

食の信頼向上をめざす会
第8回メディアとの情報交換会

地産地消の意義

2010年7月20日
ベルサール八重洲

東京大学大学院農学生命科学研究科
中嶋 康博

地産地消（農産物直売所）の姿

図1 運営(経営)主体機関別の年間販売額
(1産地直売所当たり)

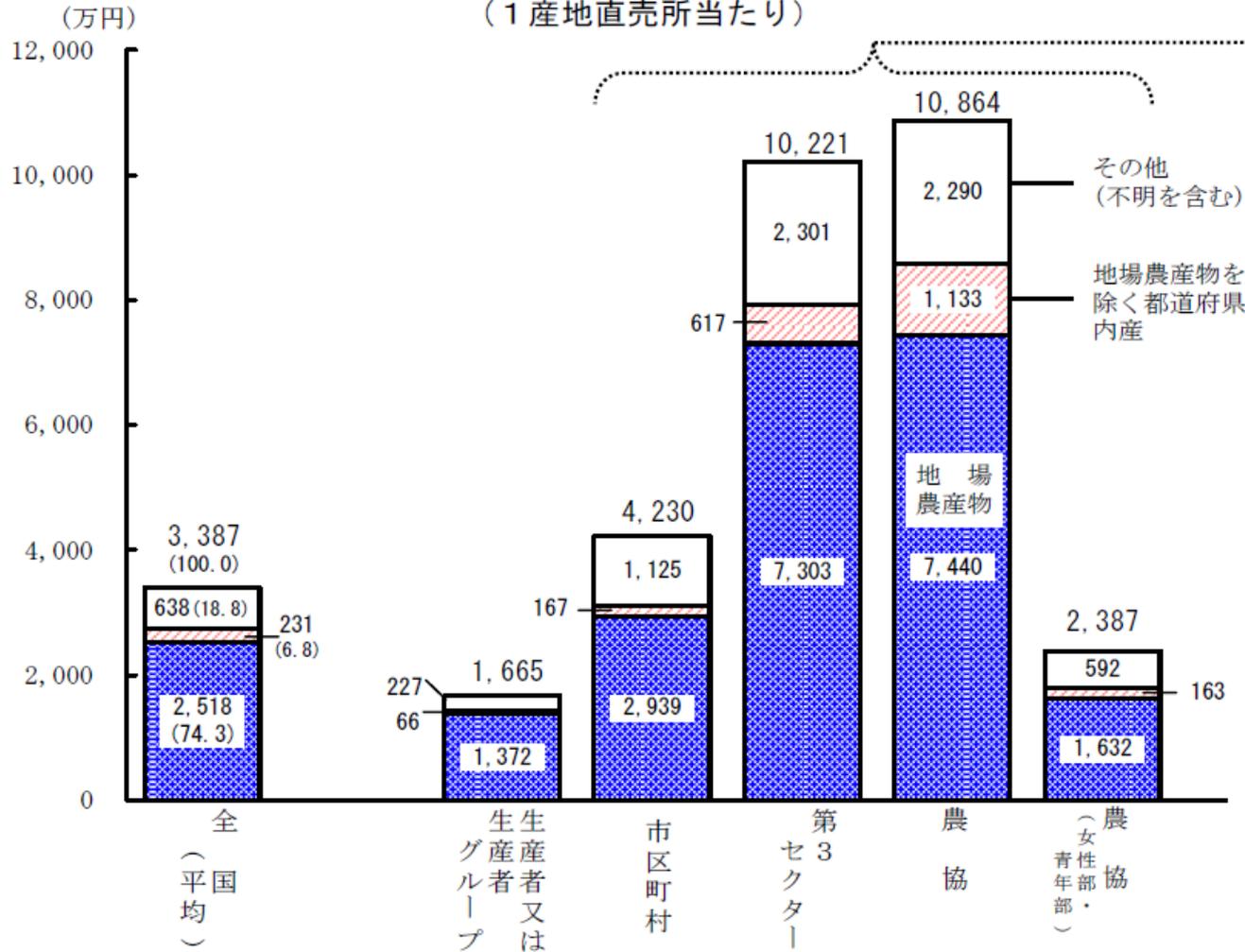
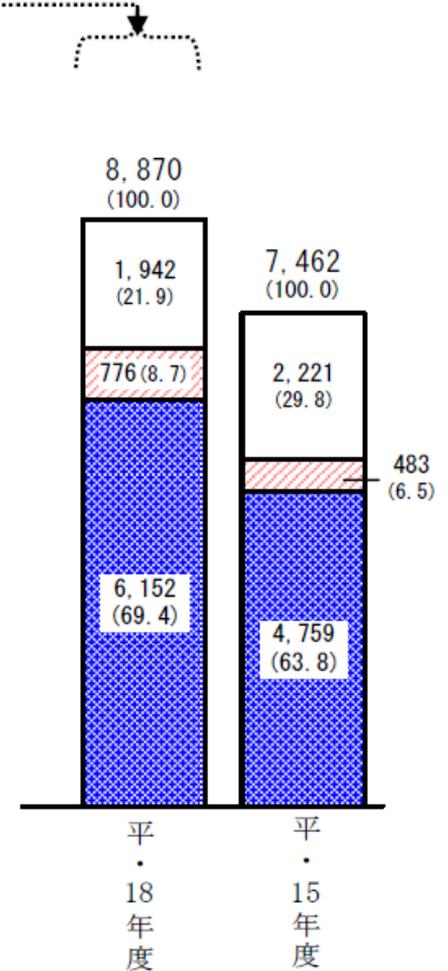


図2 年間販売額の動向



注: 「その他(不明を含む)」とは、県外産、産地別の判断ができなかった農産物、農産物以外等の販売額をいう。
()内は年間販売額に占める産地別販売額の割合である。

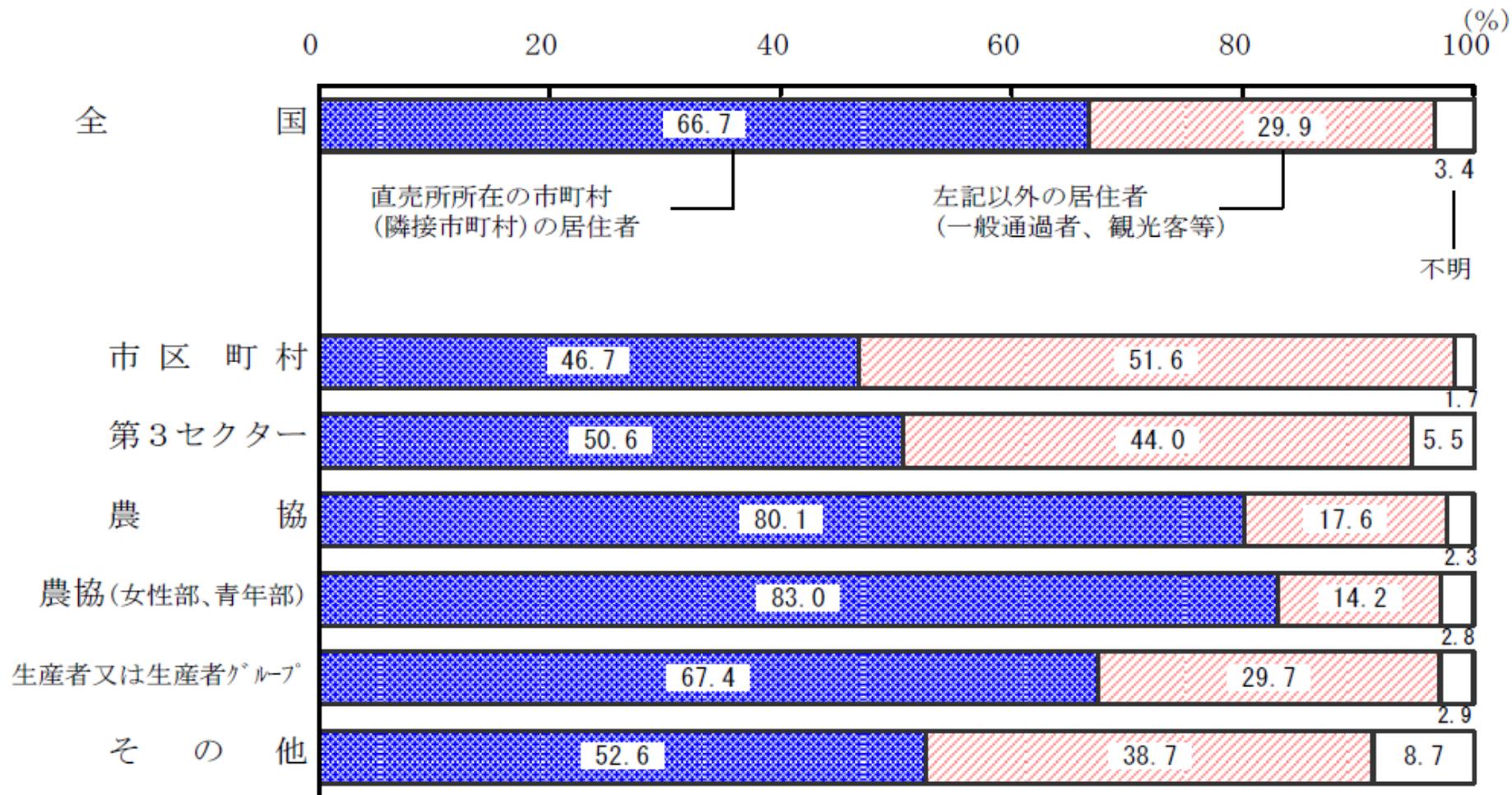
第3表 組替集計からみた農産物直売所の概況

		(単位)	総計	1直売所 当たり
販売金額		百万円	158,820	75
参加農家戸数		戸	347,686	164
売場面積		m ²	374,923	177
従業員数		人	15,068	7.1
購入者数			17,131	8.1
	うち近隣 居住者	万人	11,472	5.4
10年以内の設立割合 (%)				77.1
年間営業日数300日以上の割合 (%)				68.5
販売金額に占める地場産率 (%)				69.1
品目別販売割合 (%)				
野菜類	米・麦 ・雑穀類	果実類	農産 加工品	花き・花木
42.7	15.2	11.3	11.3	7.8

資料：「平成16年度農産物地産地消等実態調査」（農林水産省統計部）を組替集計。

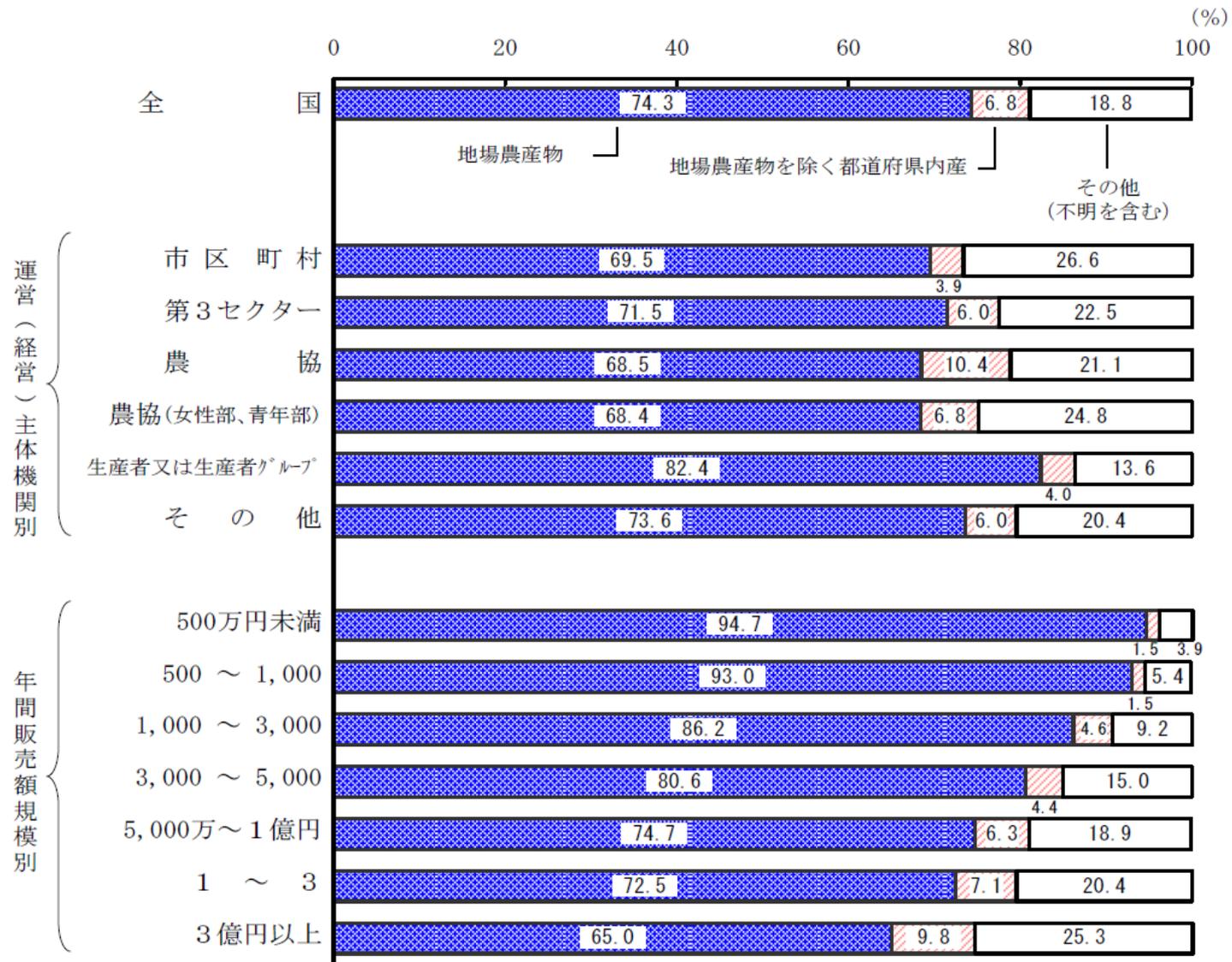
注．購入者数は推計．（購入者規模階層の各中位数を直売所数で乗じた．最大規模「40万人以上」は50万人とした．）

図8 運営(経営)主体機関別の購入者居住範囲別割合



資料:農林水産省「平成19年度農産物地産地消等実態調査」
<http://www.maff.go.jp/j/press/tokei/kikaku/080327.html>

図11 1産地直売所当たりの年間販売額に占める産地別販売額割合



注：「その他（不明を含む）」とは、県外産、産地別の判断ができなかった農産物、農産物以外等の販売額をいう。

資料：農林水産省「平成19年度農産物地産地消等実態調査」

<http://www.maff.go.jp/j/press/tokei/kikaku/080327.html>

第5表 農業地域類型別・設置及び運営主体別にみた農産物直売所の特徴

(単位：カ所、100万円、年)

		計	設置主体別		運営主体別			
			農 協	市町村 (第3セクターを含む)	農 協	農協の組合員 (女性部、 青年部等)	第3 セクター	その他 (任意団体、 個人等)
直売所数	計	2,118	1,118	1,000	809	237	350	722
	都市的	711	593	118	438	112	35	126
	平地	408	205	203	148	44	71	145
	中間	616	234	382	166	57	127	266
	山間	383	86	297	57	24	117	185
1直売所 当たり 販売金額	全 数	75	87	62	106	26	83	52
	都市的	90	95	64	113	29	100	59
	平地	103	105	101	137	24	135	77
	中間	60	59	61	69	24	87	49
	山間	42	61	36	78	23	42	33
平均営業年数		7.6	8.3	6.9	7.9	9.5	7.0	7.0

第2表 農産物直売所の販売品目構成(金額ベース)

(単位：%)

		計 (全品目)	野菜類	米・麦・ 雑穀類	花き・ 花木類	果実類	農産 加工品	豆・いも・きのこ ・山菜類等
計		100.0	42.7	15.2	7.8	11.3	11.3	6.0
農業 地域 類型	都市的	100.0	47.5	16.9	8.5	10.0	6.2	4.3
	平地	100.0	41.2	16.8	7.9	13.2	11.4	4.2
	中間	100.0	38.3	13.0	7.3	12.6	16.2	7.8
	山間	100.0	36.6	9.0	6.0	8.6	21.0	13.3
販売 金額	3億円以上	100.0	43.9	16.3	6.3	12.1	11.9	2.8
	2～3億	100.0	37.8	16.1	10.0	13.2	11.6	5.4
	1～2億	100.0	44.1	16.4	8.1	9.2	10.0	5.7
	5千万～1億	100.0	40.8	15.3	7.8	11.9	11.3	7.5
	5千万円未満	100.0	45.7	11.9	7.1	11.2	12.2	8.3

資料：第1表に同じ。注. は全体の平均に比べて構成の多い品目。

第3表 農産物直売所の経営規模および販売効率

		事業所数	規模指標(1事業所当たり)				販売効率(下記単位当たりの販売金額)			
			従業者数 (人)	売場面積 (㎡)	購入者数 (年間延べ) (万人)	販売金額 (百万円)	従業者 1人当たり (万円)	売場面積 1㎡当たり (万円)	購入 1回当たり (円)	
計		2,118	7	177	8.1	75	1,052	42	927	
農産物直売所	販売金額	5億円以上	31	26	909	41.3	777	3,043	84	1,882
		3～5億	58	15	487	28.7	371	2,487	76	1,295
		2～3億	107	12	397	22.8	241	2,041	61	1,056
		1～2億	266	8	234	15.6	142	1,709	61	911
		5千万～5億	380	6	203	8.8	71	1,125	35	806
		5千万円未満	1,276	6	108	3.3	18	299	16	533
食料品スーパー(参考)		18,569	46	990	—	922	2,004	93	—	
食料品販売のうち 野菜・果実が50%以上		431	19	307	—	307	1,655	65	—	

資料：第1表に同じほか、食料品スーパーは「平成16年商業統計調査」(総務省・経済産業省)。

第13表 農産物直売所販売に占める地場産割合

		産地別販売割合 (%) (全品目計)			品目別の地場産割合 (%)				農家1戸 当たり地 場産販売 額(万円)
		地場産	地場産 以外	不明	野菜類	米・麦・ 雑穀類	花き・ 花木類	果実類	
全国		69 (76)	9 (9)	22 (15)	76	31	70	76	25
販売 金額	3億円以上	59 (65)	6 (7)	34 (28)	61	29	57	68	43
	2～3億	65 (72)	14 (14)	21 (14)	73	31	67	73	49
	1～2億	65 (72)	11 (11)	24 (17)	74	32	61	71	33
	5千万～1億	75 (84)	8 (8)	17 (9)	83	28	79	82	26
	5千万円未満	82 (88)	6 (6)	13 (6)	88	34	88	89	13
農業 地域 類型	都市的	65 (72)	12 (11)	24 (17)	72	29	62	76	26
	平地農業	65 (72)	6 (7)	29 (20)	74	28	70	67	38
	中間農業	78 (85)	7 (7)	15 (8)	86	35	83	86	20
	山間農業	79 (82)	10 (10)	12 (8)	80	46	81	79	20
地域 ブ ック	東北	89 (90)	7 (7)	4 (3)	91	76	92	91	43
	北関東	72 (80)	12 (11)	16 (9)	83	33	51	77	50
	南関東	50 (61)	6 (7)	44 (32)	58	18	65	50	24
	東海	71 (80)	13 (13)	16 (6)	80	33	79	77	26
	近畿	62 (66)	12 (12)	25 (22)	68	42	63	64	21
	北九州	78 (80)	7 (8)	15 (12)	84	59	80	79	20

資料：第3表に同じ。

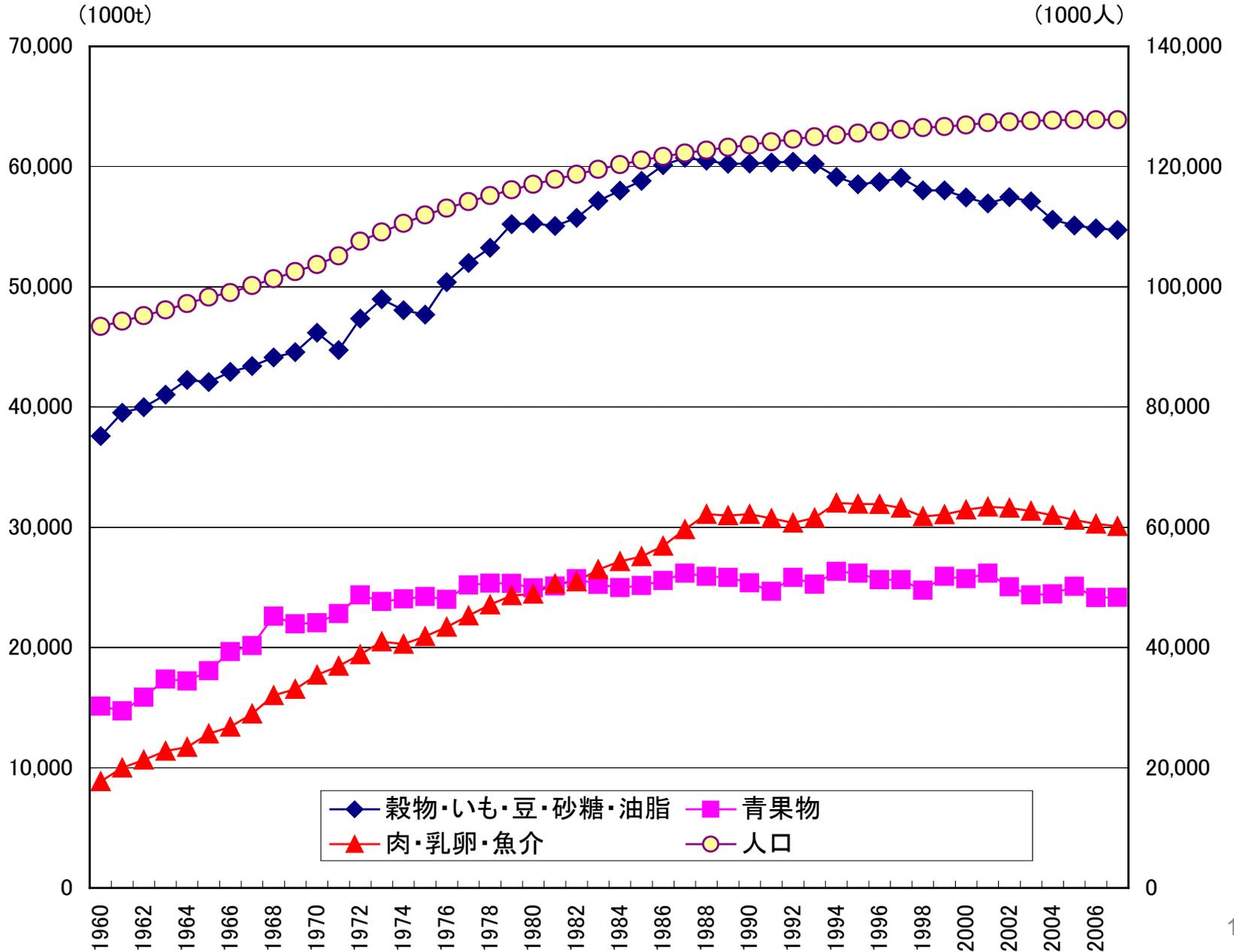
注。（ ）は「米・麦・雑穀類」を除いた農産物合計に占める産地別割合。

集計直売所数は第6表に同じ。販売金額について網掛けは地場産割合がおおむね8割以上。

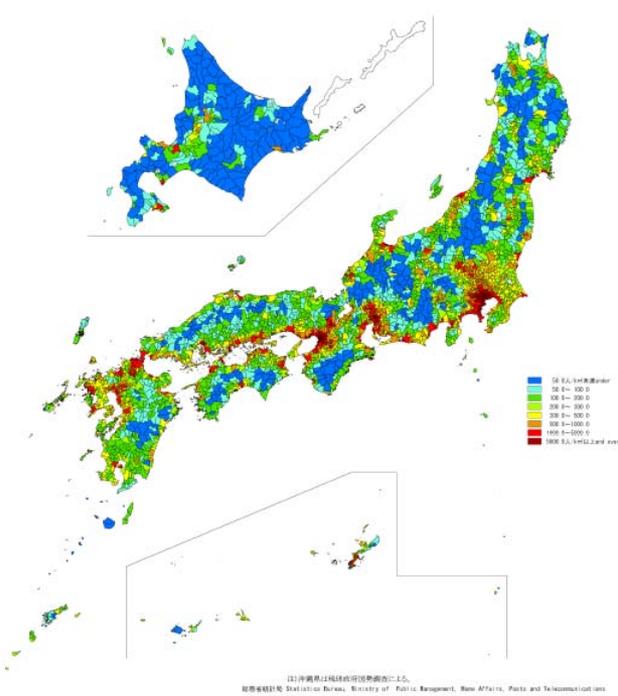
戦後における社会と農業の変化

- 人口増加と都市への集中
- 農地の転用と農業生産の遠隔化
- 量販店の拡大と大産地化
- 生産・流通・販売体系の再編

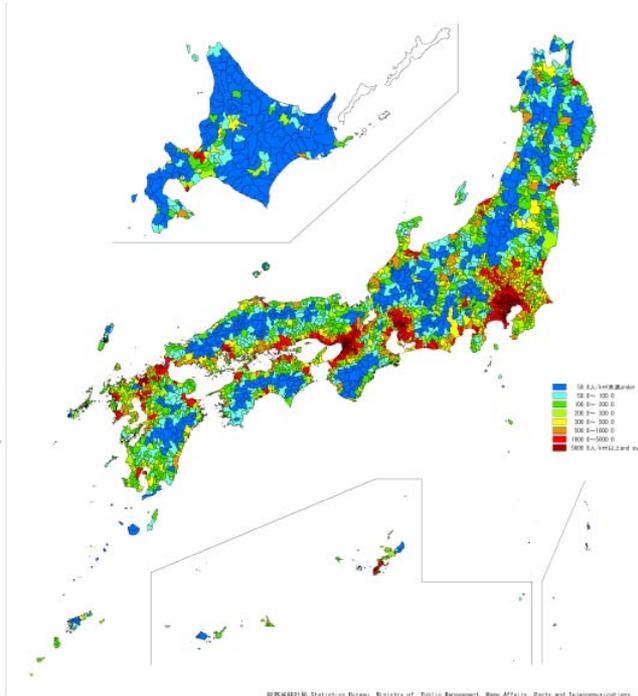
食料消費量の推移



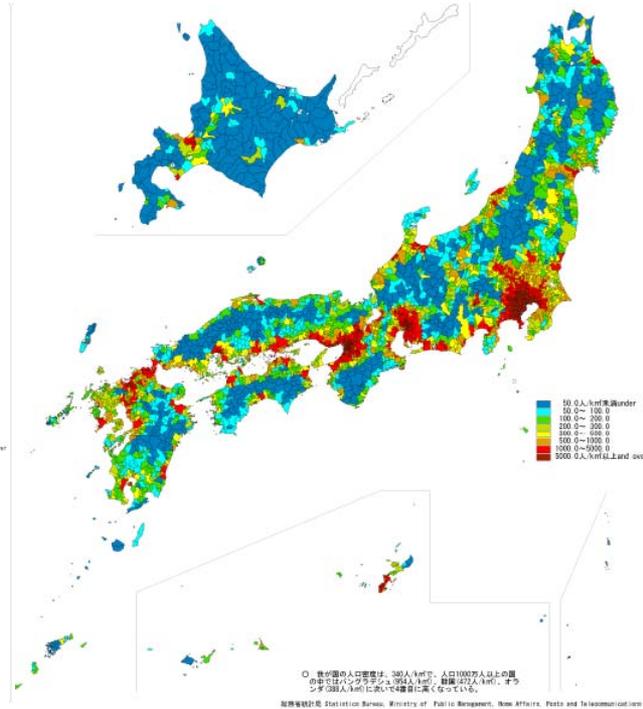
人口密度の変化



1960年



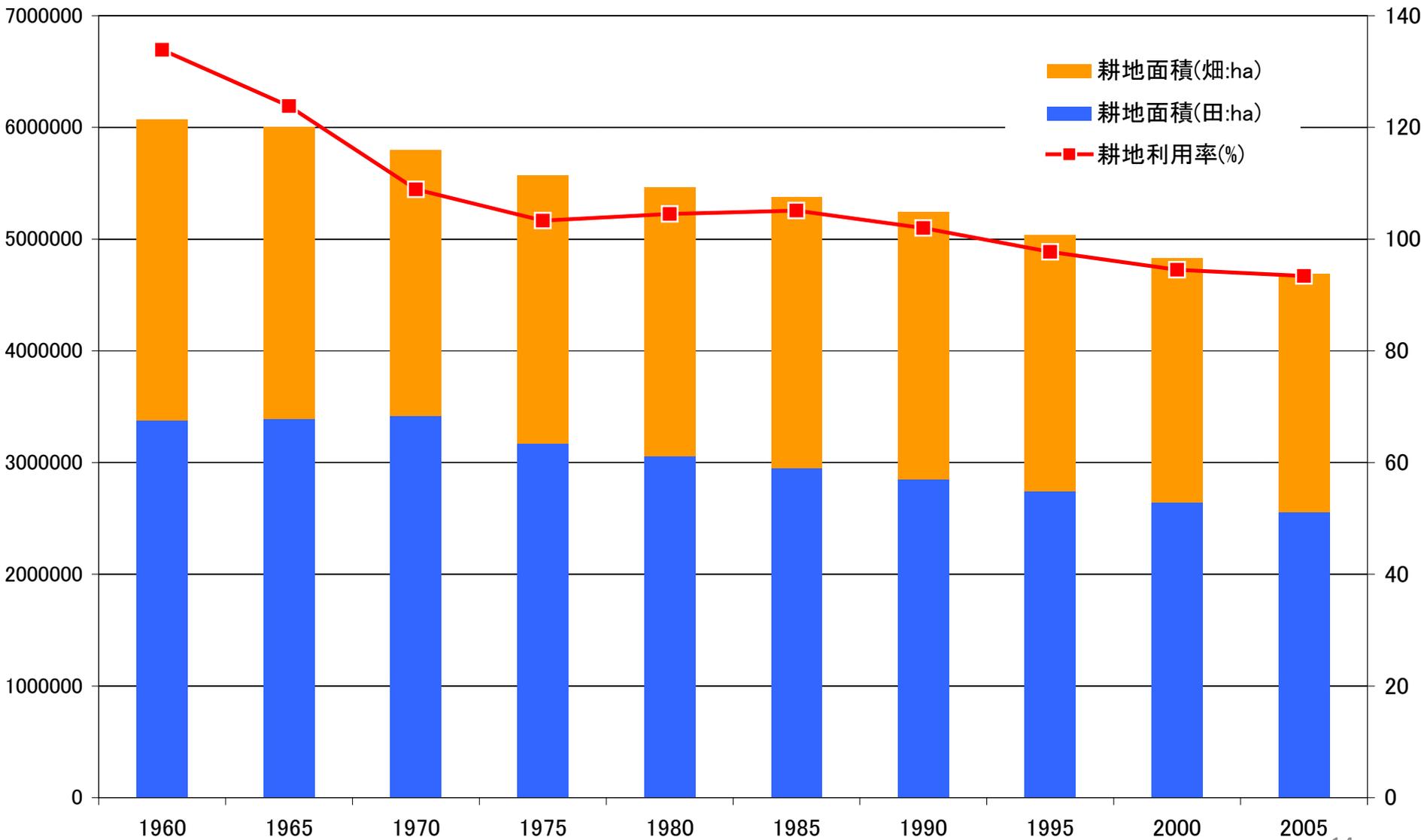
1980年



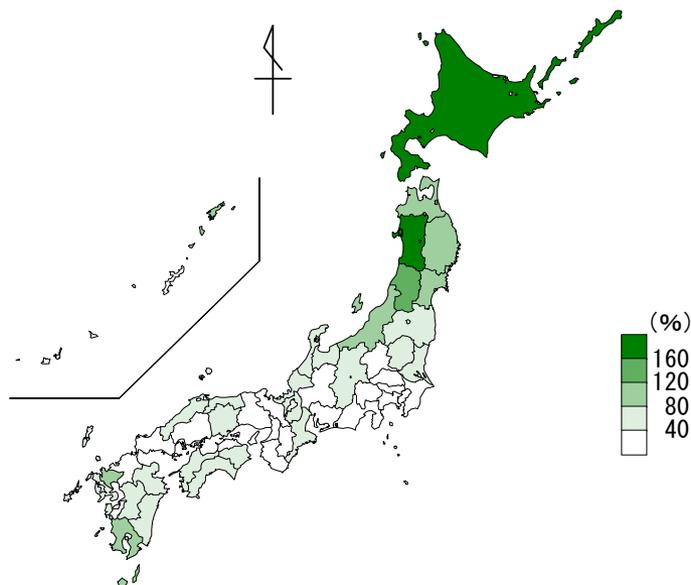
2000年

資料: 総務省統計局

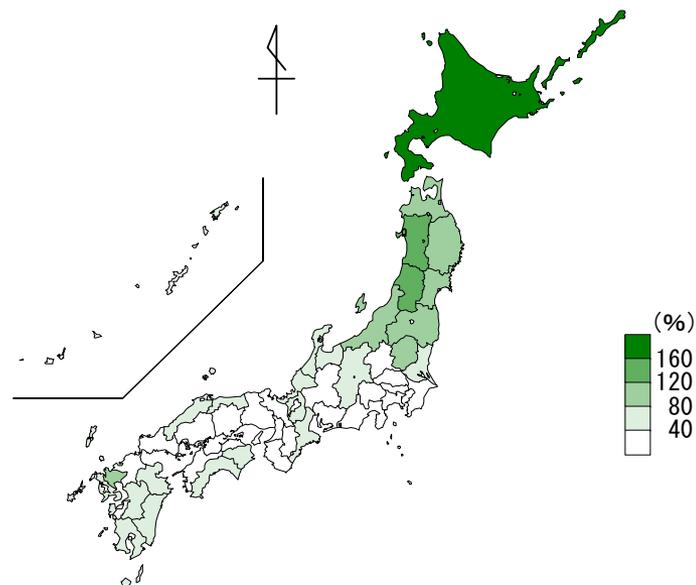
わが国の農地利用の推移



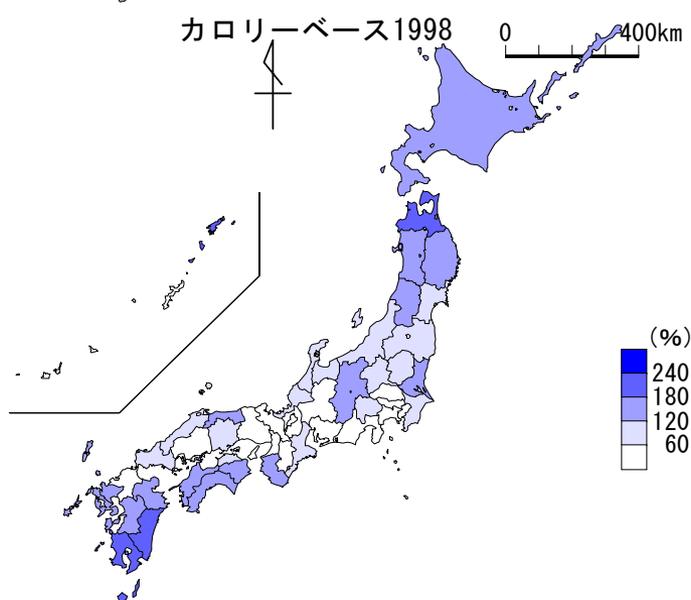
都道府県別食料自給率



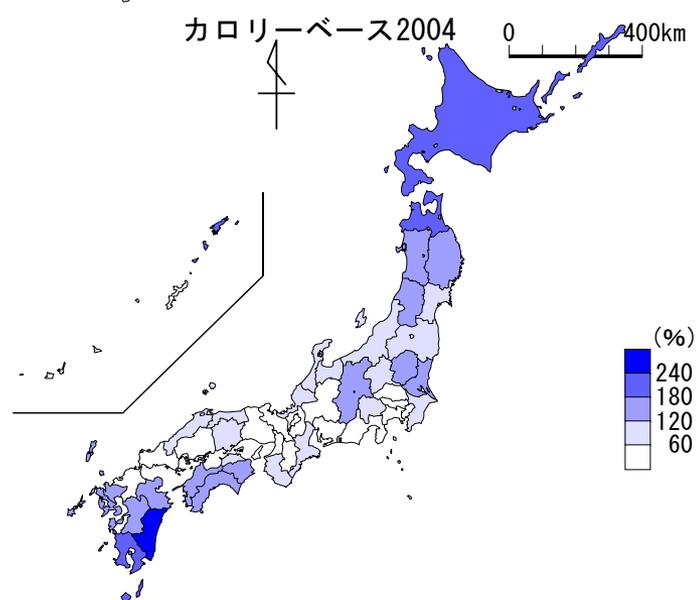
カロリーベース1998 0 400km



カロリーベース2004 0 400km

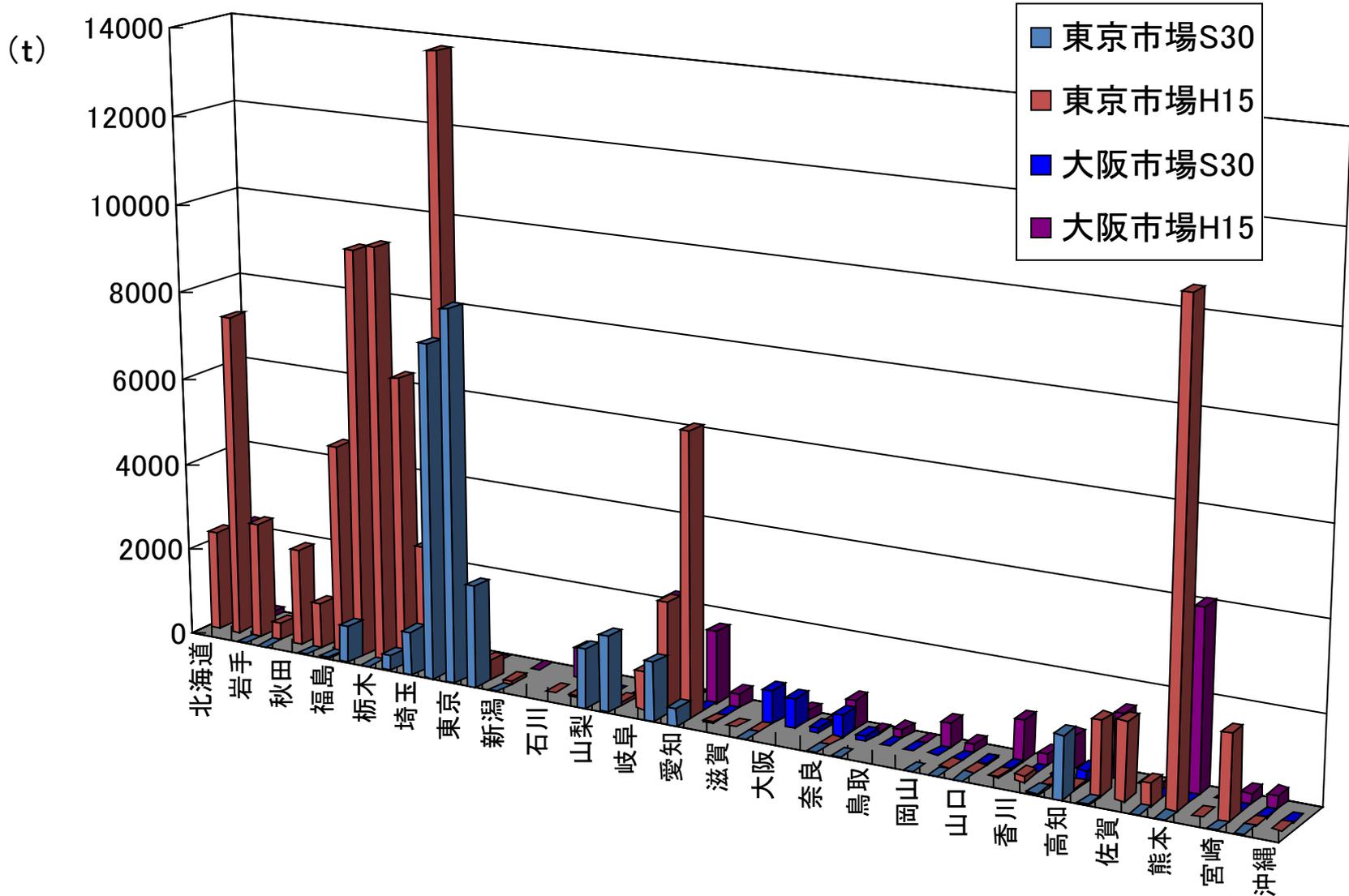


生産額ベース1998 0 400km



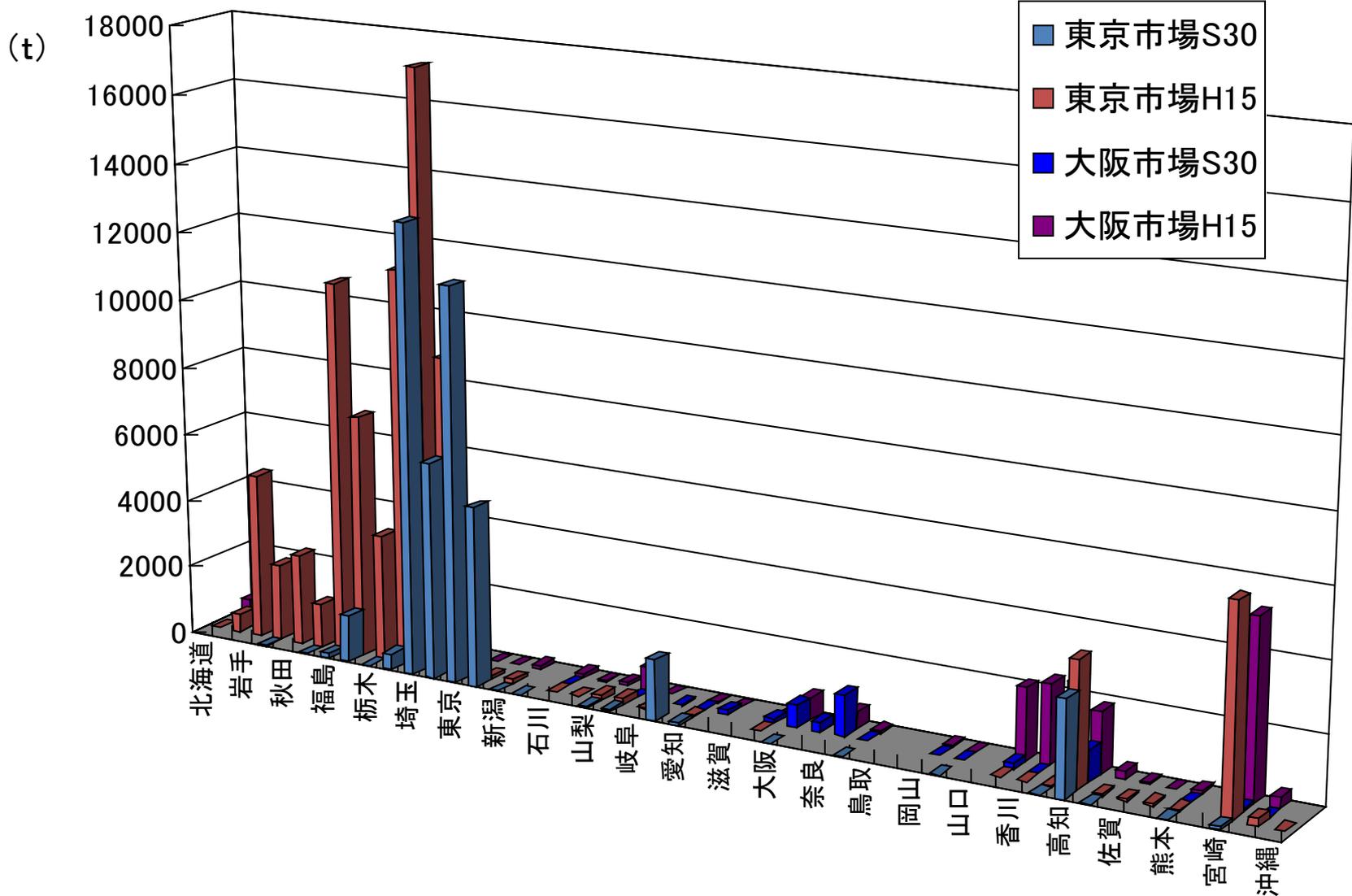
生産額ベース2004 0 400km

産地別入荷量(トマト)



資料:「東京都中央卸売市場年報」、「大阪市中央卸売市場年報」

産地別入荷量(きゅうり)



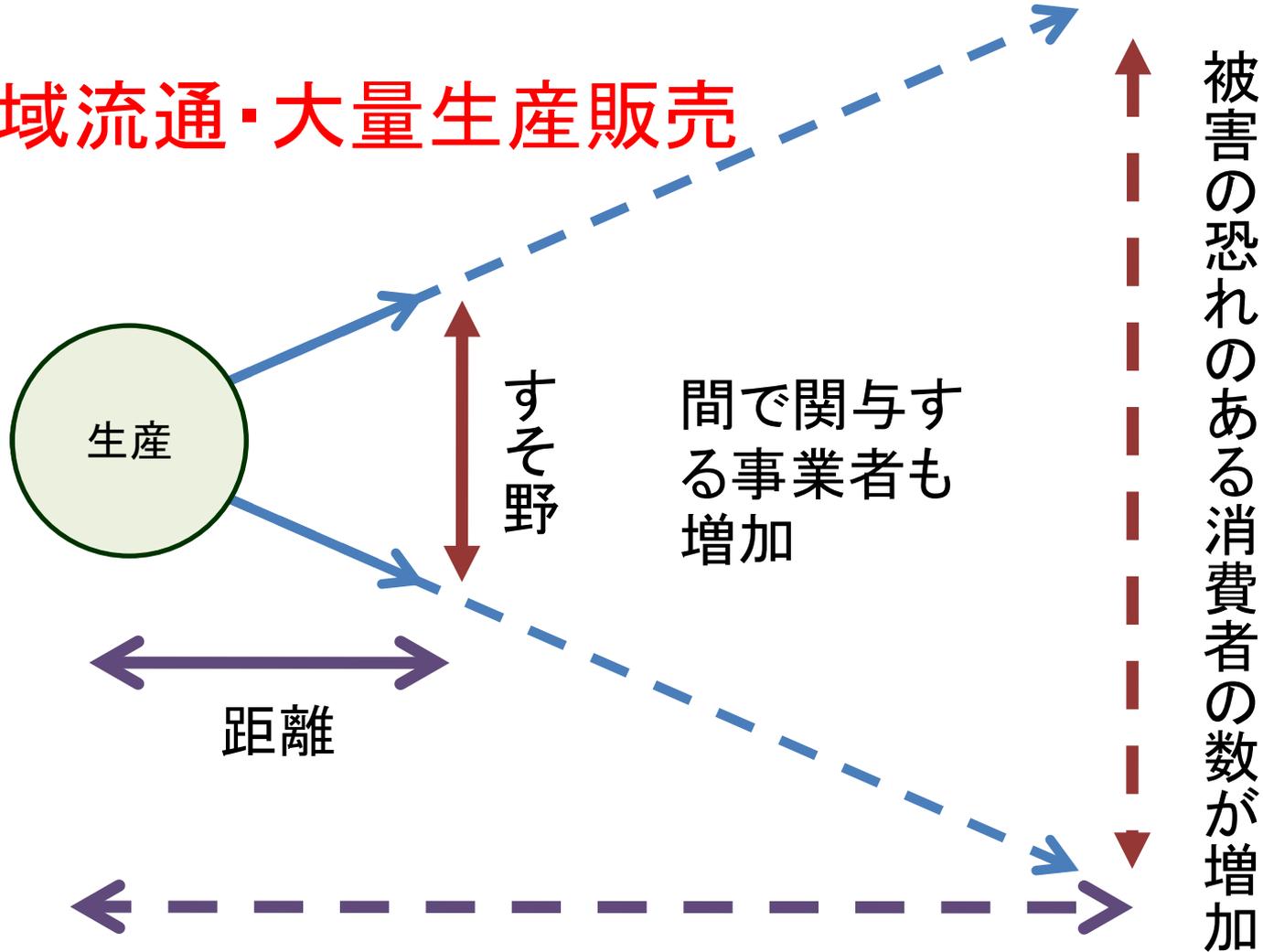
資料:「東京都中央卸売市場年報」、「大阪市中央卸売市場年報」

野菜の市町村供給の状況(1965年)(千t)

	出荷量	市町村内 自給量	社会的 供給量
だいこん	1,210	1,100	2,310
にんじん	204	134	338
はくさい	689	597	1,286
きゃべつ	675	343	1,018
ほうれんそう	177	118	294
なす	243	308	552
とまと	362	115	477
きゅうり	425	288	713
ピーマン	34	8	42
たまねぎ	599	176	776
レタス	35	3	38

距離とすそ野

広域流通・大量生産販売



被害の恐れのある消費者の数が増加

間で関与する事業者も増加

すそ野

距離

生産

地産地消について 流通論からの理解

第16表 総生産額に占める直売所販売額割合の推計（野菜、果実、花き・花木）

(単位)	2005年 農業センサス 農山村地域調査	2004年 「産地直売 所調査」	2004年 「産地直売所調査」 (農林水産省統計部) データに基づく推計					
	直売所 箇所数 (カ所)	直売所 調査 箇所数 (カ所)	野菜類		果実類		花き・花木類	
			直売所販売額 (生産額ベース) (億円)	直売所 販売シェア (%)	直売所販売額 (生産額ベース) (億円)	直売所 販売シェア (%)	直売所販売額 (生産額ベース) (億円)	直売所 販売シェア (%)
全国	13,538	2,982	571.1	3.2	190.9	1.8	149.7	3.5
北海道	757	101	5.8	0.4	5.9	2.1	0.6	0.4
東北	1,418	381	62.1	3.1	18.7	1.0	13.7	4.5
北陸	621	113	7.2	1.7	1.8	0.8	4.6	3.2
関東・東山	5,437	762	179.7	3.0	52.4	2.1	30.4	3.2
東海	1,297	340	83.2	4.8	17.9	1.7	33.3	3.0
近畿	951	272	35.0	3.1	18.3	2.1	13.4	5.0
中国	1,094	287	39.3	5.9	16.7	3.2	10.6	6.8
四国	436	172	43.1	3.2	10.4	1.2	12.2	5.8
九州	1,426	539	115.0	4.0	49.2	2.2	29.7	3.6
沖縄	101	15	0.6	0.6	1.0	1.7	0.1	0.0
岡山県	185	77	11.6	6.5	7.7	4.6	2.3	6.3
和歌山県	149	59	8.8	6.2	9.6	1.5	5.3	7.3
岩手県	251	60	16.8	6.3	4.0	3.0	3.2	5.2
岩手県 (2005年・県調査)		251	22.1	8.0	8.8	6.2	8.4	14.5

資料：農林水産省「農業センサス」、同「農産物地産地消等実態調査」、同「生産農業所得統計」、岩手県「農林水産物等直売施設実態調査」。

注(1) 品目別直売所販売額（生産額ベース）＝品目別1直売所当たり販売額×直売所数×生産額換算率（0.84）。

(2) いちご、メロン、すいかは果実類。

地産地消の展開過程

A 地場流通（地産地消）



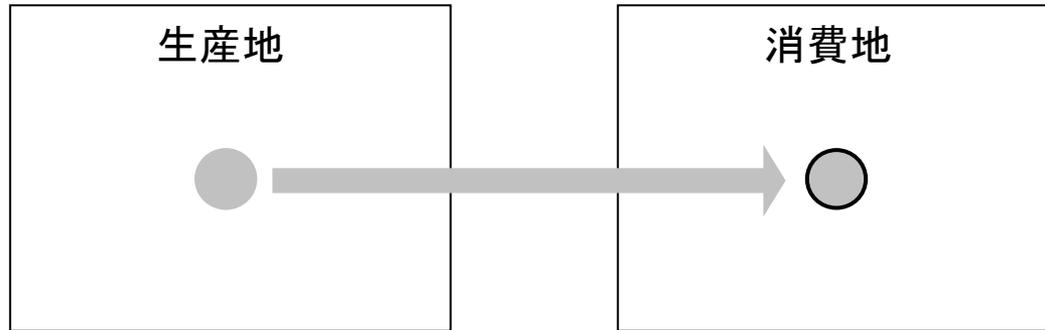
モノの動き

ヒトの動き

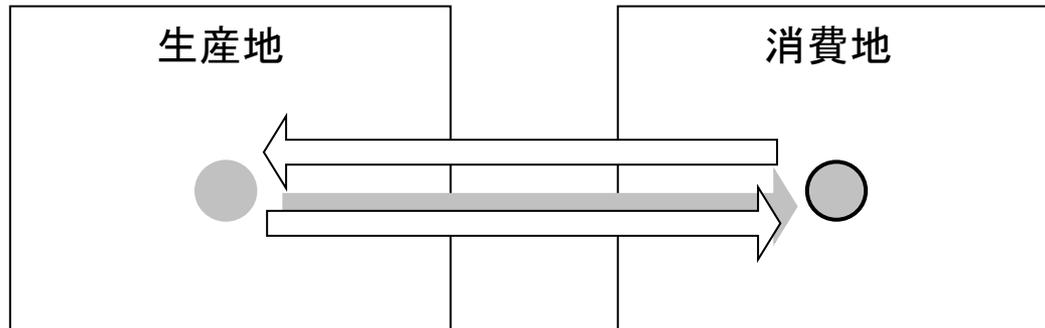
● 生産点

○ 消費点

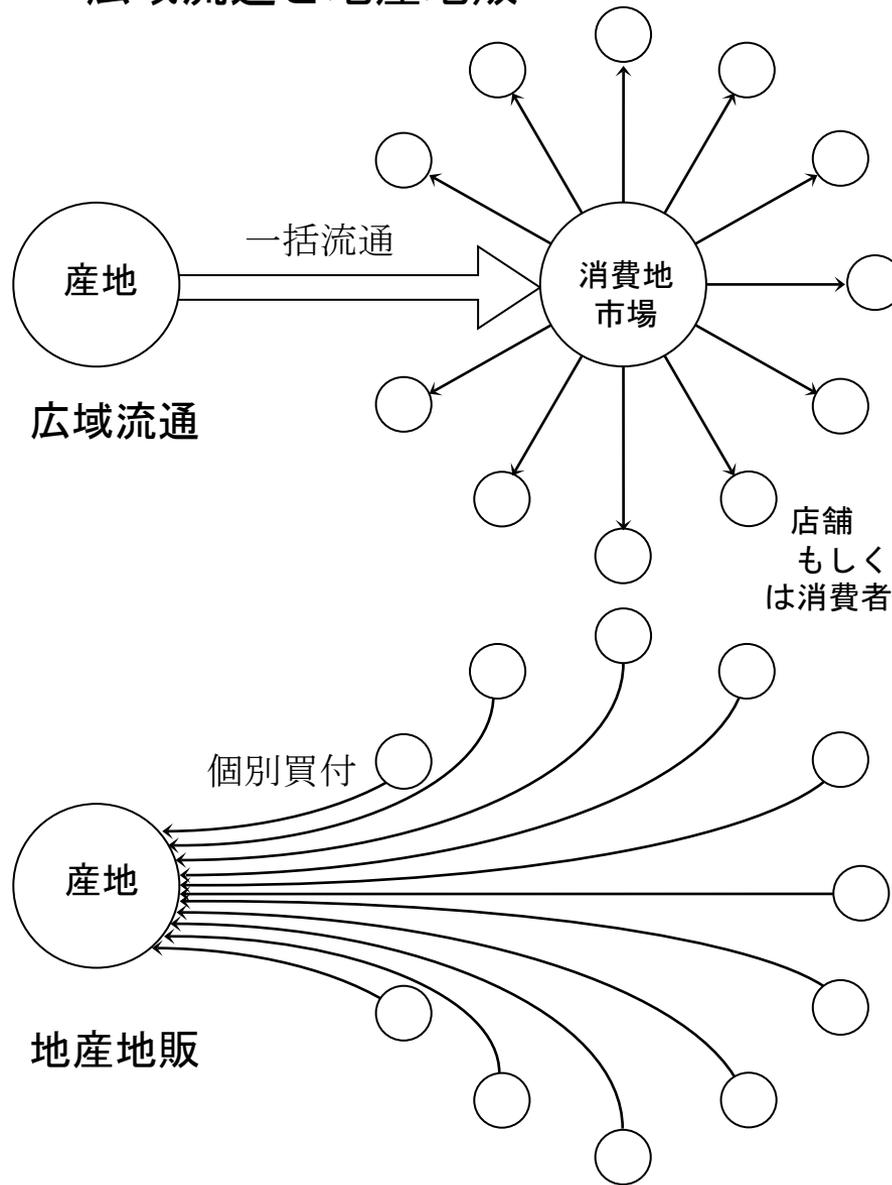
B 産地化・広域流通



C 地産地販

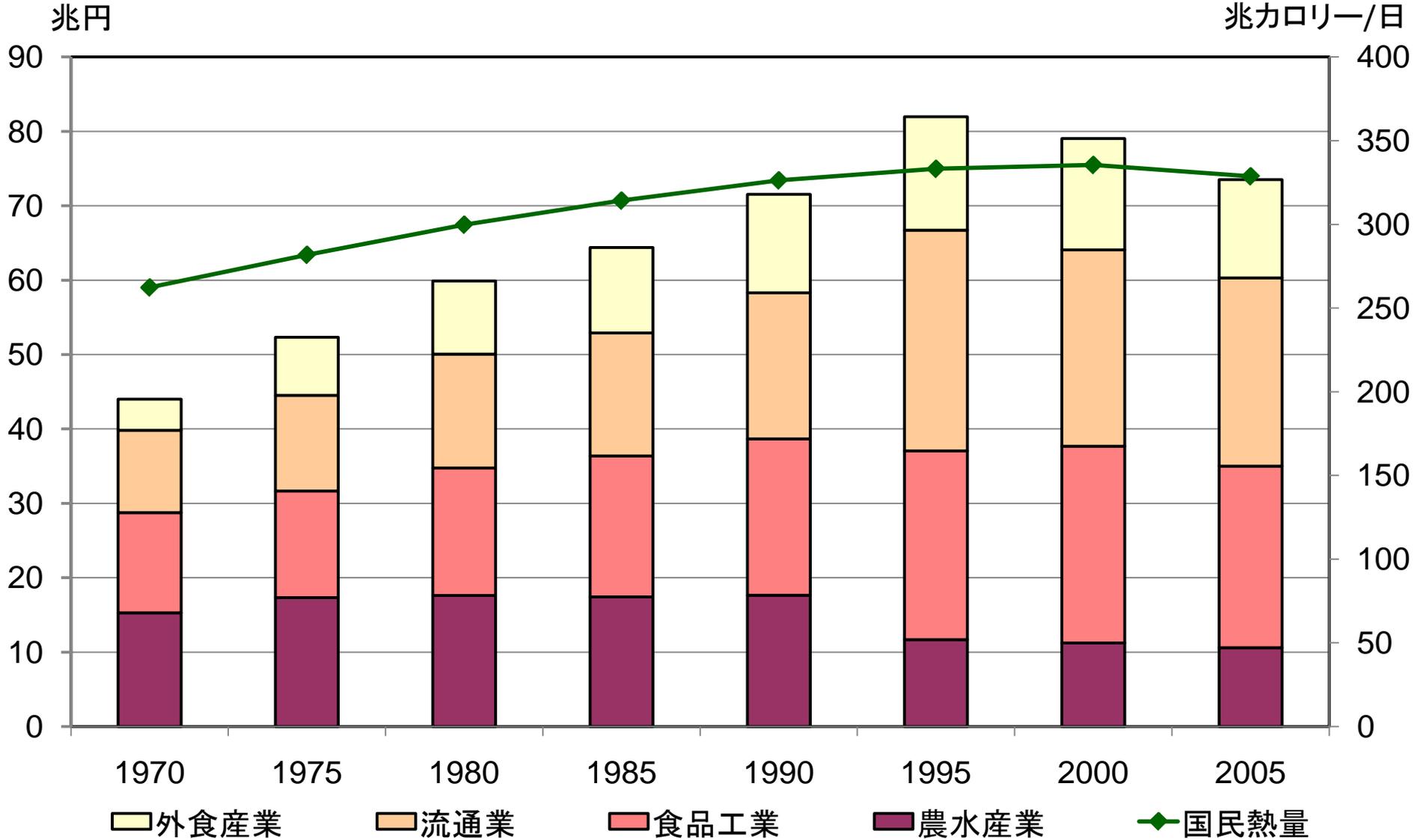


広域流通と地産地販



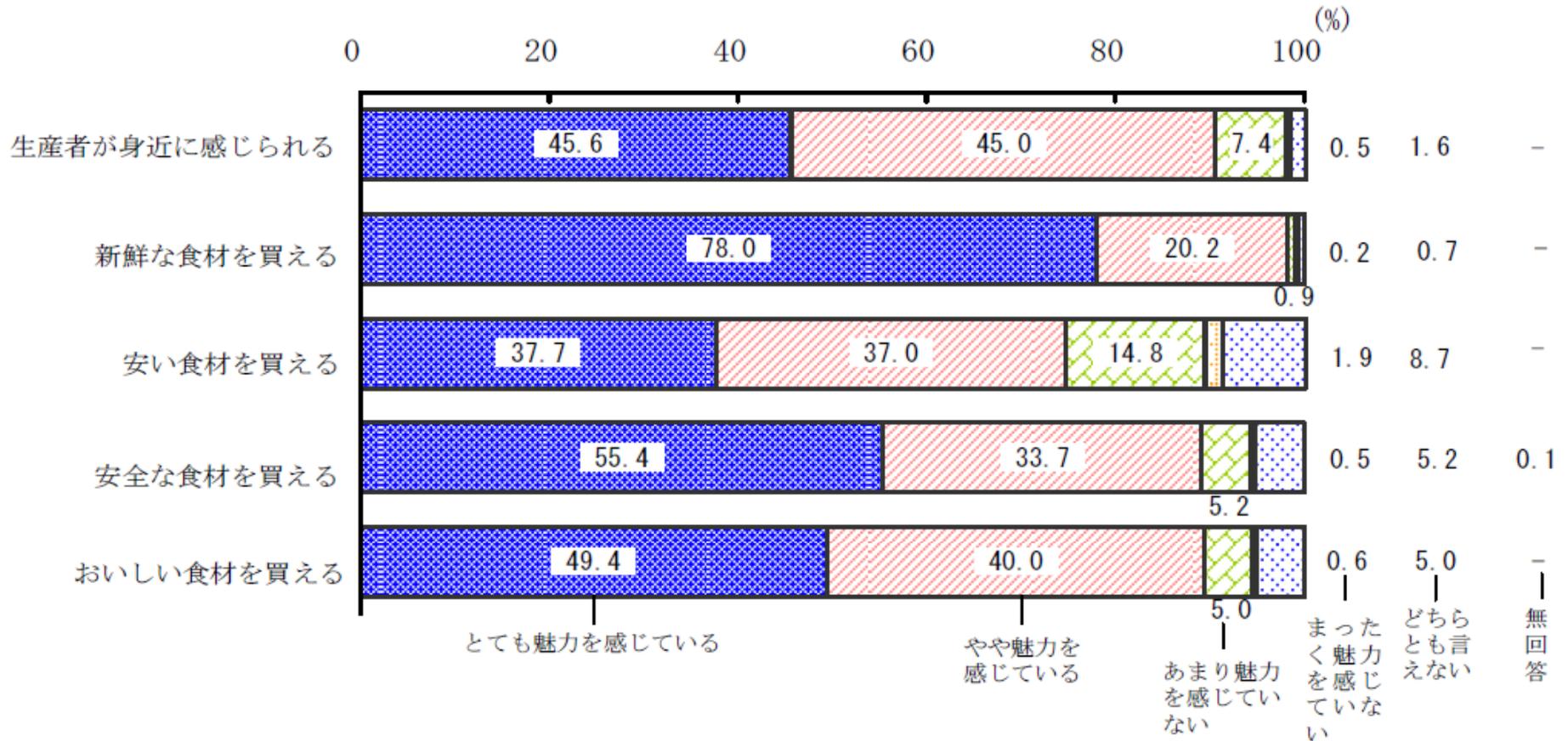
消費者は何を求めているのか

食料支出と部門別にみた帰属(実質:2005年基準)



資料:農水省「農林漁業・食品工業を中心とした産業連関表」「食料需給表」、総務省「消費者物価指数」

1 地産地消の取組による消費者への利点に関する消費者の意識

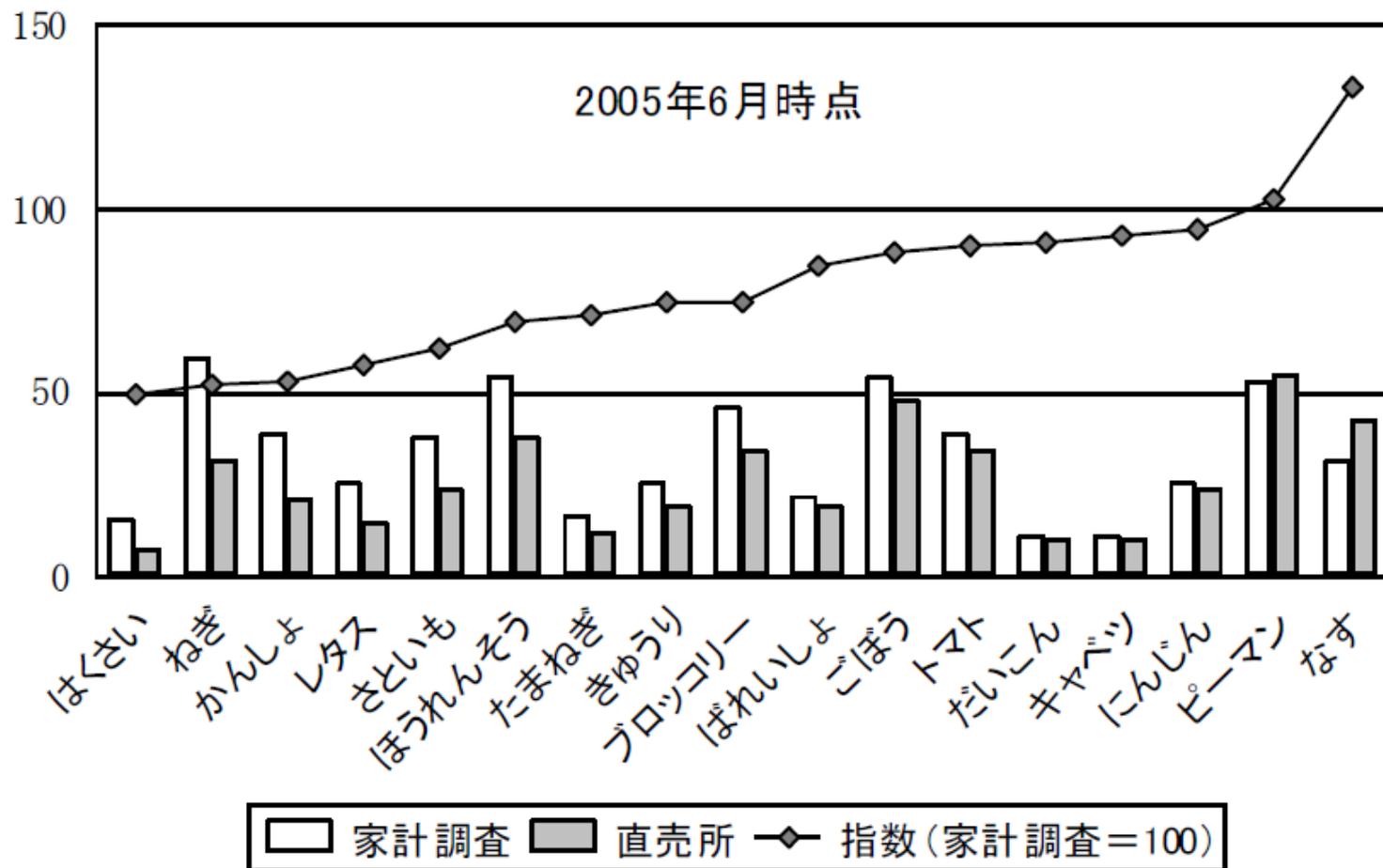


原資料:農林水産省大臣官房情報課「平成18年度 農林水産情報交流ネットワーク事業 全国アンケート調査 地産地消に関する意識・意向調査結果」

資料:農林水産省「平成19年度農産物地産地消等実態調査」

<http://www.maff.go.jp/j/press/tokei/kikaku/080327.html>

(価格:円/100g、価格指数)

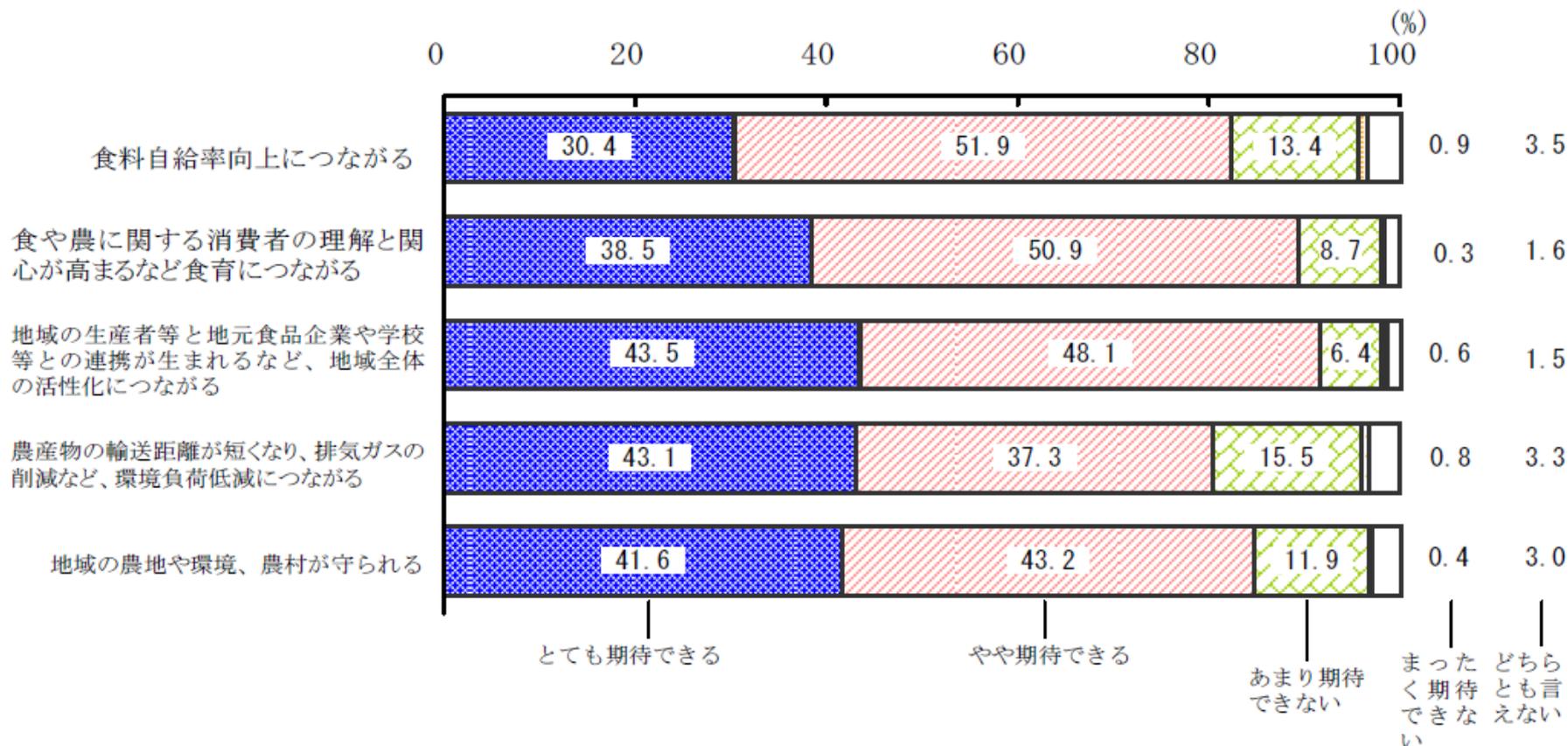


第6図 品目別野菜販売価格（農産物直売所と家計調査の比較）

資料：(社)JA総合研究所(2006)「野菜の価格調査結果」(「第35ファーマーズマーケット戦略研究会」資料)，総務省「家計調査年報」。

注. 直売所価格は「ファーマーズマーケット戦略研究会」加盟14店舗で行われた調査価格の単純平均。

2 地産地消の取組による効果に関する消費者の意識

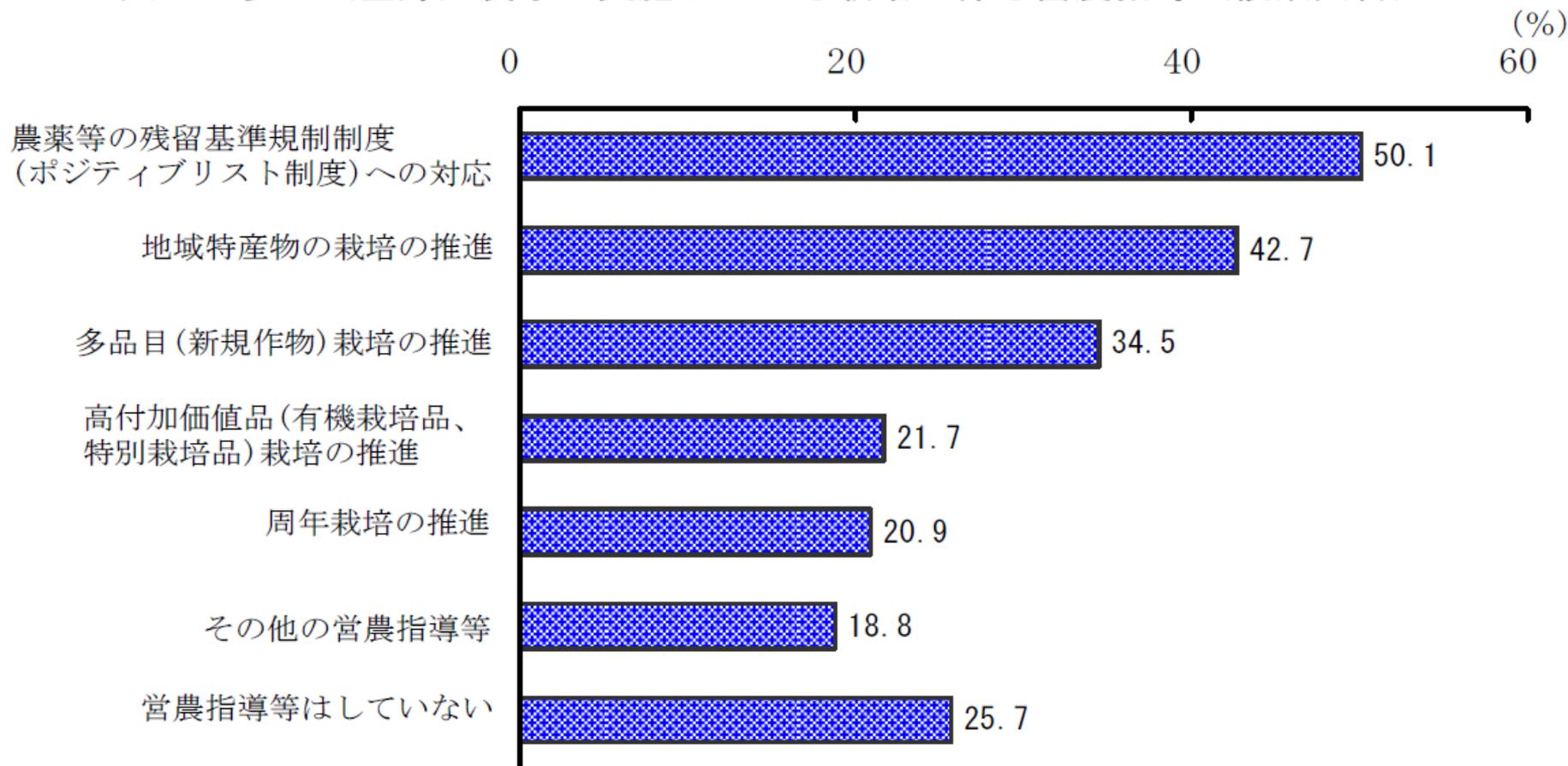


原資料:農林水産省大臣官房情報課「平成18年度 農林水産情報交流ネットワーク事業 全国アンケート調査 地産地消に関する意識・意向調査結果」

資料:農林水産省「平成19年度農産物地産地消等実態調査」

<http://www.maff.go.jp/j/press/tokei/kikaku/080327.html>

図17 参加（登録）農家へ実施している栽培に係る営農指導（複数回答）



注：生産者の個々の運営（経営）の場合は、その生産者で取り組んでいる事項とした。

資料：農林水産省「平成19年度農産物地産地消等実態調査」

<http://www.maff.go.jp/j/press/tokei/kikaku/080327.html>

図16 地場農産物販売に当たっての課題（複数回答）

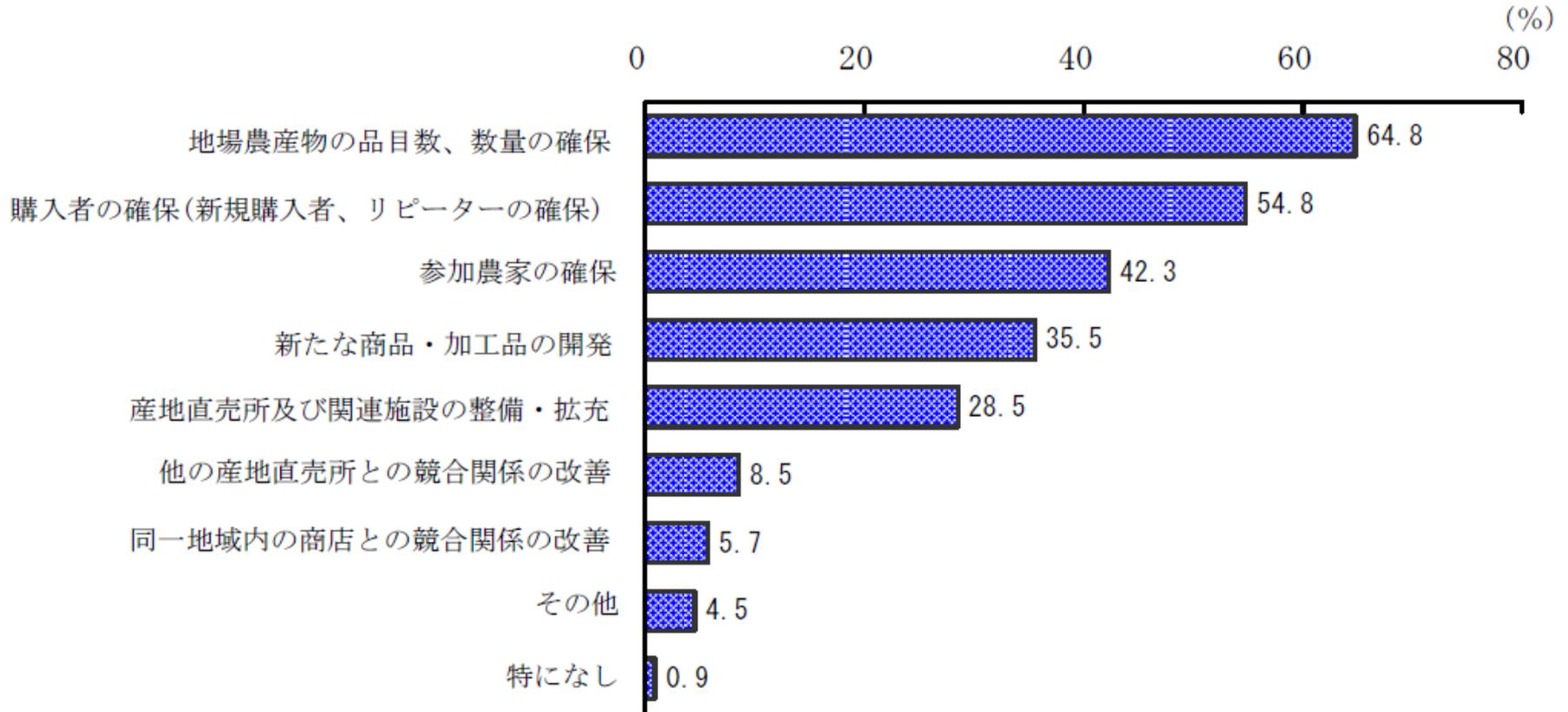


図14 地場農産物販売に当たっての取組（複数回答）

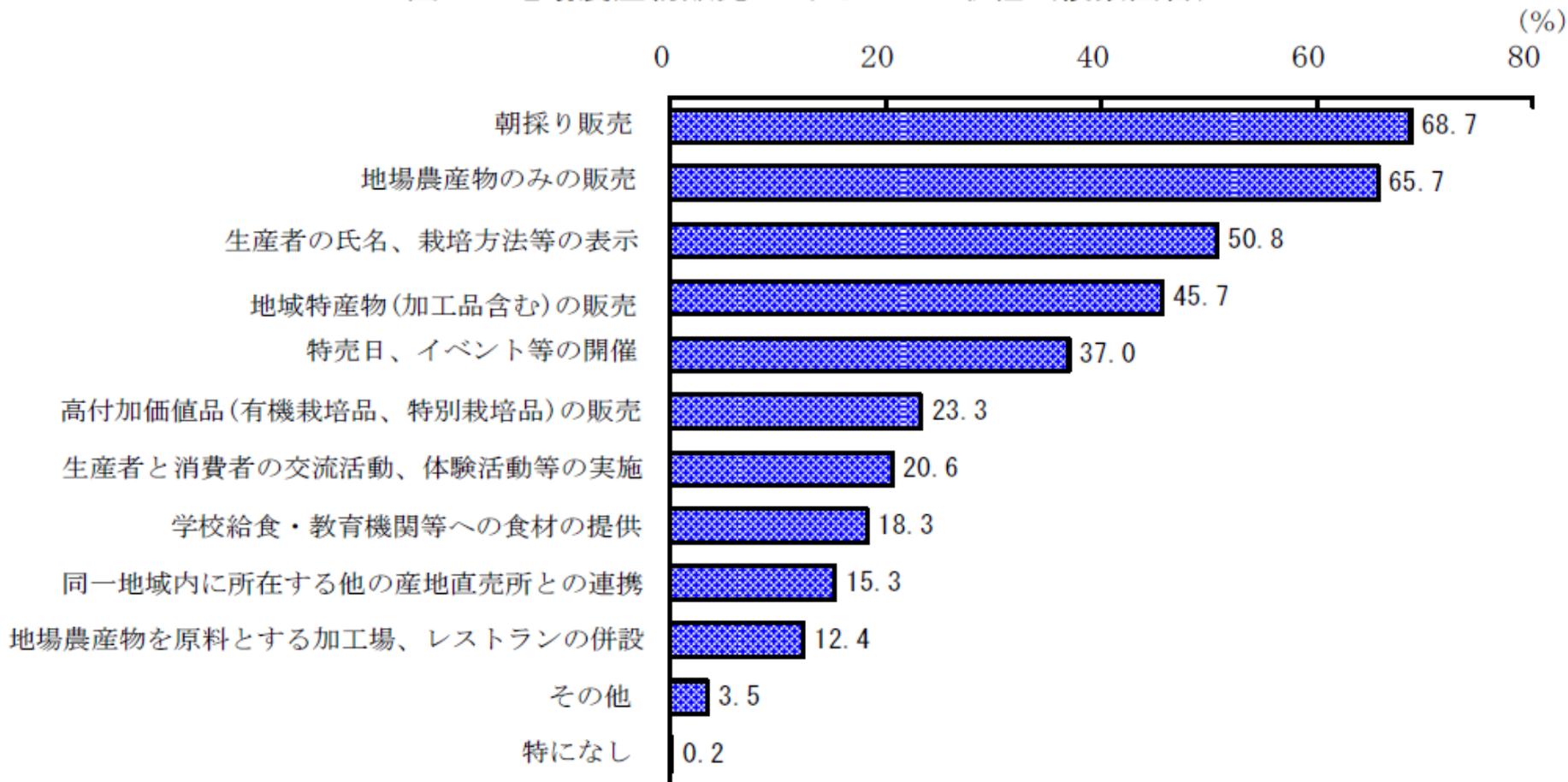
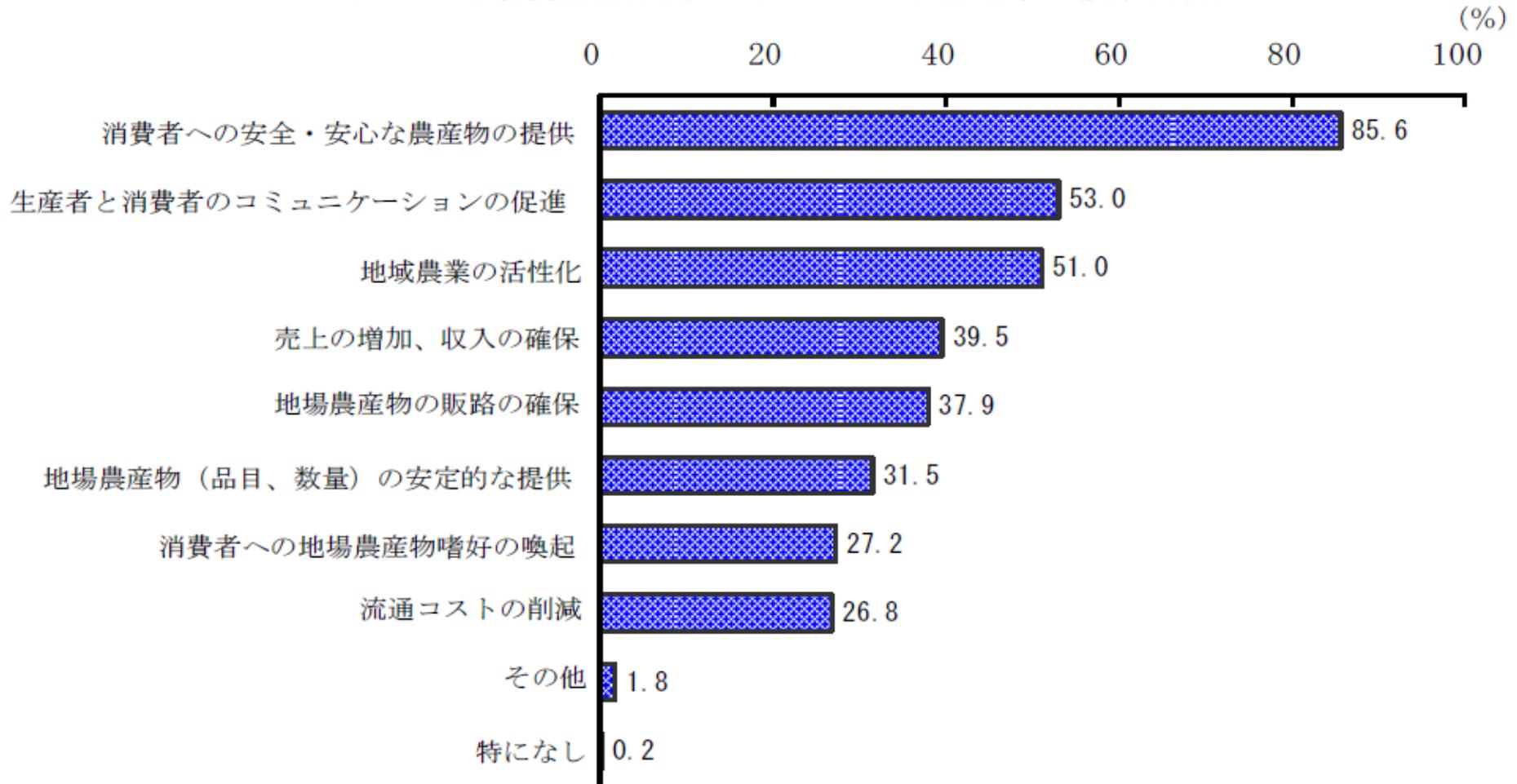


図15 地場農産物販売に当たっての取組効果（複数回答）



資料：農林水産省「平成19年度農産物地産地消等実態調査」
<http://www.maff.go.jp/j/press/tokei/kikaku/080327.html>

農業・農村における地産地消の意義

- 規格外商品の販売
- 小規模農家の販路確保
- 女性のエンパワーメント
- 産直組織におけるビジネスの多角化
 - － こだわり(有機・特裁)農産物の販売
- 情報受発信の拠点
- 農産物の多様化
 - － 複合農業の推進
 - － 地場野菜の保存
- 業務用販路の拡大
 - － レストランやホテルの注文