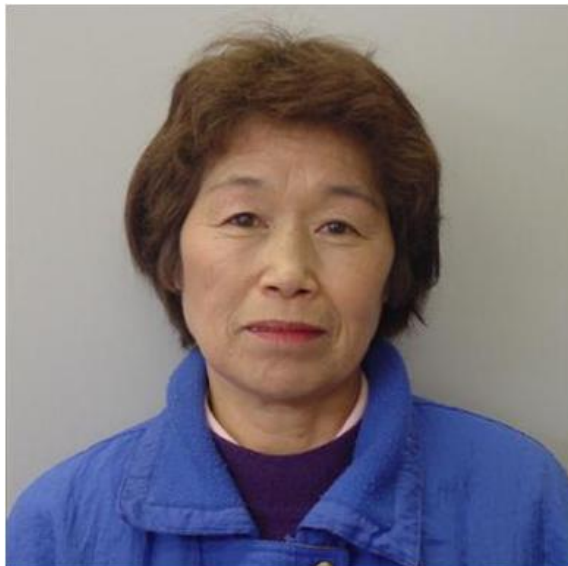


## 地域人材ネット

### 農産物直売の実践による 都市住民との「食」と「農」の交流

野田 文子（ のだ ふみこ ）

内子フレッシュパークからり 直売所出荷者運営協議会 名誉会長



#### ○ 登録者情報

##### 所在地

愛媛県喜多郡内子町

##### 略歴

1994年 産直トレーニング施設「内の子市場」入会（第1号会員）  
1997年 株式会社内子フレッシュパークからり取締役役に就任  
1998年 からり直売所出荷者運営協議会 会長に就任  
1997年 毎日農業記録賞（優秀賞）受賞  
2003年 国際協力銀行主催のタイ王国「産業村ワークショップ」で女性起業について講演  
2006年 観光カリスマ百選（内閣府、国土交通省、農林水産省）に選定され、全国各地で女性起業や直売所運営について多数講演している。

##### 著書・論文等

女性の夢を実現した「からり」（ベネット刊）

## ○ 農産物直売の実践による都市住民との「食」と「農」の交流

### 取組の内容

「からり直売所」を中心とした活動によって、内子町の農業は、単なる肉体労働に終始する農業から頭を使って生産し、消費者と交流することで心をときめかせることのできる農業へと変化しました。これは、生産条件の不利な中山間地で、何とか農業に活気を取り戻そうと運営協議会が中心となって農産物直売所を開設し運営してきた成果です。開設当初は、農産物を店頭に並べれば売上があがると誤解していた農家が、実際に店頭で接客することで消費者の嗜好を理解し販売額を伸ばすようになってきました。

直売は不確定要素の集合体であり、販売額を伸ばすには消費者ニーズを把握し売れる商品を開発しなければなりません。この売れる商品づくりのために、同種の商品を出荷する農家が部会を組織し試作検討し、技術を平準化することでドライフラワーのような人気商品が開発できました。個々の出荷者も単純作業から頭を使う農業へ関心を持って意欲的に取り組むようになり、それが、小規模、高齢、兼業など中山間地農業のハンディを多様性という魅力に変え、農業に誇りと自信を取り戻すことに大きく寄与しました。



商品の値段をパソコンで入力



商品のバーコードの印刷

### 実績

内子フレッシュパークからの2006年度販売額は6億4千万円であり、うち直売所の出荷者の販売額が4億6千3百万円と7割以上を占め、農産物のブランド化にも貢献するようになりました。販売額が1千万円を超す農家も現れ、単作経営から直売所出荷型の少量多品目栽培や、有機農業・自然農業を指向する農家も現れるようになりました。出荷者1人当たりの販売額は1,130千円となり、販売額の増加率が出荷者の増加率を上回り、出荷意欲の向上に繋がっています。直売所開設当初は、女性や高齢者が中心でありましたが、専業農家や若者の出荷者も増加し、農業所得の50%以上を直売所で販売する出荷者が27%を占めていることから内子町の農家の経営を支える場となっています。また、家族経営協定の締結数も50件を超えるまでになり、このような形で女性の経済的・社会的な自立が醸成されています。



作成したバーコードを商品に貼付



「からり」内で商品の陳列中

## 工夫した点や苦労した点

直売所開業当初より直売所と農家を結ぶ「からりネット」を整備し、売上や残品の確認、追加出荷の判断に使用しています。この「からりネット」は、直売所の販売管理(POS)情報を携帯電話、電話音声、ファックス等に自動配信するシステムであり、追加出荷や時差出荷など効率的に運用することで販売額を伸ばしている農家が増えています。直売所は、徹底して内子産農産物にこだわり、内子産のものしか販売しておらず、直売所利用者は7割がリピーターでありその多くが所在が明確な農産物を求めています。そこで、2005年1月から全ての出荷青果物は栽培履歴記帳を義務づけるトレーサビリティシステムを導入し、全ての会員が取り組んでいます。栽培履歴情報は店頭で端末とインターネットで開示しており消費者は安心して青果物を購入でき、生産者は履歴記帳により適正な肥料農薬使用を再確認でき過度の使用を制限することでコスト低減が図れています。

## ひとことPR

交流と情報利用により高次元農業を実現し地域農業を活性化させようと活動してきましたが、その前提として持続可能なビジネスとして自立することでありました。コミュニティビジネスを「地域や社会に役に立ちながら、しっかりと収益をあげて自立する」ものと定義するとまさしくコミュニティビジネスを実践してきたといえます。その原動力となったのは、「現状を変えたい」「生き甲斐を持ちたい」といった想いであり地域への愛着であったと思います。地道な活動は顧客との優良な関係を築き顧客に喜んでもらおうと農家が努力するようになりました。過程では様々な問題が発生し一丸となって解決してきましたが、単なる地域興し運動でなくビジネスとしてPDCAサイクルを続けてきました。

## ○ 参考

### 取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1	地域経営改革		7	まちなか再生
○	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
	5	定住促進		11	その他
○	6	観光振興・交流			

### 関連ホームページ

内子フレッシュパークからり	<a href="http://www.karari.jp/karari/">http://www.karari.jp/karari/</a>
国土交通省 観光カリスマ百選	<a href="http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/ms_noda.html">http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/ms_noda.html</a>
中国四国農政局 「食料・農業・農村で輝く女性たち」	<a href="http://www.maff.go.jp/chushi/a/joho/genchi/18women1/d14.htm">http://www.maff.go.jp/chushi/a/joho/genchi/18women1/d14.htm</a>
みんなの農業広場 農業経営者の横顔	<a href="http://www.jeinou.com/manager/2007/04/02/000008.html">http://www.jeinou.com/manager/2007/04/02/000008.html</a>

### 連絡先

メールアドレス	<a href="mailto:karari[アットマーク]cnw.ne.jp">karari[アットマーク]cnw.ne.jp</a>	その他	
---------	--	-----	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。