

日本 2004 年農產物「地產地消」現狀

調查結果概要

陳建宏

一、前言

「地產地消」係指「當地生產、當地消費」，由於消費者對於安全安心飲食逐漸重視，而「地產地消」活動可促進消費者與生產者之間的相互理解。因此本調查乃根據「地產地消」各項活動中，關於產地直接販賣所、農產加工廠及學校給食等對當地農產物之實際處理狀況加以調查。調查對象包括產地直接販賣所 2982 個（回收問卷數 2374），農產加工廠 1686 個（回收問卷數 1107），公立中小學及共同調理場 1672 個（回收問卷數 1636）。而本調查之「產地直接販賣所」包括市町村（含第 3 部門）或農協所設立之直接販賣所。「農產加工廠」包括農家（法人）、農家以外之農業事業體，或農協所設立之加工廠。「學校給食」包括實施完全給食制度，且採取單獨調理方式之公立中、小學以及公立共同調理場。茲將產地直接販賣所、農產加工廠及學校給食等對當地農產物之處理狀況及今後之動向、課題說明如下：

二、產地直接販賣所

1. 當地農產物之處理狀況

- (1) 表 1 為產地直接販賣所之平均販賣金額，由表 1 可知，當地農產物平均販賣金額約為 4759 萬日元，佔平均販賣總額的 63.8%，亦即大部分之產地直接販賣所，以販賣當地農產物為主。而當地農產物佔販賣總額之比例，又以市町村 72.7% 為最高，其次為農協 61.6%，第 3 部門為 61.4%。
- (2) 產地直接販賣所當地產農產物之平均販賣金額為 4759 萬日元，而品目別之平均販賣金額，又以蔬菜類 2044 萬日元（42.9%）為最多，其次為農產加工品 710 萬日元（14.9%），果實類 618 萬日元（13%），花卉、花木類 459 萬日元（9.6%），米 375 萬日元（7.9%），其他 553 萬日元（11.6%）。

表 1 產地直接販賣所之平均販賣金額

單位：萬日元（%）

	合計	當地產農產物	縣內產農產物 (當地產除外)	其他	不明
全國	7462(100)	4759(63.8)	483(6.5)	355(4.8)	1866(25)
市町村	5374(100)	3907(72.7)	230(4.3)	85(1.6)	1153(21.5)
第 3 部門	7735(100)	4746(61.4)	618(8.0)	325(4.2)	2047(26.5)

農協	8470(100)	5213(61.6)	570(6.7)	508(6.0)	2179(25.7)
----	-----------	------------	----------	----------	------------

註：括弧內數字為所佔之百分比。

2. 當地農產物今後之處理動向

當地農產物之處理量，與三年前相較，增加者 61.7%，減少者 17.1%，不變者 19.3%，可知大部分的產地直接販賣所對當地農產物之處理量是增加的。而三年後產地直接販賣所對當地農產物之處理量的增減意願方面，欲增加者 80.5%，15.9% 為維持現狀，減少者僅 0.3%。表示大部分之產地直接販賣所對當地農產物之處理量皆有增加之意願。

3. 販賣當地農產物之方式及課題

(1) 販賣當地農產物之方式及效果

表 2 為販賣當地農產物之方式，由表 2 可知，60% 以上之直接販賣所採取「販賣地區特產物」、「販賣早晨採取之農產物」、「安定販賣當地農產物」、「記載生產者之姓名、栽培方法」等方式。販賣當地農產物之效果方面，由表 3 可知，主要為「提供消費者安全安心之農產物」，其次為「地域農業之活性化」、「確保當地農產物之販賣通路」、「消費者與生產者之交流」等。

(2) 販賣當地農產物之課題

表 4 為販賣當地農產物所面臨之課題，由表 4 可知，主要課題以「確保當地農產物之種類及數量」77.4% 比例最大，其次為「購入者無法持續增加」42.7% 及「產地直接販賣所及相關設施之整備、擴充」32.6%。

表 2 販賣當地農產物之方式（可複選）

方式	比例（%）
販賣地區特產物	66.1
販賣早晨採取之農產物	65.8
安定販賣當地農產物	63.6
記載生產者之姓名、栽培方法	61.8
舉辦特賣日之促銷活動	56.7
只販賣當地農產物	48.0
高附加價值品之販賣	27.0
實施生產者與消費者之交流活動及體驗活動	26.8
以當地農產物為原料，設置加工廠及餐廳	22.3
其他	4.5

表 3 販賣當地農產物之效果（可複選）

效果	比例（%）
提供消費者安全安心之農產物	84.4
地域農業之活性化	72.5
確保當地農產物之販賣通路	58.2
消費者與生產者之交流	52.7
喚起消費者對當地農產物之喜好	42.4
流通成本之削減	37.1
其他	2.7

表 4 販賣當地農產物之課題（可複選）

課題	比例（%）
確保當地農產物之種類及數量	77.4
購入者無法持續增加	42.7
產地直接販賣所及相關設施之整備、擴充	32.6
其他產地直接販賣所之競爭	22.7
同地域商店之競爭	11.1
其他	13.1

4. 產地直接販賣所的經營概況

- (1) 2004 年日本全國產地直接販賣所數約 2982 處，其中 37% 屬於農協，11.8% 為農協的會員，16.6% 為第 3 部門，34.6% 為其他團體。
- (2) 產地直接販賣所的平均年間販賣金額為 7462 萬日元，其中 61.1% 的產地直接販賣所平均年間販賣金額未滿 5000 萬日元，而平均販賣金額為 5000 萬~1 億日元者有 16.7%，1 億~2 億者約有 11.8%。以販賣種類區分，販賣金額及比例以蔬菜最大，為 2280 萬日元（30.6%），其次為農產加工品 804 萬日元（10.8%），果實類 762 萬日元（10.2%），花卉、花木 598 萬日元（8%），米 494 萬日元（6.6%）。
- (3) 產地直接販賣所之營業時間方面，87.4% 的產地直接販賣所全年無休。而年間平均營業日為 280.2 日，但約 70% 以上的產地直接販賣所年間營業日超過 300 日。
- (4) 產地直接販賣所之年間購買人數方面，以「1 萬人~5 萬人未滿」者為最多，約佔 30.8%。其次「1 萬人未滿」者約 28.4%，「5 萬~10 萬人」者約 17.3%，「10 萬~20 萬人」者約 13.9%，「20 萬~40 萬人」者約 7.2%，「40 萬人以上」者有 2.4%。
- (5) 購買者之居住區域，以產地直接販賣所所屬之市町村及鄰近之市町村居民為主，約佔 70%，一般路過者及觀光客約佔 30%。

三、農產加工廠

1. 當地農產物原料之購入狀況

農產加工廠之原料購入平均金額為 1 億 3091 萬日元。其中當地農產物原料的平均購入金額為 1 億 409 萬日元，約佔總額之 79.5%。而當地農產物購入額，若以種類區分，以牛乳及雞蛋等約 5676 萬日元（54.5%）為最多，其次為肉類 1825 萬日元（17.5%），工藝農作物 1421 萬日元（13.6%），蔬菜類 537 萬日元（5.2%）。

2. 當地農產物之使用動向及今後之意願

使用當地農產物之狀況，與 3 年前相較，增加者為 37.9%，減少者為 23.8%，不變者為 35.3%。而 3 年後使用當地農產物之意願，欲增加使用者 66.7%，維持現狀者 27.2%，減少使用者僅 1.1%。

3. 使用當地農產物之方式及課題

(1) 使用當地農產物之方式及效果

表 5 為使用當地農產物之方式，由表 5 可知，半數之農產加工廠採取「只使用當地農產物製造加工品」、「製造地域特產品」、「安定購入當地農產物」等方式。表 6 為使用當地農產物之效果，主要效果有「提供消費者安全安心之農產物」、「確保當地農產物之販賣通路」、「地域農業之活性化」等。

(2) 使用當地農產物之課題

表 7 為使用當地農產物之課題，主要面臨之課題有「新販賣通路之開拓」、「當地高附加價值加工品之開發」及「加工經費的削減」等。

4. 農產加工場之經營概況

- (1) 2004 年日本全國農產加工廠約有 1686 個，而回答問卷之工廠數為 1107，其中農協佔 56.3%，農家或法人佔 11.8%，農家以外之農業事業體佔 31.9%。
- (2) 農產加工廠之年間平均販賣金額約為 3 億 1246 萬日元，以販賣金額區分，販賣金額未滿 5000 萬日元者為最多，達 68.9%。其次為販賣金額「5000 萬~1 億日元」者 8.5%，販賣金額為「1 億~1 億 5000 萬日元」者 4.5%，三者約佔 80%。
- (3) 農產加工廠之工作時間，63.9%之加工廠全年工作。而平均之年工作日數為 196.3 日，其中工作日數未滿 100 日者有 29.2%，工作日數達 300 日以上者有 28.1%，工作日數為 200~300 日者約 27.7%。

表 5 使用當地農產物之方式 (可複選)

方式	比例 (%)
只使用當地農產物製造加工品	60.9
製造地域特產品	52.1
安定購入當地農產物	48.9
設置餐廳及直接販賣所販賣當地農產物	33.2
實施生產者與消費者之交流活動	27.8
使用高附加價值品，以製造加工品	27.2
其他	7.9

表 6 使用當地農產物之效果 (可複選)

效果	比例 (%)
提供消費者安全安心之農產物	79.8
確保當地農產物之販賣通路	51.4
地域農業之活性化	45
消費者與生產者之交流	37.2
喚起消費者對當地農產物之喜好	32.7
流通成本之削減	20.3
其他	5.6

表 7 使用當地農產物之課題 (可複選)

課題	比例 (%)
新販賣通路之開拓	58.4
當地高附加價值加工品之開發	48.8
加工經費的削減	47.3
確保全年原料之安定供給	35
設施的擴充	33.3
當地農產物之確保	28.5
其他加工廠之競爭	13.1
加工專用品種之開發	11.1
其他	8.4

四、中小學 (學校給食) 之當地農產物使用情形

1. 當地農產物之使用情況

(1) 當地農產物之使用情況

中小學的給食，「恆常性使用當地農產物者」約 76.6%，「在 2003 年試驗性使用當地農產物」者約 6.8%，亦即全體中小學約有 80% 以上使用當地農產

物，而未使用者僅佔 14%。

(2) 使用當地農產物之種類別

使用當地農產物之種類，以蔬菜 87.9% 為最多，其次為使用米 59.6%，使用果實類 46.4%，使用芋類 43.9%，使用牛乳、乳製品、雞蛋等約 27%。

(3) 當地農產物之購入對象

當地農產物之購入對象，來自學校給食會者 47.2%，來自農協、JA 全農者 43.2%，來自一般零售店者 39%，來自農家者 38.7%。

2. 使用當地農產物之動向及今後之意向

當地農產物之使用狀況，與 3 年前相較，增加者 56%，不變者為 29.4%，而減少者僅為 4.2%。3 年後，欲增加當地農產物之使用者 76.4%，欲維持現狀者 16.9%，欲減少者僅 0.1%。至於未使用當地農產物之小、中學，今後之意向方面，欲重新使用者有 36.7%，不使用者 11.2%，不知道者 52.2%。

3. 使用當地農產物之方式、課題

(1) 使用當地農產物之方式及效果

表 8 為使用當地農產物之方式，由表 8 可知，半數以上之小、中學採取「向兒童及學生介紹食材」、「安定使用當地農產物」、「使用當地特產物」等方式。表 9 為使用當地農產物之效果，主要效果包括「提供兒童、學生安全安心之給食」、「活用飲食教育」及「喚起兒童、學生對當地農產物之興趣」等。

(2) 使用當地農產物之課題

表 10 為使用當地農產物所面臨之課題，主要有「當地農產物數量不足」及「當地農產物之種類太少」等。

表 8 使用當地農產物之方式（可複選）

方式	比例 (%)
向兒童及學生介紹食材	58
安定使用當地農產物	55
使用當地特產物	52.1
使用與生產者訂定直接契約之農產物	20.4
實施兒童、學生與生產者之交流活動及體驗活動等	16.1
使用清早採收之農作物	13.2
使用高附加價值品	10.4
其他	6.0

表 9 使用當地農產物之效果（可複選）

效果	比例（%）
提供兒童、學生安全安心之給食	74.2
活用飲食教育	61.1
喚起兒童、學生對當地農產物之興趣	42.9
可購入廉價食材	30
兒童、學生與生產者之交流	17.3
其他	6.2

表 10 使用當地農產物之課題（可複選）

課題	比例（%）
數量不足	63.5
當地農產物之種類太少	52.8
由於規格不符，形成調理員之負擔	37.9
價格太高	26.4
不知當地有何農產物	13.7
其他	16.3

五、結語

為使「地產地消」活動持續維持其成效，從生產、流通至消費等各階段之相關者必須整合，積極進行相互之情報交換。但近年來，直接販賣所之間的競爭日益激烈，生產者對於顧客來源的確保困難，因此如何掌握消費者的需求十分重要。而學校給食之地域食材的供給方面，在價格及出貨方法上仍有許多待解決的問題。由於今後之「地產地消」活動必須建立在相關單位之相互理解與信賴上，因此各單位應配合之事項如下：

- (1) 生產者方面：應提供新鮮、安全、安心且符合消費者多樣化需求之農產物，除了在生產過程努力外，亦將農業價值（地域農業的活性化、健康的飲食生活、地域文化的傳承、地域循環社會的建構等）傳達給消費者，以縮短「食」與「農」之距離。
- (2) 消費者方面：藉由與生產者之交流，了解農產物之生產過程及流通過程，不只是購入當地產之農產品而已，同時需具有分辨農產品鮮度或品質之能力，因此市民農園或體驗農園之農業體驗，十分重要。而學校給食方面，儘量使用當地之農產物，並配合當地之食材思考菜單。對於當地產農產物購入機會較少之都市住民，應抽空至直接販賣所，或隨時注意季節性之農產物，為培育地域農業貢獻一己之力。
- (3) 流通業者：當地的農產品，在品質或選別上可能參差不齊，出貨量亦不足，

但當地農產物對於健康的飲食生活，地域文化的傳承等，有其價值、功能。因此流通業者應盡力協助當地的農業者，將當地農產物的價值傳達給消費者，以縮短「食」與「農」的距離，進而加強原產地之標示，或宣揚當地農產物之特性，同時向消費者促銷。

- (4) 行政單位：為促進「地產地消」之效果，生產者、消費者、個人、農協、行政單位等需建立溝通管道，互相配合。同時提供各地域關於「地產地消」活動努力狀況之情報。

因此消費者所需之農產物若由地域全體供給，可促進地域的農業與經濟之發展，而所產生之文化及環境面之效果，亦由地域全體共享。而相關單位亦須互相配合，促進地域農業的振興，活用地域之資源，以活化當地之農業。因此必須建立生產、流通、製造、販賣等同業及異業間之交流管道，同時對於「直接販賣設施」等「地產地消」的促進，加以補助。並對生產者、消費者、流通業者等在「地產地消」的努力上，加以支援，才能有效提高「地產地消」活動之效果。

參考文獻

<http://www.maff.go.jp/toukei/sokuhou/data/tisanti-jittai2004/tisanti-jittai2004.pdf>

<http://www.chushi.maff.go.jp/chisanchisyo/13jousei/185-199.pdf>

<http://www.pref.fukushima.jp/kikaku/tsts/setumei.htm>