

「作る」と「売る」をどう両立？ 個人農家が悩むジレンマと可能性



3月になって出始めた、ハウス栽培のいちじくの新芽

5年前に岐阜に移り住み、農業を始めた [\(地域を興す vol.2\)](#)。山あいの農地でいちじくの栽培を始め、昨年からは岐阜市のいちじく畑も引き継いだ。門外漢からスタートし、周囲の生産者とも交流しながら感じるのは、農家の「売る力」の大切さだ。

農産物が他の工業製品と決定的に違うのは、収穫できる時期がごく短期間に集中し、「鮮度が命」だということ。商品が手元にあるタイミングは一時期に限られ、新鮮さを損なわないうちに一気に売り切らなければならない。「作ってから売る」のではなく、「作りながら売る」という感覚だ。

そこで、大ロットを引き受けてくれる卸業者のありがたさがあるわけだが、農家の収益性を考えれば、農家側が価格決定権を持つ「直売」は魅力に映る。では、すべて直売に切り替えればよいかというと、そう簡単にはいかない。パッキングや発送など膨大な「時間的コスト」がかかるうえ、量をさばくのにも限りがあるからだ。

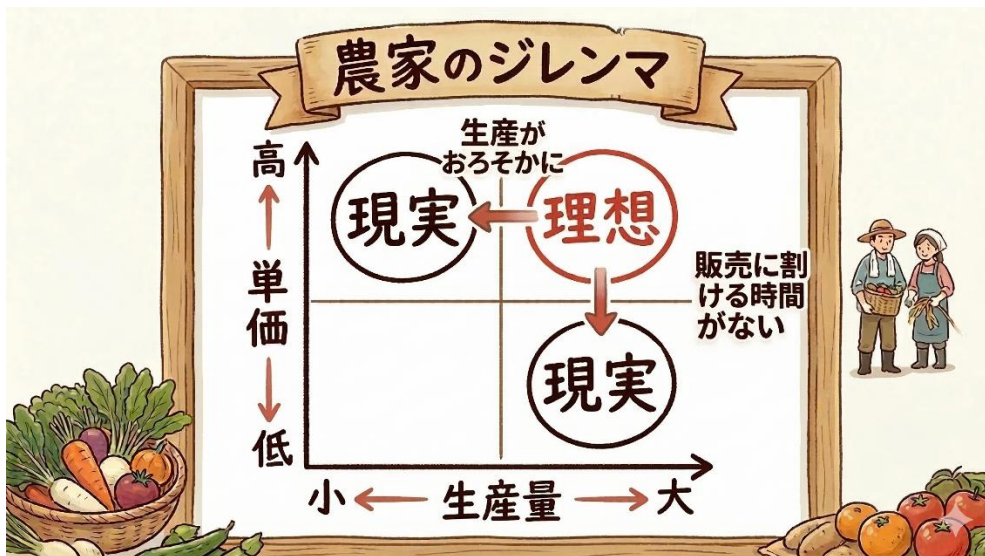
今回のレポートでは、農家が抱えるこうした悩みを「生産と販売の両立をめぐるジレンマ」と位置づけ、掘り下げてみたい。そして、既存の販売チャンネルが持つ一長一短や、私たち自身の試行錯誤の過程にも触れたい。

農家が直面するこのジレンマは、見方を変えれば、他業種の知見を生かして農家を支援する「余白」「ビジネスチャンス」にもなりうる。本レポートが、地域農業の発展に向けた何らかのヒントになれば幸いだ。

■生産量を上げたい、単価も上げたい…！

前提として、このレポートで想定しているのは、組織化されていない個人や家族経営の農家だ。農林水産省の「[2025年農林業センサス](#)」によれば、全国に約83万ある農業経営体のうち、約95%（約79万経営体）が、法人格を持たない「個人経営体」とされている。私自身も、主に夫婦2人で栽培をしている。

こうした農家は、日々の栽培（製造）から、販路の開拓（営業）、出荷（販売）、そして顧客に向けた情報発信（広報）に至るまで、すべての工程を一気通貫で担わなければならない。限られた時間と労働力の中で、「作る」と「売る」ことを両立させようとする時、農家は構造的な壁にぶつかる。私たちが現在進行形でぶつかっている、以下のような壁だ。



「農家のジレンマ」を表すマトリックス（Geminiで生成）

この図表では、縦軸に「単価」、横軸に「生産量」を置いた。農家にとっての理想は、右上の「生産量大・高単価」の領域だろう。よいものをたくさん作り、そしてできるだけ高く売りたいという思いは、多くの生産者が抱いている。

しかし現実には、この理想のマスにとどまることは難しい。高単価を実現するためには、農家自身が価格を決められる「直売」の比率を上げたり、よりよい販売先を開拓したりする必要があるのである。だが、そこには「時間的コスト」が伴う。産直施設やオンラインでの販売はすそ野が広がっているものの、商品の小分けパッキングや発送作業、販売サイトの構築・更新、顧客とのやり取りなど、どうしても一定の業務が生じてくる。

ここにジレンマが発生する。販売業務に時間を奪われると、農家の本分である「生産」がおろそかになり、結果として生産量の低下につながりかねない（左上のマス：「生産量小・高単価」）。

逆に、生産量を維持・拡大しようと栽培に注力すれば、今度は販売に割く時間がなくなる。その結果、まとめて買い取ってくれる大口の卸売に依存せざるを得なくなる（右下のマス：「生産量大・低単価」）。

理想の領域を目指す個人農家は、この「時間と単価のトレードオフ」の中で悩んでいるのだ。

■ マルシェに向け朝4時半収穫、どうしてもかかる時間的コスト

いちじくを栽培する私たちも、自身で価格が決められる販売チャンネルにいくつもチャレンジしてきた。産直施設への出荷をはじめ、週末のマルシェ出店、ネット販売、ふるさと納税の返礼品としての提供などだ。

繰り返しになるが、これら個人向け直売の最大のメリットは、やはり農家自身で価格を決められることにある。さらに、ネット販売やふるさと納税の場合は、事前に注文を受け付ける「予約販売」の形をとることができる。冒頭で農産物は「作りながら売る」感覚だと書いたが、予約販売なら「作る前に売る」ことが可能になる。売り先に困るといことがなくなり、売上の見込みも立つ。

その反面、この「作る前に売る」という手法には怖さもある。自然を相手にする農業では、天候不良や自然災害、病害虫の発生などで思うように収量が上がらないリスクがある。そのリスクをすべて農家側が背負うことになるからだ。予約を受けたはいいが、「万が一うまく栽培できなかつたら……」というプレッシャーが常にのしかかる。

そして、直売にはどうしても大きな「時間的コスト」が割かれる。私たちの場合、例えばマルシェに出店した際、普段は朝 5 時半から始める収穫を朝 4 時半からに前倒したこともあった。いちじくの収穫時期である秋の朝 4 時半はまだ真っ暗だ。

いちじくはデリケートな果実であるため、ネット販売の際には専用の保護ケースを用意し、梱包にも細心の注意を払わなければならない。日々の出荷管理やご購入者への発送連絡など、栽培以外の業務がしっかりと押し寄せてくる。

こうした直売にかかる時間的コストや不確実なリスクを考えると、大ロットで引き受けてくれる卸売の効率のよさが際立って感じられる。販売に手間をかけず、栽培に専念できるメリットは決して小さくない。

■図らずも増えた「BtoB 直売」、そのメリット

では、「効率」と「単価」は両立できないのか。試行錯誤を続ける中で、昨年「図らずも」増えた販売チャネルがある。飲食店やケーキ・菓子店への直接販売、「BtoB 直販」だ。ある程度まとまった量を一度に納品できる効率性がありながら、価格はお互いの調整で決められる。効率性と単価の両面において、一定のメリットを持ち合わせている。

私たちの場合、昨年の BtoB 直販の割合は前年比から倍増し、売上全体の 25%超を占めた。複数のケーキ店や菓子店から直接問い合わせをいただき、販売先も量も増えた。

BtoB 直販は、農家が「やろう」「増やそう」と思っても簡単には開拓できない。最大の障壁は、「こだわりの農産物を求めている飲食・ケーキ店」と「売りたい農家」の接点が極めて持ちづらいことだろう。ゼロから関係を築こうとすれば、それこそ農作業の合間を縫って熱心な営業活動に駆け回る必要が出てくる。

私たちの場合、この販売機会が増えた大きな要因は、いちじくの「受け渡し拠点」ができたことだった。先ほど「図らずも」と書いたのは、最初からこうした販売先の開拓を狙って設けた場所ではなかったからだ。農機具置き場や集荷場として畑の一角に建てたビニールハウスだったが、結果的にそこが、直接商品を受け渡しできる「リアルの拠点」として機能するようになった。市外・県外から問い合わせをくれたお店の方に、そこで受け渡しができるようになった。



栽培用ハウスの近くに設けた農機具置き場・作業用のハウス（写真左）

ケーキ店や菓子店の側も、「農家直送の鮮度が高く、顔が見える素材」を求めている。従来から SNS での発信には力を入れてきたが、オンラインだけでなく、実際に足を運べる拠点が可視化されたことで安心感につながり、引き合いが増えたのだと感じている。直接足を運んでくれた飲食店の担当者が、受け渡しの際に実際のいちじく畑の様子を見学していくこともあった。

プロの手によって鮮やかなケーキやお菓子里生まれ変わるのを見るのは、生産者として素直にうれしい。付加価値の高い商品に生まれ変わるだけでなく、店頭で生産者のポップを出してもらえることもあり、ありがたい広告効果もある。

また、直接受け渡しをすることで、顧客からどんなものが求められているのか、なぜ自分たちの生産物が選ばれているのか、肌で感じる機会にもなる。栽培においてこだわるべき部分と、変えていくべき部分とを、自分たちが見極めるうえでの判断材料にもなる。

ただ、BtoB 直売に難しさが無いわけではない。安定した取引関係を築くまでには時間がかかり、品質や納期に求められるものも大きい。顔が見える関係があることは、「今シーズンもまたよいものを作らなければならない」という、よくも悪くも緊張感につながる。販売にこだわることで、おのずと生産もしっかりしなければならないというところに立ち戻ってくる。

■農家の悩みは「可能性」

今回のレポートでは、理想を追い求めようとする農家が直面する「生産と販売のジレンマ」について、私たち自身の実体験を踏まえながら掘り下げた。個人の農家が、両者のバランスをどうとるのか。それぞれの農家が置かれた環境や目指す姿によって、心地よいと感じる販売ポートフォリオは異なり、一つの正解はないだろう。前述のように、私たち自身もまだまだ試行錯誤のまっただ中にある。

また、近年は農業のスマート化も進んでいる。「生産にかかる時間を削ることなく、販売の時間を創出する」という形で、ジレンマを突破している人もいるかもしれない。

だが、いかに生産現場が効率化されようとも、「作ること」と「売ること」という経営の両輪をどう回していくかという本質的な課題はきっと尽きない。冒頭でも触れたが、農家が直面しているこうした悩みは、裏を返せば、「余白」であり「可能性」であるともとらえられる。物流、パッキング、販路開拓、マーケティングなど、農家単独では担いきれない機能を外部が補完する余地がある。

私自身の悩みの吐露でもあるこのレポートが、地域農業の底上げに向けた何かのきっかけになればうれしく思う。