

[農業経営部門]

1. 直売所における地場野菜安定出荷への誘導方策

[要約]

直売所の運営者が把握している地場野菜の出荷量の過不足状況と、野菜の市場出回り盛期を表わした収穫期を重ね合わせた確認表を作成・提示することで、出荷者に対して作目・作型の変更を視覚的に提案できるようになる。また、この確認表で実際に売れ残っている野菜の場合には、その売上量の日安を来店者の潜在需要から予測することで、適正な作付面積が提示できる。

[担当] 経営研究室

[連絡先] 電話 086-955-0546

[分類] 技術

[背景・ねらい]

多くの直売所では、品目別の出荷・販売管理は行われず、出荷者の販売金額しか把握できていない。さらに、自らの判断だけで作目や作付規模を決める出荷者が多く、時期別・品目別に出荷量の過不足が生じており、需要に応じた安定供給は困難な状況にある。そこで、来店者の潜在需要の推測や売上量の予測から、販売で過不足が発生しないように生産者を誘導し、安定的な販売と売上額の増大を図る方策を明らかにする。

[成果の内容・特徴]

1. 出荷者を出荷の過不足が生じないよう安定出荷へ誘導するには、運営者が把握している野菜の出荷量の過不足状況と県内野菜の収穫期を重ね合わせた直売所における地場野菜の出荷状況確認表（以下、確認表）を作成する。これを利用すれば、出荷の集中や作目・作型変更の必要性が視覚的に提示できるため、出荷量の過不足回避の検討や、出荷者への説得力のある提案が可能となる。また、この確認表で売れ残っている野菜の売上量日安を来店者の潜在需要から予測することができ、売れ残りを出さないための適正な作付面積が推測できる。
2. 具体的には、直売所における野菜の出荷量の過不足状況を、運営者は過剰から不足を5段階で記入し、売れ残りの多い野菜と売れ残りの少ない野菜に分けて3段階で示し、県内野菜の収穫期一覧に重ね合わせて、確認表を作成・表示する（表1）。この確認表から、直売所の運営者は出荷者に対して出荷調整の要請が可能になり、売れ残りの多い野菜に対する代替作目の提案や、売れ残りの少ない野菜に対する作付けの拡大等が方策として提示できる（表2）。
3. 野菜の月別売上量予測方法を、ナスの例で図1に示す。まず、統計データの1世帯当たりナスの消費支出、購入頻度、ナスの小売価格から求められる1世帯が1回に購入するナスの量と、直売所の月別来店者数との積でナスの月別潜在需要量を算出する。さらに、係数(k)で月別潜在需要量を補正してナスの売上量を予測する。これにより、過剰な作付面積を提示できる。

[成果の活用面・留意点]

1. 直売所における地場野菜の出荷状況確認表を作成する際には、過不足状況を時期ごとに運営者が正確に把握しておく必要がある。
2. 売上量予測は、スーパーマーケット等の商圈分析による売上予測の考え方を直売所へ適用したものである。
3. 売れ残りがあれば、日々の作目の売上量と来店者数を調査し、月別の売上量と潜在需要量から係数(k)を求め、売上量予測を行うことができる。
4. 売上量予測は、適正作付面積の推定や、この適正作付面積に基づく生産計画の作成に活用できる。

[具体的データ]

表1 直売所における地場野菜の出荷状況確認表^{ZY}

項目	4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月	
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下
パレイショ				●	●	●	○											○	○					
サトイモ																								
ダイコン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ハクサイ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ネギ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
タマネギ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
カボチャ																								
キュウリ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ナス																								
トマト	●	●																						
ピーマン																								
キャベツ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ホウレンソウ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
レタス	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ブロッコリー	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ニンジン	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ゴボウ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
生シイタケ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

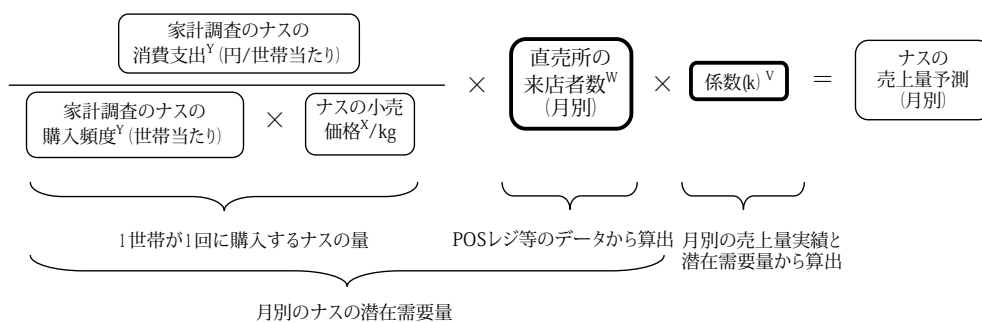
^Z直売所の運営者に調査作目(18)の出荷量について年間の旬別過不足状況(過剰:5、やや過剰:4、適正:3、やや不足:2、不足:1)に関する聞き取り調査を行い、■過剰 ■適正 ■不足を3段階に示している。

^Y平成19年度岡山県農林水産部農政企画課作成『地産地消おかやま直売所ガイドマップ』の岡山県主要野菜農林水産物の収穫期一覧を加筆修正して作成している。なお、★印は収穫最盛期、○印は収穫期を示している。

表2 安定出荷へ向けた誘導方策^Z

表示種類	出荷	作目	作型
■	現状維持又は抑制	現状維持又は変更	現状維持又は変更
	抑制	変更	変更
★	抑制	変更	変更
■	現状維持	現状維持	現状維持
	現状維持	現状維持	現状維持
★	現状維持又は抑制	現状維持又は変更	現状維持又は変更
■	現状維持又は促進	現状維持	現状維持又は拡大
	促進	現状維持	拡大
	促進	現状維持又は変更	拡大

^Z直売所における地場野菜の出荷状況確認表に対応している。



ナスを例とした場合

図1 直売所における月別の地場野菜の売上量予測^Z

^Z平下治著(平成18年)、商業界発行『3日で分かるビジネスGIS特訓ドリル』p. 94図表3-10、p. 96図表3-13と(株)JPS資料を参考に直売所に適用して作成した。

^Y消費支出、購入頻度は、総務省統計局調べ「家計調査」消費支出における都市階級・地方・都道府県庁所在市別1世帯当たりの月別支出金額、購入数量及び平均価格の岡山市のデータを用いる。

^X小売価格は、農林水産省大臣官房統計部調べ「生鮮食料品・販動向調査報告」の国産標準品の価格を用いる。

^W直売所の来店者数は、POSレジ等を通過した数を用いる。

^V実際に、7月に売れ残りの多いナス、キュウリ、トマト、ピーマンを対象に2か所の直売所(定期的来店割合:約9割、来店頻度:週2回程度)で係数を求めると、A直売所は、ナス:0.40、キュウリ:0.37、トマト:0.31、ピーマン:0.14で、B直売所は、ナス:0.28、キュウリ:0.40、トマト:0.43、ピーマン:0.20であった。

[その他]

研究課題名: 直売所への農産物の安定的出荷システムの策定

予算区分: 県単

研究期間: 2006~2008年度

研究担当者: 河田員宏