

## モデル実証事業の評価

### 1. 目標指標の達成状況

本事業の実施に際しては、各事業者で売上高や来店数、商店街の来街者数などを設定しており、その達成状況を次頁以降に整理する。

20 事業者のうち 17 事業者は売上高の数値目標を設定しており、8 事業者が数値目標に達していた。他の 3 事業者は来街者数を数値目標に設定し、2 事業者が数値目標に達していた。

数値目標に至った要因等を以下に整理する。

#### 数値目標の達成に至った主な要因等

##### 【数値目標を達成した主な要因】

農産物の出店者・出品者にとって中心部での出店・出品にメリットを感じている。  
報道等のパブリシティ効果があたった。(報道による宣伝効果、チラシ配布効果)  
消費者ニーズを把握し、かつ付加価値のあるものを提供できた。  
当該店舗だけでなく、商店街で地元産の物産を扱い相乗効果を得た。

##### 【数値目標の達成に至らなかった主な要因】

実証事業を開始し約3ヶ月という期間では店舗の周知が中心となり顧客が定着していない。  
冬季の端境期にあたり農産物の種類が限られ品揃えができなかった。  
野菜の単価が小さいため規模の小さな店舗では売上に限界がある。  
年間を通して安定的かつ信頼できる農水産物を供給できるネットワークづくりが不十分である。  
以上のようなことをふまえ、当初の目標設定が高かったところもあった。

##### 【総括】

今回の実証事業は新規立ち上げから約3ヶ月の助走期間であったこと、冬季という農産物の供給が一番低い時期であったことから、

当該店舗の認知度の低さ

供給側にあたる農水産物のネットワークが構築段階である

消費者の商品ニーズ(地域における農水産物の需要や要望)が把握できていない

単価設定の難しさ(消費者の商品ニーズが把握しきれないことから)

が課題としてあげられる。

これらの課題は、店舗を1年間稼働し、消費者側の需要や要望、農水産物の供給者側の供給状況が把握できることにより、ある程度の対応策が検討できると言える。

20 事業者の数値目標と達成状況

	事業者	目標指標	実績値	達成率	事業者のコメント
1	ラブサムプロジェクト (北海道帯広市)	(売上高) 625,000 円/月 (25,000 円/日)	6,500 円/日	26.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目標の達成はならなかったが、時期的な問題が大きいと考える(冬季の緑野菜の仕入れのハンデを克服できなかった)。</li> <li>・顧客が定着してきており、手ごたえは感じている。</li> </ul>
2	青森市新町商店街振興組合 (青森県青森市)	(売上高) 50,000 円/日	98,718 円/日	<u>197.4%</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出店者、出品者にとって県内最大の新町商店街に出店・出品することにメリットを感じている(需要がある)。</li> <li>・売り上げがジリ貧の傾向を示したときの連日のチラシ配布、報道、パブリシティの効果は大きい。</li> </ul>
3	盛岡市肴町商店街振興組合 (岩手県盛岡市)	(既存店売上高の 10%増) 5,097,832 円/月	7,282,450 円/月	<u>142.9%</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上高目標値はクリア。宮古魚彩市場からの「鮮魚」が既存店舗の活性化に効果的で、地場産野菜と共にニーズはあると感じている。</li> <li>・従来、肴町商店街の来街者は3月が多くて2月が少ないが、目標値は3月の数値で実績値は調査期間の関係から2月の数値のため、差が出たと考える。</li> <li>・また、調査日の2月7日は最低気温-11.3と冷え込みがきつかったことも影響した。</li> </ul>
		(日曜日の来街者 数の10%増) 4,870 人/日	3,480 人/日	71.5%	

	事業者	目標指標	実績値	達成率	事業者のコメント
4	マルセン食品 (宮城県南三陸町)	(前年売上げの 10%増) 12月 9,152,000円 1月 4,290,000円 2月 1,936,000円 (平均) 15,378,000円  上記の数値は今 回事業の稼働日 分に修正済み	8,450,966円  4,749,608円  1,331,528円  14,532,102円	92.3%  <u>110.7%</u>  68.8%  94.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・12月は、一部未改装の状態の販売を開始したことが影響している。</li> <li>・1月が本格オープンで、寒鯉祭りの効果もあり、目標達成。</li> <li>・2月は、事業報告のため11日間程度の数値で集計したため未達成と考えられ、月間合計で見れば2月も達成し、3ヶ月平均でも達成は可能という感触を得た。</li> <li>・なお、来店者数はオープン前43名/日から、オープン後は59名/日に拡大している。</li> </ul>
5	なかの食品 (山形県三川町)	(売上高) 3,610,981円/月	3,840,073円/月	<u>102.8%</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存店売り上げを含めた目標達成はできたが、惣菜を中心とした販売を事業内容とするなかで「売りの一品」ができていないこともあり、思うような売り上げには至らなかった。</li> <li>・冬季は、野菜、水産物共に高値傾向にあることが、惣菜価格に跳ね返り、“地場産”の魅力より“安さ”に惹かれる傾向がある。</li> </ul>
6	井筒屋 (新潟県村上市)	(売上高) 3,600,000円 /事業期間	2,058,645円 /事業期間	57.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業当初、改装工事をしながらの仮オープンが続き、思うような販売ができず、目標を達成できなかった</li> </ul>
		(消費者評価) 満足度向上	(ヒアリング) 100.0%	<u>100.0%</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・購入者40人へのヒアリングでは全員が「生鮮野菜販売について応援する」との回答</li> </ul>
7	Made in 越後 (新潟県新潟市)	(売上高) 5,000,000円/月	2,600,000円/月	52.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存店の売上高は2,000,000円/月で倍増以上の目標を掲げたが、達成できなかった。しかし既存店の売上高は、10%以上の増加をクリアした。</li> </ul>
		(来街者) 12,500人/日	16,578人/日 (12月6日)	<u>132.6%</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来街者の目標はクリアした。店舗は商店街メイン通りからずれた位置にあり、来街者の回遊性向上に効果があった。</li> </ul>

	事業者	目標指標	実績値	達成率	事業者のコメント
8	泉町二丁目商店街振興組合 (茨城県水戸市)	(来街者数) 2,000 人程度/日	1,996 人/日 (稼働日7日間平均)	99.8%	・目標値は概ね達成。 ・稼働日は少ないが、2月末に3日間連続販売を行い、目標相当の来街者を確保できており、今後の常設展開の足がかりを得た。
9	峯島商店 (千葉県いすみ市)	(売上高) 3,000,000 円/月	515,570 円/月	17.2%	・野菜の単価が小さいため、規模の小さい店舗での小口売には限界がある。また冬季の農家ネットワークづくり(仕入先発掘)が難しい。
10	協同組合やまと商業活性化センター (神奈川県大和市)	(売上高) 50,000 円/日	17,000 円/日	29.4%	・2月時点では17,000円となったが、営業2ヶ月でこの水準まで到達できたことを考えれば、半年程度の営業期間が得られれば目標値まで到達することは可能であったと考えられる。
		(来客数) 180 人/日	110 人/日	61.1%	・事業実施前の80人/日に対し、野菜買上客として30人程度の上積みとなった。これも、売上金額と比例しており、固定客・リピート客は確実に増加、広報による認知度アップの効果が徐々に出来た段階での事業終了となったことを勘案すれば、目標値の100人増加については半年程度の営業期間が得られれば十分に達成可能であったとの感触を得た。
		(イベント販売) 200,000 円/回	120,000 円/回	60.0%	・2月のイベントで120,000円を達成したが、季節的な問題(寒さによる客不足、品揃え不足による欠品売り損ね)を考慮するならば、これもまた十分目標達成可能な金額であったと評価している。

	事業者	目標指標	実績値	達成率	事業者のコメント
11	久里浜仲通り商店街振興組合 (神奈川県横須賀市)	(売上高) 5,200,000 円/月	5,209,745 円/月	100.2%	・既存店の売り上げが7%アップ、「黒潮市場」参加店の売り上げを加えて目標額を達成した。
12	ライブモール商店街振興組合 (静岡県浜松市)	(売上高) 66,666 円/日 (申請額を日単位に換算)	126,535 円/日	189.8%	・目標は十分に達成できた。2月は消費が落ち込む時期であり、実際、売上、客数の落ち込みは大きかったが全体的には合格である。
13	飯田町商店街協同組合 (石川県珠洲市)	(売上高) 3,000,000 円 /事業期間	1,211,370 円 /事業期間	40.0%	・当初計画事業期間を5ヶ月とすれば目標額は600,000円/月、今回の事業は概ね400,000円/月で、目標設定が高すぎた。 ・冬場で野菜が少ない時期であり、品揃えが十分できなかったことも影響している。
14	漆市番 (石川県輪島市)	(売上高) 143,000 円/月	(12月) 173,620 円/月 (1月) 145,630 円/月 (平均) 159,625 円/月	111.6%	・目標はクリア。  ・例年、観光客が冬場には減少することから、その影響が2月に現れている。
		(来店者数) 65 人/日	(11月) 71 人/日 (2月) 35 人/日 (平均) 53 人/日	81.5%	
15	笑人堂 (福井県大野市)	(売上高) 500,000 円/月	171,850 円/月	34.3%	・客単価が500円程度で、思うように売り上げを伸ばせない。 ・客単価を1,500円程度にする工夫が必要。
		(来客数) 300 人/事業期間	362 人/事業期間	120.7%	・目標達成
		(朝市組合員との連携) 15 農家/ 事業期間	15 農家/ 事業期間	100.0%	・目標達成(ただし、連携可能な農家数で、具体事業は今後)
16	川之江栄町商店街振興組合 (愛媛県四国中央市)	(商店街来街者数) 300 人以上	実施日の平均値 550 人	166.0%	・商店街来街者数は、目標値を達成した。
		(出品業者数) 20 社以上	41 社	205.0%	・同時に開催したフリーマーケットを含めて41小間の出店があり、目標値を達成した。

	事業者	目標指標	実績値	達成率	事業者のコメント
17	内子商店会 (愛媛県内子町)	(来街者数) 660 人/日	918 人/日 (日曜日) 546 人/日 (月曜日)	139.1%  82.7%	・日曜日は目標達成、月曜日は少ない結果となっており、現状では(事業期間が短いこともあり)際立った効果が発揮されたとは言いがたい。 ・ただ、維持されているという効果はある。
18	土佐市商工会宇佐支部 (高知県土佐市)	(日売上高) 20,000 円/日	2,2300 円/日 (稼動日数 36 日)	115.0%	・日売上高はほぼ達成できた。
		(商店街来街者数) 60 人/日	54 人/日	90.0%	・店舗レジ通過者は 54 人であり、当初想定よりやや少ない。平日営業により信頼ある店として成長していくことが望まれる。
		(高知海洋高校との協働数) 3 回	4 回(8 名)	133.0%	・インターンシップ受入全 4 回(8 名)を実施し、高知海洋高校との協働数は達成できた。
		(観光イベントの回数) 1 回	2 回	200.0%	・除幕式、カツオのタタキ実演販売の計 2 回の観光イベントを開催し目標は達成できた。
19	美容室シュプールエム (福岡県福岡市)	(1 ヶ月の売上) 40 万円/月	40.6 万円/月	101.0%	・目標値を達成できた。
		(営業利益の黒字化)	-	-	・補助金を考慮した場合は、12 千円の営業利益だが、補助金を考慮しない場合は、2,805 千円の営業損失である。
		(対面販売イベント時の集客数) 600 人	1,310 人 (3 回分)	218.0%	・店舗入口スペースの餅つきがマグネットの役割を果たして、通行人や近隣の住民を効果的に集客することができた。
20	平戸物産振興組合 (長崎県平戸市)	(終了時売上高) 3,000 千円/月	834 千円/月	27.8%	・年間を通して安定的かつ信頼できる農水産物を出品できる会員の確保と、トレーサビリティへの対応が課題である。
		(店頭通行量) C 地点 200 人/日	(12/19 土曜) 179 人/日 (12/20 日曜) 263 人/日	89.5%  131.5%	・日曜は目標値を達成している。
		(店頭通行量) AB 地点 150 人/日	(12/19 土曜) A 地点 148 人/日 B 地点 284 人/日 (12/20 日曜) A 地点 308 人/日 B 地点 353 人/日	98.6% 189.3%  205.3% 235.3%	・ほぼ目標値を達成している。

## 2. 地域流通の体制

### (取扱う農水産物)

今回の事業において、取扱う農林水産物は、農産物・農産物加工品（惣菜を含む）を中心とした事業が多数を占めていた。

農水産物の供給体制は、地元の農漁家の生産者グループとの連携から始まるものが多く、既存事業者（食料品店等）のようにネットワークを持っていない事業者（商店街組織や新規開業・新規分野参入者）が大半を占めていたことに起因すると言える。

次に水産物の取扱いに関しては、農産物と比較して鮮度の維持が課題となることから、水揚げの現場からの距離等の問題があると言える。この課題への対応としては、盛岡市肴町商店街振興組合のように、水揚げの場となる宮古と商店街のある盛岡との間の交通網の改善により、移動時間が短縮された点を活用し、水産物の直送と経路沿いの農産物の共同配送を取り入れた仕組みで効率的に流通させている点は特徴的である。

また、水揚げ場と近い立地にある場所での取組みとしては、川之江栄町商店街振興組合、土佐市商工会宇佐支部、平戸物産振興組合があげられるが、地域の実情に応じ、いずれも取組の視点は異なる。特に土佐市商工会宇佐支部では、一本釣りのうるめいわしのブランド化、痛みやすいいわしの鮮度を保ちながら保存する方法の開発も行っており、流通面での特徴ある取組の一つである。

### (農水産物の仕入形態)

農水産物の仕入形態をみると、13事業者は仕入販売の形態をとっており、7事業者は場所貸し、委託販売の形態をとっている。

委託販売の場合、手数料は売上高の5%から20%の中で設定されており、15%が中心となっている。

### 20 事業者の地域流通の体制

	事業者	地域流通の体制（特徴）
1	ラブサムプロジェクト （北海道帯広市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域柄冬季は根菜類しかないという概念を取りさらい、通年、緑野菜の販売を行うことを目的に、近隣町村のビニールハウスで年中緑野菜を生産している農家と連携を構築。</li> <li>・地場産の加工物製造業と連携し十勝産ナガイモのスープや乳製品等の販売、他の生産者との情報交換により地元加工品の発掘作業を進めている。</li> </ul>
2	青森市新町商店街振興組合 （青森県青森市） 場所貸し、一部委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物の生産者側は、既存の農協系列や産直施設といった流通ルートに頼っており、思うような収益の確保が図れない実情があり、平成20年度よりテント市を開催し、多数の生産者・加工業者とのネットワークを構築。これらのネットワークを基本として供給体制を確保。</li> </ul>
3	盛岡市肴町商店街振興組合 （岩手県盛岡市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新鮮な魚介類を宮古市魚彩市場より直接仕入れ、盛岡と宮古を結ぶ国道106号沿いの旬な山菜、野菜を四季に合わせて販売。</li> <li>・盛岡宮古間の国道106号の高規格道路化により車での移動時間が短縮され、それを利用して宮古や国道沿いの農水産物の共同配送の仕組みで効率的に流通させている。</li> </ul>
4	マルセン食品 （宮城県南三陸町） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・南三陸町内の農漁家による地元生産者団体と契約し、地元農水産物を安定的に供給するシステムを構築。</li> </ul>
5	なかの食品 （山形県三川町） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物に関しては、地元産直店（産直みかわ）からまとめて仕入れる方法、水産物に関しては地元市場で直接目利きをして仕入れる方法、畜産物に関しては地元畜産業者から仕入れる方法で供給体制を構築。</li> </ul>

	事業者	地域流通の体制（特徴）
6	井筒屋 （新潟県村上市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・減農薬減化学肥料の生鮮野菜や地元（村上産及び岩船郡産に限定）の作り手がこだわりをもって作った農水産加工品の供給体制を構築。</li> <li>・規格品以外にも B 級品（はね出し品）等についても可能な限り提供いただき、特売商品として供給している。</li> </ul>
7	Made in 越後 （新潟県新潟市） 仕入販売、委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新潟市内で手に入りづらいものや安価にご提供いただけるものを中心に、市内および新潟県内の農産物生産者から直接仕入れ販売（一部委託）の体制を構築。</li> </ul>
8	泉町二丁目商店街振興組合 （茨城県水戸市） 場所貸し	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の農産物生産者、食品加工業者による直接販売の場を構築。</li> <li>・茨城県内名産品の実験的販売や地元中・高校生の体験販売も実施している。</li> </ul>
9	峯島商店 （千葉県いすみ市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元農産物は、自社において保有している地元の農家とのネットワークを最大限に活用。また、地元の各商店街、商工会を通じてその他の農家・業者との連携体制を構築。</li> <li>・水産品販売業者と連携し、地元水産品を活かした加工品を販売。</li> <li>・地元商工会などで開発した「タコカレー」「梨ゼリー」「ブルーベリー黒糖」など地域の特産品を仕入れ、販売。</li> </ul>
10	協同組合やまと商業活性化センター （神奈川県大和市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の地産地消に意識の高い農業生産者から仕入れ販売、およびイベント時の対面販売の体制を構築。</li> <li>・市内で調達できない農産加工品は神奈川県や（社）神奈川県観光協会の支援を受け、「かながわブランド」認定品や神奈川県のアンテナショップ「かながわ屋」の取扱商品の仕入れを行うことで幅広い品揃えを行っている。</li> </ul>
11	久里浜仲通り商店街振興組合 （神奈川県横須賀市） 仕入販売、一部委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の青果物生産者グループ、横須賀青果物㈱から青果物の供給体制を構築。</li> <li>・農産物のほかに、商店街の他店舗が協力し、三浦産の肉、乾物等の取扱いをすることにより、商店街全体で三浦産の農水産物、加工品の販売を行っている。</li> <li>・商店街の店舗からの出店も認めており、手数料を 10%（その内、2%は消費者に付加する商店街のポイントカードの特典にあてている）と設定している。</li> </ul>
12	ライブモール商店街振興組合 （静岡県浜松市） 委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地産地消による産業振興の一助として、浜松市中心部に環浜名湖圏の近隣町村の農水産物、特産品の販売体制を構築することにより、各地域の生産者の販路拡大を行った。</li> <li>・持込販売（手数料 10%）と委託納入販売（手数料 15%）を設定。</li> </ul>
13	飯田町商店街協同組合 （石川県珠洲市） 委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝市と運動させた地域農産物等の販売拠点を開設し、朝市組合と朝市組合に加入していない地元農家からの供給体制を構築。委託販売（手数料 15%）。</li> <li>・朝市の活性化のために、地元農家と朝市組合との引き合わせの役割も担う。</li> </ul>
14	漆市番 （石川県輪島市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大口の契約先や農協に野菜をおろしている農家とはあえて契約せず、自宅用に野菜を作っている小口農家を集約し、ネットワークを構築。</li> <li>・自宅用に作っている余剰分を買い上げることで、農家は新しい収入源を見つけることができた。</li> </ul>
15	笑人堂 （福井県大野市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顔が見え、生産者のこだわりが伝わる流通を実現するため、今まで流通に参加できなかったこだわり農家と直接契約を基盤にし、各農家から仕入れた農産物を生鮮食品・加工食品として付加価値を付け、店頭販売している。</li> <li>・テイクアウトできるフードサービスを商店街で提供するために、地元農家直営の農産物加工所より材料を仕入れ、農家の売上の安定化を図る取組を開始（里芋コロツケの加工・販売）。</li> <li>・今春からは朝市組合との連携を予定。</li> </ul>

	事業者	地域流通の体制（特徴）
16	川之江栄町商店街振興組合 （愛媛県四国中央市） 場所の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣の農家や漁家の有志によるネットワークを構築し、水揚げしたての魚（スーパー等に出回りにくいもの）を中心に、商店街の通りの空間で生産者にとる直接販売の形態をとっている。</li> <li>・実証期間中は参加した方々の売上状況をみるために、無料で場所を提供した。事業性が見えてきたことから、出店者から出店料を徴収するシステムに移行する。 参加者説明会で実証期間以降は徴収システムに移行することを事前告知している。</li> </ul>
17	内子商店会 （愛媛県内子町） 委託販売、惣菜は買取販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元農産物が商店街に直接流通する体系を構築するために、町内の農家とのネットワークを構築。委託販売（手数料15%）</li> <li>・地元の農家と商店街内の飲食店とのネットワークを構築するために、地元の農産物を使用した地元飲食店の得意レシピ惣菜の販売も実施。</li> </ul>
18	土佐市商工会宇佐支部 （高知県土佐市） 仕入販売、外部製造加工品は委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宇佐うるめプロジェクト協議会で店舗を運営。</li> <li>・鮮魚は協議会が漁協原価で仕入。外部加工製造品は委託販売（手数料20%）。うるめいわしの調理商品は協議会で卸、販売価格を決定している。</li> <li>・高知海洋高校との連携により、一本釣りうるめいわしのブランド化に向けて、鮮度を保ちながら流通させるための、鮮度保持技術を用いた商品開発を行った。</li> </ul>
19	美容室シュプールエム （福岡県福岡市） 仕入販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡県赤村との連携により供給体制を構築。赤村側の供給体制としては、赤村特産品センターを窓口にして赤村の農産物と加工品を供給、朝採れ野菜の直送販売を行っている。</li> <li>・定期的に販促イベントを組み、生産者の対面販売、実演販売（餅つき）を実施。</li> </ul>
20	平戸物産振興組合 （長崎県平戸市） 場所貸し、委託販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣や離島の農漁業者とのネットワークを構築。当直売所の入会手数料としてコマ数分の料金を徴収。販売手数料は、農漁業者や加工品メーカーは売上の20%、土産物のように問屋を通したの納入品は売上の5%を徴収。</li> </ul>

### 3. 販売実績の状況

#### (1) 購買客数(日平均)

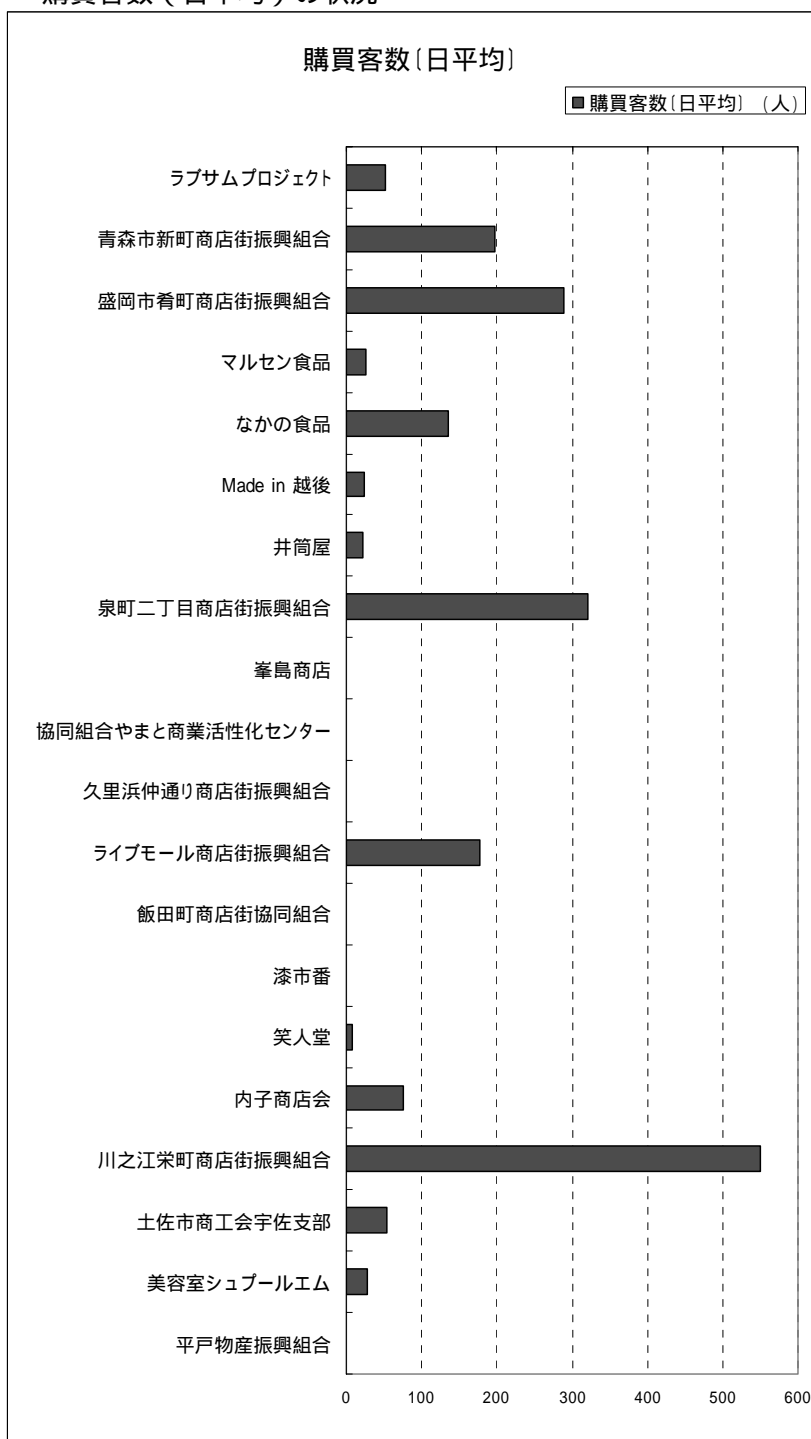
本事業において購買客数(レジ通過数)が把握できている事業者を対象に、購買客数(日平均)の状況を見ると、非常設型(定期的な実施)の川之江栄町商店街振興組合、泉町二丁目商店街振興組合において購買客数が高かった。

川之江栄町商店街振興組合は鮮魚店がなく、魚を中心とした定期市形式の開催、泉町二丁目商店街振興組合も農産物の店がない地区で農産物を中心とした定期市形式の開催で、いずれも農水産物の消費ニーズは高く、実施形態が定期的な開催であったこともあり、購買客数が集中したと判断できる。また、潜在需要としてかなりの購買客数を抱えているとも言え、今後、定期的な販売形態に移行しても需要があると言える。

次に、日平均の購買客数が高いところとしては、盛岡市商店街振興組合、青森市新町商店街振興組合、ライブモール商店街振興組合があげられ、この3地区はいずれも中心市街地の商店街である。なかの食品も山形県三川町内では店舗が集積する協同施設に立地(三川町内には商店街が存在しない)することから、中心市街地と同様に潜在需要を持っていることから、それらをいかに取り込んでいくかが課題となる。

他の地区に関しては、日平均の購買客数が100人を下回っており、「1.目標指標の達成状況」における、数値目標の達成に至らなかった主な要因にもあるように、顧客が定着していなかったり、冬季の端境期にあたり農産物の種類が限られ品揃えができなかったといったことが影響していると言える。

購買客数(日平均)の状況

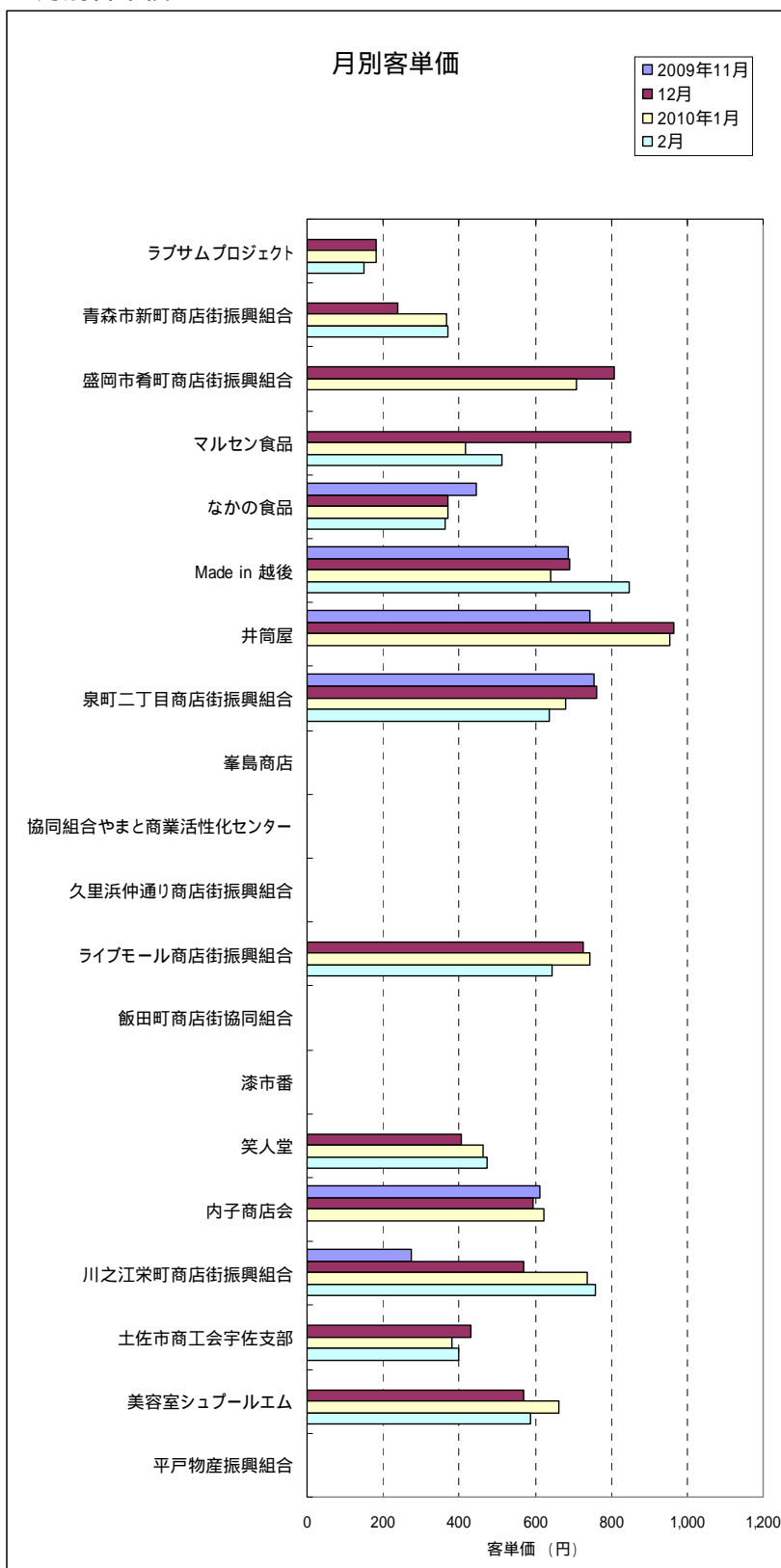


## (2) 月別客単価

本事業において購買客数（レジ通過数）が把握できている事業者を対象に、月別客単価（購買客数一人あたりの購入単価の月別平均）の状況を見ると、イトインを備えた井筒屋が、月別客単価が1,000円近くある。前述の購買客数（日平均）で特徴的であった非常設型の川之江栄町商店街振興組合、泉町二丁目商店街振興組合も700円近くと客単価が高い。

また、購買客数（日平均）が100人を下回っている地区で、月別客単価の推移を見ると、Made in 越後が700円台から800円台へと客単価を上げており、内子商店会、美容室シュプールエムも平均単価が600円台となっており、惣菜や加工品による客単価の底上げがみられる。

月別客単価



11月は店舗改装等の工事があるところは事業データなし。

2月は報告書作成の関係から集計ができる範囲でデータ提供を受けている。

### (3) 売上(日平均)

本事業において稼働日数が把握できている事業者を対象に、売上(日平均)の状況をみると、非常設型(定期的な実施)の川之江栄町商店街振興組合、泉町二丁目商店街振興組合は稼働日数が短く、1日の購買客数が高いことから、売上(日平均)も高くなっている。

常設店舗型では、盛岡肴町商店街振興組合が最も売上(日平均)が高く、前述の月別客単価、購買客数(日平均)の結果も高いことから、本事業の中では短期間で販売効果を出した事業者と言える。

なお、売上(日平均)の結果の多くは低いものとなっているが、多くの事業者が新規開業から2ヶ月もしくは3ヶ月のデータであり、概ね予測の範疇である。商業ベースに乗せるには、1年を通した販売データを把握することにより、季節に応じてどういった農水産物の需要があるか、どの程度の供給量が必要かといった消費者ニーズと農水産物の生産者側の供給量や四季を通じた供給バランスを把握し、適切な販売単価、仕入値等を設定することが必要と言える。

売上(日平均)

