



【上】農産物は市の中心部の大型スーパーなどで販売されている。

【右】販売先の売れ筋情報を農家に伝え、主力商品の栽培講習会や加工品の研修会も実施。



## ●金丸弘美

かなまる・ひろみ／環境ジャーナリスト。1952年生まれ。執筆活動のほか食のアドバイザー事業を手がける。著書に「地域ブランドを引き出すカーニバル マネジメントが田舎を変える」(合同出版、田舎カヒト・夢・カネが集まる5つの法則)(NHK生活人新書)など多数。

## 21 成功の秘訣は流通システムの確立

### J A雲南 (農産物産直事業)

**山** 間地の点在する高齢者や主婦など小さい農家の農産物を50か所から集めてきて販売。参加農家2700戸。売り上げ8億円にしたところがある。J A雲南(島根県)が取り組んでいる産直事業である。各地区の農村の集会場や公民館などに農産物をもってきてもらう。それをトラック便で早朝に集荷。市の中心部の大型スーパー、Aコープ、道の駅にもつていき、そこで販売をするというもの。

県を越えては、兵庫県尼崎市の阪急オアシスへの販売もほぼ毎週実施。ここだけでも年間売り上げは8000万円を超える。おいしい、鮮度がいい、値段が手ごろと好評で、

固定ファンがついて長蛇の列。店からは毎日開催してほしいと熱烈なりクエストがあるほどだ。

奥出雲町の会長・井上静子さん(71歳)は30aの畑で年間40種類の野菜を作っている。ほかにコンニャク、味噌などの加工品を出している。「参加している人は、みんな生き生きしている。無理に誘ったわけではないのに会員がどんどん増えている。産直を始めて地域の農業や自然が見えてきた。改めて豊かさに気付いた。

それまで商品として出なかったアケビも売れるというのがわかった。するとね、周りを見回してなにが売れるかなと思うようになる(笑)。加工品や料理も勉強会を通じて増えました。みなさん意欲満々。今ね、輝いているのは産直の人だと言われます(笑)と、とびきりの笑顔になった。

小さな高齢者の農産物の産直を成功させた要因は、流通のシステムの確立。

J A雲南の管轄となる、雲南市、奥出雲町、飯南町の1市2町(合併前は10町村)にあった小さな青空市、直売所をネットワーク化した。各集会場にPOSシステムを県の補助をうけて導入。全地域の個人の

商品の把握と売上を管理できるようにした。月に2回、個人に清算支払いがされる。

産直事業は1998年スタート。150戸からだった。小さな産物を集め、ほかの売れる場所に移動させて販売をするという取組みは大きな売上をもたらした。現在の目標は10億円。

産直の取組みを推進してきたのはJ A雲南営農マーケティング事業部の須山一さん。

J A雲南は1993年に合併。大型農家の集積が始まり、一方で農協離れ、組合離れも多くなった。いい農産物を栽培しても小さい農家は見放されてしまう。農協の本来の姿は小さい農家を支えることではないか。そこから取組みが始まった。

同時に販売先の売り場では、どんなものが売れているのか情報を農家に伝え主力商品の栽培講習会や加工品の研修会も実施。

尼崎の阪急での農家の売り場視察研修、有機農業やエコファーマーなど高付加価値の商品化の奨励、農産物栽培に優れた人の産直相談員認定と指導者としての育成、販売優秀者の表彰など、人材態勢も充実させているのが売上増加の要因だ。