

## II 多様な流通チャネルの展開

### 1 産地直売所の動向

#### 一令和2年4月現在の産直施設数は271一

産地直売所は、農家所得の確保にとどまらず、消費者との交流を通じて、農林水産業や農林水産物に対する理解促進や商品性の高い農林水産物等の生産意欲の向上、さらには組織的な取組による地域活性化などについて期待されています。

この背景には、度重なる輸入食品の残留農薬問題や、食品表示の偽装の発生等を背景とする消費者の食に対する安全・安心への関心の高まりから、地元農林水産物を志向する傾向が顕著であることや生産者が直接販売することによる、消費者と生産者の「顔の見える関係」の構築につながり、産地直売所というマーケットの拡大が進んでいるものと考えられます。

さらに、最近の全国的な傾向として、レストランや加工施設の併設、学校給食等への食材供給など、産地直売所の6次産業化、新たなアグリビジネスへの発展がみられています。

県では、「いわて地産地消推進運動」を展開するにあたって、産地直売所をその拠点として位置づけており、農林水産業者による多様な流通チャネルへの取組の支援として、運営上の課題に対応するため食のプロフェッショナルチームアドバイザーの派遣などを行ってきました。

令和2年4月現在で営業中の有人の直売所は271か所となっています(表Ⅱ-1-1)。

表Ⅱ-1-1 農産物等産地直売所の開設状況

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
開設	16	20	14	9	2	8	21	11	9	8	6
休業・廃止	9	8	3	6	5	22	10	15	14	9	9
営業中	264	276	287	290	287	273	284	280	275	274	271

県では、令和2年4月現在で営業中の271か所を対象に実態調査を行いました(回収率83.4%)。

#### 一産直施設の運営は約75.7%が任意団体一

直売所の運営組織をみると、もっとも多いのが「任意団体」で171か所(約75.7%)、次いで「株式会社」が25か所(約11.1%)となっています(表Ⅱ-1-2)。

表Ⅱ-1-2 運営組織別開設状況

区分	単位:施設、%					
	株式会社	有限会社	農事組合法人	農・漁協直営	任意団体・その他	計
回答数	25	8	13	9	171	226
構成比	11.1%	3.5%	5.8%	4.0%	75.7%	100.0

営業期間では、「通年営業」がもっとも多く83.6%、「季節営業」が16.4%となっています。

販売方法では、店舗販売以外に多いのが、「宅配サービス」49施設(21.7%)となっています。以下順に、「インショップ」26施設(11.5%)、「配達サービス」18施設(8.0%)、「ネット販売」14施設(6.2%)となっています。

令和元年度の売上状況をみると、最も多いのが「1,000～5,000万円」78施設(34.5%)、以下順に「500万円未満」46施設(20.4%)、「1億円以上」42施設(18.6%)、「500～1,000万円」37施設(16.4%)「5,000万円～1億円」18施設(8.0%)、となっています(表Ⅱ-1-3、図1)。

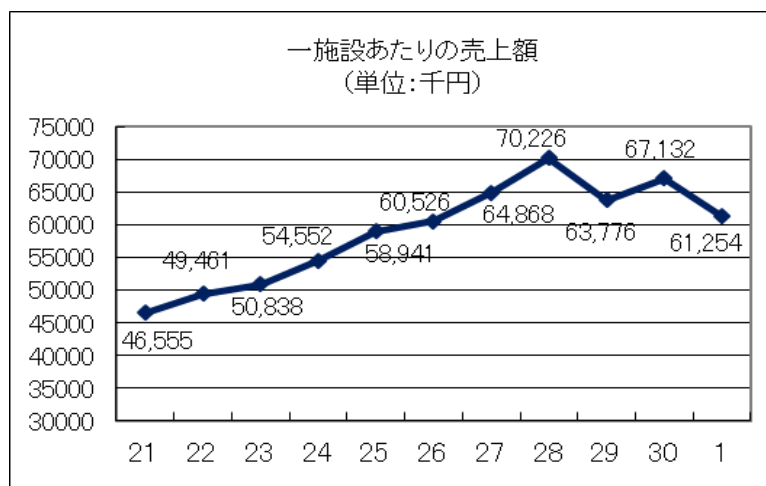
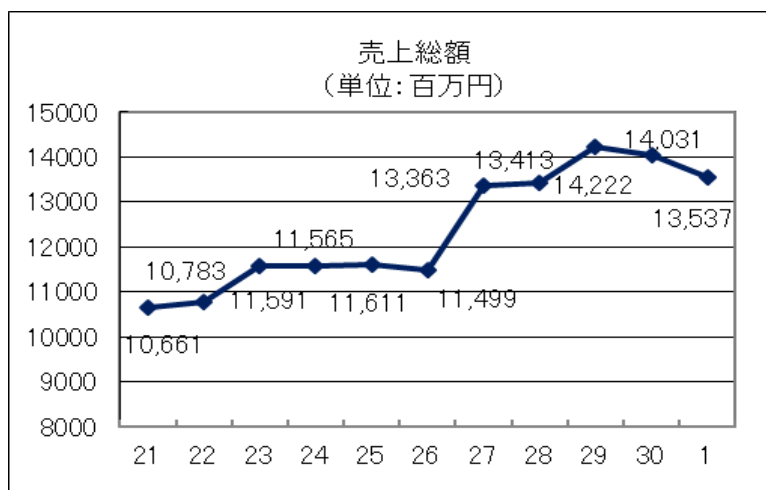
表Ⅱ-1-3 産地直売所の売上状況比較

単位:%

区分	500万未満	500～ 1,000万	1,000 ～5,000万	5,000万 ～1億	1億以上	無記入	回答 数
19年度	32.7 (68)	11.1 (23)	31.7 (66)	12.0 (25)	12.5 (26)	(6)	214
20年度	37.8 (81)	11.7 (26)	26.6 (59)	11.3 (25)	12.6 (28)	(3)	222
21年度	36.7 (84)	10.0 (23)	31.9 (73)	8.3 (19)	13.1 (30)		229
22年度	28.1 (59)	13.8 (29)	33.8 (71)	10.5 (22)	13.8 (29)		218
23年度	26.3 (60)	13.6 (31)	29.4 (67)	11.4 (26)	14.0 (32)	(12)	228
24年度	21.6 (50)	13.7 (29)	31.6 (67)	14.2 (30)	14.2 (30)	(6)	212
25年度	22.3 (44)	10.7 (21)	37.0 (73)	10.7 (21)	16.8 (33)	(5)	197
26年度	23.6 (46)	13.3 (26)	33.3 (65)	10.3 (20)	16.9 (33)	(5)	195
27年度	20.5 (43)	10.0 (21)	37.6 (79)	11.9 (25)	18.1 (38)	(4)	210
28年度	18.0 (36)	12.0 (24)	35.5 (71)	11.0 (22)	19.0 (38)	(9)	200
29年度	23.5 (53)	14.2 (32)	32.3 (73)	10.6 (24)	18.1 (41)	(3)	226
30年度	18.7 (40)	14.5 (31)	35.5 (76)	9.8 (21)	19.2 (41)	(5)	214
令和元 年度	20.4 (46)	16.4 (37)	34.5 (78)	8.0 (18)	18.6 (42)	(5)	226

注. 「構成比」は無記入を除いた割合とした。なお、( )内は、回答数である。

図1 年度別の売上総額と一施設当たりの売上推計額の推移



注 売上額は、回答のあった施設の販売額をもとに推計したもの。

商品構成は、もっとも多いのが「野菜」90.7%、以下、「花き」85.0%、「果物」82.3%、「加工品」77.0%、「苗類」が74.8%、「菌茸・山菜」74.3%となりました（表Ⅱ-1-4）。

表Ⅱ-1-4 商品構成の状況

単位：%

区分	米	野菜	果物	花き	雑穀	菌茸・ 山菜	魚介	加工	苗類	乳製品	工芸	その他
H23年度	73.2 (167)	89.5 (204)	78.5 (179)	82.5 (188)	68.4 (184)	80.7 (184)	13.6 (31)	76.8 (175)	75.4 (172)	32.0 (73)	63.2 (144)	13.2 (30)
H24年度	84.9 (180)	94.3 (200)	85.4 (181)	88.7 (188)	78.3 (166)	85.4 (181)	17.5 (37)	80.7 (171)	78.8 (167)	37.7 (80)	68.4 (145)	15.1 (32)
H25年度	79.7 (157)	91.4 (180)	83.2 (164)	88.3 (174)	74.6 (147)	82.7 (163)	17.8 (35)	78.7 (155)	77.7 (153)	34.5 (68)	71.1 (140)	18.3 (36)
H26年度	77.9 (152)	86.2 (168)	77.9 (152)	82.6 (161)	66.7 (130)	75.9 (148)	21.0 (41)	74.9 (146)	70.8 (138)	32.8 (64)	61.0 (119)	15.4 (30)
H27年度	79.0 (166)	90.5 (190)	83.8 (176)	83.3 (175)	71.9 (151)	76.7 (161)	19.5 (41)	77.6 (163)	73.8 (155)	33.3 (70)	66.2 (139)	12.9 (27)
H28年度	83.0 (166)	93.5 (187)	86.0 (172)	88.0 (176)	77.0 (154)	81.5 (163)	24.5 (49)	83.5 (167)	80.5 (161)	38.0 (76)	66.5 (133)	13.5 (27)
H29年度	73.9 (167)	90.3 (204)	79.6 (180)	84.5 (191)	65.5 (148)	76.5 (173)	23.5 (53)	81.4 (184)	74.8 (169)	35.4 (80)	62.4 (141)	14.2 (32)
H30年度	74.8 (160)	89.3 (191)	83.2 (178)	83.6 (179)	66.8 (143)	75.7 (162)	24.3 (52)	78.5 (168)	73.4 (157)	36.9 (79)	61.2 (131)	9.3 (20)
R元年度	73.0 (165)	90.7 (205)	82.3 (186)	85.0 (192)	64.2 (145)	74.3 (168)	26.1 (59)	77.0 (174)	74.8 (169)	36.7 (83)	63.3 (143)	9.3 (21)

注：（ ）内は回答施設数の内数

直売所の関連事業では、農産物等の直売のみの施設は95か所(42.0%)でした。

また、レストラン併設は82か所(36.3%)、加工施設併設は46か所(20.4%)、道の駅併設は32か所(14.2%)、体験・交流施設併設は22か所(9.7%)でした。併設施設を設置している直売所もあり、産地直売所事業の多角化が進んでいます（表Ⅱ-1-5）。

表Ⅱ-1-5 運営組織別関連事業の取組状況(R元年度)

単位：施設、%

	施設数	直売のみ	レストラン	交流施設	道の駅	加工施設	その他
株式会社	25	9	14	4	5	5	2
	11.1%	4.0%	6.2%	1.8%	2.2%	2.2%	0.9%
有限会社	8	4	3	1	0	1	0
	3.5%	1.8%	1.3%	0.4%	0.0%	0.4%	0.0%
農事組合法人	13	3	6	3	4	4	0
	5.8%	1.3%	2.7%	1.3%	1.8%	1.8%	0.0%
農漁協直営	9	3	4	0	0	1	4
	4.0%	1.3%	1.8%	0.0%	0.0%	0.4%	1.8%
任意団体・その他	171	76	55	14	23	35	29
	75.7%	33.6%	24.3%	6.2%	10.2%	15.5%	12.8%
計	226	95	82	22	32	46	35
	100.0%	42.0%	36.3%	9.7%	14.2%	20.4%	15.5%

地産地消推進の取組状況を調査したところ、

地域との関わりでは、

「イベント等の開催」154 施設(68.1%)、「同一地域内産地直売所との交流・連携」98 施設(43.4%)、「地域内配食サービスの実施」32 施設(14.2%)となっています。

学校や観光産業との関わりでは、

「学校・保育所・病院給食等への食材提供」76 施設(33.6%)、「ホテル等の観光施設への食材提供」35 施設(15.5%)となっています。

産地直売所運営上の課題を調査したところ、

商品上の課題として

もっとも多くの施設が商品の課題としているのが、「商品の品揃えの確保」183 施設(81.0%)で、以下順に、「商品の品質向上」129 施設(57.1%)、「鮮度の保持・管理」104 施設(46.0%)、「新商品の開発」75 施設(33.2%)となっています。

運営上の課題として

もっとも多くの施設が運営上の課題としているのが、「参加農家の確保」149 施設(65.9%)、以下順に、「商品の補充体制の改善」108 施設(47.8%)、「購入者の確保」103 施設(45.6%)、「陳列棚等売り場の改善」80 施設(35.4%)、「接客等サービスの向上」76 施設(33.6%)、「適正な食品表示」68 施設(30.1%)、「販売員の確保」62 施設(27.4%)となっています。