



発行：2017年5月29日
 発行元：全国農産物直売ネットワーク
 事務局：〒101-0042
 東京都千代田区神田東松下町45 神田金子ビル5F
 一般財団法人 都市農山漁村交流活性化機構
 (まちむら交流きこう)内
 電話:03-4335-1984
 FAX:03-5256-5211
 Mail:chokubai@kouryu.or.jp
 http://www.kouryu.or.jp/chokubai/

近江の地で学んだ、地域内連携と未来へのつながり

～第15回 全国農林水産物直売サミットで学んだ、直売所だからできること～

「三方よし」の直売活動

日本の商売のルーツだとされる近江商人のふるさと滋賀には、商売に関わるものが学ぶべき教えがたくさんあった。「売り手によし、買い手によし、世間によし」の「三方よし」の理念を直売活動に置き替えると、「生産者の利益となり、消費者にも喜ばれ、社会貢献活動まで担う」とびったりおさまる。

滋賀の直売所を率いる人達から語られたのが「連携と未来へのつながり」。直売活動を進める上で、自分達のエリアやグループだけという点では捉えていない。今の現時点だけでも考えていない。空間軸では直売所を取り巻くすべての人達との関係、時間軸では過去から未来へのつながりの中での役割という観点から捉えていた。

近江は歴史の重要な場面に度々登場するように、時の政策や政変の影響を大きく受けながら、地域の人達はしたたかに伝統、文化、地域の産業を守り育ててきたと言う。

未来の生産者と消費者を同時に育てる

東近江市は今も県内最大の農業都市として近江米、近江牛の大産地だ。一方、先端産業など工場誘致も進み、農工が混在している。琵琶湖の環境に配慮し、資源循環する「菜の花プロジェクト」の発祥地でもある。これらの活動の結節点が「道の駅あいとうマーガレットステーション」だ。その顔の「あいとう直売館」は商品の東近江市産100%を掲げ、開業20年を過ぎても全国のモデル直売所となっている。この道の駅に入るNPOが消費者向け農業体験を企画し、参加者から生まれた組織が、後継者のいない梨園の担い手になるなど、地域内連携が好循環を生み出している。

「おうみんち」（守山市）では、未来の生産者と消費者を同時に育てていた。地域の農と食をテーマに、子供には食育、大学生には食事提供、大人には農業塾や農業者体験と、相手に合わせた企画を駆使する。人手不足や後継者確保が課題となる中、地域社会との関わり方、新たな人材の巻き込み方など具体策を示された全国サミットであった。



開会挨拶では各代表から直売活動への期待が語られた。



Dコースの視察先「おうみんち」では「さつまいも」の食育プログラムを体験した。



近江商人の「三方よし」に学ぶ、 地域とともに歩む直売所

●日 時 平成28年10月20日（木）～21日（金）
●開催地 滋賀県東近江市

●参加者 約350名
●現地視察 滋賀県下の直売所14カ所・全4コース

●主催者挨拶



（一財）都市農山漁村交流活性化機構
専務理事
山野 昭二

日本の経済は低成長型に移行し、競争より共生を重視すべきではないかと言われています。こうした中、「売り手によし、買い手によし、世間によし」という近江商人の三方よしの精神があらためて見直されています。このような時期に、滋賀県で全国直売サミットを開催することは、誠に時宜を得たものです。

農産物直売所は地域社会やコミュニティの核になっています。地場農産物の売り買いばかりではなく、学校給食への食材供給、6次産業化の拠点、消費者との交流の場でもあります。過疎地においては集落支援機能も果たし、震災時には直売所が復興拠点の役割も果たしています。このように直売所は地域社会で重要な役割を果たしています。

世界的にもローカルフードへの関心が高まっています。欧米ではファーマーズマーケットや消費者による生産者支援活動が活発に進められ、生産者と消費者の距離は縮まっています。

日本では直売所の数が増加し、異業種からも参入し、競争が激しくなってきました。地方創生に向けた地域活性化には3つのポイントがあると言われています。1つは地域住民の自主性・自発性・内発性。2つは地域資源を活かした多様性。3つめは持続可能性。今、直売所ではこの持続可能性、今の事業をどう継続させるか、次世代に繋げていくかが問われています。そのためにも、直売所の現場で運営や経営にあたる現場スタッフや責任者の役割が大きくなります。

今サミットを契機に、自らの経営理念、運営方針を再確認し、直売所に関する様々なデータを分析し、経営を掌握された上で事業展開を行って頂きたいと思います。皆様のネットワークがさらに強固になることを願います。

●開催地挨拶



滋賀県知事
三日月 大造

滋賀県ようこそお越し下さいました。実は私の妻は熊本出身で、専業農家の娘です。両親は中山間地の段々の田んぼで米を作っています。米だけではなかなか厳しく、お茶、栗、高菜を作りながら、毎朝二人で栗団子を作り、国道3号線沿いの道の駅で売っています。

私は知事として各地を訪問しますが、おそらく県民の誰より道の駅を利用し、旬の商品を楽しんでいます。本日は全国の道の駅や直売所の皆様方が、現場での知恵や苦勞を持ち寄り、情報交換される大変有意義な機会だと思います。

道の駅・直売所は地域の拠点です。観光交流の拠点、地域福祉の拠点、災害時には身を寄せ、復興する拠点になります。様々な可能性を伸ばし、課題を克服するため、行政も一緒に頑張りたいと思います。

全国からお越しの皆様は、近江米、近江牛、琵琶湖の魚

をお楽しみ下さい。ひととき、日頃の疲れを癒し、明日からまた直売所を率いる英気を養って頂きたいと思います。

司馬遼太郎の「街道をゆく」は近江から始まっていることはご存知でしょうか。松尾芭蕉は生涯約1千句を詠んでいます。最も多い約100句を近江で詠んでいます。自分が亡くなった時は木曾義仲が眠る、大津の義仲寺に埋めて欲しいと遺言され、弟子達が滋賀に運び今も眠られています。

このように、近江は多くの人が惹かれるものがある土地です。この一端をお楽しみ頂きながら、有意義なサミットになりますことを祈念申し上げます。



挨拶者の胸花（上）、会場の盛花（下）も、すべて花の産地でもある「あいとうマーガレットステーション」の手づくりの品。装飾も昼食弁当も、すべて地産地消でもてなしてもらった。



東近江市長
小原 正清

ようこそ東近江市にお越し頂きました。第15回全国直売サミットの場所に、東近江市を選んで頂き、深くお礼申し上げます。平成大合併で東近江市となり10年が経ちました。鈴鹿山脈から琵琶湖まで地域が広く、北は関ヶ原から南は伊賀甲賀に至る文化の接点でもあります。鈴鹿を源流に琵琶湖まで流れる愛知川と日野川の扇状地によって形成されたのが近江平野で、その中心にあります。

昭和30年代に名神高速道がいち早く開通し、企業の集積が進みました。第2次産業が占める比率が全国1位で、先端産業など大工場が立地しています。一方、農業も県下1位の生産高です。農業地であり工業地であり、大

変豊かな所です。豊かなゆえに競争原理が働いておらず、今の時代に勝てるのかという心配もあります。

2日間、近江の歴史と文化と伝統を感じて下さい。東近江市は「三方よし」の教えの発祥地です。五個荘商人の教えは今も地域に息づいています。政策を進めるにあたり、「教育三方よし」「医療三方よし」など教えを応用して広げています。「歴史と文化は莫大なお金をかけても決して作れない」が私の持論です。

戦国動乱の時代、近江の人達は助け合って文化を支えてきました。「百済寺」の大きな観音様のかかとは大きな傷があります。この傷は、織田信長が延暦寺に続き、「百済寺」を焼き討ちした時、地元の人達が仏像を引きずり運んで逃がした時に出来たものです。傷があるので国宝にならないと言われますが、この傷こそ文化財としての価値だと思います。「百済寺」は聖徳太子が建立したと言われ、その伝説もあちこちにありま。東近江の深い歴史や文化をぜひ感じていって下さい。

●農林水産省挨拶



近畿農政局長
徳田 正一

皆様方におかれましては直売活動を通じ、地産地消による地域振興・地域再生にご尽力されておられますことに敬意を表します。

農林水産省では新たな「食料・農業・農村基本計画」として、若者が希望を持てる強い農業、美しく活力ある農村を作ることを目指し、農林水産業の成長産業化に向けた施策を進めています。

中心となる6次産業化の推進では、2020年までに市場規模10兆円に増加させる目標を掲げました。地産地消や

都市農村交流の中心であり、生産者・消費者双方から期待がかかる直売所は、この施策の重要な柱でもあります。26年度統計調査によると、直売所は全国に23,710事業体あり、年間販売額は増え続け、約9,350億円を超えるまでになっています。

近畿農政局管内においても「あいとう直売館」や「おうみんち」のように、生産現場との交流や体験活動などの工夫で、売上を飛躍的に伸ばしている直売所が沢山あります。農政局では、6次産業化や地産地消の推進の大きな役割を果たしている直売活動を発展させるため、農林水産業者と流通業者など多様な業種・分野のネットワークの構築や、成長産業化を目指す取組みを支援しているところです。皆様の直売活動や地域振興が一層発展することを祈念申し上げます。

●全国農産物直売ネットワーク代表挨拶



全国農産物直売ネットワーク代表
(東京大学名誉教授)
今村 奈良臣

私は約25年前に農業の6次産業化を世の中に訴え、今では当たり前の話になりました。6次産業化のトップランナーが農産物直売所です。6次産業化に加え、近江商人の「三方よし」にちなみ「五方よし」を提案します。直売所の皆さんはこの5つの活動拠点になる事を目指して下さい。

1. アグロ・ポリス（農業の拠点）
2. フード・ポリス（食の拠点）
3. エコ・ポリス（景観と生態系の拠点）

4. メディコ・ポリス（医療・介護・保育の拠点）
5. カルチャ・ポリス（文化・技能の拠点）

この5つを五角形に考え、今何点くらいにあるでしょうか。そして、10点満点の正五角形を作る努力をしようというのが私の「五方よし」の考えです。

近年、廃校が増えています。学校は大人になっても心の拠点です。これをいかに活かすか。そば打ち道場にしたたり、木工技術の練習場にしたたり、陶芸教室にしたたり、直売所にしたたり、農産物の加工場にしたたり、様々な活動が全国で行われています。心の拠点づくりも大事です。

直売所を率いる皆さんは、自分達の名刺を作り、活動の方向、場所、内容をもっと世の中に広めていく努力をして欲しいと願います。

「熊本地震で直売所や道の駅が果たした役割 ～熊本の経験に学ぶ～」



一般社団法人クラッシーノこうし
(熊本県合志市)
事務局長
賀久 清豪

熊本の直売所「クラッシーノこうし」から来た賀久と申します。熊本地震の時には全国の皆様から大変温かいお言葉をいただき、感謝の念に堪えません。

「クラッシーノこうし」は、合志市の経済活性化と地域産業の振興を目的に平成28年2月6日にオープンしました。「暮らし+いいの」の造語です。合志市の地域づくりを進める会社でもあるため、地場農産物を含めた総合食料品を販売しています。地域特産品を開発し、そこで得た収益で地域づくりを進める会社でもあります。

「クラッシーノこうし」(合志市)の状況 ～約3週間、車中泊のお客様に安心感を～

「クラッシーノこうし」は建物に大きな被害はなく、一升瓶1本とスイカが4個割れた程度でした。道路も寸断されなかったため休まずに通常営業が出来ました。4月16日の本震後は朝からお客様が並び、パン、牛乳、水はすぐに完売しました。

私達が真っ先に行ったのは、生産者の家屋を含めた被害状況の確認と商品の納入依頼です。納入業者には水と食品を要請しました。停電もなく、プロパンガスも影響ありませんでした。水道が若干濁ったので、1つを生活用水に、もう1つを飲料水にしました。

敷地内に温泉施設もあるので、駐車場には車中泊が300台ほど約3週間にわたってありました。トイレは6カ所を24時間開放し、熊本市内や近隣のスーパーが開いていない中、朝から店に並ぶお客様に水や食品をきちんと提供できるよう努めました。

「俵山交流館 萌の里」(西原村)の状況 ～農作業支援と農産物をいかに売るか～

最大震度7を観測した西原村の直売所「俵山交流館 萌の里」は、建物の被害はなかったものの、店に通じる道路が寸断されました。そのため、お客様も来られない、生産者も納品できない状況に陥りました。西原村では全

2,652世帯のうち全壊が344、半壊が1,087の被害で、村内6割前後の家屋が全半壊しました。

その中で、直売所がとった行動は、会員生産者の商品をいかに売るかということです。ホームページを利用した通信販売をすぐに始め、農産物の販路確保に務めました。

1つは「野菜の玉手箱」と「単品注文方式」による宅配での販売。最大1日100件の注文で、約25万円ほど売上げています。

2つは熊本市内の生協3店舗でのインショップ販売。これは出来た野菜を全て納品し、買い取ってもらう好条件でした。

3つは出張販売。フェイスブック等を通じて、販売場所を求めたところ、「駐車場を使って」などの返事が多くあり、従業員が出向いて販売しています。

4つめとして、8月27日に西原村の仮設住宅に隣接して「復興市場」という仮設直売所を2年限定で村がオープンしました。

また、「俵山交流館 萌の里」では生産支援も活発に進めました。地域農業を守るため、村の農業復興ボランティアセンターとの協力で、学生、グループ、個人の参加を得て、唐芋の苗の植え付け、ニンニクや唐芋の出荷などでボランティアが大活躍しました。

生産者からも「明日への希望の種を蒔いてもらった」という言葉を頂いています。

「道の駅 あそ望の郷くぎの」(南阿蘇村)の状況 ～日頃の防災意識が迅速な対応につながった～

「道の駅 あそ望の郷くぎの」では、リーダーの防災意識が元々高く、「防災マニュアル」があったため迅速な対応ができました。

16日未明の本震後、朝の午前5時までには職員2名が道の駅までの交通アクセスの確認を車ですぐに行いました。午前7時には道の駅内にある8施設の被害状況の点検確認を行っています。

午前9時には店舗の在庫管理を終え、食肉など冷蔵、冷凍が必要な在庫は熊本市内まで運び出しています。そして、昼過ぎには大型発電機をリース発注して稼働させています。

16日の午後には消防団、青年団など応援人員が道の駅に集合し、トイレの水くみ運搬や夜の照明確保の依頼を

行っています。

食事の炊き出しは22日夕方までの約1週間、朝昼晩3食の炊き出し（約7,500食）を道の駅の職員と町の消防団、観光協会職員が行い続けました。

4月20日までには電気がほぼ復旧し、道の駅も通常業務ができるようになりました。しかし、道路が寸断されてお客様が少ない状況だったため、ゴールデンウィーク明けまでは道の駅の職員約20名を村のボランティア活動に派遣し、避難所の支援や物資搬入等に当たりました。

道の駅阿蘇（NPO法人ASO田園空間博物館）（阿蘇市）の場合 ～情報発信、特産品販売、観光復興を進める～

「道の駅阿蘇」では、特産品販売のための通販強化と観光復興に取り組みました。阿蘇に通じる国道57号と鉄道が寸断されたため、道の駅は約4日休み、電気・水道が復旧した20日に営業再開しています。

まずは情報が錯綜していたため、正確な道路情報の発信に務めました。ホームページに各方面からこういうルートを通れば阿蘇に来られるという最新情報を出し続けました。

続いて、地域特産品の通販を強化しています。「阿蘇復興応援セット」を企画し、ネットやFAXを通じて関係先などでの応援販売を呼び掛けました。

その後は、熊本地震に関する写真展の開催、震災の語り部を育成して体験談の講話や地割れを見に行くツアーなどの企画も進めています。

熊本地震において道の駅が行った支援活動とは

道の駅は駐車場が広く、人々が集まりやすいため、車中泊の方が多く来られました。熊本地震では多くの道の駅が炊き出し、仮設トイレの設置、支援物資の配布、テントや寝袋の貸し出し、支援物資の中継、緊急車両移動中の立ち寄り、温泉施設の無料開放、道路情報の発信、水の無料提供など、出来る限りの対応を進めました。

最も困ったことは、車中泊のお客様があまりにも多くトイレが足りないことでした。水が流れず生活水の確保が困難だったため、近所の井戸水や湧き水などのありかも知っておくべきと感じました。

電気やプロパンガスの復旧は早かったですが、都市ガスは安全確認に1か月ほど時間を要しています。携帯電話の充電も大きな課題となったため、今後考える必要があります。また、災害ごみの撤去にも1か月半ほどかかり、道路脇にゴミが山積み状態がしばらく続きました。



熊本地震による道路の不通で営業を中止した直売所の仮設店舗が復興市場「萌の里」としてオープン（8月27日）。2年間の期間限定だが、復興のよりどころにもなっている。写真はまちむら交流きこう主催の復興応援ツアーで現場を訪ねた様子（28年12月1日）。

物流が途絶えた中で、食品を販売できた直売所

多くの主要物流網が被災した中、地域に生産者を持つ直売所は地産地消のため物流距離が短く、近くの生産者や加工業者から食品が運ばれます。近隣のスーパーやコンビニが1～2ヶ月間営業を中止した中、直売所は通常営業し、朝から店に並ぶ避難した人達に安心感を与えられたと思います。直売所での物資や飲食の確保は非常に強かったです。当初はパン、バナナ、弁当、惣菜、牛乳などそのまま食べられる物に集中しました。

生産者を支援するために、販売活動はSNSを活用して進めました。被災時でも野菜は育ちます。それらの商品を何が何でも売りつくすという姿勢が直売所には必要です。

被災した生産者を支えるため、様々な組織と連携した農作業ボランティアの実施も大事です。非常時には様々な機関や組織を利用し、営農や販売を続けていく知恵が必要となりました。販路確保と農作業支援、さらには直売所自体の雇用の確保が、今後の布石になると感じています。熊本を含めて道の駅のネットワークでは全国的な支援体制の構築が見られています。直売所同士のネットワークもこのサミットを機会に強固な協力体制が構築できることを望みます。

（一社）クラッシーノこうし 事務局長 賀久 清豪さん

総合量販店勤務を経て、平成16年より道の駅泗水「養生市場」（熊本県菊池市）の支配人。エコファーマーの育成や道の駅弁当の開発など積極的に仕掛ける。同駅は地産地消優良活動表彰農水大臣賞受賞（平成20年度）。賀久さんは熊本県内のみならず全国の道の駅や直売所との関係も深い。平成28年2月より熊本県合志市に新設された直売所「クラッシーノこうし」の事務局長として、新たな店づくりに奔走する。

マーガレットステーション発・直売から交流へ (滋賀県東近江市)



道の駅あいとうマーガレット
ステーション
館長
藤関 明雄



特定非営利法人愛のまちエコ倶楽部
事務局長
増田 隆



サンテファーム
(しが農業女子100人プロジェクト)
代表
片山 恵美



10月21日の現地視察時の「あいとう直売館」。「東近江100%」ポスターが店の中心に掲げられる。

藤関：今日は「あいとうマーガレットステーション発・直売から交流へ」と題し、3名で報告します。道の駅内には現在様々な施設がありますが、そのほとんどの売上があげているのが「あいとう直売館」です。主な特産品はメロン、梨、ブドウ。今の時期なら白菜、キャベツ、ほうれんそう、キュウリ、トマトが人気です。高額なメロン、梨、ブドウ、イチゴなどは対面販売も行っています。私どもの直売所は様々な方との関わりで成り立っています。出荷会員の運営協議会、地元農協、行政、各種団体と常に連携し、地域農業の活性化と農業所得の向上に努めています。

本日はこの中でも特徴ある活動をしている2つの連携組織の方々を紹介したいと思います。

増田：道の駅の奥に「愛のまちエコ倶楽部」の事務所があります。愛東は「菜の花プロジェクト」の発祥の地です。菜の花を咲かせ、環境学習や観光活用も進めてきました。養蜂、菜種油の販売、油かすは肥料にして農業に戻ります。使い終わった油を回収し、リサイクルせっけんやディーゼル燃料（バイオディーゼル）に変え、もう一度農業の動力として活躍させます。これらの資源循環

システムの全体像は教育でも活用されています。

菜の花館の施設運営だけでなく、地域の農業資源を上手く利用するため、11年前に団体ができました。いかに地域を楽しく、農業を活性化するかをテーマに「田舎もん体験」事業を進めています。これは参加するだけではなく、地域を知ってもらい、地域との交流が図られることを目的としています。

「田舎もん体験」では、「収穫だけではなく最初から作ること」「作る経過こそ大切に」「農業は原則環境こだわりの農業」「生活の知恵を利用した昔ながらの作り方を大事に」「地域に通い続けても楽しめる体験内容」「地元の生産者と一緒に楽しむ活動」ということを基本理念に活動を進めています。

片山：父が水稻、麦、大豆、私が少量多品目の野菜と担当を分けて農業を行っています。父が脱サラをして専業農家となり、その数年後に私も脱サラをして、親子揃って脱サラ農家になりました。私が生産する少量多品目の野菜商品を「サンテファーム」の名前で販売しています。サンテはフランス語で「健康」という意味で、「健康な心と体は食べるもので作られている」と



いう考えで命名しました。

私は、ここでしか買えない野菜があると直売所に来るお客様も増えると考え、珍しい野菜を中心に作っています。例えば、生で食べられる黄色いかぼちゃ、白いトウモロコシ、桃のようなカブなどスーパーでは見かけない野菜です。商品にはレシピや手書きのPOPを付け、野菜の魅力を最大限に伝えるようにしています。直売所の野菜は美味しい・新鮮・安心・安全は当たり前なので、そのフレーズは書きません。まるで自分が売り場に立ち、お客様に説明しているようなオリジナルの言葉を書いています。

直売所での販売における私のこだわりは3つ。

1つは品質。美味しくもないもの、収穫適期でないものは販売しないし、安売りもしません。2つめはレシピとPOP力。商品のあらゆる情報を伝えることは生産者の商品に対する責任だと思っています。3つめはラッピング。見た目でも買いたくなるような、野菜も綺麗に見える包装を心がけています。

この3点に共通するのは、常にお客様目線で考えること。お客様の立場になり商品づくりをする農業が、私のサンテファームのスタイルです。

藤岡：楽しい儲かる農業について、「あいとう直売館」の現状と課題を紹介します。

私達の直売所には3つのこだわりがあります。

1つは安全・安心な地元野菜の販売。一切仕入れはせず全て東近江産100%です。

2つは地域の農産物を活かした交流イベント。言葉だけでは通じない、ポスターだけでは表せない美味しさや農家の取組みを肌で感じてもらうため、メロンまつり、梨まつりなどを開催しています。

3つは多様な主体との連携。この二人のような各種組織と連携して活動を進めているのが特徴です。

その結果、売上は微妙な右肩上がりです。月別にみるとメロン、梨、ブドウが揃う8月の売り上げが最も大きく、12月～3月の冬場は6次産業の加工品の販売が主力となり野菜が少ないのが現状です。

東近江市にこだわった品揃えで、約350品目あります。226会員の一人当たり年間売り上げの平均224万円の収入も年々増加しています。一商品当たりの平均単価は445円、一人当たり平均の販売価格が1,940円と大きいのも特徴です。

好調な数字にも見えますが課題も抱えています。会員はもともと300人以上いたのが226人に減少しています。平均年齢も高くなり、農家のリタイア、耕作面積の減少に歯止めがかからないのも現状です。

このような中、二人が中心となり活動している団体は心強く、今後に期待しているところです。

増田：直売館に繰り返し買い物に来てくれるファンを増やしたいという思いで、「田舎もん体験」を進めています。

例えば、「一からの米づくり体験」。種もみの消毒（温湯消毒）をする種蒔きの準備を私達が行い、参加者は家に持ち帰り芽出しを自分で行います。その苗を持ってきて田植えに行くという形です。稲刈りの後には、昔ながらの方法で稲をくくる作業も大事です。

「一からの味噌づくり体験」は、大豆を無農薬で育ててはじめてスタートラインに立てます。そのため、私どもの味噌づくり体験は夏に始まり、冬にやっと味噌を仕込みます。

「ブルーベリー体験」は摘み取り体験です。これは、産地としてあまり知られていないことと、収穫に手間がかかるので一緒に摘んでもらった方が効率的ということからスタートしました。農家の所に行って一緒にジャム作りを行い、農家の住まいも見せてもらいます。

「お茶っばーず」は無農薬の茶園での体験です。茶園で機械刈り体験を行い、昔ながらの茶工場で茶を焼く見学も行います。

「ぶどう物語」と「愛エコ梨倶楽部」は年間を通じて本物体験をします。冬場の作業、ネット作業、出荷の準備まで全部体験します。

このような体験活動を進めてきて生まれたことが2つあります。これが先ほど課題としてあがった後継者問題、担い手問題につながってきています。

梨の体験は初めは子ども向けコースでしたが、今ひとつ盛り上がり欠け、大人向けに変わりました。大人の本物体験として、順番に梨園を周って冬の作業も行っていました。すると、ある時「自分は年寄りで梨の木をもう切りたい」という話になりました。そこで参加者も一緒に梨の木を切らずに済む方法を考え、梨園を共同で管理し、梨生産と観光梨園を運営する「愛エコ梨倶楽部」が発足しました。

果樹のコースには本格的に果樹農家になりたい人達が来て、農家と繋ぐことも進めています。その時は、新規就農調整会議を持ち、地域で調整しながら進めていきます。

片山：私からは若手農業者の取組みを紹介します。私は現在「東近江青年農業者クラブ」と「しが農業女子100人プロジェクト」の一員として活動しています。

「農業者クラブ」は東近江地域の20～30代の若手28名で構成され、今年度の会長を私が務めています。通称「4Hクラブ」と呼ばれている組織です。私達のクラブは全国的にも珍しく、農業者に限らず食や農に関わる異業種の若手も参加できます。メンバーには直売所のスタッフ、地域おこし協力隊、種苗店の方もいます。農業者だけの集まりでは考えが偏ってしまいがちですが、異業種が集まり、各分野の長所を活かしながらメンバー同士が高め合える活動を進めています。

昨年度から全員が主体的に行動できるよう、「マルシェ部」「勉強部」「レクリエーション部」の3つの部会を立ち上げました。「マルシェ部」は販売イベントを企画・運営し、

メンバーが直接対面販売して売り方や見せ方をお互いに学び合います。「勉強部」は先進地視察や勉強会を企画し、自分達が学びたいことを考え、メンバーの知識や技術の向上を目的にしています。「レクリエーション部」は懇親会、バーベキュー、交流会を企画します。このようなメンバー同士の交流の場を設け、悩みも気軽に相談できる仲間づくりを目指しています。

他にも地元の商工業者との交流の場への参加、先進地視察、土壌分析の勉強も進めています。私達のような若手農家は周りを見渡しても年が離

れた農家が殆どなのが現状ですが、同世代の若手が集まり「こんな農業をしていきたい」「こんな施策が欲しい」と、未来の農業に希望を持って農作業に取り組んでいます。

次に、「しが農業女子100人プロジェクト」について。女性だけの組織ですが、皆、経営者として主体的に農業をしているメンバーです。28年6月に発足した栽培、商品開発、イベント開催等あらゆる分野で協力し合う滋賀の女性農業者ネットワークです。100人まで増やすとか数が目標ではなく、滋賀に沢山の女性農業者を増やしたいという思いで「100人」と名付けています。

発足のきっかけは、小規模で農業を始める若い人や女性が増えている中、それらの方に適切な支援がないことから。小規模で始めようとしているのに関わらず、大規模農家の視察研修を薦めたり、有機農業を志す人に慣行農法しか教えることができなかつたり、そんな経験がメンバーの中にもありました。そこで、小規模で始める人、女性でも農業が続けられるために、本当に必要なサポートができるネットワークがあればと考えたのがきっかけです。活動内容はまだ少ないですが、行政とも協力して滋賀に農業女子を増やしていくことに取り組んでいます。

現在メンバーは9名で、少しずつ増えています。私達は「農業女子だけで商品を作りたい」のではなく、未来の農業を良くしていきたい、次世代が農業に定着できる環境を作っていきたいと考える集まりです。

今年3月には全国青年農業者会議（全国の4Hクラブが1年に1度集まる会）で、農業経営改善の取組みを発表し、園芸部門の優秀賞として経営局長賞を頂きました。若手農業者は経営者になることを目指して、経営改善に取り組む、お互いに切磋琢磨しています。みんな農業が大好きで、未来の農業をもっと良くしたいと心から思っています。仲間達と共に成長し、未来の農業、滋賀の農業を盛り上げたいと思っています。

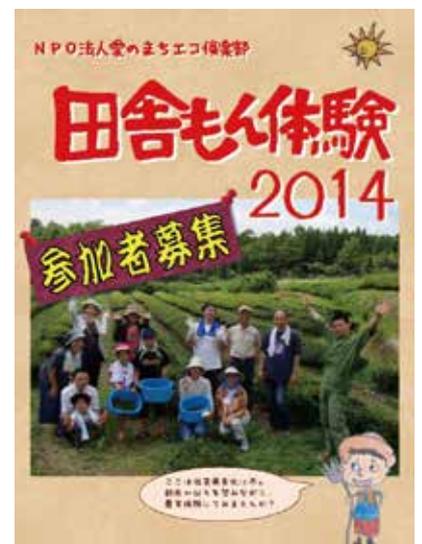


増田：私達が進める体験事業の内容はだんだん変わってきました。例えば、お米づくりには「生きもの観察」や「泥んこ遊び」が加わり喜ばれています。ブドウ体験にはジャム作り、味噌づくりには麴の勉強会、お茶づくりには昔からの「焙炉^{ほいろ}」体験、梨園は実際に営農を担う形になりました。

「学びの場」は出来てきたので、次の段階で「食の見直し」と「安らぎの場づくり」を考えています。そこで企画したのが、「農家レストラン」「農家民泊」「田園歩き」「よーきて茶屋」です。九州で進められたという「家庭料理大集合」を真似し、地元の皆さんが持ち寄った家庭のレシピを学生に聞き取り調査してもらいました。それらを地域の食はこういう形で、こういう時に食べたと分かるように、レシピ集にまとめました。

これらを発表し、共有したりする中、一生懸命に料理を勉強し続けるグループが生まれました。それが市内に新たに作られる福祉モールと結びつき、福祉支援型農家レストランが平成25年4月に開業しました。

農家民泊は隣の日野町が教育旅行の受け入れで民泊を熱心に進めており、それを手伝う形で市内でも農家民泊の受け入れが始まりました。主に教育旅行で来る中学生の民泊を受け入れています。最近



では海外の学生や外国の人の希望も増えています。

「田園歩き」も「百済寺コース」ではただお寺を見に行くのではなく、歴史に迫るものになっています。「くだものコース」では梨名人やこだわりのブドウ農家の所を訪ね、話を聞いてから食べています。またこれらの休憩場所には一般の民家を利用しています。これには約束事があり、「よーきて茶屋」としてその家の方とともに簡単な田舎体験をしながらお茶とお茶請けを3品程度楽しむ形に統一しています。

こういう活動を進めていると、行政からの提案もあります。今年は「新しい農あるくらしツアー」が企画され、大阪からのお客様を20名ほど迎えて、就農や定住につなげる活動を始めています。

このような「田園歩きツアー」などのスタート地点は道の駅です。道の駅が中心となり地域が繋がっています。私達は立ち寄り休憩の人、買い物だけの人達にも食事やくつろぎを求めて「田園歩き」をして欲しいと思っています。そして、東近江のファンになってもらいたいのです。これらが地域から醸し出す色、におい、味になり、東近江に来れば何かに出会え、何かを始められる、と思われるような町にしたいと考えています。そこから地元に住みたいということに繋がるかも知れません。これらの拠点が道の駅だと思っています。

片山：私も3年前から小規模な体験会を企画しています。例えば、大豆の種蒔きから枝豆収穫までの体験。そこでは昔ながらの農法を知り、美味しい食べ方や料理も伝えます。また、農業をやりたい若い人達の見学や受入もしています。私は農業者だけでなく、食に関する事に取り組む若い人達にも農家として協力したいと考えています。若い人達が農業を続ける、農業を始めるには、同世代からの支援が必要不可欠です。現に、農業高校や農業大学から研修や講演の依頼が青年農業者クラブに多く入りま。農業高校は今や女子の方が多そうです。

後継者や新規就農を増やすにも、世代の離れた大人や先生だけで農業を教えるのではなく、現場の農業者が当り前に交流できることが大事です。若手農業者と農業を志す若い人がつながって連携していれば、農業後継者を増やしていくことは可能だと思っています。

藤関：私達、直売所の周りには、農業に興味を持たれる方が沢山います。青年農業者や新規就農者の皆さんは、きっとこれから直売所の担い手になってもらえると期待しています。

私達は仕入れを一切しない方針で

す。地元の生産者・農産物にこだわる直売所だからできる強みがあります。生産者の顔が見える、生産現場が見える、直接消費者の声が聞こえ、声が伝達できるというこの強みが、さらなる直売所の発展につながります。

生産者同士の生産意欲はもちろん、青年農業者の力、農業体験を含めた様々な活動によって消費者との信頼関係も深まり、後継者、新規就農者の獲得ができ、直売所を核としたアグリビジネスができると思っています。近江商人の「三方よし」の精神。「お客様よし、農家よし、地域よし」を念頭に、これからも直売事業を進めていきます。

道の駅あいとうマーガレットステーション 館長 藤関 明雄さん

流通業界勤務を経て、道の駅あいとうマーガレットステーションに構想段階から関わる。20周年を超えた現在も館長(駅長)として全体を率いる。「あいとう直売館」では「足りないものは地域で作ろう」を合言葉に、農産物から加工品まで東近江市産100%にこだわる。道の駅が東近江市の生産振興、資源循環、商品開発、各種交流の拠点となり、多くの活動主体の相乗効果で地域を盛り上げている。

NPO法人 愛のまちエコ倶楽部 事務局長 増田 隆さん

道の駅に入る「あいとうエコプラザ菜の花館」館長として、菜の花をテーマに資源循環を図るエコプロジェクトを実践。東近江の家庭料理レシピ集の作成にも関わり、農家レストランや農家民宿の開業につなげた。農家民宿、農業体験、NPOの活動等を総合的に発信する調整役としても活躍する。

サンテファーム 代表 片山 恵美さん

脱サラして米農家に転身した父親につづき、自らも多品種野菜の生産者として生産を開始。主に直売所、マルシェ、飲食店向けに販売する。女性の農業経営者の発信力を高めるため、有志で「しが農業女子100人プロジェクト」を結成し、情報交換やマルシェ開催などを進める。



直売サミット現地視察 (Bコース) の参加者と赤い帽子が会員の目印の「あいとう直売館」の皆さん。

地域の台所「おうみんち」(滋賀県守山市) ～びわ湖の恵み・食文化を受け継ぐ～



JA おうみ富士
食育園芸部長
川端 均

「おうみんち」がオープンして8年。地域の方々の動き、物の動きが変わったことを実感しています。プレッシャーも沢山あります。直売所や道の駅の方は胃が痛くなる時が1日2回あると思います。1回目は朝、出荷者が来られるかどうかの心配。寒くて、凍って、風が吹いて、雨が降って、台風前で、本当に出荷者が来てくれるのか。2回目は開店前、お客様が誰一人いなければ胃が痛くなります。もう1回、ありました。売れ残り商品を引き取りに来る農家の顔を見る時です。こんな365日を運営しています。

目に見えない重圧もあります。でも、胃が痛いばかりではなく、毎日楽しくしたいと考えてやり出したのが今のスタイルです。今村代表の教えを指南に進めてきた8年です。私達の活動はどこ地域でもやれることだし、もっとレベルの高い取組みをされているところも多いと思います。私達は決して直売所「おうみんち」だけのために事業をしていません。直売所を活用し、新たなチャンネルを開きたいという想いで事業を進めています。

春、桜となばなが咲く頃の「おうみんち」には、外国人も含む多くの方が写真を撮ったり、休憩をしたり立ち寄ります。なばなが咲いて、トウが立って出荷できなくなってからが勝負の時期です。花が開いたからとすぐに鋤きこまず、眺めてもらおうというのが私達の発想です。



なばなはその形態により売り先が変わります。最初は市場に出荷。大きくなったり、花が開いてきても直売所には出荷できます。さらに大きくなれば花瓶に飾る花になります。そして、マフラーやストールを染める原材料にもなります。

咲き始めの花芽は天ぷら、アイスクリーム、お菓子にも使われます。私達は業者さんが「花芽の付いた菜の花が欲しい」となるよう仕掛けています。滋賀には元々花を食べる文化があり、花が咲いたなばなは青果では出せませんが、料理の材料になります。通常の出荷ルートには乗りませんが、直売所を通じてお客様に届けることができます。「おうみんち」は「食べられる旬の物」である限り、規格はうるさく言いません。特に朝取りを推奨していません。

直売所出荷者571名のうち最も多いのが60代。農政は今、担い手の大型農業を推進し、経済的に勝てる農業に力を入れています。一方で、家族が進める少量品種の農業も大事です。その農家の受け皿が直売所です。出荷者の約75%が60歳以上。うち60代が4割。出荷者の中には、最近まで企業の代表取締役や部長としてデスクワークをしていた人も沢山います。その方々が地域に戻り、先代の土地を使って新規就農をしています。このアクティブシニアの皆様が今後の「おうみんち」を支えてくれることになるかも知れません。私達はこのような方々にもっと資源をつぎ込んでいかなければと思っています。

企業勤めをしてきた方々はマーケティング思考で、「いつ、誰に、何を、どのように売るか」「この店の強みをどのように活かして展開するか」「商品設計をどうするか」など実務を日々経験して来られました。

「おうみんち」で年間販売額が最も多いのは「モリヤマメロン」がある5～7月。ここに人・物・金が集中します。冬には赤字になる日もあります。我々は1番売り上げの高い所に合わせて労力や設備を投入するので、メロンに並ぶような新たな波がもう1本必要なのです。そこで目をつけたのがなばなでした。ただ、なばなは天候にも左右され、花が咲いたら花を使うしかないとなり、先程の話につながります。

「おうみんち」は年間352日営業し、約48万人のお客様です。年間売り上げは約11億。商品売り上げ点数は約385万個、客単価は約2,200円、平均購買口数8.1点。景気が悪くなるとこれが6.3点に下がり、買い控えが発生し

ます。地場率は約83%、約17%は仕入品や連携商品です。「農産物直売所」「レストラン」「交流施設」の3つの施設を運営しています。「レストラン」では6次産業による加工品開発、料理教室、ケータリング、惣菜づくりを。「交流施設」では「キッズ・ファーマーズ」と呼ぶ子ども達との交流や、最近では自転車で来る外国人の受け入れなどインバウンドも増えています。

これら3施設で進める活動の目的が「つくること、食べること、つなげること」。私達スタッフも時々原点に戻って考えています。

2008年に開設した時、12万8千人、4万4千世帯の管内に大小さまざまな量販店が16店ありました。それが今は22店舗。24時間営業店舗も出現し、おうみんち包囲網ができ上がっています。

でも、地産地消の商品は人気があります。我々は「DAY=0」。つまり、24時間以内に畑から食卓にのぼることが売りなので、様々な所から引き合いがあります。一方で、生産量が上がりず四苦八苦しており、店は細々と伸び続けているような状態です。

「おうみんち」にあるのは「しゃべる野菜」ばかり。「この野菜はどうやって作るの」と尋ねられたら、いくらでもしゃべる製造責任者（農家）がいます。私達はその2つ（農家とお客様）を結び付けます。その方法は「ゲストをキャストに」です。農家から聞いたことをできるだけお客様にお伝えします。しかし残念ながら、午後2時以降の店はガラガラです。食料自給率39%の通り、約100台の売場台のうち39台程しか稼働していないのも現実です。

統計によれば、農業は250万人が5年間で200万人になった産業です。増えているのは埼玉県の面積から滋賀県の面積に拡大したと言われる耕作放棄地だけ。作れる土地はあるが、人がいない。人がいないなら誰かに助けてもらうこととなります。昔の農村には「やといど」という言葉がありました。田を刈る時に手伝いに来てもらい、10時、15時には茶菓子を出して土手で食べてもらいます。そのような形で今もお客様に手伝ってもらって良いのではと考えています。

私達の進め方は農政の主流とは逆かもしれません。家族経営農業を進め、地域総兼業化を考えています。通い農業でも、マンション住まいでも農業は出来ます。非農家を農村に招き、「なぜキュウリが曲がるのか、なぜナスが傷つくか」を理解してもらい、それを経済活動につなげたいと考えています。私達は少量多品種の農家・農業を支え、適量多品種に変えたいと思っています。私どもの店の加工品には業者がほとんど入っていません。店にある農産物を加工農家がい、それを使った加工品を出すのが基本です。原材料となる野菜を大量に欲しいという注文があれば、私達が間に入ります。私ど

もは「農産物」を「園芸作物」と考えています。芸術の「芸」なので、2つに割れた大根でも良いと考えます。ただ、形は色々あっていいですが、「大根ならきちんと洗浄して下さい、腐ってはいけません」と言っています。

今のテーマは地域の中で「いつ、どこで、誰が、何を、どのように、どんな方法で作っているか」と「いつ、どこで、誰が、どのようなものを欲しがっているか」をマッチングすることです。このコーディネートを進め、生産所得を上げたいと思っています。

目標は「愛されて50万人 喜ばれて10億円」。これを続けていくのは至難の業です。最近では「CSA」や「DMO」にも着目しています。「おうみんち版CSA」は特定のコミュニティにより進める援農です。「大根引きを手伝ってもらい、お礼に5本あげる」というもので、そこにアクティブシニアを取り込みます。そこで出来た作物を最高の田舎料理にして、この地を往復した観光客に提供していくこと、これが「おうみんち版DMO」です。通過する人、住んでいる人を巻き込みながら農村が動き、地域が活性化し、経済が回るようにするのが、「おうみんち」の役割です。

このような考えで始めたのが「青空フィットネスクラブ」です。今年の初めは308名の会員でしたが、現在は357名。年間20回ほど農業者になってもらいます。先日は1万本のさつまいもを収穫してもらい、それで焼酎を作りました。参加者からは「えらい目をして土産がさつまいも2個だけはきつい」との声もあります。でも、農業のきつい面を理解してもらいたいのも大切です。私達は食料自給率をもっと増やしたいと考えています。お客様に「農業してみませんか」と一声かける活動が直売所ならできます。地域に通ってくる方、地域にお住まいの方、地域にたまたま旅行で来られた方など、すべての方々におもてなしができるシステムづくりを「おうみんち」は考えています。

① インフォメーション

2016年度までは、キッチンカーで大学生に100円朝食を提供していましたが、2017年4月より大学の計らいで学内に固定店舗を出店することになりました。これで、朝食だけではなくランチや地産地消弁当の提供ができ、さらなる食育活動の展開が可能となりました。

JAおうみ富士「ファーマーズマーケットおうみんち」 食育園芸部長 川端 均さん

JAおうみ富士が2008年に開設した「おうみんち」の店のコンセプトづくりから携わる。消費地や琵琶湖に近い地の利を活かし、「青空フィットネスクラブ」と称する農業者体験、外国人客の受け入れ、大学での食事提供などにもチャレンジし、地域貢献型の事業を進める。

分科会・全体会

分科会は滋賀の直売所や地産地消を率いる5名の話者提供者を囲み、参加者間で活発な意見交換が進められました。最後の全体会では分科会の報告を行っていただきました。



第1分科会



直売所から農業体験・農家民宿への仕掛けづくり (交流事業の展開)

話者提供者：NPO法人愛のまちエコ倶楽部 事務局長 増田 隆さん

- NPOが調整役となり地域の団体との連携を進める視点で事業を展開する。「田舎もん体験」を通して、お客様が農業体験に感動する様子が生産者側の自信にもなる。
- 体験を大人向けに企画したことで、シニア世代が集まるようになった。後継者のいない梨園の共同管理は、現在、第4園を引き受けたところまで話が進んでいる。
- 新規就農支援の窓口業務もNPOが行っている。県の農業指導員、市の農業水産課、農業委員会、農業共済、JA湖東、生産組合、道の駅などと連携して会議を開き、対応策を練る。年10件程の相談で、実際に決まるのは1~2件。
- 移住者交流会を開催し、各種相談や同じ立場の者同士が話の出来る場を作る。体験を通じてリピーターや地域の応援団も増えてきた。移住の相談も多くなってきたが、家を貸してくれる人がまだ少ない。
- 情報発信の拠点として、道の駅が素晴らしい活動をしているからこそ、これらの活動ができています。

質疑応答

Q：体験料と回数を知りたい。

A：ぶどう体験は7,000円(全10回程)。米づくりは20kgのお米付きで12,000円。1回の募集で20組が上限。体験料収入は年間70~80万円。商品販売収入も同じくらいあるが、収益が上がる所までにはならない。
どのコースも回数を重ねて本物に近づく。ふれあう機会が多いためファン作りにつながると意識している。

Q：「よーきて茶屋」は無料でお茶を出しているのか。

A：静岡が300円で実施していた例を参考に400円もらう。飲食店営業許可が必要なものは出さずにお茶と茶菓子を出す。NPOがチラシを作り参加者を募集。補助金でのぼりやジャンパーも作った。イベントとして年4回程度は認められると保健所等と協議した。1回平均30人ほど参加。現地で農産物等販売も行う。高齢者も家に居ながら対応できるという良さがある。

Q：「田舎もん体験」のリピーター率や増減率は。

A：米づくりは内容がハードなので定員一杯にはならない。
一方、1枚の田んぼをやりたいお客様もいるため、「1枚田んぼオーナー制」も用意し、トラクターを貸すこともしている。味噌づくり体験が一番人気で最初に埋まる。グループや家

族での参加も受けている。

Q：農家民泊を受け入れている農家の人達はどう思っているか。

A：2010年に農家民宿を開業。中学校の修学旅行を受入れて6年目。毎年3~4校、1校150人規模で来るので、市内30~40軒で受けている。1軒4人として40~50軒の民泊が必要になる。農家生活体験を行う民泊で、都会から来てもらうことで田舎の良さを見直している。儲からないがある程度の収入にはなる。農家民宿は女性が活躍できる場で、おかみさんがいないとできない(生産者)。

Q：体験も民宿も採算があわなければ続かない。私達(愛知県)の収穫体験はすべて1,000円。施設全体の売上げが約3.3億。うち直売所が約2億(手数料15%)。うち飲食と体験が各5~6千万で、最も利益率が高い。直売所だけでは年寄りばかり来るが、ふれあい農園や体験には若い人が家族連れで来る。補助金やボランティアでは続かない。

A：レストラン実施も民泊も別の組織が運営する。我々のNPOはこれらの事務を預かり、地域としてスムーズな運営に努めている。お金が回らないと続かないので、次につながることを意識して運営している。

Q：私達(奈良県)は年間約15万人を受け入れ、スタッフ約65名で50種程の野菜や果樹を作る。イチゴ狩りは30分1,300円。その他、サツマイモ、サトイモ、大根、白菜、たまご拾いなどの体験を受け入れる。菜の花の資源循環は採算がとれず補助金がないと無理だった。村への入場料として大人600円(子ども350円)をもらう。入場料と体験料は別。農水省や総務省の補助金も活用するが、公的資金を使う事業と自分達で採算をとる事業を区別して運営している。

A：市の指定管理事業という基本収入と関連する収入が基盤となっている。体験料収入はわずかだが、最終的に新規就農者が増え、直売所の出荷増、農協の売上増になれば良いと考えている(増田さん)。

A：生産者が高齢化して後継者がいない中で、体験に来る人も栽培を習いに来ている。この中から農業をやりたい、愛東に住みたいという人が出てきた。採算は採れなくても地域の農業を守ってくれる人づくりをしていると理解している(受入生産者)。

第2分科会

テーマ

直売所レストランの運営とメニュー開発のコツ

話題提供者：「おうみんち」地域食材供給施設リーダー 今西 昌子さん

- 地元野菜を利用したバイキングレストランは、2008年5月にオープン。週末は約1時間待ちの人気。肉類をほとんど使わず、野菜中心の昔から食べている献立を中心とする。
- 料金は大人1,200円（税別）。席数60席。60分の時間制。従業員は35名。厨房4~5人、フロア1~2人、レジは1人で対応する。メンテナンス休暇が月1回ある。従業員の都合に合わせてローテーションを組むのが一番の仕事。
- 食育として毎朝キッチンカーで大学に出向き、カレーを100円で販売（200円を保護者が負担）。

質疑応答

Q：1日の集客数と1日の品数について。

A：平日約80名、週末祝日120~200名の客数。品数は70~80品。米飯だけで6種類ほど（白米、お粥、ちらし寿司、炊き込み数種）。デザートも数種（大福各種、プリン、ゼリー、ういろう、果物、ドーナツ、パンケーキなど）を小さく切って提供する。同じ献立も味付けを変えて出し、メニュー数を増やす。（例）生ういろう→揚ういろう、かき揚げ→かき揚げ甘酢あんかけ など

Q：バイキング方式の良し悪しについてはどうか。

A：私達はバイキング方式で良い。少量多品目の献立で作って、無駄が殆ど出ないように工夫する。お客様に残さないうで食べて欲しいと声をかけることもある。

Q：家族の理解や協力をどのように得てきたか。

A：毎朝の送迎が出来なくなると伝えたとこ、定年前に主人が仕事を辞めた。今では同じ職場の裏方に回ってもらい、和菓子づくりの工房で働いている。

Q：開店から8年経った改善点について。ホールが1~2名で大丈夫か。片付けがセルフサービスであることにお客様の不満はないか。

A：調理師免許、国際栄養士など、スタッフが様々な資格をとり、新しいメニューを提供できるよう努力している。ホールの人員が足りない時は、厨房からまわり、土日は増員する。後片付けまでを「食育」と考え、返却時にどの位残したのか、何が美味しかったのか、お客様と対話するようにしている。そこから今後の味付けや料理のアイデアも浮かぶ。

Q：野菜料理のバイキングをしているが赤字。残った物をどうしているのか。バイキング、軽食が同じ所であり、動きがゴチャゴチャにならないか。

A：残らないように少量多品目で作り、客の様子を見ながら出す。「肉じゃが」が残ったらコロケにしたりする。施設内は担当や時間も分けているので問題はない。



10月21日の直売サミット視察時のバイキングメニューのほんの一部。ほとんどの料理に旬の野菜が使用されている。

Q：今年6月に直売所に農家レストランをオープンした。開業後はバタバタと仕込みに追われ、新しい献立を考える暇もない。どうしたらいいか。

A：私達も最初の1年は何も考えられず無我夢中だった。新たなメニュー開発ばかりを考えるのではなく、臨機応変の対応も大事。私たちは朝一番に直売所の野菜を定価で購入する直売所一番のお得意様。仕入れた野菜を見てから、その日のメニューを考える。貯蔵できる献立を用意しておく事も必要。（例）漬物、ひじき、煮豆など。

Q：私達は飲食を提供していないが、弁当・総菜・菓子製造等の加工で年間3,500万円ほどの人件費がかかる。従業員35名の人件費はどのくらいか。

A：売り上げの約半分が人件費だ。毎年、販売計画書を作り、弁当の種類を増やしたり、記念日用の食材を作ったり工夫している。メニュー表のないレストランとして、お客様の希望を聞いて料理を作ることもある。お客様とできる限り会話し、メニューの参考にする。小さな子供にも、美味しく、残さず食べ、片付けてもらうことは「食育」になる。塩や醤油を多くかける大人には「塩分の取り過ぎ」と声掛けする時もある。直売所から毎日食材仕入れるお得意様であるので、赤字にならないければ良いと言われている。地域の食育の場でもあり、6次産業のお手伝いもしたい。



JAおうみ富士ファーマーズ
マーケット「おうみんち」
地域食材供給施設 リーダー
今西 昌子さん

「おうみんち」のレストラン開業時に、それまでの加工品づくりの経験やセンスを買われリーダーに抜擢された。野菜づくりの献立が子どもから高齢者までの人気となり、「おうみんち」のお母さんとして慕われている。その歩みは「直売所レストラン・成功のレシピ」（農文協、2013年）でも紹介。

第3分科会

テーマ

鹿・猪などジビエ料理の提供と商品開発の進め方

話題提供者：池田牧場 専務取締役 池田 喜久子さん

- 昭和31年に牛2頭から始めた。牛乳の生産調整が進められる中、消費者との距離を縮めるために交流事業をスタートした。
- 平成9年より加工品の販売を開始。平成15年に現在の山の中に移転し、農家レストランも経営する。現在の従業員は24名。
- 永源寺地区は県内でも有害獣が多い。平成27年に鹿は1,339頭、猪は341頭を駆除している。
- 害獣柵を設置しても被害があり、捕獲した鹿や猪の「ジビエ料理」を提供することに。提供し始めて5年目で赤字が出ない状況になった。
- 鹿肉は高タンパク、鉄分豊富で身体に良いが、臭いや固さがあったため、専門家の指導を受けて人気商品の鹿のローストを提供した。「しぐれ煮」等の加工品も作る。肉は大きい冷凍庫で保管し、通年で利用している。
- 鹿肉は東近江市の「ふるさと納税」の返礼品にも登録され（1~3万円）、年間50~100セット出ているという。

質疑応答

Q：直売所のレストランでジビエ料理を提供したい。普通の肉に比べて単価が高いが、鹿肉の流通方法を知りたい。

A：（池田さん）平成15年に始めた時はあまりルールがなかった。猟師が捕った鹿をまず川で冷やし、血抜きをしてから肉屋に預けて加工し、真空パックしてもらった。夏の鹿は衛生的に良くなく、秋から冬の鹿肉を使う。現在は100g・600円を超える。

（滋賀県）鹿や猪等ジビエの取扱いは国のガイドラインに沿っているが課題は多い。本年6月に県にジビエ活用チームができた。

Q：鹿や猪が多く、地元でも活用したいが、都市部に比べて地元の人々の関心は低い。

A：地元では「鹿さし」としては食していたが、地域の「伝承料理」としては残っていない。私達は臭いを抜き、柔らかくし、高タンパク、低脂肪を売りに提供している。現在は年間70~100頭を使う。冷凍保管に合った調理の



農家レストラン「香想庵」の提供料理（池田牧場提供）。

工夫と努力も必要だ。

Q：地元のジビエ研究会に所属しているが、捕獲、流通、活用の流れを作るのが、かなり難しい。保管の問題もあり現在はフェア等での利用にとどまっている。

A：大きな冷凍庫があるので保管の問題はない。ジビエを前面に出すのはリスクもあり冒険だったが、ただ処分するだけではなく、「大事な命をいただく」と訴えて地元の方々にも理解してもらえるようになった。実際には県外の人の利用割合が高い。



農業生産法人 池田牧場
専務取締役（東近江市）
池田 喜久子さん

牛乳の生産調整の辛い経験から、平成9年より自ら牛乳の加工を始める。ゼラート等の飲食提供を通じた消費者との直接交流をスタート。平成15年には山間の古民家を改修し、農家レストラン「香想庵」を開業。鹿などのジビエや郷土料理が人気。6次産業化の先駆者として全国にそのファンを持つ。

第4分科会

テーマ

アドベリー等の人気商品の開発と作り手の育成

話題提供者：道の駅藤樹の里あどがわ 駅長 中島 利明さん

- 高島市は県内で最も大きい市だが、近畿の北海道とも言われるほど、風も強く、寒く雪も降る。冬場の内職として京扇子の骨（扇骨）の産地で、道の駅でも展示や体験の受け入れを行っている。
- 滋賀県で13番目の道の駅として平成18年に開業するにあたり、道の駅の利用率を上げるため、住民ニーズの高かったコ

ンビニも併せて誘致することとなった。

- 道の駅にないものはコンビニで買ってもらおう方針とし、道の駅の商品はオール高島市内産とする方針を固めた。
- そのためには地域の目玉商品が必要と考え、商工会の講演会でニュージーランド特産のポイセンベリーの話を聞き、それを当市は「アドベリー」（安曇川のベリー）とネーミング

して、生産者協議会を作り生産に励んできた。

- アドベリーは雨に弱く、生産・加工にも手間がかかるため、追従する産地もなく、ゆえに希少性があると判断した（収穫期は6月中旬から7月頭）。
- 商工会と生産者とともに進めたことで、栽培と加工が同時に進み、その後の好転につながった。
- 行政やJAに頼らず、商工会を中心に民間企業が主に進めてきたので、関わった人達の情熱も強かった。
- 商品は協議会の審査会を通らないと認定商品としないと、ハードルを高くしたことで、商品の品質が高まった。
- 今では多くの関連商品が開発されたが、軌道に乗るまでには15年程要している。成果を焦らない事も功を奏した。

質疑応答

Q：アドベリーの現在の生産農家は何件いるか。また、アドベリーの価格や現在の生産量は。多くのアイテムが商品化されているが、地産産の原料は足りているのか。

A：現在は生産者4件だが、今後は個人ではなく組織的な栽培を進めて行くことも検討している。アドベリーは1kg・3~4千円程度。現在の生産量は年間5tほど。

Q：栽培と加工の分業をどのように考えるか。生産から加工までを行う6次産業化を担う法人を地元立ち上げ、一貫して進める方がうまくいくのではないか。そこに地元の高齢者や地域住民を巻き込んで新たな産業を生み出すこともできる。

A：果実の販売価格が生産コストに見合っていない所もあ



「道の駅藤樹の里あどがわ」のアドベリー飲料のコーナー。他にもアドベリー関連商品が店内に沢山ある。

る。果実原価が高くなるほど、商品の販売価格が上がってしまう。栽培者が加工まで手掛けるのが良しとされる向きもあるが、価格の問題や高齢化等の課題も大きい。



道の駅 藤樹の里あどがわ
駅長(高島市)
中島 利明さん

約15年前の安曇川町時代より「アドベリー」(ニュージーランド産のボイセンベリー)の産地化が功を奏し、その関連商品が道の駅の人気商品となる。高島市には「日本酒」「醤油」「酢」「味噌」「なれずし」など高品質な発酵食品の作り手が多く、これら伝統食品の作り手の継承を目下の課題とする。

第5分科会



品揃え充実に向けた「きてか〜な」の秘策

話題提供者：JAグリーン近江「きてか〜な」店長 小澤 清典さん

- 当店に特定の目玉商品があるわけではない。そのため、すべての商品が売れる直売所を目指している。
- お客様と同じくらい出荷者も大切に、感謝している。出荷者は直売所の大事なパートナー。地元の食材がなければ、直売所はスーパーと同じ。
- スター商品はないが、調味料を野菜と一緒に置くなど、もう100円多く買ってもらおうような仕掛けを工夫している。店の人気は客単価にすぐ現れる。
- 農家への恩返しはとにかく「売る」こと。お客様が欲しがっている商品情報を農家に伝える。例：青いトマト等
- 作って欲しいものについては農家向けの研修会を開く。役員会や総会はやめ、農家には物を作ることに専念してもらっている。その代わりに、定期大会を実施し、売れ筋商品や足りない商品の情報を農家にフィードバックする。新品種に取り組む時の仲介や補償は行っていない。若い人はリスクをとれるので、新しい取組にチャレンジしやすい。
- スタッフにはもちろん、農家にも厳しくするため喧嘩になることもあるが、良いものを出す責任を果たしてもらいたい。

品質の悪い商品は、店長責任で理由を明らかにし、スタッフが下げている。

- 27年度の売り上げは、5.3億。来客数は35万人。売り上げは125%の伸び。
- 販売手数料は16%。沢山販売した人、沢山商品を持ってきた人の販売手数料は安くする。今の平均は15.1%、最低は9%。大口販売の人にメリットを享受してもらおうことが、品揃えの充実にもつながる。

質疑応答

Q：手数料率の割引をリセットするのはどのタイミングか。

A：年度末3月31日で一旦リセットする。割引は販売額が50万円を超えた次の日から始まる。

Q：農産物の集荷は行っているか。

A：集荷はしていないが、米の倉庫まで持ってきた場合に例外的に集荷している。集荷してしまうと、お客様の声が農家に届かなくなる。

～参加者からあがったうちの直売所の品揃えの工夫～

■おむら夢ファームシュシュ（長崎県大村市）

- 農家でなければ知らないようなレシピを売り場に貼る。
- 果物を販売するときは、必ず試食させる。一日で40～50個の梨をむくが、これが10～15万円の売上げになる。

■あんずの里市（福岡県福津市）

- 住民の高齢化が進んでいる団地に出向いて販売している。他からも同じようなオファーがきている。店での売上げは頭打ちのため、もっと外に売りに出たい。
- 学校給食に食材を供給。地場産率が5割を超えている。

■道の駅彼杵の荘（長崎県東彼杵町）

- 農家が高齢化し、店まで持って来られない状況にあるため、集荷計画を練っている。集荷手段は障がい者施設の移動販売車との連携も検討中。

■道の駅たかの（広島県庄原市）

- オープンして4年目で、一般客と観光客の双方が来る。
- 昼（12：30～13：00）に合わせて新鮮野菜を売るため、週4回、2t車で集荷し、午後にも新鮮野菜があることをアピールしている。
- 豪雪地帯なので「雪室」がある。キャベツ、人参、じゃがいもを保存し、商品が少ない時に出す。保存すると野菜が甘くなるメリットもある。夏のお中元に雪を詰めて贈るギフトも実施している。

■道の駅うみんぴあ（福井県おおい町）

- 3年半前にオープン。野菜が不足していたため、毎日7時半に出発して野菜を集荷する。集荷には会長が立ち会い、お客様の声を届けている。
- 集荷等により野菜出荷は1割程度増えた。今後は後継者が不足している加工品の充実を検討している。

■道の駅クロスロードみつぎ・野菜市（広島県尾道市）

- 特定の野菜が集中しないよう、播種期をずらして栽培するようお願いする。イタリア野菜も試しているがまだ良いものが出来ていない。コールラビは売れ始めている。



「きてか～な」の中央には「みにキッチン」があり、野菜等の商品の試食にもすぐに対応できる



最も参加者の多かった第5分科会の様子。

■おらほの市場（秋田県鹿角市）

- 冬場は貯蔵野菜やハウスで栽培した野菜を販売。りんごも秋から5月まで販売できる。冬場はりんご、米、野菜、漬物がメイン。漬物は人気で、会員間で原料の野菜を融通し合い、漬物が足りなくならないようにしている。

■産直めぐり（山形県鶴岡市）

- 会員間の競争は良くない印象があったが、モチベーションの高い農家に合わせることも大事だと思った。
- 当店のスター商品はぶどう。年間売上げの約1割を占める。品種は70品種ほど。1つの品目で多品種を揃えていることが我々の直売所の強みだ。

■あいとうマーガレットステーション「あいとう直売館」

- 加工品も試食会を始めた。
- 時期を早めに出せる品種や貯蔵できるものを栽培するほか、乾燥野菜も作るなど、農家が自主的に競合を避ける工夫をしている。



JAグリーン近江
「ファーマーズマーケット
きてか～な」
店長（近江八幡市）
小澤 清典さん

自らも農業生産者で出荷会員でもある。ドレッシング製造などオリジナル商品も作る実践派の店長。生産・出荷する会員の意欲を高めるため、売上額・搬入時間・距離などに応じて販売手数料を変え、入荷量を高める独自の工夫を重ねる。会員農家が積極的に店へ顔を出す、活気ある直売所。

第15回 全国農林水産物直売サミット 参加者アンケートから

～皆さまからのご意見を今後の企画に反映いたします～

回答者の 所属

- ・直売活動実践者（生産者・運営者・経営者）50%
- ・行政関係者 16%
- ・農協関係者 14%
- ・企業関係者 7%
- ・その他（研究者・団体・個人）13%



1 直売サミット全体の感想について

(1) 非常に満足（18%）

- ・直売所の取組みについて直接話を聞いてよかった。
- ・内容が充実しており、集まった生産者や直売所の人が意欲的で刺激になった。
- ・報告会、分科会を通じて現場の取組み、課題、問題意識がわかり大変勉強になった。
- ・永源寺のような生活支援も進める事例が参考になった。

(2) 満足（75%）

- ・日頃は地べたに貼り付いた仕事をしており、全国の人と会える機会がないため貴重な時間だった。店のスタッフや生産者と共有できなかったのが反省点。
- ・各直売所の「三方よし」の取組み、生産者、消費者、地域を考えた行動を知ることができた。
- ・分科会が判りやすく、交流会もよかった。
- ・滋賀県、東近江市など行政との連携と一体感を感じた。
- ・直売所の経営を考えるヒントが得られた。
- ・新しい事業の展開の現状を見ることが出来、聞いた。
- ・直売所の設置目的が明確に表現されたサミットだった。
- ・会議（研修）、意見交換、それぞれの進行が円滑だった。交流会、視察も含めて準備が整いすばらしい。

- ・全国の直売所、道の駅の話を知ることがよかった。
- ・視察先、発表者の取組みが多彩。生産者目線、消費者目線の良い所が満載だった。
- ・直売活動の発展に向けて色々な取組みをされていること自体に深く感謝した。
- ・直売所のあり方、お客様との関係、生産者との関係（とり決め）について新たな視点が見えた。
- ・「おうみんち」の発表は新しい内容で興味深かった
- ・「おうみんち」のレストランは品数も多くとても印象的だった。リーダーの存在は大きいと感じた。
- ・熊本の災害時の直売所活動報告も非常に参考になった。
- ・直売所個々の悩み、共通の悩みが聞いて役に立った。
- ・良いお店はお客様のことを考えている。小さなことだがPOPで良くわかった。

(3) 普通（5%）

- ・特に感動する取組みがなかった。
- ・分科会のテーマをもう少し絞ってほしい。

(4) やや不満（2%）

- ・会場アクセスとテーマの不明確さ（直売所、6次産業化）

2 今後、希望する企画内容について

（生産者・出荷者を育成する方法）

- ・出荷意欲を向上させる取組み
- ※「きてか～な」のような手数料率の変動性など
- ・出荷者の育成法。
- ・小規模農家がどうやって生計を立てるかの工夫。
- ・今後の農業はどうなっていくのか。
- ・もう少し生産者の話を聞きたい。

（課題解決の方法について）

- ・直売所を設置した年度毎の課題分析と対応等（年度別、課題別、検討が深まる）
- ・課題解決策のヒントについて。
- ・直売所が困っていること、それを改善できたことの発表。
- ・壁にぶち当たった時の打開策。
- ・直売所の立上から現在に至るまでの苦労話。集客・生産者集めに奔走したこと。危機の乗り越えた方など。

（対象別の研修企画）

- ・年代別の直売サミット

- ・新しい直売所、古い直売所が比較できるような研修。
- ・役割や担当者別検討会（人材発掘につながる）。
- ・サービスを提供する従業員の育成法。

（その他のアイデア）

- ・POSデータの活用法について
- ・直売所間での商談会。
- ・仮想「直売所を立ち上げるとしたら」と題し、立地条件、人口など仮想設定して討議してみる。
- ・まちむら交流きこう一押しの直売所売り方テクニック（例）3合で売っている米、包装が変わっているなど
- ・農業体験ができる企画。
- ・2020年に向けた食品表示。
- ・視察した直売所に視察をした人達が感想を書いて送る。
- ・道の駅だけではなく異業種からの参入や失敗した例も聞きたい。
- ・熊本の報告のような直売所の社会的役割。

3 今後、研修に行きたい直売所やリーダー

- JA グリーン近江「きてか〜な」(滋賀県近江八幡市)
- JA おちいまばり「さいさいきて屋」(愛媛県今治市)
- 内子フレッシュパークからり(愛媛県内子町)
- 道の駅四万十とおわ(高知県四万十町)
- ほたるの里(福岡県宗像市)
- 道の駅十文字(秋田県横手市)
- げんきの郷(愛知県大府市)
- 大阪府豊能町にいる20年以上の現場リーダー
- 富山の会計事務所が運営する店

(その他)

海産物と農産物を両方あつかう店、水産物の多い店、東北太平洋側の店、中山間過疎地域でも経営的に成り立つ店、都市部の直売所



夜の交流会では湖魚、ジビエ、発酵食、赤こんにゃくなど近江の食が勢ぞろい。

4 全国ネットワークで進めて欲しい活動

(役立つ情報の発信)

- 直売所の統計を取り、そのデータを教えてほしい。直売所の傾向や今後の見込みを知る上で大切。
- 情報だけであればネットで調べられるが、調べられない情報や体験を考えてほしい。
- ホームページの充実、多様な直売所情報の発信。

(直売所間の販売連携)

- 産直間特産物の交流。
- 全国直売ネットワーク「わらしべトラック」
(例) 青森のリンゴを特定の金額である県が購入し岩手県がそれを卸して同じ金額を仕入れ、全国一周

する。

- 直売所間の物々交換による活性化。「地域の直売所を全国で盛り上げよう！」という企画。
- 各店の売上げが弱い月を他県の店が販売応援する。
- 出荷者が儲かり元気になるテーマ、品物、パッケージ等。
- 直売所間の商品交流(端境期の農産物融通、山と海の交流など)。
- 参加していない地域でネットワークに参加することのメリットを伝えるPR活動。

5 直売活動の今後の展開について

- 広報の工夫により直売所の裾野はまだ広がる。
- 全国大会も良いが、地方での連携活動もできれば良い。
- 後継者確保、産地化につながる展開となることを期待。
- 運営側、従業員にも後継者問題が出てくるだろう。
- 直売所数が増え、コンビニや大型スーパーも増えている中、生き残りが厳しくなっている。
- 直売所1号店を知らずに、街場の2号店を利用している人もいるようだ。都市部の直売所は不足しているので2号店も増えると良い。
- 直売所が多様化し、スーパーになってしまったり、

スーパーが直売所の生産者をとってしまったり起きている。基本を守ることが大切。

- 古くなった直売所はどうすべきかの検討を(19年目)。
- 移動販売による買い物弱者支援、消費者へのフードマイレージの意識づけなど、地産地消や食育を通じて直売所が地域活性化の核と位置づけられることを願う。
- 今村先生に車中で話を聞き、直売活動への思いを強く感じたので、今後の活動に活かしたい。
- 生産者にやる気と経営感覚を身に付けさせたい。



直売サミットの現地視察の様子。「おうみんち」の交流の現場となる農園の前で(Aコース)。右奥の山が近江富士(三上山)。

直売所・現地視察

各直売所の皆様には受け入れに協力頂きありがとうございました

A コース 「おうみんち」のバイキングを堪能

● 「道の駅・あいとうマーガレットステーション」(東近江市)

「あいとう直売館」の商品は100%東近江市産。「ないものは作ろう」を合言葉に生産振興を進め、現在245名の会員で年間約5億を売り上げる。商品開発や後継者育成に力を入れ、開設21年目の今も右肩上がりで行き進む、全国トップランナーの直売所。

● 「JA おうみ富士・おうみんち」【昼食】(守山市)

平成20年に開設されたJA おうみ富士の直営直売所。地域の味を伝えることを目的にしたバイキングレストランが人気。周囲の畑で企画する「青空フィットネスクラブ」(農業者体験)も評判。お客様とスタッフを含め、毎日約2千人が「おうみんち」で交流を深める。

● 「道の駅・妹子の里」(大津市)

大津市・大津志賀地区のJA・商工会・観光協会が連携し、地域ぐるみで運営する道の駅(平成27年8月開業)。湖西道路の和邇(わに)IC内にある抜群のアクセス。直営レストランは近江牛の料理が目玉。小野妹子が大津市の出身であることから、この名が命名された。



● 「道の駅・藤樹の里あどがわ」(高島市)

平成18年に旧安曇川(あどがわ)町に開設された道の駅。約15年前から進めるアドベリー(ポイセンベリー)の産地化に成功し、6次産業化による関連商品が道の駅の目玉商品となる。JA西びわこの協力により農産物の商品管理も徹底し、道の駅全体で年間約7億を売り上げる(飲食含)。

B コース 近江の魅力を山から里から湖まで

● 「道の駅・奥永源寺溪流の里」(東近江市)

奥永源寺地区に新設された、旧政所中学校を活用して地域協議会が運営する総合交流施設(27年秋開業)。教室跡に入る直売所では、特産品のコンニャク、政所茶、川魚加工品や木工品が人気。他に、飲食店2軒、淡水水族館、診療所、行政出張所も入る拠点施設となる。



● 「JA 湖東・湖東味咲館」(東近江市)

JA湖東の直営店。木造建屋に直売所と食事処が入る。農産物・加工品は午前中で売り切れることも多い。店の窓から大きな農業用ため池が眺められ、景観の美しい農村部にある。隣地には探検家・西堀榮三郎の記念館があり、地域の文化発信拠点でもある。

● 「道の駅・あいとうマーガレットステーション」【昼食】

● 「JA グリーン近江・きてか〜な」(近江八幡市)

東近江地域の9つのJAが合併した県内最大規模のJAグリーン近江の直営店として、近江八幡市に開設(平成26年7月)。出荷者約560名、約650㎡の売り場で年間約5億を売る。商品の搬入時間や売上に応じた手数料の変動等、品揃えの秘策がある。

● 「道の駅・アグリ栗東」(栗東市)

平成12年に旧栗東町の交流施設として開業し、17年に道の駅登録。新幹線新駅の開業が幻になった逆境をバネに、個性的な店づく

りに方向を転換。割り木の巻き寿司、パン、豆腐など店内で作られる商品が人気。案内表示やPOPは同じ筆字で統一し、農村らしさを演出する。



C コース 湖北の歴史と食文化にふれる

● 「道の駅・近江母の郷物産交流館さざなみ」(米原市)

NPO法人いきいきおうみが指定管理する、琵琶湖に面した道の駅(平成元年開設。平成9年道の駅登録)。直売所、飲食店、宿泊研修、運動場も一括して管理運営する。「物産館さざなみ」では160㎡の店舗で年間約1.5億を売り上げる。オンラインショップも手掛ける人気店。

● 「長浜まちの駅」(長浜市)

JR長浜駅から近い中心商店街の活性化事業の一環として、平成22年に民間の(株)長浜まちの駅が開業。商店街に面し奥行きのある店内には、長浜や米原の農産物、地域の特産品や土産物が揃う。郷土史や郷土文化に関する展示や情報発信も進めている。

● 「道の駅・湖北みずどりステーション」(長浜市)

湖周道路沿い、夕陽や水鳥が美しく眺められる場所に平成13年に開設された道の駅。湖北水鳥ステーション(株)が直売所、飲食店を運営。直売所の入荷商品や売り上げ第20位までの人気商品ランキングを毎日ネットで発信。長浜の直売所連絡会の事務局も務める。

● 「道の駅・塩海道あぢかまの里・水の駅」(長浜市)【昼食】

平成21年に奥びわ湖の水の駅として開業(22年道の駅登録)。旧西浅井町の生産者の農産物や加工品、琵琶湖の湖魚関連商品が人気。ここにしかない商品や食事も多く、直売・飲食等を合わせて年間約2.4億を売り上げる地域の拠点施設となる。



● 「産直びわ・みずべの里」(長浜市)

旧びわ町の生産者が組織する、農事組合法人産直びわみずべの里が経営。平成11年に補助金を活用して開業し、24年度から完全独立採算による経営に移行。果樹・野菜・花卉・惣菜や湖魚関連商品が人気。直売事業だけで約200名の会員が4億を売り上げる。



D コース 滋賀を代表する直売所をめぐる

● 「道の駅びわ湖大橋米プラザ おいしや・うれしや」(大津市)

琵琶湖遊覧を行う琵琶湖汽船(株)が経営。別の事業者が営業していた現施設を平成22年に引き継ぎ、完全にリニューアルオープン。琵琶湖に面した立地で観光利用も多く、地場野菜の他、県の特産品も揃う。

● 「JA グリーン近江・きてか〜な」(近江八幡市)

● 「道の駅 藤樹の里あどがわ」(高島市)

● 「JA おうみ富士・おうみんち」(守山市)

まちむら交流きこうでは、新たな情報サイト「**里の物語**」を開設しました。本サイトでは**全国の農産物直売所、農家レストラン、農家民宿**や近年注目されている**廃校活用交流施設**などを写真とコラムでご紹介。すべての情報を7か国語に自動翻訳する機能が付き、外国人利用者にも広く発信できるものです。このサイトの目玉は「農産物直売所」。スタート時点で全国約1,800店の情報を掲載しています。リンクなどでご活用下さい。



右の「言語タブ」をクリックすると7か国語に自動翻訳する機能があります。上が各施設の紹介ページになります。詳しくはサイトにアクセスしてご覧ください。



<https://satomono.jp>

第16回 全国農林水産物直売サミットは 愛媛県松山市で開催決定

29年度の全国農林水産物直売サミットは、柑橘の大産地であり、特産品開発や6次産業化の活動が早くから進み、日本を代表する農産物直売所がある産直先進県・愛媛県で開催。全国の直売所関係者が集まる一大イベントです。ご参加お待ちしております。

- 日程** 平成30年2月1日(土)～2日(金)
- 開催地** 愛媛県松山市 **会場** 松山全日空ホテル
- 内容** 全体会、分科会、交流会、現地視察
- 視察予定先** 「太陽市」(松山市)、「さいさいぎて屋」(今治市)、「道の駅天空の郷さんさん」(久万高原町)、「内子フレッシュパークからり」(内子町)、「愛たい菜」(大洲市) 他
- ※すべて予定。県内4コースで実施。
- 参加費** 15,000円(資料代・交流会・現地視察費を含む)
- ※宿泊費は別途かかります。詳細内容は平成29年9月頃よりご案内します。



滋賀サミットの交流会では愛媛県から次年度のPRを行っていただきました。

平成29年度 農林水産物直売所・視察ツアーのご案内

各地を代表する個性ある直売所4～5カ所を直売所の専門家であるシンセニアンの勝本吉伸さんとともにめぐる視察研修型のバスツアーです(日帰り)。

- 岐阜県下 平成29年7月21日(金)
- 兵庫県下 平成29年10月27日(金)
- 静岡県(東部) 平成30年2月23日(金)

旅行代金(予定) 6,500円(バス代・昼食代を含む)
定員 各コース40名

※各ツアープログラムが決まり次第、詳細をご案内します



28年度に宮城県下ツアーで訪問した「あ・ら伊達な道の駅」(大崎市)。

直売ネットワーク事務局から

- 日本の家電製品はサービスがきめ細かく、使わない機能も多いと言われる。直売所も社会的使命を受け、事業が多角化しすぎてはいないだろうか。規制緩和の掛け声の一方で、法令順守に向けた事務的負担も多くなり、建設、福祉、外食、教育、製造など多くの業界から人手不足の声が聞かれる。適正な形で人手を増やすことは難しいとなると、業務の見直しや連携などで新たな人手の確保も必要になってくる。営業時間の短縮、サービスの見直し、会合や行事の集約など、本業である生産・製造業務に支障が生じる前に、「直売所としてやるべきこと」「直売所だからできること」の取捨選択を進めなくてはならない。
- 国連が定める2030年までの「持続可能な開発目標」Sustainable Development Goals (SDGs)を見聞きすることが増えた。世界中の人々が平等に開発の恩恵を受けるために2030年まで取り組む目標のことだ。そのアクションガイド(私達ができること)の中では、「買い物はできるだけ地元で直売所などを利用しよう」と記載されているのは心強い。直売活動自体も、右肩上がりに伸び続けることだけでなく、「持続可能な開発」の視点で、将来にわたりその地域で健全な営業を続けていくことが大事だということが、滋賀の直売活動の現場から伝わってきた。