

「物」と「感動」を売る

農業生産法人(有)トロピカルファームたまぐすく代表取締役

大城 浩明



今

までの農家の経営形態は単なる「物の生産」だけで、「販売」は第三者に任せるという長年の慣習があったが、近年は農家自ら生産や販売、そして「農業関連サービス」、いわゆる農業体験や農家民泊の受け入れの他、料理体験を受け入れる等、自らの資源（農地、作物、人、料理等）を生かした経営形態に変化してきている。「物」の販売の他に、「感動」が体験料としてお金になる時代である。

また、消費者は作り手の顔の見える農産物を求める傾向にあつて全国的に農産物直売所（以下「直売所」という。）が増えて、作り手の農家と語らいな

がらニーズにあつた物を生産する励みになっている。

このような背景もあつて今後の流通は大量集荷と大量販売の中央卸売市場流通と直売所流通の二大流通に変化していくものと思われる。

最近増えてきた直売所には市場流通にはないコミュニケーション機能や、昔ながらの公益の機能があつて大変面白い。

コミュニケーション機能には、生産者と消費者が直売所という場所を通して生産者の生産物に対するこだわりや苦労話が消費者に伝わり、消費者から生産者へ生産物に対する評価（誰々さんの野菜が欲しい等）や工夫した食べ方等が伝わる等お互いに有益な時間を過ごしているのが垣間見られる。面白いエピソードとして、消費者がいつも買い求めている農家の野菜が店頭にないことから生産農家へ電話連絡し届けて貰った、その農家と注文した消費者が長

年連絡の途絶えていた友人同士で、昔話に花が咲いた例もある。

最近直売所を訪れる観光客も増加の一途を辿っていて、沖縄の珍しい野菜や果物を買いたい求める他、マンゴーやパパイヤ等の熱帯果樹の苗木を買って植付した数年後にリピーターとなつて訪れた時に「お陰で実がついて沖縄の味を食べています」との言葉をいただいた時は、沖縄観光が単なる一過性の観光ではないことを痛感する。

また、沖縄では「売りたい、買いたい」という言葉があつて、お年寄り等が自分で作った野菜を直売所で売って、その帰りに自分の作っていない別の方の野菜を買って帰るといった公益の物々交換に近い商慣習が未だ残っている。

農業専門の新聞社の調査によると、直売所が地域にできるとお年寄りの通院回数が減って医療費の抑制になるという結果も出ている。

その他直売所においては、新規就農者の育成や地域の子供たちの農業及び職場体験受入の他、学校現場にも出向き未来を担う子供たちに食農教育等を実施しているところもあつて、定年退職された方々や「あたいぐあ」（猫の額程度の畑）農業のお年寄りの就農機会の場を提供し、地域の方々から大変喜ばれていて、私も法人も微力ながらその一翼を担っている。

末尾にこの度、栄えある内閣府沖縄総合事務局局長賞を受賞しましたが、これは私どもと一緒に取り組む方々への表彰だと考えている。今後の沖縄の一層の振興、発展に資することを目的として創設されたことに創設者の熱い思いが伝わってきて、私どもにとつてはとても励みになる賞であり、今後とも更なる地域づくりに邁進する所存である。

（平成21年度沖縄振興功績者表彰被表彰者）