

## 6 農産物直売所編

## 農産物直売所編

全国に直売所は、約 17,000 ヶ所あり、年間総販売金額が 8,800 億円となっています。その中で、農業者（団体）や J A が運営している直売所は全体の約 6 割を占めています。

生産者の顔が見え、安全・安心感のある直売所の需要は伸びていますが、同一地区に複数建設されるなど、直売所間の競争も始まっています。



### 【農産物直売所の魅力】

#### （生産者にとっての魅力）

- ・収穫したものを当日販売することから、**早く現金化できます。**
- ・市場出荷に合わない規格外品（2割～3割程度）も販売が可能です。
- ・少量の販売も可能になることから、高齢者等の営農意欲の向上が図られ耕作放棄地が減少します。
- ・流通コストがかからないため、手取りが増えます。
- ・地域で最も人が集まる場所となり、観光地の1つにもなります。

#### （消費者にとっての魅力）

- ・**新鮮、旬、完熟な農産物の入手が可能**になります。
- ・生産者の顔が見え、話ができる場所として安全・安心感があります。
- ・郷土料理、食文化に触れることができます。



### 【農産物直売所で気をつけなければならない点】

#### （販売に当たって）

- ・**手づくり感**を全面に出した販売を心がけましょう。
- ・**日持ちのする果菜類や販売単価が高い果物も一緒に販売**しましょう。
- ・**夏場や春先**にかけて農産物が途切れがちです。**加工品や直売所間の連携**で対応しましょう。
- ・欠品スペースを作らないように、商品を補完できるシステムを作りましょう。

#### （お客様の声に耳を傾けましょう）

- ・試食アンケートを実施するなど、消費者の需要や意向を定期的に把握しましょう。
- ・同じ品目でも、様々な種類を揃えましょう。例えば、大根でも青首大根、聖護院大根（丸大根）、辛味大根など異なった種類を販売すれば、売上げが向上します。

☆ J A 紀の里 めっけもん広場さんのアドバイス

直売所は地域のストーリー性を伝えるのに最適な施設だと思いますが、数が急増したこともあり、B級品や味の悪い商品は売れません。それなりの商品が求められます。

### 【農産物直売所開設に至るまでの工程】

#### ステップ1

どのような直売所にするか経営理念・方針・目標を立てる

どのような直売所にするのかセールスポイントの決定

#### ステップ2

直売所の現地調査・情報収集  
商圏調査

事前調査

#### ステップ3

直売所の開設に向けた準備  
（土地、店舗設計、資金、営農）

土地の確保と売り場面積の決定  
資金計画  
営農計画と品揃えの充実  
運営ルールの決定  
ディスプレイやPR戦略

#### ステップ4

直売所の開店前の準備（所管法の許可・届出等、必要な備品・資材の調達等）

営業開始前の許認可手続き  
資金融資などの手続き  
加工施設、販売施設の建設

#### ステップ5

開業、改善点等の抽出  
（リピーターの確保）  
消費者ニーズの把握

商品販売状況  
消費者の反応  
後継者の育成  
新規作物、新商品の開発

## ステップ1

### ○経営理念、経営方針、具体的な経営目標を立てる

経営理念、経営方針、具体的な経営目標を含めた経営戦略の策定が重要です。経営戦略の策定に当たっては、①地域内や近隣に直売所の有無、②販売を考えている作物・加工品の同種直売所での売れ行きなどの調査を行うことが重要です。経営理念、経営方針、具体的な経営目標については「農作物の加工・販売編」ページを確認してください。

#### ☆JA紀の里 めっけもん広場さんからのアドバイス

直売所は、出荷される方々と設置の目的について意識共有することはもちろんのこと、値段の決め方や売れ残りの対応、陳列方法など細かい運営ルールを協議して決めておくことが重要です。

### ○どのような直売所にするのか

経営の方向性が決まったら、具体的にどのような直売所にするのか検討します。

直売所は新たな施設整備が必要になることから、資金も必要になります。法人化することで、民間信用力が向上し借入金が借りやすくなるなど、新たな事業展開もスムーズになり、経営の安定化も図れます。



☆（農）丸広出荷組合の直売所さんの例 ～パイプハウスを直売所に～  
パイプハウスを直売所に改修するなど、あまりお金をかけずに開設しています。

## ステップ2

### ○「セールスポイント」を考えましょう

季節感や旬の提供、有機農産物、伝統野菜、手作り加工品など「セールスポイント」を考えます。

また、その商品は、遠方のお客様が足を運ぶようなものか、近隣で簡単に手に入るようなものか、検討します。

次に、営業時間です。農作業を中心に直売所を運営するのであれば、終日営業は困難ですし、立地場所によっても集客時間は異なります。例えば新興住宅地であれば、家族連れを対象に休日のみ開設するとか、オフィス街であれば平日の夕方に開設するなど、顧客の多い時間を考えます。終日営業の場合は、近隣の店舗を確認しながら、定休日を決定しましょう

その他にも、①農業者等からの安定的な出荷、②経営感覚、③店内設備（特にトイレ）や装飾、④リピーターの確保、⑤駐車場の確保の他、テント形式であれば、降雨時の対応などについて十分に話し合う必要があります。



### ○直売所の現地調査・情報収集

近隣の直売所や自分がモデルとする直売所に出向いて、情報収集をしましょう。商品の品質や品揃え、販売量、顧客層、商品単価など確認します。併せて、ディスプレイや商品ラベルなどにも注目しましょう。生産者の顔写真1つでも、写真の撮り方や大きさ、貼る場所など、いざ、自分が運営する場合に必要な事項を確認します。

特に商品単価については、近隣のスーパーなども調査対象に含め、適切な価格を決定しましょう。（他店と価格競争で安く販売することは、取扱量が少ない場合は勝ち目はなく、得策ではありません）。

その他、バックヤードにも様々な工夫がなされています。顧客として訪れる他、アポを取って運営者に話を聞くとともに、バックヤードも見せてもらうようにしましょう。自らが既存の直売所に出荷して、運営技術を身に付けるのもよいでしょう。



#### ☆JA紀の里 めっけもん広場さんからのアドバイス

玉ねぎ、人参、じゃがいもとカレーを作るのに最低限必要な野菜に、果物と花を添えると年間営業が可能になります。

また、最近ではスーパー等でのインショップも充実してきているので、いきなり直売所を作るのではなく、調査・勉強も兼ねて、このような場を活用するとよいと思います。

### ステップ3

#### ○店舗開設に向けた準備（用地の確保、看板の検討）

まずは用地を確保し、農産物の生産量や開店準備資金も勘案して、売場面積を決定します。目安として、売場面積が 50m<sup>2</sup> であれば年間売上げが 3 千万円程度とされています。

また、確保した用地が農地であれば、農地法上の農業用施設が適用されるのか、農地転用の手続きが必要か確認します（ステップ4参照）。併せて、駐車場も忘れないように確保しましょう。近隣住民に説明して事前承諾を得るとともに、周囲の景観に配慮しましょう。



#### ○資金計画

資金計画は自己資本比率を見極め、無理のない借入計画を立てましょう。投資金額が大きくなる場合は、専門のコンサルタントに経営診断を依頼するようにします。

#### ○営農計画と品揃えの充実

旬や新鮮さが売りの直売所でも、やはり品揃えは必要になります。日常使用する農産物の他、有機農産物や流通に乗りにくい伝統農産物、在来種なども揃えると、集客効果につながることから、少量でも多品目を栽培する営農計画を立てましょう。さらに、地域の農業者と連携を図ると、より一層充実した品揃えができます。

端境期の対策として、加工品も有効です。地域や数量限定にしたり、賞味期限を当日限りにして発送不可にするなど、その土地でしか手に入らないものや「田舎くさい商品」を売りにすることも、集客効果につながるとされています。

新たな農産物を販売する場合は、併せて料理方法なども提案するとよいでしょう。



#### ○運営ルールの決定

個人で直売所を運営するのであればルールは不要ですが、複数人が集まって開設するような場合は、経営方針の共有化はもちろんのこと、運営ルールが必要になります。

商品の陳列方法や出荷時間、売れ残った場合の引き取りなど、不満が残らないよう徹底的に話合って決めましょう。

#### ○商品PR戦略

直売所の開設準備と平行して、スーパーの店頭で試飲・試食を行ったり、新聞の折込チラシなどを活用して周知を図りましょう。現在では、インターネットも重要な情報発信ツールになっていますので、HPの開設やブログでのPRも検討しましょう。



#### ○ディスプレイを決定する

商品の見せ方（ディスプレイ）は重要です。入口近くに彩りのある花を並べたり、見えやすい場所には核となる商品を配置するなど心がけましょう。併せて POP や生産者の写真を準備します。



#### ○地域の農業、食文化、農村文化にこだわる

特に飲食店等の実需者は、ストーリー性のある農産物を求めています。郷土料理用の食材や伝統農産物、地域で昔から食べている手作り加工品なども視野に、農村女性グループと連携することも有意義でしょう。

## ステップ4

### ○開店に向けた認許可（所管法の許可・届出等、必要な備品・資材の調達等）

#### ○農地法、農業振興地域の整備に関する法律

農産物直売所が農業を営む農業者が設置・管理するとともに、主に自己の生産する農畜産物や加工品を販売する場合、農業用施設に該当します。

ただし、道の駅等の大規模の直売所は、農業者が設置・管理することが、通常考えられないことから、農業用施設には該当しない場合もあります。

農地に直売所を設置する場合は、基本的に農地法第4条に基づく転用許可が必要になり、農業振興地域に基づく農用地区域に該当する場合は、除外の手続きが必要になります。

ただし、農地の立地条件によっては許可が受けられない場合がありますので、事前に市町村の農地担当課に相談しましょう。

＜許可が受けられない農地＞

- ① 農業振興地域の整備に関する法律に規定する農用地区域
- ② 市街化調整区域内で、集団的に存在している農地で高性能機械による営農に適した農地や特定土地改良事業等の施行後8年以内の農地
- ③ 集団的に存在している農地や土地改良事業等の公共投資の対象となった農地

#### ○建築基準法

場所や規模によっては、建築基準法による建築確認が必要となる場合があります。詳しくは、市町村の建設部局に相談してください。

#### ○消防法

消防法についても、建築確認申請の際に、火災予防に向けた管理がなされているか、灯油等の危険物の取扱いが適当かなどについて、消防署長の同意が必要になる場合があります。詳しくは、地域の消防署に相談してください。

#### ○資金融資などの手続き

融資の要件を満たせば、地元の農協、農林中金、日本政策金融公庫、銀行等で借りることができます。要件等を比較し、返済能力に見合った額を調達します。

#### ○保健所の営業許可及び届け出が必要な品目と主な業種

野菜など、そのまま（生鮮）で販売する場合は、保健所への許可や届出は不要ですが、梅干しや味噌等の加工品を販売する場合は、管轄の保健所の許可が必要です。

保健所への営業許可が必要な品目と主な業種は、34業種があります。

また、保健所へ届け出が必要な業種（食品営業届け出）は、業務開始から10日以内に届出用紙を提出します。具体的には、農産物の加工・販売編のP29をご覧ください。



☆めっけもん広場（JA紀の里）さんからのアドバイス  
飲食店許可などの他、PL法も重要になります。事前に確認しておきましょう。

☆丸広出荷組合さんの加工品製造方法  
加工品を販売する方には、個人で認可を受けた施設の他、保健所に登録している組合の加工室を利用いただいています。

## ステップ5

### ○開業後の管理・運営と改善点等

販売実績は、計画を上回ることができましたか。計画に達しなかった場合は、①売れなかった、②気象災害等により農産物の収穫が少なくなった、③加工品の販売ができなかったなどの要因を分析します。

また、安売りは厳禁です。忙しいのに儲からない運営は厳に慎むべきで、販売する農産物の生産原価（種子代、肥料代、機械経費、光熱費、労働時間等）を勘案し、利益を確保することが重要です。

需要があるのに、生産量の少ない品目や高品質な加工品にはプレミアをつけて高い販売価格の設定も可能になります。

売上高 > 外部に支払った費用 + 固定費 + 変動費 + 生産原価  
併せて、出荷手数料についても近隣の直売所等の手数料を参考にするなど、施設の円滑な運営と所得確保ができるように工夫することが必要です。

#### ☆丸広出荷組合さんの直売所の価格決定方法

雨の日は収穫しません。また、単価は100円を基本とし、量で調整するようにお願いしています。また、農家同士で安売りをすると止めることができなくなるので、下限を60円と決めています。

### ○お客様の反応に気を配る

商品の売れ行きやお客様と直接対話を通じて、消費者ニーズを把握しましょう。

いつまでも同じものが売れ続けるとは限りません。新たな作物の作付けに取り組んだり、新商品の開発を進めるなど、柔軟に対応しましょう。

その際、いかにかうまくPRできるかもポイントになります。パッケージを変更したり、特設会場を設けたり、販促イベントを開催するなど飽きさせない工夫も必要です。

### ○後継者の育成

せっかく整備をした直売所ですから、継続して運営できるシステムづくりも大切です。運営に当たったのルールなど定期的に見直すことも重要です。

#### ☆丸広出荷組合さんからのアドバイス

直売所の運営と併せて、百貨店やスーパーでのインショップの取組を展開しています。その他、野菜に名前をつけて商標登録したり、大学と連携するなど、ただ陳列するだけでなく、様々な取組を展開しています。

#### <参考資料>

- ・農産物直売所発展のてびき ―競争の時代を生き抜く運営戦略―  
(財)都市農山漁村交流活性化機構 編

## 農産物直売所編 計画チェック表

- 代表者
- 経歴
  
- 店名 所在地
- 電話 FAX メール

### 1. どのような直売所にするか

- 動機
- 経営主体（個人、法人）
- 経営理念
- 経営目標

### 2. 事前調査

- 近隣の直売所
- ターゲットの客層
- 施設運営（周年、農産物の充足）
- 販売する農産物・加工品、どの程度の品揃えができるか
- 具体的に販売したい葉菜類、果菜類、果物等
- 特徴のある加工品販売なのか

### 3. 直売所の計画

- 土地の確保
- 地域住民への調整
- 資金計画
- 商品のPR戦略、ディスプレイ
- 売場面積

### 4. 関係機関との調整

- 農地法（必要に応じて）
- 建築基準法 消防法 資金融資
- 保健所の営業許可・届出

### 5. 開業後

- 予定どおり売上げは確保できているか
- 消費者の反応はどうか
- リピーターの確保はできているか
- 新規作物・新商品の開発