

仙台市近郊地域における農産物直売活動の生産者の類型化と特徴

石川 志保・河野 あけね*

(宮城県農業センター・*宮城県農業実践大学校)

Classification and Characterization of the Grower that Sells Farm
Product Directly in the Suburbs of Sendai City

Shiho ISHIKAWA and Akene KOUNO*

(Miyagi Prefecture Agricultural Center・*Miyagi Agriculture Prefectural Academy)

1 はじめに

近年農産物の直売が活発に行われており、県内でも様々な活動をしている直売組織がみられる。特に仙台市近郊地域については、東北最大のマーケットが近接していることなどから直売活動にとって有利な条件下にあり、一層活発になることが考えられる。この地域において、直売組織の代表者に直売活動の内容や今後の意向について聞き取り調査を行った結果、直売組織の構成メンバーは1~27戸(平均9戸)で、特に「共同直売所型」組織では平均13戸と比較的多数の生産者が参加していた。また、運営主体が行政やJAである場合の方が、生産者が運営している組織よりも参加者が多くなる傾向があった。直売活動において組織としての統一性・方向性をとることは重要である。しかし、参加者が多かったり、行政やJAの呼びかけで結成された組織では、構成メンバーの直売活動に対する意識や意向、直売に取り組む姿勢が多様であること、多くの生産者は複数の直売組織に属して活動していることから、直売組織の実態を正確に把握するのは困難であることが分かった。そこで、直売組織に属して活動している個々のメンバーに、直売活動の内容と直売を始めたきっかけや今後の意向、自分の直売活動に対する自己評価等をアンケートすることによって、生産者の特徴や直売活動の目的、意識の変化、今後の活動意向について分析し、直売組織のメンバーを単位とした直売活動のタイプの分類を試みた。

2 調査対象及び方法

アンケート調査は、仙台市近郊地域(仙台市、名取市、多賀城市、岩沼市、富谷町、七ヶ浜町の7市町)で直売活動を主体的に行っている生産者262名を対象に、1999年12月から翌年1月に実施し回収した(回収数190名、回収率73.7%)。

3 試験結果及び考察

(1) 直売活動タイプの分類

アンケート項目のうち表1の13項目について、数量化Ⅲ類を用いて分析し、1, 2軸を用い座標に示した(図1)。1軸(横軸)では、左の方向に直売への取り組み姿勢に積極性が見られ、右方向には取り組み姿勢が比較的受け身な意味を持つ項目が位置した。したがって、1軸は『直売活動への参加姿勢』を示していると考えられ、左にいくほど参加姿勢が積極的で自己評価が高いと考えられた。

一方2軸(縦軸)は、下方向に直売による収入の増加に対する期待が現れており、上方向にやりがいや直売活動すること自体に意義を持ち、規模拡大については消極的な姿勢を示す項目が位置した。したがって、2軸は『収入に対する期待度』を示していると考えられ、下方向にいくに従って直売の収入に対する期待が強いと考えられた。1軸と2軸から得られた生産者のサンプル数値の値をプロットし、その値からクラスター分析を行ったところ、4つのグループに分類された(図2)。

表1 カテゴリー数量

カテゴリー	第1軸	第2軸
1 直売をしているグループの人に誘われたから	1.0527	0.5158
2 直売を始める前から組織のグループ員だったから	0.0041	0.5146
3 関係機関の人に勧められたから	0.1650	-0.6867
4 直売を通じて消費者との交流を図るため	-0.6529	-0.2658
5 市場出荷より有利販売が可能だったから	-0.5496	-0.9410
6 自分の生産生活様式にあった販売をするため	-0.8814	0.5247
7 仲間と一緒に活動したかったから	0.2513	-0.0931
8 経営の柱にはならないが1部門として収入が得られるから	-0.6391	-1.8452
9 収入はあまり期待できないがやりがいを感じるから	1.2032	1.8435
10 うまくいっている	-0.6808	0.5620
11 うまくいっていない点が多い	3.6466	-1.5866
12 現状維持で続けたい	-0.0467	1.0932
13 直売活動を拡大していきたい	-0.4111	-0.8626
固有値	0.3075	0.2593
寄与率(%)	0.162	0.136

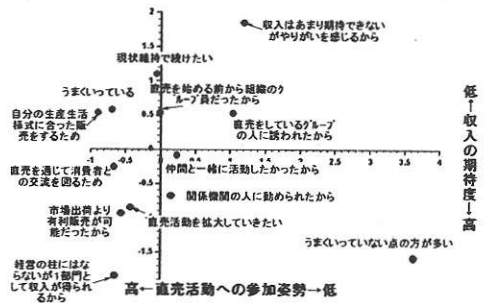


図1 カテゴリーの分布図

(2) 農業経営から見たタイプ別生産者の特徴

タイプごとに回答者の年齢と性別を比較すると、全体では男性41.7%、女性54%であったが、タイプ2では男性が51.7%と多く、タイプ3では女性が69.6%と割合が高くなっていった。また、タイプ別の年齢構成については、30代のほとんどがタイプ2に属しているが年代別の割合が比較的高齢な人が多い傾向が見られた。

「どのような販売形態で直売をしているか」という設問については、「朝市夕市型」が最も多く、次いで「共同直売所型」となっており、この傾向はどのタイプでも同様の傾向であった。しかし、「1人あたりいくつの方で直売をしているのか」については、タイプ2がもっとも多く1.9、タイプ3が少なく1.5となり、タイプ2が直売の販売チャンネルを多く持っていることがわかった。

次に、農業収入の中に占める直売の割合を比較すると、タイプ2は50%以上を占めていると回答する人が多いのに対し、タイプ3とタイプ4は10%未満がもっとも多く7割以上となっており、農業収入における直売の割合が低くなっていることが分かった。

直売の経験年数は、タイプ2とタイプ4で5年以上の割

表2 直売による気持ちの変化(当てはまるものすべてに回答)

項 目	全体 人	※1) (%)	タイプ1 人	(%)	タイプ2 人	(%)	タイプ3 人	(%)	タイプ4 人	(%)
「変化あり」と回答した人数/190人	166	(100)	77	(46.4)	53	(31.9)	21	(12.7)	15	(9.0)
多くの出会いや情報に接し視野が広がった	104	62.7	48	62.3	39	73.6	11	52.4	6	40.0
消費者の喜ぶ顔を見ることがうれしい	103	62.0	53	68.8	34	64.2	9	42.9	7	46.7
販売することの楽しさを感じている	102	61.4	48	62.3	37	69.8	9	42.9	8	53.3
作付け体系や栽培技術などをあれこれ考えるのは楽しい	83	50.0	37	48.1	35	66.0	9	42.9	2	13.3
親しい仲間ができ日常生活が楽しくなった	82	49.4	40	51.9	30	56.6	4	19.0	8	53.3
家族みんなの直売に対する理解があり協力的である	79	47.6	41	53.2	31	58.5	5	23.8	2	13.3
有意義な時間を過ごしている実感がある ※	39	23.5	24	31.2	12	22.6	2	9.5	1	6.7
収入が増えて経済的にゆとりができた	27	16.3	9	11.7	14	26.4	3	14.3	1	6.7
小 計	619		300		232		52		35	
一層多忙になり時間的なゆとりを感じない ※	41	24.7	14	18.2	16	30.2	6	28.6	5	33.3
労働に見合った報酬がなく経済的なメリットを感じない	22	13.3	8	10.4	9	17.0	1	4.8	4	26.7
他の人との関わりが増え煩わしいことが多くなった	21	12.7	8	10.4	7	13.2	2	9.5	4	26.7
栽培や直売についてあれこれ工夫するのは面倒くさい	2	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	13.3
消費者に接するのは煩わしい	2	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	13.3
直売活動に対して家族の理解が得られていない	1	0.6	0	0.0	1	1.9	0	0.0	0	0.0
小 計	89		30		33		9		17	
そ の 他	6	3.6	4	5.2	1	1.9	1	4.8	0	0.0
無 回 答	2	1.2	1	1.3	0	0.0	0	0.0	1	6.7
合 計	708		330		265		61		52	

※1) % = 回答数 / 該当するタイプに含まれる人 * 100

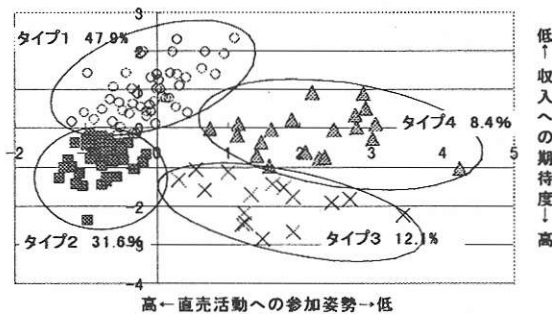


図2 クラスタ分析による生産者のグループ分け

合が7割以上で比較的活動が長い、タイプ3については3年未満が半数以上の経験の浅い人が多いという傾向が見られた。

直売する農産物の生産基盤となる施設面積を比較すると、タイプ4では半分以上が「なし」と答え、また400坪以上の施設を所有する人はいなかった。

(3) 意識の変化から見たタイプ別生産者の特徴

直売活動による農業や生活に対する意識の変化について調査をしたところ、「直売を始めてから気持ちに変化があったか?」という設問に対して、「かなりあった」が83人、「少しあった」が83人、「変化なし」が16人、「わからない」が7人と回答し、全体の87.8%の回答者が「変化があった」と感じていた。

また、「気持ちに変化があった」と回答した人に対して、「その変化とはどのようなものか?」という問いについて複数回答で調べた。その結果、タイプ別に関わらず「多くの出会いや情報に接し視野が広がった」「消費者の喜ぶ顔を見るのがうれしい」「販売することの楽しさを感じている」など、プラスの変化をあげる人が多く延べ618人であったが、「収入が増えゆとりができた」の回答は少なかった。一方、「一層多忙になり時間的なゆとりを感じない」「労働に見合った報酬がなく経済的なメリットを感じない」

「他の人との関わりが増え煩わしいことが多くなった」など、マイナスの変化をあげる人は延べ89人で、多くの生産者は直売によって金銭でない「活動の意義」を感じていた。また、タイプ1は「有意義な時間を過ごしているという実感がある」と回答する人が多いのに対して、そのほかのタイプでは「一層多忙になり時間的なゆとりを感じない」と回答する人が多かった。独立性の検定を行ったところ、95%の確率で関連性があり、タイプ1の人が直売活動に対して、より有意義な時間を過ごしているという実感をもっていた。

4 ま と め

以上の結果からタイプごとの特徴を整理した。

タイプ1…「やりがい重視の積極型」自発的。収入よりもやりがい。現状に満足しており、現状維持で取り組む意向あり。このタイプが最も多く、直売について充実感を感じている。

タイプ2…「収入重視の積極型」有利販売、消費者交流等目的意識が高い。直売は農業経営の一部。規模拡大の意向大。男性が多く、経験も長い。

タイプ3…「収入重視の消極型」収入等現状に満足していない。受動的。女性が多く経験は浅く、直売チャネルも少ない。

タイプ4…「やりがい重視の消極型」収入に対する期待は少。参加姿勢も消極的。高齢者が多く経験が長い、収入に占める割合は低い。施設栽培導入も消極的。

直売組織の代表者への聞き取り調査では経緯や規模、運営体制、売上額など組織の全体的な状況を把握するための情報が得られた。しかし、上記のような4タイプの生産者が混在して参加しているため、特に組織の規模が大きくなるほど、生産の現状や抱えている問題点を踏まえた今後の活動の方向を明確に示すことは困難になる。したがって、生産者のタイプを見極め、これを踏まえた支援策や取り組み方の検討の必要性や、新たに直売グループを組織化する際にはメンバーのタイプを考慮した構成などにも留意すべきであるといえよう。