

平成１９年度 マスターセンター補助事業

農村女性による農産物等直販事業実態調査 報 告 書

平成２０年１月

社団法人 中小企業診断協会 富山県支部

はじめに

日本経済は緩やかな回復基調にあると言われ続けてきましたが、本格的な回復がままならないうちに、早くも原油の高騰、円高の加速など中小企業の経営環境は大きく変動してきており、この先の不透明感が強くなってきております。

一方、我が国の食料品の環境も、中国などからの輸入品の安全問題や、国内の食料品メーカーの表示偽装問題、さらに一部バイオ燃料用の原料としてトウモロコシや小麦などが活用されることによる輸入の減少及びこれら関連商品の高騰など、各種の問題が発生しており先行きが大変危惧されています。

このような中、国内で生産される野菜、果物などは食の安全面から大きく見直されており、県内においても農村婦人部を中心に農産物などの直接販売事業（直販事業）が活発に行われております。現在は70か所を超える事業所で営業が行われていますが、いずれの直販所も土曜、日曜を中心に新鮮な野菜などを買い求める近郊の消費者で大変な賑わいを見せています。

この直販事業は、国策として稲作の転作が始まった昭和60年頃にさかのぼりますが、転作物を中心にした各種野菜の漬物や「かぶらずし」などの加工品生産に取り組まれたことがスタートで、その後、地場産品の加工によるふるさと良品作り施策によりさらに活発化してきたもので、必然的に、それら加工品はもとより、地場で産出された新鮮な野菜や果物を周辺地域で販売しようということになり、高岡市戸出地区の「おふくろの店」を手始めとして平成5～6年頃から多くの直販所が開設されたものです。

もちろん、その多くは県やJAの指導もあつてのことであり、現在の店舗の設置場所を見ても、その多くはJA関連施設の中や周辺で開店されています。

今回の調査は、われわれ中小企業診断士の資質の向上の一環として実施したのですが、現状の直販事業の現状の問題点などを把握するとともに、今後の改善の方向を提案いたすもので、この結果を踏まえて、今後、販売管理面を主体とした直販事業所の診断指導を行う際の参考にいたす所存です。

いずれにいたしましても、県内の多くの直販事業が今後ますます活発になり、県内の消費者に安全と安心による食料供給を行っていただきたいと願うものです。

最後に、当調査のアンケートご協力を賜った県内の農産物等直販事業所の皆様方及び現地ヒアリング調査にご協力を賜りました方々に対しまして、厚くお礼申し上げます。

また、当調査の委員をお忙しい中お引き受けいただきました成川、野村、藤井各委員に対しましても併せてお礼申し上げます。

目 次

はじめに

調査実施要領

■第1章■	1
農村女性による農産物等直販事業実態調査の概要	
1. 農村女性を取り巻く環境	3
2. 農村女性による農産物等直販事業所（直販所）の現状	4
3. 農村女性による農産物等直販事業所の問題点・課題	7
■第2章■	11
農村女性による農産物等直販事業に関するアンケート調査結果	
1. 経営形態について	13
2. 設置場所について	13
3. 開業年数について	14
4. 敷地及び建物について	14
5. 営業日について	15
6. 営業時間について	16
7. 客層について	18
8. 来客者のピーク時について	18
9. ピーク時の来客者数について	19
10. 運営スタッフについて	20
11. 年間売上高について	21
12. 売上傾向について	21
13. 売上の多い商品について	22
14. 農産加工品（手作り品）について	22
15. 提携生産者（会員）数について	23
16. 商品の集荷時間について	24
17. 商品の値段設定について	24
18. 商品が品切れになった時の対処法について	25
19. 直販所開設の動機について	26
20. 直販所の特徴づくりや運営・集客などに工夫している点について	27
21. 現在の問題・課題について	28
22. 今後の事業の取り組みについて	29
23. 将来に向けたビジョンについて	30
24. 県など行政機関に望むことについて	31
25. その他ご意見について	31

■第3章■ 33

農村女性による農産物等直販事業に関する現地ヒアリング調査

1. 青空市（立山町芦峯寺）	35
2. 音川ふれあい市（富山市婦中町）	36
3. J Aかあさんの店（立山町前沢）	37
4. せんだん山特産の店（砺波市井栗谷）	38
5. にこにこ母ちゃん市（射水市黒河）	39
6. ふれあい市（滑川市中野島）	40

■第4章■ 41

資料編

農産物等直販事業アンケート調査票	43
アンケート調査集計表	49
県内の直売所	59
県内の特産品	62
社団法人 中小企業診断協会 富山県支部の概要	65

調査実施要領

■調査目的

近年、地場資源を活用し地域振興を図る動向が県内で多く見受けられ、なかでも農村女性による農産物の直販事業が年々活発となっているので、その実態を調査し、今後のあり方等を提言するもの。

■調査対象

富山県内の農村女性起業組織（直販組織）75 事業所

■調査方法

- ①郵送によるアンケート調査
- ②アンケート回答事業所に対するヒアリング調査

■調査実施時期

平成 19 年 6 月～平成 19 年 12 月

■調査実施機関

社団法人 中小企業診断協会 富山県支部
担当者：成川 友仁，野村 富士夫，藤井 忠良



第 1 章

農村女性による

農産物等直販事業実態調査の

概 要

近年、農業を取り巻く環境は、人口の自然減や農業人口の流出、農業従事者の高齢化や後継者不足に加えて、米価の下落、生産調整の難しさ、輸入拡大に伴う農産物の価格低迷による農業所得の減少など、大変厳しい状況にあると云える。

また一方、消費者の食に対するニーズは、新鮮でより品質の高いものや安全・健康志向の高まる中で、生産者の顔が見える安心感の享受など、高度化・多様化が更に進むものと予想される。

このような状況の中、地場の農産物を活かした直売や加工など地産地消を進める農村女性が増えてきている。

農林水産省の調査によれば、農村女性の起業数は、平成 18 年全国で 9,050 件（平成 19 年 1 月 1 日現在）、うち富山県は 138 件（同）であり、4 年前の平成 14 年と比べて全国では 1.23 倍、富山県では 1.35 倍と相当な伸びを示している。

この農村女性の起業は、厳しい農家経営にあって新たな収入を確保する経済的な魅力もさることながら、消費者と直接向き合いその作りや評価される喜びと生きがい、地産地消・村おこしによる地域農業と農村女性の活性化に繋がる、などの非経済的な面も大きな魅力となっている。

その拠点としての直売所は、生産者が自家農産物や加工品を消費者に直接販売するための施設で、朝市、夕市、青空市、ふるさと市、ファーマーズマーケットなど、さまざまな名称で呼ばれている。

（１）直売所開設の動機は、地域活性化や生きがいなど非経済的な理由が主

直売所開設の動機は、地域活性化への貢献（21%）、生きがいづくり（19%）、消費者ニーズの高まり（13%）など非経済的な理由が合わせて 53%であり、農村女性の所得向上（17%）、地域農産物の生産拡大（13%）などの経済的な理由（30%）を大きく上回っている。

（２）経営形態は法人格のないグループ経営、規模は零細が多い

経営形態は、法人格のないグループ経営が全体の約 2 / 3 に当たる 68%と最も多く、次いで個人経営が 16%である。法人格は 25 事業所中わずか 2 事業所と少ない。

また、生産者（会員）規模別では、10 名以下が最も多く、個人経営の 4 事業所を除き、数名から 30 名以下が全体の 86%を占めている。なお、法人格で 700 名のところが 1 事業所ある。

売上規模別では、年間売上高でみると 200 万円未満が全体の 4 割弱、500 万円未満が 6 割であり、事業を経営体として見た場合零細な経営組織と云えよう。また売上傾向は、停滞もしくは下降が全体の 64%であり、微増もしくは上昇の 36%を大きく上回っている。

（３）立地は農協の敷地内が多く、開業（起業）年数は比較的短い

直売所の設置場所は、農協の敷地内（41%）が最も多く、次いで国道・県道などの主要道路沿い（ロードサイド型）（22%）が続き、スーパーなどのインショップは少ない。また敷地や建物、駐車場の面積は、計測把握の面倒さもあり回答数が少なく、正確な実態の把握には至らなかった。売り場面積については、10 坪以下が大半であり、最大で 45 坪のところが 1 件ある。

開業年数について見ると、今から 5 年以内が約 4 割、10 年以内を含めると約 7 割であり、一般企業に比べて開業年数は比較的短いと云える。最も古いところで、昭和 58 年の開業が 1 件ある。

また、平成 8 年以降ここ 10 年間は、毎年新たに起業が見られるが、これは、平成に入ってから村おこしの機運や地産地消への関心の高まりに呼応した動きが、直売所として顕在化したことであろう。

（４）営業日は週 2 回、冬期間は休業するところが多い。顧客は地域密着型

営業日は、夏期間（4 月～10 月）と冬期間（11 月～3 月）とで別々に設定しているところが殆どである。夏期間では、毎週 2 回が 4 割弱と最も多く、次いで 1 回、毎日と続く。全てのところが、予め定めた曜日にのみ開店していて、不定期に開店するところは皆無である。一方冬期間は、11 月～12 月までは一部で開店するが、それ以外の真冬期は殆どが休業している。

営業開始時刻は、夏期間では、朝・昼・夕のそれぞれの時間帯に分散しているが、

とりわけ 9:00～12:00 に開始するところが半数を占める。また冬期間では、この時間帯で開始する割合が約 7 割と多い。なお冬期間では、夏期間で約 3 割弱に見られる 6 時台の早朝開店は皆無である。

開店から終了までの営業時間は、夏期間・冬期間とも 3 時間以上が過半数を占めるが、夏期間では朝市の関係で 2 時間以内が全体の 4 割までを占めている。また一般店舗並みに 8 時間以上長時間営業するところが、23 件中 5 件見られる。

来客者(顧客)のピーク時は、夏期間では開店から 1 時間以内に集中するが、冬期間では特にピーク時が無いとする回答が増えている。またピーク時の来客者数は、夏期間では 100 名以下が大半であり、冬期間では更に減少傾向にある。

顧客は、地元固定客と住んでいる市町村の客を合わせて 85%であり、改めて直売所のあり方が地域密着型であることを窺い知ることができるが、一方で他市町村からの集客も一部で見られ、地域ならではのこだわりと特産品に対する根強い消費者ニーズの存在が垣間見える。

(5) 売れ筋商品は野菜・果物・加工品が定番

商品の品揃えは、直売所の最も重要なポイントである。顧客からすれば、品揃えの豊富さ、鮮度、安全性やその地域でしか買えない地元商品を求めて来店する。

地元商品の種類には多少の違いが見られるが、全ての直売所で、「野菜・果物」、「農産加工品(手作り品)」を中心とする多品種・少量の品揃えになっている。その他「山菜」や彼岸時の「花」などの季節商品も時宜に応じて対処している。

売れ筋商品は「野菜・果物」であり、売上の約 3 割を占める。次いで「農産加工品(手作り品)」が約 2 割強を占め、この 3 品目が定番商品となっている。

加工品は 8 割以上の直売所が取り扱っていて、品目別では「漬物」が圧倒的に多く(46%)、次いで「味噌」、「和菓子(もち、饅頭)」の順となっている。変わったものとして、「アイスクリーム」や「弁当」がそれぞれ 1 件ある。

(6) 商品の値段は生産者(会員)任せ、販売スタッフは会員の当番制

管理運営面では、会員が運営を兼ねているところが殆どである(84%)が、中には管理専属の正規社員やパートを雇用しているところが、19 件中 3 件見られる。

店舗に常時いる販売スタッフは、会員のみが 7 割以上であり、会員以外の正規社員が 24 件中 4 件で見られる。またスタッフの人数は、2 名とする回答が最も多く、10 名未満が 8 割方を占める。なお、会員による販売スタッフは、当番制を採用しているところが殆どである。

商品の値段は、生産者が自由に設定するところが 75%と圧倒的に多い。このことが生産者にとって、作りや味・出来栄えなど、喜びと腕前の発揮しどころの部分であり、直売所の魅力の 1 つになっている。しかし、値ごろ感のある価格設定も重要であり、その点で生産者とスタッフが協議して決めるところは 2 割位存在する。

運営管理費としての手数料は、全てのところで売上高に応じて生産者から徴収していて、売上高の 1 割とするところが過半数を占めている。

商品の品切れの対処法は、対処は特にしない（48%）、店じまいする（36%）など特段の手を打っていないところが 84%もある。このことは、顧客を無視した生産者側の一方的な論理であり、商品の種類や量目など品揃えに対する課題が露呈された結果になっている。しかし一方では、商品を補充する、あるいはどうしても必要な場合は電話で取り寄せるなど、が 25 件中 4 件あることは着目すべきであろう。

（7）直売所の特徴は、新鮮・丁寧な接客・特産品が 3 本柱

直売所の特徴や運営面での工夫点は、多い順に、鮮度など品質管理面（19%）、丁寧な接客（13%）、特産品がある（13%）、広い駐車場（8%）、豊富な品揃え（7%）などとなっている。しかしこれらの特徴は、リピーターの囲い込みに対しては有効であろうが、新規顧客の集客に対して有効な、イベントの開催は少なく（6%）、また宣伝広告やホームページの作成、近隣観光スポットとの連携は皆無である。

また、上記の情報発信の不足に加えて、アンケートによる情報収集（1%）や新製品の開発（2%）、加工場の併設（2%）など、集客力増大の視点が欠如しているようである。

（8）現状の課題は、会員の高齢化と後継者不足と認識

現状の課題認識としては、会員の高齢化（19%）と後継者不足（17%）の 2 点が群を抜いて多い。次いで、商品の種類が少ない（9%）、品揃えの偏り（8%）、売上・集客の低迷（8%）、会員の確保（7%）と続く。

商品の品揃えや品切れ、また売上・集客の低迷に対する課題認識は相当程度持っているといなされるが、その改善手段を十分に講じていないようである。

（9）今後は商品の品揃えを充実し、売上の拡大を目指す

今後の事業の取り組みとして、売上拡大が 7 割を占めていて、現状維持（25%）や事業縮小（4%）を大きく上回っている。

また将来的なビジョンとしては、多い順に、品揃えの充実（26%）、売上拡大（19%）、看板商品・新商品開発（14%）、若い人材の育成（13%）、定期的なイベントの開催（9%）、加工場の併設（7%）などとなっていて、前述した課題と表裏の関係にあると云える。

なお、法人化やホームページの開設、県外客の誘致などは当面考えず、とりあえず目の前の課題の解決に注力したいのが本音と見て取れる。

（10）県など行政機関への要望

新商品づくりの指導（44%）が最も多く、次いで販売促進の指導（28%）、貸付金・補助金などの金融支援（11%）と続く。

(1) 会員の高齢化と後継者不足の解消

農林水産省の調査（平成 18 年度分）によれば、農村女性の起業グループの平均年齢は、全国単位で、60～69 才が 43%で最も多く、次いで 50～59 才が 33%、70 才以上が 11%、そして 49 才以下が 7%、不明 6%となっている。実に 50 才以上が全体の 87%を占めていて、高齢化の現実が浮き彫りになっている。

今回の調査では、この点での調査項目がなく正確な数値を把握できていないが、課題の最上位に挙げていることから、上記の年齢構成が調査対象事業所のそれとほぼ同じであることは間違いのないところであろう。

また後継者不足の問題は、農村部でも職種さえ選ばなければ、若い女性が働けるパート・臨時採用など就業機会の存在、軽労働志向や自家用車の所有などが主に基因していよう。このまま手をこまねいていけば、高齢化が益々進み、後継者が現れなければ事業を撤退せざるを得なくなろう。

しかし見落としとしてはならない点は、開設の動機で上位にランクされた“地域活性化への貢献”や“生きがい”だけでは後継者を見つけることは困難である。娘や嫁などへ世代交代し、事業を引継ぎ発展・継続するためには、労働対価に見合う程度の実益を伴うことが必要であり、後継者不足の解消に繋がる道である。

(2) 売上拡大による経営体質の健全化

前述した如く、事業所の年間売上高は、約 6 割が 500 万円未満である。またヒアリングの結果からは、生産者一人当たりの平均年間売上高は大半が 30 万円以下であり、小遣い程度の収入にしか過ぎない。

事業としては、売上に応じた手数料収入の中から、店舗賃借料、会員以外の運営スタッフの給料、レジ袋・電気代などの運営経費を控除した残りが事業所の実質利益となる。代表者にヒアリングした限りでは、事業所収支はトントンかわずかの黒字計上が殆どの事業所の実態であり、財務的な面での経営体質は極めて脆弱であると云わざるを得ない。

またそのことが、売上拡大など諸施策の実施を困難にし、経営体質の健全化を阻害する最も大きな要因になっているので、早急に経営体質の健全化を図ることが重要である。

では、売上を伸ばすにはどうすればよいのか・・・？

先ず銘記すべきは、生産者が作った農産物や加工品をただ直売所へ並べただけでは、なかなか売上の伸びにはつながらない、ということである。自分の作ったものが、本当に消費者のニーズに合致しているかどうかを、常に考え・意識として持つこと。その上で、消費者ニーズにあった商品の品揃え（品目・量目・荷姿）や商品メニュー（規格・調理レシピ）を考え、商品一品毎に作り手の“思い”や“こだわり”、“苦労”などを、消費者にメッセージとして伝える積極的な姿勢が重要である。

その手段として、接客時での対話や商品ラベル、店内ポップ、チラシなどが有効

であろう。

それが、消費者にとっては、地産地消ならではの楽しみであり、スーパーマーケットやデパートにはない直売所の強みである。

消費者ニーズの収集は、ことのほか重要である。昨今の減塩効果を始めとした健康志向ブームで、世代間での食材の種類・味・好みには常に少なからず変化が見られるので、ニーズの変化には特に敏感であるべきである。

また直売所は、生産者がマーケット感覚を磨く格好の場である。対面販売での消費者との直接対話を通じて、上記した作り手の“思い”などを、単に消費者にメッセージとして伝えるだけではなく、同時に、作った商品の評価、苦情、要望など消費者のナマの声を聞くことが可能となる。また消費者にとっては、生産者の顔が見えることによって、商品に対するより一層の安全と安心を感じることに繋がる。

そうしたナマの声をしっかりと受け止め、反映させることにより、品質向上や製法改良、新製品開発など生産面での改善とマーチャンダイジング（品揃え）やプロモーション（接客、宣伝など販売促進）の充実・強化が、売上の拡大へと確実に繋がって行くこととなる。

こうした売上の拡大による経営体質の健全化により、有効な諸施策の実行が可能となり、事業の更なる発展が期待される。

（３）全員経営意識の醸成

ヒアリングの結果からは、事業に対しての会員の参加意識は相当程度あるが、残念ながら経営意識は極めて希薄であると云わざるを得ない。このことは、事業所収支がトントンかわずかの黒字計上が続いているにも拘わらず、半ば仕方がないとするあきらめの境地に至っていることから肯首できる。

個人経営はいざ知らず、大半を占めるグループ経営にあっては、会員一人ひとりの売上の合計が事業所全体の売上となる。また、会員にとっては、独自では不足な経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報・ノウハウ・チャネル・時間）を事業所を介して享受する形にあり、云わば事業所と会員とは運命共同体の関係にあると云える。

言い替えれば、事業所の利益は会員全員が生み出し、その利益の再投資が更なる事業所の利益を生み、結果として会員全員に循環される、との意識を全会員が強く持つことである。

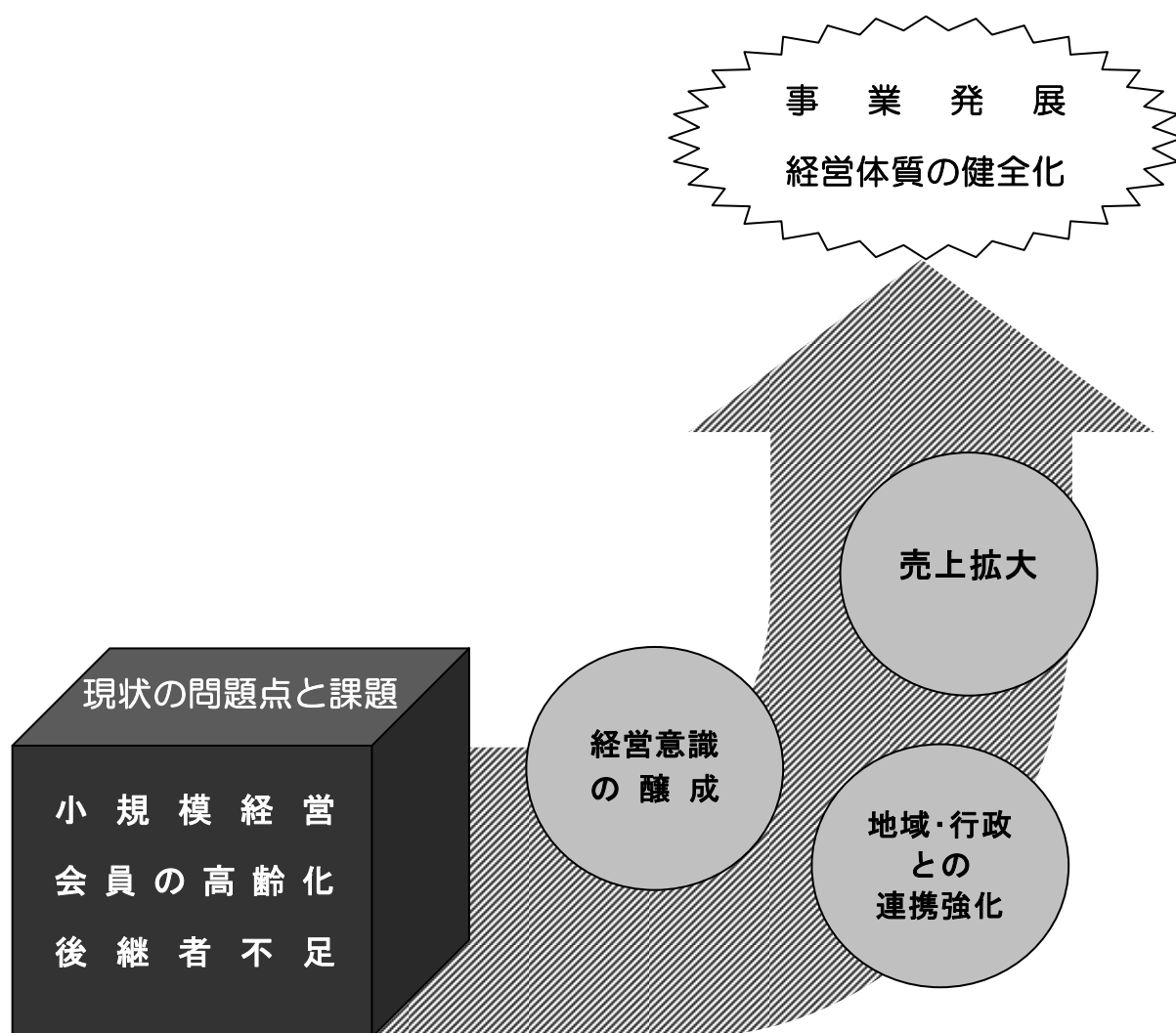
まさに、“個は全体のためにあり、全体は個のためにある”の言葉通り、全会員一人ひとりが、自分の仕事を一つの企業体として考える、全員経営意識の醸成が必要である。

（４）地域・行政との連携強化

自分の直売所だけではなく、地域内の観光施設、スーパーマーケット、他の直売所、飲食店などと連携・協力して、顧客を増やし、地域全体で活性化による経済効果を高める取り組みを行うことが重要である。そのためには、市町村役場、商工会議所、商工会や観光協会などと連携し、消費者への地域全体としての情報提供やイ

ベントの同時開催などが有効である。

また新聞記事によれば、県の事業として、資金面や販路開拓などの支援、市場調査のノウハウや販売管理手法などを指導するパワーアップ講座の開設、直売所の整備や加工機器の導入資金を助成する農村女性起業拡大モデル事業の創設、などの諸事業があるので、これからの積極的な情報収集と活用を検討すべきである。





第 2 章

農村女性による
農産物等直販事業に関する
アンケート調査結果

アンケート調査結果

郵送で実施したアンケート調査は、配布先が 75 箇所であったものの、その回収数は 25 箇所で回収率は 33.3%と若干低かった。この要因は、各事業所とも日頃の生産、販売業務に追われアンケートのような付随した業務にあてる時間的余裕がないことやこのような事務的な業務を行うスタッフが少ないことによるものと思われる。

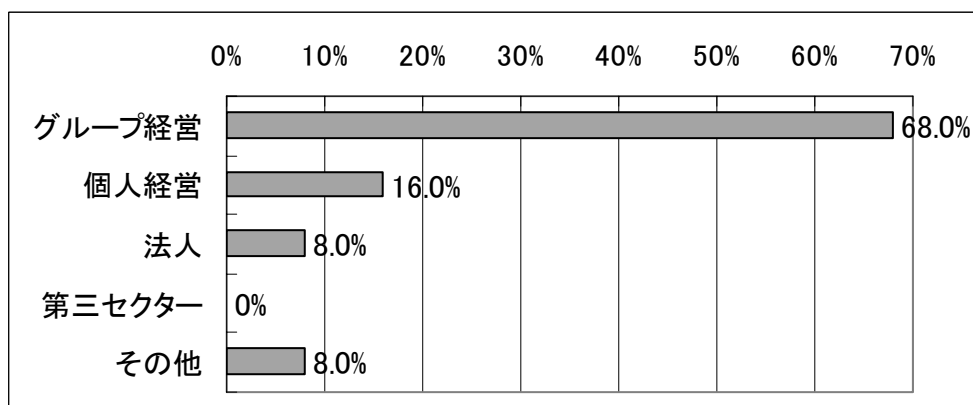
経営形態、施設概要について

Q1 経営形態を教えてください。

法人格のないグループ経営が 17 件と圧倒的に多く、全体の 3 分の 2 を占めている。

「その他」の内訳は、女性部による経営が 1 件、指定管理者による経営が 1 件であった。

【回答数 25 件】

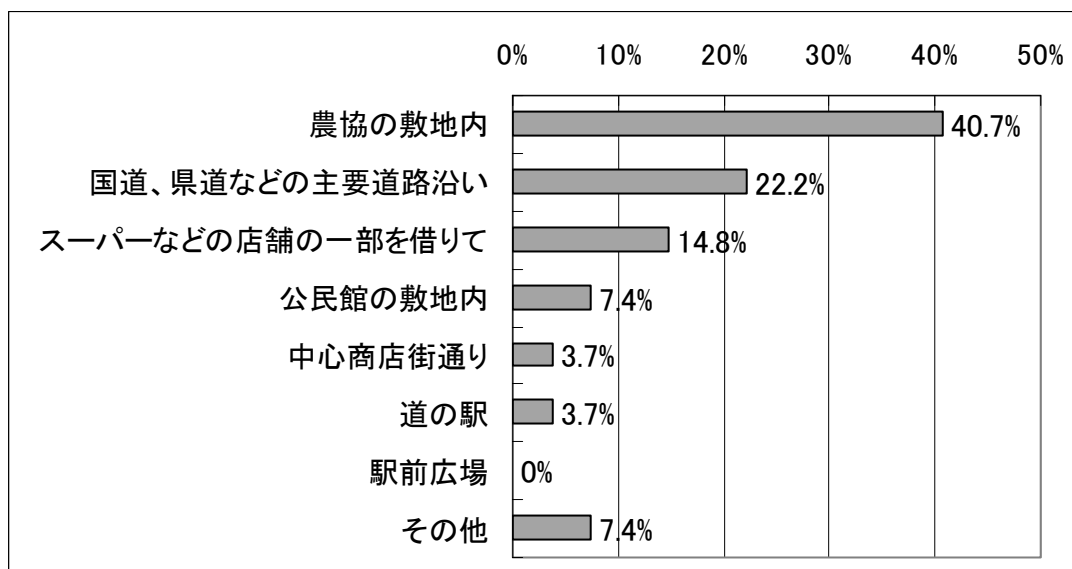


Q2 どのような場所に設置されていますか。

農協の敷地内に設けるものが 11 件と、全体の 4 割を占め、次いで、主要道路沿いに設けるもの 5 件やスーパーなどのインショップでの営業 4 件が多い。

「その他」の内訳は、寺の山門の下が 1 件、独自施設が 1 件であった。

【回答数 27 件】



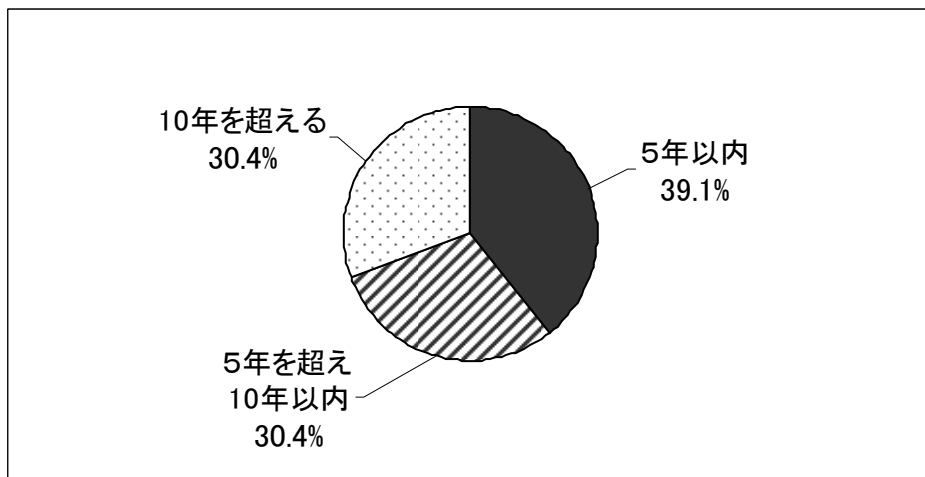
Q3

開業されたのはいつですか。

開業してから5年以内の事業所が4割ある。10年以内を含めると7割に、15年以内を含めると9割になる。ここ10年間はほぼ毎年新たに開業している状況である。

最も古いところは今から24年前の開業であり、今から17年前の開業がそれに続く。

【回答数 23 件】

**Q4**

敷地及び建物について教えてください。

敷地面積については3件の回答が得られた。5坪ないし6坪のところが2件、120坪のところが1件あった。

建屋面積については4件の回答が得られた。5坪ないし6坪のところが2件、12坪のところが2件あった。

売場面積については16件の回答が得られた。5坪以下のところが7件、10坪以下のところが4件、10坪を超えるところが5件であった。

トイレの有無については8件の回答が得られた。1件を除いてトイレを保有している。

駐車場の有無については7件の回答が得られた。5件において駐車場を保有している。駐車場の規模は5台から70台までの幅がある。

Q5

営業日について教えてください。

■ 夏期間（4月～10月）

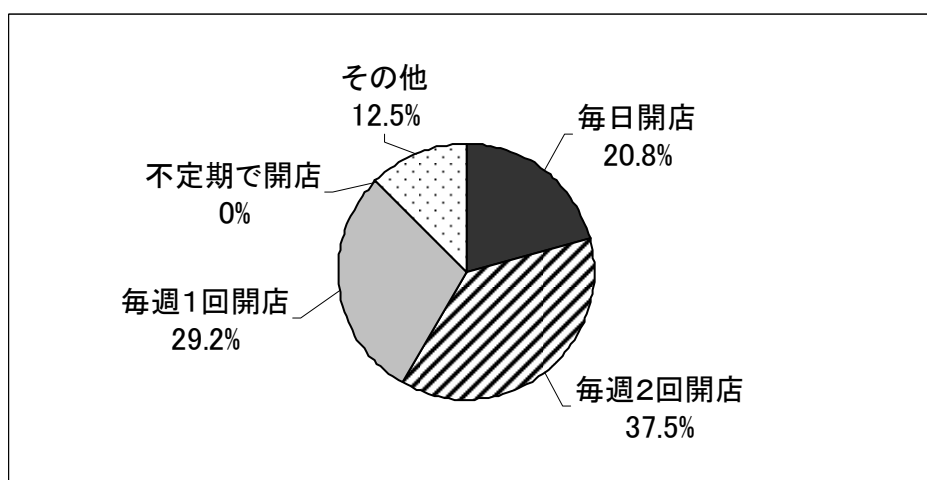
毎週2回開店するところが多い。毎週1回開店するところが次いで多い。

毎週2回の開店日として、平日の2日間「月・水」、「月・木」、「水・金」、及び平日と週末「水・土」、週末の2日間「土・日」という回答を得ている。

毎週1回の開店日として、「水曜」「土曜」「日曜」という回答を得ている。

その他の内訳は、「月～金」「祝日以外」であったが、これは、おおむね平日開店を意味する。

【回答数 24 件】

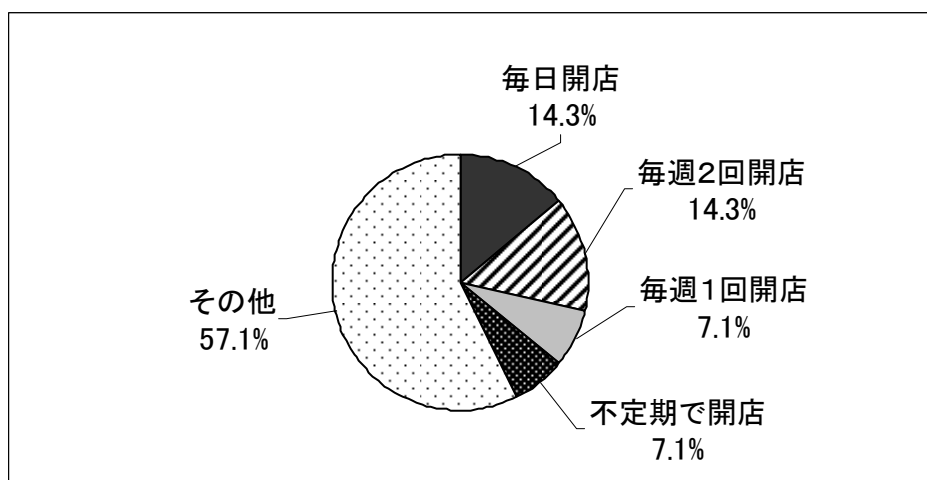


■ 冬期間（11月～3月）

夏期間に比べて回答数が半減するが、これは休業するところが多いことによると思われる。

「その他」の内訳として、11月ないし12月までは開店するが、それ以降の真冬の間は休業するとの回答が大半を占める。

【回答数 14 件】



Q6

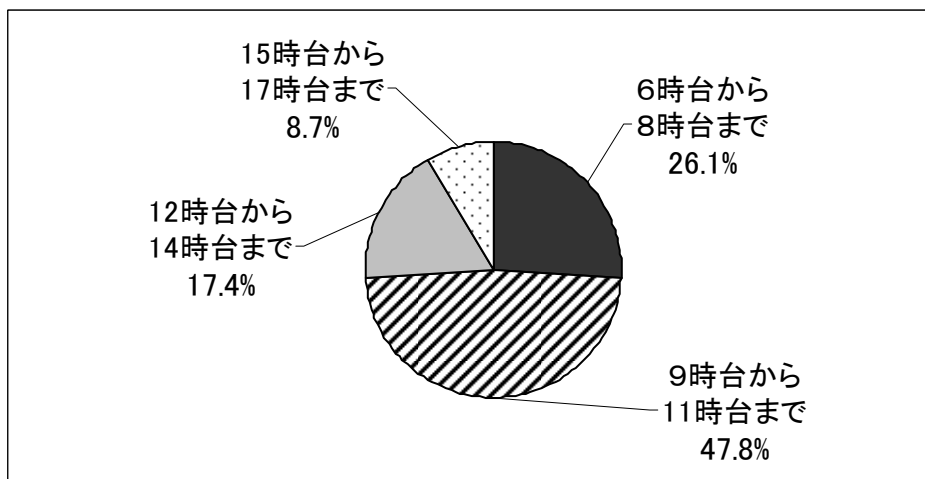
営業時間について教えてください。

■ 夏期間（4月～10月）

開始時刻については、朝・昼・夕のそれぞれの時間帯に分布している。

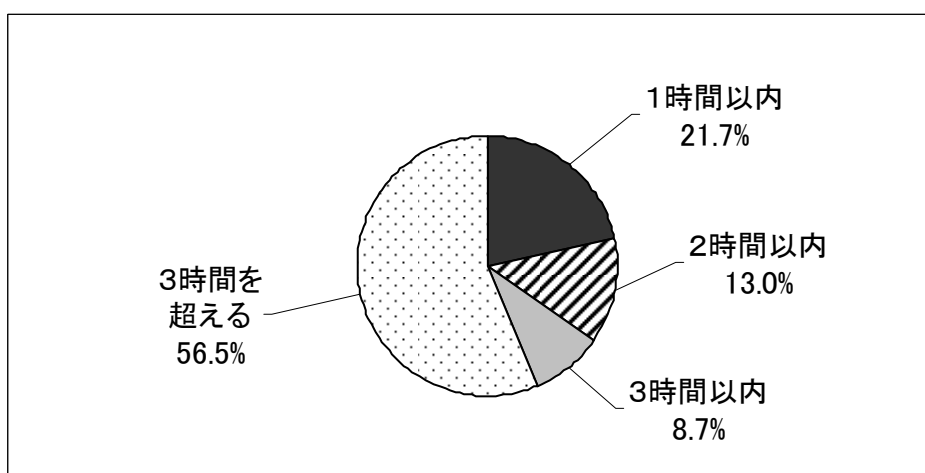
その中でも、9時台から11時台まで（9:00～12:00）に開始するところが半数近くある。

【回答数 23 件】



また、営業時間（開始から終了までの時間）をみると、2時間以内の短時間が3分の1を占める一方、3時間を超えるところが過半数を占める点が注目される。例えば午前10時に開店して午後8時に閉店するといった、一般の店舗なみに長時間営業するところが少なくないことの現われである。8時間以上営業するところは5件もある。

開始時刻と営業時間の相関については次のとおり。6時台に開始するところはいずれも1時間以内の営業である。9時台から11時台までに開始するところは大半が3時間を超える営業を行なっている。



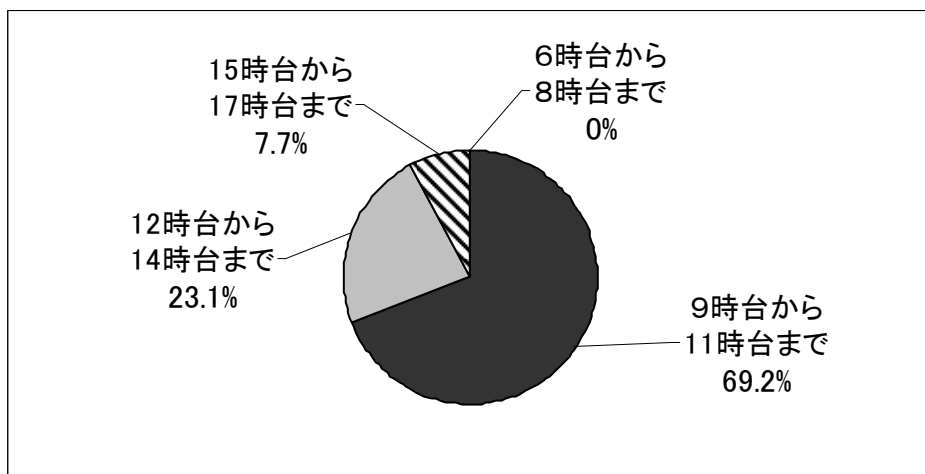
■ 冬期間（11月～3月）

冬期は営業しないところがあるので、回答数は減っている。

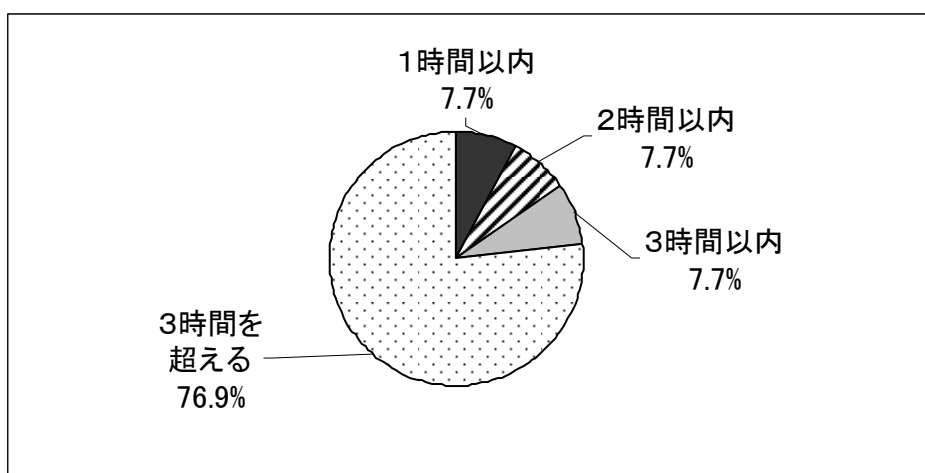
早朝（6時台から8時台まで）に開始するとの回答はない。

もっとも、冬期も営業している場合には、ほとんどの事業所で営業時間を夏期と変えていない。変えている例としては、夏期14時から18時までを冬期13時から17時までにする事業所（開始および終了を1時間早める）、夏期8時半から16時までを冬期9時から16時までにする事業所（開始を30分遅らせる）が見受けられた。

【回答数13件】



相対的に、3時間を超えるとする割合が高くなっている。これは、夏場に朝市として短時間営業するところが休業することによるものであろう。

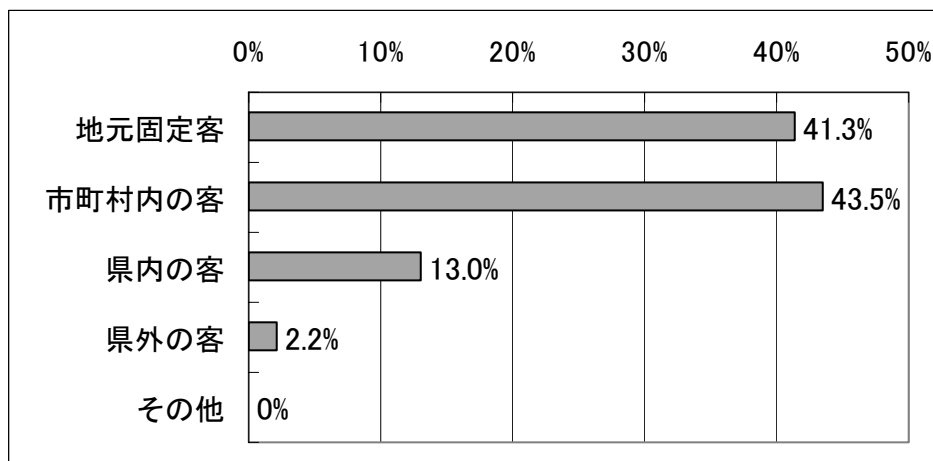


Q7

客層はどのような人たちですか。

全ての回答で、地元固定客または市町村内の客のいずれかを必ず挙げており、地域密着のあり方がうかがわれる。一部では県内（他市町村）や県外の客も集客している。

※複数回答可能【回答数 46 件】



Q8

来客者のピーク時はいつですか。

■ 夏期間（4月～10月）

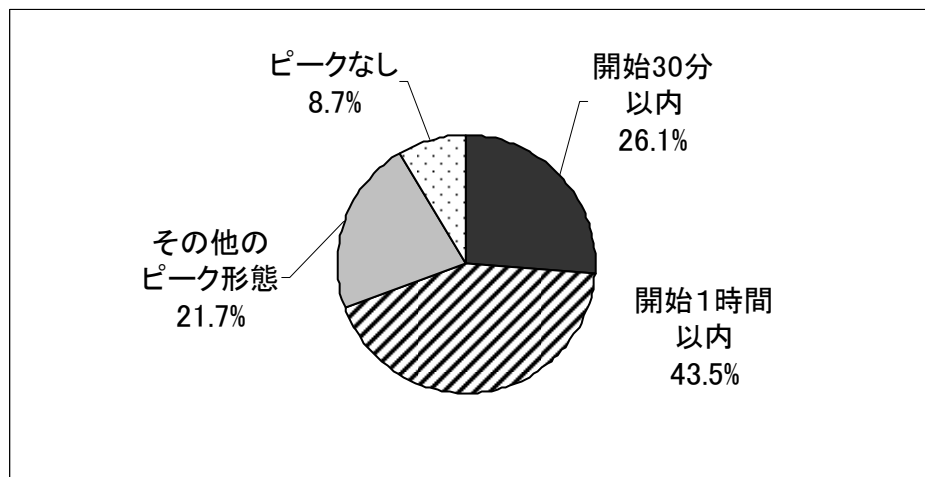
来客者のピークは、開店から1時間以内の時間帯に集中している。開始30分以内のところが4分の1を占め、開始1時間以内までピークが持続するところを含めると4分の3に達する。

開始時刻より早い時間帯をピークとする回答が若干あるが、これは来客者が列をなして待っているといった事情が考えられる。

その他のピーク形態として、18時前後の夕方の時間帯にピークが見られる事業所が散見される。

なおピーク時の中心客層としては、市町村内の客とする回答が3分の2を占める。

【回答数 23 件】

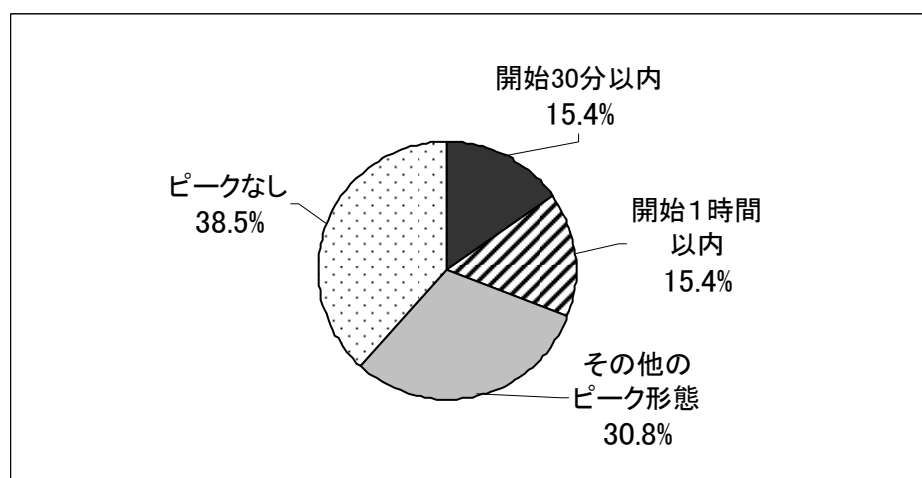


■ 冬期間（11月～3月）

以下のとおり、冬期間はピーク時がないとする回答が増える。

中心客層としては、市町村内の客とする回答が3分の2を占める。

【回答数 13 件】



Q9

ピーク時の来客者数を教えてください。

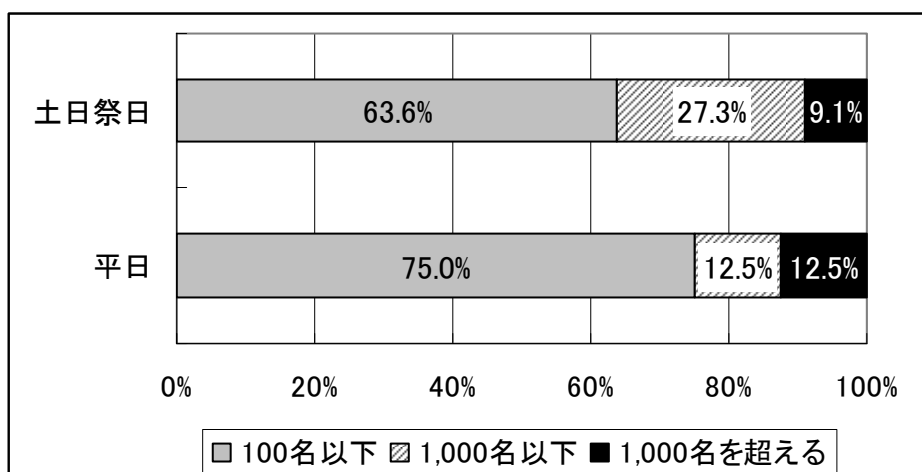
■ 夏期間（4月～10月）

夏期間については以下のグラフのとおり、土日祭日、平日ともに100名以下であるとする回答が大半である。

土日祭日、平日の両方に回答があった事業所が3件あり、その3件の平均では、平日に比べ土日祭日で1.5倍の来客者数があるようである。

【土日祭日：回答数 11 件，平日：回答数 8 件】

※平日のみ、または土日祭日のみ開店の事業所がある為



■ 冬期間（11月～3月）

冬期間については回答が少ない。その内訳においても100名を上回るとする回答はほとんどなく、夏期間に比べて来客者数の減少の傾向がうかがわれる。

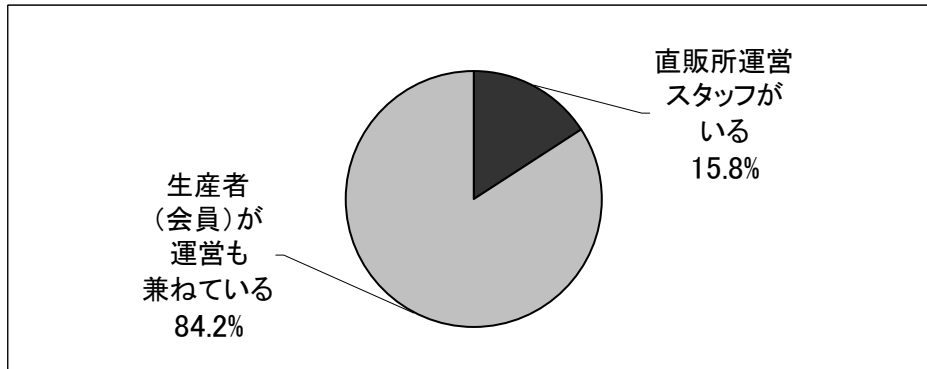
Q10

貴事業所の運営スタッフについて教えてください。

生産者（会員）が運営も兼ねているところが多いが、運営スタッフをもつところも3件と若干ながら存在する。

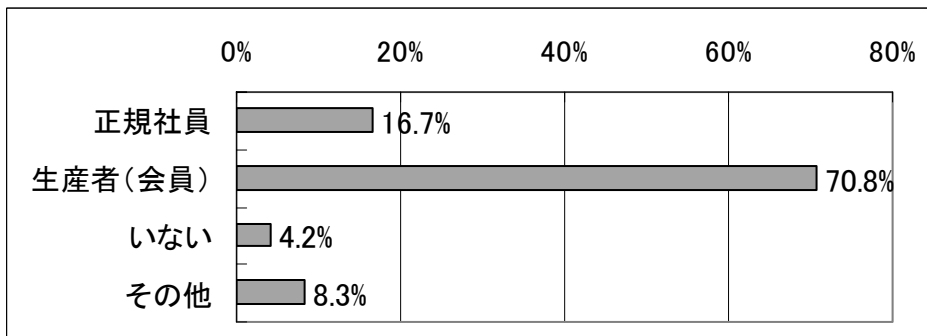
生産者（会員）が運営も兼ねている場合、その人数については、10 名以下が5 件、20 名以下が5 件、20 名を超えるところが3 件である。

【回答数 19 件】



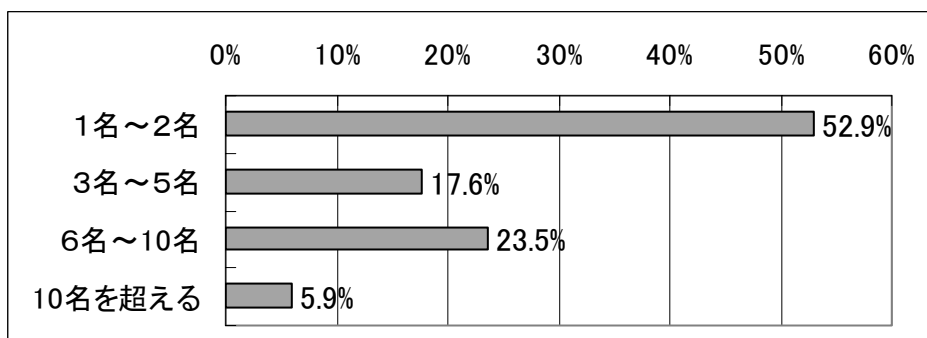
店舗に常時いる販売スタッフは、以下のとおり生産者（会員）が圧倒的に多かった。なお、「その他」には店舗委託が含まれる。

【回答数 24 件】



店舗に常時いる販売スタッフが生産者（会員）である場合、常時いる人数は以下のとおり、2名のところが8件あり半数近くを占め小規模性がうかがわれる。

【回答数 17 件】



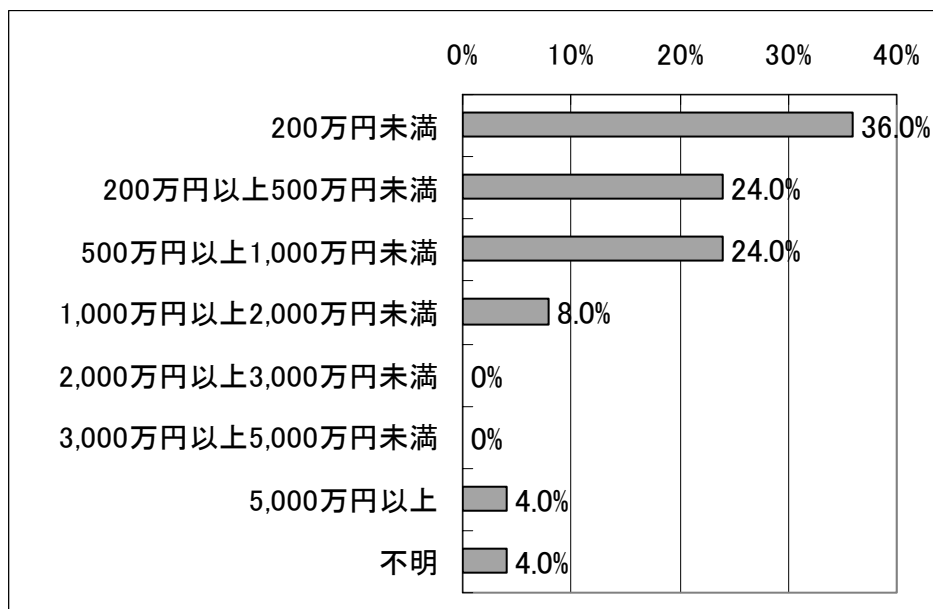
販売関係について

Q11 おおよその年間売上高を教えてください。

売上高は、手数料収入を含めた総体売上を問うている。

年間売上高 200 万円未満が全体の 3 分の 1 を占め、1,000 万円以上のところは 2 割に満たない状況であるが、相対的に小規模事業と見受けられる。

【回答数 25 件】

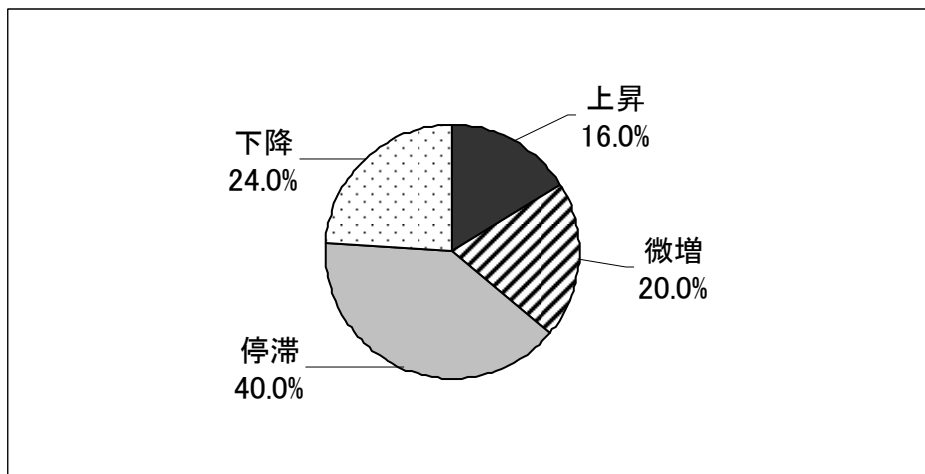


Q12 売上傾向はどうでしょうか。

売上げの傾向は、「上昇」、「微増」が合わせて 36%である。

「停滞」、「下降」しているところが合わせて 64%と多く、今後の努力が期待される。

【回答数 25 件】



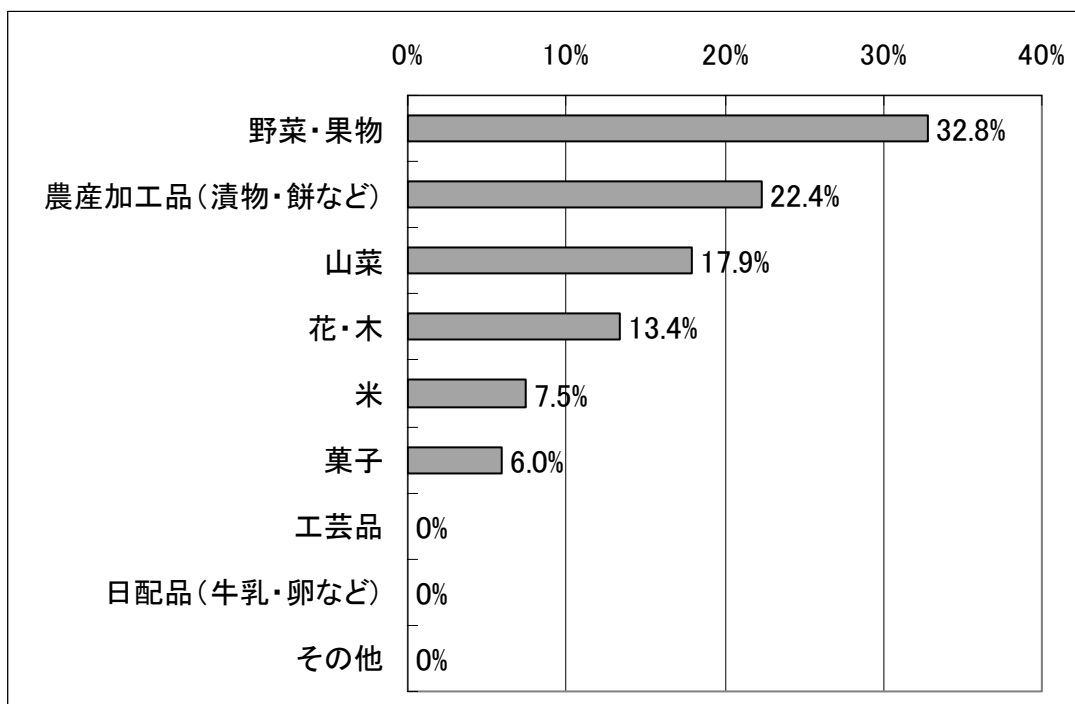
商品関係について

Q13

取り扱い商品のうち売上の多いものは何ですか。

以下のグラフのとおり、「野菜・果物」が約3分の1と最も売れ筋で、次いで漬物など「農産加工品」が22%強、「山菜」が18%弱、「花・木」が13%強と、これらがよく売れているものとうかがえる。

※複数回答可能【回答数 67 件】

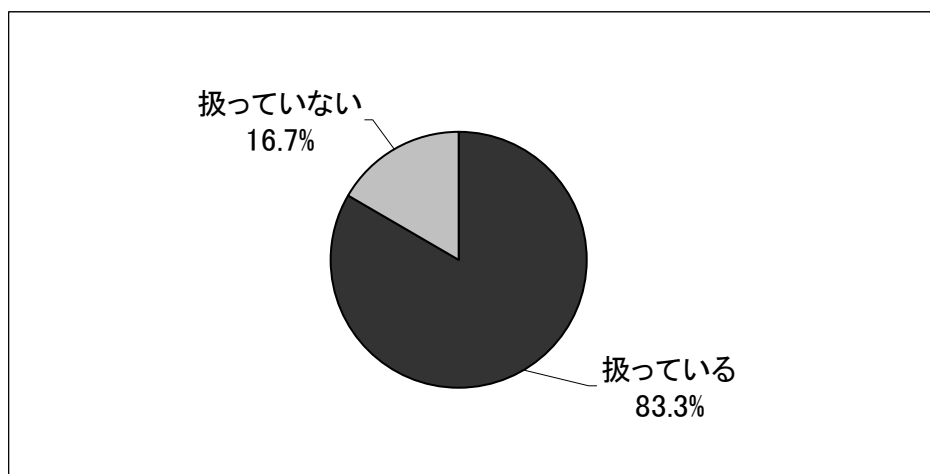


Q14

農産加工品（手作り品）を扱っていますか。

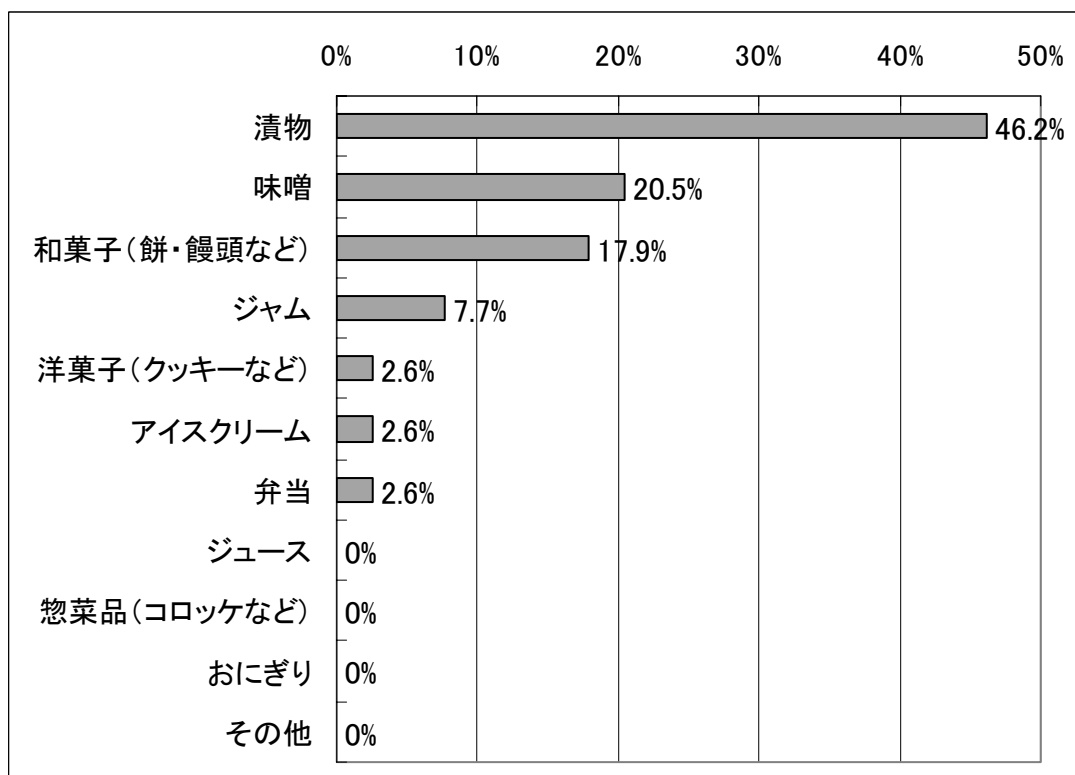
8割以上のところで何らかの加工品を扱っていることを示している。

【回答数 24 件】



加工品の内容については、以下のグラフのとおり、「漬物」が46%強で最も多く、次いで「味噌」が20%強、「和菓子」が18%弱で、これら3種類が定番商品といえる。

※複数回答可能【回答数 39 件】

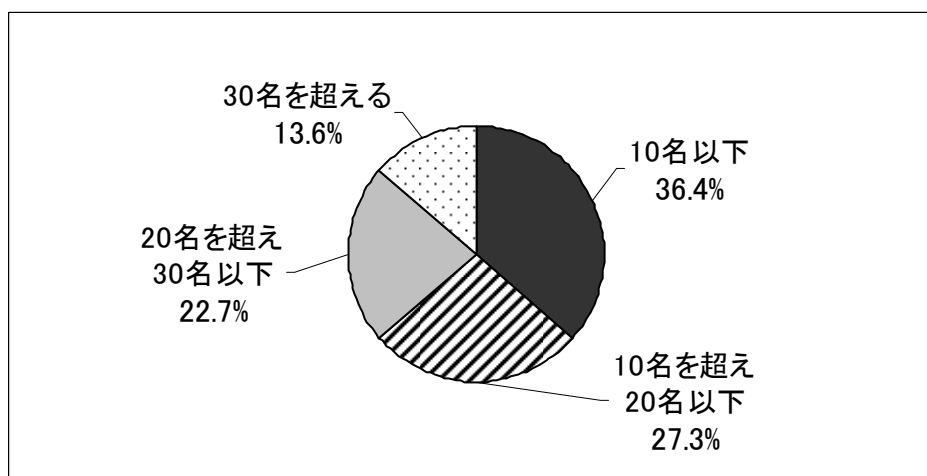


Q15

提携している生産者（会員）数はどのくらいですか。

生産者（会員）は、数名から 30 名程度の会員数で成り立っているが、「10 名以下」が 36%強で最も多い。

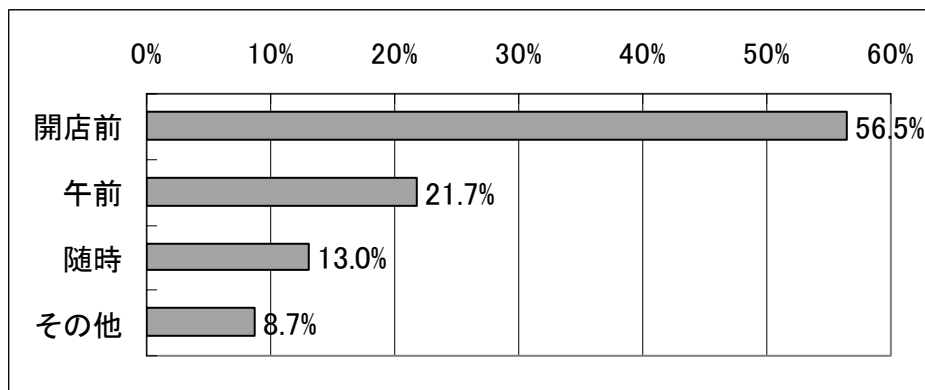
【回答数 22 件】



Q16 商品の集荷時間は決めていますか。

商品の集荷は、開店前に行うところが約半分強と圧倒的に多い。

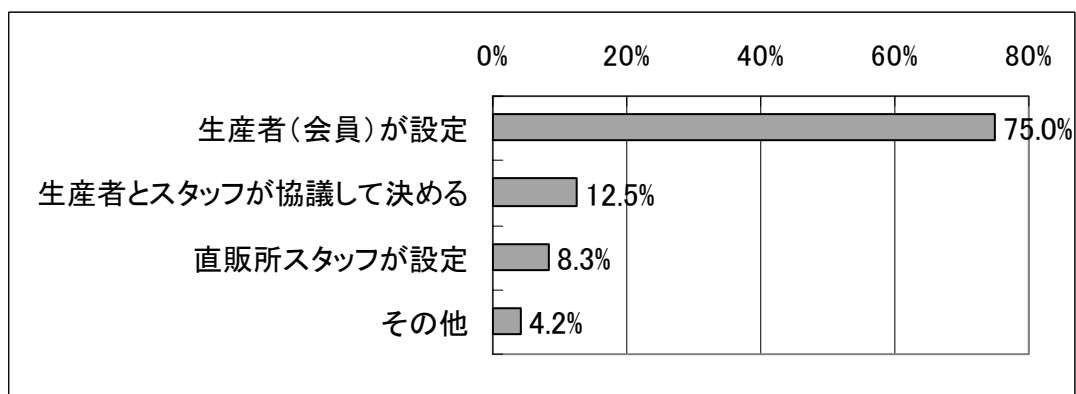
【回答数 23 件】



Q17 商品の値段設定について教えてください。

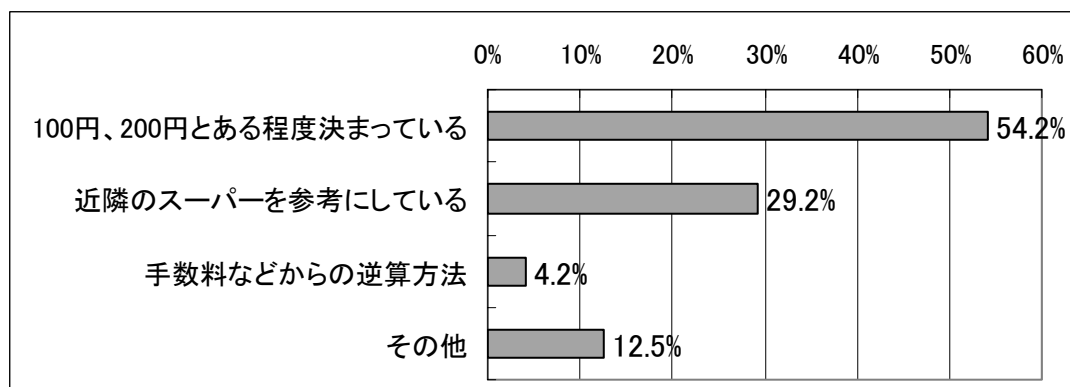
値段を決める決定権者は、生産者（会員）が 75% と飛びぬけて多い。

【回答数 24 件】



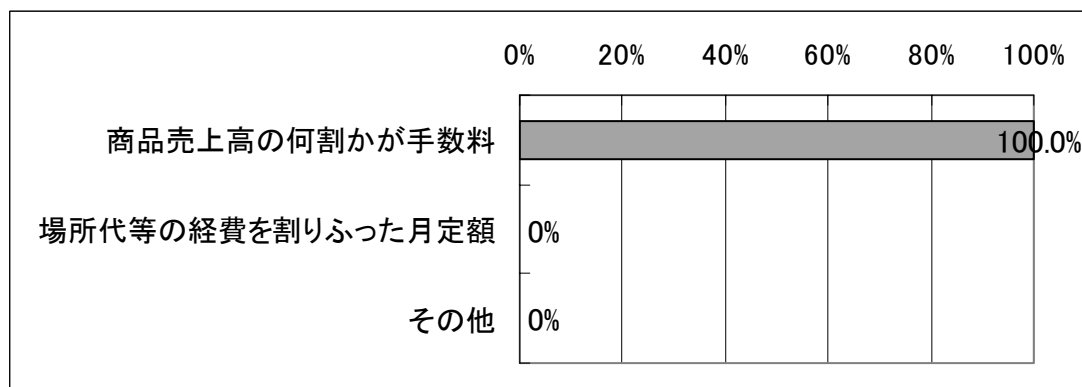
どのように値段を決めているかをみると、約半分強のところは 1 束 100 円、1 袋 200 円、1 山 300 円のように、定型的な値段を付けているところが多い。

【回答数 24 件】



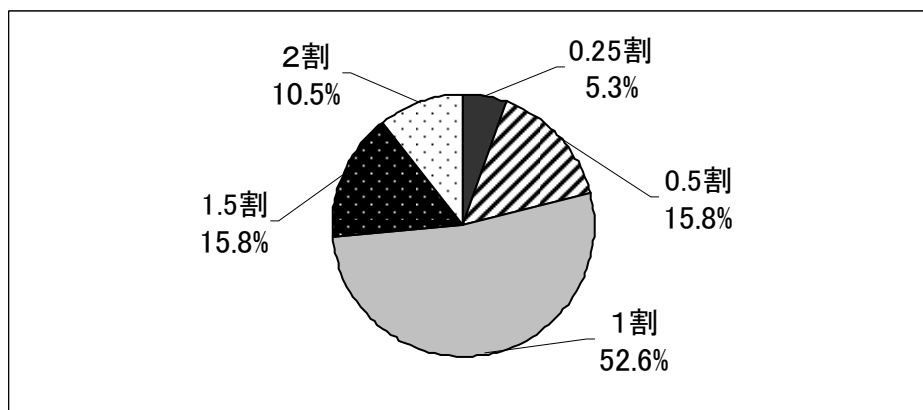
手数料（管理費）を徴収する基準をみると、すべての回答で、売上高に応じた手数料を徴収するとしている。

【回答数 23 件】



手数料の決め方は、売上高の何割とするかで考えられているが、1割とする回答が過半数を占める。

【回答数 19 件】

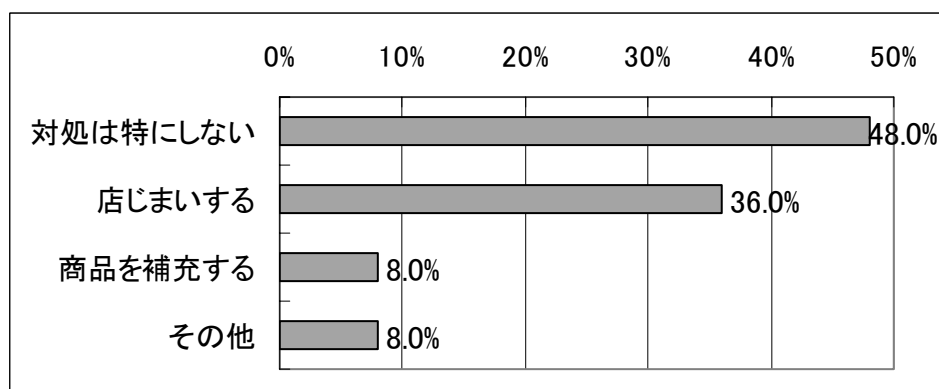


Q18

商品が品切れになった時の対処法を教えてください。

商品の補充の対処は「特にしない」という回答が半分近くあり、「店じまいする」と合わせると8割強となっている。反面、商品を積極的に補充するとしている事業所は少ない。

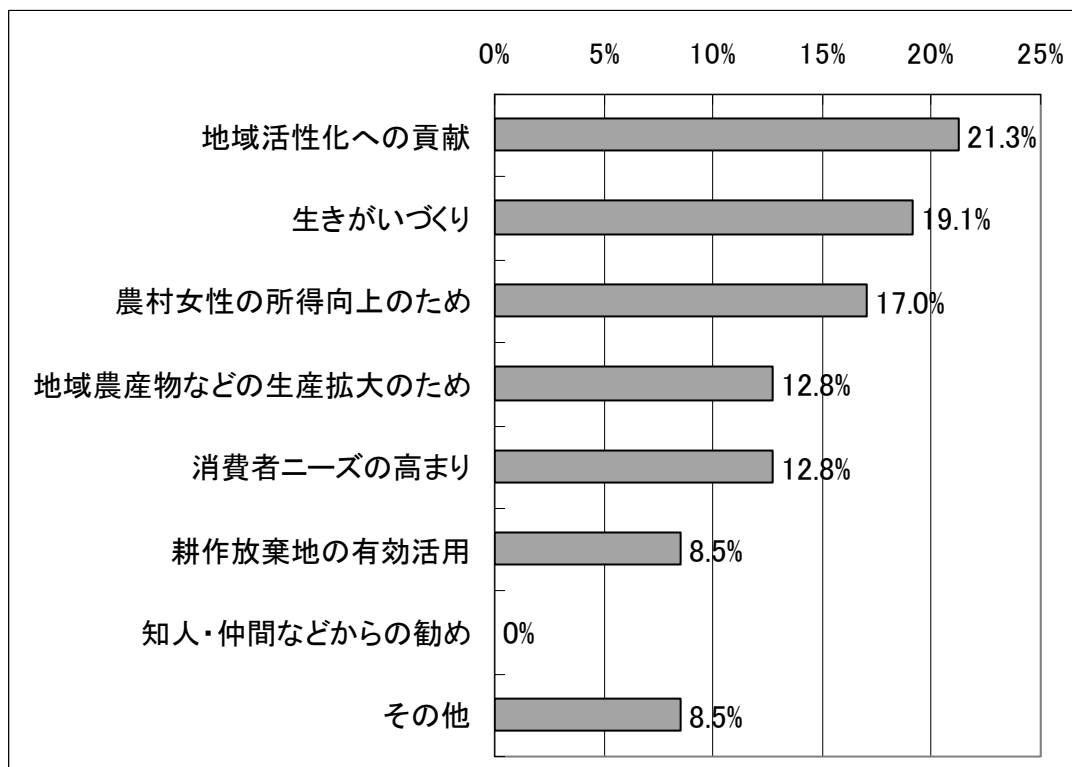
【回答数 25 件】



Q19 直販所開設の動機について教えてください。

以下のグラフのとおり、「地域活性化への貢献」が21%強、「生きがいつくり」が20%弱、「農村女性の所得向上のため」が17%と上位を占め、事業開始のスタートは地域のため、自分のために取り組まれたことがうかがわれる。「その他」の内容としては、自家生産した野菜に付加価値をつける、といった複合的な回答が見られる。

※複数回答可能【回答数 47 件】

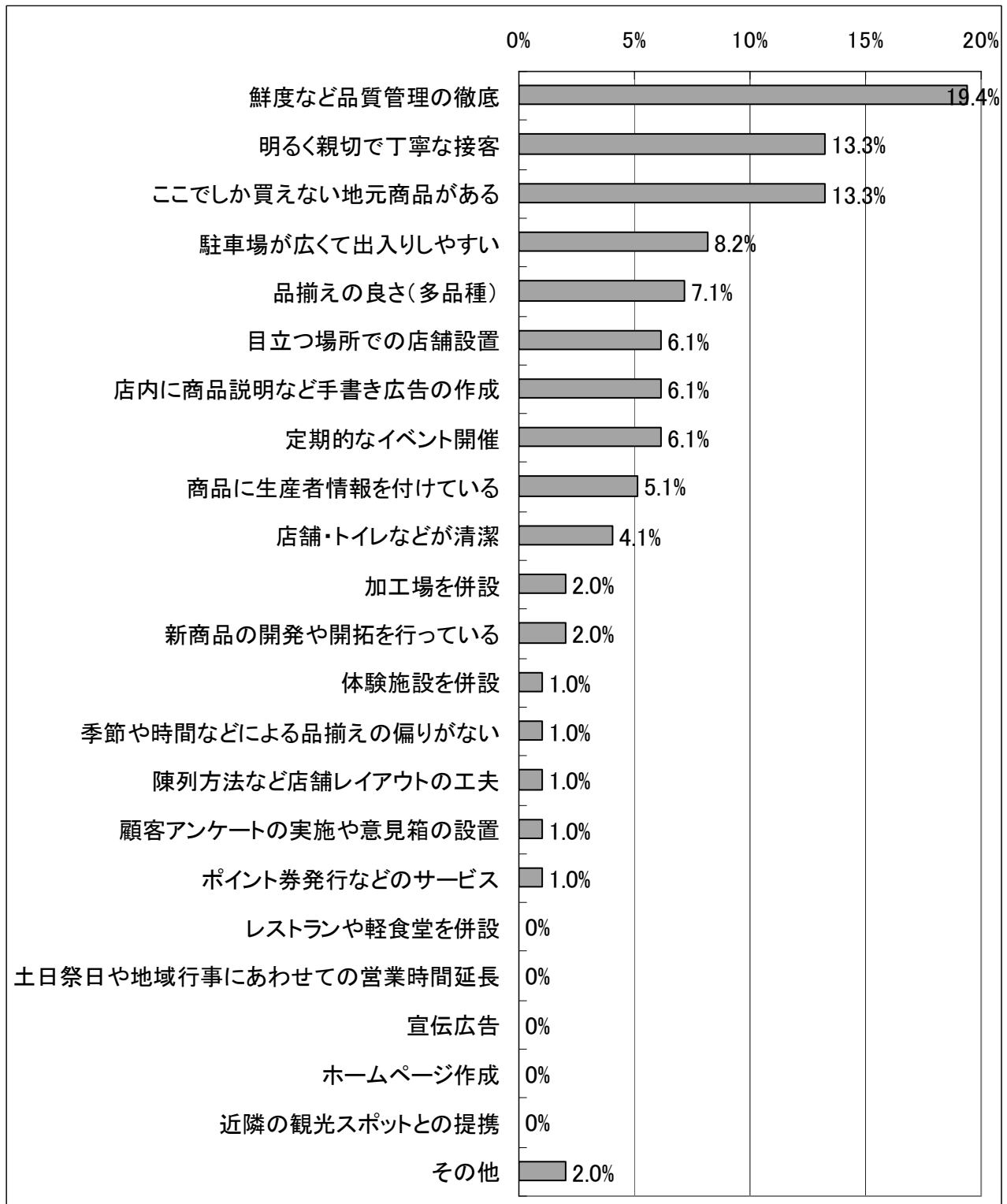


Q20

直販所の特徴づくりや運営・集客などに工夫している点を教えてください。

以下のグラフのとおり、品質管理・接客・商品力が上位3件を占め、それ以外も各種の施設整備や営業努力が必死になされていることがうかがわれる。

※複数回答可能【回答数 98 件】



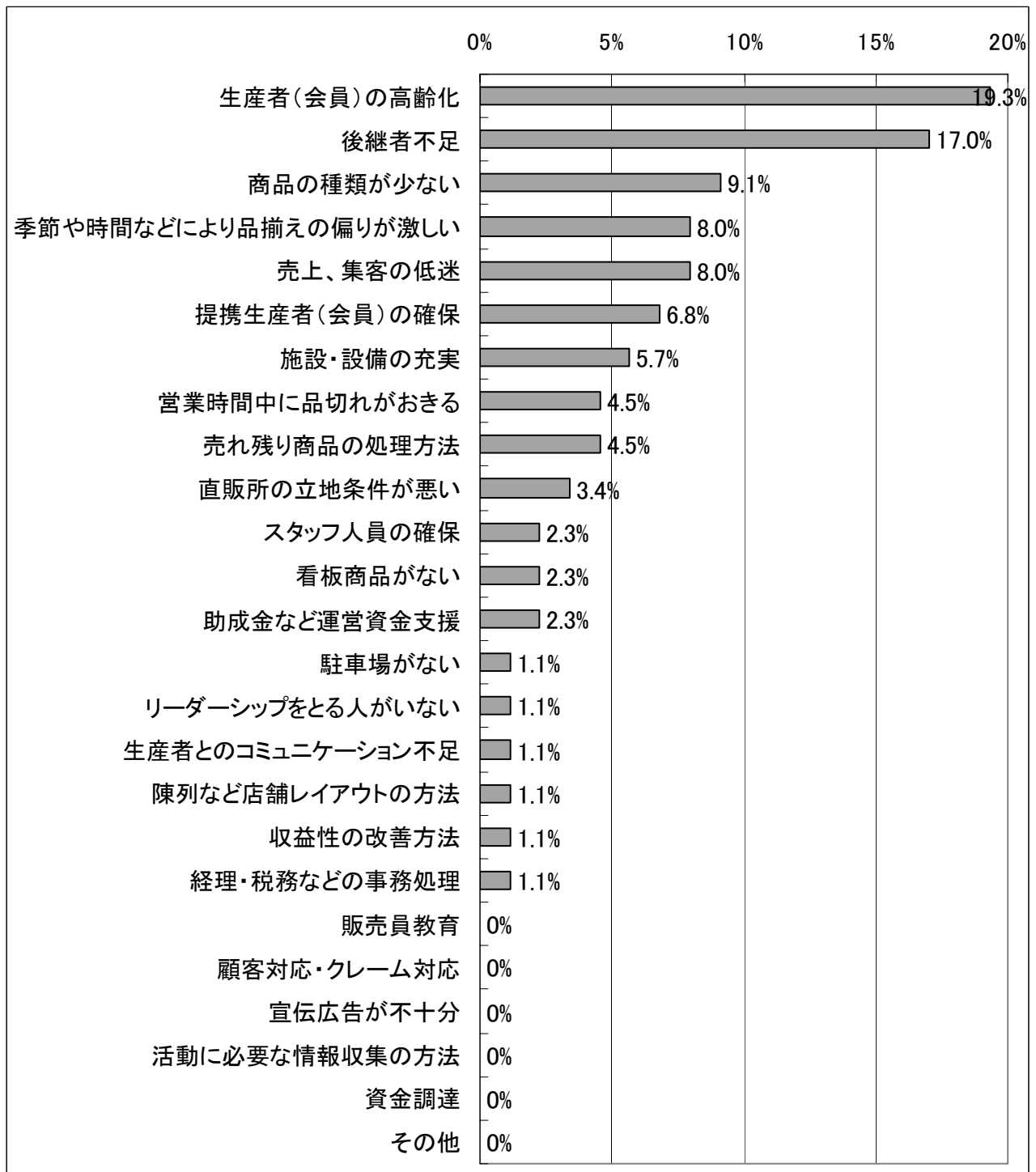
Q21

現在かかえている問題・課題を教えてください。

以下のグラフのとおり、「生産者（会員）の高齢化」、「後継者不足」を挙げる事業者が目立ち、さらに「スタッフ人員確保」、「リーダーシップをとる人がいない」などとも併せ見ると人的面に大きな課題があることがうかがわれる。

なお、選択肢の「生産者とのコミュニケーション不足」では調査時に括弧書きで「同じ品目ばかり入荷したり、すぐに品不足が起きたりする」としてその内容を示していた。

※複数回答可能【回答数 88 件】

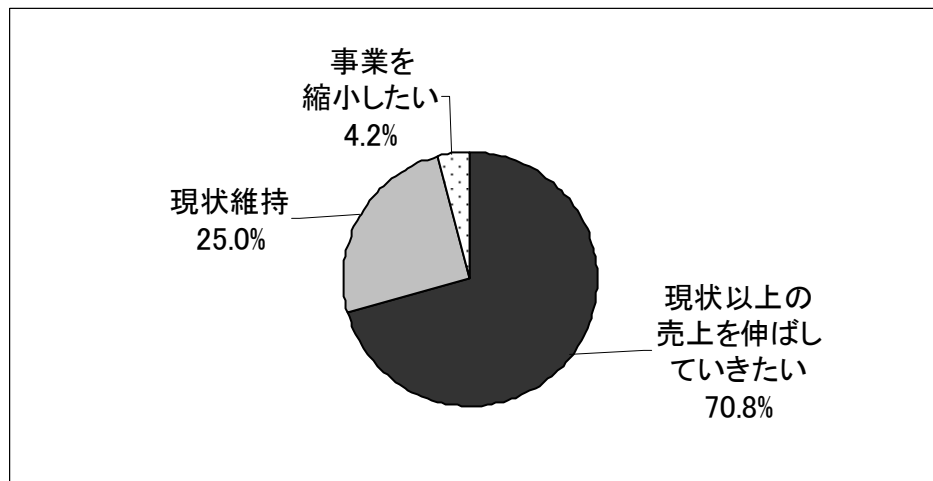


Q22

今後の事業の取り組みについて教えてください。

今後の取り組み姿勢は約7割強のところが、積極的に売上げの伸長を考えており、今後の活性化に期待が持てる。

【回答数 24 件】

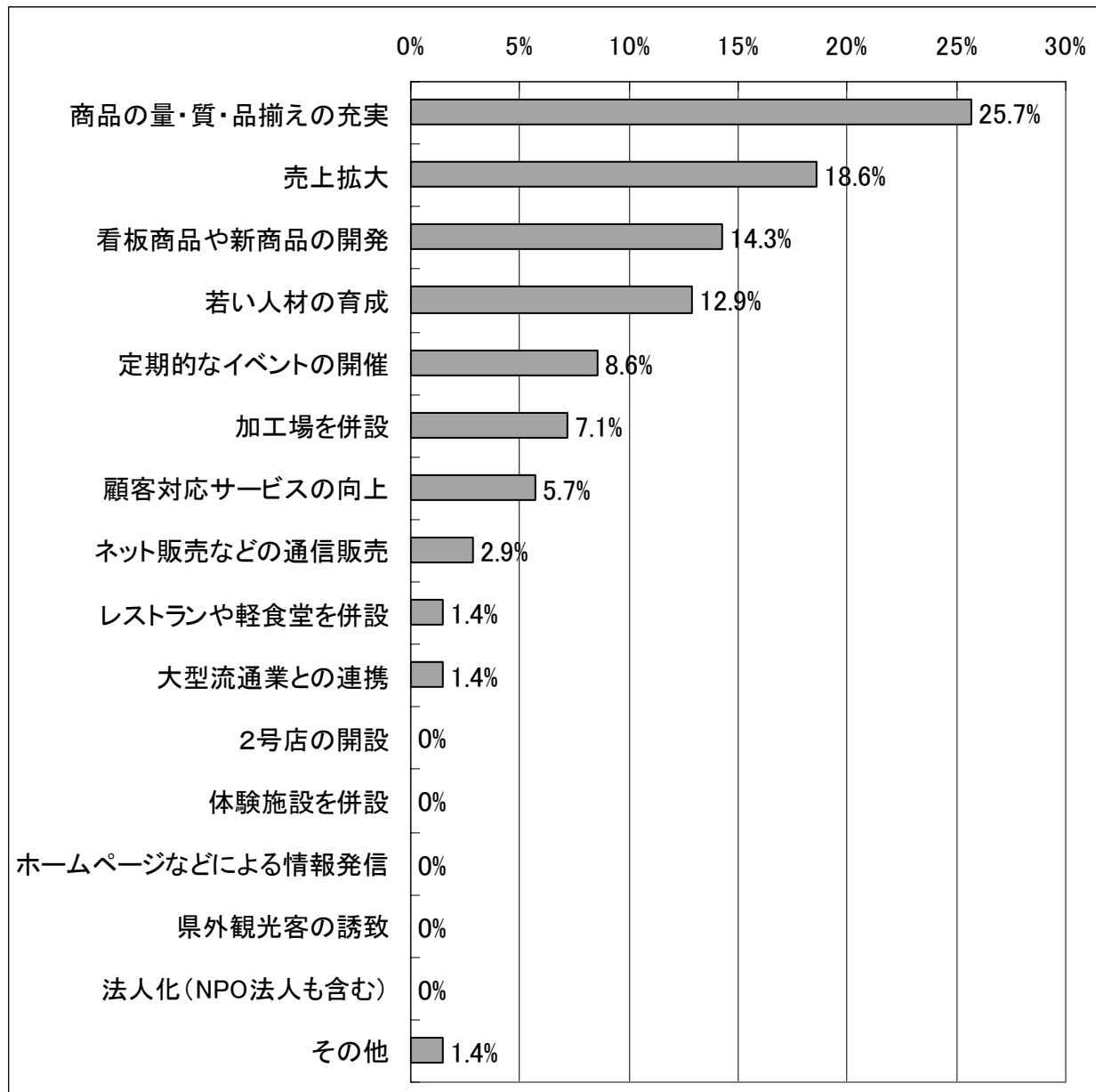


Q23

将来に向けたビジョンを教えてください。

以下のとおり、「商品の量・質・品揃えの充実」が25%強と圧倒的に多く、ついで「売上拡大」が18%強、「看板商品や新商品の開発」が14%強、「若い人材の育成」が13%弱となっており、お客さんに満足していただける商品（種類、量）をベースにして販売を伸張させたいとの意向がうかがわれる。

※複数回答可能【回答数 70 件】



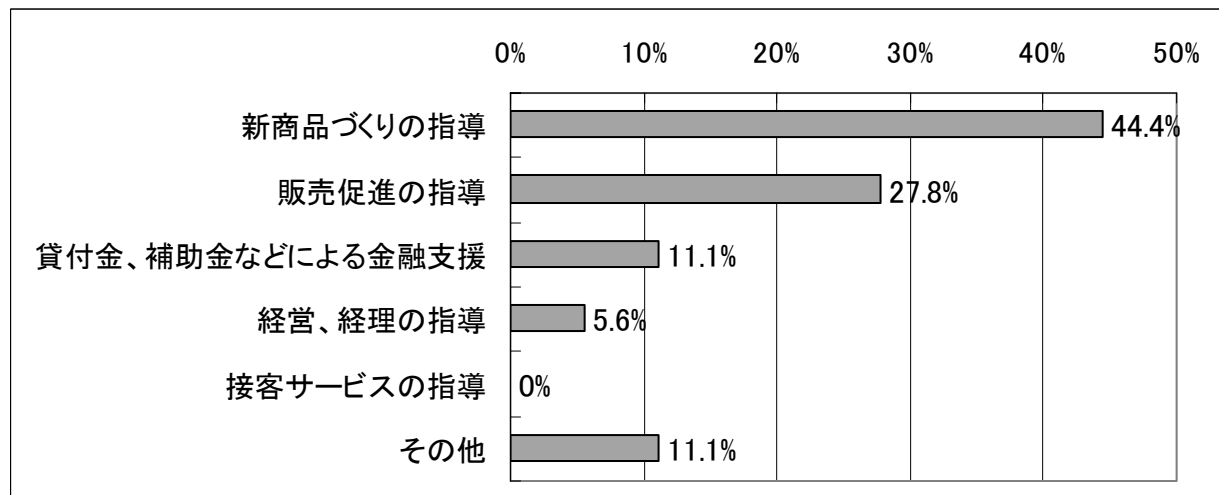
Q24

県など行政機関に望むことを教えてください。

以下のグラフのとおり、「新商品づくりの指導」が 44%強で最も多く、ついで「販売促進の指導」が 28%弱となっており、この 2 点が今後の活性化のポイントと思われる。

なお、「その他」の内訳は、若い人材の育成が 1 件、必要に応じて相談が 1 件であった。

【回答数 18 件】

**Q25**

その他ご意見があればご記入ください。

- ・現在では、生産している若い方がほとんどいない。どのようにしたら後継者ができるのか指導してほしい。
- ・我が家は野菜、米、加工の複合経営です。何を主として答えればよいかわかりませんでした。農産物加工（漬物）は私が担当し、それをインショップで販売していますので答えが当てはまらない点がありました。
- ・学校給食の食材提供を今年から始めました。それに対応する学習会を普及センターへ依頼しています。先進的な事例も聞いて、取り入れていきたい。
- ・60～80 歳のおばあちゃんばかりなので、いつ店じまいするかわかりません。
- ・平成 19 年 7 月に今までの八尾町農産加工組合はなくなって、新たに（農）八尾農林産物加工組合（愛称は八尾ゆめの森味加工）に統合されます。一旦、今までの旬の店は閉店して 8 月か 9 月に場所を新加工施設の前に移転します。
- ・食料自給率のためにやっているつもりです。このことについて情報や支援がほしい。
- ・個人経営や生きがいのための会員が多い。生産者の高齢化で後継者不足の心配があります。
- ・同じ地域に別事業でお休処が設けられ、そこに直売所も設置されたため、お客が減り今年度より閉鎖しました。各機関との連携が必要であるが、中心になる所がなく今回のような事態となりました。



第 3 章

農村女性による
農産物等直販事業に関する
現地ヒアリング調査

代 表 者 (責任者)	藤井 恵子	
所 在 地	中新川郡立山町岩嶺寺駅前	
運営団体	青空市運営協議会	
会 員 数	25 名	

青空市は、平成 16 年、アルプス農業協同組合立山ふれあいセンターの販売部門が廃止されたことにより、女性部を中心に野菜の販売所を開設したことが始まりで、同センター内の一部で営業を行っている。組織は農協の旧女性部を中心に 25 名の協議会で運営されているが、主体は農産品生産者 6 名で、この方々が交代で品物の展示や販売金管理などを行っている。営業は年間を通して同センター内で月曜日から金曜日までの午前 9 時から 11 時まで行われているが、日曜日には同町吉峰の「吉峰ふれあい市」が開催されるときにも出店されている。販売品目は会員が生産する季節ごとの新鮮な野菜が主体で、その他として A コープ商品や野菜の種、お菓子等を扱っている。加工品はやろうと思えば可能であるが、加工場や資金面で当面は考えないとのこと。なお、付帯事業として、町内のショッピングセンターインショップや学校給食材の供給も行っている。

運営は店舗の賃貸料は無料であるため、世話をする方々の人件費を賄うための手数料収入 10%を得ているがそう多くはないと思われる。清算は開催日の売上げ手数料を預金しておき、月末に人件費などの支払いをしている。なお、収入のその他としては研修費や会議費などの運営費の一部補填として町から助成金が出ている。

開設以来 3 年が経っているが、比較的順調に運営されていると思われる。お店での管理者は 2 名交代で行っているが、家族の事情などでやりくりし若干苦勞されているのみで、藤井代表はそれほど苦勞もなくここまで来ましたと笑顔で話された。

顧客は周辺の消費者であるが、周辺住民の多くは多少の野菜を作っている方が多く、そう多く販売できないようであり、周辺のサラリーマン家庭などの固定客が中心と思われる。幸い地鉄駅前の好立地であるため、電車利用の通勤客や病院などの送迎バスの待ち時間に立ち寄られることも多く、また、予約注文も多い。

現状の問題点は、お客が少ないことが最大の悩みであるが、反面、これ以上の顧客があった場合、その分の商品を確保できるかが不安であるとのこと。また、一部の消費者から開店時間の延長を要望されているが、現状で精一杯の状況である。

今後の抱負は安定した運営を図りたいとのことであるが、会員の高齢化や後継者問題で相当厳しいとのこと。しかし、生産野菜の販売により小遣い的な収入があることや会員及び顧客とのふれあいの機会ができるので大変楽しみが多いとのこと。

代 表 者 (責任者)	若瀬 ひさ子	
所 在 地	富山市婦中町外輪野 8846	
運営団体	音川ふれあい市実行委員会	
会 員 数	25 名	

婦中町音川ふれあい市は平成 10 年、実行委員会で会員を募集し 80 名で発足した。

直販所は当初農協の車庫で営業していたが、平成 17 年からは市の音川交流センターの一角を借り受けし本格的に営業を展開してきている。営業は 3 月末から 12 月中旬まで毎週土・日曜日、11 時 45 分から 16 時まで行われており、取材時は開店前からお客が大勢集まり始め、開店して 30 分ほどであつというまに大半が売り切れるほど大変盛況であった。店舗の運営スタッフは会員の中の約 15 名であり、毎回 2 名の方が交代で担当されている。但し、開店時は大変混雑するので 4 名程度の方が 1 時間程度応援されている。店舗面積は約 90 ㎡と広く、野菜・果物・お花など 50 種類を上回り、さらに特産の「大かぶ」の漬物や竹炭などの加工品も 20 種類以上あり大変豊富な品揃えであった。さらに、付帯事業としては、役員 7～9 名で市内ショッピングセンターのインショップも行っているし、ケアハウスなどにも納品している。

運営状況は営業開始して 9 年が経っているが、順調に推移してきているようであり、これまでそれほど苦労はなかったと責任者の若瀬さんは笑顔で語られた。

採算性は販売手数料 10%の多くをスタッフの人件費や研修費の一部にあてられているが、幸い賃借料は無料であるため採算は十分取れているようである。

必然的に、現状の問題点も特にないとのこと、強いて言えば長期安定的な運営を図るには、女性の生産者が高齢化しているなかで男性の協力が不可欠でありこれがキーポイントであるとのこと。

今後の抱負は、商品にバーコードを付けて管理をしたい意向であるが、現状のシールでの管理でも特に問題がないので、このままの方式で推進したいとのこと。

営業時間の 11 時 45 分についてはもう少し早めに開店してほしいとの消費者の意見もあるが、朝どれの新鮮な野菜とその日のうちに売り切ることを方針としていることや遠方からの顧客にも対応するためにはこれが最適な時間であるとのこと。

消費者には、当ふれあい市の存在は充分浸透されており、とりわけ P R しなくても安定した売上がある様に見受けられた。

いずれにしても、生産者には作る楽しみ・収穫の喜びがあり、また、消費者とのふれあいができるので大変楽しい事業であると誇らしそうに若瀬さんは語られた。

代 表 者 (責任者)	じゅうまつ 十 松 悦子	
所 在 地	中新川郡立山町前沢 1216	
運営団体	J A かあさんの店	
会 員 数	23 名	

月曜から金曜までの平日、9時から16時まで営業している。年によって若干異なるが、積雪のため収穫できない時期（主に1月から2月の間）は休業している。

従来 J A アルプス立山支店（立山町役場の向かい）内の一角に直売所を設けていたが、今年度から同じ建物内とはいえ当店専用の一部屋が割り当てられている。

現在の直売事業につながる歴史は古い。昭和 54 年頃に J A（農業協同組合）が農村の活性化の一策として、身内で消費する高級果物として試しにメロンの栽培を勧めたところ取り組み甲斐があるとして好評であった。これを契機に J A 婦人会が野菜の品評会で入選するなど、野菜の品質の向上に努めた。

このような活動の喜びを消費者とも分かち合いたいと、昭和 63 年からは J A に販売委託して直売を始めた。その後は福祉施設に野菜をもって慰問に訪れるなど対外活動においても実績を積み、ついに平成 14 年には「J A かあさんの店」として自主運営を始めるに至った。

現在、生産者である会員が地区ごとに当番を決めて出荷を行ない、店の常駐者（2 名程度）も交替で務めている。顧客は近隣の固定客が多い。年間の売上高は 1 千万円弱であり、会員は売り上げの 2 割を手数料として納めている。

安定した売り上げの背景として、当店は立山町の小学校の学校給食に野菜などを提供している。これは、行政（立山町産業観光課）と生産者（J A かあさんの店）と専門家（栄養士）との協力関係のたまものである。小学生の見学や農業体験も受けいれて、食育や体験学習において成果を挙げている。農業誌からの取材もしばしば受けている。

また当店の特徴は、毎月 1 度行なわれる定例の学習会である。そこでは事業計画に関する報告、商品種類別の出荷量および販売量の報告、販売計画の検討、研究課題（品種別の栽培試験など）の発表などが行なわれる。先進地の視察もしばしば行なっている。

十松さんのお考えとしては、このような活動のあり方を県内の他市町村の直売所においても広げていけないだろうかという思いがある。行政との協力関係や定例学習会の実践を一朝一夕に築き上げることは難しく、地道な活動が求められる。活動が孤立しないよう、年に 1 度ぐらいいは幅広く意見交換や情報交換の機会がもてればよいのではとのご指摘である。この点、中小企業診断士のコーディネーターとしての役割に期待される。

代 表 者 (責任者)	原野 豊郷	
所 在 地	砺波市井栗谷 J Aとなみ野梅檀山ふれあいセンターそば	
運営団体	個人（28 名）及び 2 団体	
会 員 数	30 名	

“せんだん山特産の店”は、平成 12 年 2 月に、井栗谷の梅檀山農村集落センターで開かれた市中山間地域活性化支援フォーラムで話題になった「味起こし」、「特産の店で活性化」が、あっという間に具体化し、2 ヶ月後の同年 4 月に開店した。以来、毎年 4 月から 11 月末までの土・日曜日の 10:30～15:00 までを営業時間としてきている。

会員は、梅檀山一帯の 28 軒と 2 団体。団体の一つは、原野代表の奥さんが代表を務める「コスモスグループ」で、センナ（葉わさびの一種）や山菜と野菜を使った「ごっつお漬け」シリーズを開発してきた。また「ふく福柿出荷組合」では、地元産のふく福柿を特産品に育ててきた。

販売品目は、上記を含め野菜、果物、花、加工品など価格表にあるもので約 170 種類と豊富である。付帯事業として、平成 16 年に会員を含む他との連携で「そば処せんだん山」を開設、年間を通して毎週日曜日に開店している。また山菜シーズンに、砺波市の福祉センターで「出前市」を催している。

店舗は、今年は店の広さが従来の 1.5 倍になり、山菜も豊作だったことから、賑やかなオープニングだったとかで、4 月～11 月までの顧客数は約 6,000 人とのこと。

4 月のオープニング時には農協だよりも紹介され、草もちと豚汁が、また 11 月の閉店時には感謝デーとして里芋のおはぎと豚汁が、それぞれ無料で振舞われる。

運営は、売上の 10%を手数料として徴収している。J Aとなみ野へ指導料として売上の一部を納める外、レジ袋などの運営経費を差し引いた収支は、やや黒字かトントンであり、年 1 回の親睦会（近くの寺尾温泉など）の費用に充当している。

設立当初は、県普及センターの指導や助言も仰いだが、組合などの堅苦しい組織も無かったので、会員の当番制による相互自治のもと、さしたる苦労も無くほぼ順調に推移して来たと、設立当初から代表を務める原野さんは述懐された。

現状の問題点は、会員の高齢化と後継者不足であり、今後は収益を上げることで後継者の育成に結び付けたいと、原野さんは考えている。

今後の抱負は、会員の元気と生きがいがづくり、地域おこしの一部に深くつながっているため、長期的な店舗の存続を維持したい考え。11 月 15 日には、富山新聞主催の「第 56 回富山県農村文化賞」の受賞があった。

代 表 者 (責任者)	坪田 嘉子（交代制で任期は2年）	
所 在 地	射水市黒河 3252 J A いみず野黒河支店内	
運営団体	旧小杉町連絡協議会	
会 員 数	28 名	

“ニコニコ母ちゃん市”は、旧小杉町農業改良普及所の奨めにより、平成元年、町連絡協議会の婦人部が、“いきいき母ちゃん市”として野菜の直売所を創設したのが始まりである。当初、会員数は十数名で場所もパスコ裏であったが、平成8年に現在地に移設したのを契機に、直売所名を“ニコニコ母ちゃん市”とした。現在、会員数は28名で、当番制で常時2名が店舗の販売スタッフを担当している。営業日時は、毎週水曜日と金曜日で、4月～10月は午後2時～6時、11月～12月は午後1時～5時。販売品目は、野菜（年間で延30種類）、果物、花、加工品（みそ、漬物、梅干、かきもち、草もちなど約10種類）などであるが、変わったものとして、地元黒河竹炭友の会の黒河竹炭も扱っている。また付帯事業として、平成12年よりアルビス歌の森店へのインショップを実施している。

運営は、売上の10%を手数料として徴収していて、JAへの店舗の賃借料やレジ袋などの運営経費を差し引いた収支は黒字であり、年1回の親睦会（温泉旅行）の費用に充当している。

開設以来19年が経っているが、当初は敷地内の砂利の整地や屋根のひさしを取り付ける費用として、全会員より1万円の借金をして賄うなど資金面の問題があったが、会員数の増加と顧客が徐々に増加したことにより、借金は全て2年で返済したとのこと。また、改良普及所の指導により産業フェアの品評会での金賞受賞の思い出話や、以前から変わらないことであるがただただ店舗への出品が何よりの楽しみで、決して苦勞とは思わなかったと坪田代表は談笑された。

店舗は、県道小矢部線の沿道にある面積約80m²のロードサイド型のショップで、顧客は周辺の消費者や通勤帰宅の主婦やサラリーマンと思われる。

現状の問題点は、特にないとのことである。強いてあげれば、売上金の過不足がたまには見られるが、会員同士が大変仲が良く信頼の絆が強いので、レジの導入は考えていないとのこと。

今後の抱負は、現状に満足していて、続く限り現状を維持したいとのこと。会員の高齢化や後継者不在は致し方ないとの考えで、生産の生きがいと顧客とのふれあいを大切にして、今後も運営を続ける意図が窺われた。

代 表 者 (責任者)	(前代表) 小幡 智恵子 (新代表) 中村 奈保美	
所 在 地	滑川市中野島 2296 (小幡方)	
運営団体	滑川市農村女性グループ	
会 員 数	16 名	

近所のお年寄りが自宅の前で野菜の無人販売を行っていた。せっかくなので J A (農業協同組合) の敷地を借りてやったらと勧めたところ、老人には野菜の運搬が重荷であり、町内のグループでお手伝いすることになった。これが「ふれあい市」の発足であり、平成 6 年にさかのぼる。

地元の女性グループや町内会長など徐々に協力者が増え、当初の J A 有磯海支店の敷地内のほか、滑川市内の数箇所で直売所を開設している。最も多いときで 9 箇所あり、現在は事業を縮小して 5 箇所になっている。

5 月から 12 月までの半年あまりに渡って、週 1 日ないし週 2 日営業している。例えば街なかの J R 滑川駅前の店は水曜・土曜の 6 時半から 7 時半まで、郊外の道路沿いの店は水曜・土曜の 10 時半から 15 時半までおよび日曜の無人販売を行なう。

「ふれあい市」の特徴は、発足当初からの独自運営にある。行政に管理面を依存する直売事業が見られるなか、当市は直売所の管理や損益計算を自分たちで行なっている。ちなみに会員から頂く手数料は売り上げの 3 % と低廉である。

顧客としては近隣や滑川市内の常連客のほか、週末には富山市などからも野菜を求めて訪れる顧客も珍しくないという。会員の負担でさえなければ、週当たりの営業日数を増やしても十分に来客が見込めるのではとの感触がある。

今年度の明るい話題として、発足以来代表を務めた小幡さんの跡をうけて、若い中村さんが新代表となったことが挙げられる。中村さんは商家の出身でありそれまで農業の経験が全くなかったというが、工夫すればするほど手応えが得られる農作物の栽培に魅了されている。またもともと得意な料理では業務用の資格を保有する腕前であり、先日催された富山県食育推進会議の「我が家の食育メニューコンテスト」デザート部門で最優秀賞を射止める快挙をなしとげた。

中村さんの今後の見通しとしては、インターネット販売に取り組むことや農業ブログ (日記風のウェブサイト) で情報発信を行なうことが関心事項となっている。

「ふれあい市」の代表交替においては、先代の強み (農業の知見・協力者の充実) を受け継ぎつつも、当代の特徴 (商感覚・料理の腕前・情報技術) を新たに取り込んでいいる。任意団体における事業承継の成功事例といえるので、参考にされたい。

第 4 章

資 料 編

農産物等直販事業アンケート調査票

平成 19 年 7 月 20 日

実施：社団法人 中小企業診断協会 富山県支部

お問合せ先 076(444)5605 担当：藤井

私ども(社)中小企業診断協会は、中小企業支援法に基づき、経済産業大臣が認定し登録する国家資格「中小企業診断士」を所属会員に擁する全国組織のビジネスコンサルタント団体です。全国 47 都道府県に支部があり、中小企業等の経営を支援する専門家集団として幅広く活動しております。

当支部では毎年テーマを決めて中小企業等の経営実態を調査し、今後の経営支援活動の参考に資したいと思っております。今年度は、「農村女性による農産物等直販事業の実態調査」を実施いたしたく、本票によるアンケート調査のご協力をお願いいたします。

ご多用中お手数をおかけいたしますが、以下の設問にご回答のうえ、8 月 17 日(金)までに返信用封筒にてご返送くださいますようお願い申し上げます。

なお、ご記入いただきました内容を調査以外の目的に使用することはありません。

↓差し支えなければ、ご記入願います。

記入日： 月 日

事業所名		ご担当者名	
ご住所		お電話番号	

■当てはまる番号を回答欄にご記入ください。または、お答えを [] 内にご記入ください。

【経営形態、施設概要について】

Q 1 経営形態を教えてください。

- ①個人経営 ②グループ経営 ③法人
④第 3 セクター ⑤その他 []

回答欄

Q 2 どのような場所に設置されていますか。

- ①国道、県道などの主要道路沿い ②スーパーなどの店舗の一部を借りて
③農協の敷地内 ④公民館の敷地内
⑤駅前広場 ⑥中心商店街通り
⑦道の駅 ⑧その他 []

回答欄

Q 3 開業されたのはいつですか。

[昭和 ・ 平成 年 月]

Q 4 敷地及び建物について教えてください。

- ①敷地面積 [坪] ②建屋面積 [坪] ③売場面積 [坪]
④トイレ [男子用 器] [女子用 器] ⑤駐車場 [大型車 台] [普通車 台]

【経営基本について】

Q 5 営業日について教えてください。

イ. 夏期間（4月～10月）

- ①毎週2回開店 [曜日と 曜日] ②毎週1回開店 [曜日]
③毎日開店 ④不定期で開店 ⑤その他 []

回答欄

ロ. 冬期間（11月～3月）

- ①毎週2回開店 [曜日と 曜日] ②毎週1回開店 [曜日]
③毎日開店 ④不定期で開店 ⑤その他 []

回答欄

Q 6 営業時間について教えてください。

- ・夏時間 [: ~ :]
・冬時間 [: ~ :]

Q 7 客層はどのような人たちですか。多いと思われるものを2つお選びください。

- ①地元固定客 ②市町村内の客 ③県内の客
④県外の客 ⑤その他 []

回答欄

Q 8 来客者のピーク時はいつですか。 ※週1回の営業のところは第1のみ記入してください。

イ. 夏期間（4月～10月）

- 第1 [曜日の 時～ 時] 中心客層 []
第2 [曜日の 時～ 時] 中心客層 []



中心客層は **Q 7** より 1 つお選びいただき
番号でお答えください。

ロ. 冬期間（11月～3月）

- 第1 [曜日の 時～ 時] 中心客層 []
第2 [曜日の 時～ 時] 中心客層 []

Q 9 ピーク時の来客者数を教えてください。

イ. 夏期間（4月～10月）

- ①土日祭日は [名位] ②平日は [名位]

ロ. 冬期間（11月～3月）

- ①土日祭日は [名位] ②平日は [名位]

Q10 貴事業所の運営スタッフについて教えてください。

- ①直販所運営スタッフがいる ②生産者(会員)が運営も兼ねている
正規社員 [名] [名]
パート [名]
アルバイト [名]

回答欄

そのうち、店舗に常時いる販売スタッフは何名ですか。

- ①正規社員 [名]・パート [名]・アルバイト [名]
②生産者(会員) [名]
③いない(無人店)
④その他 [: 名]

回答欄

【販売関係について】

Q11 おおよその年間売上高を教えてください。(手数料収入でなく売上高を教えてください。)

- ①200 万円未満 ②200 万円以上 500 万円未満
③500 万円以上 1,000 万円未満 ④1,000 万円以上 2,000 万円未満
⑤2,000 万円以上 3,000 万円未満 ⑥3,000 万円以上 5,000 万円未満
⑦5,000 万円以上

回答欄

Q12 売上傾向は次のうちどれになりますか。

- ①上昇 ②微増 ③停滞 ④下降

回答欄

【商品関係について】

Q13 取り扱い商品のうち売上の多いものを3つお選びください。

- ①野菜・果物 ②山菜 ③農産加工品(漬物、餅など)
④花・木 ⑤米 ⑥菓子
⑦工芸品 ⑧日配品(牛乳、卵など) ⑨その他 []

回答欄

Q14 農産加工品(手作り品)を扱っていますか。

- ①いる ②いない

回答欄

“いる”を選ばれた方にお聞きします。

どのような食品加工品を扱っていますか。主なものを3つお選びください。

- ①漬物 ②和菓子(餅、饅頭など) ③洋菓子(クッキーなど)
④ジャム ⑤ジュース ⑥アイスクリーム
⑦惣菜品(コロッケなど) ⑧おにぎり ⑨味噌
⑩弁当 ⑪その他 []

回答欄

Q15 提携している生産者(会員)数はどのくらいですか。

- ・地元 [名位] ・地元外 [名位]

Q16 商品の集荷時間は決めていますか。

- ①開店前 ②午前中 ③随時
④その他 []

回答欄

Q17 商品の値段設定について教えてください。

イ. 誰が値段を決めていますか。

- ①生産者(会員)が設定 ②直販所スタッフが設定
③生産者とスタッフが協議して決める ④その他 []

回答欄

ロ. 値段はどのように決めていますか。

- ①近隣のスーパーを参考にしている ②100 円、200 円とある程度決まっている
③手数料などからの逆算方法 ④その他 []

回答欄

ハ. 手数料(管理費)の徴収基準の方法を教えてください。

- ①場所代等の経費を割りふった月定額 ②商品売上高の何割かが手数料
③その他 [] ↳ [割]

回答欄

Q18 商品が品切れになった時の対処法を教えてください。

- ①商品を補充する ②店じまいする
③対処は特にしない ④その他 []

回答欄

【現状及び将来展望について】

Q19 直販所開設の動機について教えてください。主なものを2つお選びください。

- ①農村女性の所得向上のため ②生きがいづくり
③耕作放棄地の有効活用 ④地域活性化への貢献
⑤地域農産物などの生産拡大のため ⑥消費者ニーズの高まり
⑦知人・仲間などからの勧め ⑧その他 []

回答欄

Q20 直販所としての特徴づくりや運営・集客などに工夫している点を教えてください。

主なものを5つ以内でお選びください。

- ①目立つ場所での店舗設置 ②レストランや軽食堂を併設
③体験施設を併設 ④加工場を併設
⑤店舗・トイレなどが清潔 ⑥駐車場が広くて出入りしやすい
⑦土日祭日や地域行事にあわせての営業時間延長
⑧明るく親切で丁寧な接客 ⑨店内に商品説明など手書き広告の作成
⑩品揃えの良さ(多品種) ⑪ここでしか買えない地元商品がある
⑫季節や時間などによる品揃えの偏りが無い
⑬新商品の開発や開拓を行っている ⑭鮮度など品質管理の徹底
⑮商品に生産者情報を付けている ⑯陳列方法など店舗レイアウトの工夫

回答欄

- ①顧客アンケートの実施や意見箱の設置 ②ポイント券発行などのサービス
 ③定期的なイベント開催 ④宣伝広告
 ⑤ホームページ作成 ⑥近隣の観光スポットとの提携
 ⑦その他 []

Q21 現在かかえている問題・課題を教えてください。主なものを5つ以内でお選びください。

- ①直販所の立地条件が悪い ②施設・設備の充実
 ③駐車場がない ④スタッフ人員の確保
 ⑤販売員教育 ⑥リーダーシップをとる人がいない
 ⑦顧客対応・クレーム対応 ⑧提携生産者(会員)の確保
 ⑨生産者(会員)の高齢化 ⑩後継者不足
 ⑪生産者とのコミュニケーション不足 (同じ品目ばかり入荷したり、すぐに品不足が起きたりする)
 ⑫商品の種類が少ない ⑬営業時間中に品切れがおきる
 ⑭季節や時間などにより品揃えの偏りが激しい
 ⑮看板商品がない ⑯売れ残り商品の処理方法
 ⑰陳列など店舗レイアウトの方法 ⑱宣伝広告が不十分
 ⑲活動に必要な情報収集の方法 ⑳収益性の改善方法
 ㉑経理・税務などの事務処理 ㉒助成金など運営資金支援
 ㉓資金調達 ㉔売上、集客の低迷
 ㉕その他 []

回答欄

Q22 今後の事業の取り組みについて教えてください。

- ①現状以上の売上を伸ばしていきたい ②現状維持
 ③事業を縮小したい

回答欄

Q23 将来に向けたビジョンを教えてください。主なものを5つ以内でお選びください。

- ①2号店の開設 ②レストランや軽食堂を併設
 ③体験施設を併設 ④加工場を併設
 ⑤顧客対応サービスの向上 ⑥若い人材の育成
 ⑦商品の量・質・品揃えの充実 ⑧看板商品や新商品の開発
 ⑨ホームページなどによる情報発信 ⑩ネット販売などの通信販売
 ⑪定期的なイベントの開催 ⑫県外観光客の誘致
 ⑬大型流通業との連携 ⑭売上拡大
 ⑮法人化(NPO 法人も含む) ⑯その他 []

回答欄

Q24 県など行政機関に望むことを教えてください。

- ①経営、経理の指導 ②販売促進の指導
 ③新商品づくりの指導 ④接客サービスの指導
 ⑤貸付金、補助金などによる金融支援 ⑥その他 []

回答欄

Q25 その他ご意見などあればご記入ください。

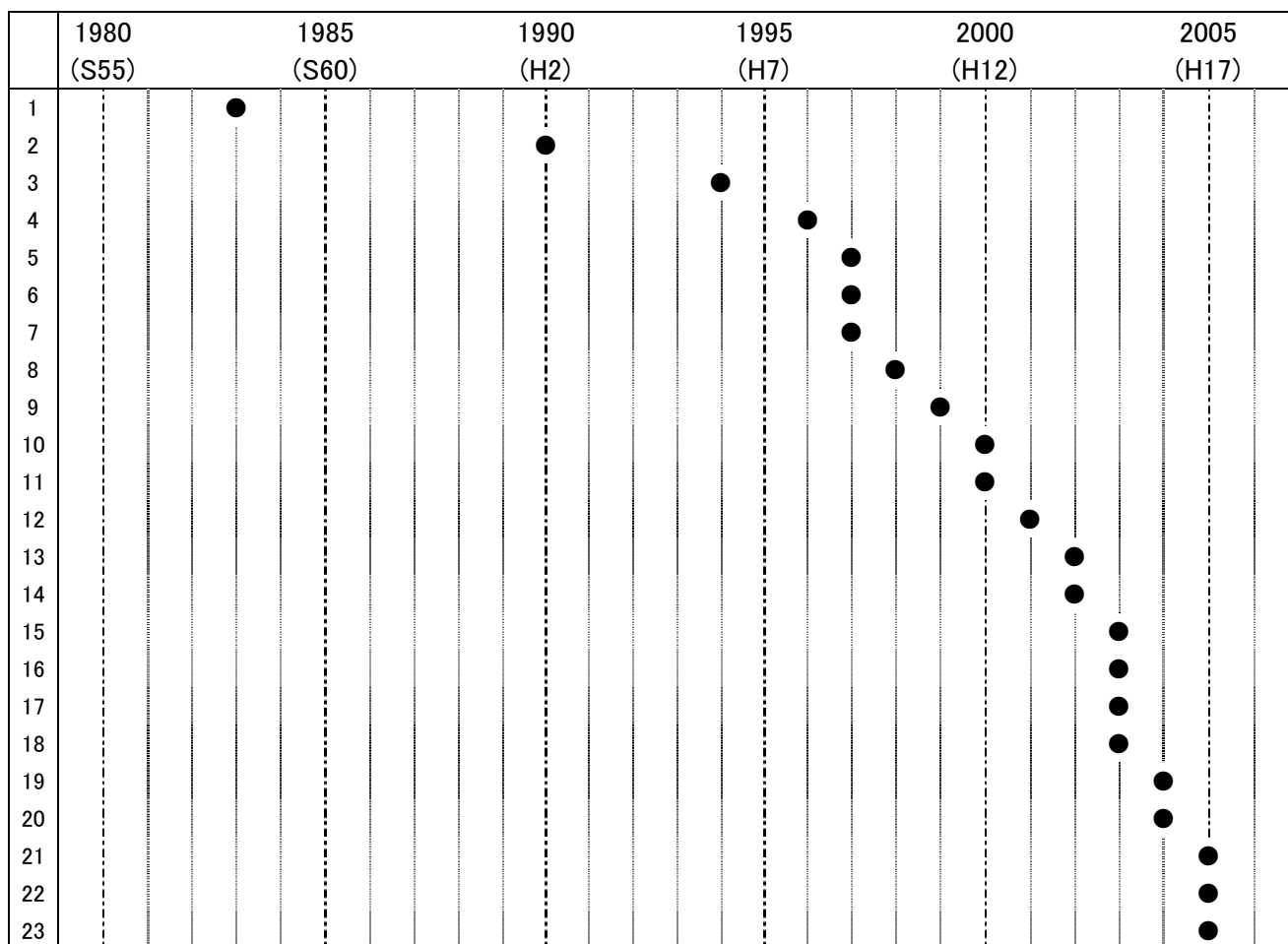
ご協力ありがとうございました。

アンケート調査集計表

●問1●	件数	%
グループ経営	17	68.0
個人経営	4	16.0
法 人	2	8.0
第三セクター	0	0.0
その他	2	8.0
合 計	25	100.0

●問2●	件数	%
農協の敷地内	11	40.7
国道、県道などの主要道路沿い	6	22.2
スーパーなどの店舗の一部を借りて	4	14.8
公民館の敷地内	2	7.4
中心商店街通り	1	3.7
道の駅	1	3.7
駅前広場	0	0.0
その他	2	7.4
合 計	27	100.0

●問3●	件数	%
5年以内	9	39.1
5年を超え 10 年以内	7	30.4
10 年を超える	7	30.4
合 計	23	100.0



●問4●

敷地面積	5 坪	6 坪	121 坪					
建屋面積	5 坪	6 坪	12 坪	12 坪				
売場面積	1 坪	2 坪	3 坪	3～4 坪		3～4 坪		
トイレ男子用	無し	兼用	1 器	1 器	2 器	2 器	2 器	3 器
トイレ女子用		1 器	1 器	1 器	1 器	1 器	2 器	3 器
駐車場大型車	無し	無し		2 台			70 台	
駐車場普通車			5 台	7 台	10 台	30 台		

●問5●

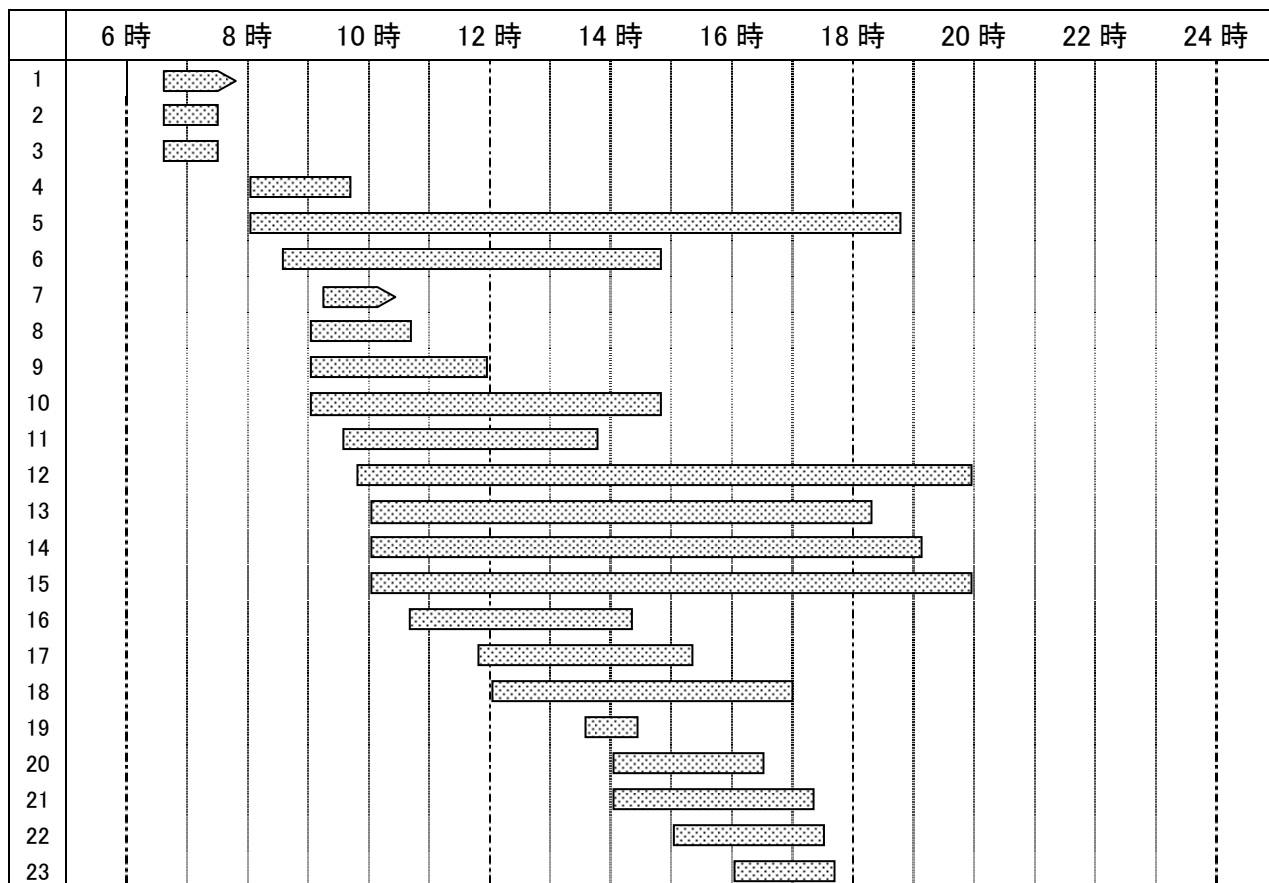
	■夏期間(4月～10月)		■冬期間(11月～3月)	
	件数	%	件数	%
毎週2回開店	9	37.5	2	14.3
毎週1回開店	7	29.2	1	7.1
毎日開店	5	20.8	2	14.3
不定期で開店	0	0.0	1	7.1
その他	3	12.5	8	57.1
合 計	24	100.0	14	100.0

●問6●

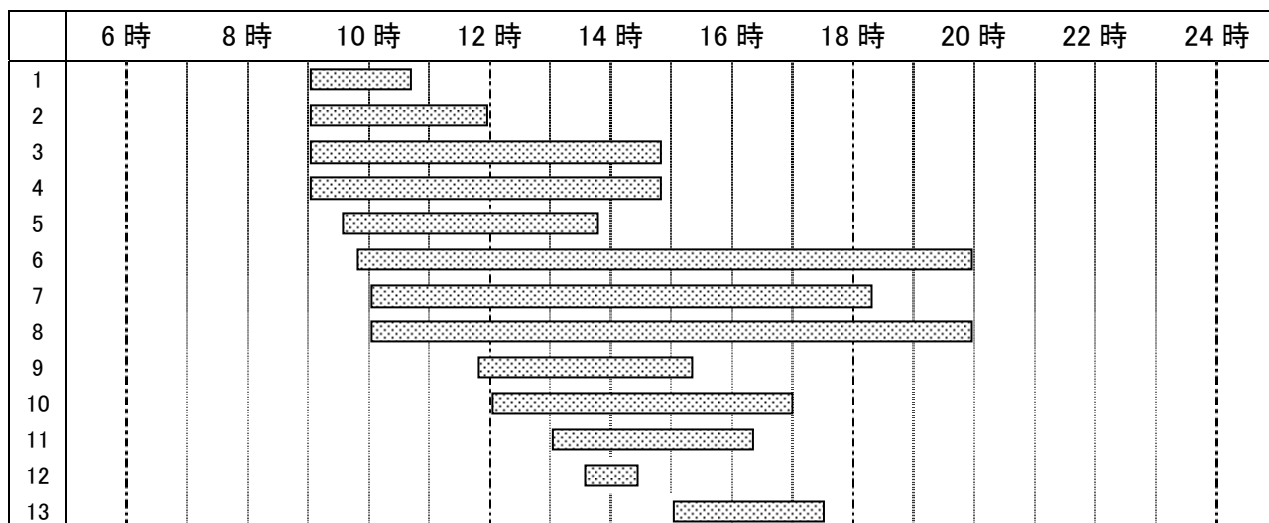
開始時刻	■夏期間(4月～10月)		■冬期間(11月～3月)	
	件数	%	件数	%
6時台から8時台まで	6	26.1	0	0.0
9時台から 11 時台まで	11	47.8	9	69.2
12 時台から 14 時台まで	4	17.4	3	23.1
15 時台から 17 時台まで	2	8.7	1	7.7
合 計	23	100.0	13	100.0

開店時間	件数	%	件数	%
1時間以内	5	21.7	1	7.7
2時間以内	3	13.0	1	7.7
3時間以内	2	8.7	1	7.7
3時間を超える	13	56.5	10	76.9
合 計	23	100.0	13	100.0

■夏期間(4月～10月)



■冬期間(11月～3月)

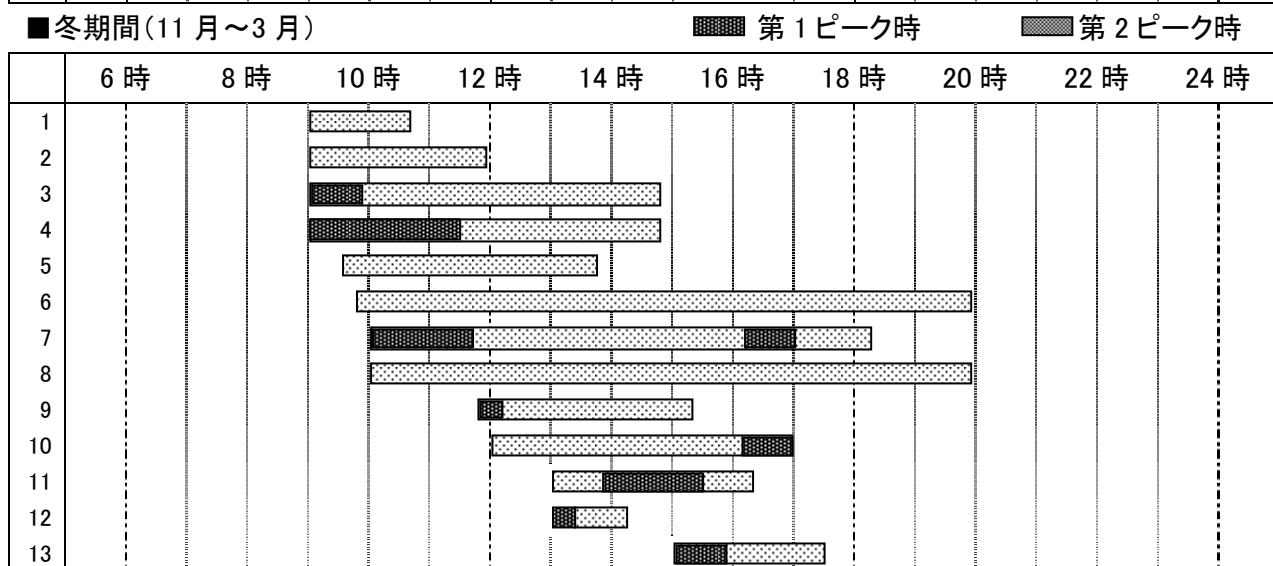
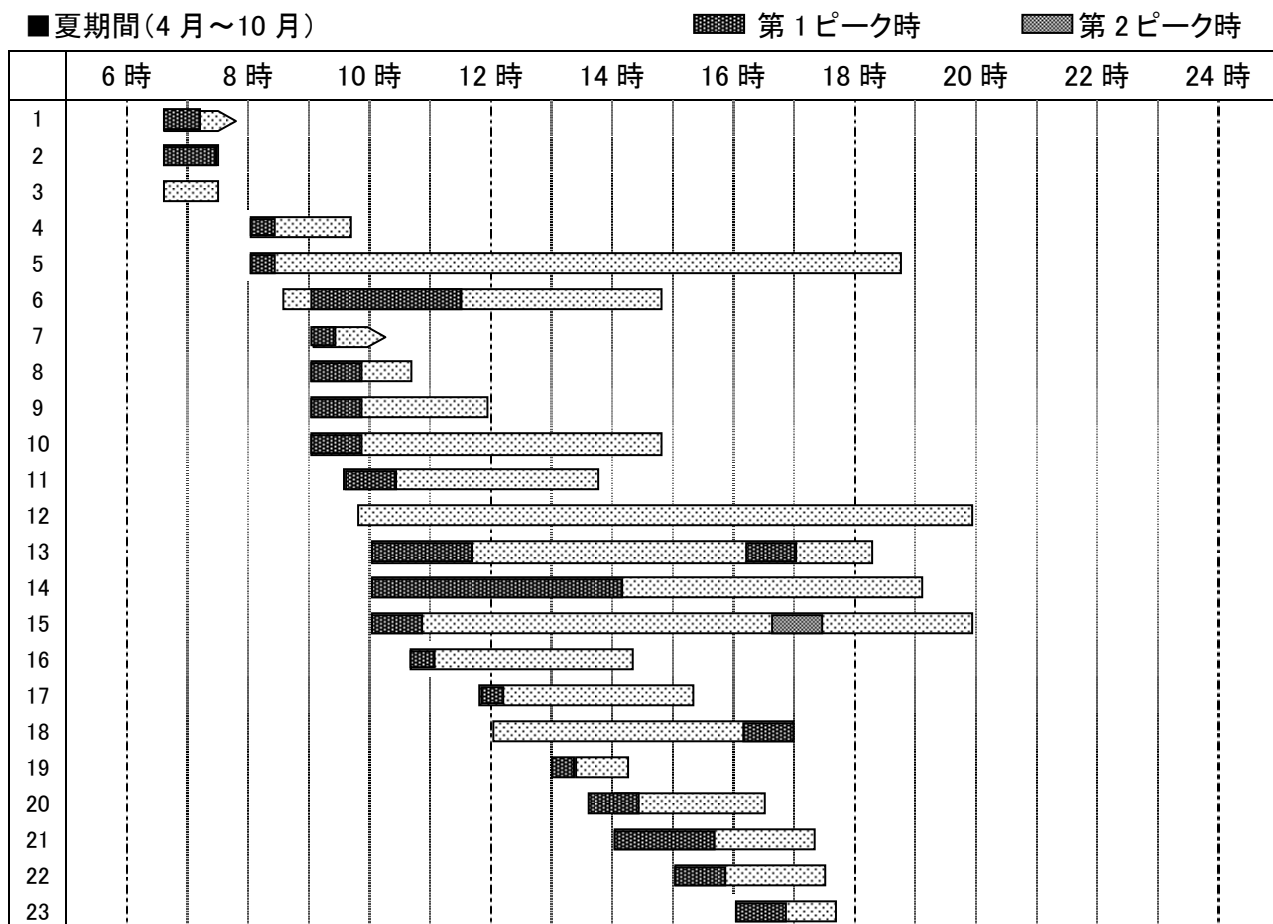


●問7●

	件数	%
地元固定客	19	41.3
市町村内の客	20	43.5
県内の客	6	13.0
県外の客	1	2.2
その他	0	0.0
合 計	46	100.0

●問8●

	■夏期間(4月～10月)		■冬期間(11月～3月)	
	件数	%	件数	%
開始 30 分以内	6	26.1	2	15.4
開始1時間以内	10	43.5	2	15.4
その他のピーク形態	5	21.7	4	30.8
ピークなし	2	8.7	5	38.5
合 計	23	100.0	13	100.0



●問9● ■夏期間(4月～10月)	平 日		土日祭日	
	件数	%	件数	%
100 名以下	6	75.0	7	63.6
1,000 名以下	1	12.5	3	27.3
1,000 名を超える	1	12.5	1	9.1
合 計	8	100.0	11	100.0

●問 10●

運営スタッフの内訳	件数	%
直販所運営スタッフがいる	3	15.8
生産者(会員)が運営も兼ねている	16	84.2
合 計	19	100.0

店舗に常時いる販売スタッフの内訳	件数	%
正規社員	4	16.7
生産者(会員)	17	70.8
いない	1	4.2
その他	2	8.3
合 計	24	100.0

店舗に常時いる販売スタッフの数	件数	%
1 名～2 名	9	52.9
3 名～5 名	3	17.6
6 名～10 名	4	23.5
10 名を超える	1	5.9
合 計	17	100.0

●問 11●	件数	%
200 万円未満	9	36.0
200 万円以上 500 万円未満	6	24.0
500 万円以上 1,000 万円未満	6	24.0
1,000 万円以上 2,000 万円未満	2	8.0
2,000 万円以上 3,000 万円未満	0	0.0
3,000 万円以上 5,000 万円未満	0	0.0
5,000 万円以上	1	4.0
不 明	1	4.0
合 計	25	100.0

●問 12●	件数	%
上 昇	4	16.0
微 増	5	20.0
停 滞	10	40.0
下 降	6	24.0
合 計	25	100.0

●問 13●	件数	%
野菜・果物	22	32.8
農産加工品（漬物・餅など）	15	22.4
山菜	12	17.9
花・木	9	13.4
米	5	7.5
菓子	4	6.0
工芸品	0	0.0
日配品（牛乳・卵など）	0	0.0
その他	0	0.0
合 計	67	100.0

●問 14●	件数	%	扱っている食品加工品	件数	%
扱っている	20	83.3	漬物	18	46.2
扱っていない	4	16.7	味噌	8	20.5
合 計	24	100.0	和菓子（餅・饅頭など）	7	17.9
			ジャム	3	7.7
			洋菓子（クッキーなど）	1	2.6
			アイスクリーム	1	2.6
			弁当	1	2.6
			ジュース	0	0.0
			惣菜品（コロッケなど）	0	0.0
			おにぎり	0	0.0
			その他	0	0.0
			合 計	39	100.0

●問 15●	件数	%
10 名以下	8	36.4
10 名を超え 20 名以下	6	27.3
20 名を超え 30 名以下	5	22.7
30 名を超える	3	13.6
合 計	22	100.0

●問 16●	件数	%
開店前	13	56.5
午前	5	21.7
随時	3	13.0
その他	2	8.7
合 計	23	100.0

●問 17●	件数	%
誰が値段設定しているか		
生産者(会員)が設定	18	75.0
生産者とスタッフが協議して決める	3	12.5
直販所スタッフが設定	2	8.3
その他	1	4.2
合 計	24	100.0

値段の決め方	件数	%
100 円、200 円とある程度決まっている	13	54.2
近隣のスーパーを参考にしている	7	29.2
手数料などからの逆算方法	1	4.2
その他	3	12.5
合 計	24	100.0

手数料の徴収方法	件数	%	商品売上高の何割が手数料か	件数	%
商品売上高の何割かが手数料	23	100.0	0.25 割	1	5.3
場所代等の経費を割りふった月定額	0	0.0	0.5 割	3	15.8
その他	0	0.0	1 割	10	52.6
合 計	23	100.0	1.5 割	3	15.8
			2 割	2	10.5
			合 計	19	100.0

●問 18●	件数	%
対処は特にしない	12	48.0
店じまいする	9	36.0
商品を補充する	2	8.0
その他	2	8.0
合 計	25	100.0

●問 19●	件数	%
地域活性化への貢献	10	21.3
生きがいづくり	9	19.1
農村女性の所得向上のため	8	17.0
地域農産物などの生産拡大のため	6	12.8
消費者ニーズの高まり	6	12.8
耕作放棄地の有効活用	4	8.5
知人・仲間などからの勧め	0	0.0
その他	4	8.5
合 計	47	100.0

●問 20●	件数	%
鮮度など品質管理の徹底	19	19.4
明るく親切で丁寧な接客	13	13.3
ここでしか買えない地元商品がある	13	13.3
駐車場が広くて出入りしやすい	8	8.2
品揃えの良さ(多品種)	7	7.1
目立つ場所での店舗設置	6	6.1
店内に商品説明など手書き広告の作成	6	6.1
定期的なイベント開催	6	6.1
商品に生産者情報を付けている	5	5.1
店舗・トイレなどが清潔	4	4.1
加工場を併設	2	2.0
新商品の開発や開拓を行っている	2	2.0
体験施設を併設	1	1.0
季節や時間などによる品揃えの偏りがない	1	1.0
陳列方法など店舗レイアウトの工夫	1	1.0
顧客アンケートの実施や意見箱の設置	1	1.0
ポイント券発行などのサービス	1	1.0

レストランや軽食堂を併設	0	0.0
土日祭日や地域行事にあわせての営業時間延長	0	0.0
宣伝広告	0	0.0
ホームページ作成	0	0.0
近隣の観光スポットとの提携	0	0.0
その他	2	2.0
合 計	98	100.0

●問 21●	件数	%
生産者(会員)の高齢化	17	19.3
後継者不足	15	17.0
商品の種類が少ない	8	9.1
季節や時間などにより品揃えの偏りが激しい	7	8.0
売上、集客の低迷	7	8.0
提携生産者(会員)の確保	6	6.8
施設・設備の充実	5	5.7
営業時間中に品切れがおきる	4	4.5
売れ残り商品の処理方法	4	4.5
直販所の立地条件が悪い	3	3.4
スタッフ人員の確保	2	2.3
看板商品がない	2	2.3
助成金など運営資金支援	2	2.3
駐車場がない	1	1.1
リーダーシップをとる人がいない	1	1.1
生産者とのコミュニケーション不足	1	1.1
陳列など店舗レイアウトの方法	1	1.1
収益性の改善方法	1	1.1
経理・税務などの事務処理	1	1.1
販売員教育	0	0.0
顧客対応・クレーム対応	0	0.0
宣伝広告が不十分	0	0.0
活動に必要な情報収集の方法	0	0.0
資金調達	0	0.0
その他	0	0.0
合 計	88	100.0

●問 22●	件数	%
現状以上の売上を伸ばしていきたい	17	70.8
現状維持	6	25.0
事業を縮小したい	1	4.2
合 計	24	100.0

●問 23●	件数	%
商品の量・質・品揃えの充実	18	25.7
売上拡大	13	18.6
看板商品や新商品の開発	10	14.3
若い人材の育成	9	12.9
定期的なイベントの開催	6	8.6
加工場を併設	5	7.1
顧客対応サービスの向上	4	5.7
ネット販売などの通信販売	2	2.9
レストランや軽食堂を併設	1	1.4
大型流通業との連携	1	1.4
2号店の開設	0	0.0
体験施設を併設	0	0.0
ホームページなどによる情報発信	0	0.0
県外観光客の誘致	0	0.0
法人化(NPO 法人も含む)	0	0.0
その他	1	1.4
合 計	70	100.0

●問 24●	件数	%
新商品づくりの指導	8	44.4
販売促進の指導	5	27.8
貸付金、補助金などによる金融支援	2	11.1
経営、経理の指導	1	5.6
接客サービスの指導	0	0.0
その他	2	11.1
合 計	18	100.0

県内の直売所

ー平成 18 年 11 月 富山県発行「とやま農村女性 特産品・直売所 情報」よりー

名 称	所 在 地	名 称	所 在 地
【朝日町】		【上市町】	
元氣かあさんマーケット	朝日町平柳 ショッピングセンターアスカ前	つるぎの味蔵市	上市町広野 農産物加工施設「つるぎの味蔵」前
【入善町】		【立山町】	
きらきら新鮮市場	入善町上原 チューリップ入善店	立山朝どり市	立山町前沢 J A アルプス五百石支店駐車場
【黒部市】		J A かあさんの店	立山町前沢 J A アルプス五百石支店内
ふれあい土曜市	黒部市三日市 コラーレ前	青空会の店	立山町宮路 J A アルプス立山支店内
ふれあい直売小屋よらーれ	黒部市三日市 コラーレ横	いきいき野菜コーナー	立山町草野 スーパーナビオ店内
【魚津市】		よしみね青空市	立山町吉峰 グリーンパーク吉峰よしみね交流館前
おいで安	①魚津市大海寺新 スーパー農道沿い	【富山市】	
	②魚津市駅前新 大阪屋ショッピングプラザ店内	旬の店	富山市八尾町新田 J A あおぼ低温倉庫広場
	③魚津市吉島 大阪屋ショッピング加積店	ふれあいおっかちゃん市	富山市八尾町 J A あおぼAコープウインズ食料館内
	④魚津市本江 大阪屋ショッピング本江店	朝市くれは	富山市呉羽 J A なのはな呉羽支店前
松倉もちより市	魚津市観音堂 観音ゴルフ駐車場	夕市くれは	富山市呉羽 J A なのはな呉羽駅前支店前
【滑川市】		アリス朝市	富山市五福 スーパーアリス前
ふれあい市	①滑川市中川原 J A アルプス旧有機毎支店裏	みずの里市C i C夕市	富山市駅前 C i C 地下1階
	②滑川市大浦 県道古鹿熊・滑川線沿い	とやま地産・ 味こだわりの会の店	富山市中央通り 街なかサロン樹の子1階
	③滑川市田林 県道滑川・自然公園線沿い	中教院とりたて野菜市	富山市 中教院モール
	④滑川市吾妻 長谷川タイヤ前	あじさいふれあい市	富山市中川原 コジマ富山店前
	⑤滑川市田中新町 ハニー美容室前	きときと朝市	富山市月岡東緑町 月岡東緑町公民館前
かずみの店	滑川市北野 県道富山・立山・魚津線沿い	月岡町朝市	富山市月見町 月見町公民館前

名 称	所 在 地	名 称	所 在 地
池多朝どり特産市	富山市池多 古洞の森入口駐車場		⑨高岡市京田 サンコー京田店内
にこにこ市	富山市婦中町広田 ＪＡあおば旧宮川支店前		⑩高岡市昭和町 サンコー昭和通店内
まごころ市	富山市婦中町 オレンジマート宮野店内		⑪氷見市柳田 サンコー氷見南店内
音川ふれあい市	富山市婦中町外輪野 音川ふれあい交流センター		⑫富山市山室 チューリップグリーンモール店内
とれたて市	富山市婦中町速星 ＪＡあおば旧速星別館前		⑬富山市米田町 ハイトマト米田店内
朝の音市	富山市婦中町 オレンジマートパピ店内		⑭富山市中田 ハイトマトルミネス店内
みのり館農産物直売会	富山市上大久保 ＪＡあおばみのり館内		⑮富山市五福 ハイトマトアリス店内
風の里朝市	富山市上大久保 ＪＡあおばみのり館前		⑯富山市稲荷元町 チューリップアピア店内
大山ふれあい市	富山市田畠 味彩おおやま前		⑰富山市経堂 ハイトマト経堂店内
みずの里市	①富山市水橋 ＪＡいなば二ツ屋倉庫前 ②富山市水橋 ふるさと会館前		⑱富山市布瀬南 ハイトマト富山南店内
【高岡市】		ふれあい市場	高岡市放生津 リーフィー高岡店
ＪＡ高岡地場農産物 直売委員会	①高岡市野村 ヒラキストア野村中央店内	おばあちゃんの店	高岡市福岡町五位 五位ダム手前
	②高岡市野村 サンコー野村店内	佐野食彩広場	高岡市佐野 ＪＡ高岡佐野支店横
	③高岡市常国 チューリップ中田アロー店内	旬菜広場ふくおか	高岡市福岡町下蓑 チューリップタピス店内
	④高岡市東中川 チューリップ中川店内	アグリピア高岡 農産物直売所	高岡市西藤平蔵 農業センター敷地内
	⑤高岡市赤祖父 チューリップ高岡駅前店内	野菜村	高岡市福岡町福岡 ＪＡいなば福岡支店車庫内
	⑥高岡市放生津 リーフィー高岡店内	といで朝市	高岡市戸出 戸出会館前
	⑦高岡市木津 サンコー南星店内	【射水市】	
	⑧高岡市戸出 ココウエスト店内	射水市農産物直売所	射水市三ヶ 小杉駅前「すぎっこ広場」
		にこにこ母ちゃん市	射水市黒河 ＪＡいみず野黒河支店横

名 称	所 在 地	名 称	所 在 地
かあちゃん市	①射水市二口 JAいなば野大門支店前 つぶくや案内	おふくろの店	砺波市高道 エレガガーデン前
	②射水市大門 ショッピングセンターパレル店内	散居の店	砺波市宮沢 JAとなみ野本店駐車場内
フレッシュ産直市場いみず	①射水市中太閤山 チューリップパスコ店内	若林青空市	砺波市狐島 JAとなみ野若林ふれあいセンター前
	②高岡市東中川町 チューリップ中川店内	【南砺市】	
歌の森直売市	射水市戸破 チューリップ歌の森店	まいどさん	南砺市砂子谷 JA福光南蟹谷支所横
【氷見市】		いっぷく市	南砺市中ノ江 道の駅福光店内
おらっちゃんの店	氷見市阿尾 国道 160 号線沿い	新鮮産直野菜コーナー	南砺市荒木 JA福光Aコープフレッサ店内
ママの店	氷見市上田子 県道沿い	野菜畑	南砺市荒木 JA福光フレッサ店前
峠の店「こられ」	氷見市熊無 JA氷見市双光支所内	ふとみぼれ	南砺市嫁兼 嫁兼バス停横
【小矢部市】		味彩グループ	南砺市寺家新屋敷 ア・ミューショッピングセンター店内
自由市	小矢部市今石動 JAいなば福祉支援センター横	かあさんの店	南砺市やかた JAとなみ野Aコープエレナ店内
いなば旬感倶楽部	小矢部市石動 Aコープおやべ店内	生産者広場	南砺市野田 JAなんとセフレ店内
ははの店	小矢部市安楽寺 JAいなば南谷支店隣	ゆ〜き菜々市	南砺市西上 城端別院善徳寺山門下
【砺波市】		ヨッテカーレ城端	南砺市立野原 ヨッテカーレ城端店内
砺波地場産市場	①砺波市栄町 新鮮市場ヴァローレ砺波店内	旬菜市場ふくの里	南砺市軸屋 福野軸屋スーパー農道沿い
	②高岡市戸出 ココウエスト内	そく菜市	南砺市理休 JAなんと東部支店前
	③砺波市三郎丸 大阪屋ショッパ砺波店内	みどり市	南砺市利賀村 岩淵バス停横
	④砺波市苗加 サンコー砺波中央店内	ふれあい市の会	南砺市利賀村坂上 そばの郷
梅壇野産直野菜直売所	砺波市福岡 JAとなみ野梅壇ふれあいセンター	緑の小屋	南砺市沖 砺波南部スーパー農道沿い
せんだん山特産の店	砺波市井栗谷 JAとなみ野寺尾ふれあいセンター前	いのくち市	南砺市井口持掛谷 ゆ〜ゆランド花椿前

県内の特産品

ー平成 18 年 11 月 富山県発行「とやま農村女性 特産品・直売所 情報」よりー

グループ名等	特産品名	所在地	グループ名等	特産品名	所在地
【朝日町】			【滑川市】		
山崎地区農産加工グループ	金糸瓜の粕漬	朝日町細野	滑川市農村婦人研究会	りんごジャム, 健康茶	滑川市下梅沢
南保柿出荷組合 婦人加工グループ	柿じまん (調味液)	朝日町南保	【上市町】		
すし倶楽部	押し寿司	朝日町舟川新	上市農産物加工グループ協議会	干しずいき, 酢ずき, みそ	上市町広野
うまいもの庄	押し寿司, 仕出し弁当	朝日町窪田	【立山町】		
(農)食彩あさひ	仕出し弁当, 草だんご, 味噌, 漬物 他	朝日町山崎	(農)食彩工房 たてやま	寒餅, 餅, 赤飯, 漬物	立山町金剛寺
【入善町】			ハーベンダー	ハーブ入りソフトクリーム, ハーブ小物	立山町吉峰
入善町農村女性 べ飾り協議会	べ飾り各種	入善町舟見	【富山市】		
入善町女性野菜づくりグループ「玉女の会」	野菜(玉ねぎ等)生産	入善町小摺戸	高田農産物加工	ポン菓子, 玄米飴, 餅あられ	富山市古寺
豆な海	まめなみそ (味噌)	入善町小摺戸	わかたけグループ	むぎころ, 水ようかん, クッキー, マドレーヌ	富山市水橋
【黒部市】			(有)ファーム古井	寒干し揚げ餅, りんごジャム, 惣菜	富山市押上
(農)うなづき 食工房	きびおこわ, 黒豆 うま煮, 餅 他	黒部市宇奈月町	食彩あざみ工房	おこわ, 餅, 黒豆のうま煮, おはぎ	富山市横内
【魚津市】			干しずいき 出荷組合	干しずいき	富山市水橋
みのり会	漬床	魚津市蛇田	梨の実会	梨ジャム	富山市住吉
宮坂貞子	餅, 赤飯, 梅干し	魚津市大海寺新	ふれあい工房	梨のコンポート (砂糖煮), 惣菜	富山市住吉
高慶幸子	大根のビール漬, たくあん 他	魚津市宮津	(農)味彩おおやま	みょうが寿司, こおり餅, 漬物	富山市田畠

グループ名等	特産品名	所在地	グループ名等	特産品名	所在地
大沢野特産加工グループ	いちじくジャム, ワイン煮, らっきょう漬	富山市野田	【射水市】		
西笹津会	みそ, 黒米ケーキ, 三五八(こうじ漬の素)	富山市笹津	小杉町いちご出荷組合	つぶろまん(イチゴ), ジャム	射水市黒河
(農)音川加工	大かぶ漬, 赤かぶ漬(酢漬)	富山市婦中町	小杉町農村婦人加工組合	すはま(大豆菓子)	射水市黒河
八尾町農産物加工組合	みそ, ごう汁の素(大豆粉), 二五八(こうじ漬の素)	富山市八尾町	筍グループ	たけのこ水煮	射水市黒河
【高岡市】			(農)ファーム池多加工部	みそ	射水市北野
東部野菜婦人部加工グループ	ふりかけ草(ふりかけ)	高岡市京田	さと味工房	おこわ, 餅, 煮豆	射水市三ヶ
小勢農産物貯蔵加工組合	駒方漬(白瓜粕漬)	高岡市駒方	味実グループ	仕出し弁当	射水市櫛田
佐野つけもの教室	大根麴漬	高岡市佐野	【氷見市】		
おふくろの店加工部	福沙漬(福神漬)	高岡市戸出	(有)ファームこばやし	米粉パン, 味噌, 干柿	氷見市余川
横越下婦人加工グループ	赤飯, かき餅, 餅	高岡市横越	細越ハトムギ生産組合加工部	はとむぎ茶, せんべい	氷見市細越
アグリピア農産物加工協議会	カルシウム家族(大豆菓子)	高岡市戸出	稲積好梅サークル	梅干, しそ粉	氷見市稲積
むつみ会	漬物	高岡市頭川	薮田ニコニコ会	竹の子飯, ところてん	氷見市薮田
ほほえみの会	おこわ	高岡市能町	早借みょうが自然薯加工部	あーちゃん漬(みょうが酢漬, もろみ漬)	氷見市早借
なの花の里	コロッケ, 漬物, 惣菜, ジャム	高岡市戸出	食彩ふるさと論田加工グループ	餅, 寿司, 弁当	氷見市論田
(有)今城農園ハーブメロディ	ハーブマドレーヌ	高岡市醍醐	いなかふれさか風楽里	ブルーベリージャム	氷見市触坂
花菜だより	仕出し弁当	高岡市戸出	おらっちゃんの店加工部	みょうが寿司, 団子	氷見市阿尾

グループ名等	特産品名	所在地	グループ名等	特産品名	所在地
【小矢部市】			利賀村特産加工組合	山菜加工, 南瓜加工	南砺市利賀村
(有) 耕	にしんの糀漬	小矢部市興法寺	ふる里の味加工組合	かぶら寿司, パン, ふき菓子	南砺市細野
(農) 松永うの花農園加工部	りんごケーキ, りんごジャム	小矢部市松永	権次郎漬本店	かぶら寿司, たくあん, 梅干	南砺市細野
田悟農産	にしんの糀漬, かきもち, もち	小矢部市畠中町	グループ三社	無臭ニンニクの甘酢漬, 粕漬, 柿酢	南砺市盛新
(有) アグリワン 越前総合農場食品加工部	にしんの糀漬, かきもち, もち	小矢部市矢水町	蓑谷アマチャヅル生産組合	アマチャヅルせんべい, お茶	南砺市西明
【砺波市】			南蟹谷銀杏加工組合	銀杏せんべい, 銀杏入りあわ餅	南砺市砂小谷
コスモスグループ	せんな漬(調味漬, 粕漬, もろみ漬), 山菜粕漬	砺波市井栗谷	南蟹谷健康茶生産グループ	そくさいや茶, たんぽぽ茶, ぎんなん粉	南砺市高窪
金屋ゆず生産組合	ゆずみそ, ゆず酢, マーマレード, 佃煮	砺波市庄川	小坂第一協業婦人部会	ちびまる小なす(辛子漬, 粕漬), 味噌	南砺市小坂
【南砺市】			夢三族	きゅうり粕漬, うり粕漬, かぶら寿し	南砺市小又
高儀ふれあい菜園	富久野漬(瓜のしょうゆ漬), 赤かぶ漬(酢漬)	南砺市高儀	ハーブフレンド	ハーブクッキー, ゼリー, 入浴剤	南砺市太美
旬菜市场 ふくの里加工部	いもがい餅, おやき, 里芋だんご 他	南砺市軸屋	みかくグループ	柿娘(干柿菓子)	南砺市土生新
梅ヶ島自然食品開発組合	梅干, 梅肉, ゆかり	南砺市軸屋	岩木さくら農産加工グループ	きゅうりの粕漬, うりの粕漬	南砺市岩木
三清かぶらずし組合	かぶらずし	南砺市三清東	赤祖父ビューティ研究グループ	へちま水	南砺市池田
ほうきんの実栽培組合	ほうきんの実	南砺市院瀬見	さつきグループ	かぶら寿司, 赤かぶ酢漬	南砺市蛇喰
山野ふるさとの味加工組合	洗い芋, 干しずいき	南砺市井波軸屋	あかねグループ	にしんの山椒漬	南砺市砂子谷
梅栽培・加工研究会	梅干, 梅びしお, 梅クッキー	南砺市東城寺	ねこのくら工房	豆腐加工	南砺市下梨
山びこグループ	大豆せんべい, 豆茶	南砺市野能原			

平成 19 年 12 月 26 日現在

1 設 立

昭和 50 年 5 月

2 所 在 地

富山市高田 527 番地（情報ビル 1 F）

財団法人 富山県新世紀産業機構内 TEL:076(444)5605 FAX:076(444)5646

3 組 織

支 部 長	羽田野 正博
副支部長	北崎 進, 中田 正雄
理 事	12 名
常任理事	2 名
監 事	2 名
顧 問	1 名

4 会 員 数

83 名（専業診断士 26 名＋企業内診断士 57 名）

5 支部の歩み

昭和 48 年 4 月 15 日に会員数 25 名で愛知県支部富山支会として発足した。

昭和 50 年 5 月 17 日に富山県支部を設立（会員 31 名）し、支部事務局を富山県経営指導課に置いた。

昭和 51 年度から 53 年度まで、毎年、優良工場の見学研究会を開催。

昭和 54 年度から受託事業開始。

昭和 59 年度に会員相互シンポジウムを開催、61 年度から会員相互研究会に、平成 5 年度から支部研究会に変更。

平成 10 年度広報誌発刊。この間、事務局は会員の事務所 2 か所を経て、昭和 58 年度から富山県産業情報センター内に移動。

平成 13 年度から富山県新世紀産業機構内に移動し、現在に至る。

昭和 60 年に創立 10 周年、平成 7 年に創立 20 周年、平成 17 年に創立 30 周年記念事業を行った。

【平成19年度における主な支部事業】

(1) 主な事業

- H19. 4. 20 理事会開催（ホテルとみのや）
- H19. 5. 18 第33回通常総会開催（ホテルとみのや）
- H19. 7. 15 会報「診断とやま第18号」の発行（第19号はH20. 1. 15発行予定）
- H19. 8. 25 中小企業診断士理論政策更新研修の開催（富山県総合情報センター）
- H19. 10. 11 無料経営相談会開催（富山テクノホール）
- H19. 11. 10 支部研修開催「創業成功の秘訣について」（ホテルとみのや）
- H20. 2（予定）経済関係団体との情報交換会開催（ホテルとみのや）
- H20. 2（予定）北陸三県支部事務連絡会議への参加（福井県で開催）

(2) 各種受託事業の実施

- ①「農村女性による農産物等直販事業実態調査」（本部からの調査・研究事業）
- ②「駅前 CiC ビル内の商店診断」（CiC 店主会からの個店診断事業）
- ③「経営革新塾」、「創業塾」への講師派遣（富山商工会議所からの集中講師派遣事業）
- ④「新体系移行推進コンサルタント派遣事業」（富山県社会福祉協議会からの診断事業）

(3) 会員スキルアップ事業の実施

- ①「プロコン育成塾」・・・年6回開催
- ②「経営研究会」・・・年6回開催

(4) 公共診断・助言、支援等に対する協力

- ①「とやま起業未来塾」への協力
- ②富山県中小企業支援センター及び地域経営革新シニアアドバイザーセンターの専門家派遣事業への協力
- ③商工会議所・商工会連合会のエキスパートバンク事業への協力
- ④富山短期大学「ビジネス実務総論Ⅱ」への講師協力
- ⑤設備導入等促進診断、経営革新事前調査等への協力
- ⑥各種委員会への協力
- ⑦富山県信用保証協会への協力
- ⑧中小企業再生支援協議会の個別支援チームへの協力
- ⑨県の「農業リーダー育成事業」への協力
- ⑩各種団体研修会、講演会等への講師紹介

診断ご希望の方は、当支部事務局までご連絡ください。

【有料（3万円／1日）】

社団法人 中小企業診断協会 富山県支部 事務局担当：藤井

TEL 076-444-5605