

Press Release



報道関係各位

2017年2月21日

株式会社リゾーム

＜農産物直売所の出退店動向の調査＞ 市場規模は3,500億円と急成長
小売りや流通ではない「本物感」を求める声からと判明
“地方産品”の注目により今後も成長の兆しが

株式会社リゾーム(本社：岡山県岡山市、代表取締役：中山 博光、以下 当社)は、当社製品の全国SC・ショップ・ブランド出退店データベース「SC GATE」を活用し2016年2月～2017年1月の期間を対象に、農産物直売所の出退店動向の調査を実施しました。

なお、本トレンドレポートは様々な業種に関するレポートやランキングを定期的に配信するものであり、2017年1月に配信の「和装・呉服編」に引き続き、第二弾としてご提供しております。

■集計概要

1. 集計期間：2016年2月1日～2017年1月31日
2. 対象業種：農産物直売所
3. 集計方法：SC・ショップ出退店データベース「SC GATE」での業種別集計結果をもとにした当社分析による。

■急成長の農産物直営所ビジネス

農産物直売所ビジネスが大きく伸びています。農林水産省の調査によると、農産物直売所の数は2005年2月の1万3,538カ所（2005年農林業センサス農山村地域調査）から2009年度の1万6,816カ所（2009年度農産物地産地消等実態調査,2011年発表）へと3,000カ所以上増加し、その年間総販売額が8千767百億円に達しているとしています。直売所1カ所当りの販売額では、2004年度に7千5百万円弱（2004年度農産物地産地消等実態調査）であったものが、2009年度では1億3千万円強（2009年度農産物地産地消等実態調査より算出）と大きく伸びています。

販売チャネルという視点では、農産物直売所というと「道の駅」を思い浮かべるかもしれませんが、道の駅も日経ビジネス(2013)によれば、国土交通省(当時は建設省)が1993年に103駅でスタートした「道の駅」が、2013年には1,000カ所を超え市場規模は3千5百億円となっています。

こうした農産物直売所成長の背景には表1の2011年の日本政策金融公庫の調査にもあるとおり直売所ならではの「鮮度が良い」「価格が安い」「味が良い」「安全・安心のレベルが高い」といったイメージがあることが考えられます。しかし、これらのイメージは特に農産物直売所だけが持つものではなく、たとえばイトーヨーカドーが「顔が見える食品。」をプライベートブランドとして投入するなど、多くの食品スーパーが目指していることと大きな違いがあるわけではありません。

では、なぜ今農産物直売所が成長しているのでしょうか。その一つの理由が先述の農業経営者記事に「お客様が直売所に行くのはこれまでの流通・小売に満たされない何か、いうなれば「本物感」みたいなものを求めているからなんだ」という言葉にあるのではないのでしょうか。また、これは農産物を供給する側の努力の結果でもあります「スーパーでは買えない商品がある」ことも農産物直売所の強みとしてあげることができるでしょう。

【表 1】

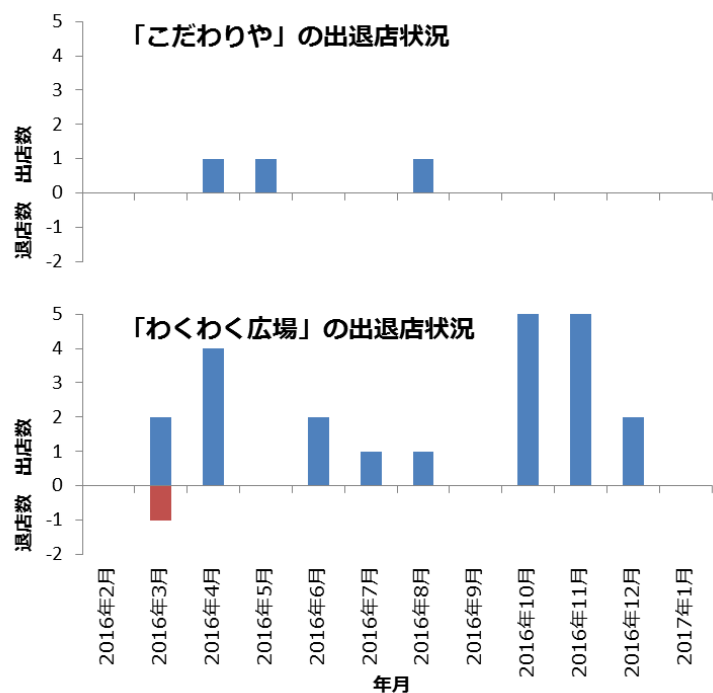
| | | | |
|---------------|---------------------|--------------|-------------------|
| 鮮度に対するイメージ | 鮮度が良い 80% | 変わらない 19% | 鮮度が劣る 1% |
| 価格に対するイメージ | 安い 56% | 変わらない 33% | 高い 11% |
| 味に対するイメージ | 味が良い 61% | 変わらない 38% | 味が劣る 1% |
| 安全・安心に対するイメージ | 安全・安心のレベルが高い 53% | 変わらない 42% | 安全・安心に不安がある 5% |

日本政策金融公庫(2011)「農産物直売所に関する意識調査」より

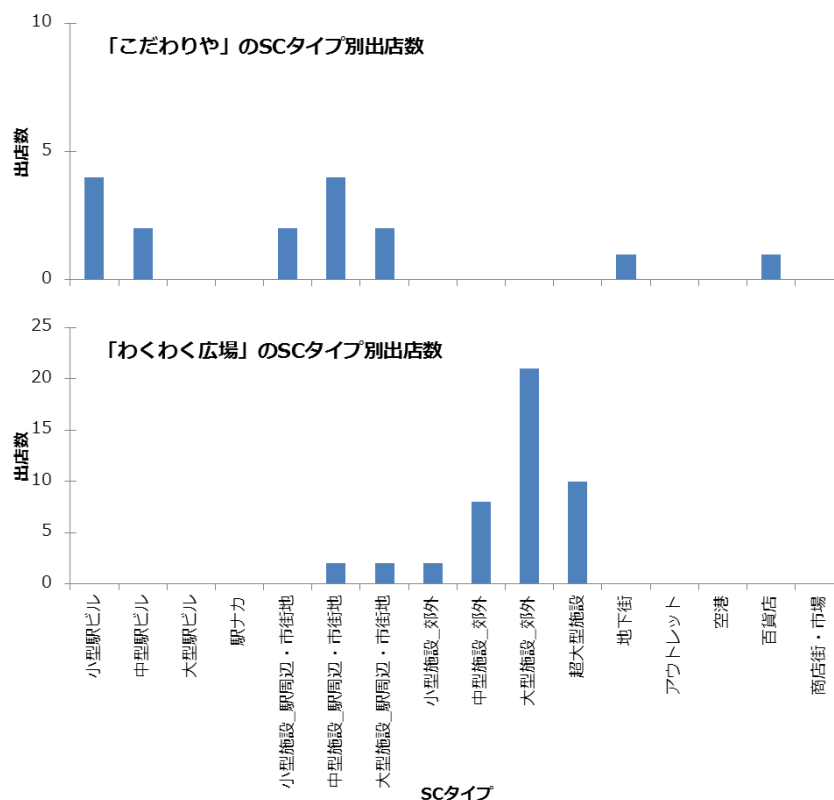
■SC GATE 上での出退店を見ても、市場の成長が見られる

上記背景から、SC GATE 上で農産物直売所の出退店について見てみましょう。農産物直売所は SC GATE 上では大業種：「食品」、中業種：「スーパー・コンビニ・グロサリーなど」に、小業種では「グロサリー・食品雑貨・食材調理材料」「物産展・特産品」に分類されています。SC GATE の食品大業種の出店ランキング 100 位までにランクインしている店舗のブランドでは株式会社こだわりや（東京都）が運営する「こだわりや」（小業種：グロサリー・食品雑貨・食材調理材料）、株式会社タカヨシ（千葉県）が運営する「わくわく広場」（小業種：物産展・特産品）が見つかります。いずれの出退店状況を見ても退店傾向というよりは出店傾向が強く市場の成長が伺えましたが、両ブランドが出店している SC には大きな違いがあり、「こだわりや」が首都圏の駅、駅周辺の通行量が多い SC に集中して出店することで有職女性の利便性ニーズに対応しようとしているのに対し、「わくわく広場」は中型以上の郊外型 SC に集中して出店することで都市生活者の郊外居住ファミリーのニーズに応えようとしているのではないかと思います。

【2 ブランドの SC 出退店傾向】



【2 ブランドの出店している SC タイプ】



■注目される“地方産品”によるさらなる成長の見込み

「わくわく広場」についてはSC GATEの年間出店ランキング（2016年2月1日～2017年1月31日）で年間22店舗と4位にランクインするなど、市場の成長だけでなく同ブランドの強い出店意向が伺えます。同ブランドでは野菜ソムリエを売り場に配置することで上述の「本物感」を強めるとともに、農産物直売だけでなく地方から取りそろえた地方産品も取り扱っており、売場を見ていると「コーヒーと輸入食品のワンダーショップ」「路地裏の宝探し」を自称するカルディコーヒーファームの「地方版」のように受け止められているのかもしれません。

【SC GATE / 2016年11月18日時点の食品部門出店ランキングより】

食品大業種の年間出店数ランキング

| 順位 | ショップブランド名 | 中業種 | 小業種 | 出店数 | 前年比較 |
|----|---|------------------------|------------------------|-----|------|
| 1 | KALDI COFFEE FARM | スーパー・コンビニ・グ ローサリーなど | グローサリー・食品雑貨・ 食材調理材料 | 32 | +7 |
| 2 | ピアードパバの作りたて工房（株式会社麦の穂） | 菓子 | 洋菓子全般 | 27 | +9 |
| 3 | サーティワンアイスクリーム （B-Rサーティワンアイスクリーム株式会社） | 菓子 | アイスクリーム | 26 | -12 |
| 4 | わくわく広場 | スーパー・コンビニ・グ ローサリーなど | 物産展・特産品 | 22 | +18 |
| 5 | TOMIZ | スーパー・コンビニ・グ ローサリーなど | グローサリー・食品雑貨・ 食材調理材料 | 18 | +18 |
| 6 | 久世福商店（株式会社サンクゼール） | スーパー・コンビニ・グ ローサリーなど | グローサリー・食品雑貨・ 食材調理材料 | 16 | +3 |
| 7 | GODIVA | 菓子 | チョコレート | 14 | -4 |
| 8 | 日本一 | 総菜・デリ | 和総菜 | 13 | -4 |
| 8 | LUPICIA | その他食品 | コーヒー・茶 | 13 | -3 |
| 10 | おかしのみちおか | 菓子 | その他菓子 | 10 | +6 |
| 10 | TOMONY | スーパー・コンビニ・グ ローサリーなど | コンビニエンスストア | 10 | +9 |

地方産品は先に紹介した2つのブランドでも扱われていますが、昨今コミックやテレビ番組などで地方産品が取り上げられることも多く、また、ふるさと納税、地方創生など「地方」が全国的に注目される中、道の駅やその地方の食品スーパーまで行かなくても買えるということがプラスに作用していると思われます。そういう意味では多くのSCにある食品スーパーの弱点を補う存在としてこうした農産物直売所(+地方産品)をポジショニングできるのではないのでしょうか。

■「リゾーム 全国商業施設トレンドレポート」シリーズとは

当社製品「SC GATE」は、商業施設におけるショップ・ブランド出退店状況を、月別時系列に検索できる業界最大級のデータベースです。全国4,400商業施設と17万ショップ・ブランドを318業種に分類し、その出退店情報は毎月更新しており、すでに過去4年分近くが蓄積されました。SC GATEから読み取れる業種別の出退店トレンドは、ここでしか得られない貴重な情報となっております。当社は2017年1月より、様々な業種に関するレポートやランキングを定期的に配信・ご提供いたします。※2017年2月21日現在では、4,427商業施設、17万1,242ショップ・ブランドを掲載しております。

■株式会社リゾームについて

お客様の「情報価値」を最大限に引き出し、経営の成果に結びつける事を当社の存在目的として、「今を活かし、未来を創造する」を経営理念と定め、百貨店・SC・専門店などの流通・小売業界を中心に事業を展開しています。当社の分析システムは約600SCに導入、出退店データベース「SC GATE」を導入いただいている企業様の運営施設は約2,000SCに上り、この分野ではシェアNo.1(※)となっております。

※一般社団法人日本ショッピングセンター協会の発表によると、全国のSC数は3,244です。(2016年12月末現在)

■会社概要

会社名：株式会社リゾーム

所在地：《本社》 〒701-0165

岡山県岡山市北区大内田 675 テレポート岡山 5F

《東京オフィス》 〒104-0042

東京都中央区入船 1丁目 5-11 弘報ビル 4F

《大阪オフィス》 〒532-0011

大阪府大阪市淀川区西中島 5-14-10 新大阪トヨタビル 7F

代表者：代表取締役 中山 博光

資本金：5,265万円

事業内容：

○流通小売業向けソフトウェア・クラウドサービス企画・開発・販売

戦略会議NEXTシリーズ…顧客分析システム・デベロッパーマネジメントシステム

コミュニケーションウェア…BOND GATE

クラウド型 SC 向け営業管理…交渉管理 ware

○サービス運営事業

流通小売業向け Web サービス運営…SC GATE・出店ダイレクト

一般消費者向け Web サービス運営…MallNavi/MallNavi Job/SC ビジネスダイレクト

○各種コンサルティング

マーケティングコンサルティング・リーシング情報支援

顧客分析レポート・ID-POS データ分析レポート・ショップ実績分析レポート

Web サイト : <http://www.rhizome-e.com/>