

水産物直接販売力強化対策事業

佐藤 利幸・瀧口 克己

県では、漁協や漁業者が内陸部等の農産物直売所とタイアップし、より多くの消費者に新鮮・安心・安全な県産水産物を提供する直売活動を支援し、漁業者所得の向上に努めている。

当事業として、沿岸漁協が内陸部にある農産物直売所で試験的に水産物の移動販売を行ったので報告する。

方法

漁協と農産物直売所とのマッチングを行い、水産物の移動販売を希望した両者間（5カ所）で試験的に水産物の移動販売を実施した。全体で延べ117日間移動販売を行い、実績報告や聞き取り調査等から1日あたりの売上額、売上原価及び売上総利益等を求め、内陸部における水産物の移動販売の有効性について検討を行った。

結果及び考察

水産物の移動販売を行った5カ所の事例について、販売実績等の集計結果を表1に示した。

移動距離は、漁協から移動販売先までの往復に要する距離を、移動時間は運搬車が往復に要するおおよその時間とした。

また、移動販売による1日あたりの売上原価は、実態を考慮し、仕入代が売上額の60%、運搬車の燃油代150円/L、燃費15km/L、農産物直売所の販売手数料15%、人件費6,166円/日（本県の平均時給827円）とし

て算出したものを示した。

各事例の移動販売による1日あたりの売上額は12,500～61,667円で平均38,814円、1日あたりの売上げ総利益は-1,523円～3,535円で平均906円と試算された。

販売方法別にみると、対面販売で平均45,392円、委託販売で平均12,500円の売上額であり、対面販売の方が3.6倍高かった。また1日あたりの売上総利益も対面販売で平均1,513円、委託販売で-1,523円であった。これは人件費を多く掛けても対面販売の方が利益率が高い結果となっており、馴染みの無い内陸部等で水産物を販売する場合、鮮度、価格、産地、料理方法等、消費者が購入する判断材料を提供する事が重要であり、的確に購入する判断材料を提供できる対面販売が有利に働いたものと考えられた。

しかし、移動販売は地元直売所での直接販売に比べると輸送費や人件費等のコストが多く掛かる。継続して移動販売を行うためには、地元直売と同レベルに利益率を上げる必要がある。その対策として販売単価を上げる方法や売上原価を抑える方法がある。販売単価を上げる方法は、売上額の減少に直接繋がる可能性があり容易にできない。一方、売上原価を抑える方法は、販売先との交渉で対応が可能と思われる。

従って、内陸部における水産物の移動販売については、対面販売が有効であり、地元直売の利益率と同レベルとなるように、販売手数料などの売上原価を販売先と協議しながら設定することで、利益を確保することが重要と考えられた。

表1 移動販売の結果

事例	販売先	移動距離(km)	移動時間(分)	販売方法	販売品目の割合		販売日数	1日あたりの 売上額(円)
					鮮魚	加工品		
1	飯塚市A店	80	120	対面販売	0.7	0.3	35	37,280
2	飯塚市B店	62	93	対面販売	0.7	0.3	44	45,084
3	筑後市D店	146	219	対面販売	0.7	0.3	12	37,538
4	朝倉市C店	138	207	対面販売	0.0	1.0	6	61,667
5	飯塚市A店	84	126	委託販売	0.7	0.3	20	12,500

移動販売における1日あたりの売上原価及び売上総利益(円)								
事例	仕入代(A)	燃油代(B)	販売手数料(C)	人件費(D)	その他	(A+B+C+D+E)	売上総利益	売上総利益率(%)
	売上額の60%	150円/L	15%で試算	6,616円/人で試算	経費(E)	売上原価	(粗利益)	(粗利率)
1	22,368	800	5,592	6,616	500	35,876	1,404	4
2	27,050	620	6,763	6,616	500	41,549	3,535	8
3	22,523	1,460	5,631	6,616	500	36,730	809	2
4	37,000	1,380	9,250	13,232	500	61,362	305	0
5	7,500	840	1,875	3,308	500	14,023	-1,523	-12