

れる。最後に、今後の学校給食の課題として、教育における学校給食の位置づけを確立すること（運営方法や財政的措置に連動）と共に、教育としての実践が可能な学校給食づくり、換言すれば生産からの全過程を教材として活用していくことの重要性が指摘された。

（文責 立川雅司）

第1845回（3月22日）

農産物直売活動の現段階と新たな課題

（千葉大学園芸学部）櫻井 清 一

農産物直売活動は、都市農村交流への期待、地場産品への関心の高まり、モータリゼーションのさらなる進展といった状況変化に加え、生産者にとってもフレキシブルに販売できる特性が評価され、近年広がりを見せている。ミクロレベルでみれば、年商1億円以上の直売所や、年商1千万前後の売上げのある直売志向農家も相当数出現しており、市場外流通の一形態として無視できない存在となりつつある。

日本の直売活動は、他国のそれに比べ組織的に運営されている。その一方、産品の出荷については農家の自主性に任されている側面も強い。直売活動を分析するには、組織的な問題と個別農家の問題をそれぞれ考察する必要がある。

直売活動の運営状況を比較考察すると、経済規模の拡大に伴って変容を遂げていく項目（精算の仕組み、施設の形態など）と規模にかかわらず不変の項目（価格決定の任意性、残品処理の方法など）とに二分できる。また、大型化した直売組織では、施設の維持管理コスト、専従職員と農家間のコミュニケーション・ギャップ、法人化問題などが重要な課題として認識されている。

出荷時の制約が少ないため、参加農家の出荷行動は極めて多様である。だがクラスター分析等で出荷実績を分析した結果、売上げの多い農家は、総じて多品目を取扱い、出荷頻度も高く、生鮮品と加工品を適度に組み合わせて出荷していることが明らかになった。出荷を支援するため、無加温

ハウスの設置や出荷暦の作成を支援する組織も少ない。

また近年、直売活動は単に産品を販売する場だけでなく、農家と消費者の交流の場として評価されるようになった。農家にとって直売所における交流は、不特定多数の消費者を前提とした比較的短時間の接触・交流であり、継続性の保証はない点に留意しなければならない。しかし多様な消費者の行動・意識を把握できるという間口の広さをもっている。また、やり方次第ではリピーターと継続的に交流を深めることができる。他の交流形態を紹介する入口ともなる。さらに、熱心な農家は、消費者の意見や行動を丁寧に吟味して多様な情報やアイデアを引き出し、それを自己の産品づくりや組織運営の改善に活用している。農家が販売の現場に立ち、意識的に観察することは大切であり、大規模直売所では、農家の売り場離れを防ぐ方策を検討しなければならない。

直売活動をめぐる重要な環境変化として、産品の製造や品質管理にかかわる諸制度の改変（PL法、JAS法改正、食品衛生行政の運用強化など）があげられる。直売活動も様々な規制や指導のもとで運営されている。行政・普及部門に対しては、正確な情報提供と適切な指導が求められる。

今後の研究上の課題としては、直売農家の多様な出荷行動の分析、交流の内容の検証、多品目出荷を前提とした栽培技術体系の確立などがあげられる。