

農産物直売所 運営のヒント④

食環境ジャーナリスト・食総合プロデューサー

金丸 弘美

安ければいいというものではない

直売所の野菜の売り方で、疑問をもつことがよくある。ニンジン、キュウリなどを5〜6本袋詰めして100円、150円と格安で売っていたり、ホウレンソウ、コマツナなどを1束100円など廉価で販売しているケースだ。購入側からすると安くてもいいということもあるだろう。ところが、量が多すぎて購入者が持て余すこともある。そもそも周辺の客層をリサーチすると一人暮らしが多く、量はいらぬということもある。それよりも一本で、例えば50円とした方が使う方も都合がいいし、客単価も高くなる。

安い値段をつけて出すところは、高齢者の農家、定年退職後に農業を始めて出荷し始めたという人が多いところが少なくない。年金もあるので小遣い稼ぎと思っている人もいるのだろう。

ところが、格安になると所得が減ると同時に新規就農した若い人たちのモチベーションをそぐばかりか利益につながらないことから、直売所の出荷意欲を失う

綿密に経費計算してから価格決定を

こととなる。実際、若い人たちで、直売所に出荷しようと思ったら値段が安く、生計が立たないと判断して直販のみにしたとか、隣の価格のいい直売所に変えたという人も実際にいた。

また、野菜の出荷で直売所のマージンは15%というところが多い。野菜の値段が安いので大人気というところもある。人がたくさん来て、売り上げも多い。ところが、全体でみていくと、人件費、維持費、光熱費などがかり、結局は、直売所の持ち出しになるというケースもある。人件費をほかの部署が捻出しているところもあった。

野菜のマージンが安くとも、加工、レストラン運営、直販などの複合形態で、総合的に利益を確保できるという場合があればいいが、そうでないと、苦しい経営を強いられる。

安ければいいというものでもない。本当は、年間の計画を立てて、生計が成り立つところから逆算をして、人件費、種代、肥料代、農薬代、機材なども計算して、その上で、価格を決定するのが望ましいだろう。

◇次回は9月21日付



2018年(平成30年) 7月20日 金曜日
月4回金曜日発行

農地を活かし 担い手を応援する
農業委員会ネットワーク機構

発行所 全国農業会議所

〒102-0084 東京都千代田区二番町9の8
中央労働基準協会ビル ☎03-6910-1130
©全国農業会議所2018
ホームページ<https://www.nca.or.jp/shinbun>

お申し込みは、お近くの農業委員会へどうぞ