

第VII章

参 考 资 料

1 計画検討の経緯

本計画の案の作成にあたっては、長崎市農業振興計画審議会（以下「審議会」という。）を新たに設け、計5回にわたり審議会を開催しながら、人・農地プラン地区別懇談会、JA、長崎市農業委員会、長崎市議会及び長崎市戦略会議等において意見をいただくとともに、令和3年10月20日から令和3年11月20日までパブリックコメントの募集により、幅広い意見を取り入れながら意見の集約や施策・取組みの検討を行いました。

審議会の内容等については、以下のとおりです。

開催日	会議等	主な内容
令和2年 10月20日 (火曜日)	令和2年度 第1回審議会	【第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の策定期期の延期及び現行計画の計画期間の延長について】 【第一次長崎市農業振興計画[後期計画]の推進について】 ・令和元年度及び令和2年度の取組み ・重点的取組みの推進 ・(仮称)第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の策定に向けて
令和3年 3月17日 (水曜日)	令和2年度 第2回審議会	【第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の策定について】 ・審議会委員及び事務局職員紹介 ・会長及び副会長の選出 ・計画策定の主旨 ・現行計画の説明と、振り返り、今後の方向性 ・次回計画骨子(案)検討
令和3年 7月6日 (金曜日)	令和3年度 第1回審議会 (書面開催)	【第二次長崎市農業振興計画[前期計画]体系の検討】 ・第一次長崎市農業振興計画[後期計画]の振り返り、今後の方向性 ・計画の骨子 ・計画体系図(案)
令和3年 8月11日 (水曜日)	令和3年度 第2回審議会	【第二次長崎市農業振興計画[前期計画]素案の検討】 ・第一次長崎市農業振興計画[後期計画]の振り返り、今後の方向性 ・第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の体系 ・第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の構成 ・第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の取組指標
令和3年 12月24日 (金曜日)	令和3年度 第3回審議会	【第二次長崎市農業振興計画[前期計画]最終案の検討】 ・第二次長崎市農業振興計画[前期計画]の最終(案)の検討

2

「長崎市農業振興計画審議会」名簿

	委員名	団体名等	役職名	団体等の区分
会長	たなか かすなり 田中 一成	長崎県立大学	地域連携センター 特任教授	学識 (農学)
副会長	まつうら しんご 松浦 慎吾	長崎西彼農業協同組合	営農経済部長兼 担い手支援センター長	農業経営
委員	いしい かすゆき 石井 計行	一般社団法人長崎県農業会議	農業経営相談所 農業経営アドバイザー	学識 (経営)
委員	ありた だいさく 有田 大作	長崎県立大学	情報システム学部 教授	学識 (スマート農業)
委員	かとう きよのり 加藤 清紀	長崎市中央卸売市場 運営委員会	事務局	市場流通
委員	とりごえ えつこ 鳥越 悦子	長崎市農業委員会	農業委員	農業・農地
委員	ふかがわ しんじ 深川 伸次	長崎南部森林組合	長崎支所長	林業
委員	まつうら ゆきのぶ 松浦 行信	長崎市認定農業者連絡協議会	会長	農業 (中核的農業者)
委員	さき きょうこ 佐木 杏子	長崎西彼農業士連絡協議会	副会長	農業 (女性農業者)
委員	いで しんすけ 井手 伸介	長崎青年農業者クラブ		農業 (青年農業者)
委員	かわむら のりこ 河村 規子	全日本農商工連携推進協議会	広報アドバイザー	農商工連携 六次産業化
委員	みね ちはる 峰 千晴	ちんじんよかBY茂木	会長	農村交流 (グリーンツーリズム)
委員	さかもと よういち 坂本 洋一	一般社団法人 長崎県調理師協会	事務局長	食の推進
委員	はらだ ゆきかつ 原田 幸勝	長崎県	農林部農政課企画監	農業行政
委員	すがわら せんじろう 菅原 千二郎	公募委員	—	—

長崎市農業振興計画審議会規則

(趣旨)

第1条 この規則は、長崎市附属機関に関する条例（昭和28年長崎市条例第42号）第3条の規定に基づき、長崎市農業振興計画審議会（以下「審議会」という。）について、必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 審議会は、委員16人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のいずれかのうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 農業、林業、流通業及び地域活動の関係団体を代表する者
- (3) 関係行政機関の職員のうち、市長が定める職にある者
- (4) 市民

3 市長は、前項第4号に掲げる委員の選任に当たっては、公募の方法により、これを行うものとする。

(令元規則107・令2規則92・一部改正)

(任期)

第3条 委員の任期は、2年とし、再任されることを妨げない。

2 委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 前条第2項第2号及び第3号に掲げる者のうちから委嘱された委員が、それぞれ同項の相当規定に該当する者でなくなつたときは、前2項に定める任期中であつても、当該委員の委嘱は解かれたものとする。

4 第1項の規定にかかわらず、委員の任期については、委嘱の際現に委員である者の任期満了の日を勘案し、必要があると認めるときは、2年を超えない期間とすることができる。

(平29規則12・令元規則107・一部改正)

(会長及び副会長)

第4条 審議会に、会長及び副会長1人を置く。

2 会長は、委員の互選によりこれを定める。

3 副会長は、会長が委員の中から指名する。

4 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

5 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 審議会の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 審議会の議事は、出席した委員の過半数をもつて決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(関係人の出席等)

第6条 審議会は、必要があると認めるときは、関係人の出席を求め、その意見若しくは説明を聴き、又は関係人に資料の提出を求めることができる。

(結果報告)

第7条 会長は、調査審議が終わつたときは、速やかにその結果を市長に報告しなければならない。

(庶務)

第8条 審議会の庶務は、水産農林部農林振興課において処理する。

(平29規則60・一部改正)

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮つて定める。

附 則

この規則は、平成28年7月1日から施行する。

附 則(平成29年3月23日規則第12号)

(施行期日)

1 この規則は、公布の日から施行する。

(経過措置)

2 この規則の施行の際現にこの規則による改正前のそれぞれの規則の相当規定により委嘱され、又は任命された委員は、この規則による改正後のそれぞれの規則の相当規定により委嘱され、又は任命された委員とみなす。

附 則(平成29年9月29日規則第60号)

この規則は、平成29年10月1日から施行する。

附 則(令和元年9月27日規則第107号)

この規則は、公布の日から施行する。

附 則(令和2年9月30日規則第92号)

この規則は、令和2年11月1日から施行する。

3 審議会、関係機関からの意見

3-1 長崎市農業振興計画審議会

- 基盤整備については、まず一カ所推進していければいいと思う。
- 首都圏の人達が様々な悩みを持って地元に戻って来ている。これらの層の支援を、腰を据えてやる必要がある。
- 販売方法についても、作物そのものの単価を上げるのには限界がある。今後は、物が売れない時代になるため、体験と感動という付加価値をつける必要がある。
- 農業者としてだけでなく、その関係者や農業に興味のある人など、若い女性の拾い上げが必要である。
- 直売所で売れる商品は、数年もすればスーパーにも並ぶ。直売所でしか売れないもの、例えば、規格外品を工夫して商品にする取組みが大事。若い女性はこういった取組みの行動力が早い。
- 長崎市は他市に比べても中山間地が多く、生産基盤が弱い。今後の農業の維持には基盤整備は必要になってくる。
- ここ数年で JA 担い手支援センターを通しての新規就農者が多く出ているが、就農先は土地の条件が良い水田地帯が主である。条件のよい場所が足りなくなっており、就農希望者を他市町にも誘導しているが、長崎市で就農を希望する人が多い。
- 販売面でいくら高く売っても、労力が見合わないという問題も出ている。びわの単価も伸びてはいるが、現状は労力に見合わないという声が多い。労力軽減の観点からも基盤整備は必要である。
- ここ最近では高齢化による農地の荒廃化が目に見えて進んでいる。また、住宅地が近くにあると、音や煙などで苦情が入るなどして農業を辞めてしまう人もいる。
- 有害鳥獣の被害も山側が酷く、最近は住宅街にも被害が及んでいる。
- 新規就農や規模拡大を行うにしても資金的なハードルが高い。
- イベントやパンフレットは一時的なもので、きっかけにはなるが、日々の買い物に繋がらない。まずは長崎市内で長崎市産のものを選んでいただけるようなブランド化の取組みが必要。
- ポップなどを作るにも手間がかかるから、これをスマート化できないか。
- スマート農業については定義を明記した方がよい。初心者には分かりづらいと思う。
- コロナ禍で農業体験に興味を持つ人が増えており、参加者の満足度も高くリピーターもいる。
- 情報発信はとても大切で、女性の取組みに対するアドバイザーをつけるような支援も必要では。
- 計画は作るだけでなく発信をしないといけない。県外の移住に興味を持つ人たちに見られることを意識する必要がある。長崎市の農業をまとめたものがあると分かりやすい。
- 基盤整備も、5ha 以上の象徴的なものが一つあると、長崎市の取組みを感じさせると思う。
- 遊休農地の活用は、花等を植えて観光地とするなど農業以外での活用ができないか。
- 食卓の日等で地元産の様々な食材を使った料理を作る取組を行っているが、現場の料理人の消費につながらない。地元の人に向けたもの、観光の人に向けたものと分けて意識をする必要がある。
- 地元の物が地元に残らないと産地にならないのではないかと。安定的に地元に残すには、中央卸売市場に出してもらったのが一番である。

- 今のコロナ禍でホテル業界などは厳しい状態。様々な業界全体が元気になることで農業の活性化にもつながるのでは。
- 産地の条件に適した経営モデルについて、現場の農家と一緒に中身を話す機会を設けてほしい。
- 市場の形態も変化しており、時代に即した売り方を考える必要がある。
- 計画を作って終わりではなく、農家に伝えることが必要。
- 農林業センサス上での、農業販売額 500 万～1,000 万円の経営体減少や、各指標の変化について分析をもっと行った方がよい。今後の経営モデル作成のヒントが出てくると思う。
- 長崎県全体での農業産出額は 10 年前に比べて約 10 億円の増となっているが、その要因は主に県央や島原などの基盤整備地区が主である。長崎市では同じような事は出来ないので、複合経営や施設園芸が主になっていく。
- まずは優良事例を着実に作っていくことが必要。基盤整備も施設園芸だけでなく、果樹産地の大規模化でもいい。
- スマート農業の推進についても、基盤整備が先に必要なものが多い。まずは、基盤整備を目標と位置付けるのはよいと思われる。

3-2 関係機関

- 外部から就農希望者を呼び込むにしても、受け入れるための条件のよい農地が不可欠。
- 外からの呼び込みも大事だが、技術継承のことを考えると、親の跡を継いでもらえるような施策にも力を入れてほしい。
- 基盤整備については、地元の機運が高まって動きがある地区については、様々な課題があったとしても、行政には様々な工夫をして推進してほしい。
- 行政の支援は意欲の高い農家に絞り込んだ方がよい。
- 農地集積の推進のためには、農地中間管理機構の貸し借りだけでなく、農地の購入を考えているものもいる。
- 農閑期に勤めに出ているが、毎回厚生年金の切り替え手続きを行う必要がある。半農半Xを推進するには、そういった行政側の手続きを簡素化できるようにしてほしい。

3-3 パブリックコメントの募集

- 意見募集の内容
第二次長崎市農業振興計画[前期計画]（素案）に関するパブリックコメントの募集
- 募集期間
令和3年10月20日（水）～令和3年11月20日（土）
- 資料の閲覧
各地域センター、市政資料コーナー、農林振興課及び市役所ホームページでの閲覧
- 意見募集の結果
意見の応募なし

4

営農類型ごとの効率的かつ安定的な農業経営の指標

長崎市では、「農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想」において、現に実現している優良な農業経営の事例をふまえ、農業が地域に根づいた家族経営が基本であることを念頭におき、それぞれの地域の特性を生かした農業経営において、他産業従事者なみの年間所得と総労働時間（主たる農業従事者1人当たりの400万円、2,000時間）の確保を推進しています。

また、新たに農業経営を営もうとする者については、同基準として、300万円、2,000時間の目標を設定しています。

このような目標を可能とする効率的かつ安定的な農業経営の指標として、主要な営農類型を以下に示します。

営農類型	経営規模	生産方式	想定地区
果樹専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 露地びわ 0.10ha 露地びわ（なつたより） 0.50ha ハウスびわ 0.40ha 中晩柑 0.40ha 《経営面積》 1.40ha	ビニールハウス 暖房機 動力噴霧器 中耕機 トラック 灌水施設	茂木南部地区 茂木北部地区 三和地区
果樹専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 露地びわ 0.30ha 露地びわ（なつたより） 0.40ha ハウスびわ 0.20ha 露地なし 0.60ha 《経営面積》 1.50ha	ビニールハウス 暖房機 動力噴霧器 中耕機 梨棚 トラック 灌水施設	茂木南部地区 茂木北部地区
果樹専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 露地みかん 0.40ha ハウスみかん 0.50ha 中晩柑（無加温） 0.60ha 《経営面積》 1.50ha	ビニールハウス 貯蔵庫 運搬車 噴霧機 トラック 選別機	琴海地区

営農類型	経営規模	生産方式	想定地区
果樹＋野菜 家族労働力 3.0人	《作付面積等》 露地びわ(なつたより) 0.50ha いちご(株冷) 0.20ha いちご(普通) 0.10ha 《経営面積》 0.80ha	ビニールハウス 夜冷育苗施設 高施設 電照施設 暖房機 保冷库 環境モニタリング 装置 炭酸ガス発生器 局所施容器 自動開閉装置 日射比例式自動灌 水装置 動力噴霧器 中耕機 管理機 トラック	茂木北部地区
果樹＋野菜 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 ハウスもも 0.30ha いちご(株冷) 0.20ha 《経営面積》 0.50ha	ビニールハウス 夜冷育苗施設 高施設 電照施設 暖房機 保冷库 環境モニタリング 装置 炭酸ガス発生器 局所施容器 自動開閉装置 日射比例式自動灌 水装置 動力噴霧器 中耕機 管理機 トラック	琴海地区
野菜専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 ミニトマト 0.40ha 《経営面積》 0.40ha	ビニールハウス トラクター 暖房機 動力噴霧器 環境モニタリング 装置 炭酸ガス発生器 局所施容器 自動開閉装置 日射比例式自動灌 水装置	琴海地区

営農類型	経営規模	生産方式	想定地区
野菜専作 家族労働力 2.0人	《作付面積等》 アスパラガス 0.50ha 《経営面積》 0.50ha	ビニールハウス 自動灌水装置	琴海地区 東長崎地区 旧市西部地区
花き専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 (施設きく) 秋輪ぎく 0.35ha 12-5月出荷型 夏秋輪ぎく 0.35ha 6-11月出荷型 (露地きく) 小ギク 7-8 0.10ha 12月出荷型 《経営面積》 0.80ha	ビニールハウス 灌水施設 電照施設 暖房機 選花機 動力噴霧器 冷蔵庫 トラック トラクター 循環扇 ヒートポンプ 育苗用ハウス 刈払機	茂木北部地区 東長崎地区 琴海地区
花き専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 トルコギキョウ 11月+5月出荷 0.10ha 12月+5月出荷 0.15ha 2月出荷 0.10ha 《経営面積》 0.35ha	ビニールハウス 暖房機 動力噴霧器 冷蔵庫 管理機 トラック 灌水施設	三和地区 琴海地区
花き専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 トルコギキョウ 11月+5月出荷 0.10ha 12月+5月出荷 0.10ha キンギョソウ 11-4月出荷 0.10ha 《経営面積》 0.30ha	ビニールハウス 暖房機 動力噴霧器 冷蔵庫 管理機 トラック 灌水施設	三和地区 琴海地区
花き専作 家族労働力 2.5人	《作付面積等》 トルコギキョウ 11月+5月出荷 0.10ha 12月+5月出荷 0.15ha ストック 11-4月出荷 0.10ha 《経営面積》 0.35ha	ビニールハウス 暖房機 動力噴霧器 冷蔵庫 管理機 トラック 灌水施設	三和地区 琴海地区

営農類型	経営規模	生産方式	想定地区
畜産専業 家族労働力 2.0人	《作付面積等》 肉用牛肥育 200頭	肥育牛舎 乾草舎 堆肥舎 農機具格納庫 糞堆積場 トラック ショベルローダ カッター 配餌車 削蹄保定枠 牛衡器 動力噴霧器 飼料タンク	三重地区
畜産専業 家族労働力 3.0人	《作付面積等》 養豚一貫 母豚 160頭	繁殖豚舎 離乳子豚舎 分娩・子豚育成豚舎 肥育豚舎 堆肥舎 汚水処理施設 飼料タンク 換気扇 ガスブルーダ ショベルローダ 自動発餌器 動力噴霧器 トラック	三重地区 外海地区

5 市政モニターアンケート調査結果

本計画の案の作成にあたって、前述の1～3のとおり、長崎市農業振興計画審議会及び農業関係者・機関及びパブリックコメントの募集により、幅広い意見を取り入れながら意見の集約や施策・取組みの検討を行いました。

加えまして、長崎市の市政モニターにご協力いただき、「長崎市の農業について」のアンケート調査を実施しました。その内容については、以下のとおりです。

1. 調査の目的

長崎市では、平成29年に「第一次長崎農業振興計画〔後期計画〕（計画期間：平成29～令和3年度）」を策定したところですが、令和2年度から令和3年度にかけて、これまでの取組みを検証し、令和4年度以降の新たな農業振興計画を策定することとしています。

今回の調査は、市民の皆様の、長崎市の農業や農産物に対する認知度や意識を調査し、市民の皆さまの声を新たな計画に反映させるとともに、長崎市の農業が発展していくための新たな施策の検討材料として、有効活用させていただくことを目的としています。

2. 調査の概要

調査期間：令和3年2月1日 ～ 令和3年2月15日

送付数：228人（郵送モニター 181人 インターネットモニター 47人）

回答率：81.6%（186人）（郵送回答 172人 インターネット回答 14人）

3. 調査結果

回答者のほとんどが非農家と思われ、消費者としての回答が大多数を占めていました。

長崎市の農業に対するイメージについて、「全国に誇る農産物があることを知っている」と答えた割合が約30%を占める一方で、「長崎市の農業のことはあまり知らない」と答えたかたも同程度を占めていました。

また、長崎市が全国に誇る農産物や畜産物の認知度については、平成25年度から、販路拡大や認知度向上のためにブランド強化の取組みを進めてきた長崎和牛・出島ばらいろが、67.2%とびわ（なつたより）に次ぐ高い割合となっており、事業の成果が表れていることがわかりました。

一方、いちごやゆうこう、アスパラガスについては20%以上の認知度があり、特産品として一定認知されているものの、さらなるPRの必要性を感じさせる結果となりました。

さらに、「いずれは農地を借りるなどして農業を始めたい」または「いずれは農家の手伝いをしたい」と回答した方の割合は、16.5%と一定数おり、農業体験・ツアー等へ「参加したことがある」、「積極的に参加したい」、「機会があれば参加したい」と、参加に積極的な回答をしたかたの割合は、全体の約60%程度で、多くのかたのグリーンツーリズムへの参加が期待される結果となり、

農業の担い手不足が深刻化する中において、農業体験を通じて就農につなげていくような施策の必要性を感じさせる結果となりました。

また、「農業に従事したいと思わない」と回答をしたかたのうち、農業体験・ツアー等へ「参加したことがある」、「積極的に参加したい」、「機会があれば参加したい」と、参加に積極的な回答をしたかたの割合は40%を超えており、本格的に農業に従事したいとは思わないが、農業への興味はある方も一定数いることが分かりました。農業に触れる機会の提供だけでなく、一度農業体験やツアーに参加したかたがリピーターになるような働きかけや農業の魅力UPにつながるような施策を検討するなどして、就農へと繋げていきたいと思えます。

今後とも、市民の皆さまに、農業を身近に感じていただき、市内産の農産物の消費拡大に努めるとともに、職業としての魅力が高まるような儲かる農業の実現に向けた施策を展開していきたいと思えます。

4. 調査結果の見方

調査結果の数字は、百分率で表記しているものがあり、百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入して、小数点第1位まで表記しています。そのため、内訳を合計しても100%に合致しない場合があります。

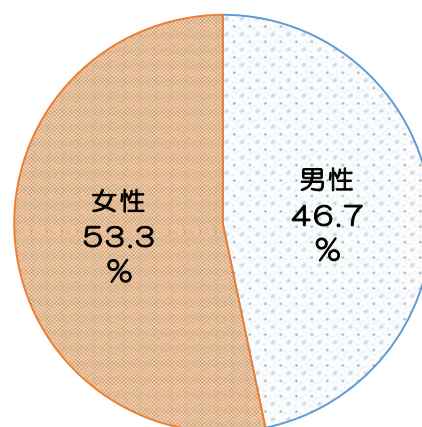
また、複数回答可とした設問においては、合計が100パーセントを上回る場合があります。

なお、回答者数の異なる間については、回答者の数を「n=〇〇人」で表現しています。

5-1 あなたの性別をお答えください。

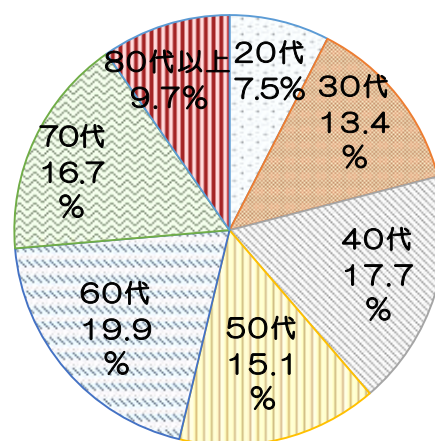
選択肢	回答者数	割合
男性	86人	46.7%
女性	98人	53.3%
合計	184人	100.0%

(無回答：2人)



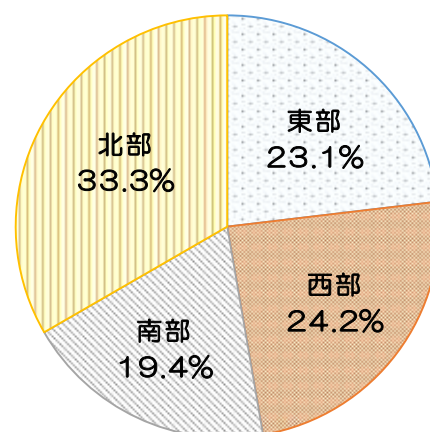
5-2 あなたの年齢を選択して下さい。

選択肢	回答者数	割合
20代	14人	7.5%
30代	25人	13.4%
40代	33人	17.7%
50代	28人	15.1%
60代	37人	19.9%
70代	31人	16.7%
80代以上	18人	9.7%
合計	186人	100%



5-3 お住まいの町名を教えてください。

選択肢	回答者数	割合
東部	43人	23.1%
西部	45人	24.2%
南部	36人	19.4%
北部	62人	33.3%
合計	186人	100.0%



※ご記入いただいた町名をもとに、東西南北に分けて集計しています。

5-4 長崎市の農業にどのようなイメージをお持ちですか。

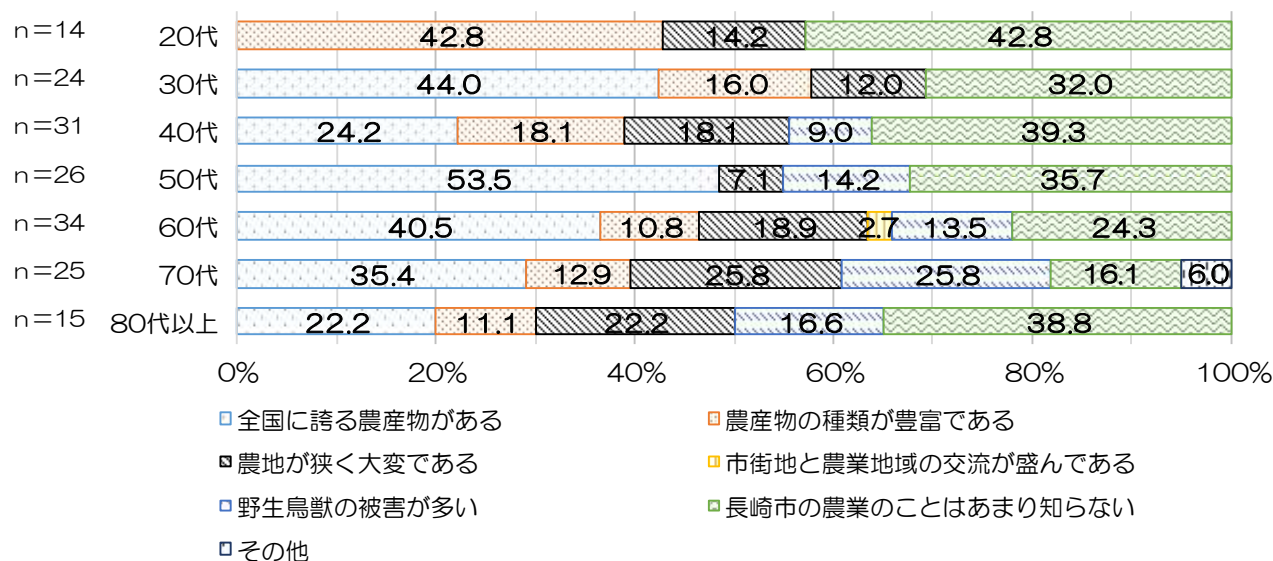


(無効回答：17人)

※その他の主な意見

- ・未利用農地が多い。

《長崎市の農業に対するイメージの年代別割合》



「全国に誇る農産物がある」と回答された方が約30%を占める一方で、「長崎市の農業のことはあまり知らない」と回答された方も約30%を占めていることが分かりました。

特に、20代では、「全国に誇る農産物がある」と回答された方はおらず、長崎市で唯一全国の生産量を誇る「びわ」などについて、さらなるPRの必要性を感じる結果となりました。

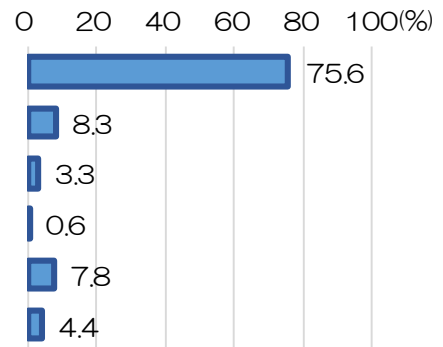
また、長崎市では、グリーンツーリズムの推進や直売所のPRなどにも取り組んでいますが、「市街地と農業地域の交流がさかんである」と回答された方は1人だけで、消費者に長崎市の農業・農村を感じてもらえる取組みの必要性を感じさせる結果となりました。

5-5

長崎市の農業と関わりが持てると思うことは何ですか。
(複数回答可)

選択肢	回答者数	割合
長崎市内産の農産物を購入する	136人	75.6%
貸し農園や家庭菜園で農業に携わる	15人	8.3%
農業体験に参加する	6人	3.3%
農家の手伝いなどに行く	1人	0.6%
分からない	14人	7.8%
その他 ※	8人	4.4%
合計	180人	100%

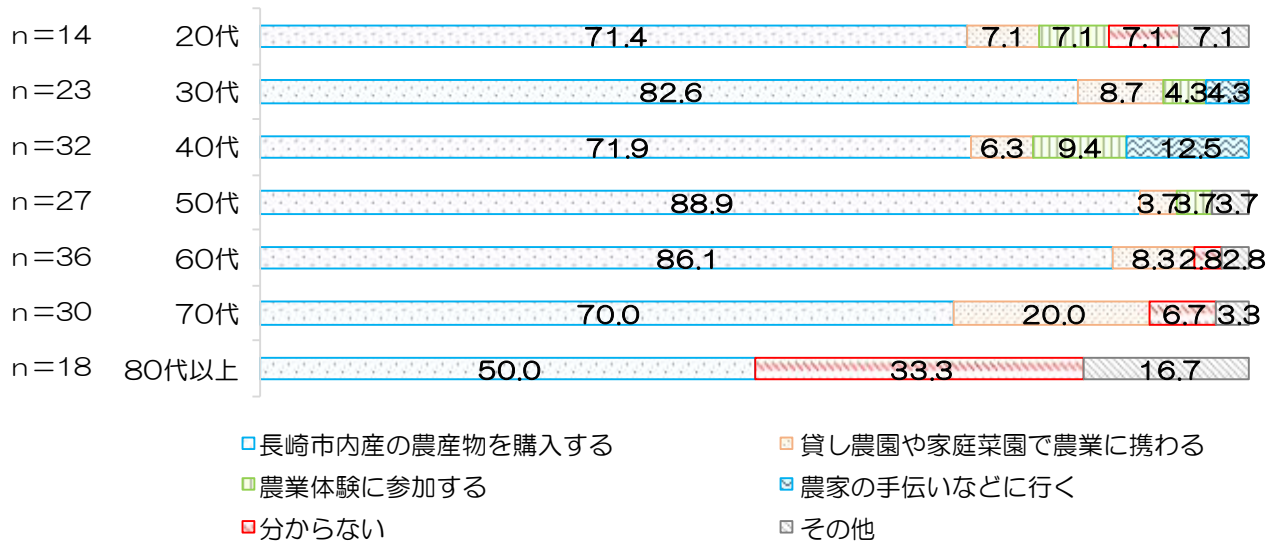
(無効回答：6人)



※その他の主な意見

- ・給食に長崎県（産）の食品（メニュー）が使われている。
- ・できるだけ自分で栽培して、それを食べるようにしている。
- ・三重の市民農園にお世話になり楽しみました。
- ・農家の方から頂くことが多いので長崎の物が多い。

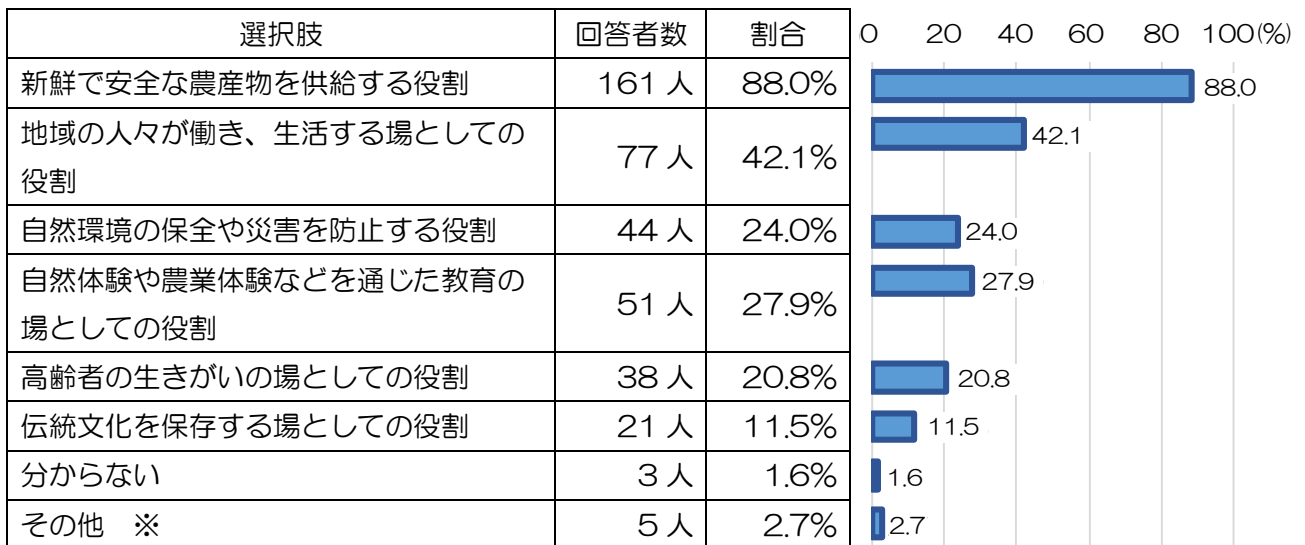
《農業と関わりが持てると思う活動の年代別割合（%）》



「長崎市内産の農産物を購入する」と回答されたかたが、75.6%を占めており、消費者の立場から、市内産の農産物を購入することで農業に関わりを持つという意見が多いことが分かりました。

また、70代では、「貸し農園や家庭菜園で農業に携わる」と答えたかたも多いことが分かりました。

農業や農村が果たす役割として、何が重要だと思いますか。 (複数回答可)



(回答者数 183 人 有効回答数 400 無回答 3 人)

※その他の意見

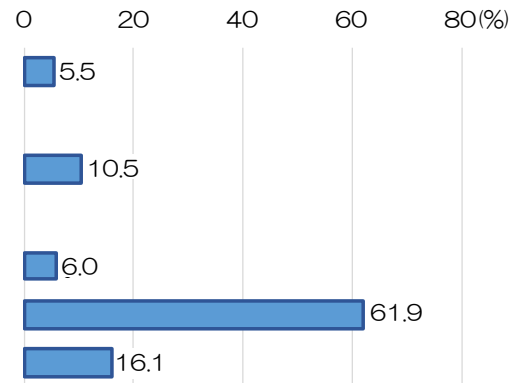
- ・新鮮・安全な物を流通販売し、他県に長崎を知らせる役割。
- ・日本国の食料自給率の向上。
- ・食育。
- ・子ども達に食物について伝える役割（手元に届くまで等）。
- ・自然農法や有機栽培。

「新鮮で安全な農産物の供給」と回答したかたの割合は 88.0%以上と、消費者の食に対する安全・安心のニーズはとても高いことが分かりました。

また、「地域の人々が働き、生活する場」と回答したかたの割合は、42.1%であり、農業が一職業として確立し、地域の生業として重要だと感じている方が多いこともわかりました。

5-7 農業に従事したいと思いますか。

選択肢	回答者数	割合
既に農業に従事している または 農家の手伝いをしている	10人	5.5%
いずれは農地を借りるなどして 農業を始めたい	19人	10.5%
いずれは農家の手伝いをしたい	11人	6.0%
農業に従事したいと思わない	112人	61.9%
その他 ※	29人	16.1%
合計	181人	100.0%

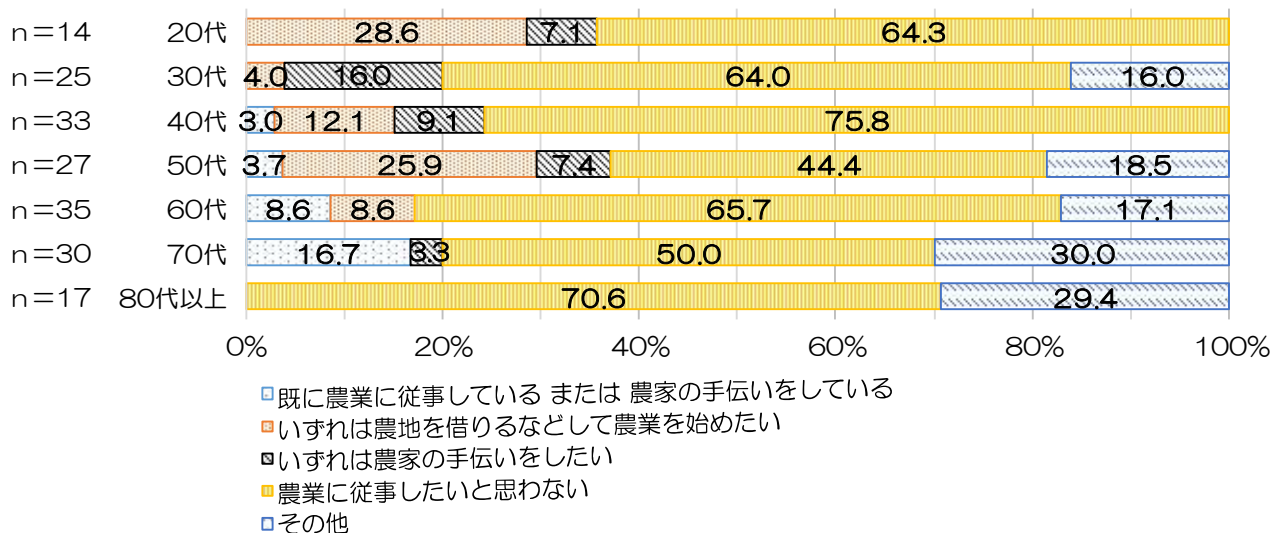


(無効回答：1人 無回答：4人)

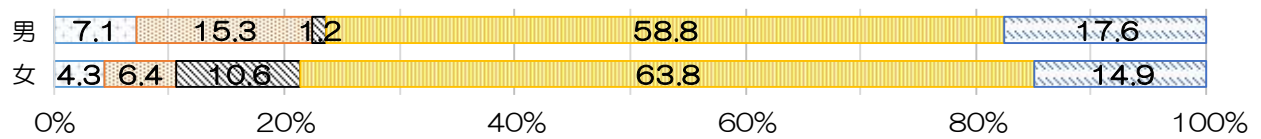
※その他の主な意見

- 家庭菜園程度。
- 農業というほどではないが、畑地を少し借りている。
- すでに夫が畑を借りて自家用を少々作っている。
- 定年後やってみたいことの1つ。
- 趣味としての農業。
- 近くに農家なく身近に感じない。
- 農業の知識、経験がなく、したいができない。
- 週末などに子ども達と食育や生物の学びの為に小さいスペース等があればしてみたい。
- 高齢で無理がある。
- 専門性を要求される難しい仕事であり、高齢者になって趣味として楽しめても、業にすることはできない。

《農業に従事したいと考えるかたの年代別割合》



《農業に従事したいと考えるかたの男女別割合》



- 既に農業に従事している または 農家の手伝いをしている
- ▣ いずれは農地を借りるなどして農業を始めたい
- ▤ いずれは農家の手伝いをしたい
- 農業に従事したいと思わない
- ▢ その他

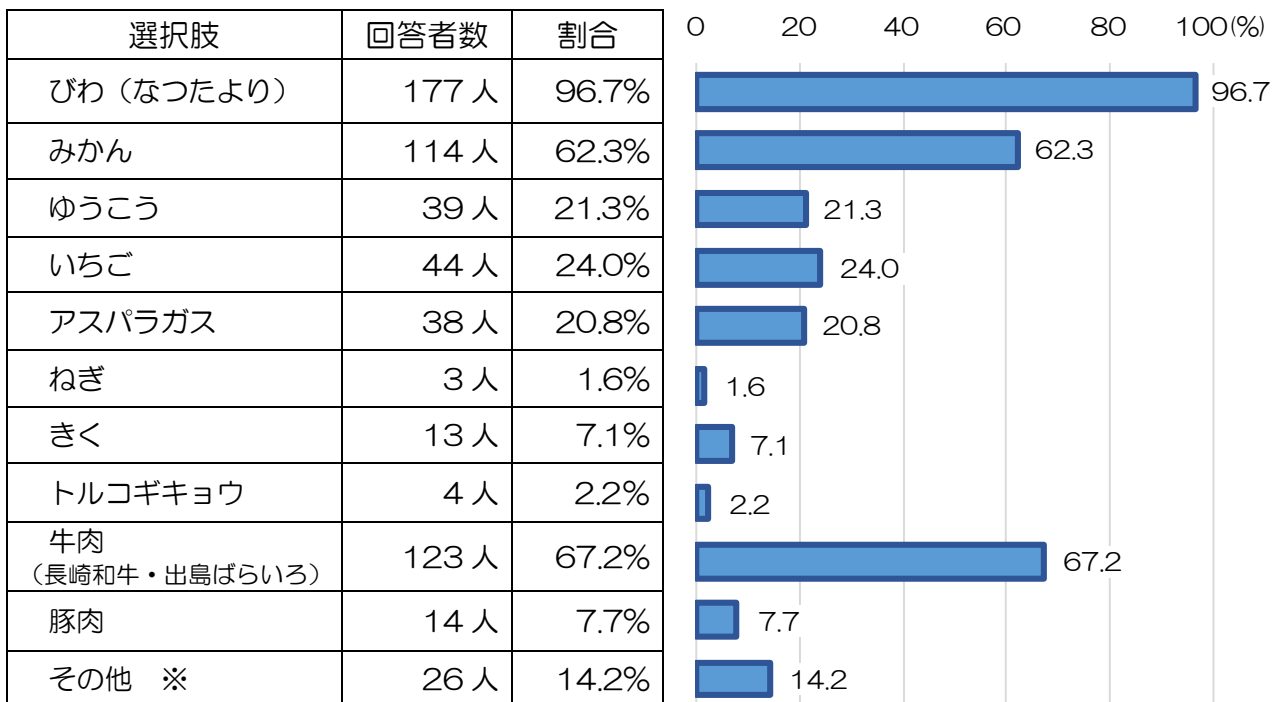
「農業に従事したいと思わない」と回答したかたの割合は、全体の60%を超えています。

一方で、「いずれは農地を借りるなどして農業を始めたい」または「いずれは農家の手伝いをしたい」と考えるかたの割合は16.5%と一定数おり、特に、20代や50代では、30%以上と、農業へ従事することへの関心が高いことがわかりました。

また、男女別の集計では、「いずれは農地を借りるなどして農業を始めたい」と考える男性の割合は、女性より約9%高くなっています。

5-8

長崎市には、全国に誇る農産物や畜産物の特産品があります。どのようなものが特産品だと思いますか。(複数回答可)



(回答者数 183人 有効回答数 595 無回答 3人)

※その他の主な意見

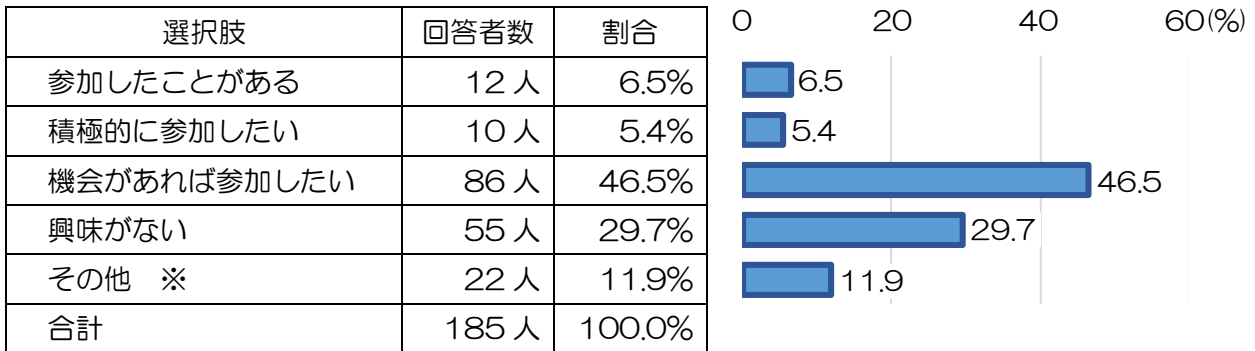
- ・じゃがいも
- ・トマト
- ・しょうが
- ・ほうれんそう

長崎市が全国に誇る農産物や畜産物の認知度については、びわ (なつたより)、みかん、長崎和牛・出島ばらいろが高い割合を示しています。

特に、長崎和牛・出島ばらいろについては、平成 25 年度から、販路拡大や認知度向上のためにブランド強化の取組みを進めていますが、びわ (なつたより) に次いで 67.2%となっており、事業の成果が表れていることがわかりました。

また、いちごやゆうこう、アスパラガスについては 20%以上の認知度があり、特産品として一定認知されているものの、さらなる PR の必要性を感じさせる結果となりました。

5-9 農業の体験やツアーに参加したいと思いますか。

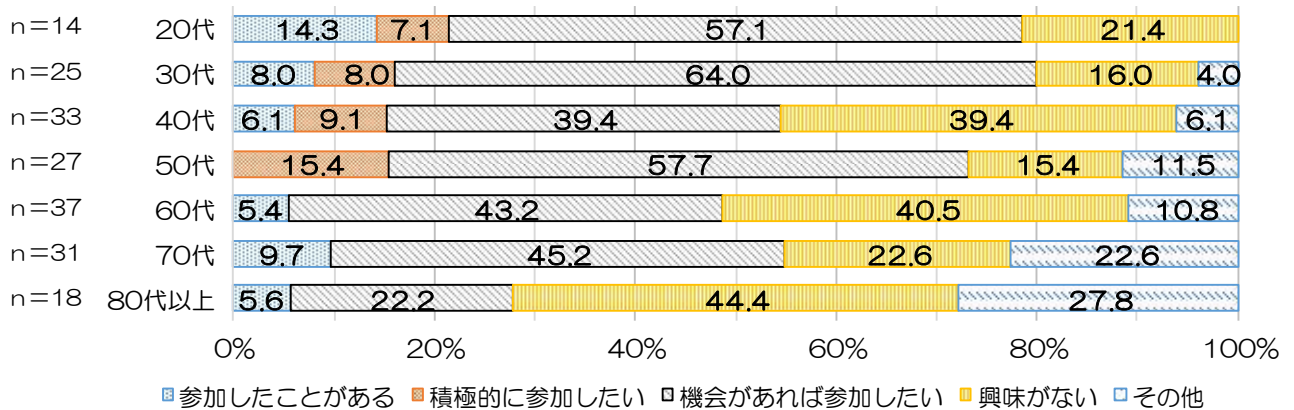


(無回答：1人)

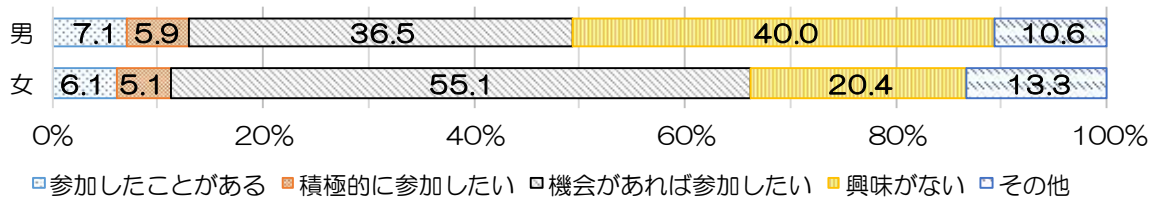
※その他の主な意見

- 借りている畑地で、トライ中。
- すでに10年近く農園をやっています。
- 若いうちに体験してみたかった。
- 実家の農業の手伝いを少ししているので、ツアー参加は希望しません。
- 参加したいが仕事が忙しく休日はゆっくりしたい。
- 趣味としての家庭菜園程度の興味。

《農業体験やツアーに参加したいと考えるかたの年代別割合》



《農業体験やツアーに参加したいと考えるかたの男女別割合》



5-7の結果から、「いずれは農地を借りるなどして農業を始めたい」または、「いずれは農家の手伝いをしたい」と回答した方の割合は、16.5%と一定数おり、5-9の結果からは、農業体験・ツアー等へ「参加したことがある」、「積極的に参加したい」、「機会があれば参加したい」と、参加に積極的な回答をしたかたの割合は、全体の約60%程度で、多くのかたのグリーンツーリズムへの参加が期待される結果となり、農業体験を通じて就農につなげていくような施策の必要性を感じさせる結果となりました。また、男女別の集計では、体験やツアーに積極的又は機会があれば参加したいと回答された女性の割合が60%を超えており、女性向けの体験メニューの充実の必要性を感じさせる結果となりました。

《5-7を回答したかたの5-9の回答内訳》

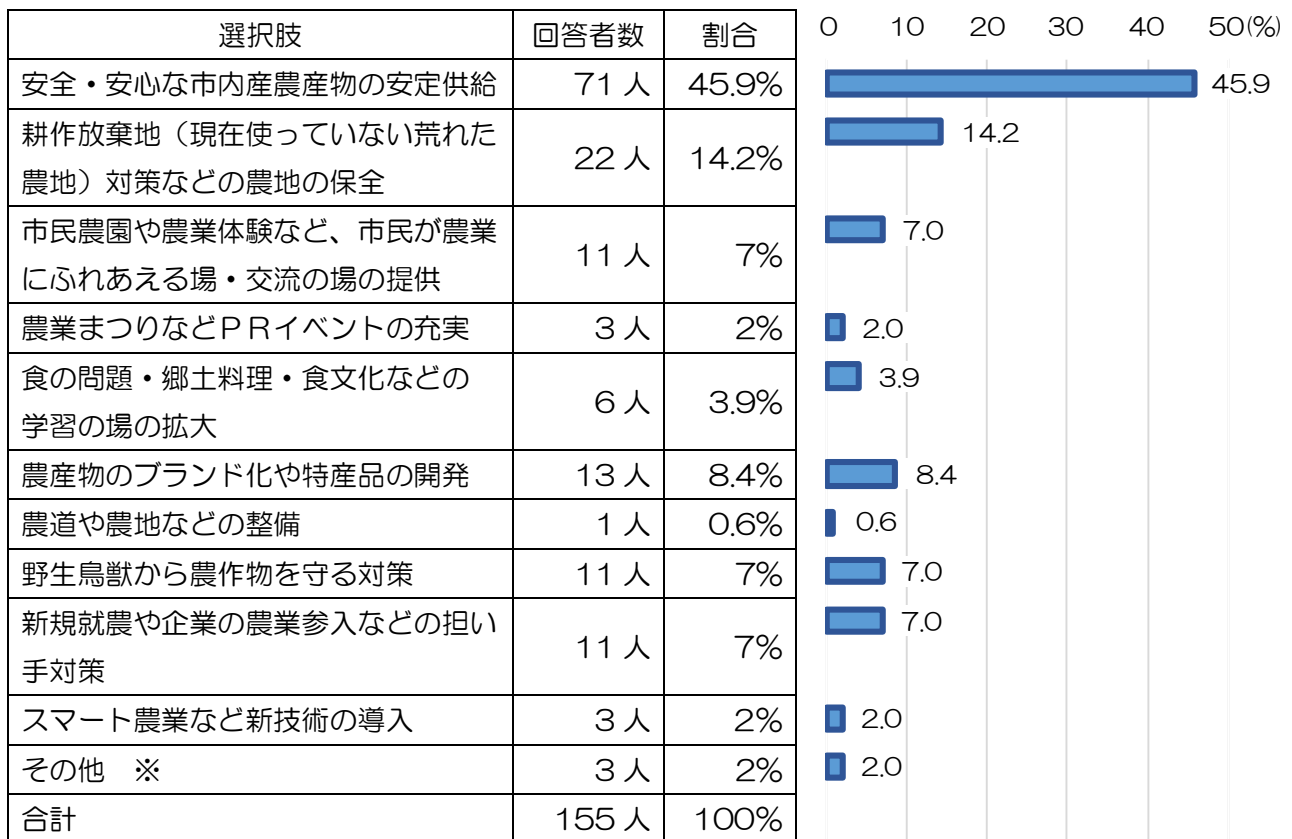
5-7 回答	5-9 回答	1 参加したことがある	2 積極的に参加したい	3 機会があれば参加したい	4 興味がない	5 その他	計
1		2	0	4	2	2	10
2		2	5	9	1	2	19
3		0	0	11	0	0	11
4		4	5	43	50	10	112
5		4	0	17	1	7	29
計		12	10	84	54	21	181

(5-7 選択肢)

- 1 既に農業に従事している又は農家の手伝いをしている
- 2 いずれは農地を借りるなどして農業を始めたい
- 3 いずれは農家の手伝いをしたい
- 4 農業に従事したいとは思わない
- 5 その他

一方、5-7の結果で、「農業に従事したいとは思わない」と回答をしたかたのうち、5-9の結果で、農業体験・ツアー等へ「参加したことがある」、「積極的に参加したい」、「機会があれば参加したい」と、参加に積極的な回答をしたかたの割合は40%を超えており、本格的に農業に従事したいとは思わないが、農業への興味はある方も一定数いることが分かりました。農業に触れる機会の提供だけでなく、一度農業体験やツアーに参加したかたがリピーターになるような働きかけや農業の魅力UPにつながるような施策を検討するなどして、就農へと繋げていきたいと思えます。

長崎市の農業施策に期待することはどんなことですか。 (複数回答可)

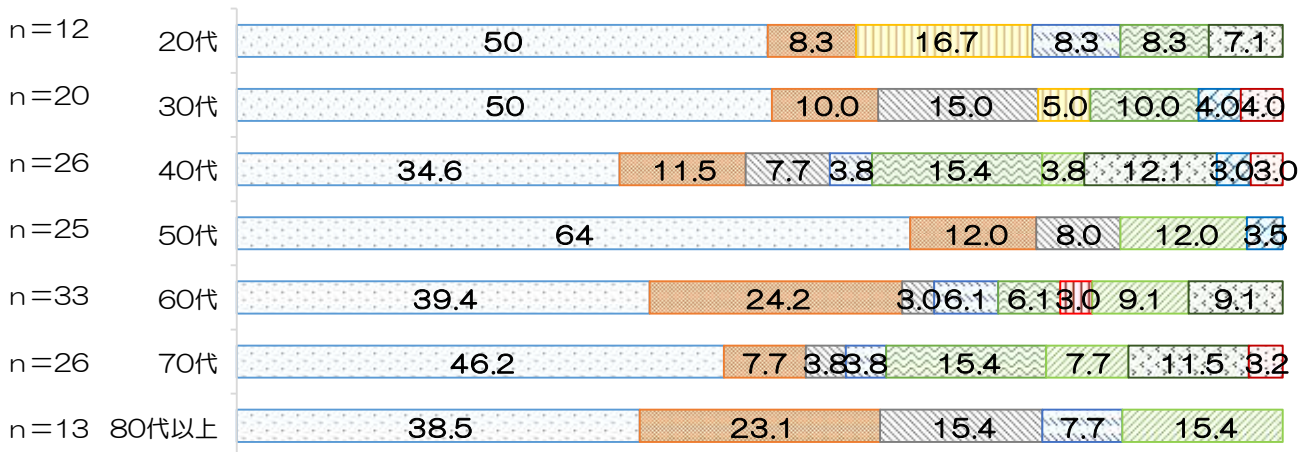


(無効回答：29人 無回答：2人)

※その他の主な意見

- ・農地法の改革
- ・自然農法や有機農法の農家を増やす施策に期待したい
- ・製造業との連携・企業の農地保有など他業種からの参入が必要

《長崎市の農業施策に期待する事項の年代別割合（％）》



- 安全・安心な市内産農産物の安定供給
- 耕作放棄地（現在使っていない荒れた農地）対策などの農地の保全
- ▣ 市民農園や農業体験など、市民が農業にふれあえる場・交流の場の提供
- ▤ 農業まつりなどPRイベントの充実
- ▥ 食の問題・郷土料理・食文化などの学習の場の拡大
- ▧ 農産物のブランド化や特産品の開発
- ▨ 農道や農地などの整備
- ▩ 野生鳥獣から農作物を守る対策
- 新規就農や企業の農業参入などの担い手対策
- スマート農業など新技術の導入
- ▬ その他

回答者のほとんどが非農家であったこともあり、長崎市の農業施策に期待することとして、「安全・安心な市内産農産物の安定供給」と回答したかたの割合が45%以上で最も高く、次に、「耕作放棄地対策などの農地の保全」が14.2%となりました。

また、年代別で見ると、20代では、「農業まつりなどのPRイベントの充実」を期待する声も一定数あり、50代では12%のかたが野生鳥獣対策を期待していることがわかりました。

6 ながさきの「食」市民意識調査結果

長崎市では、様々な関係団体と連携を図りながら民間と行政が一体となり、地場産業の振興と地域の活性化を目的とし、ながさきの「食」を推進しています。

平成 28 年 1 月に、今後の販売戦略と地産地消の取組みに役立てることを目的として、長崎市の農産物、水産物、加工品及び地産地消に関する市民意識の調査を実施しました。

本計画の案に関連する内容の調査となっていますので、調査結果の一部を掲載します。

1 調査の概要

1-1 調査の目的

本調査は、長崎市の農産物、水産物、加工品及び地産地消に関する市民意識の調査を実施し、その集計結果について分析し、今後の販売戦略及び地産地消の取組みに役立てることを目的とします。

1-2 調査の設計

(1) 調査対象地域

長崎市内

(2) 調査対象者

電算処理により無作為に抽出された 長崎市在住の 20 代～70 代の方（1,000 人）

(3) 調査の方法

長崎市より対象者へ調査票郵送配布及び郵送回収（記入依頼法）

(4) 調査実施期間

令和 2 年 8 月（回答期限：令和 2 年 8 月 31 日）

(5) 回収数

413 票（回答率 41.3%）

(6) 使用した調査票

質問内容については回答参照

1-3 調査企画と実施機関

企画・実施：長崎市 水産農林部 水産農林政策課

集計・分析：有限会社みかんコミュニケーションズ

1-4 本報告書利用上の注意

(1) 図表の百分比(%)は、単純集計においては、該当する標本数（図表では N と表示）を基数として算出し、小数点第 2 位を四捨五入して、小数点第 1 位で表しています。したがって、合計が 100%とならない場合があります。但し、年代別集計においては、回答者数を基数として百分比(%)を算出しています。

(2) 図表の項目表示の文章は、適宜簡略化している場合があります。

2 回答者属性

2-1 回答者の性別

回答者の性別については、表 2-1 に示すとおりです。

「男性」が 36.3%、「女性」が 63.2%となっています。

	件数	(構成比)%
男性	150	36.3
女性	261	63.2
不明	2	0.5
N (%ベース)	413	100.0

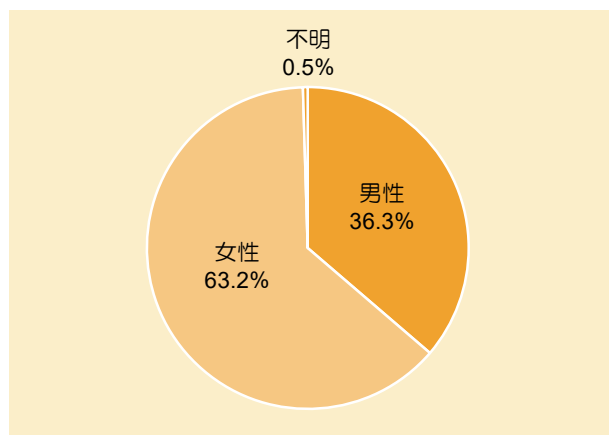


図 2-1 回答者の性別(N=413)

2-2 回答者の年齢

回答者の年齢については、表 2-2 に示すとおりです。

「60代」が 23.7%と最も多く、次いで「70代」(21.1%)、「40代」「50代」(17.7%)となっています。

	件数	(構成比)%
20代	31	7.5
30代	51	12.3
40代	73	17.7
50代	73	17.7
60代	98	23.7
70代	87	21.1
不明	0	0.0
N (%ベース)	413	100.0

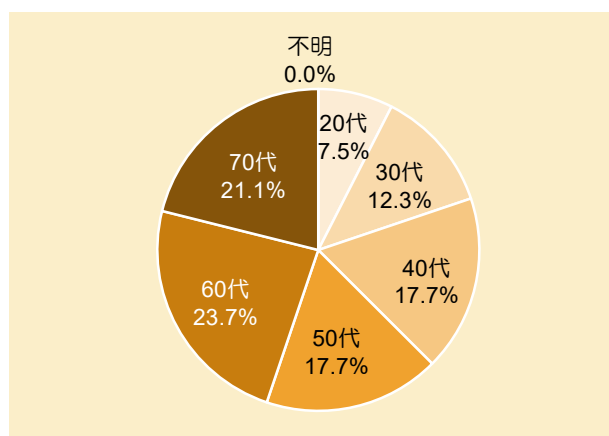


図 2-2 回答者の年齢(N=413)

2-3 回答者の職業

回答者の職業については、表 2-3 に示すとおりです。

「会社員・公務員・団体職員」が 34.9%と最も多く、次いで「専業主婦・主夫」（24.0%）、「学生・無職・その他」（19.4%）となっています。

	件数	(構成比)%
専業主婦・主夫	99	24.0
会社員・公務員・団体職員	144	34.9
自営業・農業・漁業	29	7.0
パート・アルバイト	60	14.5
学生・無職・その他	80	19.4
不明	1	0.2
N (%ベース)	413	100.0

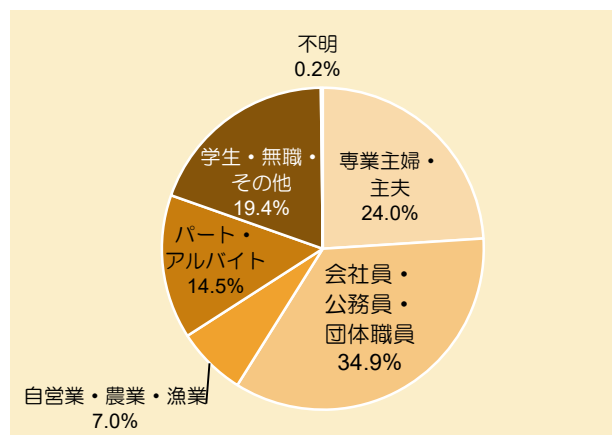


図 2-3 回答者の職業(N=413)

2-4 回答者の家族構成

回答者の家族構成については、表 2-4 に示すとおりです。

「二世世代家族（親と子など）」が 44.6%と最も多く、次いで「夫婦・パートナーのみ」（31.7%）、「単身」（14.3%）となっています。

	件数	(構成比)%
単身	59	14.3
夫婦・パートナーのみ	131	31.7
二世世代家族（親と子など）	184	44.6
三世世代家族（親と子と孫など）	21	5.1
その他	17	4.1
不明	1	0.2
N (%ベース)	413	100.0

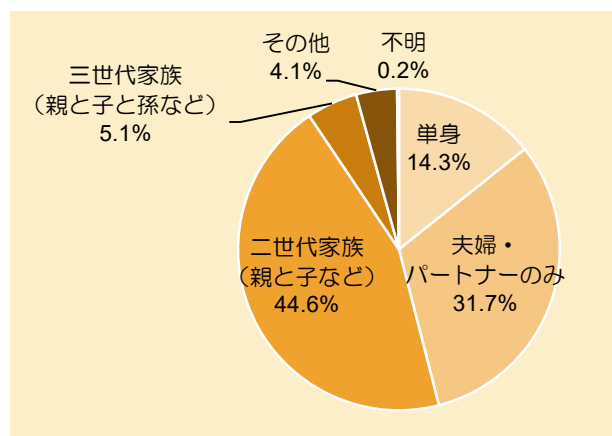


図 2-4 回答者の家族構成(N=413)

3 調査結果

3-1 食料品の買い物の場所

普段、食料品の買い物は、どちらに行かれますか。（複数可）

食料品の買い物の場所については、「スーパーマーケット・総合スーパー（衣料品や家電なども売っている店）」が92.0%と最も多く、次いで「一般小売店（魚屋、肉屋、八百屋等）」（26.6%）、「コンビニエンスストア」（26.4%）となっています。

表3-1 食料品の買い物の場所（複数回答）

	件数	(構成比)%
スーパー	380	92.0
生協	90	21.8
コンビニエンスストア	109	26.4
一般小売店(魚屋、肉屋、八百屋等)	110	26.6
農水産物直売所	105	25.4
宅配・その他	22	5.3
不明	14	3.4
N (%ベース)	413	100.0

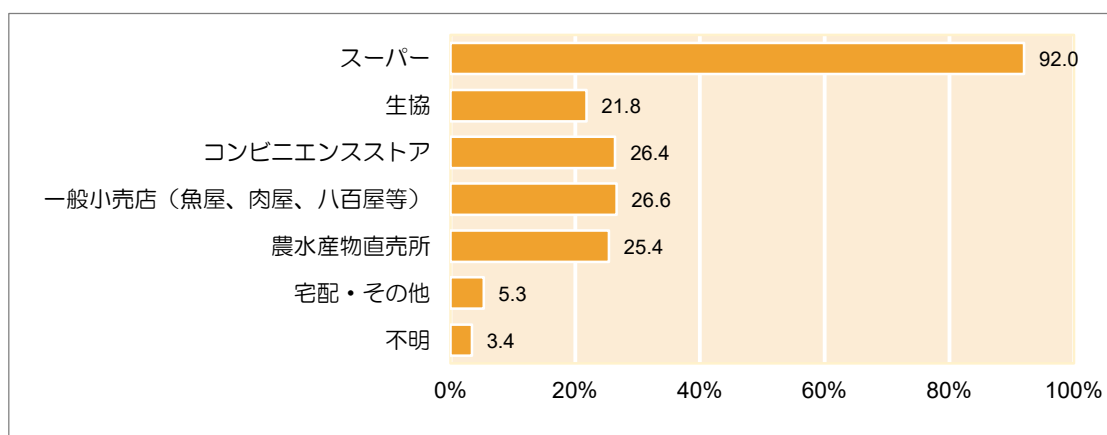


図 3-1-1 食料品の買い物の場所（複数回答、N=413）

3-2 食料品選択のポイント

買い物をされる際、食料品を選ぶときにどのようなことを意識しますか。（複数可）

食料品選択のポイントについては、「鮮度」が83.8%と最も多く、次いで「価格」（83.3%）、「安全で安心」（52.5%）となっています。

表3-2 食料品選択のポイント(複数回答)

	件数	(構成比)%
鮮度	346	83.8
価格	344	83.3
安全で安心	217	52.5
生産地	199	48.2
色・形	75	18.2
その他	6	1.5
不明	16	3.9
N (%ベース)	413	100.0

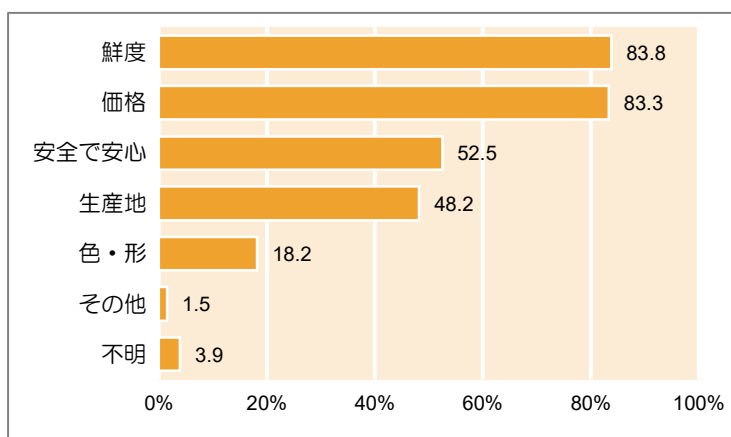


図 3-2 食料品選択のポイント（複数回答、N=413）

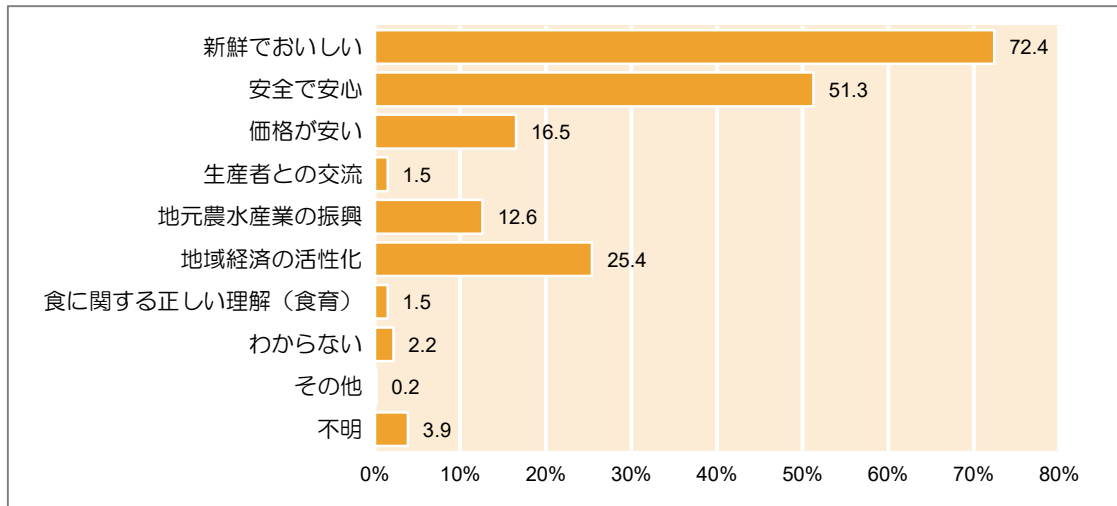
3-3 「地産地消」の良さ

「地産地消」の良さはどのような点にあると思いますか。あてはまるものを2つお選びください。

「地産地消」の良さについては、「新鮮でおいしい」が72.4%で最も多く、次いで「安全で安心」（51.3%）、「地域経済の活性化」（25.4%）となっています。

表3-3 「地産地消」の良さ(複数回答)

	件数	(構成比)%
新鮮でおいしい	299	72.4
安全で安心	212	51.3
価格が安い	68	16.5
生産者との交流	6	1.5
地元農水産業の振興	52	12.6
地域経済の活性化	105	25.4
食に関する正しい理解(食育)	6	1.5
わからない	9	2.2
その他	1	0.2
不明	16	3.9
N (%ベース)	413	100.0



3-4 地元生産物の購入頻度

食料品を選ぶときに地元農水産物及び加工品等を購入していますか。

地元生産物の購入頻度については、「時々（できるだけ）購入している」が67.6%で最も多く、次いで「いつも購入している」（17.4%）、「あまり購入していない」（13.1%）となっています。

表3-4 地元生産物の購入頻度

	件数	(構成比)%
いつも購入している	72	17.4
時々(できるだけ)購入している	279	67.6
あまり購入していない	54	13.1
購入していない	4	1.0
不明	4	1.0
N (%ベース)	413	100.0

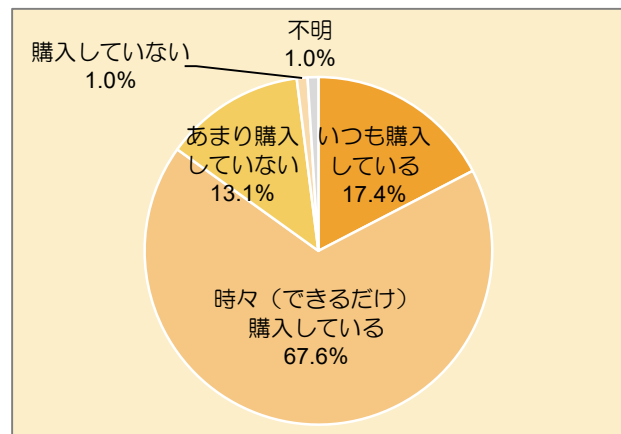


図 3-4 地元生産物の購入頻度 (N=413)

3-5 地元生産物購入時の問題点

前問で、「あまり購入していない」「購入していない」を選んだ方にお尋ねします。

食料を選ぶときに地元農水産物及び加工品等を購入しない理由は何ですか。（複数可）

地元生産物を「あまり購入していない」または「購入していない」と回答した58人が回答しました。

地元生産物を購入しない理由については、「価格が高い」が32.8%と最も多く、次いで「普段買い物をする場所に置いていない」が31.0%、「どのような地元産品があるかわからない」と「地元産品を購入するメリットがわからない」がそれぞれ24.1%となっています。

表3-5 地元生産物を購入しない理由（複数回答）

	件数	(構成比)%
価格が高い	19	32.8
品質やサイズにバラツキがある	6	10.3
どのような地元産品があるかわからない	14	24.1
購入したいような地元産品がない	13	22.4
普段買い物をする場所に置いていない	18	31.0
地元産品を購入するメリットがわからない	14	24.1
その他	11	19.0
不明	0	0.0
N (%ベース)	58	100.0

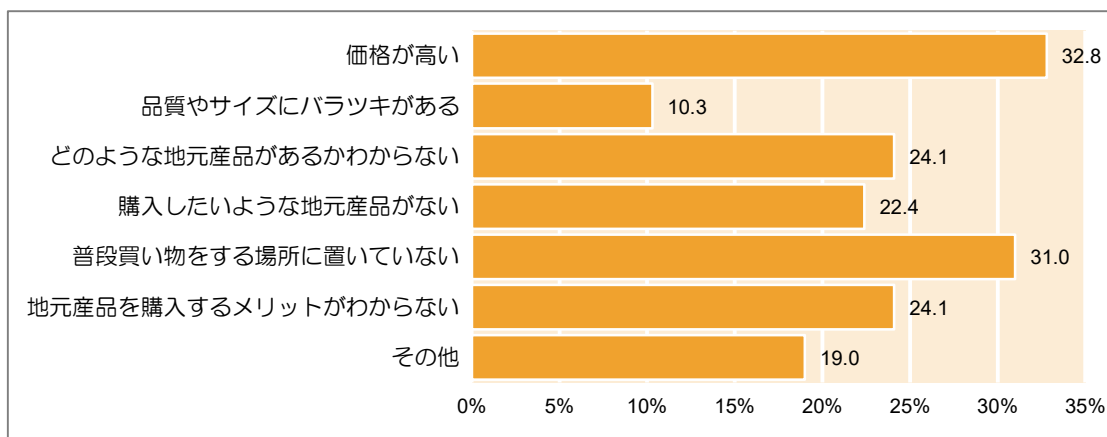


図 3-5 地元生産物を購入しない理由（複数回答、N=58）

3-6 食料品購入の際に求める情報

お店で食料品を購入する際に求める情報は何か。あてはまるものを2つお選びください。

食料品購入の際に求める情報については、「生産者や生産地域の情報」が64.6%と最も多く、次いで「旬や味わいの情報」（33.4%）、「生産物の情報」（29.3%）となっています。

表3-6 食料品購入の際に求める情報(複数回答)

	件数	(構成比)%
生産者や生産地域の情報	267	64.6
地元産農水産物が購入できる場所の情報	89	21.5
生産物の情報	121	29.3
調理方法、保存方法などの情報	116	28.1
旬や味わいの情報	138	33.4
不明	18	4.4
N (%ベース)	413	100

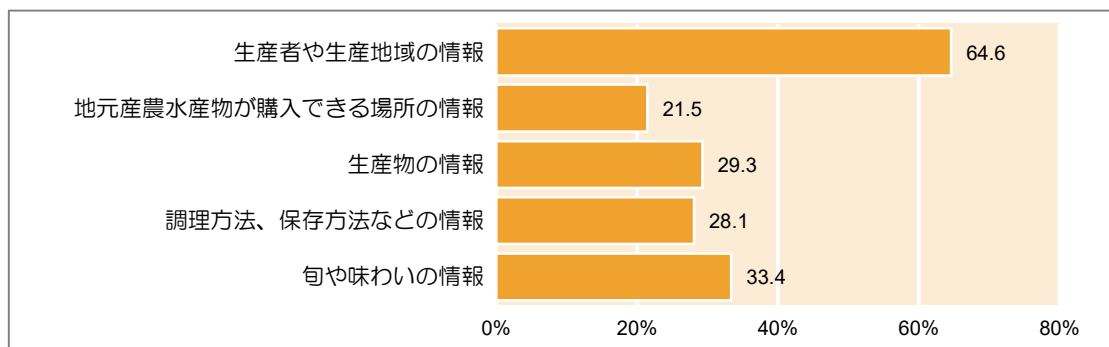


図 3-6 食料品購入の際に求める情報 (N=413)

3-7 「食育の日」「食育月間」の認知度

2005年に国が食育基本法を踏まえて「食育の日」（毎月19日）、「食育月間」（毎年6月）を定めたことを知っていますか。

「食育の日」「食育月間」の認知度については、「知らない」が77.2%、「知っている」が21.8%であり、認知度が低いことがわかります。

	件数	(構成比)%
知っている	90	21.8
知らない	319	77.2
不明	4	1.0
N (%ベース)	413	100.0

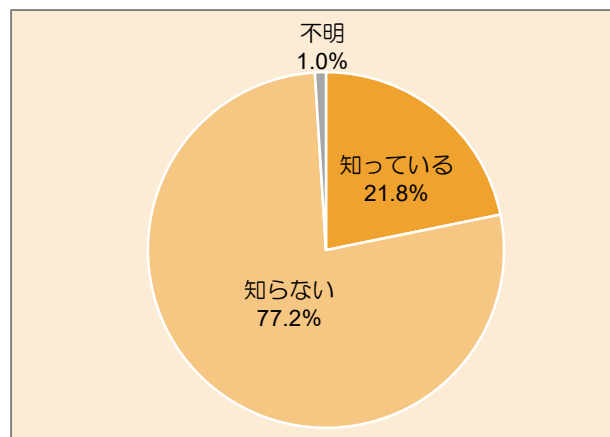


図3-7 「食育の日」「食育月間」の認知度 (N=413)

3-8 「食卓の日」の認知度と実施度

【認知度】

長崎市は毎月 19 日を「食卓の日」と定めています。この「食卓の日」を知っていますか。

「食卓の日」の認知度については、「知っている」と答えた人は、わずか 13.6%にとどまり、「食育の日」よりもさらに認知度が低いことがわかります。

	件数	(構成比)%
知っている	56	13.6
知らない	346	83.8
不明	11	2.7
N (%ベース)	413	100.0

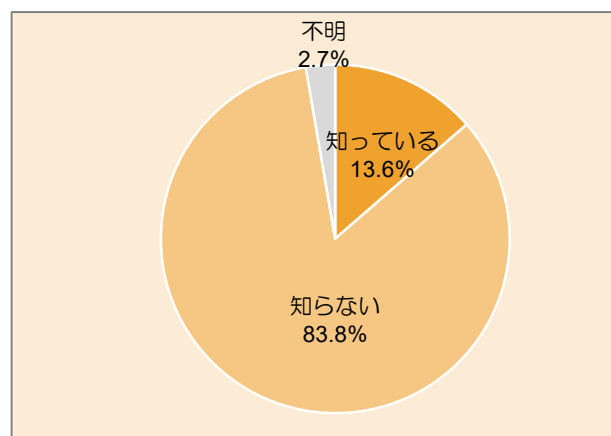


図 3-8-1 「食卓の日」の認知度 (N=413)

【実施度】

前問で、食卓の日を「知っている」を選んだ方にお尋ねします。「食卓の日」を意識して食卓を囲むようにしていますか。

食卓の日を「知っている」と回答した 56 人が回答した。

「食卓の日」の実施度については、『「食卓の日」を意識して食卓を囲んでいない』が 73.2%、『「食卓の日」を意識して食卓を囲んでいる』が 25.0%となっています。

	件数	(構成比)%
囲んでいる	14	25.0
囲んでいない	41	73.2
不明	1	1.8
N (%ベース)	56	100.0

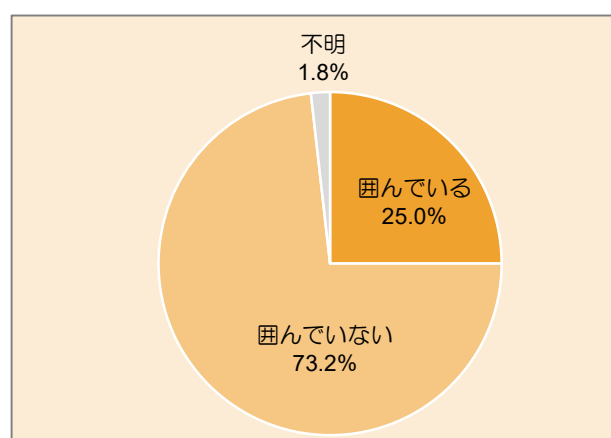


図 3-8-2 「食卓の日」の実施度 (N=56)

3-9 長崎市内産農産物・加工品についての認知・購入

次の農産物・加工品は、長崎市内で盛んに生産されていることを知っていますか。
また、知っている方は、これまでに長崎市内産のものを購入したことがありますか。

長崎市内産農産物・加工品についての認知・購入について、「購入したことがある」と回答した割合は、「みかん」が90.1%と最も多く、次いで「トマト」(83.8%)、「いちご」(82.9%)となっています。

また、「知っているが購入したことがない」と回答した割合は、「びわ茶」が60.7%で最も多く、次いで「ざぼん」(57.0%)、「赤大根」(46.2%)となっています。

「知らない」と回答した割合は、「辻田白菜」が47.2%と最も多く、次いで「赤大根」(35.2%)、「桃」(34.8%)となっています。

長崎市内産農水産物を購入したい場所については、「スーパーマーケット・総合スーパー」が87.9%と最も多く、次いで「農水産物直売所」(43.3%)、「一般小売店」(35.1%)となっています。

表3-9 長崎市内産農産物・加工品についての認知・購入

上段:度数 下段:%	N	知っている		知らない
		購入したことがある	購入したことがない	
びわ	392	302	86	4
	100.0	77.0	21.9	1.0
いちご	391	324	23	44
	100.0	82.9	5.9	11.3
みかん	393	354	21	18
	100.0	90.1	5.3	4.6
桃	371	134	108	129
	100.0	36.1	29.1	34.8
アスパラガス	382	275	37	70
	100.0	72.0	9.7	18.3
トマト	388	325	18	45
	100.0	83.8	4.6	11.6
タケノコ	383	227	73	83
	100.0	59.3	19.1	21.7
スイカ	387	275	53	59
	100.0	71.1	13.7	15.2
ざぼん	374	99	213	62
	100.0	26.5	57.0	16.6
ゆうこう	372	87	170	115
	100.0	23.4	45.7	30.9
長崎白菜(唐人菜)	382	158	126	98
	100.0	41.4	33.0	25.7
長崎赤かぶ	374	105	152	117
	100.0	28.1	40.6	31.3
赤大根	372	69	172	131
	100.0	18.5	46.2	35.2
辻田白菜	369	37	158	174
	100.0	10.0	42.8	47.2
長崎たかな	377	127	133	117
	100.0	33.7	35.3	31.0
長崎和牛「出島ばらいろ」	388	197	153	38
	100.0	50.8	39.4	9.8
びわ茶	379	110	230	39
	100.0	29.0	60.7	10.3

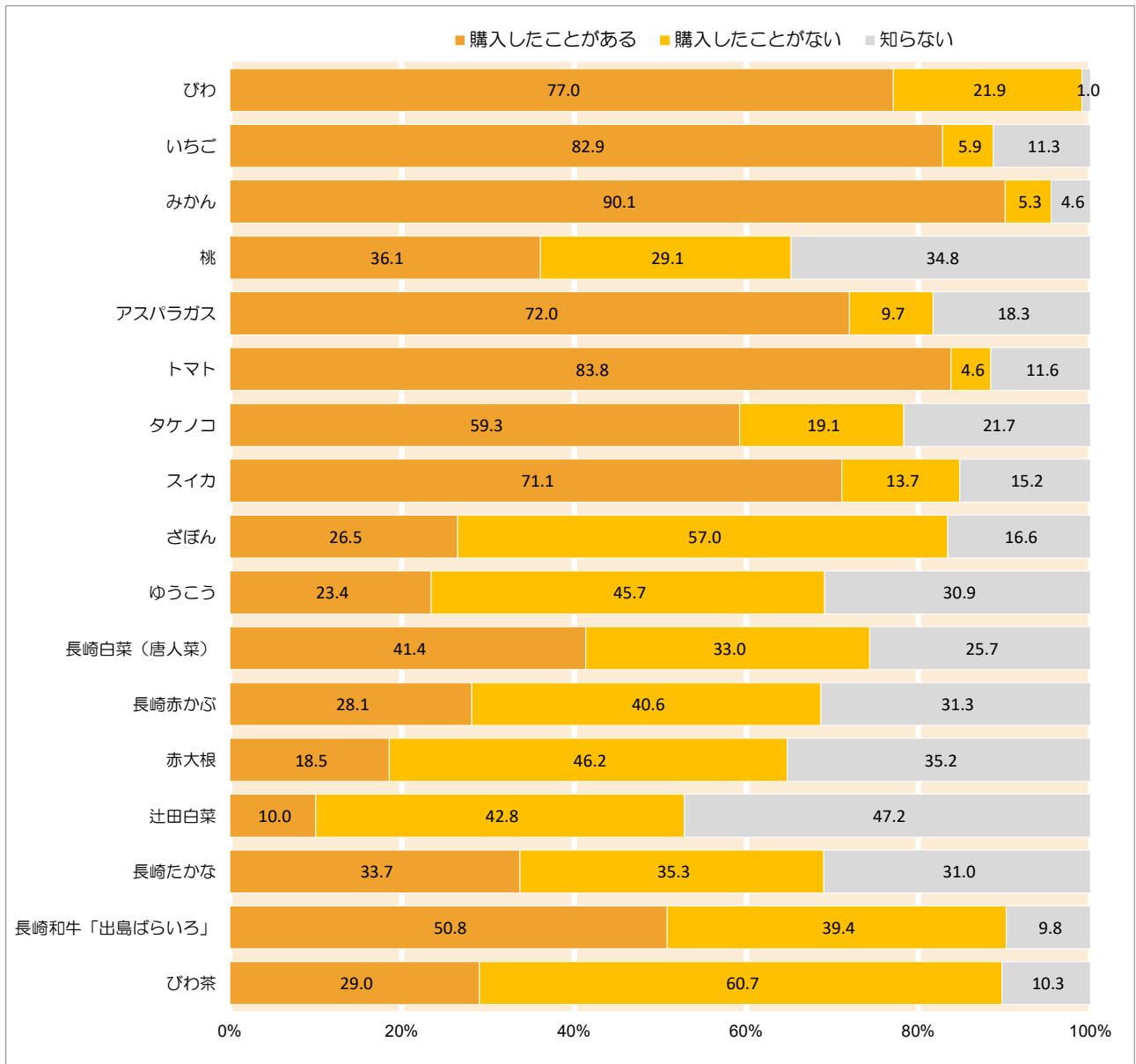


図 3-9 長崎市内産農産物・加工品についての認知・購入

3-10 長崎市内産農水産物を購入したい場所

長崎市内産の農水産物や加工品などの食料品をどこで購入したいですか。（複数可）

長崎市内産農水産物を購入したい場所については、「スーパーマーケット・総合スーパー」が87.9%と最も多く、次いで「農水産物直売所」（43.3%）、「一般小売店」（35.1%）となっています。

表3-10 長崎市内産の食料品を購入したい場所（複数回答）

	件数	(構成比)%
スーパーマーケット・総合スーパー	363	87.9
宅配	22	5.3
一般小売店(魚屋、肉屋、八百屋等)	145	35.1
農水産物直売所	179	43.3
インターネット販売	38	9.2
その他	6	1.5
不明	17	4.1
N (%ベース)	413	100.0

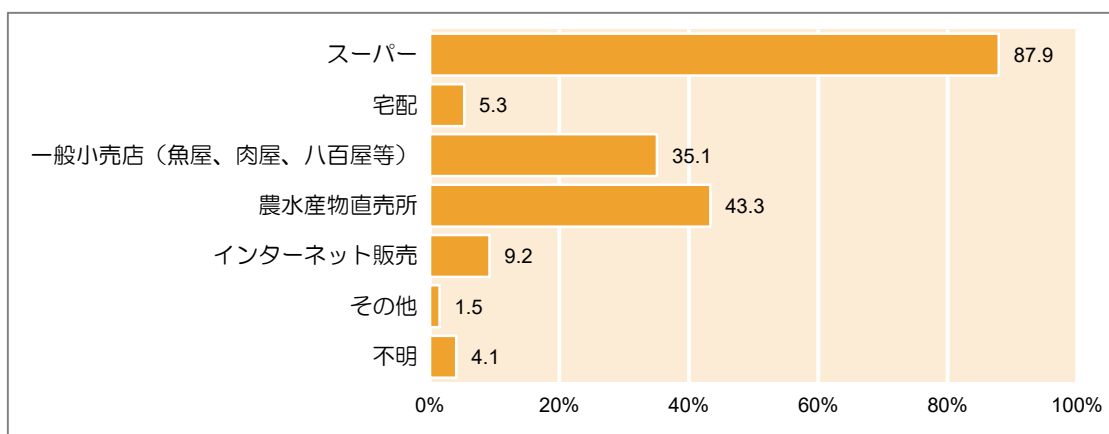


図 3-10 長崎市内産農水産物を購入したい場所（複数回答、N=413）

3-11 長崎市内産農水産物・加工品についての情報源

長崎市内産の農水産物や加工品などの情報はどの媒体で知ることが多いですか。
以下の中からあてはまるものを2つお選びください。

長崎市内産農水産物・加工品についての情報源は、「テレビ」が51.1%と最も多く、次いで「農水産物直売所」（33.2%）、「広報ながさき」（25.4%）、となっています。

表3-11 長崎市内産農水産物・加工品についての情報源（複数回答）

	件数	(構成比)%
広報ながさき	105	25.4
新聞	56	13.6
テレビ	211	51.1
雑誌	10	2.4
パンフレット・チラシ	62	15.0
インターネット・SNS	42	10.2
イベント(物産展など)	100	24.2
農水産物直売所	137	33.2
その他	15	3.6
不明	20	4.8
N (%ベース)	413	100.0

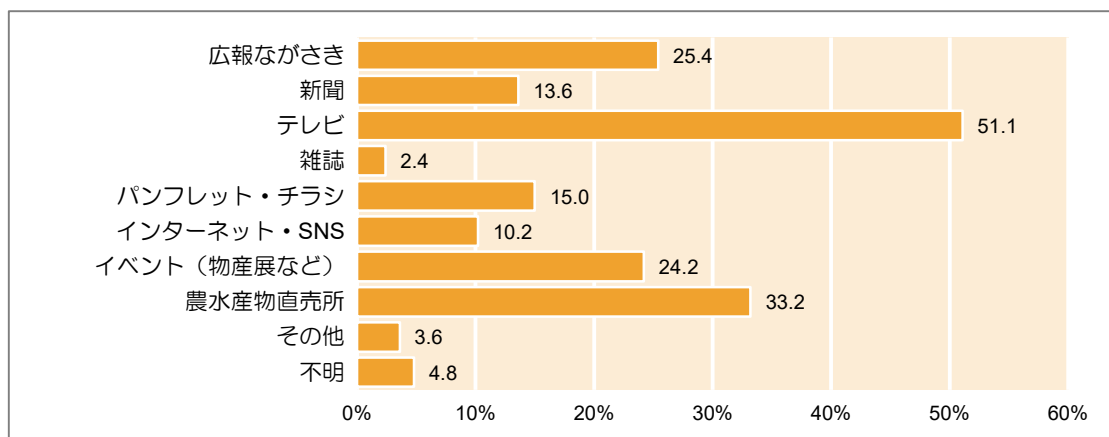


図 3-11 長崎市内産農水産物・加工品についての情報源（複数回答、N=413）