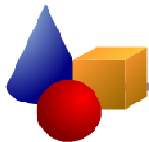


## 「食」へのこだわりと地域農産物の再生

地産地消の推進とCSA(地域による農業支援)の取り組み ~

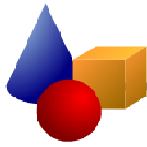


平成20年4月  
「旭川・遍く・労り・慈しむ会」事務局



## 背景

- ・ 「曲がり角にきた農業」と云われて久しいが、農業は曲がり角を脱しきったのか。
- ・ 否、生産農家は、むしろ「迷路」に迷い込み、未だに、行き場を模索している。
- ・ 政府が講ずる高速道(基盤整備)やバイパス(構造改革)もその着地点自体が定まらない感がある。
- ・ 一方、「食」の安全が至るところで脅かされている。効率一辺倒、経済優先のツケが回された結果といえる。
- ・ 農業は多様であり、画一的な処方箋では対処できない。
- ・ しかし、農業は「食」の原点であり、その原点を見つめ直すことにより、農業の展望が拓ける筈である。
- ・ 今や、農業の原点に立ち返り、その機能・役割を発揮することにより、現状からの脱却と再生・発展が強く求められている。



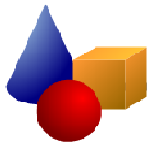
## 目的・コンセプト

### 目 的

- ・ 「食」の原点に立ち返り、生産者と消費者・実需者とが連携し、人はもちろん、自然や環境にも配慮して、安全で安心のできる農産物を安定的に供給する地域農産物の重要性を再認識し、新鮮・良食味・低価格な農産物を地域で共に享受する。

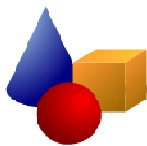
### コ ン セ プ ト

- ・ 上記目的を達成するため、次の取り組みを行う。
  - i 地産地消の拠点(直売所)づくり
  - ii 体力の低下(高齢化、後継者・従事者が不足)した生産農家の支援



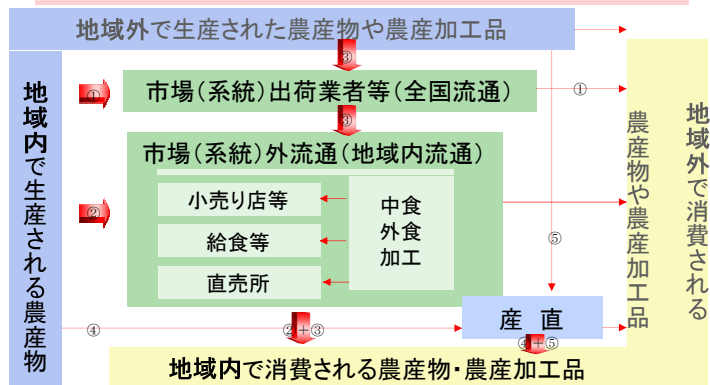
## 期待される効果

- 地産地消の推進により、「食」に対する関心が高まり、消費者・実需者の「食」は提供されるものから、「選択」するものへの意識変換が進む。
- そのことにより、生産者は消費者・実需者のニーズに敏感になり、ニーズに即した農業経営に転換が図られる。
- また、生産農家の支援によっても、支援農家の「選択」を通じ、支援者の意思を農業経営に反映させることができ、支援者と支援農家が協力することで、地域農産物の維持・発展が図られ、地域振興に寄与する。
- [参考]  
地産地消とCSA支援について～市民と共に農業・農村の価値を見直そう～

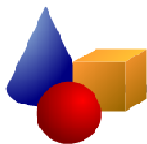


## 取り組みの前提-1

地域農業を巡る現状認識(その1)  
～ 農産物の地元消費と移出 ～

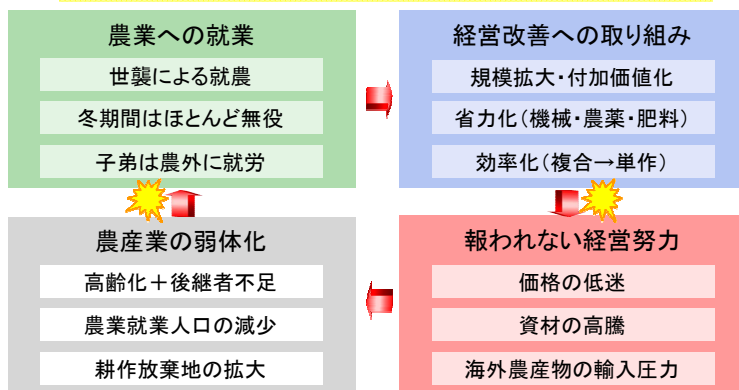


- ① 地域内農産物→全国流通→地域外消費者
- ② 地域内農産物→地域内取引(流通・加工)→地域内消費者
- ③ 地域外生産・加工農産物→全国流通→地域内消費者
- ④ 地域内農産物→(直送)→地域内消費者
- ⑤ 地域外生産・加工農産物→(直送)→地域内消費者

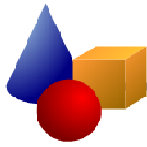


## 取り組みの前提-1

地域農業を巡る現状認識(その2)  
～ 農業経営を巡る環境 ～



- ① 現在の経営規模は、子弟の就農を必要としない規模(収入が得られない)
- ② 現経営者の多くは、世襲で就農(農業以外の選択肢が与えられなかった)
- ③ 現農家子弟は、農業と農業以外の選択肢がある(しかし、農業に魅力を感じない)
- ④ 他産業の子弟が就農するには相当の困難が伴う
- ⑤ 現在、現経営者がリタイアする時期にあり、その後継が大きな課題



## 取り組みの前提-2

現状認識から求められる、今必要なこと(その1)  
～ 農産物の販売戦略 ～

### 北海道農業の位置づけ

国内需要(高い海外依存)  
自給率:カロリーベース約40%

北海道農業(食糧供給基地)  
自給率:カロリーベース約200%

### 海外市場

#### 逆風

開発輸入(技術移転)  
低価格攻勢  
自由化圧力

#### 追い風

安全志向の高まり  
需要が拡大  
供給が不安定

### 販売戦略

#### 域内向け

インショップ等  
直売所  
給食・域内加工

#### 移出向け

パック・カット工場等  
商系契約栽培  
市場・系統出荷

- ① 農産物輸出国の追い風、逆風は、食糧供給基地として見た場合
- ② 販売戦略は、「域内向け」と「移出向け」の両立を目指す
- ③ 域内向けは、その拠点に「直売所」を配置し、「地産地消」に取り組む



## 取り組みの前提-2

現状認識から求められる、今必要なこと(その2)  
～ 地位農業の担い手対策 ～

### 農業の経営形態

世襲・家族経営→法人化

個別経営+協業経営



### 地域が支え合う農産業

生産・流通・加工・消費の連携(地産地消)

CSAという農業支援

- ① 世襲で農業を継続することは次第に困難になりつつある
- ② 農業に魅力を感じている人に農業の一翼を担って貰う
- ③ 始めから経営者ではなく、農業法人などで経験を積み、経営感覚を養う
- ④ 農業参入の門戸を開放し、法人は農業法人に限らず、NPO法人なども可能にする



## 取り組みの方向

～ 地域農産物の再生への道 ～

### 夢のある農産物の実現

「食」の安定と安全の確保

自然との共生

コミュニティの復活

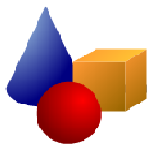
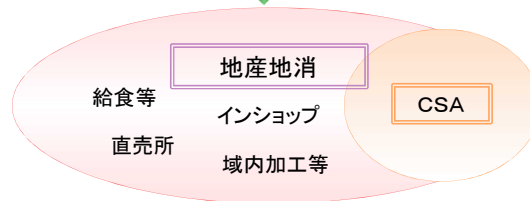


### 生産・流通・加工・消費の連携

顔の見える農業

持続可能な農業

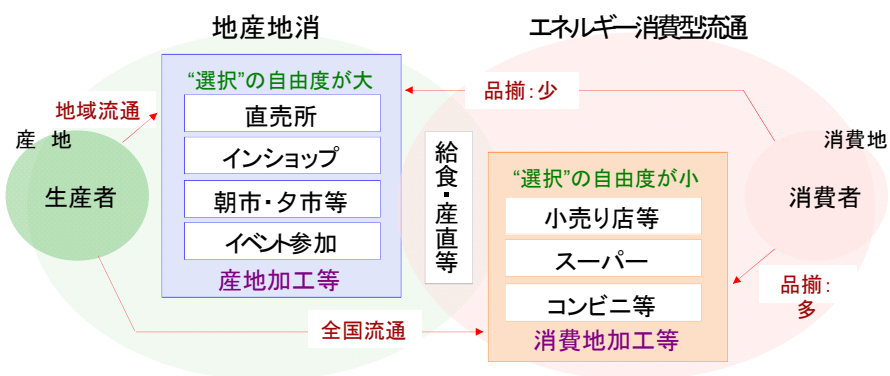
地域で支え合う農産物



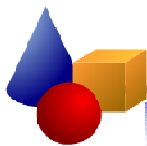
## 取り組み内容－1

地産地消の拠点(直売所)づくり(その1)

～ 地産地消の概念 ～

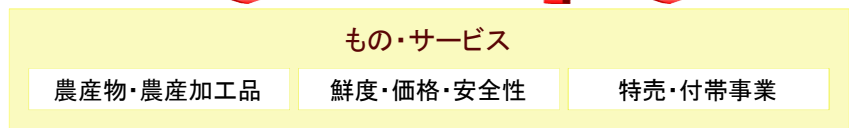
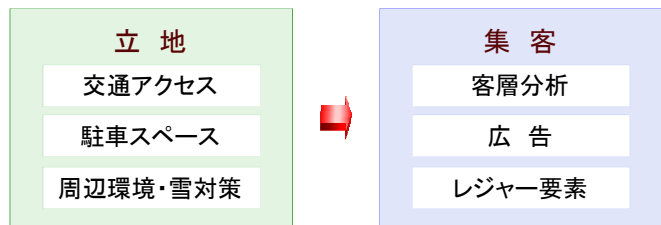


- 「地産地消」は、産地に出向き消費者自らが好みの品目を選択する
- 「エネルギー消費型流通」は、売り手が売れる産地・品目を選択している
- 給食・産直は、両面あり、「地産地消型」に近づける

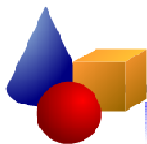


## 取り組み内容－1

### 地産地消の拠点(直売所)づくり(その2) ～ 直売所の経営 ～

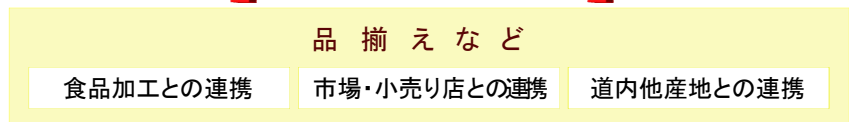
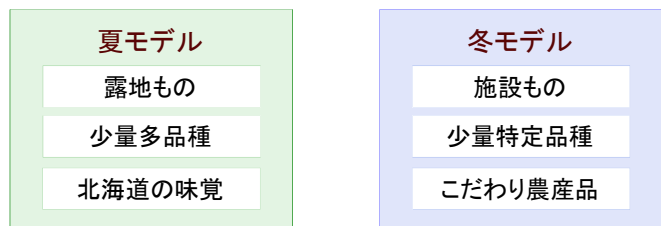


- ◆ 「集客」、「もの・サービス」の提供には、「立地」が重要であり、廃校後の校舎や施設の利用は有力な候補
- ◆ 「集客」は、客層を分析し、そのニーズに応えるとともに、レジャー要素も必要
- ◆ 「集客」と「もの・サービス」の提供は相互に依存
- ◆ 付帯事業は、小売り店との連携や工房・食堂等の併設など必要に応じて実施

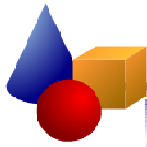


## 取り組み内容－1

### 地産地消の拠点(直売所)づくり(その3) ～ 直売所の通年営業 ～

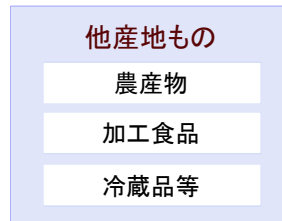
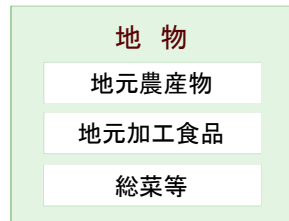


- 「冬モデル」の品種は、種類、技術、コストの検討が必要
- 道新記事から例を拾うと、寒締め「コマツナ」(20.1.11)、比布「千本ネギ」(20.1.11)、水耕栽培「ジャガイモ」(20.1.29)、「ホワイトアスパラ」(20.2.17)などがある。また、その他「雪中保存」野菜なども含め、ビジネスチャンスに活かすよう工夫する。



## 取り組み内容－1

地産地消の拠点(直売所)づくり(その4)  
～ 1ストップサービス ～



**消費者の利便**

品揃い

交通アクセス・駐車スペース

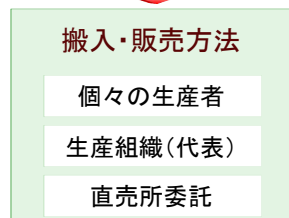
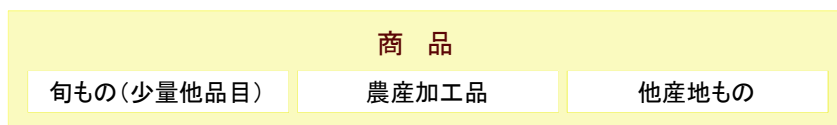
高齢者等対策

- 「売り手の論理」から「消費者の心理」に発想を転換
- 「他産地もの」は、その時期に地元で生産・製造されない農産物・農産加工品、冷蔵品に限る
- 「高齢者対策」は、「小ロット（パック）」、「宅配」、「休憩所」などの特別配慮が必要

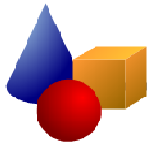


## 取り組み内容－1

地産地消の拠点(直売所)づくり(その5)  
～ 販売促進 ～



- 「値決め」は「卸売市場価格」が一つの目安。売り残しを生じさせない（価格に弾力性）。
- 「陳列」は、配置、新鮮さの保持が重要
- 「POP」、値札表示などにも配慮



## 取り組み内容－1

地産地消の拠点(直売所)づくり(その6)  
～ 運営体制 ～

### 公 設 民 営

公設(例:PFI方式)

民営(例:NPO方式)

#### 事業収入等

施設利用料(定額)

売上げ重量加算

その他

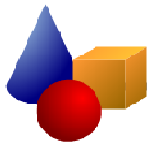
#### 情報管理

POS管理

出荷・販売管理

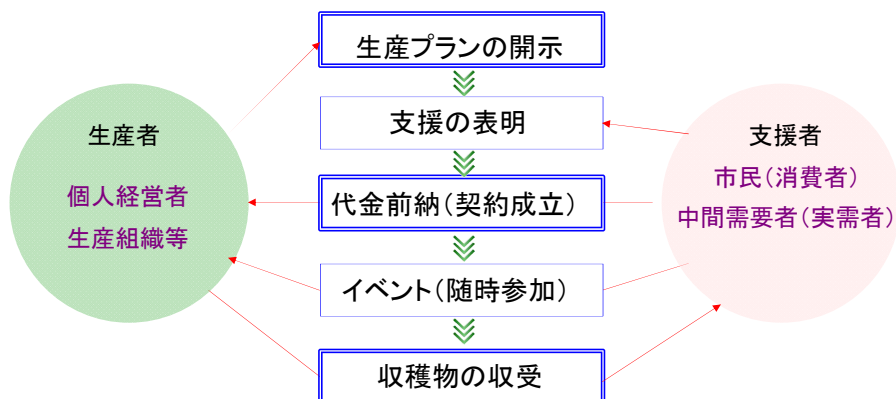
生産者台帳管理

- 在庫調整等のため、生産者との連絡にFAX、TEL、e-mailを利用。当面は、FAXが主体。
- 施設規模、付帯事業などについては、事業計画と合わせ、今後の検討課題



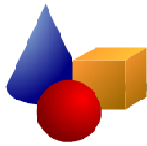
## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その1)  
～ CSAという支援の手順 ～



- 「生産プラン」は、ほ場ごと・品目ごとに作成する。
- 「推進事務局(仮称)」は、生産プランと支援者のマッチング・調整を行う。





## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その2)  
～ 生産プランの様式例 ～

生産プラン 番号:〇〇-xxxx

生産者名: <input type="text"/>	画像	
品目名: <input type="text"/>		面積: <input type="text"/> m <sup>2</sup>
収穫期: <input type="text"/> 月 <input type="checkbox"/> 上旬 <input type="checkbox"/> 中旬 <input type="checkbox"/> 下旬		
栽培方法: <input type="checkbox"/> 普通栽培 <input type="checkbox"/> YES!clean栽培 <input type="checkbox"/> 有機栽培		
口数上限: <input type="text"/> 口	販売店先価格(見込み収穫量): 5,000 円/1口(約 <input type="text"/> kg ) <input type="text"/> 円/当ほ場全口数(約 <input type="text"/> kg)	
[ 一ロメモ ]		
生産プランの特長 農作業体験計画、貸し農園の有無、雇用の有無と条件など		



## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その3)  
～ 支援者の応募 ～

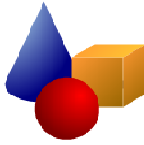


応募用紙

以下のとおり生産プランの支援に応募します。

代表者氏名: <input type="text"/>	住所: <input type="text"/>	連絡先: <input type="text"/>
支援する生産者名: <input type="text"/>	品目名: <input type="text"/>	生産プラン番号: <input type="text"/>
支援口数: <input type="text"/> 口	収穫物の受け取り: <input type="checkbox"/> ほ場 <input type="checkbox"/> 宅送希望	

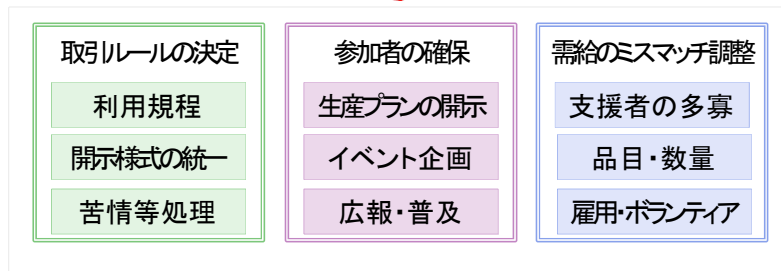
その他:生産プラン「一ロメモ」の記載内容に関する参加の希望・予定など



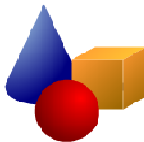
## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その4)  
～ コーディネート機能 ～

コーディネーター  
(推進事務局)



- 「支援者の多寡」は、生産プランに支援者が現れない場合や集中する場合。
- 「品目・数量」には、支援者が希望する品目を含む。
- 「雇用」は、生産農家が労働力を雇いたい場合の数や時期への対応



## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その5)  
～ シェア(収穫物)の取得 ～

個人(市民・その他)

市民グループ等

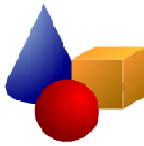
団体・企業等

支援者  
(シェアホルダー)

シェアの取得

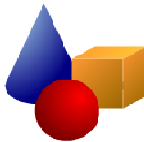
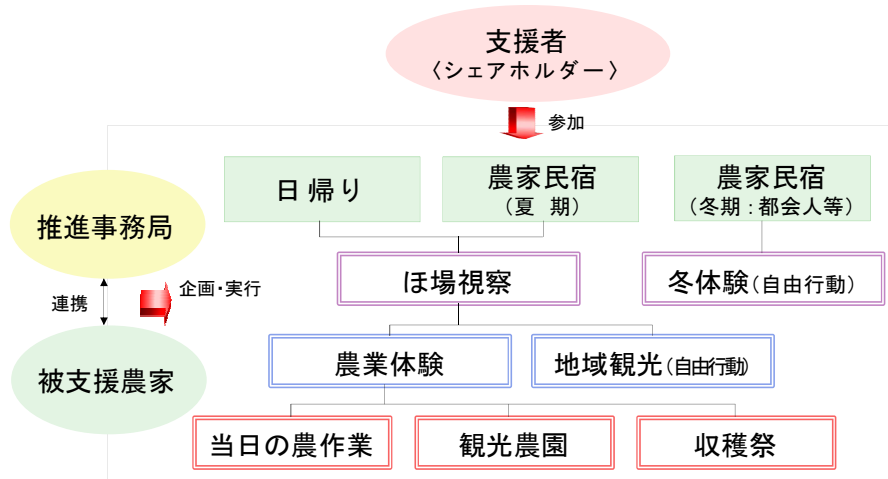
$$\text{支援者の取得分} = \text{生産プランの1口当たり「見込み収穫量」} \times \text{実績補正率} \times \text{支援者口数}$$

- 「実績補正率」は、  
実績補正率＝その年のそのほ場の収穫量÷生産プランの当ほ場全口数の「見込み収穫量」



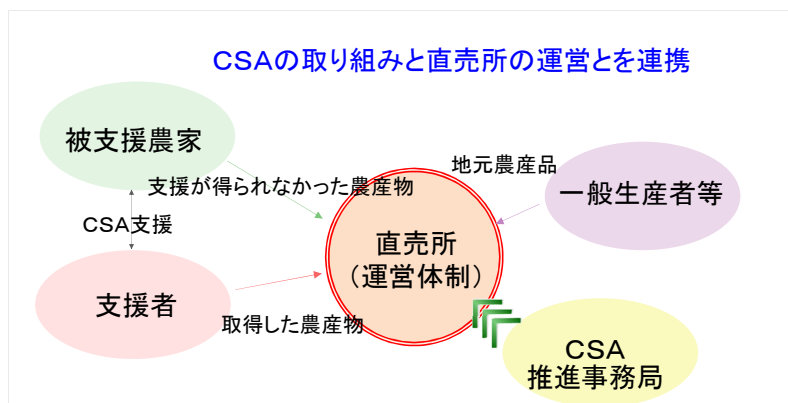
## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その6)  
～ 支援者のためのイベント企画 ～



## 取り組み内容－2

市民が支える地域の農産業(その7)  
～ 事業の運営主体 ～



- 一般市民の支援規模を大きくするため、自家消費以外に直売所の販売も盛り込む
- CSAの取り組みは、独立して運営するほどの規模に達するまでに時間が掛かる
- そのため、当面は、直売所の運営の一環として取り組む