

栃木県支部

栃木県内農産物直売所の現状と課題および今後の展望

首都圏に位置する農業県としての側面を持つ栃木県としては、豊富な農産物資源や豊かな農村環境を活かし、地産地消・地域農産物の消費拡大を推進しているところであり、そのなかで農産物直売所の経済的波及効果ならびに地産地消や都市農村交流の活動拠点としての働きに期待が注がれている。私たちは、このような当県の農業の動向に着目し、診断士業務の一環として農産物直売所の経営支援のあり方を探るために、農産物直売所の実態を調査したものである。

調査は、県農政課の協力をいただき、県内 136 か所の農産物直売所のうちから組織的に事業運営がなされていると思われる農産物直売所 28 か所を抽出し、それぞれに調査票に基づくヒアリングによって実施した。

調査を終えて業界の実態を俯瞰してみると、栃木県内の直売所施設数は頭打ちとなりながらも販売額は増加しているなど、大規模施設への集約化、小規模・弱小組織の淘汰の兆しを感じられるところである。このような農産物直売所市場がこれまでの成長過程から競争環境に転じる環境変化が進むなかで、補助金を頼りとして自助努力の意識に乏しい直売所は業績の低迷を余儀なくされ、それが後継者難に拍車をかける、そのようなマイナスの連鎖が一気に噴出する危機感を感じざるを得ない。

私たちは今回の調査結果から、農産物直売所の成功要件について、立地や施設などの「ハード」面における優位性を持つと同時に、品質管理や品揃え、接客、販売促進等の基本的な「ソフト」面の充実を図ることが重要であること、具体的には小売業として当たり前の管理・統制を行うことに加え、一般の小売店と異なる地域性豊かな直売所独自の取り組みを進めていくこと、顧客本位の「商品」「接客」を徹底し、他地域からの顧客の獲得を実現できるよう取り組んでいくことが重要であると提言した。

また、調査の過程で、直売所運営の一義的な目的を「地域農業者の生きがいづくり」や「コミュニティ形成」におく施設が半数近く認められるなど、直売所すべてを単なる農業者が運営する営利目的の流通小売の一形態と片づけられない側面を有していることが明らかになったり、そのような「非営利・コミュニティ型」直売所では「存続」することの意義を認識し「体制作り」と「生産者の協力」など、組織基盤を整える必要性を提言した。

実際のところ、多くの直売所では競争を意識した管理・統制体制が未整備の点が多く、診断士として支援できる点は少なくない。報告書では、農産物直売所の運営特性を踏まえ、我々診断士がとるべき態度を示した。本報告書が、我々中小企業診断士の農産物直売所支援に当たるうえでの一つの方向性を示せば幸いである。