

# 農産物直売所における需給ミスマッチに関する一考察 —都市近郊中規模直売所を対象として—

(独) 農研機構 近畿中国四国農業研究センター・吉田晋一

## 1. 課題と目的

近年、地産地消と食の安全への関心が高まり、農産物直売所活動が活性化している。2005年センサスによると、農産物直売所は全国に約1万4千施設あり、年間利用客数は約2億3千万人に及ぶ。一方で、農産物直売所間等での競争が激化し、売上高が低迷する農産物直売所が多くみられる。また、農産物直売所における最大の課題としては、「品目数・数量の確保」が挙げられている。しかし、農産物直売所では、品目別・日別に「売れ残り」が多く発生している。従って、品目間・日別に調整することによって、品目数・数量の不足を改善できる可能性がある。また、「売れ残り」は販売ロスであり、出荷者離れにつながるものが危惧される。一方、「売り切れ」は販売機会の損失であり、また、来店者は買いたいものが買えないために、来店者の満足度を低下させ、客離れにつながるものが危惧される。以上から、農産物直売所では、需要量を把握し、需要にあわせて生産と出荷を行い、「売り切れ」と「売れ残り」を改善することが必要であると考えられる。

農産物直売所に関する研究の多くは、組織のマネジメント、店舗管理、来店者の特徴を分析したものであり、需要と供給の数量に関する研究は、ほとんど行われていない。そこで、本研究では、農産物直売所の「売り切れ」、「売れ残り」の状況を明らかにし、「売り切れ」、「売れ残り」の改善方策について検討することを目的とする。

## 2. 研究方法と結果

本研究では、大阪府泉南地域の都市近郊に立地する農産物直売所Aを対象とした。農産物直売所Aは年間売上高約2千万円であり、中規模の農産物直売所である。2004年にオープンし、農事組合法人が運営している。

まず、品目別に情報管理可能なPOSのデータ（販売記録）と納品伝票（荷受記録）を照合し、売れ残った数量、売り切れた日数を調査した。結果、「売り切れ」、「売れ残り」ともに多く発生していることが確認された。例えば、2007年のトマトでは、旬を中心に荷受数の34%が売れ残っていた。一方で、旬以外を中心に、荷受けした日のうちの29%の日で売り切れていた。また、休日の売上数は平日の3.8倍に上り、特に平日に「売れ残り」が多く発生していた。

次に、売り切れた日について、もしも、十分に品物があれば、どれだけ売上を増加させることができるかを推測した。これは、「売り切れ」による販売機会損失の数量を意味する。分析の手順は次の通りである。まず、売れ残った日について、開店直後の売上数を独立変数、一日の売上数を従属変数として回帰分析を行った。次に、分析結果を売り切れた日に適用し、売り切れた日の需要量を推測した。分析結果から、2007年のトマトでは、年間33%売上を増加させる余地があることが明らかになった。

最後に、以上の結果を踏まえて、「売り切れ」、「売れ残り」の改善方策を検討した。