

<第2章> 第2章は提案書を元に、市が検証し作成している。

3. 事業のコンセプトと目的

コンセプト 「地産地商への新たな挑戦」

奥出雲産直振興推進協議会は平成26年度に日本農業賞の「食の架け橋の部」で大賞を受賞した。これは会員の高齢農家が中山間地で少量多品目に生産した農産物を集め、地元直売所や兵庫県尼崎市のスーパーで定期的に販売し、「地産地消」と「地産都商」の両輪による農家のやる気と経済活動を両立している点が高く評価されたものである。しかし、一方で大きな課題も抱えている。

○現状の売り場は、農業で生計を立てようと考えている生産者にとっては、全体的に価格が安くなる傾向があるため、魅力的な売り場となっていない。⇒意欲的な生産者に支持される売り場が必要

○市内産直市はいずれも小規模で売上が低迷している（H27年度をピークに3年連続で売り上げ下降）。一方で地産都商は順調である。会員であれば誰でも出荷でき、出荷したものが全て売り切ってもらえることから、地元の産直市より「地産都商」を選ぶ生産者が多くなっている。売り場の品揃えが悪くなれば、消費者にとっての魅力も乏しくなる。

⇒“売れる”直売施設が必要（消費者ニーズを優先し、売れるものをつくる農業への転換）

そこで本事業では「地域でとれたものを地域で消費する」ことを再考し、これに対して徹底して取組む。雲南地域でのモデルとなる販売拠点をつくることによる一次産業の振興を目指していきたい。

4. 事業概要

- （1）産直事業 ～地域内の様々な生産物の需要を喚起する新たな産直事業～
- （2）加工事業 ～集客に資するとともに地域内の需要を喚起する加工事業～
- （3）交流事業 ～集客ならびに施設のファンづくりを行う交流事業

（1）産直事業

新鮮、安心安全の農産物を全国最大級3千人のネットワークからの出荷による県内最大級の直売施設を設置する。

1）新鮮、安心安全な農作物の強化

○GAP認証（JGAP、美味しまね認証、エコファーマー等）取得推進、栽培履歴等のIT化による支援

※GAPとは農業において食品の安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組みのこと。

- ・GAP手法をPRし、消費者に話題性を高める。
- ・自主的な農業残留検査やGAPの取組を継続するための特典や仕掛けを行う。

○意欲的な生産者の支援

- ・良質生産に意欲がある生産者の支援及び有機農産品等を求める消費者に対応するため、農業生産工程管理（GAP）等の基準を明示する販売コーナーを設ける。
- その認証生産者に対して、手数料減免、或いは特典をつけた奨励を行うことにより、安心安全な農産品の出荷量を確保し、店舗のイメージアップにつなげる。

2) 品揃えの強化

○POSデータ※を活用した生産者への働きかけ

- ・売れ筋商品、不足商品の情報提供を行うとともに、データを活用した個別営農相談・指導を行い、年間を通じた品揃えを目指す。

※レジで商品が販売されたときに記録される売上データ

○ITとAIを活用した品揃え強化

- ・出荷者や関係者にタブレット等を貸与して、それを活用して直売所の情報を発信する。

※「リアルタイム画像の送信」「追加商品の通知」「各情報共有」

※直売所の画像についてはAIによって顔を認知し、自動的に顔を塗りつぶして送信する。

○集荷の強化

- ・午前6時～午後2時までの集荷「午前集荷便、午後集荷便」を実施。
- ・雲南市（旧飯石）、雲南市（旧大原）、奥出雲町、飯南町のブロックに分けて集荷する。

○連携するJA等からの仕入れ

- ・端境期などJAしまね管内及び友好連携を結ぶJAから農産物を仕入れ販売する。

3) 多様な販路づくり

- 地産地商のハブ施設として集出荷設備を設置し、冷蔵・冷凍、小分け、分化等により民間、医療福祉施設への提供を行うとともにギフトや通販対応も強化する。

4) 栽培指導、作物品種誘導、各種情報機能の充実

- 圃場栽培研修会の開催と、優良生産者圃場での研修を行う
- 農薬適正使用、施肥指導、商品づくり、出荷誘導についてタブレット等を活用し推進する。
- 清算通知書や各情報伝達については、全てペーパーレスとして運用する。

5) 5年間の売上想定

(単位:千円)

科 目	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
生鮮野菜等	106,900	128,000	141,000	141,000	127,000
加工食品等	48,600	58,000	64,000	64,000	58,000
仕入商品	38,900	43,000	47,000	47,000	45,000
イベントブース売上	8,000	10,000	10,000	10,000	9,000
売上高計	202,400	239,000	262,000	262,000	239,000

(P22～24 参照)



スマートフォンで店内のリアルタイム映像を見ることができ、商品の売れ筋やお客様の出入りがすぐに分かる。

(2) 加工事業

本提案での加工事業では「集客につながるもの」をより重視することとし、加工場棟は作らず販売管理棟に付帯する小規模な加工場とする。加工事業者はテナント方式とし、主要テナントは「米粉・米粉パン（米活用）」、「スイーツ・ジェラート（牛乳活用）」の2社。その他、直営で惣菜事業も実施。

1) 加工①「奥出雲バター（仮称） 140㎡」

(単位:千円)

年度計画	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
店舗売上	18,900	25,000	32,000	38,000	38,000
外販				2,000	7,000
売上高	18,900	25,000	32,000	40,000	45,000



スイーツ（イメージ）

バターを中心に展開する事業を、木次乳業の協会社内に立ち上げる。木次乳業より生クリームを仕入れ、バターとバターケーキを製造する。その他、ジェラートについても製造販売し、イートインスペースで楽しんでもらえるようカフェオレなどの飲み物類も含めて販売する。たまたま立ち寄った観光客のみならず、市内外からスイーツを求めてわざわざ来る女性客の来店を想定している。



ジェラート（イメージ）

2) 加工②「株式会社大東農産加工所 100㎡」

(単位:千円)

年度計画	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
パン工房売上高	15,500	16,000	16,000	16,000	16,000
製粉売上高	2,500	3,750	5,000	6,250	7,500
売上高	18,000	19,750	21,000	22,250	23,500

雲南市大東町飯田にある(株)大東農産加工所が、米粉及び米粉パンを製造販売する。

【製粉事業】パンや麺に用いる米粉の微粉末は現在、県外で製粉しているので導入することによって市内のみならず県内メーカーに提供できるようになる。また、微粉末にあわせて導入するアルファ化製粉については、全国でも手掛けているところが少なく希少性がある。市内メーカー（菓子、製麺）への試験的な提供は既に行っており、今後、様々なメーカーより多様な米粉の加工品ができるようになれば、米粉商品がどこよりも充実していることを本事業の特徴にすることも可能であると考えている。



α化製粉用の製粉機

α化米粉の 多様な活用

パン、麺に活用	： グルテン等のつなぎの代わりになる グルテンフリーの商品が作ることができる
菓子、クッキーに活用	： 保湿性、保存性が高まる 冷めても固くならない特性がある
介護食、離乳食に活用	： とろみ添加物の代替ができる
備 蓄 食	： 火を使わなくてもそのまま水に混ぜて食べられる
新 分 野	： ライスペーパー(春巻きなどに活用) ライスマルク(牛乳の代替品として欧米で利用)

【製パン事業】

2011 年 9 月に出雲大東駅前にオープンした「米風香」を移転。
アルファ化米粉の製粉機を、いち早く導入し、この米粉の特徴
を生かした商品を開発していく。



大東農産加工所が経営する店舗「米風香」

(3) 交流事業

- 雲南圏域の農産物、加工品などの魅力によって集客する。そのために品揃えを強化する。売れ筋商品だけでなく珍しい山菜など市場には出回りにくいもの、バラエティのあるものが集まる売場を目指す。
- 端境期など品揃えが厳しいときでも、レイアウトを工夫したり、イベント等の企画により集客を目指す。
- デモキッチンでの食べ方提案、キッズコーナー、イートインコーナーなど女性層、ファミリー層に支持される設備や事業を展開する。
- 週末を中心に軒先部分等での催事や出店を推進する。設備面や出店条件を工夫することにより、多くの市内生産者、事業者が出店されるよう働きかけ、賑わいのある場を目指す。
- 近隣施設との連携した集客に心がけ、エリア全体が魅力的な場所になるよう取組をすすめる。
 - ・例年実施している「うなん幸マルシェ」を発展させた連携イベントを開催する。
 - ・尺の内農園と連携した農業観光エリアとして観光農園事業を展開する。
 - ・ふるさと尺の内公園との連携による散策コースづくり、里山の自然体験などを推進する。

1) 観光農園事業

(単位:千円)

年度計画	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
収量(kg)	3,100	3,100	3,200	3,300	3,500
生果パック販売	2,025	1,650	1,425	1,200	750
入園料	6,125	7,000	7,875	8,750	10,500
売上高	8,150	8,650	9,300	9,950	11,250



園芸ハウスのイメージ

園芸ハウスでイチゴを栽培し、収穫体験ができるようにする。管理
運営が可能な人材に運営を委嘱する。収穫体験の他に研修、新規就農者支援等としても活用する。
さらに販売管理棟や道の駅での買物や飲食、連携する尺の内農園での体験を加えて、本事業の近隣エリ

アでの滞在時間を延ばし、市の観光ポイントとして充実をさせる。

2) 調理体験

調理実習室を活用した調理体験も様々な展開ができると考えられる。
園芸ハウスでとれたイチゴや施設内で製粉した米粉を活用するスイーツをはじめ多様な調理体験を提供する。
また、食育活動など食の研修・教室の受入れを積極的に展開していく。



料理教室のイメージ

3) デモキッチン

食べ方提案をするために売場内にキッチンを設置する。スタッフが客前で調理し、試食を提供したり、惣菜をつくり提供する。
地元野菜、米粉、調味料をつかった料理のデモンストレーションにより来場者とのコミュニケーションを図り、地元食材の販促とともにリピーター確保につなげる。



デモキッチンのイメージ

4) キッズコーナー

ファミリー層の集客に向けて、店舗内に設置する。
滞在時間を増やす効果もある

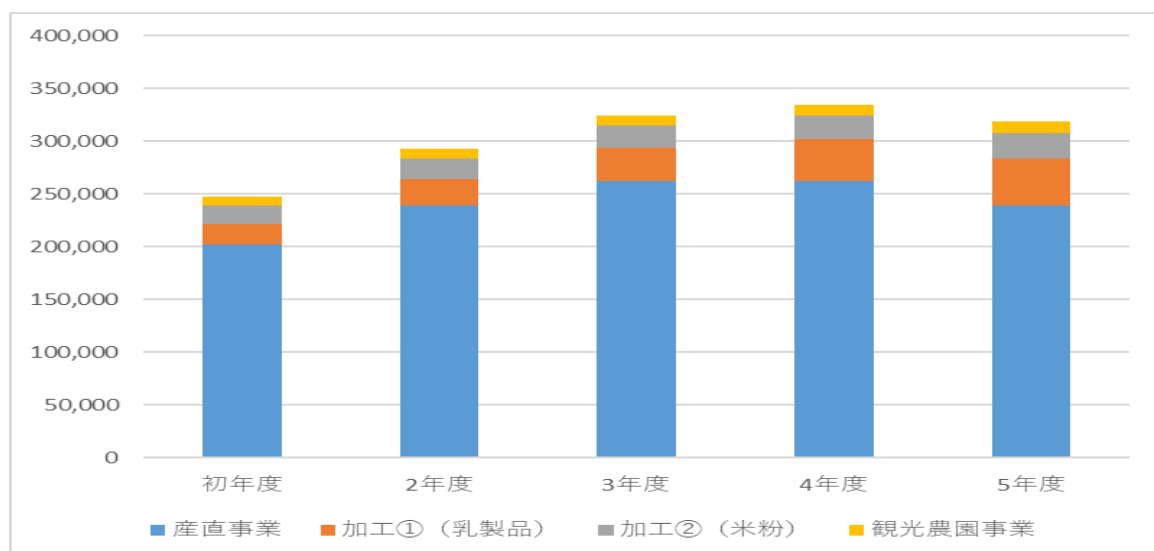


キッズコーナーのイメージ

(4) 主要事業の5年間の売上想定

(単位: 千円)

事業名	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
産直事業	202,400	239,000	262,000	262,000	239,000
加工①(乳製品)	18,900	25,000	32,000	40,000	45,000
加工②(米粉)	18,000	19,750	21,000	22,250	23,500
観光農園事業	8,150	8,650	9,300	9,950	11,250
合計	247,450	292,400	324,300	334,200	318,750



（５）雲南市としての具体的な生産振興策

（単位：千円）

１）５年間の生鮮野菜等の売上

科目	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
生鮮野菜等	106,900	128,000	141,000	141,000	127,000
加工食品等	48,600	58,000	64,000	64,000	58,000
合計	155,500	186,000	205,000	205,000	185,000

（P22～24 参照）

２）商品確保に向けたアプローチ

○木次道の駅に隣接する産直市「たんびにきて家」の売上が現状約４千万円であるので、上記の売り上げ想定額と約１．１億円～１．５億円分の差額がある。この差を埋めるため商品を集める必要があり、以下の３つのアプローチで対策を行う。

＜出荷量の増加＞

⇒アプローチ方法① 産直会員一人あたりの年間平均売上高は約２６万円（実質的な出荷者１．５千人／雲南市内産直市売上高３．９億円）で、上記の数値をクリアするためには、一人あたり７～１０万円を増やして、３３万円～３６万円／人にする必要がある。園芸品目に対する出荷奨励や集荷流通面の改善により、生産者個々の出荷額を向上させる。

⇒アプローチ方法② 契約出荷をしていただける法人等に対する支援を行う。ハウス施設整備の支援などを行い、量の確保とともに季節的な過不足の生じない計画的な出荷を強化する。

＜客単価向上＞

⇒アプローチ方法③ 市内事業者の出荷する加工品の商品開発を推進する。高価格帯の加工品の開発も推進し、客単価向上に貢献する。

3) 生産振興等に関する具体策

<生産振興に対する取組み>

取組①：ハウス施設整備（ハード）

リースハウス事業による新規整備や集落営農や法人組織等が所有するハウスの園芸活用を促進する。このことによって出荷数量が見込め、計画的に栽培が可能な出荷者との契約栽培を実施し、季節的な出荷量の過不足解消に向けて、現状行っていない、**契約出荷のルールを確立**する。

【H30～32 年度】県事業（新がんばる地域応援総合事業地域提案戦略支援補助金）の活用

【H29～33 年度】JA、市事業（園芸ハウス振興補助金）の実施

取組②：水田を活用する園芸品目生産支援

水田を活用して野菜等を生産出荷する場合に交付される経営所得安定対策等交付金制度により、産直出荷者上乗せ、ハウス利用出荷上乗せの交付額充実による出荷奨励を行う。

【H30～34 年度】国事業（経営所得安定対策等交付金）活用による水田活用園芸品目の産直出荷助成

<集荷流通に対する取組み>

取組③：農産物集出荷サポートの充実

園芸品目出荷に係る負担の軽減に向けて集出荷のサポート体制の見直しを行う。現状地元運送業者と連携し、毎日 20 か所程度の集荷場所をトラック 1 台で集荷を行っているが、朝夕 2 回の集荷体制と集荷施設の保管庫の充実により出荷の利便性を向上させ、出荷したくなるサポート体制を構築する。

【H33 年度】県事業（新がんばる地域応援総合事業地域提案戦略支援補助金）の活用により

出荷サポート体制整備（ソフト）&冷蔵保管庫の整備（ハード）

取組④：販売情報伝達システムの整備

H30 年度導入する新たな産直システムを活用し、出荷者が販売状況の情報を受信し、その情報を元に売れ筋状況の把握、翌日の出荷品目の選定を行い出荷の拡大を促進する。

【H30～33 年度】データ受信端末、ソフトの整備

<商品の開発に対する支援>

取組⑤：新商品開発に対する補助金

県、市等の補助金を活用して新商品開発を支援する。

【H31 年度～】県事業（島根型 6 次産業推進事業補助金）など

市補助（雲南市 6 次産業化・農商工連携推進事業補助金）など

5. 施設配置計画

(1) 全体平面図



- 国道 54 号線から入って正面に駐車スペースを確保し、その奥に販売管理棟を配置する。この配置が利用者にとって最も分かりやすく、利便性も高い配置であり、集客にも寄与すると考えている。
- 高低差をなくすことで進入路などの面積的なロスをなくしたことにより、駐車マスが多く確保できた反面、残土処理が大量に発生する。このことについては、できるだけ近い位置での残土処理場の確保と造成計画の工夫による残土搬出量の縮減に努めることとする。
- 販売管理棟の北側に園芸ハウスを設置した。尺の内農園にも隣接していることから連携を図ることができれば農業交流ゾーンとして相乗効果が見込めると考えている。また、イチゴ栽培に特に重要な日照時間も本事業エリアの中では最も期待できる場所である。



直売所事例(愛知県 でんまーと)
※ AI活用の最新直売所



直売所事例(大阪府 愛菜ランド)
※シンプル構造の平屋建を、目的別に別棟で配置。回遊性が高い。

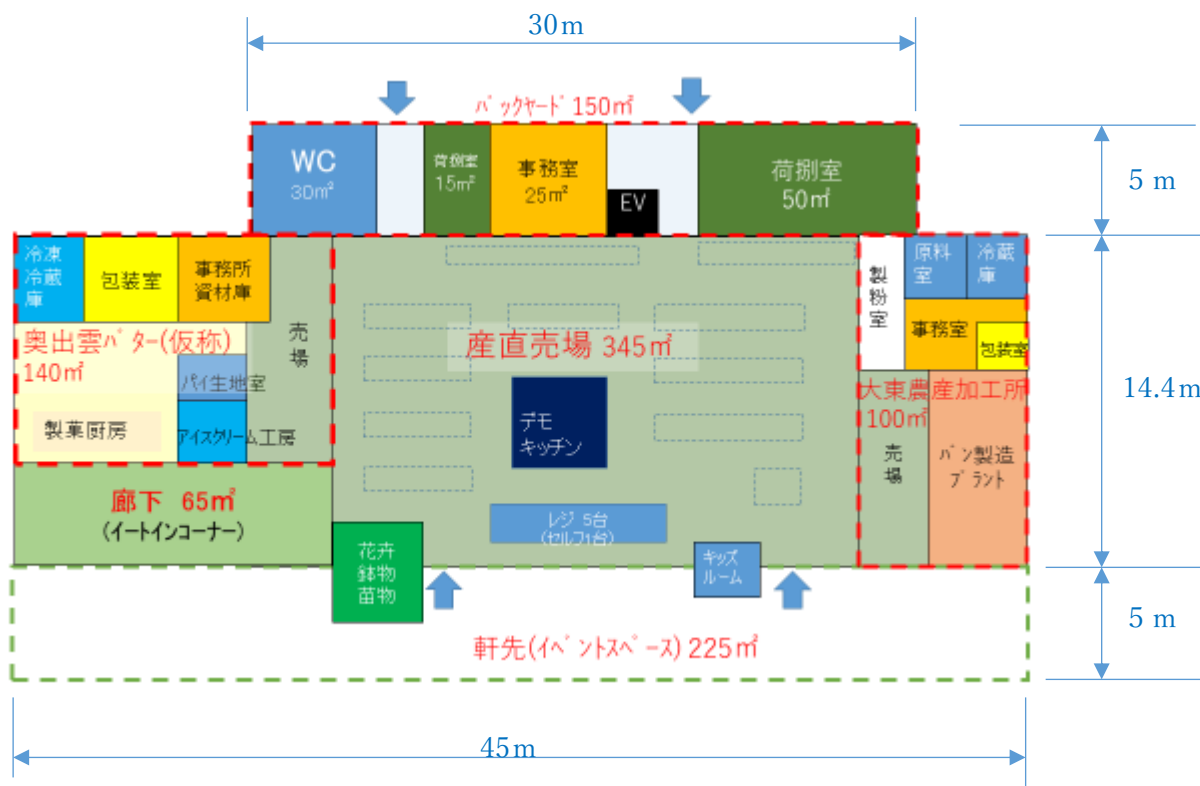


直売所事例(奈良県 道の駅かつらぎ)
※スタイリッシュな外観、内装
明るい大空間

(2) 販売管理棟

1) 一階平面図 (800 m²)

①売場面積 345 m² + 廊下 65 m² = 410 m² ②加工製造面積 240 m² ③バックヤード 150 m²



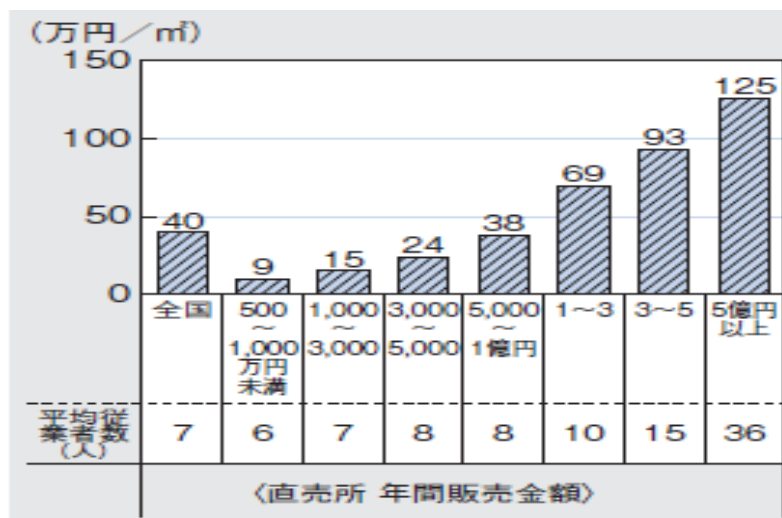
2) 2階平面図 (150 m²)

料理実習室 60 m²、休憩室 43 m²他



産直売場の面積の検証

直売所の売場効率(売場面積 1 m²当たりの年間販売額)



○売上規模 1～3 億円の

売場効率 69 万円/㎡

○産直売場の面積：345 ㎡

年間売上高の想定値

69 万円/㎡ × 345 ㎡ = 2.4 億円

となり、現在想定している売上高と合致するため、面積は適正である。

資料：①農林水産省「産地直売所調査結果の概要(平成 21 年度結果)」

注) 通年営業の直売所が 50%未満であるため 500 万円未満は省略

(3) その他の施設等

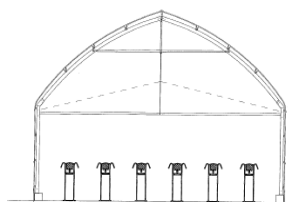
1) 園芸ハウス棟 (3 棟)

内 容：イチゴ養液栽培

ハウス：間口 8m × 3 棟 (60m、40m、30m)



園芸ハウスのイメージ



ハウス断面図

※栽培用のパイプベンチ：W300 × H1000 × 6 列

2) 駐車場

小型用駐車場は、道の駅既存駐車場を含めて 130 台程度確保する。

大型用駐車場は、道の駅既存駐車場を含め 12 台程度を確保する。

駐車ます数の検証

1) 小型車用駐車ます

合計 130 台【新設】小型車用 70 台、身障者用 2 台 ※8 台は既存駐車マスを移動したもの

(単位: 区画)

種別	計画 ます数	道の駅 ます数	新設する 駐車ます	交通量 (12時間) (台)	休日 係数	立寄率	ラッシュ率	平均 駐車時間 (分)
小型車	86	53	33	8,433	1.4	0.175	0.1	25
出荷者用	7		7					
従業員用	25		25					
計	118	53	65					
身障者	4	2	2					
合計	122	55	67					

JA 及び販売スタッフ 10 名
その他加工事業者 15 名

交通量を根拠とする以上の計算の結果、必要な駐車マスは 122 台分となったが、イベント開催する際には来場者はもとより、多くのスタッフも駐車するため駐車スペースの余裕は必要になると考えられ、提案書のとおり小型車のスペースが 130 台程度あることは過大ではないと考える。

2) 大型車用駐車ます

合計 12 台【新設】3 台、既存駐車マスの移動 9 台

(単位: 区画)

種別	計画 ます数	道の駅 ます数	新設する 駐車ます	交通量 (12時間) (台)	休日 係数	立寄率	ラッシュ率	平均 駐車時間 (分)	所有台数 (H27年度島根県)
大型貨物車	7	9		1,255	1.4	0.1	0.075	30	貨物 30,200 台
大型バス	2			73	1.4	0.25	0.25	20	乗合 1,760 台
計	9	9	0						

以上の計算の結果、大型駐車場 9 台という結果であった。しかし、集客の強化のためには観光バスの誘致は必須であり、現状の 9 台は国土交通省の管理のため観光バスの予約用に使用できない現状である。平面上余裕がとれば市が管理できる 2～3 台分の駐車ますを確保したい。

6. 管理運営計画

(1) 管理運営手法

- 施設運営にあたっては関係法令を遵守するとともに常に快適な利用ができるよう施設維持管理（清掃、植栽管理、メンテナンス）を徹底する。一定規模以上の修繕が必要になった場合には雲南市との協議を行い対応する。
- 安全、衛生管理に十分配慮し、管理責任者及び防火管理者を配置するとともに、スタッフへの研修を行う。万一、事故等の緊急事態が発生した場合には適切な処置を講じた上で、雲南市に報告する。
- 近隣エリアが一体的に魅力を発信できるよう隣接施設の事業者間で綿密に連携を図る。
- 情報発信においてはHP、SNSを充実させ、メディアの活用についても戦略的に実施する。また、尾道松江線沿線への情報発信のため、沿線道の駅での定期的なPRも実施する。

(2) 組織体制

<u>店 長 1名</u> JA 職員 管理職級	総括事務	・事業計画(企画、立案、進行管理) ・経理総括(売上、収支総合管理、POS システムの管理) ・販促・広告活動総括、人事、労務管理
	出荷者対応	・農家対応(会員管理、栽培・加工講習会、生産履歴管理) ・部会対応(生産部会調整、共販品出荷調整) ・品揃え対応(JA 間取引、市場、地元業者等)
	消費者対応	・クレーム処理、危機管理(店内事故、救急、盗難、災害等)
	売場管理	・テナント管理、売場構成、品揃え対策、品質管理、衛生管理
	施設管理	・施設維持管理、長期修繕計画
<u>正職員 2名</u> JA 職員 係長級 一般職	一般事務	・販促、イベント、広報活動(準備、実行、進行管理) ・売上管理(委託品・仕入品売上管理) ・POS 管理(マスタ・バーコード管理、売上情報配信、広告宣伝) ・経理(売上金管理、つり銭管理、精算、支払い事務)
	出荷者対応	・農家出荷(生産履歴・出荷・取引相談、追加出荷依頼) ・品揃え対応(商品発注・支払、在庫管理)
	消費者対応	・接客・案内、商品提案、クレーム処理、危機管理
	売場管理	・テナント対応、品質管理、包装・表示チェック
<u>スタッフ 7名</u> 嘱託職員 パート	売場対応	・レジ、試食コーナー、精米・サービスカウンター対応 ・接客、商品整理・補充、温度管理、店内清掃 ・品揃え品対応(出荷品クリーニング、小分け、包装、値付け、陳列)
	消費者対応	・接客・案内、商品提案、宅配便受付・配送 ・危機対応(店内事故、防犯、救急、避難誘導等)

- 専門知識を有した人材を公募し、JA職員として雇用(店長を含む3名)する。JAの既存職員が経理、

労務管理等についてはバックアップする。

○スタッフとして農業の専門性のある嘱託職員と接客力に長けたパートスタッフを配置する。

※計画段階については、JA内に3名(企画職1、営農職1、女性部等組織対応職1)の担当をおき、準備をすすめる。

7. 事業計画

(1) 事業費の概算

項目	内 容	概算事業費(千円)					備 考
		当初 基本計画	JA提案		概算事業費		
用地 買収費	用地約1万㎡(雑種地、山林等)、立木補償	74,000	74,000		74,000		
測量 試験費	地形測量、造成計画、用地測量調査、地盤調査、建築設計、設計監理	71,000	71,000		71,000		
造成等 工事費	造成(掘削、残土処理、法面整備)、水路、上下水道接続(補強)、舗装、植栽、照明サイン、準備工(工事用道路等)	111,000	131,000		131,000		計画変更により掘削量が増加。残土搬出(5km)で2千万円を増額。
補助金	加工事業の加工機材に対する補助(補助率1/2以下)	50,000	50,000		50,000		
建築 工事費	建築主体工事	364,000	340,500		337,000		単位面積当たりの建築費25万円/㎡をたたらば沓番地(地域活性化施設棟)の32万円/㎡に変更し、延床面積を1130㎡を、必要最低限の950㎡にした。
	・販売管理棟(1F)		(850㎡)	212,500	(800㎡)	256,000	
	・販売管理棟(2F)		(280㎡)	70,000	(150㎡)	48,000	
	・ハウス管理棟			40,000		30,000	園芸ハウス3棟。うち1棟を親苗づくりとハウス管理棟として活用。
	・園芸ハウス(3棟)			15,000			
	・看板工事			3,000		3,000	
備品等 整備費	備品、什器、調理機材	30,000	49,500		37,000		
	・POSシステム費(システム、レジ、バーコード機)			16,500		14,000	一部を他事業で実施
	・什器備品(販売台、冷蔵ケース、精米機)			20,000		20,000	
	・消耗備品(カート、買物カゴ、花筒)			3,000		3,000	
	・大型モニター(4m×3m)			10,000		0	必要性を検討し削除
合計		700,000	716,000		700,000		

○事業費は現時点での概算であり、今後の事業の精査や物価変動により変わってくるものと考えている。

今後、基本設計等を行う中で決定していく。

- ・建築費は、構造(鉄骨、木造、RC造)、仕様(市内産木材利用、自然エネルギー利用の有無など)によって変動する。市内産木材の活用については必須であるが、構造材として活用するのか、内装や什器類のみでの活用とするのか、エネルギーとしての活用を行うかなどについては基本設計時に検討し決定する。
- ・面積などの数値については、地形測量をしていないため、大きな誤差が生じている可能性がある。
- ・残土処理は運搬距離によって経費に大きな差異が生じる。

- ・販売や加工などについてはある程度明確になっているが、集客のための工夫についてはまだ固められていない状況であり、そのための設備などについては追加になる可能性がある。
- ・財源については過疎債の活用を想定しているが、施設、園芸ハウス、加工機械などについては補助金が活用できる可能性があるものはその獲得に努めることとする。
- ・ふるさと尺の内公園への園路新設、道の駅改修は本積算に入っていないが、一体感のあるエリアづくりのためには改修等が必要になってくると考えられる。

(2) 運営の長期収支計画

1) 入込客数及び年間売上額の想定

項目		規格・規模				備考
		小型車	大型車	観光(中型)	観光(大型)	
道路交通量 (県調査) (単位:台数)	交通量	8,433	1,328			H27年度／R54南加茂
	平日補正	1.1	1			※施設の新設効果を想定
	平日12H	9,240	1,300			
	休日補正	1.3	0.6			※休日の増減を想定
	休日12H	10,920	780			
立寄率	平日12H	5%	5%			
	休日12H	8.5%	5%			
12時間 立寄台数	平日12H	462	65	1.0	0.5	単位:台
	休日12H	928	39	4.0	3.0	〃
平均 乗車人員	平日12H	1.5	1.0	18.0	28.0	単位:人
	休日12H	2.5	1.0	21.0	34.0	〃
1日当 立寄客数	平日12H	693	65	18	14	〃
	休日12H	2,321	39	84	102	〃
日数 (単位:日)	平日12H	244	244	244	244	年間15日休む想定
	休日12H	106	106	106	106	
年間入込 客数	平日12H	169,092	15,860	4,392	3,416	単位:人
	休日12H	246,026	4,134	8,904	10,812	〃
	計	415,118	19,994	13,296	14,228	〃
	合計	435,112		27,524		〃
合計		462,636 人/年				
購入者率		35 %				
購入者数		161,923 人				
平均購買額		1,200 円				
年間売上額		194,308 千円				

※

この数値は、交通量をもとに施設運営に関する専門家（島根県6次産業化アドバイザーで、三次市内や道の駅高野の運営に関わっておられる方）によって試算いただいたものである。道の駅の約13～15万人程度のレジ通過者を含めて、約25万人以上の集客を想定している。

※平均購買額は広島県の事例を参照して1200円としているが、県内でも道の駅あらエッサの1,166円などの事例もあるので、今後、客単価向上に向けた商品開発や売場充実に向けて検討を

進める必要がある。

2) 初年度の損益計算書（産直事業）

科 目		金額 (千円)	備 考
1 経常損益の部			
【売上】			
生鮮野菜等	55%	106,900	} 194,300 (千円)
加工食品等	25%	48,600	
仕入商品	20%	38,900	
イベントブース売上		8,000	道の駅高野は2千万円
売上高計		202,400	
【手数料・収益】			
生鮮野菜等	17%	18,200	
加工食品等	20%	9,700	
仕入商品	40%	15,600	
イベントブース料	20%	1,600	
法人出荷会員	50 団体	250	会費5,000円
テナント料	2 団体	1,390	
売上高計	23.09%	46,740	①
【販売費及び一般管理費】	経費率		
人件費	55%	25,100	正社員3名、パート7名
役員報酬	1%	500	
法定福利費	15%	3,800	
福利厚生費	3%	1,400	
イベント集客費	3%	1,400	
その他管理費	30%	14,000	
販売費及び一般管理費計		46,200	②
営業利益		540	① — ②

<人件費試算>

部 門	職種	月額給与 (円)	賞与 支給月	人数	賞与額 (円)	年間合計 (円)
総 括	正社員	400,000	4	1	1,600,000	6,400,000
総務 企画部	事務経理	200,000	4	1	800,000	3,200,000
	企画営業	250,000	4	1	1,000,000	4,000,000
計				3	3,400,000	13,600,000
直売 店部	パート	150,000	2	2	300,000	4,200,000
	商品 管理員	120,000	2	1	240,000	1,680,000
		100,000	2	4	200,000	5,600,000
計				7	740,000	11,480,000
合計				10	4,140,000	25,080,000

3) 5年間の損益計算書（産直事業）

【売上】

194308

（単位：千円）

科 目	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
生鮮野菜等	106,900	128,000	141,000	141,000	127,000
加工食品等	48,600	58,000	64,000	64,000	58,000
仕入商品	38,900	43,000	47,000	47,000	45,000
イベントブース売上	8,000	10,000	10,000	10,000	9,000
売上高計	202,400	239,000	262,000	262,000	239,000
【手数料・収益】					
生鮮野菜等	18,200	21,800	24,000	24,000	21,600
加工食品等	9,700	11,600	12,800	12,800	11,600
仕入商品	15,600	17,200	18,800	18,800	18,000
イベントブース料	1,600	2,000	2,000	2,000	1,800
法人出荷会員	250	300	360	430	430
テナント料（バター、米粉）	1,390	1,385	1,385	1,385	1,385
売上高計 ①	46,740	54,285	59,345	59,415	54,815
【販売費及び一般管理費】					
人件費	25,100	29,111	31,966	32,085	29,460
役員報酬	500	500	600	600	500
法定福利費	3,800	4,400	4,800	4,800	4,400
福利厚生費	1,400	1,600	1,800	1,800	1,600
イベント集客費	1,400	1,600	1,800	1,800	1,600
その他管理費	14,000	16,300	17,800	17,800	16,400
販売費及び一般管理費計 ②	46,200	53,511	58,766	58,885	53,960
営業利益 ①－②	540	774	579	530	855

※加工事業はテナント料として売上に計上している。観光農園事業については安定するまでの数年は収支に計上しないものとする。なお、各加工分野の収支計算は資料編に掲載する。

4) 納付金制度について

- 利益あるいは売上げの一部を、雲南市に納入する納付金制度を導入する。
- 具体的な金額については近隣市町村の導入事例等を研究し、決定するものとする。

(3) スケジュール

