

地産地消・6次産業化の推進に向けた  
事業環境整備業務  
報告書

平成28年3月



# 目次

## はじめに

|      |   |
|------|---|
| はじめに | 1 |
|------|---|

## 本業務の概要

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| 1. 地産地消・6次産業化の推進に向けた事業環境整備について | 2 |
|--------------------------------|---|

## 地産地消・6次産業化の推進に向けた課題

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 1. 地産地消・6次産業化の推進に向けた課題まとめ        | 3 |
| 2. 生産面における地産地消・6次産業化の推進に向けた課題    | 3 |
| (1) 市内産農産物の生産力及び供給力の不足           | 3 |
| 3. 流通・販売面における地産地消・6次産業化の推進に向けた課題 | 5 |
| (1) 市内産農産物を購入できる場所や機会の不足         | 5 |
| 4. 消費面における地産地消・6次産業化の推進に向けた課題    | 6 |
| (1) 市内での買い物困難地域の存在               | 6 |
| (2) 市内産農産物の魅力の認知度不足              | 7 |

## 地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策の提案

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 1. 地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策のまとめ       | 8  |
| 2. 生産面における地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策    | 9  |
| 提案(1) 農業経営の維持・発展に向けた支援            | 9  |
| 提案(2) 未利用資源等の活用による農業所得の向上         | 10 |
| 提案(3) 農作業関連の労働負担軽減                | 11 |
| 3. 流通・販売面における地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策 | 12 |
| 提案(4) 身近に市内産農産物が買える機会の提供          | 12 |
| 提案(5) 市内産農産物を事業者へ供給する仕組みの構築       | 13 |
| 4. 消費面における地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策    | 14 |
| 提案(6) 買い物困難地域における市内産農産物の消費拡大      | 14 |
| 提案(7) 地産地消の気運の向上                  | 15 |
| 5. 地産地消・6次産業化の推進に向けた事業環境整備の全体像    | 18 |

## 参考資料

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. 既存情報の整理</b> . . . . .                        | <b>19</b> |
| (1) 市内農業について . . . . .                             | 19        |
| (2) 市内買い物環境について . . . . .                          | 26        |
| <b>2. 高齢化社会における買い物環境の向上に向けたアンケート調査結果</b> . . . . . | <b>28</b> |
| (1) アンケート調査概要 . . . . .                            | 28        |
| (2) アンケート調査結果（単純集計） . . . . .                      | 29        |
| (3) アンケート調査結果（クロス集計等） . . . . .                    | 53        |
| <b>3. 地産地消・6次産業化の推進に向けたヒアリング調査結果</b> . . . . .     | <b>59</b> |
| (1) ヒアリング調査概要 . . . . .                            | 59        |
| (2) 事業者ヒアリング調査結果 . . . . .                         | 59        |
| (3) 高齢者ヒアリング調査結果 . . . . .                         | 63        |
| <b>4. 地産地消・6次産業化の推進に向けた先進事例</b> . . . . .          | <b>65</b> |
| (1) 集荷システムの構築（富山県） . . . . .                       | 65        |
| (2) 未利用資源等の活用による農業所得の向上（栃木県） . . . . .             | 67        |
| (3) 買い物困難者対策の実施（徳島県） . . . . .                     | 69        |

## 付属資料

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. 高齢化社会における買い物環境の向上に向けたアンケート調査票</b> . . . . . | <b>71</b> |
|---|-----------|

# はじめに

伊豆の国市は伊豆半島の北部、田方平野のほぼ中央に位置し、豊かな自然環境や田園風景を保つとともに、東京からは100km圏域にあり、大都市とのアクセスも良く、温暖な気候に恵まれているなど住みやすい地域となっています。

また、本市の農業は、温暖な気候や恵まれた土壌を活かし、いちご、トマト等の施設園芸、畜産、露地野菜、ミカン、柿、水稻など多種多様な農畜産物が生産されています。しかし、全国的な状況と同様に、農業従事者の高齢化、後継者不足、遊休農地の増加、生産高の減少など、農業を取り巻く現状は厳しいものとなっています。

このような中、農業の生産基盤を着実に強化していくためには、伊豆の国市総合計画における農業の主要施策のひとつである地産地消の推進と、平成26年度から取り組んでいる6次産業化<sup>1</sup>の推進を連携させ再構築し、総合的に推進していくことが重要です。よって、地産地消・6次産業化の推進の観点から生産面、流通・販売面、消費面に分類した課題とその改善策を取りまとめるとともに、それぞれ各面の環境を具体的に整備していく方法を検討する必要があります。

また、近年、高齢化や地域の商店の減少などにより高齢者等を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞をしている買い物困難者の増加が全国的にも課題となっています。伊豆の国市の高齢者においても、地産作物をよく知り、愛着を持ちながらも、地理的問題や交通環境等により食料品等を入手し難くなっています。高齢者にも、地産作物等を入手しやすい環境を整えることで、農業の課題のみならず福祉の課題への貢献も期待できます。

こうした取り組みを市民や市内事業者と連携して着実にを行い、市民が地産作物に愛着を持ち、積極的に消費することで、他地域から見た市内産農産物が伊豆の国市の魅力となります。さらには、他地域の消費者が伊豆の国市産農産物に魅力を感じることで、地産外消への展開や6次産業の多様化も期待できます。

これらを踏まえ、地産地消・6次産業化を推進する環境整備を目的とした各種調査を行うとともに、平成27年8月から3月まで4回にわたり、学識経験者や地域の関係者、有識者による意見を伺い、本報告書を取りまとめました。

## 1 6次産業化

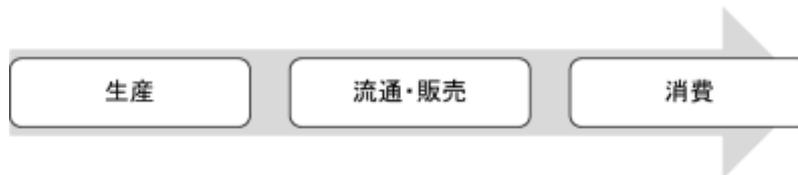
本報告書では、農林水産業の1次産業の従事者が、製造・加工（2次産業）、流通・販売（3次産業）までを手がける取組みに加え、1次産業の従事者が2次産業や3次産業の従事者と連携して所得増や地域活性化を目指す取組みを意味する。

# 本業務の概要

## 1. 地産地消・6次産業化の推進に向けた事業環境整備について

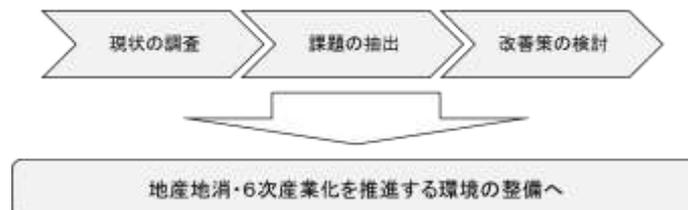
地産地消とは、地域で生産された農林水産物を地域で消費しようとする取組みで、食料自給率の向上に加え、直売所や加工の取組みなどを通じて農林水産業の6次産業化につながるものである。地産地消を推進することで、生産者と消費者の結びつきの強化、地域の活性化、流通コストの削減等につながる。(平成 26 年 8 月 農林水産省 地産地消の推進についての資料より抜粋)

地産地消・6次産業化を推進するためには、農産物<sup>2</sup>の生産、流通、販売、消費の各面での環境を整備する必要がある、各面での課題を抽出し、改善をはかることで、伊豆の国市内における地産地消および6次産業化を推進できる。本年度は、地産地消・6次産業化の推進に向けた事業環境を整備するために各調査を実施した。



伊豆の国市内の地産地消・6次産業化や、買い物環境の現状を把握することを目的として、既存情報を整理した。また、市内在住 55 歳以上の男女 1,100 名へアンケート調査を実施し、伊豆の国市内における消費者の買い物環境を把握した。ヒアリング調査では、高齢者向けの体操教室でグループインタビューを実施し、高齢者の買い物環境や意見を把握した。さらに、事業者へのヒアリング調査を実施し、事業の状況等を把握した。

これらの調査によって把握した情報をもとに、伊豆の国市における課題を抽出し改善策を提案する。



<sup>2</sup> 農産物

農業による生産物であり、穀物や野菜、果物、花き、茶、畜産物などを意味する。

# 地産地消・6次産業化の推進に向けた課題

## 1. 地産地消・6次産業化の推進に向けた課題まとめ

各種調査により、市内で地産地消・6次産業化を推進する上での課題を下記にまとめた。

| 分類    | 課題内容                      |
|-------|---------------------------|
| 生産    | 課題（1）市内産農産物の生産力及び供給力の不足   |
| 流通・販売 | 課題（2）市内産農産物を購入できる場所や機会の不足 |
| 消費    | 課題（3）市内での買い物困難地域の存在       |
|       | 課題（4）市内産農産物の魅力の認知度不足      |

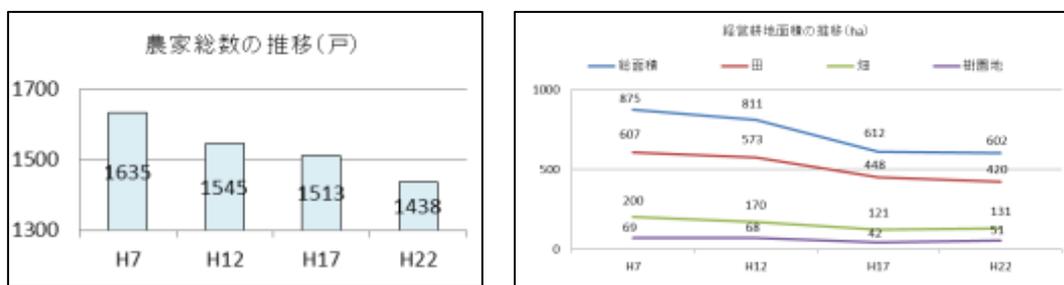
## 2. 生産面における地産地消・6次産業化の推進に向けた課題

### （1）市内産農産物の生産力及び供給力の不足

#### ①農家総数<sup>3</sup>および経営耕地面積<sup>4</sup>が減少傾向にある。

市内においても農家総数や経営耕地面積が減少しており、今後、高齢化が進むことで、さらに減少し、市内産農産物の生産力の低下が懸念される。市内の生産力を維持するためにも、農家総数や経営耕地面積を維持していくことは重要である。農家総数や経営耕地面積の減少は、高齢化や採算性の悪化等による要因が大きいと考えられる。市内産農産物の生産力を維持、向上させていくためにも、農業労働力負担の軽減や儲かる農業の実現を支援することで、経営耕地面積の拡大や新規就農が期待できる。

#### 【統計情報】



(伊豆の国市統計書 2015 のデータを使用※H7、H12は旧3町の合計値)

#### <sup>3</sup> 農家総数

経営耕地面積が10a以上の農業を営む世帯(自家消費含む)や10a未満であっても、1年間における農産物販売金額が15万円以上あった世帯を意味する。

#### <sup>4</sup> 経営耕地面積

農業者が耕作している農地の面積を意味する。(自分で所有している農地や借りている農地も含む)

## ②農産物の供給能力が需要に追いついていない。

体操教室<sup>5</sup>へのグループインタビューや事業者等へのヒアリング調査より、農産物の供給量に課題があることがわかった。市内の旅館や小売店等には、市内産農産物を使用したい意向はあるが、農産物の供給量が不足していることから、市内産農産物の使用につながっていない状況があった。市内産農産物の供給量を増やし、市内の事業者の需要に対応することで、地産地消や6次産業化を推進することができる。

### 【ヒアリング調査結果】

(市内小売店)

- ・市内産農産物は流通時間が短いため新鮮であり、生産者の顔が見えることにより安心につながる。より多くの量の市内産農産物を取扱いたいが、まとまった量を効率的に仕入れる方法がなく、小さいスペースしか確保できていない。

(旅館関係)

- ・市内産農産物の残渣を活用した「農土香」の堆肥を使って栽培した農産物を使用し、堆肥にするために残渣を提供する資源循環の取組みを進めたいが、市内産農産物の供給量が少ないため、旅館の需要を賅えず、取組みが進んでいない。
- ・市内産農産物を使いたい旅館は存在するが、供給量が不足しているため仕入れることができず、市内産農産物を売りにできない。

## ③農産物直売所へ安定した量の農産物が出荷されていない。

旬の時期に出荷が集中し、農産物直売所へ過剰に農産物が供給される時期が存在する。出荷の集中は、販売単価の下落を招き、専業農家の経営を圧迫することにつながる。また、家庭菜園の延長で農産物直売所へ出荷する出荷者は、安い価格で農産物直売所へ出荷する傾向があるため、農業経営として農産物直売所へ出荷することを促進する必要もある。

また、農産物直売所においては、売れ残り品を農業者が回収しなければならないことになっており、回収作業を負担に思う農業者も多く存在する。売れ残りを避けるために、出荷量を抑えたり、販売単価を下げて売り切ろうとするため、農産物直売所においても、売れ残りを出さない販売努力や活用方法を考案する必要がある。

### 【ヒアリング調査結果】

(市内直売所)

- ・短期間に同じ品目の農産物が大量に出荷されるケースがあり、販売単価を下げ合ってしまった。
- ・委託販売方式では、売れ残り品を生産者が引き取らなければならないが、引き取りの負担を避けるため、出荷量を抑えたり、追加の出荷をしない悪循環が生まれている。

### <sup>5</sup> 体操教室

市が取組んでいる要介護状態や寝たきりを予防するための運動をする体操教室を意味する。よいとこ教室、楽だら教室があり、おおむね65歳以上の方を対象としている。

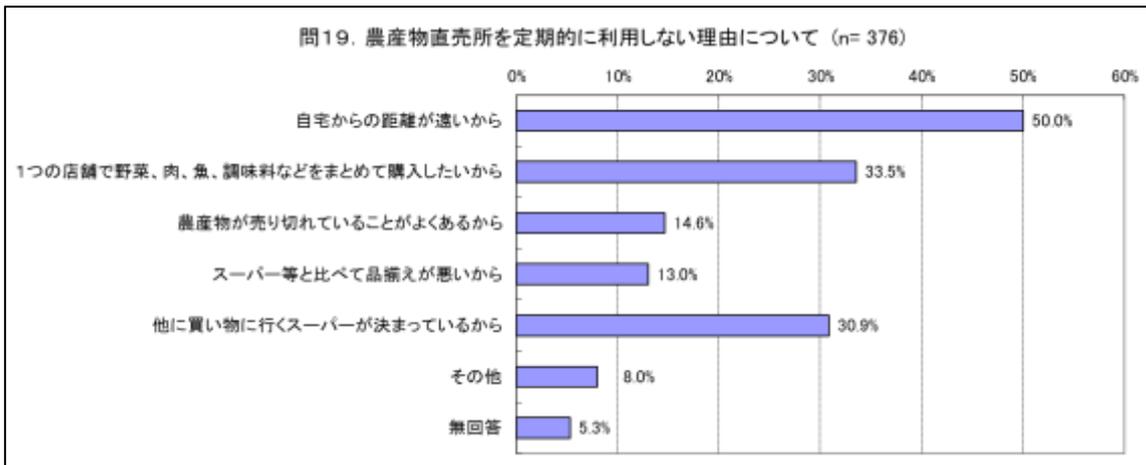
### 3. 流通・販売面における地産地消・6次産業化の推進に向けた課題

#### (1) 市内産農産物を購入できる場所や機会の不足

##### ①市内産農産物を購入できる店舗が居住地の近くにない。

現状では、市民が市内産農産物を購入する場合は、農産物直売所が主な購入場所となっている。しかし、市内産農産物を購入できる農産物直売所が居住地の近くに設置されていないため、市内産農産物を購入する障壁となっていることが考えられる。身近に市内産農産物を購入できる環境を整えることは、地産地消の推進においては、重要な位置付けとなる。

##### 【アンケート調査結果】



##### 【ヒアリング調査結果】

(体操教室)

- ・地場産野菜を食べたいと思うが、農産物直売所は遠い。車も運転できるが、くねくねした山道を走るのが怖いので利用できない。
- ・農産物直売所が近くにあれば利用したいと思っている。
- ・農産物直売所が近ければ利用する。例えば、道の駅伊豆のへそに、大仁まごころ市場ができたなら、今の位置より便利になる。

## ②事業者が伊豆の国市産の農産物を効率的に仕入れる方法がない。

市内事業者には、伊豆の国市産の農産物を取扱いたい意向はあるが、伊豆の国市産の農産物を効率的に仕入れる方法がない状況がある。事業者が必要な量の農産物を効率的に仕入れることのできる環境を整備する必要がある。

### 【ヒアリング調査結果】

(市内仲卸業者)

- ・市内産農産物を一元管理して、注文に対応してくれる業者があるとよい。
- ・市内産農産物を取りまとめる窓口があるとよい。窓口に頼めば、まとまった配送により農産物が手に入る体制を整えると地産地消を推進しやすいと思う。農家個人では対応しづらいと思う。

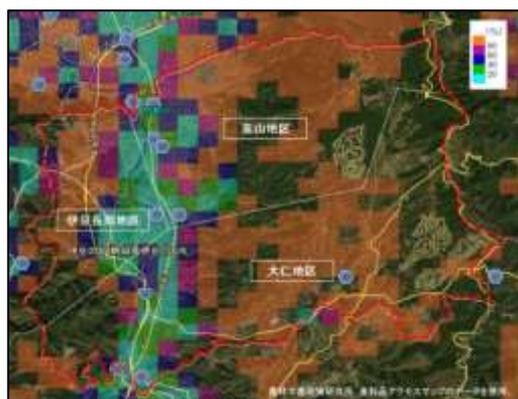
## 4. 消費面における地産地消・6次産業化の推進に向けた課題

### (1) 市内での買い物困難地域の存在

#### ①市内には買い物困難地域<sup>6</sup>が存在し、今後、買い物困難者が増加していく。

食料品アクセスマップ<sup>7</sup>によると、市内にも買い物困難地域が存在する。買い物困難地域は、市内産農産物を購入することをはじめ、生活に必要な食料品も購入するのが困難な状況となる。地産地消を推進する上では、伊豆の国市で獲れた農産物等を地域全体で消費していく取組みが重要であり、買い物困難者にも伊豆の国市産の農産物を購入できる環境を構築する必要がある。

### 【既存情報】



(食料品アクセスマップ)



(市内の食料品を扱う小売店マップ)

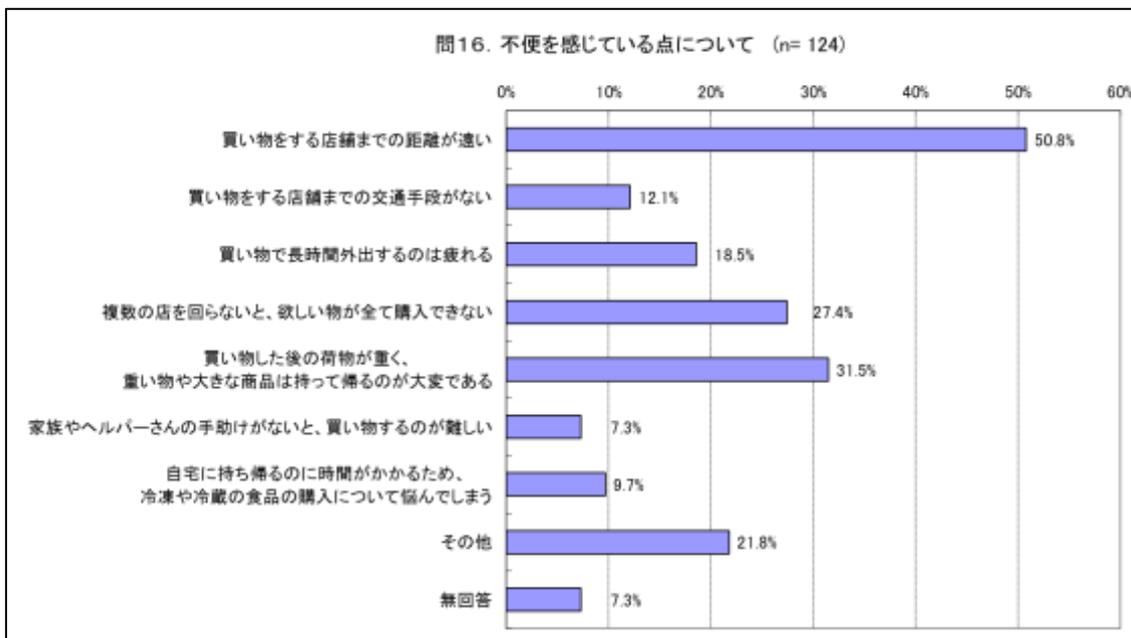
#### <sup>6</sup> 買い物困難地域

商店街や大中規模小売店への地理的なアクセス性から、日常の買い物に不便、困難を抱えていると思われる地域を意味する。

#### <sup>7</sup> 食料品アクセスマップ

生鮮品販売店舗への徒歩でのアクセスが困難（生鮮品販売店舗から直線距離で500m以上）である人口割合を推計し、地図上に示したマップを意味する。

【アンケート調査結果】



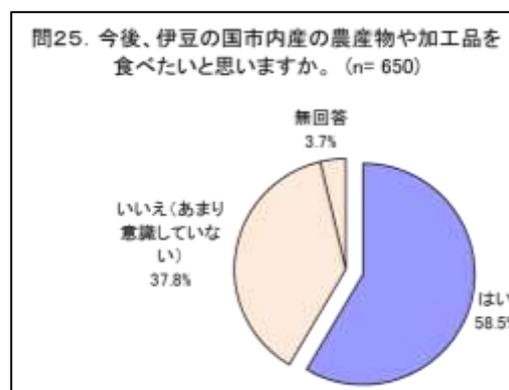
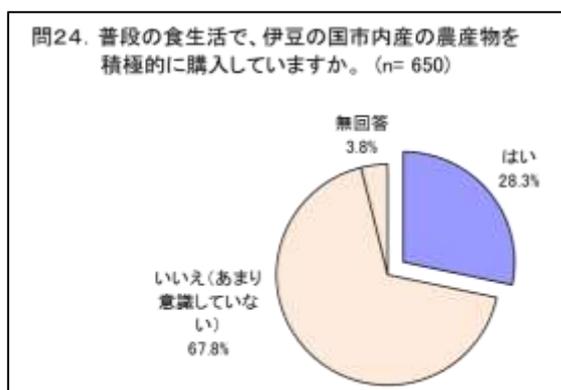
※普段の買い物に不便を感じていると回答した人（19.1%）を対象に不便を感じている要因を調査した。

（２）市内産農産物の魅力の認知度不足

①市内産農産物には関心があるが、積極的に購入している人が少ない。

市内産農産物を食べたい意向はあるが、身近に市内産農産物を購入できる環境がないため、積極的に購入している人の割合が低い。意向と行動に隔たりがあることから、市内産農産物や地産地消をPRし、地産地消の意識を持ち積極的な購入につなげる必要がある。

【アンケート調査結果】



# 地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策の提案

## 1. 地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策のまとめ

各種調査により、市内で地産地消・6次産業化を推進する上での課題を下記にまとめた。

| 分類    | 改善策の提案概要                    |
|-------|-----------------------------|
| 生産    | 提案（1）農業経営の維持・発展に向けた支援       |
|       | 提案（2）未利用資源等の活用による農業所得の向上    |
|       | 提案（3）農作業関連の労働負担軽減           |
| 流通・販売 | 提案（4）身近に市内産農産物が買える機会の提供     |
|       | 提案（5）市内産農産物を事業者に供給する仕組みの構築  |
| 消費    | 提案（6）買い物困難地域における市内産農産物の消費拡大 |
|       | 提案（7）地産地消の気運の向上             |

### 【課題と提案のまとめ】

|                                     |
|-------------------------------------|
| <b>課題（1）市内産農産物の生産力及び供給力の不足</b>      |
| <b>提案（1） 農業経営の維持・発展に向けた支援</b>       |
| ①農業経営の安定に向けたワークショップ等による支援の実施        |
| ②出荷時期をずらす取組みの促進・支援                  |
| <b>提案（2） 未利用資源等の活用による農業所得の向上</b>    |
| ①加工施設の設置                            |
| <b>提案（3） 農作業関連の労働負担軽減</b>           |
| ①集荷システムの構築                          |
| <b>課題（2）市内産農産物を購入できる場所や機会の不足</b>    |
| <b>提案（4） 身近に市内産農産物が買える機会の提供</b>     |
| ①市街地のスーパー等での市内産農産物の取り扱いの促進          |
| <b>提案（5） 市内産農産物を事業者に供給する仕組みの構築</b>  |
| ①市内産農産物を供給できる窓口の設置                  |
| <b>課題（3）市内での買い物困難地域の存在</b>          |
| <b>提案（6） 買い物困難地域における市内産農産物の消費拡大</b> |
| ①身近な場所への店舗等の設置                      |
| ②食料品を届ける仕組みの構築                      |
| <b>課題（4）市内産農産物の魅力の認知度不足</b>         |
| <b>提案（7） 地産地消の気運の向上</b>             |
| ①市民が農業や農産物に触れ合う機会や市内産農産物情報の提供       |
| ②市内産農産物を活用した加工品の開発・販売               |
| ③旅館や飲食店等での市内産農産物を活用したフェア等の開催        |
| ④地産地消・6次産業化推進事業者の認証制度の整備            |
| ⑤地産地消レストランの開設                       |

## 2. 生産面における地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策

### 提案（1）農業経営の維持・発展に向けた支援

#### ①農業経営の安定に向けたワークショップ等による支援の実施

地産地消・6次産業化を推進する上では、生産者の農業経営の安定が重要である。経営改善を求めている農業者や新規就農者に対して、専門家による経営力向上セミナーや個別経営相談会の開催等の支援を提供し、経営の維持・発展を図ることで、農産物直売所等へ安定して農産物を出荷できる農業者を育成することが必要である。

経営の維持・発展に向けた専門家による支援を静岡県がアグリビジネス実践スクールとして実施しているため、こういったスクールへ参加する農業者等を増加させるために、農産物のブランド化や6次産業化、販売方法等をテーマとした講習会やワークショップの開催、農産物直売所向けの農産物の紹介等を実施していく。家庭菜園の延長線上にいる出荷者に対しては、農産物の品質向上や生産量の増大をテーマとした講習会等を実施し、生産力を向上させる支援が必要である。他にも、経営耕地面積の拡大は、生産力の向上につながるため、農業者へ農地の斡旋や定年退職者の就農等を促す取組みも必要である。



#### ②出荷時期をずらす取組みの促進・支援

大仁まごころ市場<sup>8</sup>や伊豆の国農業協同組合では、農産物の旬の時期になると、供給過多となり販売単価が下がる場合があるため、収穫期をずらす取組みをすすめている。普及指導員<sup>9</sup>による技術的な指導や、パンフレット等の作成により、これらの取組みを支援することで、収穫期をずらす取組みを促進できることが考えられる。収穫期の長期化は、農業者の所得の安定化をはかることができる。

<sup>8</sup> 大仁まごころ市場

伊豆の国市田原野 440-4 に所在する農産物直売所のこと。

<sup>9</sup> 普及指導員

農業技術の指導を行ったり経営相談に応じたり、農業に関する情報を提供し農業者の農業技術や経営を向上するための支援をする都道府県職員の専門家のこと。

## 提案（２）未利用資源等の活用による農業所得の向上

### ①加工施設の設置

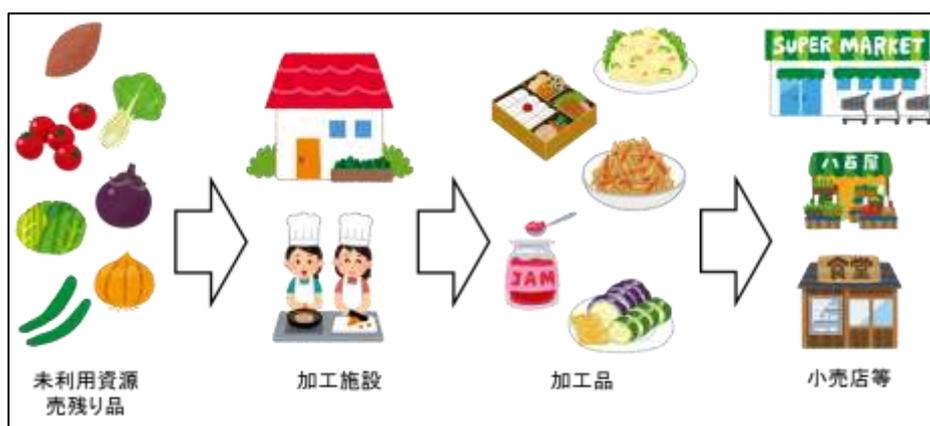
B 級品等の未利用資源や余剰生産物を販売できれば、農業所得を向上させることができ、農業経営の安定化や生産力及び供給力の向上につながる。B 級品等の未利用資源や余剰生産物を活用する方法としては、加工施設を整備することが考えられる。加工施設を整備することで、市内産農産物の生鮮品以外での流通につながるため、市民が市内産農産物にふれる機会も増加し、地産地消及び6次産業化の推進においては、強い原動力になる。

農産物直売所の出荷者においては、売れ残った農産物を回収に行くことが手間となり、売れ残りがでないよう出荷量を抑える傾向がある。こういった状況が、農産物直売所への出荷量増加の妨げになっている。売れ残った農産物や農産物直売所で捌ききれない農産物を活用できる体制を整備することで、農産物直売所への出荷を促し、生産量を増やす農家が現れることが期待できる。

まずは、市内農業者と事業者の交流や、民間事業者への製造委託等を促すことで、農産物の活用を促進し、農業者の所得向上につなげていく必要がある。また、加工施設を整備し、売れ残った農産物を買取り、回収の手間を省き、安心して生産量や出荷量を増やすことができる体制を整備することも期待されている。

#### 【加工施設の整備イメージ図】

摘果果実<sup>10</sup>等の未利用資源や直売所等で売れ残りとなった農産物を加工し、様々な小売店等に提供する加工施設を整備する。加工施設の整備は、農産物直売所へ出荷している農業者が多くの利益を得ることができるため、農産物直売所を運営している第三セクター<sup>11</sup>等が中心となって整備していくことが考えられる。



#### <sup>10</sup> 摘果果実

より果実を大きく生長させたい時等に、1つの果実に栄養が行き渡るように余分な果実を摘み取ることを摘果といい、その摘み取った果実を摘果果実という。

#### <sup>11</sup> 第三セクター

本報告書では、国または地方公共団体（第一セクター）が民間企業（第二セクター）と協力して設立した法人（株式会社等）を意味する。

## 提案（3）農作業関連の労働負担軽減

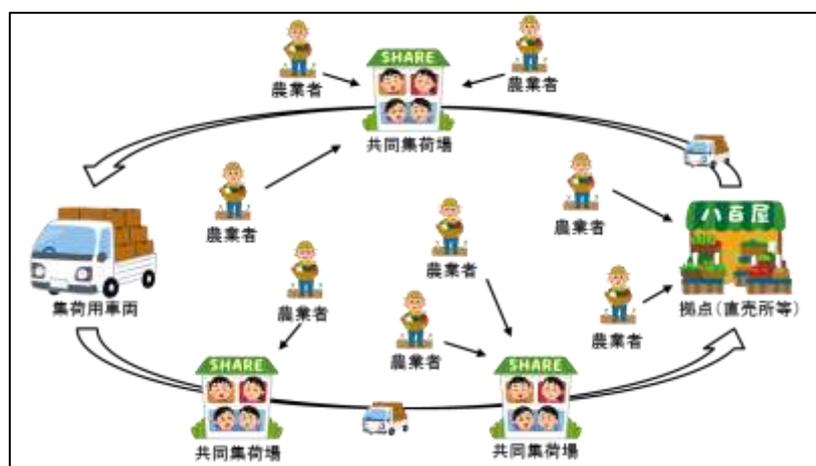
### ①集荷システム<sup>12</sup>の構築

生産力の強化においては、新規就農者を確保し、市内産農産物の生産力を維持・向上させていくことが望まれる。しかし、高齢化が進み農業者が減少していく中では、農業者の確保が難しい状況にある。まずは、既存の生産物や生産余力を活用し、市内産農産物の生産力及び供給力の強化をはかることが望まれる。

集荷システムを構築することで、農産物直売所に持ち込める農業者だけではなく、高齢化等を理由として農産物直売所に持ち込むことのできない農業者や農産物直売所に持ち込む時間のない専業農業者、農産物直売所から遠く農産物直売所に持ち組むことのできない農業者等から農産物を集荷することができ、既存の農産物を農産物直売所に集荷することが可能となる。また、生産余力の活用についても、集荷システムを構築することで、今まで出荷にかかっていた時間を生産にあてることができ、生産量の増加につながる事が考えられ、出荷ができないことで生産を辞めていた農業者が、出荷の手間がなくなることで生産を始めることも考えられる。

#### 【集荷システムのイメージ図】

民間事業者（第三セクター含む）を中心に、農産物直売所へ出荷する集荷システムを構築する。集荷を希望する農業者の意向によって、庭先集荷や共同集荷場の設置による集荷システムを構築する。



#### 12 集荷システム

通常、農産物直売所では、農業者が農産物直売所まで農産物を届けているが、より農業者の近くに出荷場所（共同の出荷場所や庭先など）を設定し、農産物直売所の従事者等が農産物を農産物直売所へ運ぶことを意味する。

### 3. 流通・販売面における地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策

#### 提案（4）身近に市内産農産物が買える機会の提供

##### ①市街地のスーパー等での市内産農産物の取り扱いの促進

市内産農産物を、農産物直売所だけでなく、よりアクセス性のよい市街地<sup>13</sup>のスーパーマーケットや駅等で販売することで、市民が市内産農産物を買やすい環境を整えることが可能となる。また、朝市やマルシェの開催、福祉施設や病院、市内の旅館、飲食店等へ農産物を供給することでも地産地消の推進につながる。伊豆の国市は、観光客も多いことから、旅館や飲食店へ市内産農産物を供給することで、市内産農産物のPRになるため、市内の事業者が連携し、農産物を市街地のスーパーマーケットや旅館等に流通させる取組みを実施していく。また、静岡県においては、しずおか地産地消運動として、スーパーマーケット等で地産地消フェア等の食と農の現場を結びつける取組みをしており、農業者へ積極的な協力を呼びかけ推進していく必要がある。

方法① 市民が農産物を購入又は飲食している場所に市内産農産物を届ける。

<市民の身近にある食料品と接する場所>

- ・市街地にあるスーパー
- ・飲食店

方法② 市民の生活圏に新たに市内産農産物を購入できる場所を設置する。

<市民の身近にある施設>

- ・伊豆箱根鉄道の駅（原木駅、韮山駅、伊豆長岡駅、田京駅、大仁駅）
- ・公民館
- ・病院等の入口スペース

##### 【イメージ図】

運営は民間事業者（第三セクター含む）が行うが、行政が異業種交流会を開催する等の支援を実施し、民間事業者の橋渡し役となることで、身近に市内産農産物を購入できる機会の提供を促進することができる。



(スーパーでの市内産農産物コーナーの設置)



(駅等での市内産農産物の販売)

<sup>13</sup> 市街地

本報告書では、国道136号線沿いの地域を意味する。

## 提案（５）市内産農産物を事業者に供給する仕組みの構築

### ①市内産農産物を供給できる窓口の設置

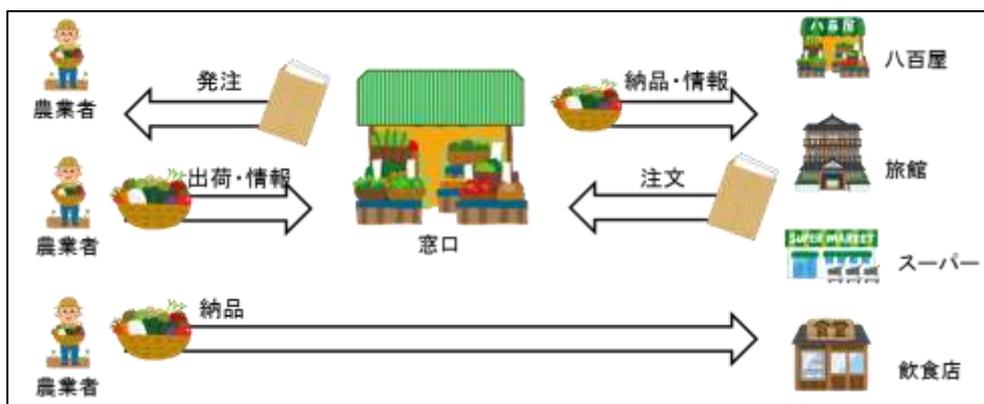
市内の事業者においては、市内産農産物を仕入れたくても、効率的に仕入れる環境がないため、事業者への農産物の流通が妨げられている。市内産農産物の発注を受ける窓口を設置することで、事業者等の需要を把握することができる。需要を把握することで、需要に合った効率的な生産が可能となり、需要に対応する流通網の整備に取り組むことができる。

まずは、供給量として取組みやすい中小規模の旅館等に農産物を納品できるルートを整備し、今後、他の市内事業者等へ農産物を供給できる流通網を拡大していくことが考えられ、こういった取組みを実施している民間事業者を支援していくことが必要である。

また、市内産農産物の情報（品目や収穫期等）を事業者が把握できていないことから、農産物の情報等をまとめて、事業者に提供する取組みも地産地消を推進するためには必要である。

#### 【窓口のイメージ図】

窓口は、市内農業者とのパイプがあり、市内産農産物を集めることのできる農産物直売所等を運営する第三セクターが担うことが考えられる。



#### 【情報提供のイメージ】

<情報>

- ・現在の旬な野菜の情報や来月の旬の野菜を紹介する。
- ・出荷量予測や生育状況を紹介する。
- ・農産物の紹介の他に生産者の紹介もする。
- ・農産物の食べ方・調理法を紹介する。

## 4. 消費面における地産地消・6次産業化の推進に向けた改善策

### 提案（6）買い物困難地域における市内産農産物の消費拡大

#### ①身近な場所への店舗等の設置

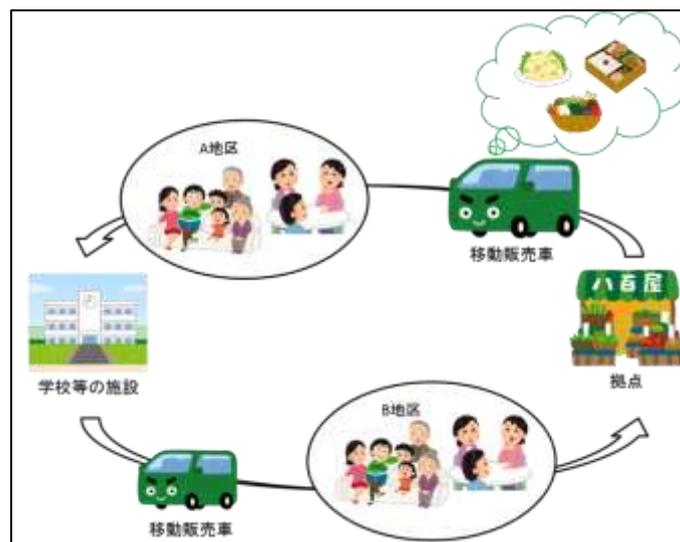
身近な場所への店舗の設置については、市内民間事業者が既に公民館等での無人販売の取組みを始めている。利用者からは好評を得ており、こうした取組みをしている事業者に対しては、公共施設等の場所の提供や無人販売所の PR 等の支援をすることで、運営事業者の負担を軽減させ、持続的な取組みに繋げていくことができる。

#### ②食料品を届ける仕組みの構築

食料品を届ける手段については、移動販売車や宅配の手段がある。買い物をする際に実際に商品を見て購入することを希望する市民が多いため、移動販売は市民の買い物へのニーズを満足させる方法の一つである。また、福祉の視点においても、一人暮らしの高齢者宅への見回り機能を果たせたり、栄養士による指導を受け、高齢者の健康に配慮した品揃えを基本とし、調理法情報の提供や利用する者のニーズの聴取など相互に会話することにより、新たなコミュニケーション環境が構築できるなど、高齢化が進む市内において期待できる仕組みである。

#### 【食料品を届ける仕組みの構築のイメージ図】

民間事業者（第三セクター含む）や農産物直売所を拠点として、農産物や加工品等の食料品を届ける移動販売車を整備することで、市民をはじめ、学校給食や福祉施設にも市内産農産物を届けることができる。また、市民のニーズとして、移動販売車には、農産物以外にも、肉や魚の他に、惣菜や日用品等の品揃えを望む声がある。



## 提案（7）地産地消の気運の向上

### ①市民が農業や農産物に触れ合う機会や市内産農産物情報の提供

市民が農業や農業者と触れ合う機会を提供することは、市内産農産物や農業者に対して、より強い関心を作ることができる。市内産農産物を購入したいが、農産物直売所までの距離が居住地から遠くて行っていなかった市民を誘導することができる。また、一般の市民には市内産農産物の情報の取得が難しいため、市内産農産物の種類や旬の時期等の情報を提供する。

これらの活動は、定年退職した世代が農業に触れ合うことで就農に繋がることや、農業を体験した児童が将来、就農することも考えられる。また、収穫体験した農産物を学校給食で使用したり、収穫体験や市民農園<sup>14</sup>等の開設も農業振興において重要なため、行政が主体となりこうした機会を設けるだけでなく、民間事業者や関係団体等が主体となって、市民が農業や農産物に触れ合う機会や市内産農産物情報を市民に提供する取組みを促進していく必要がある。

#### 【農業との触れ合いイメージ図】



(収穫体験)



(市民農園)

### ②市内産農産物を活用した加工品の開発・販売

加工品開発のメリットとしては、提案（2）①加工施設の設置に記載した内容以外にも、日持ちが向上し、流通させやすくすることができる。より市民の身近な場所で、通年を通して購入できるようになるため、民間事業者（第三セクター含む）を中心とした加工品の開発が望まれる。

また、加工品にすることで、お土産等として活用されることが期待でき、市民が自信を持って市内産農産物を活用した食品を贈り物として使用することで、地産地消の意識向上が期待できる。民間事業者による開発を促進し、行政が、民間事業者の開発した商品等を伊豆の国市の PR 資源と考え、伊豆の国市とともに、加工品を PR していくこともできる。

---

#### 14 市民農園

非農業者（サラリーマン、高齢者、児童等）がレクリエーションや生きがいをづくり、体験学習等を目的として、小面積の農地を利用して野菜や花を育てるための農園のこと。

### ③旅館や飲食店等での市内産農産物を活用したフェア等の開催

市内産農産物の収穫が集中する時期に、行政が橋渡し役となり、市内の旅館や飲食店等と市内産農産物を取扱う農産物直売所等が連携し、市内産農産物を活用したメニューを提供するフェア等を開催することで、市民を始めとした市内外の方に市内産農産物のPRをすることができる。

また、提案（４）①市街地のスーパー等での市内産農産物の取り扱いの促進にも記載したが、朝市やマルシェ等の取組みを、市内産農産物の収穫が集中する時期に限定して開催することで、農業者や事業者にとって、取組みやすい環境を整えることができる。

さらに、民間事業者に対して産地表示を促進することで、市内産農産物が注目され、市民が市内産農産物の魅力を再認識する機会につながり、地産地消の気運が高まることが期待できる。

### ④地産地消・6次産業化推進事業者の認証制度の整備

市内産農産物を取扱っている飲食店、スーパーマーケット等の事業者の認証制度を整備することで、民間事業者の地産地消への取組みを支援することができる。

認証された飲食店のマップや認証シール、看板等を作成し、情報発信の部分支援することで民間事業者が地産地消の取組みに参加しやすい環境を整えることができる。また、市民にとっても、市内産農産物が食べられる飲食店や市内産農産物が買えるスーパーマーケットを知ることができ地産地消の推進に繋がることが考えられる。また、飲食店や旅館などの観光客が訪れる事業者等にとっては、観光客へのアピールにも繋がるため、地産地消に取り組んでいる事業者を行政等が認証し、情報発信していくことは重要である。

また、地産地消に取り組んでいる事業者を認証し組織化することで、組織的な活動が期待でき、今後の地産地消・6次産業化の推進における取組みにおいて実施主体としての活動が期待できる。

## ⑤地産地消レストラン<sup>15</sup>の開設

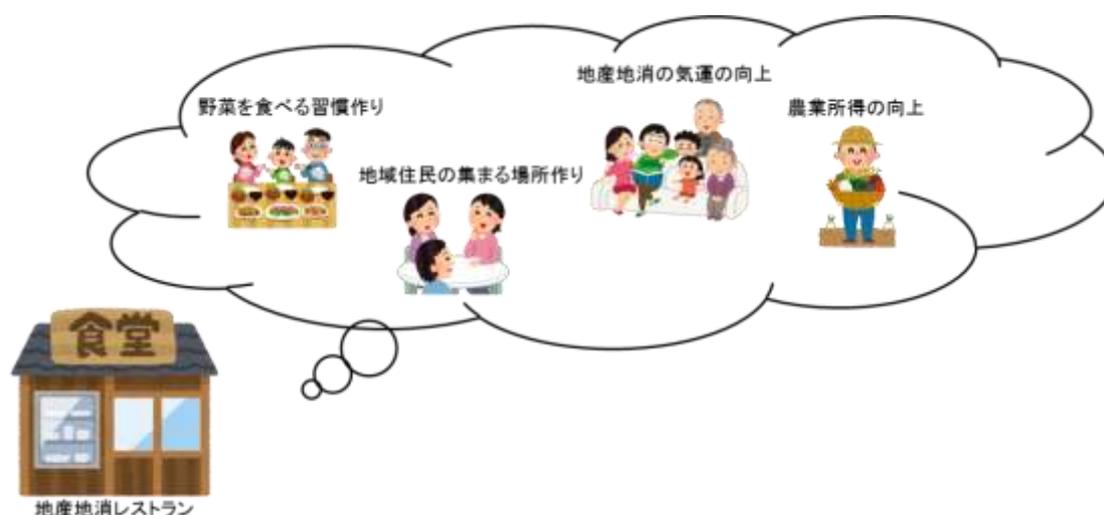
飲食店等での市内産農産物の活用は地産地消に直結する取組みとなる。シェフが市内産農産物を使用することで、市内産農産物の新たな魅力や加工方法のアイデアの発掘等にもつながるため6次産業化に繋がる可能性も期待できる。

まずは、農業者と飲食店等の交流会を開催し、飲食店と農業者を結びつけ、市内産農産物を取扱う飲食店等の情報発信をすることで、市内飲食店等での市内産農産物の活用を促進していく必要がある。

また、地産地消レストランは、地域住民が集まる場として活用でき、地域の結びつきを強めることもできる。また、食育の場として、野菜をたくさん食べる習慣を身につける料理教室の開講等、公益性も持ち合わせているため、民間事業者に限らず、第三セクター等による地産地消レストランの運営も考えられる。

### 【地産地消レストランの開設のイメージ図】

地産地消レストランの開設は、地産地消の推進、気運の向上、食育等の他にも、厨房で調理した弁当や惣菜等を市民や農業者に届けることも考えられる。



### <sup>15</sup> 地産地消レストラン

本報告書では、民間事業者（第三セクター含む）が農業者と連携し、市内産農産物を使ったメニューを提供する飲食店や農業者によって直接経営される飲食店を意味する。

## 5. 地産地消・6次産業化の推進に向けた事業環境整備の全体像

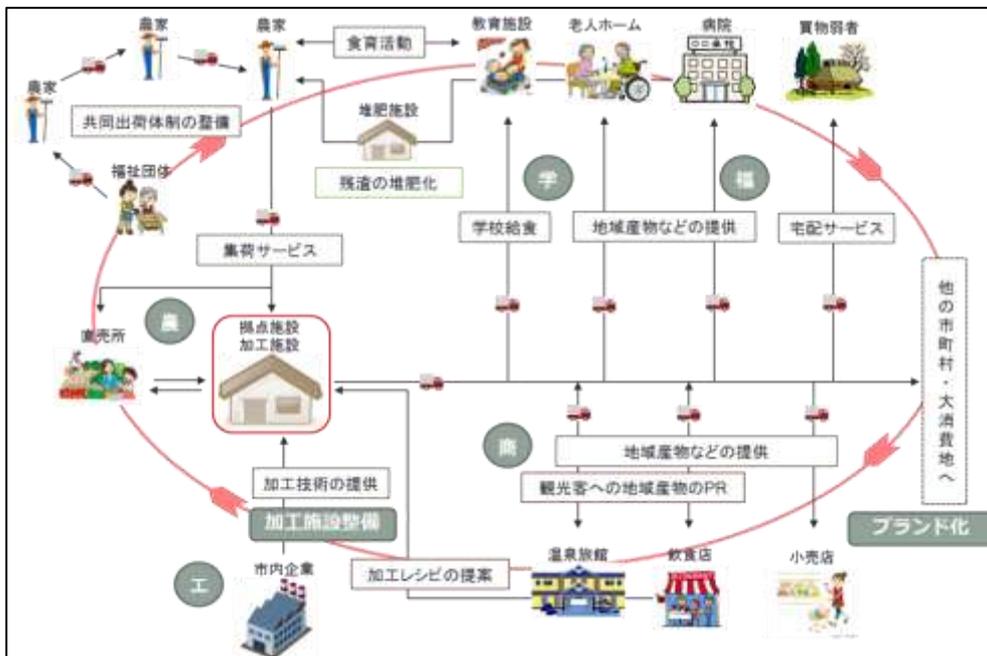
地産地消・6次産業化を推進するためには、農産物の生産、流通・販売、消費の各面での環境を整備する必要がある。地産地消は、生産から消費までの一連の流れによって実現が可能となるため、1つの面だけではなく、全ての面をバランスよく強化していく必要がある。生産、流通・販売、消費の各面がバランスを保つことで、生産から消費までを地域内で完結できる地域内流通システムが確立し、持続的な地域の発展を期待できる。

改善策を実施する上で、生産が先か、販売が先かという課題はあるが、本業務報告書で記載した改善策のできる部分から取組んでいきたい。できる部分や規模から取組むことで、長期的に見れば、自然とバランスが保たれ、地域内流通システムが確立できる。

地域内流通システムを確立することで、地域で生産した農産物を地域内の住民や地域内の飲食店、小売店等へ供給することができ、また、地域の農産物を食品製造業者をはじめとした商工業者に届けることで業種を越えた多様なマッチングの機会を創出でき、農商工福が連携した地産地消・6次産業化を推進する事業環境を整えることができる。

最後に、地産地消・6次産業化を推進するためには、推進組織が必要となるが、市内には、地産地消・6次産業化につながる取組みをしている民間事業者が存在している。そのような取組みをしている民間事業者の代表等で構成する推進組織を立ち上げ、市内が一体となって地産地消・6次産業化に取り組める体制を整えていく必要がある。

【地域内流通システムのイメージ図】



以上

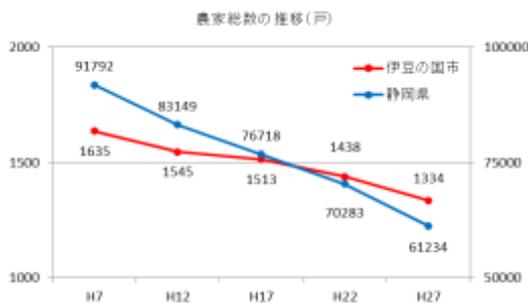
## 1. 既存情報の整理

### (1) 市内農業について

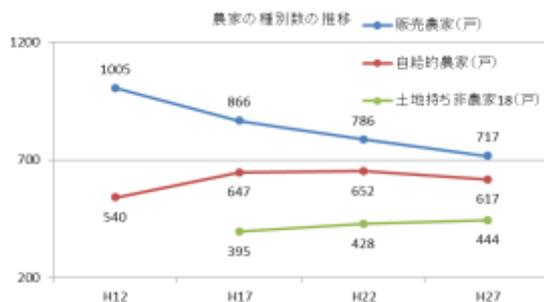
#### ① 農業者について

H27 年世界農林業センサスによると市内農家総数は 1,334 戸であった。市内においても平成 7 年以降、農家総数は減少しており、平成 7 年から平成 27 年の 20 年間で 301 戸減少している。1 年あたり 15 戸が減少している計算となり、今後も農家総数が減少していくことが推測される。

また、販売農家数<sup>16</sup>も平成 12 年以降減少しているが、自給的農家<sup>17</sup>は平成 12 年以降増加しており、業として農業に取り組む生産者が減少している状況にある。



※世界農林業センサスデータを使用 H7～H12年は、旧3町の合計値



※世界農林業センサスデータを使用 H12～H17年は、旧3町の合計値

#### <sup>16</sup> 販売農家

経営耕地面積が 30a 以上又は 1 年間における農産物販売金額が 50 万円以上の農家をいう。

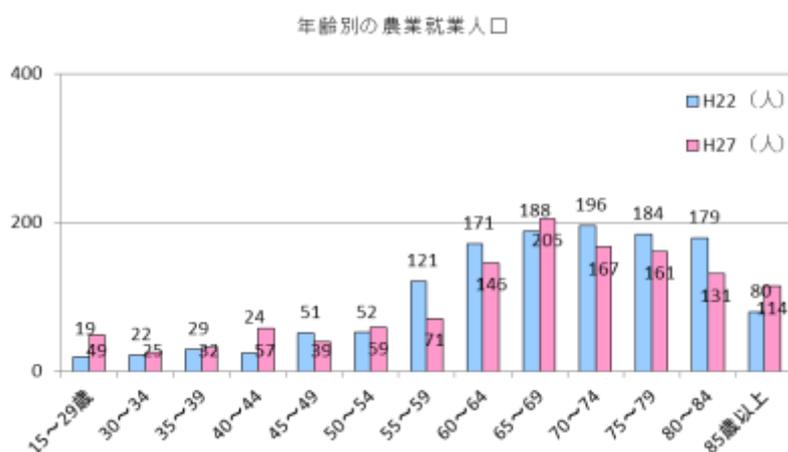
#### <sup>17</sup> 自給的農家

経営耕地面積が 30a 未満かつ 1 年間における農産物販売金額が 50 万円未満の農家をいう。

#### <sup>18</sup> 土地持ち非農家

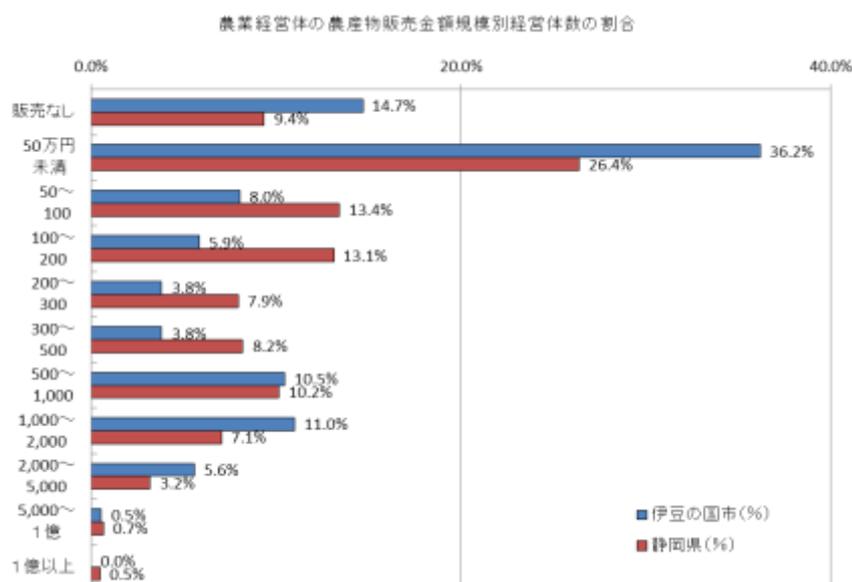
農家以外で耕地及び耕作放棄地を 5a 以上所有している世帯をいう。

H27 世界農林業センサスによると年齢別農業就業人口の平均年齢は、65.6 歳であり、65～69 歳の農業就業人口が 205 人で最も多かった。H22 年世界農林業センサスの年齢別農業就業人口と比較すると、15～44 歳までの農業就業人口が増加しており、若い世代の農業就業が増加している。しかし、60 歳以上の農業就業人口と比較して、若い世代の農業就業人口が少ないことから農業者数の減少が懸念される。



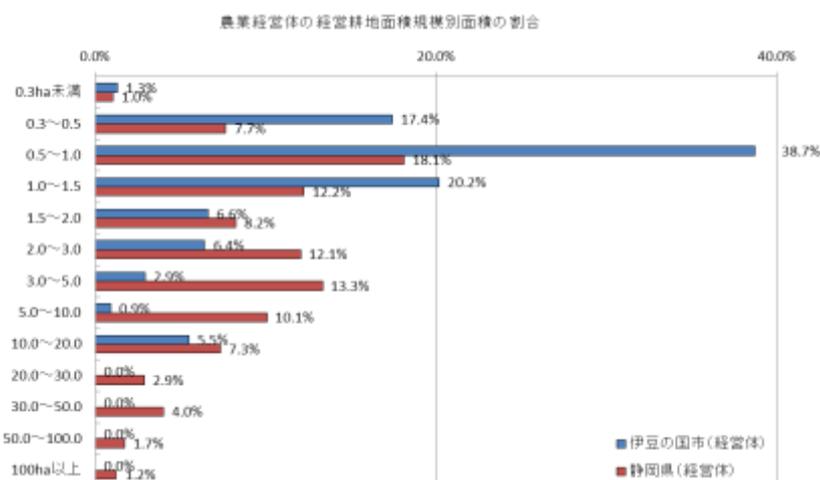
※世界農林業センサスデータを使用

市内農業経営体の農産物販売金額は、静岡県割合と同様な傾向だが、50 万円未満の農業経営体が 36.2%、販売なしが 14.7%と多かった。しかし、1,000 万円～5,000 万円の層では、静岡県の割合よりも高いが、いちごやトマトの生産者であることが推測され、様々な農産物を栽培している農業者の農産物販売額は少ないことが考えられる。



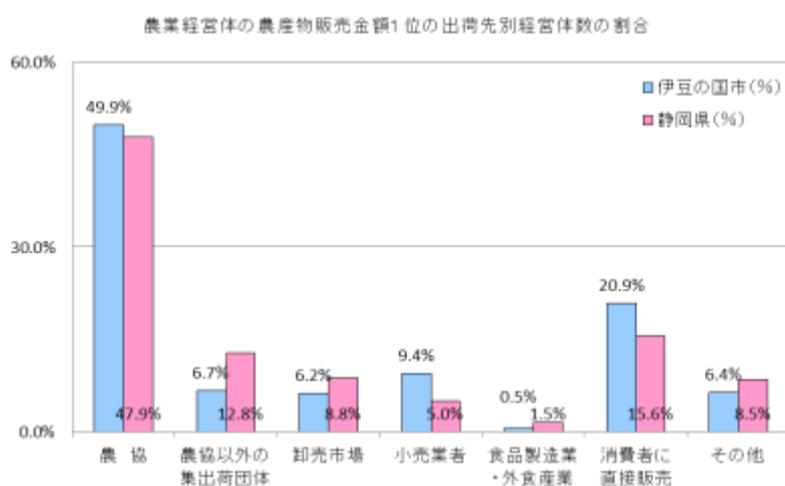
※H27 世界農林業センサスデータを使用

市内農業経営体の経営耕地面積は、静岡県の割合と比較して、小さい傾向がある。経営耕地面積が1.0ha未満の農業経営体が57.4%であり、経営耕地面積が小さいことを要因として、いちごやトマトのような施設園芸が発達してきたことがうかがえる。



※H27 世界農林業センサスデータを使用

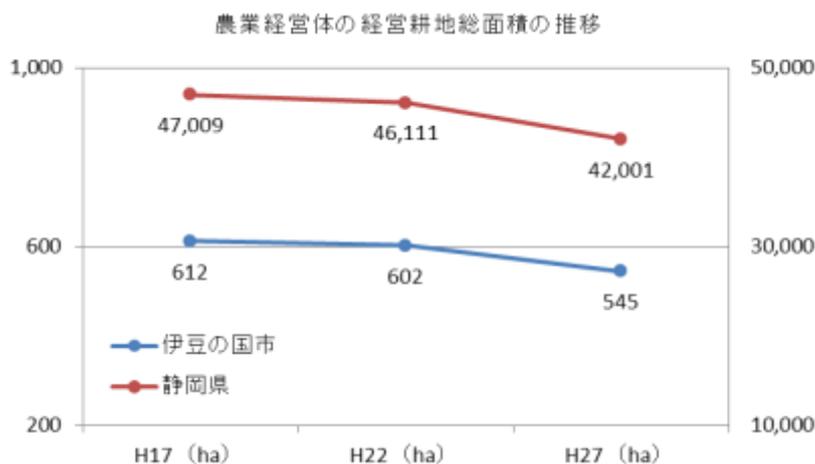
市内農業経営体の農産物販売金額1位の出荷先は、静岡県と同様な構成比となっている。農協を農産物販売金額1位とした農業経営体の割合は49.9%と約半数の農業経営体が農協を中心に出荷している。しかし、市内においては、消費者に直接販売が20.9%と高く、庭先直売など、地産地消が市民レベルで行われていたり、インターネット販売等などに取組んでいる農業者がいることが推測される。



※H27 世界農林業センサスデータを使用

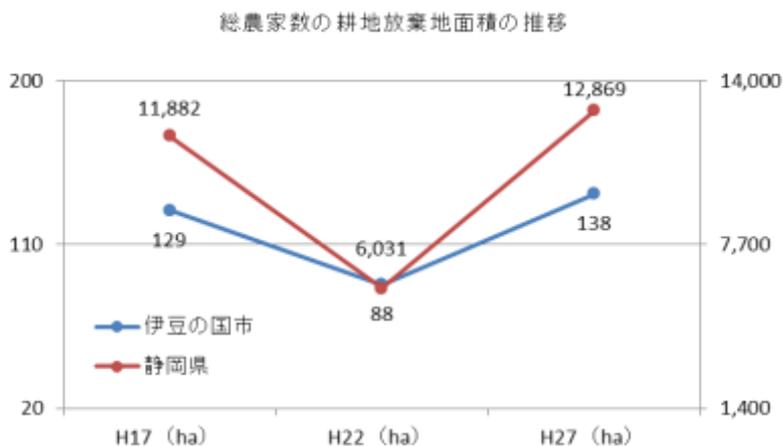
## ②農地について

H27 世界農林業センサスによると農業経営体の経営耕地総面積は 545ha であった。平成 17 年と比較して 67ha の経営耕地総面積が減少しており、1 年あたり 6.7ha が減少している計算になる。



※世界農林業センサスデータを使用 H17 年は、旧 3 町の合計値

H27 世界農林業センサスによると、耕地放棄地面積は 138ha であった。平成 22 年と比較すると 50ha の増加であったが、平成 17 年と比較すると 9ha の増加に留まっている。しかし、市内には、耕地放棄地面積が 138ha あり、耕地放棄地<sup>19</sup>を耕作する農業者の出現が期待される。



※世界農林業センサスデータを使用 H17 年は、旧 3 町の合計値

### <sup>19</sup> 耕作放棄地

以前耕作していた土地で、過去 1 年以上作物を栽培せず、この数年の間に再び栽培する意思のない土地を意味する。

### ③市内の農産物について

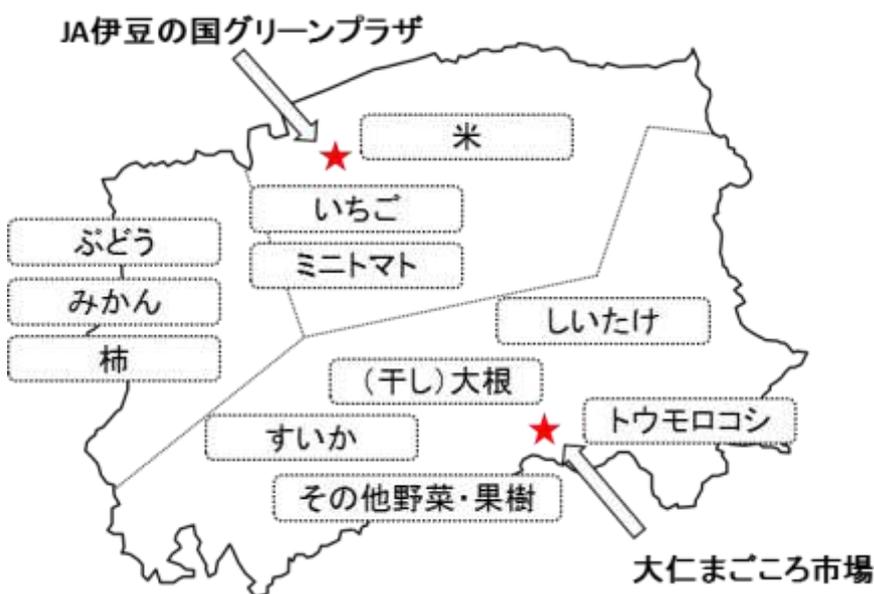
市内では、いちごやトマト等の施設園芸、畜産、露地野菜、花き、みかん、かきの他、水稲等の多種多様な作物が生産されている。

伊豆長岡地区の平坦地域では、いちごの施設園芸を中心に水稲等の栽培もされている。また、いちご狩りも盛んに行われており、市内の特産物として定着している。山間地域では、傾斜地という立地もあり、みかん等の樹園地帯となっている。

韮山地区の平坦地域では、水田地帯が広がっているほか、いちごやトマト等の施設園芸が盛んである。また、伊豆長岡地区も同様に、いちご狩りも行われているが、ミニトマトを栽培するニューファーマー<sup>20</sup>の集団就農施設が立地している。

大仁地区の平坦地域では、水稲やトマト等の施設園芸が行われており、みかん等の樹園地帯も存在している。山間地域では、すいか、だいこん等の露地野菜や酪農、しいたけの栽培が行われている。特に、田中山集落<sup>21</sup>については、田中山スイカやだいこんを加工した田中山たくあんがブランド化されており、市内外に出荷されている。近年は、農業者の高齢化等もあり生産量が減少しているため、今後は、生産意欲を継続させブランド力を守るような支援が必要とされている。

#### 【市内の主要な農産物】



<sup>20</sup> ニューファーマー

静岡県のがんばる新農業人支援事業を利用し、非農家出身者が先進的な農家で1年間の研修を受け、新規就農した農業者を意味する。

<sup>21</sup> 田中山集落

市内の地域であり、緩やかな斜面を利用し、古くから農業や酪農が盛んな地域であり、だいこんとすいかは「田中山たくあん」や「田中山スイカ」の名で知られ、市内外に出荷されている。

【農林水産省 わがマチ・わがムラ 伊豆の国市基本データ】

| 農畜産物の生産状況         |              |               | 果樹      |       |         |
|-------------------|--------------|---------------|---------|-------|---------|
| ■ 普通作物・飼料作物・工業農作物 |              |               | ■ 果樹    |       |         |
|                   | 作付面積         | 収穫量           | 結果樹面積   | 収穫量   |         |
| 水稲                | 391 ha(2.3%) | 2,090 t(2.4%) | みかん     | 23 ha | 468 t   |
| 陸稲                | 1 ha         | 2 t           | りんご     | ...   | ...     |
| 麦類                |              |               | ぶどう     | 1 ha  | 11 t    |
| 小麦                | 1 ha(0.1%)   | 2 t(0.1%)     | 日本なし    | 1 ha  | 7 t     |
| 二条大麦              | -            | -             | 西洋なし    | ...   | ...     |
| 六条大麦              | -            | -             | もも      | 0 ha  | 0 t     |
| はたか麦              | -            | -             | すもも     | ...   | ...     |
| 豆類                |              |               | おうとう    | ...   | ...     |
| 大豆                | 0 ha         | ...           | うめ      | 6 ha  | 17 t    |
| 小豆                | 2 ha         | ...           | びわ      | 0 ha  | 0 t     |
| いんげん              | ...          | ...           | かき      | 43 ha | 450 t   |
| らっかせい             | 1 ha         | 2 t           | くり      | 12 ha | 12 t    |
| かんしょ              | 15 ha        | 324 t         | キウイフルーツ | 0 ha  | 9 t     |
| そば                | 1 ha(1.1%)   | 1 t(3.3%)     |         |       |         |
| なたね               | -            | -             |         |       |         |
| 飼料作物              |              |               | ■ 花き    |       |         |
| 牧草                | 22 ha        | 1,070 t       | 切り花類    | 作付面積  | 出荷量     |
| 青刈とうもろこし          | 34 ha        | 1,710 t       | あじ      | -     | -       |
| ソルゴー              | 4 ha         | 255 t         | カーネーション | -     | -       |
|                   |              |               | ほら      | 81 a  | 647 千本  |
| 茶                 | 摘採面積         | 生業収穫量         | トルコギキョウ | -     | -       |
|                   | 7 ha         | 29 t          | かり      | -     | -       |
| こんにゃくいも           | ...          | ...           | 鉢もの類    | 収穫面積  | 出荷量     |
|                   |              |               | シクラメン   | -     | -       |
|                   |              |               | 花木類     | X     | X       |
|                   |              |               | 花壇用苗もの類 | 作付面積  | 出荷量     |
|                   |              |               | パンジー    | X     | X       |
| ■ 野菜              |              |               |         |       |         |
|                   | 作付面積         | 収穫量           | ■ 畜産    |       |         |
| だいこん              | 18 ha        | 851 t         | 畜産      | 飼養戸数  | 飼養頭(羽)数 |
| にんじん              | 2 ha         | 30 t          | 乳用牛     | 20 戸  | 734 頭   |
| ぼれいしょ             | 8 ha         | 171 t         | 肉用牛     | 4 戸   | 618 頭   |
| さくaimo            | 18 ha        | 225 t         | 豚       | 3 戸   | 1,790 頭 |
| はくさい              | 5 ha         | 215 t         | 採卵鶏     | -     | -       |
| キャベツ              | 8 ha         | 245 t         |         |       |         |
| ほうれんそう            | 6 ha         | 111 t         |         |       |         |
| レタス               | 0 ha         | 6 t           |         |       |         |
| ねぎ                | 4 ha         | 62 t          |         |       |         |
| たまねぎ              | 4 ha         | 84 t          |         |       |         |
| きゅうり              | 5 ha         | 172 t         |         |       |         |
| なす                | 5 ha         | 108 t         |         |       |         |
| トマト               | 12 ha        | 873 t         |         |       |         |
| ピーマン              | 1 ha         | 12 t          |         |       |         |

※農林水産省 わがマチ・わがムラ 伊豆の国市基本データを使用

市内には農産物直売所も設置されており、下表のような農産物が販売されている。いちごやトマト、だいこん、すいか、かき等が農業者も多く栽培されているが、農産物直売所では多種多様な市内産農産物が出荷されている。

【農産物直売所の出荷品目 ※一部】

|        |         |        |       |         |
|--------|---------|--------|-------|---------|
| じゃがいも  | チンゲンサイ  | トマト    | ハーブ   | いちご     |
| さつまいも  | レタス     | ミニトマト  | ふき    | メロン     |
| さといも   | リーフレタス  | きゅうり   | あずき   | みかん     |
| ヤーコン   | ブロッコリー  | うり     | いんげん豆 | ぼんかん    |
| ゴボウ    | オータムポエム | オクラ    | えだ豆   | はっさく    |
| だいこん   | からし菜    | ゴーヤ    | えんどう豆 | あまなつ    |
| かぶ     | カリフラワー  | ズッキーニ  | そら豆   | きんかん    |
| たまねぎ   | くうしんさい  | エリンギ   | ミョウガ  | ゆず      |
| にんじん   | クレンソ    | ぎんなん   | らっかせい | すだち     |
| ラディッシュ | サンチュ    | さんしょう  |       | れもん     |
| かぼちゃ   | タアサイ    | しいたけ   |       | ブルーベリー  |
| はくさい   | つるむらさき  | ししとう   |       | やまもも    |
| キャベツ   | なばな     | しそ     |       | すもも     |
| こまつな   | プチヴェール  | しょうが   |       | かき      |
| しゅんぎく  | モロヘイヤ   | 食用菊    |       | うめ      |
| ねぎ     | みつば     | たけのこ   |       | イチジク    |
| わけぎ    | ルッコラ    | たら芽    |       | キウイフルーツ |
| にら     | わさび菜    | とうがらし  |       | びわ      |
| ほうれん草  | なす      | トウモロコシ |       | ポポー     |
| セロリ    | ピーマン    | にんにく   |       | くり      |

#### ④市内産農産物の加工品について

市内産農産物の加工品については、田中山のだいこんを漬け物にした田中山たくあんの生産が盛んで特産品となっている。他にも、いちごを使ったワインやワインケーキ、日本酒を伊豆の国農業協同組合の直売所で販売している。

また、市内の民間事業には、自社農場で生産された野菜を漬け物にする6次産業化に取り組んでいる事業者も存在する。「ろっぼう漬け」という名称でブランド化に取り組んでおり、だいこん以外にも、自社で生産している農産物を漬け物に加工している。他にも、紅ほっぺ等を使ったいちごジャムを製造販売する法人も存在する。



田中山では、毎年12月頃には、たくあんの原料となる干しだいこんを作る光景が広がる。田中山たくあんは、通常より長いたくあん向け品種のだいこんを原料として、1本まるごと販売される。

※大仁まごころ市場ブログの画像を使用

市内では、世界文化遺産に認定された国指定史跡韮山反射炉がある。伊豆の国市商工会では、市内の事業所の商品やサービスを「伊豆の国反射炉ブランド」として認定して、市内事業者のブランド化に取り組んでいる。市内産農産物を使った食品には、下記のようなものがある。

#### 【伊豆の国反射炉ブランド】



17-1.ベリッチジャムシリーズ



21-1.手作りコシコシ



29-1.いちご大福



36-1.ろっぼう野菜・ろっぼう漬け



1-1.万枝漬



1-4.伊豆醤油漬



2-1.天麩粉ドレッシング 糖  
甘・辛口・激辛



23-1.オレンジ伊豆ケーキ

※画像は、伊豆の国市商工会 HP より

## (2) 市内買い物環境について

### ①食料品等を扱う事業者について

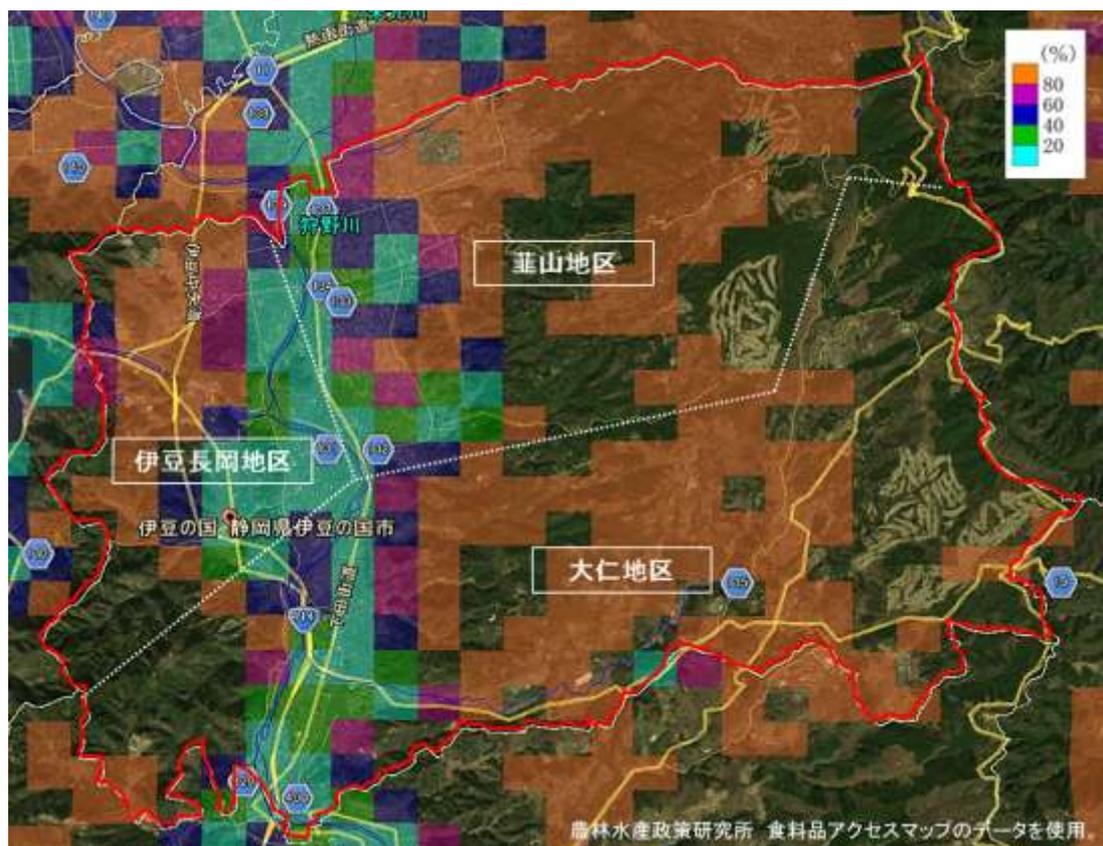
今回の調査では、コンビニエンスストア 23 軒、鮮魚店 17 軒、スーパーマーケット 13 軒、青果物店 9 軒、食肉店 7 軒、ドラッグストア 7 軒、農産物直売所 3 軒が把握できた。また、食料品を買いに行く店舗だと予想されるコンビニエンスストア、スーパーマーケット、ドラッグストア、農産物直売所の所在地は、国道 136 号線沿いに集中していた。



|                |             |
|----------------|-------------|
| ◆ : スーパーマーケット  | ◆ : 農産物直売所  |
| ◆ : コンビニエンスストア | ◆ : ドラッグストア |

## ②食料品を取扱う店舗へのアクセス性について

農林水産政策研究所の食料品アクセスマップによると、市内にも買い物困難地域が存在することが推測される。国道 136 号線沿いの地域は、生鮮品販売店舗までの距離が 500m 以上の人口割合が低い地域となっているが、伊豆長岡地区、大仁地区、韮山地区の山間地域では、80%以上の市民が生鮮品販売店舗までの距離が 500m 以上の位置に居住していることが推測されている。



※農林水産政策研究所 食料品アクセスマップのデータを使用

(食料品アクセスマップの見方)

「生鮮品販売店舗までの距離が 500m 以上の人口割合」を 5 色で塗り分けてある。例えば、オレンジ色の地域では、生鮮品販売店舗までの距離が 500m 以上の人口割合は 80%以上と推定され、多くの住民にとって、買い物が困難であると考えられる。空白の地域は、そこに居住者がいないことを意味する。

## 2. 高齢化社会における買い物環境の向上に向けたアンケート調査結果

### (1) アンケート調査概要

#### ①調査期間

平成 27 年 9 月 11 日（金）～平成 27 年 9 月 25 日（金）

#### ②調査対象

伊豆の国市内の 55 歳以上の男女 1,100 名を対象とした。対象の抽出は、行政区、年齢、性別ごとの人口割合によって行政区ごとの人数を設定し、無作為に 1,100 名を抽出した。

また、年齢は、55 歳～59 歳、60 歳～64 歳、65 歳～69 歳、70 歳～74 歳、75 歳～79 歳、80 歳～84 歳、85 歳～89 歳、90 歳～94 歳、95 歳～99 歳、100 歳以上で区分した。

なお、単純集計の結果は、60 歳未満、60 歳以上 65 歳未満、65 歳以上 70 歳未満、70 歳以上 75 歳未満、75 歳以上 80 歳未満、80 歳以上として集計した。

#### ③調査方法

郵送によるアンケート調査

#### ④調査数

（配布）1,100 件 （回収）650 件 （回収率）59.1%

## (2) アンケート調査結果 (単純集計)

### ①回答者の属性について

問1. あなたの性別と年代について教えてください。(あてはまる番号1つに○)

#### ①性別

| 項目  | 回答数 | 比率     |
|-----|-----|--------|
| 男   | 244 | 37.5%  |
| 女   | 400 | 61.5%  |
| 無回答 | 6   | 0.9%   |
| 合計  | 650 | 100.0% |
| n   | 650 |        |

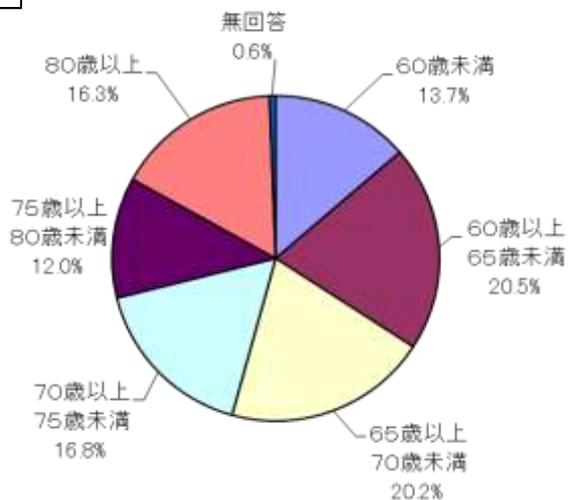
問1. あなたの性別について (n=650)



#### ②年代

| 項目         | 回答数 | 比率     |
|------------|-----|--------|
| 60歳未満      | 89  | 13.7%  |
| 60歳以上65歳未満 | 133 | 20.5%  |
| 65歳以上70歳未満 | 131 | 20.2%  |
| 70歳以上75歳未満 | 109 | 16.8%  |
| 75歳以上80歳未満 | 78  | 12.0%  |
| 80歳以上      | 106 | 16.3%  |
| 無回答        | 4   | 0.6%   |
| 合計         | 650 | 100.0% |
| n          | 650 |        |

問1. あなたの年代について (n=650)



問2. お住まいの郵便番号と地区を教えてください。(あてはまる番号1つに○)

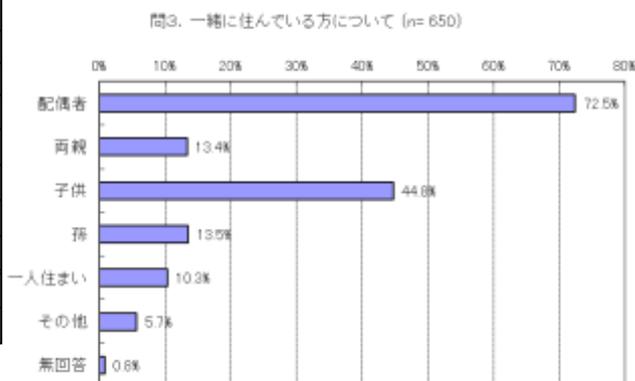
| 項目     | 回答数 | 比率     |
|--------|-----|--------|
| 伊豆長岡地区 | 188 | 28.9%  |
| 大仁地区   | 196 | 30.2%  |
| 韮山地区   | 261 | 40.2%  |
| 無回答    | 5   | 0.8%   |
| 合計     | 650 | 100.0% |
| n      | 650 |        |



問3. 一緒に住んでいる方と、世帯人数を教えてください。

①一緒に住んでいる方 (あてはまる番号全てに○)

| 項目    | 回答数  | 比率    |
|-------|------|-------|
| 配偶者   | 471  | 72.5% |
| 両親    | 87   | 13.4% |
| 子供    | 291  | 44.8% |
| 孫     | 88   | 13.5% |
| 一人住まい | 67   | 10.3% |
| その他   | 37   | 5.7%  |
| 無回答   | 5    | 0.8%  |
| 合計    | 1046 | -     |
| n     | 650  |       |



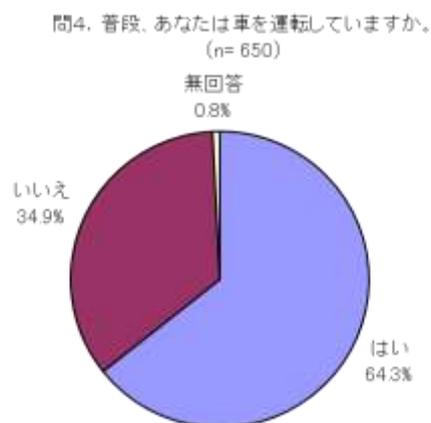
②世帯人数 (あてはまる番号1つに○)

| 項目        | 回答数 | 比率     |
|-----------|-----|--------|
| 1人(回答者のみ) | 64  | 9.8%   |
| 2人        | 270 | 41.5%  |
| 3人        | 140 | 21.5%  |
| 4人        | 70  | 10.8%  |
| その他       | 100 | 15.4%  |
| 無回答       | 6   | 0.9%   |
| 合計        | 650 | 100.0% |
| n         | 650 |        |



問4. 普段、あなたは車を運転していますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目  | 回答数 | 比率     |
|-----|-----|--------|
| はい  | 418 | 64.3%  |
| いいえ | 227 | 34.9%  |
| 無回答 | 5   | 0.8%   |
| 合計  | 650 | 100.0% |
| n   | 650 |        |



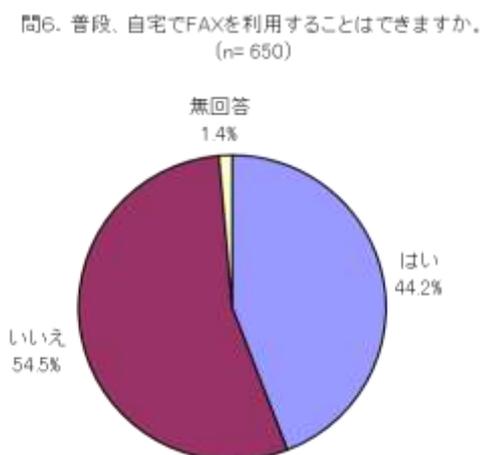
問5. 普段、自宅でインターネットを利用することはできますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目  | 回答数 | 比率     |
|-----|-----|--------|
| はい  | 213 | 32.8%  |
| いいえ | 431 | 66.3%  |
| 無回答 | 6   | 0.9%   |
| 合計  | 650 | 100.0% |
| n   | 650 |        |



問6. 普段、自宅でFAXを利用することはできますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目  | 回答数 | 比率     |
|-----|-----|--------|
| はい  | 287 | 44.2%  |
| いいえ | 354 | 54.5%  |
| 無回答 | 9   | 1.4%   |
| 合計  | 650 | 100.0% |
| n   | 650 |        |



問7. 世帯の中に、介護保険の要支援または要介護認定を受けている方はいますか。また、その方との関係を教えてください。(あてはまる番号1つに○)

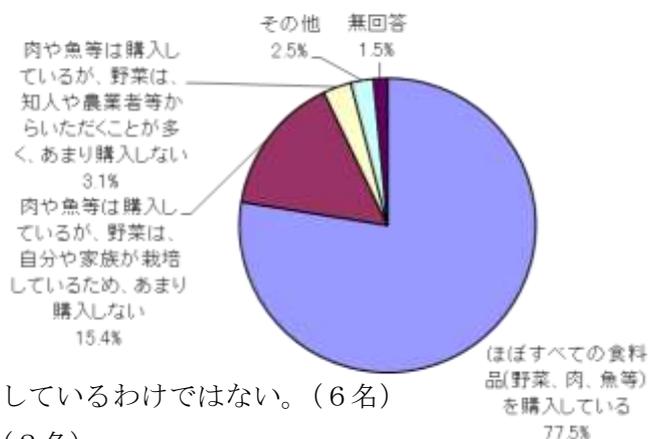
| 項目    | 回答数  | 項目 | 回答数  |      |   |
|-------|------|----|------|------|---|
| 回答者本人 | 要支援1 | 6  | 子供   | 要支援1 | 0 |
|       | 要支援2 | 11 |      | 要支援2 | 0 |
|       | 要介護1 | 0  |      | 要介護1 | 0 |
|       | 要介護2 | 4  |      | 要介護2 | 0 |
|       | 要介護3 | 7  |      | 要介護3 | 0 |
|       | 要介護4 | 4  |      | 要介護4 | 0 |
| 配偶者   | 要介護5 | 2  | 孫    | 要介護5 | 0 |
|       | 要支援1 | 2  |      | 要支援1 | 0 |
|       | 要支援2 | 6  |      | 要支援2 | 0 |
|       | 要介護1 | 4  |      | 要介護1 | 0 |
|       | 要介護2 | 6  |      | 要介護2 | 0 |
|       | 要介護3 | 2  |      | 要介護3 | 0 |
| 両親    | 要介護4 | 3  | 要介護4 | 0    |   |
|       | 要介護5 | 2  | 要介護5 | 0    |   |
|       | 要支援1 | 6  | いない  | 485  |   |
|       | 要支援2 | 13 | 無回答  | 52   |   |
|       | 要介護1 | 6  | 合計   | 650  |   |
|       | 要介護2 | 7  |      |      |   |
|       | 要介護3 | 9  |      |      |   |
| 要介護4  | 8    |    |      |      |   |
| 要介護5  | 5    |    |      |      |   |

## ②回答者の買い物の状況および環境について

問8. 普段、食料品をどのような方法で入手していますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目   | 回答数 | 比率     |
|--|-----|--------|
| ほぼすべての食料品(野菜、肉、魚等)を購入している                    | 504 | 77.5%  |
| 肉や魚等は購入しているが、野菜は、自分や家族が栽培しているため、あまり購入しない     | 100 | 15.4%  |
| 肉や魚等は購入しているが、野菜は、知人や農業者等からいただくことが多く、あまり購入しない | 20  | 3.1%   |
| その他  | 16  | 2.5%   |
| 無回答  | 10  | 1.5%   |
| 合計   | 650 | 100.0% |
| n  | 650 |        |

問8. 普段の食料品の入手方法について (n=650)



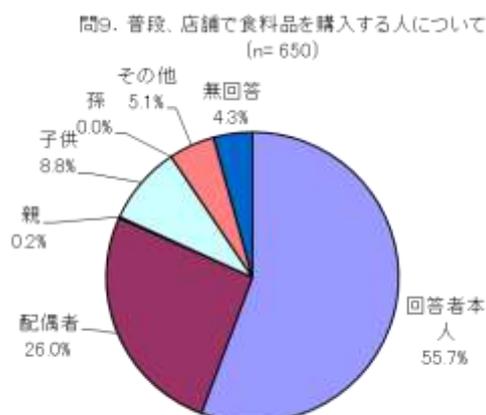
### 【その他】

- ・家庭菜園をしているため野菜全部を購入しているわけではない。(6名)
- ・米は自分で作っているため購入しない。(2名)
- ・肉は購入しているが、魚は実家から貰い、野菜は知人から貰う。

問9. 普段、店舗で食料品を購入する際、主にどなたが買い物に行っていますか。

(あてはまる番号1つに○)

| 項目    | 回答数 | 比率     |
|-------|-----|--------|
| 回答者本人 | 362 | 55.7%  |
| 配偶者   | 169 | 26.0%  |
| 親     | 1   | 0.2%   |
| 子供    | 57  | 8.8%   |
| 孫     | 0   | 0.0%   |
| その他   | 33  | 5.1%   |
| 無回答   | 28  | 4.3%   |
| 合計    | 650 | 100.0% |
| n     | 650 |        |



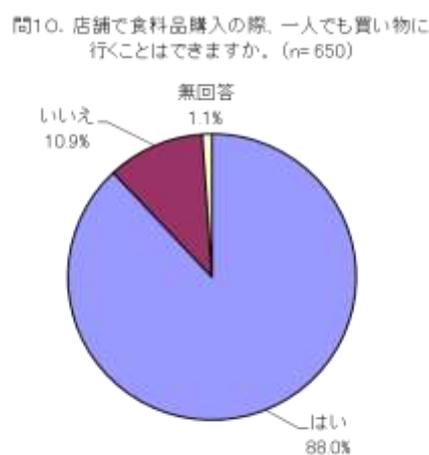
【その他】

夫婦で一緒に行く (12名)、嫁 (7名)、兄弟 (4名)、宅配を利用している。(4名) 使用人、姪、子供と一緒にいく、配偶者又は子供、特に決まっていない。

問10. 店舗で食料品を購入する際、あなた一人でも買い物に行くことはできますか。

(あてはまる番号1つに○)

| 項目  | 回答数 | 比率     |
|-----|-----|--------|
| はい  | 572 | 88.0%  |
| いいえ | 71  | 10.9%  |
| 無回答 | 7   | 1.1%   |
| 合計  | 650 | 100.0% |
| n   | 650 |        |



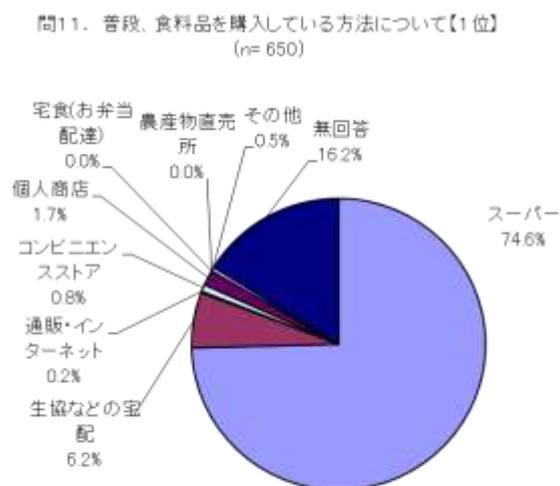
【いいえと回答した理由】

- ・交通手段がなく一人で店舗に行けない。購入した荷物が重くて持って帰れない。(21名)
- ・足が悪く歩行が困難である。(14名)
- ・配偶者や子供、嫁が買い物に行っている。(8名)
- ・目が不自由なため。(2名)
- ・老齢のため、一人で外出できない。(2名)
- ・何を買って良いか分からない。
- ・タクシーを利用している。

問11. 普段、食料品を購入している方法はどれですか。(よく利用する3つの番号に○)

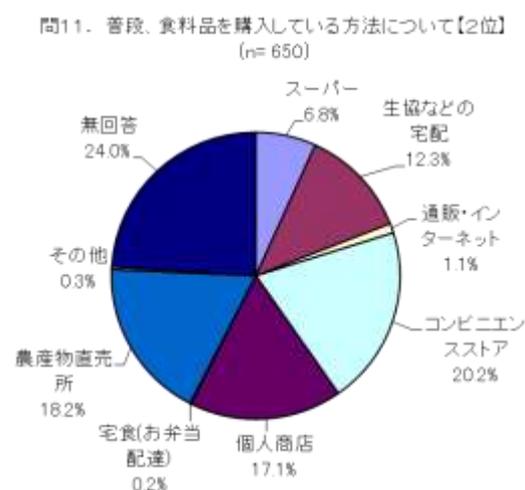
① 1位

| 項目         | 回答数 | 比率     |
|------------|-----|--------|
| スーパー       | 485 | 74.6%  |
| 生協などの宅配    | 40  | 6.2%   |
| 通販・インターネット | 1   | 0.2%   |
| コンビニエンスストア | 5   | 0.8%   |
| 個人商店       | 11  | 1.7%   |
| 宅食(お弁当配達)  | 0   | 0.0%   |
| 農産物直売所     | 0   | 0.0%   |
| その他        | 3   | 0.5%   |
| 無回答        | 105 | 16.2%  |
| 合計         | 650 | 100.0% |
| n          | 650 |        |



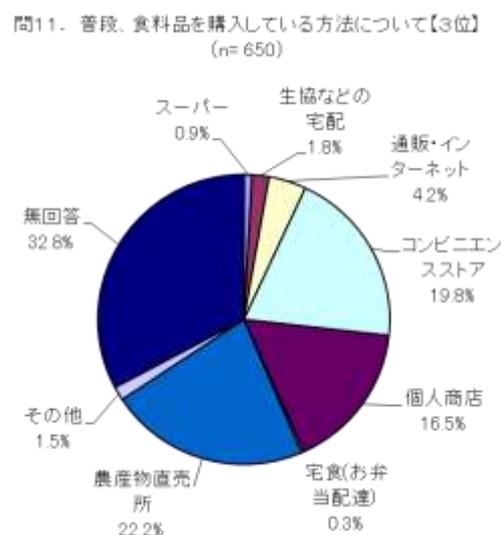
② 2位

| 項目         | 回答数 | 比率     |
|------------|-----|--------|
| スーパー       | 44  | 6.8%   |
| 生協などの宅配    | 80  | 12.3%  |
| 通販・インターネット | 7   | 1.1%   |
| コンビニエンスストア | 131 | 20.2%  |
| 個人商店       | 111 | 17.1%  |
| 宅食(お弁当配達)  | 1   | 0.2%   |
| 農産物直売所     | 118 | 18.2%  |
| その他        | 2   | 0.3%   |
| 無回答        | 156 | 24.0%  |
| 合計         | 650 | 100.0% |
| n          | 650 |        |



③ 3位

| 項目         | 回答数 | 比率     |
|------------|-----|--------|
| スーパー       | 6   | 0.9%   |
| 生協などの宅配    | 12  | 1.8%   |
| 通販・インターネット | 27  | 4.2%   |
| コンビニエンスストア | 129 | 19.8%  |
| 個人商店       | 107 | 16.5%  |
| 宅食(お弁当配達)  | 2   | 0.3%   |
| 農産物直売所     | 144 | 22.2%  |
| その他        | 10  | 1.5%   |
| 無回答        | 213 | 32.8%  |
| 合計         | 650 | 100.0% |
| n          | 650 |        |



【その他】

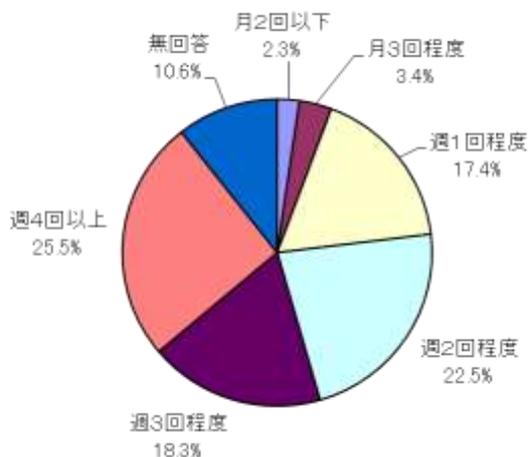
- ・ドラッグストア (4名)
- ・卸売市場 (3名)
- ・デパート

問12. 食料品を購入する店舗には、どのくらいの頻度で行きますか。

(あてはまる番号1つに○)

| 項目    | 回答数 | 比率     |
|-------|-----|--------|
| 月2回以下 | 15  | 2.3%   |
| 月3回程度 | 22  | 3.4%   |
| 週1回程度 | 113 | 17.4%  |
| 週2回程度 | 146 | 22.5%  |
| 週3回程度 | 119 | 18.3%  |
| 週4回以上 | 166 | 25.5%  |
| 無回答   | 69  | 10.6%  |
| 合計    | 650 | 100.0% |
| n     | 650 |        |

問12. 食料品を購入する店舗に利用頻度について (n=650)

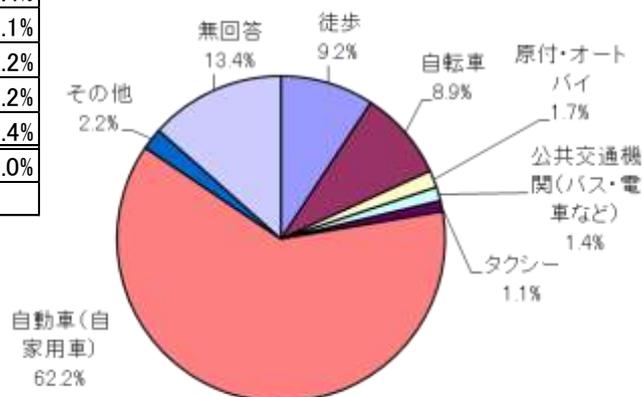


問13. 食料品を購入する店舗には、主にどのような方法で行きますか。

(あてはまる番号1つに○)

| 項目              | 回答数 | 比率     |
|-----------------|-----|--------|
| 徒歩              | 60  | 9.2%   |
| 自転車             | 58  | 8.9%   |
| 原付・オートバイ        | 11  | 1.7%   |
| 公共交通機関(バス・電車など) | 9   | 1.4%   |
| タクシー            | 7   | 1.1%   |
| 自動車(自家用車)       | 404 | 62.2%  |
| その他             | 14  | 2.2%   |
| 無回答             | 87  | 13.4%  |
| 合計              | 650 | 100.0% |
| n               | 650 |        |

問13. 食料品を購入する店舗に行く方法について (n=650)



【その他】

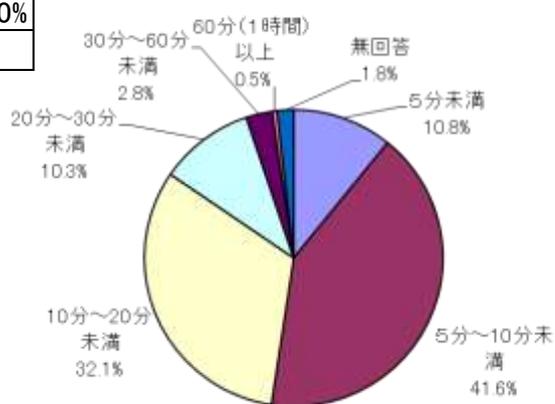
- ・子供の車 (7名)
- ・近所の方の車 (2名)
- ・セニアカー

問14. 食料品を購入する店舗には、問13で回答した方法で、片道どのくらいの時間がかかりますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目         | 回答数 | 比率     |
|------------|-----|--------|
| 5分未満       | 61  | 10.8%  |
| 5分～10分未満   | 234 | 41.6%  |
| 10分～20分未満  | 181 | 32.1%  |
| 20分～30分未満  | 58  | 10.3%  |
| 30分～60分未満  | 16  | 2.8%   |
| 60分(1時間)以上 | 3   | 0.5%   |
| 無回答        | 10  | 1.8%   |
| 合計         | 563 | 100.0% |
| n          | 563 |        |

※問13で1～7と回答した回答者のみで集計

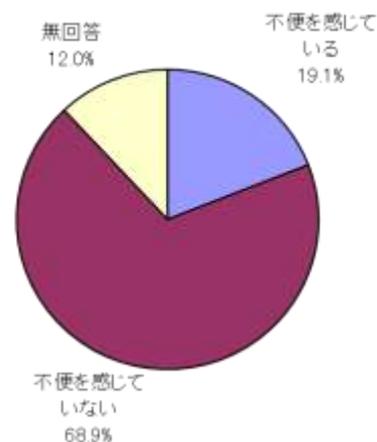
問14. 問13で回答した方法で、片道にかかる時間について (n=563)



問15. 普段、店舗で食料品を購入する際、不便に感じていることはありますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目        | 回答数 | 比率     |
|-----------|-----|--------|
| 不便を感じている  | 124 | 19.1%  |
| 不便を感じていない | 448 | 68.9%  |
| 無回答       | 78  | 12.0%  |
| 合計        | 650 | 100.0% |
| n         | 650 |        |

問15. 普段、店舗で食料品を購入する時の不便さについて (n=650)



問16. 問15で「① 不便を感じている」と回答された方にお聞きします。どのような点に不便を感じていますか。(あてはまる番号全てに○)

| 項目                                      | 回答数 | 比率    |
|---|-----|-------|
| 買い物をする店舗までの距離が遠い                        | 63  | 50.8% |
| 買い物をする店舗までの交通手段がない                      | 15  | 12.1% |
| 買い物で長時間外出するのは疲れる                        | 23  | 18.5% |
| 複数の店を回らないと、欲しい物が全て購入できない                | 34  | 27.4% |
| 買い物した後の荷物が重く、重い物や大きな商品は持って帰るのが大変である     | 39  | 31.5% |
| 家族やヘルパーさんの手助けがないと、買い物するのが難しい            | 9   | 7.3%  |
| 自宅に持ち帰るのに時間がかかるため、冷凍や冷蔵の食品の購入について悩んでしまう | 12  | 9.7%  |
| その他                                     | 27  | 21.8% |
| 無回答                                     | 9   | 7.3%  |
| 合計                                      | 231 | -     |
| n                                       | 124 |       |



### 【その他】

#### <アクセスについて>

- ・足や腰が悪く買い物に行くのが大変である。(4名)
- ・自転車を使うため雨の日や暑い日等は行くことが難しく、買い物が天候に左右されるため不便である。
- ・歩いていくと1時間以上かかるためバスを利用している。荷物を持って乗り降りするのが大変なため、重い物が買えず困っている。また、天候にも左右される。
- ・現在は車で行けるが、この先自分で運転出来なくなったことを思うと、不便な場所(交通)に住んでいるので、とても心配である。
- ・道路や歩道が狭く危険を感じている。

<品揃えについて>

- ・近くに肉を販売する店がない。(2名)
- ・近くに魚を販売する店がない。(2名)
- ・個人商店では品物がなく不便である。
- ・個人商店のほとんどが日曜休みになっている。
- ・欲しい物が手に入らない。
- ・米、調味料などは購入するのに困っている。
- ・生鮮食品を扱う市場が無い。
- ・直売所が遠いため、鮮度の良い野菜がなく不便に思う。
- ・安心、安全な食品を購入したいが近くに売っていない。

<その他>

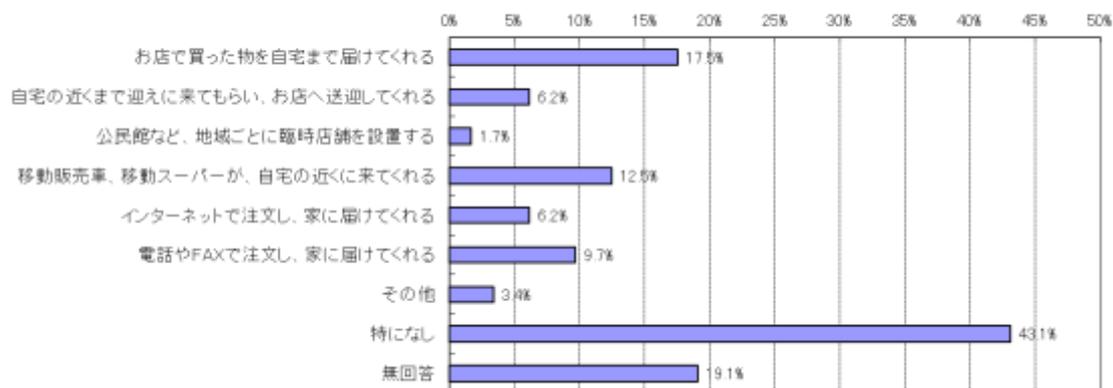
- ・近所の方の自動車に乗せてもらうため、自分の好きに行動できない。相手の方に合わせるため、時間や品選びについての気遣いやお礼が大変である。
- ・買い物には週1回行くため、まとめ買いとなり、荷物が大量になってしまう。
- ・買い物の量が多すぎることもある。また、商品説明の字が老眼で見にくい。

問17. 買い物について、利用したいサービスを教えてください。

(あてはまる番号全てに○)

| 項目                         | 回答数 | 比率    |
|----------------------------|-----|-------|
| お店で買った物を自宅まで届けてくれる         | 114 | 17.5% |
| 自宅の近くまで迎えに来てもらい、お店へ送迎してくれる | 40  | 6.2%  |
| 公民館など、地域ごとに臨時店舗を設置する       | 11  | 1.7%  |
| 移動販売車、移動スーパーが、自宅の近くに来てくれる  | 81  | 12.5% |
| インターネットで注文し、家に届けてくれる       | 40  | 6.2%  |
| 電話やFAXで注文し、家に届けてくれる        | 63  | 9.7%  |
| その他                        | 22  | 3.4%  |
| 特になし                       | 280 | 43.1% |
| 無回答                        | 124 | 19.1% |
| 合計                         | 775 | -     |
| n                          | 650 |       |

問17. 買い物の利用したいサービスについて (n= 650)



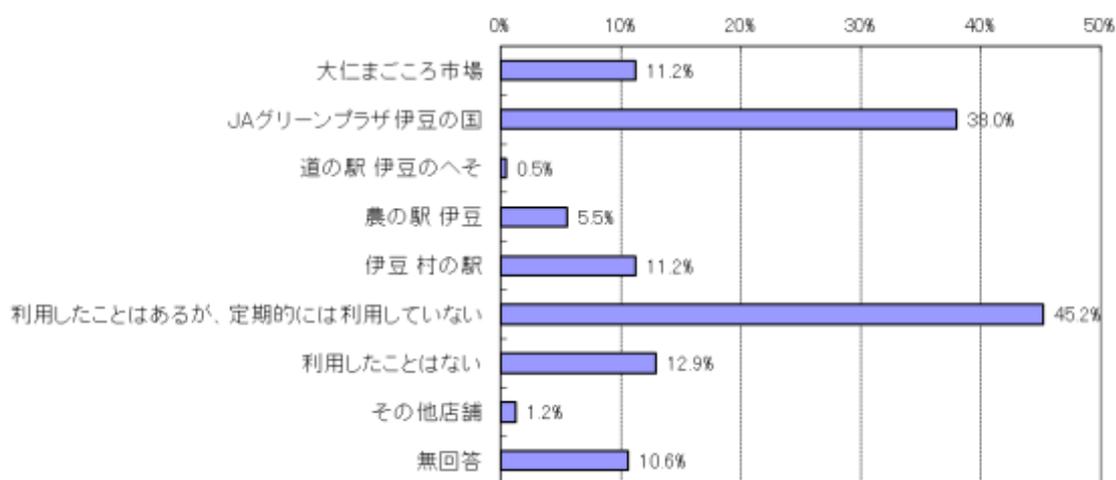
【その他】

- ・営業時間を延ばしてほしい。24時間営業してほしい。(2名)
- ・既存のスーパーで買った物を自宅まで届けてくれるサービスはあるが、少量の時は届けてくれない。
- ・配車ヘルパーがいると助かる。
- ・スーパーまでの交通手段がないため、バスを運行してほしい。
- ・現在は必要ないが、独り身になった場合は⑥(電話やFAXで注文し、家に届けてくれる)があるとよい。
- ・一人暮らしだった場合は、①(お店で買った物を自宅まで届けてくれる)や②(自宅の近くまで迎えに来てもらい、お店へ送迎してくれる)があるとよい。
- ・運転不能になった場合、①(お店で買った物を自宅まで届けてくれる)や⑥(電話やFAXで注文し、家に届けてくれる)は受けたくなくなると思う。④(移動販売車、移動スーパーが、自宅の近くに来てくれる)も定着してくれると心強い。

問18. 以下の近隣の農産物直売所を、よく利用していますか。(あてはまる番号全てに○)

| 項目                      | 回答数 | 比率    |
|-------------------------|-----|-------|
| 大仁まごころ市場                | 73  | 11.2% |
| JAグリーンプラザ伊豆の国           | 247 | 38.0% |
| 道の駅 伊豆のへそ               | 3   | 0.5%  |
| 農の駅 伊豆                  | 36  | 5.5%  |
| 伊豆 村の駅                  | 73  | 11.2% |
| 利用したことはあるが、定期的には利用していない | 294 | 45.2% |
| 利用したことはない               | 84  | 12.9% |
| その他店舗                   | 8   | 1.2%  |
| 無回答                     | 69  | 10.6% |
| 合計                      | 887 | -     |
| n                       | 650 |       |

問18. 近隣の農産物直売所の利用について (n=650)



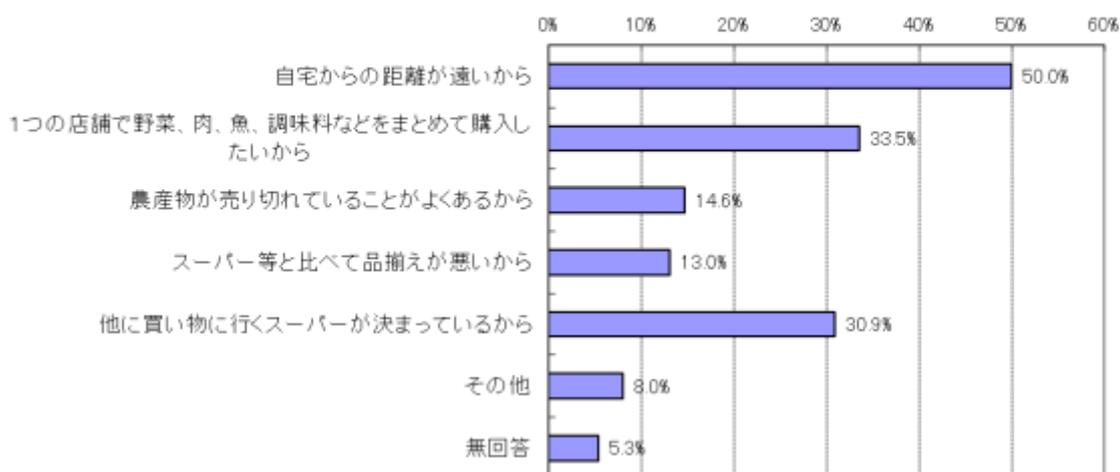
【その他】

- ・無人販売所（2名）

問19. 問18で「⑥ 利用したことはあるが、定期的には利用していない」「⑦ 利用したことはない」と回答した方にお聞きします。回答した理由を教えてください。  
 (あてはまる番号全てに○)

| 項目                             | 回答数 | 比率    |
|--------------------------------|-----|-------|
| 自宅からの距離が遠いから                   | 188 | 50.0% |
| 1つの店舗で野菜、肉、魚、調味料などをまとめて購入したいから | 126 | 33.5% |
| 農産物が売り切れていることがよくあるから           | 55  | 14.6% |
| スーパー等と比べて品揃えが悪いから              | 49  | 13.0% |
| 他に買い物に行くスーパーが決まっているから          | 116 | 30.9% |
| その他                            | 30  | 8.0%  |
| 無回答                            | 20  | 5.3%  |
| 合計                             | 584 | -     |
| n                              | 376 |       |

問19. 回答した理由について (n= 376)



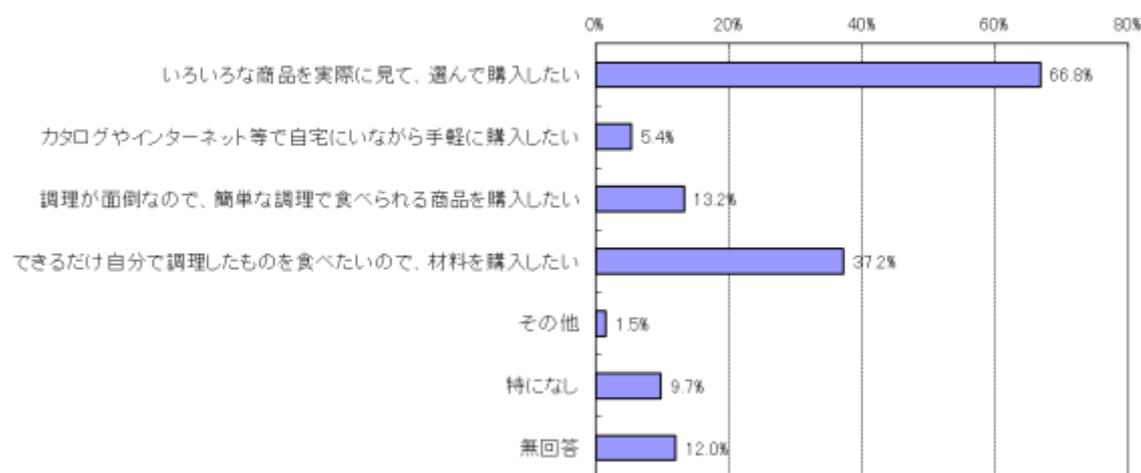
【その他】

- ・野菜を栽培しているため、必要な時のみ利用している。(4名)
- ・スーパーと比較して価格が安いわけではないから。(4名)
- ・夜間に営業していないため。(3名)
- ・欲しい物がある時だけ利用している。(3名)
- ・ワサビ等の特産品を購入する時に利用している。
- ・新鮮な野菜等は早く行かないと無くなってしまうため。
- ・開店時は混雑していて、ゆっくり品物が選べないため。

問20. 食料品を購入する際の希望として、下記の項目で該当するものがあれば教えてください。  
 (あてはまる番号全てに○)

| 項目                             | 回答数 | 比率     |
|--------------------------------|-----|--------|
| いろいろな商品を実際に見て、選んで購入したい         | 434 | 66.8%  |
| カタログやインターネット等で自宅にいながら手軽に購入したい  | 35  | 5.4%   |
| 調理が面倒なので、簡単な調理で食べられる商品を購入したい   | 86  | 13.2%  |
| できるだけ自分で調理したものを食べたいので、材料を購入したい | 242 | 37.2%  |
| その他                            | 10  | 1.5%   |
| 特になし                           | 63  | 9.7%   |
| 無回答                            | 78  | 12.0%  |
| 合計                             | 948 | 145.8% |
| n                              | 650 |        |

問20. 食料品を購入する際の希望について (n= 650)



【その他】

- ・新鮮な物や安全な物を購入したい。(4名)
- ・調理する時間がないため、簡単な調理で食べられる商品を購入している。
- ・もし自分で調理するのであれば①～④まで全て該当する。
- ・仕事をしているため、遅い時間でも品揃えが豊富だとよい。揚物ばかり残っているので、煮物があると嬉しい。
- ・1か所で全ての商品が揃うスーパーで買い物したい。

### ③回答者の食生活について

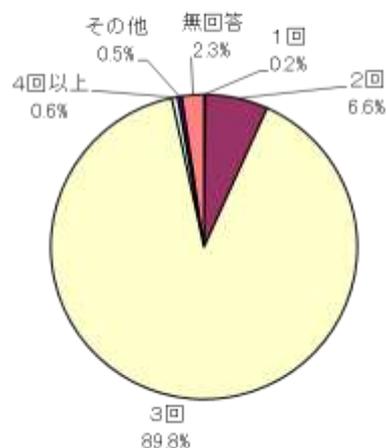
問21. 1日に何回、食事をしていますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目   | 回答数 | 比率     |
|------|-----|--------|
| 1回   | 1   | 0.2%   |
| 2回   | 43  | 6.6%   |
| 3回   | 584 | 89.8%  |
| 4回以上 | 4   | 0.6%   |
| その他  | 3   | 0.5%   |
| 無回答  | 15  | 2.3%   |
| 合計   | 650 | 100.0% |
| n    | 650 |        |

#### 【その他】

- ・月曜日～金曜日は3回、土曜日、日曜日は2回
- ・2～3回
- ・少しずつしか食べられない。

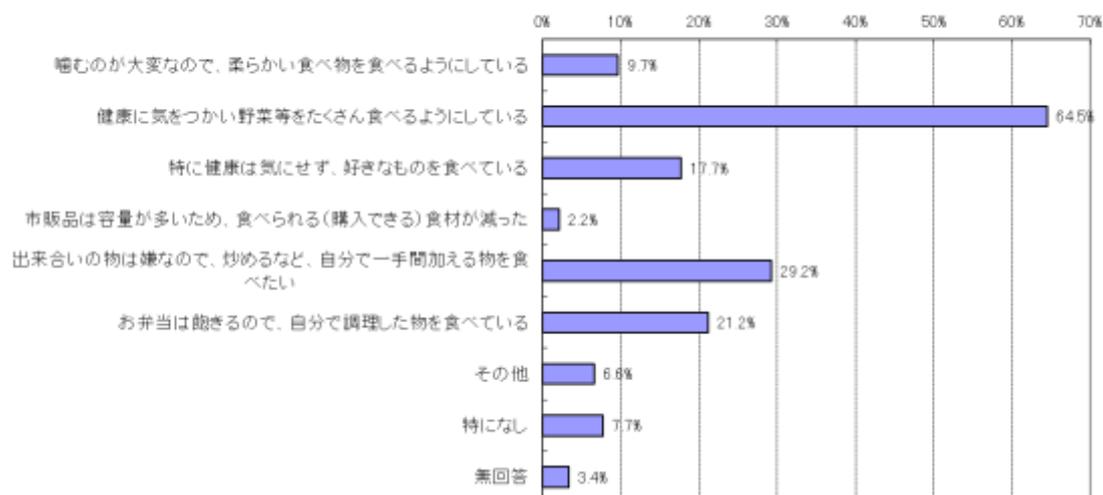
問21. 1日の食事の回数について (n=650)



問22. あなたの食生活について教えてください。(あてはまる番号全てに○)

| 項目                               | 回答数  | 比率    |
|----------------------------------|------|-------|
| 噛むのが大変なので、柔らかい食べ物を食べるようにしている     | 63   | 9.7%  |
| 健康に気をつかい野菜等をたくさん食べるようにしている       | 419  | 64.5% |
| 特に健康は気にせず、好きなものを食べている            | 115  | 17.7% |
| 市販品は容量が多いため、食べられる(購入できる)食材が減った   | 14   | 2.2%  |
| 出来合いの物は嫌なので、炒めるなど、自分で手間加える物を食べたい | 190  | 29.2% |
| お弁当は飽きるので、自分で調理した物を食べている         | 138  | 21.2% |
| その他                              | 43   | 6.6%  |
| 特になし                             | 50   | 7.7%  |
| 無回答                              | 22   | 3.4%  |
| 合計                               | 1054 | -     |
| n                                | 650  |       |

問22. あなたの食生活について (n=650)



### 【その他】

#### <調理について>

- ・基本的には調理しているが、忙しい時等は出来合いを購入している。(6名)

#### <食生活で気にしていること>

- ・栄養バランスを考えて食事をするようにしている。(6名)
- ・塩分を控えめにしている。(2名)
- ・お肉も摂取するようにしている(2名)
- ・季節の果実を食べるようにしている。
- ・調理が面倒なため、栄養が偏っていると思う。

#### <金銭面について>

- ・夫婦2人の場合は、出来合いの物を購入した方が安い時は出来合いを購入している。
- ・年金で暮らしており、1日3回食事をすると予算オーバーとなるため、1日2回が限度となっている。
- ・価格を重視している。

#### <病気について>

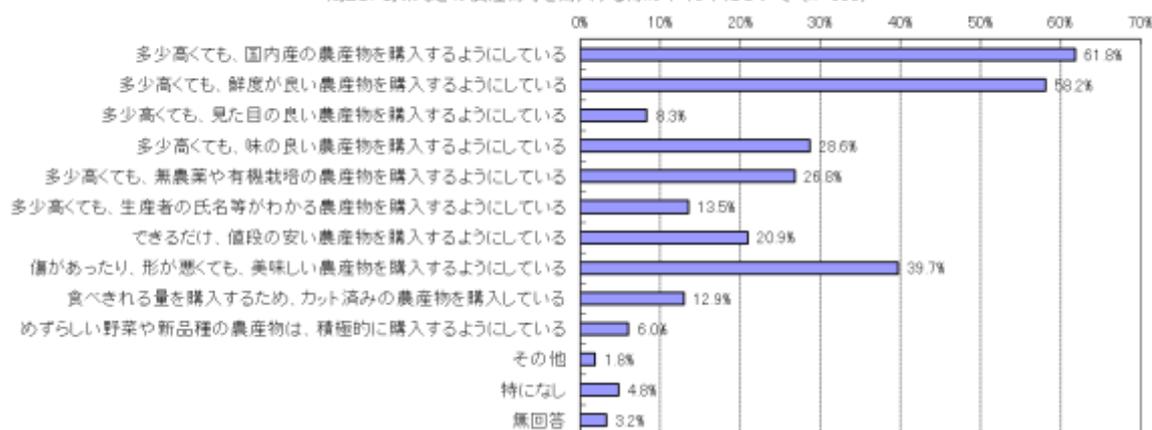
- ・病気のため医師から食制限を受けており、食品の購入に気を使っている。(3名)
- ・高齢の為、若いときは抵抗なく噛んでいた物が固く感じるようになっている。
- ・入れ歯の場合は、小さく切る必要がある。
- ・ペースト状の介護食を食べている。

問23. 野菜などの農産物等を購入する際に、選ぶポイントを教えてください。

(あてはまる番号全てに○)

| 項目                                | 回答数  | 比率    |
|-----------------------------------|------|-------|
| 多少高くても、国内産の農産物を購入するようにしている        | 402  | 61.8% |
| 多少高くても、鮮度が良い農産物を購入するようにしている       | 378  | 58.2% |
| 多少高くても、見た目の良い農産物を購入するようにしている      | 54   | 8.3%  |
| 多少高くても、味の良い農産物を購入するようにしている        | 186  | 28.6% |
| 多少高くても、無農薬や有機栽培の農産物を購入するようにしている   | 174  | 26.8% |
| 多少高くても、生産者の氏名等がわかる農産物を購入するようにしている | 88   | 13.5% |
| できるだけ、値段の安い農産物を購入するようにしている        | 136  | 20.9% |
| 傷があったり、形が悪くても、美味しい農産物を購入するようにしている | 258  | 39.7% |
| 食べきれる量を購入するため、カット済みの農産物を購入している    | 84   | 12.9% |
| めずらしい野菜や新品種の農産物は、積極的に購入するようにしている  | 39   | 6.0%  |
| その他                               | 12   | 1.8%  |
| 特になし                              | 31   | 4.8%  |
| 無回答                               | 21   | 3.2%  |
| 合計                                | 1863 | -     |
| n                                 | 650  |       |

問23. 野菜などの農産物等を購入する際のポイントについて (n=650)



【その他】

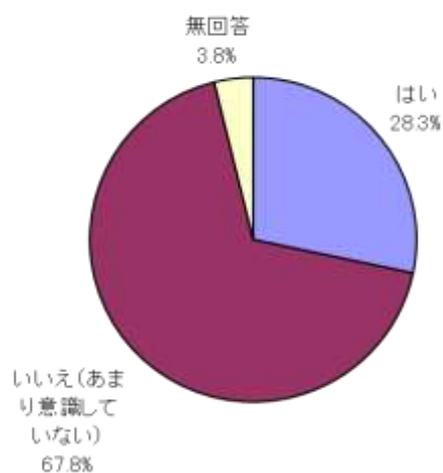
- ・安くて生産者が明確になっているものを購入する。
- ・安くて鮮度がよく、無農薬な野菜を購入したい。
- ・安くて品質がよい物を購入したい。
- ・高ければ美味しいのは当たり前である。安くて良い物を購入する。
- ・自分では作れない野菜を購入する。
- ・積極的にではないが、めずらしい野菜は味見したいので購入することがある。

#### ④その他

問24. 普段の食生活で、伊豆の国市内で生産された農産物を積極的に購入するようにしていますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目              | 回答数 | 比率     |
|-----------------|-----|--------|
| はい              | 184 | 28.3%  |
| いいえ(あまり意識していない) | 441 | 67.8%  |
| 無回答             | 25  | 3.8%   |
| 合計              | 650 | 100.0% |
| n               | 650 |        |

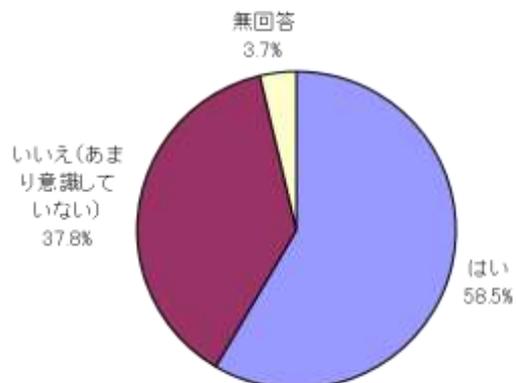
問24. 普段の食生活で、伊豆の国市内産を積極的に購入していますか。(n=650)



問25. 今後、伊豆の国市内で生産された農産物や加工食品を食べたいと思いますか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目              | 回答数 | 比率     |
|-----------------|-----|--------|
| はい              | 380 | 58.5%  |
| いいえ(あまり意識していない) | 246 | 37.8%  |
| 無回答             | 24  | 3.7%   |
| 合計              | 650 | 100.0% |
| n               | 650 |        |

問25. 今後、伊豆の国市内産の農産物や加工品を食べたいと思いますか。(n=650)



問26. 食料品、お弁当、総菜、日用品等を販売する移動販売車が、自宅の近くに來たら  
利用したいですか。(あてはまる番号1つに○)

| 項目  | 回答数 | 比率     |
|-----|-----|--------|
| はい  | 273 | 42.0%  |
| いいえ | 354 | 54.5%  |
| 無回答 | 23  | 3.5%   |
| 合計  | 650 | 100.0% |
| n   | 650 |        |

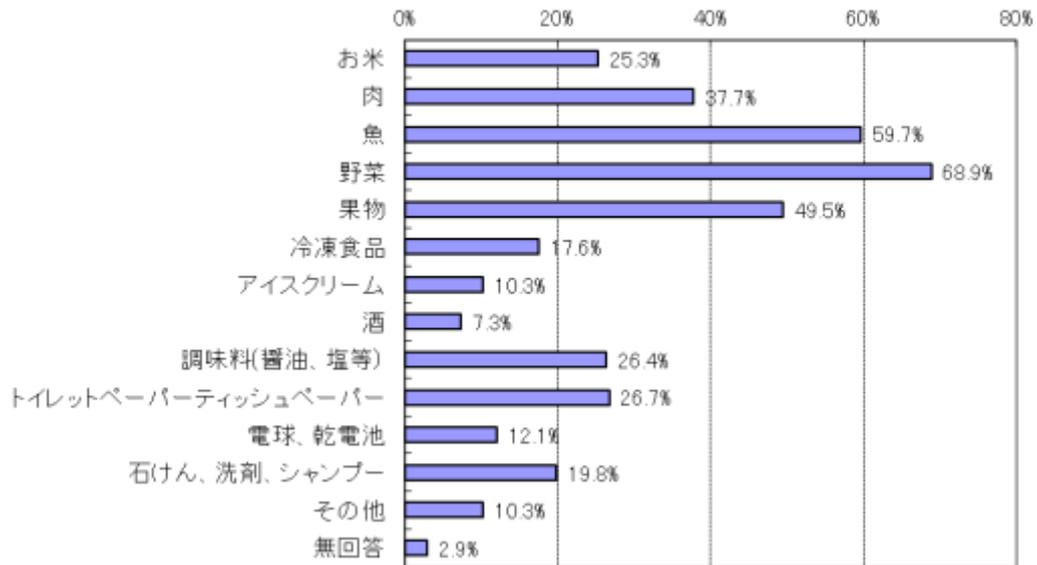
問26. 食料品、お弁当、総菜、日用品等移動販売車が  
自宅近くに來たら利用したいですか。(n=650)



問27. 問26で「① はい」と回答された方にお聞きします。移動販売車で購入したい  
物を教えてください。(あてはまる番号全てに○)

| 項目                | 回答数  | 比率    |
|-------------------|------|-------|
| お米                | 69   | 25.3% |
| 肉                 | 103  | 37.7% |
| 魚                 | 163  | 59.7% |
| 野菜                | 188  | 68.9% |
| 果物                | 135  | 49.5% |
| 冷凍食品              | 48   | 17.6% |
| アイスクリーム           | 28   | 10.3% |
| 酒                 | 20   | 7.3%  |
| 調味料(醤油、塩等)        | 72   | 26.4% |
| トイレトペーパーティッシュペーパー | 73   | 26.7% |
| 電球、乾電池            | 33   | 12.1% |
| 石けん、洗剤、シャンプー      | 54   | 19.8% |
| その他               | 28   | 10.3% |
| 無回答               | 8    | 2.9%  |
| 合計                | 1022 | -     |
| n                 | 273  |       |

問27. 移動販売車で購入したい物について (n= 273)



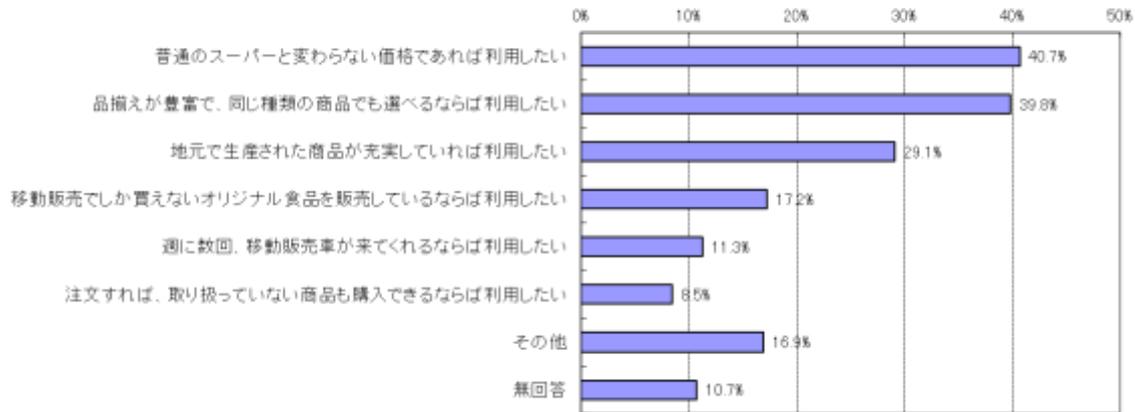
【その他】

- ・惣菜 (10名)、お弁当 (6名)、パン (6名)、菓子 (4名)、ペットフード (2名)。
- ・牛乳、卵、大豆製品。
- ・価格が安ければ尿とりパック、タバコ、カミソリ、コーヒー、お茶など。
- ・その時に必要なもの。
- ・購入してすぐに食べられるもの。
- ・品質のよいもの。

問28. 問26で「② いいえ」と回答された方にお聞きします。どのような条件を満たせば、移動販売車を利用したいと考えますか。(あてはまる番号全てに○)

| 項目                                | 回答数 | 比率    |
|-----------------------------------|-----|-------|
| 普通のスーパーと変わらない価格であれば利用したい          | 144 | 40.7% |
| 品揃えが豊富で、同じ種類の商品でも選べるならば利用したい      | 141 | 39.8% |
| 地元で生産された商品が充実していれば利用したい           | 103 | 29.1% |
| 移動販売でしか買えないオリジナル食品を販売しているならば利用したい | 61  | 17.2% |
| 週に数回、移動販売車が来てくれるならば利用したい          | 40  | 11.3% |
| 注文すれば、取り扱っていない商品も購入できるならば利用したい    | 30  | 8.5%  |
| その他                               | 60  | 16.9% |
| 無回答                               | 38  | 10.7% |
| 合計                                | 617 | -     |
| n                                 | 354 |       |

問28. どのような条件を満たせば、移動販売車を利用したいですか。(n= 354)



### 【その他】

#### <利用する条件について>

- ・新鮮で清潔感（販売車）があれば利用したい。
- ・鮮度の良い商品があれば利用したい。
- ・美味しい商品があれば利用したい。
- ・利用出来る時間が、自分に都合が良ければ利用したい。
- ・値段の安い商品が充実していれば利用したい。
- ・車の運転ができなくなった時は利用したい。

#### <利用しない理由について>

- ・仕事等により、移動販売車が利用できる時間帯に家にいない。(15名)
- ・近くにスーパー等があるため利用しない。(11名)
- ・買い物で外出することを楽しんだり、お店に歩いていく事が健康につながるので利用しない。(5名)
- ・宅配等を利用するため。(2名)
- ・車での販売は、衛生面が心配で安心して買うことが出来ないので利用しない。

#### <その他>

- ・現在は、自分や家族などが買い物に行けるため利用しない。(9名)
- ・現在は必要ないが、将来的には必要になると思う。(4名)
- ・移動販売車を利用する気はない。(2名)
- ・現在は必要ないが、将来的にはバランスの良い、お弁当等を一食位購入するようになると思う。
- ・都合の良い時間で出掛けるついでに買い物をするので時間を決められたくない。

問29. 買い物について、現在困っていることや将来への不安等ありましたら、ご記入ください。また、日常生活の中で買い物以外にも困っていることがありましたら、ご記入ください。

①現在、買い物について困っていること

<立地について>

- ・スーパーが近くにない。(20名)
- ・野菜や肉、魚等の専門店が近くにない。(6名)
- ・食料品以外(電化製品、衣類等)を購入できる店が遠い。(2名)
- ・地元の商店で購入したいが、夜早くに閉店してしまう。

<移動について>

- ・重い荷物が持てない。(5名)
- ・足腰等が悪く移動が大変である。又は高齢のため将来的に不安がある。(4名)
- ・出かけるときの交通費を気にしている。(3名)
- ・バスの本数が少ない。時間が合わない。(3名)
- ・買い忘れがあった時に、お店に戻るのが大変である。又は戻れない。(3名)
- ・移動手段が徒歩しかなく、移動が大変である。(2名)
- ・坂の上に住んでいるため、どこへ行くにも急な坂道を利用しなければならない。

<商品の品質について>

- ・値上がり等を含め価格が高い。(7名)
- ・1人住まいや2人住まいのため、食べきれる量で小分けにした商品がほしい。(3名)
- ・スーパーは自社ブランドの商品が多い。(3名)
- ・新鮮な野菜がない。又は価格が高い。(2名)
- ・米でも野菜でも出来るだけ無農薬のものを買いたい。
- ・近くのスーパーで購入できる商品は添加物が多く、良質な商品がない。
- ・鮮魚店が閉店し、スーパーで購入する刺身は美味しくないため遠くの店まで他人に連れて行ってもらっているが、頼むのが悪く感じる。
- ・近くにスーパーが1つしかないため、高くても買わなければならない。

<その他>

- ・雨天時の買い物が大変である。(2名)
- ・徒歩圏内にお店がないためスーパー等でまとめ買いをするが、生鮮食料品などが冷蔵庫に残ってしまうことが多々あり、こまめに買い物をしたい。
- ・現在は車の運転が出来るので特に困っていないが、運転が出来なくなった時には、不便さがいっぱいにくる。

## ②今後の買い物について抱えている不安

- ・車やバイクの運転が出来なくなる（本人や配偶者等）と買い物が不便になったり、できなくなる、重い物が持ち帰ることができなくなるのが不安である。（114名）
- ・健康を害した時や足腰が不自由になった時が不安である。（36名）
- ・消費税の増税や物価が高くなっているため、不安を感じている。（11名）
- ・近隣のスーパー等がいつまで続くかわからない。（8名）
- ・高齢になった時、重い物や大きな物が持てなくなったり、持ち帰ることができなくなる。（8名）
- ・近隣にスーパー等の買い物ができるお店がない。（6名）
- ・交通手段に不安を感じている。（2名）
- ・移動車を利用する場合、プライバシーが保たれないので利用したいとは思わない。
- ・自分の都合の良い時間にバスがない。
- ・膝や腰が悪いのでタクシーを利用しているが、いつまで続くか不安である。
- ・高齢になり調理する事が困難になった場合、スーパーや通販などで高齢者向けの食品や加工品が豊富にあれば良い。
- ・10年後は自分で行けないから、移動販売車や宅配があるとよい。
- ・子供が家を出た場合、不安である。
- ・現在は問題ないが、10年後を考えると家族が助けてくれると思うが、多少の不安を感じている。

## ③日常生活で買い物以外に困っていること

### <日常生活について>

- ・庭の草むしりや木の剪定。（29名）
- ・蛍光灯の取り換えや洗濯等の高い所の作業や重い物を動かすのが大変である。（14名）
- ・ゴミの集積場が遠くて困っている。（4名）
- ・ゴミ出しが大変になってきた。（3名）
- ・墓掃除やお寺の用事が困る。

### <交通手段について>

- ・交通手段がほとんどないので、病院、銀行へ行くのに困っている。（3名）
- ・病院や駅に行くのにタクシーを頼まなければならない。（2名）
- ・車を運転しなくなったため、市内を循環する100円バスのような交通機関があれば良い。（2名）
- ・交通手段としてバスがありますが、乗る人が少ないので、回数が減り、病院、買物に行くのに困っている。（2名）

- ・生活習慣改善のため、プール等へ参加したいが、距離があるため、伊豆長岡駅からバスを運行してほしい。
- ・病院に行く時は、他人に頼んで車で送迎してもらわなければならないと不便である。
- ・タクシー券がもう少し欲しい。

#### <住環境について>

- ・郵便ポストやクリーニング店、薬局、本屋などが近くにない。(6名)
- ・家の近くまで猪等が出没し困っている。(2名)
- ・庭にゴミ(カン・ビン)を捨てられて困っている。資源ゴミ等は、決まった日時、場所では決して捨てられない人々が多いため、近隣に捨てる場所を設置してほしい。
- ・隣の土地の草木や雑草がすごく、防犯面で不安を感じている。
- ・空き家が増えて、管理が行き届かないと草が道まで出てきたり、通行に支障をきたしたりしている。
- ・公道にもかかわらず、外灯が無く、暗くて危険である。以前も事故があったため不安である。
- ・近所でゴミを燃やすので臭いや煙に困っている。
- ・近所に工場があり、汚れと音が気になっている。
- ・道路が狭くてあぶない。

#### <その他>

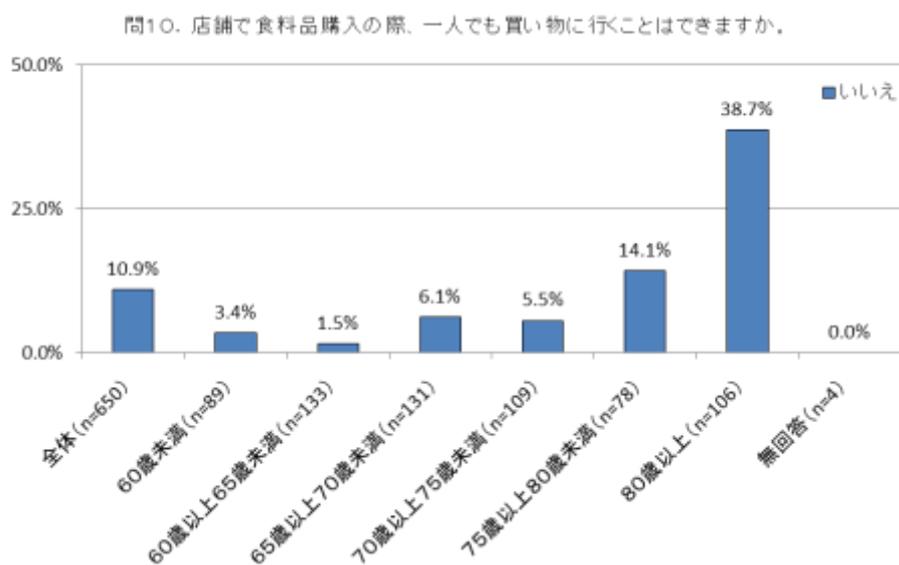
- ・生活費等の金銭面で不安を感じている。(4名)
- ・大工仕事等ができない。頼める人がいない。(4名)
- ・近隣や地域とのコミュニケーション不足やつながりが希薄で不安を感じている。(3名)
- ・健康面で不安を感じている。(3名)
- ・手に力が入らない。ビンやカンがあげられない。(2名)
- ・困ったことが発生した時、相談する人がいない。(2名)
- ・町内会の仕事(草取り、沼上げ、組長)や地域の行事に参加ができなくなる。(2名)
- ・今は地区の体操教室に主人共々通っているが、一人になった時の時間の使い方を考えている。手先の事が好きだが、それも出来なくなった時のために、軽い体操、歌、ゲーム等出来る場がほしいと感じている。

### (3) アンケート調査結果（クロス集計等）

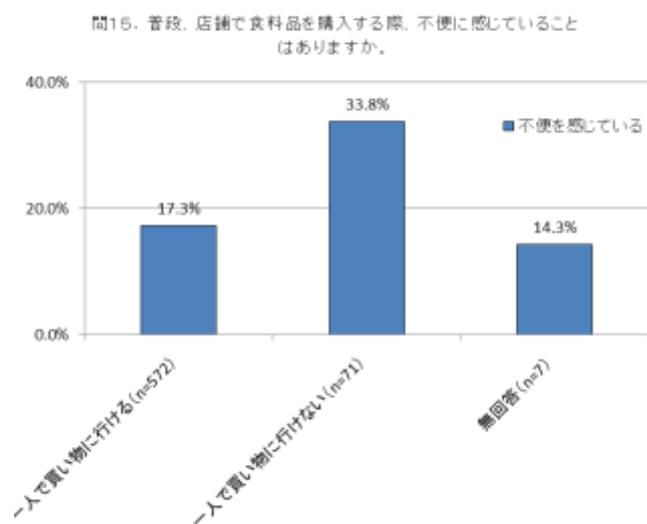
#### ① 買い物が困難になる状況について

80歳以上の年代になると、店舗で食料品を購入する際に、一人でも買い物に行く事ことができない人の割合（38.7%）が増加する。また、一人で買い物に行けない人の方が買い物に不便を感じている人の割合（33.8%）が高かった。

#### <問1×問10>年代における一人で買い物に行けない人の割合



#### <問10×問15>一人で買い物に行けない人における買い物に不便を感じている人の割合



②地域の違いによる買い物環境について

アンケート回答者を郵便番号によって集計した結果、買い物に不便を感じている人の割合が30%以上の地域が9地域となった。また、スーパー等が2km圏内にある3地域においても買い物に不便を感じている人の割合が30%以上であった。

<問2×問15>郵便番号における買い物に不便を感じている人の割合

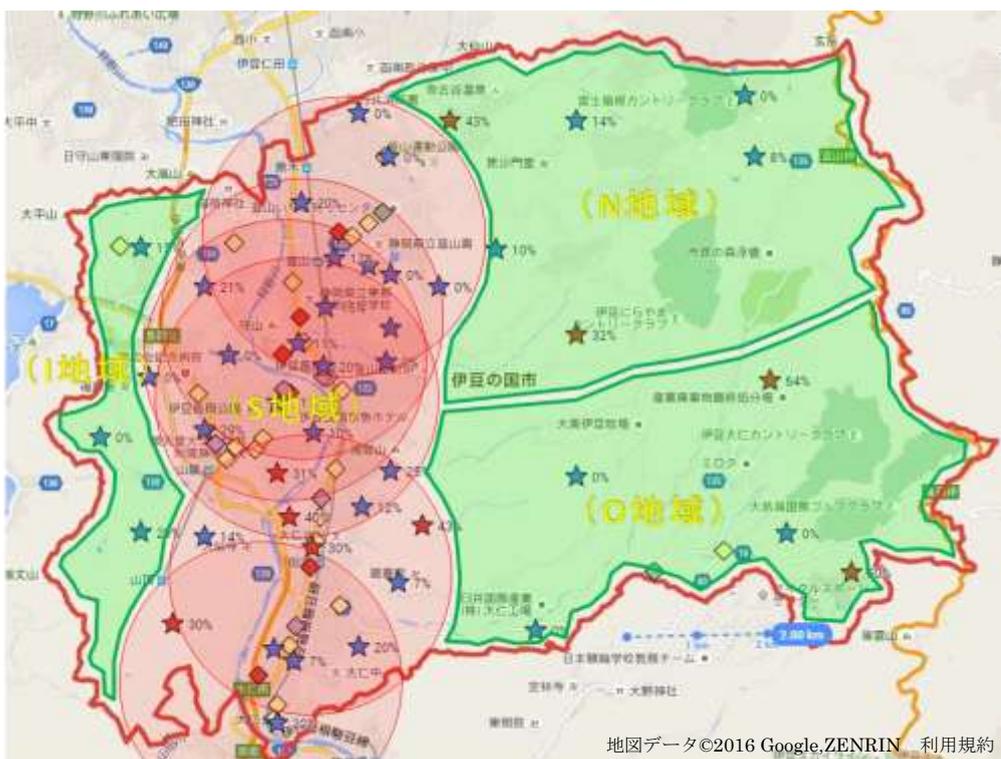
| 郵便番号     | アンケート回答者数(人) | 買い物に不便を感じている人回答者数(人) | 買い物に不便を感じている人割合 | 郵便番号     | アンケート回答者数(人) | 買い物に不便を感じている人回答者数(人) | 買い物に不便を感じている人割合 |
|----------|--------------|----------------------|-----------------|----------|--------------|----------------------|-----------------|
| 410-2311 | 11           | 7                    | 64%             | 410-2121 | 9            | 1                    | 11%             |
| 410-2312 | 2            | 1                    | 50%             | 410-2201 | 36           | 4                    | 11%             |
| 410-2103 | 7            | 3                    | 43%             | 410-2141 | 10           | 1                    | 10%             |
| 410-2317 | 14           | 6                    | 43%             | 410-2205 | 10           | 1                    | 10%             |
| 410-2318 | 5            | 2                    | 40%             | 410-2133 | 12           | 1                    | 8%              |
| 410-2113 | 25           | 8                    | 32%             | 410-2322 | 14           | 1                    | 7%              |
| 410-2202 | 13           | 4                    | 31%             | 410-2315 | 43           | 3                    | 7%              |
| 410-2316 | 10           | 3                    | 30%             | 410-0832 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2325 | 10           | 3                    | 30%             | 410-2101 | 3            | 0                    | 0%              |
| 410-2211 | 51           | 15                   | 29%             | 410-2102 | 2            | 0                    | 0%              |
| 410-2212 | 7            | 2                    | 29%             | 410-2112 | 4            | 0                    | 0%              |
| 410-2302 | 8            | 2                    | 25%             | 410-2131 | 3            | 0                    | 0%              |
| 410-2323 | 32           | 7                    | 22%             | 410-2142 | 4            | 0                    | 0%              |
| 410-2221 | 19           | 4                    | 21%             | 410-2143 | 2            | 0                    | 0%              |
| 410-2111 | 5            | 1                    | 20%             | 410-2204 | 2            | 0                    | 0%              |
| 410-2124 | 30           | 6                    | 20%             | 410-2210 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2144 | 10           | 2                    | 20%             | 410-2213 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2321 | 20           | 4                    | 20%             | 410-2214 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2123 | 36           | 6                    | 17%             | 410-2301 | 4            | 0                    | 0%              |
| 410-2122 | 26           | 4                    | 15%             | 410-2313 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2223 | 40           | 6                    | 15%             | 410-2314 | 2            | 0                    | 0%              |
| 410-2114 | 47           | 7                    | 15%             | 410-2324 | 2            | 0                    | 0%              |
| 410-2132 | 21           | 3                    | 14%             | 410-4102 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2203 | 7            | 1                    | 14%             | 410-4124 | 1            | 0                    | 0%              |
| 410-2303 | 17           | 2                    | 12%             | 410-4144 | 1            | 0                    | 0%              |



- ★：買い物に不便を感じている人が30%以上の地域
- ★：買い物に不便を感じている人が30%以下の地域
- ◆：中規模以上のスーパー

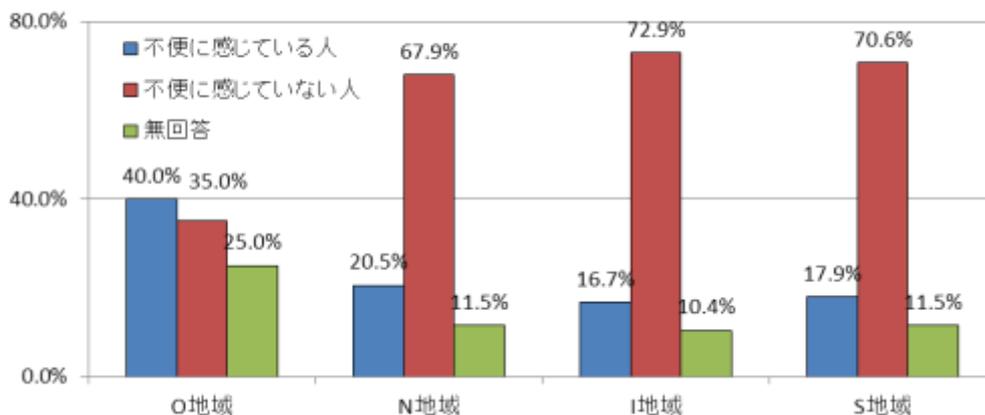
アンケート回答者の74.6%が、普段食料品を購入している手段としてスーパーを選択していることから、中規模以上のスーパーの半径2kmを商圏として地域を分類した。2km圏内の地域をS地域とし、西側をI地域、北東側をN地域、南東側をO地域とした。

O地域において買い物に不便と回答している人の割合が40.0%と最も高く、次いでN地域であったが、S地域と比較して大きな差はなかった。



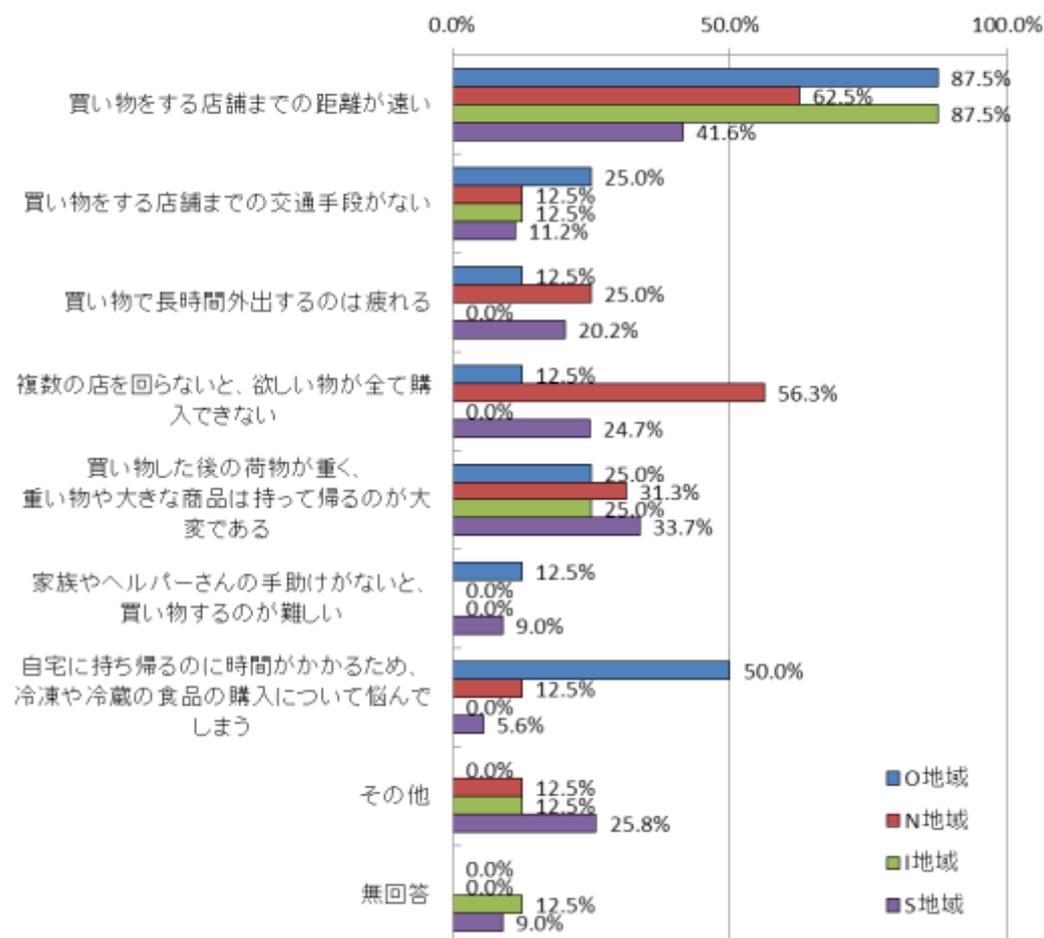
- ★：買い物に不便を感じている人が30%以上の地域
- ★：買い物に不便を感じている人が30%以下の地域
- ◆：中規模以上のスーパー
- ◆：農産物直売所
- ◆：コンビニエンスストア
- ◆：ドラッグストア

問2×問15. 郵便番号の地域による買い物環境



O 地域、N 地域、I 地域、S 地域ともに買い物に不便を感じている理由として、買い物を  
 する店舗までの距離が遠いことを理由にする回答者の割合が最も多かった。買い物におい  
 ては、買い物をする店舗までの距離が不便さにおいて重要な要因となっている。

問2×問16. 郵便番号の地域分類における買い物に不便を感じている理由



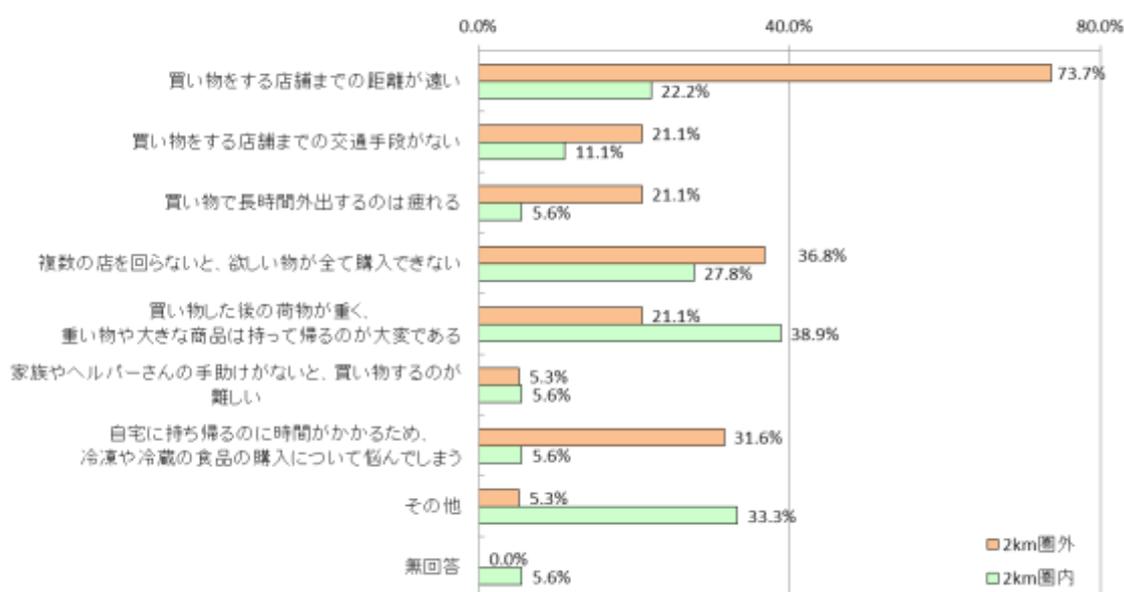
買い物に不便を感じている人の割合が30%以上の郵便番号の地域について、中規模以上のスーパーから半径2 km 以上の郵便番号の地域を2 km 圏外の地域（橙色の☆で囲った郵便番号）、2 km 以内として2 km 圏内の地域（緑色の☆で囲った郵便番号）とした。



- ★：買い物に不便を感じている人が30%以上の地域
- ★：買い物に不便を感じている人が30%以下の地域
- ◆：中規模以上のスーパー
- ◆：農産物直売所
- ◆：コンビニエンスストア
- ◆：ドラッグストア

買い物に不便を感じている理由として2 km 圏外の地域では、買い物をする店舗までの距離が遠いことを要因とする回答者が最も多かったが、2 km 圏内の地域では、買い物した後の荷物が重くて持って帰るのが大変であることを要因とする回答者が最も多かった。中規模以上のスーパーからの距離によって、買い物において不便に感じている要因の違いが見られた。

問2×問16. 買い物に不便を感じている人の割合30%以上の地域における買い物に不便を感じる理由



【その他回答（2 km 圏内のみ）】

- ・足腰、目が悪く行くのが大変。近くにスーパーが1軒しかなく、いやが応でもそこに行くしかない。
- ・駐車場がせまい。
- ・自転車を使うので雨の日、暑い日には行くことが難しく、買物が天候に左右される。
- ・自分の好きに行動できない。相手の方に合わせて時間の事や品選びについての気遣いがなかなか大変。（お礼をするなど…）
- ・米、調味料などは困る。

### 3. 地産地消・6次産業化の推進に向けたヒアリング調査結果

#### (1) ヒアリング調査概要

##### ①実施期間

平成27年11月20日(金)～12月17日(木)

##### ②調査方法

事業者：個別面談によるヒアリング調査

高齢者：グループインタビューによるヒアリング調査

##### ③調査対象

| 区分            |         | 調査対象                              |
|---------------|---------|-----------------------------------|
| 生産            |         | 土屋建設(株)、JA伊豆の国                    |
| 流通<br>・<br>販売 | 流通業者    | (有)サクラ急送、(有)グリーンフレッシュ             |
|               | 小売店     | ユニー(株)                            |
|               | 旅館      | 伊豆長岡温泉旅館協同組合                      |
|               | 病院・福祉施設 | 特養老人ホームぬくもりの里、長岡リハビリテーション病院       |
|               | その他     | (株)HIT                            |
| 消費            | 山間地域    | みどり体操教室、浮橋体操教室                    |
|               | 市街地     | 星和体操教室、立花体操教室、水晶苑体操教室、社会福祉協議会体操教室 |

#### (2) 事業者ヒアリング調査結果

##### ①【生産部門】土屋建設株式会社

- ・大仁まごころ市場では、短期間に同じ品目の農産物が大量に出荷されるケースがあり、販売単価を下げ合ってしまった。
- ・出荷者は売れ残りによる引き取りを避けるため、単価を下げたり、出荷量自体を抑えたり、追加の出荷をしないなどの悪循環が生じている。引き取りの負担を減らしたり、集荷をすれば現状より量を増やす出荷者は存在する。
- ・小売店や飲食店、旅館などからの引き合いがあるが、1生産団体では需要に対して供給するロットの面でニーズに応えられない。
- ・農業者個人や1生産団体ではなく、大仁まごころ市場として取組むことができれば、野菜だけでなく惣菜などの販売も含め、市内の需要先（小売・飲食・旅館・個人など）へ

の対応力は格段に上がる。

- ・体操教室への出張販売については、決して利益が出ている状況ではなく、地域の住民が触れ合う機会づくりになれば良い。ただし、利用者（消費者）の協力が無ければ存続は難しい。
- ・カットするなどのサービスや過剰な宣伝活動は、商品単価を上げてしまうため、地域の住民同士で分け合ったり、口コミで広げてもらうことを期待している。
- ・地域や個別の配送は軽自動車などの小回りが利く車両でなければ燃費を含めて厳しい。個別配送はある程度のまとまりがないと効率が悪い。物流事業者が既存の配送ルートを活用して事業展開できると良い。

## ②【生産部門】伊豆の国農業協同組合

- ・生産者の高齢化は顕著であり、75～80歳ぐらいまで続ける農業者も少なくないが、年間6～7人が徐々に耕作面積を縮小しながら耕作を辞めている。
- ・一方で、ミニトマトなどで新規就農する農業者もおり、農業者自体の人数は減少しているが、新規就農者の耕地面積が大きいため耕作面積は維持されている。
- ・JAである程度まとまった量を集荷している品目としては、大玉トマト、ミニトマト、いちご、エリンギ、生しいたけなどがあるほか、集荷量は少ないが、すいか、かき、春だいいこん、みかんなども生産されている。
- ・直売所は出荷も客も午前中に集中する傾向にある。市場出荷向け農業者と違い、直売出荷者は家庭菜園の延長で生産している農業者も多い。
- ・JAとしても業務用取引には今後力を入れていく方針である。直売所に出荷されたものをピックアップすることは難しいが、市場出荷向けをケース単位で回すことは可能である。
- ・移動・出張販売用としても、買い取りであれば市場出荷向けの農産物を回すことは検討できるが、JA自体が運営することは、人材の確保や人件費が高いなどの理由で採算面でも難しい。
- ・女性部では弁当や総菜を製造して直売所で販売しているが、買い取りであれば移動・出張販売用として取引することは相談できると思われる。
- ・加工に関してはJA自ら取組むことは考えにくいですが、摘果みかんのジュースやいちごのジャムの委託加工には取組んでいる。大玉トマトの裂果したものや沢庵以外のだいいこんの加工品などに新たに取組めると、農業所得の向上につながる可能性はある。

## ③【流通・販売部門】有限会社サクラ急送

- ・ドライバー等への仕事の斡旋を行っているため、ドライバーを募集することは可能であるが、基本は運送業で生計を立てている個人事業主のドライバーに仕事を紹介している。
- ・移動・出張販売であると、調理アドバイスの面や接客の対応も重要な要素となることから、女性ドライバーが適していると思われる。

- ・市内を回る半日程度の仕事であれば対応可能な女性ドライバーは存在すると思われる。個人宅への配達は2時間であると15件程度が限界である。
- ・ターゲットを高齢者だけに絞るとマーケットとしては小さいと思われ、子どもがいる世帯も含めるべきではないかと考える。
- ・移動販売車の場合、生鮮品等が、どの程度の時間、鮮度維持できるか、また、販売量の見込なども検討するべきである。

#### ④【流通・販売部門】 有限会社グリーンフレッシュ

- ・基本的な仕入は、地方卸売市場三島青果(株)で仕入れたものを一度自社に持ち帰り、荷造りをしたうえで、静岡県東部地域を中心にルート配送（納品）している。
- ・市内の納品先としては、外食チェーン、病院・福祉施設、学校給食等があるが、市内産にこだわるところは少なく、学校給食でも県内産までは許されている。
- ・外食事業者へは葉物類、病院・福祉施設へは根菜類の納品が多い。基本的には注文を受けて仕入れるため、市内産を指定されれば、何らかの手段で仕入れる必要がある。
- ・病院・福祉施設は、流動食等になるため市内産へのこだわりは少ない。また、果樹などでは種なしの方が取り扱いやすいため、需要がある。
- ・他産地では収穫できない時期の農産物や、めずらしい品目の野菜などであれば取り扱いやすい。また、箱根西麓三島野菜のようにネームバリューがあると産地指定を得られやすいと思う。
- ・発注から納品までのサイトが短いこともあり、市内産農産物の注文に対応してくれる窓口業者があると発注しやすい。

#### ⑤【流通・販売部門】 ユニー株式会社（アピタ大仁店）

- ・基本的な仕入は週3回静岡県と神奈川県の仲卸業者からで、産地直送もあるが伝票は仲卸業者を通してもらっている。口座開設には安定的な取引が条件になるが、継続的に取り組むためにはその必要性も感じている。
- ・市内産農産物には鮮度感、生産者の顔が見えるという安全安心の面で魅力があり、できればイベント的な取引ではなく、継続的な取引で地産地消に取組みたいと考えている。
- ・販売力には自信を持っており、買い取りによって責任をもって販売することが可能である。取引に関しては、個々の農家との取引でなく、発注や配送を含めて窓口を一本化してもらおう方が取り組みやすい。
- ・どの時期に何があるのかなどの情報がないため、その情報があれば参考になる。まずは少ない品目から始めて徐々に拡大していくことなども考えられる。
- ・田中山たくあんやすいか、朝獲れのいちごなどは特に魅力的である。話し合うより、まずは、少量からでも取引をしながら改善・拡大していく方が取組むに発展すると思う。
- ・インショップについては、自社の基準で商品管理ができないため考えられない。また、

宅配や移動スーパーも採算が厳しいという結論を出しているため取組む予定はない。

- ・店舗の惣菜部門はセンター化されており、関連会社が運営しているため、使用する原料を含めて店舗には裁量がない。

#### ⑥【流通・販売部門】伊豆長岡温泉旅館協同組合

- ・各旅館の仕入は、卸売市場や八百屋など様々だが、配達してくれることが前提となっている。献立は月単位で決める旅館が多い。
- ・市内産の農産物を使いたいと思っている旅館は確実に存在するが、組合加盟の34軒の足並みを揃えることは難しい。
- ・市内産農産物（三島市や伊豆市産を含めても可）の発注に対応可能なところがあれば発注したいが、農家個人では量が賄えない。混雑時期のピークで考えると、部屋数×定員数になるため、1日に300食分程度の食材は必要になる。
- ・宿泊客数としては、1～3月、ゴールデンウィークが混雑した後は、9月頃から1月まで徐々に増えていくというような傾向にある。

#### ⑦【流通・販売部門】特別養護老人ホームぬくもりの里

- ・自社で行う調理は1回あたり130食程度であり、食材は市内の卸業者から仕入れている。国産の希望は出しているが、産地指定等までは行っていない。
- ・だいこん、にんじん、じゃがいも、たまねぎの使用は多く、通常の調理分は前日納品、真空調理分は2～3日前に納品してもらっている。
- ・野菜は原体で仕入れるが、茹で時間を長くしたり、圧力鍋を活用したり、真空調理を行うなど、柔らかくして提供することが多いほか、厨房では嚥下食の研究開発も行っている。
- ・真空調理のメリットは、味の均一化や保存性、誰でも調理可能、運搬適性、煮崩れしにくいなどがある。既に真空調理機を利用しているため、真空調理済み商品に対する要望はない。

#### ⑧【流通・販売部門】長岡リハビリテーション病院

- ・食事の提供は、病院の管理栄養士からの指示のもと、委託会社が食材の調達から調理までを担当している。
- ・メニューは概ね1か月前に翌月のものが決まる。食材は原体での納品が基本であるが、中には冷凍したものも取り扱っており、鮮度は付加価値になりづらい。
- ・入院患者のうち1/3程度は食べることに何らかの障害がある方であり、患者各々の嚥下障害の度合によって調理法を変えて提供している。
- ・食べることが困難な方や口から食事ができない方などもおり、患者自身が市内産農産物へこだわりを持つことは少ないと思う。

- ・管理栄養士としては、旬の物や季節を感じられる食事を提供したいが、市内産農産物の情報がなく、情報提供してもらえれば可能性は広がる。提供可能量が少なくても提供の仕方を工夫すれば、取り入れることはできる。
- ・自宅療養や帰宅した際に嚥下障害の度合にあった食事を用意することが難しいため、気軽に利用可能な商品があれば、需要はあると思われるし、紹介したいと思う。
- ・真空包装技術は、食材を柔らかくすることはできるが、飲み込みやすくする技術ではないため、嚥下障害の方には不十分である。

### ⑨【流通・販売部門】株式会社HIT（エイチアイティー）

- ・買い物で困っている方がいるとの情報提供を受け、コンビニエンスストアのローソンへの相談から、立花台区での移動販売が実現した。販売商品はローソンで販売されている商品で、積載していない商品へのニーズがあれば次回積載して対応している。
- ・実施は土曜日に2か所で実施しており、外に出てこられない方へは自宅まで届けるサービスも実施しているが、いつ、どこに来ているかなどの周知がまだ不足している。
- ・現状では高齢者一人あたりの買い物金額は多くても1,000円程度で、利用者は平均1か所5名程度であり、採算が取れる事業化には至っていない。

## （3）高齢者ヒアリング調査結果

### ①調査結果概要

#### <現在の買い物環境について>

グループインタビューを実施した体操教室では、現状では自分で買い物に行くことができるため、既に関心を持って困っているという方は少なかった。ただし、タクシーやバス、自転車で買い物に行っている自家用車を運転できない方は、買い物に対する不便さを感じていた。また、市街地から遠い地域では、宅配サービスの利用や生活クラブ、パルシステム等を利用する方が見られた。

#### <買い物環境の改善について>

将来的には移動販売が来てくれることを希望する方は多い。具体的な要望としては、野菜のほか、魚、肉、その他日常生活品の取り扱いを望む声や、地域内で1か所だけでなくより家の近く、もしくは地域内でも複数か所に来てもらうことを望む声がみられた。

### ②【山間地域】みどり体操教室

- ・現状では自分で自動車を運転して買い物に行くことが可能な方が大半であり、1か所へ野菜、魚、肉などの購入が可能なスーパー等で買い物を行っている。

- ・生もの・冷凍食品を除いて 3,000 円以上の購入で自宅まで配達してくれる市内スーパーのサービスや、生活クラブ利用者が多い。自分の目で見て買い物はしたいが、重いものは持てないというニーズはある。
- ・野菜については、庭先で栽培している人も多く、野菜だけで移動販売されても魅力は少ない。年を取ると料理することが面倒になってくるため、温めるだけの商品や惣菜なども含めて販売してくれると利用したい。
- ・過去には複数の業態が移動販売で訪れていたが、利用者が少なくすべて撤退してしまった。1か所に来てもらっても地域内は広く、そこまで行くことができない人も多い。

### ③【山間地域】浮橋体操教室

- ・現状では市内スーパーやコンビニエンスストア、パルシステム利用者が多い。買い物に行く回数は、週1～2回程度である。
- ・野菜は自給自足であり、時期によっては、収穫できない品目もあるが代用品の野菜があるため、野菜類が一番買わなければならない必要性が低い。肉や魚は自給自足ができないため買い物をする必要がある。
- ・現状でも大豆製品や佃煮、揚げ物などの移動販売や宅配業者が来ているが、地域住民すべてに周知されている状況にはない。
- ・移動販売に来てくれるのであれば、野菜だけでなく、魚や肉、調味料、洗剤など、農協の直売所で販売しているような商品を取り扱ってもらいたい。また、1か所でなく、より家の近くまで来てもらえると利用しやすい。

### ④【市街地】星和体操教室、立花体操教室、水晶苑体操教室、社会福祉協議会体操教室

- ・現状では自分で自動車を運転して買い物に行くことが可能な方が大半であり、1か所で野菜、魚、肉などの購入が可能なスーパー等で買い物を行っている。
- ・ある程度近くにスーパーがあったとしても、徒歩では微妙な距離にあると、店舗まで行くこと自体が大変な方もいる。また、タクシーで買い物に行っている方はすぐにでも移動販売車が来てくれることを望んでいる。
- ・店舗で購入したものや電話での注文で自宅まで配達してくれる市内スーパーのサービスを利用する方が多い。スーパーによっては、新聞の片付けなどの生活サービスを行ってくれるところもある。
- ・現状は元気な体であるため、買い物自体が楽しみと考える方もいるが、将来的には不安を持つ方も多く、移動販売車の必要性も感じている。
- ・自分で買い物に行くことができない場合、たとえ家族であっても遠慮して、欲しいものを頼めないこともある。
- ・行政が関係している移動販売車であると安心して利用できるということはある。高齢になると手の込んだ料理は作らなくなるため、炒めるだけなどの商品があると利用頻度が

上がると思われる。

- ・食材を配達してもらうことは、単に配達というだけでなく、何を食べるか、どうやって食べるかなどを考えることで認知症予防にもつながる。
- ・以前、飲食店などに容器を持参して料理等を販売してくれる店があったが、そういったサービスがあると料理のできない高齢者は便利だと思う。
- ・ある程度大型の無人直売所を作り、各生産者が自由に販売できる箇所を増やしたらどうかと思う。

## 4. 地産地消・6次産業化の推進に向けた先進事例

### (1) 集荷システムの構築（富山県）

#### ①概要（富山市「地場もん屋総本店」の事例）

平成22年に、市の第三セクターである「まちづくりとやま」の運営による農産物直売所「地場もん屋総本店」のオープンに伴い、集荷システムを構築した。野菜出荷者の半数にあたる約70人が集荷サービスを利用して、農産物直売所へ野菜を出荷している。農産物直売所は85坪、正社員10名で運営しており、売上高は2.1億円となっている。

集荷サービスを利用する農業者は高齢者ばかりではなく、若い農業者も利用している。兼業農家であれば、朝収穫した農産物を集荷拠点に納品して、会社に行く人もいる。集荷サービスを運営することで、出荷者の幅も広がり、農地が維持され、富山市の農業振興に貢献している。

#### ②背景

富山市は、平成17年に4町2村と合併し約125haの市域面積となり、「地場もん屋総本店」の開設場所では、農産物直売所までの距離が15kmにもなる生産者が存在した。富山市の農業振興に貢献するためにも、多くの生産者が農産物直売所へ出荷できる体制が必要だと考え、農産物直売所を立ち上げた当初から集荷サービスの運営を開始した。

#### ③詳細

＜集荷サービスの加入方法＞

地場もん屋総本店の出荷組合に出荷者登録をする際に、集荷サービスを利用するか、店舗まで納品するかを選択できるようにしている。集荷サービスを利用する場合は、販売手数料の他に、集荷手数料5%を徴収している。また、売れ残り品への対応は、出荷者登録の際に、自分で引き取るか、地場もん屋総本店が廃棄するかを選択できるようにしている。

<集荷方法>

旧町単位となる7か所に集荷拠点を設置し、そこに生産者が持ち込む方式となっている。また、各拠点にバーコード発券機も設置しているため、出荷状況や販売状況も確認できるようになっている。正社員のうち、6名が集荷サービスの担当を兼務しており、毎朝8時半に軽ワゴン3台で7か所の集荷拠点到各々が集荷をしに行っている。

<その他>

富山市の農業振興を目的に設置された農産物直売所となっているため、補助金も支給されている。売上2.1億円はあるが、補助金が無ければ、農産物直売所の運営が困難となる。毎年、農産物直売所の運営計画書を作成し、運営に不足する金額を補助金で補てんしている。

【富山市旧町の地図】



※公益財団法人国土地理協会 HP の画像を使用。

## (2) 未利用資源等の活用による農業所得の向上（栃木県）

### ①概要（道の駅もてぎ）

栃木県茂木町は、道の駅を核とした6次産業化により、地域の賑わい作りに成功しており、道の駅もてぎは、全国モデルにも選ばれるなど、地方創生の拠点としても注目を集めている。平成26年度の売上高は8.2億円となっており、3年後には売上高10億円を目指している。

平成8年に道の駅もてぎは、栃木県第1号として道の駅登録をされた。開業当初は、道路利用者のための休憩施設や地元の観光情報の発信という役割が強かったが、現在では、ゆずやえごま等の特産品を加工する「もてぎ手づくり工房」を整備し、道の駅を核とした6次産業化の先進事例となっている。

### ②背景

平成12年に北関東自動車道が開通したが、茂木町はルートから外れてしまい道の駅の立ち寄り客が思ったほど集客できなかつたため、道の駅を拠点として、人を呼び込むための仕組みが必要となっていた。そこで、平成17年から、道の駅に人を呼び込むことや農業者の所得向上にもつながることから、町内で生産されたゆずを高値で全量買い取り、加工品の開発に着手した。

平成24年には、茂木町の農産物の加工所として「もてぎ手づくり工房」を整備し、既に36種類以上の新商品を開発している。今後は、洋菓子工房とカフェの建設を予定しており、市内で生産される農産物を消費できる環境を整えている。

### ③詳細

#### <加工品売上高>

もてぎ手づくり工房の売上高は、H24年1,800万円、H25年3,000万円、H26年5,800万円と順調に売上高を伸ばしている。ゆずやブルーベリー、えごま、いちご、りんご、うめを加工し、商品として販売している。

#### <全量買い取り品目>

全量買い取りをしている品目は、ゆず、ブルーベリー、えごまであり、買い取った果実は、果汁や皮をスライスする1次加工等をして保存している。その後、「もてぎ手づくり工房」で商品を製造し道の駅もてぎで販売している。

ゆずについては、収穫量が不足しており、県内4市町と連携し全量買い取りをしている。連携先から買い取ったゆずは、他県の事業者へ加工原料としてペーストを販売している。

<開発商品>

地場産品、手づくり、無添加、少量高品質にこだわり、ゆず酢、ブルーベリージャム等 36 商品を開発している。オリジナル商品にこだわりを持ち、一般的なスーパーでは買えない物を販売することで、道の駅に来店する理由を創出している。



もてぎのえごまヨネーズ



もてぎのえごま健康油



もてぎのブルーベリー酢



もてぎの柚子ポン酢



もてぎの柚子ジャム



ゆずっぺ



ゆず茶



ゆず七味

※画像は道の駅もてぎネット通販 HP の画像を使用

<効果>

道の駅への販路を持った加工施設を整備することで、高値で大量のゆず等を全量買い取ることができ、加工施設の整備は、農家所得の向上に貢献している。また、加工施設の雇用者をはじめ、道の駅の雇用者 92 名のうち、約 9 割が地元雇用となっており、地域雇用の創出にも貢献している。

<その他>

道の駅もてぎは茂木町の要と考えられており、道の駅もてぎの集客力がなくなれば地域が廃れると考えられている。町長も、道の駅もてぎを重要視しており、公務終了後、毎日道の駅もてぎを訪れて売上状況等を確認している。通常の道の駅とは異なり、町をあげて道の駅の改善に努めていることが、道の駅もてぎが大きく成功している要因である。



### (3) 買い物困難者対策の実施（徳島県）

#### ①概要（移動スーパーとくし丸）

買い物困難地域へ食料品等を届ける移動スーパー。徳島県で取組みがスタートし、サービス開始2年間は赤字が続いたが、地域に受け入れられることで、現在では全国にサービスが広がっている。ネットスーパーや宅配サービスがある中で、移動販売車という形式を採用し全国にその取組みを広めているのは、買い物の楽しみである「実際に見て購入することやその瞬間に買いたい物を買う」というニーズに応えるサービスであることが要因だと考えられる。

また、高齢者の見守りという社会的な役割も担っており、ただ商品を届けるだけでなく、地域の福祉においても必要な存在になっている。



#### ②背景

徳島県の中山間地域では、食料品を購入できる店舗までの距離が遠く、自動車を持っていない人は、自由に買い物に行くことができない状況であった。買い物困難地域に居住する人は、自由に買い物に行けないため、一度に驚くほど大量の商品を購入することから、消費者の玄関先まで行って食品を売る移動スーパー（移動販売）の検討がはじまった。

既に、買い物困難地域をサポートするサービスは数多く存在していたが、ネットスーパーは高齢者には扱えず、宅配弁当も1か月も食べれば飽きてしまう。生協等の宅配サービスも、注文した翌週に商品が届くため、何を注文したかも忘れてしまう等、買い物をする楽しみを得られる、その時食べたいものを自分で選んで購入することができないサービスばかりであった。そのことから、目の前までトラックで商品を運んで「好きなものを買ってください」と言えるようなサービスを目指し、2012年に移動スーパーとくし丸がスタートした。

#### ③詳細

##### <運営方法>

地域のスーパーと連携し代行販売をする形態をとっている。スーパーの商品をトラックに積み込み、買い物困難地域に商品を届けている。代行販売の形態をとっているため、売

れ残った商品をスーパーに返却できるのが成功の要因だと考えられる。トラックを運転するドライバーは販売パートナーとして独立営業をさせ、とくし丸本部、スーパー、販売パートナー、消費者の4者で移動スーパーとくし丸は成り立っている。

トラックの維持費や燃料費、販売パートナーの収入等を賄うために、1つの商品につき10円を消費者に負担してもらうことで、とくし丸本部とスーパー、販売パートナーの事業者だけが、負担を負うのではなく、消費者にも負担を負ってもらい持続的に移動スーパーとくし丸が運営できるようにしている。

#### <スーパーとしての役割>

食料品を取扱うだけではなく、布団やストーブ、おせち料理等、依頼があれば調達して、販売している。

#### <福祉的な役割>

移動スーパーとくし丸のドライバーは、体調を崩した独居老人を数多く発見し、救急や地域包括センターと連携して命を救っている。買い物をする際は、ドライバーが店員となるため、住民と直接会話している。普段、利用している住民が来なければ、家まで様子を見に行ったり、体調の変化に気づいたりできるため、新しい高齢者の福祉的な支援としても注目されている。

#### <地域への配慮>

個人商店の半径300メートル以内では営業しないことをルールとしており、地域のために移動スーパーとくし丸を運営しているにも関わらず、地域の個人商店を潰してしまっは意味がないという考えのもと運営している。

### 【全国の移動スーパーとくし丸】



(東北)

青森県、秋田県、岩手県、福島県

(関東・東海)

東京都、千葉県、埼玉県、山梨県、長野県、静岡県、愛知県

(近畿)

京都府、滋賀県、三重県、奈良県、和歌山県

(四国・中国)

徳島県、高知県、愛媛県、広島県、岡山県、山口県、島根県

(九州)

福岡県、大分県、長崎県、鹿児島県

## 1. 高齢化社会における買い物環境の向上に向けたアンケート調査票

### 高齢化社会における 買い物環境の向上に向けたアンケート調査 ～アンケート調査へのご協力をお願い～

平素は、伊豆の国市行政につきまして、格別のご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、日本国内では、過疎化の影響や流通事情の変化等により、地域の食品スーパー等の小売店が閉店し、買い物をすることが困難な地域が発生しています。さらに、高齢者の一人世帯等も増えており、交通手段がなかったり、重い荷物が持てない等の理由で、買い物に行きたくても行くことができない方々の増加が懸念されています。伊豆の国市内においても、高齢化が進んでおり、同様の問題が懸念されます。

伊豆の国市では、市民の皆様へ、新鮮で安全・安心な市内産農産物を供給できるように、地産地消や6次産業化等の検討を進めております。市民の皆様の買い物状況や地産地消・6次産業化に関するご意見をもとに、買い物環境の向上や今後の農業行政の向上に努めていきたく、本アンケート調査を実施しますので、ご理解とご協力をよろしくお願いいたします。

ご回答いただいたアンケート票は同封の返信用封筒に入れ、

**平成 27 年 9 月 25 日（金）まで**

に切手を貼らずに、郵便局等のポストにご投函ください。

この調査は、伊豆の国市と流通研究所が業務委託契約を締結し、郵送によるアンケート調査を行うものです。なお、この調査は無記名でご回答いただきますので、個人が特定されることはありません。また、ご回答いただいた情報は、取り扱いに十分注意し、本調査の目的以外には使用いたしません。

当アンケート調査について、ご質問等がございましたら、下記までお問い合わせください。

#### 【調査実施機関】

株式会社 流通研究所（りゅうつう けんきゅうじょ）  
TEL：046-295-0831 FAX：046-295-0834  
担当：大池（おおいけ）、 有山（ありやま）

#### 【調査機関】

伊豆の国市 経済環境部 農業商工課  
TEL：0558-76-8003 FAX：0558-76-5499  
担当：小川（おがわ）、 新津（にいづ）

### ご記入にあたってのお願い

- ①このアンケートの宛名の方が、自分で回答を記入することが難しい場合は、**宛名の方のご意向をご家族等の別の方が代筆いただいても構いません。**
- ②黒色や赤色のボールペン又は鉛筆を用いて、はっきりとご記入ください。
- ③可能な限り、全ての質問にご回答をお願いします。
- ④「その他」と回答する場合は、( ) 内へのご記入もお願いします。
- ⑤自由記述でご意見等を求める質問にも、可能な限りご記入をお願いします。

### 【参考】

#### ◎ 地産地消とは・・・？

地域で生産された農林水産物をその地域内で消費することであり、農林水産業者と消費者を結び付ける取組と言われています。

例えば、伊豆の国市内の農業者が生産した農産物等が市内で販売・消費されることで、消費者は、新鮮で美味しい状態の食材を食べることができるだけでなく、生産者の顔が見えることにより食の安全・安心につながります。

#### ◎ 6次産業化とは・・・？

農林水産業者が、地域資源を生かして、生産、加工、流通（販売）の一体化による付加価値の拡大を行うことです。

例えば、農林水産物を使用し加工品の製造・販売を行ったり、観光農園など農業以外の他産業と組み合わせる等、農林水産物の生産（1次産業）の他に、2次産業・3次産業を自ら手がけることで、農林水産物に付加価値をつけることができます。

また、国内では、6次産業化により、農業者の所得の拡大、地域経済の活性化や雇用の創出等につながった事例があります。

1. あなたについて、お伺いします。

問1 あなたの性別と年代について教えてください。

【性別】(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|     |     |
|-----|-----|
| ① 男 | ② 女 |
|-----|-----|

【年代】(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|               |               |               |
|---------------|---------------|---------------|
| ① 60歳未満       | ② 60歳以上 65歳未満 | ③ 65歳以上 70歳未満 |
| ④ 70歳以上 75歳未満 | ⑤ 75歳以上 80歳未満 | ⑥ 80歳以上       |

問2 お住まいの郵便番号と地区を教えてください。

【郵便番号】(下4桁を記入してください。)

|       |  |  |  |  |  |
|-------|--|--|--|--|--|
| 〒410- |  |  |  |  |  |
|-------|--|--|--|--|--|

【地区】(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|          |        |        |
|----------|--------|--------|
| ① 伊豆長岡地区 | ② 大仁地区 | ③ 韮山地区 |
|----------|--------|--------|

問3 一緒に住んでいる方と、世帯人数を教えてください。

【一緒に住んでいる方】(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|       |         |          |
|-------|---------|----------|
| ① 配偶者 | ② 両親    | ③ 子供     |
| ④ 孫   | ⑤ 一人住まい | ⑥ その他( ) |

【世帯人数 ※回答者を含める】(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|             |          |      |
|-------------|----------|------|
| ① 1人(回答者のみ) | ② 2人     | ③ 3人 |
| ④ 4人        | ⑤ その他( ) |      |

問4 普段、あなたは車を運転していますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|      |       |
|------|-------|
| ① はい | ② いいえ |
|------|-------|

問5 普段、自宅でインターネットを利用することはできますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|      |       |
|------|-------|
| ① はい | ② いいえ |
|------|-------|

問6 普段、自宅でFAXを利用することはできますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|      |       |
|------|-------|
| ① はい | ② いいえ |
|------|-------|

問7 世帯の中に、介護保険の要支援または要介護認定を受けている方はいますか。また、その方との関係を教えてください。

(あてはまる番号1つに○をし、要支援または要介護にも○をつけてください。)

|         |           |                 |
|---------|-----------|-----------------|
| ① 回答者本人 | ( 要支援 1・2 | 要介護 1・2・3・4・5 ) |
| ② 配偶者   | ( 要支援 1・2 | 要介護 1・2・3・4・5 ) |
| ③ 両親    | ( 要支援 1・2 | 要介護 1・2・3・4・5 ) |
| ④ 子供    | ( 要支援 1・2 | 要介護 1・2・3・4・5 ) |
| ⑤ 孫     | ( 要支援 1・2 | 要介護 1・2・3・4・5 ) |
| ⑥ いない   |           |                 |

【回答例】

|         |           |                 |
|---------|-----------|-----------------|
| ① 回答者本人 | ( 要支援 1・2 | 要介護 1・2・3・4・5 ) |
|---------|-----------|-----------------|

2. 買い物の状況および環境について、お伺いします。

問8 普段、食料品をどのような方法で入手していますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|  |
|--|
| ① ほぼ全ての食料品（野菜、肉、魚等）を購入している。                            |
| ② 肉や魚等は購入しているが、野菜は、自分や家族が栽培しているため、あまり購入しない。            |
| ③ 肉や魚等は購入しているが、野菜は、知人や農業者等からいただくことが多く、あまり購入しない。        |
| ④ その他 (例) 野菜や肉は購入しているが、魚については、自分で釣った魚を食べることが多い。<br>[ ] |

問9 普段、店舗で食料品を購入する際、主にどなたが買い物に行っていますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|  |       |     |
|--|-------|-----|
| ① 回答者本人  | ② 配偶者 | ③ 親 |
| ④ 子供   | ⑤ 孫   |     |
| ⑥ その他 (例) ヘルパーさんをお願いしている。宅配を利用しており、買い物には行かない。<br>[ ] |       |     |

問10 店舗で食料品を購入する際、あなた一人でも買い物に行くことはできますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

「いいえ」の方は、その理由もご記入ください。

|   |
|---|
| ① はい  |
| ② いいえ (例) 交通手段がなく一人で店舗に行けない。購入した荷物が重くて持って帰れない。<br>[ ] |

※前ページの間9の回答が「① 回答者本人」以外である場合、

問11～問20は、世帯の中で主に買い物に行く人の状況を記入してください。

問11 普段、食料品を購入している方法はどれですか。

(下枠の中から、よく利用する3つの番号を記入してください。)

|     |     |     |
|-----|-----|-----|
| 1位： | 2位： | 3位： |
|-----|-----|-----|

- |              |           |              |
|--------------|-----------|--------------|
| ① スーパー       | ② 生協などの宅配 | ③ 通販・インターネット |
| ④ コンビニエンスストア | ⑤ 個人商店    | ⑥ 宅食（お弁当配達）  |
| ⑦ 農産物直売所     | ⑧ その他（    | ）            |

問12 食料品を購入する店舗には、どのくらいの頻度で行きますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|         |         |         |
|---------|---------|---------|
| ① 月2回以下 | ② 月3回程度 | ③ 週1回程度 |
| ④ 週2回程度 | ⑤ 週3回程度 | ⑥ 週4回以上 |

問13 食料品を購入する店舗には、主にどのような方法で行きますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|                   |        |            |
|-------------------|--------|------------|
| ① 徒歩              | ② 自転車  | ③ 原付・オートバイ |
| ④ 公共交通機関（バス・電車など） | ⑤ タクシー |            |
| ⑥ 自動車（自家用車）       | ⑦ その他（ | ）          |

問14 食料品を購入する店舗には、問13で回答した方法で、片道どのくらいの時間がかかりますか。(あてはまる番号1つに○をつけてください。) (片道)

|             |             |              |
|-------------|-------------|--------------|
| ① 5分未満      | ② 5分～10分未満  | ③ 10分～20分未満  |
| ④ 20分～30分未満 | ⑤ 30分～60分未満 | ⑥ 60分(1時間)以上 |

問15 普段、店舗で食料品を購入する際、不便に感じていることはありますか。(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|            |             |
|------------|-------------|
| ① 不便を感じている | ② 不便を感じていない |
|------------|-------------|

問16 問15で「① 不便を感じている」と回答された方にお聞きします。どのような点に不便を感じていますか。(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|  |
|--|
| ① 買い物をする店舗までの距離が遠い。  |
| ② 買い物をする店舗までの交通手段がない。  |
| ③ 買い物で長時間外出するのは疲れる。  |
| ④ 複数の店を回らないと、欲しい物が全て(野菜、肉、魚等)購入できない。   |
| ⑤ 買い物した後の荷物が重く、重い物や大きな商品は持って帰るのが大変である。   |
| ⑥ 家族やヘルパーさんの手助けがないと、買い物するのが難しい。  |
| ⑦ 自宅に持ち帰るのに時間がかかるため、冷凍や冷蔵の食品の購入について悩んでしまう。   |
| ⑧ その他 (例) 足腰が悪く買い物に行くのが大変。荷物が重く、好きな物を一度に買えない。<br>近くに魚を販売する店がない。惣菜を買いたい、近くの店には売っていない。 |
| [ ]  |

問17 買い物について、利用したいサービスを教えてください。

(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

① お店で買った物を自宅まで届けてくれる。

② 自宅の近くまで迎えに来てもらい、お店へ送迎してくれる。

③ 公民館など、地域ごとに臨時店舗を設置する。

④ 移動販売車、移動スーパーが、自宅の近くに来てくれる。

⑤ インターネットで注文し、家に届けてくれる。

⑥ 電話やFAXで注文し、家に届けてくれる。

⑦ その他

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

⑧ 特になし

問18 以下の近隣の農産物直売所を、よく利用していますか。  
(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|                                   |
|-----------------------------------|
| ① 大仁まごころ市場 (伊豆の国市田原野 440・4)       |
| ② JA グリーンプラザ伊豆の国 (伊豆の国市菫山山木 54・3) |
| ③ 道の駅 伊豆のへそ (伊豆の国市田京 195・2)       |
| ④ 農の駅 伊豆 (伊豆市柏久保 108)             |
| ⑤ 伊豆 村の駅 (三島市安久 322・1)            |
| ⑥ 利用したことはあるが、定期的には利用していない         |
| ⑦ 利用したことはない                       |
| ⑧ その他店舗 ( )                       |

問19 問18で「⑥ 利用したことはあるが、定期的には利用していない」「⑦ 利用したことはない」と回答した方にお聞きします。回答した理由を教えてください。  
(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|                                   |
|-----------------------------------|
| ① 自宅からの距離が遠いから。                   |
| ② 1つの店舗で野菜、肉、魚、調味料などをまとめて購入したいから。 |
| ③ 農産物が売り切れていることがよくあるから。           |
| ④ スーパー等と比べて品揃えが悪いから。              |
| ⑤ 他に買い物に行くスーパーが決まっているから。          |
| ⑥ その他<br>[ ]                      |

問20 食料品を購入する際の希望として、下記の項目で該当するものがあれば教えてください。(あてはまる番号全てに○をつけてください)

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| ① | いろいろな商品を実際に見て、選んで購入したい。         |
| ② | カタログやインターネット等で自宅にいながら手軽に購入したい。  |
| ③ | 調理が面倒なので、簡単な調理で食べられる商品を購入したい。   |
| ④ | できるだけ自分で調理したものを食べたいので、材料を購入したい。 |
| ⑤ | その他<br>[ ]                      |
| ⑥ | 特になし                            |

**3. あなたの食生活についてお伺いします。**

問21 1日に何回、食事をしていますか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|        |           |      |
|--------|-----------|------|
| ① 1回   | ② 2回      | ③ 3回 |
| ④ 4回以上 | ⑤ その他 ( ) |      |

問22 あなたの食生活について教えてください。

(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|                                     |
|-------------------------------------|
| ① 噛むのが大変なので、柔らかい食べ物を食べるようにしている。     |
| ② 健康に気をつかい野菜等をたくさん食べるようにしている。       |
| ③ 特に健康は気にせず、好きなものを食べている。            |
| ④ 市販品は容量が多いため、食べられる(購入できる)食材が減った。   |
| ⑤ 出来合いの物は嫌なので、炒めるなど、自分で手間加える物を食べたい。 |
| ⑥ お弁当は飽きるので、自分で調理した物を食べている。         |
| ⑦ その他<br>[ ]                        |
| ⑧ 特になし                              |

問23 野菜などの農産物等を購入する際に、選ぶポイントを教えてください。  
(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|                                      |
|--------------------------------------|
| ① 多少高くても、国内産の農産物を購入するようにしている。        |
| ② 多少高くても、鮮度が良い農産物を購入するようにしている。       |
| ③ 多少高くても、見た目の良い農産物を購入するようにしている。      |
| ④ 多少高くても、味の良い農産物を購入するようにしている。        |
| ⑤ 多少高くても、無農薬や有機栽培の農産物を購入するようにしている。   |
| ⑥ 多少高くても、生産者の氏名等がわかる農産物を購入するようにしている。 |
| ⑦ できるだけ、値段の安い農産物を購入するようにしている。        |
| ⑧ 傷があったり、形が悪くても、美味しい農産物を購入するようにしている。 |
| ⑨ 食べきれぬ量を購入するため、カット済みの農産物を購入している。    |
| ⑩ めずらしい野菜や新品種の農産物は、積極的に購入するようにしている。  |
| ⑪ その他<br>[ ]                         |
| ⑫ 特になし                               |

#### 4. その他

問24 普段の食生活で、伊豆の国市内で生産された農産物を積極的に購入するようにしていますか。(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|      |                    |
|------|--------------------|
| ① はい | ② いいえ (あまり意識していない) |
|------|--------------------|

問25 今後、伊豆の国市内で生産された農産物や加工食品を食べたいと思いますか。(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|      |                    |
|------|--------------------|
| ① はい | ② いいえ (あまり意識していない) |
|------|--------------------|

問26 食料品、お弁当、惣菜、日用品等を販売する移動販売車が、自宅の近くに来たら利用したいですか。

(あてはまる番号1つに○をつけてください。)

|      |       |
|------|-------|
| ① はい | ② いいえ |
|------|-------|

問27 問26で「① はい」と回答された方にお聞きします。

移動販売車で購入したい物を教えてください。

(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|                          |          |                    |
|--------------------------|----------|--------------------|
| ① お米                     | ② 肉      | ③ 魚                |
| ④ 野菜                     | ⑤ 果物     | ⑥ 冷凍食品             |
| ⑦ アイスクリーム                | ⑧ 酒      | ⑨ 調味料 (醤油、塩等)      |
| ⑩ トイレットペーパー<br>ティッシュペーパー | ⑪ 電球、乾電池 | ⑫ 石けん、洗剤、<br>シャンプー |
| ⑬ その他<br>[ ]             |          |                    |

問28 問26で「② いいえ」と回答された方にお聞きます。  
どのような条件を満たせば、移動販売車を利用したいと考えますか。  
(あてはまる番号全てに○をつけてください。)

|                                      |
|--------------------------------------|
| ① 普通のスーパーと変わらない価格であれば利用したい。          |
| ② 品揃えが豊富で、同じ種類の商品でも選べるならば利用したい。      |
| ③ 地元で生産された商品が充実していれば利用したい。           |
| ④ 移動販売でしか買えないオリジナル食品を販売しているならば利用したい。 |
| ⑤ 週に数回、移動販売車が来てくれるならば利用したい。          |
| ⑥ 注文すれば、取り扱っていない商品も購入できるならば利用したい。    |
| ⑦ その他<br>[ ]                         |

問29 買い物について、現在困っていることや将来への不安等ありましたら、ご記入ください。また、日常生活の中で買い物以外にも困っていることがありましたら、ご記入ください。

【現在、買い物について、困っていること】

【今後の買い物について抱えている不安】

【日常生活で買い物以外に困っていること】

(例) 自分では、電球が変えられなくて困っている。庭の木の剪定をする人がいなくて困っている。

質問は以上です。アンケートへのご協力ありがとうございました。

ご記入して頂いたアンケート票は同封の返信用封筒に入れ、

**平成 27 年 9 月 25 日 (金) まで**

に切手を貼らずに、郵便局等のポストにご投函ください。