

## 令和 4 年度岡崎市農林産物等展示即売施設事業報告書

公の施設名称	岡崎市農林産物等展示即売施設（おかざき農遊館、ふれあいドーム岡崎）
施設の設置目的、役割	農林産物等の展示及び即売を行うことにより、農業及び林業の振興を図るとともに、消費者に良質な農林産物等を提供する。
施設の所在地	おかざき農遊館：岡崎市東阿知和町字乗越 12 番地 ふれあいドーム岡崎：岡崎市下青野町字天神 77 番地
施設規模	敷地面積：農遊館 15,989 m <sup>2</sup> 、ふれあいドーム 6,990 m <sup>2</sup> 建物面積：農遊館 延べ 2,034.27 m <sup>2</sup> 、ふれあいドーム 延べ 1,572 m <sup>2</sup>
指定管理者	名 称：あいち三河農業協同組合 所在地：岡崎市坂左右町字葦ノ部 1 8 番地 1 代表者：代表理事 組合長 天野 吉伸
指定期間	令和 4 年 4 月 1 日～令和 9 年 3 月 31 日

### 1 事業の実施状況

#### (1) 実施状況

##### ア 農林産物等展示即売事業（営業日数）

おかざき農遊館	361 日
ふれあいドーム岡崎	361 日

##### イ イベントの開催（開催数）

おかざき農遊館	63 イベント
ふれあいドーム岡崎	41 イベント

※ 開催したイベントの一覧については、別紙参照

#### (2) 事業実施に対する自己評価

地域で生産された安心・安全かつ新鮮な農林産物を展示即売する施設として、生産者と食育ソムリエが協力し、消費者への農林産物の提供と情報発信に努めることができた。新型コロナウイルスの規制が緩和され、各イベントが徐々に再開する中、食育ソムリエの試食は継続して自粛し、外食再開による内食需要の減少、出店業者の休業もあり、期中の実績減少が続いたが、JAまつりの再開、近隣の産直施設の閉鎖、幸田憩の農園の改装閉店中などの外部要因もあり、後半に実績が持ち直した。これにより客数、買上点数は減少したが、売上金額は前年を超えることが出来た。また、産直品の実績が前年を超えることが出来た。新たにInstagramの情報発信を行い、既存のブログによる情報発信と両立して実施できた。

おかざき農遊館は、野菜の収穫体験を実施し、ふれあいドーム岡崎は、いちご研修農場の収穫体験、とうもろこしの摘み取り体験を実施し、農業に触れる機会を提案できた。

### 2 施設の利用状況

#### (1) 利用状況

##### ア おかざき農遊館

利用者数	596,104 人
買上者数	319,253 人
売上額	618,600,204 円

イ ふれあいドーム岡崎

利用者数	657,862 人
買上者数	352,033 人
売上額	616,610,041 円

(2) 利用状況に対する自己評価

利用者の要望に応えるため、生産者の協力を得て安心・安全で鮮度の良い農林産物の提供と食育ソムリエによる地元の農産物を使用した料理提案を積極的に取り組んだ（試食販売は自粛し、見る視食を行った）。

おかざき農遊館においては、野菜の収穫体験（じゃがいも、さつまいも）を実施し、農業への理解と施設の役割をPRした。またジャンボかぼちゃの展示、出荷者による農産物の品評会を実施し、来店者へ地元農産物のPRができた。また石垣フェアなどイベントを開催し、多くの方が楽しむことができた。

ふれあいドーム岡崎においては、食育ソムリエの資格を有する職員による、目で見ただけの視食を展示、その料理のレシピを農産物の隣への掲示やインスタグラム、ブログへの掲載を積極的に行い、利用者へ安全・安心で新鮮な旬の地元農林産物の情報提供、地産地消のPRができた。また様々な業者の加工品を特設ブースで販売し利用者に好評だった。

新規利用者、固定利用者の確保のため、消費者ニーズを把握し、利用者数の増加に努め、地産地消を推進する施設として役割を果たしていきたい。

3 収支状況

(1) 収支状況

	項目	内 訳	決算額（円）
収 入	事業収入	産直店舗供給高	902,736,705
	指定管理料収入	指定管理委託料	7,115,859
	便益施設に関する収入	自動販売機、売店、軽食等に関する収入	22,985,691
	その他収入	利用料、手数料等に関する収入	141,463,295
収入 計			1,074,301,550
支 出	直接管理運営費	直接人件費、光熱水費、消耗印刷費 清掃等委託料、保険料等	177,739,250
	指定管理修繕費	指定管理委託料による修繕費	4,400,000
	事業費	事業に係る経費	877,160,300
	その他	本部経費、租税公課、雑費等	14,621,323
支出 計			1,073,920,873
差 引			380,677

## (2) 収支状況に対する自己評価

依然として厳しい経済環境の中にあるが、昨年は台風による農産物被害も少なく、安定した出荷数量があった。外食再開による内食需要の減少を懸念していたが、売上は前年を上回ることが出来た。

両店舗共通して、イベント再開による費用の増加、人件費の増加、水道光熱費等の費用が増加し、収入が減少した。

しかし、ふれあいドームは前年度より継続し、多くの店頭業者に出店依頼し、雑収入増加に努めました。

おかざき農遊館は、店舗間配送便の利用者を増加させ、委託販売農家による出荷物が増加した。仕入れ品を減少することにより、廃棄ロスを減らした。

令和5年度は、矢作地区のグリーンセンター長瀬の閉店に伴う農産物出荷農家の受け入れを滞りなく行い、店舗間配送の強化、農産物の出荷量増加に努め、売り場棚の確保に努めたい。またコロナ明けの娯楽への支出が増え、消費者の支出が減ることが予想され、売上減少が懸念されるが、両施設とも費用を削減しながら、新しい企画を実施し、新規及び固定利用者を確保したい。

## 4 アンケート結果

### (1) 利用者（お客様）アンケート

#### ア 実施概要

施設	実施期間	回答者数	アンケート実施方法
おかざき農遊館	令和5年1月28日（土） ～2月3日（金） 計7日間	97人	店頭にてアンケート用紙を配布して実施（無記名） 平日 49人 休日 48人
ふれあいドーム岡崎	令和5年1月28日（土） ～2月3日（金） 計7日間	100人	店頭にてアンケート用紙を配布して実施（無記名） 平日 50人 休日 50人

#### イ アンケート結果概要

おかざき農遊館、ふれあいドーム岡崎、両施設のアンケート回収数は、平日99人、休日98人、で合計197人であった。

アンケート項目のうち、市内在住の来店者割合は、おかざき農遊館が平日96%、休日86%、ふれあいドーム岡崎が平日92%、休日88%であった。

来店者が男性の割合は、おかざき農遊館が平日 29%、休日 19%、ふれあいドーム岡崎が平日 31%、休日 12%であった。

来店者が 60 代以上の割合が、おかざき農遊館が平日 80%、休日 69%、ふれあいドーム岡崎が平日 66%、休日 72%であった。

来店回数は、おかざき農遊館が平日（週 3 回以上 6%、週 1~2 回が 55%、月 1~3 回が 35%）、休日（週 3 回以上 8%、週 1~2 回が 54%、月 1~3 回 23%）、ふれあいドーム岡崎が、平日（週 3 回以上 18%、週 1~2 回が 58%、月 1~3 回が 20%）、休日（週 3 回以上 12%、週 1~2 回が 50%、月 1~3 回 32%）。理由は、「普段は近くのスーパーで買い、新鮮な野菜が欲しいときに来店する。」「家族の都合に合わせて、一緒に来店する。」

お客様の地産地消の意識については、両店とも 90%以上が意識している。

良く買う品目は、おかざき農遊館の平日が、野菜、切花、果物、魚類、苗物、園芸用品、お米の順で、休日が、野菜、果物、切花、お米、魚類の順になった。ふれあいドーム岡崎の平日が、野菜、果物、切花、お米の順で、休日が、野菜、果物、切花の順となった。理由は、「安全安心な新鮮なものが購入できる」、「切花が安い」、「お米の割引日に購入する」であった。両店それぞれ、野菜は断トツの 1 番で 2 番以降も同じような品目が並ぶ結果となった。

その他の意見では、おかざき農遊館は施設の老朽化を心配する声、新鮮で安い農産物の拡充、カートがスムーズに交差できる通路の確保、肉売り場の拡充などで、ふれあいドーム岡崎においても、施設の老朽化を心配する声、新鮮な野菜をより多く揃えて欲しいなどの意見があった。

SNS の利用では、利用実績は少ないが、活用して利用する人もいた。

試食に対しては、「試食しても良い」が 50%で半数あったが、「試食はまだ早い」が 20%と慎重な意見もあった。

## ウ アンケート結果に対する自己評価

アンケートでは、両施設を管理運営するにあたり、施設（ハード）及び管理運営（ソフト）の改善等に役立つ多くの意見をいただいた。

「各施設に期待すること」、「よく買う品目」等の項目において頂いた意見をもとに、今後、農林産物等展示即売施設として、利用者の満足向上の為に、生産者と新鮮な農産物の更なる品揃え強化に努めていきたい。

品揃え強化のため、①生産者の栽培出荷指導を実施する、②売場で農林産物が不足した際には、生産者へ連絡を行い、農林産物の補充を行う、③新たに導入した県域システムを効果的に活用し、計画的な地元農林産物の販売体制を整える、④30 年度より取り組んでいる店舗間物流の拡大による品揃え強化、⑤産直農林産物が揃わない場合は市場仕入を活用し改善を図っていく。

月 1 回来店者が週 1 回の来店になるような取り組み、SNS を活用した情報発信で新たな顧客の獲得、おかざき農遊館は、園芸の強み、食品の弱み、ふれあいドーム岡崎は、食品の強み、園芸の弱みがあり、強みはさらに強化し、弱みを改善できるように努めていきたい。

従業員の接遇については、接遇研修や職場研修を実施し強化していく。また、職員間で差のない優れた接遇ができるよう指導していきたい。

## (2) 生産者アンケート

### ア 実施概要

施設	実施期間	回答者数	アンケート実施方法
おかざき農遊館	令和5年1月25日（水） ～2月3日（金） 計10日間	30人	出荷時等に生産者へアンケート用紙を配布（無記名）
ふれあいドーム岡崎	令和5年1月25日（水） ～2月3日（金） 計10日間	50人	出荷時等に生産者へアンケート用紙を配布（無記名）

※30年度より生産者アンケート年1回に変更。

### イ アンケート結果概要

おかざき農遊館、ふれあいドーム岡崎、両施設のアンケート合計回収数は80人であった。生産者アンケート協力者の年齢は、おかざき農遊館は「60代以上」69%、ふれあいドーム岡崎は「60代以上」67%で両施設とも高齢者の割合が多い。

生産者にとって必要な情報については、おかざき農遊館は「販売方法」、「消費者の動向」、「消費者の動向」、「自分の農産物の評価」の順で、ふれあいドームは、「消費者の動向」、「新しい技術」、「販売品目の一般的単価」、「自分の農産物の評価」、の順であった。

栽培日誌の生産履歴インターネットサービスについて、「知らなかった」がおかざき農遊館30%、ふれあいドーム岡崎14%で、昨年に比べて多くの人に認知された。利用している人が、おかざき農遊館20%、ふれあいドーム24%で、利用している人も増加した。

農産物配送システムについて「しらなかった」は殆どいない。「知っているが利用していない」おかざき農遊館63%、ふれあいドーム岡崎76%で、利用しない理由が「物量がない」おかざき農遊館75%、ふれあいドーム岡崎43%で、知っているても物量が無いが多かった。利用している方からは「満足」を頂いている。

試食の再開について、両施設ともに試食の再開をしても良いが大多数を占め、生産者の農産物を、試食を通して味を伝え、販売拡大につなげて欲しいという意見が多かった。

SNSの利用について、ブログ、インスタグラムを「よく見ている」10%以下、「見ることがある」20%と低く、生産者には活用されていない結果となった。

施設についての要望等について、おかざき農遊館は、「視察の再開」、「売り場の拡大、改装」を期待するであった。ふれあいドーム岡崎は、イベントの増加、売り場の拡大、視察の再開、野菜売場の店舗内の配置換えなどであった。

### ウ アンケート結果に対する自己評価

生産者からいただいた意見をもとに、両施設の施設（ハード）及び管理運営（ソフト）の改善に努め、集客できる店舗、多くの農産物を出荷したくなる産直店舗を展開したい。

生産履歴インターネットサービスによる栽培履歴に対する生産者の事務負担軽減をはかり、農産物栽培の時間確保を実施したい。また、食育ソムリエによる試

食を再開し、旬な野菜のメニュー提案や魅力を発信し、地元農産物のPRに努めたい。

あいち三河産直部会を統一して、複数店舗への出荷がしやすくなり、併せて農産物配送システムを活用して生産者の配送負担を減らし、品揃えの拡充を図っていききたい。また、近年商系スーパー等に出荷される生産者も増えて来たことから、より魅力ある売り場の拡大に努め、集客を図りたい。また、令和5年度もパイプハウス補助事業を活用し、生産者の所得向上に繋げるとともに、端境期対策を行う。

今後も両産直施設を農林業情報の発信施設として、市及びJA開催の農業塾、援農ボランティア事業、農家育成講座等あらゆる農業に関する情報提供を行い、生産者指導と担い手の確保に取り組んでいきたい。

## 5 その他自己評価

### (1) 利用者へのサービスに対する自己評価

安全安心な農産物の提供が出来ているが、利用者への接客、接遇、商品説明等について、従業員全員が同じレベルで対応出来るようにするため、従業員の教育に重点を置き、改善を図っていききたい。また、令和5年度の取り組みとして食育ソムリエによる旬な地元農産物を使用した試食の再開、料理教室、レシピ提案などイベントを実施し、安心・安全な農産物の販売に繋げたい。

また、アンケート結果にある品揃えの不满に対して、引き続き様々な取組みを通して改善を図っていききたい。

### (2) 利用者のニーズ把握に対する自己評価

産直施設として、生産履歴確認、残留農薬検査に取り組んでおり、「安全・安心で新鮮な農林産物」を今後も利用者へ提供する。また、端境期の農産物の生産出荷に努め、常に豊富な品揃えに取り組んでいききたい。今後も、アンケートや利用者等を交えた会議、また、常日頃の店舗運営の中で利用者ニーズの把握に努めていく。

また、新鮮な地元農林産物の提供だけでなく、食育ソムリエによる地元農林産物の鮮度の見分け方、調理メニューや保存方法、栄養分やその働きなど、時期に応じた農林産物の情報提供を行う。さらに、講座、料理教室等のイベントを開催し、利用者が新鮮な野菜をより身近に感じることが出来る場所を提供する。各種情報の発信に努め、利用者と生産者のかけ橋となり、集客の増加につなげていきたい。

### (3) 苦情対応等に対する自己評価

顧客満足度の向上が施設運営の基本と考えている。購入者に対する交換、返金処理等は確実に対応できている。利用者からの意見苦情は真摯に受けとめ、原因究明と再発防止策を策定し職員教育を徹底している。また、定期的な接遇研修を開催し、顧客満足度の向上へと繋げていく。