

おうしゅう地産地消推進計画 ～ 中間評価書～

岩手県 奥州市

令和5年3月

目 次

第1章 計画の策定にあたって

- 1 計画策定の背景
- 2 計画策定の位置づけ
- 3 計画の期間
- 4 計画の中間見直し

第2章 奥州市の農畜産物の生産の状況の評価と見直し

- 1 奥州市の農畜産物の生産の状況

第3章 地産地消の現状と課題の評価と見直し

- 1 産直施設における農畜産物の現状と課題
- 2 学校給食等における市内産農畜産物の利用の現状と課題
- 3 食の安心・安全の取り組みの現状と課題
- 4 食育に関する取り組みの現状と課題
- 5 食品ロス削減に関する取り組みの現状と課題
- 6 観光、イベント等の地産地消の現状と課題

第4章 目標項目の中間評価と見直し

- 1 主な農畜産物の産直施設販売額
- 2 市民の産直や産直コーナーの利用頻度（月に1回以上）
- 3 6次産業化（農業の高付加価値化）の取り組み
- 4 学校給食の市内産食材使用比率（主要29品目）
- 5 奥州っ子給食の実施回数
- 6 市内における「もったいない・いわて☆食べきり協力店」協力店数
- 7 「食の黄金店」認定店数
- 8 「おうしゅう“まるかじり”の応援の店」店数
- 9 目標項目と目標値（評価及び見直し後）

第5章 具体的な取り組みの評価

- 1 農畜産物の産直施設等に関する取り組み
- 2 学校給食等における取り組み
- 3 食の安心安全に関する取り組み
- 4 食育の推進に向けた取り組み
- 5 食品ロス削減に対する取り組み
- 6 観光・イベント等における取り組み
- 7 おうしゅうまるかじりの日と地元酒等での乾杯の推進

第6章 計画の推進

資料編

< 資料の記載の方法 >

○修正箇所 「 _____ 」(1本下線)

○追加箇所 「 _____ 」(二重下線)

第1章 計画の策定にあたって

(計画 2頁)

1 計画策定の背景

○評価：・耕作地の減少傾向に変化はありません。

○見直し：・下線部分を、奥州市農業振興ビジョンに合わせます。

(1) 奥州市の農業をとりまく状況

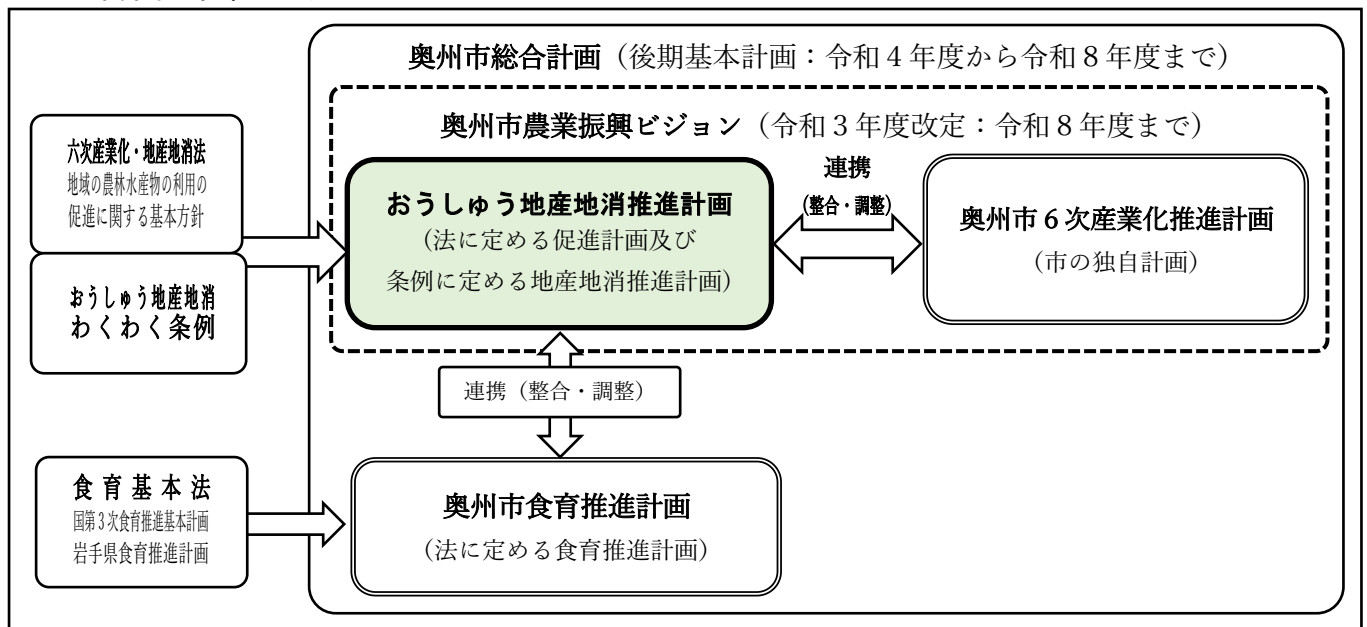
奥州市は、岩手県の内陸南部に位置し、総面積は993.3平方キロメートルと広大で、田が17.2%、畑が4.4%、宅地が3.9%と農地の利用割合が多く、稲作を中心とした畜産、果樹、野菜、花きなどの複合型農業により、県内屈指の農業地帯となっています。耕地も19,800ヘクタールと県内1位の面積を有していますが、その一方で、農業後継者の不在や労働力の不足などにより、耕作放棄地も年々拡大しています。

【参考用 図表1】奥州市の土地利用の変化

		計画策定時 (修正前)	中間評価時 (農業振興ビジョンより)	計画策定時 との比較
土地 利用	田	17.4%	<u>17.2%</u>	△0.2%
	畑	4.5%	<u>4.4%</u>	△0.1%
	宅地	3.8%	<u>3.9%</u>	+0.1%
	耕地	19,900ヘクタール	<u>19,800ヘクタール</u>	△100ヘクタール

(計画 3頁)

2 計画の位置づけ



(計画 3頁)

○見直し：・終期を奥州市総合計画に合わせます。

3 計画の期間

この計画の期間は、令和2年度から令和8年度までの7年間とし、令和4年度に中間評価を行い、必要に応じて計画の見直しを行うこととします。

(計画 3頁)

○見直し：・計画の中間見直しを追加します。

4 計画の中間見直し

この計画の中間評価年度である令和4年度に見直しを行いました。
中間見直しにあたっては、「奥州市総合計画」(平成29年度から令和8年度まで)、
「奥州市農業振興ビジョン」(令和元年度から令和8年度まで)の期間と合わせて、こ
の計画の終期を令和8年度に変更しました。

第2章 奥州市の農畜産物の生産の状況の評価と見直し

(計画 4 頁)

1 奥州市の農畜産物の生産の状況

○評価：・飼養頭数等の減少傾向に変化はありません。

○見直し：・下線部分を、最新を農業振興ビジョンに合わせます。

(3) 畜産

繁殖牛は、飼養頭数が2008年の7,019頭から2020年の4,835頭に減少しています。同年の飼養農家数が1,404戸から623戸に半減した一方、一戸当たりの飼養頭数は、5頭から9頭に拡大しました。

前沢牛、いわて奥州牛、江刺牛の3つの和牛ブランドが存在し、特に前沢牛は全国枝肉共励会などの全国的な品評会で日本一を12回受賞するなど、全国トップクラスのブランド力を有しています。

しかしながら、高齢化、後継者不足、近年の子牛価格高騰による肥育経営環境の悪化を背景に、出荷頭数は2008年の3,433頭から2020年の1,908頭に減少しています。

また、江刺梁川地区を中心にめん羊の飼育も始まっており、観光等を含めた新たな産業として期待されています。

【参考用 図表2】奥州市の牛に関する状況の変化

		2008 年	計画策定時 (修正前) 2018 年	中間評価時 (農業振興ビジョンより) <u>2020 年</u>	計画策定時 との比較
牛	飼養頭数	7,019 頭	6,329 頭	<u>4,835 頭</u>	△1,494 頭
	農 家 数	1,404 戸	734 戸	<u>623 戸</u>	△111 戸
	出荷頭数	3,433 頭	2,132 頭	<u>1,908 頭</u>	△224 頭

○見直し：・令和2年分を追加します。

【図表1】市内の主な農産物の生産額

単位：千万円

品 目	平成 30 年			<u>令和 2 年</u>			主な作物
	市農業 産出額	県農業 産出額	県内 シェア	市農業 産出額	県農業 産出額	県内 シェア	
米	1,191	5,820	20.5%	<u>1,165</u>	<u>5,660</u>	<u>20.6%</u>	
豆類	27	80	33.8%	<u>39</u>	<u>110</u>	<u>35.5%</u>	大豆
いも類	8	40	20.0%	<u>19</u>	<u>60</u>	<u>31.7%</u>	じゃがいも
野菜	261	3,030	8.6%	<u>217</u>	<u>2,920</u>	<u>7.4%</u>	ピーマン、トマト等
果実	164	1,260	13.0%	<u>170</u>	<u>1,420</u>	<u>12.0%</u>	りんご
肉用牛	404	2,840	14.2%	<u>350</u>	<u>2,590</u>	<u>13.5%</u>	
乳用牛	60	2,700	2.2%	<u>49</u>	<u>2,640</u>	<u>1.9%</u>	
豚	71	2,820	2.5%	<u>60</u>	<u>3,140</u>	<u>1.9%</u>	
鶏	97	7,610	1.3%	<u>141</u>	<u>7,810</u>	<u>1.8%</u>	

◇資料：市農業産出額…平成30年、令和2年市町村別農業産出額（推計）
県農業産出額…平成30年、令和2年生産農業所得統計

第3章 地産地消の現状と課題の評価と見直し

(計画 5 頁)

1 産直施設における農畜産物の現状と課題

○評価：・消費者は産直施設等を十分利用しています。

【現状】

○見直し：・消費者に関する指標が無いため、市内の消費者を対象とするアンケートを実施した内容を追加します。

令和4年度に実施した消費者アンケートでは、市民が農畜産物を選ぶ基準として、「新鮮さ」と「価格の安さ」を重視している傾向があります。若年層の利用率は低いものの、回答者の約8割が月1回以上産直施設や産直コーナーを利用していることから、産直施設等は市民に十分利用されています。

(計画 6 頁)

【図表2】 おうしゅう“まるかじり”応援の店※1 (令和5年2月末現在)

No.	事業所名	所在地	形態
1	<u>ささ忠</u>	<u>水沢横町 205</u>	<u>牛肉販売指定店</u>
2	<u>みんこみんか</u>	<u>水沢字大町 103-1</u>	<u>産直施設</u>
3	<u>イオン前沢店</u>	<u>前沢向田 2-85</u>	<u>産直コーナー</u>
4	<u>いわて生活協同組合コープ Aterui</u>	<u>水沢佐倉河字東沖ノ目 123</u>	<u>産直コーナー</u>
5	<u>農事組合法人 いさわ産直センターあじさい</u>	<u>胆沢小山字小田切 214</u>	<u>産直施設</u>
6	<u>(有)前沢牛オガタ</u>	<u>前沢向田 1-22</u>	<u>牛肉販売指定店</u>
7	<u>㈱産直いさわ あぐりキッズ</u>	<u>胆沢南都田字本木 127</u>	<u>産直施設</u>
8	<u>古都の遊食</u>	<u>衣川古戸 58</u>	<u>産直施設</u>
9	<u>江刺ふるさと市場</u>	<u>江刺愛宕字金谷 83-2</u>	<u>産直施設</u>
10	<u>肉のちだきゅうアスティ店</u>	<u>前沢字駅東 2 丁目 8-1</u>	<u>牛肉販売指定店</u>
11	<u>産直来夢くん</u>	<u>水沢真城杉の下 51</u>	<u>産直施設</u>
12	<u>産直センター菜旬館</u>	<u>前沢駅東 2 丁目 8-7</u>	<u>産直施設</u>
13	<u>イオンスタイル江刺</u>	<u>江刺八日町 1 丁目 9 番 48-1</u>	<u>産直コーナー</u>
14	<u>伊手産直長屋 源休館</u>	<u>江刺伊手字西風 69-1</u>	<u>産直施設</u>
15	<u>(有)ケー・マート</u>	<u>水沢字川端 226</u>	<u>産直コーナー</u>
16	<u>岩木精肉店</u>	<u>水沢虚空蔵小路 18-7</u>	<u>牛肉販売指定店</u>
17	<u>夢楽のパン工房 yadorigi</u> (令和4年9月27日認定)	<u>水沢大鐘町 1-3-2</u>	<u>産直コーナー</u> (加工品)
18	<u>みてり産直</u> (令和5年2月14日認定)	<u>江刺稲瀬字山下 4-2</u>	<u>産直施設</u>

※1 市産食材を積極的に販売している認定店

◇資料：奥州市農林部

(計画 7 頁)

○ 令和4年度 地産地消に関する奥州市民（消費者）アンケート調査

- ・調査対象者：無作為抽出による 3,000 世帯
- ・調査方法：往復はがきを対象者に郵送し、返信はがきの投函によるもの
- ・調査期間：令和4年7月29日～8月19日
- ・回答数：1,225 件（回答率 40.1%）

○問：産直や産直コーナーの利用頻度を教えてください

	項目	回答数	割合
1	週に1回以上	408	33.3%
2	月に1～3回程度	558	45.6%
3	年に数回程度	162	13.2%
4	ほとんど行かない	82	6.7%
5	未回答	15	1.2%
	合計	1,225	

} 合計 78.9%

○問：あなたが考える産直の魅力を教えてください（2つまで）

	項目	回答数	割合
1	新鮮な商品	777	63.4%
2	価格が安い	392	32.0%
3	美味しい	169	13.8%
4	そこでしか買えない商品	228	18.6%
5	旬が感じられる	270	22.0%
6	生産者の顔が見える	173	14.1%
7	加工品や総菜が豊富	25	2.0%
8	地域の応援につながる	272	22.2%
9	特に魅力を感じない	31	2.5%
	合計	1,225	

◇令和4年度 地産地消に関する奥州市民（消費者）アンケート調査

(計画 8 頁)

2 学校給食等における市内産農畜産物の利用の現状と課題

○評価：・市内産食材の利用率は、中間評価の目標を達成しませんでした。

○見直し：・学校給食に提供する米は、「100%市内産」を追加します。

・米を除く、(重量ベース)を追加します。

・令和元年度から令和3年度までの利用率を追加します。

【現状】

市内8つの学校給食施設において、旬を勘案しながら積極的に市内産農畜産物の利用に努めているほか、岩手ふるさと農業協同組合及び岩手江刺農業協同組合の協力を得て、学校給食に提供する米は、100%市内産です。

【課題】

・学校給食施設統合後の市内産農産物の納品方法

【図表 5】 米を除く主要 29 品目における学校給食の市内産食材の利用率（重量ベース）

年度	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和元	令和 2	令和 3
利用率	47.3%	44.1%	44.0%	43.8%	46.3%	40.6%	41.6%

◇資料：奥州市教育委員会

○見直し：・米を含めた市内産食材の利用率を追加します。

【図表 5-1】 米を含めた市内産食材の利用率（重量ベース）

年度	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和元	令和 2	令和 3
利用率	67.9%	67.5%	66.6%	67.7%	67.6%	64.7%	66.8%

◇資料：奥州市教育委員会

（計画 9 頁）

○見直し：・令和 3 年度分を追加します。

【図表 7】 平成 30 年度、令和 3 年度の学校給食の市内産食材の利用状況（主な品目別）

年度	上 位				下 位			
	順位	品目	使用量 (kg)	比率	順位	品目	使用量 (kg)	比率
平成 30 年度	1	米	104,305	100%	1	人参	1,364	8%
	2	豆腐	12,960	100%	2	ごぼう	652	13%
	3	チンゲン菜	4,014	100%	3	じゃがいも	2,127	14%
	4	生揚げ	2,047	99%	4	ブロッコリー	55	21%
	5	なめこ	1,260	98%	5	玉ねぎ	4,454	21%
	6	りんご	4,106	93%	6	キャベツ	4,767	28%
<u>令和 3 年度</u>	<u>1</u>	<u>米</u>	<u>104,305</u>	<u>100%</u>	<u>1</u>	<u>なめこ</u>	<u>18</u>	<u>2%</u>
	<u>2</u>	<u>豆腐</u>	<u>13,263</u>	<u>100%</u>	<u>2</u>	<u>ブロッコリー</u>	<u>12</u>	<u>6%</u>
	<u>3</u>	<u>りんご</u>	<u>3,629</u>	<u>99%</u>	<u>3</u>	<u>人参</u>	<u>1,878</u>	<u>10%</u>
	<u>4</u>	<u>青梗菜</u>	<u>3,876</u>	<u>96%</u>	<u>4</u>	<u>じゃがいも</u>	<u>2,451</u>	<u>16%</u>
	<u>5</u>	<u>生揚げ</u>	<u>2,569</u>	<u>93%</u>	<u>5</u>	<u>キャベツ</u>	<u>3,034</u>	<u>19%</u>
	<u>6</u>	<u>みそ</u>	<u>4,459</u>	<u>93%</u>	<u>6</u>	<u>小松菜</u>	<u>1,297</u>	<u>24%</u>

◇資料：奥州市教育委員会

（計画 10 頁）

3 食の安心・安全の取り組みの現状と課題

○評 価：・国際水準GAP認証取得は2者となっています。

○見直し：・GAPに関する情報を追加します。

【現状】

岩手県版GAPの確認制度に基づく確認・登録済の農業者団体等は、令和 4 年 1 月 11 日現在 12 者となっていました。現在受付は終了しています。また、市内で、GLOBAL G. A. P. や ASIAGAP、JGAP の認証取得状況は、令和 5 年 1 月現在で 2 者となっています。

(計画 11 頁)

4 食育に関する取り組みの現状と課題

○評価：・体験事業は減少傾向となっています。

○見直し：・食の匠の認定者数を変更します。

【現状】

岩手県が認定する「食の匠」は当市に 15 名（令和 5 年 2 月末現在）おり、市民向けに伝統料理講習会を開催しているほか、認定料理にまつわる話や技を保存するため、動画を DVD に残す活動を行っています。

○見直し：・閉店した 2 店舗を削除します。

【図表 8】 減塩レシピ普及啓発協力店※4

No.	店舗名	所在地
1	みずさわ観光物産センター	水沢西町 1-1
2	産直来夢くん	水沢真城字杉ノ下 51
3	江刺ふるさと市場	江刺愛宕字金谷 83-2
4	みてり産直センター	江刺稲瀬字山下 560-1
5	菜旬館	前沢字駅東 2-8-7
6	いさわ産直センターあじさい	胆沢小山字小田切 214
7	フリーマーケット産直おだづめ	胆沢若柳大立目 19
8	あぐりキッズ	胆沢南都田字本木 127
9	古都の遊食	衣川古戸 5-3
10	スーパーマーケット神文前沢店	前沢字平前 117-2
11	D C M ホーマック水沢店	水沢佐倉河字五反町 28-1
12	いわて生協コープ Aterui	水沢佐倉河字東沖ノ目 123
13	スーパー・スーパーマーケット・サンエー	江刺西大通り 7-2
14	産直ころが	衣田野田 2-1
15	フードパワーセンターバリュー前沢店	前沢字七日町裏 14-6

※4 減塩レシピパンフレットの配架に協力する店舗

◇資料：奥州市健康こども部

○見直し：・令和元年から令和 3 年までの開催状況を追加します。

【図表 9】 クッキング体験事業の開催状況

平成 26	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和元	令和 2	令和 3
7 回	7 回	10 回	8 回	8 回	9 回	0 回	0 回

◇資料：奥州市健康こども部

・令和 2 年と令和 3 年は新型コロナウイルス感染症拡大予防のため実施しませんでした。

(計画 12 頁)

- 見直し：・ジュウネ料理普及会、渡辺 貞子氏を削除します。
・高橋 千鶴子氏 を追加します。

【図表 10】 食の匠 (令和 5 年 2 月末現在)

No.	組織名・氏名	住所	認定料理
1	ジュウネ料理普及会	水沢	ジュウネ料理
2	菅原 静子	水沢	黒豆入り味付け餅
3	菊地 清子	水沢	牛ちゃん味付けフレーク
4	千田 トシ	水沢	ゴマヒメ
5	青木 のぶ子	水沢	なばな入りがんづき
6	佐々木 エイコ	江刺	くるみ豆腐
7	若生 和江	江刺	やまんば汁
8	佐々木 祐子	江刺	お盆の精進汁
9	手作り饅頭伝承グループ	胆沢	ピーマン饅頭
10	渡辺 貞子	胆沢	すいとん料理
11	渡辺 美喜子	胆沢	ひつつみ
12	佐々木 洋子	胆沢	くずます
13	吉田 ソヨ子	前沢	かぼちゃ大福
14	立木 睦子	前沢	果報団子
15	佐藤 愛子	前沢	酒粕のおづけ (鮭の粕汁)
16	千田 禮子	衣川	しめじの佃煮
	高橋 千鶴子	胆沢	くるみ豆腐

◇資料：岩手県

(計画 13 頁)

5 食品ロス削減に関する取り組みの現状と課題

【現状】

- 評 価：・市内における「もったいない・いわて☆食べきり協力店」協力店数は、中間評価目標を達成しました。

- 見直し：・奥州市食品ロス削減推進計画を追加します。

本市において食品ロスの削減を一層推進するため、「奥州市食品ロス削減推進計画」を令和 4 年 3 月に策定しました。

- 見直し：・登録店を追加します。

【図表 11】 「もったいない・いわて☆食べきり協力店」登録状況

令和 4 年 12 月 1 日現在

No.	店舗名	所在地	中間評価時
1	プラザイン水沢	水沢佐倉河字後田 29	
2	薬師堂温泉	水沢佐倉河薬師堂 27	
3	ステーキハウス パイオニア牧場	水沢真城字中上野 22-5	
4	みずさわ北ホテル	水沢字寺小路 2	追加
5	水沢グランドホテル	水沢東町 40	追加
6	そば処 もちた屋	江刺岩谷堂五位塚 697-1	追加
7	農家レストラン まだ来すた	胆沢若柳字大立目 19	追加
8	日本料理 新茶家	江刺中町 4-1	追加

◇資料：岩手県

(計画 14 頁)

6 観光・イベント等の地産地消の現状と課題

- 評価：・「食の黄金店」認定数は、中間評価の目標を達成しませんでした。
- ・グリーンツーリズムは、令和2年度から、新型コロナウイルス感染症感染拡大のため、教育旅行等の受け入れを中止しています。
 - ・イベントは、新型コロナウイルス感染症感染拡大対策のため、中止や規模を縮小して実施しています。

○見直し：・イベント情報を修正します。

【図表 12】農畜産物や特産品の販売・PRに関するイベント

月	イベント名	実施場所
6 月	前沢牛まつり (令和3・4年はドライブスルー方式で開催)	前沢 前沢いきいきスポーツランド
7 月	えさし「蔵まち市」	江刺 蔵まちモール、中町商店街
8 月	J A親子フェスタ	江刺 J A岩手江刺本店
9 月	奥州市水沢産業まつり・奥州秋まつり	水沢 駅前通り他
10 月	奥州市南部鉄器まつり	水沢 奥州市鋳物技術交流センター
	J Aまつり大収穫祭	水沢 産直来夢くん
	江刺産業まつり	江刺 J A岩手江刺本店
	奥州前沢文化と産業まつり	前沢 前沢ふれあいセンター
	衣川まるごと市場	衣川 衣川橋前特設会場
11 月	いさわ商工秋まつり	胆沢 胆沢文化創造センター
1 月	奥州食の文化祭 おやつフェスティバル	水沢 プラザイン水沢
2 月	食の黄金文化・奥州料理コンクール	水沢 プラザイン水沢

おやつフェスティバルと奥州料理コンクールは、令和4年度をもって廃止しました。

◇資料：奥州市農林部

○見直し：・閉店した「夢の里工房 はらたい」を削除します。

【図表 13】食の黄金店認定状況

No.	店舗名	所在地
1	ステーキハウス パイオニア牧場	水沢真城字中上野 22-5
2	農家レストラン まだ来すた	胆沢若柳字大立目 19
3	そば処 もちた屋	江刺岩谷堂字五位塚 697-1
4	ささ忠	水沢字横町 205
5	レストラン おかわりらいむくん	水沢真城字杉ノ下 51
6	夢楽の味房	江刺玉里字新田前 433
7	夢の里工房 はらたい (令和4年9月30日閉店)	江刺田原字稲荷 89-3

◇資料：奥州市農林部

第4章 目標項目の中間評価と見直し

※ 奥州市総合計画の期間に合わせて、目標年度を令和8年度に変更します。

◇目標項目別 評価・見直し及び取組み

1 主な農畜産物の産直施設販売額

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
1	主な農畜産物の産直施設販売額	1,758 百万円	<u>1,482</u> 百万円	1,802 百万円	<u>×</u>	1,846 百万円

○評価：中間評価の目標は、達成しませんでした。

	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	中間評価目標値	目標値(令和6年)
販売額(百万円)	1,758	1,712	1,702	1,482	1,802	1,846

- ・新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言のため、来場者数が減少しました。
- ・出荷者の減少により、販売額が伸びない産直施設があります。

○見直し：奥州市総合計画の成果指標の目標値に合わせます。

- ・令和2年度「1,702 百万円」を基準とし、年間 15 百万円の増を目標とします。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
1	農畜産物の主な産直施設販売額	1,758 百万円	<u>1,482</u> 百万円	1,802 百万円	<u>×</u>	<u>1,777</u> 百万円

○取組み：来場者が増えるように、産直施設を紹介してまいります。

2 市民の産直や産直コーナーの利用頻度（月に1回以上）

◇（新設）市民の地産地消の意識に関する指標が不足していたことから、市民の地産地消への意識に関する指標を新たに設けます。

- ・令和4年度に実施した「消費者アンケート」の調査項目を、指標とします。

目標項目：市民の産直や産直コーナーの利用頻度

	令和4年	目標値(令和8年)
月に1回以上	78.9%	80.0%

目標値は、令和4年度の数値を参考に、基準値を設定しました。

○目標値設定の理由：アンケート結果から、消費者は十分に産直施設を利用していると判断され、現状維持に努めてまいります。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
<u>2</u>	<u>市民の産直や産直コーナーの 利用頻度（月に1回以上）</u>	—	<u>78.9%</u> ※R4年度 消費者 アンケート	—	<u>＝</u>	<u>80.0%</u>

○取組み：旬の食材と併せて、産直施設や産直コーナーを紹介してまいります。

3 学校給食の市内産食材使用比率（主要 29 品目）

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
3	学校給食の市内産食材使用比率 (主要 29 品目)	43.8%	<u>41.6%</u>	47.5%	<u>×</u>	50.0%

○評価：中間評価の目標は、達成しませんでした。

	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	中間評価目標値	目標値(令和6年)
食材使用比率	43.8%	46.3%	40.6%	41.6%	47.5%	50%

- ・生産者の高齢化等による生産数量、品目数が減少してきています。
- ・学校給食に提供する米は、岩手ふるさと農業協同組合及び岩手江刺農業協同組合の協力を得て、100%市内産です。主要 29 品目に米は含めておりません。

○見直し：奥州市農業振興ビジョンの目標値に改めます。また、「(米を除く 主要 29 品目)」に改めます。

- ・学校給食施設の統合後、施設ごとの市内産食材の納品量が増え、生産者からの納品が難しくなる見込みです。現在でも、各学校給食施設で卸売業者を通じて仕入れる際は、市内産食材を優先的に仕入れています。市内産食材の更なる使用率向上には、卸売業者や生産者団体等の協力が必要です。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
3	学校給食の市内産食材使用比率 (<u>米を除く</u> 主要 29 品目)	43.8%	<u>41.6%</u>	47.5%	<u>×</u>	<u>45.0%</u>

○取組み：学校給食施設の統合後にも、市内産食材が多く納品できるように、J Aなど関係機関と協議してまいります。

4 奥州っ子給食の実施回数

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
4	奥州っ子給食の実施回数(平均)	5.8 回	<u>4.3 回</u>	6 回	<u>×</u>	8 回

○評価：中間評価の目標は、達成しませんでした。

	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	中間評価目標値	目標値(令和6年)
平均回数	5.8 回	5.3 回	5.9 回	4.3 回	6 回	8 回

- ・予算の範囲内で4回以上実施としてきましたが、6回に至りませんでした。

【奥州っ子給食実施の条件】

- ・実施時期は、6月、9月、11月、2月を基本とし、その他に学校行事及び農産物の収穫期に実施する。食材は、可能な範囲ですべて市内産食材を使用する。

○見直し：「奥州っ子給食」事業を、市内産食材の使用比率向上だけではなく、食育にもつながる事業で実施します。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
4	奥州っ子給食の実施回数(平均)	5.8 回	<u>4.3 回</u>	6 回	<u>×</u>	8 回

○取組み：ICTを活用して、奥州市の主要農畜産物の情報や生産者の声を動画で届けるなど、食育や農業への関心を高めるような事業内容を検討してまいります。

5 6次産業化（農業の高付加価値化）の取り組み

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
2	6次産業化（農業の高付加価値化）の取り組み	年間3件	<u>年間1件</u>	年間5件	<u>×</u>	年間5件

○評価：中間評価の目標は、達成しませんでした。

	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	中間評価目標値	目標値(令和6年)
年度ごと件数	3件	4件	2件	1件	5件	5件

・新商品開発の相談はあるものの、マーケティング等の解決すべき課題が多く、市の補助金を活用した商品開発等の件数が少なく、目標値に至りませんでした。

○見直し：奥州市総合計画の成果指標に合わせます。

目標項目：市の商品開発等の支援による6次産業化件数

	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	中間評価目標値	目標値(令和8年)
<u>延べ件数</u>	5件	6件	7件	8件	7件	<u>9件</u>

・件数の捉え方を、年間の件数から、終期までの延べ件数に改めます。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
<u>5</u>	<u>市の商品開発等の支援による6次産業化件数</u>	延べ5件	<u>延べ8件</u>	延べ7件	<u>○</u>	延べ9件

○取組み：・補助金制度の周知をしてまいります。
・商品開発に取り組む事業者等の支援をしてまいります。
・セミナーや異業種間の情報交換会による、商品開発等に取り組む事業者の発掘をしてまいります。

6 市内における「もったいない・いわて☆食べきり協力店」協力店数

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
5	市内における「もったいない・いわて☆食べきり協力店」協力店数	3店	<u>8店</u>	5店	<u>○</u>	8店

○評価：中間評価の目標は、達成しました。

	平成30年	令和4年12月1日現在	中間評価目標値	目標値(令和6年)
協力店数	3店	8店	5店	8店

・啓発により、協力店が増えました。

○見直し：目標値「8店」を達成していることから、さらに普及に努め「10店」とします。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
6	市内における「もったいない・いわて ☆食べきり協力店」協力店数	3 店	<u>8 店</u>	5 店	○	<u>10 店</u>

○取組み：外食の際の食品ロス削減への取組みの実施について、市民や飲食店に周知してまいります。

7 「食の黄金店」認定店数

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
6	「食の黄金店」認定店数	7 店	<u>7 店</u>	8 店	×	12 店

○評価：中間評価の目標は、達成しませんでした。

	平成 30 年	令和 3 年	中間評価目標値	目標値(令和6年)
認定店数	7 店	7 店	8 店	12 店

・厳しい認定基準のため、平成 27 年度から認定店が増えていません。

【認定基準】 「米は、奥州市産米 100%を使用」

「米及び酒類を除いて、年間通じて 50%以上の奥州市産食材を使用」

○見直し 令和 4 年 10 月 1 日現在で6 店となりました。現状維持に努めます。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
7	「食の黄金店」認定店数	7 店	<u>7 店</u>	8 店	×	<u>6 店</u>

○取組み：・食の黄金店を市民に周知してまいります。

・食の黄金店のメリットを周知してまいります。

8 「おうしゅう“まるかじり”応援の店」店数

No.	目標項目（見直し前）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和6年)
7	「おうしゅう“まるかじり”応援の 店」店数	－	<u>16 店</u>	15 店	○	30 店

○評価：中間評価の目標は、達成しました。

	平成 30 年	令和 3 年	中間評価目標	目標値(令和6年)
店数	－	16 店	15 店	30 店

○見直し：令和 3 年度から、1 店／年の増に改めます。

No.	目標項目（見直し後）	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
<u>8</u>	「おうしゅう“まるかじり”応援の店」店数	-	<u>16店</u>	15店	<u>○</u>	<u>21店</u>

- 取組み：・応援の店を市民に周知してまいります。
・応援の店に市の地産地消の取組みとメリットを周知してまいります。

（計画 17 頁）

9 目標項目と目標値（評価及び見直し後）

No.	目標項目	現状値 (平成30年)	中間評価 実績値 (令和3年)	中間評価 目標値 (令和3年)	達成 状況	目標値 (令和8年)
1	農畜産物の主な産直施設販売額	1,758 百万円	<u>1,482</u> 百万円	1,802 百万円	<u>×</u>	<u>1,777</u> 百万円
<u>2</u>	<u>市民の産直や産直コーナーの 利用頻度（月に1回以上）</u>	-	<u>79.8%</u> <u>R4年度</u> <u>消費者</u> <u>アンケート</u>	-	<u>=</u>	<u>80.0%</u>
3	学校給食の市内産食材使用比率 (米を除く主要29品目)	43.8%	<u>41.6%</u>	47.5%	<u>×</u>	<u>45.0%</u>
4	奥州っ子給食の実施回数(平均)	5.8回	<u>4.3回</u>	6回	<u>×</u>	8回
<u>5</u>	<u>市の商品開発等の支援による 6次産業化件数</u>	<u>延べ5件</u>	<u>延べ8件</u>	<u>延べ7件</u>	<u>○</u>	<u>延べ9件</u>
<u>6</u>	<u>市内における「もったいない・いわて ☆食べきり協力店」協力店数</u>	3店	<u>8店</u>	5店	<u>○</u>	<u>10店</u>
<u>7</u>	<u>「食の黄金店」認定店数</u>	7店	<u>7店</u>	8店	<u>×</u>	<u>6店</u>
<u>8</u>	「おうしゅう“まるかじり”応援の店」店数	-	<u>16店</u>	15店	<u>○</u>	<u>21店</u>

No. 1…奥州市総合計画の農畜産物の主な産直施設販売額の成果指標を目標値とした。

【主な産直施設】

- ①産直来夢くん ②菜旬館 ③江刺ふるさと市場
④いさわ産直センターあじさい ⑤水沢観光物産センター ⑥古都の遊食

No. 2…令和4年度に実施した消費者アンケート調査を参考に目標値を定めた。

No. 3…奥州市農業振興ビジョンの最終目標値とした。

【参考】

	平成30年	令和3年
米を含めた場合の 市内産食材使用比率	<u>67.7%</u>	<u>66.8%</u>

No. 4…学校給食施設全8施設による平均。すべての施設が給食のある月に1度実施することを目標とした。

No. 5…奥州市総合計画の成果指標「市の商品開発等の支援による6次産業化件数」を目標値とした。

No. 6…令和3年度実績を基に2店の増を目標値とした。

No. 7…令和4年度現在を目標値とした。

No. 8…令和3年度現在から1店／年の増を目標値とした。

第5章 具体的な取り組みの評価

(計画 18 頁)

○見直し：・「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」(SDGs) の取組を追加

1 農畜産物の産直施設等に関する取り組み

農畜産物の産直施設は市民が地元食材に触れ合う場として、地産地消の推進にあたって最も重要な施設であることから、生産者、消費者がともに魅力を感じ、賑わいのある産直施設の取り組みを推進し、消費者に向けてPRをしていきます。

<関連する SDGs のゴール>



方 針	取り組み例
産直施設への出荷及び集客の推進	冬季間に栽培できる農産物の研究・普及
	産直ラリー等、産直への誘客イベントの実施
	出荷者等への研修の実施
	新たな出荷者の掘り起こしのための指導体制の充実
	移動販売の手法の検討
消費者から支持される農畜産物の生産	新たな農畜産物生産のモデル事業等の検討
	新たな農畜産物生産のための指導体制の充実
農畜産物の高付加価値化	六次産業化への支援
	加工施設の整備に向けた取り組み
	市内高等学校等と連携した加工品の開発

○評 価：・SNSやエフエムラジオにより、産直施設等の情報発信を行いました。新型コロナウイルスの影響もあり、産直施設の売上が減少傾向となりました。

・セミナー、個別相談や6次産業化推進補助金により、農畜産物の高付加価値化の取組への支援を行いました。新商品開発の相談はあるものの、マーケティング等解決すべき課題が多く、商品化に至らないケースが多くありました。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

2 学校給食等における取り組み

学校給食は「活きた教材」として地産地消や子供たちの食育に重要な役割を果たしていることから、JAと協力しながら市産食材を使用した学校給食に対しての食材の安定供給に向けた体制の構築を図ります。

<関連する SDGs のゴール>



方 針	取り組み例
市産食材の利用率の向上	JAと連携した地元産特別栽培米等の提供
	市産食材にこだわった学校給食の提供

	市産食材使用率向上のための学校給食施設と生産者等との情報交換の機会づくり
	保育所等における市産食材の利用拡大
	学校給食における市産食材の使用割合を市ホームページで公表

- 評価：・J Aと連携し、100%地元産特別栽培米等を学校給食に提供しました。
- ・市産食材にこだわった「奥州っ子給食」を各学校給食施設で実施しました。
 - ・各学校給食施設において、産直や生産者団体との連絡を密にして直接納品してもらうなど、出来る限り市産食材の活用に努めました。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

3. 食の安心・安全に関する取り組み

市産食材の安全性を確保し、生産者と消費者の信頼関係を築くことができるよう、適正な農畜産物の生産工程管理や、農薬や化学肥料の低減、たい肥等の有機質を用いた土づくりなど、環境への負荷が少ない農業生産方式の拡大を推進するとともに、その取り組みを市民にPRしていきます。

<関連する SDGs のゴール>



方 針	取り組み例
環境保全型農業の推進	特別栽培米の維持・強化
	G A P ・環境保全型農業の研修会等の実施
	市民に向けて環境保全型農業の取り組みと地元農畜産物の安心・安全のPR
	<u>みどりの食料システム戦略のPR</u>

- 評価：・両J Aにおいて特別栽培米やそれに準ずる栽培方法に取り組み、環境保全型農業の推進に努めました。
- ・環境保全型農業直接支払交付金に取り組む生産者等に対し、G A P研修会を実施しました。
 - ・令和4年12月現在、市内で2者がJ G A Pの認証を受けています。

○見直し：・みどりの食料システム戦略のPRをしてまいります。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

4. 食育の推進に向けた取り組み

保育所、学校等における農業体験授業や、市民が気軽に農業や食文化を体験できる場を提供し、食と農の文化の継承をはかります。

なお、食育の推進に向けた具体的な取り組みのうち、食育基本法に基づく事項については、奥州市食育推進計画によるものとします。

<関連する SDGs のゴール>



方 針	取り組み例
食と農の文化の継承	保育所、学校等における農業体験授業の実践
	出前授業等による児童・生徒と生産者の交流機会の提供
	体験農園の周知
	味噌や漬物づくり等の体験教室の実施
	市民向けの旬の野菜を使った料理教室の実施
	食生活改善推進員や食の匠による郷土食等に関する活動への支援

- 評 価：・保育所や各小中学校において、J Aや地域の協力を得て農業体験授業を実施しました。
- ・新型コロナウイルスの影響により、料理教室等の取り組みが困難になっています。

- 見直し：・「市民農園・体験農園の整備検討」は「体験農園の周知」に見直します。
- ・体験農園に取り組む事業者がある場合の周知方法を検討します。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

5. 食品ロス削減に対する取り組み

農産物の生産現場において発生する規格外野菜等の活用方法について、関係機関と検討していきます。

<関連する SDGs のゴール>



方 針	取り組み例
飲食店等における推進	「もったいない・いわて☆食べきり協力店」の普及・PR
食品ロス削減に対する啓発	広報等による市民、事業者への周知

- 評 価：・県が登録する「もったいない・いわて☆食べきり協力店」及び、いわて三ツ星 eco マナーアクションについて、市のホームページ等により普及・推進しました。
- ・食べ物をむだにしないことの大切さを子どもにもわかりやすく伝えられるよう、食品ロスについての絵本を作成し、市のホームページ等に掲載しました。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

6. 観光・イベント等における取り組み

産業まつりや前沢牛まつりなどは引き続き実施し、市内産農畜産物の普及推進を図ります。

<関連する SDGs のゴール>



方 針	取り組み例
市内飲食店における市内産食材の利用推進	飲食店等と生産者・J A等の情報交換の機会づくりの支援 「食の黄金店」の認定要件の再検討とメリットづくり
地産地消をテーマにした観光の推進	「食の黄金店」「おうしゅう“まるかじり”応援の店」のPR グリーンツーリズム・農泊・農村ワーキングホリデーの推進

○評 価：・令和3年度に、意欲ある農業者と飲食店連携推進事業を実施し、農業者と市内飲食店との連携を図りましたが、農業者が期待する販売量と、飲食店の使用量とのギャップが大きく、特徴のある商品以外は継続的取引にはつながりませんでした。

- ・食の黄金店については、SNSやエフエムラジオ等を活用し周知しました。
- ・グリーンツーリズムにおける教育旅行の受け入れについては、新型コロナウイルスの感染拡大により、令和2年度から受け入れを中止しました。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

7. おうしゅうまるかじりの日と地元酒等での乾杯の推進

市民が地産地消の取り組みを確認し実行するため、毎月第4土曜日は「おうしゅうまるかじりの日」と定め、市産食材の使用の促進を図ります。

また、地元酒等での乾杯については、市内飲食店等との共同で取り組みを広めていくほか、ポスター等を作成し市民への普及を図ります。

<関連するSDGsのゴール>



方 針	取り組み例
毎月第4土曜日は「おうしゅうまるかじりの日」の推進	産直施設・スーパー等「おうしゅう“まるかじり”応援の店」と連携して、ポスター、のぼり、レジ前POP等での毎月第4土曜日は「おうしゅうまるかじりの日」のPR ホームページやチラシ等により、旬の農産物や調理方法の紹介等によるPR
地元酒等での乾杯の推進	市が主催するイベント等で地元酒等での乾杯を実施 市内飲食店等との共同による推進 地元酒等での乾杯について、ポスター、のぼり等でのPR 市内で製造、または市内産食材を原料に作られた酒類やジュースのPR 乾杯用銘柄酒の製作の検討

○評 価：・SNSやおうしゅう“まるかじり”応援の店での販促品掲示等により、「おうしゅうまるかじりの日」を推進しましたが、普及が不十分です。

- ・地元酒での乾杯の推進については、新型コロナウイルスの影響により宴会等の機会が減少している状況のため、普及ができませんでした。
- ・SNSにより、りんごジュース等の紹介を行いました。

※ 引き続き、方針に沿って取り組みを継続してまいります。

第6章 計画の推進

(計画 22 頁)

○見直し：・計画の見直しを追加します。

2 計画の見直し

計画を見直す際には、「PDCAマネジメントサイクル」の手法により、当初計画の目標や事業推進における問題点、事業の有効性を確認し、「奥州市総合計画」、「奥州市6次産業化推進計画」及び「奥州市食育推進計画」と整合性を図りながら計画の見直しを進めます。

◇令和4年度 地産地消に関する奥州市民（消費者）アンケート調査

1 調査目的

「おうしゅう地産地消推進計画（以下、「本計画」という。）」の中間見直しを行うにあたり、奥州市民（消費者）の地産地消に関する意識やニーズを把握し、本計画に反映するため、本調査を行うもの。

2 調査対象者

奥州市の世帯3,000件（無作為抽出）

（内訳）

水沢：1,200世帯 江刺：800世帯 前沢：400世帯 胆沢：450世帯 衣川：150世帯

3 調査方法

往復はがきを対象者に郵送し、返信はがきの投函によるものとする。

4 調査期間

令和4年7月29日～8月19日

5 回答数

1,225件（回答率40.1%）

6 調査項目

下記のとおり

【調査依頼面】

**地産地消に関する奥州市民アンケート
ご協力をお願い**

皆様には日頃より、市政に格別のご理解とご協力をいただき、ありがとうございます。

奥州市では、市議会議員の発議で制定されて「おうしゅう地産地消わくわく条例」に基づき、「おうしゅう地産地消推進計画」を定めて地産地消を推進していますが、地産地消の実態を把握するため、市民の皆様の地産地消に関するアンケート調査を企画いたしました。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、率直なご意見をお聞かせくださいますようお願い申し上げます。

なお、調査の回答内容につきましては、「おうしゅう地産地消推進計画」策定及び農政事業の参考とする目的以外に利用することは一切ございません。

令和4年7月
奥州市長 倉 成 淳

記入上のお願い

- ・普段食材を購入されている方が回答されるようお願いします。
- ・返信面の設問に従い、あてはまる回答の番号に☑をつけてください。
- ・回答がわからない、選択肢がない等の場合は、次の設問へお進みください。
- ・記入を済ましたらば、**令和4年8月19日(金)**までに、郵便ポストに投函してください。
- ・このアンケートについてのお問い合わせは、以下の担当までお願いいたします。

奥州市役所農林部農政課食農連携推進室
（電話：34-1587）

【調査項目面】

令和4年度地産地消に関する奥州市民アンケート調査

問1 あなたの年齢はいくつですか。（1つに☑）
☐ 29歳以下 ☐ 30歳～49歳 ☐ 50歳～69歳 ☐ 70歳代以上

問2 あなたの性別を教えてください。（1つに☑）
☐ 男性 ☐ 女性 ☐ 答えたくない

問3 世帯構成を教えてください。（1つに☑）
☐ 一人暮らし ☐ 夫婦 ☐ 2世代世帯（親子）
☐ 3世代世帯（親・子・孫） ☐ その他

問4 農畜産物を購入する際に重視するものは何ですか。
☐ 新鮮さ ☐ 価格 ☐ 産地 ☐ 味 ☐ 内容量（2つまで☑）
☐ 旬 ☐ 有機栽培等 ☐ 調理のしやすさ ☐ 色・形の良さ

問5 市産の農畜産物とその他の産地との違いを感じますか。
☐ 新鮮 ☐ 価格が安い ☐ 味が良い（1つに☑）
☐ 安心感がある ☐ 品質が良い ☐ 特に違いを感じない
☐ その他（ ）

問6 産直や産直コーナーの利用頻度を教えてください。（1つに☑）
☐ 週に1回以上 ☐ 月に1～3回程度 ☐ 年に数回程度 ☐ ほとんど行かない

問7 あなたが考える産直の魅力を教えてください。（2つまで☑）
☐ 新鮮な商品 ☐ 価格が安い ☐ 美味しい ☐ そこでしか買えない商品 ☐ 旬を感じられる
☐ 生産者の顔が見える ☐ 加工品や総菜が豊富
☐ 地域の応援につながる ☐ 特に魅力を感じない

7 回答結果

○問1 回答者の年齢 と 問3 世帯構成 のクロス

	①独り暮らし		②夫婦		②2世代世帯		③3世代世帯		④その他		(空白)		総計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
①29歳以下	7	0.6%	5	0.4%	6	0.5%	0	0.0%	1	0.1%	0	0.0%	19	1.6%
②30～49歳	16	1.3%	24	2.0%	116	9.5%	16	1.3%	10	0.8%	0	0.0%	182	14.9%
③50～69歳	93	7.6%	119	9.7%	183	14.9%	75	6.1%	22	1.8%	3	0.2%	495	40.4%
④70歳以上	130	10.6%	177	14.4%	135	11.0%	53	4.3%	29	2.4%	2	0.2%	526	42.9%
(空白)	0	0.0%	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.2%	3	0.2%
総計	246	20.1%	326	26.6%	440	35.9%	144	11.8%	62	5.1%	0%		1,225	100%

○問4 農畜産物を購入する際に重視するものは何ですか（2つまで）

	項目	回答数	割合
1	新鮮さ	851	69.5%
2	価格	753	61.5%
3	産地	304	24.8%
4	味	129	10.5%
5	内容量	90	7.3%
6	旬	98	8.0%
7	有機栽培等	47	3.8%
8	調理のしやすさ	50	4.1%
9	色・形の良さ	35	2.9%
	合計	1,225	

○農産物の購入で重視すること（利用頻度別クロス）

何を重視するか	週1回		月1～3回		年に数回		ほとんど利用しない		総計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
①新鮮さ	304	75.4%	386	70.7%	102	65.0%	40	50.6%	832	70.2%
②価格	74	18.4%	119	21.8%	48	30.6%	31	39.2%	272	23.0%
③産地	18	4.5%	28	5.1%	2	1.3%	3	3.8%	51	4.3%
④味	5	1.2%	6	1.1%	1	0.6%	2	2.5%	14	1.2%
⑤内容量	1	0.2%	2	0.4%	1	0.6%		0.0%	4	0.3%
⑥旬		0.0%	1	0.2%	1	0.6%		0.0%	2	0.2%
⑦有機栽培	1	0.2%	2	0.4%		0.0%	1	1.3%	4	0.3%
⑧調理のしやすさ		0.0%	2	0.4%	2	1.3%	2	2.5%	6	0.5%
総計	403	100.0%	546	100.0%	157	100.0%	79	100.0%	1,185	100.0%

※未回答は集計していないため、総件数不一致

○問5 市産の農畜産物とその他の産地との違いを感じますか

	項目	回答数	割合
1	新鮮	427	34.9%
2	価格が安い	113	9.2%
3	味が良い	63	5.1%
4	安心感がある	322	26.3%
5	品質が良い	48	3.9%
6	特に違いを感じない	217	17.7%
7	その他	21	1.7%
8	未回答	14	1.1%
	合計	1,225	

「その他」の回答の内容

- ・わが家のご近所産です
- ・価格が高い
- ・行く術なし
- ・国産なら
- ・できるだけ地元産を選んでいる
- ・判らない
- ・地産地消
- ・買いたい演出等のマーケティングがない
- ・農家で産直へ出荷しています
- ・地元野菜以外(米、肉、魚)は価格が高い
- ・生産者の顔が見える工夫
- ・市産と言葉にあまえている
- ・生産者を確認して購入できることがある
- ・ワケあり商品コーナーが欲しい
- ・市産物を買うようにしています
- ・流通費が掛かってない割に他産地と比べて割高
- ・新鮮で安心感はあるが、もう一工夫してほしい
- ・農薬が特に気になる。遺伝子組替種子使用等
- ・スーパーで買うので意識しないことが多いです
- ・他と比較して便乗されているようで、安いとは言えない。
- ・田畑でゴミ焼き、除草剤など使用しているので逆に不安である
- ・地元で見て触って…安心感が良い。スーパーに産直が入っている。
- ・新鮮さはあるが本当は安価であるべきだが、他のスーパー等と変わりがない

○問6 産直や産直コーナーの利用頻度を教えてください

	項目	回答数	割合
1	週に1回以上	408	33.3%
2	月に1～3回程度	558	45.6%
3	年に数回程度	162	13.2%
4	ほとんど行かない	82	6.7%
5	未回答	15	1.2%
	合計	1,225	

○産直の利用頻度（年齢・世帯構成別クロス）

行ラベル	週1回		月1～3回		年に数回		ほとんど利用しない		合計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
29歳以下	7	36.8%	3	15.8%	3	15.8%	6	31.6%	19	100.0%
ひとり暮らし		0.0%	1	14.3%	2	28.6%	4	57.1%	7	100.0%
夫婦	3	60.0%	1	20.0%		0.0%	1	20.0%	5	100.0%
2世代世帯	3	50.0%	1	16.7%	1	16.7%	1	16.7%	6	100.0%
その他	1	100.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	100.0%
30-49	60	33.7%	82	46.1%	24	13.5%	12	6.7%	178	100.0%
ひとり暮らし	7	43.8%	4	25.0%	4	25.0%	1	6.3%	16	100.0%
夫婦	10	43.5%	10	43.5%	2	8.7%	1	4.3%	23	100.0%
2世代世帯	36	31.9%	56	49.6%	15	13.3%	6	5.3%	113	100.0%
3世代世帯	5	31.3%	7	43.8%	3	18.8%	1	6.3%	16	100.0%
その他	2	20.0%	5	50.0%		0.0%	3	30.0%	10	100.0%
50-69	165	34.2%	218	45.2%	70	14.5%	29	6.0%	482	100.0%
ひとり暮らし	31	34.4%	38	42.2%	11	12.2%	10	11.1%	90	100.0%
夫婦	46	39.0%	49	41.5%	18	15.3%	5	4.2%	118	100.0%
2世代世帯	57	31.5%	91	50.3%	23	12.7%	10	5.5%	181	100.0%
3世代世帯	25	34.7%	28	38.9%	16	22.2%	3	4.2%	72	100.0%
その他	6	28.6%	12	57.1%	2	9.5%	1	4.8%	21	100.0%
70以上	170	33.3%	244	47.8%	62	12.2%	34	6.7%	510	100.0%
ひとり暮らし	37	29.4%	60	47.6%	19	15.1%	10	7.9%	126	100.0%
夫婦	63	36.2%	84	48.3%	21	12.1%	6	3.4%	174	100.0%
2世代世帯	50	38.2%	60	45.8%	12	9.2%	9	6.9%	131	100.0%
3世代世帯	13	25.0%	29	55.8%	7	13.5%	3	5.8%	52	100.0%
その他	7	25.9%	11	40.7%	3	11.1%	6	22.2%	27	100.0%
(空白)	1	100.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	100.0%
夫婦	1	100.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	100.0%
総計	403	33.9%	547	46.0%	159	13.4%	81	6.8%	1,190	100.0%

○問7 あなたが考える産直の魅力を教えてください（2つまで）

	項目	回答数	割合
1	新鮮な商品	777	63.4%
2	価格が安い	392	32.0%
3	美味しい	169	13.8%
4	そこでしか買えない商品	228	18.6%
5	旬が感じられる	270	22.0%
6	生産者の顔が見える	173	14.1%
7	加工品や総菜が豊富	25	2.0%
8	地域の応援につながる	272	22.2%
9	特に魅力を感じない	31	2.5%
	合計	1,225	

○まとめ

- ・市民が農畜産物を選ぶ基準として、「新鮮さ」と「価格の安さ」を重視している傾向があり、それらを産直施設や産直コーナーに買い求めている。
- ・子育て世代については、より「価格の安さ」を重視する傾向がある。
- ・市産の農畜産物とその他の産地の違いについて、「新鮮」が最も多く、次いで「安心感がある」という意見がある一方、「特に違いを感じない」という意見も一定程度ある。
- ・アンケート回答者の約8割が月1回以上産直施設や産直コーナーを利用していることから、産直施設等は市民に充分活用されているものと考えられる。
- ・各産直施設において、「新鮮」「安さ」以外の付加価値（「安心」「旬」「そこでしか買えない商品」等）を高める取組も必要か。

※ただし、49歳以下の回答率が低く、普段から地産地消に比較的意識を持っている層からの回答が多く、地産地消を意識していない層の意見を吸い上げきれていない場合も考えられる。

◇令和4年度 地産地消に関する奥州市民（出荷者）アンケート調査

1 調査目的

「おうしゅう地産地消わくわく条例」の理念実現のため、令和2年度に策定した「おうしゅう地産地消推進計画（以下、「本計画」という。）」の中間見直しを行うにあたり、奥州市内の産直施設等の出荷者の現状や今後の見通しを把握し、本計画に反映するため、アンケート調査を行うもの。

2 調査対象者

市内産直施設 20施設の出荷者

※アンケート配布枚数 1,090枚（回収率想定 約40%-400枚）

3 配付・回収方法

(1) 産直施設等を通じて出荷者に対してアンケート用紙を配付。

（出荷時に生産者に配付してもらうこととし、郵送までは求めない。）

(2) 回収は返信用封筒による郵送もしくは、産直施設等で預かっていただく。

4 調査期間

令和4年9月1日 ～ 9月30日

5 回答数

281件（回答率25.7%）

6 調査項目

次頁のとおり

問 10 あなたが産直施設等で販売している商品について、販売額が多い順に教えてください。(3つまで記入)

1位
2位
3位

問 11 今後、産直施設等での販売はどのように考えられていますか。(1つに☑)

- ① 拡大していきたい ② 現状維持
③ 縮小または止めたい ④ わからない

※問11で「① 拡大していきたい」と回答した人に伺います。

問 12 具体的にどのようにしていきたいか教えてください。(当てはまるものに☑)

- ① 出荷量を増やしたい ② 出荷頻度を増やしたい
③ 出荷品目を増やしたい ④ 新たな出荷先を増やしたい
⑤ 学校給食に供給したい ⑥ その他 ()

※問11で「③ 縮小または止めたい」と回答した人に伺います。

問 13 縮小または止めたい理由について教えてください。(当てはまるものに☑)

- ① 高齢化・後継者がいない ② 出荷・集荷の手間
③ 袋詰め作業等の手間 ④ 産直の当番制の負担
⑤ 機械、設備、施設の老朽化 ⑥ 収益性が低い
⑦ 系統・市場出荷に専念したい ⑧ 離農する予定
⑨ その他 ()

問 14 産直系EC（インターネット上で生産者が直接消費者に農作物を販売するサービス
(例：ポケマル、食べチョク等)）について興味がありますか。(当てはまるものに☑)

- ① 既に取組んでいる ② 実施に向けて検討している
③ 興味があるがやり方が分からない ④ 産直系ECに興味がない
⑤ 産直系ECを知らなかった ⑥ その他 ()

問 15 地産地消について、ご意見があればご記入ください。

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

問 1 あなたの年齢はおいくつですか。(1つに☑)

- ① 29歳以下 ② 30歳～39歳 ③ 40歳～49歳
④ 50歳～59歳 ⑤ 60歳～69歳 ⑥ 70歳以上

問 2 あなたの性別をお答えください。(1つに☑)

- ① 男性 ② 女性 ③ 答えたくない

問 3 あなたのお住まいの地域を教えてください。(1つに☑)

- ① 水沢 ② 江刺 ③ 前沢 ④ 胆沢 ⑤ 衣川 ⑥ 市外

問 4 あなたが行っている事業について教えてください。(当てはまるものに☑)

- ① 水稲 ② 大豆・麦等 ③ 野菜
④ 果樹 ⑤ 花卉 ⑥ 肉用牛
⑦ 酪農 ⑧ 養豚 ⑨ 採卵
⑩ プロイラー ⑪ その他 ()

問 5 あなたの年間の農業販売額についてお答えください。(1つに☑)

- ① 100万円未満 ② 100～300万円未満 ③ 300～500万円未満
④ 500万円以上

問 6 あなたの産直等での年間の販売額についてお答えください。(1つに☑)

- ① 10万円未満 ② 10～30万円未満 ③ 30～100万円未満
④ 100～500万円未満 ⑤ 500～1,000万円未満 ⑥ 1,000万円以上

問 7 産直施設等への出荷頻度を教えてください。※年単位で (1つに☑)

- ① 毎日複数回 ② 毎日1回 ③ 2日に1回
④ 週に2回程度 ⑤ 週に1回程度 ⑥ 月に数回程度
⑦ 年に数回程度 ⑧ その他 ()

問 8 あなたが産直施設等で販売している理由を教えてください。(当てはまるものに☑)

- ① 高付加価値のものを販売するため ② 規格外のものを販売するため
③ 栽培量が少くないものを販売するため ④ 加工品を販売するため
⑤ 新しい作物が売れるか試すため ⑥ 経営リスクの分散のため
⑦ その他 ()

問 9 あなたが主に出荷している産直施設、産直コーナー等を販売額が多い順に教えてください。(3つまで記入)
※市内が関せず

①
②
③

7 回答結果

問1 年齢と 問2 性別のクロス集計

性別	30-39歳		40-49歳		50-59歳		60-69歳		70歳以上		未回答		総計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
男性	10	3.6%	10	3.6%	4	1.4%	28	10.0%	60	21.4%	0	0.0%	112	39.9%
女性	2	0.7%	5	1.8%	5	1.8%	52	18.5%	100	35.6%	0	0.0%	164	58.4%
答えたくない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	0	0.0%	1	0.4%
未回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	1.4%	4	1.4%
総計	12	4.3%	15	5.3%	9	3.2%	80	28.5%	161	57.3%	4	1.4%	281	100%

問3 あなたのお住まいの地域を教えてください。

1	水沢	76	27.0%
2	江刺	103	36.7%
3	前沢	35	12.5%
4	胆沢	51	18.1%
5	衣川	4	1.4%
6	市外	6	2.1%
	未回答	6	2.1%
	合計	281	

問4 あなたが行っている事業について教えてください。

1	水稻	120	26.1%
2	大豆・麦等	21	4.6%
3	野菜	192	41.7%
4	果樹	44	9.6%
5	花卉	45	9.8%
6	肉用牛	8	1.7%
7	酪農	1	0.2%
8	養豚	0	0.0%
9	採卵	3	0.7%
10	ブロイラー	0	0.0%
11	その他	26	5.7%
	合計	460	

その他記載内容

・事業としては行っていない・豆腐・菓子製造・菌床椎茸・きくらげ・ひらたけ・加工品・ドライ商品・工芸品・漬物・わらび栽培・山菜・惣菜・自由業・野菜苗・えごま

問5 あなたの年間の農業販売額について教えてください

1	100万円未満	114	40.6%
2	100～300万円未満	67	23.8%
3	300～500万円未満	26	9.3%
4	500万円以上	50	17.8%
	未回答	24	8.5%
	合計	281	

問6 あなたの産直等での年間の販売額についてお答えください

1	10万円未満	64	22.8%
2	10～30万円未満	51	18.1%
3	30～100万円未満	78	27.8%
4	100～500万円未満	65	23.1%
5	500～1,000万円未満	9	3.2%
6	1,000万円以上	8	2.8%
	未回答	6	2.1%
	合計	281	

○年齢別産直売上（クロス）

年齢 産直売上	30-39歳		40-49歳		50-59歳		60-69歳		70歳以上		合計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
10万円未満		0.0%	4	1.5%	4	1.5%	17	6.2%	39	14.2%	64	23.3%
10-30万円		0.0%		0.0%		0.0%	18	6.5%	33	12.0%	51	18.5%
30-100万円	1	0.4%	1	0.4%	1	0.4%	30	10.9%	44	16.0%	78	28.4%
100-500万円	8	2.9%	5	1.8%	2	0.7%	12	4.4%	38	13.8%	65	23.6%
500-1000万円	2	0.7%	2	0.7%	2	0.7%		0.0%	3	1.1%	9	3.3%
1000万円以上		0.0%	3	1.1%		0.0%	2	0.7%	3	1.1%	8	2.9%
総計	11	4.0%	15	5.5%	9	3.3%	79	28.7%	160	58.2%	275	100%

※未回答は集計していないため、総件数不一致

☆ポイント

- ・出荷者の85.8%が60歳以上となっている。
- ・70歳以上の女性の出荷者が最も多く（100件）、続いて70歳以上の男性（60件）、続いて60歳代の女性（52件）となっている。
- ・49歳以下は男性の出荷者の割合が高くなっている。
- ・産直販売額で最も多い層は、30-100万円(28.4%)、次いで100-500万円(23.6%)、10万円未満(23.3%)となっている。

問7 産直施設等への出荷頻度を教えてください

1	毎日複数回	13	4.6%
2	毎日1回	93	33.1%
3	2日に1回	48	17.1%
4	週に2回程度	49	17.4%
5	週に1回程度	20	7.1%
6	月に数回程度	21	7.5%
7	年に数回程度	19	6.8%
8	その他	9	3.2%
	未回答	9	3.2%
	合計	281	

その他記載内容

- ・その月によってまちまち・農閑期に週2～3回・時期によって毎日の時もある
- ・出荷できない月もある

☆ポイント

- ・出荷頻度は「毎日1回」が33.1%と最も多く、出荷頻度が多いほど販売額が多い傾向にある。
- ・月数回の出荷で500万円以上売り上げている者は、根菜類及び果菜類を複数の産直施設に出荷している。

問 8 あなたが産直施設等で販売している理由を教えてください

1	高付加価値のものを販売するため	45	12.8%
2	規格外のものを販売するため	78	22.2%
3	栽培量が少ない物を販売するため	89	25.4%
4	加工品を販売するため	40	11.4%
5	新しい作物が売れるか試すため	13	3.7%
6	経営リスクの分散のため	29	8.3%
7	その他	57	16.2%
	合計	351	

その他記載内容

【70歳以上】JA集荷されない物を販売 【40歳～49歳】共選全量出荷では生活できないため 【70歳以上】海産加工製品の販売 【60歳～69歳】決まってい 【60歳～69歳】客が喜ぶ品を安く販売している 【70歳以上】小遣い稼ぎ 【70歳以上】山菜 【40歳～49歳】自家消費で余るため 【60歳～69歳】自家消費で余るため × 3 件 【70歳以上】自家消費で余るため × 9 件 【30歳～39歳】地場の物を消費者に届けたいため 【40歳～49歳】消費者に新鮮な野菜を食べてもらいたいため 【60歳～69歳】地元で作った農産物を地元で消化してもらうため 【70歳以上】地元の野菜を食べてほしい×2件 【60歳～69歳】収入を得るため× 2 件 【60歳～69歳】収入を得るため、生活を豊かにするため 【70歳以上】少しでも所得を上げるため × 5件 【70歳以上】趣味 【70歳以上】楽しい 【70歳以上】生きがい 【70歳以上】老後の励みのため 【70歳以上】第二の人生を生きるため 【70歳以上】会員との交流が楽しいため 【70歳以上】定年退職後の時間活用 【70歳以上】畑を活かすためと生きがい。家族では食べきれない野菜を販売する 【70歳以上】生産したものを販売するため 【70歳以上】生産者の顔が見れるのが楽しみ 【70歳以上】皆さんに会いに行くため 【70歳以上】地域の人のつながりや、自家栽培の野菜を無駄なく食べてもらうため 【60歳～69歳】せっかくある畑を無駄にしたくない。 購入した方から美味しかったと声をかけて頂く喜びのため。 【70歳以上】土地の有効利用と土地の荒廃防止、生きがい、地域貢献 【70歳以上】中山間地でやむを得ず 【70歳以上】減反のため
--

☆ポイント

- ・49歳以下の出荷者の産直出荷の目的は「規格外の販売(27%)」、「栽培量が少ないものの販売(18%)」が多くなっている。
- ・60歳以上の産直出荷の目的は、「その他(18%)」が増え、主に自家消費の余剰分の販売や交流など、農業経営以外を目的としている。
- ・産直販売額で見ると500万円以上の販売額の者は、「規格外販売(27%)」、「高付加価値(17%)」を目的としている者が多い。
- ・100万以下の販売額の者は「栽培量が少ない(29%)」、「規格外(21%)」、「その他※自家消費余剰、交流目的(20%)」が多い。

問9 出荷している産直施設等（1位）

1	①JA系（江刺ふるさと市場、来夢くん、菜旬館）	75	46.9%
2	②インショップ（イオン、コープアテルイ、ホームック等）	25	15.6%
3	③地域主体（あじさい、みてり産直、米里産直等）	30	18.8%
4	④道・街の駅（観光物産協会・水沢道の駅）	21	13.1%
5	⑤市外（口内産直、イオン金ケ崎、道の駅平泉等）	6	3.8%
6	⑥その他	3	1.9%
	合計	160	

出荷している産直施設等（2位）

1	①JA系（江刺ふるさと市場、来夢くん、菜旬館）	25	35.2%
2	②インショップ（イオン、コープアテルイ、ホームック等）	25	35.2%
3	③地域主体（あじさい、みてり産直、米里産直等）	11	15.5%
4	④道・街の駅（観光物産協会・水沢道の駅）	6	8.5%
5	⑤市外（口内産直、イオン金ケ崎、道の駅平泉等）	4	5.6%
6	⑥その他	0	0.0%
	合計	71	

出荷している産直施設等（3位）

1	①JA系（江刺ふるさと市場、来夢くん、菜旬館）	4	13.3%
2	②インショップ（イオン、コープアテルイ、ホームック等）	11	36.7%
3	③地域主体（あじさい、みてり産直、米里産直等）	4	13.3%
4	④道・街の駅（観光物産協会・水沢道の駅）	3	10.0%
5	⑤市外（口内産直、イオン金ケ崎、道の駅平泉等）	7	23.3%
6	⑥その他	1	3.3%
	合計	30	

出荷している産直施設等（合計）

1	①JA系（江刺ふるさと市場、来夢くん、菜旬館）	104	39.8%
2	②インショップ（イオン、コープアテルイ、ホームック等）	61	23.4%
3	③地域主体（あじさい、みてり産直、米里産直等）	45	17.2%
4	④道・街の駅（観光物産協会・水沢道の駅）	30	11.5%
5	⑤市外（口内産直、イオン金ケ崎、道の駅平泉等）	17	6.5%
6	⑥その他	4	1.5%
	合計	261	

○年齢別出荷している産直施設（クロス）

出荷先	30-39歳		40-49歳		50-59歳		60-59歳		70歳以上		合計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
①JA系	5	41.7%	12	80.0%	8	88.9%	32	40.0%	47	29.2%	104	39.8%
②インショップ	7	58.3%	14	93.3%	4	44.4%	16	20.0%	20	12.4%	61	23.4%
③地域主体	0	0.0%	1	6.7%	1	11.1%	16	20.0%	27	16.8%	45	17.2%
④道・まちの駅	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	13	16.3%	16	9.9%	30	11.5%
⑤市外の産直等	0	0.0%	3	20.0%	1	11.1%	5	6.3%	8	5.0%	17	6.5%
⑥不明	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	2	1.2%	4	1.5%
総計	12	100.0%	15	100.0%	9	100.0%	80	100.0%	161	100.0%	261	100.0%

☆ポイント

- ・JA系の産直施設に出荷している者が多く、全体で39.8%、次いで、インショップ型が23.4%となっている。
- ・2番目、3番目の出荷先にインショップ型が多いことから、JA系への出荷が中心で、2番目以降の出荷先としてインショップ型が選択されている傾向にある。
- ・地域主体産直及び道の駅・まちの駅に出荷している59歳以下の方がほとんどいない状況にある。

問10 販売している商品（第1位）

1	①果物（りんご、なし、ぶどう、プルーン、ブルーベリー）	26	9.8%
2	②葉茎菜類（玉ねぎ、ねぎ、キャベツ、ほうれん草、白菜等）	37	14.0%
3	③果菜類（きゅうり、トマト、ナス、ピーマン、夕顔等）	74	28.0%
4	④根菜類（じゃがいも、人参、里芋、長芋、菊芋等）	15	5.7%
5	⑤その他野菜（しいたけ、野菜のみ記載）	28	10.6%
6	⑥果実的野菜（スイカ）	1	0.4%
7	⑦米・豆・穀類	10	3.8%
8	⑧山菜・わらび	4	1.5%
9	⑨木の実（栗・青梅・くるみ）	4	1.5%
10	⑩花	26	9.8%
11	⑪野菜苗	5	1.9%
12	⑫漬物・梅干し	10	3.8%
13	⑬菓子・ジュース	5	1.9%
14	⑭惣菜・味噌・もち	6	2.3%
15	⑮その他	13	4.9%
	合計	264	

販売している商品（第2位）

1	①果物（りんご、なし、ぶどう、プルーン、ブルーベリー）	17	7.7%
2	②葉茎菜類（玉ねぎ、ねぎ、キャベツ、ほうれん草、白菜等）	47	21.3%
3	③果菜類（きゅうり、トマト、ナス、ピーマン、夕顔等）	58	26.2%
4	④根菜類（じゃがいも、人参、里芋、長芋、菊芋等）	23	10.4%
5	⑤その他野菜（しいたけ、野菜のみ記載）	20	9.0%
6	⑥果実的野菜（スイカ）	0	0.0%
7	⑦米・豆・穀類	2	0.9%
8	⑧山菜・わらび	3	1.4%
9	⑨木の実（栗・青梅・くるみ）	4	1.8%
10	⑩花	17	7.7%
11	⑪野菜苗	8	3.6%
12	⑫漬物・梅干し	9	4.1%
13	⑬菓子・ジュース	5	2.3%
14	⑭惣菜・味噌・もち	0	0.0%
15	⑮その他	8	3.6%
	合計	221	

販売している商品（第3位）

1	①果物（りんご、なし、ぶどう、プルーン、ブルーベリー）	14	8.4%
2	②葉茎菜類（玉ねぎ、ねぎ、キャベツ、ほうれん草、白菜等）	55	33.1%
3	③果菜類（きゅうり、トマト、ナス、ピーマン、夕顔等）	25	15.1%
4	④根菜類（じゃがいも、人参、里芋、長芋、菊芋等）	21	12.7%
5	⑤その他野菜（しいたけ、野菜のみ記載）	13	7.8%
6	⑥果実的野菜（スイカ）	1	0.6%
7	⑦米・豆・穀類	1	0.6%
8	⑧山菜・わらび	1	0.6%
9	⑨木の実（栗・青梅・くるみ）	2	1.2%
10	⑩花	11	6.6%
11	⑪野菜苗	5	3.0%
12	⑫漬物・梅干し	3	1.8%
13	⑬菓子・ジュース	4	2.4%
14	⑭惣菜・味噌・もち	4	2.4%
15	⑮その他	6	3.6%
	合計	166	

販売している商品（合計）

1	①果物（りんご、なし、ぶどう、プルーン、ブルーベリー）	57	8.8%
2	②葉茎菜類（玉ねぎ、ねぎ、キャベツ、ほうれん草、白菜等）	139	21.4%
3	③果菜類（きゅうり、トマト、ナス、ピーマン、夕顔等）	157	24.1%
4	④根菜類（じゃがいも、人参、里芋、長芋、菊芋等）	59	9.1%
5	⑤その他野菜（しいたけ、野菜のみ記載）	61	9.4%
6	⑥果実的野菜（スイカ）	2	0.3%
7	⑦米・豆・穀類	13	2.0%
8	⑧山菜・わらび	8	1.2%
9	⑨木の実（栗・青梅・くるみ）	10	1.5%
10	⑩花	54	8.3%
11	⑪野菜苗	18	2.8%
12	⑫漬物・梅干し	22	3.4%
13	⑬菓子・ジュース	14	2.2%
14	⑭惣菜・味噌・もち	10	1.5%
15	⑮その他	27	4.1%
	合計	651	

☆ポイント

- ・果菜類（ピーマン、トマト、きゅうり等）を出荷している者が24.1%と最も多く、系統出荷の規格外を販売しているものと考えられる。
- ・葉茎類は、60歳以上の出荷者がほとんどで、栽培量が少ないことから、産直を販路としているものと考えられる。
- ・果物は主にりんごであり、規格外や生産量の少ない品種等の販売が多く、単価も高いことから販売額が大きい。
- ・その他野菜で販売額が多い層は、しいたけを出荷している者である。
- ・野菜・果物に次いで60歳以上を中心に花卉の販売も8.3%と多い。
- ・惣菜等の加工品は、比較的販売額が大きい。

問11 今後、産直施設等での販売はどのように考えられていますか

1	拡大していきたい	37	13.2%
2	現状維持	174	62.1%
3	縮小または止めたい	45	16.1%
4	わからない	21	7.5%
	未回答	3	37.5%
	合計	280	

問12 具体的に、どのように拡大していきたいか

1	出荷量を増やしたい	31	40.8%
2	出荷頻度を増やしたい	15	19.7%
3	出荷品目を増やしたい	18	23.7%
4	新たな出荷先を増やしたい	9	11.8%
5	学校給食に共有したい	2	2.6%
6	その他	1	1.3%
	合計	76	

問13 縮小または止めたい理由について教えてください

1	高齢化・後継者がいない	49	60.5%
2	出荷・集荷の手間	5	6.2%
3	袋詰め作業等の手間	4	4.9%
4	産直の当番制の負担	9	11.1%
5	機械、設備、施設の老朽化	1	1.2%
6	収益性が低い	6	7.4%
7	系統・市場出荷に専念したい	1	1.2%
8	離農する予定	2	2.5%
9	その他	4	4.9%
	合計	81	

その他記載内容

【30～39歳】 来客数の低下。客単価の低さ。
 【30～39歳】 現状の把握がまだできていないため
 【40～49歳】 資材、材料費の高騰
 【70歳以上】 耕作面積が減ったため

☆ポイント

- ・ 拡大意向の者は、出荷量や出荷品目を増やすことで拡大を考えている者が多い。
- ・ 今後の見通しとして現状維持が最も多いが、高齢化・後継者不在を理由に縮小を考えている者が多い。
- ・ 現状維持を選択しているが高齢化・後継者不足を選択している者もあるため、縮小選択者より、高齢化・後継者不在の数が多くなっている。

問14 産直系 E C について興味がありますか

1	既に取り組んでいる	11	3.9%
2	実施に向けて検討している	7	2.5%
3	興味があるかやり方が分からない	42	15.0%
4	産直系 E C に興味がない	86	30.7%
5	産直系 E C を知らなかった	35	12.5%
6	その他	16	5.7%
	未回答	83	29.6%
	合計	280	

その他記載内容

【70歳以上】	産直では個々の販売が禁止されている
【60～69歳】	対応できる自信がない
【70歳以上】	PCを使えるがインターネット販売まで手が回らない
【70歳以上】	インターネットで売れるなら産直は不要
【70歳以上】	現在の販売方法で十分
【70歳以上】	該当しない
【70歳以上】	興味があるが高齢のため取り組みない
【70歳以上】	労働力が足りない

☆ポイント

- ・産直系ECに興味がない者が86件(30.7%)と最も多い。
- ・既に取り組んでいる者は11件で49歳以下の層がほとんどである。
- ・「興味があるがやり方がわからない(15.0%)」、「実施に向けて検討(2.5%)」となっており、説明会等により販路の一つとして取り組む者が増える可能性がある。

問15 自由意見

【30～39歳 男性】農家に求めることが多すぎ。JA,普及センター、市町村を巻き込んだ取り組みが必要

【30～39歳 女性】PR力を高めていきたいので、旬のものを提供できる機会があればうれしいです。その際仲介の他、運んでくれたりしてもらえると助かります。

【30～39歳 男性】良い

【40～49歳 男性】共選に乗らないので地産地消がメインになります。農協の奨励品目以外にも設備投資等への支援があると助かります。

【40～49歳 男性】季節ごとに大規模な品評会の開催で、生産者の意欲向上と消費者への宣伝。

【50～59歳 女性】野菜についての説明や食べ方などもっと掲載したほうが良いと思います。

【60～69歳 女性】地産地消に常に心掛けている。材料はできるだけ地元の物、加工品に米粉を使用。蜂蜜、胡桃、たまごも。

【60～69歳 男性】良いことだと考えている

【60～69歳 女性】後継者がいないのでやりたくてもできない。自給自足でさえ難しくなるのでは

【60～69歳 女性】手数料が高い

【60～69歳 男性】〇〇産直はだめ

【60～69歳 男性】地産地消の概念と狙いは、産地の生産者の顔と地域消費者の顔がであるマーケットコミュニティを作り、消費者ニーズに応えた農産物の生産提供により「産」と「消」の力強い信頼関係、食の安心安全のフードシステムを作ることにあると思います。産直施設での消費者交流会など工夫が必要です。

【60～69歳 女性】地元産野菜のPRや規格外の野菜くだもの等でジャムや加工品を作ってくれる施設がほしい。委託して作ってもらえば保健所の手間がなく商品として売ることができるのではないかなと思う。

【60～69歳 男性】消費者の理解を深めてもらえるようさらなるPR活動を願いたい。

【60～69歳 男性】地産地消に取り組んでいる施設の認知度が低い。

【60～69歳 女性】年齢的なこともあり量は増やせませんがいいものを作っていきたいと思います。

【60～69歳 男性】盗難対策をしてほしい。去年はナスの塩漬けを19個盗難あり。

【60～69歳 女性】地産地消をこれまで以上に推進し、食料自給率向上を市、県、国全体で取り組んでいただきたい。日本の安定と平和は食料の自給にかかっているのです、経営が成り立つ農業立国をお願いします。

【60～69歳 男性】もっと幅広く集客できる体制や工夫があればよいと思う。

【60～69歳 女性】品質も安全で新鮮で安いことを、より多くの方に知っていただきたいです。

【60～69歳 女性】家族が少なくなり農地を荒らすわけにもいかず、女手で草刈りトラクターでの耕起を覚えて何とか維持していますが、上手にできたものを安くてもいいので喜んで購入していただくことに張り合いができました。今年デビューなので来年はもっとたくさん植えようかとおもっています。

【60～69歳 男性】幅広く県南の産品のようにしてほしい。

【60～69歳 男性】水沢は米産地なので、おいしい米を消費者に直接販売を希望する。

【60～69歳 女性】人手が少ない

【60～69歳 女性】安心して食べれる食品

【60～69歳 男性】良い品を安く

【70歳以上 女性】一生懸命出荷してもお客さんが来ず、持ち帰る品が多くやる気を無くしてしまう。お客様が来る産直にするには？

【70歳以上 女性】これからの若者がどのような方法でやったら収益が上がるかわからないまいると思う。会計報告の無い産直ってあるんでしょうか。

【70歳以上 女性】地産地消とは名ばかりで、各地から野菜他集めて加工して販売している方が多い。それが地産地消と言えるのか。

【70歳以上 男性】あまり活用されていない

【70歳以上 男性】販売目標額の達成にのみ視点をおかずに、仮に規格外商品の商品であっても、それなりの値の設定であれば販売コーナーを設けて然るべき。

【70歳以上 女性】地産地消は食の基本であるし、食料生産ほど大切な産業はないと考えています。それなのに世の中一般の見方は一次産業を軽んじていて大いに危うい。農家であるわが家では、可能な限り耕地を活用して自分で収穫した物を食したい。また、購入するものはできるだけ県産品や国産のものを選びたいと思い実践している。

【70歳以上 女性】食育の点からも旬の野菜を食べる事が良いと思うので、少ない農薬で育てた野菜は体にも良い。体が動く限りは続けたい。

【70歳以上 男性】出荷される野菜の種類が減ってきている。年々売れなくなっている

【70歳以上 女性】地元の物を近くの産直施設で販売すれば、新鮮なものを消費者に届けることができるし、送料や運搬費用も安く済むため、生産者消費者両者にとって良いと思います。ガソリンなどの節約になりSDG'Sの観点からも良い。

【70歳以上 女性】若い人が入ってくればと思いますが、無くならないことを願っています。

【70歳以上 男性】地産地消は単にその地域だけで消費する物ではないと考えると産直系ECも良いけれど、奥州市出身者、関係者に消費して貰う方が長く続くと思う。産直を前面に出して販売はもちろん新規就農や他地区からの転入等可能性が大きい。新幹線の一両貨物列車化に向けて今のうちから東京等での諸々の準備をしていく必要があると思う。プロジェクトの新設を提案します。

【70歳以上 男性】できるだけ地域で消費するよう協力していければ良い。

【70歳以上 男性】地域で生産された農産物を購入した時のサービス（シールやポイント等）を考えるべき。

【70歳以上 女性】基本的に地産地消醸成。学校給食などどうなっているんだろう。地元の美味しく新鮮な食材で子供たちを守ろう。

【70歳以上 男性】良いことだと思っています。

【70歳以上 男性】施設向けなど、業務用を増やして地産地消を増やしてください

【70歳以上 女性】メールが1時間ごとに来なくても良い。最後の1回だけでも。

【70歳以上 女性】販売残り商品を**漬物加工して出してましたが、保健所の許可が必要**になるため間もなくできなくなります。それが残念です。

【70歳以上 男性】産直出荷者の高齢化対策。食品衛生法改正で漬物の設備が無いと作れないので対策と助成をしてもらいたい。

【70歳以上 男性】旬の野菜を多く出荷

【70歳以上 女性】産直開設当初は公的機関や組織の後押しで各地にどんどん産直が増え、相互研修等が活発で生産者も地域活性化に貢献していることに誇りを持ち働いていました。大震災が発生したところに自給率の向上が叫ばれていたのにどうでしょう。徐々にその声も薄れているように感じます。奥州市の基幹産業の農業振興にもっと力強いバックアップを願いたい。

【70歳以上 女性】ぜひ学校給食で100%の努力をしてほしい。幼児期から地元の味で成長してもらいたいです。

【70歳以上 男性】大変良いことだと思っています。

【70歳以上 女性】地域農業発展のために必要だとも思います。

【70歳以上 女性】品質の良いものを出したいと思います。

【70歳以上 男性】加工品の定義が不明。以前は里芋の皮をむいた物、カットした一口サイズのかぼちゃ、漬物用の星大根、は加工品と指導を受けた。今は加工品、野菜名と生産者がバラバラのラベルを貼っている。

ラベルに内容量の表示が無いと、価格や現物を見ても購入しづらい。このことから、**最低限の事項は全産直統一すべき**。本協議会が主導して関係機関と良く連携して前向きに付加価値を高めた取り組みを望む。

【70歳以上 男性】退職後産直出荷を始めた者です。

【70歳以上 女性】**働く人が少なく、当番制を無くしてほしい**。野菜を作る時間が無い。

【70歳以上 女性】無農薬品等に気を付けていきたい。

【70歳以上 女性】サラリーマン退職後に本来なら米作りするところ、農機具投資するほどの規模でなく委託し、小規模な果樹園（ぶどう、ブルーベリー）を始め、産直や地区の方に販売している。子どもは都会でサラリーマンをし、夫婦ともに70代であり現状維持の体制です。

【70歳以上 女性】**小麦や雑穀など手軽に製粉できる施設**があるとよい。

【70歳以上 女性】新鮮な野菜で安いです。ぜひいらしてください。

【70歳以上 男性】地元八百屋がないので少しでも

【70歳以上 男性】「地産地消＝産直」は地域の活力となっている。全国では「地域おこし」になっているところもある。

多様な作物は、多くの小規模農家の前向きな意欲により生産され品質も向上している。また、「地産地消＝産直」が拡大すれば所謂地物が主流となり、他からの移入が減少し脱炭素社会にも貢献することとなるが、課題もありその一つは生産規模が小さいことに加え、従事者が高齢化し女性が多くを占めている。

高齢でも女性でも意欲的に働けるのであれば、健康にも繋がり生きがいの創出にもなるのでそれはそれで良いのだが、リタイアした時ほぼ確実に生産者が減少してしまうことになる。

大規模農業者や他業種のような「後継」ということも考えにくいので、ここをどうにかしないと「地産地消＝産直」は先細りになってしまう。

行政、農業団体、地域造詣のある関係者などでしっかり議論して方向性を出さなければならぬ。

国や地方自治体、農業団体などは米に関わる基盤整備事業や生産物の補償などはこまめに支援するが、規模の小さな「地産地消＝産直」に対する支援は聞いたことがない。

これだけ生産物の循環性があり生産者と消費者が直結している仕組みと行動を大きく奨励してもよいのではないか。

【不明】店の販売に関わるものです。産直では梅干し漬物らっきょ等を求めるお客様が多数います。現在漬物を出荷している人たちは工房が無い方が多く、工房が無いと加工品が出荷できなくなります。誰でも使用できる加工場を市で作っていただければと思います。

【不明】出荷者に種子、苗類などの補助制度などを設けてほしい。

☆ポイント

・食品衛生法の改正によって、令和6年6月以降漬物等の販売に許可が必要なため、加工施設整備の支援の要望がある。

SDGs 解釈一覧及び奥州市版SDGs

【出典】外務省「持続可能な開発目標（SDGs）」と日本の取組」より

	SDGs	5P	概要	トピック	キーワード	奥州市版 アクションの例
1			あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる	- 絶対的貧困の削減 - 相対的貧困の削減 - 社会保障制度による対策の実施 - 環境な気象、経済、社会、環境に対する脆弱性への対応 - 貧困層やジェンダー※1への配慮	- 経済的な困難 - 貧困の差 - 貧困母子（父子）家庭 - 社会的包摂※2	- 給付 - 助成 - 補助 - 相談 - 制度や仕組みの構築 - 教育、学習
2			飢餓を終わらせ、食糧安全保障及び栄養改善を達成し、持続可能な農業を促進する	- 栄養不良の解消、食料の確保、飢餓の削減 - 農業生産性と所得の向上 - 強靱な農業（気候変動、極端な気象現象）	- 高付加価値化（生産技術、物流、加工技術） - 持続可能な食糧生産システム（農業システム） - 生態系、生物多様性の維持 - フェアトレード※3による児童労働や労働力の搾取の排除 - 市民の栄養改善	- 農業（栽培、生産方法、技術支援、農地管理）への支援 - 助成 - 商業（販売、取引、広告）への支援 - 工業への支援、誘致 - 輸送 - 技術開発支援、新技術、新方式採用支援 - コンプライアンス※4の遵守による環境負荷軽減 - コンプライアンスの遵守による雇用環境の改善 - 健康
3		People (人)	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する	- 妊婦、小児の死に至る病の削減 - 感染症、伝染病への対応 - 死に至る病のための精神保健、福祉 - 薬物、アルコール、たばこなどの乱用防止 - 交通事故死・死傷者の削減 - 交通手動買、大気、水質、土壌汚染による死・健康の減少	- 新型コロナウイルス感染症 - 救済、喫煙、アルコール - 結核、HIV※5、マラリア - 交通事故 水、衛生、医療環境 - 関連する教育支援	- 医療 - 保健 - 交通（法令遵守、施設設備、技術開発） - 環境保全 - 上下水道整備、維持管理、水質 - 教育（薬物、アルコール、生存環境）
4			すべての人々への、包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する	あらゆる世代に対する持続可能な社会の構築のための知識を把握するための教育	- 学校教育 - 生涯学習 - 職場での訓練 - 学習や教育環境の整備、機会の創出、確保	- 教育（施設、人材、機会、内容） - 学習（施設、人材、機会、内容） - 教育機関（学校等）におけるカリキュラムはもとより、全世代対象の学習やOJT※6
5			ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う	政治、経済、教育、健康等におけるジェンダーギャップの解消	- ジェンダー - DV（ドメスティック・バイオレンス）※7 - 女性の能力向上 - 機会の平等	- DV（ドメスティック・バイオレンス）への対応 - ジェンダーの学習、意識、教育 - 女性の社会進出の取組み
6			すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する	上下水道、トイレの整備、治山治水などの幅広い水政策の実施、水衛生システムの保護と回復	- 上下水道 - 森林保護 - トイレ - 合併浄化槽の整備 - 森林、河川、山地、湖沼、生態系	- 安全な水利用環境の整備 - 水質としての環境保護 - 衛生環境の保全
7			すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する	再生可能エネルギーの推進、転換	太陽光、風力、水力、地熱、バイオマス	- 環境化対策として温室効果ガス削減の推進の検討、実施 - 再生可能エネルギー関連の先進技術の導入、利用促進（制度、情報発信）
8		Prosperity (豊かさ)	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する	持続可能な社会づくりのための経済成長、雇用創出や企業、ディーセント・ワーク※8の促進	- ディーセント・ワーク - 児童労働の撲滅 - 労働力増強の促進 - 経済関連施策 - 労働関係法令関連施策	- 労働、雇用、産業や企業の育成、誘致などの取組み - ローカルビジネス※9 - 長時間労働の是正や女性・若者の活躍推進
9			強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る	持続可能な社会づくりのために、レジリエント※10な産業を発展させ、災害などに強いインフラ※11を開発、整備し技術革新をする	- 交通、物流網 - 情報通信網 - 先端技術、環境技術、クリーン技術、資源利 - 用技術、技術革新 - 科学研究 - 産業の持続可能性の向上	- 輸送インフラ（道路、公共交通）検討、整備 - 情報通信網の検討、整備 - 技術開発、利用、利用促進 - 災害に対する備え - 上記による産業の強靱化

※1 ジェンダー：社会的・文化的に作られる性別「男らしく、女らしく」「男なのに、女なのに」など

※2 フェアトレード：途上国の経済的社会的に弱い立場にある先進国の消費者が対等な立場で行う貿易。

※3 HIV：ヒト免疫不全ウイルス（Human Immunodeficiency Virus）の略文字を取ったもの。

※4 DV（ドメスティック・バイオレンス）：配偶者や恋人など親密な関係にある者から振るわれる暴力。

※5 ローカルビジネス：地域の活性化につながる仕事、活動。

※6 インフラ：インフラストラクチャーの略で、生活や産業などの経済活動を営む上で不可欠な社会基盤と位置づけられ、公共の福祉のため整備・提供される施設の総称。

※7 社会的包摂：社会が弱い立場にある人々、その一員として取り込み受容すること。

※8 コンプライアンス：法令や規則、社会的規範や倫理などを遵守すること。

※9 OJT：「On-the-Job Training」の略で、実際の職場環境で業務を通して行う教育訓練のこと。

※10 ティーセントワーク：働きがいのある人間らしい仕事。

※11 レジリエント：「強靱な、柔軟な、回復力のある」の意。

おうしゅう地産地消推進計画 ～ 中間評価書 ～

策 定 令和 5 年 3 月
編 集 奥州市農林部農政課食農連携推進室
〒023-8501
岩手県奥州市水沢大手町 1 丁目 1 番地
TEL 0197-34-1587
FAX 0197-24-1922
