[成果情報名]農産物直売所の収益性構造

[要約]農産物直売所に対する出荷会員の関係と、収益性に寄与する取り組みと構造のモデル化により、農産物直売所の収益性構造を明らかにした。

[キーワード]農産物直売所、経営、収益性

[担当]福島農総セ・企画経営部・経営・農作業科

[代表連絡先]電話 024-958-1700

[区分]東北農業・基盤技術（経営）

[分類]行政・参考

---

[背景・ねらい]

農産物直売所（以下、直売所）は増加傾向にあったが、近年は直売所の乱立による店舗間の競合等による理由から、継続性の面で課題が多いと考えられる。

そこで、直売所の継続発展に資するため、モデル直売所（表 1）における出荷会員との関係と、直売所経営における収益性構造を明らかにする。

[成果の内容・特徴]

１．直売所と出荷会員は、通常「委託販売契約」の関係にあるが、「理念の共有」と「出資による利害」が加わることで、強い影響力を行使し合う関係となり、直売所は戦略的な意思決定が可能になる。

２．直売所の収益性に寄与する取り組みと構造をモデル化する(図２)。

直売所に対する出荷会員の関係を通じて、収益性に寄与する取り組みを可能にし、直売所の成長を促すモデルである。

収益性に寄与する取り組みとしては、Ｆ直売所のミーティングを通じた「人気生産者」の「プライスリーダー」への誘導、Ｇ直売所の自立出来る農業経営育成を基本理念とした「価格決定権」を持つ出荷会員を育成する仕組み作りと食味・品質の「差別化」、Ｅ直売所の伝統的なノウハウを活用した「農産物加工」（味噌）、Ｂ直売所の共同店舗としての食品や日用品の「仕入」販売、H直売所のシーズンに合わせた「イベント」開催、Ｃ直売所の加工品を組み合わせた「物産展」への参加による顧客開拓、その他「食材供給」「食堂事業」による事業の拡大があり、それらが売上の増大に結びつき収益性に寄与している。

[成果の活用面・留意点]

１．モデル直売所は、経営理念を有し売上高の成長(2008 年/2006 年)する県内直売所と県外直売所の中から、利益を計上(2009 年)する直売所を選定し（表 1）、直売所に対する出荷会員の関係と、収益性に寄与する取り組みを聞き取り調査した。

２．直売所の経営支援等の参考情報として活用する。

［具体的データ］

表1 モデル直売所の概要(2009年)

| 直売所 | A | B | C | D | E | F | G | H |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 継続年 | 6 | 7 | 7 | 9 | 9 | 9 | 20 | 20 |
| 出荷会員数 | 33 | 147 | 58 | 27 | 197 | 500 | 40 | 105 |
| 販売額(万円) | 1,000 | 4,000 | 4,900 | 3,400 | 13,000 | 60,000 | 64,000 | 18,000 |
| 事業内容 | 直売 | 直売＋加工 | 直売+加工+食堂 | 直売 | 直売+加工+食堂 | 直売 | 直売+加工+食堂 | 直売+加工+食堂 |
| 形 態 | 任意組織 | 任意組織 | 任意組織 | 有限会社 | 農事組合法人 | 株式会社 | 株式会社 | 任意組織 |

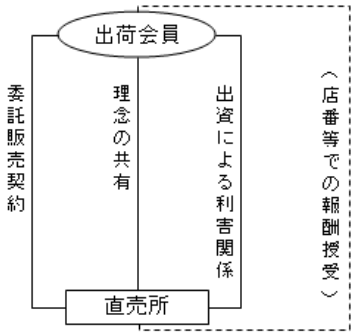


図1 直売所に対する出荷会員の関係

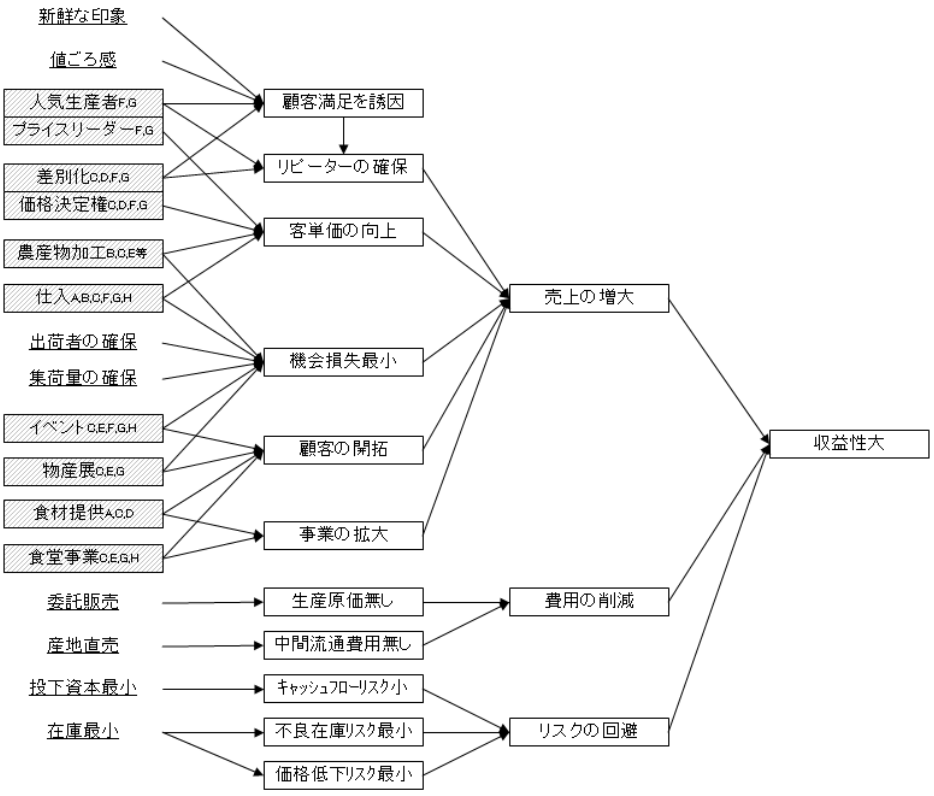


図2 直売所の収益性構造
（収益性構造モデル）

注1）左側の項目は、収益性に寄与する取り組みであり、矢印は主な繋がりを示す。
注2）下線部は、一般の直売所にも共通して見られる取り組みである。
注3）斜線部はモデル直売所に見られる特徴的な取り組みであり、英字は表1の直売所を示す。
注4）図中の農産物加工、仕入、イベント、物産展、食材提供、食堂事業には、投資資金または運転資金が必要となるため、内部留保可能な組織である必要がある。

（福島県）

［その他］

研究課題名：アグリビジネスの類型別ビジネスモデルの策定

予算区分：県単

研究期間：2006～2010 年度

研究担当者：新妻俊栄、宮島聡