

#### (44)地域活性化に貢献する産直店

8月初旬、長野県諏訪地方の原村で大学のゼミ合宿を行い、2日間にわたって産直店「たてしな自由農園」で顧客アンケートを行い、経営者にインタビューを行った。自由農園は、もともと、茅野市内2店舗で野菜販売をしていたが、近年、観光客の利用が多いエコーライン沿いに新しく店舗を開設し、買い物客を集めている。実際、原村の店舗では、年間概算7億円を超える売り上げがあり、全国の産直の中でも、上位7%に入っている。産直経営では、近隣の農家が野菜を出荷し、店舗で直販されるが、店舗側が15%程度のマージンを受け取るのが通常であるのに対して、自由農園では、それを20%として、返品を行わず、可能な限り農産物を加工している。実際、この店舗では、みそ、漬物、果汁、パン等の加工施設を設け、都会的なレストランも併設している。レストランは、人手不足で昼間しか営業しないというぐらい、人気が高い。

200人を超えるアンケートから、買い物客の80%は県外からであり、中でも東京圏からの買い物客が多く、リピーター客が多いことが分かった。

これは、周辺地域に別荘が多く、別荘族の買い物が多いことが貢献していると思えるが、東京圏からの日帰り客が多数を占めている。新鮮で、安く、さらに、夏の生産量日本一の原村のセロリや、富士見町で主に栽培されているルバーブのような洋風の季節感あふれる高原野菜や地元ワイン等が魅力的なようだ。全国の産直店と比較して、買い物単価は高い。

自由農園は、約300戸の農家と契約し、野菜を仕入れている。第2種兼業農家、小さな畑で育てられた野菜が多いという。専業農家はJAや、地元で保冷車を抱える運送会社を通じて、都会に大規模に出荷される。長野市のデパートで、長年、流通業務に携わってきた自由農園の経営者は、限界的な農業者と安全で新鮮な農産物を求める都会の消費者をつなぐことによって、60名の雇用を生み出し、築城の活性化に貢献している。

以上