

農産物直売所の現状と課題 —福島県内の調査から—

新妻俊栄・宮島 聡*

(福島県農業総合センター・*福島県県南農林事務所)

Present Situations and Issues of Farmer's Markets

- Fact finding in fukushima prefecture -

Toshiei NIITSUMA and Satoshi MIYAJIMA*

(Fukushima Agricultural Technology Centre, *Fukushima Prefecture Ken-nan Agriculture and Forestry Office)

1 はじめに

農産物直売所（以下、直売所）は、地産地消の推進や地域農業の活性化に向けた取り組みとして期待が高まりをみせている。しかし、一方では直売所の増加に伴う店舗間競合等により、売上が低迷する直売所が生じている。

そこで、今後の直売所の継続と発展に資するため、福島県における直売所の現状と課題について検討した。

2 調査方法

直売所の概要を把握するため、福島県が調査した直売台帳を基に、県内の直売所代表者に対する聞き取り調査を実施した。また、直売所の経営実態を把握するため、アンケート調査を実施した。

さらに、直売所の販売動向を分析するため、H 直売所における一営業期間の販売商品を、重点度合と貢献期間に分類し、販売動向調査を実施した（表 1）。

3 調査結果及び考察

(1) 直売所の概要

直売台帳によれば、本県における直売所は、平成 19 年で 285 ヶ所開設されており、平成 15 年から平成 17 年にかけて増加傾向にあったが、平成 17 年以降は 280 ヶ所前後を推移していた。

年間販売額は、平成 15 年以降増加しており、平成 19 年には、全体で 79 億円にまで成長しているが、聞き取り調査を実施した直売所の売上高成長率（H18 / H16）を売上規模別に比較すると、売上高の小規模な直売所ほど、売上高成長率のばらつきが大きく、売上げを伸ばしている直売所もあれば、売上げが低迷している直売所もあった（表 2）。

(2) 経営実態

通年営業の直売所は全体の 63 %で、直売所全体の 83 %が売り場面積 100 m²未満であった。また、出荷者 30 人未満の直売所は全体の 70 %を占め、その出荷者の 65 %が 60 歳以上であった。年間販売額については、5 千万円未満の直売所が全体の 88 %を占めていた。

直売所経営に対する代表者の自己評価は、「直売所の営業期間」「直売所の営業時間」「消費者との交流」等の項目は高かったものの、「農産物の出荷量」「農産物の品揃え」「農産物の計画生産」は評価が低かった（表 3）。

(3) 販売動向

H 直売所における重点度合と貢献期間で分類した販売動向調査は表 4 のとおりである。

重点度合は、商品の売上高の貢献度合に応じて「主役」「脇役」「端役」に分類し、貢献期間は、常に販売した商品を「恒常的」、一時期のみ販売した商品を「季節的」、それ以外のものを「継続的」に分類し、それらの商品の販売期間・構成比・返品率を整理した。

販売商品のうち、恒常的・継続的に販売されていたものの、売上に貢献していない「端役」の商品（22 品目）が明らかとなった。また、「主役」等の商品には返品率の高いものがあり、「くき立ち菜」で 27.2 %、用途の似ている葉物野菜「ほうれん草」「春菊」「京菜」「小松菜」も同様の傾向があった。

これら葉物野菜を旬別の返品率でみると、欠品時期があること、全てに返品率の高い時期のあること、常時返品率の高いものがあることから、「出荷量の調整」「品揃え」「計画生産」に対する課題が明らかになった（表 5）。

4 まとめと今後の課題

本県における直売所全体の売上高は増加傾向にあるが、小規模の直売所ほど売上高成長率のばらつきが大きく、売上の低迷する店舗もみられた。

H 直売所の販売動向から、「出荷量」「品揃え」「計画生産」の課題があらわとなった。

代表者による自己評価の低い項目は、H 直売所の課題とも合致しており、直売所の継続性や成長性を重視するならば、これらの 3 項目が、直売所経営における今後の課題として検討する必要がある。

また、H 直売所の場合、これらを検討課題として認識しつつも解決には至っていないことから、課題を克服するためには、経営上の方針や環境についても、検討する必要があると考えられる。

表1 調査一覧

調査名称等	調 査 年	備 考
直売台帳	平成16、18、19年	「農産物直売台帳」より。県農林水産部調べ。
聞き取り調査	平成19、20年	アンケート回答の直売所から26ヶ所を抽出し、代表者に対し聞き取り調査を実施。
アンケート調査	平成18年	「経営実態に関するアンケート調査」を実施。調査票176通発送、有効回答104通。
販売動向調査	平成19年	H直売所における一営業期間中(4月～12月)の販売動向を調査。

表2 売上規模別の売上高成長率

売上規模	中央値	平均値	±SD	n
900万未満	108%	132%	±56%	8
900万～2000万未満	99%	106%	±44%	8
2000万以上	120%	120%	±14%	10
全体	117%	119%	±40%	26

注) 売上高順に1/3ずつ分けた

表3 代表者による自己評価

(単位: %)

項目	良好(A)	不良(B)	良好感 指数(A-B)	項目	良好(A)	不良(B)	良好感 指数(A-B)
直売所の営業期間	91.4	8.6	82.7	農産物の陳列方法	69.0	31.0	38.1
直売所の営業時間	90.2	9.8	80.5	農産物の販売金額	68.7	31.3	37.3
消費者との交流	85.9	14.1	71.8	生産者の所得向上	67.1	32.9	34.1
農産物の販売単価	81.0	19.0	61.9	直売所の売場面積	66.3	33.7	32.5
地域住民との交流	78.3	21.7	56.6	出荷する生産者の数	64.3	35.7	28.6
直売所での接客技術	74.4	25.6	48.8	農産物の出荷量	54.1	45.9	8.2
直売所同士の競争	72.4	27.6	44.7	農産物の品揃え	51.2	48.8	2.3
直売所の周知	69.6	30.4	39.2	農産物の計画生産	38.8	61.2	-22.4

注) 「不良」は、「全く上手くない」「やや上手くない」と回答した割合、「良好」は、「大変上手く
いっている」「やや上手くいっている」と回答した割合とし、「良好」-「不良」を良好感指数とした。

表4 事例直売所における商品分類表

		貢献期間								
		恒常的(24旬以上)			継続的(7~23旬)			季節的(6旬以下)		
		商品名	構成比	返品率	商品名	構成比	返品率	商品名	構成比	返品率
重点 度合	主 役	ネギ	6.8	2.9	里芋	3.8	3.2	柿	0.9	3.4
		キャベツ	3.4	10.3	うど	1.6	7.2			
		ほうれん草	2.2	12.7	くき立ち菜	1.0	27.2			
		他5品目			他16品目			他1品目		
	脇 役	8品目 (25.9%)			22品目 (48.8%)			1品目 (0.9%)		
		小松菜	0.9	19.8	レタス	0.7	25.6	花立	0.8	1.6
		古代米	0.6	5.1	春菊	0.3	30.9	しそ	0.6	4.5
		唐辛子	0.6	12.6	キヌサヤ	0.9	9.1	栗	0.6	0.0
	端 役	小麦粉	0.3	6.3	京菜	0.3	23.1	しめ縄	0.6	14.0
		4品目 (2.4%)			22品目 (11.6%)			11品目 (5.8%)		
	端 役	ぞうり	0.2	7.9	イモガラ	0.2	2.4	グリーンピース	0.2	3.2
		ミニぞうり	0.0	43.9	切り干し大根	0.1	6.7	しその実	0.2	6.8
		2品目 (0.2%)			凍大根	0.1	16.1	ふきのとう	0.1	1.1
					じゅうねん	0.0	27.3	茎レタス	0.0	66.7
					他12品目			他17品目		
					20品目 (2.4%)			21品目 (1.8%)		

注1) 一営業期間 (4.1~12.28) の調査結果である。
2) 構成比は、(商品の年間販売額)÷(直売所の年間販売額)×100
3) 返品率は、(商品の年間返品額)÷(商品の年間入荷額)×100

表5 旬別返品率

商品名	4月		5月		6月		7月	
	上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬
春菊(9)	50	20	59	36	38	54	—	—
くき立ち菜(16)	33	29	25	20	40	—	—	—
京菜(9)	30	16	0	20	30	25	18	47
小松菜(13)	60	—	55	48	33	21	10	0
ほうれん草(16)	23	34	21	15	25	12	2	12

(単位: %)

8月		9月		10月		11月		12月		期 間 計
上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	
—	—	—	—	27	0	22	12	36	24	—
—	—	—	—	—	—	33	—	—	33	29
—	—	—	—	11	9	0	15	50	36	25
33	27	11	11	9	5	0	7	10	42	13
0	0	6	0	—	0	1	2	8	7	0

注1) ()内は、出荷者数
2) —は、出荷実績がない、もしくは少量(出荷者数×0.5袋以下)