

道の駅に併設する農産物直売所は

地域にとってどのような存在なのか

～須崎市道の駅農産物直売所「かわうそ市」を対象として～

1210561 吉成 夏紀

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 本研究について

1-1 はじめに

本研究で、高知県須崎市に立地する道の駅「かわうその里すさき」に併設している「かわうそ市」の来店客や生産者、経営者を対象として、ヒアリング調査やアンケート調査を行い、道の駅に併設している農産物直売所は地域にとってどのような存在なのかを明らかにした。

1-2 研究背景

私の祖母は農業をしており、かわうそ市に野菜を出荷している。そのため幼いころから出荷の手伝いなどで何度も訪れたことがあり、私にとってかわうそ市はとても馴染みのある場所である。かわうそ市は売り場面積が狭く、そのためスーパーや須崎市内の他の直売所に比べると品ぞろえも良いとは言えない。須崎市内には令和2年4月時点でかわうそ市以外に5店舗の直売所があり、規模の大きい直売所が、かわうそ市から2.6キロメートル（とさっ子広場）と3.5キロメートル（黒潮市場）の2か所に分布している。また、かわうそ市の近くにはフジ須崎店という大規模小売店舗も立地している。仮に、生鮮食料品を購入するだけであれば、これらの大規模店のほうが有利と考えられる。

しかし、かわうそ市は他の直売所とは違い、道の駅に併設していることが大きな特徴である。道の駅は休憩場所として、地域の情報発信の場所として、地域コミュニティの場所としてなど様々な面で活用されている。道の駅の数々は年々増加しており、令和2年7月時点で全国に1180駅登録されている。高知県においても現在24駅が登録されている（表1）。農産物直売所が併設されている道の駅は多くあり、地元で生産されているその地域ならではの新鮮な野菜や果物、花などが販売されている。

しかし近隣にスーパーなど大規模小売店舗や大型の農産物直売所があり、消費者心理からすれば、商品の選択が多い大規模小売店舗が顧客獲得するうえで有利である。一方で、かわうそ市のような小規模な小売店舗がその環境下でも維持し続けているのが現状である。そこには、かわうそ市に多くの地元客や観光客が利用する仕組みがあるのではないかと考えられる。そこで、かわうそ市が利用客や生産者にとってどのような存在なのか、かわうそ市に求められているニーズを明らかにする。これにより、道の駅併設型直売所の今後の戦略につながるのではないかと考えられる。

表1 高知県道の駅一覧

| | |
|--------------|----------------------|
| 大杉（大豊町） | かわうその里すさき（須崎市） |
| 大山（安芸市） | 四万十大正（四万十町） |
| 木の香（いの町） | 土佐さめうら（土佐町） |
| すくも（宿毛市） | 土佐和紙工芸村（いの町） |
| 大月（大月町） | ゆすはら（梶原町） |
| やす（香南市） | キラメッセ室戸（室戸市） |
| 南国風良里（南国市） | あぐり窪川（四万十町） |
| 美良布（香美市） | 四万十とおわ（いの町） |
| 633 美の里（いの町） | なぶら土佐佐賀（黒潮町） |
| 田野駅屋（田野町） | よって西土佐（四万十市） |
| なかとさ（中土佐町） | ビオス大方（黒潮町） |
| 布施ヶ坂（津野町） | めじかの里土佐清水 （土佐清水市） |

（国土交通省 道の駅一覧より筆者作成）

1-3 研究目的

本研究では、高知県須崎市道の駅「かわうその里すさき」に併設する農産物直売所「かわうそ市」を対象として、かわうそ市にかかる関係者のニーズと課題を整理し、かわうそ市が地域にとってどのような存在なのかを明らかにする。

1-4 研究方法

本研究は以下の手順で行った。

- ① 事前調査として、実際に道の駅「かわうその里すさき」に訪れ、従業員にヒアリング調査を行い、道の駅やかわうそ市の大きな概要を明らかにする
- ② かわうそ市店長を対象として、かわうそ市の設立経緯や活動、かわうそ市の現状や課題についてヒアリング調査を行う
- ③ 生産者を対象として、この仕事をしている中でのやりがいや大変な点、かわうそ市の存在についてヒアリング調査を行う
- ④ 来店客を対象として、居住地や利用頻度、かわうそ市の魅力についてアンケート調査を行う
- ⑤ 調査結果をまとめ、かわうそ市がどのような存在なのか考察する

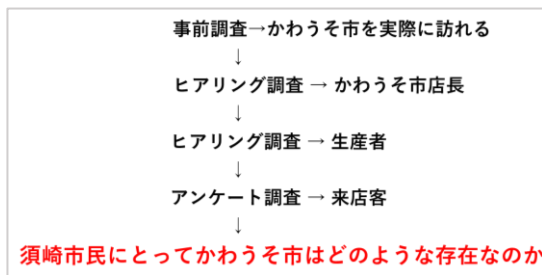


図1 研究手順

2. 調査対象について

2-1 対象地（須崎市）について

高知県須崎市は高知市の中央部に位置する面積 135 km²、人口約 2 万 1000 人（令和 2 年 8 月時点）の中山間地域であり過疎地域である。高齢化が進んでおり、65 歳以上の割合は約 40% でかなり高い高齢化率といえる。人口は年々減少しているが、65 歳以上の人口だけを見ると、増加している。今後も 65 歳以上の割合は増加し、50% を超えるのも遠い将来ではないことが予想される。そんな須崎市では、第

一次産業が盛んで、農業においては高温多湿な気候を生かした施設園芸農業が盛んにおこなわれており、ミョウガとリュウキュウ（はす芋）が特産品である。しかし農業においても、従事者人口の減少や高齢化、後継者不足が問題となっている。

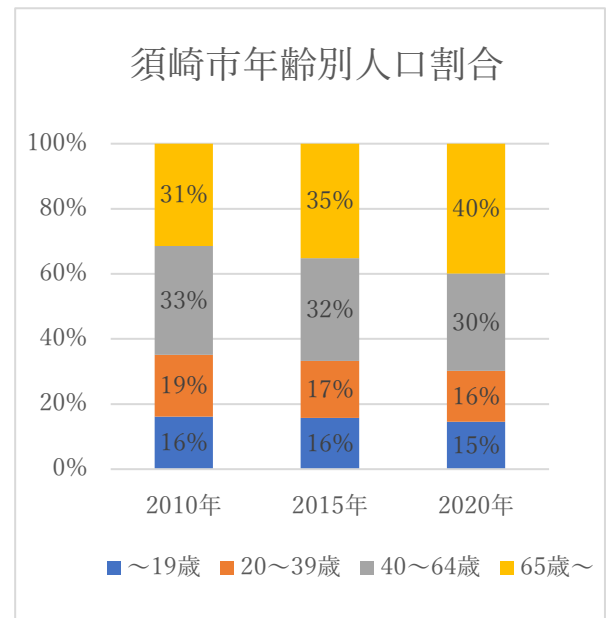


図2 須崎市年齢別人口推移
(須崎市ホームページより筆者作成)

2-2 道の駅「かわうその里すさき」について

高知県須崎市下分に位置する株式会社道の駅が運営している道の駅。敷地面積は約 6000 m² で、収容駐車台数は 80 台。大型バスも駐車でき、観光バスがツアーでよく訪れる。建物は 2 階建てで、床面積は 1620 m²。新鮮な魚や野菜、アイスクリン、土産物、地酒などを販売している。

2-3 かわうそ市について

売り場面積は 80 m² と狭い。野菜や果物だけでなく、花卉や田舎寿司、田舎漬け、蜂蜜、米なども販売されている。須崎市の直売所の中で大型バスが駐車できる店舗は、かわうそ市と黒潮市場（スーパーに併設している店舗）の 2 店舗で、県外客が観光ツアーでよく訪れる。地元客の利用とともに県外からの観光客を対象としている売り場であるため、県外客やリピーターも増え、発注注文も多くある。



図3 かわうそ市の店内

2-4 かわうそ市周辺の大規模小売店舗の状況

- かわうそ市から約 500 メートルの場所にフジという大きなスーパーがある。中には 100 円均一店や本屋、衣料品店など、食料品以外の商品も多くそろっている。
- 2.6 キロメートル離れた場所にはとさっ子広場という直売所がある。大通りに立地していないため、アクセスはいいとは言えないが、売り場面積は約 400 ㎡あり、かわうそ市と比べるとかなり広い。イートインコーナーもある。
- 3.5 キロメートル離れた場所には、マルナカというスーパーもあり、ここには黒潮市場という直売所が併設されている。この店舗は売り場面積、駐車場が広く、かわうそ市とおなじく大型のバスも駐車できる。



図4 かわうそ市をめぐる位置関係
(Google マップより筆者作成)

3. かわうそ市の経営方針

3-1 ヒアリング調査の内容

- 目的：かわうそ市の設立経緯や課題を明らかにすること
- 日時：2020 年 10 月 16 日
- ヒアリング対象： かわうそ市店長 野嶋佳久様
- ヒアリング方法：メール、FAX
- 主なヒアリング項目
 - ① かわうそ市設立経緯
 - ② 活動について
 - ③ 他の直売所と比べたかわうそ市の特徴
 - ④ 来店者数の経緯
 - ⑤ 現状や課題

3-2 ヒアリング結果：かわうそ市の設立について

平成 11 年 2 月かわうその里すさきのオープンに伴い、道の駅関係者らの JA に対する期待や須崎市の第一次産業の発展と活性化のため、かわうそ市の出店が計画された。オープンに向け、会員の募集を何度か行い、開店までに 50 人の会員を集めた。開店後売り上げは想像以上の好調が続き、会員も増加した。3 年目には年間売り上げ 1 億円を超え、多くの地域住民、県外客が利用する直売所となり生産者の所得向上につながった。

3-3 ヒアリング結果：かわうそ市の活動

- ① 毎年度の彼岸・お盆・正月に入り口にテントを設置し、売り場を広げて出荷物の売り上げの増大を図る
- ② スタンプラリーとしてかわうそ市専用のカードを作る
- ③ 年 2 回売り上げ増大の参考となる他の直売所での視察研修旅行を行う
- ④ 12 月に懇親会として忘年会を開催
- ⑤ 道の駅周辺の芝桜の清掃
- ⑥ 年に一度の農薬使用の勉強会

3-4 ヒアリング結果：かわうそ市の課題

令和元年からかわうそ市はJA管轄のとさっ子広場（須崎市にある直売所）と統合し、かわうそ市部会は解散した。そのため、かわうそ市ととさっ子広場の両方に出荷ができるようになった。出荷している野菜に違いはない。とさっ子広場はかわうそ市と比べ、売り場面積が広い、営業時間が早い、イトインでのモーニングやランチの提供などの強みが多く、売り上げが上がっている直売所であるため、かわうそ市に出荷していた生産者がとさっ子広場に出荷するようになり、かわうそ市は品薄になりつつある。

道の駅なかとさのオープンや黒潮市場などの直売所オープン、高速自動車道の西部地区への開通に伴い売り上げが減少している。また、コロナウイルスの影響により大幅な売り上げが減少している。Go TO トラベルなどのキャンペーンにより徐々に来店客数も増え、売り上げ回復してきているが今後前年度並みの売り上げに戻らないのではないかとという危惧がある。野嶋様にいただいた売り上げのデータを基にグラフを作成した（図8）。これを見ると、最初は勢いよく売り上げが伸びているが、2004年をピークに、それから徐々に売り上げが落ちているのがわかる。

また、中山間地域で問題となっている生産者の高齢化が、須崎市でも起こっている。田舎寿司や田舎漬けなどいわゆる昔ながらで地元ならではの味を継承するものが特に高齢化しており、途絶えてしまう心配がある。かわうそ市での販売手数料は売り上げの13%、バーコード代1枚につき1円。現在会員は465名在籍しているが少しずつ減少している。

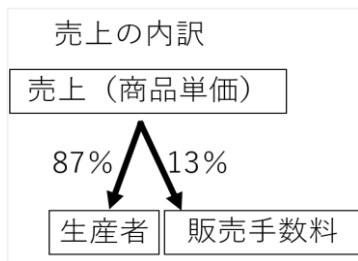


図5 売り上げ内訳

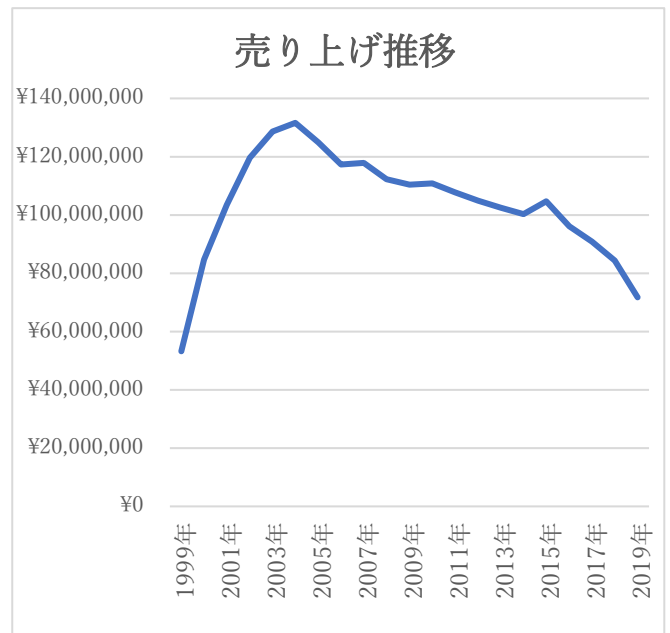


図6 かわうそ市売り上げ推移

4. かわうそ市に納入する生産者の意識調査

4-1 ヒアリング調査の内容

- ・目的：生産者にとってかわうそ市はどういう存在なのかを明らかにすること
- ・日時：2020年11月22日
- ・ヒアリング対象：かわうそ市に出荷している生産者4名
Aさん（80代女性）
Bさん（90代女性）
Cさん（40代男性）
Dさん（80代女性）（4名とも専業）
- ・ヒアリング場所：生産者の自宅、かわうそ市
- ・ヒアリング内容：
 - ① 出荷しているもの
 - ② 出荷のきっかけ
 - ③ 仕事をしているうえでのやりがいや大変なこと
 - ④ かわうそ市はどういう存在なのか

4-2 ヒアリング結果

Aさんはたくあん漬け、野菜を出荷している。もともと青果市に出荷していたが、かわうそ市オープンに伴い、家が近いかわうそ市に出荷先を移行。元々出荷していた青果市と違い、自分で値段を決め、販売することができる。Aさ

んは一人で暮らしており、収穫、袋詰め、出荷などほぼ全て一人でこなさなければならないのが大変。しかし、Aさんが作るたくあん漬けが一番だと言ってくれる方がいるからがんばれると述べていた。また、かわうそ市に行くと必ず仲のいい従業員や生産者がおり、かわうそ市はAさんにとって団らんの場所である。毎日足を運ぶのが楽しみだと述べていた。

Bさんはしきびやさかきを出荷している。元々須崎市内の他の市場に出荷していたが、Aさんと同様に家が近いかわうそ市に出荷先を移行。Bさんは90代の女性で、すべての作業を一人でこなさなければならないのが大変だと述べていた。しかしBさんにとって農業は生活の中での唯一の楽しみで、この仕事が生きがいと述べていた。

Cさんは田舎寿司を出荷している。販路開拓のため、かわうそ市に出荷を始めた。週に5日、出荷に間に合うように夜中の3時に起きて仕込みをしている。かわうそ市は他の出荷先に比べて県外客が多いため、県外の人にも自分で作ったものを食べてもらうことができると述べていた。

Dさんは野菜や花卉を出荷している。もともととしていた仕事を退職したタイミングで農業を始め、家の近くのかわうそ市に出荷を始めた。Dさんもほとんどの作業を一人でしており、特に寒い時期に、商品を綺麗に水洗いするのが大変。一日に数回、それぞれの生産者に届く売り上げ報告のメールが楽しみだと述べていた。

4 - 3 ヒアリング結果まとめ

- ・作業をすべて一人でやっている生産者が多い
 - ・生産者にとってこの仕事が大きな生きがいである
 - ・かわうそ市はコミュニケーションをとれる場所
- このような存在は、一人暮らしをする高齢者にとって重要な場所だと感じた。

5. 来店客へのアンケート調査

5-1 アンケート調査の内容

アンケート用紙を作成し、2020年12月6日（日）12時～14時30分、かわうそ市来店客40名を対象にアンケート調査を行った。主なアンケート内容は以下の通り。

- ① 年齢、性別
- ② 居住地

- ③ かわうそ市の利用頻度
- ④ 購入したもの
- ⑤ かわうそ市の魅力
- ⑥ 須崎市に訪れた理由

5-2 アンケート結果

来店客の半数を60代と70代が占める結果となった。2時間ほど滞在したが、高齢の来店客が若者よりも圧倒的に多くみられた。また、女性のほうが少し多かった。

日曜日の昼だということもあり、地元客より須崎市外から来た来店客のほうが多い結果となった。県外客も多く、愛知県、大阪府、神奈川県、鹿児島県など遠くの地からの来店客も見られた。コロナウイルスが流行してから観光バスツアーでの来店客が減少したと伺ったので、流行前は更に多かったと思われる。来店客はほとんど途切れることなく続き、店内はにぎわっていた。購入品は野菜や花卉、寿司や果物など様々だった。かわうそ市が目的で須崎市外から須崎市に訪れる来店客も何名かいた。高知県内の来店客と高知県外からの来店客で、購入品の差はみられなかった。

また、かわうそ市の来店理由については、通りすがりという答えが多かった。これにより、かわうそ市はアクセスが良い場所に立地していることがわかる。すぐ近くには、高速道路の出入り口や大きめのスーパーも近くにあり、ついでに寄る人が多いことが考えられる。

かわうそ市の魅力については、新鮮、安いという声が一番多かった。そのほかは気軽に立ち寄れる、安心、地元ならではの味でおいしい、商品がきれいなどの声もあげられた。かわうそ市の商品が好きで、遠くに住む友人によくこの野菜や果物を送るという方もいた。

地元客は週に数回利用するという回答が多かった。スーパーより新鮮で安価なため、ほとんど毎日利用するという方もいた。須崎市以外の高知県内在住者の利用頻度は様々だったが、ドライブや帰省のついでにかわうそ市に寄ったと回答した方は利用頻度が年に数回という回答が多かった。買い物が目的で須崎市内に訪れたと回答した方は利用頻度が月に数回、もしくは週に数回という回答が多かった。県外客は、初めて来店したという方がほとんどだった。

5 - 3 アンケート結果まとめ

- ・アンケートを取った日が日曜日だということもあるが、須崎市外からの来店客が地元客に比べて多い
- ・かわうそ市の魅力については、新鮮、安いという回答が多かった
- ・かわうそ市が一番の目的で須崎市を訪れる方もいた

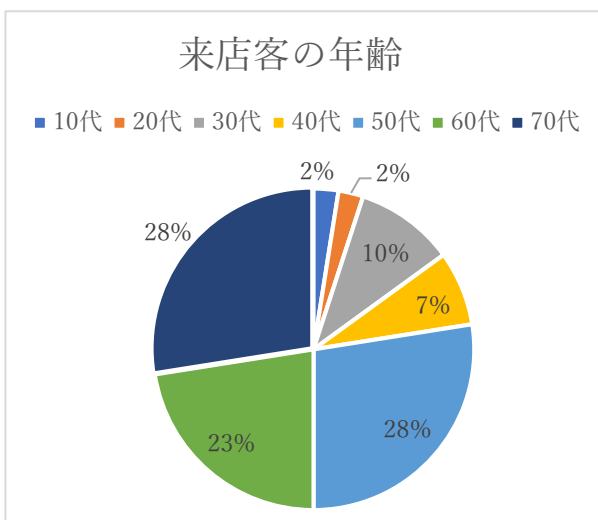


図7 来店客の年齢

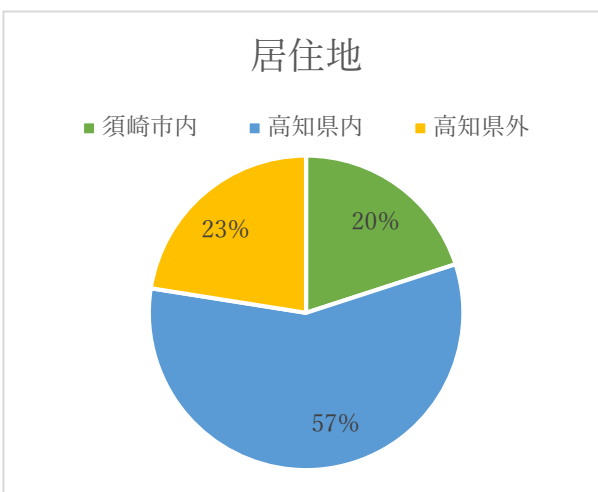


図8 来店客の居住地

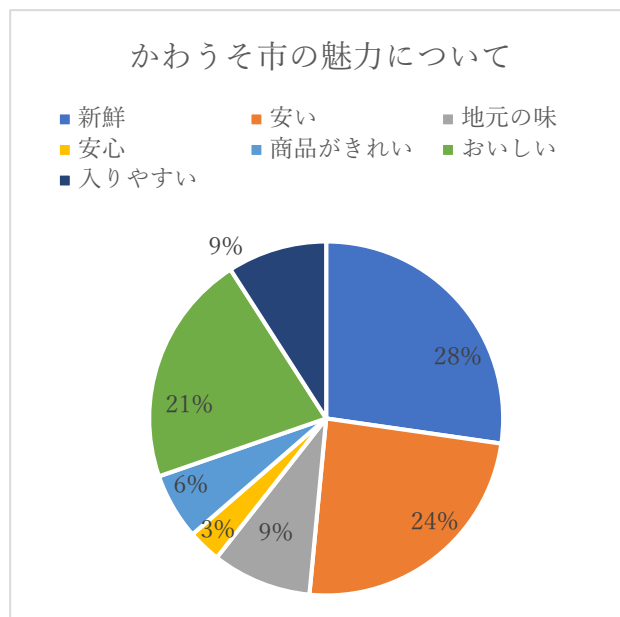


図9 かわうそ市の魅力について

6. 考察

ヒアリング調査、アンケート調査からかわうそ市をめぐる関係図を作成するとともに、各関係者にとってかわうそ市がどのような存在なのかについて考察した。

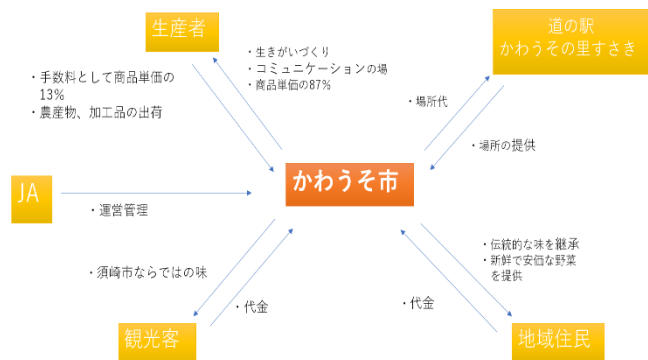


図10 かわうそ市をめぐる関係図（筆者作成）

6 - 1 かわうそ市に求められているニーズ

- ・来店客→安価で新鮮な農作物が購入できる

アンケート調査により、来店客が感じるかわうそ市の魅力は、新鮮・安い・地元ならではの味など様々挙げられた。地元客、観光客問わず、多くの利用客に愛されていることが明らかになった。安価で新鮮というだけでなく、立ち寄りやすいアットホームな雰囲気や地元の人が作っているという安心感が得られる。そういった点からスーパーとの差別化を図っている。

・生産者→生きがい

生産者にとって、自分たちで作った農産物や加工品を出荷し、多くの地元客や県外客に購入してもらうことが大きな生きがいにつながっていることが分かった。1日に数回届く売り上げ報告のメールも生産者にとって毎日の楽しみであることが分かった。また、かわうそ市はコミュニケーションの場でもあり、一人暮らしをする高齢者にとってなくてはならない存在である。ほかの直売所に比べ、県外客に食べてもらうことができ、やりがい大きい。また、とさつ子広場と統合することにより販路開拓につながり、多くの来店客に購入してもらうことが可能になった。

・地域全体→須崎市のPR

アンケート調査によりコロナ禍にもかかわらず、想像以上に須崎市外からの来店客が多いことが分かった。かわうそ市の新鮮な野菜や果物、地元ならではの田舎寿司や田舎漬けなどを観光客に食べてもらうことで、須崎のおいしい農産物、加工品をPRできる。かわうそ市が1番の目的で須崎市外から須崎市に訪れる人もいたため、かわうそ市は観光客と須崎市を結ぶ懸け橋になっているといえる。

6 - 2 課題と今後の展望

売り上げ減少や、生産者の高齢化の課題を抱えていることが明らかになった。現在はコロナウイルスで来店客を取り戻すのが難しい状況だが、終息してからの活動が重要になってくるだろう。道の駅に併設している強みを生かし、道の駅と共同でキャンペーンなどを行うことが有効的だと考える。

また、今後高齢化はさらに深刻化していくことが予想される。そのため、生産者だけでなく地域全体が参加できるコミュニティの場が今後さらに必要になってくるだろう。かわうそ市ならではの良さをさらに生かしていくことが重要である。私自身アンケートを取りながら一番感じたことは、かわうそ市の従業員の方々の明るさや気遣いである。アンケート調査に快く協力していただき、一緒にお客様にアンケート調査の協力を呼び掛けてくださった。来店客に対しても明るく気さくに接しており、接客もかわうそ市の大きな魅力であると感じた。かわうそ市従業員の方々が立ち寄りたくなるような場所を作り出しているのではないかと感じた。

参考文献

・四国の道の駅公式ポータルサイト：

https://www.sk-michinoeki.jp/michinoeki/michinoeki_pref/kochi

(最終閲覧日 令和3年1月28日)

・高知県地域農業推進課 直売所一覧：

<https://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/162201/files/2020040200152/13-6.pdf>

(最終閲覧日 令和3年1月28日)

・須崎市ホームページ人口統計：

<https://www.city.susaki.lg.jp/download/?t=LD&id=151&id=16584>

(最終閲覧日 令和3年1月28日)

謝辞

本論文の作成にあたって、ヒアリング調査、アンケート調査にご協力いただいた野嶋佳久様、生産者の方々、来店客の方々、かわうそ市従業員の方々、そして丁寧にご指導くださった馬淵先生に深くお礼申し上げます。