

国内研修 JA おちいまばり農産物直売所「さいさいきて屋」

1. 問題関心

「まちづくりの思想」の岡司先生の回の授業でさいさいきて屋が取り上げられた。今、減少しつつある中小規模の農家や、兼業農家に焦点を当て、農家のためを思い、つくられた直売所に興味を持った。また、さいさいきて屋はその仕組みだけでなく、全国の直売所で3位の売り上げで、注目されている。お店としても成功を収めているさいさいきて屋で売り上げが上がる仕組みや、農家のために作られた仕組みを調べてみたいと思う。

2. テーマと内容

今回のテーマは、

「さいさいきて屋の農家のための仕組みと、利益を上げる仕組みを調べる。」

さいさいきて屋仕組みを聞き、見学する。消費者にもインタビューをし、地元の人に受け入れられる理由を考える。

3. 調査対象と概要

さいさいきて屋はJA おちいまばりが運営する日本最大規模の直販所で、今治産農産物、海産物、畜産物の地産地消型のテーマパークである。

輸入農産物の不信感が高まっていく中で、新鮮で安心・安全な地元の食料を継続的に供給することは、地産地消による消費者ニーズにこたえることであり、そのことが地域農産物の生産・消費拡大、ひいては農家の農業所得の拡大・確保へとつながる。

こうした事業を持続的に発展させるためには、生産者と消費者の物理的・心理的な距離を縮め、お互いの「顔が見える関係」の中で、産消提携を進めていかなければならないと考えている。

このため、JA おちいまばりは、「生産と販売」、「実証と技術指導」、「生産者と消費者」、「体験と購買」、「加工と調理」を一堂に会した、地産地消型地域農業振興拠点を整備し地産地消の推進、地域農業の振興、農業の担い手の育成、消費者理解の促進及び安心・安全な食料の安定供給を実現するとともに、農家所得の向上を目的としている。

○さいさいきて屋の仕組み

高齢化による離農者が増えてきたことや、市場出荷できない規格外品に販売開拓、また、農家女性の活躍できる場所を作りたいとの思いから、平成12年11月にさいさいきて屋は開かれた。会員制で、会員登録された地元の農家が、毎朝出荷している。

○さいさいきて屋の取り組み

さいさいきて屋では農家の生産技術、所得向上や担い手の育成、農業への理解を深めてもらうために様々な取り組みをしている。

さいさい農園では、新しい生産技術の実証と新作物、新品種の作物の生産技術を指導するとともに、消費者に対して安心・安全な技術を見せ、農業への理解促進につなげている。農家に対して、新しい技術と品種の栽培について指導し、出荷者の育成、掘り起しを行っている。体験型市民農園や学童農園では、農業への理解を深め、大切さを知る「食農教育」を行っている。さいさいきて屋に食堂とカフェを併設し、地元農産物の安全・安心・おいしさを伝え、地元産品愛用運動に結び付けている。

また、販路拡大のため、市内の小中学校、幼稚園へ給食や食材の提供をしている。離島地域に向け、ネットスーパーも行っている。

残留農薬検査は、月に1度さいさいきて屋内の施設で行われ、抜き打ち検査をすることで、抑止効果につなげている。

4. 調査結果

○さいさいきて屋の人間関係

さいさいきて屋で印象的だったことの一つに職員の方やパートの方、野菜などを出荷しに来た農家の方との距離が近いということがあげられる。これは、さいさいきて屋の人事理念の「人間力溢れる人材の創造」によるものであると思う。距離が近いことで、バックヤード内での意思疎通や伝達がスムーズに行われていた。

○現在のさいさいきて屋

現在さいさいきて屋はJAの大型直売所の売り上げ第3位で年間約21億円の売り上げを上げている。出荷者に、売れるために見栄えや衛生面のアドバイス、小さい野菜と大きな野菜とを一緒に袋詰めし、どの袋でも同じくらいの量になるように工夫がされていた。外販や今治産の野菜や果物を使い加工品にしてブランドを作り出すなど、戦略的に商品を買っていた。地元産、新鮮へのこだわり、田舎ならではの手作り感がうけ、大型直売所最大級の売り上げを上げているのだと思う。売り上げが落ち込んだ時の教訓から、商品、鮮度へのこだわりはとても強い。また、いつの時期にどの野菜が売れるのかデータを取り、農家に提供することで効率的に生産できるようになり、農家の売り上げに貢献している。消費者と生産者と両方の視点から考え、店づくりをしていた。

○さいさいきて屋が抱える問題

しかし、問題も抱えている。現在さいさいきて屋は本店のほかに2店舗ほど展開している。一つはイオンモール内の敷地にオープンした「Sai&co」、JAおちいまばりでは初となる金融店舗とスーパー、飲食のできるカフェスペースが一つのフロアとしてつながった、全国でも珍しい新しい形の店舗である、「彩菜あさくら」である。

イオンモール内につくられた「Sai&co」はイオンモールの建物内の貸店舗でのオープンではなく、「Sai&co」のみが入る建物が敷地内につくられた。これは全国的にも珍しい。しかし、このイオンモールは全国のイオンモールで売り上げが最下位で、人が集まらない。私が訪れた、午前 10 時頃で人の姿はまばらであった。イオンモールに人が集まらないので、「Sai&co」に来る人も少ない。

「彩菜あさくら」は金融機関と同じフロアにつくることで、多くの人立ち寄りができる場所を目指した。しかし、ここも人が集まらない。

よって 2 店舗は赤字になっている。問題は他にもある。「Sai&co」と「彩菜あさくら」に卸される野菜は、さいさいきて屋本店に地元の農家の方が持ってきた野菜から、それぞれの職員の人を選んで各店舗に運ばれてきている。毎朝さいさいきて屋本店から野菜を持っていく職員の方は、出来のいい野菜を選んで持って行く。さいさいきて屋はネット販売も行っている。ネットで注文を受けると、パートの人が、さいさいきて屋本店に並んでいる野菜の中から選んで箱詰めし、送る。ここでもまた、出来のいい野菜が選ばれる。そうすると、さいさいきて屋本店に出来のいい野菜が少なくなる。さいさいきて屋本店にわざわざ足を運んでくれたお客さんがいい野菜を買えない仕組みになってきてしまっている。そのため、さいさいきて屋売り上げ利益が下がってきている。客数は増えているけれど客単価が、下がってきている。

現在多くの事業を行っているが、手を出しすぎて大変になってきていて、やりすぎではいけないと感じているところであると店長の方が話されていた。

JA の大型直売所の売り上げ第 3 位で年間約 21 億円の売り上げという素晴らしい実績もあるが、その裏で様々な問題も抱えていた。

○お客さんの反応

一番多くのお客さんが言っていたのは、新鮮で安いということである。さいさいきて屋には調味料なども置いてあるが、野菜、魚、肉などが安く新鮮でよく買うそうだ。バーベキューや焼き肉をするときはさいさいきて屋で肉を買っていくという声もあった。ほかのスーパーでは見かけない野菜もあり、その野菜を買いに来ているお客さんもいた。さいさいきて屋はメイン通りに面していて、アクセスが良く、人にも教えやすい。しまなみから来やすい、駐車場が広く使いやすいという声もあった。

県外ナンバーの車も見かけた。観光雑誌に紹介されていて県外の人にもアクセスしやすくなっているのだと思う。

一般のお客さんだけでなく、JA の大型直売所の売り上げ第 3 位のさいさいきて屋を見学に来ている他県の JA の方も多く見かけた。どうしたら売り上げが上がるのかを見に来ていた。全国的にさいさいきて屋の実績が注目されているのがよく分かった。

5. フィールド調査を終えて

今回のフィールド調査で事前学習をし、準備をしていくことの大切さを学んだ。調査対象

のさいさいきて屋だけでなく、さいさいきて屋のある愛媛県、今治市のことも併せて学んでおくべきであったと思う。さいさいきて屋を学んでいくうちに地域のことを知っていたら、より深く、質問できて学んでいくことができたのではないかと思う場面があった。次回からは、この反省を生かしていきたいと思う。