

平成 23 年度 マスターセンター補助事業

岐阜県における農産物直売所に関する調査研究

～農業 6 次産業化に向けて～

報告書

平成 24 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 岐阜県支部

目 次

はじめに

第1章 農産物直売所の概要	1
1. 全国の概要	1
2. 地域別の市場動向	2
3. 産地直売所の経営推移	4
4. 運営主体の実態	5
5. 顧客の実態	10
第2章 岐阜県農産物直売所の実態	12
1. 岐阜県農業の特色	12
2. 岐阜県の朝市・直売所設置箇所数と販売額の推移	13
3. 岐阜県朝市直売所 MAP の集計結果	16
4. 調査農産物直売所における顧客動向	18
第3章 農産物直売所の運営	26
1. 直売所開設に際して	26
2. 品揃えを考える	28
3. 集客と販売対策について	29
4. 店舗のレイアウトについて	30
5. 商品構成をどうするか	31
6. 情報発信の重要性	32
7. 人材育成と接客の基本について	33
8. レストランを併設する場合	34
9. 新製品開発の可能性は大きい	36
10. 事業を多角化する	37
11. 地域社会への貢献として農産物直売所に期待される機能	38
第4章 直売所紹介	41
岐阜圏域	41
1. 鍋原ポケットパーク物産販売所	41
2. 道の駅「織部の里もとす」	43
3. 道の駅「富有柿の里いとぬき」	45
4. ふれあいソバザール	47
5. 山県市てんこもり農産物直売所	49

西濃圏域	51
1. えぼしの里・上石津	51
2. リアリティ花の里	53
3. 道の駅「クレール平田」	55
4. 道の駅「月見の里 南濃」	57
5. 久瀬特産品販売所	59
6. ルート303 グリーンハウス	61
中濃圏域	63
1. 関・はさま農産物直売所	63
2. 道の駅「むげ川」	65
3. 郡上八幡城下町プラザ	67
4. 奥美濃しろとり物産センター	69
5. 牛道青空市場	71
東濃圏域	73
1. 地物野菜店ありがとう	73
2. 恵那峡朝市	75
3. 道の駅・らっせいみさと直売所	77
4. フリーマーケットひまわり	79
5. 岩村町地域特産物直売所	81
第5章 岐阜県農産物直売所への提案	83
1. 直売所の経営	83
2. 出荷者対策	83
3. 品揃え・品質管理	84
4. 価格・手数料	85
5. 来店客対策	85
6. 競争・競合	86
7. 管理運営	86
参考資料	88
おわりに	

はじめに

2011 年 3 月 11 日に発生した大震災によって東日本地域の人々は未曾有の困難に直面しました。その復旧復興は、何よりも最優先の課題です。

農産物直売所においては、震災から数か月を経過して、ようやく復興の兆しが見えています。全国的には直売所の開設ラッシュが続いており、直売所オープンや開設に向けての態勢づくりの話、運営状況、勉強会、イベントなどに関する情報、新鮮で美味しい野菜や果物の話題などがテレビで放映され、消費者の関心も高くなっています。

また、成功している直売所を見てみると、その秘策は出荷者を如何に集めるかにかかっています。必ずといっていいほど情熱のある店長がいて、絶えず生産者と連絡を取り、店内をチェックし、買い物客やスタッフと話をするなど大変な努力をされています。直売所の運営管理がマンネリ化すると、生産者はせっかく収穫した農産物を全部売りたいという思いがあり、生産者でも買わないようなものを置いているところも出てきます。やる気のないスタッフがしなびた野菜を置いていては、直売所間の競争が激しくなってくると消費者から見離されてしまうことになります。このような状況を踏まえ、岐阜県内の直売所を具体的に調査する事にいたしました。

この調査から、農産物の果たす役割の大きさ、地産地消や流通簡素化、農業の多角化及び経営の安定化、高齢者や女性の生きがいなどの実態と課題がわかり、直売所が地域農業の活性化につながっていることがわかりました。

この調査結果が直売所の経営改善に役立つと共に、地域農業の活性化や 6 次産業化に向けての活動の一助になるように取りまとめました。

最後になりましたが、今回の調査研究事業にあたり、調査にご協力いただきました経営者の皆様並びに関係機関の方々に対しまして厚く御礼申し上げます。

平成 24 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 岐阜県支部

支部長 清水 重男

平成 23 年度調査研究委員会

委員長 中小企業診断士 川瀬 國男

委 員 中小企業診断士 神村 晃司

委 員 中小企業診断士 近藤 豊

委 員 中小企業診断士 遠山 征憲

委 員 中小企業診断士 古田 晃

委 員 中小企業診断士 村橋 剛史

第1章 農産物直売場の概要

新鮮で安心な農産物はテレビ・マスコミで話題になっている。農産物の安全性が問われ、天候不順でスーパーなどの野菜の値上がりがある。このようななかで、消費者は直売所へ出かけ、直売所で安心・安全な良質・新鮮な野菜を求める。

農業・農村をめぐる変化の中で農産物直売所は、もっとも活発な動きをしている。

直売所が成長・発展する理由は、

消費者は、安心・安全、新鮮、安価な農産物が入手できる。

直売所は、流通コストダウンにより生産者の手取りは高く、消費者価格は低くなる。

生産者は、少量多品目生産でも販売でき、高齢者や女性でも出荷できる。

消費者の意見も聞け刺激となり、生産や販売の工夫につながる。

「農産物直売所」とは、農林水産省が定義している「産地直売所」のこととした。

同省の定義では「生産者が自ら生産した農産物（農産物加工品を含む）を生産者または生産者のグループが、定期的に地域内外の消費者と直接対面で販売するために開設した場所または施設をいう。」

運用形態は、多様であり、有人販売（無人施設や移動販売を除く）、簡易施設・常設施設、周年営業・季節営業・特定曜日営業などの区別があり、スーパーのインショップやホームセンターの直売コーナーを始めるところも出てきた。

1. 全国の概要

日本の食品産業の国内生産額は約 82 兆円（H20 年度）で農産物産出額は約 8 兆円（H21 年度）その中で直売所の販売額は 8,767 億円である。農産物は食品産業の約 1 割である。

直売所は飽和状態で競争と淘汰の時代と言われているが、直売所で売られている野菜はわずかであり、ほとんどの野菜は流通にのって運ばれておりそのコストだけでも、勿体ない。地域で作ったものを地域で消費するという役割を直売所は果たす必要がある。

直売所は、高齢者の生きがい対策で作った野菜、余った野菜や規格外の野菜の現金化という農家の素朴な要求の実現のために作られてきた。地産地消から進化して、地域をどうするのか、地域農業をどうするのか、直売所が目指す理念・方向が問われている。

直売所は地域を守り、地域を活性化する力を担っている。新しい業態から直売活動への参入も増えているが経済的な使命とする参入も多い。直売所は農家と地域農業と消費者をつなぐ拠点である、直売所の発展は地域の活性化に欠かせないものである。

拡大化する産地直売所の施設数は、全国で約 16,816 か所に達し、

総販売金額は 8,767 億円となっている。直売所は農業・農村をめぐる変化の中で大きく変化しており、現在も更に発展している。

○全国の産地直売所の設置数

16,816 直売所(2010 年農林業センサス)

※定期的に消費者と直接対面で販売するために開設した場所又は施設)

○平成 21 年度の年間総販売金額は 8,767 億円

このうち農業協同組合の販売金額は 2,811 億円(32.1%)

生産者又は生産者グループで 2,452 億円(28.0%)

(農水省 農産物地産地消費実態調査 (平成 21 年度結果))

○平成 21 年度の 1 直売所の年間売上高は平均 5,214 万円

このうち農業協同組合が 1 億 4,787 万円

第三セクターが 1 億 1,502 万円

生産者又は生産者グループ 2,294 万円

(農水省 農産物地産地消費実態調査 (平成 21 年度結果))

1 産地直売所当りの年間販売金額は 5,214 万円でその総売上高に占める野菜類の割合は 33.6%である。よって全国の野菜販売金額を推定すると、全国産地直売所の年間総売上高 8,767 億円の 33.6%にあたる 2,945 億円である。平成 21 年度の全国の野菜の産出額は 2 兆 331 億円であるから金額では 14.5%が直売活動によるものである。

農業総産出額	8 兆 491 億円 (21 年概算値)
米の産出額	1 兆 7,950 億円(21 年概算値)
野菜の産出額	2 兆 331 億円 (21 年概算値)
果実の産出額	6,751 億円 (21 年概算値)

1 産地直売所当り年間販売金額の品目別販売金額割合は

米 5.4%、野菜類 33.6%、果実類 12.6%

(農水省 農産物地産地消費実態調査 (平成 21 年度結果))

2. 地域別の市場動向

(1)過疎の農山漁村の状況

過疎が進む農山村(中山間地)や一部農村地域では、これまで機能していた地域活性化拠点施設に代わり、直売所が新たな地域活動拠点として直売所が期待されている。

小売店が閉店に追い込まれ、直売所が代わって地域の小売機能を果たしている。

また、併設の簡易食堂、加工施設などを運営し雇用促進を図り、学校や福祉施設への給食食材の供給や食育活動に参加し地産地消を推進し、農業農産加工の体験や伝統料理などさまざまな事業へ展開されている。

(2)小都市（人口 10 万人まで）の状況

直売所が地域の農業振興、農業者の自立、交流活性化の拠点施設として期待され、地域における主要な小売業者に位置付けられている。

少量生産物、規格外農産物、小規模農家の生産物を新しく販売したり、女性農業者や若手農業者の参加をうながしたり、後継者育成にも寄与している。

近隣の都市の住民も新鮮な農産物が入手できる店として利用している。

(3)中都市（人口数十万人まで）及び周辺

農業基盤がしっかりしており、健全な出荷農家が見込まれ

この地域では、多数の消費者が顧客として見込まれるので、ある程度の品質と品揃えができれば、需給バランスがよいので、地産地消の最適地である。

直売所は、消費者ニーズに即しており、集客効果が高いことが認知され、農村機能を維持する効果を発揮できる、施設として大いに期待できる。また、兼業農家、高齢農家、小規模農家に対し、直売所に出荷する事で、顧客とのコミュニケーションから生産の喜びにつながり、生産への意欲が高まり、地域農業の活性化に寄与している。

農協などが経営する大規模直売所の開設、スーパーのインショップ、ホームセンター経営の直売所、既存直売所との競争が激化している。

売上鈍化・減少する直売所も現れ、大規模店設立の影響で周辺の小規模直売所が閉店に追い込まれるところもある。

(4)大都市及び周辺

県庁所在地や大都市及び周辺地域では、直売所は、都市農家の農産物の生産・存続支援、新鮮・安心・安全で良品質の農産物への理解、地産地消活動への促進の施設として期待される。農業者は、消費者の支持を得ることにより、生産への意欲が高まる。

消費者は多数存在するので、農協や農家グループによる大規模直売所の開設が盛んである。地場の野菜類の出荷農家を一定数確保できれば事業として成立する。

（設立後、数年で売上額 5 億円、10 億円規模の店が出現）

一定数の出荷農家の確保が困難（都市農業の衰退、庭先販売でも販路確保が可能）であり、さらに施設用地費も高く、消費者の要望がありながら直売設立は難しいという一面もある。

既存小売店でのインショップ活動、異業種からの参入、ホームセンターなどの直売所併設、青空市場開設などの新しい展開などにより競争が激化している。

3. 産地直売所の経営推移

(1)平成 18 年度の経営の状況

平成 18 年度を、平成 15 年度と比較する。1 産地直売所あたり売場面積でみると、186 m²から 236 m²に 27.3%増加し、販売額では 7,462 万円から 8,870 万円に 18.9%増となった。これから 1 直売所の規模が確実に拡大していることがわかる。小さな直売所は閉鎖・統合など直売所間の競争が始まっていることがうかがえる。

図表 1-1 市区町村・第三セクター・農協設置の産地直売所の経営推移

	2003 年度	2006 年度	増減
売場面積	186 m ²	236 m ²	127.3%
従業員数	7 人	8 人	115.3%
営業日数	280.2 日	279.4 日	99.7%
参加農家	167.0 戸	173.9 戸	104.1%
市町村内の居住者	67.9%	69.8%	+1.9%
販売額	7,462 万円	8,870 万円	118.9%
地場農産物	4,759 万円	6,152 万円	129.3%

資料：農林水産省「農産物地産地消等実態調査」

図表 1-2 1 産地直売所の運営主体別の経営(平成 18 年度)

	全国平均	地方公共 団体	第 3 セ ク タ ー	農協	農協(女性 青年部)	生産者 又 は 生産者 G
売場面積	119.0 m ²	166.0 m ²	237.7 m ²	283.7 m ²	105.0 m ²	84.1 m ²
従業員数	7.4 人	9.1 人	8.9 人	7.3 人	10.8 人	7.2 人
営業日数	196.3 日	282.2 日	322.2 日	289.0 日	161.4 日	165.8 日
参加農家	68.9 戸	89.4 戸	145.4 戸	233.6 戸	61.2 戸	37.5 戸
販売額	3,387 万円	4,230 万円	10,221 万円	10,864 万円	2,387 万円	1,665 万円
地場農産物割合	74.3%	69.5%	71.5%	68.5%	68.4%	82.4%

資料：農林水産省「農産物地産地消等実態調査」(平成 18 年度)

(2)平成 21 年度の経営の状況

平成 21 年度の全国の産地直売所における年間総販売金額 8,767 億円のうち農協が 2,811 億円(32.1%)、生産者又は生産者グループが 2,452 億円(28.0%)でこの二つで全体の 6 割に達している。

売場面積は全国平均では、18 年度 119.0 m²から 21 年度 131.4 m²と増加しているが、運営主体別にみると生産者又は生産者グループを除き、他の運営主体は減少している。特に第 3 セクターは 237.7 m²から 179.8 m²に大きく減少している、しかし販売金額が若干増加している、これは競合激化により伸びている大型直売所と縮小している直売所があることを示している。参加農家は全国平均では、18 年度 68.9 戸から 21 年度 86.5 戸へ増加しているが第 3 セクター、農協(女性・青年部)は減少している。特に第 3 セクターは 145.4 戸から 138.3 戸へ減少している、これは競合激化で一部の生産農家が農産物の出荷先を他の直売所へ変えていることを示している。

図表 1-3 1 産地直売所の運営主体別の経営

	全国平均	地方公共 団体	第 3 セク タ ー	農協	農協(女性 青年部)	生産者又は 生産者 G
売場面積	131.4 m ²	153.1 m ²	179.8 m ²	272.1 m ²	91.3 m ²	94.2 m ²
従業員数	7.1 人	7.7 人	10.0 人	8.6 人	11.0 人	6.4 人
営業日数	217.2 日	299.3 日	322.4 日	308.8 日	164.3 日	180.5 日
参加農家	86.5 戸	135.2 戸	138.3 戸	278.9 戸	59.2 戸	44.0 戸
販売額	5,214 万円	6,845 万円	11,502 万円	14,787 万円	2,914 万円	2,294 万円
地場農産物割合	73.2%	69.1%	68.9%	72.8%	84.7%	80.1%

資料：農林水産省「農産物地産地消等実態調査」（平成 21 年度結果）

第 3 セクターと農協について購入者数規模別産地直売所数を H18 年度と H21 年度を比較すると農協は全体に伸びているが第 3 セクターは大規模直売所が拡大、中小の直売所の縮小の傾向が見られる。

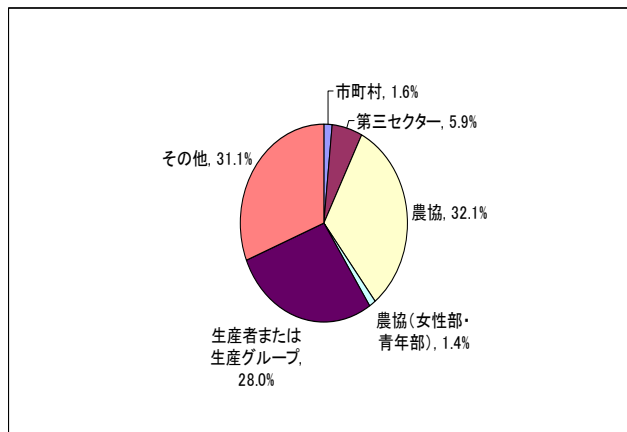
図表 1-7-2 参照

4. 運営主体の実態

(1) 販売額からみた実態

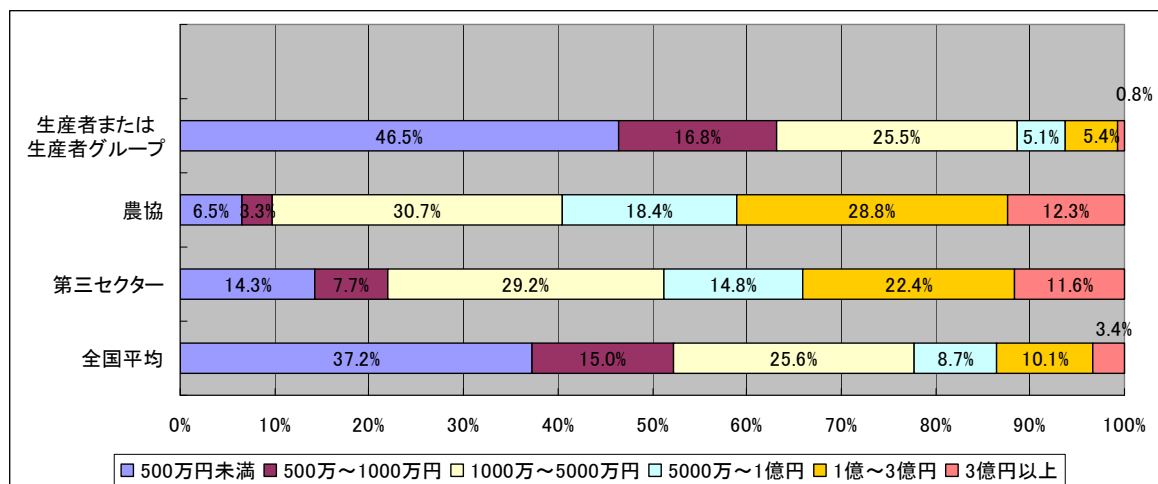
運営主体別の1直売所でみると農協の販売額は1億864万円（平成18年度）から1億4,787万円（平成21年度）に拡大している。生産者又は生産者グループの販売額は1,665万円（平成18年度）から2,294万円（平成21年度）に拡大している。

図表 1-4 運営主体別の年間販売額の割合(平成 21 年度)



農林水産省：農産物地産地消等実態調査（平成 21 年度結果）

図表 1-5 運営主体別による年間販売金額規模別産地直売所数割合（平成 21 年度）



農林水産省：農産物地産地消等実態調査（平成 21 年度結果）

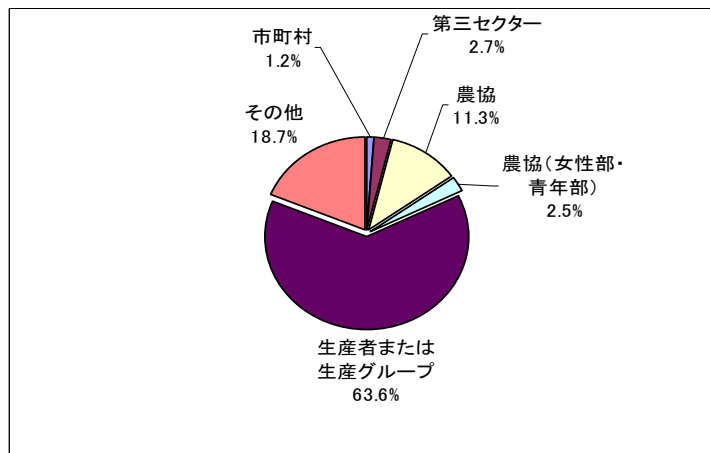
販売金額規模別の産地直売所数の割合は、生産者または生産者グループでは、500万円未満46.5%、500～1000万円未満16.8%、1,000～5,000万円未満25.5%となり5,000万円未満の直売所が88.8%を占める。農協では500万円未満6.5%、500～1000万円未満3.3%、1,000～5,000万円未満30.7%となり5,000万円未満の直売が40.5%を占め、5,000～1億円未満18.4%、1億～3億円未満28.8%、3億円以上12.3%で大規模な直売所が多いことがわかる。

第三セクターでは500万円未満14.3%、500～1000万円未満7.7%、1,000～5,000万円未満29.2%となり5,000万円未満の直売が51.2%を占め、5,000～1億円未満14.8%、1億～3億円未満22.4%、3億円以上11.6%で農協について大規模な直売所が多いことがわかる。

(2)直売所数からみた実態

図表 1-6 運営主体別の直売所数の割合(平成 21 年度)

平成 21 年度の直売所数の割合は 生産者また生産者グループが 63.6%、農協が 11.3%で 生産者又は生産者グループの割合が高い。



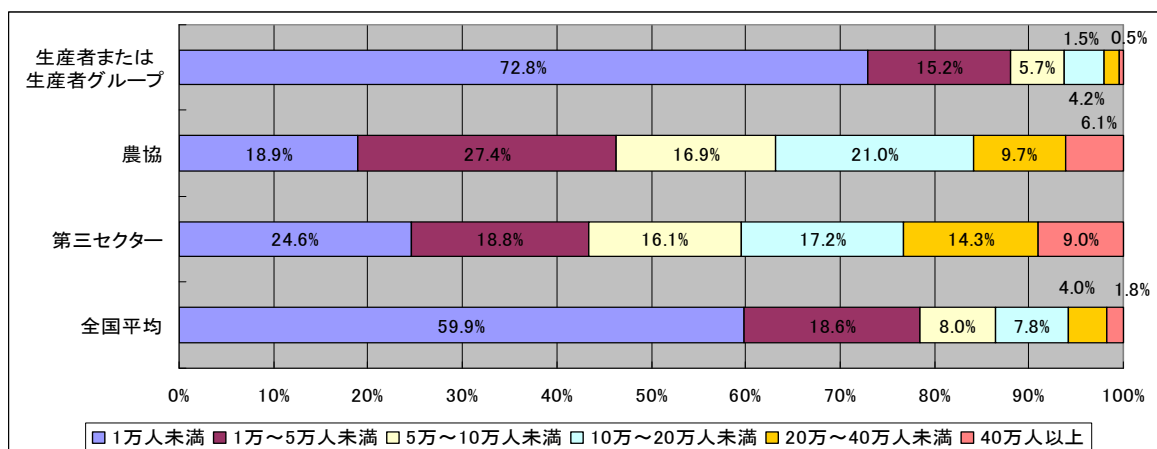
農林水産省：農産物地産地消等実態調査（平成 21 年度結果）

(3)購入者数からみた実態

購入者数規模別の産地直売所数の割合は、全国平均では 1 万人未満 59.9%、1 万～5 万人未満 18.6%で 5 万人未満の購入者は全直売所の 78.5%を占めている。

生産者または生産者グループでは、1 万人未満 72.8%、1 万～5 万人未満 15.2%で 5 万人未満の直売所の割合は 88.0%に達する。農協では 1 万人未満 18.9%、1 万～5 万人未満 27.4%、5 万～10 万人未満 16.9%、10 万～20 万人未満 21.0%、20 万～40 万人未満 9.7%、40 万人以上 6.1%となっており直売所の 36.8%は 10 万人以上が購買している大規模直売所である。第三セクターでは、1 万人未満 24.6%、1 万～5 万人未満 18.8%、5 万～10 万人未満 16.1%、10 万～20 万人未満 17.2%、20 万～40 万人未満 14.3%、40 万人以上 9.0%となっており直売所の 40.5%は 10 万人以上が購買して大規模直売所であり、購入者数の多いのが特徴だ。

図表 1-7-1 運営主体別による年間購入者数規模別産地直売所数割合(平成 21 年度)



農林水産省：農産物地産地消等実態調査（平成 21 年度結果）

図表 1-7-2 平成 18 年度と平成 21 年度の年間購入者数規模別産地直売所数割合 単位%

区分	計	1 万人未満	1～5	5～10	10～20	20～40	40 万人以上
全国	100.0	62.4	18.9	8.3	6.4	3.3	0.7
	100.0	59.9	18.6	8.0	7.8	4.0	1.8
地方公共団 体	100.0	40.0	25.5	21.5	5.8	4.3	3.0
	100.0	26.2	35.4	16.1	12.7	5.1	4.4
第 3 セク タ ー	100.0	20.0	17.4	19.6	22.3	16.4	4.3
	100.0	24.6	18.8	16.1	17.2	14.3	9.0
農 協	100.0	21.4	25.7	17.7	20.1	12.4	2.6
	100.0	18.9	27.4	16.9	21.0	9.7	6.1
農 協（女 性・青年部）	100.0	59.7	24.9	9.5	5.0	0.9	—
	100.0	63.3	21.1	8.9	4.9	1.8	—
生産者又は 生産者 G	100.0	74.0	17.2	4.9	2.7	1.0	0.1
	100.0	72.8	15.2	5.7	4.2	1.5	0.5

上段は H18 年度、下段は H21 年度

(4)販売にあたっての取組事例

販売面における高付加価値化の取組みは、全国では、朝取り販売 70.8%、地場農産物のみの販売 65.8%、と割合が高い。第 3 セクターでは、地域特産物(加工品等を含む)の販売 81.8%、生産者の氏名・栽培方法等の表示 62.8%、朝取り販売 62.7%の順で高い。農協は生産者の氏名・栽培方法の表示 67.0%、朝取り販売 62.7%の順に高い、生産者又は生産者グループでは地場農産物のみの販売 73.9%、朝取り販売 73.6%が高い割合である。運営主体でその取組みに特徴がある。

図表 1-8-1 取組事例別産地直売所割合（販売面における高付加価値化）

区 分	朝取り 販売	地場農産物 のみの販売	生産者の氏 名、栽培方法 等の表示	地域農産物（加 工品含む）の 販売	高付加価値品（有 機栽培品、特別栽 培品）の販売
全 国	70.8%	65.8%	56.8%	49.2%	25.8%
第 3 セクター	62.7	55.5	62.8	81.8	32.7
農 協	62.7	43.2	67.0	64.8	17.0
生産者又は G *	73.6	73.9	54.3	41.0	24.0

H21 年度産地直売所調査結果（農林水産省）

*生産者又は G：生産者または生産者グループをいう

集客・販売促進等の取組みは、全国では特売日・イベント等の開催 40.7%と最も高い。

第3セクターでは、特売日・イベント等の開催 50.4%、地場農産物を原料とする加工場・レストランの併設 46.5%が高い割合である。農協では特売日・イベント等の開催が 68.5%と高く、生産者又は生産者グループでは特売日・イベント等の開催が 33.5%で最も高い。

図表 1-8-2 取組事例別産地直売所割合（集客・販売促進等） H21 産地直売所調査結果（農水省）

区 分	特売日、イベント等の開催	生産者と消費者の交流活動、体験活動等の実施	産地直売所の同一地域内に所在する他の産地直売所との連携	地場農産物を原料とする加工場、レストランの併設	量販店等へのインショップの出店
全 国	40.7%	21.6%	16.8%	15.5%	7.0%
第3セクター	50.4	24.5	20.0	46.5	7.5
農 協	68.5	28.4	23.6	7.6	10.0
生産者又はG*	33.5	18.7	16.2	11.0	6.6

* 生産者又はG：生産者または生産者グループをいう

地域との連携との取組みは、全国では学校給食、幼稚園、保育園、教育機関等への食材の提供が 19.7%と最も高い。経営主体別では第3セクター33.4%、農協 31.8%、生産者又は生産者グループ 18.2%である。

図表 1-8-3 取組事例別産地直売所割合(地域との連携)H21 年度産地直売所調査結果（農林水産省）

区 分	学校給食、幼稚園、保育園、教育機関等への食材の提供	旅館・ホテル等への食材の提供	病院、老人福祉施設への食材の提供	企業の社員食堂等への食材の提供
全 国	19.7%	7.2%	5.5%	1.4%
第3セクター	33.4	14.0	9.2	2.9
農 協	31.8	8.1	7.3	1.7
生産者又はG *	18.2	7.1	4.6	1.5

*生産者又はG：生産者または生産者グループをいう

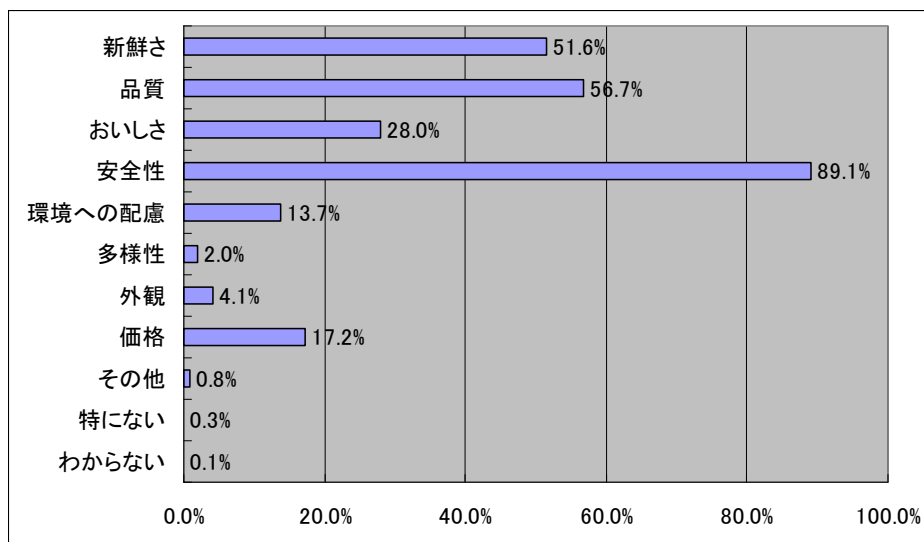
5. 顧客の実態

(1) 国産品を選ぶ理由

食料品を買う際に、国産品と輸入品が並んでいる場合、「国産品」を選択するとする者に、輸入品より国産品を選択する基準は何か聞いたところ「安全性」を挙げた者の割合が 89.1% と最も高く、以下「品質」(56.7%)、「新鮮さ」(51.6%)「おいしさ」(28.0%) などの順となっている。(複数回答、上位 4 項目)

安全性、新鮮さ、品質に対するニーズが高い、これらの条件を満たすことができるのは、生産者の顔の見える農産物を提供する直売所である。

図表 1-9 国産品を選ぶ理由

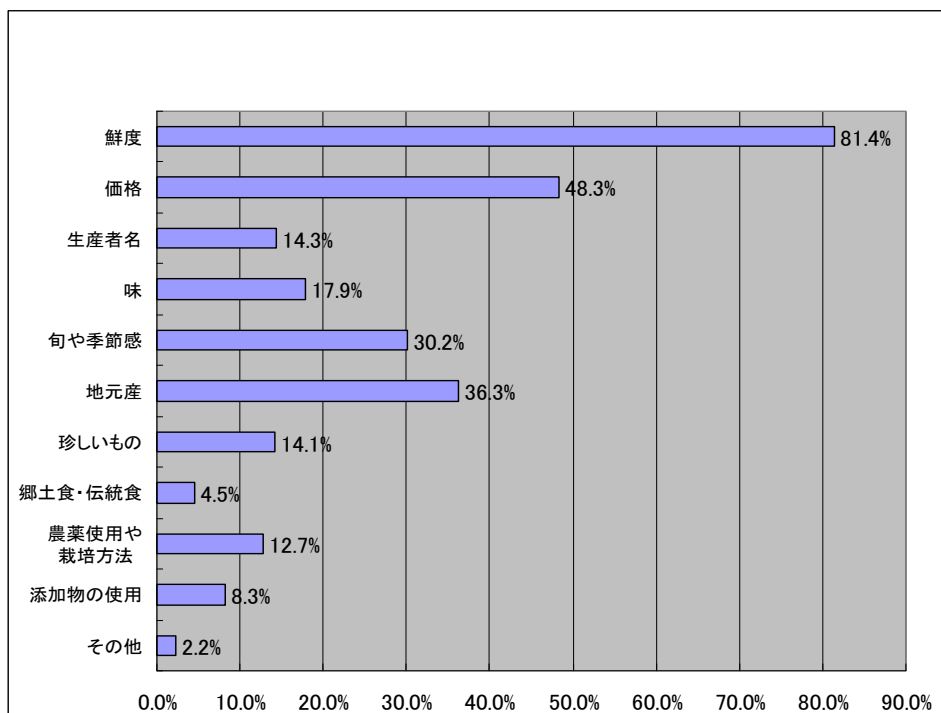


資料：内閣府「食料・農業・農村の役割に関する世論調査」(n=3,144) H20 年度調査

(2) 直売所で商品を選ぶ時の意識

「平成 18 年度農産物直売所のお客様に対する利用動向アンケート調査」によると、「鮮度」で 81.4% と圧倒的に高い。2 番が「価格」で 48.3%。3 番が「地元産」で 36.3% 4 番が「旬や季節感」で 30.2% の順になっている。

図表 1-10 直売所でどんなことを意識して商品を選ぶか(複数回答)



資料：平成 18 年度農産物直売所の運営内容に関する全国実態調査 (n=553)

(財) 都市農山漁村交流活性化機構

参照資料：農産物直売所 経営改善マニュアル 都市農山漁村交流活性化機構

平成 19 年農産物地産地消等実態調査 農林水産省

平成 23 年農産物地産地消等実態調査 農林水産省

平成 18 年度農産物直売所の運営内容に関する全国実態調査 都市農山漁村活性化機構

内閣府「食料・農業・農村の役割に関する世論調査」 H20 年度調査

第2章 岐阜県農産物直売所の実態

1. 岐阜県農業の特色

岐阜県の農業は、「日本の縮図」ともいえる変化に富んだ自然条件と大消費地に比較的近い立地条件を生かして多彩に営まれている。とりわけ、美濃から飛騨にかけて多種多様な農産物が周年にわたって生産され、いつでも新鮮な農産物が供給できるということが特長となっており、主な銘柄品は水稻「ハツシモ」を初め、「富有柿」、「飛騨牛」など数多くある。

美濃の農業は、南部暖地と木曽三川沖積地、中濃から東濃にかけての準高冷地に分けられる。南部暖地では、施設栽培のトマト、いちご、きゅうり、花卉など、木曽三川沖積地では、ほうれんそう、枝豆、大根、にんじんなどの野菜、柿、梨などの果樹が栽培されている。中濃から東濃にかけての準高冷地では、夏秋トマト、栗、花卉の栽培の他、養豚、養鶏、酪農が行われている。

飛騨の農業は、夏期の冷涼な気候を生かして夏秋トマト、夏ほうれんそう、メロンなどの野菜類、桃、リンゴなどの果樹や夏菊、高大な山地を生かした肉用牛、酪農が行われている。

水産業は、豊富な水と恵まれた漁業環境を活用して、河川漁業では鮎、養殖業ではにじ鱈、あまごなどが生産されている。

岐阜県農業を支える農家戸数は70,770戸(平成22年)で5年前の78,459戸から1割ほど減少した。また、販売農家の農業就業人口は46,866人(平成22年)で5年前の66,102人から3割ほど減少し、さらに平均年齢は69.4歳で4.3歳上昇しており、担い手の減少と高齢化が進んでいる。一方、耕地面積は55,000ha(平成22年)で近年ほぼ横ばいで推移しており、一経営体あたりの耕地面積の拡大が進んでいる。

岐阜県では、「ぎふ農業・農村振興ビジョン」の理念を継承し「岐阜県長期構想」のあるべき姿を実現するとともに、岐阜県農業が直面する諸課題に対応するための新たな基本計画として、平成23年度から平成27年度を計画期間とする「ぎふ農業・農村基本計画」を策定した。

この基本計画では、「売れる農畜産物づくり」「戦略的な流通・販売」「多様な担い手の育成・確保」「魅力ある農村づくり」「県民みんなで育む農業・農村」を5つの基本方針としている。国際化にも対応できる高品質や安全性を保った競争力の高い農畜産物の生産を促進する「強い農業づくり」、飛騨牛、柿など岐阜県が誇る農畜産物の海外も視野に入れた販路の拡大、農畜産物の付加価値を高めた商品開発と販売など「攻めの農業」の展開、さらにはそれらを支える「多様な担い手」の育成施策等を示した。

この基本計画に掲げた施策を着実に実施し、国の事業等を最大限活用していくことで、基本理念である「県民の『食』と県土の『環境』を支える『元気な農業・農村』づくり」を進めて行く。(岐阜県農業の動き「岐阜県 平成23年4月刊行」より抜粋)

(1) 岐阜県の生産農業所得状況

農林水産省が平成 23 年 11 月 21 日に公表した、「平成 21 年度農業算出額(都道府県別)」によると、農業生産額 1,164 億円(全国構成率 1.4%)、生産農業所得 367 億円(全国構成率 1.4%)であり、全国構成率が高い品目は、鶏 2.3%、花き 2.1%、肉用牛 1.9%。野菜 1.7%などがあり、米は 1.3%になっている。

平成21年度都道府県別生産農業推計統計表(抜粋表)				(単位:億円)			
	全国	岐阜県	構成率		全国	岐阜県	構成率
米	18,044	241	1.3%	肉用牛	5,194	101	1.9%
麦類	680	5	0.7%	乳用牛	7,926	58	0.7%
雑穀	66	1	1.5%	豚	5,156	69	1.3%
豆類	707	3	0.4%	鶏	7,561	176	2.3%
いも類	2,089	8	0.4%	その他畜産物	534	4	0.7%
野菜	20,850	350	1.7%	(イ)畜産 小計	26,371	408	1.5%
果実	6,984	53	0.8%	(ウ)加工農産物	537	1	0.2%
花き	3,506	73	2.1%	計	83,136	1,161	1.4%
工芸農作物	2,434	11	0.5%		全国	岐阜県	構成率
種苗・苗木等	868	7	0.8%	生産農業所得	27,139	367	1.4%
(ア)耕種 小計	56,228	752	1.3%				

農林水産省／生産農業所得統計(2011年11月21日公表)

(2) 岐阜県の主要農産物

農林水産省の平成 18 年生産所得統計によると、岐阜県の主要農産物ベスト 3 は、かき(産出額 28 億円、全国シェア 8.4%、全国順位 3 位)、もやし(産出額 38 億円、全国シェア 6.6%、全国順位 3 位)、ほうれん草(産出額 63 億円、全国シェア 6.6%、全国順位 4 位)である。

主要農産物全国上位 10 品目		(単位:億円)	
品目	算出額	全国シェア	全国順位
かき	28	8.4%	3
もやし	38	6.6%	3
ほうれん草	63	6.6%	4
種卵(他市町村販売)	17	7.4%	4
花木類(鉢)	12	8.1%	4
ひな(他市町村販売)	38	6.4%	5
観葉植物(鉢)	9	4.8%	5
こまつな	7	3.1%	8
トマト	72	3.7%	8
りんご	6	0.4%	10

資料・農林水産省統計部「平成18年生産所得統計」

2. 岐阜県の朝市・直売所設置箇所数と販売額の推移

全国の産地直売所の設置数は、「2010 年農林センサス」によると 16,816 箇所であり、岐阜県の設置数は 237 箇所(2010 年、岐阜県 朝市・直売所実態調査)であり、対全国の構成率は 1.4%である。

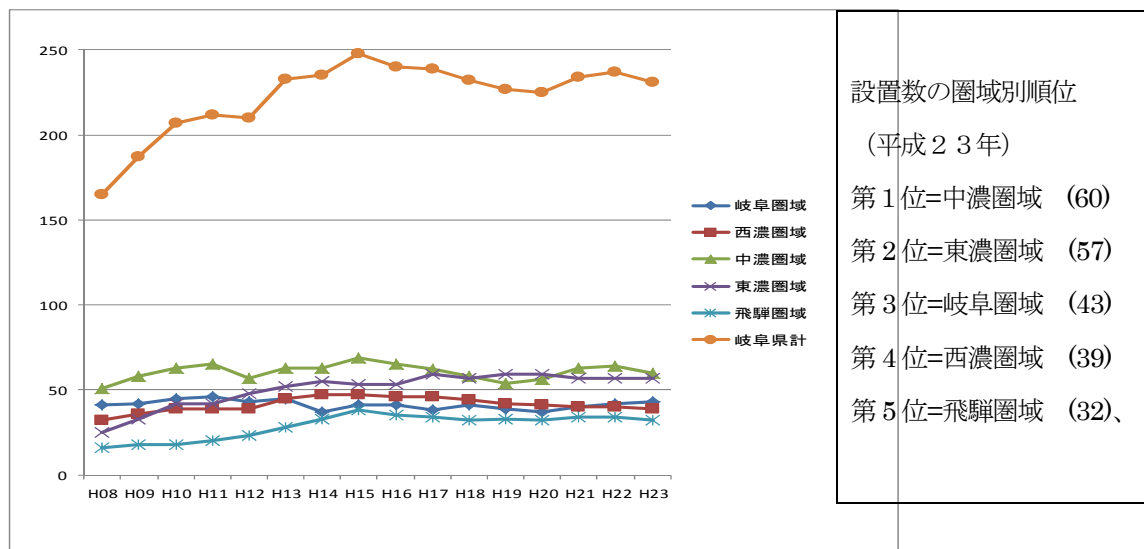
この全国構成率は、農業生産量及び農業生産所得の全国構成率 1.4%と同率である。

(1) 朝市・直売所設置箇所数と販売額の推移

① 朝市・直売所設置数

朝市・直売所設置箇所数(H8調査開始)						(単位：箇所)
年度	岐阜圏域	西濃圏域	中濃圏域	東濃圏域	飛騨圏域	岐阜県計
H08	41	32	51	25	16	165
H09	42	36	58	33	18	187
H10	45	39	63	42	18	207
H11	46	39	65	42	20	212
H12	43	39	57	48	23	210
H13	45	45	63	52	28	233
H14	37	47	63	55	33	235
H15	41	47	69	53	38	248
H16	41	46	65	53	35	240
H17	38	46	62	59	34	239
H18	41	44	58	57	32	232
H19	39	42	54	59	33	227
H20	37	41	56	59	32	225
H21	40	40	63	57	34	234
H22	42	40	64	57	34	237
H23	43	39	60	57	32	231

朝市・直売所実態調査より



「朝市・直売所」設置箇所数は平成15年度にピークの248か所になったが、5年後の平成20年度には225箇所、9.3%ほど減少した。

平成21年度は234箇所(対前年比9箇所増)、平成22年は237箇所(対前年比3箇所増)といずれも増加したが、平成23年度は対前年比6箇所(2.5%)減少した。

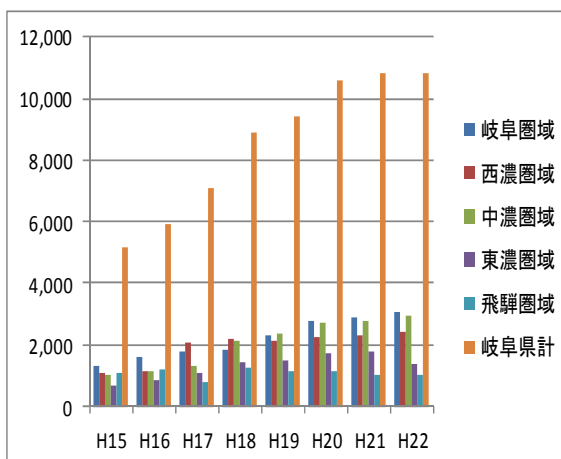
② 朝市・直売所の販売額

平成21年度の年間総販売額は、全国：8,767億円、岐阜県全体：108億円で、構成率は1.2%である。
また、岐阜県「朝市・直売所」の平成22年度の販売額は10,844百万円で2年前10,605百万円から2.3%ほど増加した。圏域別では、岐阜圏域12.2%増、西濃圏域6.9%増、中濃圏域9.2%増と3箇

所が増加し、東濃圏域 11.7%減、飛騨圏域 11.7%減と2箇所が減少した。

圏域別の売上高規模では、岐阜圏域、中濃圏域、西濃圏域は比較的規模が大きく、飛騨圏域、東濃圏域は売上規模の小さいところが多い。

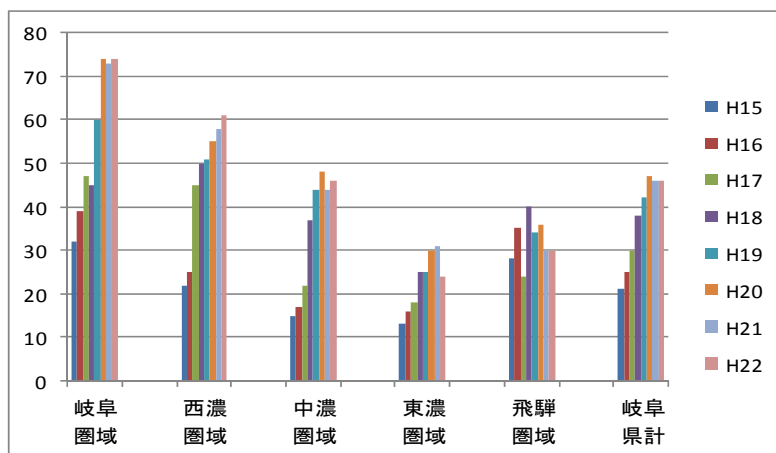
朝市・直売所販売金額						(単位: 百万円)
年度	岐阜圏域	西濃圏域	中濃圏域	東濃圏域	飛騨圏域	岐阜県計
H15	1,308	1,057	1,026	704	1,075	5,170
H16	1,603	1,167	1,134	827	1,210	5,941
H17	1,794	2,081	1,345	1,087	807	7,114
H18	1,838	2,213	2,138	1,440	1,275	8,904
H19	2,327	2,151	2,368	1,465	1,137	9,448
H20	2,756	2,273	2,694	1,741	1,141	10,605
H21	2,918	2,316	2,777	1,778	1,027	10,816
H22	3,092	2,429	2,942	1,373	1,008	10,844



③ 1箇所当たりの販売額

1箇所当たりの販売額																(金額単位:百万円)		
年度	岐阜圏域			西濃圏域			中濃圏域			東濃圏域			飛騨圏域			岐阜県計		
	金額	箇所	箇所 当 金額	金額	箇所	箇所 当 金額	金額	箇所	箇所 当 金額	金額	箇所	箇所 当 金額	金額	箇所	箇所 当 金額	金額	箇所	箇所 当 金額
H15	1,308	41	32	1,057	47	22	1,026	69	15	704	53	13	1,075	38	28	5,170	248	21
H16	1,603	41	39	1,167	46	25	1,134	65	17	827	53	16	1,210	35	35	5,941	240	25
H17	1,794	38	47	2,081	46	45	1,345	62	22	1,087	59	18	807	34	24	7,114	239	30
H18	1,838	41	45	2,213	44	50	2,138	58	37	1,440	57	25	1,275	32	40	8,904	232	38
H19	2,327	39	60	2,151	42	51	2,368	54	44	1,465	59	25	1,137	33	34	9,448	227	42
H20	2,756	37	74	2,273	41	55	2,694	56	48	1,741	59	30	1,141	32	36	10,605	225	47
H21	2,918	40	73	2,316	40	58	2,777	63	44	1,778	57	31	1,027	34	30	10,816	234	46
H22	3,092	42	74	2,429	40	61	2,942	64	46	1,373	57	24	1,008	34	30	10,844	237	46

1箇所当たりの販売額 縦軸=金額(単位: 億円)



「岐阜県朝市直売所紹介パンフレット・朝市・直売所実態調査集計表」(岐阜県農政部農政課提供)

④ 1 箇所当たりの年間総販売額の全国平均との比較

								(金額単位：万円)				
	平成18年度					平成21年度					対18年度 1箇所当 販売額対 比	同増減 率率
	販売額	箇所数	1箇所 当販売 額	全国	対全国 比	販売額	箇所数	1箇所 当販売 額	全国	対全国 比		
岐 阜 圏 域	183,803	41	4,483	3,387	1,096	291,805	40	7,295	5,214	2,081	2,812	62.7%
西 濃 圏 域	221,254	44	5,029	3,387	1,642	231,646	40	5,791	5,214	577	762	15.2%
中 濃 圏 域	213,733	58	3,685	3,387	298	277,635	63	4,407	5,214	△ 807	722	19.6%
東 濃 圏 域	143,990	57	2,526	3,387	△ 861	177,822	57	3,120	5,214	△ 2,094	594	23.5%
飛 騨 圏 域	127,502	32	3,984	3,387	597	102,671	34	3,020	5,214	△ 2,194	△ 964	-24.2%
岐 阜 県 計	890,282	232	3,837	3,387	450	1,081,579	234	4,622	5,214	△ 592	785	20.5%

平成18年度の1箇所当たり全国平均販売額は3,387万円、岐阜県全体は平均3,837万円であり、岐阜県全体の方が、450万円(13.3%)上回っている。

圏域別では、西濃圏域：5,029万円、岐阜圏域：4,483万、飛騨圏域：3,984百万円、中濃圏域：3,685万円であり、東濃圏域：2,526万円以外は全国平均を上回っている。

- ・平成21年度には、1箇所当たり全国平均販売金額5,214万円、岐阜県全体の平均4,622万円であり、岐阜県全体の平均が592万円(11.4%)下回っている。

圏域別では、岐阜圏域：7,295万円と西濃圏域：5,791万円が全国平均を上回っており、中濃圏域：4,407万円、東濃圏域：3,120万円、飛騨圏域：3,020万円は全国平均を下回っている。

- ・平成21年度の1箇所当たり販売額は、全国平均：5,214万円と平成18年度比：1,827万円(53.9%)増加しているが、岐阜県全体では、4,622万円と平成18年度比：785万円(20.5%)増加と全国平均増加率の38.0%を下回っている。

3. 岐阜県 朝市直売所 MAPの集計結果

この朝市直売所MAPは、岐阜県農政部農政課が、岐阜県を、A岐阜圏域、B西濃圏域、C中濃圏域、D東濃圏域、E飛騨圏域の5圏域に分け、「平成21年3月現在の岐阜県の朝市・直売所」を紹介したものである。なお、この資料の集計では、直売所が246箇所になっている。

圏域の経営・営業形態																	(単位：箇所)	
地域	JA 経営	構成率	道の 駅	構成 率	朝 市	構成 率	夕 市	構成 率	直 売 所	構成率	青空 市場	構成率	高 速 道	構成率	そ の 他	構成率	合計	構成率
A	11	25.6%	4	10.0%	16	36.4%	4	100.0%	4	13.3%	2	14.3%		0.0%	2	2.9%	43	17.5%
B	7	16.3%	4	10.0%	10	22.7%	0	0.0%	3	10.0%		0.0%		0.0%	19	27.5%	43	17.5%
C	9	20.9%	14	35.0%	7	15.9%		0.0%	2	6.7%	7	50.0%	2	100.0%	21	30.4%	62	25.2%
D	13	30.2%	8	20.0%	4	9.1%		0.0%	16	53.3%	4	28.6%		0.0%	21	30.4%	66	26.8%
E	3	7.0%	10	25.0%	7	15.9%		0.0%	5	16.7%	1	7.1%		0.0%	6	8.7%	32	13.0%
計	43	100.0%	40	100.0%	44	100.0%	4	100.0%	30	100.0%	14	100.0%	2	100.0%	69	100.0%	246	100.0%
(A) 岐阜圏域 (B) 西 濃 圏 域 (C) 中 濃 圏 域 (D) 東濃圏域 (E) 飛 騨 圏 域																		

(1) 圏域別の経営・営業形態別分布状況

このパンフレット作成時（平成 21 年 3 月現在）の岐阜県全域の朝市・直売所総数は 246 箇所
で、構成率は、第 1 位=東濃圏域：26.8%、第 2 位=中濃圏域：25.2%、第 3 位=岐阜圏域：
17.5%・西濃圏域：17.5%となっている。

圏域の経営・営業形態別の構成率は下記のようにになっている。

- ① JA 経営の直売所は、県全体で 43 箇所であり、圏域別の上位は、東濃圏域：13 箇所(構成率：
30.2%)、岐阜圏域：11 箇所(構成率：25.6%)、中濃圏域：9 箇所（構成率 20.9%）となっている。
- ② 道の駅の直売所は、県全体で 40 箇所であり、圏域別の上位は、中濃圏域：14 箇所(構成率：
35.0%)、飛騨圏域：10 箇所(25.0%)、東濃圏域：8 箇所（構成率 20.0%）になっている。
- ③ 朝市の直売所は、県全体で 44 箇所、圏域別上位は、岐阜圏域：16 箇所(36.4%)、西濃圏域：10
箇所(22.7%)となっている。

(2) 岐阜県の朝市・直売所の営業実態(「岐阜県 朝市直売所 MAP」の集計添付資料No.1～No.7 参
照)

岐阜県農産部農政課発刊の「岐阜県朝市・直売所 MAP」の数値を「資料No.1～資料No.7」に集
計分析を行った。

「岐阜県 朝市直売所 MAP」の総括表

	圏 域 名	圏域別分布状況	直売店、道の駅併設 数の分布割合	道の 駅に 併設	直売 店 A	直売 店 B	朝 昼 市	昼 夕 市	夜間 終日 市	その 他 不明
A-計	岐阜圏域	43 (17.5%)	4 (10.0%)	4	18	1	21	0	3	0
B-計	西濃圏域	43 (17.6%)	4 (10.0%)	4	12	2	25	2	2	0
C-計	中濃圏域	62 (25.2%)	14 (35.0%)	14	24	7	28	0	3	0
D-計	東濃圏域	66 (26.8%)	8 (20.0%)	8	27	12	21	5	0	1
E-計	飛騨圏域	32 (13.0%)	10 (25.0%)	10	11	9	7	1	2	2
合 計	岐阜県計	246 (100.0%)	40 (100.0%)	40	92	31	102	8	10	3

(注)直売店 A は年間営業日が 300 日以上のお店、直売店 B は年間営業日が 300 日未満のお店

4. 調査農産物直売所における顧客動向

(1) 調査の概要

今回、岐阜県の農産物直売所の調査を行った際に、直売所で購入した来店客にアンケート用紙を用いたヒアリングにより、2011年8月から9月にかけてアンケート調査を行った。

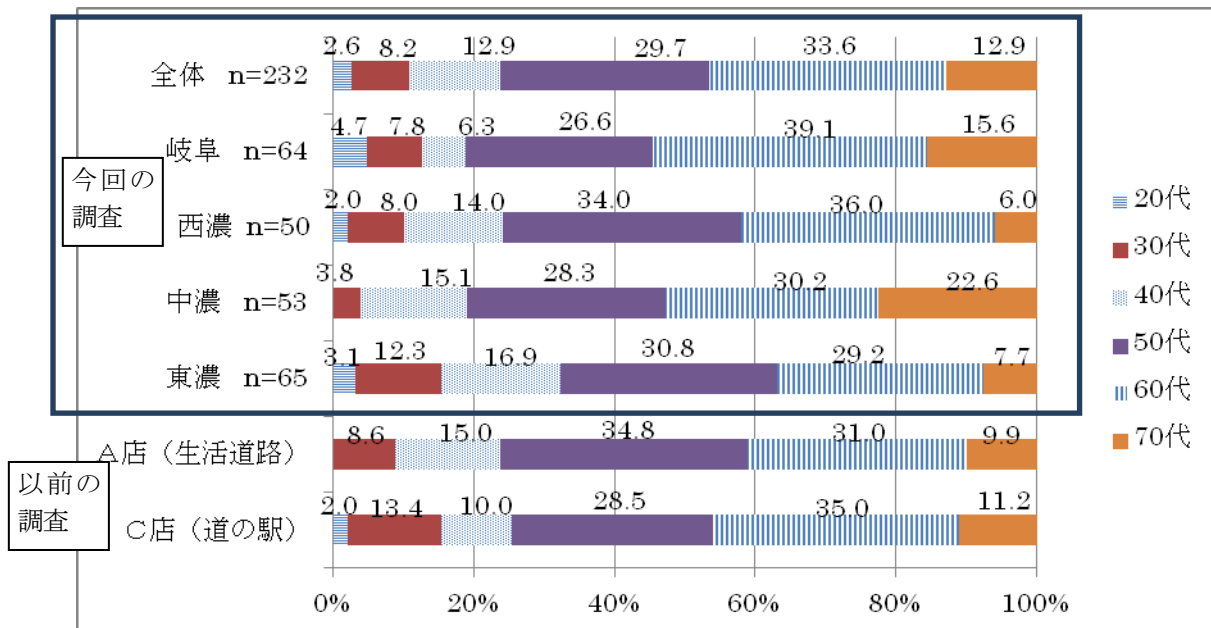
アンケートを行った直売所およびアンケートの人数は次のとおりである。

岐阜圏域	64人		
A-34	道の駅「織部の里もとす」	本巣市	15人
A-35	鍋原ポケットパーク物産直売所	本巣市	5人
A-37	道の駅「富有柿の里いとぬき」	本巣市	10人
A-40	ふれあいバザール	山県市	23人
A-43	山県市てんこもり農産物直売所	山県市	11人
西濃圏域	55人		
B-14	道の駅「クレール平田」	海津市	14人
B-15	道の駅「月見の里 南濃」	海津市	21人
B-37	久瀬特産品販売所	揖斐川町	11人
B-41	ルート303 グリーンハウス	大野町	9人
中濃圏域	51人		
C-17	関・はさま農産物直売所	関市	10人
C-26	道の駅「むげ川」	関市	10人
C-37	郡上八幡城下町プラザ	郡上市	10人
C-43	奥美濃しろとり物産センター	郡上市	10人
C-44	牛道青空市場 道の駅「白鳥ふれあいパーク」		11人
東濃圏域	65人		
D-28	地物野菜店ありがとう	中津川市	15人
D-43	恵那峡朝市	中津川市	8人
D-48	道の駅・らっせいみさと直売所	恵那市	13人
D-49	フリーマーケットひまわり	恵那市	19人
D-52	岩村町 地域特産物特売所	恵那市	10人
岐阜県全体	235人		

以上のアンケート調査を集計し、以前に農業経営支援センターが首都圏地域で来店客（1か所400人×3店舗）に行った調査（<http://nougyou-shien.jp/kenkyu/bukai-chokubaijyo.html>）と比較し、分析を行った。調査の集計および分析に際しては、朝日大学の協力を得た。

(2) 顧客の属性について

・年齢別の構成比（A店、C店は以前の調査の店を表す）

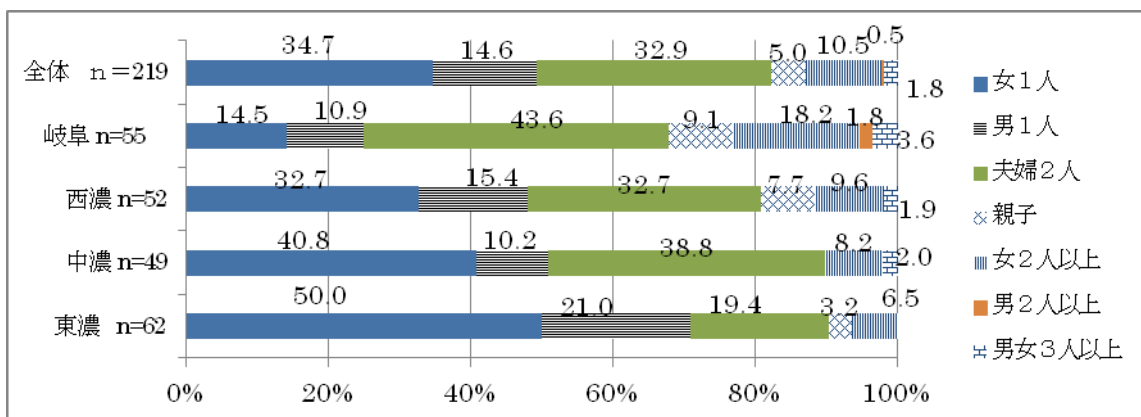


全体の約60%が50代、60代で占められており、この傾向は以前の調査とほぼ同様である。70代以上の顧客も13%とある程度の割合を占めている。これに対し、若い層は40代でも13%と70代以上と同じであり、20代、30代は非常に少ない。この原因は、1つは仕事や家事、子育てなどで時間がなく、近くのスーパー等で買い物を済ませてしまう、もう1つは食に対する関心が薄いことによると思われる。50代以上になると時間的余裕が出る一方、食にこだわり、品質の良いものを求めるためであると思われる。

圏域別にみると、東濃圏域では40代以下が32%と比較的割合が高いのに対し岐阜圏域と中濃圏域は19%程度と低い。東濃圏域では比較的若い層にも直売所が浸透しているが、岐阜圏域、中濃圏域ではもっぱら高齢者が直売所を利用していることがわかる。

いずれにしても、岐阜県圏域でも農産物直売所の主要顧客は50代、60代であるといえる。

・来店客の構成比



来店客のうち、約半数が1人客であり、もっぱら買い物目的で訪れる人が多いことを示している。また、夫婦で来店する客も約3分の1と多く、主に妻が買い物をし、夫は運転手兼荷物運びとして同行するケースが多い。特に60代以上に夫婦が多いが、これは仕事の時間的拘束から解放され時間の融通が利く男性が増えるためであろう。他の2人以上のグループで来店した来店客は10%強であり多くない。グループの来店客は隣接したレストランでの食事や観光を兼ねての立ち寄りなど、農産物を買う以外の目的で来店し、ついでに買い物をするというケースが多い。

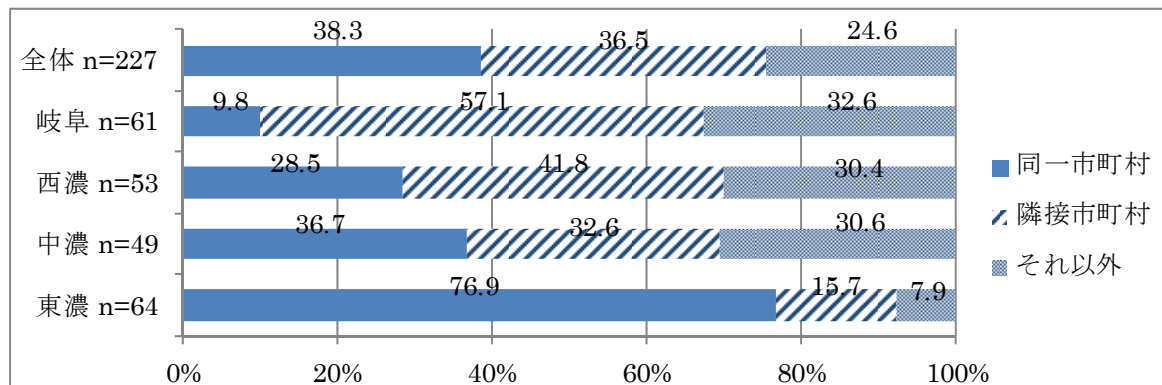
地域別にみると東濃、中濃圏域では1人客が多いのに対し、岐阜圏域では2人以上の客が圧倒的に多い。岐阜圏域では道の駅内の直売所など、レストランやその他付帯施設を有するところが多く、食事や観光のついでに直売所に来る来店客が多いのに対し、東濃や中濃では直売所単独の施設が多く、もっぱら買い物だけに来る来店客が多いことを示している。

農産物直売所に来る来店客の80%以上は1人または夫婦であり、もっぱら農産物を目当てに買い物にのみ来るという来店客が主流である。

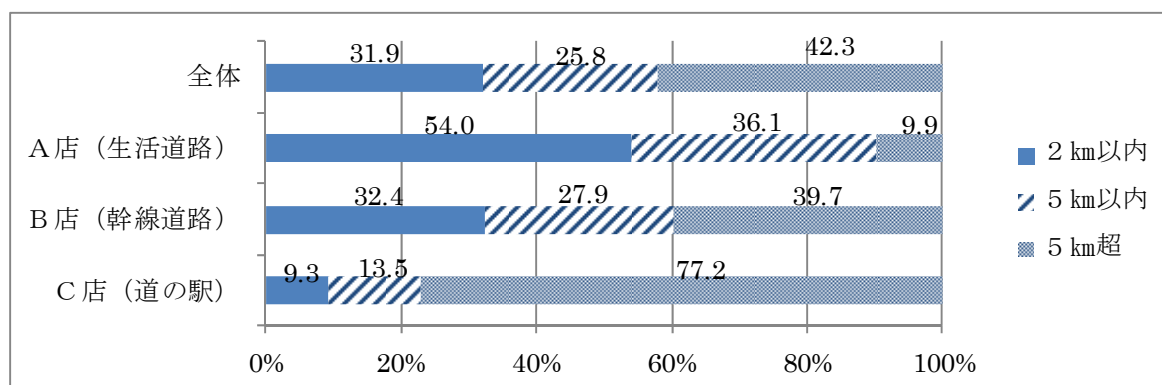
(3) 来店客の住所分布と来店頻度

・来店客の住所分布

(今回の調査)



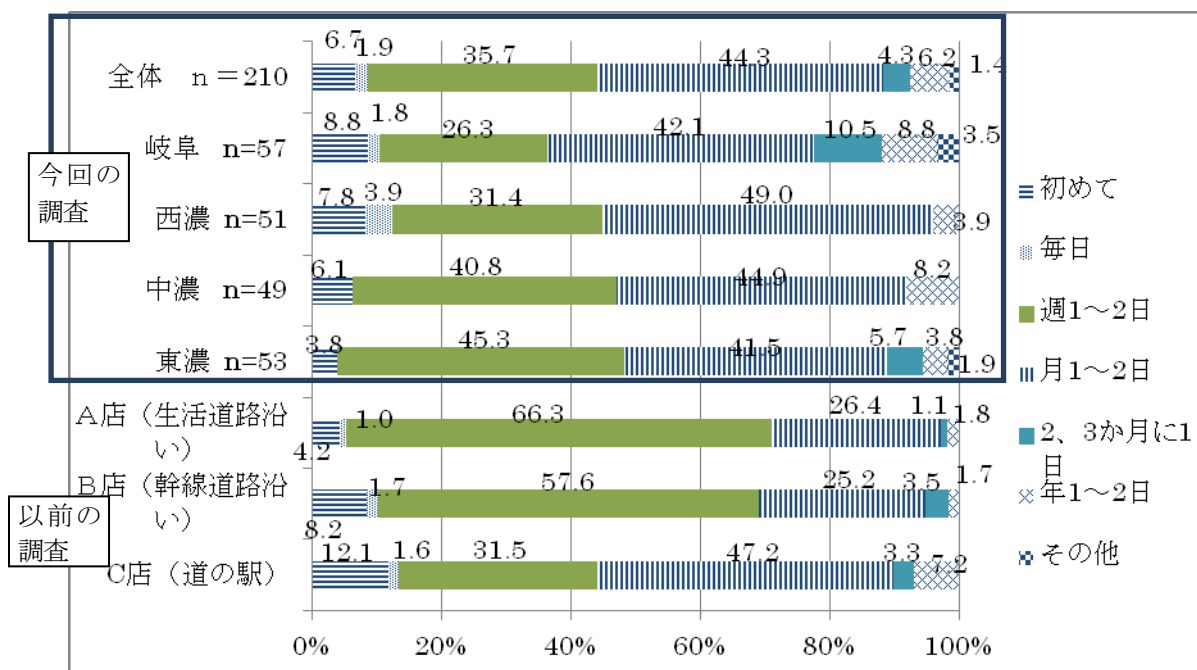
(参考)・・・以前の調査



今回の調査で、来店者は同一市町村と隣接市町村が約35%ずつではほぼ同数であった。農産物直売所は割合広い地域から来店客を集めていることがわかった。ただし、岐阜圏域では隣接市町村の割合が非常に高く、東濃圏域では同一市町村の割合が非常に高いというように圏域によって違いが見られた。岐阜圏域では農産物直売所の所在地が本巣市、山県市であり、大きなマーケットである岐阜市からの来店客が多いことが要因と思われる。一方、東濃では1つ1つの市の面積が広いいため、市を越えて来店する来店客が少ないためである。また、岐阜、西濃、中濃は道の駅が2か所ずつ調査対象にあったが、東濃では道の駅が1か所しかないことが要因である。

全体では隣接市町村を越える遠方の地域からの来店客も25%ほどあった。道の駅では全体の35%が隣接市町村を越える地域からの集客である。データの区分が異なるため、以前の調査との比較は難しいが、岐阜県の直売所も地元の住民を主力顧客としながらも、道の駅を中心に幅広い地域から来店客を集めているといえる。

・来店頻度 (A店、B店、C店は以前の調査の店を表す)

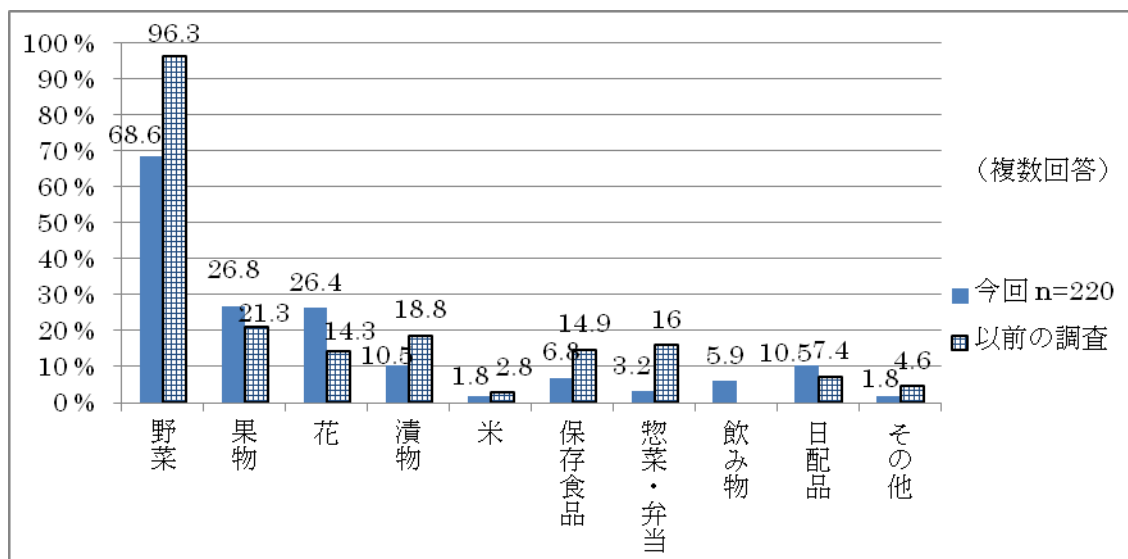


今回の調査では、来店頻度は週1~2回と月1~2回とする来店客が80%以上であった。特に月に1、2回という来店客が44%と半分近くにのぼり最も多かった。

これを以前の調査と比較すると、道の駅のC店の来店頻度とよく似ている。道の駅の少ない東濃は週1~2回の割合がやや増えるものの、月1~2回の来店客もほぼ同数となっており、それほど来店頻度が多いわけではない。また、岐阜圏域においては年に数回の来店客が20%近くとかなり多く、来店頻度は高くないといえる。

全体的に農産物直売所は日常的に利用されているとはいえ、日常的な買い物はスーパーマーケットやJ Aなどで行い、特にほしいものがあつたときだけ、あるいは時々来て良いものがあつた場合のみ利用している来店客が多いことがうかがわれる。

(4) どんなものを買っているか？（以前の調査はA店、C店の平均値）



※保存食品…お菓子、餅、ハム、豆製品、調味料

日配品…肉、卵、パン、こんにゃく、アイス、豆腐 その他・・・雑穀、酒類、工芸品

以前の調査と同様、野菜を購入する人が圧倒的に多く、約70%であり、来店客は野菜中心に直売所で購入している。来店客の主目的は地元で採れた新鮮な野菜を買うことであるといえる。ただし、90%を越えていた以前の調査と比べると低く、必ずしも野菜のみを目当てとせず、いろいろな商品に分散して買っている傾向がわかる。また、以前の調査では複数回答の累計が185%であるのに対し、今回の調査は151%であり、1人あたり購入する商品の種類が少ないことを示している。したがって、1人あたりの購入品数が以前の調査に比べて少なく、客単価も以前の調査に比べて低いことが推測される。

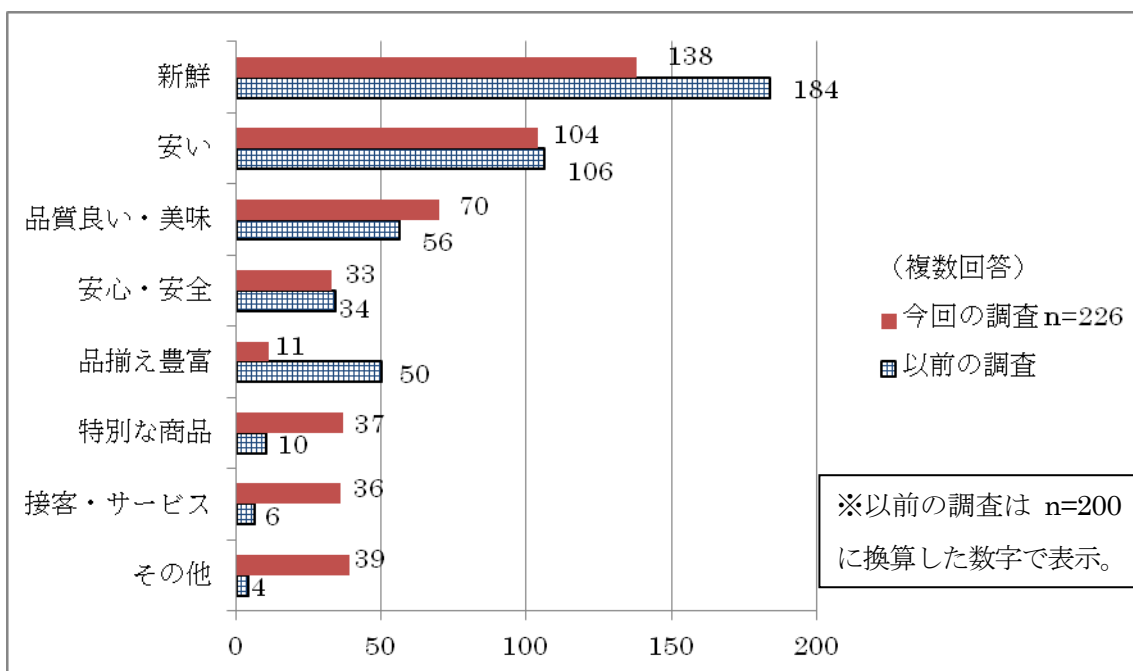
岐阜県の特徴として果物、花の購入割合が多い。これは、都会近郊では野菜中心に栽培されているが、岐阜県は果物や花を生産している生産者もかなりいることを反映している。ただし、花が多かったのは、調査時期がお盆やお彼岸の時期に重なったことも影響していると考えられる。また、こんにゃく・豆腐、パンなどの日配品も比較的多い。

一方、保存食品や惣菜・弁当の購入者は以前の調査と比べると少ない。岐阜県は家で食事を作る人が主に農産物直売所を利用しており、弁当や惣菜を購入者する人はコンビニや弁当屋に行く人が多いからであると思われる。また、惣菜や弁当の品ぞろえがあまり充実していないことも一因と思われる。

保存食品、惣菜・弁当を中心とした加工食品を求める来店客が少ないことは、岐阜県では農業者が加工も行う農業の六次産業化はあまり進展していないことを示している。

(5) 来店理由と要望

・来店理由



※その他の理由・・・食事のついで 15、通り道・近くだから 9、たまたま通りがかって 6、雑誌で見て 2、きれい・清潔だから 2 など

新鮮が理由のトップであり、また品質よい・おいしいからという回答も多い。来店客の多くは採れたてで新鮮なもの、おいしいものを求めて直売所に来ているとみられる。ただし、以前の調査に比べると新鮮という回答よりも、品質よい・おいしいの割合が増えており、新鮮さに加え品質も追い求めるという消費者の姿勢がうかがわれる。また、安いからという理由も相変わらず多く、価格の安さも重要な来店理由になっている。

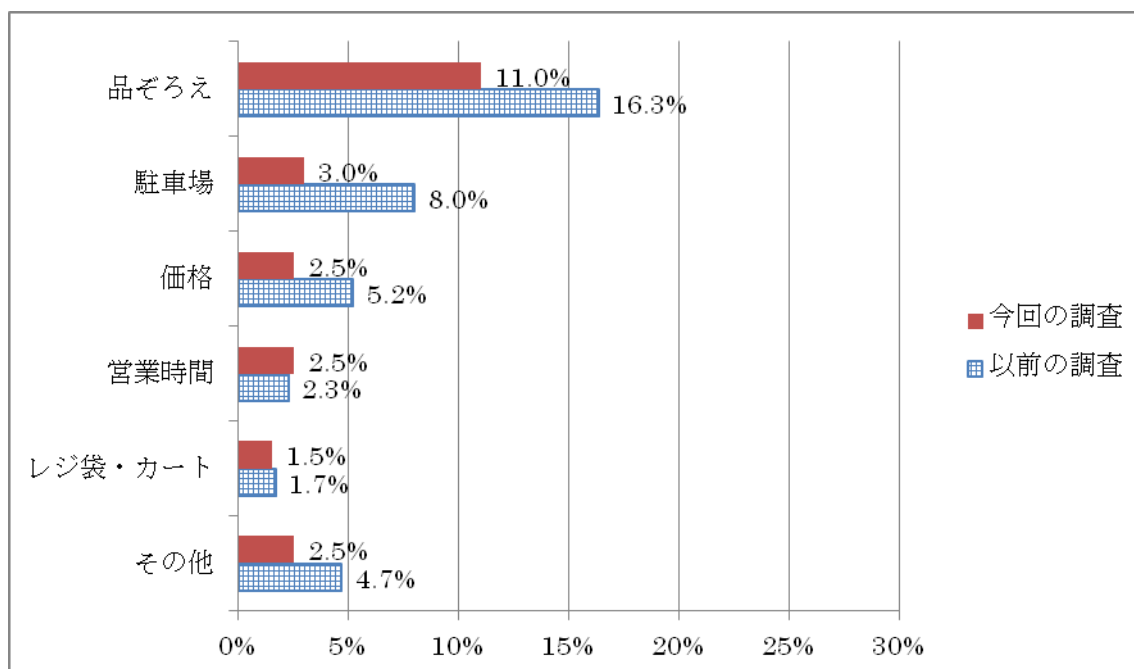
岐阜県で特徴的なことは、品ぞろえが豊富という理由で来店する客が少ない一方、特別な商品があるという理由で来店するお客さんが多いということである。これは、来店頻度とも整合的な結果である。すなわち、日常的な買い物は近くのスーパーマーケットなどですます一方、特別な商品を求めて時々農産物直売所を訪れる人が相当数いるということである。これは仕入商品をあまり置かず生産者に合わせて商品をならべ、来店客に合わせた品ぞろえをしていない岐阜県の直売所の特色である。一方、きのこ、山菜、自然薯、あじめコショウ、いちじく、柿など特別な商品をあげる来店客も多く、農産物直売所もそのような特別な商品を売りにしているところが多かった。中には〇〇さんが生産し

た××を売っているから、と名指しで買い物をする来店客も見られた。

また、接客・サービスをあげるお客さんも多いが、これは特定の店に偏っていた。(C-17が10人、D-28が11人など) 接客・サービスが高く評価された直売所には、独特の接客・サービスの工夫があり、それを来店客が評価していることを示していると思われる。

さらに、来店理由として食事をあげる来店客も少なくない。レストランを併設している直売所では地場農産物を使ったメニューが人気となっており、これを目当てに直売所に来て、買い物は食事のついでに行っている来店客もかなりいるということを示している。したがって、集客を考えるうえでレストランなど付帯する施設も集客のために重要な要素である。また、通り道や近所に用事があるのもという理由もあり、立地・交通の便も重要な要素であることがわかる。

・農産物直売所に対する要望



今回の調査でも以前の調査と同様、品ぞろえに対する要望が最も多かった。その主なものは「肉・魚を置いてほしい」、「午後にも商品を補充してほしい」、「種類が全般的に少ない」というものであり、他地域の農産物を置いてスーパーマーケットと同様の品ぞろえを求める声はほとんどなかった。来店客は直売所にスーパーマーケットに代わる機能はあまり求めているといえる。それ以外には、駐車場、価格、営業時間などに関する要望が見られた。駐車場は一部の店舗に偏っていた。

(6) まとめ

今回のアンケート調査の結果は、以前の調査と概ね同じような傾向を示しており、岐阜県の直売所も首都圏の直売所と来店客は同じような特性を示すことがわかった。平均的な来店客像は、50代、

60代の1人客または夫婦客で、来店頻度は週1、2回から月1、2回程度、購入するものは野菜中心で新鮮さを重視している、ということになる。ただし、購入商品は生鮮品・日配品中心に分散しており、また特別な商品を求める来店客も多く、直売所の品ぞろえに合わせた購買行動をしているといえる。

商品の品質や地域特有の商品に対する評価は高く、また接客・サービスも特定の店を中心に評価されている。その一方、来店頻度はあまり高くなく、日常的な買い物をするところではなく、スーパーマーケットやJAの補助的店舗、あるいは土産物店的な使われ方が中心である。これは、農産物直売所の運営は生産者が自分の栽培した農産物を売りさばくためという要素が強く、必ずしもお客さま本位で行われていないということも示しているのではないだろうか。

ただし、農産物直売所がこのような非日常的な形で利用されていることは、今回の調査対象にJAの直売所がなく、道の駅内の店舗が比較的多かったことも影響していると思われる。

第3章 農産物直売所の運営

現在、農産物直売所は、生産者及び消費者からの高い支持の下、全国の各地域において、注目され出した業態となっているが、それだけに、競合も激しくなっていて、それぞれの既存直売所においては、運営上多様な課題を抱えているのが実態である。

当、岐阜県の農産物直売所もまた例外ではない。今回、岐阜県における農産物直売所 231 ヶ所（平成 23 年 10 月末現在）の内、21 ヶ所について訪問調査をした結果をベースに、農産物直売所の運営のマニュアルを第3章として取りまとめた。

これから始める農産物直売所や、既に開設している直売所運営の見直しの参考になればと考えている。

1. 直売所開設に際して

(1) どんな直売所にするか

① 開設する直売所のイメージをはっきりさせる。

立地環境（周辺人口、気候風土、道路アクセス、地元主要作物等）を十分に検討する。

主要道路沿いで、交通の要所が最適である。

② 販売の主導権は、出荷農家にある（農産物の価格を農家が決める委託方式が主流）事を前提とする。顧客が集い楽しめる憩いの場やくつろぎの空間を提供し、新鮮な野菜類及び農産加工品等を低価格で販売する事を営業指針とする。

③ 地元の食生活を地元の農産物で支える気概と、将来大型店舗に成長させる目標を持つ。

出荷者も含むプロジェクトチームを立ち上げる。（店舗コンセプト、対象客層、建設場所、商品集荷見通し、損益計算、労務計画等について検討する）

④ 開業後は、出荷者全員を組織した協議会を設け、定期的に連絡会を開催する。

(2) 組織運営の基本方針を明確にする

① 組織運営の基本方針として決めるべき事柄は、設立の経営理念を前提として、

- ・ 経営運営主体
 - ・ 出荷可能な参加者の数
 - ・ 出荷会員になるための条件（入会金等）
 - ・ 役員の選出方法
 - ・ 販売品目と販売手数料及び商品搬入と搬出時間
 - ・ 販売当番など出荷者の責務
 - ・ 休日、営業時間の決定（地域行事の際は、営業時間の延長も考慮する）
- 等の項目を明確にする。

- ② ①に基づき、直売所の運営管理規約等の決まりを策定する。(違反者に対する罰則も明確にしておく) 直売所の人気は、全員が決まりを守る事により維持されるので、出荷者への徹底が重要でありこのためにも、関係者全員で話し合いを充分する事が肝要である。

(3) 役員、店長のリーダーシップが成功のキーポイント

① 役員、店長に適任者を選ぶこと

直売所のリーダーは、先見性や決断力のある人材をリーダーに選ぶ事が望ましい。

- ・常駐が望ましく、リーダーには店舗運営の権限を与える
- ・常駐出来ない場合は、緊急事態の対処方法決めておく
- ・リーダーの当番制にする方法もある

② 定期的に役員会を開催する

- ・役員会は毎月開催が望ましい
- ・決定事項は速やかに出荷者に伝える
- ・決まりが実態にマッチしなくなった場合は、改正案を検討し、総会に諮る

(4) 出荷会員の意欲を引き出し参加意欲を高める

① 出荷者全員の運営参加を目指す

- ・出荷会員全員に「良い商品を多く出ししっかりと稼ごう」との意欲を持ってもらう
- ・出荷者にレジ係・お客様世話係・店内巡視係等何らかの形で運営に参加してもらう
- ・野菜部会・加工部会・交流部会や品質価格委員会・規格基準委員会等へ参加してもらう
- ・高齢者・女性・兼業農家にも積極的に呼びかけ、栽培グループとして組織する

② 直売所は、生産者と消費者との交流の場である事を全員が理解する

- ・消費者との交流活動により、生産者は消費者の生の声を聞くことで生産意欲が増し、また、消費者にとっても、生産者の作る思いが伝わる等、両者にとって効果が高い。
- ・交流活動には、各種イベント・栽培体験・郷土料理づくり教室・グリーンツーリズム体験等がある。

③ 販売商品の中心は出荷者の生産物である事の基本原則を守る

- ・直売所は、地元産農産物が品揃えの基本であるべき。
- ・品揃えの必要上の仕入れ商品は全体の2割程度に抑える。
- ・消費者の要望を聞いて、栽培品の多角化を進める機会とする

(5) 組織内の情報の共有化を図る

- ・関係者全員の情報の共有化を推進する。(役員会の決定事項・競合店動向・顧客の要望・クレー

ム等)

- ・情報伝達の迅速化と伝達方法の工夫（電話・FAX・メール等の有効活用）

(6) 組織の維持・発展のための諸対策

- ・機会あるごとに、出荷者と情報交換しコミュニケーションを図る（例えば、イベント前後に話し合いを持ち、計画・反省の参考にし、次回に活かす等）
- ・高齢者支援対策（高齢出荷者の特別売場・販売手数料の引き下げ・店員が集荷に出向く・レジ当番の免除等）
- ・後継者確保対策（後継者専用売場・新規作物の栽培委託・特別研修会・後継者部会・家族個別入会制度等）
- ・中途参加者募集時の留意事項（決まりの徹底化と組織としての教育が大切）
- ・役員、出荷者、従業員の研修の強化
- ・出荷者や従業員の親睦活動の実施
- ・他の直売所との連携の推進

2. 品揃えを考える（何をどのように売るか）

(1) 品揃えを豊富にするために

- ・品揃えは地元産を基本にする（生産者に栽培計画があること）
- ・商品のアイテムは多品種（50 アイテム以上が望ましい）を目指す
- ・得意品目（看板商品で構成比 30%を目標にする）の長期間出荷方法を工夫する
- ・野菜はとりたての地元産を（新鮮は農産物直売所の最大の魅力）
- ・個人農家の店頭精米も人気がある
- ・豊富な果物は遠方からも客を呼ぶ効果がある
- ・花きは身近なものを品揃え良く（特に切花は農家から直接運べば、野菜以上に鮮度がある）
- ・山菜、きのこ、魚介類も売れる品目である
- ・午後の品揃えに努力する
- ・出荷者に絶えず売れ行き情報を提供する
- ・規格外や少量でも売り方次第で売れる
- ・新作物や加工食品に対する積極的な取組みも必要
- ・こだわり商品のコーナーを設ける方法もある

(2) 課題となる商品不足対策

① 絶対的商品不足に対して

- ・農地を所有する定年退職者を勧誘する
 - ・貸し農園利用の地域住民を勧誘する
 - ・巡回集荷（各所に集荷拠点を設けるなど出荷出来る機会が限られている生産者の利便を図る）を実施する
 - ・市場からの仕入れ品の確保も考慮する（但し、直売所の特徴を妨げないよう 2 割を限度とし、POPで仕入れ品である表示をする等の基準を設ける）
- ② 時期的な商品不足に対して
- ・施設栽培を出荷農家に奨める
 - ・時期をずらした栽培を奨励する
 - ・他の直売所からの直送品の手配する
- ③ 時間的な商品不足に対して（特に午後から夕方にかけての時間帯）
- ・販売状況をメールにより配信し情報を提供する
 - ・昼市を開催する
- ④ 施設的な制約からの商品不足に対して
- ・売場面積の拡張を図る
- (3) 残品に対して
- ① 多くの直売店は、残品の引取りが出荷者に義務づけられているので、出荷者は返品を敬遠し、出荷量を控えめにしがちである。
- ② このため陳列量の不足→販売量の不足→売上高の伸び悩みの悪循環に陥り易い
- ③ 対策としては、値下げ以外に残品を加工品やレストランの原材料として、再活用する方法もある
- ④ 営業時間中に鮮度の低下した商品があれば店長が引き抜きをし、店舗全体としての新鮮イメージを損なわない様に心掛ける。

3. 集客と販売促進対策について

(1) 集客について

- ① お客様との交流機会を増やす
- ・可能な限り出荷農家が店頭に出てお客様と触れ合う機会を多くする。（レジ当番制、案内係、各種イベントの開催等による売場応援）
- ② 既存客の固定化する
- ・会員登録による囲い込み（ポイント制等）
 - ・集客イベントの開催（サービスデー、規格外農産物の特売、掲示板や壁新聞等で新商品の紹介

や行事の予告、調理方法、イベントを紹介するチラシや冊子の発行、料理教室の開催、地域情報のお知らせ等)

③ 新規顧客確保する

- ・広範囲の宣伝（地域情報誌の活用）
- ・通りがかり客の取り込み（地域の新鮮農産物と明記した野立看板の設置）
- ・のぼり旗の有効利用（地域の農産物名の入ったのぼり旗等）
- ・午後の出荷を増やす方法を考える

(2) 宣伝広告やサインについて

- ・ロゴやデザインで個性を出す
- ・要所要所に誘導看板を設ける
- ・店頭が目立つ看板やのぼり旗を設け、店舗の存在をアピールする。
- ・店舗内に生産者の顔写真を展示して、生産者の責任感と顧客への信頼感や安心感を与える。
- ・ホームページやパンフレットを活用する
- ・近隣に観光名所等があればパンフレット等を配布する
- ・地元新聞によるパブリシティを活用する

(3) 販売促進について

- ・購買意欲を高める対策（商品の特徴を表示したPOPの有効活用、POPによる食べ方の提案）を活用する。
- ・店内販促として、
試食販売・説明販売を積極的に行う
加工場があれば、見せて買う気を喚起する
焼きたて・作りたてをアピールする
テーマを決めてコーナーを設置する
等の店内販促手段を駆使し、店舗の魅力と活気を醸成する。
- ・自家消費にプラスされる買い方の提案（宅配コーナーの設置）
- ・景品や粗品等としての買い方の提案（景品や粗品等に利用出来る商品一覧表を張り出す等）

4. 店舗のレイアウトについて

店舗レイアウト計画に際しては、商品構成や通路導線、店内案内板などソフト面を中心に、極力金をかけずに店を活性化させる事が肝要である。

- ・商品別月別、週別売上実績分析（開業前は商品別売上計画）

- ・店の特徴を決定（店舗コンセプト）する

- ・週（各月）ごとに強化する商品の見極め

以上の実績または計画計数やコンセプト、商品構成に沿った売場レイアウト（ゾーニング）を検討し、レイアウトや什器の配置、通路を決定して、図面に落とし込む。この作業によって「自店の長所」を客観的にお客様目線で分析し、その長所を活かしてどのような店づくりをしたいのかハッキリさせる

留意すべき点は

- ・買物かごやカートの形態と数量

- ・店舗のレイアウトは売場のゾーニングや商品什器、通路の配置によって決まる

- ・見やすく、手にとり易く、生産者が並べ易いことを原則とする

- ・旬の野菜、果物が全面にあり、エンド陳列にも工夫があり、土ものも豊富にある

- ・お客様が、「歩き易く」「見やすく」「選び易く」「買い易い」レイアウトにする

- ・入口は明るく、足拭きマットの用意があり、花卉等で出入り口を飾る

- ・通路は段差がなく、通路幅は、90～120 c mが望ましい

- ・直売所に来店するお客様は、普段の日常スーパーで売っていない特産品や差別化された商品を「探しに来る」ケースが多いため、出来るだけ商品を見やすく、如何に欲しい商品を見つけ易いかに配慮する

- ・商品陳列の原則を活用する（一方通行の回遊導線、非食品コーナーは最終地点に、野菜は平台または2段陳列等）

等である。

5. 商品構成をどうするか

(1) 顧客の動向を反映させる

売れる商品を、売れるだけ、売れる価格で提供できれば、売上が上がり、ロスも少なくなる。柔軟な発想で商品構成を行わないと、お客様の欲しい商品が、欠品したり、潜在需要を見逃してしまつて「機会損失」が起る可能性がある。

(2) 販売情報を活用した的確な商品構成をする

POSシステムがなく、前年の実績も整理、管理が出来ていない直売所では、手書き札による集計でもよいから、何らかの形により販売時点での情報を取る事から始めるとよい。

実績の把握→お客様の意向の把握→出荷者への要請→的確な商品構成→売場フェイスによる表現の各プロセスの中に販売情報を見出す事が大切である。

(3) 売れている商品をさらに伸ばす

毎月の重点商品を数品目決め、これらの商品は欠品を起こさない様管理する。

重点商品の見つけ方、育て方は、前年実績や計画から総売上高の内容を整理し、

- ・伸長率の高い商品はどれか（伸長率の高い商品は、お客様から支持を受けている証拠である）
- ・売上構成比の高い商品はどれか（30%の品目で70%の売上があるのが通常である）
- ・独自性があり、他との差別化できる自信のある商品はなにか

以上の3つの視点から重点商品の候補を決めると良い。

(4) 売れ行き不振商品のカット

- ・売上が落ちてくると悪くなった理由を探したり、ともすると売れ行き不振の商品を伸ばそうとし勝ちであるが、こうした後ろ向きの対策より「今売れている商品」を伸ばす方が効果的である。
- ・売上構成比10%未満の商品は、お客様に支持されていないと判断し、てこ入れをしても空振りに終わるため、縮小または、スクラップした方が良い。

農産物直売所では、一般的に、地元の新鮮野菜、果物、花き、山菜、農産加工品が売れている商品であり、売上構成比が低い商品は、外部から仕入れた商品である。

このため、売場のフェイスも地元の新鮮野菜や果物等の割合を高めることで、商品の回転率や売上を上げるという考え方が肝要である。

6. 情報発信の重要性（特に、POPの役割が重要）

(1) POPの作成に際して

商品POPは、情報の精度向上を図り、より「わかりやすく、買い易い売場づくり」を店内販促手段として推進する機能を持つ。

具体的には

- ・商品POP、メッセージの型、大きさを統一する
- ・発信する情報（内容）は、お客様の立場に立って、分かりやすい端的な表現にする

① POPの役割

POPは、単に商品の内容を伝えるだけでなく、それ自体が「販売員」としての潜在能力を持つ。この機能から効果の高いPOPは、物言わぬ優秀な販売員とも言われている。

効果の高いPOPは、

- ・目に留まるためには、デザイン、バランス等の「第一印象」が重要であり、乱立させずに適切なポイントに配置する。
- ・商品それ自体と、その関連情報（特徴、料理方法等）を短い言葉で端的に表現する。
- ・文章が具体的で解り易く、ポイントが直に顧客に理解してもらえよう留意する。

② プライスカード・メッセージカード

- ・ プライスカードのサイズは（縦 9 cm、横 16 cm、正面から見て右側に貼る）メッセージカードは（縦 15 cm、横 20 cm、正面から見て左側に貼る）等大きさと設置場所を統一する。

- ・ メッセージカードの役割は、基本情報と付加価値情報を積極的にインフォメーションする事にある

基本情報＝価格、用途、料理方法、食べ方、保存方法等

付加価値情報＝ご案内型（今が旬、当店NO1の理由、特産品、話題の食材等）

ご提案型（選別の仕方、加工の仕方、レシピ、取り合わせ方等）

③ 原稿作成時のポイント

- ・ 一番のセールスポイントを表現する（お客様の購買の決め手になること）
- ・ 読み易く、短めの文章で表現する
- ・ 誰にでもわかりやすい文章で表現する（専門用語、特殊用語を避ける）
- ・ 客観的、具体的な表現をする（かわいい、美しい、美味しい等の抽象的表現は避ける）
- ・ 作成者と表現をチェックする人は役割分担する（特に女性目線が大切）

7. 人材育成と接客の基本について

店舗を運営する上での重要な要素は「人材育成」と「接客」である。

(1)採用、人事管理に必要な事項

- ① 従業員（パート、アルバイトを含む）の採用のルールが存在
- ② 公平な人事考課の実施
- ③ 従業員教育のシステムの存在

(2)人材育成

特に、店の営業成績が、販売員の接客によって左右される小売業にとっては、人材は宝である。
従業員の服装や節度ある業務態度、接客技術向上の努力、等の接客上の基本はもちろんの事、特に農産物直売所の場合は、地域性を把握する事が肝要である。

そのためには、

- ① 地理を知る
 - ・ お客様の問い合わせに対して的確に答えられる訓練を積む（近隣の地図を書く訓練等）
- ② 地域性を知る
 - ・ 土地の歴史、土地の祭り、土地の食事内容等調べ、知識として身につけておく
- ③ 農産物の特徴を知る
 - ・ その農産物が、なぜ土地の名産になったのかを調べる。

- ・郷土料理として使用されている食材や料理も研究しておく
- ④ 農産加工品の特徴を知る
 - ・その農産加工品の生まれた理由を把握する。
- ⑤ 工芸品、民芸品の特徴を知る
 - ・土地の工芸品、民芸品は、誰が誰に向けて、何の目的で作っていたのかを理解する。
- ⑥ 行事の特徴を知る
 - ・伝統行事はその土地の成り立ちの背景が見えてくる要素である。

(3)接客

- ① もてなしの基本はお客様の目的を掴む事
 - ・もてなしとは、受け入れる事である。つまり、お客様が何を目的に来店しているのかの見極めを瞬時につけることである。
 - ・販売員の気持ちの良い挨拶や、親切で明るい応対は接客の要である。
- ② サービスの押し売りはしない
 - ・接客は、マニュアルに従って、形を教育するのではなく、「心」の持ち方を日常的に訓練する事が大切である。即ち「気配り」の養成である。
 - ・アピールのし過ぎは逆効果である。
 - ・日頃から使っている素直な自分の出せる地元の言葉で、しっかりと相手の心を観察し、お客様が求めているものを、ともに探し当てる姿勢が大切である。
 - ・このように「心」の余裕を持つ事が、農産物直売所に求められている「接客」なのである。

8. レストランを併設する場合

直売所における飲食店（農村レストラン）の経営で、利益を出すためには、飲食店の基礎（雰囲気、味、サービスの三要素を満たす事と経営者やスタッフが地域性を理解出来ているか）にある）を理解し、特に直売所併設のレストランでは、地元の食材を使う事が肝要である。

(1)レストランの作り方

- ① コンセプトづくり
 - ・最初に、直売所の個性にマッチしたレストランを作ることを考える。
 - ・そのためには、地域性を良く調べ、農作物やその土地の特徴ある産物をリストアップし、レストランのイメージを作る。
 - ・直売所に併設する場合は、その立地、環境にあったデザインにも配慮する。
 - ・関係者で徹底的に話し合う（イメージ、価格帯、食材選択等の事前打合せを充分する）

② メニューづくり

- ・店のコンセプトからぶれないよう留意する

③ 数字の目安を見積もる

- ・メニュー価格、家賃、営業日数、営業時間等が決まったら、数字を試算してみる（設備投資額は除き、人件費をはじめとする諸経費を見積もる）

- ・主なものとして

売上目標＝1 日何食作ることが出来るか（メニュー一品ごとに集計し、売上見込みとして見積もる）

人件費＝営業時間を考え、スタッフは1 日何人必要とするか

④ 事業計画書を作る

- ・事業計画書には、

売上、原価、家賃、人件費、水道光熱費、通信費、交通費、消耗品費、修繕費、保険料、福利厚生費、リース料、広告宣伝費等を網羅する。

- ・特に、原価と人件費は充分検討する。

⑤ 損益分岐点を試算する

- ・損益分岐点は売上と費用が同額となる売上高であり、損益計画の要となる計数である。

⑥ 人件費の計算

- ・直売所が運営する飲食店のケースでは、時間給で計算される事が多い。
- ・人件費は売上高の 30%を目処に、時給換算により総労働時間を算出し、実際の行動予定に無理なく適合するかをシュミレーションし、事業計画とのすり合わせを行う。

⑦ 店舗設備

- ・新規開設においては、事業計画の内容を設計者にも伝え、厨房図面を引いてもらう必要がある。
- ・客席数、通路幅、作業導線、厨房の面積、及び総面積は、投資額と作業効率に大きく影響するので、事業計画との整合性が必要である。

⑧ 衛生管理

- ・飲食店を経営する際に、重要となるのは店の衛生管理である。
- ・そのためには、地元の保険所との連絡を密にし、さまざまな衛生管理方法を記した、店内で使用可能な帳票を用意する必要がある。

例えば

従業員規則（チェックリスト方式が良い）、衛生に関する講習会（保険所に依頼）、冷蔵庫の温度の確認、原材料の歩留まり率の向上、等がある。

⑨ 労務管理

- ・スタッフの管理も重要である。飲食点の場合は特にスタッフによって、売上は確実に変化する。

- ・スタッフの本来持っているパーソナルな人格にも関わってくるが、十分な教育と適材適所への配置も必要である。
- ・毎日お客様が来てくれる事、地元の美味しい産物をお客様に喜んで食べてもらう事が、楽しいという職場を作ることが肝要である。

⑩ 思いやりの心

- ・「食」には人の心を豊にする機能がある。直売所が提供する飲食は、味や愛や思いやりが大切である。地元への愛や人々への思いやりが、提供する雰囲気、味、サービスに生かされている事が、キーポイントである。

9. 新商品開発の可能性は大きい

(1) 新商品を開発するメリットは、

- ① 付加価値の高い商品が生まれる
- ② スーパーなどに無い個性と魅力を生み出す
- ③ 農業体験等普通の小売店では真似の出来ないサービスが創造できる
- ④ 農産物の加工により収益が得られる
- ⑤ ここだけのオリジナル商品を生み出す事ができる
- ⑥ 地域経済の活性化と雇用の創出に貢献できる

特に直売所は、さまざまな商品開発の可能性と広がり秘めている。これらをどう活かすかで、直売所の持ち味や特徴を生み出す事が出来る。

(2) 地域産の素材を活かす

- ① 直売所が商品を開発する強みの一つは、生産手段をもっているため、種や栽培から特色付けが可能な事にある。
- ② 加工品は、独自性が発揮出来るものが多い。(例：地場産小麦使用のうどん)
- ③ 素材を厳選する事によるオリジナル商品が生まれる。(例：地場産の大豆を使った豆腐)
- ④ バリエティに富んだ産品の構成で個性化する (例：種類の豊富なイチゴやトマトの取り揃え)
- ⑤ オーガニックや特別栽培というエコロジーの特性のある商品 (特別コーナーを設置) の入手可能性はある
- ⑥ 伝統という特性を利用する (例：岐阜県の枝豆、南瓜等)

(3) お客様が求める商品を開発する

- ① 余った商品で独りよがりに商品化しない (例：ジャム、ワイン、トマトソース等)
- ② トマトは生食と加工品では、品種が異なる

- ③ 食の現場がわかる仲間と共同開発する
- ④ 食べ比べて地域の売り物を明確にする
- ⑤ お客様の要望に身近に答えられる直売所を目指す
- ⑥ 商品は役者、役者が生きる舞台（売場）を作る

10. 事業を多角化する

(1) 地域資源の利用価値が広がる

- ・多角化するということは、地域資源活用の可能性が広がると同時に、地元経済の活性化や雇用創出にも繋がり、さらに農産物の利用価値も高まっていく事になる（例：規格外の柑橘類を加工し商品化する等）

(2) 直売事業に加え、多様なサービス事業を提供する

- ・多彩な商品が創造可能である。既に、新しい事業形態が各地で取組みが行なわれている。（例：レストラン、惣菜コーナー、パン売場、ジェラード店、喫茶室などの施設の複合化。販売先として学校給食や業者向けの開発。体験事業の実施等）
- ・事業形態が複合化すると、そのマネジメント能力、経営力、トータルを統括するデザイン力も同時に求められる。（研修や先進地視察等の学習も必要）
- ・6次産業化、ブランド化等の国の支援事業も利用しながら、多角化を進める事も出来る

(3) 直売活動の多角化の可能性

- ・「教育」の切り口を重視した取組みもある（三重県）

(4) レストランをベースにした事業の多角化

- ・農村レストランとしての観光客誘致（大分県）、野菜の一次加工品を作ることで需要に答える（福岡県）、結婚式から法事まで運営（長崎県）。スタンド形式のトウモロコシのポップコーン販売（茨城県）

(5) 他への出店

- ・小規模の直売所は、大型店や商店街の空き店舗等の集客の多い場所に出店や出張販売を行い、待ちから攻めの経営を検討する。

(6) 通信販売事業への進出

- ・現在、インターネットによる通信販売が注目されている。このためには、システムづくりのための時間と人員と予算をかける覚悟があるかということも、通信販売成功の重要なポイントである。
 - ・ファン作りで成功した米の宅配の例もある（千葉県）
- 以上のように、多角化の可能性は無限に広がっている。但し、モノマネで持続させる事は成功につながらない。

従って、

- ① 地域の食材と個性を明確に打ち出す事
- ② 教育やものづくりに力をそそぐ事
- ③ 情報発信力と営業力を高める事
- ④ 物語性を打ち出す事
- ⑤ 独自のデザイン性を打ち出す事

などが必要となる。

11. 地域社会への貢献として農産物直売所に期待される機能

(1) 活動を通じての地域社会に対する貢献

① 地域社会への貢献が期待されている

直売所活動は、農村地域の課題を背負っているもので、単なる経済活動ではない。従って、経済活動以外に地域社会への貢献という使命を帯びて活動する事が直売所の使命でもある。(地元の人たちの交流の場であり、地域の情報の発信基地としての機能を持つ等)

② 中山間地域では直売所が地域活性化の拠点となる

- ・地域で生産される農林水産物や加工品などを販売する事で、生産活動をサポートする
- ・顧客である消費者との交流を促進する
- ・地域食文化など地域の伝統的特徴を維持する

これらの活動を通じて、地域内の雇用や交流の促進を図る等の活動が期待されている。

③ 農村地域では直売所が地域農業振興の拠点となる

- ・商品として出荷されなかった少量生産物、規格外農産物、小規模農家の農産物を新たに商品として販売する
 - ・これまでに地域で生産されなかった新品種を育てる
 - ・女性農業者や若手農業者などの自主自立活動を助ける
 - ・近隣住民などへ新鮮な地場農産物を提供する
 - ・農村レストラン、加工施設などの運営も含めて雇用促進を図る
 - ・地産地消、食育、地域文化振興の活動を進める
- 等の活動が期待されている。

④ 都市地域では直売所が農業継続と農業啓発の拠点となる

- ・都市では、農地が散在し農家の存在感が希薄になり勝ちの中、直売活動で農家が農業に対する自信を取り戻す
- ・消費者が、地元農家の新鮮な農産物を買う事で、都市農業の存在とその大切さに気がつく
- ・直売所が消費者に支持され、集客効果が高いことに気付いた地方都市などでは、商店街の活性化

のために周辺の直売所に、出張販売や2号店などの出店を依頼する所も出てきた。こうした要望に応える事も地域に対する貢献である。

(2) 二号店開設や宅配事業の実施

① 商店街活性化が目的の二号店や出張販売

- ・直売所が商店街へ出店する事で、商店街の集客が増え、その周辺住民に喜ばれ、商店街およびその地域の活性化に効果があると期待されている。

② 宅配事業

- ・地域の高齢者などから注文を受ける商品宅配、福祉施設へ調理用食材や弁当などの配達、弁当仕出し、都市住民や地域出身者へふるさとの農産物や加工品をセットにして送る「ふるさと宅急便」などがある。

(3) 地域食文化の継承と開発

① 地域伝統食品の復活

- ・直売所では、その地域独特の農産加工品を販売すると、地域住民、特に高齢者に喜ばれている。

① 新たな農産加工品の開発

- ・直売所では、地域素材を用いた新たな加工品の開発も進んでいる。(ジャム、ジュース、ソーセージ、パン、菓子等) こうした動きは、農業の6次産業化や農商工連携の萌芽として期待される

② 伝統食品加工講習、郷土料理教室

- ・直売所活動参加者には郷土食の加工や調理の技術を持った高齢者も多く、各地の講習会などでその伝承に活躍している。

(4) 地域農業に対する支援

① 地域農業活性化

- ・直売所の多くは生産者個人名で販売しており、個々の農業者を消費者が評価するため、農業者は栽培品種、栽培方法などにこれまで以上に努力し、工夫するようになる。

② 農作業受委託

- ・直売所が、生産者の農作業の受委託或いは斡旋をする方法もある
- ・直売所に、営農指導員を常駐させる事も検討課題の一つである

③ 農業後継者づくり

- ・後継者をグループにして店内に特設販売コーナーを設ける
- ・新品種などの栽培を委託する
- ・特別に研修機会を与える

- ・新規参入者の確保対策として、営農指導員が特別指導するなど直売所としての後継者づくりの支援策が考えられる。

④ 地域伝統野菜の復活

伝統野菜が直売所で人気商品となり、各地で復活している

⑤ 新品種開発

新品種開発は、消費者動向の調査にも役立ち、出荷者にとっても、独自の品種を持つ事が直売活動に有利となるので喜ばれる

(5)地域社会活動の拠点として

① 直売所は地産地消活動の中核

地産地消活動は、全国的支持を得た活動であり、この活動を支える中核が直売所である。

② 食農教育活動

直売所のリーダーや出荷者に食農教育活動への参加が求められている。

③ 学校、施設への給食食材供給

地産地消活動の進展とともに、学校側の地元素材への理解が深まり、各地で供給が進んで来た

④ 地域食文化、伝統行事の復活

地域食文化の発掘、維持、継承活動、節句行事など地域の伝統行事の継承活動が直売所の活動として期待されている。

(6)地域の情報発信拠点に

- ・農山村部では、直売所が日頃最も地域住民が集まる場所になって来た。
- ・更に、地域住民と都市住民との交流促進を目的の一つとしている直売所もあり、農業、農村の大切さを訴える活動も直売所に期待されるようになって来た。

(7)農産物直売所は農業の六次産業化のルーツ

直売所活動自体は三次産業であるが、農纂加工品の販売や、地場農産物を材料に使ったレストランの併設経営等、分野を広げた活動は農業の六次産業化につながっている。

従って、農業の6次産業化実現のための第一歩として、農業者の手によって作る農産物直売所の持つ意義は大きい。

参考文献：農産物直売所経営改善マニュアル（財団法人 都市農山村交流活性化機構）

第4章 岐阜県の農産物直売所の紹介

岐阜圏域

1. 鍋原ポケットパーク物産直売所

名称：鍋原ポケットパーク物産直売所
所在地：本巣市佐原452-1
開業：平成11年
従業員：経営者以外にパート3名
建物：約120㎡
取扱商品：野菜、果物、花卉など
喫茶（モーニング、だんごなど）
セールスポイント：減農薬の地元農産物、
店員との楽しい会話
駐車場：約40台
その他施設：軽食も提供できる喫茶を併設
定休日：月、火、木、金曜日（祭日は営業）
1月、2月は全休業



(1) 現在の運営状況

鍋原ポケットパーク物産直売所は、平成11年に地元農家の農産物を販売する直売所として開設された。その後、5年前に前経営者が退任し、平成19年から現在の代表者の高崎氏が経営者として運営している。前経営者が運営をやめたとき後継者がおらず、1年ほど直売所は休業していた。しかし、地元農家の直売所を継続してほしいという希望があり、現経営者が前勤務先を退職後、経営を引き継いだものである。土地、建物は本巣市所有のものであるが、再開にあたっては、内装や喫茶施設など建物の改装投資が行われ、店舗が新しくリニューアルして再開された。

地元の農家約100軒が生産者として登録しているが、現在では実際に出荷する人は50名から60名程度である。生産者はこの直売所にほぼすべての農作物を出荷しているため、地元の農家にとって貴重な販売所となっている。仕入商品は扱っていない。

この直売所は、農産物の販売を主目的としながらも、地元の人の交流、憩いの場という要素が強い。生産者は商品を出荷後も喫茶に残って、モーニングを食べながら地元の人との会話に花を咲かせている。そのような感じで10時30分ぐらいまでは生産者や地元の人でにぎわっている。モーニングでは地元の野菜を利用した季節の野菜サラダなどを提供している。建物の外にもテーブルや椅子が置いてあり繁忙時はそこも座席として使われる。その後に、生産者が自分のところで作っていない農産物

を買う場合も多い。

場所が奥まっていることもあって、お客さんは地元の人が多いが、名古屋や福井などの遠方から谷汲山に来たついでなどに買い物に立ち寄るお客さんもいる。

売上は現在、年1000万円以下と少なく、商品やお金の管理は手作業が中心である。商品にはバーコードを貼りつけておらず、品名・価格・生産者番号を書いたシールを貼り付けている。生産者名を記入しないのは、顔見知りばかりで他人に知られたくないという生産者が多いためである。価格は生産者が決定しているが、生産者にもうけようという欲があまりなく安価に設定されているものが多い。

取扱商品は、野菜、果物、花、米などで、加工食品はほとんど取り扱っていない。春は山菜、秋は柿の売れ行きがよい。あまり農薬を使わずに生産している農家が多く、米はぎふクリーン農業の認定を受けている商品が多い。このため商品は安全で安心であるが、一方、生産者が農薬散布に慣れていないという面もあり、ときどき農薬散布や衛生管理の講習会を実施している。

また、経営者や店員は大変気さくで親しみやすい人柄であり、なじみ客は彼女たちとの会話を楽しみに来ている人も少なからずいる。働いている経営者や従業員たちも金銭的な待遇より、仕事に楽しさややりがいを感じて、当所で仕事を続けている。

(2) 課題および今後の展望

当所の一番の課題は、生産者の高齢化とそれに伴う出荷される農産物の減少である。生産者は売上や利益が目的というより生きがいの1つとして栽培していることが多く、高齢化に伴い作れる農作物が減少しているため、次の世代へ農作を引き継いでいけるような取り組みが必要である。場合により貸農園として外部の人に委託し生産高を維持することも検討する必要がある。

それに関連してもう1つの大きな課題は後継者である。現経営者に引き継がれる前に休止していた時期もあり、現経営者もボランティア的に仕事を行っている状態である。関係者のやりがいや楽しさを維持しながら、売上を増やし、より採算の取れる直売所に変え次の経営者につなげていくことが必要である。そのためには、生産者が売る喜びを知り、当事者意識を持って直売所をよくしようと取り組むことが必要となってくる。

第3の課題は、当直売所の知名度の向上である。当直売所は奥まった場所にあり、また営業日が限られているため、地元のお客さん以外は知る人ぞ知るという直売所になっている。本巢市を通じて広報を行うなど、直売所をより多くの人に知ってもらうための仕組みづくりが欠かせない。

第4の課題として、遠方の来店客のリピーター率を上げる工夫が必要である。それには、他の直売所がない当直売所ならではの商品を作り、それをPRしていくことが有効である。現在も山菜や柿など売れ筋商品があり、これらを含めて定期的に当直売所に来てもらえるような仕掛けづくりが必要である。

2. 道の駅「織部の里もとす」

名称：道の駅「織部の里もとす」
所在地：本巢市山口676
開業年月：平成13年4月
従業員：事務局3名、臨時職員・パートアルバイト11名
(直売施設のみ)
経営主体：(財) 織部の里もとす (本巢市が資本拠出)
建物：約120㎡ (ゆらら店舗、他に底のある屋外で販売)
ホームページ：<http://oribe.or.jp/>
取扱商品：野菜、果物、花卉、米、加工食品、工芸品
セールスポイント：新鮮で豊富な地元農産物
駐車場：普通車136台、大型車、身障者用別途あり
その他施設：レストラン、織部展示館、そば打ち体験施設
など
定休日：水曜日



(1)現在の運営状況

道の駅「織部の里もとす」は、平成12年10月に当時の本巢町（現：本巢市）が中心となって資本拠出し設立された（財）織部の里もとすによって運営されている施設であり、平成13年4月に開業した。これは、地元出身の戦国時代の茶人である古田織部にちなんで農産物直売所を中心とした町おこしを図ろうとしたものであり、当施設には直売所のほか、ギャラリー（市民の文化活動の発表の場）、織部展示館、喫茶、レストラン、そば打ち体験施設などを備えており、観光客や地元の人々が楽しめる複合的な施設となっている。

農産物直売所では地元の農家約300軒が生産者として登録しており、生産者は原則、旧本巢町民に限定されていて、仕入商品は扱っていない。また、手数料率も10%と低い。これは、直売所の主目的が、地元の農家に商品を販売する場を提供するためであることによる。

生産者は出荷前日までにバーコードシールの元となる生産記帳表を提出し、出荷時に当所の職員が検品を行い、商品の品質確保と事務の合理化を図っている。また、生産者に対しては、当所の主催で岐阜地域農業改良普及センター職員を講師に招いて、野菜の栽培講習会を年4回ほど開催し、農家に対する啓もうと指導を行っている。

当所では、道の駅として観光客などの集客を図るため、加工食品を建物の内部で販売している。業者は原則岐阜県の業者であり、地元の商品を中心に品ぞろえを調整し、この道の駅にふさわしい商品

を置くようにしている。販売方式は農産物と同様、委託販売方式である。

販売の工夫としては、商品の鮮度を確保するため、売れ残り商品については生産者が当日中に引き取ることを義務づけている。また、ぎふクリーン農業の推進を図るため、ぎふクリーン農産物は専用の棚を用意し来店客の目につきやすいように並べている。

ホームページに農産物の出荷予定表を掲載し、来店客への情報提供による広告宣伝を行っている。また、年1回秋の感謝祭を実施し、多くの来店客を集めている。

名産品は柿といちじくであるが、いものつるやそうめんかぼちゃなど地元独特の野菜を置くとともに、その食べ方を紹介するなど来店客に積極的にPRし、他の店舗との差別化を図っている。

(2)課題および今後の展望

開業以来、順調に売上をあげ黒字を維持してきたが、最近は売上が少しずつ減少しており、状況は少しずつ厳しくなっている。当所では、他の小売店の商品の陳列方法や照明を研究し、さらに清掃をこまめに行って清潔な環境を保ち、リピート客の増加を図っている。

売上減少傾向に歯止めをかけることが最大の課題であるが、売上減少はいくつかの要因が複合して起こっており、それに合わせた対策が必要である。

第1に地元客の比率が少なく、買い物客の来店頻度が少ないことである。これは近くのJAの直売所との競合が生じていることが大きな要因である。そのため、競合に勝てるよう到来店客のニーズを探り、それに合わせた品ぞろえを行っていくことである。また、来店客は高齢者の比率が高いため、40代以下の消費者が買う気になる目玉的な商品を検討することも必要である。イベントの開催も現在年1回行っているが、市民から企画を募るなどして、よりお祭り化を進めることが有効である。現在も行っている情報発信は地元の人の交流の場として有効であるが、地元の子供や老人などの発表を増やし、地元の人に身近な施設にすることも有効である。

第2に、上記と関連するが、生産者の高齢化が進み商品の供給が減少していることである。抜本的な対策は困難であるが、地方自治体と協力して生産指導を行い、良品の生産量を増やす工夫を行う必要がある。また、核となる生産者を育て、その人たちを中心に生産の増加を図るという方策も考えられる。

第3に他にも商業施設ができ、観光施設としての魅力が減少していることである。これについては、道の駅という利点を生かして他の店では買えない当所ならではの地元の商品をさらに開拓し、その品ぞろえを図ることが必要である。特に加工食品については商品別の購買動向を調査し、それを品ぞろえに反映させることが必要である。

第4に接客についてもやや儀礼的になっている面が感じられる。これについては従業員1人1人の意識の改革が重要であると思われ、目標の設定など指導を工夫していく必要があろう。

3. 道の駅「富有柿の里いとぬき」

名称：道の駅「富有柿の里いとぬき」
所在地：本巢市上保18-2
開業年月：平成12年4月
従業員：パート5名（2名ずつ交代勤務）
経営主体：（有）柿の里ふれあいセンター直売所
建物：約150㎡
取扱商品：野菜、果物（特に柿）、花卉、加工食品
セールスポイント：柿の品ぞろえが豊富
駐車場：普通車72台、大型車5台、身障者用2台、
（施設全体）
その他施設：道の駅案内所（情報センター）
定休日：月曜日



(1)現在の運営状況

道の駅「富有柿の里いとぬき」は、地元農家が柿などの直売を行っていたところ、同所付近が道の駅として整備された時、道の駅に併設される農産物の直売所として発足したものである。付近の一帯は、富有柿センター、農林業実習センター、バーベキューセンターなどを備える複合施設「本巢市富有柿の里」として整備されており、道の駅「富有柿の里いとぬき」もその一部となっている。直売所の土地、建物は本巢市の所有であり、直売所ではこれを賃借して利用している。

運営主体は地元の柿農家6名で設立した（有）柿の里ふれあいセンター直売所であり、その代表である杉山氏が社長となって経営を行っている。

この直売所の大きな特色として柿への依存度が高いことがあげられる。売上のうち約50%が柿の季節である11、12月の売上で占められている。この時期には、来店客も大幅に増加し、駐車場もいっぱいとなるため、臨時として12人ほどの応援を受け、販売にあたっている。

生産者は地元の農家約60名であり、本巢市を中心に揖斐川町、北方町などの農家も一部混じっている。また、当直売所だけでなくJA等にも出荷している農家もある。生産者は高齢化しているが、スペースの関係と現在の出荷者との調整の関係で、新たな生産者の受け入れは退出者の補充としてしか行っていない。値決めは生産者が行っており、手数料率は直売所の平均的な割合となっている。

また、道の駅という施設のため、地元の食品加工会社が製造した加工食品（お菓子、調味料、漬物など）が充実している。加工食品についても基本は委託販売であるが、品ぞろえの充実のため一部仕入商品も取り扱っている。柿アイスクリーム、柿ジャム、柿肉のたれ（焼肉用のタレ）、柿葉茶といっ

たユニークな柿の加工食品があり、当直売所の特色となっている。

現在の売上は6000万円ほどでここ数年は横ばいである。国道157号線に面し、「本巢市富有柿の里」という複合施設の顔として大変目立つ恵まれた場所に立地し、駐車場が広いなど当施設の強みをうまく生かしている。また、糸貫は富有柿の産地として全国的に有名であり、多くの観光客にとって当直売所は名物の富有柿を買う絶好の場所となっている。柿については品ぞろえが豊富で品質が高いとの評判を得ておりマスコミの取材などときどきある。現在、当直売所でも30～40%が観光客向けの売上となっている。

運営は社長を中心に手堅く行われており、新商品の開発や積極的な広告宣伝による商売拡張には慎重である。このため、余分な手間や調整が不要となり、少人数で効率的な運営を可能にしている。

(2)課題および今後の展望

立地に恵まれ、また富有柿という有名商品がメインであるため、今後も安定した集客が見込まれる。しかし、柿への依存度が高いため、施設の稼働時期が柿の季節に偏っており、年間を通じて直売所の稼働率を高め、売上を増やすことが最大の課題である。このためには、生産者、直売所双方に売り上げを増やす努力と工夫が必要となる。来店客が増えて商品が多く売れるようになり、それによって生産者の収入も増え、やる気増進につながるという好循環を作ることによって、直売所・生産者双方がメリットを享受できる。

そのために、商品の充実という課題の解決を図る必要がある。柿生産者のための直売所という色彩が強いため、他の直売所に比べて野菜類の種類、量が少ないように感じられる。来店客の声を生産者に伝え、来店者のニーズにあった品ぞろえができるように生産者に働きかけていくことが必要と思われる。また、今までの生産者との調整もあるが、新たな生産者を受け入れることも刺激と緊張感をもたらし、当直売所の充実につながるのではないだろうか。

第3の課題は付近が複合的施設として整備されているにもかかわらず、お互いの連携が少なくそのメリットが十分に生かされていない点である。一帯の施設といっても運営主体や施設の目的が異なるため、お互いにどう連携するか難しいという事情はあると思われるが、連携によって知名度をより高めることによって、より多くの集客につながられると思われる。具体的には、お祭りなどのイベントを行うことが考えられる。

第4の課題として接客の向上があげられる。店員の対応は無難だが、商品への愛情が不足しているように感じられる。商品の陳列、POPについてもインパクトに欠ける。他の直売所を研究したりすることによって、より来店客の購買意欲をそそる陳列、POPを工夫すべきと思われる。

4. ふれあいバザール

名称：ふれあいバザール
所在地：山県市船越416-13
開業年月：平成9年4月
従業員：役員5名、従業員16名（8名ずつ二交代勤務）
経営主体：ふれあいバザール生産物直販組合
建物：145㎡（食堂、そば打ち施設含む）
取扱商品：野菜、果物、こんにゃく、桑の木豆、菓子、
花卉、味噌・漬物その他加工食品、けやき台など
セールスポイント：自家加工したそば、漬物、
桑の木豆を使った加工食品
駐車場：普通車約40台
その他施設：レストラン、そば打ち施設、加工施設
定休日：月曜日（飲食店は第3日曜日も）



(1)現在の運営状況

当直売所は美山町（現：山県市）が事業主体となって建設され、平成9年5月に運営が開始された。もとは、農家の生活改善グループに端を発し、昭和62年から始まったふれあい朝市という直売所で、平成8年には地元農家50名が参加していた。メンバーが高齢化する中で若い人の参加できる施設が作られ、ふれあいバザール生産物直販組合が運営する直売所として開業した。

直売所は建物、土地とも山県市の所有であるが、運営は生産者約140名からなる任意組合によって行われており、3代目の組合長である藤田氏が中心となっている。役員と従業員は全員地元農家の女性であり、栽培、加工、販売すべてが組合員である地元生産者によって行われている。「地域資源から独自性を打ち出し、徹底したこだわりと自信を持つ」、「自慢ができて、おもしろくて、参加ができて、進歩がある」の2つを基本概念として、農業を振興し、後継者を育成し、地域特産物を発信する場となっている。栽培も含めた運営全般に県の農業普及センターや山県市の指導、助言を得ながらも、自分たちだけで運営できる適正規模での経営を行っている。

商品は地元産の野菜、果物などの生鮮食品が中心であり、出荷物の受入は当日朝6時30分ごろから行われている。生鮮食品はすべて委託販売で、手数料率は15%となっており、値付けは生産者が行っている。売れ残ったものは当日中に生産者が引き取るが、引き取られないものは廃棄処分に行っている。また、加工食品も組合員の手作り食品の委託販売が中心だが、地元食品加工業者の製品については一部仕入販売も行っている。

主要商品は野菜、果物、花卉などであるが、野菜は安心、安全な無農薬栽培を中心に地元特産のしょうが、にんにく、冬瓜などを販売している。また、春には山菜が名物であり、さらに手作りのこんにゃくや豆腐、みょうがぼちなどのお菓子類も人気がある。秋に採れる名物の桑の木豆（高級ホテルなどでも食材として使用）は乾燥させて保存し、お菓子や料理の材料として1年を通し提供している。

また、当直売所に併設するレストランでは、自家製の手打ちそばや地元の野菜を使った料理を提供しており非常に人気が高い。食事を目的に遠方から来る来店客も多く、地元客の比率は低い。

運営コストを下げる工夫として、従業員はレジ、レストランのホール、調理、そば打ち、惣菜や漬物の加工と複数の作業を受け持ち、繁閑に応じて柔軟に対応している。また、飲食店の食材は農家から余ったものや形の悪いものなど、無償で提供されているものを使って材料費を削減している。

(2)課題および今後の展望

行政の支援をえて、古くから農業の六次産業化を実践している先進的な生産者組合であり、良質な生鮮農産物と加工食品、料理を提供しており、商品に対する顧客の満足度は高いと思われる。しかし、売上は平成15年をピークに漸減しており、直近では飲食店を含めて約9000万円となっている。競合する付近の直売所に圧されていることと、場所が中心地から離れ不便であることが主な原因と考えられる。

第1の課題は売上の増加である。売上が減少している原因の1つに生産者が高齢化し、出荷量が減少していることがある。これについては、県の農業普及センターの指導を受けながら農産物の質を高め、農業を魅力あるものとして次世代に引き継いでいく工夫が必要であろう。また、遠方からの来店客が多く、訪問頻度が少ないため、季節ごとの特色ある食品を積極的にPRし、顧客の来店回数を増やす工夫が必要である。

第2の課題は、従業員が高齢化する一方、新たに参加する若い女性が少なく、従業員の世代交代が遅れ、労働力が不足していることである。この点については、若い女性を中心としたイベントの企画など、若い女性が積極的に発言できる雰囲気を作り、新たな参加者を増やしていくことが必要である。また、一部作業については（できれば地元の人に）外部委託することも検討する必要がある。

第3の課題として、組合長はリーダーシップがあるものの、繁忙であり、課題の対応に豊富な経験を生かし切れていない面がある。陳列スペースが不足し商品が雑然としている、売り場が狭く落ち着いて買い物がしにくい、接客も繁忙時に混乱が見られる、などの点を改善し、来店客にとってより魅力ある店舗を作っていくことが必要である。診断士などによる経営診断を受け、そのアドバイスに従って経営改善を図っていくことも有効だと思われる。

5. 山県市てんこもり農産物直売所

名称：山県市てんこもり農産物直売所
所在地：山県市小倉 7 5 5－2
開業年月：平成 1 8 年 1 1 月
ホームページ：<http://www.tenkomori-ijira.com/>
従業員：社長など役員 6 名、正社員 1 名、パート 1 6 名
経営主体：(有) 天湖森いじら
建物：約 1 5 0 m² (直売所部分)
取扱商品：野菜、果物、花卉、米、惣菜、加工食品
セールスポイント：栽培指導が行き届いた安心、新鮮で質の高い農産物と豊富な品ぞろえ
駐車場：普通車約 7 0 台 大型車 2 台
その他施設：レストラン、だんご販売所、
車いす対応トイレあり
定休日：水曜日



(1) 現在の運営状況

山県市にあるてんこもり農産物直売所は平成 1 8 年 1 1 月にオープンした比較的新しい直売所である。当直売所は昭和 6 3 年 8 月に始まった伊自良村のテント朝市が母体で、商工会を中心に村おこし実行委員会による取り組みも行われ、テントによる農産物の直売が拡大してきた。その後、伊自良村が中山間地域農村活性化総合整備事業の対象となり、従来の 4 つのテント販売所によるアンケート調査の結果、ゆっくり買い物ができる直売所がほしいという要望が強く、地元農業の一層の振興を図るため、山県市（伊自良村は合併して山県市の一部となる）で平成 1 6 年 1 1 月に準備委員会が発足し、約 2 年の準備期間を経て開設された。

運営主体は（有）天湖森いじらで、地元の農家など数名（うち一部は現在退会）が出資して設立され、以前から直売所運営の中心であった佐野氏が代表者に就任した。実際の運営は佐野社長を含めた役員 6 名を中心に、正社員と女性を中心としたパートで行われている。

生産者の農家は約 2 7 0 名で、ほとんどは兼業の零細農家である。農産物は当日の朝に出荷が行われ、売れ残った商品は当日中に引き取る義務がある。登録した携帯電話に午前 1 1 時、午後 4 時に売れ行き状況を知らせるメールを配信し、情報提供を行っている。

農産物の販売は委託生産方式であり、価格は 1 0 0 % 生産者が決定し、売上の一定割合を当直売所に手数料として支払っている。生産者が出荷するためには、1 週間前に栽培日誌の提出が義務付けら

れていて、それを当直売所がチェックして OK となった商品のみ販売を認めており、商品の安心・安全と品質が確保される仕組みとなっている。また、減農薬、減化学肥料のぎふクリーン農法を推進しており、農薬の掛け方や土づくり施肥などの栽培指導も行い、ぎふクリーン農産物をはじめ、より安全で品質の高い農産物を販売するよう努力している。

来店客の多くは山口市、岐阜市など近隣の住民が多いが、ホームページによる広告宣伝も行っており、評判を聞きつけて愛知県など遠くから買い物に来る人も少なくない。地場の加工食品も委託販売方式で扱っており、農産物も少量多品種のため比較的に品ぞろえが豊富であることに加え、お客さまに売れる商品をそろえるという意識が高く、顧客本位の店づくりが大きな強みである。建物も新しくきれいで、商品も整然と並べられており、来店客が好感を持ちやすいと思われる。

このような商品に対する顧客の支持は高く、生産者を指名した電話での商品の問い合わせもときどきあり、リピーター比率が高い直売所である。これには、当直売所が山口市の小中学校に食材を供給し、農業実習や食育の講師を務めていることも寄与していると思われる。

また、レストランでは米をはじめ地元の食材を使った料理を提供しており、レストラン目的で来店するお客さまも多い。特に限定 25 食の四季彩ご飯は価格もお値打ちで、毎日完売の状況である。レストランを含めた売上は約 2 億円と多く、平成 19 年に大規模な直売所が近隣にできても大きな影響を受けることなく売上を維持してきている。

(2) 課題および今後の展望

顧客本位の店づくりにより売れる商品づくりという考えのもと、良質の商品をおくことで顧客から支持されている。さらに顧客の満足度を高める取り組みを行うことによって、今後もより安定した運営が見込まれると考えられる。そのため、生産者の要望とお客様の要望をどうマッチングさせるかということが第 1 の課題である。お客様の情報を生産者により一層伝えていく仕組みが必要であり、顧客アンケート調査の実施などが有効であろう。また、黒にんにくなど地元特産物を拡充し、他店との差別化を図ることも必要である。

第 2 は、生産者の高齢化が進んでいくなかで商品の供給をどのように確保していくかということである。長年行ってきた栽培指導などが高い品質の農産物を供給することにつながっており、この取り組みを続け、さらに次世代の生産者を育てていくことが必要であろう。そのため、お客さまに高く評価され、農産物が売れていく喜びを生産者が感じられることが肝心である。

第 3 は、競合店との競争が激しくなる中で、当直売所の経営を安定させ、直売所を引き継いでいける仕組みを作っていくことである。そのためには、お客さまに支持される商品を提供し続け、自分の店の特色を魅力としてお客さまに伝えていくことであろう。

第 4 に接客について一部来店客からの不満があった。筆者は水準以上だと感じたが、より接客に磨きをかけ来店客の不満を業務の改善につなげていくことが肝心であろう。

西濃圏域

1. えぼしの里・上石津

直売所名	：えぼしの里・上石津
施設所在地	：大垣市上石津町下山 1297-1
開業年月日	：平成 21 年 2 月
従業員	：直売所 3 名（生産者交代）
経営形態	：地域農家グループ 任意団体
建物構造	：木造 約 30 m ² （直売所面積）
扱い商品	：米・野菜・果物、花き・惣菜・ 菓子・加工品・調味料 おすすめは椎茸
セールスポイント	：新鮮で豊富な品揃え
駐車場	： 10 台



(1) 現在の運営状況

農産物直売所「えぼしの里・上石津」は、大垣市上石津町下山にあり三重県との境に位置している。国道 365 号線沿いの里山で近くには緑の村公園、日本昭和音楽村、複数のゴルフ場があり、都市と農村が交流を深め、人々がふれあうことのできる大自然に包まれ心豊かな地域である。

直売所の設立は、平成 21 年 2 月 地元 450 戸に対し説明会を行い、廃材を活用し自前で建物を 6 ヶ月（週 2 回）で建てた。駐車場は 10 台でやや狭い。出荷者（出荷農家数 60 戸）が 3 名交代で直売場の農産物の販売にあたっている。これは出荷者に顧客の声をじかに聞いて、直売所の運営に役立てるとともに、改善に結びつけることをねらいとしている。直売所の手数料は 10%、労務費は無給、年会費なしで運営されている。

地元農産物に限定した直売場で、農産物は直接持ち込みで朝取り新鮮野菜、花き、果物が好評で早い時間に売り切れとなる。手数料は 10%、アドバイザーによる栽培指導を受けている。

出荷者が販売しているので、顧客は生産者の顔が見え安心して農産物を購入している。

顧客とのコミュニケーションがとれた親近感のあるフレンドリーな直売場である。

レジは、電卓で集計、レシートと売上票（控）は商品に品名・生産者名、価格、出荷日等が印刷さ

れており、売上票（控）を切り離し、売上の管理を行っている。

顧客は隣接の三重県いなべ市の顧客が6割、他にゴルファーや貸し農園利用者である。

広告宣伝はなく、販売促進活動は口コミのみである。

営業日は毎週水・土・日曜日で水曜日は近郊地域の直売場が定休日なので営業日としている。

売上高は、平成21年度は700万円、平成22年度は800万円、平成23年度は900万円（予定）である。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

①前方施設

立地は国道365線沿いにあり、大自然に恵まれた豊かな場所にある。閑静な場所にありのぼり旗が目立たないので通過してしまう。

②消費者を知る

消費者ニーズをインタビューやアンケート調査により把握し、調査結果に基づき直売所の改善に取り組む。特に顧客のライフスタイルを知り、中高年層の消費動向を把握する。

③商圈と市場規模を把握

車で30分圏内の世帯主50歳以上、二人以上の世帯数調査し、市場規模を把握する。

④売上の伸び悩み

顧客の新鮮野菜や完熟果物の要望に対応するため、消費者目線の品揃え、顧客の信頼に応える品揃えを行う。また新商品・こだわり商品・地域特産品の充実、特別栽培・有機栽培品への挑戦が求められる。

⑤出荷者の確保

地域には野菜や果物を栽培しているにもかかわらず出荷できない農家が存在するので集荷する体制をつくる。また定年退職した兼業農家に積極的に出荷を呼びかける。

⑥営業専門家による支援制度の導入

今後、直売所間（もんでこ朝市、いなべっこ等）の競合やスーパーや量販店との競合に対応するため、品揃えを充実し、顧客の店舗リニューアルを考える時期に来ている。

そのために、専門家による現状診断とリモデル計画の提案を求めるのも一策である。

<今後の展望>

開業当時に立ち返り、店舗を見直し、競合店に対する対策と、当施設の経営力のアップを図るべく今から準備する。なるべく早期に栽培技術、生産者との対話、品揃え、店舗管理や販売のスキルなどを見直しを実施すれば、地域の力のある直売所として発展し続けてゆくであろう。

2. リアリティ花の里

直売所名	：リアリティ花の里
施設所在地	：大垣市上石津町一之瀬 1220
開業年月日	：平成 13～14 年
従業員	：直売所 2 名（生産者交代）
経営形態	：地域農家グループ 任意団体
建物構造	：木造（ポケットパーク内 地域集会所） 約 30 m ² （直売所面積）
扱い商品	：野菜、果物、花き、きのこ 加工品、民芸品、野菜の苗
セールスポイント	：明るい積極的な接客
駐車場	： 30 台



(1) 現在の運営状況

農産物直売所「リアリティ花の里」は、大垣市上石津町一之瀬にあり、養老町、関ヶ原町に近い位置にある。

国道 365 号線沿いの里山で人々がふれあうことのできる大自然に包まれ心豊かな地域である。

直売所は、平成 13～14 年に地域農業の維持、農家や女性農業者の自立という、農家・農村の願いを込めた地域の活動として開始した。農家グループが、一之瀬ポケットパーク内の地域集会所（大垣市所有）でを借りて運営している。駐車場は 20～30 台で出荷者（登録農家数 22 名、常時出荷農家数 15～16 名）が 2 名交代で直売場の農産物の販売にあたっている。これは出荷者に顧客の声をじかに聞いて、直売所の運営に役立てるとともに、改善に結びつけることをねらいとしている。早朝朝市として、地域の住民に支持され、活動を継続、大垣市と合併後は大垣市内の西美濃直売市等の直売所にも月 4 回出荷している。直売所の手数料は 10%で運営されている。

直売所を通じ地域農家・農村の活性化と地域住民のつながりに貢献することを、事業の目的にしている。地元農産物に限定した直売場で、農産物は直接持ち込みで野菜の苗、花ビシャが安価で人気があり、自然農法を含む新鮮野菜、漬物、あしたば製品（クッキー・おかき・だんご）等が早い時間に売り切れとなる。

出荷者が販売しているので、顧客は生産者の顔が見え安心して農産物を購入している。

顧客とのコミュニケーションがとれた親近感のあるフレンドリーな直売場である。

営業日は毎日曜日、営業時間は6:00～9:00で平台販売、出荷者の責任で価格を設定している。
広告宣伝はなく、販売促進活動は口コミのみである。売上高は、400～500万円である。

(2) 課題及び今後の展望

<課題>

① お客の心をつかむ

消費者を知るために、インタビューやアンケート調査により、直売所に来店の顧客のライフスタイルとニーズを把握して（特に、中高年層の消費動向を把握する）調査結果を分析し、直売所の経営の改善に取り組む。経営の適正な規模を知るため、商圈と市場規模を把握する。たとえば、車で30分圏内の世帯主50歳以上、二人以上の世帯数調査し、市場規模を把握する。

② 競合店の出店による売上減少

直売所の経営理念・あるべき姿を明確にし、具体的な経営戦略とそれに基づく経営計画を作成する。そのために、専門家による事業の診断も一策である

消費者はおいしい新鮮な野菜・完熟果物などを求めているので、競合店と差別化を図るためには、栽培と販売の講習会・研究会を実施し、栽培技術力の向上、売れる農産物づくりにつとめ、消費者目線の品揃えを行い、顧客の信頼に応える農産物を生産し、出荷・販売する。また、新商品・こだわり商品・地域特産品の充実、特別栽培・有機栽培品への挑戦が求められる。

③ 生産農家の高齢化

地域には野菜や果物を栽培しているにもかかわらず出荷できない農家が存在するので直売所側で個々の農家や集荷拠点を巡回し集荷する体制をさらに充実させる。生産者はオープン当初からほとんど同じ顔ぶれで、皆一様に年を重ねており平均年齢も上がっている。そこで、新たに農業者を育成することが望まれる。

④ 前方施設

立地は国道365号線沿いの一之瀬ポケットパーク内にあるが、道路案内・サインがない。道路案内は新聞広告より明快な案内であり、店舗への誘導サインは無言の案内人である。

<今後の展望>

直売所には、地域の農家を元気にし、地域を活性化する役割がある。顧客の声を経営に反映させるとともに、生産者に対し、よいものをつくらないと売れないことを伝え、端境期をなくす生産調整、品質向上に刺激を与える対策が求められる。繁盛直売所とするため、指導にあたる生産者が自分たちの経験からえたノウハウをもとに「栽培して販売する農業講座」を実施し生産者を育成する。そして、生産者が安心して農業に取り組み、生産者と直売所との共通意識と信頼関係を強くすることで、より繁盛する直売所をめざしていただきたい。

3. 道の駅 「クレール平田」

直売所名称	: クレール平田
施設所在地	: 海津郡平田町野寺 2357
開業年月日	: 平成 12 年 1 月 12 日
従業員	: 直売所 10 名（主としてパートによる交代勤務）
経営形態	: 道の駅の付帯施設として海津市による直営
建物構造	: 鉄筋コンクリート造 120 m ² （直売所面積）
扱い商品	: 米・野菜・果物・日配品・花き・植木・卵・乳製品・肉類・味噌・ドレッシング・漬物・菓子デザート
セールスポイント	: 新鮮で豊富な品揃え
駐車場	: 87 台



(1)現在の運営状況

農産物直売所「クレール平田」は、道の駅クレール平田の付帯施設の一つである。この道の駅は、平成 11 年 8 月に建設省(当時)道路局長岐阜県第 23 号として登録され、翌平成 12 年 1 月にオープンした。

国道 23 号線沿いに立地し、また近くにある国道 134 号線は、国道 1 号線とも交差するなど、交通の要所に位置し、恵まれた立地条件にあるといえる。

このように交通環境に恵まれているため、地元の海津町のみならず、長良川・木曽川を挟んだ対面にある愛知県方面からの顧客も多数見受けられる。

この結果、岐阜県に存在する 50 近くの道の駅の中でも、好成績な道の駅の一つに数えられている。

加えて、同じ施設内にあるレストランは、平均年齢 45 歳の個性あるシェフ 4 人が、交代でメニューを考え、直売所の商品を原材料として利用し、ソースからデザートまで手作りにこだわる特色のある飲食店である。このため、月毎にランチメニューが替わり、固定客にも飽かせず、好評である。

レストランと農産物直売所の相乗効果が見事に発揮されている好例である。

農産物直売所は、主として 10 名のパートが交代で勤務し、駅長や直売所責任者が常駐し、日常業務を指揮している。

このため、陳列商品の整理整頓、POP の工夫等直売所としての水準以上のレベルにあるといえる。

出荷農産物は約 400 軒（うち常時出荷約 100 軒）の農家による直接持ち込みで、自主値付け、自主

陳列を行っている。売上は毎月精算振込（手数料差引き後）方式を採用している。

持ち込み商品以外に、日配品・肉類・菓子デザート等は、仕入品により品揃えを強化し、顧客のニーズに応えている。

陳列商品の内、顧客からの声では、地元産の野菜・花き・米（ハツシモ）の評価が高い。

営業時間は、道の駅という条件もあって、年末・年始を除き年中無休で、毎日 8：00～19：00 の 11 時間営業であり、顧客にとっての利便性は高い。

（2）課題及び今後の展望

＜課題＞

①駐車場の増強

現有の駐車場は 87 台の収容能力があるが、繁盛店である当クレール平田にとっては、曜日、時間帯によっては、不足し、来店客が駐車場の空きを待つための行列が出来る現象もしばしば発生している。顧客のアンケートでもこの点での不満が多く寄せられている。

土地の形状から見て、隣接地に駐車場を増設する余地がないと判断されるので、現駐車場の土地の上に 2 階方式の自走式駐車場を建設するのも一案であろう。鉄骨でスケルトンの駐車場であれば、投資額負担も比較的軽く、また現在の営業成績であれば、負担能力もあると思われる。但し、現状が第三セクターであるため、国交省や、海津町等の関係機関との折衝が必要となるであろう。

②端境期や午後の品薄状態回避のための商品補給体制の構築

多くの直売所は、残品の引き取りが出荷者に義務づけられているので、出荷者は、残品を敬遠し、控えめにする傾向がある。

この控えめな出荷が、売上の機会を失うことにつながり、売上減少が出荷減少につながるという悪循環になりやすい。出荷者に対する啓蒙と売れ行き状況の途中情報の提供等、コミュニケーションを密にする必要がある。

その他、出荷会員の増強・巡回集荷・施設栽培の奨励・昼市の開催等の方法を駆使し、品薄状況の改善に努める必要がある。特に当直売所のように営業時間の長い店舗は品薄の改善が営業成績に直結するという点について関係者の理解を深める事が肝要である。

＜今後の展望＞

業績が比較的好調な当農産物直売所は、現時点では運営上の大きな課題はないものと思われるが、現状に満足せず、県外の優秀な直売所を研究し、参考になる点を取り入れ、更に店舗の魅力に磨きをかけることが望まれる。

今後の動向を考えると、出荷者の高齢化は避けて通れない宿命である。このことを念頭において、兼業農家や貸し農園の利用者等出荷者を幅広く対象にすることと、今から巡回集荷の計画をし、出荷者の高齢化対策に対する準備しておく事が、必要であろう。

4. 道の駅 「月見の里 南濃」

直売所名	: 月見の里 南濃
施設所在地	: 海津市南濃町羽沢 673
開業年月日	: 平成 16 年 12 月
従業員	: 直売所 8 名（主としてパートによる交代勤務）
経営形態	: 道の駅の付帯施設として 海津市による直営
建物構造	: 鉄筋コンクリート造 100 m ² （直売所面積）
扱い商品	: 米・野菜・果物・日配品・花き・ 植木・卵・乳製品・肉類・味噌・ ドレッシング・漬物・菓子デザ ート・弁当類
セールスポイント	: 新鮮で豊富な品揃え
駐車場	: 132 台



(1) 現在の運営状況

農産物直売所「月見の里 南濃」は、道の駅「月見の里南濃」の付帯施設の一つである。道の駅月見の里南濃は、平成 16 年 12 月に、建設省（当時）岐阜県第 43 号として登録された施設である。

道の駅月見の里南濃は、水郷街道 258 号線沿いに立地し、交通の要所にあり、南濃温泉「水晶の湯」の足湯・郵便局、複数のレストラン・特産品加工場など各施設を揃えた岐阜県下でも指折りの道の駅として、知名度も高い。加えて、観光バスが立ち寄る施設となっており、このため大型車用として、27 台の駐車スペースも用意してある。

また、施設内にあるレストラン「月見茶屋」では、岐阜県産米「ハツシモ」を食べて育った奥美濃古地鶏を食材とした料理や、地元産のミカンを練り込んだミカンラーメン等、地産地消にこだわったアイデアメニューを提供し、顧客の人気の高い。

一方、農産物直売所は、主として 8 名のパートが交代で勤務し、常駐の直売所責任者の指揮の下、日常の運営を実施している。この結果、商品の品揃え、陳列商品の整理整頓、POP の工夫等、農産物直売所の消費者満足度としては、一定の評価を受けている。

農産物の出荷については、約 400 軒の登録農家を有し、このうち常時出荷農家数は、ほぼ 100 軒で、他の農産物直売所と同様、直接持ち込み、自主値付け、自主陳列、売れ残り商品の自主引き取り、定期的精算振込（手数料差引き後）のパターンで運営されている。

販売員の接客態度も良好で、活気もあり、地元の顧客の支持も高い。また、地元特産のミカンを使用したミカンゼリーは、土産品として観光客に人気がある。

営業時間は、道の駅の付帯施設でもあるので、年末年始を除き、毎日 8 : 00 ~ 19 : 00 の 11 時間営業であり、利用顧客の利便性に応えている。

(2) 課題及び今後の展望

<課題>

①観光バス立ち寄りの誘致強化

当道の駅は、観光バスの立ち寄り、休憩のための駐車スペースと乗務員休憩所が用意されているが、その活用はまだ充分といえない。

今後、観光バスの立ち寄る場所として、更に誘致するため、各交通機関・旅行代理店に対する働きかけを強化する必要がある。

観光客の増加は、当道の駅のみならず、本農産物直売所の業績の向上にも寄与するものと考えられる。

②飲食店グループの再構築

テナントである飲食店の業績向上のため、飲食店の日頃の営業活動に対して、アドバイス等の支援を行うとともに、直売所の農産物の原材料としての使用を更に働きかけ、農産物直売所の売上増強と飲食店の経営内容向上の相乗効果を図る必要がある。

更に、飲食店グループがテナント方式による運営のため、麺類店が多く、カフェやスイーツ店がない等の業態の偏りがみられる。今一度業態の見直しを行なうべきであろう。

現在募集中の空き飲食店舗の補充は、焦眉の急であるが、飲食店ならばどんな業態でも良いという安易な考え方でなく、飲食店グループを全体的に考え、あるべき業態構成を考慮して、空き店舗の募集を行うべきである。

③営業専門家による支援制度の導入

今後、出店が見込まれる街道沿いの総合施設や店舗との競合が予想されるので、まもなく開店 10 年を迎えるにあたって、全体のリニューアルを考える時期に来ている。

そのために、専門家による現状診断とリモデル計画の提案を求めるのも一策である。

<今後の展望>

今後の動向を考えると、全体にややマンネリ化の傾向が見受けられる。農産物直売所も例外とはいえない。

開業当時の理念に立ち返り、リモデルを実施し、予想される新競合店に対する対策と、当施設の経営力のアップを図るべく今から準備をし、なるべく早期に全体のリモデルを実施すれば、岐阜県における力のある道の駅として発展し続けてゆくであろう。

5. 久瀬特産品直売所

直売所名称	： 久瀬特産品直売所
施設所在地	： 揖斐郡揖斐川町東津汲
開業年月日	： 平成 13 年
従業員	： 4 名（2 名交代勤務）
経営形態	： 揖斐川町より揖斐峡レディースが運営受託
建物構造	： 平屋建て鉄筋コンクリート造 建物 100 m ²
扱い商品	： 米・野菜・果物・花き・植木・ 味噌・漬物・菓子（たこ焼き 等のファーストフード類）
セールスポイント	： 地元主婦の手による地元の産 品を原材料にした多種の自家 製ファーストフード
駐車場	： 6 台



(1) 現在の運営状況

久瀬特産品直売所は、観光地揖斐峡の近くにあり、当初は揖斐川町商工会の直営により、特産品の販売・レストランと休憩室やトイレもある観光案内所として平成 13 年にスタートした。その後、平成 21 年から、任意団体揖斐峡レディースが揖斐川町より受託運営を引き受け、今日に至っている。

立地条件は、国道 268 号線と 268 号線の交差した地点に位置し、交通の要衝で好立地である。

このように交通環境に恵まれているため、地元揖斐川町久瀬地区のみならず、揖斐峡を訪れる観光客の利用も多い。

特に、施設内で製造販売している鯛焼き・みたらし団子・お好み焼き・五平餅など、種類豊富なファーストフード類と、味噌・味噌だれ・トマトケチャップ等の地元産加工食品は、顧客から好評を得ている。

農産物直売に関しては、50 軒の登録農家（うち常時出荷 10 軒）による直接持ち込み・各自値付け・手数料（15%）を差し引き毎月精算する方式で、他の農産物直売所とほぼ同様のスタイルを採用している。

運営方針としては、地元住民の交流の場としての機能と、観光客向けの情報提供・休憩施設・トイレなどの利便提供の二本柱を中心としている。

地元観光地として利便施設の提供機能を持っているため、揖斐川町より観光案内施設運営委託業務に対する対価として、運営委託助成金の交付を受けており、収支はトントンの現況にある。

このように、揖斐峡レディースによる運営は、地域雇用と、農村婦人生きがい場を提供する効果を生んでいるものと言えよう。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

①商品の品揃えの強化

直売農産物の商品アイテムを多品種にする（50 アイテム以上はほしい）

そのためには、兼業農家や農村夫人層にも呼びかけ出荷農家を増やす事

直売農産物の陳列・整理・POPにいま少し手をかける（人員の増強も必要）

増強した人員により巡回集荷も検討する等の施策が必要である。

②集客数向上対策

地域情報誌や広報誌を使って、PRを強化するとともに、のぼり旗等を利用して店舗への誘客に努める。

この他、生産者の顔写真を掲示するなど集客手段は種々あるので、研究し実行する。

③情報発信の強化

店内にPOPが少ないので、POPの役割を認識し強化する。

④人員増強の必要性

現状では、店内製のファーストフードの製造販売に出面の2名がかかりきりで、農産物直売売場やレストランに手をかける余裕が無い。

今後、競合が出てくるとも予想されるので、この際1~2名の増員を図る必要がある。

増員にともなう人件費負担は、売上増によりカバー出来るものと思われる。

⑤レストランの再興

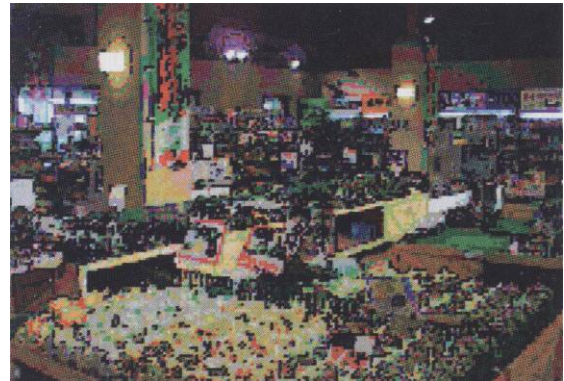
人手不足により、レストランは片手間の運営となっている。折角の設備を生かす事と、競合店である近くの喫茶店に対抗するためにも、レストランの再興が必要であると考えられる。

<今後の展望>

現在、当直売所は、農村婦人の生きがい場と地元住民交流の場の提供としては、一定の機能を果たしている。一方、店舗運営面の現状としては、自家製のファーストフードの製造販売にかかりきりで、農産物売場やレストラン運営に手が回っていない。この改善のために人員の強化・農産物の品揃え・レストランの再興等の課題を一つ一つ解決し、全体的なパワーアップを図れば、現状より業績の向上が可能であろう。

6. ルート 303 グリーンハウス

直売所名称	: ルート 303 グリーンハウス
施設所在地	: 揖斐郡大野町相羽 1066
開設年	: 平成 7 年
従業員	: 直売所 7 名（主としてパートによる 交代勤務）
経営形態	: (有) 理光物産が受託運営
建物構造	: 鉄筋コンクリート造 二階建て 直 売所面積 100 m ²
扱い商品	: 米・野菜・果物・花き・植木・卵・ 乳製品・漬物・菓子デザート・ド ライフラワー・木製品・鮎・お茶
セールスポイント	: 黒米を原材料とするうどん等の 差別化商品と地元産バラを使った ドライフラワーの販売、製作教室
駐車場	: 25 台



(1) 現在の運営状況

農産物直売所ルート 303 グリーンハウスは、国道 303 号線の藪川橋のたもとで、藪川の堤防道路沿いの交通要所に立地している。開業は、平成 7 年と歴史もあり、地元の知名度も高い。

このように交通環境に恵まれているため、地元大野町に位置しているが、地元大野町以外の利用顧客も多い。この結果、来客数もある程度あり、直売所の業績もまずまずといったところである。

建物は、大野町の所有で、鉄筋コンクリート造の一部 2 階建（2 階は地元産のバラを使ったドライフラワー教室）となっていて、レストランや集会場も併設されている。

建物所有者は、大野町であるが、日常の運営は地元企業である有限会社理光物産が引き受けている。

理光物産の小森社長は、地元特産の「しもん」を使用したリキュール酒・しもん茶、黒米を原材料にしたげんこつ飴・うどん・そば、富有柿を原料とする柿ワイン等農産加工品の製造販売業を営んでいて、ベンチャー精神旺盛な経営者である。

地元産の農産物の加工販売という本業で多忙な中、農産物直売所である「ルート 303 グリーンハウス」現場にも頻繁に顔を出し、精力的に陣頭指揮をされていることは、評価すべきことである。

直売所への出荷農家数は、300 軒有るが、常時出荷の農家は 50 軒とこの規模にしてはやや物足りない。

農産物は、出荷農家による直接持ち込みで、値付けは出荷農家が各自実行し、精算は月 1 回の集計に

よる方式（手数料 12%これは、競合店の J A ファーマーズマーケットの 15%より低い）であり、システムとしては、他の多くの農産物直売所と同様である。

仕入れ商品としては、パン・日配品（豆腐・こんにゃく等）は業者よりの仕入れとなっている。

自慢の商品としては、黒米うどん・黒米おやき・黒米団子があり、当農産物直売所の差別化商品となっている。その他、地元特産のバラを使ったドライフラワー・木製品・お茶があり、品揃えにおいて特色となっている。

売上規模は、年 6 千万円で、商品の充実・鮮度の維持の維持により、向上が期待される。

定休日は毎週水曜日で、営業時間は 9：30～17：00 となっており、利用客の利便性から見てほぼ満足出来る営業時間といえよう。

(2) 課題及び今後の展望

<課題>

①競合店対策

商圏内にいび川ファーマーズマーケット大野店（J A の経営）の出店（平成 19 年）以来、顧客の流出が見られ、まだ回復していない。この機会に利用顧客の声を聞き（アンケートやモニター等）運営上改善すべき点を見出し、運営改善をする必要がある。

②出荷商品の鮮度の強化

現状として、いび川ファーマーズマーケット大野店への持ち込みが優先されている傾向がみられる。この原因は、残念ながらいび川ファーマーズマーケットの方が、納入商品の売れる見込みが高いためと判断される。

この傾向が続くと、商品の鮮度の低下、品切れの続出、売上の減退という悪循環が心配である。

売上の勢いがあり、活気のあった以前の店舗にどうしたら復活できるか、顧客の声を集めるとともに、改善点を出荷者・仕入れ商品の納入者・店舗のスタッフ等の関係者と検討会を持つ必要がある。

③駐車場の増強

現状の駐車収容能力は、時間帯により不足しており、顧客の不満も有ると見受けられる。周辺の土地事情から困難であるとすれば、駐車場の立体化を検討する必要がある。

<今後の展望>

競合店であるいび川ファーマーズマーケットに対する競合対策のため顧客アンケートを実施し、問題点を洗い出して、関係者で改善案を討議検討する。その結果まとめた改善案を実行すれば、かつての繁盛店に復活する事が期待できる。

現在でも、社長以下スタッフで、問題点がかなり把握されているので、再生に対する強みと言えよう。

中濃圏域

1. 関・はさま農産物直売所

直売所名称：関・はさま農産物直売所
施設所在地：関市迫間 892
開業年月日：平成 11 年 10 月 23 日
従業員：パート 19 名(男 12 名、女 7 名)
経営形態：任意組合(組合員=約 70 名)
建物構造：木造一部鉄筋コンクリート造り 2
階建 1 階 135 m²、2 階 75 m²
扱い商品：米、野菜、果物、卵、蜂蜜、自然
薯、バジル、アスパラ
セールスポイント：店員さんの接客、地域特
選米「はさま米」の精米即販売
駐車場：普通車 70 台、大型車 4 台
従業員：店長 10 名、レジ係 3 名、店員 6 名



(1)現在の運営状況

関・はさま農産物直売所は、関・はさま農産物直売組合が、平成 11 年度地域農業基盤確立農業構造改善事業の産地形成等促進施設として、事業費の約 65%を国庫・県・市等の補助金を受けて、開設した直売所である。

開設時には、関・はさま農産物直売組合の組合員が、休耕田、畑(迫間共同農園)を利用し、青空教室で栽培指導を受け、新鮮野菜を生産、販売しており、「新鮮、安心、おいしい野菜」として、好評であったが、その後、生産者の高齢化等により、共同農園での生産が減少し、品揃えに支障が生じてきた。しかし、開設当時の年間売上高は、5 百万円～10 百万円であったが、共同農園の生産減少分を、生産利用組合員の約 100 名の方が、この共同農園以外の生産によって補い、平成 22 年度には、約 50 百万円の売上高を計上し、収支はトントンであった。

立地は、関市が生活環境保全林として整備した「ふどうの森」の一角に立地し、「ふどうの森」の来場者や、迫間不動尊の参拝者の立ち寄り所となっており、好立地である。

生産物は、「JA 田原支店」「下迫間集会場」の 2 箇所に生産者が持ち込み、店長が集荷し、直売所で陳列・販売している。商品の大半は、地場産で品揃えしているが、イチヂク、モモ、ミカン、リンゴなどについては市場から調達している。

扱い商品のうち、「はさま米」は購入者の目の前で精米し、購入者の信頼を得て、好評である。
販売促進として、はさま農産物直売所利用協議会の会員約 110 名の協力もと、①精算時、顧客と積極的に料理の仕方等の情報提供、②迫間不動尊の月命日である毎月 28 日に「80 円均一の特売」、③毎年 11 月中旬「秋の収穫祭」、④月初は、迫間不動尊の参拝者を対象とした品揃、⑤毎年 9 月中旬頃から「はさま米」の新米販売、⑥利用者の「口コミ」で新規固定客の獲得等を行っている。

(2) 課題及び今後の展望

<課題>

①任意組合経営から法人化への組織変更

組織の法人化により、更に、(1)組織運営の基本方針を明確にする。(2)役員、店長のリーダーシップを強化する。(3)出荷会員が陳列を行い、直売参加意欲を高める。(4)組織内の情報の共有化等を実施する。

②会員の高齢化に対する「生産者の後継対策」、「集荷数の減少対策」

生産者は直売所に直接持ち込みを行わず、「JA 田原支店」「下迫間集会場」に持ち込み、持ち込まれた生産物は、店長が集めて陳列している。

③地元(関市、各務原市)の固定客の対応

来店客は、「ふどうの森」の利用者「迫間不動尊」の参拝者が多く、地元の消費者が少ない。
会員登録による囲い込み(ポイント制等)、集客イベントの回数を増やし、イベントを紹介するチラシや冊子の発行を行う。

現在、取り扱っていない商品として、漬け物、菓子・デザート、弁当類、パン、惣菜、がある。

④加工食品の取り扱い。

現在、取り扱っていない商品として、漬け物、菓子・デザート、弁当類、パン、惣菜、がある。
漬け物等の生産品に付加価値を付ける工夫をする。

⑤POP の活用による「分かりやすく、買いやすい売場づくり」

お客様の立場に立って、分かりやすいものにする。

⑥プライスカード・メッセージカードの活用

価格、用途、料理方法、食べ方、保存方法を一定の大きさで表示する。

「いまが旬」「当店No.1 の理由」「特産品」「話題の食材」「加工の仕方」「レシピ」「取り合わせ」などを誰にでもわかりやすい、短めの文書で表現する。

<今後の展望>

上述した①～⑥の課題を早期に解決し、観光資源(迫間不動尊)、レジャー施設(各務原公園、ふどうの森)の利用者を固定客とし、この固定客の口コミやインターネット販売で新規顧客を増やし、年商 1 億円を目標とする。将来的な展望として、経営体を法人化し、組織力で規模拡大を行い、「観光・レジャーと食」をテーマとした「特色のある農産物直売所」を目指す。

2. 道の駅「むげ川」

<道の駅全景>

直売所名称：道の駅「むげ川」
施設所在地：関市武芸川跡部 1810
経営形態：株式会社 社名:株むげ川
開設目的：平成 15 年度、間伐材利用高度施設整備事業として、農林産物等の販売所を開設
開業年月日：平成 14 年 3 月 26 日開業
従業員：正社員=3 名、パート=20 名、役員=6 名
建物面積：売場面積=344 m²、
扱い商品：米、野菜、果物、花卉、乳製品、肉類、味噌、漬物、菓子・弁当類等
駐車場：普通車:47 台、大型車 8 台、身障者用 6 台、総面積 3,648 m²



<秋の花(お月見用花)>



(1)現在の運営状況

この道の駅は平成 15 年度、間伐材利用高度化施設整備事業により建設されたもので、開業時(平成 14 年 3 月)の経営体から平成 18 年 4 月に、現在の経営体「株むげ川」に変更、再開したものである。

建物(344 m²)は、平成 15 年度の間伐材利用高度化施設整備事業で「道の駅」として、建設したものである。

農産物特売場は、この建物(344 m²)の一部(121 m²)と、イベント広場(132 m²)にテント 3 張(48.6 m²)、である。

駐車場は、道の駅の敷地(3,648 m²)の内、約 919 m²で、大型車 8 台、普通車 47 台、身障者用 6 台の駐車ができる。トイレは、関市の指定管理物件であり、男子用 6 器と女子用 6 器があり、これ以外の指定管理物件施設は、調理体験施設(そば打ち)とレストランがある。

登録出荷農家は 150 戸~160 戸(定期出荷者は 30 戸~40 戸、内専業農家は 1 戸~2 戸)で、「良いものを安く売る」「店員が商品知識を持っている」「店員がレシピの知識を持っている」を強みとし、積極的な経営を行っている。

立地は主要地方道 岐阜美濃線(県道 94 号)沿いの岐阜市と関市武芸川町の境に位置し、岐阜市方面から郡上八幡の盆踊り、奥美濃地方のスキー場、飛騨高山方面への通過ルートになっており好立

地である。

このような立地で、営業時間を3月～11月は、午前8時～午後5時、12月～2月は、午前9時～午後4時、定休日は、毎月第1・3木曜日(祝日の場合は前日)、12月31日～1月3日として営業を行っており、会社全体の年商は、1億5千万円～6千万円で再開以降、株式配当を行っており業績は、順調である。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

①生産体制の充実

「利用者の口コミ」「ホームページ」「自社作成の販促チラシ」の定着化で販売面の運営は整備されているが、生産者の高齢化により、地場産野菜が不足している。

不足分を補充するため、毎週金曜日に、関市場と岐阜市場で、スイカやリンゴ等を仕入れ、品揃えをして、顧客志向の販売を行っている。

②狭い売場面積に対する対策

花卉と野菜売場を増設し、3段の陳列台を使用し、品揃えを行っているが、午前中に売り切れる商品があり、午後からの販売商品が品薄となる。

この対策として、売場面積をカバーするため、インターネット(無店舗販売)販売を計画している。

③顧客サービスの向上

当直売所は地元固定客が多いので、顧客に不満が生じれば口コミで悪い評判が広がり、即販売に跳ね返るおそれがある。

従って、当直売所では、商品に対する不満があった時には、従業員の早期対応でクレーム解消ができるような、より一層の従業員の「接客態度」の改善・向上が課題となっている。

<今後の展望>

この道の駅は、岐阜市方面から「郡上八幡の盆踊り」、「奥美濃地方のスキー場」、「飛騨高山方面の観光」へ向かう方が通過するルートになっており、地元産の農林産物や加工品を直売し、休憩場では、飲食ができ、地元の食材を使用した、ふるりの味(つるむらさきうどん、お米プリンなど)が楽しめ、誰でも気軽に買い物や休憩ができる憩いの場所となっている。

このような立地を活かして、更に業容を拡大するには、「テント張り売場の増設」し、売場面積を拡大し、生産者が「週1利用地元固定客」と対面販売を行うなど、「道の駅の利用者」以外の地元消費者が定期的に利用して頂くことが大切な課題でもあり、現在、行っている「秋の収穫祭」

「やそば打ち体験コーナー」を「販促チラシ」「口コミ」や「インターネット」などを利用し、積極的な販促活動を行い、更なる業績の向上を目指している。

3. 郡上八幡城下町プラザ

直売所名称：郡上八幡城下町プラザ
建物：木造平屋建て、約 40 坪、郡上八幡をイメージした町屋風バスターミナル
施設所在地：郡上市八幡町殿町 69 番地
電話番号：0575-62-2411
経営形態：（財）郡上八幡公社
開業年月日：平成 14 年
営業日：年末年始を除く毎日、
営業時間：午前 8 時 30 分～午後 5 時 00 分
朝市は、午前 8 時から 11 時迄、対面販売
特産品：明方ハム、葉なんばん、郡上大和の梨
駐車場：普通車 42 台、観光バス 12 台
従業員：職員 2 名、パート 3 名

「農産物直売場の架台設置場所」



「土曜朝市風景」（生産者が対面販売）

(1)現在の運営状況

この郡上八幡城下町プラザは、城下町郡上八幡をイメージした町屋風建築のバスターミナル。郡上八幡の特産品やみやげを買うことができる。

一方では、この建物の軒下を利用して、「城下町新鮮朝市」を開催している。

この朝市は、郡上市内で生産された農産物または農産加工品で、「新鮮、安全、安価、愛情」を切り口とした商品を販売しており、4月から11月の毎週土曜日は、午前8時～11時頃まで、生産者が対面販売を行っている。出荷者が多いときには、5台～6台の荷台で新鮮野菜等を販売し、生産者と消費者との交流を行い、「生産することの喜びを感じ、人との会話を楽しみ、みんなで郡上八幡を元気な町にする」ことに寄与している。

土曜日以外の営業は、委託販売で、プラザ管理の下、生産者が出荷及び商品入替を行い、品質や在庫管理を行っている。

会員総数は、約 83 名、内常時出荷者 約 20 名で、生産者が直接出荷している。値決めは生産者が行い、職員がバーコード票を作成し、生産者が商品に貼り付けて、荷台に陳列している。

農産物直売部門は、採算割れの状況であるが、農地所有者の定年退職者等の高齢者が、生産物を作成し、城下町朝市に参加することに、生き甲斐を感じて頂ける運営を行っている。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

(1)生産者の高齢化と承継者不足

- ①生産者の約 50%が、70 才以上の第一線を退かれた高齢者であり、天候により出荷量が激変し、消費者に迷惑を掛けている。
- ②50 才台の生産者は、僅かに 1 名のみであり、常時出荷者の約 5%であり、生産者の世代交代が全くなされていない。
- ③生産者の減少傾向を食い止める対策としては、農地所有者で、郡上市を定年退職される方や、定年後、農地の非所有者で、農作物を生産されたい方と市の農林課がタイアップし、新規作物の栽培指導や特別研修会などを行い、新規登録会員を勧誘する。

(2)競合店対策

- ①当直売場の営業エリアの競合店は、JA コーポ 1 店舗、スーパー 2 店舗、計 3 店舗がある。
JA コーポとは出荷業者が重なっており、専業農家が、販売量の多い JA コーポを主力として品揃え等で協力体制を取っている。また、JA コーポは、高性能のバーコード器機を設置し、トレーサビリティ情報を消費者に提供し、消費者の信頼を得ている。但し、JA コーポの販売手数料は 15%~20%であり、当直売所の手数料より高いため、最近、当直売所への出荷を考えている専業農家があるとの情報を入手している。
- ②営業エリアの消費者は、車を使えない高齢者が多いため、近くのスーパー 2 か店で買い物している。

(3)生産者の組織化

生産者は、「郡上八幡城下町プラザ」の「城下町新鮮野菜朝市出荷要領」に基づき、生産し、出荷を行い、生産者の横の組織である、〇〇組合は存在しない。

このため、組織による生産計画とか営農計画がなく、個々人が、栽培したいものを栽培したい時期に生産しているため、出荷農産物が時期により、偏りが生じている。

この状態を解消するには、〇〇組合を作る必要がある。

<今後の展望>

今後は、郡上市の指導のもとに、生産者組合「城下町新鮮朝市組合(仮称)」を立ち上げ、決まりの明確化と組織としての教育を実施する。なお、後継者確保対策として「新規作物の栽培、特別研修会、後継者部会等」を行う。また、当プラザは、他の直売所との連携の推進を行い、「生産者と消費者の対面販売」の更なる拡張を行い、5 年後に「高山の朝市」を目指すこととする。

4. 奥美濃しろとり物産センター

直売所名称：奥美濃しろとり物産センター
施設所在地：郡上市白鳥町向小駄良 693-2
電話番号：0575-82-3129
経営形態：任意団体(郡上白鳥道の駅管理運営協会)
開業年月日：1987年(昭和62)年10月
特産品：トウモロコシ(フルーツ未来)、棚田米、
年延蜂屋柿、延年しそ梅、石徹白かぶら、自然
薯
隣接施設：そば工房 源助さん(そば打ち体験)
駐車場：普通車50台、大型車4台

「全景」



外観



「しろとりの梅干し」「延年しそふりかけ」売場

(1)現在の運営状況

このセンターは、郡上郡白鳥町(現在は郡上市)が、昭和62年10月に、地域農林水産物加工高度化施設整備事業の一環として、開設したものである。「奥美濃しろとり物産センター」は通称で、正式名称は、「白鳥町地域特産物振興センター」である。

経営は、開設時、郡上郡白鳥町で、平成15年から「郡上白鳥道の駅管理運営協会(任意団体)」が行っており、平成18年に、郡上市の指定管理者になっている。

国道156線沿いに立地し、行楽シーズンには、土産品の買い物客や、隣接の「そば工房 源助さん」で「そば打ち体験」をする県内外からの観光客等を集客している。

農産物及び加工品は、このセンター内と軒下に陳列し、地元消費者や喫茶店、無料休憩所、トイレ、観光案内所を利用する観光客等にも幅広く販売している。

また、郡上白鳥道の駅管理運営協会のネット販売部が、「ふるさと娘の採れたてブログ」(お土産・贈り物に延年の逸品ショッピングサイト(郡上名産))を立ち上げて、「延年しそふりかけ」「しろとりの梅干し」「延年めんセット」「延年蜂屋柿」等の加工品をインターネット販売を行っている。

なお、トウモロコシ(フルーツ未来)は、白鳥の特産品として、夏場には、イベントの開催を行い、当農産物直売所の目玉商品としている。

売上高は開設時、1億円程度あったが、生産者の高齢化や交通事情の変化により、平成22年度には、7千万円(内、農産物は6百万円)に減少している。

生産者(出荷者)は、約100名程度登録されているが、常時出荷者は20名程度である。

物産センターは、協会長1名、郡上市からの出向者2名、店員2名、事務職1名、加工所2名の

8名で、運営管理を行っている。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

- ①当センター前面の国道 156 号線の通行量が、高速道路(東海北陸自動車)の富山県までの開通により減少し、販売高が伸び悩んでいる。
- ②生産者の高齢化による重量野菜から一般野菜への転換など品揃えの偏りや集荷数が減少している。
- ③野菜などの農産物直売コーナーは、地元の農業婦人クラブがセンターの隣接地にテント張りで対面販売していたものを、当センターの軒下(荷台 4 台)で委託販売しており、売り場面積が狭く、売上高は、減少傾向にある。
- ④生産者が兼業農家のため作物や作付け時期が同一であり、季節野菜を販売する期間が限定され、「売れ切れ商品」があり、新規固定客が増えない要因となっている。
- ⑤喫茶店が閉店されたままで、施設の有効活用がされていない。
- ⑥郡上の特産品である「延年しそふりかけ」「しろとりの梅干し」「延年めんセット」「延年蜂屋柿」「延年しそ梅」「石徹白かぶら」「自然薯」「トウモロコシ(フルーツ未来)」等をネット販売を行っているが、期待した成果が出ていない。
- ⑦観光客の休憩所・トイレ等の施設利用者はあるが、施設を利用するのみで、来場者数の割には、農産物や加工品を購入する方が減少している。
- ⑧農産物直売(野菜など)の売場は、物産品売場の軒下に、陳列台(4 台)を設置されているのみであり極めて狭く、品揃えに問題があり、新規固定客が増加しない。
- ⑨「しろとりの梅干し」等の加工品以外の特産品としては、「トウモロコシ(フルーツ未来)」「つくなガチャ」「棚田米」などがあるが、「トウモロコシ(フルーツ未来)」については、イベントを開催しており、良く売れているが「つくなガチャ」「棚田米」の売れ行きは良くない。

<今後の展望>

白鳥町への流入観光客の減少傾向にある状況下で、農産物直売額を増加させるためには、売るための生産、消費者ニーズにあった生産を目標に、関係機関が一体となって営農指導、施設栽培の技術指導、クレーム分析などを行う必要がある。

また、現在の 4 倍程度(約 25 百万円)の売上高の目標を設定し、この目標を達成するためには、「郡上道の駅管理協会」の組織の更なる充実をし、物産センターの改築を行い、農産物の売り場面積の拡張と、インターネット販売の更なる充実による拡販体制を構築することが必要である。

一方では、店員の更なる接客技術の向上を行い、商品の品質や価格については、管理者が常時チェックし、白鳥物産センターへ行けば、「おいしい郡上の特産物が、タイムリーに購入できる」と言うことを利用者の「口コミ」等で、大々的な広告宣伝を行うことが大切な課題であると考えられる。

5. 牛道青空市場(道の駅白尾ふれあいパーク内)

「白尾ふれあいパーク全景」

直売所名称：牛道青空市場(道の駅白尾ふれあいパーク内)

施設所在地：郡上市白鳥町恩地 7-2

電話番号: 0575-84-1188

経営形態: 任意団体(郡上白鳥道の駅管理運営協会)

開業年月日: 平成 21 年 4 月(創業: 平成 5 年)

売場面積: 農産物特売室=81.6 m²

道の駅: 敷地=4,446.18 m²、建築面積=285.18 m²

駐車場: 普通車 49 台、大型車 5 台、身障者用 2 台

従業員: 常勤従業員 3 名、パート 3 名

特産品: トウモロコシ(フルーツコーン味来)

つくねかぼちゃ、棚田米



2011/09/08

「農産物特売室の一部」



2011/09/08

1)現在の運営状況

この農産物直売場は、平成 5 年 8 月、道の駅ふれあいパークの道向かいに、無人テント売場を開設する。その後、平成 11 年、白鳥町が「間伐材利用高度化施設整備事業」で建設した「白尾ふれあいパーク青空市場棟(66.25 m²)」を借り受け、本格的な営業展開する。

平成 17 年、レジ器機を岐阜県(白鳥町)よりの補助を受けて購入し、バーコード方式を採用し、販売と経理の管理を強化する。

平成 21 年 4 月、「牛道青空市組合(組合員 130 名)」から、「白鳥道の駅管理運営協会」へ販売業務を委託し、同年の売上高は、約 12,300 千円を計上した。

なお、生産者の組合「牛道青空市組合」は、「白鳥道の駅管理運営協会」より、売上高の 1 %の組合管理料の交付を受けている。

立地は、この道の駅から車で白尾スキー場方面へ約 10 分、また、別荘(八百荘)利用者の使用道路が南側前面にあり、好立地であったが、東海北陸自動車道の富山県への開通と中部縦貫道のインターの開設で、環境変化により、通行車輦が減少し、利用者が減少している。

このような状況下で、出荷会員の直売参加意欲を高めるために、午前 8 時 30 分までにバーコード値付けを行い、生産者が陳列し、午後 5 時に残り物を引き揚げている。

また、夏場のイベントでは、特産品の「フルーツコーン味来」を 1 日で、3 千本売するなど、積極

的な販売活動を行っている。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

- (1)当市場の前面道路(東海北陸自動車道の白鳥 IC から白尾スキー場に通じている 82 号線)の通行量が減少している。
- (2)出荷生産者の高齢化と後継者難により、安定した品揃えが困難となっており、特に午後からの品揃えについての対策が必要である。
- (3)競合店としては、①古今伝授の里やまと、②バロー、③JA コープ等の大型店があり、競合店対策が大切な課題である。
- (4)出荷会員の高齢化対策として、生産物を高齢者でも運転できる、電気三輪自動車で運搬し、出荷物を陳列後に、会議室や食堂を会員相互の「生きがいの場」「ふれあいの場」とする。
- (5)イベントの回数を増やす。
 - ①夏場の特産品の「フルーツコーン味来」のみではなく、「棚田米」や「つくねカボチャ」の特売日を企画する。
 - ②盆の時期には、農業婦人クラブの「おかあちゃんの店」とタイアップし、花卉の特売日を企画する。
- (6)観光客対策
 - ①来店客に、周辺観光(善勝寺の桜、貴船の森公園)を「口こみ」で、PR する。
 - ②要所、要所に誘導看板を設ける。③ホームページやパンフレットを活用する。
- (7)販売促進
 - ①商品特徴を表示した POP の有効活用をする。②POP による食べ方の提案をする。

<今後の展望>

この農産物直売場は、平成 5 年に牛道青空組合が「テント無人売場」を開設し、平成 11 年に白鳥町の建物を借り受けて、本格的に営業を行っていたものを、平成 21 年 4 月に「白鳥道の駅管理運営協会」が販売業務を受託したものである。

従って、今後も、販売業務を受託した「白鳥道の駅管理運営協会」は、組織の更なる充実と活性化を行い、下記の①～③の課題を牛道青空市生産組合と連携し、解決することが、農産物直売所の売上額の増加に繋がるものとする。

- ①上述した課題の(1)～(7)の対策をする。特に生産者の高齢化対策は、行政指導で行う。
- ②産物直売イベントの開催頻度を増やす。
- ③近隣市町村の広報や地域情報紙を活用した広告宣伝活動をおこなう。

東濃圏域

1. 地物野菜店ありがとう

直売所名称：地物野菜店ありがとう
施設所在地：中津川市駒場 1 1 8 5 - 1
開業年月：平成 1 8 年開業
経営形態：個人企業
建物・売場：木造平屋（プレハブ） 売場面積約 2 0
坪、売場兼冷蔵庫 3 坪
トイレは店舗外に簡易型設置
扱い商品：野菜、果物、花卉、加工食品（極少）
セールスポイント：挨拶、商品の品質、
調理方法など心のこもった会話
従業員：店長（事業主）、店員 1 名（奥さん）
駐車場：1 2 ～ 1 3 台 白線仕切なし



正面右側が出入口。左側の白い建物は冷蔵庫
で売り場の一部になっている。右側が道路か
らの入口で、トイレ、自販機などがある。

1. 現在の運営状況

「地物野菜店ありがとう」は、元大手小売業に勤務していた事業主服部昭男氏が、平成 1 8 年に個人企業として独立して開業。開業にあたっては、プレハブの店舗、舗装してない駐車場、屋外の簡易トイレ、中古のレジスターなど極力設備投資を抑えて、資本効率の高い経営を目指している。しかし、来店客に対しては、店舗内に新品のエアコンを入れ、出入口を締めて夏場にも快適な買い物ができるように配慮がされている。

当店は、中津川駅前の中心市街地から約 1. 5 km、国道 1 9 号からは 3 km、下呂市方面に向かう国道 2 5 7 号線からは約 1 km の住宅地に立地している。付近に競合するような商店や集客力のある施設などはない。

当店は、野菜、果物、花卉を販売しており、加工食品はほとんど扱っていない。店名にもあるように地場の野菜が最大の売り物であるが、厳密に言えば当店は農産物の直売店とは言えない。農家からの委託販売は、売れ残り品の返品引き取りに抵抗感のある農家が多く、この形式では顧客に認められるような品揃えは難しいと店長は言われている。したがって、商品の 7 0 % 程度を地元中津川市の市場から仕入れており、3 0 % 程度が農家からの持ち込みではあるが、全て買い取りで対処している。買い取りの場合の店側想定差益は 2 2 ～ 2 3 % 程度で、委託手数料を超えているが、買い取りで返品が無いことが、良い物を生産したと自負のある農家のプライドを満足させていると考えられる。持ち込み農家への清算は、末締めで、翌月 2 回の支払日に行っている。なお、市場の仕入に対しては、週 1 回の支払になっている。

確かに農家直売の概念から外れてはいるが、顧客にとっては地元の野菜、果物、花卉を直接供給してくれるお店と映っており、顧客は直売所と同じように活用されている。

商品は、正面の前列と後列の2列の平台に陳列し、全ての商品に大きくて読みやすいPOPが付けられており、分かりやすく買いやすい売場になっている。

午前中は店長が仕入にあたるため、接客は奥さん中心に対応し、午後は店長が対応する。店長は来店客に「いらっしゃいませ」とは言わず、「おはようございます」「こんにちわ」と問いかける。来店客からも「おはようございます」「こんにちわ」と応えてもらい会話のきっかけにしている。

計数管理面では、レジを使って品種別日計累計、客数客単価の把握などの確に把握されている。

9月22日（木）午前10時から行った顧客アンケート（n＝15件）によれば、10km以内の地元中津川からの来店が100%であり、自動車利用80%、徒歩20%であった。この店の魅力は、品質が良い80%、安い80%、接客が良い73%、新鮮47%となっている。

一般的に直売所の魅力は、新鮮が1位、安いが2位を占めるが、当店では品質の良さと安さが1位で、接客が3位に入るユニークな結果である。接客の良さの中身としては、品質や調理法などを教えてくれる（6／11）、気軽に話ができる（5／11）であり、人間関係が大変な力になることが示されている。また、この店で「野菜・果物のまとめ買い」をすると答えた人（夫婦・主人が運転）が3件（20%）あった。

アンケートにおける店への要望としては、日曜日に営業して欲しい2件、肉・魚を扱って欲しい2件、品揃えを増やして欲しい1件であった。理由はいずれももっとこのお店で買い物をしたいというものであった。

2. 課題及び今後の展望

<課題>

- ①新鮮さを評価する顧客が50%以下であることは、改善の対象と考えられる。相当な販売力があり、固定客もついて来ている現状では、「新鮮さ」を売り物にする委託販売を一部取り入れてもよいのではいか。工夫すれば多量の売れ残り引き取りを出さずに運営はできると考えられる。
- ②運転資金に余裕ができれば、売れ筋の加工食品を扱うことによって買い物の利便性を高め、来店頻度と客単価を高めることができると考えられる。
- ③仕入と保存の問題が解決できれば、日曜日休業を他のウィークデイ休業に切り替えることによって、まとめ買い対応をはじめ、販売機会を増加できると考えられる。

<今後の展望>

お金をかけてきらびやかな店づくりをしなくても、売り手の優しいかつ丁寧な心遣いが顧客の満足度を高めることが証明されており、今後も安定した経営が維持される。また、課題をクリアすることによって更なる成長が期待される。

2. 恵那峡朝市

直売所名称：恵那峡朝市

施設所在地：中津川市蛭川5323-15

開業年月：平成2年開業

経営形態：有限会社美濃農産

建物構造：木造2階建 食堂及び特産品売場面積約60坪（厨房含む）

扱い商品：野菜、果物、花卉、米、きのこ、山菜、地域生産の加工食品（豆腐、味噌、漬物、栗羊かん等）、たね類

セールスポイント：地元産のまつたけ、山菜
明るい親切的接客

従業員：店長（社長）、店員（奥さん）、（休日1名増）

駐車場：7台



野菜や果物などの農産物売場は正面1階の前列であり、左側奥が加工品売場、中央部奥が食堂、右側の後方が厨房、冷蔵庫等になっている。店の正面道路の向かい側は恵那峡遊園地。

(1)現在の運営状況

「恵那峡朝市」を経営する有限会社美濃農産は、平成2年に現代表取締役安江勝利氏により農産物販売を目的にして設立された。恵那峡朝市と称しているが、野菜・果物類や加工食品などの物販と食堂を終日営業する商店である。

有限会社美濃農産の立地環境は、恵那峡ダム湖北側の遊園地「恵那峡ワンダーランド」の正門前に店を構えている。恵那市、中津川市の市街地から数キロの距離にあり、下呂市方面への国道258号線までは数キロ、木曽川沿いに下る国道418号を経由すれば美濃加茂市方面につながっている。かつては、恵那峡への観光客でにぎわい、自動車の交通量も多かったが、現在では特定の季節や曜日以外には通行量の減少が目立つようである。

農産物の売り場は広いスペースがあり、農産物は平台による陳列されているものと土間にトレイに入れて置かれているものがある。トレイに入れてある商品は、1個単価やグラム単価でばら売りが主体になっている。

当店の得意商品であるきのこ類の内、まつたけは奥の冷蔵庫に保管されており、安価なきのこは一部目につくところにも置かれている。まつたけご飯は店頭に張り紙をしてPRしている。

店頭には野菜店としての宣伝を兼ねた自家生産の巨大かぼちゃが飾られている。

加工品は、平台展示の他、得意商品のおからを取らない豆腐などは冷蔵ケースで販売されている。

食堂は、地元の食材を使い、まつたけご飯など旬の味を活かしたメニューを販売している。

販売する商品のうち農産物系売上の40%程度は、社長個人の畑で採れた野菜や、所有している

きのこ山で採れたきのこを販売している。農産物系売上の20%弱が農家の持ち込みであるが、委託しても売れ残りの引き取りを嫌う農家に配慮して、全て店頭で買い取りし、現金決済にしている。持ち込んでくる農家は12～13軒であり、一般野菜だけでなく、きのこ、山菜、果実（栗、柿等）なども多い。

持ち込み分と自社生産分以外にも、野菜、果物、肉、魚、加工食費等を東濃東卸売市場から仕入れて販売している。肉、魚などは外商のために仕入れている。

店長（社長）、奥さんとも接客にたけており、商品の品質や特長、調理の仕方、栽培の仕方などで丁寧に説明されており、顧客は好感をもって買い物をしているように見受けられる。

9月25日（日）の午後2時から行った顧客アンケート（n＝8）によれば、3組が遠方からの観光客であり、この季節にこの店に出る商品を知っていて立ち寄ったものである。それぞれ、まつたけ、栗、特産かぼちゃを購入されている。他の3組はいずれも観光やドライブの途中に立ち寄ったものであるが、きのこ類などこの店ならではの珍しい物があるのではないかと期待して立ち寄っている。残りの1組はにんにくの種を求めて来店し、詳しい種のまきかたまで教えられていた。

(2)課題及び今後の展望

<課 題>

①販売方法を工夫し、顧客（特に観光客）に対する訴求力向上を図れば、さらに売上高拡大が可能と考えられる。

- ・野菜は量り売り形式が多いが、どれだけでいくらになるのか分かり難く、買いにくい。（実際に躊躇する客が見られた）袋入りのセット価格や、1個売りなども出した方がよい。
- ・季節性のあるメイン商品であるきのこ類（特にまつたけ）は入荷状況などを大きな看板（手書きで良い）にして通行客（観光客）から見えところに設置した方がよい。
- ・きのこ類など品質維持のために店頭陳列が難しいものは、店内に大書したPOP（店内広告）を出し、初めての来店客（観光客）にも分かり易く訴求することが必要である。
- ・加工の特産品も、全体的にアピール不足であり、由来や特長などを記したPOPが必要である。

②全般的に商品不足が感じられる。特に農産物は日持ちのする商品を中心に、種類と数量ともに充実が必要である。そのためには、農家からの直接買い付けを増やすこと、また日持ちのするものであれば、15%程度の手数料で委託販売の復活等の検討が必要である。

<今後の展望>

珍しい商品など、当店独特の品揃えの充実により、面白い店という評判を築いていけば業績の安定性が高まってくると考えられる。

観光客にとってさらに魅力的な品揃えができ、顧客に対する訴えかけ（看板、POP）を充実し、店長と奥さんの人柄を活かした明るく親切的な接客によって売上高は伸びていく。

3. 道の駅・らっせいみさと直売所

直売所名称：道の駅・らっせいみさと直売所
施設所在地：恵那市三郷町佐々良木 1464-1
開業年月：平成13年4月
経営形態：有限会社らっせいみさと
建物構造：木造平屋 売り場面積約25坪
扱い商品：野菜、果物、花卉、米、野菜の種、寒天ゼリー・竹炭等加工品・・・
セールスポイント：そば道場、食堂、特産品売場とともに地域の魅力を販売
従業員：店長（道の駅の部長が兼務）店員1名
駐車場：第一60台（大型6台） 第二20台



直売所は道の駅の食堂、特産品売店、そば打ち体験道場、事務所などメインの施設に隣接した別棟になっている。

(1)現在の運営状況

「道の駅・らっせいみさと直売所」を経営する有限会社らっせいみさと（代表取締役藤井敏彦氏）は、平成13年に、地域の有志の出資により設立された。当社は恵那市の指定管理者企業として認定を受けており、恵那市所有の建物や駐車場などの施設の運営を任されて経営している。

当社は、中央道恵那インターおよび恵那市の中心市街地から約7～8kmの距離にあり、県道66号線により瑞浪市、土岐市を経て多治見市につながる19号線の裏街道沿いに立地している。瑞浪市の中心市街地まで約10kmの距離にあり、多治見市、土岐市、瑞浪市と恵那市、中津川市を往来する自動車の通行量の多い地点である。

直売所の店舗は駐車場に面しており、地域の特産物を販売する売店、そばを中心に地域の食材を活かした食堂及びそば打ち体験道場が別棟として隣接している。直売所の売り場は約25坪であり、野菜、果物、米等は生産者の氏名と価格を添付して、生産者ごとに平台に陳列されている。花卉類は入り口の床及び店舗前のスペースにも展示し、店頭を飾っている。

現在、当直売所の出荷農家として66軒が会員登録しており、中にはハウス栽培をおこなうなど比較的規模の大きい農家も含まれている。

農産物の受け入れは朝7時頃から行い、7時30分頃には販売を開始している。商品の鮮度を維持し、店舗を効率的に運営するために午後3時に閉店し、当日の売れ残り品は、原則として出荷した農家に引き取られる。

これらに対応する店舗の従業員は、特に繁忙時以外は女性社員1名のみであり、店長としてのマ

ネジメントは道の駅の部長が兼務しており、事務処理は道の駅全体の事務の一環として処理されている。この体制で年商5000万円超を達成しており、作業効率の良さが際立っていると言える。

出荷農家との取引形態はすべて委託販売であり、会社の手数料は恵那地区の他の道の駅と同様の15%である。清算は月末に締めて翌月5日におこなわれている。

販売価格は、会社がガイドラインを示し、決定は各農家の判断に任されている。すべての商品が委託販売であり、会社として買い取り保証ができないため、価格の指定や生産品目の指定などはおこなっていない。生産者の会議や農業指導員等を通じて売れ筋商品を継続的に供給するよう働きかけはしているが、あくまで意思決定は農家側にある。必ずしも消費者側のニーズに合致しているとは言えない点もあるが、生産と販売が分離している事業形態の限界といえる。

9月16日（金）、午前9時から行った顧客アンケート（n=13件）によれば、愛知県からの2件を始め、地元（恵那市三郷町はじめ恵南地区）以外からの来店が77%を占めている。この店の魅力は、新鮮100%、安い62%、品質が良い38%、品揃えの良さ31%、安全安心23%、特別の商品15%となっている。また、品揃えの充実を求める声が3件（23%）ほどあった。

販売促進については、ホームページによる事業紹介の外に、感謝祭（ゴールデンウィークに2日間）と収穫祭（11月に1日）に、出荷農家会員の協力も得て、道の駅全体の顧客サービスイベントを実施している。また、毎月1回特売日に、特に大量に生産されたものの特価販売を行っている。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

- ①広範な地域からの膨大な数の往来・立ち寄り客があり、顧客の関心や満足に応えられるように品揃えを充実させれば相当な増収が期待できる。そのためには、新鮮さを第一にしながら品揃えの幅を広げ、同一商品の出荷期間を長期化（売れ筋商品の品切れ回避）し、地域ならではの特長のある商品の生産・販売を取り入れることが重要な課題と考えられる。
- ②また、必ずしも会員からの出荷でなくても、域外からの委託や市場からの仕入であっても、購買者にとって、魅力的な商品が揃えられるならば、直売所を目当てにした来客数を拡大し、結果的には会員農家の商品の拡販につながることになる。
- ③これらの施策は、まとめ買いをする客層に対しては特に高い効果が期待できる。

<今後の展望>

顧客の期待に応えるための課題を実現していけば、年商を飛躍的に伸ばすことも可能であり、消費者のための直売所として繁盛が見込まれる。売上の伸長は、出荷農家にとっても生産に張り合いが生まれ、より良い商品の開発やより潤沢な供給などに結びついて良い循環が期待できる。

4. フリーマーケットひまわり

直売所名称：フリーマーケットひまわり
施設所在地：恵那市長島町中野458-5
開業年月：平成6年開業
経営形態：個人企業
建物構造：木造平屋 売場面積約50坪、他にたこ焼き売場、事務所、冷蔵庫等
扱い商品：野菜、果物、花卉、米、菓子、その他加工食品、調味料・・・
セールスポイント：新鮮野菜を中心に食材の買い物に
利便性の高い品揃え
従業員：店長（事業主）、専従者1名（奥さん）パート店員4名（内たこ焼き1名）
駐車場：第一10台、第二3台（道路向かい側）



正面建物内の前列が農産物売場で、後列が加工食品売り場。3か所から出入りできる。正面左端がたこ焼き売店。事務所はたこ焼きの裏側、トイレは画面最右側の裏側。

(1)現在の運営状況

フリーマーケットひまわりは、元教員であった三石忠徳氏が退職後の平成6年に開業。

当店は恵那市の中心市街地につながる商業地のはずれにあり、国道19号線、中央道恵那インターまではいずれも1km以内であり、瑞浪、土岐、多治見に通じる県道66号線まで100mの距離にある。近隣の住宅街からも、比較的遠方からの自動車による来店者にとっても立ち寄り易い地域にあるが、店舗が裏通りにあるため、遠方の人にとっては口コミなども手伝って徐々に知られてきた店である。

直売所の売り場は約50坪あり、正面横長につながった2列の平台に陳列されている。入り口側の前列が地場野菜の直売コーナーであり、後列が加工食品などの仕入商品販売コーナーになっている。正面左側にはたこ焼き売場があり、その裏側が事務所になっている。

農産物（野菜、果物、花卉等）の出荷農家は500軒ほどが会員登録されたことがあるが、実際に常時稼働しているのは30軒程度と言われている。農家からの供給はすべて委託販売であり、午前4時ごろから搬入を開始し、出品者は商品をビニール袋に入れ、出品者名と価格のシールを貼り、出品者単位で陳列している。5時半ごろには店員が出勤して販売が始まり、午後3時の閉店になっている。閉店後に当日の売れ残り品を出品者が引き取る仕組みになっている。

販売価格の設定は出品者に任されており、1セット100円程度の設定が多く、スーパーなどと比べると数量の点で大きな差がつけられている。また、販売手数料は直売所では最も高い20%で

あり、清算は、末日締め翌月5日前後に現金払いになっている。

顧客による食材買い物の利便性を高めるために、中津川市の市場からの仕入れや一部農園からの直接買い付けも行っている。これにより顧客に対する訴求力を高め、客数の増加と購買点数の増加につながっている。出荷農家が同業の中では最も高い手数料にも関わらず良品の出荷に努めるのはこの販売力が背景にあるからである。

店長以外に奥さんと女性のパート従業員4名、合わせて6人の体制であるが、年商4500万円超を確保し採算は維持されている。今年からは、顧客の要望もあり、1～3月も休業にせず半日の営業を実施している。

販売促進は、年に1回「ひまわり通信」(印刷して新聞折り込み)により、顧客と出荷農家の両方に感謝の気持ちを伝えている。

8月26日(金)、午前9時から行ったアンケート調査(n=19件)では、多治見市からの1件以外はすべて恵那市内からの来店であり、来店頻度は週3回以上21%、週1～2回47%、月に1～2回21%、初めて11%であり、市民の日常の買い物先として定着していると言える。また、この店の魅力は、新鮮100%、安い89%、品質47%となっている。この店に対する要望としては、駐車場を広く4件(21%)、品揃えの拡充・途中補充など4件(21%)、花を安く2件(11%)、ビニール袋が小さい1件(5%)などがある。

(2)課題及び今後の展望

<課題>

①顧客の満足度は相当高く、改善点は少ないが、下記に対処すればさらに顧客満足度は向上する。

- ・地元産の山菜、きのこ、果物など旬のものの充実。
- ・品物が午前中で売り切れそうな時の補充の仕組み。
- ・供給が少ない商品の栽培奨励(花など出荷量が増えれば価格を下げられるのでは)。
- ・駐車場が狭く止められない人がおり、向かい側の自宅前も当店駐車場の表示をした方が良い。

②レジの改善

- ・レジペーパーに金額表示しかなく、顧客は買い物の内容を確認できない。
- ・清算業務など伝票に基づいて計算されているが、バーコードシステムを取り入れれば自動化ができる。また、品種別売上の日計累計、客数・客単価の把握なども即時可能になる。
- ・多忙時でもレジ担当は1名で対応できる。

<今後の展望>

来店客の声は、当店の販売政策を魅力として支持する声が多い。これをさらに高めていけば安定した売り上げにつながる。出荷農家にとっても売り上げ増加によりやりがいが高まれば、より意欲的な生産活動につながっていくことが期待できる。

5. 岩村町 地域特産物直売所

直売所名称：岩村町地域特産物直売所
施設所在地：恵那市岩村町飯羽間 3689-181
開業年月：約30年前創業、平成21年再開業
経営形態：有限会社岩村町地域特産物直売所
建物構造：木造平屋 食堂兼特産物(加工品)の売場面
積約30坪
扱い商品：野菜、果物、花卉、米、自社加工品（ほう
ば寿司、よもぎ餅、五平餅等）委託加工品
（寒天、蜂蜜、お茶等）
セールスポイント：地元の多彩な特産物の提供
従業員：店長、店員1名（休日1名増）
駐車場：33台（それ以外に広大なスペース有）



野菜や果物などの農産物売場は正面左側の赤色の特設軒下に7m×3段の棚を設置して陳列されている。トイレは休憩所を兼ねた別棟があり、駐車場は右方向に広く配置されている

(1)現在の運営状況

「岩村町地域特産物直売所」を経営する有限会社岩村町地域特産物直売所は、約30年前に地域の有志6名の出資により設立され、地域特産物を販売するドライブインとして経営されていたが、平成21年に現代表取締役服部康廣氏のオーナー企業として組織を再編成し、現在に至っている。

当社は、昭和63年に新農村地域定住促進対策事業の認定を受け、現在は恵那市の指定管理者企業として認定を受けており、恵那市所有の建物などの施設の運営を任されて営業している。

当社は、中央道恵那インターおよび恵那市の中心市街地から国道257号で約5kmの距離にあり、阿木川ダム湖の湖畔に立地している。国道257号は直接愛知県新城市に至るが、途中で国道363号を経由して瑞浪市、土岐市、瀬戸市、豊田市へと続いており、自動車交通量は比較的多い。

店舗は地域の特産物を販売する売店兼食堂として営業しており、農産物の売り場は、もっとも目につきやすいように駐車場に面した軒下のスペースに配置されている。直射日光を避けるために特設の庇が付けられており、7m×3段の階段型棚を設置して農産物を陳列している。

農産物（野菜、果物等）は、「愛菜（あいさい）グループ」と呼ばれる農家の奥さん5人が中心になり、15軒ほどの農家から供給を受けている。農産物は出荷の希望があれば誰でも受け入れるが、付近には競争する直売所が数店あり、十分な品揃えが比較的難しい状況になっている。果物は、シルバー世代の生きがい農園と言われる豊楽園からも継続的に受け入れている。

農産物は生産者名のシールを付けて持ち込み、値付けは生産者の自由になっているが、特に高額なもの以外は100円のセットになっている。委託販売の手数料は10%と最も低い水準に抑えられており、清算は20日締め、翌月10日に農協の口座振り込みになっている。

売れ残った商品は、一部農家の引き取りもあるが、原則として会社に処分は任されている。

食堂はセルフサービス方式で、メニューは地域特産の蕎麦とうどんを中心に簡易な料理を提供しており、ほうば寿司、五平餅、よもぎ餅など地場産品を材料にした自社加工品の販売も行っている。

業者から加工品として持ち込まれる地域特産品も委託販売の形式をとっており、例えば「阿木の蜂蜜」「岩村のカステラ」「山岡の寒天」など豊富な品揃えがされている。この加工特産品の売り場は、食堂の壁際に3段の階段型棚を配置し、食堂のテーブル席を囲うような形で陳列されている。

以上の売り場と厨房に対して、ウィークデイは店長と店員1名で対応しており、休日繁忙時にはパートを1名増員している。

9月16日金曜日、午前11時から行った顧客アンケート（n=10件）によれば、愛知県からの2件を始め、地元の岩村町以外からの来店が80%を占めており遠方からの来店が多い。また、一般的な野菜よりも「あじめこしょう」「東野のにんにく」「みょうが」「しそのみ」など個性的な商品の売れ行きが良いようであったが、購入点数が1～2点と少なかった。

(2)課題及び今後の展望

<課 題>

①ドライブインとして立ち寄る通行客が比較的多いが、野菜が陳列されている店頭まで来ても、品物の種類の少なさと、品物の数量の少なさなど訴求力が弱く、買わない人が半数で、買う人でも購入点数が1～2点と少ない。余裕のある軒下スペースの農産物売場の棚を拡張し、品揃えの種類と数量の両面で充実させ、来店客にとって魅力のある店頭にする必要がある。売れる店舗になれば農家のより積極的な協力も得られるようになる。農産物売場の改善は特に「愛菜グループ」との協議が重要である。

②店内の加工品の特産品売り場が、食堂と一体になっているために気軽に立ち入りにくい。「店内の地域特産品売り場に自由にお入りください」旨の大きな分かり易い案内板が必要である。

また、食事場所を厨房寄りにし、奥の特産品売り場と区別（仕切りは置かない）することによって、落ち着いて食事を摂ることができるような環境づくりも必要である。

③食堂のメニューに「旬の地物を調理した店長お薦め商品」を開発し、お店の内外に表示するなど、メニューの魅力付けが必要である。店内加工品ももっと積極的にPRした方が良い。

<今後の展望>

店舗の立地条件は良好であり、農産物売場の品揃えを改善し、食堂と特産品売り場の環境を改善し、顧客の期待に応える課題を解決していけば、業績の向上が期待できる。

店舗の売上が伸長すれば、生産者にとっても張り合いが生まれ、より良い商品の開発やより潤沢な供給などとして良い循環が期待できる。

第5章 岐阜県内農産物直売所への提言

直売所は消費者の支持をえて発展してきたが、ここに来て、順調に伸び拡大している直売所と、停滞・縮小傾向にある直売所の2極化が進展している。低迷している直売所はどのような問題点があるのかを調査した。主な問題点について以下のとおり提言する。

1. 直売所の経営

直売所には、与えられた社会的使命がある。使命を達成するため理念を明らかにして、直売所のあるべき姿を想定し、経営計画を策定し、計画の実現にむけ、経営が可能な体制を構築し運営をしていかなければならない。

そのためには、

経営の管理責任者（経営者）を決める。

経営者は、直売所の現状と経営理念・将来あるべき姿を明確にする。

協議会は、経営者に責任と権限を与え、それに見合う役員報酬を支払う。

経営者は、あるべき姿にもとづく、長中期の経営計画を策定し、

経営計画を達成するための運営管理体制を構築する。

経営者および役員は経営力の向上のための努力をする。

2. 出荷者対策

(1) 出荷者の高齢化

地域には野菜や果物を栽培しているにもかかわらず、車の免許をもたない人や高齢で運転できない農家が存在する。

輸送手段がなく出荷できない農家のために、

- ・直売所側で個々の農家や集荷拠点を巡回し集荷する体制
- ・高齢者農家の出荷を他の農家が、助けるための体制

をつくる。

(2) 後継者対策

所得向上の具体的提示による若手後継者の参加、新たに直売所に出荷したい専業農家や新規就農者の参加、定年退職兼業農家の参加を呼びかけ、説明会等を開催する。

(3) 出荷者の育成

① 栽培講習会・研究会等の実施

出荷者の栽培技術力の向上と品質向上による地元農産物の確保を目的として栽培講習会・研究

会を行う。講師は高い技術力のある農家、JA の営農指導員、普及指導員等が担当し、出荷者の関心の高いテーマとする。

② 栽培指導

消費者の要望がある農産物、地元で生産されていない農産物等の講習会を座学だけでなく、実際に栽培し、定期的な栽培指導を行う。

3. 品揃え・品質管理

(1)品揃え

① 種類・数量の充実

直売所の活気は品揃えが充実しているかどうかで決まる。

高齢者や女性グループによる多品目少量生産は可能である。

やむを得ず不足する商品は、顧客の利便性も考え、仕入販売で対応する。

この場合、明確に産地を表示する必要がある。

② 農産物の出荷の分散

出荷の多い農産物や人気の高い農産物に限り、直売所は収穫時期を考慮し種や苗を無料又は低価格で配る。そして出荷の集中化を避け、分散させ、店頭に並ぶ期間を長くする。

露地栽培だけでは収穫期間が集中するので、収穫期間を分散させるためビニールハウスなどの施設栽培による促成栽培や抑制栽培をすすめる。

③ 加工品などへの取組

加工品は、品揃えもよくなるので、直売所の活動が広がる。

経営的に安定させるには、加工品の種類を多く、質・量的にもレベルを高くし充実させる。そのため簡単な加工品から始めて、地域の農産物を使い直売所らしい加工品の販売を目指す。独自の特徴のある商品を開発し、自慢の商品に育てることが大切である。加工品の生産は、農産物の付加価値化に加えて、新しい雇用を生み出し、直売所の年間を通じた商品の品揃えが確保につながる。

④ 他の直売所などとの連携

栽培の端境期や冬は販売できる農産物が限られるので、他の直売所などと連携による仕入れにより、お客様をつなぎとめておく。

(2)品質管理

直売所のお客様が最もこだわるのは鮮度、完熟採れたての一級品の美味しい農産物が目当てである。味に自信のある農産物を自分の名前を出して自分の名誉にかけて安心・安全で一級品を出荷するよう生産者を指導する。

①新鮮さ：商品として並べるのが耐えがたいものは、相互信頼の中で直売所の従業員の判断で撤去する。

②美味しさ：お客様に試食で確認していただく。

POP で表示

③安全さ：安心・安全の根拠(生産履歴の記載等)を消費者に示す。

4. 価格・手数料

(1)価格

再生産できる価格をつけて品質の競争をする。安売り競争はスーパーで行われているが、直売所は安売り競争をしてはいけない。安売りしているのは売れない直売所である。売れない農産物を直売所は残しても困るから安売りになる。売れるところは、どんどん値が上がっていく。価格を生産者が自分で決めることができない場合は、直売所で月毎に目安を決め、生産者は目安をもとに自分で価格を決める。消費者は、直売所は安く当たり前と思っている人も多い。安心・安全、新鮮で美味しい農産物を求める消費者に対し、生産者は農産物の生産にかかる労働や費用について理解を求めなければならない。

(2)手数料

直売所の販売手数料は通常 15～20%であるが、実際には 15%の手数料では経営が難しい。県内の直売所においては 10～15%の手数料のところが多い。販売管理費を抑え利益を出しているのが、現状である。健全な経営の為に、適正な手数料でなければならない。このため直売所は、売上高を上げて規模によるメリットを発揮するか、加工品・仕入れ商品を取り入れるとか、加工施設やレストランなどの併設とか、オリジナル商品を開発などによる収入源が必要である。

5. 来店客対策

県内の来店客は高齢者が多く、来店回数が少ない等の特徴がある。

(1)消費者ニーズの把握

1 日 5 人くらいの顧客の声を聞く。

半年か一年に 1 回、店頭アンケート調査により採点、要望等を収集する。

調査結果に基づき直売所を改善することが重要である。

(2)顧客のライフスタイルの理解

直売所の顧客のライフスタイルは鮮度・品質志向＋安全安心志向である。

地方特産品を取り扱う直売所のライフスタイルは、鮮度・品質志向＋安全安心志向に加え特産品などを含めた品揃え志向であるので、これに対応した POP、パブリシティ、イベント、ホームページ等で情報発信を行う。

(3)来店客の現状と増加対策

今回調査した直売所では、50 歳以上の顧客が 64%、来店頻度は週 1～2 回 36%、月 1～2 回 44%である。農産物直売所は日常的に利用されているとはいえ、日常的な買物はスーパーや JA などで行い、特に欲しいもの（特別な商品）があったときだけ、あるいは時々来ていいものがあった場合のみに利用している来店客が多い。生産者に合わせた品揃えから、来店者に合わせた品揃えを行い集客数の増加を図る必要がある。

6. 競合・競争

① 異業態との競合

スーパーはワンストップを目指す総合店であり、一般農産物の販売をする。直売所は、新鮮・完熟な地元の農産物、旬・地域食文化である地元の農産物を中心とした専門店（特定部門の掘り下げ）である。生産者のメッセージが込められた農産物、生産者との売場での対話ができるなど交流の面からみて直売所は優れているし、生産者の自信のある農産物により顧客の要求に十分対応できる。スーパーとの競合はゆるいスーパー化（部門の拡大）では対応できない。加工食品もナショナルブランドでなくこだわりの個性品で対応する。

② 同業との競合・競争

同業者との競合については直売所と出荷者と地域農業が一体なった活動が求められる。直売所の存在意義と設立目的（店舗の使命・理念）を明確化にし、鮮度品質志向＋安全安心志向の顧客に対応する魅力ある品揃え、それを生産する農家や生産グループの育成・確保等の取組みを着実に実行するところが、直売所間の競争に勝ち残ることができる。

7. 管理運営

(1)データに基づいた管理

① 売上データなどを分析

POS システムにより生産者別・品目別・月・日・時間帯別の売上状況から売上や客単価が売上 ABC 分析等から売上数量が予測可能になり、翌年の作付けにも反映できる。

② 販売状況を生産者に携帯で伝える仕組み、売れ行きに応じた集荷

最新の販売状況を生産者に FAX、自動メールなどで伝えることにより各生産者が農産物を効率的に出荷につながりチャンスロスが防止できる。

(2)登録出荷者の組織化を図り、情報交換等を実施

作物別部会で栽培技術の向上、品質の向上のための講習会・研修会や先進事例の見学会や情報交換等を行い生産体制の確立及びレベル向上をはかる。

(3)クレーム管理

クレームは直売所の改善の宝庫である。商品に対するクレーム、接客に関するクレーム、簡単なミスに対するクレームがある。直売所が成長するためのヒントを顧客から教えていただき、改善に結びつけること。

参考資料1

店舗アンケート用紙

お忙しいところ恐縮ですが、アンケートに協力をお願いいたします。なお、データについては外部に漏らさないことはもちろん、統計処理し個別データとしては使いません。

1. 調査日時	月 日 曜日 時 天気
2. 来店者	女1人、男1人、夫婦2人、親子、その他（ ）
3. 年齢	20代、 30代、 40代、 50代、 60代、 70代
4. 住所	岐阜・三重・愛知・滋賀・その他（ ）県 大垣市・岐阜市・関市・名古屋市・その他（ ）市・町・村
5. 交通手段	自動車 自転車 徒歩 （ ）
6. 来店頻度	初めて 毎日 週1～2日 月1～2日 その他（ ）
7. 購入したもの	野菜（具体的に ） くだもの（具体的に ） 花 米 パン 卵 漬物 豆・豆製品 調味料 保存食品（具体的に ） 飲み物 惣菜・弁当 その他（ ）
8. 来店理由 (1～3つ) いいところ	新鮮 品質よい・美味 安い 安心・安全 品揃えが豊富 特別な商品がある。 接客・サービス その他（ ）
9. 要望・意見	価格を安くしてほしい 品ぞろえを増やしてほしい（具体的に ） その他（ ）

ご協力どうもありがとうございました。

岐阜

資料No.1

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	営業・立地形態													
			参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間)	道の 駅に 併設	直売 店 A	月a 週b 回数	直売 店 B	月a 週b 回数	朝 屋 市	月a 週b 回数	屋 夕 市	月a 週b 回数	夜間 終日 市	月a 週b 回数	その 他 不明	月a 週b 回数	
A-1	岐阜夜間市場(伊奈波通)	岐阜市伊奈波通2 058-239-0179	雨天を除く毎日 日没から2時間										○	1a 20			
A-2	岐阜夜間市場(若宮町)	岐阜市若宮町4 058-239-0179	●6～12月雨天を除く毎日 日没から2時間										○	1a 20			
A-3	岐阜夜間市場(真砂町)	岐阜市真砂町10 058-239-0179	雨天を除く毎日 日没から2時間										○	1a 20			
A-4	長良公園朝市	岐阜市長良字城ノ内 058-232-6222	毎月2回 第1・3日曜日 8:00～9:30頃						○	1a 2							
A-5	長良の朝市(JRぎふ長良支店)	岐阜市長良2 058-232-6222	毎日(但し土日祝祭日を除く) 8:30～10:00						○	1a 20							
A-6	ふれあい朝市・七郷(JRぎふ七郷支店)	岐阜市西改田 058-239-2574	毎週水曜日 6:30～10:00						○	1a 4							
A-7	日野園芸クラブ朝市(JRぎふ日野支店)	岐阜市日野西4 058-245-8679	毎月1・11・21日と8/13 12/29 8:00～12:00						○	1a 3							
A-8	春近朝市 (JRぎふ春近支店)	岐阜市森東 058-229-2374	毎週水曜日 6:00～8:30						○	1a 4							
A-9	巖美の朝市 (JRぎふ巖美支店)	岐阜市福富 058-229-1411	毎週 火・木・日曜日 8:30～10:00						○	1a 12							
A-10	藍川朝市 (JRぎふ藍川支店)	岐阜市向加野 058-243-1079	毎週 火曜日 7:00～11:00 金曜日 10:00～15:00						○	1a 4	(○)	1a 4					
A-11	長良川リバーサイド青空朝市	岐阜市岩田西 058-247-4052	毎週 土・日曜日・祝日 早朝～12:00						○	1a 8							
A-12	アクティブG 健康朝市	岐阜市JR岐阜駅 058-245-3602	毎週土曜日 8:00～9:30						○	1a 4							
A-13	JAぎふ おんさい広場 鷺山店	岐阜市下土居 058-296-6033	毎日(但し12月31～1月5休み) 9:30～17:30		○	12a 350											
A-14	JAぎふ フレッシュマート 芥見店	岐阜市芥見3 058-243-1003	9:00～17:00		○	12a 350											
A-15	JAぎふ フレッシュマート 北長森店	岐阜市野一色 058-245-8211	毎日(但し、祝祭日は休み) 9:00～17:00		○	12a 340											
A-16	JAぎふ フレッシュマート 茜部店	岐阜市茜部新所 058-271-6434	毎日(但し、祝祭日は休み) 9:00～17:00		○	12a 340											
A-17	城田寺 青空朝市場	岐阜市城田寺 058-231-8740	毎日(但し、年末年始7日間は休み) 8:00～11:00						○	1a 30							
A-18	道の駅「柳 津」	岐阜市柳津町 058-388-8712	定休日:月曜日 9:00～19:00	○	○	12a 310											
A-19	日置江の朝市・夕市 (JRぎふ日置江支店)	岐阜市日置江 058-239-0197	毎週 水曜日 15:00～17:00 日曜日 7:00～9:00						○	1a 4	(○)	1a 4					
A-20	プラザの朝市	岐阜市奥 プラザ掛洞 第2駐 058-239-9533	土・日曜・祝日 9:30～13:00						○	1a 10							
A-21	朝市なかよしクラブ	羽島市竹鼻町丸の内 058-398-1982	毎週土曜日 8:00～10:00						○	1a 4							
A-22	足近町産直野菜 愛好クラブ	羽島市足近町小荒井 058-391-5284	毎週 月・水・金曜日 6:30～8:00						○	1a 12							
A-23	JAぎふ グリーンセンターはしま	羽島市竹鼻町飯柄 058-398-1260	定休日:水曜日 9:00～17:30		○	12a 310											
A-24	市之枝営農組合特別栽培産直部会	羽島市下中町一之枝 058-391-5284	毎週 火・水・土・日曜日・及び祝祭日 8:00～12:00						○	1a 17							
A-25	かがみ野朝市	各務原市鷺沼各務原町 058-370-8188	毎週土曜日 8:00～10:00						○	1a 4							
A-26	ふれあい朝市	各務原市那加門前町 058-383-3379	毎週 水曜日 7:30～9:00 日曜日 8:00～9:30						○	1a 8							
A-27	おおしま朝市(マックスバリュース店内)	各務原市蘇原花園町 058-382-4964	毎日 9:00～						○	1a 30							
A-28	JAぎふ グリーンセンターかわしま	各務原市川島河田町 0566-89-3303	定休日:木曜日 9:30～17:00		○	12a 310											
A-29	菜々の里	各務原市鷺沼朝日町 058-384-5351	定休日:水曜日 9:30～16:00		○	12a 350											
A-30	JAぎふ おんさい広場 はぐり店	岐南町三宅 058-245-8881	毎日(但し、年末年始6日間は休み) 9:30～17:30		○	12a 355											
A-31	JAぎふ グリーンセンターさかい川	羽島市笠松町門間 058-388-3208	定休日:木曜日 9:30～17:30		○	12a 304											
A-32	古橋めばえ会朝市	瑞穂市古橋 0583-28-2192	毎月10・20・30日 7:00～10:00						○	1a 3							
A-33	みずほ農産物直売所	瑞穂市宮田 瑞穂市商工農政課	毎週 水～日曜日 8:30～12:30						○	1a 16							
A-34	道の駅「織部の里もとす」	本巣市山口 0581-34-4755	定休日:水曜日(祝は翌日)と年末年始 8:30～17:00	○	○	12a 307											
A-35	鍋原バケットパーク物産販売所	本巣市佐原 0581-32-5500	3～12月頃毎週 水・土・日曜日・祝日※臨休あり 8:30～17:00				○	12a 130									
A-36	真正フレッシュセンター	本巣市宗慶 058-323-6351	定休日:水曜日(祝は翌日)と年末年始 8:30～17:00		○	12a 307											
A-37	道の駅「富有柿の里いとぬき」 (有)柿の里ふれあいセンター直売所	本巣市上保 058-323-7389	定休日:月曜日(祝は翌日)と年末年始 9:00～17:00	○	○	12a 307											
A-38	JAぎふ 糸貫農産物販売所	本巣市三橋 058-323-6851	定休日:水曜日(祝の場合は営業) 8:30～17:00			12a 307											
A-39	道の駅「うすずみ桜の里・ねお」	本巣市根尾門脇 0581-38-3430	定休日:月曜日(祝の場合は翌日) 9:00～17:00	○	○	12a 314											
A-40	ふれあいバザール	山県市船越 0581-53-2126	【飲食】定休日:月曜日・第3日曜日 9:00～17:30 但し10～2月16:30 【直売】定休日:月曜日 7:00～18:00 但し10～2月17:00		○	12a 302 12a 314											
A-41	岩野田朝市 (JAぎふ岩野田支店)	岐阜市栗野西 058-237-3305	営業日:毎週 月・木曜日 7:00～9:00						○	1a 8							
A-42	JAぎふ グリーンセンターたかとみ	山県市高富町 0581-22-2444	毎日(但し、12月20～1月3日は休み) 9:00～17:30		○	12a 348											
A-43	山県市てんこもり農産物直売所	山県市小倉 0581-36-2663	定休日:水曜日(年末～1月5日は休み) 飲食部門 8:30～16:00 直売部門 8:30～17:00		○	12a 307											
A-計	岐阜圏域		43	4	18		1		21		0		3		0		

西濃

資料No.2

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	営業・立地形態												
			参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間)	道の 駅に 併設	直売 店 A	月a 週b 回数	直売 店 B	月a 週b 回数	朝 昼 市	月a 週b 回数	昼 夕 市	月a 週b 回数	夜間 終日 市	月a 週b 回数	その 他 不明	月a 週b 回数
B-1	えぼしの里・上石津 No.51	大垣市上石津町下山 0584-45-3469	毎週 水・土・日 9:00～15:00						○	1a 12						
B-2	すのまた出世市	大垣市墨俣町上宿	毎週 水・土・日 9:00～12:00						○	1a 12						
B-3	ふれあい朝市三城 (JAIにしみの三城支店倉庫前)	大垣市三塚町 0584-75-2518	毎週 水曜日 6:00～7:00						○	1a 4						
B-4	宇留生菜園クラブ朝市 (JAIにしみの宇留生支店駐車場)	大垣市荒尾 0584-91-5915	毎月1回(不定期・張紙) 8:00～11:00						○	1a 1						
B-5	郭町サクランボグループ	大垣市郭町 0584-78-8253	毎月 1日 8:00～10:00						○	1a 1						
B-6	フーマーズマーケット	大垣市東前町 0584-73-8144	定休日:水曜日 9:00～17:00										○	1a 4		
B-7	オレンジハウス中川店	大垣市中川町 0584-78-0141	定休日:日曜日・祝日 10:00～18:00				○	12a 276								
B-8	ホワイトハウス	大垣市宮町 0584-78-0155	毎週 水・土・日 9:00～15:00						○	1a 12						
B-9	もんで朝市 (緑の村公園内)	大垣市上石津町下山 0584-45-2760	4～12月の毎週日曜日 6:00～9:00						○	12a 36						
B-10	リアリティ花の里 No.52 (一之瀬ポケットパーク内)	大垣市上石津町一之瀬 0584-47-2626	4～12月の毎週日曜日 6:00～9:30						○	12a 36						
B-11	西美濃 直売市 No.54	大垣市高屋町 0584-91-2128	毎月 2・4土曜日 9:00～15:00						○	1a 2						
B-12	西美濃 朝市クラブ	大垣市青墓町 0584-91-2128	毎週 日曜日 7:00～9:00						○	1a 4						
B-13	グリーンセンター海津	海津市海津町馬目 0584-53-1147	定休日:水曜日 9:00～17:00		○	12a 314										
B-14	道の駅「クレール平田」	海津市平田町野寺 0584-67-3988	定休日:物産館(1月1日) 8:00～19:00(レストラン各店毎	○	○	12a 314										
B-15	道の駅「月見の里 南濃」	海津市南濃町羽沢 0584-53-0258	定休日:物産館(1月1日) 8:00～19:00(レストラン各店毎	○	○	12a 314										
B-16	南部朝市	大垣市島里 0584-89-2498	毎週 土曜日 8:00～8:45						○	1a 4						
B-17	JAIにしみのグリーンセンター南濃	海津市南濃町羽沢 0584-53-0258	定休日 毎週 水曜日 9:00～17:00		○	12a 313										
B-18	養農レディース	養老郡養老町根古地 0584-37-2530	毎月 2・4日曜日 6:30～売り切れまで						○	1a 2						
B-19	JAグリーン園芸の里	養老郡養老町高田 0584-32-5025	定休日:水曜日 9:00～17:00		○	12a 314										
B-20	東部ふれあい朝市の会 (JAIにしみの垂井東支店駐車場)	不破郡垂井町綾戸 0584-22-1151(内線234)	毎月 第2・5日曜日 7:00～7:30頃						○	1a 2						
B-21	ふれあい宮代 朝市 (南宮大社駐 車場)	不破郡垂井町宮代 0584-22-1151(内線234)	毎月 1・2月第4、その他第2・4 日曜日 7:00～8:00 頃						○	12a 22						
B-22	岩手ふれあい朝市の会 (岩手公民館駐 車場)	不破郡垂井町宮代 0584-22-1151(内線234)	毎月 第1・3日曜日						○	1a 2						
B-23	半兵衛の里	不破郡垂井町岩手 0584-22-1151(内線234)	毎週 水・土・日 9:00～11:00						○	1a 12						
B-24	ふれあいごうど 朝市 (役場南駐 車場)	神戸町大字神戸 0584-27-3111	毎月 4・10月を除く第2日曜日 5～9月7:00・11～3月8:00						○	12a 10						
B-25	三八市 (JAIにしみの輪之内支店)	安八郡輪之内町四郷 0584-69-3131	毎月 3・8のつく日 13:00～ (土・日・祝日の場合は前日か翌日)								○					
B-26	牧グリーンクラブ(JAIにしみの牧支 店)	安八郡安八町牧 0584-64-2006	毎週 水曜日 8:30～9:00						○	1a 4						
B-27	二七市 (西美濃農業協同組合 名森支 店)	安八郡安八町水取 0584-64-3311	毎月 2・7のつく日 10:00～11:00 (土・日・祝日の場合は前日か翌日)						○	1a 6						
B-28	おんせん朝市 (安八温泉)	安八郡安八町中須 0584-64-3111(役場)	毎月 第1日曜日 9:00～						○	1a 1						
B-29	土曜市	安八郡安八町中須 0584-64-5533	毎週:土曜日:5～9月 16:00～17:00 :10～3月 15:30～17:00								○					
B-30	ブルースカイ	揖斐郡揖斐川町三輪 0585-23-1605	定休日:水曜日(年末年始) 9:30～17:00		○	12a 310										
B-31	粕川ふれあい市場	揖斐郡揖斐川町脛永 0585-22-2111	毎週:木区・日曜日:4～10月8:00～12:00 :11～3月 8:30～12:00						○	1a 8						
B-32	夢前	揖斐郡揖斐川町谷汲徳積 0585-55-2633	3～12月の毎週 土・日曜日 7:00～15:00						○	12a 80						
B-33	谷汲農産物直売所	揖斐郡揖斐川町谷汲名札 0585-55-2738	定休日:月曜日 8:00～17:00		○	12a 314										
B-34	銀鈴会	揖斐郡揖斐川町谷汲長瀬 0585-56-3317	3～12月の毎週 土・日・祝日 7:30～16:00									○	12a 90			
B-35	夢市場	揖斐郡揖斐川町谷汲木曾 0585-56-3961	4～12月の毎週 土・日・祝日 6:00～12:00						○	12a 81						
B-36	春日ふるさと直売所	揖斐郡揖斐川町春日六合 0585-58-0068	定休日:火曜日 9:00～17:00		○	12a 314										
B-37	久瀬特産品販売所	揖斐郡揖斐川町東津汲 0585-54-2302	毎日:但し、年末年始は休業 8:30～17:30		○	12a 350										
B-38	月夜谷ふれあいの里	揖斐郡揖斐川町小津 0585-54-2081	定休日:火曜日(祝日の場合翌日・ 1月～3月閉館):8:00～17:00				○	12a 264								
B-39	星のふる里ふじはし朝市	揖斐郡揖斐川町東横山 0585-52-2605	2010年開催日:5月2日・10月10日の2回 9:00～12:00	○					○	12a 2						
B-40	さかうち朝市(道の駅:夜叉ヶ池の里さか うち)	揖斐郡揖斐川町坂内広瀬 0585-53-2262	5～11月の毎月第1日曜日 9:00～11:00 道の駅定休日・水曜日	○					○	12a 5						
B-41	ルート303 グリーンハウス	揖斐郡大野町大字相羽 0585-34-3231	定休日:水曜日 9:30～17:00		○	12a 314										
B-42	JAIいび川ファーマーズマーケット大 野店	揖斐郡大野町大字相羽 0585-34-3231	定休日:火曜日 4～10月 9:30～18:00:11～3月 9:30～17:00		○	12a 314										
B-43	JAIいび川 グリーンステーション	揖斐郡池田町 0585-45-0210	定休日:水曜日 9:30～17:00		○	12a 314										
B-計	西濃圏域		43	4	12		2		25		2		2		0	

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	営業・立地形態													
			参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間)	道の 駅に 併設	直売 店 A	月a 週b 回数	直売 店 B	月a 週b 回数	朝 屋 市	月a 週b 回数	昼 夕 市	月a 週b 回数	夜間 終日 市	月a 週b 回数	その 他 不明	月a 週b 回数	
C-1	ふれ愛青空市場 (JAめぐみの古井支店地内)	美濃加茂市本郷町 0574-25-2722	毎週 火・金 7:00～8:30						○	1a 8							
C-2	ふれ愛市場	美濃加茂市加茂野町今泉 0574-25-2206	毎週 火・土 7:00～10:00						○	1a 8							
C-3	グリーンセンター 1号館 (JAめぐみの みのかも本部)	美濃加茂市太田町 0574-28-1221・1223	定休日:日曜日・祝日 月～金9:00～16:00:土14:00迄				○	12a 298	..								
C-4	グリーンセンター 2号館	美濃加茂市山手町 0574-27-4741	定休日:火曜日 月～土9:30～17:00:日9:30～16:30		○	12a 313											
C-5	日本昭和村 青空市場	美濃加茂市山之上町 0574-27-2217	1～2月:水曜定休:3～12月:無休 12～2月: 10～17時 :3～11月:9:30～18時	○		12a 357											
C-6	JAめぐみの 味菜館 JAめぐみの可児本部地内	可児市広見 0574-63-5357	定休日:木曜日 9:00～17:00		○	12a 307											
C-7	JAめぐみの ファーマーズマーケッ とれったひろば (県立可児高校北	可児市坂戸 0584-78-0141	定休日:火曜日(但し1月1～6日は休み) 9:00～17:00		○	12a 307											
C-8	愛菜の会 ふれあい市場 (めぐみの農協川辺支店)	加茂郡川辺町中川辺 0574-53-2641	毎週 水・土曜日 7:00～12:00						○	1a 8							
C-9	(株)川湊の里	加茂郡川辺町上川辺 0584-53-2281	定休日:火曜日 9:30～18:00		○	12a 313											
C-10	野彩ひろば TEL:道の駅ロック・ガデー ンひちそう内	加茂郡七宗町中麻生 0574-48-2547	定休日:木曜日(但し夏季は営業) 9:00～14:00頃まで、なくなり次第終了	○					○	1a 16							
C-11	白川野菜村チャオ	加茂郡白川村河東 0574-75-2774	毎日(年末年始は休み) 夏季:8:00～17:00 冬季:8:30～17:00		○	12a 355											
C-12	白川茶屋 (東白川村農業婦人「美味作」)	加茂郡東白川村五加 0574-78-3358	定休日:火曜日(12月28～3月中旬は休み) 8:00～17:00				○	12a 246									
C-13	茶の里野菜村 道の駅 茶の里 東白 (てんとうむしガーデン組合)	加茂郡東白川村越原 0574-78-2626	定休日:月曜日(但し12月28～1月7日は休 9:00～17:00	○	○	12a 303											
C-14	下有知青空市場	関市下有知 0575-22-7268	毎月 4月～12月は水・日曜日 1～3月は日曜日 6:00～11:00						○	12a 90							
C-15	ふるさと青空市場	関市小瀬(小瀬南団地西) 0575-22-7277	営業日:3～12月の土曜日 6:00～9:00						○	12a 90							
C-16	マーゴ朝市(マーゴ南入口駐車場)	関市倉知 0575-22-5491	毎週 日曜日 8:00～12:00						○	12a 50							
C-17	関・はさど農産物直売所 (ぶどうの森前)	関市迫間前平 0575-23-8666	定休日:金曜日 9:00～16:00		○	12a 310											
C-18	ふる里農園 美の関	関市大杉 0575-25-1588	営業日:毎日 年末年始休み 9:00～17:30 冬季は変更あり		○	12a 355											
C-19	青空市場なかよしグループ	関市広見(コメリ南) 0575-22-9429	毎週 水・日曜日 7:30～11:00						○	1a 8							
C-20	濃州関所茶屋朝市屋台	関市南春日町 0575-23-9922	定休日 火曜日 祝日の場合翌日 9:00～16:30						○	1a 4							
C-21	中央青空市場 (洞戸村ふるさと塾)	関市洞戸市場 0581-58-2155	6月～11月毎週 木・日曜日 木曜:7:00～13:00 日曜:7:00～16:00						○	12a 52							
C-22	栗原ふれあい広場	関市洞戸栗原 090-7307-9592	4月～12月毎週 土・日曜日 8:00～16:00 手打ちそば10:00～14:00						○	12a 82							
C-23	ラステンほらど 道の駅	関市洞戸菅谷 0581-58-2940	毎日(年末年始は休み) 8:00～17:00	○	○	12a 350											
C-24	ひだまりの広場「花の駅」	関市板取 0581-57-8511	定休日 水曜日 8:30～16:00		○	12a 310											
C-25	水と緑のふる里「森の駅」	関市板取 0581-57-7066	定休日 水曜日 8:00～16:00		○	12a 310											
C-26	道の駅「むげ川」	関市武芸川跡部 0575-46-2696	定休日 第1・第3 木曜日(祝は前日・年末 12/31～1/2) 3月～8月 8:～18:他は17:迄	○	○	12a 338											
C-27	平成朝市 (平成ドーム内)	関市下之保 0575-49-2662(関市東商工会)	毎月 第1・第3日曜日 7:00～12:00						○	1a 2							
C-28	武儀農林産物販売所組合	関市下之保 0575-49-2662(NP・U日本平成 会)	毎月 第1・第3日曜日 8:30～16:00	○					○	1a 12							
C-29	かみのほ朝市 (株)ハートランドかみのほ)	関市上之保 0575-47-2428	毎週:木・日・祝日(1～3月は日・祝日のみ) 8:00～16:00						○	12a 51							
C-30	道の駅「美濃にわか茶屋」	美濃市曾代 0575-33-5022	毎日:但し元旦は休み 9:00～18:00	○	○	12a 364											
C-31	みちくさ館	美濃市曾代 0575-35-2651	定休日 木曜日(年末年始は休み) 9:00～17:00		○	12a 305											
C-32	和紙の里わくわく朝市	美濃市藤生(和紙の里会館内) 0575-33-1122(美濃市産菜課 内)	4～12月の第2・第4日曜日 9:00～11:50						○	12a 18							
C-33	うだつ朝市	美濃市泉町 宝生院内 0575-33-1122(美濃市産菜課 内)	4～12月の毎月 6日・16日・26日 7:30～8:30						○	12a 27							
C-34	駅前ふれあい朝市	美濃市広岡町 (旧名鉄美濃駅) 0575-33-1122(美濃市産菜課 内)	4～11月の第4日曜日 9:00～11:00						○	12a 8							
C-35	郡上八幡コケッコ村	郡上市八幡町島立光 0575-62-2169	毎日:但し年末年始は休業 9:00～16:00						○	1a 30							
C-36	郡上八幡楽市楽座	郡上市八幡町島谷 0575-67-1121(内線1273)	7月5回、8月4回、9月2回、10月1回(各日曜日) 8:30～16:00 (野菜は午前のみ)						○	12a 12							
C-37	郡上八幡城下町プラザ	郡上市八幡町殿町 0575-67-2411	毎日:但し、年末年始は休業 8:30～17:00										○	1a 30			
C-38	郡上八幡朝市	郡上市八幡町島谷 0575-65-6563	4月下旬～11月の毎週 日曜日 8:30～11:00						○	12a 32							

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	立地形態												
			参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間)	道の 駅に 併設	直売 店 A	月 a 週 b 回数	直売 店 B	月 a 週 b 回数	朝 昼 市	月 a 週 b 回数	昼 夕 市	月 a 週 b 回数	夜 間 終 日 市	月 a 週 b 回数	そ の 他 不 明	月 a 週 b 回数
C-39	JAめぐみの郡上本部 常設農産物販売部会	郡上市八幡町小野 0575-66-0022	Aコープ郡上店：地場産品コーナー 毎日：但し元旦は休み 9:30～19:00		○	12a 360										
C-40	なべばい	郡上市八幡町那比 0575-63-2513	毎週 土・日但し年末年始は休み 8:00～15:00頃						○	1a 8						
C-41	道の駅「古今伝授の里やまと」/ 郡上旬彩館やまとの朝市	郡上市大和町剣 0575-88-2525	定休日 火曜日 但し祝日の場合翌日 平日 8:30～15:00 土・日・祝8:30～16:00	○					○	1a 26						
C-42	阿多岐青空市 牛道地区第2体育館横	郡上市白鳥町阿多岐 0575-84-1229	毎週：木・日・祝日(1～3月は日・祝日のみ) 5～8月 6:00～15:30 9～10月 6:30～15:30 11月 7:00～15:30 ※売り切れ次第終了						○	12a 75						
C-43	奥美濃しろとり物産センター	郡上市白鳥町向小駄良 0575-82-3129	定休日 火曜日 平日 8:30～18:00 土・日・祝8:30～18:30		○	12a 305										
C-44	牛道青空市場 道の駅 白尾ふれあいパーク内	郡上市白鳥町恩地 0575-84-1450	定休日 火曜日 4月～11月 7:30～16:30 12月～3月 8:00～17:00	○	○	12a 305										
C-45	那留ふれあい青空市場	郡上市白鳥町那留 0575-82-4637	5月～11月の毎日 7:00～13:00						○	12a 214						
C-46	道の駅「白鳥」農家市場 道の駅白鳥内	郡上市白鳥町長滝 0575-85-2558	4月～12月の毎週 土・日・祝日営業 7月～11月は水曜日も営業：7:00～16:00	○			○	12a 108								
C-47	前谷青空市場	郡上市白鳥町前谷 0575-85-2447	3月～11月頃の毎日/無人販売 日曜日有人の場合有※売り切れ次第終了						○	12a 264						
C-48	石徹白(上在所)市場 石徹白上在所コミュニティセンター	郡上市白鳥町石徹白 0575-86-3118	6月上旬～11月上旬の毎週 日曜日、 及びお盆・連休 7:30～16:00						○	12a 28						
C-49	Aコープおくみの生産者直売部会	郡上市白鳥町為真 0575-82-6310	毎日 9:30～19:00:但し7～8月 9:30～19:30		○	12a 360										
C-50	三白の里 ふれあい市場	郡上市高鷲町鮎立 0575-72-5000	5月～11月の土・日・祝日及びお盆 8月13～16 : 8:30～16:00						○	12a 72						
C-51	ひるがの物産館 TEL:高鷲観光 協会	郡上市高鷲町ひるがの 0575-73-2241	4月下旬～10月上旬の毎日、 8:30～16:00				○	12a 175								
C-52	たかすファーマーズ	郡上市高鷲町蛭ヶ野 0575-73-1022 http:	毎日:但し元旦は休み 8:00～17:00		○	12a 364										
C-53	道の駅「大日岳」	郡上市高鷲町西洞 0575-72-5007	定休日 木曜日 但し朝市は4月下旬～11月 9:00～15:00	○					○	12a 193						
C-54	ひるがの高原SA(ふるさと市場)	郡上市高鷲町 0575-72-2061	毎日(但し朝市は5～6月は土・日のみ、7～11月 ●4～11月は7:00～22:00 ●12～3月は7:00～21:01 ※朝市 13～17:00 ※コンビニ・GSは24時間				○	12a 170								
C-55	湯ノ平温泉	郡上市高鷲町大鷲 0575-72-6455	定休日 木曜日 営業 4～11月毎日 10:00～20:00				○	12a 210								
C-56	クックラひるがの (高鷲SAに隣)	郡上市高鷲町鷲見 0575-73-0101	毎日 9:00～20:00		○	12a 360										
C-57	牧歌の里	郡上市高鷲町鷲見 0575-73-2888 http:	4月中旬～11月下旬の毎日、(一部施設は 、12月上旬～3月中旬の土・日・休日営業) 10:00～17:00 :土・日・祝は 9:00～17:00				○	12a 234								
C-58	道の駅「美並」/ 旬彩市場	郡上市美並上田 0575-79-3886	毎日(但し、12月31日～1月1日は休み) 4～12月 9:00～18:00:1～3月 9:00～17:00	○	○	12a 363										
C-59	樹木の館 (総合案内所)	郡上市美並白山 総合案内 所 0575-79-9020	定休日 月曜日 8:00～17:00										○	1a 25		
C-60	道の駅「明宝」/ 新鮮市めいほう	郡上市明宝大谷(磨墨の里 公園) 0575-87-2395 http:	4～11月は毎日営業 12～3は週2日休み 4～12月9:00～18:00:1～3月9:00～17:30	○	○	12a 310										
C-61	明宝レディース	郡上市明宝寒水 0575-87-2388	定休日 日曜日・祝日・第2・第4土曜日										○	12a 264		
C-62	道の駅「和良」/ 珍千露屋	郡上市和良町宮路 0575-77-2885	毎日(但し12月29～1月2日は休み) 通常:8:30～17:00 冬季:9:00～17:00	○	○	12a 360										
C-計	中濃圏域		62	14	24		7		28		0		3		0	

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	営業・立地形態												
				道の 駅に 併設	直売 店 A	月a 週b 回数	直売 店 B	月a 週b 回数	朝 昼 市	月a 週b 回数	屋 夕 市	月a 週b 回数	夜間 終日	月a 週b 回数	その 他	月a 週b 回数
			参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間)													
D-1	たじみ農産物直売所 (元南畑農業研修センター前)	多治見市大藪町849-1 0572-24-9018	2月～12月の毎週 水曜日 13:00～14:00								○	12a 48				
D-2	たじみ農産物直売所 (JAとうとホワイト支店前)	多治見市脇之島6-31-2 0572-24-9018	2月～12月の毎週 水曜日 13:00～14:00								○	12a 48				
D-3	たじみ農産物直売所 (多治見市役所前)	多治見市日之出町2-15 0572-24-9118	3月～11月の毎月 第4土曜日 9:00～12:00						○	12a 9						
D-4	たじみ農産物直売所 (JAとうと駅前支店北隣)	多治見市本町2丁目 0572-24-9018	毎週 火・木・土・日 15:00～18:00								○	1a 16				
D-5	たじみ農産物直売所 (コープぎふ多治見店前)	多治見市京町4-109 0572-24-9018	2月～12月の毎月 第1日曜日 10:00～12:00						○	12a 10						
D-6	笠原町青空市	多治見市笠原町上原	毎週:水曜日 10:00～14:00						○	1a 4						
D-7	笠原町青空市 (コープぎふ多治見店)	多治見市笠原町京町	毎月 最終月曜日 9:40～12:00						○	1a 1						
D-8	笠原町青空市 (西ヶ平住宅(潮見公園入口))	多治見市笠原町	毎週:金曜日 10:00～						○	1a 4						
D-9	笠原町青空市 (笠原地域福祉センター)	多治見市笠原町	毎週金曜日 9:40～10:00						○	1a 4						
D-10	瑞浪みんなの広場 駅前店	瑞浪市寺河戸町1132-2 0572-68-3590	4月～12月の毎週 水曜日 9:00～12:00						○	12a 40						
D-11	瑞浪みんなの広場 下山田店	瑞浪市穂並2-1 0572-68-3590	4～12月の毎週 金曜日(1～3月不定期) 9:00～12:00						○	12a 50						
D-12	瑞浪みんなの広場 薬師店	瑞浪市薬師町2-6 0572-68-3590	4～12月の毎週 日曜日 8:00～12:00						○	12a 38						
D-13	曾木温泉朝市 (ハーデンパークSOGI前)	土岐市曾木町1300-1 0572-52-3316	5月～12月 毎週 水・土・日曜日 9:30～						○	12a 100						
D-14	ふれあい朝市	土岐市栄町大沢 湯の沢の 0572-55-3032	4月～ 毎週 土曜日 8:00～12:00						○	12a 40						
D-15	細野農産物販売所 JAとうと 南濃支店細野店前	土岐市鶴里町細野587-1 0572-52-2044	5月～12月毎週 水・土・日曜日 7:00～8:00						○	12a 100						
D-16	柿野朝市 JAとうと 南濃支店鶴里店前	土岐市鶴里町柿野970-1 0572-52-2852	有人販売 5月下旬～12月 日曜 (7:30～9:00) 無人販売 4月下旬～1月 毎日 (7:30～16:30)						○	12a 120	(○)	12a 32				
D-17	六斎市 おはよう朝市	中津川市2-2-21 0573-65-2154 商工会議所	2月～12月の第1 日曜日「六斎市」開催 9:00～15:00 4月～12月は朝市も開催 9:00～12:00						○	12a 9	(○)	12a 11				
D-18	クアリゾート湯舟沢朝市	中津川市神坂280 0573-69-5177 湯舟沢レ	毎週 土・日曜日(但し1月は休み) 9:30～12:00						○	12a 90						
D-19	落合農産物直売所	中津川市落合736 0573-69-3203	1月中旬～2月下旬は毎土日曜、3月中旬～4月上旬 毎水・土曜日 4月下旬～12月下旬は 毎日 (8:00～12:00)						○	12a 265						
D-20	阿木地域村づくり推進協議会 阿木川湖パターゴルフ場	中津川市阿木2997-1 0573-63-3070	毎日(但し、12/30～1/1は休み) 9:30～17:00								○	12a 362				
D-21	アグリマーケット(にぎわい広場) ふるさとにぎわい広場 TEL: 甲辰未振興 課	中津川市えびす町1-1 0573-66-1111(内線247)	4月下旬～12月下旬の毎水曜日 11:00～12:00						○	12a 37						
D-22	アグリマーケット(にぎわいプラザ) ふるさとにぎわいプラザ TEL: 甲辰未振興 課	中津川市栄町1-1 0573-66-1111(内線247)	4月下旬～12月下旬の毎土曜日 11:00～12:00						○	12a 37						
D-23	苗木農産物直売所	中津川市苗木2050 0573-65-7566	1月上旬～12月下旬の毎日 9:00～17:00		○	12a 350										
D-24	菜葉マーケット TEL: エコスカイホールディングス	中津川市苗木3732-16 0573-65-6529	毎日(年中無休) 10:00～18:00								○	12a 365				
D-25	アグリハウス菜っちゃん	中津川市太田町3-4-15 0573-65-6693	定休日:水曜日(年末年始は休業) 10:00～15:00								○	12a 308				
D-26	JA中津川グリーンセンター	中津川市手賀野340-1 0573-62-4147	定休日 水曜日 4月～9月 8:00～19:00 10月～3月 9:00～18:00		○	12a 312										
D-27	坂本農産物直売所	中津川市千旦林1570-	7月～12月は毎日(定休/月曜日) 1月～6月は毎週土・日のみ営業 7:30～12:00						○	12a 206						
D-28	地物野菜店ありがとう	中津川市駒場1185-1	定休日 日曜、祝日 8:00～17:00 (8/15及び12月下旬～1月上旬は休み)										○	12a 280		
D-29	馬籠ふれあい市場直売所 TEL: 同市山口総合事務所地域福祉課	中津川市馬籠4797-243 0573-75-2126	4月中旬～12月上旬の毎週 土・日曜日・祝日 8:30～12:00						○	12a 62						
D-30	馬籠と湯舟の里 中央道上りバーキング	中津川市神坂2002 0573-69-5560	毎週 土・日曜日(1月は休み) 9:30～12:00						○	12a 90						
D-31	道の駅「賤母」直売所	中津川市山口1-14番地 0573-75-5950	4月上旬～12月中旬の毎日 8:00～17:00	○									○	12a 254		
D-32	いやさか産直 道の駅「きりら坂下」	中津川市坂下450-2 きりら坂下 0573-70-0050	定休日:水曜日(1月～2月は休み) 10:00～17:00	○									○	12a 262		
D-33	ふれあい市場	中津川市坂下2970-1 0573-75-4075	5月～12月の毎日 9:00～12:00 及び 17:00～18:00							○	12a 245	(○)				
D-34	いきいき市場	中津川市川上40-5 0573-74-2127	毎日(但し12/20～1/5は休み) 9:00～17:00										○	12a 360		

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	立地形態												
			参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間)	道の 駅に 併設	直売 店 A	月a 週b 回数	直売 店 B	月a 週b 回数	朝 昼 市	月a 週b 回数	昼 夕 市	月a 週b 回数	夜間 終日 市	月a 週b 回数	その 他 不明	月a 週b 回数
D-35	道の駅「五木のやかた」かわうえ	中津川市川上1849-3 0573-74-2376	定休日/火曜日(但し12/29～1/3は休み) 9:00～17:00	○	○	12a 308										
D-36	かしも産直市	中津川市加子母1361- 0573-79-3350	毎日(但し12/30～1/7は休み) 8:00～17:00		○	12a 356										
D-37	ゆうらく館農産物直売所 道の駅「加子母」	中津川市加子母3900- 29 0573-79-3319	毎日(但し12/27～1/10は休み) 8:30～17:00	○	○	12a 350										
D-38	付知町花街道農産物直売所	中津川市付知町8593- 0573-82-4526	1月中旬～12月中旬の毎日 9:00～17:00	○	○	12a 343										
D-39	福岡農家直売所 JA恵那北アグリセンター駐車場内	中津川市下野285 0573-72-5542	4月上旬～12月下旬の毎日 9:00～17:00										○	12a 254		
D-40	高山直売所	中津川市高山1374 0573-72-5233	4月上旬～12月下旬の毎日 10:00～16:00								○	12a 254				
D-41	JA恵那北グリーンセンター	中津川市福岡927-11 0573-72-2551	定休日/毎月第1月曜日 9:00～19:00		○	12a 308										
D-42	紅岩山荘直売所「紅ちゃんのお店」 TEL:紅岩山荘	中津川市蛭川5359-2 0573-45-3000	毎日(但し年末年始は休み) 9:00～21:00										○	12a 254		
D-43	恵那峡朝市	中津川市蛭川5323-15 0573-45-3322	定休日/水曜日 9:00～17:00		○	12a 312										
D-44	石の駅 農産物直売所 TEL:博石館	中津川市蛭川5263-16 0573-45-3515	4月～11月の毎日 9:00～17:00										○	12a 254		
D-45	落合桃園直売所 TEL:落合大久手園芸生産組合	中津川市落合1459-224 0573-69-4110	7月中旬～8月下旬の毎日 9:00～16:00								○	12a 51				
D-46	不動滝やさいの会	恵那市中野方町加須里 41-1 0573-23-2166	4月～12月は毎日開催/1月～3月は土・日のみ開催 平日及び毎月18日は8:30～15:00 土・日・祝～16:30迄		○	12a 300										
D-49	フリーマーケットひまわり	恵那市長島町中野485-5 0573-25-3975	定休日:水曜日(1月～3月は休み) 6:00～15:00								○	12a 223				
D-50	JAえな グリーンセンター	恵那市長島町永田579 0573-20-2636	定休日:水曜日 4月～9月 9:00～19:00 10月～3月 9:00～18:00		○	12a 313										
D-51	農産物直売所 ふれあいほもにいの店	恵那市笠置町姫栗切山 331 0573-27-3871	営業毎週 土・日曜日 8:30～16:00								○	12a 104				
D-52	岩村町 地域特産物直売所	恵那市岩村町飯間字小沢山 0573-43-2740	定休日:水曜日(夏期)9:00～17:00 (冬期)9:00～16:00		○	12a 312										
D-53	およねさん花の邑	恵那市岩村町2833 0573-43-3421	毎 日 9:00～17:00		○	12a 360										
D-54	山の市場	恵那市岩村町2540-1 0573-43-3751	定休日:月曜日(夏期)9:00～17:00 (冬期)10:00～17:00			12a 313										
D-55	いいばま米・野菜直売所	恵那市岩村町飯間2575-1 0573-43-5078	定休日:水曜日(5月～12月)9:00～12:00 (1月～4月) 不定休						○	12a 310						
D-56	道の駅「おばあちゃん市・山岡」	恵那市山岡町田代1565-169 0573-59-0051	毎日(但し年末年始は休み)3～11月 9:00～17:00 12～2月 9:00～16:00	○	○	12a 355										
D-57	おばあちゃんの手づくりの店	恵那市山岡町上手向1209-1 0573-56-3041	定休日:月曜日(お盆と年末年始は休み) 8:30～17:00		○	12a 300										
D-58	かんてん村パーク	恵那市山岡町上手向2538-1 0573-56-2418	毎日(但し年末年始は休み)3～11月 9:00～18:00 12～2月 9:00～17:00		○	12a 358										
D-59	(農)おんさい工房	恵那市明知町880-1 0573-54-3993	定休日:水曜日(1月～3月)10:00～16:00 約受付は年中無休(4月～12月)9:00～16:00		○	12a 313										
D-60	串原朝市広場 みちくさ	恵那市串原2256-1 0573-52-2111	定休日:火・水曜日 8:30～16:00							○	12a 260					
D-61	マレットハウス直売所	恵那市串原3111-4 0573-62-2960	定休日/水曜日(但し12/31～1/1は休み) 8:00～17:00		○	12a 311										
D-62	道の駅「上矢作う・フォーレ福寿の里」	恵那市上矢作町木の実3566-1 0573-48-3366	毎日(但し12月～3月は火曜休み) 9:00～17:00	○	○	12a 348										
D-63	ふれんどリー阿木川湖	恵那市東野花無山2201-52 0573-25-1302	毎週 金～月曜日(イベント時は別途開催) 9:30～16:00								○	1a 16				
D-64	農産物直営販売所 開拓広場	恵那市武並町竹折328 0573-28-2339	毎日(但し年末年始は休み) 8:00～16:00		○	12a 358										
D-65	武並町ふれあい販売所 夏季(旧公民館) 冬季 ツリベメルハー	恵那市武並町竹折1088-1 恵那市武並町竹折970-1 0573-28-3173	夏季と冬季と店舗が移動、開店日が不定期		未記入										○	12a
D-66	JA恵南グリーンセンター	恵那市山岡町馬場山田1489-1 0573-56-3430	定休日:水曜日(但し年末年始は休み) 3～11月 9:00～18:00 12～2月 9:00～17:00		○	12a 313										
D-計	東濃圏域		66	8	27		12		21		5		0		1	

No.	名 称	所在地・TEL	営業日時	営業・立地形態												
				道の 駅に 併設	直売 店 A	月 a 週 b 回数	直売 店 B	月 a 週 b 回数	朝 昼 市	月 a 週 b 回数	昼 夕 市	月 a 週 b 回数	夜 間 終 日 市	月 a 週 b 回数	そ の 他 不 明	月 a 週 b 回数
E-1	宮川朝市	高山市下三之町鍛冶橋 0577-32-3333	参考例示 雨天を除く毎日 (日没から1時間) 毎日:4~10月 6:00~12:00 :11~3月 7:00~12:00						○	1a 30						
E-2	陣屋前朝市	高山市八軒町 0577-32-3333	毎日:4~10月 6:00~12:00 :11~3月 7:00~12:00						○	1a 30						
E-3	JAひだアグリ高山 高山営農センター	高山市上切町 0577-32-1507	毎日:但し1/1~1/1は休み 8:00~17:00		○	12a 365										
E-4	新宮青空市場 新宮機械化組合農機具格納庫	高山市新宮町 0577-33-8186	7~11月の毎日 7:00~12:00						○	12a 153						
E-5	八日町新鮮野菜販売所	高山市八日町 0577-33-8191	4/15~12/5の毎日 7:00~11:30				○	12a 235								
E-6	(農)乗鞍ファーマーズマーケット	高山市丹生川町坊方 0577-78-2241	4月上旬~12月下旬の毎日 8:00~17:00 季節により変動あり				○	12a 275								
E-7	農事組合法人 せせらぎ直売所	高山市清見町三日町 0577-68-2009	5月~11月の毎日 7:30~16:00				○	12a 214								
E-8	七社新鮮野菜直売所 道の駅 ななもり清美	高山市清見町牧ヶ洞 0577-68-0022	毎日:夏季 7:30~17:00 冬季 9:00~16:00	○	○	12a 365										
E-9	道の駅「桜の郷荘川」	高山市荘川町猿丸 05769-2-1030	毎日 9:00~16:00	○	○	12a 365										
E-10	道の駅「飛驒街道なぎさ」	高山市久々野町渚 0577-52-4100	毎日:4~10月 6:00~18:00 但し12~3月の第1・3水曜日は定休日 (9:00~17:30)	○	○	12a 359										
E-11	道の駅「ひだ朝日村」	高山市朝日町万石 0577-55-3777	定休日:水曜日 但し、祝日の場合は翌日 9:00~17:00 但し、年末年始は休み	○	○	12a 305										
E-12	飛驒国府特選館 あじか	高山市国府町金桶 0577-72-0150	毎日営業 但し11~4月は月曜日定休日 8:00~16:00		○	12a 340										
E-13	杖石農林産物直売所	高山市上宝町長倉 0577-86-2001	4月~11月の不定期開催 開催日要照会 7:00~12:00						○	12a 不定期						
E-14	平湯大滝公園青空市場	高山市奥飛驒温泉郷平湯 0578-89-1250	毎日:4~10月 9:00~17:00 :12~3月 9:00~16:00										○	12a 365		
E-15	福地温泉朝市 (福地昔話の里入り口)	高山市奥飛驒温泉郷福地 0578-86-2289	毎日:4~11月 6:30~11:00 :12~3月 8:30~11:00						○	12a 365						
E-16	新平湯温泉朝市 一ヶ根ヘルシーランド前	高山市奥飛驒温泉郷 0578-86-2488	4月中旬~11月上旬の不定期開催						○	12a 不定期						
E-17	卯の花市場 道の駅「飛驒古川いぶし」内	飛驒市古川町畔畑 0577-32-1507	毎日:4月~11月 中旬 9:00~15:00	○			○	12a 234								
E-18	三寺めぐり朝市 福全寺茶屋広場内	飛驒市古川町杵之町 0577-73-3573	定休日:火曜日 5月中旬~11月下旬 7:00~15:00				○	12a 178								
E-19	よりみち	飛驒市宮川町野首 0577-63-2126	5月上旬~10月中旬の毎週 火・木・土・祝日 8:00~17:00										○	12a 72		
E-20	宙ドーム朝市 JAひだ高原事務所	飛驒市神岡町夕陽ヶ丘 0575-82-1216	4月~11月中旬の毎日 9:00~15:00	○							○	12a 234				
E-21	元気な野菜館 せせらぎ公園小呂駐 車場内	大野郡白川村萩町 05769-6-1377	毎週 金・土・日・月曜日 11:00~17:00				○	12a 208								
E-22	道の駅「白川郷」	大野郡白川村飯島 05760-6-1310	毎日: 8:30~17:00	○	○	12a 365										
E-23	道の駅「飛驒白山」	大野郡白川村平瀬 05769-5-2230	毎日 4月~11月 8:00~17:00 冬季 9:00~16:00 (12/31~1/1休み)	○	○	12a 365										
E-24	古関特産物直売所「どらく」	下呂市萩原古関 0576-52-2586	定休日:1月~5月は土・日・月曜日 6月~12月は月曜日:10:00~16:00 (年末年始は休み、要問合わせ)				○	12a 266								
E-25	(有)南ひだヘルスファーム	下呂市萩原町四美 0576-56-4029	定休日:火曜日 9:00~16:00				○	12a 313								
E-26	食と健康の家	下呂市萩原町四美 080-1610-1908	定休日:火曜日 9:00~16:00				○	12a 313								
E-27	道の駅「南飛驒小坂はなもも」	下呂市小坂町赤沼田 0576-62-1010	毎日(但し、季節・施接により異なる場合あり) 9:30~17:30 (要問い合わせ)	○	○	12a 365										
E-28	JAひだ南益田農産物直販場 国道275線沿い	下呂市宮地 0576-25-3277	1/16~12/28の毎日 ※4~11月 8~17時 ※12~3月:8~16:30分				○	12a 347								
E-29	下呂温泉いでゆ朝市	下呂市森合掌村入り口下 0576-24-1000	4月上旬~11月下旬の毎日 8:00~12:00						○	12a 244						
E-30	和香菜会	下呂市金山町本町 0576-32-2704	毎週 木曜日、及び「商工会七日市」 営業時間不明												○	12a 59
E-31	朝取横丁 道の駅飛驒金山ぬく森の里温泉駅	下呂市金山町金山 0576-34-2152	毎日 8:30~17:00 (但し、12/31~1/3は休み)	○	○	12a 361										
E-32	さんまぜ工房	下呂市馬瀬西村 0576-47-2133	定休日:4/1~7/19と9月~12月は水曜日 (但し、祝日の場合:1~3月は土・日・祝のみ営業 :7/20~8/31は無休) 営業時間不明												○	12a 272
E-計	飛驒圏域		32	10	11		9		7		1		2		2	

営業・立地形態の分類定義:

直売店A
直売店B
朝昼市
昼夕市
夜間終日市
その他・不明

店舗施設があり営業日数年間300日(月25日)以上
店舗施設があり営業日数年間300日(月25日)未満
午前中から午後3時ごろまでの営業
昼ごろから 午後6時ごろまでの営業
夜間市、その他の終日営業市等との合計
大型店内に出店、営業時間未記入

おわりに

直売所を経営している方々にとって、売上の停滞・低迷はなぜか、どのような対策を採ればいいのか、検討されていると思いますが、このたびの調査報告をもとに課題を明確にし、適切な対策を講じられるように願っています。

いままでは「生産すれば売れる」、生産は農業者、販売はJA まかせ、市場まかせという姿勢が強かったと思います。しかし、モノが売れない時代にあつては、農業者自身が売る努力が必要になります。直売所にあつては、今までは、泥がついていても、農産物に多少難があつても、スタッフの応対が十分でなくても消費者は我慢していましたが、スーパーだけでなく直売所が増え、競合が激しくなってくると消費者の要求レベルも上がってきます。消費者の求める農産物を揃え、買物がしやすい陳列やPOPによる情報提供、美味しく食べるための調理方法などの提案、適切な価格の提示、挨拶や商品説明などの接客、広告・イベントなど、生産者や直売所はこれに対応しなければなりません。

「経営」に対する意識が十分でない場合には、売上が伸び悩み、売上がダウンする事態になります。これからは、直売所も「経営」に正面から取り組まなければならない、直売所と消費者と生産者との結びつきや交流のありかたをよく考えて工夫する必要があります。

今回の調査を参考に、岐阜県の農産物直売所がますます発展していくことを祈念します。

直売所にかかわる皆様方に、この調査が一助になれば幸いです。

社団法人 中小企業診断協会 岐阜県支部

平成 23 年度調査研究委員会