

フランス クルール・ペイザンヌ直売組合の取り組み

大西 千絵（農研機構 九州沖縄農業研究センター）

1. はじめに

日本における農産物直売活動は、直売所を中心に行われている。日本の直売所は 1990 年代から増加し始め、「農林水産省『平成 28 年度 6 次産業化総合調査』」によると、全国の直売所数は 23,440 件、総売上額は 1 兆 324 億円となっている。

フランスにおいても、農産物直売活動は盛んである。フランスでは、伝統的に屋外定期市であるマルシェが各地で開かれており、農業者による直接販売が行われている¹⁾。また、日本の産消提携運動を参考にして行われるようになった *Teikei* や、有機農業者によって行われる *AMAP* の取り組み、各種農産物生産組合の直売店での販売が多く見られる²⁾。しかし、日本の直売所のように多様な生産者が集まって、店舗で農産物を販売するスタイルの店舗は少ない。このような状況のもと、2005 年に設立されたクルール・ペイザンヌ (*Couleurs Paysannes* : 「農家たちの色」の意) 直売組合は、2018 年 10 月時点で 58 戸の会員が 3 店舗の直売所を運営し、さらに農産物・農産物加工品の宅配であるパニエ・ペイザンヌ (*Paniers Paysans* : 「農家たちのバスケット」の意) やインターネット販売による直売活動を行なっている³⁾。

以下では、クルール・ペイザンヌ直売組合のクリストフ・ロデュイ (*Christophe Roduit*) 組合長⁴⁾からの聞き取り調査をもとに、クルール・ペイザンヌ直売組合の設立の経緯、組合員の概要、3 店舗の直売所の特徴、新しい取り組みと今後の展開方向を整理する。

2. クルール・ペイザンヌ直売所の設立の経緯

クルール・ペイザンヌ直売組合は、2005 年にマノスク (*Manosque*) 市周辺の農家 5 人が集まり、直売所の設立のアイデアを思いつく⁵⁾。当初、彼らは農産物と農産物加工品を販売し、会社として成り立つ仕組みを作ろうと考えていた。同様のアイデアで設立された直売組合が、人口約 165 万人のリヨン (*Lyon*) 市にあり⁶⁾、検討した結果、直売組合として直売所の設立を目指すことになった。彼らは、直売所は大都市近郊に設立するのが有利であると直感で理解しており、人口約 2 万人のマノスク市に直売所を設立するのは大きな挑戦であった。

彼らは直売所を立てるには交通量の多いところを選ぶのが重要であると考え、直売所用地は、マノスク市バロンソル (*Valensole*) の主要道路沿いにある、ロデュイ組合長のリンゴ園とした。用地探しと同じ頃、ロデュイ組合長のバロンソルの



第 1 図 フランス地図 (参考)

リンゴ園は農地としての利用が不可であることが分かり、マノスク市からリンゴ園を撤去するよう命じられていた。幸い、商用地としての利用は可であったため、最終的に、ロデュイ組合長のリンゴ園が、クルール・ペイザンヌ直売所の設立場所に決定した。

建物については、組合設立メンバー5人が自身の財産を担保にして、それぞれ20万ユーロずつ、合計100万ユーロの融資を銀行から受けた。さらに国、EU地域活性化農業基金、EU・プロバンス・アルプ・コートダジュール地域圏地域活性化農業基金、プロバンス・アルプ・コートダジュール州政府、オートプロバンス協議会、オートプロバンス地域政府による補助も受け、約150万ユーロで建設された。

そして、2012年7月、バロンソルにクルール・ペイザンヌ直売所バロンソル店が開店した。開店時には、組合員は約30名に増加しており、約600品目が販売された。2014年夏にはマノスク市中心部にクルール・ペイザンヌ直売所マノスク店が、2015年秋には人口約14万人のエクサンプロバンス (Aix-en-Provence) 市近郊にクルール・ペイザンヌ直売所ブネル (Venelles) 店が開店した。

3. クルール・ペイザンヌ直売所の顧客対応

2018年10月時点で、クルール・ペイザンヌ直売組合の組合員数は58戸、販売品目数は約2,500品目、バロンソル店とマノスク店の合計売上額は年間約500万ユーロ、ロイヤルティカード発行枚数は約1万6千枚である(写真1)。

ロイヤルティカードは買い物金額の2%のポイントがたまるカードで、10ユーロ分のポイントがたまると10ユーロのディスカウントが受けられる。カード発行は無料であり、クルール・ペイザンヌ直売所近郊(南フランス)に居住している消費者が対象である。カード保有者の80%が、人口約10万人のマルセイユやエクサンプロバンスから来る。2018年10月までに、ポイントでディスカウントした金額は、約60万ユーロである。

クルール・ペイザンヌ直売所の一番のセールスポイントは、安全・安心である。商品の表示、店舗の衛生状況、バックヤードの冷蔵庫の細菌検査、商品の抜き取り調査などを行い、安全に配慮している。

また、消費者との交流による安心・信頼の形成のために、農業フェアや農家訪問の取り組みも行なっている。農業フェアは5月末～6月初旬頃に開催し、暖かい食事の提供や、農業用機械や家畜の展示を行い、生産者と消費者との交流の場を設けている。農家訪問は年4回開催する。農家訪問は希望する消費者を20人程度集め、春、夏、秋の学校休暇の時期には親子連れが多く参加する。



写真1 クルール・ペイザンヌ直売所
ロイヤルティカード (筆者撮影)

4. クルール・ペイザンヌ直売組合の組合員

クルール・ペイザンヌ直売組合の組合員は、「組合員同士の連帯、誇り、エシカルな生産、責任、情報公開、心身の健康」という共通の理念のもと、組合活動を行なっている。

第1表は、クルール・ペイザンヌの経営別組合員数である。その他は、ワイン、キノコ、キイチゴ、栗、クルミ、ブドウ、ナシ、魚加工品、園芸用品である。第2図は、クルール・ペイザンヌ直売組合が作成した生産者マップに、筆者がクルール・ペイザンヌ直売所を書き加えたものである⁸⁾。

組合員は、マノスク市のあるアルプ＝ド＝オート＝プロヴァンス県を中心に、アルプ＝マリタイム県、オート＝アルプ県、ヴァール県、ヴォクリューズ県、ブーシュ＝デュ＝ローヌ県、サントル県、イゼール県、ドローム県の農家で構成されている。クルール・ペイザンヌ直売所では、ローカルのもの・季節のものを販売している。そのため、プロバンス北部の高地に位置するマノスク周辺では、冬季には野菜や果物など生産が難しい。冬季の農産物の確保のため、さらに多様な農産物・農産加工品を販売するために、アルプ＝ド＝オート＝プロヴァンス県以外の生産者にも声をかけ、組合員になってもらっている。

組合員は、クルール・ペイザンヌ直売組合側から声かけして組合に入ってもらった人もいれば、農家のほうから組合に入りたいと言ってきた人もいる。入会希望者は、組合の理念とその農家の理念・考え方に齟齬がないか審査をし、入会可能か否かを定める。組合費は年間 100 ユーロで、手数料は売上の 17.5%である⁹⁾。クルール・ペイザンヌ直売所では組合員以外も農産物・農産加工品を販売することができるが、組合員以外の手数料は売上の 28%である。

直売所での販売は従業員が行い、PR 活動を組合員が行う。従業員は 12 人である。店舗には、常に組合員が 1～3 人おり、生産者と従業員が消費者に農産物・農産加工品に関する説明を行う。組合員は、1年で 30 回ずつ、それぞれ半日、店舗で消費者への対応を行うことになっている。また、各直売所には、組合員の写真が飾られている（写真2）。

第1表 経営別クルール・ペイザンヌ組合員数

経営	戸
野菜作経営	8
畜産農家	12
加工食品	10
チーズ	6
手作りパン	2
花き	2
ハーブ・健康食品	3
その他	15
合計	58

資料：クルール・ペイザンヌ HPを参考に筆者作成



写真2 直売所内に飾られた組合員の写真
(マノスク店) (筆者撮影)



第2図 クルール・ペイザンヌ直売所と生産者マップ

資料：クルール・ペイザンヌ直売組合作成の地図に、筆者が一部書き込み。

註：Où sommes-nous? = どこにいますか？

A la rencontre de nos exploitations … = 私たちの農場に会いに来てください。

Boucherie = 畜肉、Crémèrie = 牛乳、Fruits et Légumes = 果物と野菜

Epicerie = 加工食品、Bien-etre = 健康食品（ハーブ）、Vins = ワイン、Pains = パン

Flours coupées et plants = 切り花、Autre = その他

5. クルール・ペイザンヌ直売所、バロンソール店、マノスク店、ブネル店の特徴

第2表は、クルール・ペイザンヌのバロンソール店、マノスク店、ブネル店について整理したもの

第2表 クルール・ペイザンヌ直売所バロンソル店、マノスク店、ブネル店の概要

	バロンソル店	マノスク店	ブネル店
設立	2012年7月	2014年夏	2015年秋
時間	月?土 09:00~19:00 (7月8月は19:30閉店)	月?木 09:00~12:30 14:30~19:00 金 09:00~19:00 土 08:30~13:00 14:30~19:00 (7月8月は19:30閉店)	月?土 09:00~19:00 (7月8月は19:30閉店)
立地	幹線道路沿い 高速道路インター近く	マノスク市中心部市営大型駐車場横（土曜日は駐車場でマルシェ開催）	幹線道路沿い エクサンプロバンス市近く
駐車場	大型駐車場あり 大型バス、キャンピングカー可	市営駐車場50分無料	駐車場あり
建物	組合所有	賃貸	賃貸
面積	売り場300平米 バックヤード300平米	売り場50平米	売り場225平米
消費者層	近隣住民、観光客、外国人。高齢者が多い。	近隣住民。高齢者が多い。	エクサンプロバンス市民。若い世代が多い。
客単価	35ユーロ/人	12ユーロ/人	データなし

資料：聞き取り調査ならびにクルール・ペイザンヌHPより作成。

のである。前述の通り、バロンソル店は組合の立ち上げメンバー5人が銀行から融資を受け、新たに建物を設置したものである。マノスク店、ブネル店は、賃貸物件である。クルール・ペイザンヌ直売組合の拠点はバロンソル店であり、バロンソル店に事務所がある。

バロンソル店は、日本の直売所に近い雰囲気のお店である（写真3、写真4）。バロンソル店には、大型バスやキャンピングカーも停まれる大型の駐車場があり、高速道路のインターチェンジの近くに位置しているため、土曜日に車で来店する顧客が多い。マノスク市近くにある温泉からの帰りの顧客や、夏季は観光客も多い。また、カダラッシュ研究所というエネルギー関連の研究機関がクルール・ペイザンヌ直売所から約20kmの場所にあり、フランス人だけでなく、日本人、韓国人、ロシア人、イタリア人など、研究所関係の顧客も多い。まとめ買いをする顧客が多いので、客単価は35ユーロ/人である。



写真3 バロンソル店・外観

資料：Google map 2018



写真4 バロンソル店・店内
資料：クルール・ペイザンヌ直売組合 HP



写真5 バックヤード（筆者撮影）



写真6 野菜用冷蔵庫（筆者撮影）

バロンソル店の一番の売れ筋は手作りパンであり、毎朝搬入されるが、早い時には 12 時には売り切れる。バロンソル店に限らず、ハムやソーセージなどの畜産加工品も人気である。クリスマスシーズンには七面鳥やフォアグラ、イースターシーズンには子羊の肉が多く売れる。バロンソル店には、300 平米のバックヤードがあるが、狭すぎるため、今後バックヤードを広げる予定である（写真5）。バックヤードには在庫を保管するためのスペースと肉用、チーズ用、野菜用の冷蔵庫がある（写真6）。直売所の売れ残りは、家畜用として畜産農家に無料で配布している。売れ残りを農家が持って帰ることはない。

マノスク店は、マノスク市中心部にある小型店舗である（写真7、写真8）。商店やレストランの集まる広場兼市営駐車場沿いに位置している。マノスク店で買い物をした顧客は、市営駐車場の料金が 50 分間無料となる。マノスク店はバロンソル店の 6 分の 1 の広さで、フランス国内



写真7 マノスク店・外観

資料：Google map 2018



写真8 マノスク店・店内

資料：クルール・ペイザンヌ直売組合 HP

でよく見られる街中の商店といった雰囲気である。店舗面積は狭いが、多くの人々でごったがえしている。マノスク店の顧客は主に近隣住民である。ほぼ毎日買い物に来る顧客が多く、そのため客単価は 12 ユーロ/人と、バロンソル店と比較して少ない。マノスク店の品揃えは、チーズの種類や加工品の数が、バロンソル店と比較してやや少ない印象である。

ブネル店は、エクサンプロバンス市近郊にある（写真9、写真10）。郊外型店舗が多く立ち並ぶ幹線道路沿いに位置している。高齢者層が多いバロンソル店・マノスク店とは異なり、エクサンプロバンスとその近郊に住む働き盛りの世代の顧客が多い。他の2店舗と比較して、ブネル店は商品の配置・ポップ・デコレーションに気を遣っているといった印象を受ける。品揃えは、バロンソル店とほぼ同じであるが、そのまま、あるいは温めるだけで食べられるタイプの加工食品が、多店舗よりも多く売られている（写真11）。



写真9 ブネル店・外観（筆者撮影）



写真10 ブネル店・店内

資料：クルール・ペイザンヌ直売 HP 組合



写真11 ブネル店・加工食品（筆者撮影）

6. クルール・ペイザンヌ直売組合の今後の展開方向

クルール・ペイザンヌ直売所バロンソル店では、5万ユーロの設備投資をし、6万5千ユーロで軽食コーナーを建設中である。軽食コーナー完成後は、料理人を雇い、クルール・ペイザンヌ直売所の農産物を用いた食事を提供する予定とのことであった。

今後、クルール・ペイザンヌ直売組合で加工所も作りたいと考えているが、マーケティングを行ってから検討するとのことである。さらに、ロデュイ組合長によると、加工所設立後は、販路を確保してから、学校給食への対応をしたいそうである¹⁰⁾。

フランスのスーパーでは、極端に安いものが販売されており、消費者の多くが、農産物の正当な価格がどの程度なのか、感覚がなくなっている。一方、フランスのマスコミは、食に関する危険情報を多く伝えているため、品質の高いものを食べようという考えの人は増えてきている。クルール・ペイザンヌ直売組合では、農家や従業員と消費者とのコミュニケーションを通じて、顧客に品質の高い食べ物と正当な価格について説明している。

今のところ、クルール・ペイザンヌ直売組合の顧客は年に8%ずつ増加している。ロデュイ組合長は、「今後も顧客を増やしていきたい」と語ってくれた。

[付記]

本稿は、科研費（課題番号 25850157）により実施した調査結果をまとめたものです。調査にご協力いただいた通訳兼研究コーディネーターの反橋妙子氏、クルール・ペイザンヌ直売組合のクリストフ・ロデュイ氏に御礼申し上げます。

[NOTE]

Ce document résume les résultats des recherches réalisées par le programme de subventions pour la recherche scientifique du Japon (numéro 25850157). Je voudrais remercier Madam Taeko Perin du coordinateur de l'interprétation et de la recherche qui a coopéré aux recherches et Monsieur Christophe Roduit de Couleurs Paysannes.

注

- 1) マルシェでは、卸売市場から農産物を仕入れて販売する専門業者も多い。
- 2) 例えば、オリーブ組合であればオリーブオイルやオリーブ加工品を販売する直売店、ワイン組合であれば組合製造ワインを販売する直売店がある。
- 3) *Paysannes*、*Paysans* とも、農民たちという意味である。
- 4) ロデュイ組合長は、3代に渡ってリンゴを中心とした果樹栽培と加工を行なっている。
- 5) クルール・ペイザンヌ直売組合の HP には、4人でスタートしたとある。厳密には4人でスタートし、直後に1名が加わった。聞き取り調査に基づき、ここでは5人でスタートとしている。
- 6) 人口約45万人のストラズブール市にも、*Couleurs Paysannes* と同様のスタイルの直売所がある。

- 7) 初年度の売上は、約 350 万ユーロ、従業員数 6 名であった。
- 8) 地図の範囲外に位置する組合員の農場・農園もある。
- 9) フランスの組合員法では、手数料は 20%以上になってはならない。
- 10) マノスク市周辺の学校給食は、センター方式である。