

## 中山間地域の直売所の新たなビジネスモデル 「出張直売」

近年は多数の農産物直売所（以下、直売所）が開設され、その中で中山間地域の直売所は来店者の伸び悩みと売れ残りの問題に直面しています。その解決に向けたビジネスモデルとして、店舗外で新たな顧客を開拓することで売上向上を図る「出張直売」方式を提案します。

### ☆技術の概要

1. 今日、直売所による店舗外での販売は一般的で、約8割の直売所が取り組み、総売上高の約3割を占め、特に中山間地域に立地する直売所が積極的です（岡山県の場合）。
2. 出張直売も店舗外での販売活動の1つです。その特徴は、直売所の運営者や出荷者自らが農産物や農産加工品を定期的に自動車ですべてに運搬し、商店街などにテントなどで仮設店舗を設営して、都市部住民と対面して直接販売することにあります（写真）。

表 1回当たりの収支の試算(写真の出張直売)

(単位:円)



写真 中間農業地域の直売所  
が商店街で開設（広島県）

項目	場所	備考
	商店街広場	
売上高	101,436	2012年度の実績
仕入原価	83,178	出荷者収入=売上高- (売上高×手数料率)
粗利益 ①	18,258	
人件費	14,250	2012年度の実績
運送費	3,596	ガソリン、高速料金、車両保険・整備費
販売促進費	0	特別な販売促進はおこなっていない
消耗品費	101	レジ袋0.95円
場所代	2,000	2012年度の実績
経費合計 ②	19,947	
収支 (①-②)	-1,689	出張直売による直売所の利益
(参考)		
売上の損益分岐点	110,817	

資料:直売所の資料、聞き取り、客へのアンケートから作成。

注:出荷者が直売所に払う手数料は売上高の18%。

3. 最小構成は、2人1組で軽自動車1台で最大14万円相当の商品を運搬し、テント1張で販売する形です。開設の場所代が数千円程度と低額で、約10万円分を売り上げれば、出張直売の粗利益と経費、すなわち表の①と②はほぼ均衡します (-1,689円)。
4. 直売所への利益は多くを期待できませんが、店舗に置いたままだと売れ残るかもしれない商品が売れ、出荷者の収入の増加に貢献します。
5. 商店街での出張直売の主な客は高齢女性です。アンケートによれば、客は出張直売を「新鮮でおいしい野菜や物があり、買えて、良いと思います」と肯定的に評価します。出張直売は、農村部の店舗を訪れにくい高齢者に新鮮な農産物を購入できる顧客価値を提供します。

### ☆活用面での留意点

1. 仮に週1回開設すれば、年間500万円ほどの売上高になり、年間の総売上高が5,000万円ほどの中規模の直売所にとって1割の売上向上が期待できます。
2. 1台に積載する商品総額は、商品構成や単価、季節、予約注文の有無などで変動します。  
(近畿中国四国農業研究センター 上席研究員 室岡順一)