

# 農商工連携の拠点としても発展する直売所

越智今治農協(愛媛県)

## 取組の概要

- 約26億円を売り上げる直売所「さいさいきて屋」の運営
- 農商工連携の拠点機能
  - 地元食品メーカーへの製造委託による商品化80種類(ハム、ソーセージ、コロッケ、ドレッシング等)
- 食の地域流通の拠点機能
  - 市内の学校給食(43校)、保育園(3園)への給食提供、ホテル・レストラン等(50軒)への食材提供

## 事業化(プロジェクト化)成功のポイント

・顧客に対し、総合的なアミューズメント(娯楽)や利便性を提供

### 1 職員有志のプロジェクトからスタート

- ① 企画・提案の原動力となった職員が中心となり、職員有志のプロジェクトチームを発足。
- ② 組織内(部課長会議等)での会議を重ね、20回以上の理事会、経営管理委員会での協議を経る中で、これを農協組織のプロジェクトとして確立させることに成功。(有志のチーム発足から約1年程度)。このことにより、組合員からの合意も獲得し規模拡大にも成功。

### 2 小規模からスタートし、10年後には売上高を10倍にすることに成功

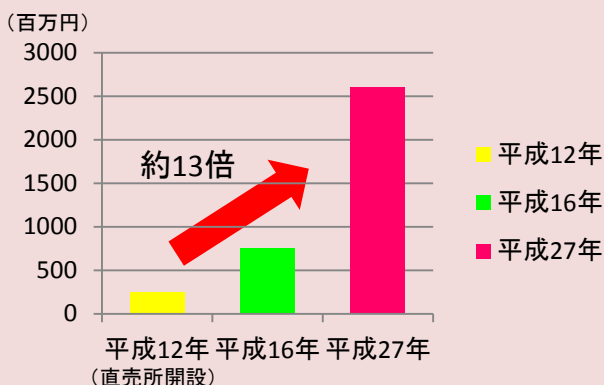
- ① 平成12年に小規模な直売所からスタート、採算性を検証した上で規模を拡大。
- ② 規模拡大に向けて行った様々な工夫が功を奏し、10年後の平成22年度には売上高10倍(約2億円→約20億円)を達成し、平成27年には26億円を超えた。

### 3 規模拡大に向けての様々な工夫

- ① 多様なサービスの提供  
売り場にカフェ・食堂、貸し農園・学童農園を併設し、顧客に食と農に係る総合的なアミューズメント(娯楽性)を提供
- ② 多彩な品揃え  
郊外型大型店舗と同等の品揃えを確保するため農協・漁協間連携により、野菜・果実・魚介類を幅広くラインナップ。顧客が直売所に来れば、何でも食がそろう体制(利便性)を構築。
- ③ 農家が思い思いの価格を設定  
同じ野菜でも農家によって値段が異なるため、顧客は品定めに真剣。買う楽しみ・選ぶ楽しみを顧客に提供
- ④ 統一したイメージ  
天井にかかげたのぼり、商品のポップの文字を統一することにより、直売所が顧客に訴求したい信念・コンセプトの打ち出しに成功

## 農協のメリット・農家のメリット

<直売所の売上高>



<出荷者数>

