0	
	北河内地域	18	66.7	50.0	27.8	38.9	33.3	11.1	16.7	5.6	22.2	5.6	11.1	—	—	
	大阪市地域	5	40.0	20.0	—	20.0	20.0	—	—	—	—	—	—	—	—	
	中河内地域	6	50.0	66.7	16.7	33.3	—	33.3	33.3	16.7	—	33.3	—	—	33.3	
	南河内地域	17	75.0	75.0	50.0	37.5	50.0	31.3	31.3	56.3	25.0	25.0	12.5	18.8	—	
	泉北地域	6	33.3	33.3	16.7	33.3	33.3	50.0	16.7	16.7	—	—	16.7	—	16.7	
	泉南地域	10	40.0	60.0	40.0	20.0	10.0	20.0	30.0	10.0	10.0	—	10.0	—	20.0	
	計	90	60.7	53.9	38.2	31.5	27.0	23.6	19.1	18.0	13.5	11.2	10.1	6.7	4.5	9.0
運営主体別	生産者中心型	44	63.6	47.7	34.1	22.7	18.2	15.9	18.2	11.4	6.8	6.8	11.4	6.8	2.3	15.9
	生産者・農協協力型	24	62.5	66.7	50.0	50.0	33.3	25.0	33.3	29.2	16.7	16.7	8.3	12.5	—	
	農協主体型	14	50.0	35.7	21.4	21.4	7.1	14.3	—	7.1	14.3	—	7.1	—	7.1	
	自治体・消費者参加型	7	57.1	71.4	42.9	28.6	42.9	14.3	28.6	—	14.3	—	—	—	—	
		計	89	60.7	52.8	37.1	30.3	27.0	22.5	19.1	16.9	12.4	11.2	10.1	6.7	4.5

資料：表1に同じ。

表11 農産物朝市・直売所の今後の運営方針(複数回答)

地域・類型名		回答数 (件)	今 後 の 運 営 方 針 (%)															
			参加を 増やしたい	農産物 の販売品 目数を 増やしたい	作付・ 出荷の 計画化 を図りたい	消費者 と交流 の場を 深めたい	加工 品の 販売品 目数を 増やしたい	研修 会の 開催・ 拡充を 図りたい	バー コード・ レジの 導入で 運営合 理化を 図りたい	販売場 所を増 やしたい	有機農 産物の 販売を 増やしたい	施設 導入で 販売の 時期を 伸ばしたい	開日 数を増 やしたい	他の朝 市・直 売所の 連携を 深めたい	記帳や 決算等 経理面 を強化 したい	現状を 維持し たい	廃止し たい	その他
地域別	豊能地域	8	50.0	37.5	37.5	37.5	25.0	—	12.5	12.5	—	37.5	—	—	—	50.0	—	—
	三島地域	20	60.0	45.0	35.0	20.0	20.0	30.0	10.0	20.0	25.0	20.0	10.0	20.0	5.0	35.0	—	—
	北河内地域	18	33.3	38.9	16.7	22.2	5.6	16.7	5.6	11.1	—	—	—	5.6	—	50.0	—	—
	大阪市地域	5	40.0	—	20.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	60.0	—	5.6
	中河内地域	6	16.7	33.3	33.3	33.3	16.7	—	—	—	33.3	—	—	—	—	33.3	—	—
	南河内地域	17	37.5	37.5	25.0	12.5	18.8	12.5	31.3	12.5	6.3	18.8	25.0	6.3	6.3	18.8	6.3	6.3
	泉北地域	6	50.0	50.0	16.7	16.7	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	16.7	—	16.7	33.3	16.7	—	16.7
	泉南地域	10	30.0	50.0	30.0	30.0	30.0	20.0	10.0	10.0	10.0	—	20.0	10.0	—	30.0	—	10.0
	計	90	41.6	39.3	27.0	21.3	18.0	16.9	13.5	13.5	12.4	12.4	9.0	9.0	4.5	36.0	1.1	4.5
運営主体別	生産者中心型	44	40.9	36.4	25.0	20.5	20.5	13.6	6.8	13.6	15.9	13.6	4.5	6.8	6.8	47.7	—	4.5
	生産者・農協協力型	24	45.8	41.7	29.2	25.0	8.3	33.3	29.2	16.7	8.3	20.8	16.7	12.5	4.2	25.0	4.2	4.2
	農協主体型	14	35.7	21.4	28.6	21.4	7.1	—	—	—	14.3	—	—	—	—	28.6	—	—
	自治体・消費者参加型	7	28.6	71.4	28.6	14.3	42.9	14.3	28.6	14.3	—	—	28.6	14.3	—	14.3	—	14.3
		計	89	40.4	38.2	27.0	21.3	16.9	16.9	13.5	12.4	12.4	12.4	9.0	7.9	4.5	36.0	1.1

資料：表1に同じ。

る。

しかしながら、「朝市・直売所の運営に関する指導」(24.7 %)や「朝市・直売所に関するイベントの開催・指導」(13.5 %),「朝市・直売所組織のネットワーク化の推進・指導」(12.4 %)などに対する要望も三島、南河内、泉北などの地域を中心として少なからずみられ、技術指導のみにとどまらず、これらに対する支援も必要とされている。

Ⅲ. 農産物朝市・直売所の展開事例

大阪府内の朝市・直売所の地域別あるいは運営主体別の特徴は上述のとおりであるが、地域農業の特徴や立地の特性を踏まえながら

朝市・直売所ごとに創意・工夫を凝らした独自の取り組みを行っている。そこで、以下では主要な運営主体別類型ごとの事例についてその実態を把握することにしたい。

1. 「生産者中心型」朝市の実態 —三島地域・M地区—

同一地区内に複数の「生産者中心型」朝市が存在するM地区は、市街地から自動車です約30分という条件に恵まれてはいるものの、京都府と隣接する大阪府北部三島地域の最北部、北摂山系に囲まれた山村に位置しており、自治体の総合計画において「保全緑地ゾーン」として今後とも山林・農地を保全し、農業振

興を図るべき地域とされている。地区内総世帯 368 戸（1995 年）のうち農家世帯は 227 戸（61.7 %）を占めるが、専業農家は 2.2 % に過ぎず、第 2 種兼業農家が 86.8 % と高い。さらに、農業従事者に占める女性の割合も約 50 % に及んでいることが当地区農業の特徴である。また、地区内の耕地面積 133ha（95 年）のうち 121ha（91.0 %）が水田で、主要作物としては水稻、花壇苗・鉢花、しいたけ等がある。

ところで、M 地区内で開催される朝市は、上述した地域農業の特徴を踏まえながら、高齢者・女性を中心に組み込まれている農村振興方策（「都市と農村の交流活動」によるむらづくり、1988 年度～）の一環として位置づけられている。これら朝市は、1991 年（A 朝市）、1992 年（B 朝市）、1993 年（C 朝市）と相次いで集落ごとに開催されているが、以下にみるように各々異なる特徴を持っている。

（1）A 朝市

例えば、最も早く開催された A 朝市の場合、行政サイドからの交流活動への参加要請を受けて農家女性を中心とする話し合いが繰り返され、実行組合を主体とする月 1 回の青空市が開催されたことに端を発する。その後、イベント等の機会に把握された消費者意識を通じて取り組みの方向性に確信を深め、週 1 回定例化の実現、さらには有志による運営組織「青空市会」が発足することになった。

現在、集落農家の 3 分の 1 に相当する 17 戸の農家が朝市に参加し、毎週日曜日の午前 7 時から午後 3 時まで開催されており、販売品目は野菜が最も多く（80 %）、以下、花き・農産加工品がそれぞれ 10 % を占めている。また、販売価格の設定は、北部市場近郊部価格の約 80 % を目安に青空市会が行うが、その際に販売手数料として 5 % が徴収され、備品購入やチラシなどの宣伝費用に充当されている。なお、当日の残品は各自持ち帰りとなっている。

朝市では、卸売市場からの仕入れを利用して豊富な品揃えを実現しているほか、露天商の営業許可を取得し、ぜんざい・味噌汁等の

軽食を提供するなど消費者の多様な要求に応える活動に積極的に取り組んでおり、1 回当たりの販売金額も 50 ～ 70 万円に達するなど地区内朝市のうち最も規模が大きい。また、朝市の拡大を通じて、農家女性を中心に生産・農産加工活動が活発化するなど集落内の営農意欲が喚起され、退職帰農者が複数誕生するなど担い手確保に繋がる動きがみられることは重要である。

（2）B 朝市

また、B 朝市は、集落の農家女性による村おこし活動の一環として発足した花づくりグループによって収穫された花の活用方法を模索するなかで、花摘み園と同時に開催された。現在、朝市はグループの主催により、毎週 2 日間（水・日曜日）午前 8 時から正午まで、集落の集会所広場で開催されており、女性を中心に 26 名の生産者が販売に参加している。1 回当たりの販売額は約 10 万円程度であり、A 朝市のそれと比較して小規模ではあるが、一品 100 円均一という価格設定原則と地元で生産されたものしか販売しないという地域に対するこだわりの姿勢が、素朴な朝市としての好評を定着させている。

（3）C 朝市

以上のことは、引き続き C 朝市の開設に大きな影響を与えている。従来、集落における農業の担い手は、卸売市場出荷（北部市場の卸売業者による巡回集荷）や生協産直を中心に販路を確保する専業農家層と家庭菜園の延長線上に位置する自給的農家層とに分化しており、それぞれ規格外品や余剰分の処理に頭を悩ませていたという。まずは集落内の農家女性を中心となっており、先にみた隣接集落における朝市の取り組みに問題解決の糸口を求めようとする動きが起こったのはごく当然のことであった。

野菜市準備会という名称で、全戸に向けて朝市への参加協力を呼びかける等の取り組みを通じて朝市は順調に拡がりを見せた。その結果として、高齢化・兼業化を理由に市場仕向けに規格品生産が困難となった生産者が朝市販売用の多品目生産にシフトする、当初傍観気味であった男性が朝市の発展を目の当た

りにして有機米の販売を中心に朝市に参加する等の変化がみられた。

現在、朝市は毎週2日間（土・日曜日）午前8時より集落の出荷場前で開催されており、男女あわせて20名余の生産者が販売に参加している。朝市での販売価格は出荷した生産者各自によって決定されており、1回当たりの販売額（土日集計）も約10万円程度とB朝市同様に小規模であるが、ここでは開催日以外の平日にも無人市としての販売が行われていることが特徴である。

上述のように、M地区内の3カ所の朝市は、ともに都市と農村の交流活動を通じて誕生し、発展を遂げ現在に至っている。朝市を開設し、生産者を組織化する過程で、「世代を越えた話し合いの場を通じて農家同士の交流・協力関係が深まった」、あるいは「従来、当然のように考えていた地域の良さを再確認することができた」などの声が寄せられているように、朝市活動によってむらづくりの土台となる人間関係が構築されてきたことの持つ意味は大きい。そして、その波及効果は決して地区内部にとどまらない。実際に、これら朝市の取り組みに啓発された近接地区や隣接市町において、1992年以降新たに朝市・直売所を開設する動きが広まっている。

2. 「生産者・農協協力型」直売所の実態 — 南河内地域・C地区 —

D直売所の所在するC地区は、大阪府南東部の南河内地域のなかでも条件的に不利な中山間地域に位置しており、金剛・葛城の連山を背景とする急峻な山地部が区域の約80%を占める。しかし、自動車使用の場合には大阪市内から約1時間と、交通アクセスに比較的恵まれていることから、登山客を中心に年間120万人余の観光客が同地区を訪れる。同地区農業の特徴は、耕地面積311ha(1995年)のうち168ha(54.0%)を樹園地が占めることを背景に、みかん狩りを中心に、芋掘り、椎茸採り、花摘みなど同地区の有する自然・史跡等と調和のとれた都市農村交流型の観光農業が早くから展開したことである。

「生産者・農協協力型」の典型である直売所の設立契機は、農協共販による市場出荷を中心とする専門的農家の規格外品など余剰農産物や、高齢者・女性を中心に栽培される多品目・少量生産の農産物等の販路を確保し、かつ地域農業の活性化を図ることを目的として、農協の下部組織であるC地区農振連絡協議会（1985年に、果樹・花き・蔬菜・農産加工の4部会が合同し設立）が中核となって、地区を挙げての直売所設置への機運が高まったことにある。

D直売所は1990年からスタートし、現在毎週土・日曜日および祝祭日に開催されており、その運営は農協から委託を受けた同協議会の各部会代表者計12名で構成される運営委員会が担当している。運営委員会は、2ヶ月に一度行われる全体会議に先だって開催され、年間行事（イベントの開催）や臨時開市日の決定、販売等の出役当番の割り振り、全体会議での案件整理などの役割を担う。当初の直売所運営規定では午前8時からと申し合わせられた開店時間であるが、アクセス時の交通渋滞を回避しようとする買い物客の購買行動、そして何よりも後述するような本直売所独特の品揃えに対する魅力を背景に、現在では早朝4時頃には開店しており、午前5時～6時30分頃には既に集客のピークを迎えるという。

ところで、直売所の土地・建物は自治体の所有であり、設立当初はその使用料は免除され、無償で同協議会に貸与されていたが、直売所が軌道に乗った現在では年間約25万円相当の借地料（うち農協から10万円助成有り）を支払っている。D直売所への出荷者は、協議会を構成する上記4部会に所属する67名の生産者（重複加入含む）に限定されており、出荷者の年齢構成は、50歳未満が3名（4.5%）、50歳代が14名（20.9%）、60歳代が26名（38.8%）、70歳以上が20名（29.9%）と高齢者層が多く、耕作面積も50a未満層が24名（35.8%）存在する。

また、D直売所で販売される品目をみると、野菜50%、花き35%、果実13%、農産加工品2%の順となっており、府下の朝市・直

売所の中でも花きの占めるウエイトがとりわけ高いことが特徴である。実際に、花き出荷部会では全員が直売所での販売に参加しており、農協共販の主力品目である夏小ギクの出荷についても徐々に直売の位置づけが高まったことから、1998 年現在では花き出荷量の約 80 %がB直売所での販売に仕向けられているという。

販売価格は、出荷者が各自で決定するのが原則であるが、代金の授受に伴う煩雑さと販売担当者の混乱を避けるために、主な品目については各部会の申し合わせに基づいて運営委員会が決定した 50 円単位の基準価格（例えば、トマト：300 円、キュウリ・ナス：200 円、軟弱野菜：100 円、切花：200 円・300 円束など）に統一されており、各自が数量で調節する方法が採られている。販売担当等の出役は、予め作成された分担計画表に基づいて、原則として各部会より 1 名ずつの 4 名（開店から閉店まで）と補助 2 名（繁忙時のみ）の計 6 名が担当しており、若干額ではあるが出役報酬も支払われる。販売手数料は 3 ～ 10 %の幅で 1 年ごとに見直されるが、現在は個人売上額の 5 %（1999 年）を徴収し、販売担当者への出役報酬に充当するほか、直売所運営費として積み立て、施設修理や消耗品（統一規格の買い物袋）の購入費用に充てている。現在のところ、直売所の残品割合は野菜で 15 %、果実 20 %、花き 5 ～ 10 %程度であり、処理方法は原則として出荷者の引き取りである。

表12 南河内地域・C地区のD直売所における販売実績・利用者の推移

(単位:万円、人)

	朝市販売額		利用者数	
	実数	指数	実数	指数
1990年度	1,926	100	19,260	100
1991年度	4,608	239	43,833	228
1992年度	5,429	282	49,355	256
1993年度	6,220	323	59,235	308
1994年度	7,187	373	64,627	336
1995年度	7,008	364	68,042	353
1996年度	7,317	380	71,039	369
1997年度	7,248	376	—	—
1998年度	8,050	418	—	—

資料：農協業務資料より作成。

注：1997,1998年度の利用者は未集計である。

表 12 によれば、D直売所の来店者数は 1 万 9,260 人（1990 年度）から 7 万 1,039 人（1996 年度）にまで拡大し、同様に売上金額も当初の 1,926 万円から 8,050 万円（1998 年度）と約 4 倍にまで増加している。なお、来店者の多くは地区外の近隣市町から自動車で来店し、その約 80 %がリピーターとして定着しているとみられるが、近年では大口の固定客からの依頼を契機に花きの出張販売にも取り組み始めたという。このような直売所の発展は、来店者へのアンケート調査から消費者ニーズの情報収集を図り直売所向けの多品目栽培を導入してきたことや、施設化や促成栽培（花きの場合、球根の低温処理）の導入により冬場の出荷量減少を克服し周年出荷体制の確立に務めてきたことなど、協議会組織の地道な取り組みによって支えられてきたといえる。また、直売所の運営を規範化していく過程で販売担当等の出役当番制を確立するなど、出荷者の総意と合意のもとに「個人のものを個人が販売する場」のみに留まらない組織的な直売所づくりが目指されていることも重要な点であろう。

しかし一方で、地元生産で来店者の要求に応えられない品目については、部会組織の責任で卸売市場等からの仕入れが行われている。現在、その割合は野菜で直売所販売額の約 10 %、花きでも約 30 %に及んでおり、年々増加傾向にあるという。部会員の高齢化に伴い組織運営の継続性に対する不安が高まっていることと併せて、地域農業の活性化という当初の目的に照らして直売所の発展方向を問い直すべき時機を迎えているともいえよう。

3. 「農協主体型」直売所の実態

—中河内地域・H地区—

E朝市は、大阪市に隣接する中河内地域のH地区に位置しており、組織活動のほとんどを農協が主体となって担う「農協中心型」の典型事例である。同地区の耕地面積は 285ha（1995 年）で、都市農業の特色を生かした軟弱野菜や花き生産を特徴とする。なお、朝

市の位置する地区中心部は全都市街化区域に編入されていることから、土地利用をめぐる都市と農村との対抗関係が熾烈化し、農業生産の場である農地はスプロール状に残存するにすぎない。

E朝市の直接的な設立契機は、兼業農家の組合員から自家消費分の余剰野菜に対する販路確保の要請が農協に寄せられたことに端を発している。そこで、青壮年部を中心に月に1回の青空市を開催してきた実績を有する農協の働きかけにより、1990年には農協の生産組合（朝市部会）が発足し、平日の週5日間に管内3カ所の各支店店舗前での販売が開始されることになった。

E朝市で販売される商品は、仏花用の菊を除けば野菜が95%と大部分を占めている。それらは、毎朝7時～8時の間に特定の農協支店（農協合併前にE朝市の拠点であった本店）に搬入され、出荷者ごとに価格決定された後に他の2支店に設置された店舗に配送・陳列される。各店舗での販売時間は午前8時40分～午後5時とされているが、実際は午後3時頃までに完売となることが多く、各店舗での販売は農協職員（2名）およびパート（2名）が担当している。朝市開始当初、出荷される野菜の規格・形状には不揃いが多くみられたことから、農協では「野菜出荷単位一覧表」を作成する、品質の向上を図る、種子の斡旋を行う、さらには生産者番号制を導入し品質向上意識を喚起する等の取り組みを通じて、朝市商品の規格・形状の平準化に努めてきた。現在、部会から出荷される野菜は年間を通じて約40品目、平均でも20品目余が毎日店頭に並んでいる。

販売価格の決定は、日々の全農価格と近隣小売店価格を参考に作成される「価格決定基準（全農価格の約70%）」をもとに、農協の販売担当者に一任されており、出荷者立ち合いのもとで個々の品物に応じて決定される。当日の残品については、ひとまず保冷庫で保管した後に翌朝の時点で価格を下げて販売するか廃棄するかを農協の販売担当者が判断する仕組みになっており、出荷者の引き取りは一切ない。なお、販売手数料は売上金額の10

%とされているが、うち4%は部会積立金として差し引かれ、備品購入や技術研修会等の旅費補填に充当されている。

ところで、朝市部会では、これら一般消費者を直接対象とした販売と並行して、1991年以降は地元生協からの安全・新鮮な地場野菜の出荷要請により生協組合員との計画的な交流会を開催し、翌1992年からは朝市販売分と同一価格で地区内の生協店舗（1店舗）へのお荷も開始している。この生協出荷は、それを契機として部会規約の事業目的に「有機・低農薬野菜づくりの研究」が加えられることになるなど組織発展の画期となった一方、数量調整や品質の厳選化（農薬使用量の制限等）、休日販売への対応に伴う困難という組織運営上の新たな問題を引き起こした。そこで農協では、生協出荷への対策として、出荷前日早朝時点での数量予約、土日出荷への対応等を条件に、朝市部会所属の専業農家（12名）を中心に生協部会を設立するなどの措置を講じている。1998年度における農協の直売実績は5,060万円であるが、うち朝市販売が3,800万円（75.1%）、生協販売が1,260万円（24.9%）を占めている（表13参照）。

1999年現在、部会は45名の生産者によって構成されており、部会員の年齢構成は、50歳未満が2名（4.3%）、50歳代が19名（40.5%）、60歳代が14名（29.9%）、70歳以上が10名（21.3%）となっている。また、部会員の耕作面積も50a未満層が33名（70.2%）と零細規模の兼業農家が圧倒的に多いが、生産技術指導をはじめとする営農・販売面における農協の組織的支援の存在が、定年後のUターン帰農者や高齢者・女性の朝市部会への参加促進、さらには後継者層の新規就農の実現など、地域農業の担い手育成のための土台づくりに繋がっていることには注目すべきであろう。

現在、3カ所の朝市店舗での総集客数は1日当たり約170名であるが、店舗の立地形態（幹線道路沿い、商店街、駅前）によって利用者の属性は若干異なるものの地元H地区居住者が大多数を占めており、アクセス方法も自転車か徒歩で来店という場合が多い。した

表13 中河内地域・H地区のE朝市における販売実績の推移

(単位:万円)

	朝市販売額		生協販売額		朝市部会 販売額計	
	実数	指数	実数	指数	実数	指数
1992年	2,740	100	729	100	3,469	100
1993年	3,461	126	1,075	147	4,536	131
1994年	3,057	112	884	121	3,941	114
1995年	3,256	119	904	124	4,160	120
1996年	3,390	124	1,396	191	4,786	138
1997年	3,297	120	1,291	177	4,588	132
1998年	3,802	139	1,256	172	5,058	146

資料：農協業務資料より作成。

注：1)朝市販売額は3店舗の合計額を示す。

2)1997、1998年の販売額はそれぞれ年度会計である。

がって、これらの朝市には都市化の進展が著しいH地区にあつて、まさに地元消費者に対する地域農業のアンテナショップとしての役割が期待されているといえよう。実際に、朝市の利用者から農作業への参加依頼が農協に寄せられるといった事例や、生協出荷を契機に部会員（生産者）と生協組合員との間に様々な交流も生まれつつある。

しかし、主力の朝市販売においては、組織運営の大部分を農協職員（5名）が担うために、生産者と地元消費者とが直接に対峙する関係は存在せず、一般に朝市活動を通じて期待されるところの両者の「顔の見える関係」は必ずしも熟成しているわけではない。またさらに、農協合併など系統組織の再編過程で、事業としての採算性という視点から単位農協が独自に取り組んできた営農指導・販売事業の蓄積を見直す動きも顕著であることを鑑みれば、朝市活動への組織的支援体制（職員配置等）の存続・事業上の位置づけには不安が大きいと考えざるを得ない。今後、朝市の持続的発展を展望するためには、各店舗における販売担当の当番制確立など現部会員（生産者）の主体的な組織運営への参加促進が重要な課題となっている。

4. 「自治体・消費者参加型」直売所の実態 —南河内地域・T地区—

F直売所の所在するT地区は農業地域類型では都市的地域に区分されるものの、山地や丘陵地が多く、耕地面積341haのうち樹園地

が180haと半分以上を占めている。同町は古くからブドウ栽培の盛んな地域であり、農業粗生産額12.0億円のうち果実が8.6億円（71.6%）を占めている。

F直売所は南河内地域と奈良県中部を結ぶ国道沿いに1997年に開設された「道の駅」に設置されている。「道の駅」の運営は、ドライバー等の休憩の場としての提供を行いながら、官民一体となって地域の観光振興や特産物の販売をはじめとする地場産業の育成推進を図るT運営協議会によって担われている。直売所の運営を統括するのは「道の駅」の駅長であり、協議会には各種団体の役員など農業関係者以外も参画していることから、同直売所は「自治体・消費者参加型」に分類される。

F直売所への出荷者は原則として同協議会の会員に限られているが、実際に農産物の出荷を行っている会員の数は約40名であり、50歳代が5名、60歳代が25名、70歳以上が10名と高齢者層が大半を占めている。しかし、そのなかにはブドウ、ミカンなどの果実あるいはナス、キュウリなどの施設野菜を主に卸売市場へ出荷する専門的な農家も含まれている。

同地区における農産物の直売活動は1992年に二上山への登山道の入り口に整備された公園内で月1回（第3日曜日）開設されていた「わいわい朝市」に端を発する。現在、F直売所では農産物は基本的には売店施設においてパート労働の2名の販売員によって毎日9時から17時まで他の地場産品などとも

に販売されているが、毎週土・日曜日には「わいわい朝市」が実施され、出荷者が当番で販売を担当している。

1998 年度には農産物の販売だけで、4 千万円を上回る売上を達成しているが、ブドウ、ミカン、カキを中心とする果実がそのうちの約 80 % を占めており、その他では野菜が 15 %、漬物や餅などの加工品が 5 % 程度となっている。ただし、果実の生産が少数品目に限られ、しかも各品目とも出荷時期が短期間に集中するのに対して、野菜は周年的に多品目が出荷されており、1 日当たり約 20 品目の農産物が販売されている。

ところで、F 直売所における運営上の特徴は、駅長のリーダーシップのもとに、事前に出荷量の調整がなされている点である。すなわち、出荷者数が多く、残品が生じる可能性の高い品目については、出荷者を当番制にするとともに、出荷者は平日には駅長に、土・日曜日には農協職員に事前に連絡を入れ、両者の話し合いによって日々のお荷量を決めており、できる限り残品が生じないようにしている。また、販売価格についても基本的には出荷者が各自で決定しているが、その際には駅長の助言が大いに参考になっており、出荷者による価格のばらつきは小さい。なお、残品が発生した場合、出荷者が当番制である商品については出荷者の持ち帰りを原則としているが、他の商品については閉店前に価格を下げて販売し、それでも売れ残ったものについてはパート職員に無料配布するか、あるいは翌日に価格を下げて販売するのが一般的である。このように、お荷量や販売価格が調整されていること、毎日の開催であるために売れ残った商品の翌日販売が可能であることなどから、販売ロスはお果実ではほとんどみられず、野菜でも 10 % 以下に抑えられている。

なお、F 直売所における販売代金の精算業務は農協職員が担当しており、販売金額の 10 % に設定されている手数料はパート職員の賃金や買い物袋などの消耗品費、研修会や会議時の飲食費などに充当されている。

「道の駅」への平均来場者数は土・日曜日には約 1,300 人、平日でも 300 人程度に及び、

その多くが直売所にも立ち寄るという。しかし、直売所での購入者はリピーターがすでに 6 ～ 7 割を占めるに至っており、しかもそのうちの約 8 割が 60 歳以上の高齢者であるという点は興味深い。

前述のとおり、F 直売所への主たる出荷者は自給的農家の高齢者層であるが、直売活動への参加によって出荷農家の生産意欲が格段に高まり、作付増加によって一部には休耕地や耕作放棄地が減少するといった効果さえみられる。しかし、同直売所は自治体と農協のバックアップを受けながら、駅長のリーダーシップと一部の農協職員の献身的な協力によって運営が成り立っているのも事実である。長期的な視野に立って持続的な発展を図っていくためには、受益者である出荷者がより主体的に運営に関わっていくようなシステムを構築していくことや次代を担う後継者を確保していくことなどが重要であるといえよう。

また、F 直売所への出荷者は原則として 5 万円の参加協力費を支払って協議会の会員になっている地区内在住者に限られているが、直売活動が軌道に乗り、それが盛んになるにつれて、新たに出荷を希望する生産者が増えている。その一方で、T 地区内には花き栽培農家が存在しないため、現在のところ切花を奈良県内の卸売市場から仕入れて販売しているが、同直売所が所在する南河内地域では農協の広域合併がなされたことなどから、近隣の直売所と連携して切花を供給してもらうことも話し合われている。

F 直売所は開設後まだ日は浅いが、順調に売上が伸びていること、「道の駅」という公共性の強い施設内に設置されていること、かなり広範囲に居住する人々が立ち寄り、地域資源の P R の場ともなっていることなどを考え合わせると、設立当初から直売活動に参加し苦勞して軌道に乗せてきた会員に配慮することはもちろんとしても、開設当初には出荷の意思を示さなかった地区内の生産者にも門戸を拡げるとともに、地区内の出荷者と競合しない品目に限っては近隣市町村の特産物についても出荷を認めることなどを検討する時期を迎えていると考えられる。

IV. まとめ

一朝市・直売所の存続をめぐる課題一

これまで考察してきたように、大阪府下の朝市・直売所では、各々が存在する地域農業の特徴を背景に、開設に至る契機やその後の組織運営主体の形成過程が多様であり、したがって各類型ごとに抱える問題点や当面する課題の内容は必ずしも同質ではない。しかし一方で、これからの朝市の発展方向や地域農業のなかでの位置づけをめぐる、共通して検討すべき様々な問題も惹起し始めている。以下にそれら問題点を指摘し、併せて解決のために求められる若干の課題についても触れておくことにしたい。

1. ハード面での環境整備

まず、第1の問題は、販売所の選定・確保、施設整備が不十分なことである。多くの朝市・直売所で、現在地における駐車場確保の困難や混雑時における交通・安全対策への不安が指摘されている。これらの問題を解決または軽減できるような販売所の選定・確保は焦眉の課題である。また、簡易テントなどを利用した朝市・直売所の場合には、特に夏場を中心に農産物の品質劣化が著しいことへの対策が衛生管理の面からも急務となっている。

さらに、「生産者中心型」などの場合には、個人・グループ単位で朝市活動に至便な土地・施設を確保することには借地料の支払いなど経費負担の面からも限界がある。これらについては、地元農協や行政の土地・施設を適切に有効利用することも含めた協力・支援が必要である。

2. 品揃え・数量調整をめぐる考え方

第2の問題は、品揃えや数量調整に対する考え方が未成熟なことである。消費者（利用者）ニーズに対応すべく、地元農協や農業改良普及センターとも連携しながら、多品目少量生産を基本に地域での品揃え確保の取り組みが各地で進められている。しかし実際には、

需要に見合う品揃えや数量確保は地元産地のみでは必ずしも容易ではなく、卸売市場や商人から仕入れた商品を地場産品と同様に販売するなどの傾向も一部に見受けられる。

また、品薄時への対策として、参加農家以外に広範な協力農家を確保するなどの取り組みの重要性が指摘されながらも、実際には運営組織のみでは作付・生産の計画化や出荷数量の調整などの機能を十分に果たすことができない等の悩みも深刻である。さらに、当日残品の処理については、担当職員に価格設定や実際の販売業務が委ねられることの多い「農協中心型」の場合、それ自体が組織拡大の阻害要因になっているところも少なくない。残品処理については、各自出荷者が持ち帰るなど生産者の協力も必要である。

3. 地域農業における位置づけ

第3の問題は、地域農業における朝市・直売所の位置づけに混乱がみられることである。それは、朝市の発展方向を販売事業の拡大という視点のみから追求しようとする動きのなかで顕在化したものである。一般に、朝市設立の背景には余剰農産物の販路を確保したいという産地サイドの事情が存在するが、それは生産者として当然の要求であり、それ自体が都市と農村の交流活動やそれを通じての地域農業に対する相互理解の促進等の目的と何ら矛盾するものではない。しかし、販売事業としての拡大そのものが目的化し、卸売市場や商人からの仕入れに依存しながら品揃えの量的確保のみを追求すれば、そこに地域農業との接点を見いだすことは困難となる。

確かに、消費者は朝市・直売所に対して、豊富な品揃え（多品目化）や常設・定例化を要求しており、それらのニーズにどう応えていくかが問われていることは事実であろう。しかし、同時に安全・安心志向はもちろんのこと、地元で生産された農産物であるという商品の質に対する根強いこだわりも存在することを充分に考慮する必要がある。また、朝市・直売所の多くがリピーター（固定客）層を広範に獲得しており、なかにはそれを契

機に利用者による農作業参加や相互交流が生まれ、結果的に地元消費者の地域農業に対する理解が深められたという経験も蓄積されていることも重要である。

したがって、朝市・直売所を単なる農産物販売の場所と捉えるのではなく、生産者と消費者との信頼関係を土台に成立する地域農業（都市農業）のアンテナショップとして積極的に位置づける視点が重要である⁵⁾。

4. 運営組織の連携・交流

第4の問題は、朝市・直売所の運営組織が相互に連絡調整を行う場が存在しないことである。それは、近隣に朝市・直売所の開設が進展するなかで、各運営組織がそれらの競合問題に対する危機意識を募らせ、今後の展開方向に対して疑心暗鬼を抱き始めていることに象徴されているといつてよい。とくに、近年大阪府下においても朝市・直売所への取り組みが増加基調にあることを鑑みれば、それら運営組織が、相互に開催日の調整や相互に経験・情報交流を行うなどの連絡調整組織（例えば、府・地域レベルでの朝市連絡協議会など）を設立することが急務である。その際には、農協や行政（各地域の農業改良普及センターや市町村の担当）などの果たす役割が大きく問われることになるだろう。

ところで、個別分散的な朝市・直売所のネットワーク化を図ることは、地域事情を踏まえた固有性を再確認するとともに、個々に有する経験・情報をフィードバックしながら普遍的な課題を抽出する機会を提供する上で重要である。また、府下あるいは地域一斉の開催日（例えば、朝市・直売所デー）を設けるなど同時イベントの開催を通じて存在意義をアピールする、さらにはネットワークの機能を活用した組織提携によって、府下各地の特産品を相互に調達し豊富な品揃えを図るなど、知恵と工夫を凝らした効果的な取り組みも必要である。

5. 生産者の意識改革

最後に、第5の問題として、朝市・直売所における農産物販売に対する生産者自身の意識改革が必要であることを指摘しておきたい。現在、朝市・直売所での販売に参加する生産者の意識・階層は、その設立契機に象徴されているように様々である。大きく分けると、一つは自らは卸売市場などを主たる販売対象としながら、その余剰農産物（規格外品・裾もの）の販売や共販の出荷調整機能を期待する専門的生産者、もう一つは自家消費の余剰分を主として販売するという高齢者・女性を中心とする零細規模の兼業的生産者である。しかし実際に、各地で相次いで開設される朝市・直売所において、主たる担い手としての役割を果たしているのは後者である場合が多く、朝市・直売所の開設を契機に休耕地や耕作放棄地が減少したという事例も少なくない。地域農業の生産振興を図る視点からも、自家菜園の延長線上に位置するこれら自給的農家が有する潜在的生産力に大いに着目すべきであろう。

ところで、これら自給的農家の場合には、自家消費の余剰分を朝市・直売所に出荷することに躊躇する傾向がみられる。端的に言えば、「こんなものが本当に売れるのか」という不安感の現れといつてよいが、いま「こんなもの」こそが真に求められていると考える必要があるのではないか。実際に、朝市・直売所を利用する消費者の多くは、必ずしも厳選された規格品の農産物を求めて来店するわけではない。むしろ、生産者が自ら安心して日常食べている食材と同一（自家消費の余剰）であるという商品特性にこそ稀少性が存在する。実際に、消費者の安心・安全志向に対してこれほど説得力のある「差別化」の論理は他に存在しないといえよう。

また、農協職員や一部のリーダー層の献身的な取り組みによって朝市・直売所の組織運営が支えられているといった事例も少なくはない。しかし、例えば農協においても、信用事業等への依存度の高い都市農協の運営の中で、朝市・直売所運営への組織的支援の継続は必ずしも保障されておらず、合併による組織再編はその見通しをより一層厳しいものに

している。今後とも朝市・直売所の持続的な発展を図っていくためには、参加農家全員が自覚と責任をもって主体的に運営に関与することはもちろんのこと、組織の担い手を確保するための継続的な取り組みが必要となっている。

注 1) 全国規模での農産物直売所等の設置概況を把握した調査は数少ない。埼玉県農林部食品流通課の調べ(1997年度)によれば、全国の都道府県における農産物産地直売等の取り組み実施件数は1万1,356件、延べ参加農家数は8万6,701戸、総販売金額は391億1,915万円に及ぶが、そのうち本論で対象とする朝市・直売所等に該当するものは、直売所5,639件、朝市・夕市1,826件の計7,465件(65.7%)を占める。その他の調査としては、農林水産省(農産園芸局婦人・生活課)「全国朝市実施状況一覧表」1995年がある。

2) 例えば、佐藤和憲は、企業的農業経営や農外企業等が一般の野菜作農家・グループに生産を委託し野菜を効率的に調達するシステムのタイプと特徴について言及している(佐藤「生産面からみた野菜ビジネスの現状と展望」『フレッシュフードシステム』Vol.29-1,1999年)。

3) 坂爪浩史「野菜産地の再編と直販事業の展開」三國英實編著『再編下の食料市場問題』筑波書房、2000年、pp.133-149。

4) 詳しくは、藤田武弘『地場流通と卸売市場』農林統計協会、2000年を参照のこと。

5) 例えば、1998年に泉北地域の南部丘陵地帯H地区に開設された野菜・果物・花きの常設直売所は、地区営農組合による多彩な集落営農活動の一環として直売活動の組織運営が行われている興味深い事例である。

営農組合の事業は、直売活動に関わる

①フラワー農園直売班(13名:直売所、花摘みや野菜のもぎ取り)をはじめ、②オペレーター班(7名:圃場整備地内の共同作業)、③転作班(8名:集団転作大豆の栽培)、④体験農園班(7名:農業体験道場、ホビー農園)、⑤水稻採種班(10名:地元JAとの契約)、⑥キクナ採種班(9名:地元JA野菜振興会との契約)等多岐に及ぶ。現在の組合員数は86名、定年帰農者も多く兼業農家の高齢者・女性が生産の主たる担い手であるが、ニュータウンに隣接するという立地条件を生かしつつ、消費者と地域農業との接点を多様な形で提供し、都市と農村との交流型農業を推進している。

(付記) 本論文は、平成10年度文部省科学研究費補助金奨励研究(A)の研究課題「地域流通システムとしての朝市の機能・役割に関する実証的研究」(藤田武弘)の遂行にあたって、大阪府立農林技術センターと共同で実施した府下の朝市・直売所組織、各地域農業改良普及センターからのヒアリング調査結果をもとにまとめたものである。なお、内容の一部は藤田『地場流通と卸売市場』の補論に収録されている。)

(筆者:大阪府立大学農学生命科学研究科)

(筆者:大阪府立農林技術センター)

(筆者:大阪府立大学大学院)