

群馬県川場村における農産物直売所の野菜多品目化

岡 田 登*

キーワード：農産物直売所、多品目野菜、差別化、群馬県、川場村

1. 研究目的

日本では高度経済成長期に農業の経済的地位が低下したため、1961年に農業基本法が制定され、農業構造改善事業等の各種補助事業により、各地に農産物の産地が形成され、農家は農業協同組合（以下、農協とする）を通じて農産物を共同販売するようになった。これにより全国各地で生産された同規格の農産物が大量に流通することで、市場は大型化され、さらには大型スーパーマーケットも出現するようになり、食料の安定的な需給体制が確立した（笠間：1976, 慶野：1993, 岡田：2006a, 岡田：2006b）。ところが、1980年代後半から農産物の輸入量が増加してきた。農林水産省の報告によれば、2005年の国内自給率は生産額ベースで65%、カロリーベースでは39%にまで低下している。また、ウルグアイ・ラウンド交渉の結果を受けて、1995年にWTOが設立され、この体制の下で保護水準の引き下げに迫られているため、さらなる自給率の低下も避けられない状況にある。

これに対して2005年4月に食料・農業・農村基本計画が制定された。この計画では、「食料の安定供給の確保に関する施策」として「地産地消の推進」が明記されており、「地域の農業者と消費者を結び付ける地産地消を、地域の主体的な取組として推進する。これにより、消費者が、生産者と「顔が見え、話ができる」関係で地域の農産物・食品を購入する機会を提供するとともに、地域の農業と関連産業の活性化を図る。」と謳われている。すなわち、これまでのような農協の共同販売システムや卸売市場、スーパーマーケットなどを経由した流通だけではなく、生産者と消費者が可能な限り直接的に取引できるように、各地域内の団体や産業等が主体となってその仕組づくりをすることを政府が推進している。実際に農林水産省の報告によれば、卸売市場を経由した青果物全体の出荷量の割合は1989年に82.7%であったが、2011年に

は60.0%に低下しており、野菜だけであっても85.3%から70.2%に低下している。また、国産野菜に限ってみても2003年には93%であったが2011年には86%に低下しており、野菜の市場外流通は進行している。

このような流通形態の1つに農産物直売所による地産地消活動がある。グリーンツーリズムへの関心の高まりを背景に、市町村や第三セクター等の公的な機関が国の補助金等を利用して農産物直売所を建設しており、地域経済振興に寄与している（田代：2004）。農産物直売所には主に自給的農家、高齢農業者、および女性農業者が農産物を出荷している。彼らは米の生産調整を理由に野菜生産へ転換し、小規模な農地で栽培した野菜を農産物直売所に出荷するようになった（岡橋：1997）。さらに、農産物直売所の売上が増加すると、地域内の専業農家も野菜をそこへ出荷するようになった（小柴：2004）。これにより農家は農協を通じて卸売市場に野菜を出荷するという流通形態だけでなく、農産物直売所にも野菜を出荷するようになり、農産物の流通チャネルが多様化した（藤田ほか：2000, 永野：2004, 奥山：2012）。

しかし、農産物直売所が増加するにともない、店舗間の競争が生じることで売上が低迷している店舗も存在している。農産物直売所の売上が左右する要因としては、出荷量や品揃え、および計画的な生産が重要であるとの分析がある（小金澤・嶋崎：2004, 新妻・宮島：2009）。このうち品揃えについてみると、都市部の農産物直売所での客層は住民であるため、キュウリやダイコン、およびナスのような日常的に使用する野菜が中心に販売されている。一方、農村部の農産物直売所では観光客が多いため、地域的な特色を持つ野菜品目を栽培することで、多品目化が進行していると指摘されている（鷹取：1995, 香月ほか：2009, 石原：2014）。

農産物直売所における野菜の多品目化は、農業のグローバル化に直面している産地の対応策の1つとして考えら

* 立正大学外部研究員

れる。輸入農産物に対抗するためには、産地は第1に生産・流通コストを低減化して価格面で競争力を向上させるか、第2に品種の転換や高品質化して輸入農産物との差別化を図らなければならない（高柳：2006）。第2の対応策として産地では減農薬・減化学肥料による農産物の生産（宮地：2003）や有機農産物の生産（河本：2005, 宮地：2001）、農産物のブランド化（清水：2010, 高柳：2004, 藤田ほか：2004）、伝統野菜の生産（大石：2011, 岡田：2014）などが行なわれている。とくに農村部における農産物直売所での野菜の多品目化は、生産・流通コストを削減させるだけでなく、農家が地域的特色を持つ野菜品目を栽培することで、輸入農産物との差別化が図られている。そこで、本研究では日本における農産物直売所の地域的特徴を検討した上で、群馬県川場村を事例として農産物直売所で販売されている野菜が多品目化した要因を明らかにする。

2. 日本における農産物直売所の地域的差異

農林水産省の統計によれば2009年の農産物直売所数は16,819か所であり、事業主体は多様化している。地方公共団体や第3セクターは主に国土交通省の補助金を利用して道の駅を建設し、この中で農産物直売所を運営している。農協は直営店として農産物直売所を建設し運営している。一方、農協の女性部や青年部、生産者のグループは農事組合法人等を設立し協同で農産物直売所を運営している。また、個々の生産者が小規模な農産物直売所を運営する場合もある（二木：2006）。

まず、地方別に2009年の農産物直売所数をみると、関東・東山地方には農産物直売所が6,523か所存在しており、日本全体の約4割を占めている（表1）。また、西日

本では事業主体として地方公共団体や第3セクター、および農協が多く、東日本と比較して大規模な農産物直売所数が多い。一方、東日本では個々の生産者や生産者グループが多く、関東・東山地方でも同様である。つぎに、地方別に農産物直売所1箇所当たりの登録農家数をみると、いずれの事業主体でも西日本では東日本と比較して登録農家数が多い（表2）。さらに、地方別に年間販売金額規模別の農産物直売所数の割合をみても、西日本では東日本と比較して農産物直売所の年間販売金額が多い（表3）。そこで、地方別に農産物直売所1箇所当たりの品目別販売金額割合をみると、いずれの地方でも野菜類の販売割合が高い（表4）。とくに東日本では西日本と比較して野菜類の割合が高いが、西日本では農産物加工品や花卉・花木の割合が高い。

以上のことから、西日本には大規模な農産物直売所が多く存在しており、東日本には小規模な農産物直売所が多い。いずれの地方でも野菜類の販売割合が高く、この傾向は東日本で顕著である。とくに、東日本の関東地方にはもっとも多く農産物直売所数が存在しており、2009年の野菜類の販売割合は約40.6%を占めている。

3. 川場村におけるファーマーズマーケットの設立と役割

3-1. ファーマーズマーケットの設立

川場村は都心から約160km離れた群馬県北部の山間部に位置しており、2010年の国勢調査によれば人口は3,898人である（図1）。川場村には道の駅田園プラザ川場が存在しており、ここは関東甲信越地域の訪れたい道の駅として常に1位または2位に位置づけられている（三田：2012）。

表1 農産物直売所数

| | 直売所合計 | 地方公共団体 | 第3セクター | 農協 | 農協 (女性・青年部) | 生産者・生産者 グループ | その他 |
|-------|--------|--------|--------|-------|----------------|-----------------|-------|
| 全国 | 16,816 | 203 | 450 | 1,901 | 427 | 10,686 | 3,149 |
| 北海道 | 854 | 11 | 17 | 31 | 58 | 713 | 24 |
| 東北 | 1,863 | 15 | 56 | 128 | 55 | 1,200 | 409 |
| 北陸 | 961 | 7 | 33 | 125 | 48 | 571 | 177 |
| 関東・東山 | 6,523 | 77 | 76 | 685 | 23 | 4,669 | 993 |
| 東海 | 1,684 | 10 | 33 | 245 | 93 | 846 | 457 |
| 近畿 | 1,320 | 20 | 50 | 178 | 17 | 864 | 191 |
| 中国・四国 | 1,655 | 29 | 80 | 259 | 69 | 884 | 334 |
| 九州 | 1,871 | 33 | 103 | 239 | 61 | 889 | 546 |
| 沖縄 | 85 | 1 | 2 | 11 | 3 | 50 | 18 |

単位：箇所

(2009年度農産物地産地消等実態調査により作成)

表2 農産物直売所1箇所当たりの登録農家数

| | 直売所平均 | 地方公共団体 | 第3セクター | 農協 | 農協 (女性・青年部) | 生産者・生産者 グループ | その他 |
|-------|-------|--------|--------|-------|----------------|-----------------|-------|
| 全国 | 86.5 | 135.2 | 138.3 | 278.9 | 59.2 | 44.0 | 107.7 |
| 北海道 | 30.5 | 31.0 | 46.0 | 200.8 | 37.9 | 21.1 | 59.3 |
| 東北 | 69.8 | 103.9 | 89.7 | 169.7 | 25.0 | 53.5 | 88.4 |
| 北陸 | 63.8 | — | 33.8 | 217.2 | 19.9 | 29.6 | 83.3 |
| 関東・東山 | 57.3 | 122.1 | 110.1 | 183.8 | 177.0 | 32.7 | 74.0 |
| 東海 | 113.9 | 87.2 | 194.5 | 371.1 | 27.1 | 66.3 | 76.7 |
| 近畿 | 86.6 | 171.2 | 129.3 | 261.8 | 89.3 | 43.5 | 98.4 |
| 中国・四国 | 127.3 | 145.2 | 164.7 | 332.7 | 109.5 | 77.0 | 94.6 |
| 九州 | 173.4 | 198.6 | 191.6 | 482.5 | 78.5 | 62.6 | 224.3 |
| 沖縄 | 247.1 | — | — | 918.4 | — | 75.8 | 301.2 |

単位：箇所

(2009年度農産物地産地消等実態調査により作成)

表3 年間販売金額規模別の農産物直売所数割合

| | 直売所 平均 (万円) | 500万円 未満 | 500～ 1,000 万円 | 1,000～ 3,000 万円 | 3,000～ 5,000 万円 | 5,000 万円～ 1億円 | 1～3 億円 | 3～5 億円 | 5億円 以上 | 不 明 |
|-------|-------------------|-------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----|
| 全国 | 5,214 | 37.2 | 15.0 | 19.5 | 6.1 | 8.7 | 10.1 | 1.4 | 1.8 | 0.2 |
| 北海道 | 1,356 | 42.4 | 23.6 | 23.4 | 5.3 | 3.4 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | — |
| 東北 | 3,798 | 34.3 | 13.6 | 20.5 | 6.2 | 14.8 | 9.7 | 0.3 | 0.7 | — |
| 北陸 | 4,753 | 44.7 | 16.6 | 14.6 | 6.5 | 5.7 | 7.7 | 1.5 | 2.6 | — |
| 関東・東山 | 3,683 | 42.4 | 17.3 | 17.4 | 5.3 | 6.5 | 8.7 | 1.4 | 0.7 | 0.3 |
| 東海 | 7,622 | 27.8 | 13.7 | 25.3 | 5.0 | 7.9 | 14.5 | 2.9 | 2.7 | — |
| 近畿 | 4,566 | 43.3 | 14.8 | 20.3 | 2.8 | 8.0 | 7.7 | 1.7 | 1.3 | 0.1 |
| 中国・四国 | 4,862 | 30.9 | 12.6 | 23.5 | 7.3 | 9.1 | 14.4 | 2.0 | 0.2 | — |
| 九州 | 12,220 | 25.0 | 7.3 | 17.6 | 11.5 | 15.4 | 14.7 | 0.8 | 7.5 | 0.1 |
| 沖縄 | 12,561 | 39.8 | 16.3 | 15.5 | 3.2 | 6.6 | 7.0 | 3.8 | 7.9 | — |

単位：割合（％）

(2009年度農産物地産地消等実態調査により作成)

表4 農産物直売所1箇所当たりの品目別販売金額割合

| | 米 | 野菜類 | 果実類 | その他の生 鮮食品 | 農産加工品 | 花卉・花木 | その他 | 不 明 |
|-------|------|------|------|--------------|-------|-------|------|-----|
| 全国 | 5.4 | 33.6 | 12.6 | 11.8 | 14.8 | 7.5 | 13.6 | 0.6 |
| 北海道 | 5.2 | 40.8 | 14.6 | 16.7 | 9.4 | 5.2 | 8.2 | — |
| 東北 | 5.9 | 38.6 | 14.0 | 6.8 | 16.5 | 7.6 | 10.7 | — |
| 北陸 | 10.6 | 37.2 | 6.7 | 2.7 | 20.4 | 5.2 | 17.1 | — |
| 関東・東山 | 5.3 | 40.6 | 15.1 | 8.3 | 13.7 | 6.2 | 10.6 | 0.1 |
| 東海 | 6.6 | 27.7 | 10.4 | 10.1 | 11.2 | 9.3 | 21.7 | 2.9 |
| 近畿 | 8.7 | 31.7 | 13.6 | 7.5 | 18.9 | 12.4 | 4.9 | 2.3 |
| 中国・四国 | 3.4 | 35.6 | 14.8 | 6.3 | 16.2 | 12.4 | 11.3 | — |
| 九州 | 3.3 | 26.6 | 10.5 | 22.8 | 15.5 | 5.7 | 15.7 | — |
| 沖縄 | 12.1 | 35.7 | 18.3 | 6.2 | 8.0 | 2.6 | 17.1 | — |

単位：割合（％）

(2009年度農産物地産地消等実態調査により作成)

田園プラザ川場設立までの経過をみると（表5）、1981年に川場村が東京都世田谷区からの交流の申し入れを受けたことから事業が始まった。川場村と世田谷区との交流が行われると、1989年から1990年の「世田谷区民健康村第2期の運営と整備に関する指針」の検討作業で田園プラザ構想が持ち上がり、1991年に田園プラザの基本構

想が策定された。これを受けて1993年に川場村が約60%、村内9団体が約40%を負担し、資本金9,000万円で株式会社として田園プラザ川場が発足した。その後に川場村は若者定住促進緊急プロジェクトや中山間地域農村活性化総合整備事業、および農業構造改善事業等の国庫補助事業を活用し、合計約31億円で田園プラザ川場内の施設を

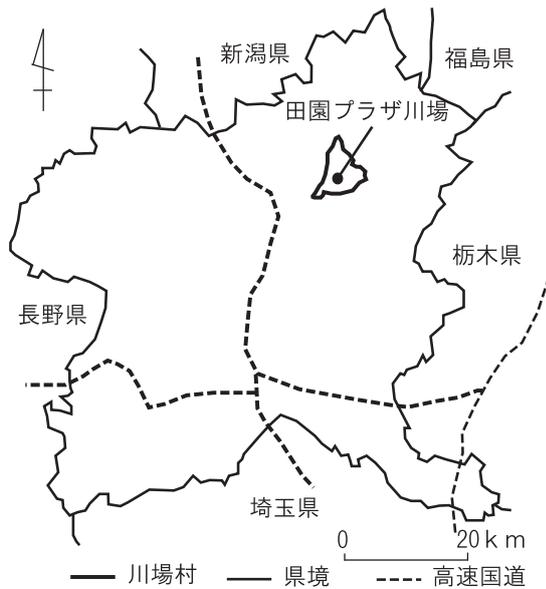


図1 研究対象地域

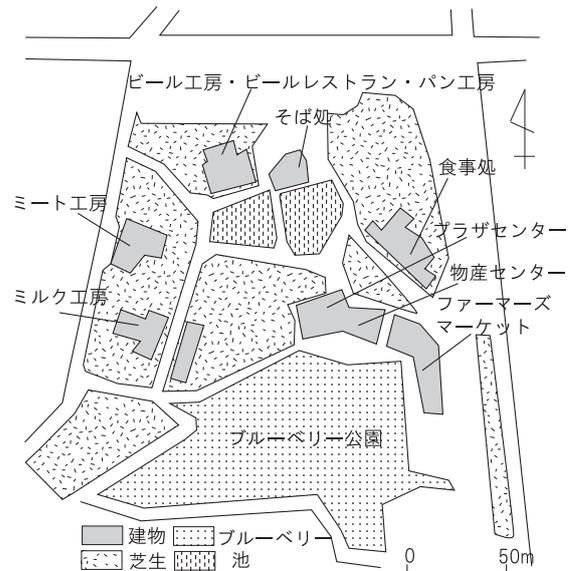


図2 田園プラザ川場園内図（2014年3月）
（田園プラザ川場資料および現地調査により作成）

表5 田園プラザ川場の事業経過

| 年 | 事業 |
|------|--|
| 1981 | 世田谷区と交流事業開始 |
| 1989 | 「世田谷区民健康村第2期の運営と整備に関する指針」検討 |
| 1991 | 田園プラザの基本構想（マスタープラン）策定 |
| 1993 | 株式会社田園プラザ川場発足 |
| 1994 | ミルク工房（274㎡）営業開始 |
| 1995 | ファーマーズマーケット（317㎡） ミート工房（240㎡）営業開始 |
| 1996 | 道の駅登録、プラザセンター（602㎡）営業開始 |
| 1997 | そば処（177㎡）営業開始 |
| 1998 | ビール工房・ビールレストラン（1,093㎡） 物産センター（366㎡）営業開始 |
| 2002 | ブルーベリー公園（1ha）開設 |
| 2008 | 食事処営業開始 |

（田園プラザ川場資料および三田（2012）により作成）

整備した。まず1994年にミルク工房の営業を、1995年にファーマーズマーケット（以下、本文中はFMとする）とミート工房の営業を開始した。1996年に川場村が田園プラザ川場を道の駅として登録すると、観光客を呼び込むために、さらに各種施設を建設した（図2）。2014年には田園プラザ川場は正社員30名とパート・アルバイト45名で運営されており、この核となっているのがFMである。

3-2. ファーマーズマーケットの役割

田園プラザ川場の売上およびFMの生産者数の推移をみると、1996年には生産者数は200戸未満であり、売上金も2億円未満であった（図3）。その後にFMの生産者数

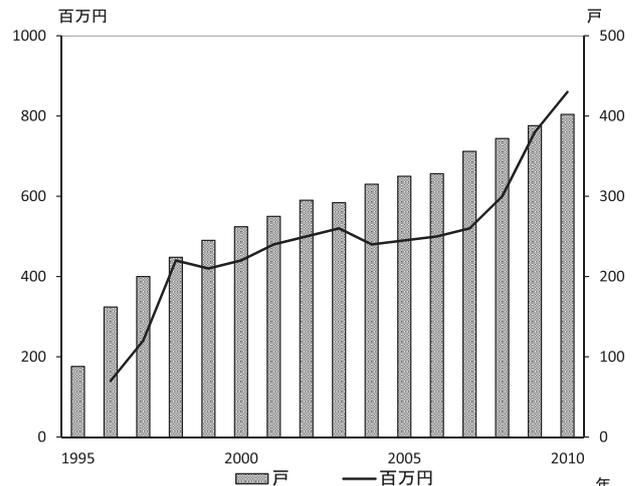


図3 田園プラザ川場における売上およびファーマーズマーケット生産者数の推移
（田園プラザ川場資料により作成）

が増加するにともない、田園プラザ川場全体の売上も増加し、2010年には生産者数約400戸に対して売上金約8億円に達した。2014年の生産者数は460戸であり、このうち川場村内在住の生産者が400戸、村外在住の生産者が60戸である。村内の生産者はおもに生鮮農産物を、村外の生産者は加工品やキノコ類をFMに出荷している。これに対して2014年の売上金はFMだけで約4億円、このうち加工品を除く農産物だけの売上で約2億円であり、この多くが野菜類である。すなわち、村内の生産者は一戸当たり生鮮農産物だけで約50万円の売上金を得ている。

つぎに、川場村における農家数の推移をみると、1965年の総農家数は677戸であった。その後に農家数は減少し、2010年には販売農家は276戸、自給的農家は167戸と

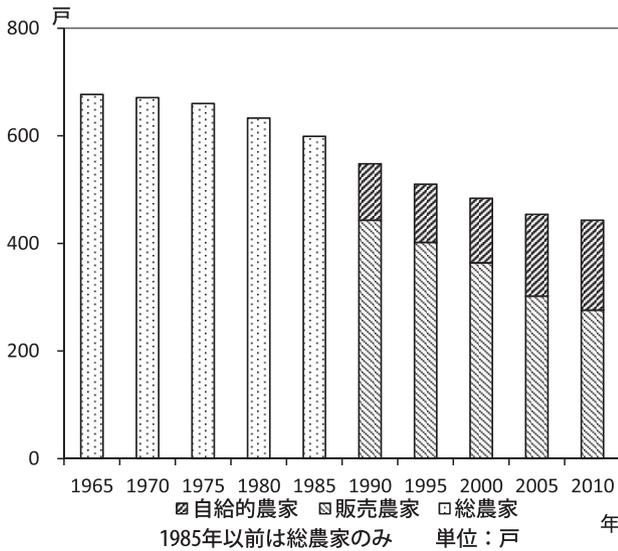


図4 川場村における農家数の推移 (農業センサスにより作成)

なり、土地持ち非農家数は142戸になった(図4)¹⁾。これに対して2014年のFMの村内生産者数は400戸であることから、川場村では土地持ち非農家だけではなく、多くの農家が農産物をFMに出荷している。また、農林水産省の生産農業所得統計によると、川場村における2006年の野菜生産額は約3億9千万円であるため、少なく見積もっても川場村で生産されている野菜の約30%から40%はFMに出荷されていることになる。

さらに、川場村における作物別栽培面積の推移をみると、1970年には米が218ha、工芸作物が67ha、豆類が60ha、麦類・雑穀類が44ha、および野菜類が31haであったが、2000年には米は87ha、豆類は6ha、および麦類・

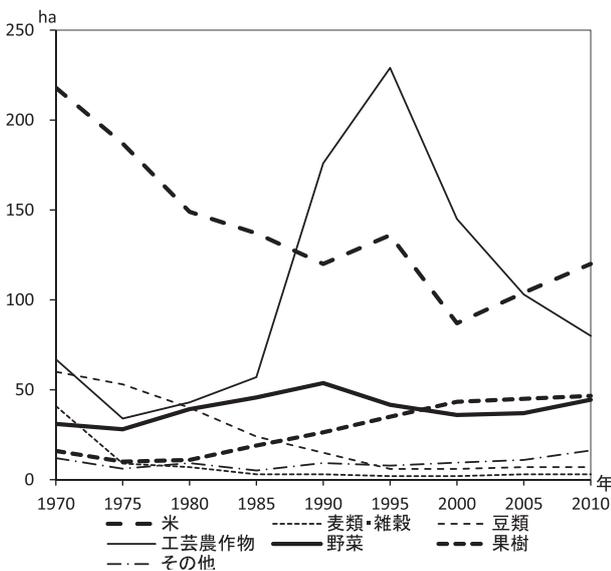


図5 川場村における作物別栽培面積の推移 (農業センサスにより作成)

雑穀類は2haにまでそれぞれ減少した(図5)。工芸作物は、コンニャクイモの生産拡大によって2000年に229haまで増加したがその後減少した。野菜類も1995年に53haにまで増加したが、2000年には35haまで減少した。しかし、2010年になると米はブランド米の雪ほたかの売上もあって120haまで増加し、果樹もリンゴやブルーベリーの生産拡大によって35haまで増加し、野菜類も田園プラザ川場のFMの売上にともない44haまで増加している。

以上のことから、川場村では田園プラザ川場が発足するとFMを核として発展し、村内の多くの農家と土地持ち非農家が野菜を中心に出荷するようになり、FMの売上が増加した。この結果、川場村全体の野菜栽培面積も増加するまでになった。

4. ファーマーズマーケットにおける野菜の多品目化

4-1. 消費者要望の共有

FMには村内の農家から年間約400品目の野菜が出荷されている。生産者は自分でFMに野菜を持ち運び、他の直売所やスーパーマーケットの野菜販売価格を参考にしながら、自らがコンピューターに野菜品目や個数、および価格を登録してから商品棚に野菜を並べる。野菜が完売すると生産者の携帯電話にメールが送られ、1日に数回野菜を補充する。客数も多く基本的には常に品不足であるため、生産者は商品棚の空スペースに自由に野菜を並べることが可能であり、生産者同士の棚争いもほとんど起きていない。

つぎに、FMにおける野菜の出荷・販売形態をみる(図6)。ここには生産者、FM、および消費者との関係性が存在している。生産者は野菜をFMに出荷すると、FMは川場村役場とともに抜き打ちで生産者の農場と野菜に

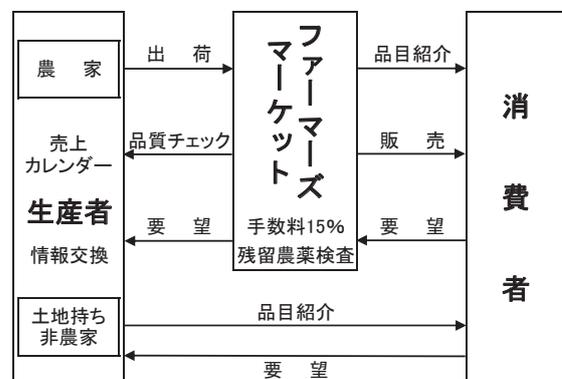


図6 ファーマーズマーケットにおける野菜の出荷・販売形態 (聞き取り調査により作成)

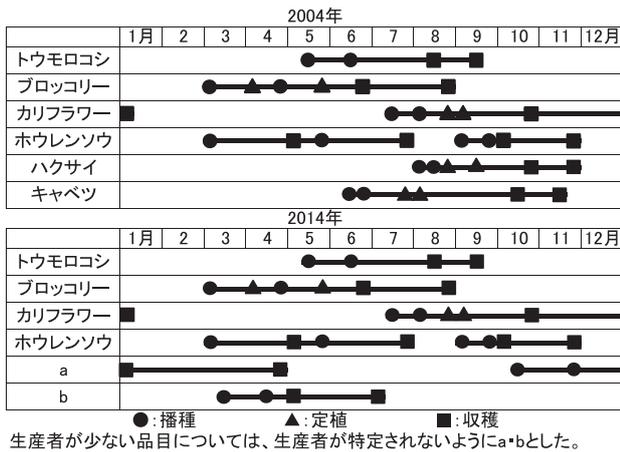


図7 事例生産者における野菜栽培形態の変化
(聞き取り調査により作成)

2004年には春から夏にかけてトウモロコシやブロッコリー、および春品種のホウレンソウを、秋から冬にはカリフラワーやハクサイ、キャベツ、および秋品種のホウレンソウを少量ずつ出荷していた(図7)。

事例生産者の年齢が60歳代になると、農作業の負担も大きくなったため、重量のあるキャベツとハクサイに代わる新たな栽培品目を検討した。事例生産者はⅢB類型のa品目とⅡB類型のb品目を導入して栽培を開始した。a品目は寒冷地での栽培に適しており、川場村という地域的な特色を活かした品種である。a品目は10月中頃から播種され、1月から4月にかけて出荷されている。一方、b品目は西洋野菜であり、3月中頃から播種され、5月から6月にかけて出荷されている。事例生産者はa品目を群馬県の農業試験場からの紹介を受けて導入し、b品目を独自に栽培方法を学んで導入した。すなわち、生産者は新たな栽培品目を導入することで他の生産者の野菜品目との差別化を図っている。

5. 結論

本研究では群馬県川場村を事例に農産物直売所で販売されている野菜が多品目化した要因を明らかにした。関東地方にはもっとも多くの農産物直売所数が存在しており、2009年の野菜類の販売割合は約40.6%を占めている。川場村では田園プラザ川場が発足するとFMを核として発展し、村内の多くの農家と土地持ち非農家が野菜を中心に出荷するようになり、FMの売上が増加した。これにより川場村全体の野菜栽培面積も増加するまでになった。

FMでは生産者が消費者の要望や売上データを共有できる仕組みが確立しており、日常的な野菜品目や地域的

特色のある品目だけではなく、西洋野菜やアジア野菜、および多様な品種で栽培された野菜が販売されている。生産者はこれらの新たな栽培品目を導入することで他の生産者と野菜品目の差別化を図っている。すなわち、消費者はさまざまな品目の野菜を求めており、生産者はこれらの情報を参考にして栽培品目を選択した結果、多品目の野菜が販売されるようになった。

農産物直売所は輸入農産物に対抗するための地産地消活動の1つである。今後も農産物直売所が各地に増加するなかで経営を維持していくには、個々の生産者が農産物の差別化を図り、農産物直売所の多品目化を進行させることが重要である。

謝辞

現地調査にあたっては、田園プラザ川場の皆様に御協力をいただきました。また、本稿を作成するにあたり立正大学の内山幸久教授をはじめとする諸先生方にご指導をいただきました。以上、記してお礼申し上げます。

注

- 1) 農家とは経営耕地面積が10a以上の農業を行う世帯または年間の農産物販売額が15万円以上の農業を行う世帯であり、このうち販売農家とは経営耕地面積が30a以上または年間の農産物販売額が50万円以上の農家であり、自給的農家とは経営耕地面積が30a未満かつ年間の農産物販売額が50万円未満の農家である。また、土地持ち非農家とは農家以外で耕地及び耕作放棄地を5a以上所有している世帯である。

文献

- 石原 肇 (2014) : 1990年以降の東京都の都市における農業の変化. 地球環境研究. 16, 21-36.
- 大石貴之 (2011) : 須坂市における伝統野菜の活用とその課題. 地域研究年報. 33, 69-79.
- 岡田 登 (2006a) : 千葉県下総台地における野菜生産地域の形成過程. 季刊地理学. 58-2, 71-88.
- 岡田 登 (2006b) : 千葉県下総台地の野菜生産地域における新品種の普及過程. 地域研究. 47-1, 1-10.
- 岡田 登 (2014) : 伝統野菜生産の復活要因—高崎市国府地区を事例に—. 日本地域政策研究. 12, 85-92.
- 岡橋秀典 (1997) : わが国農村における農産物直売所の展開とその存在形態. 地域地理研究. 2, 44-55.
- 奥山千晶 (2012) : 農産物流通チャンネルとしての直売所の存在意義—市場外流通と市場流通の補完関係から—. 広島国際研究. 18, 91-100.
- 笠間 悟 (1976) : 地方都市近郊における主産地形成—金沢市西郊・下安原を事例として—. 人文地理. 28, 550-571.
- 香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ (2009) : 農産物

- 直売所の経済分析. 農林水産政策研究. 16, 21-63.
- 河本大地 (2005) : 有機農業の展開と農家の受容—有機農産物産地・宮崎県綾町の事例—. 人文地理. 57-1, 1-24.
- 慶野征ジ (1993) : 『青果物集出荷機構の組織と役割』大明堂.
- 小金澤孝昭・嶋崎祐子 (2004) : 都市近郊地域における直売活動の成立要因—名取市サンサンメイトの活動を事例にして—. 宮城教育大学紀要. 39, 53-61.
- 小柴有理江 (2004) : 農産物直売所の販売額拡大と出荷者の動向. 農林業問題研究. 154, 200-203.
- 清水正博 (2010) : 小売業における地域ブランドの展開からみる可能性と課題—大阪産（もん）野菜を中心として—. 農林業問題研究. 177, 18-24.
- 鷹取泰子 (1995) : 埼玉県における協同経営農産物直売所の立地展開とその地域的性格. 埼玉地理. 19, 1-12.
- 高柳長直 (2006) : 『フードシステムの空間構造論—グローバル化の中の農産物産地振興』筑波書房.
- 高柳長直 (2004) : 産地ブランド農産物と地理的表示. 熊谷宏・清水昂一・白石正彦監修, 『農と食の現段階と展望』. 東京農業大学出版会.
- 田代 亨 (2004) : 農産物直売所による地域経済振興—行政財産による資本代替—. 農林業問題研究. 154, 14-24.
- 永野由紀子 (2004) : 東北農村の直売所と「農家」—山形県楯引町の事例—. 山形大学紀要 (社会科学). 34-2, 19-58.
- 新妻俊栄・宮島 聡 (2009) : 農産物直売所の現状と課題. 東北農業研究. 62, 235-236.
- 藤田武弘・内藤重之・大西敏夫 (2004) : 特別栽培農産物のブランド訴求による地産地消の推進可能性—自治体認証「大阪エコ農産物」を手掛かりに—. 農政経済研究. 26, 1-18.
- 藤田武弘・内藤重之・富田敬二 (2000) : 流通チャネルの多様化と都市近郊における農産物朝市・直売所の存立構造. 農政経済研究. 22, 1-21.
- 二木季男 (2006) : 『地産地消時代の新・農産物流通チャネル』. 家の光協会.
- 三田育雄 (2012) : 『道の駅「田園プラザ川場」の20年』. 上毛新聞社.
- 宮地忠幸 (2001) : 中山間地域における有機農業の展開とその意義—福島県安達郡東和町を事例として—. 人文地理. 53-3, 205-229.
- 宮地忠幸 (2003) : 輸入野菜の増加に対する国内産地の対応とその課題—埼玉県深谷市を事例として—. 地理誌叢. 44-1・2, 51-65.

The diverse vegetable production of a farmers market in the Kawaba Village, Gunma Prefecture

OKADA Noboru*

*The external researcher of Rissho University

Key words : farmers market, diverse vegetable production, differentiation, Gunma Prefecture, Kawaba Village