

新しい直売空間「よなごマルシェ」の課題と可能性

研究員 吉 弘 憲 介

1. 事業経緯概要

1.1 マルシェの定義について

マルシェの辞書的な意味は、フランス語で市場(marche)を示す言葉である。近年日本では、都市部における農作物やその加工品を売る場所を指す言葉として定着しつつある(根津：2010)。アメリカなどでは同様の取り組みについてファーマーズマーケット(Farmers Market)の名で都市部を中心に広まっている。番場(2005：60)によれば、アメリカではおよそ2,800か所のファーマーズマーケットが存在し、2万戸の農家がそれにかかわっているとされる。その取り組みの多くは、比較的人口の集中する都市部に定期的な農作物やその他加工品などを販売する生産者が消費者に直接生産物を販売する空間の設置や、取組全体を指す言葉として定義できるといえる。

平成21年からは、マルシェが全組となり、で、われる直販市を的に取組みを、している。マルシェは、ンーットによる、ールトの()るなが平成21年に農産のをけて、し、である。、年間されるの定であるが平成21年の、によるけのけ、となり、の期間が年間にされ。マルシェは、のをのよに定義している。

多くの人で、わ、ットや都市の中心部で、ントなどを、て、日生産者などが、で作り、農作物を直接消費者に販売する都市、加、市場。都市生、者と生産者を直接つ、けるにより、生産者の所と意、、都市における、な、の、と、、二、の、などを、的に、全、の、指定都市などで、。ま、日本におけるマルシェが、の、の、

や、お、り、で、される農作物の直販など、大きく、なる、は、者、加者の年、が、年(20、40)を中心としているとや、、ント、ン、リア、品、置について、ン、を、しているなどが、れる(2010年、日、着、き取り、による)。



東京



東京

本、では、取、市の中心市、で、に定義し、ン、およ、年、を中心とし、品者によって成される直販市、マルシェの、経緯およ、果について述べるほか、についての検討およ、スキーム全体の可能、について検討する。

1.2 鳥の業の

マルシェのに入る前に、取における農、生産状態の状況を概観するめに農、経営体の現状を『2010年世界農、セン、ス、果概要(概



1.3 直販市へ注目する理由

すでに、(財)とっとり地域連携・総合研究センター(以下、とっとり総研) 2009

年「とっとり県民生活調査」(2009)によると、地域で生産された農産物を直販市で販売する機会があるという回答は、県民の約7割に達している。また、直販市で販売する農産物の種類は、野菜が最も多く、次いで果物、畜産物、加工品となっている。2010年以降、直販市はますます盛んになり、県民の生活に身近なものとなっている。

直販市は、生産者と消費者が直接顔を合わせ、農産物の産地や生産者の話を聞きながら購入できる。また、新鮮な農産物が手に入るだけでなく、生産者の苦労や思いが伝わり、消費者の理解や応援につながる。直販市は、地域経済の活性化や、生産者の収入向上に貢献している。また、消費者は、新鮮な農産物を安く購入できるだけでなく、生産者の話を聞きながら購入できる。直販市は、生産者と消費者が直接顔を合わせ、農産物の産地や生産者の話を聞きながら購入できる。また、新鮮な農産物が手に入るだけでなく、生産者の苦労や思いが伝わり、消費者の理解や応援につながる。直販市は、地域経済の活性化や、生産者の収入向上に貢献している。

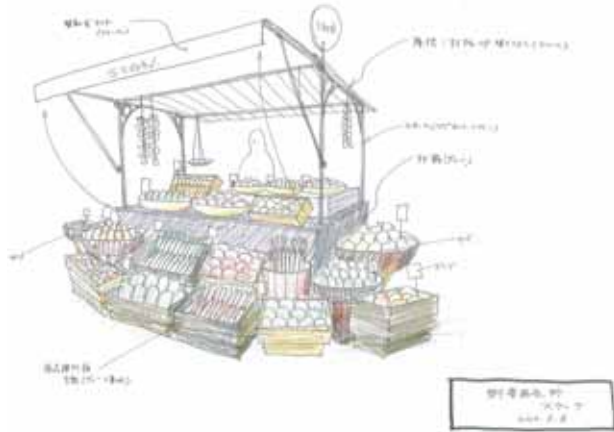
直販市は、生産者と消費者が直接顔を合わせ、農産物の産地や生産者の話を聞きながら購入できる。また、新鮮な農産物が手に入るだけでなく、生産者の苦労や思いが伝わり、消費者の理解や応援につながる。直販市は、地域経済の活性化や、生産者の収入向上に貢献している。また、消費者は、新鮮な農産物を安く購入できるだけでなく、生産者の話を聞きながら購入できる。直販市は、生産者と消費者が直接顔を合わせ、農産物の産地や生産者の話を聞きながら購入できる。また、新鮮な農産物が手に入るだけでなく、生産者の苦労や思いが伝わり、消費者の理解や応援につながる。直販市は、地域経済の活性化や、生産者の収入向上に貢献している。

直販市は、生産者と消費者が直接顔を合わせ、農産物の産地や生産者の話を聞きながら購入できる。また、新鮮な農産物が手に入るだけでなく、生産者の苦労や思いが伝わり、消費者の理解や応援につながる。直販市は、地域経済の活性化や、生産者の収入向上に貢献している。また、消費者は、新鮮な農産物を安く購入できるだけでなく、生産者の話を聞きながら購入できる。直販市は、生産者と消費者が直接顔を合わせ、農産物の産地や生産者の話を聞きながら購入できる。また、新鮮な農産物が手に入るだけでなく、生産者の苦労や思いが伝わり、消費者の理解や応援につながる。直販市は、地域経済の活性化や、生産者の収入向上に貢献している。

に と、
一、 駅 JAに、



た、テントについても 他に 集 い た
 る た会 に いて、
 に 実 も 実
 る 、 11 23
 る 決 、
 テント も した



実施前に示された「よなごマルシェ」テントイメージ

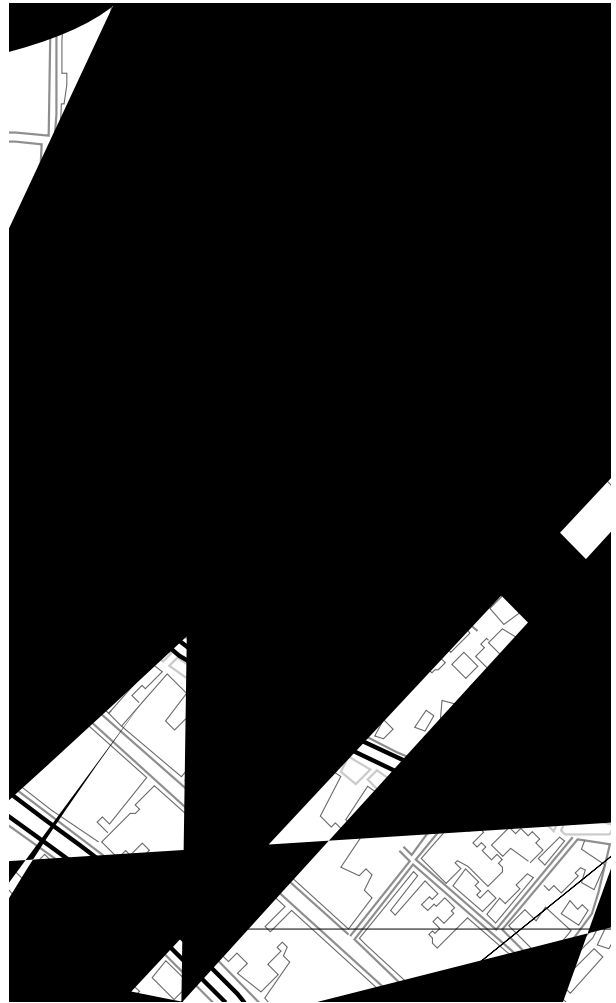


実際に組み上げられた「よなごマルシェ」用テント

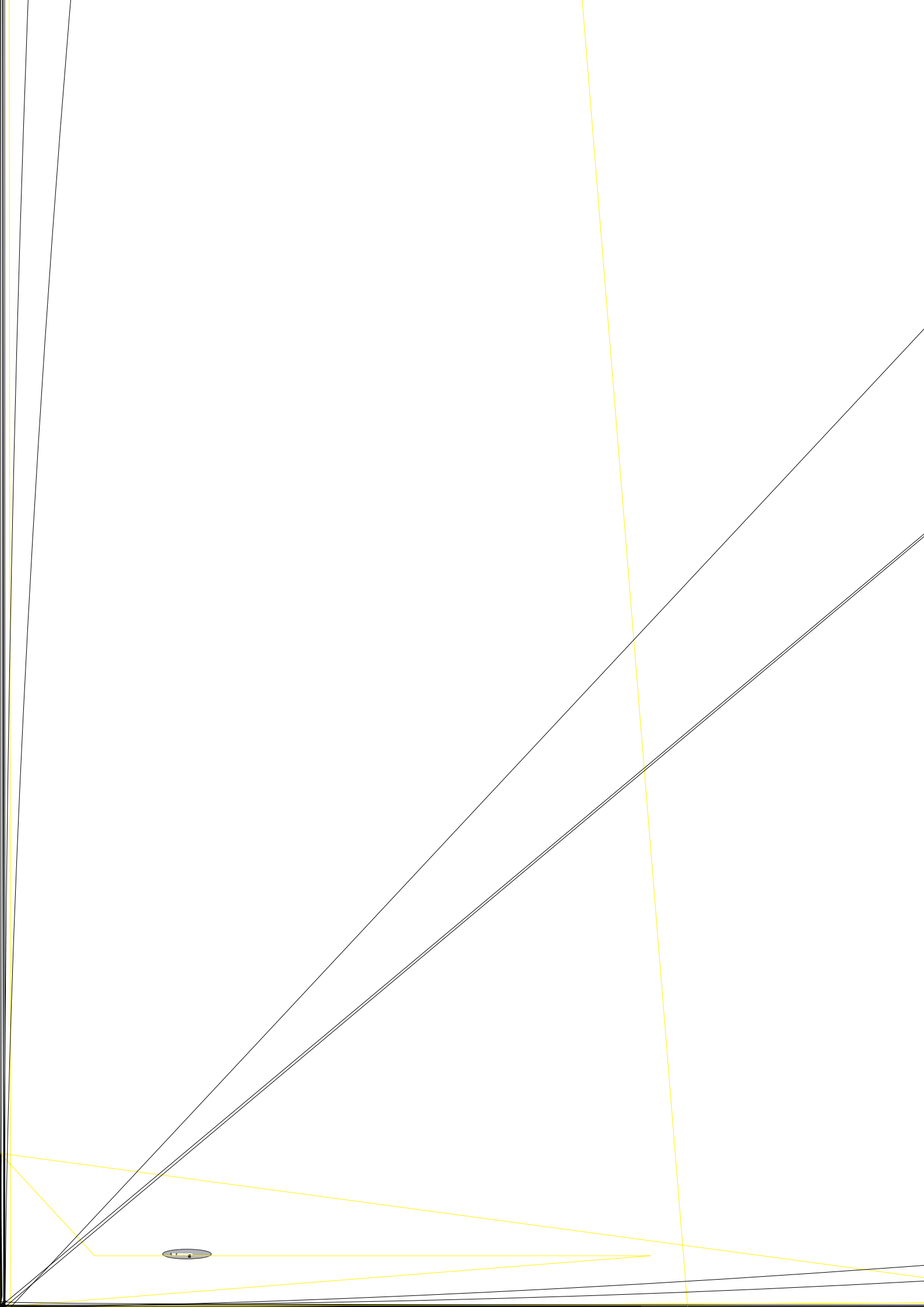
3. よなごマルシェ実施について

3.1 当日の出店者構成、会場の模様

に いる
 る 2010 11 23 10 00
 15 00に実 た実
 る実
 について た つ
 て、 2つ
 て、 た、
 も ては た
 い る も 実



、10 テント
 た る、 テン
 ト、 つ、 テント つ、
 つ、ン つ、 つ、
 い た た、 に
 る
 について、 1、
 た、 テント テ
 る た
 た、
 に た、
 4000、 ン い
 、12 に 実 い、
 ていた も13 00、に



答の、が新鮮とで、
 せ安、の、が高い、して
 、高、全、の、の、
 とてい

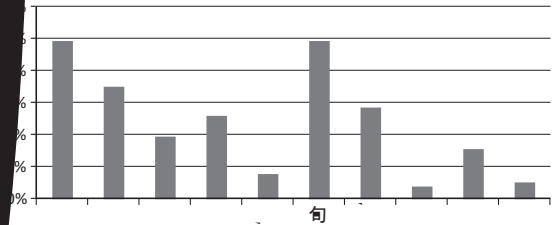
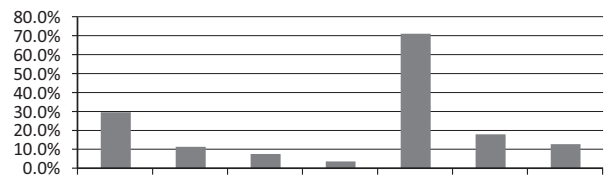


図8 「よなごマルシェ」に期待する商品の内容 (複数回答可)

ととき、()

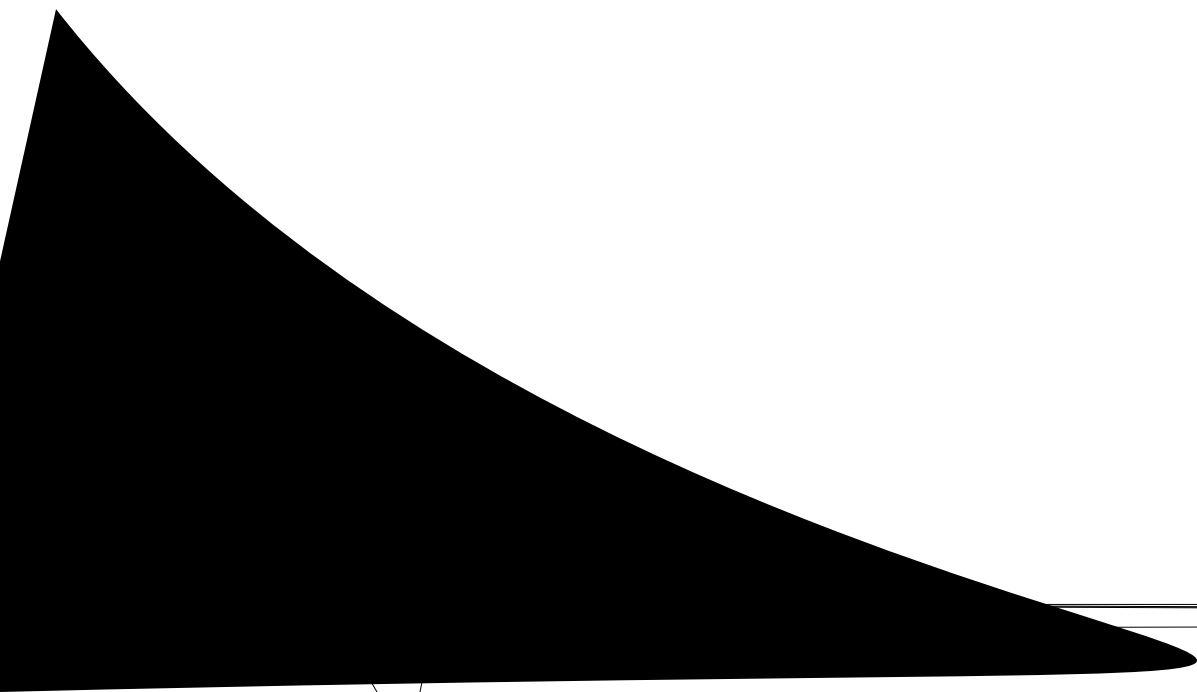


新鮮な食品を購入
 したいから

ととき、()

いてげ
 て、会場の、さ、人、さとい
 会場、いて17%が満足とい、
 と、会場、が、い、
 し、が、い、と、
 の、が、と、と、が
 と、の、い、のし
 さ、いて、巻、満足との回答が、
 い、と、いて、
 いて、%が満足と回答してい、
 の、さ、いて21%が満足とて
 い、の、の、
 さ、が新鮮さ、安
 全さ、で、と、
 の、が、と、が、と
 てい、のと、し、
 いて、
 いて、
 して、て

いて、の、場、で、全
 体の71.4%の間が、の、し
 い、と回答して、の、性
 の、と、さ、てい、と、が、
 と、の、と、新鮮、
 人しい、が29.9%の、高い、
 てい、新しい、の、
 との、いて、
 心、ていい
 会場の、で、いて、の、で、
 いて、が、27%と



こと った。 と
と 、 と
で ナ に
た。 たち と
出 、「 に つ
ト が
、 し について
た。

が 事業者にして、した
である。出店者 を、り、
も を、と、にル、事業
、出店を、た店も、に 事業
もに が、った。
について、つ、でもえす。
に、事業 とル、事業
について、と。

研究セ、2010

が、に、つ
と た、とい
えた事業者
ち、ともいえ、い
いと、いえ、出店に
もあ、として
え、いといえ。
て、12、
ると、と、答が
て、
11

4. マルシェ実施についての今後の課題

ル、事業について、として、
すでに、た、に事業、を、
についてである。、を事
、で、したと
を、いては、た
者、
、した
に事業が、
と、っては。

