

徳島の中山間地域を支える産直市場

～生産者と消費者をつなぐ役割と方向性～

令和 8 年 3 月

中国四国農政局徳島県拠点

調査概要

令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト

徳島県の中山間地域では、人口減少と高齢化により、買い物環境の悪化や地域コミュニティの維持が深刻な課題となっている。こうした中、産直市場は「生産者と消費者を直接つなぐ場」として、単なる販売拠点にとどまらず、生活支援・地域経済の活性化・コミュニティ再生に貢献する重要な存在へと進化している。

本プロジェクトでは、1利用者ニーズの把握、2運営課題の抽出、3地域課題の把握という3つの視点から調査を実施した。

1 【利用者ニーズ把握】

利用者調査：産直市場を利用する消費者のニーズや期待を把握（サンプル数 n=267）

2 【運営課題の抽出】

運営体調査：産直市場（3市場）の運営上の課題を把握

（サンプル数 n=3：「地元客特化型」「地域交流・観光融合型」「多機能型」）

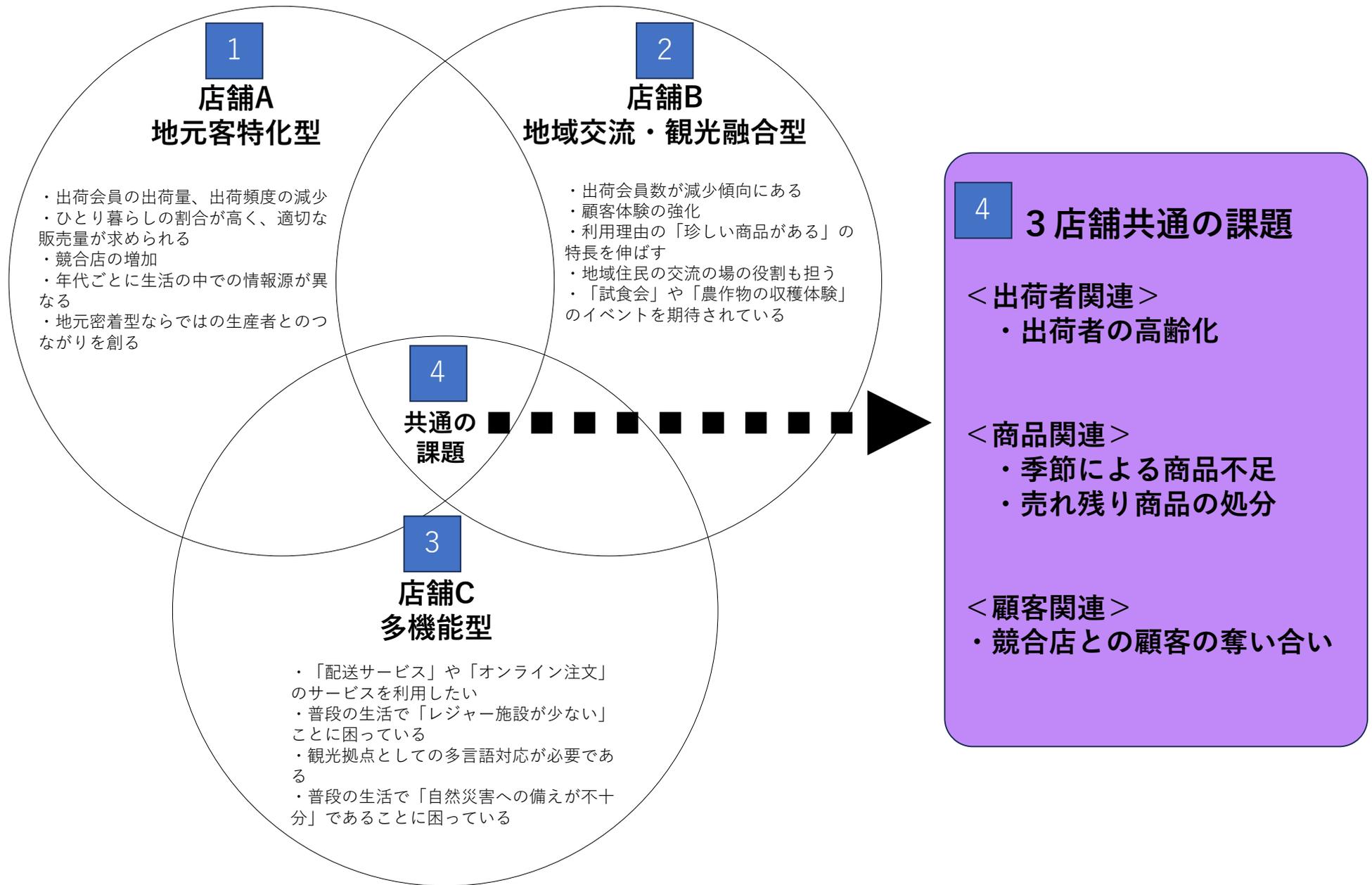
3 【地域課題の把握】

住民調査：中山間地域住民の産直市場に対する意識・評価・期待を把握

（サンプル数 n=534、うち利用経験あり n=460）

これらの調査結果を基に、地域特性を踏まえた課題解決の方策を検討する。

産直市場の運営体調査（運営体の課題）



利用者調査・住民調査（課題解決方策の検討）

5 利用者・住民調査

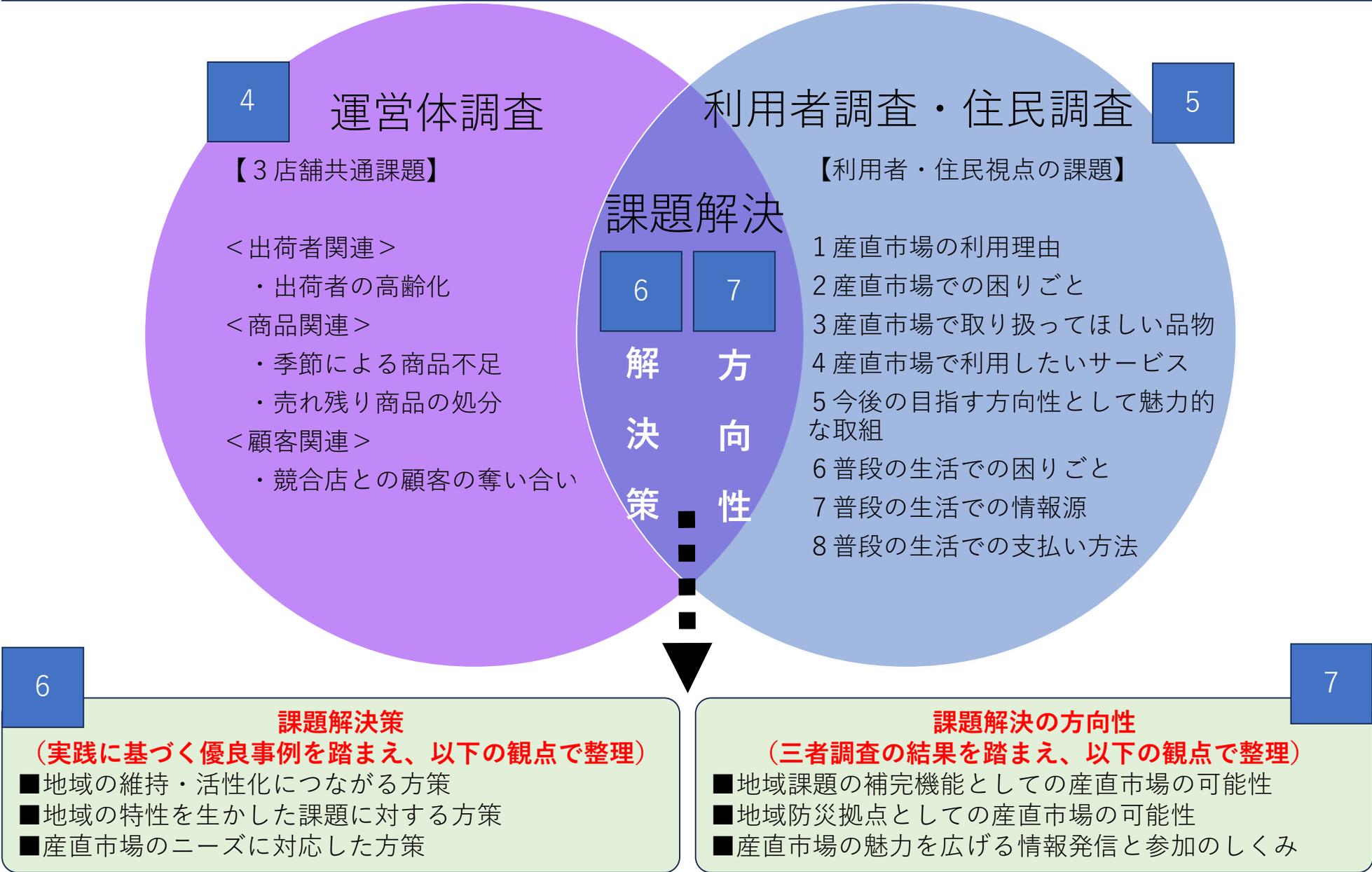
【利用者・住民視点の課題】

- 1 産直市場の利用理由
- 2 産直市場での困りごと
- 3 産直市場で取り扱ってほしい品物
- 4 産直市場で利用したいサービス
- 5 今後の目指す方向性として魅力的な取組
- 6 普段の生活での困りごと
- 7 普段の生活での情報源
- 8 普段の生活での支払い方法



課題解決方策の検討

三者調査の結果を用いた課題解決方策の検討



【 I 運営体の課題】

産直市場における類型別及び共通課題に対応した機能強化方策の体系的整理

1 店舗A：地元客特化型

2 店舗B：地域交流・観光融合型

3 店舗C：多機能型

4 3店舗共通の課題

【地元とともに歩む、つながりの産直づくり】

出荷者支援・少量販売・情報発信で応える、地域のニーズ

課題の内容	目指す方向性	有効な解決方法
<p>■ 出荷会員の出荷量・出荷頻度の減少</p>	<p>出荷会員の出荷量・出荷頻度を増加させるため、適切な振り返りを行う</p>	<p>< 出荷者支援と出荷量の安定化 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 交流・勉強会＋振り返りミーティングを定期開催し、出荷者同士のつながりとモチベーションを強化。 ・ 個別フォローと出荷実績の見える化により、出荷減少の背景を把握し、改善策を共有。 ・ インセンティブ制度と出荷環境の改善で、継続的な出荷を促進。
<p>■ ひとり暮らしの割合が高く、適切な販売量が求められる</p>	<p>世帯人数に合わせた、食べきれる量での販売を目指す</p>	<p>< 少人数世帯向け販売の最適化 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小分け・少量パックや量り売りを導入し、無駄なく購入できる仕組みを整備。 ・ レシピ連動型セット販売やサブスクモデルで、継続的な利用を促進。 ・ 顧客データの活用と地域福祉連携により、ニーズに応じた商品提供と支援を実現。
<p>■ 競合店の増加 ■ 地元密着型ならではの生産者とのつながりを創る</p>	<p>生産者の顔が見えて、安心・身近な存在として今後も足を運んでもらう</p>	<p>< 地元密着型の魅力強化 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 生産者紹介・交流イベント・ストーリー付き商品で、安心感と親近感を醸成。 ・ 地域限定商品や共同ブランド化により、競合との差別化を図る。 ・ SNSやアプリでの情報発信で、地元の魅力を広く伝える。
<p>■ 年代ごとに生活の中での情報源が異なる</p>	<p>ユーザー層に応じて情報発信方法を選択する</p>	<p>< 年代別情報発信の最適化 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 年代別メディア活用（チラシ・LINE・SNS）で、効果的な情報伝達。 ・ 内容の最適化（健康・家族・映え）により、各層の関心を引く。 ・ デジタルとアナログの融合で、情報の接点を増やし、来店動機を強化。

【地域とつながる、体験と交流の産直づくり】

出荷者支援・商品加工・体験イベントで広がる地域の輪

課題の内容	目指す方向性	有効な解決方法
<p>■ 出荷会員数が減少傾向にある</p>	<p>未経験者への支援・指導を行うことにより、出荷会員を増やす</p>	<p>< 出荷会員の増加と支援体制の構築 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 未経験者向け研修・メンター制度で新規出荷者を育成。 ・ 既存出荷者との交流・個別支援で継続的な出荷を促進。 ・ インセンティブ制度と販売データ共有で出荷意欲を高める。
<p>■ 「売れ残り商品の処分」に課題がある</p>	<p>売れ残った商品を処分するのではなく、加工することで別の活用方法を編み出す</p>	<p>< 売れ残り商品の有効活用 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 加工品（ジャム・漬物等）への転換で商品価値を再創出。 ・ 地域施設への提供で社会貢献とフードロス削減を両立。 ・ 啓発キャンペーンで消費者の理解と協力を促進。
<p>■ 顧客体験の強化</p> <p>■ 利用理由の「珍しい商品がある」の特長を伸ばす</p>	<p>珍しい商品・当該店舗ならではのコンテンツにより、顧客体験プラスαを提供する</p>	<p>< 顧客体験の強化と店舗独自性の向上 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 希少品種・季節限定商品で来店動機を強化。 ・ POP・QRコードによる情報発信で商品への興味を喚起。 ・ 体験型イベント（試食・マルシェ）で顧客との接点を増やす。
<p>■ 地域住民の交流の場の役割も担う</p> <p>■ 「試食会」や「農作物の収穫体験」のイベントを期待されている</p>	<p>利用頻度を増やしてもらったり、地域住民の交流の場として、期待されているイベントを開催する</p>	<p>< 地域交流イベントの定着化 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 定期イベント（収穫体験・料理教室）で地域住民の参加を促進。 ・ 地域団体との連携で多世代交流を実現。 ・ 広報活動の強化と交流スペース整備で、日常的な地域のつながりを育む。

【暮らし・観光・防災を支える、多機能型の産直づくり】

利便性・交流・安心を高める、地域の暮らしの拠点

課題の内容	目指す方向性	有効な解決方法
<p>■「配送サービス」や「オンライン注文」のサービスを利用したい</p>	<p>配送サービスやオンライン注文を導入し、客層の拡大、購入単価の上昇を狙う</p>	<p><買い物支援と利便性向上></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ECサイト・アプリによるオンライン注文で利便性を向上。 ・地域配送サービスの導入で買物困難者を支援。 ・定期便やサブスクモデルで継続的な利用を促進。
<p>■普段の生活で「レジャー施設が少ない」ことに困っている</p>	<p>人々が集い、心身をリフレッシュし、ストレスを解消するためのイベントの開催や空間の提供を行う</p>	<p><レジャー・交流機能の充実></p> <ul style="list-style-type: none"> ・季節イベント・体験型企画で地域住民の憩いの場を提供。 ・休憩スペース・自然散策エリアの整備で心身のリフレッシュを促進。 ・子供向けワークショップやキッズスペースで家族連れの来客を増加。
<p>■観光拠点としての多言語対応が必要である</p>	<p>訪日外国人観光客にも楽しんでもらえるように、多言語対応の環境を整備する</p>	<p><観光拠点としての機能強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語対応（POP・案内板・スタッフマニュアル）で外国人観光客に対応。 ・外国人向け体験イベント・ツアーで観光資源としての魅力を発信。 ・地元食材を使った飲食提供の強化で地産地消と観光の融合を図る。
<p>■普段の生活で「自然災害への備えが不十分」であることに困っている</p>	<p>地域の防災拠点として、災害時に備えた防災機能を有する</p>	<p><地域防災拠点としての整備></p> <ul style="list-style-type: none"> ・非常食・水・発電機などの備蓄設備整備で災害時の対応力を強化。 ・一時避難所機能の確保と防災訓練の実施で地域住民の安心を支援。 ・啓発イベントの開催で防災意識の向上を図る。

【高齢化・商品不足・フードロス・競合に対応する地域密着の産直づくり】

出荷支援・安定供給・商品活用・顧客対応で築く、持続可能な地域のしくみ

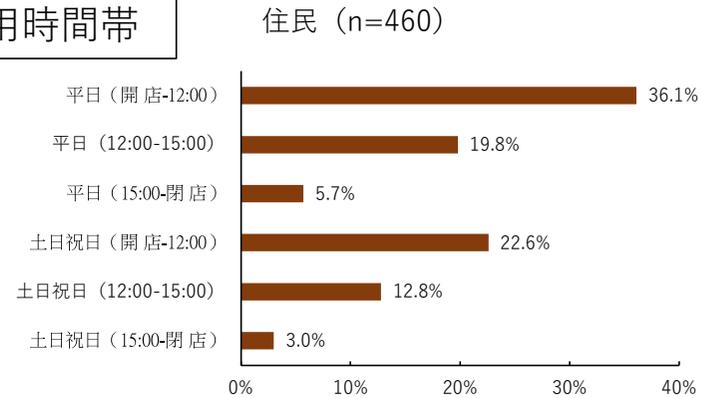
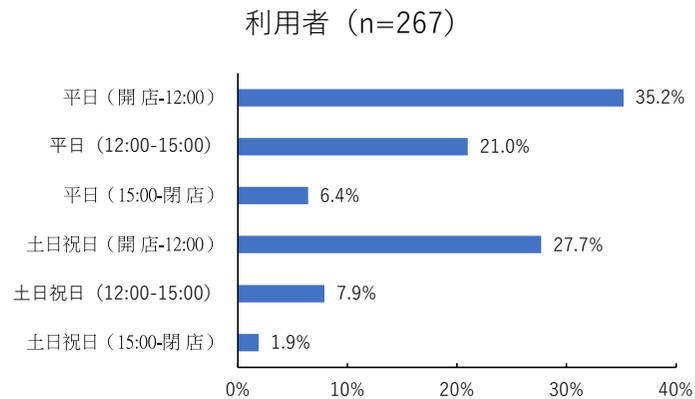
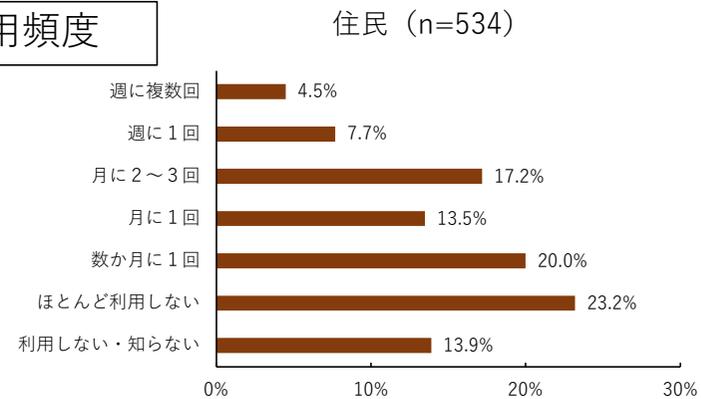
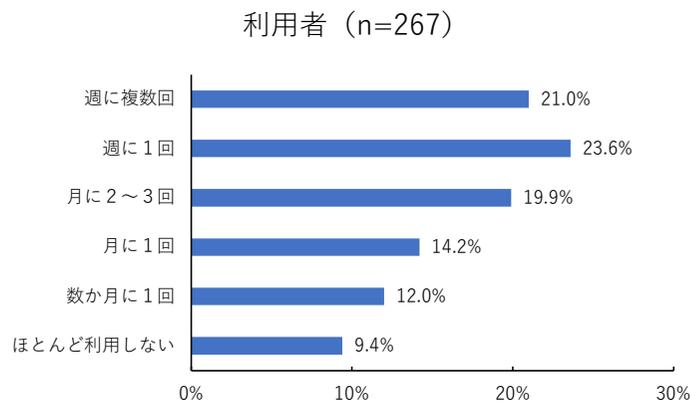
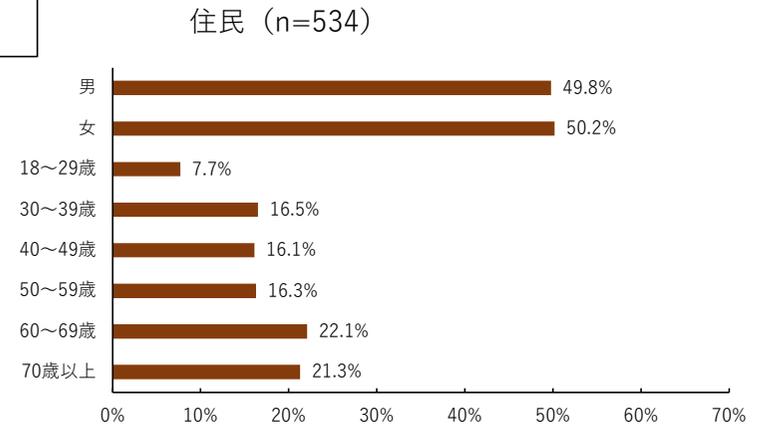
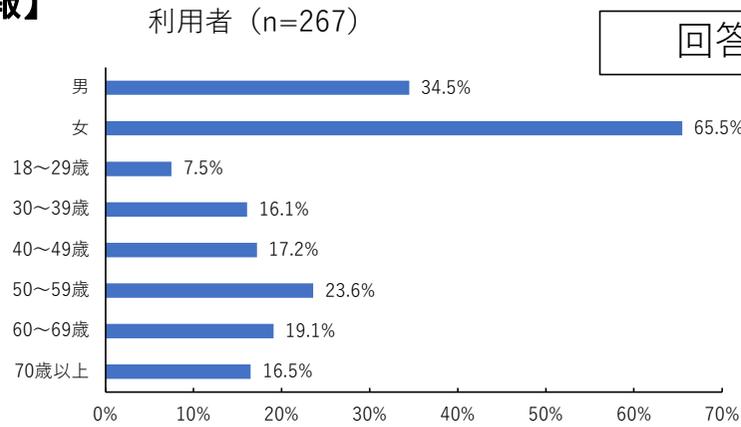
課題の内容	目指す方向性	有効な解決方法
<p>■運営体は「出荷者の高齢化」を課題と認識している</p>	<p>高齢化した出荷者の負担を減らすことや、新規就農者を増やすことで地産地消の維持を目指す</p>	<p><省力化農法の導入支援></p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者でも取り組みやすい作物や栽培方法を紹介し、負担軽減を図る。 <p><新規就農者向け支援プログラムの整備></p> <ul style="list-style-type: none"> ・見学会・研修・メンター制度を通じて、若手や移住者の参入を促進。 <p><共同出荷・作業支援体制の構築></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域内での協力体制（共同選果・共同配送など）により、個人の負担を軽減。 <p><ICT活用による業務効率化></p> <ul style="list-style-type: none"> ・出荷管理、ラベル作成、売上分析などをデジタル化し、作業負担を軽減。
<p>■運営体は「季節による商品不足」を課題と認識している</p>	<p>季節による商品不足を防ぎ、販売機会のロスを減らす</p>	<p><品種選定と播種時期の調整></p> <ul style="list-style-type: none"> ・早生・中手・晩生などの品種を組み合わせ、収穫時期を分散。 <p><周年栽培の推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハウス栽培や簡易温室の導入により、季節に左右されない出荷体制を構築。 <p><加工品の開発・販売></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ジャム、漬物、乾燥野菜など、季節外でも販売可能な商品を強化。 <p><地域間連携による補完出荷></p> <ul style="list-style-type: none"> ・他地域の出荷者と連携し、品薄時期の補完を図る。
<p>■運営体は「売れ残り商品の処分」を課題と認識している</p>	<p>売れ残った商品を処分するのではなく、需要がある場所での再販売し、ロスを減らす、また、こども食堂へ提供し、ロスを減らす</p>	<p><閉店後の再販売モデルの構築></p> <ul style="list-style-type: none"> ・売れ残り品を買い取り、駅前などで再販売する仕組みを整備。 <p><福祉施設・こども食堂への提供></p> <ul style="list-style-type: none"> ・定期提供日を設け、出荷者参加を促進。回収スペースを設置し、習慣化。 <p><提携飲食店による加工提供></p> <ul style="list-style-type: none"> ・弁当や惣菜などに加工し、商品価値を再創出。 <p><フードロス啓発活動の実施></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者への理解促進のため、キャンペーンや広報活動を展開。
<p>■運営体は「競合店との顧客の奪い合い」を課題と認識している</p>	<p>競合店との差別化をし、顧客に選んでもらえることを目指す</p>	<p><生産者との距離感を縮める接客スタイル></p> <ul style="list-style-type: none"> ・店員が顧客と積極的にコミュニケーションを取り、親しみやすい雰囲気を作成。 <p><定期イベントの開催></p> <ul style="list-style-type: none"> ・季節に応じた料理教室・試食会・収穫体験などで来店動機を創出。 <p><手書きPOP・レシピメモの工夫></p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品の魅力や調理方法を伝える工夫で、購買意欲を高める。 <p><SNS・地域メディアでの情報発信></p> <ul style="list-style-type: none"> ・若年層や地域住民への認知度向上を図り、リピーターを育成。

【Ⅱ 利用者・住民の課題解決】

利用者調査及び住民調査結果を踏まえた課題の整理と対応方策の検討

5 利用者調査・住民調査（課題解決方策の検討）

【回答者の情報】



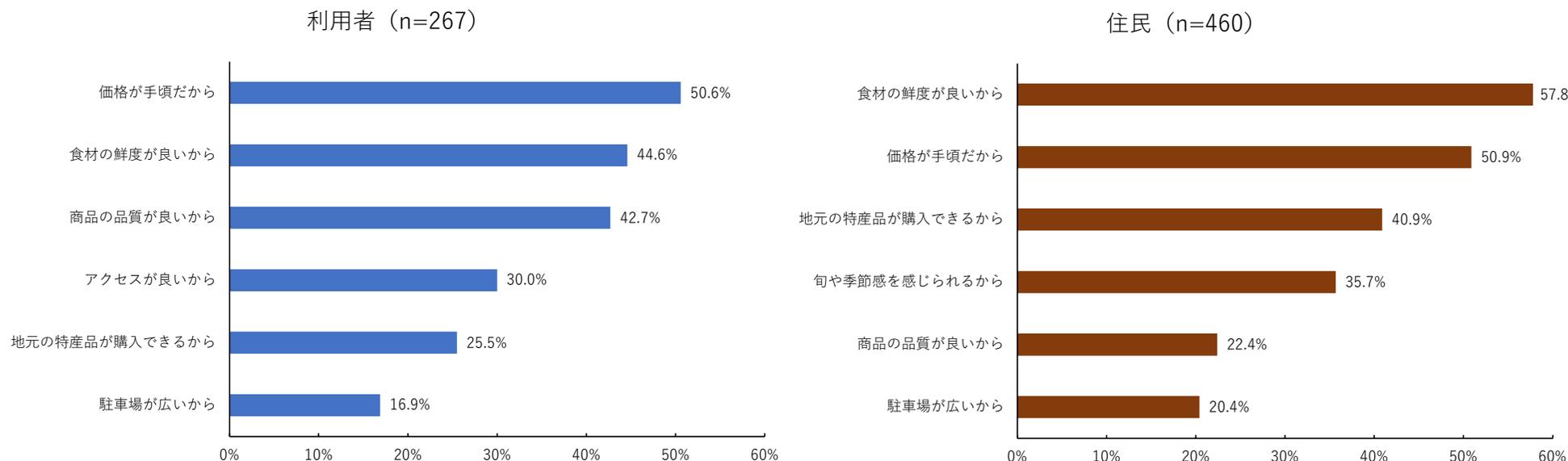
資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

1 産直市場の利用理由（複数回答）

産直市場の利用理由にみる消費者ニーズの違い

・価格や鮮度を重視する利用者と、特産品や季節感を求める住民に応じた売場づくりが求められる

- 利用者は「価格が手頃だから」と回答した人が最も多く、次いで「食材の鮮度が良いから」、「商品の品質が良いから」、「アクセスが良いから」、「地元の特産品が購入できるから」であった。
- 住民は「食材の鮮度が良いから」と回答した人が最も多く、次いで「価格が手頃だから」、「地元の特産品が購入できるから」、「旬や季節感を感じられるから」、「商品の品質が良いから」であった。
- 利用者は価格、鮮度、品質及びアクセスを重視し、地域住民は地元特産品や季節感など地域性も求めている。産直市場は、安さや品質の確保に加え、地域の魅力を発信する工夫が必要であり、利用目的に応じた売場づくりが課題である。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

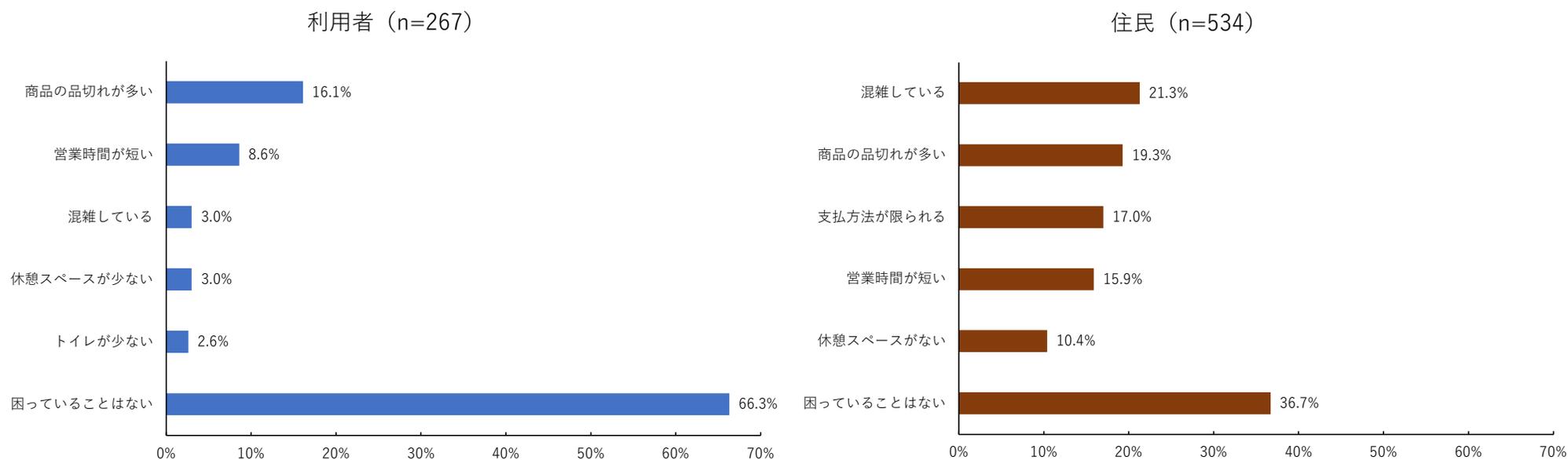
- 利用者は価格、鮮度、品質及びアクセスの良さを重視する傾向がある一方、地域住民は地元特産品や季節感など地域性を求める傾向が見られる。こうしたニーズの違いに対応するためには、価格や品質の維持に加え、地域の魅力や旬の食材を効果的に発信する売場づくりが求められる。具体的には、特産品を集約したコーナーの設置、季節感を演出する陳列、地域情報の掲示、来店しやすい環境整備等を通じて、多様な来訪者の目的に応じた対応が必要である。

2 産直市場での困りごと（複数回答）

利用者・住民の不満点

・ 利便性と快適性の向上が求められる

- ▶ 利用者は「商品の品切れが多い」と回答した人が最も多く、次いで「営業時間が短い」、「混雑している」及び「休憩スペースが少ない」であった。一方で「困っていることはない」との回答も多かった。
- ▶ 住民は「混雑している」と回答した人が最も多く、次いで「商品の品切れが多い」、「支払方法が限られる」、「営業時間が短い」であった。一方で「困っていることはない」との回答もあった。
- ▶ これらの回答から、利用者・住民ともに商品の品切れや営業時間、混雑、支払方法などに不満があり、産直市場では利便性と快適性の向上が課題であり、在庫管理の強化やサービス体制の見直しが必要である。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

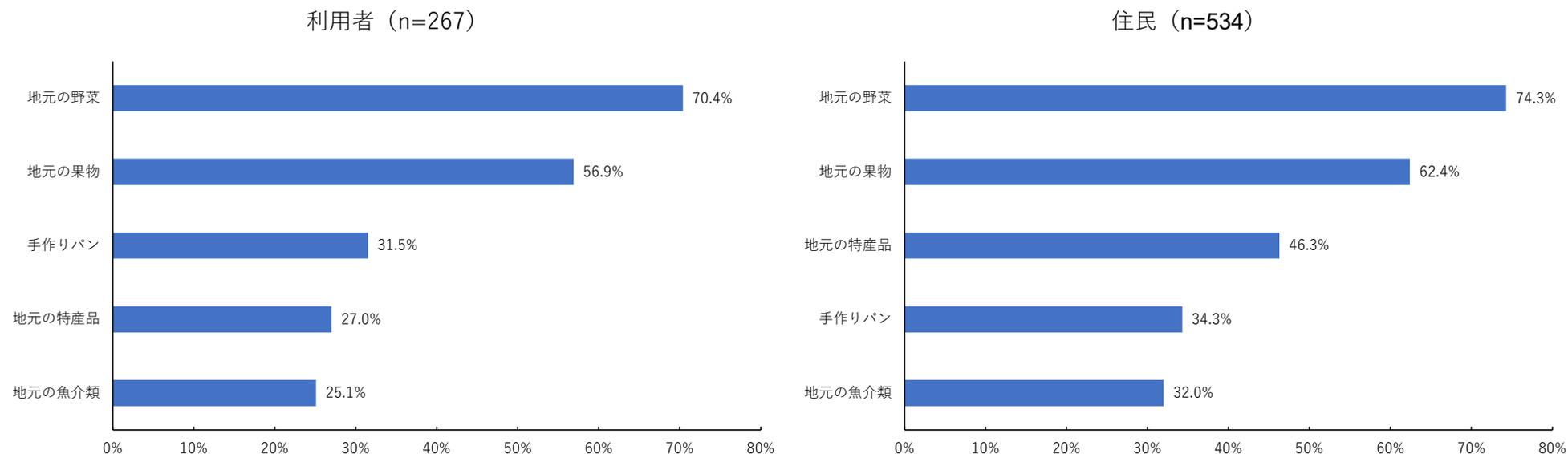
- ▶ 利用者・住民ともに「商品の品切れ」や「営業時間の短さ」、「混雑」、「支払方法の制限」などに不満を感じており、産直市場では利便性と快適性の向上が喫緊の課題となっている。これに対しては、在庫管理の強化による品切れ対策、営業時間の柔軟な設定、キャッシュレス決済の導入、混雑緩和のための施設改善や人員配置の見直しなど、サービス体制の総合的な見直しと運営の工夫が必要と考える。

3 産直市場で取り扱ってほしい品物（複数回答）

地元産の野菜、果物、手作りパン及び特産品にニーズ

・地元産品の安定供給と品揃えの充実が必要である

- 利用者は「地元の野菜」と回答した人が最も多く、次いで「地元の果物」、「手作りパン」、「地元の特産品」、「地元の魚介類」という結果となった。
- 住民は「地元の野菜」と回答した人が最も多く、次いで「地元の果物」、「地元の特産品」、「手作りパン」、「地元の魚介類」という結果となった。
- これらの回答から、地元産の野菜や果物へのニーズが高く、多様な品目への期待もあることから、産直市場では地元産品の安定供給と品揃えの充実を図ることが課題である。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

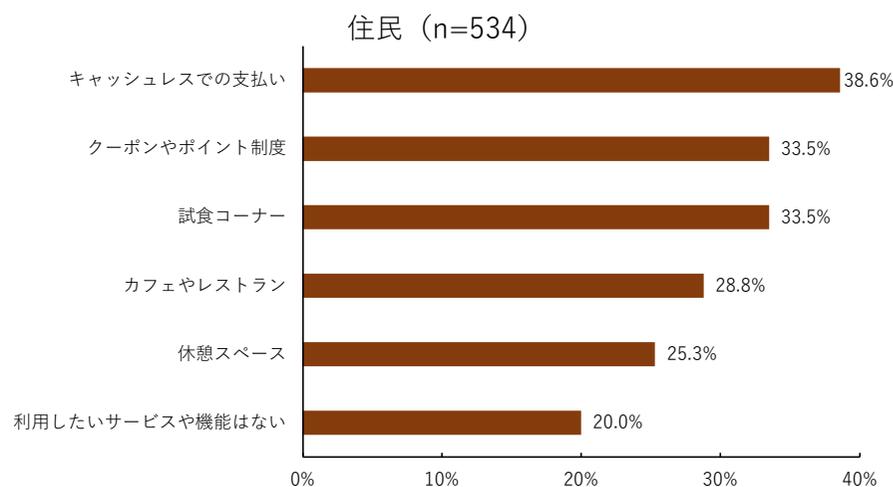
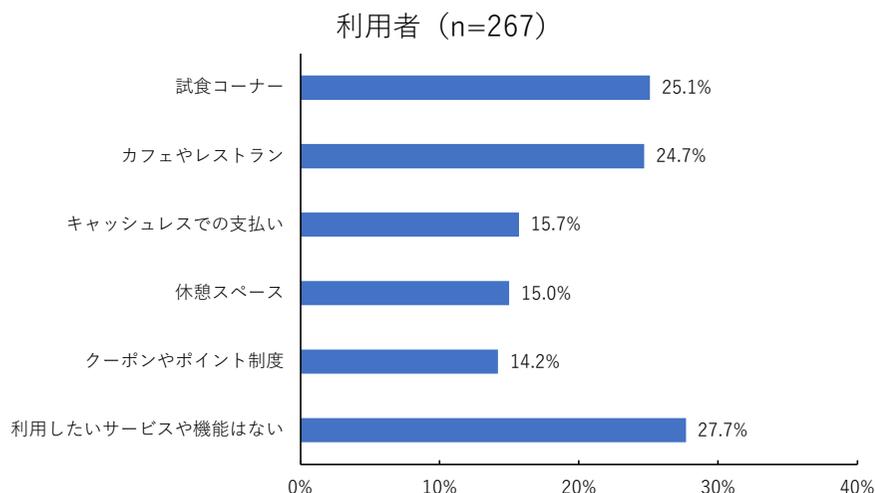
- 利用者及び住民ともに地元産の野菜や果物へのニーズが高く、手作りパンや特産品など多様な品目への期待もあることから、産直市場では地元産品の安定供給体制の構築と、品揃えの充実を図ることが課題であり、地元生産者や加工業者との連携強化、季節や需要に応じた柔軟な商品展開、地域ニーズに即した販売戦略の導入が解決策として必要と考える。

4 産直市場で利用したいサービス（複数回答）

産直市場における多様なニーズへの対応

・利用者は体験型サービスを、地域住民は利便性を重視 異なるニーズを踏まえたサービスの必要性

- ▶ 利用者は「試食コーナー」と回答した人が最も多く、次いで「カフェやレストラン」、「キャッシュレス」、「休憩スペース」という結果となった。
- ▶ 住民は「キャッシュレス」と回答した人が最も多く、次いで「クーポンやポイント」、「試食コーナー」、「カフェやレストラン」という結果となった。
- ▶ これらの回答から、利用者は試食やカフェなど体験型サービスを重視する一方、地域住民はキャッシュレス決済やポイント制度など日常的な利便性を求めている。両者のニーズが異なるため、どちらかに偏ったサービスでは満足度が下がる恐れがある。多様な利用者層に対応する柔軟なサービス提供が課題である。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

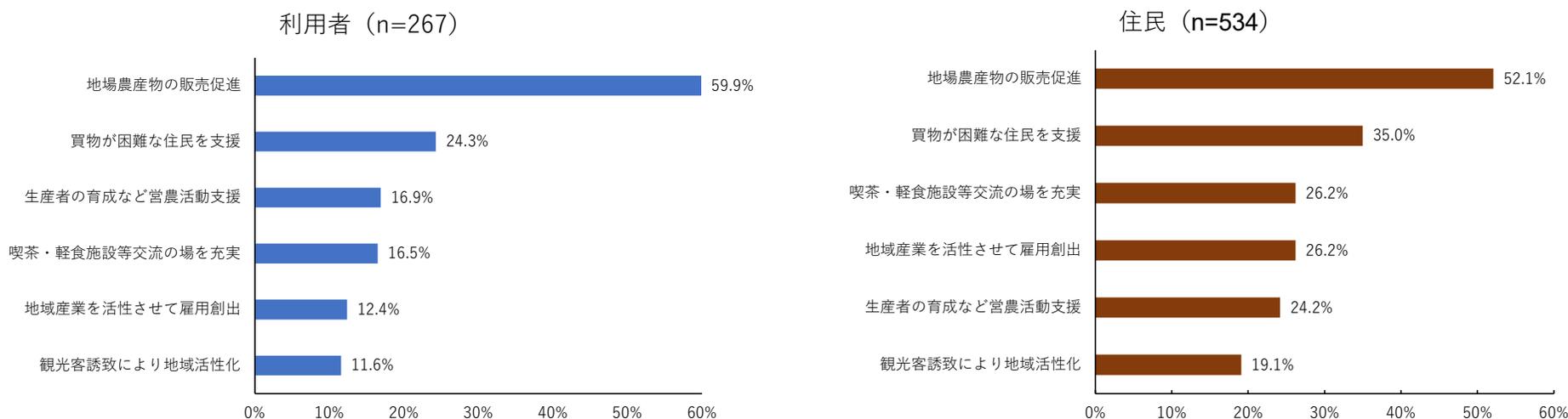
- ▶ 産直市場では、利用者が体験型サービスを、地域住民が利便性を重視する傾向がある。これは、利用者が観光やレジャー目的で訪れるのに対し、住民は日常的な買い物の場として利用していることが背景にあると考える。こうしたニーズの違いに対応するためには、サービス内容を柔軟に企画する必要がある。具体的には、曜日や時間帯に応じて、試食やカフェなどの体験型サービスと、キャッシュレス決済やポイント制度などの利便性重視のサービスを使い分ける運営が求められる。また、両者の要望を融合したサービスを導入することで、多様な利用者層に対応できる市場づくりが可能となる。

5 今後の目指す方向性として魅力的な取組（複数回答）

産直市場による地域貢献の可能性と展望

・地場農産物の販売促進や買物困難者支援を軸に、地域福祉・交流・雇用など多面的な役割が求められる

- ▶ 利用者は「地場農産物の販売を促進する」と回答した人が最も多く、次いで「買い物が困難な住民を支援する」、「生産者の育成など営農活動を支援する」、「喫茶・軽食施設などの交流の場を充実させる」、「地域産業を活性させて雇用を創出する」であった。
- ▶ 住民は「地場農産物の販売を促進する」と回答した人が最も多く、次いで「買い物が困難な住民を支援する」、「喫茶・軽食施設などの交流の場を充実させる」、「地域産業を活性させて雇用を創出する」、「生産者の育成など営農活動を支援する」であった。
- ▶ 利用者及び住民ともに地場農産物の販売促進を最も重視しているほか、買物困難者への支援にも高い関心を示している。産直市場には、販売機能に加え、地域福祉や交流、雇用創出など、地域課題に対応する多面的な役割が求められている。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

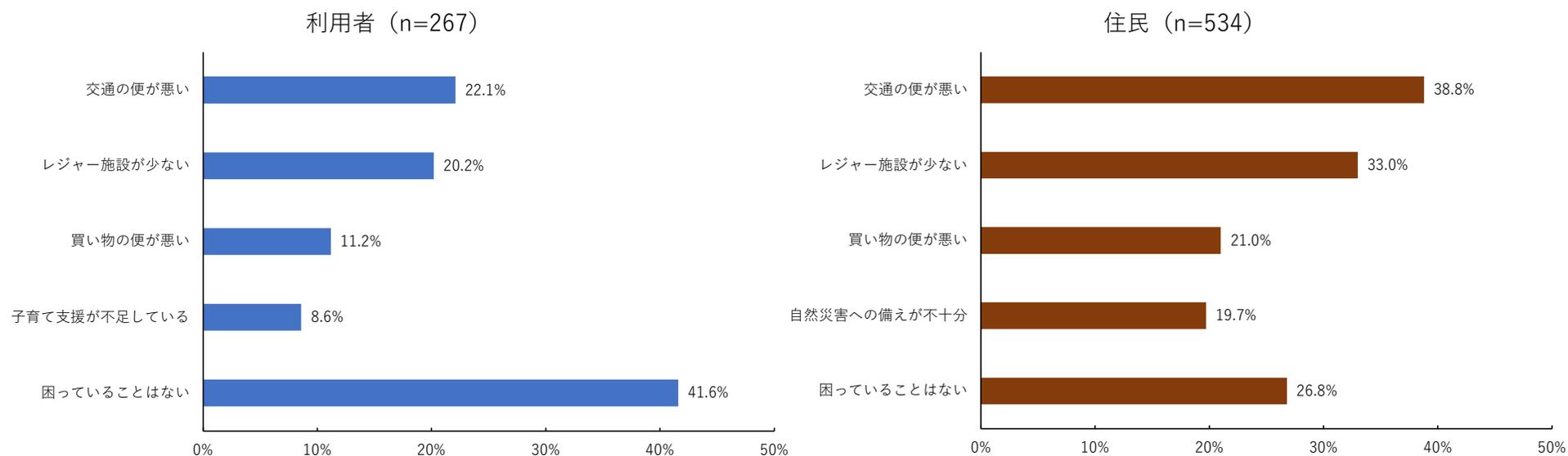
- ▶ 利用者・住民ともに「地場農産物の販売促進」への期待が最も高く、次いで「買物困難者支援」への関心が寄せられた。これは、地域における流通の不便さや高齢化による移動困難が背景にあると考えられる。また、交流や雇用創出への関心も一定数あり、産直市場に対する役割の多様化が求められている。今後は、移動販売や宅配サービスの導入、地域住民が参加できる交流イベントの開催、地元人材の雇用促進などを通じて、販売機能に加えた地域福祉・交流・雇用支援の強化が必要である。

6 普段の生活で困っていること（複数回答）

地域生活の質向上に向けた環境整備の課題

・交通・レジャー・買い物環境の改善と子育て支援・防災対策の充実による住民・利用者の利便性向上

- ▶ 利用者は「交通の便が悪い」と回答した人が最も多く、次いで「レジャー施設が少ない」、「買い物の便が悪い」、「子育て支援が不足している」という結果となった。
- ▶ 住民は「交通の便が悪い」と回答した人が最も多く、次いで「レジャー施設が少ない」、「買い物の便が悪い」、「自然災害への備えが不十分」という結果となった。
- ▶ これらの回答から、地域における交通、レジャー、買い物環境の整備は、利用者及び住民双方の生活の質を向上させるための重要な課題である。また、子育て支援や防災対策など、対象ごとのニーズに応じた施策の検討も不可欠である。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

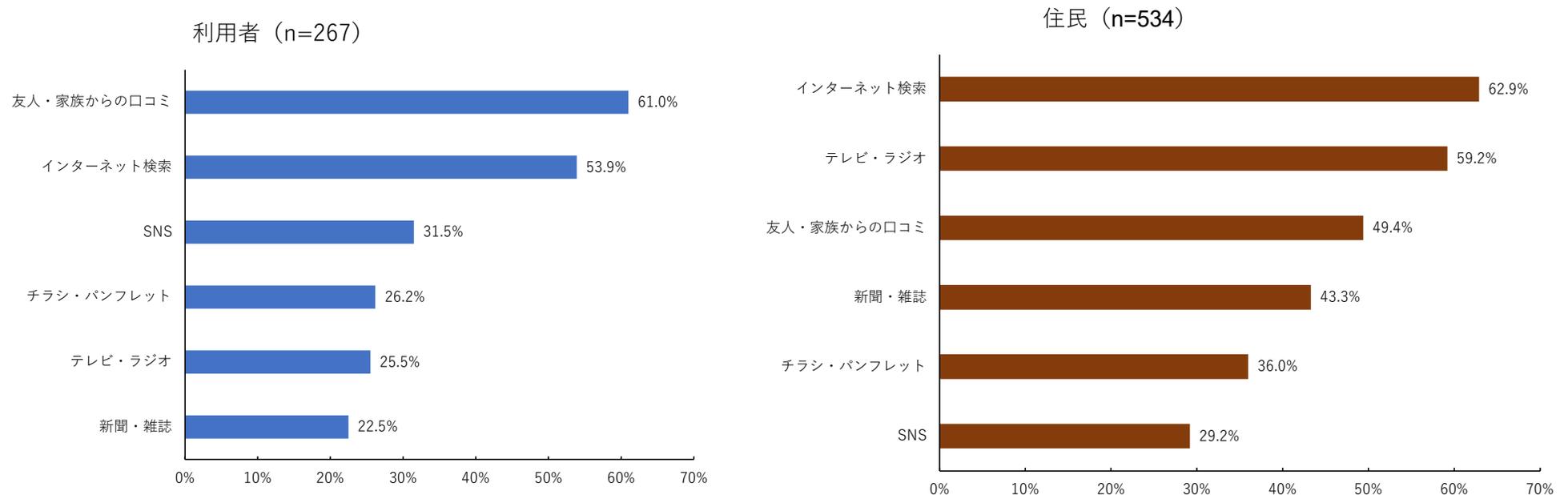
- ▶ 利用者と住民が感じている生活の不便を解消するには、交通、レジャー、買い物環境の整備が重要である。交通面では、シャトルバスや乗り合いタクシー、高齢者向け移動支援の導入が有効である。レジャー面では、産直市場を拠点とした農業体験や料理教室などの体験型イベントにより地域の魅力を高めることができる。買い物環境では、移動販売車の活用やオンライン注文・地域配送の仕組みが利便性向上につながる。さらに、子育て支援の充実や防災対策の強化も不可欠である。これらの取組により、産直市場を中心とした地域生活の質向上が期待される。

7 普段の生活での情報源（複数回答）

産直市場の広報は地域とのつながりを深める重要な手段

・多様な情報源に対応した広報が来店促進につながる

- ▶ 利用者は「友人・家族からの口コミ」と回答した人が最も多く、次いで「インターネット検索」、「SNS」、「チラシ・パンフレット」という結果となった。
- ▶ 住民は「インターネット検索」と回答した人が最も多く、次いで「テレビ・ラジオ」、「友人・家族からの口コミ」、「新聞・雑誌」という結果となった。
- ▶ これらの回答から、口コミ・ネット検索・SNS等を活用し、利用者と住民の情報源の違いに応じた広報手段の使い分けと情報発信力の強化が重要な課題であると考えられる。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

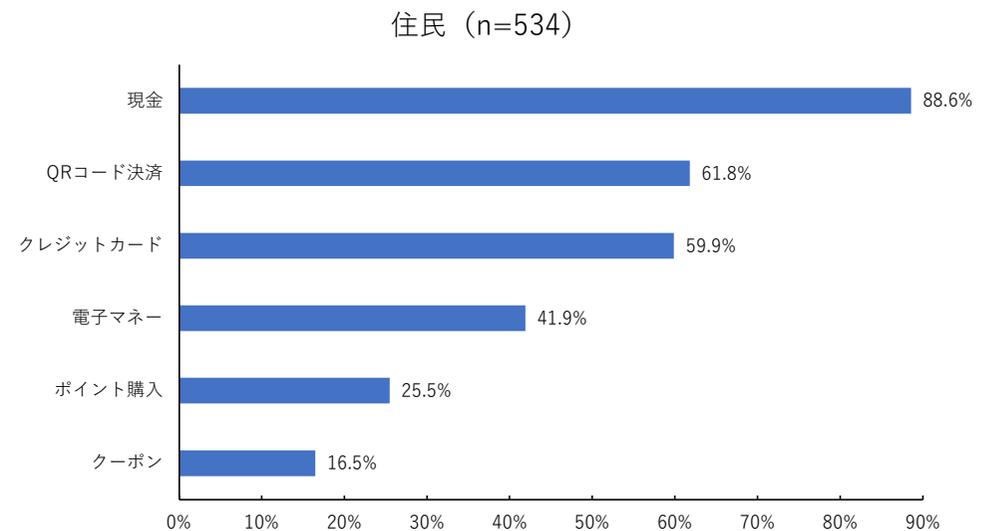
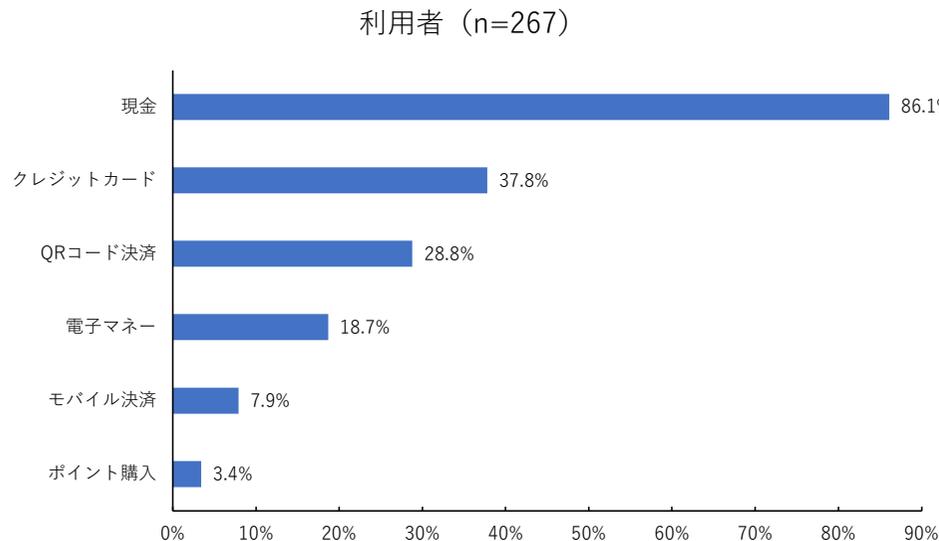
- ▶ 利用者と住民の情報源の違いに対応するため、広報活動では対象層に応じた手段の使い分けが必要である。若年層や観光客に対しては、SNSや検索エンジンで見つけやすい情報提供を行い、公式サイト の充実、写真・動画による魅力発信が効果的である。地域住民には、テレビ・ラジオ、新聞、チラシなどの地域メディアを活用し、親しみやすく分かりやすい情報を届けることが重要である。さらに、口コミの拡大には、来店者の満足度を高める接客やサービスの向上が有効であり、情報源の多様化に対応した広報戦略の構築が求められる。

8 普段の生活での支払い方法（複数回答）

産直市場におけるキャッシュレス決済の現状と課題

・利用者と地域住民の決済傾向の違いから見える改善の方向性

- 利用者は「現金」と回答した人が最も多く、次いで「クレジットカード」、「QRコード決済」、「電子マネー」、「モバイル決済」という結果となった。
- 住民は「現金」と回答した人が最も多く、次いで「QRコード決済」、「クレジットカード」、「電子マネー」、「ポイント購入」という結果となった。
- これらの回答から、利用者は現金利用が多く、キャッシュレス決済への関心は低い。一方、住民はキャッシュレス決済の利用率や利用意向が高く、利便性向上が期待される。このため、誰もが使いやすい決済環境の整備が課題である。



資料：令和6年度 徳島県における産直市場調査プロジェクト調査

- キャッシュレス決済に対する関心や利用状況には、利用者と地域住民の間で差異が見られることから、誰もが安心して利用できる決済環境の整備が求められる。まず、QRコード決済、クレジットカード、電子マネーなど複数の決済手段を安定的に提供することが基本である。その上で、操作に不安を感じる高齢者や観光客などに対しては、店頭での丁寧な案内やサポート体制を整備することが重要である。また、利用者が現金前提で来店している実態を踏まえ、キャッシュレス決済の利便性や利用方法を周知する広報活動も必要である。さらに、ポイント還元や限定特典などのインセンティブを設けることで、利用促進を図ることが効果的である。

【Ⅲ まとめ】

産直市場の運営課題及び利用者・住民ニーズを踏
まえた総合的対応方策の検討

6 課題解決策（実践に基づく優良事例）

7 課題解決の方向性

1 三者調査の結果を用いた課題解決策

6 課題解決策（実践に基づく優良事例を踏まえ、以下の観点で整理）

【地域の維持・活性化につながる方策】

中山間地域では人口減少と高齢化が進み、産直市場は販売の場を超えて、生活を支える多機能拠点へ進化している。

- **買い物支援**：兵庫県神河町「村営ふれあいマーケット長谷店」
→送迎・宅配で高齢者を支援
- **販売機会確保**：北海道恵庭市「恵庭農畜産物直売所かのな」
→欠品防止システムを導入
- **交流促進**：島根県雲南市「笑んがわ市」
→サロンや児童イベントで地域コミュニティを再生
- **文化振興・地域交流**：新潟県五泉市「五泉市交流拠点複合施設ラポルテ五泉」
→文化活動を推進
- **観光対応**：熊本県阿蘇市「道の駅阿蘇」
→多言語対応で観光客受入を強化
- **販路拡大**：神奈川県藤沢市「(株)えと菜園」
→オンライン注文で販売を拡充
- **防災機能**：岐阜県美濃市「美濃にわか茶屋」
→非常電源・水・炊き出し設備を備えた防災施設
- **子育て支援**：徳島県三好市「箸蔵とことん」
→授乳室・キッズスペース整備、親子イベント開催

これらの取組は、来訪動機を高め、地域の持続可能性を確保するうえで不可欠である。

6 (つづき) 課題解決策 (実践に基づく優良事例を踏まえ、以下の観点で整理)

【地域特性を生かした課題に対する方策】

地域資源を活用し、住民ニーズに応える柔軟な運営が不可欠である。

- **少人数世帯対応**：石川県羽咋市「神子原農産物等直売所 神子の里」
→小分け販売でニーズに対応
- **農家の意欲向上**：群馬県川場村「川場田園プラザ ファーマーズマーケット」
→反省会で農家のモチベーションを向上
- **信頼確保**：宮城県石巻市「道の駅上品の郷」
→安全・安心な農産物と情報発信で顧客の信頼を獲得
- **フードロス防止**：愛媛県今治市「JAおちいまばりさいさいきて屋」
→乾燥粉末化で廃棄削減と販売機会拡大

これらの取組は、地域特性に応じた柔軟な対応が市場発展と地域活性化に不可欠である。

【産直市場のニーズに対応した方策】

産直市場利用者は価格・鮮度・品質を重視、地域住民は特産品や季節感を求めている。

- **鮮度維持**：北海道恵庭市「恵庭農畜産物直売所かのな」
→鮮度維持システムを導入
- **利便性向上**：兵庫県神河町「村営ふれあいマーケット長谷店」
→送迎サービスで買い物支援
- **利用促進**：愛知県豊田市の24か所直売所
→スタンプラリーで来店動機を強化
- **混雑対策**：鳥取県鳥取市「JA鳥取いなばアグリショップ夢菜館」
→動線改善でクレーム対応
- **情報発信**：宮城県石巻市「道の駅上品の郷」
→メディア活用で集客力を向上

これらの取組は、価格・品質・利便性に加え、地域性発信と交流機能の充実が市場成長に不可欠である。

2 産直市場の社会的役割と消費者への魅力発信のあり方

7 課題解決の方向性（三者調査の結果を踏まえ、以下の観点で整理）

【地域課題の補完機能としての産直市場の可能性（生活支援・子育て・交流など）】 地域課題への対応

産直市場は農産物販売にとどまらず、生活支援・子育て交流・地域コミュニティ再生など、地域課題を補完する機能を担う。中山間地域では交通不便や買い物環境不足、子育て支援の限界が顕在化し、産直市場が解決の糸口となる。

- **買い物支援**：少量販売や宅配サービスで買物困難者をサポート
- **交流促進**：休憩スペースやイベントで孤立防止とコミュニティ再構築
- **子育て支援**：キッズスペースや親子イベントで育児と買い物の両立
- **多世代交流**：高齢者のボランティア参加で地域のつながりを強化

このように産直市場は、生活に寄り添い、交流・支援・安心の拠点として地域価値を高める存在である。

【地域防災拠点としての産直市場の可能性（防災機能）】 災害時の地域支援

産直市場は平時の生活支援に加え、災害時の防災拠点としても期待される。避難所や物資供給拠点が限られる中、地域密着型施設である産直市場は次の機能を果たす。

- **備蓄機能**：非常食・飲料水・発電機などを備え、災害発生時の初動対応を可能にする
- **避難機能**：食堂やトイレを活用し、一時避難所として利用できる
- **防災啓発**：防災訓練や啓発イベントを定期開催し、防災意識を向上させる

このように、産直市場は平時から住民が集う場であり、災害時にも安心して頼れる存在となる。今後は行政や地域団体と連携し、防災機能を体系的に整備することが求められる。

【産直市場の魅力を広げる情報発信と参加のしくみ（情報発信・参加促進）】 消費者への魅力発信

産直市場の魅力は、地元産の新鮮な農産物を手頃な価格で購入できることにある。消費者は鮮度・価格・品質を重視しており、これらを的確にPRすることが重要である。

- **鮮度・安心感**：生産者直送で収穫から販売までの時間を短縮、顔の見える関係を強調
- **価格・地域貢献**：流通コスト削減と地産地消による地域経済への貢献を発信
- **品質・安全性**：有機栽培や認証制度を紹介し、信頼性をアピール
- **来店促進**：季節感を活かした商品展開やイベント、SNS・地域メディアで情報発信
- **参加意欲向上**：スタンプラリーやポイント制度でリピーターを増加

このように情報発信と参加促進の取組は、産直市場の魅力を広げ、持続的な成長に不可欠である。

3 地域に根ざした産直市場の持続的発展に向けた提言

【はじめに】

産直市場は地域農産物を消費者に直接届ける場として、地産地消や地域経済の活性化に貢献してきた。近年は販売拠点に加え、買い物支援、防災拠点、生産者育成、子育て交流といった新機能を備え、地域課題に対応する多機能型拠点へ進化している。本調査では、こうした機能の現状と課題を整理し、持続可能な運営に向けた提言を行う。

【地域課題に対応する産直市場の可能性と行政の役割】

中山間地域では交通不便や買い物環境不足、高齢化など生活課題が深刻化している。産直市場は販売拠点にとどまらず、次の四つの機能を担う地域拠点として期待される。

- **買い物支援**：宅配・送迎サービスで買物困難者を支援
- **防災拠点**：非常用電源や備蓄整備、防災訓練で災害時の安心を確保
- **生産者育成**：担い手確保や情報提供で供給体制を強化
- **子育て交流**：キッズスペースや親子イベントで地域コミュニティを再生

これらの機能を地域に根付かせるためには、行政による制度面や財政面での支援が不可欠である。加えて、地域の魅力を高める取り組みとして、地元食材を活用した観光振興や、訪問者に対応するための多言語化なども重要である。

【産直市場を長く運営していくために】

持続的運営には、出荷者高齢化、出荷頻度減少、競合との顧客争奪といった課題への対応が必要である。

- **出荷者高齢化**：省力化農法や負担軽減支援、新規就農者育成、地域外担い手受入
- **出荷頻度減少**：共同出荷体制、出荷実績の見える化、振り返りミーティングで意欲向上
- **商品不足**：品種選定や播種時期調整、加工品開発、売れ残り品の再販売や福祉施設提供
- **顧客対応**：キャッシュレス決済、混雑緩和、SNSや地域メディアによる情報発信強化

これらの課題解決に向けた柔軟な対応が、地域に根ざした産直市場の未来を切り拓く鍵となる。

【おわりに】

産直市場は地域課題に対応する多機能拠点として重要性を増している。今後は、販売に加え、買い物支援、防災拠点、生産者育成、子育て交流を軸に、生活支援や交流を深めるとともに、観光機能の導入も求められる。そのためには、行政の制度・財政支援が不可欠であり、宅配や送迎、防災設備整備、生産者手育成、子育て支援の充実を後押しする必要がある。さらに、ICTを活用したオンライン販売や情報発信、キャッシュレス決済の導入、多言語対応など利便性向上も重要である。地域住民、生産者、行政、観光事業者が協働し、地域特性に応じた柔軟な運営モデルを構築することで、産直市場は地域の安心と活力を支える基盤となり、持続可能な地域づくりに大きく貢献できるのである。