

## 2. 立地条件の異なる直売所における売上向上方策（情報）

## [要約]

直売所の売上向上には、地場産の安定供給が最も重要である。加えて、都市部では平日の女性利用客への対応強化、都市近郊ではトイレ・駐車場整備等の利便性の向上と年間安定した集客対策、農村部では日・祝日利用客への地場産農産物等の安定供給がそれぞれ必要である。

## 研究室名

経営研究室

## 連絡先

086-955-0546

## [背景・ねらい]

近年、地産地消等の活動拠点として農産物直売所（以下、直売所と略す）への期待が高まっている。しかし、一方で直売所間の競争等により売上が伸び悩んでいる施設もみられる。

そこで、直売所の売上高に関わる要因を立地条件の違いから明らかにするとともに、消費者及び運営者の意向を踏まえた売上向上方策を提案する。

## [成果の概要・特徴]

1. 直売所の売上高と相関が高い要因は、地場産農産物の売上高であり、次いで平日の利用客数、年間の利用客数の順である。そのため、売上の向上には、新鮮な地場産農産物の品揃えや量の確保と、年間の安定した集客対策が重要である。さらに、直売所を立地条件別にみると、次の対応が求められる。
  - (1) 都市部に立地する密集地域型では、平日の利用客数と年間の利用客数に加えて大型駐車場台数と女性用トイレ数で売上高との相関が高い。また、実際に駐車場の拡充や女性用トイレの整備、営業時間の延長等に取り組む事例もみられる。そのため、平日に自家用車で単身来店する女性客に対するスーパーマーケット的利用への配慮・対応が必要と考えられる。
  - (2) 農村部に立地する農村地域型では、地場産農産物の売上高のほかに、日・祝日の利用客数と年間の利用客数が売上高と相関が高い。また、実際に地域の特産であるハクサイや自然薯、山野草、伝統的な加工品である鯖寿司の販売で売上を伸ばす事例もみられる。そのため、日・祝日に来店する客を対象に、地場産農産物の安定供給や目玉商品の提供、イベント開催による話題性の保持やレストラン・公園等の設置による滞在時間延長化への配慮・対応が必要と考えられる。
  - (3) 都市近郊に立地する都市近郊地域型では、年間の利用客数、平日の利用客数のほかに、男性用トイレ数や日・祝日の利用客数が売上高との相関が高い。また、実際に平日利用客向けの野菜の計画生産や追加出荷の要請、日曜日のフリーマーケットや朝市の開催で集客を図っている事例もみられる。そのため、密集地域型と農村地域型の両方の特徴を有すると判断できることから、両直売所の利用客への配慮・対応が必要と考えられる。

## [成果の活用面・留意点]

1. 行政、普及指導センターが直売所の運営指導、施設整備や新たな商品開発等を推進する際に利用できる。なお、利用の際は直売所の属する類型を十分に確認して活用する。

[具体的データ]

表1 売上高とこれに関わる項目との相関関係

項目	全体	密集地域型	都市近郊地域型	農村地域型
地場産売上高	0.901*	0.807*	0.890*	0.943*
登録出荷者数	0.483*	0.874*	0.563*	0.003
出荷者実績	0.585*	0.834*	0.643*	0.145
販売員数	0.514*	0.874*	0.839*	0.809*
農林水産物等手数	0.130	0.577	0.125	-0.064
敷地面積全体	-0.310	0.895*	0.761*	-0.127
建物延べ床面積	0.258	0.861*	0.504	0.112
直売所売場面積	0.509*	0.861*	0.670*	0.782*
大型駐車場台数	0.591*	0.931*	0.687*	0.588*
小型駐車場台数	0.694*	0.897*	0.941*	0.514*
男性トイレ数	0.512*	0.874*	0.969*	-0.088
女性トイレ数	0.430*	0.902*	0.937*	-0.113
営業時間	0.137	0.840*	0.300	-0.148
休日数	-0.630	-0.545	-0.084	-0.079
平日利用客数	0.894*	0.942*	0.964*	0.590*
日・祝日利用客数	0.861*	0.847*	0.968*	0.928*

注 H19岡山県農林水産部農村振興課調べ「直売所実態調査」(調査総数50)を、類型別に分類して作成  
Pearsonの積率相関係数を求め、\*相関係数は5%水準で有意

表2 類型別直売所の売上向上方策

項目	類型		
	密集地域型	都市近郊地域型	農村地域型
施設	①駐車場の確保 ②トイレの設置	①休憩所等の充実 ②駐車場の確保、拡充 ③トイレの設置、整備	①休憩所、レストラン、滞在型施設の充実
運営	①平日利用客(女性単身)に対応した調理講習会等の企画 ②営業時間の延長	①平日利用客(女性単身)と、日・祝日利用客に対応した体験活動等の企画	①日・祝日利用客に対応した滞在型イベント(農家民泊等)の企画 ②観光地との連携の充実
品揃え・品揃え	①スーパー的利用の平日利用客向け農産物の品揃え強化	①スーパー的利用の平日利用客向け農産物の品揃え強化 ②日・祝日利用客向けの地場産の目玉商品の開発	①買い得感のある袋詰め商品の開発 ②日・祝日利用客向けの地場産の目玉商品の開発
広報・宣伝	①近隣限定の折込チラシの配布 ②直売所までの案内板の設置	①行政、JA等の広報誌、マスコミ・HP等の活用 ②直売所までの案内板の設置	①行政、JA等の広報誌、マスコミ・HP等を活用した広域の宣伝

注 各類型3か所の計9か所の直売所における消費者へのアンケート調査結果(H15、17年度に実施、回答数2,028)と、各類型5か所の計15か所の直売所における運営者へのアンケート調査結果(H17年度実施)、及び表1の結果により作成  
類型別の利用客の同伴者と来店頻度は、密集地域型が女性単身で週に数回の利用、都市近郊地域型が夫婦で週に1回の利用、農村地域型が夫婦で月に1回の利用が多い  
3類型に共通している方策は、施設では売り場スペースの確保、商品・品揃えでは施設栽培の導入や作期の異なる品種選定、農産物の単品・ハーフカットの品揃え強化、広報・宣伝ではレジ等での声かけや情報提供

[その他]

試験研究課題・事業名：直売所への農産物の安定出荷システムの策定

予算区分：県単

研究期間：平成18～20年度