

直売所経営の成長には、経営理念的要素が影響している

福島県農業総合センター 企画経営部

1 部門名

農業経営 - その他

2 担当者

新妻俊栄、宮島聡

3 要旨

農産物直売所の経営方針や経営資源の活用状況、経営環境等、持続的な運営に必要な要素を明確にするため、聞き調査、農産物直売台帳、アンケート調査をもとに抽出した経営分析要素の調査項目と、売上高成長率(H18/H16)との関係を数値化・類で分析することで、直売所経営の発展要因、阻害要因を明らかにした。

- (1) 聞き調査等により得られた情報を、経営分析要素に分類した後、売上高成長率との関係から抽出した調査項目は、「社会的使命、戦略的意向、宅配事業・食材供給・加工活動、補助事業、近隣直売所」の7項目である。
- (2) 直売所経営における「社会的使命あり」の要素は、売上高成長率に及ぼす影響度が最も強く、ついで「戦略的意向あり」の要素の影響が強い。また、「社会的使命なし」の要素は、売上高減少に及ぼす影響度が最も強いことから、直売所経営の発展要因・阻害要因には、経営理念的要素の社会的使命が深く関与している。

表1 各項目が売上高成長率に及ぼす影響度

要素	項目	カテゴリースコア	
		あり (n)	なし (n)
経営理念	社会的使命	0.145 (14)	-0.290 (7)
	宅配事業	-0.053 (9)	0.040 (12)
事業領域	食材供給	-0.013 (7)	0.006 (14)
	加工活動	-0.039 (6)	0.055 (15)
戦略	戦略的意向	0.128 (11)	-0.142 (10)
	補助事業	-0.105 (10)	0.095 (11)
経営環境	近隣直売所	-0.075 (12)	0.101 (9)
			n=21
重相関係数		0.833	

注) 経営理念は「社会的使命とビジョン」と定義。社会的使命は、「地域・集落の活性化」「消費者との交流促進」「より良い農産物を食卓に」のいずれかを主要開設理由にしている場合を「社会的使命あり」とした。

4 主な参考文献・資料

- (1) 平成19年度試験成績概要(2007)
- (2) 平成18年度農村工学研究所成果情報(2006)