

農村女性による農産物等直販事業実態調査

1. 農村女性を取り巻く環境

近年、農業を取り巻く環境は、従事者の高齢化や後継者不足などに加えて、米価の下落、輸入拡大に伴う農産物の価格低迷による農業所得の減少など、大変厳しい状況にある。

また一方、消費者のニーズは、新鮮でより品質の高いものや安全・健康志向の高まる中で、高度化・多様化がさらに進むものと予想される。

このような状況の中、地場の農産物を活かした直売など地産地消を進める農村女性が増えてきている。

農林水産省の調査によれば、農村女性の起業数は、平成 18 年全国で 9,050 件（平成 19 年 1 月 1 日現在）、うち富山県は 138 件（同）であり、4 年前の平成 14 年と比べて全国では 1.23 倍、富山県では 1.35 倍と相当な伸びを示している。

この農村女性の起業は、厳しい農家経営にあつて新たな収入を確保する経済的な魅力もさることながら、消費者と直接対話する喜びや生きがい、地産地消・村おこしによる地域農業の活性化に繋がる、などの非経済的な面も大きな魅力となっている。

2. 農村女性による農産物等直販事業所（直売所）の現状【アンケート調査結果より】

- (1) 直売所開設の動機は、地域活性化への貢献や生きがいづくりなど、非経済的な理由が主であり、所得向上などの経済的な理由を大きく上回っている。
- (2) 経営形態は法人格のないグループ経営が約 7 割と最も多く、売上規模は年間 200 万円未満が約 4 割であり、零細な経営組織である。
- (3) 立地は農協の敷地内が約 4 割と最も多く、開業年数は 10 年以内が約 7 割であり、比較的短い。
- (4) 営業日は週 2 回。冬期間は休業するところが多い。顧客は地域密着型。
- (5) 売れ筋商品は、野菜・果物・加工品（手作り品）が定番。
- (6) 商品の値段は生産者（会員）任せ、販売スタッフは会員の当番制。また、商品切れに対する対処法は、特になにもしない・店じまいするが圧倒的的回答。
- (7) 直売所の特徴は、鮮度などの品質・丁寧な接客・地元特産品が 3 本柱。
- (8) 現状の問題・課題は、会員の高齢化と後継者不足。
- (9) 今後の取り組みとしては、商品の品揃えを充実し、売上の拡大を目指す。
- (10) 県など行政機関への要望は、新商品づくりの指導が最も多い。

3. 農村女性による農産物等直販事業所（直売所）の問題点・課題

- (1) 会員の高齢化と後継者不足の解消
- (2) 売上拡大による経営体質の健全化
- (3) 全員経営意識の醸成
- (4) 地域・行政との連携強化