

## 塩田地域の直売所関係の皆様へ

平成 29 年 8 月 1 日

各直売所の皆様への提言（情報提供）について  
塩田地域の各直売所関係者の皆様と 2 月 13 日に意見交換をした結果、様々な悩みや課題があることを知りました。  
塩田地域協議会（地域振興委員会）としましては、上田市担当課（者）の意見や県内の優良事例の情報収集を行ってきました。  
少しでも、今後の運営の参考になれば幸いです。

## 1. 塩田地区六カ所直売所の課題

## 西塩田農産物直売所

販売はイベント頼み（とっこ館祭り）ある。全体として販売額が伸びない。  
生産者が高齢化し加入者が減少している。

## 東塩田農産物直売所（生島足島神社境内）

需給はよいが生産者が高齢化して商品が集まらない。  
資金面でも直売所だけでは大変（赤字）なので、活性化組合全体で補填している。  
客層は観光客が主である。できれば通年営業したい。  
生鮮品の鮮度を保ちたいが設備がない。加工品の生産設備がほしい

## 富士山ふれあい市

営業期間を限定している。（6 月から 11 月まで毎週金曜日 4 時から 5 時半まで）  
会員が少ない（女性だけ 12 名）、商品提供者（7～8 人）が限られている。  
JA フェスタに出品している。年 1 回味噌作りをしている。お茶会中心。

## JA 愛菜館

会員の高齢化が心配である。新たな（若い）生産者を育成しないとだめだ。  
儲かる農業を教えないと増えない。だれが？  
加工品については、組織立てはないがモデルがないと踏み切れない不安だ。

## 東山観光農園

会員が高齢化しており後継者不足が悩みである。

## 別所直売所

季節的な営業である。会員 28 名で地元の方は半分。  
強力に運営を引っ張る人がいない。

## 2. 多くの直売所が抱えている悩みや不安・問題点

生産者の確保が難しい

関係者の高齢化が進み、生産や施設の運営の継続性が不安

農閑期に品不足となり通年営業ができない

旬の時期は供給過多で薄利営業となってしまう

購買者がいても品不足時の対応ができない

客足の減少に対する対応策が取れない

強力なリーダーがないからと他人事に転嫁している

### あさつゆの対処

有力な所へ出向いて組合員勧誘

加工品の充実（価格は高めでも売れている）

物産展、量販店のイベント等に多数出張販売

データ管理を徹底し農家と共有する（9回のメール配信で品物を随時補充）

多種多様な対応が出来る従業員の教育レベルが高い。

### 今井恵みの里の対処

農家で作ったものはすべて販売する（規格を廃止）

高齢者に加工用の野菜・ニンニク、ラッキョウを無料配布

県内外の道の駅と交流産地提携を結び販売網を広げ品数を増やす。

野菜だけのレシピ作りで野菜の売り上げアップ

供給過多の時期は加工品にする

冬場に販売する加工品を6か月分作るよう指導（1本につき50円支援）

軽トラ市で試食販売やレシピを紹介

★収穫体験などで次回無料チケットを配布。直売所の相乗効果に繋がる。

### 青木道の駅の対処

今春リニューアルオープンした道の駅あおきは株式会社（株主に村・JAも）で経営  
村づくりの重要拠点として位置づけ若者の定着や農業の担い手確保に努めていく

今ある加工施設を再整備・拡張し特産品の開発もしていく

食堂も新しくし、団体客の受け入れや体験を可能にしていく

お惣菜加工や宅配サービスも計画している

直売所は春と秋以外の集客対策が必要（近隣市町村からの生産物も受入している）

## 上田市丸子農産物直売加工センター「あさつゆ」の概要

### オープンまでの経過

- ・ 昭和 60 年、農家 4 軒のきゅうり無人直売所設置から始まる。
- ・ 平成 12 年、大規模直売所の必要性を感じ、研究委員会を結成し研究開始。
- ・ 平成 13 年、丸子町に基幹的施設の建設を要望
- ・ 平成 15 年、丸子農産物直売加工センター運営組合を結成
- ・ 平成 16 年 6 月 5 日、あさつゆオープン
- ・ 平成 22 年 3 月 13 日、新装オープン  
新築と増改築で約 2 億円を投資している。

### 施設建設の背景

- ・ 速さが他の流通系統では真似できない直売所の命、これが最大の強みと最大のハードルになる。
- ・ 拠点の箱さえ作ってもらえば、運営は自分たちでやっていくとの条件で建設
- ・ ちょうど直売所がクローズアップされた時期
- ・ うまく時代の流れに乗れた。

### 運営の方針

- ・ 知恵を出し合い売り上げは年々アップ。常に右肩上がりで伸びている。
- ・ 出張販売など積極的に外へも出ている。
- ・ 近くに小売店がない海野町商店街へも出店し地域貢献的な役割も果たす。
- ・ ブランド品の開発に取り組むとともに、大手首都圏スーパー ヤオコーへも試験的出荷をする。
- ・ 3 億の売り上げがあっても積極的に事業をし、チャレンジを忘れない。
- ・ 徹底的なデータ管理をし、農家と情報の共有。それにより、組合員がいつ出荷すれば一番売れるかを自ら考えるとともに、アイデアを生み出しながら野菜提供の工夫をしている。
- ・ 安全・安心の農産物を売るため、栽培研修会を開催したり、GAPの推進に取り組んだりしている。
- ・ 指定管理制度により、上田市へ地代家賃の支払いあり。運営についての費用は市では一切もたないとの条件でやっている。
- ・ 軒下販売の気持ちを忘れずに前へ進んでいる。

## 施設規模

- ・ 延床面積 551 m<sup>2</sup> (直売所 A=297 m<sup>2</sup>、おやき等加工室 A=52 m<sup>2</sup>、飲食コーナー A=44 m<sup>2</sup>他)

## 直売所の主な悩みや将来への不安への「あさつゆ」の対処・所感

1. 会員が集まらない・農産物が出てこない      会員 200 名は当初から変わりなし。
  - ・ これまでの農家が普通にやってきたことをお金にできるように工夫。
  - ・ しめ縄作りなど農家の昔ながらの知恵を生かし売り出す。
2. 会員・役員の高齢化      今の中心の皆さんが 60 代 70 代と高齢化している。
  - ・ 大規模多品種農家
  - ・ 直売所専用農家
  - ・ 有力な所へは出向いて組合員勧誘
  - ・ 10 年後を考えて動いている。
  - ・ 張り合いのある農業を自分たちでやりたいとの気持ちがある。
  - ・ 出品手数料 17%と他より高いが売れた分だけ 2~3%のバックあり。
3. 農産物の出荷・旬に集中・閑散期品薄      データ管理を徹底し農家と共有する。
  - ・ 自分の作ったものがよりよく売れるようにと、作り手が考えて作り出荷。
  - ・ 数字やグラフで出すと説得力があり、農家のやる気にも繋がる。
4. 夕方になると品薄      お客様も減る。
5. 客足が増えない・鈍る      出張販売にも力を入れる。

地域振興委員での研究会は 2 回開催 (平成 28 年 12 月と・平成 29 年 1 月)  
出典根拠：研究会時の上田市農政課からの提供資料による

## 道の駅「農業法人(株)今井恵みの里」の概要

### 設置目的

「道の駅今井恵みの里」は地域活性化と今井地区の基幹産業である農業の振興を図るための拠点として、平成 21 年 8 月にオープンした農産物直売施設です。(年間売上額 5 億～6 億円)

農家食堂・体験農場・多目的交流施設・農産物加工施設(平成 25 年)を設置し「農業後継者の育成」と「農家が農業だけで生計を維持できる仕組みの構築」を目指します。

### 意欲向上のポイント

#### 捨てる農業からの脱皮

農産物の規格を廃止したことで農家は出荷しやすくなり、消費者は新鮮な農産物を安く購入できる。

#### 6 次産業化

廃棄処分の対象だった農産物を「農産物加工施設」を建設したことにより加工品を製造する会員が増え販売商品も充実し食品ロス削減になっている。(加工品約 70 種類)

#### 作って売る農家

- ・価格付けは自由
- ・生産者が販売まで担うことで生産者自身が消費者ニーズに敏感になってきている。
- ・女性の活躍は目覚ましく、イベント時は試食販売やレシピ紹介、積極的な接客等で売り上げに多大な貢献をしている。(女性だけの軽トラ市など)
- ・8 年たって、この地域になかったものも、どんどん作られている。
- ・現在会員は約 470 人(生産者の顔が見える名前とイラストを掲示しています)

#### 生産者への情報提供

・農家の積極性を養うため、基本的に「手上げ方式」とし、やる気のある生産者に利益がいく仕組み

になっている。(情報提供:事業参加者への支援金交付(1,000 万円)などにより能動的に取り組む生産者が増えている。)

- ・1 日 5 回売れ行き情報をメールで発信する。

#### 集客対策

- ・味覚イベント、収穫体験など買い物以外の楽しみも提供してファン層を拡大してきた。
- ・県内外の道の駅と交流産地提携を結び販売網も広げ、品数を増やす。(不足する冬場に

は静岡・福岡などから野菜や果樹を仕入、販売、マーマレードなどの加工を行っている。)

- ・松本市内各地への出張販売は、買い物弱者支援事業としての役割と知名度アップに効果がある。

#### 後継者育成と今後の取り組み

- ・農業の担い手確保に重要なのは暮らしの安定、さらに農業の魅力を若い世代に伝えること。
- ・農業収入だけで暮らせる仕組みの確立を目指す。
- ・地元の子供たちを中心に農作業や販売体験の機会を提供する。(食育に力を入れる。)
- ・専業農家の参加を促進していく。
- ・さらなる販路の開拓を目指している。

## 株式会社「道の駅あおき」の概要

### 設置目的

「道の駅あおき」は青木村が農業や観光の振興、移住・交流の促進、情報発信などの基地として、平成 29 年 4 月にオープンした農産物直売所や平成 21 年に整備された加工施設と食堂施設などを配しており、国交省から地域活性化の拠点を形成する重点道の駅に選定されています。

道の駅高機能拠点化プロジェクトでは今年オープンした農産物直売所のほか、研修施設や青木村の情報発信施設・都市農村交流施設が順次整備されており、現在の食堂も規模を大きくして新築工事中です。

### 株式会社道の駅の概要

#### 道の駅の運営

構成は、既存の組織（道の駅あおき運営組合）青木村、JA、個人（17 名）の計 20 人

資本金は、763 株 7,630,000 円

#### 重点事項

消費者に信頼される魅力あふれる店作り（農産物直売所）

出荷者が活気あふれる店作り（農産物直売所）

村の食を楽しめる店作り食堂（味処こまゆみ）

村の魅力を伝える観光案内

家族で憩える広場（ふるさと公園）

災害時拠点（ドクターヘリによる救命緊急患者搬送等）

#### 売上額

平成 28 年度の売上額は 1 億 9 千万円で、直売所が 155,849 千万円・食堂が 33,571 千円、その他となっています。

#### 今後の計画

食堂施設の新設、加工施設の増築、情報発信・休息施設、賃貸型出展施設、市場です。特に食堂は各席 100 席となり団体客の受け入れも可能となります。体験学習、体験交流拠点、お惣菜加工、高齢者宅配サービス等の拠点機能を新設し、仕事帰りにも立ち寄れる「いつでも開店している道の駅」を目指しています。

#### 生産者対策

青木村だけでは出荷量が少ないことから上田市、坂城町、筑北村、小諸などから協力を得ています。

#### 集客対策

9月、10月の松茸の時季客数、売上げが集中、次に5月の山菜の時季となっているが平均していないのが悩み。販売実績はこの3年上向き状況である。時間帯別売上げは野菜など9時～11時に集中し、後は品薄状態となっています。

#### 加工品対策

農産物加工施設を活用して、おやき、菓子、みかえり漬、パン（学校給食のパンも含め）など組合員が作業に当たっている。加工施設があることは強みでもあり、特産物の開発にも力をいれています。

#### 後継者対策

農業の担い手不足や高齢化などあるが、魅力ある村づくりに村全体として取り組める利点がある。村づくりにおける重要施設の位置づけとして、「道の駅あおき」がある。都会からの子育てしやすい村。松本への国道143号青木峠新トンネル開通が実現すれば来訪者も多くなり活気づくことが期待されています。