

---

五戸町産直施設等整備  
基本構想策定アドバイザー業務  
報告書

---

2021年3月



Aomori Creation Partners

あおもり創生パートナーズ株式会社



# 目次

I	はじめに .....	1
II	五戸町の現状と課題 .....	2
	1. 人口動向 .....	2
	2. 地域産業構造 .....	4
	3. 農業分野 .....	6
	4. 観光分野 .....	8
III	産直施設の役割と必要性 .....	10
	1. 地域農業の振興 .....	10
	2. 地場産業の活性化 .....	10
	3. 地域人口の保持 .....	10
IV	道路交通量調査・分析 .....	11
	1. 五戸町周辺道路の交通量 .....	11
	2. 道路交通量調査及びコンビニエンスストア利用者状況調査 .....	12
V	産直施設整備候補地の選定 .....	16
	1. 産直候補地の設定 .....	16
	2. 候補地エリアの災害リスク .....	17
	3. 整備候補地の選定 .....	18
VI	マーケティング調査 .....	19
	1. 五戸町と隣接市町村の人口・経済規模 .....	19
	2. 移動圏域人口分布・構成 .....	19
	3. 競合環境 .....	21
	4. 商品供給力 .....	23
	5. ターゲット顧客分析 .....	25

<b>VII 産直施設の導入機能</b> .....	<b>28</b>
1. 施設に求められる機能 .....	28
2. 導入施設規模の算定 .....	28
3. 施設の整備方針 .....	33
4. 産直施設のレイアウト検討 .....	38
5. 入込客数推計 .....	39
<b>VIII 管理・運営主体の検討</b> .....	<b>40</b>
1. 管理・運営主体の組織構成 .....	40
2. 管理・運営主体の検討 .....	40
<b>IX 類似施設調査・研究</b> .....	<b>43</b>
1. 業界分析 .....	43
2. 県内産直施設ヒアリング調査 .....	46
<b>X まとめ</b> .....	<b>57</b>
1. 産直施設整備に係る各種調査・検討内容について .....	57
2. 産直施設整備に向けた提言 .....	59
<b>XI 資料（道路交通量調査及びコンビニエンスストア利用状況調査）</b> .....	<b>62</b>

## I はじめに

五戸町では、第2次総合振興計画（計画期間：2015年度～2024年度）において、『人とまちの活力で未来を拓く、共創（協創）の郷ごのへ』を町の目指すべき将来像として定め、その実現に向けた基本目標の1つとして、「交流とにぎわいを興す農・商・工併進のまち」を掲げている。

また、同基本目標において、町の基幹産業である農業の基盤整備や振興施策を進めるとともに、他の地域産業とも連携した6次産業化やグリーンツーリズムなど農業の持つ多面的な機能を活かした取り組みを支援することで、地場産業の活性化や町の賑わいづくりにつなげていくとしている。

この度、町ではその目標実現に向けた具体的な施策として、産地直売所及び関連施設（以下、「産直施設」）の新たな整備を検討することとした。

産直施設の整備検討においては、まず五戸町の現状と課題の把握を行い、産直施設の果たす役割や必要性を整理した。

次に、本産直施設の事業可能性を探るべく、整備候補地エリアの道路交通量調査や各種マーケティング調査を実施した。

併せて県内の産直施設等の類似施設のヒアリング調査を実施するとともに、施設の導入機能や管理・運営主体の検討を行った。

最後に、調査・検討した内容を整理するとともに、今後10年、20年先にも存続する「町の活力と賑わいづくりの拠点」として本産直施設が機能するための方策や考え方を提言する。

以上を「五戸町産直施設等整備基本構想」（案）とし、以後の整備計画の協議・検討の基本指針としたい。

## II 五戸町の現状と課題

まずマクロの視点から、本町の人口、地域産業動向を概観するとともに、産直施設と関連の強い農業、観光産業の現状を把握し、本町の現状と課題を整理する。

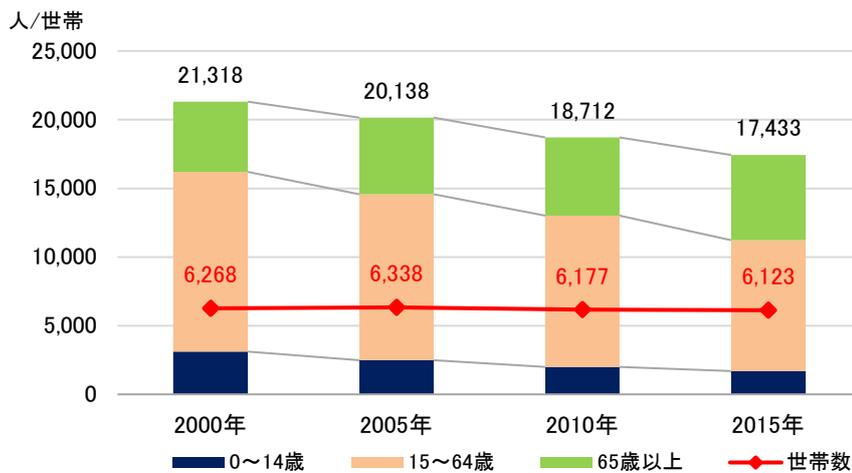
### 1. 人口動向

#### (1) 人口・世帯数

五戸町の総人口は、2015年時点で17,433人であり、2000年比で3,885人減(▲18.2%)となっている。また、世帯数は、2004年の旧倉石村との合併により一時的に増加した影響もあり、2000年比では145世帯減(▲2.3%)と緩やかな減少にとどまっている。

世代別人口をみると、2000年からの15年間で生産年齢人口(15~64歳)は3,542人減(▲27.0%)、年少人口(0~14歳)に至っては1,434人減(▲45.9%)と著しい減少が進む一方、老年人口(65歳以上)は1,079人増(+21.1%)となっており、急速な少子高齢化が進行していることが伺われる。(以上、図表2-1参照)

図表 2-1 五戸町の人口・世帯数推移



	総人口	0~14歳	15~64歳	65歳以上	世帯数
2000年	21,318	3,123	13,083	5,112	6,268
2005年	20,138	2,493	12,085	5,560	6,338
2010年	18,712	1,994	11,023	5,695	6,177
2015年	17,433	1,689	9,541	6,191	6,123

出典:国勢調査

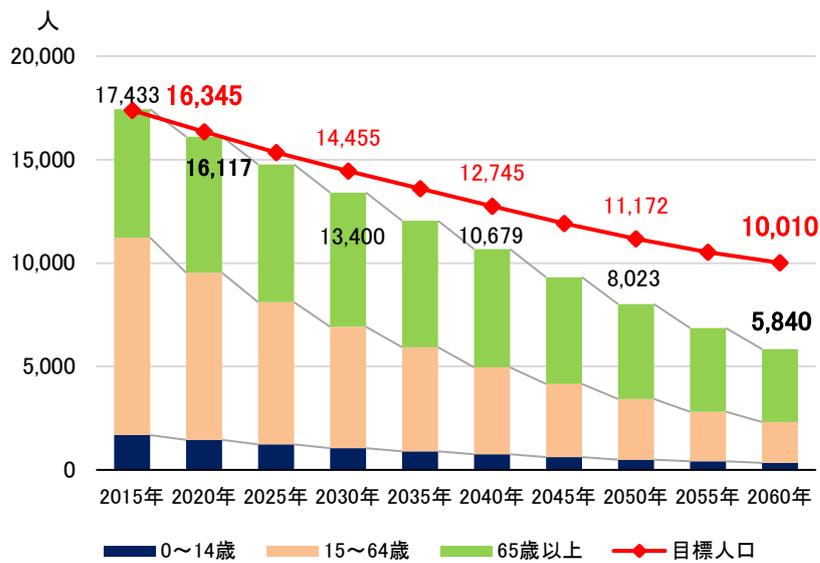
#### (2) 将来人口予想

2020年3月に策定した将来人口を示す「五戸町人口ビジョン」によると、国立社会保障・人口問題研究所(以下「社人研」)による推計人口および五戸町が作成した目標人口は、図表2-2の通りとなっている。これによると、社人研による推計人口は2020年の

16,117 人から減少を続け、30 年後の 2050 年には半分以下となる 8,023 人（2020 年比▲50.4%）、さらに 40 年後の 2060 年には 5,840 人（2020 年比▲63.8%）まで減少すると見込まれている。

これに対し、町作成の目標人口は、社人研の推計よりも緩やかな減少を想定しており、2060 年時点の人口は推計値を 4,170 人上回る 10,010 人（2020 年比▲6,335 人）と設定している。つまり、町は様々な施策の効果により 40 年後でも人口 10,000 人を下回らない五戸町を指向している。

図表 2-2 人口推移推値計値と将来目標値



	実績値	推計値				
	2015	2020	2030	2040	2050	2060
総人口	17,433	16,117	13,400	10,679	8,023	5,840
0~14歳	1,689	1,449	1,055	753	500	339
15~64歳	9,546	8,083	5,857	4,206	2,922	1,984
65歳以上	6,198	6,585	6,489	5,720	4,601	3,516
将来目標値		16,345	14,455	12,745	11,172	10,010
(推計値との差異)		228	1,055	2,066	3,149	4,170

出典:五戸町人口ビジョン

(3) 人口動向における課題

地域のにぎわいや活力の原資である人口の減少と少子高齢化は、本町のみならず青森県全体でも確実に進行しており、人口減少はもはや避けられない現実として受け止めつつ、その減少幅をいかに緩やかにとどめるかが大きな課題である。

その解決には、流出人口の抑制と定住者の維持・拡大が不可欠である。そのためには、将来的な人口構造の下支えとなる出生数の増加とあわせ、将来を担う若年代やUIJ ターン者に対し、五戸町に「住みたい」「戻りたい」という意識をいかに醸成するか

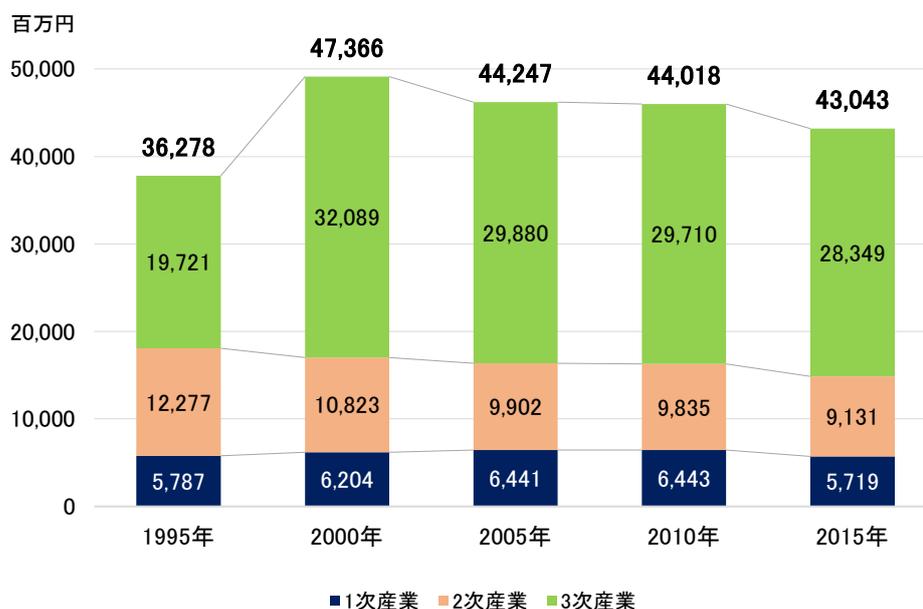
が肝要となる。そして、それを受け止められる雇用や産業基盤、住環境、福祉環境等の整備・充実が求められる。

## 2. 地域産業構造

産業別総生産額（図表 2-3）をみると、2015 年度は 3 次産業が 283 億円で全体の 6 割以上を占め、次いで 2 次産業が 91 億円（21.2%）、1 次産業が 57 億円（13.2%）という構成となっている。推移状況については、2000 年をピークに全産業とも減少傾向にあるが、産業別シェア割合について大きな変化は見られない。

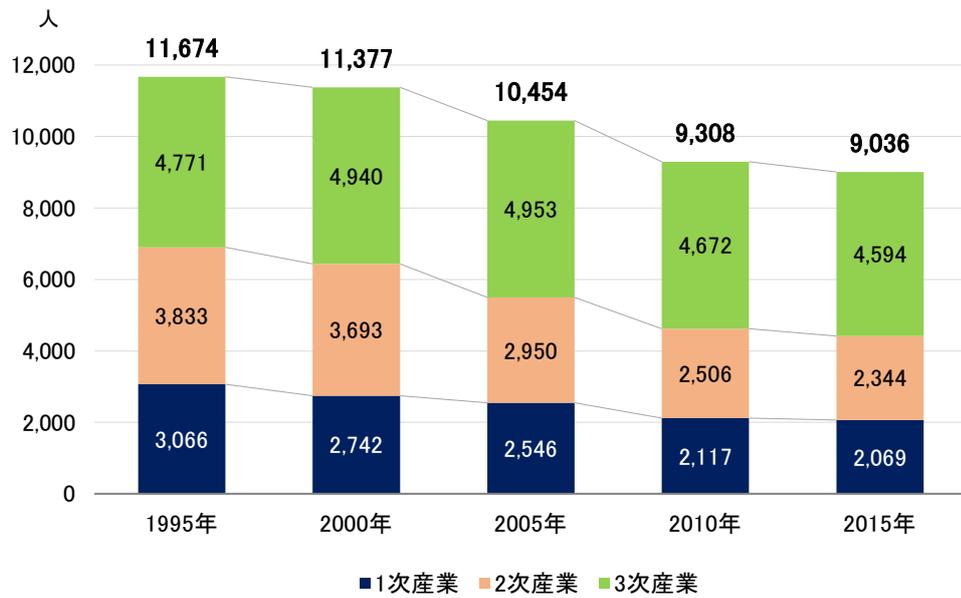
産業別就業者数（図表 2-4）は、2015 年時点で 9,036 人となっており、内訳としては、就業者の半数以上が 3 次産業に従事し、残りを 1、2 次産業が占める構造となっている。次に、推移状況を見ると 1995 年比で 3 次産業は 177 人減（▲3.7%）のほぼ横ばいに対し、2 次産業は 1,489 人減（▲38.8%）、1 次産業は 997 人減（▲32.5%）となっており、1、2 次産業の減少が著しいことが見てとれる。

図表 2-3 産業別総生産額推移



出典：青森県市町村民経済計算

図表 2-4 産業別就業者数推移



出典：国勢調査

【参考】

	具体的業種
1次産業	農業、林業、漁業
2次産業	建設業、製造業、鉱業等
3次産業	卸・小売業、運輸業、その他サービス業

### 3. 農業分野

#### (1) 農産品別算出額

本町の農産品算出額の推移は、図表 2-5 の通りであり、野菜、米、ブロイラー、果実、肉用牛が上位を占め、近年は増加基調で推移している。

図表 2-5 農産品別算出額推移

単位: 千万円

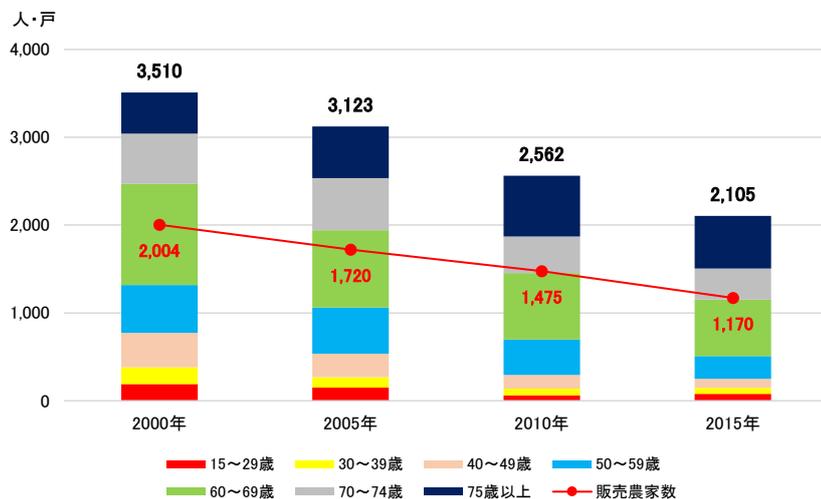
	野菜	米	ブロイラー	果実	肉用牛	工業 農作物	花き	豆類	その他 作物等	合計
2014年	410	82	91	85	41	11	2	1	1	724
2015年	437	82	95	87	47	11	3	1	2	765
2016年	509	94	95	88	49	11	2	1	2	851
2017年	485	108	96	83	46	10	2	1	2	833
2018年	489	115	98	86	54	9	2	1	0	854

出典: 農林業センサス

#### (2) 農業就業者数

産出額は増加する一方で、本町の農業就業者数は 2015 年時点で 2,105 人であり、2000 年比で 1,405 人減 (▲40.0%) となっている。特に 15~59 歳までの世代については、2000 年比の減少率が 50% 超となるなど、農業分野においても深刻な高齢化が進んでいる状況が伺われる。また、販売農家数についても就業者数と同程度の減少幅 (▲41.6%) で減少が続いている。(以上、図表 2-6 参照)

図表 2-6 年代別農業就業者数と販売農家数の推移



	就業者計	15~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70~74歳	75歳以上	販売農家数
2000年	3,510	190	191	392	545	1,151	573	468	2,004
2005年	3,123	150	119	267	526	878	594	589	1,720
2010年	2,562	62	78	153	405	757	416	691	1,475
2015年	2,105	80	66	103	260	642	354	600	1,170

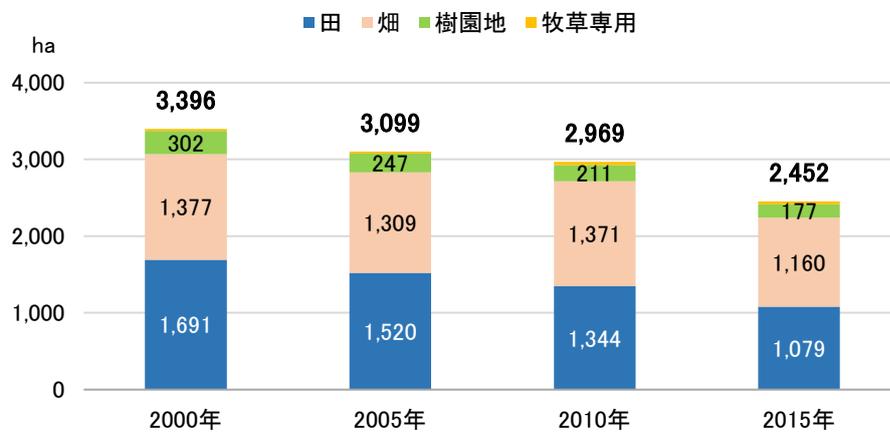
出典: 農林業センサス

### (3) 経営耕地面積

本町の2015年の経営耕地面積は2,452haとなっており、うち田と畑が9割超を占めている。2000年比では全体で944ha減少しており、特に田と樹園地の減少率が4割程度と高い。ただし、耕地面積が縮小する一方で、農産品の産出額は増加傾向にあることから、1農家当たりの経営規模が拡大していることが伺われる。(以上、図表2-7参照)

なお、本町の耕作放棄地は2015年時点で826ha(耕作放棄地率18.5%)となっており、経営耕作面積の減少値に近いことから、一定数の農地が集約されずに耕作放棄地化していることが推察される。また、放棄地率も県全体よりも高く、増加率も上回る水準で推移している。(以上、図表2-8参照)

図表 2-7 経営耕地面積の推移



出典: 農林業センサス

図表 2-8 耕作放棄地面積の推移

単位: ha

	五戸町			青森県
	耕地面積	耕作放棄地面積	耕作放棄地率	耕作放棄地率
2005年	4,630	562	12.1%	9.2%
2010年	4,610	637	13.8%	9.7%
2015年	4,470	826	18.5%	11.3%

出典: 農林業センサス

### (4) 農業分野における課題

本町は安定した農業生産基盤を有しているものの、生産者の高齢化に伴う就業者の減少が急速に進んでおり、後継者や新たな担い手の確保が喫緊の課題となっている。

課題解決に向けては、集団営農の組織化・法人化、第三者継承等による担い手や労働力の確保に加え、ICT(情報通信技術)を活用したスマート農業の導入や農産品加工等の6次産業化を通じて、生産性の向上や地場産品の高付加価値化に取り組むことで、生産者の所得向上や雇用創出につなげていくことが必要である。

#### 4. 観光分野

##### (1) 町の観光資源

本町の主な観光資源は図表 2-9 の通りである。

図表 2-9 五戸町の主な観光資源

種別		具体的な観光資源
ハード	集客施設	歴史みらいパーク、ひばり野公園、ごのへ郷土館、五戸温泉、まきば温泉、ふれあい市ごのへ、小渡平公園
	名所・史跡	奥州街道、江渡家住宅、五戸代官所、旧圓子家住宅、寶福寺、消防団第一分団屯所、ひばり野ダリア園、正子のチューリップ園
ソフト	まつり・イベント	五戸まつり、ごのへ夏祭り、南部駒踊り、五戸町産業まつり
	農林水産物	馬肉、倉石牛、青森シャモロック、ながいも、にんにく、りんご(紅玉)、アピオス、丸いも
	加工品・土産品	なんばんみそ、地酒(菊駒・如空)、紅玉リンゴジュース、五戸駄菓子
	伝統工芸	南部菱差し、南部裂織、五戸ばおり

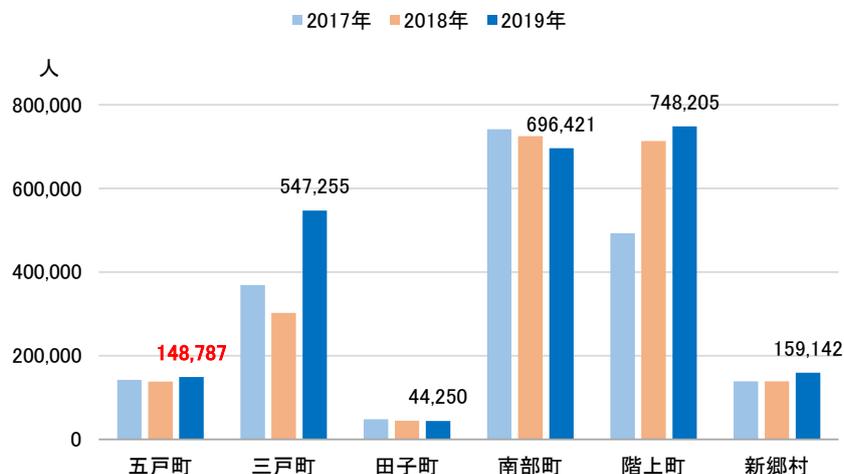
出典：五戸町ホームページ、市町村ガイドブック

##### (2) 観光入込客数

三戸郡管内町村の観光入込客数を見ると、2019年度の本町入込客は148,787人となり、隣接する南部町や三戸町、階上町と比べても大幅に少ない。

また、本町の観光入込客数は、ほぼ横ばいで推移しているが、三戸町、階上町は入込客数を大幅に伸ばしている。特に階上町は、2018年の「浜の駅あるでい〜ば」の開業が入込客数を大幅に伸ばした要因と推察され、産直施設新設による集客効果が如実に表れた結果と考えられる。

図表 2-10 三戸郡管内町村の観光入込客推移



出典：青森県観光入込客統計

### (3) 観光分野の課題

本町は豊かな自然環境や歴史的な建造物、「三大肉」や長芋、にんにく等の農産物など多様な地域資源を有しているものの、周辺市町村と比べて観光入込客数が少ない。これは、恵まれた地域資源を有効に活用できていないことが要因とみられる。

よって、町の観光産業振興に向けては、観光施設、自然・食・文化等の地域資源の個々の磨き上げや、それらの組み合わせによる誘客力の強化や町の魅力向上に努めることが必要となる。

同時に、こうした観光資源や町の魅力を町外へ積極的に発信するとともに、町民自らが本町の観光振興に携わりながら、「郷土愛」や「おもてなし」の心をもって観光客を迎える意識の醸成が求められる。

### Ⅲ 産直施設の役割と必要性

#### 1. 地域農業の振興

産直施設は、農産品等の販売を通じて生産者と消費者を結び、生産者には『農産品の販路拡大による所得向上や農業に対するやりがい・生きがいを育む場』を、消費者には『新鮮・安全・安価な農産品等を、生産者の「顔が見える売り場」で購入できる場』を提供する役割を担っている。

また、地域にとっても、「地産地消」を通じた地域間の交流や新たなビジネス、雇用の創出など地域経済の活性化に果たす役割は大きく、その必要性は極めて高い。

#### 2. 地場産業の活性化

産直施設の中心的なサービスは農産品の直売であるが、近年は物産ショップ、レストラン、カフェ、加工場など地域の他産業と連携した機能の併設が一般的となっている。人口減少を背景とした地域間競争が激しさを増す中において、地域の持続的な発展には農業だけに留まらない地場産業の活性化が欠かせない。

産直施設は、農業と関連する他産業を有機的に結びつける役割を担い、『新たな地域産業の活力を生み出す場』として、大きな可能性を有している。

#### 3. 地域人口の保持

##### (1) 交流人口の拡大

少子高齢化に伴う人口減少が進む中で、地域のにぎわいや活力を維持・向上させていくには、域外からの観光客や買物客などの誘客による「交流人口」が大きな役割を担う。

よって、「農産品」「食」という地域資源を最大限に発信できる産直施設は、その集客力を活かして域内外の人を結ぶ『交流の場』として必要な機能である。

##### (2) 定住人口の保持

地域のにぎわいや活力の維持、継承には、交流人口の拡大と共に、就業者等の町外流出を抑え、あるいは UIJ ターンなどの移住者を積極的に受け入れながら、町内の定住人口を一定水準で保持し続けることが重要となる。

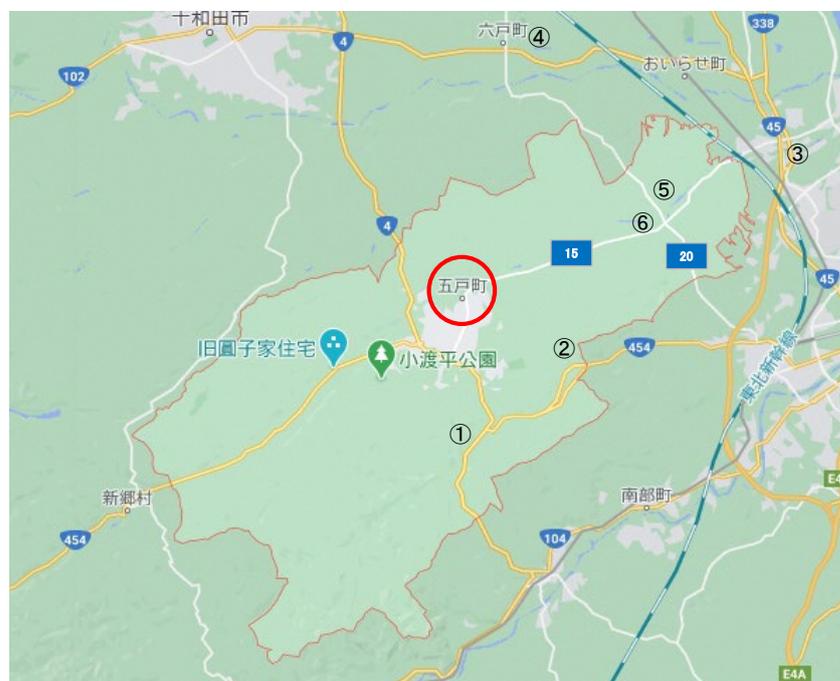
そのためには、生活基盤を支える収入を得るための『雇用・就労の場』や、地域イベント・行事などを通じた地域や人との関係性をつなぐ『ふれあいの場』を提供する必要がある、産直施設の整備はそうした人口維持に係る様々な課題の解決の一助となるものと考えられる。

## IV 道路交通量調査・分析

### 1. 五戸町周辺道路の交通量

産直施設の立地候補地の選定にあたって、まずは本町内及び近隣の国道・県道の配置状況及び交通量について概観する。本町は北、東側を国道45号線、南側を国道454号線、西側を国道4号線の幹線道路に囲まれた位置にある。これら国道を町中心部から東側（旧百石町方面）へ県道15号線（五戸橋向線）が、町内東部（上市川エリア）を十和田市・三沢市と八戸市を結ぶ県道20号線（八戸三沢線）が町を囲む幹線道路へのアクセス線となっている。周辺道路図及び各路線の交通量は図表4-1の通りである。

図表 4-1 周辺道路図と各路線交通量



路線名	調査地点	近隣参考施設	自動車交通量(台)		
				小型車	大型車
① 国道4号線	五戸町浅水十海塚	ファミリーマート五戸浅水店	6,706	5,130	1,576
② 国道454号線	五戸町豊間内志戸岸	ごのへ郷土館	1,976	1,882	94
③ 国道45号線(八戸側)	八戸市市川町	ローソン八戸市川店	17,602	15,483	2,119
④ 国道45号線(六戸側)	六戸町犬落瀬	六戸町役場	11,421	9,240	2,181
⑤ 県道20号線(八戸三沢線)	八戸市・五戸町境	ファミリーマート五戸上市川店	7,141	6,441	700
⑥ 県道15号線(五戸橋向線)	五戸町切谷内菖蒲川	ローソン五戸上市川店	4,704	4,240	464

※交通量は昼間12時間の台数

出典: 道路交通センサス

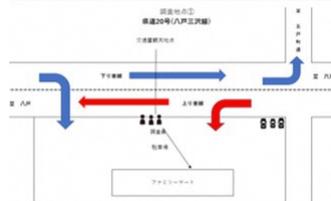
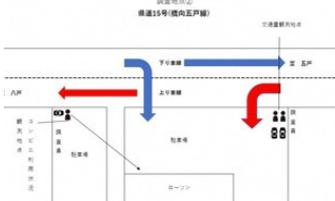
国土交通省の「道路交通センサス」(2015年)によると、各線で最も交通量の多いのは国道45号線(八戸側)であるが、町内を通る路線では県道20号線が最も多い。また、交差する県道15号線を含めると、1日約12,000台が町内を通過していること、北・東側の国道45号線にも近いことも考慮すると、この2路線の交差するエリアは町内でも集客施設を配置する上で優位性の高いポイントであると考えられる。

## 2. 道路交通量調査及びコンビニエンスストア利用者状況調査

五戸町周辺の道路交通状況も踏まえた上で、2020年10月に町内で交通量の多い県道20号線と15号線の交差点エリア付近において交通量調査を実施した。併せて調査地点であるコンビニエンスストア(以下コンビニ)の利用者数・属性等の調査も行った。

### (1) 調査概要

各種調査は以下の通り。

	調査内容		
調査の目的	産直施設等の整備基本構想を策定するにあたって、交通量及びコンビニエンスストア利用者状況の基礎データを収集するもの。		
調査地点	① 五戸町大字市川字林ノ下1-1(ファミリーマート五戸上市川店) ② 五戸町大字上市川字沼廻23(ローソン五戸上市川店)		
調査日時	・2020年10月18日(日) ・2020年10月20日(火) ※共に7:00~19:00の12時間	<b>【調査地点地図】</b> 	
調査会社	(株)アイテック		
調査内容	① 道路交通量調査 各地点の上下線(一部町内側左折あり)を通過する自動車等を7区分でカウント・集計。 ② コンビニエンスストア利用状況調査 利用者台数及び利用者を一般・就労者に区分してカウント・集計。		
調査地点図	① ファミリーマート五戸上市川店 	② ローソン五戸上市川店 	

## (2) 道路交通量調査結果

各調査地点の平日、休日の交通量は図表 4-2 の通り。交通量が最も多かったのは、県道 20 号線の平日で 8,679 台（小型車 7,512 台、大型車 1,167 台）となった。2 路線共に平日の方が交通量は多く、且ついずれも 2015 年実施の「道路交通センサス」の調査値より多かった。

また、20 号線の特徴としては、小型車の交通量は平日・休日にほぼ差がなく、大型車（トラック等）は平日の交通量が際立って多い。本線が平日の通勤や商用物流のルート路線として利用頻度が高く、且つ休日にも周辺市町村間の移動路線として活用されていることが推察される。加えて、2 路線の上・下線の交通量（図表 4-3）についても、平日・休日共に大きな偏りは見られず、通勤・商用共に往復路線として利用されていることが伺われた。

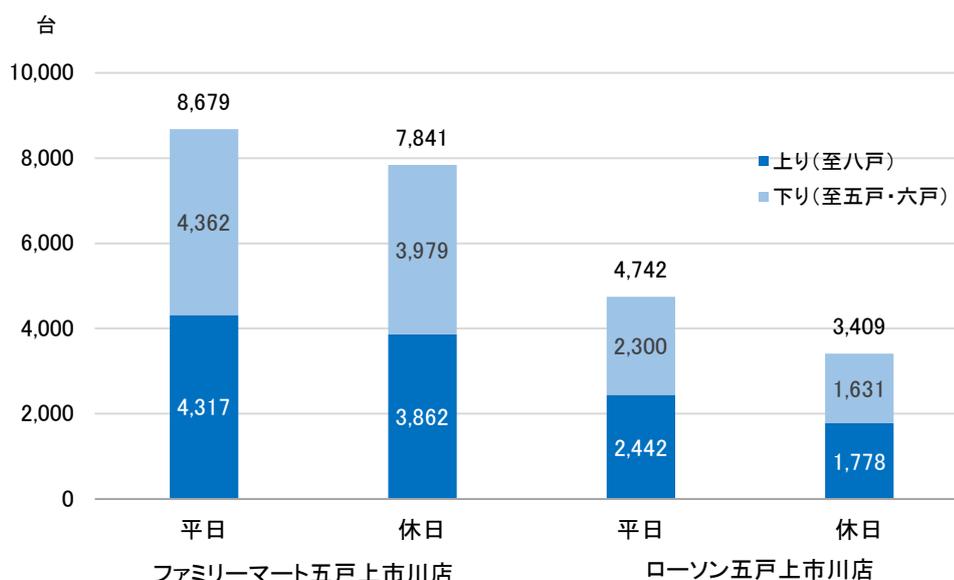
各路線の利用時間帯としては、平日は通勤時間帯である朝 7 時、夕方 17 時台が最も交通量が多く、休日は昼前後の 10～12 時台と帰宅時間帯である 15～16 時台に増加する傾向が見られた。（以上、図表 4-4 参照）

図表 4-2 道路交通量集計表

調査地点	調査日時	区分	小型車(台)	割合	大型車(台)	割合	合計(台)
ファミリーマート五戸上市川店 【県道20号線(八戸三沢線)】	2020年10月20日(火)/7:00~19:00	平日	7,512	86.6%	1,167	13.4%	8,679
	2020年10月18日(日)/7:00~19:00	休日	7,531	96.0%	310	4.0%	7,841
	【参考値】道路交通センサス(12H)	平日	6,441	90.2%	700	9.8%	7,141
ローソン五戸上市川店 【県道15号線(五戸橋向線)】	2020年10月20日(火)/7:00~19:00	平日	4,282	90.3%	460	9.7%	4,742
	2020年10月18日(日)/7:00~19:00	休日	3,356	98.4%	53	1.6%	3,409
	【参考値】道路交通センサス(12H)	平日	4,240	90.1%	464	9.9%	4,704

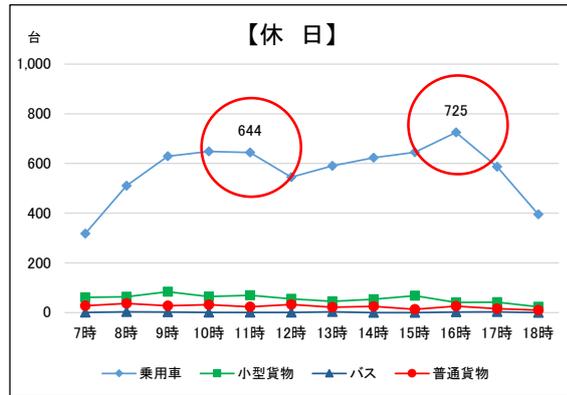
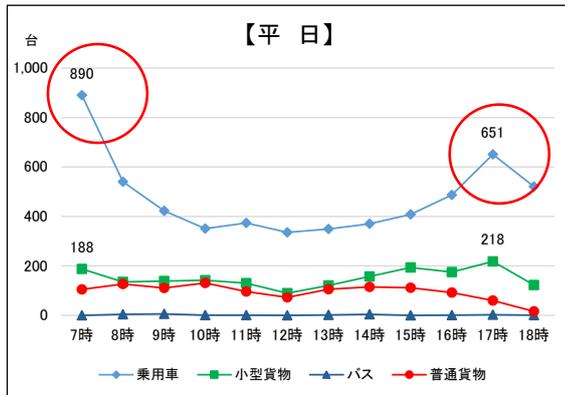
※小型車に自動二輪車は含めていない。

図表 4-3 各調査地点の上り・下り車両数

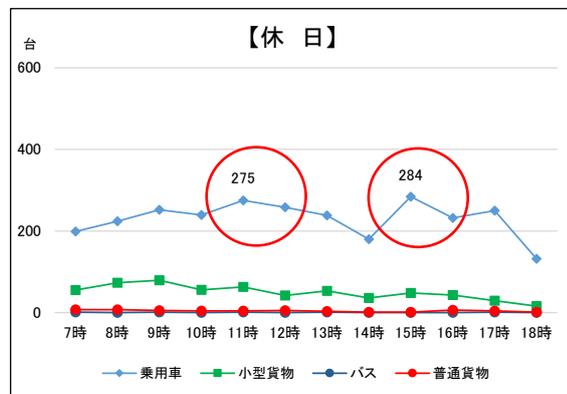
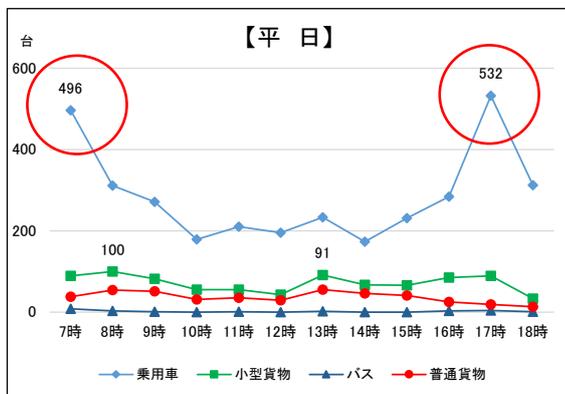


図表 4-4 各路線の交通量推移

①ファミリーマート五戸上市川店（県道 20 号線）



②ローソン五戸上市川店（県道 15 号線）



(3) コンビニエンスストア利用者状況調査結果

調査地点のコンビニ利用者状況（図表 4-5）については、ローソンが利用者数、車両数共にファミリーマートを上回る結果となった。利用者の属性を見ると、休日は両店ともに一般客が大半を占めるが、平日はファミリーマートへの就労者の立寄率が非常に高い。また、車両数を見るとファミリーマートは利用者数より車両数の方が多い（休憩のみでコンビニを利用しない）。また、ローソンは休・平日で立寄率に乖離がみられる。

これらより、ファミリーマートは平日の休憩目的で立寄る就労者の利用が多く、ローソンは平日の近隣住民利用や休日のファミリー層利用が多いことが推察される。

利用時間帯としては、両店共に平日は朝 7～8 時台の出勤時間帯、休日は 9～12 時台の午前中の利用者が多い傾向が見られた。（以上、図表 4-6 参照）

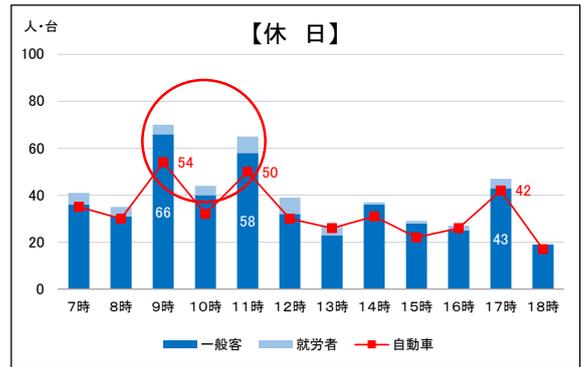
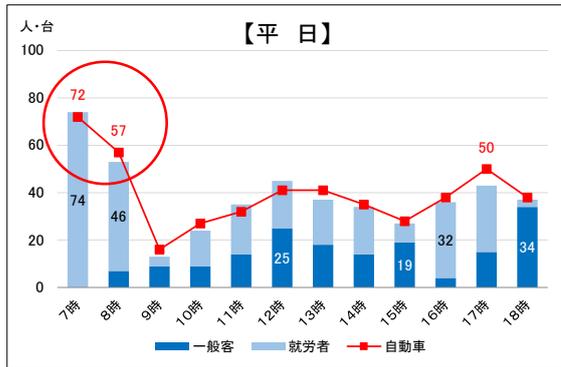
図表 4-5 コンビニエンスストア利用者集計表

調査地点	調査日時	区分	一般(人)		就労者(人)		合計(人)	車両数(台)	立寄率
			人数	割合	人数	割合			
ファミリーマート五戸上市川店 【県道20号線(八戸三沢線)】	2020年10月20日(火)/7:00～19:00	平日	168	36.2%	290	63.3%	458	475	5.5%
	2020年10月18日(日)/7:00～19:00	休日	437	90.0%	43	9.0%	480	395	5.0%
ローソン五戸上市川店 【県道15号線(五戸橋向線)】	2020年10月20日(火)/7:00～19:00	平日	352	60.2%	228	39.3%	580	556	11.7%
	2020年10月18日(日)/7:00～19:00	休日	629	95.6%	26	4.0%	655	511	15.0%

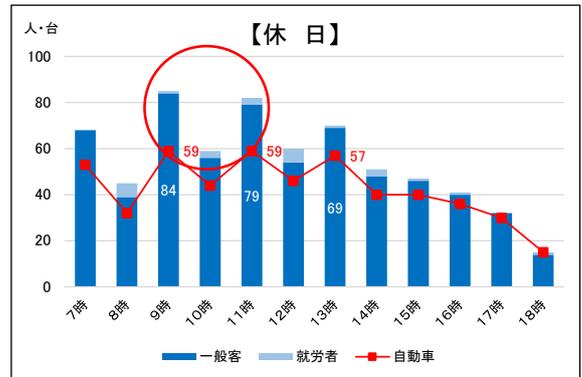
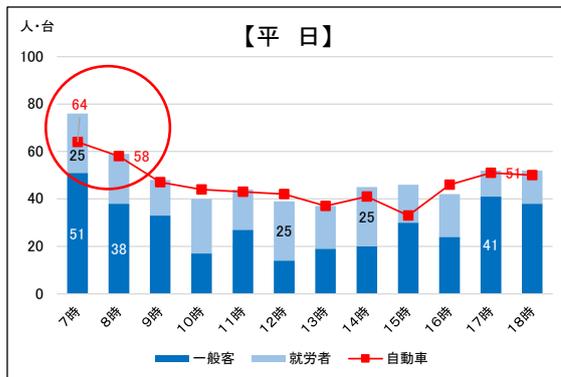
※立寄率:立寄車両数/各線の交通量で算出。

図表 4-6 コンビニ利用者・車両台数推移

①ファミリーマート五戸上市川店



②ローソン五戸上市川店



(4) 道路交通量調査・コンビニ利用者状況調査結果分析

調査結果をまとめると、県道 20 号線側の交通量が最も多く、県道 15 号線も含めると平日で約 13,000 台が町内東部エリアを通行していることが分かった。このエリアは八戸市・六戸町を通る国道 45 号線にも近く、産直施設整備による両路線への流入増加が期待できること、加えて町内他地区の現状交通量を考慮すると、県道 20 号線沿いが施設整備場所として最も優位性の高いエリアと考えられる。

また、通行車種やコンビニ利用者属性から 20 号線側は通勤者・商用通行者、15 号線は周辺住民が多く利用していることが分かった。平日は出退勤時間帯（7 時、17 時台）が最も多く、休日は昼食前後時間帯（10～12 時台）と帰宅・買物時間帯（15～17 時台）に通行量が増加しており、こうした通行者属性や通行時間帯も踏まえた施設整備や商品・サービス内容の検討が集客力を高めるために重要となる。

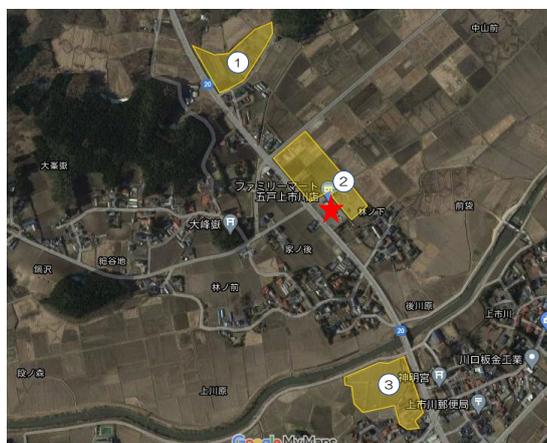
## V 産直施設整備候補地の選定

### 1. 産直候補地の設定

道路交通量・コンビニ利用者状況調査を踏まえ、調査地点である県道 20 号線、15 号線の交差点エリアから六戸方面へ向かう県道 20 号線沿線上の以下 3 ヶ所を整備候補地として設定する。(以上、図表 5-1 参照)

図表 5-1 産直候補地エリア図

【候補地俯瞰図】



【近接図】

【候補地住所・面積】

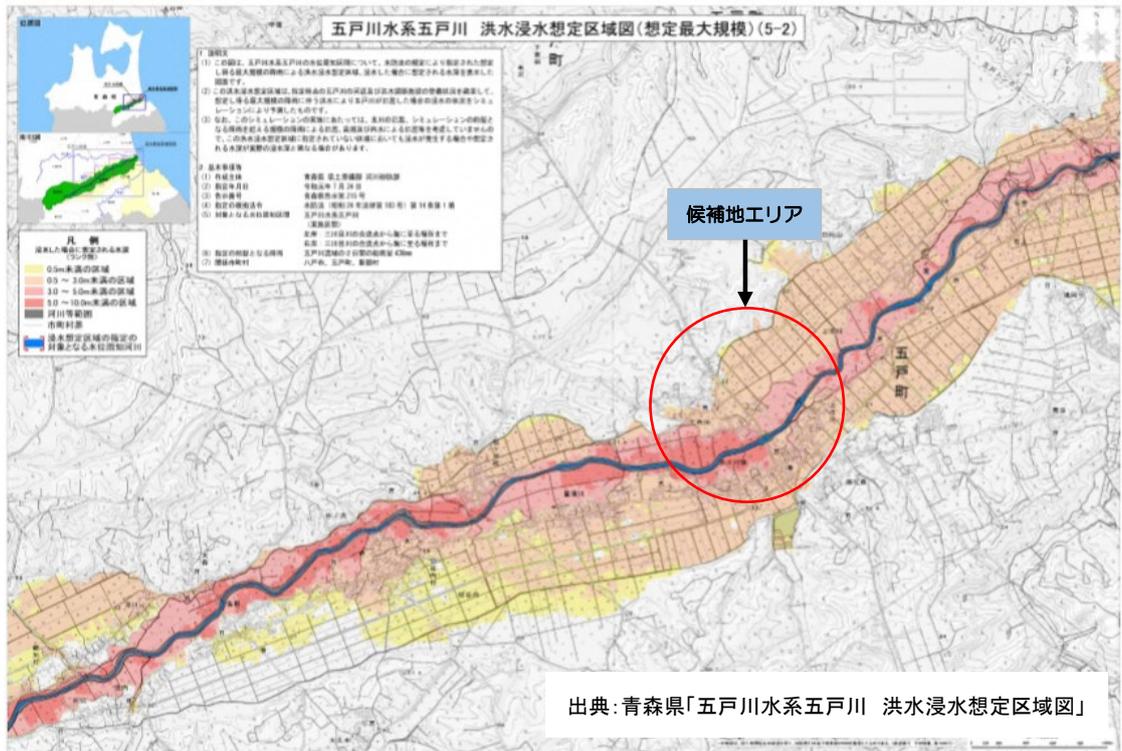
- |   |                  |                       |
|---|------------------|-----------------------|
| ① | 五戸町大字上市川字大峯嶽     | 14,365 m <sup>2</sup> |
| ② | 五戸町大字上市川字中山前、林ノ下 | 22,571 m <sup>2</sup> |
| ③ | 五戸町大字上市川字赤川ヶ原    | 19,495 m <sup>2</sup> |

※★がファミリーマート五戸上市川店

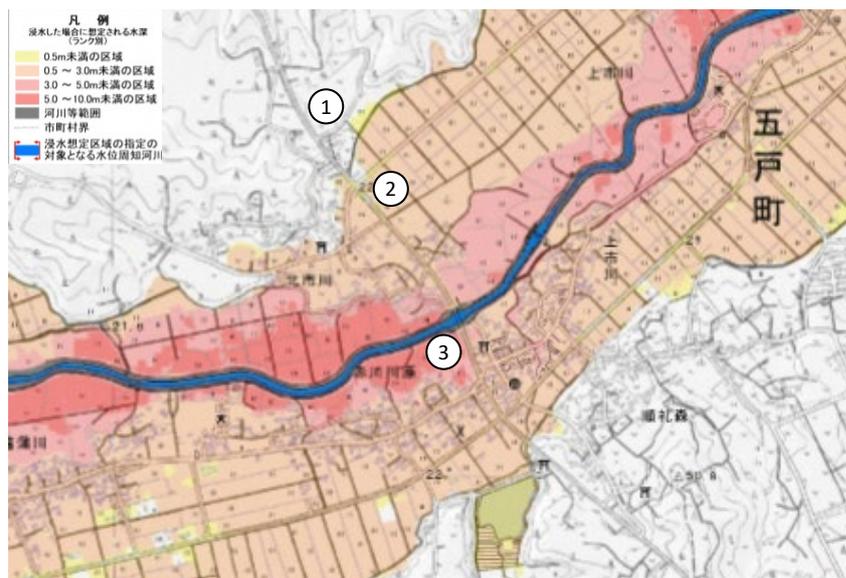
## 2. 候補地エリアの災害リスク

候補地エリアの一部は、五戸川の洪水浸水想定地域（図表 5-2）に含まれるため、洪水・浸水等の災害リスクがあり、状況に応じて敷地の盛土や河川・水路整備が必要となることが想定される。

図表 5-2 候補地エリアの洪水浸水想定区域図



【拡大図】

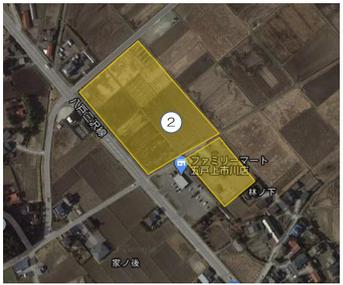
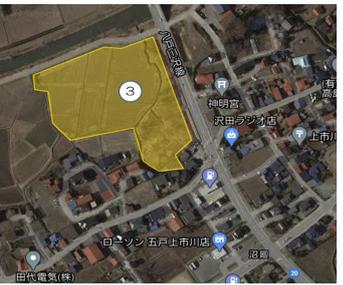


### 3. 整備候補地の選定

3 候補地について、交通利便性、集客性、安全性、経済合理性、事業円滑性の 5 項目で評価を行った結果が図表 5-3 である。総合的な評価でみると、②ファミリーマート五戸上市川店隣接地の評価が最も高いことから、本エリアを産直施設の第一候補地として検討する。

ただし、ハザードマップ上水災害リスクのあるエリアでもあることから、万全の水災対策等の防災・減災機能を強化した施設として整備する必要がある。

図表 5-3 候補地の評価一覧

	①	②	③
評価項目			
交通利便性	20 号線線上で 3 ケ所中最も六戸寄りに位置する	20 号線上で町内へのアクセス道もあり、車両の出入もしやすい	20 号線及び 15 号線交差点付近にあり、出入時に注意が必要
集客性	・周辺に集客施設なし ・不整形地で建物配置に工夫要	・ファミリーマートに隣接し、可視性・集客力が高い。 ・平坦・整形地で整備しやすい	・ローソン、ガソリンスタンド、住宅街があり、人通りは最も多い
安全性	・五戸川の洪水浸水想定区域外 ・安全性は最も高い	・洪水浸水想定区域内(0.5~3.0 m)であり、水災リスクあり	・五戸川に隣接し、洪水浸水想定区域内(5.0~10.0m)で水災リスクが最も高い
経済合理性	・地権者が少なく、取得費負担が少ない ・県道との高低差が少なく、盛土等の整備負担が③より軽い	・地権者が多く、取得費負担が他エリアより大きい ・県道との高低差が少なく、盛土等の整備負担が③より軽い	・地権者が少なく、取得費負担は②より少ない ・県道との高低差大かつ水災対策必須で整備負担が最も重い
事業円滑性	・農振除外申請が不要 ・敷地の 6 割が官有地のため、事業化が比較的スムーズ	・農振除外申請が必要 ・地権者、コンビニとの交渉必要	・農振除外申請が必要 ・住宅街に近く、近隣住民への配慮、対策が必要
総合評価	安全性、事業円滑性に優れるが、不整形地で交通利便性、集客力で他エリアに劣る	水災リスクは懸念材料だが、コンビニあり、集客力が高い 平坦・整形地で可視性も高く、アクセス良好。総合的に最も優れたエリア	最も人通りの多く集客力も高いエリアだが、五戸川に隣接し、水災対策が必須であり、施設設置には不向き

## VI マーケティング調査

### 1. 五戸町と隣接市町村の人口・経済規模

産直施設のマーケティング調査を行うにあたって、まずは五戸町と隣接する6市町村の人口・経済規模を概観する。五戸町を含めた7市町村の人口は約35万人であり、県人口の約3割を占めている。また、市町村内総生産額についても、本県総生産額の約3割を占める1兆2,772億円の経済規模を誇るエリアとなっている。(以上、図表6-1参照)

以上より、五戸町は、県人口の1/3且つ経済ボリュームの1/3を占めるエリアの中心に位置していると考えることができる。

図表 6-1 人口・経済規模一覧

単位:人・世帯・百万円

市町村名	人口規模		経済規模						
	人口	世帯数	市町村内総生産	第1次産業			第2次産業	第3次産業	
				農業	林業	水産業			
青森県	1,246,139	515,482	4,443,200	213,254	176,376	2,534	34,344	984,286	3,267,240
<b>五戸町</b>	<b>16,200</b>	<b>6,109</b>	<b>43,426</b>	<b>5,850</b>	<b>5,704</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>9,560</b>	<b>28,227</b>
八戸市	223,338	95,700	898,767	20,413	8,860	230	11,322	202,744	679,975
十和田市	61,024	25,867	193,666	14,656	14,264	312	80	35,418	144,533
六戸町	10,546	3,834	25,438	3,816	3,771	44	0	5,755	15,991
おいらせ町	24,311	9,107	65,902	4,966	4,728	26	211	14,991	46,264
南部町	16,853	6,343	42,509	8,086	7,885	200	0	9,493	25,137
新郷村	2,280	812	7,577	1,682	1,579	103	0	755	5,176
7市町村計	354,552	147,772	1,277,285	59,469	46,791	1,060	11,613	278,716	945,303

※人口・世帯数は2019年10月1日時点

出典:青森県の人口、青森県市町村経済計算

### 2. 移動圏域人口分布・構成

#### (1) マーケティングエリア設定

次に、本産直候補地からの車両走行到達圏(10~30分)をマーケティング対象エリアと設定して、以下の条件で本エリア内の人口分布・構成の調査分析を行った。

**【エリア設定】**

- 分析ツール:jSTAT MAP(政府統計ポータルサイト)
- 調査地点:五戸町大字上市川字中山前
- 対象エリア設定は以下の通り

エリア区分	エリア範囲 (移動時間)	エリア設定
①	1次エリア 10分	日常生活圏
②	2次エリア 20分	①+通勤圏
③	3次エリア 30分	①+②+観光周遊圏

※エリア範囲:自動車で時速40kmで走行して到達するエリア



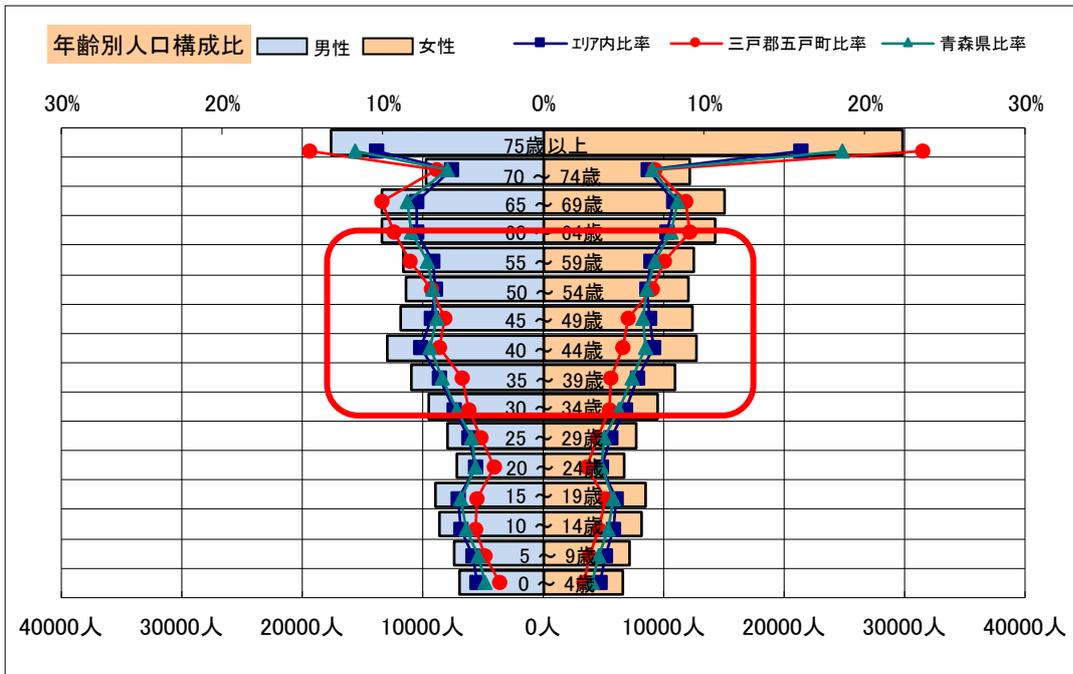
(2) 年齢別人口分布・構成

設定エリア内の年齢別人口構成は、図表 6-2 の通りである。人口分布としては、1 次エリアで約 1 万 3 千人、2 次エリアで約 15 万人、3 次エリアで約 36 万人が居住している。年代構成は、やはり 70 代が最も多く、次いで 60～69 歳までの団塊世代が続いている。

本エリアの主な特徴としては、五戸町及び 1 次エリアは老年人口（65 歳以上）、後期高齢者数（75 歳以上）の割合が県水準に比べても高い。一方で、2、3 次エリアは人口が増加している六戸町、おいらせ町が含まれることもあり、子育て世代である 30～50 代が多く、生産年齢人口（15～64 歳）がエリア内の 59.8% を占め、県全体の年代構成水準（57.9%）に比べても高い。

つまり、本エリアは、産直施設周辺の日常生活圏には高齢世代が、通勤・観光周遊圏には県内の他地域に比べても比較的若い子育て世代が多く住んでいるエリアといえる。

図表 6-2 3 次エリア内の年齢別人口構成



データ名	人口				
	1次エリア	2次エリア	3次エリア	三戸郡五戸町	青森県
人口総数(人)	13,140	147,698	358,740	17,433	1,308,265
男性	6,306	71,043	171,545	8,286	614,694
女性	6,834	76,655	187,195	9,147	693,571

年少人口(0歳～14歳)	1,617	19,023	44,919	1,689	148,208
生産年齢人口(15歳～64歳)	7,557	88,337	212,855	9,541	757,867
老年人口(65歳以上)	3,919	38,919	97,677	6,191	390,940
15歳以上就業者数	6,624	71,957	170,875	9,036	625,970
後期高齢者数(75歳以上)	2,014	18,662	47,387	3,363	199,344

出典: 国勢調査

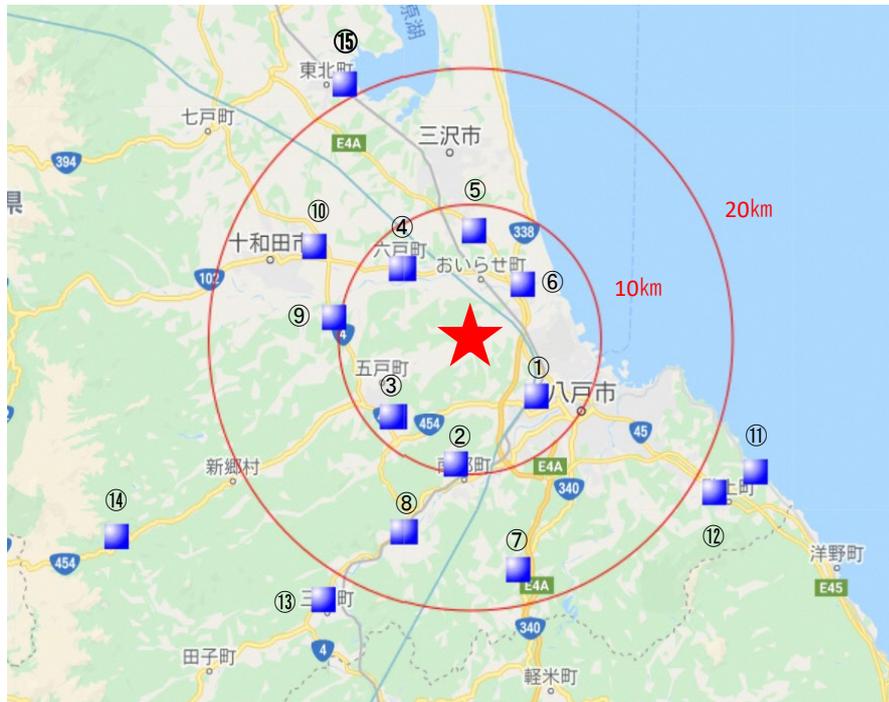
### 3. 競合環境

#### (1) 産直関連施設との競合状況

まずは直接的な競合が予想される近隣の産直関連施設の位置関係を確認する。候補地から半径20kmを競合圏域と設定してマッピングを行ったところ、20km圏内に10施設が立地するものの、5km圏内に競合先はない。よって、主な競合先は、生活・通勤圏である10km圏内の6施設と考えられる。これらを位置関係でみると、候補地は競合エリア内のちょうど中心地点となる空白エリアに位置すること、安定した交通量や周辺幹線道路へのアクセスの良さなどを考慮すると、地理的な競合上の優位性は高い。

次に、各施設の特徴を見ると、誘客コンテンツは様々あるものの、集客効果の高い飲食施設は主な競合先の内4施設が保有していない。よって、飲食施設を併設することによって、集客面でも優位性を高めることが可能となる。(以上、図表6-3参照)

図表 6-3 競合産直関連施設の分布図



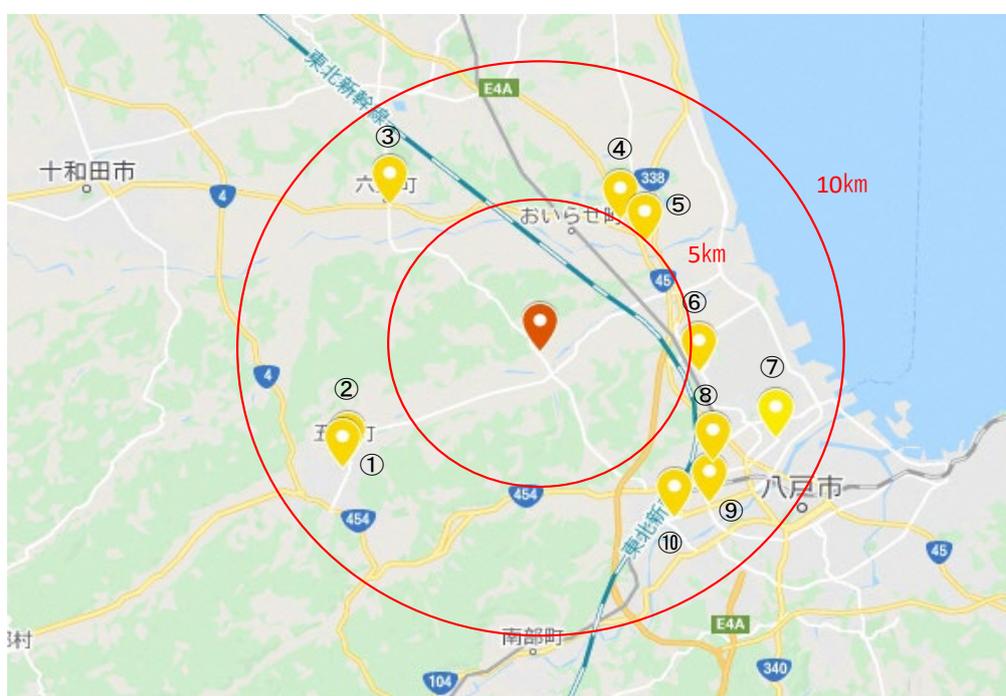
施設名	所在地	主力誘客コンテンツ(施設・食など)	飲食店 有無	圏域
① JA八戸八葉館	八戸市	八食センター、そば、イチゴ	×	10km
② ふくちジャッドセンター	南部町	パーテハウスふくち、さくらんぼ	×	
③ ふれあい市ごのへ	五戸町	ながいも、りんご、切花	×	
④ メイプルふれあいセンター	六戸町	道の駅、にんにく、ながいも	○	
⑤ アグリの里おいらせ	おいらせ町	観光農園、バイクインレストラン	○	
⑥ 味祭館	おいらせ町	イオン下田、キャベツ、イチゴ	×	
⑦ なんごうグリーンプラザ	八戸市	道の駅、南郷そば、ブルーベリー	○	20km
⑧ 名川チェリーセンター	南部町	さくらんぼ、りんご	×	
⑨ とわだびあ	十和田市	道の駅、農産物加工品	○	
⑩ JA十和田かだ〜れ	十和田市	農産物全般、肉牛	×	
⑪ ハマの駅あるでい〜ば	階上町	魚介類	○	20km超
⑫ 道の駅はしかみ	階上町	階上そば、テナント加工品、魚介類	○	
⑬ SUN・SUN産直ひろば	三戸町	道の駅、りんご、串もち	○	
⑭ 新郷村地場産品直売センター	新郷村	道の駅、ヨーグルト	○	
⑮ 道の駅おがわら湖	東北町	道の駅、小川原湖、しじみ	○	

## (2) スーパーマーケットとの競合状況

次に、食品などの日配品分野で競合するスーパーマーケット（以下、スーパー）との競合状況を確認する。日常的な買い物移動圏域を半径 10 km以内と設定して周辺スーパーをマッピングしたものが、図表 6-4 である。半径 5 km以内にスーパーは存在せず、候補地周辺エリア住民は最も近いおいらせ・八戸北部方面のスーパーを利用している可能性が高い。

よって、日配品分野でも直接的な競合がない本エリアに、スーパーよりも新鮮で安い農産品等を提供できる施設を設置することは、競合上優位であることに加え、今後懸念される高齢者等の買い物難民対策においても重要性は高まっていくことが予想される。

図表 6-4 競合スーパーマーケットの分布図



①	よこまちストア五戸店	五戸町	⑤	ユニバース百石店	おいらせ町
②	マエダストア五戸店		⑥	ユニバース桔梗野店	八戸市
③	マエダストア六戸店	六戸町	⑦	ユニバース下長店	
④	イオン下田店	おいらせ町	⑨	カブセンター長苗代店	
⑤	ユニバース百石店		⑩	よこまちストア一番町店	

## 4. 商品供給力

### (1) 農産品の供給能力

産直施設の主力商品である農産品の供給能力確認のため、本町及び隣接する市町村の農業就業人口、販売農家数、産出額をまとめたものが図表 6-5 である。

生産者の商品供給範囲を考慮し、供給主力エリアを本町、六戸町、おいらせ町とすると、就業人口 4,380 人、販売農家数 2,470 戸と 7 市町村の約 3 割を占める供給基盤を有すこととなる。

また、主力エリアの農産品産出額をみると、野菜、米、豚、ブロイラー、肉用牛が上位 5 品目となっており、中でも野菜はエリア内の 50%超の産出額を占めており、産直の「売り」である野菜の供給力の高さが伺える。

主力エリアにおける本町の農産品の特徴としては、米、野菜の産出量が多いことに加え、ブロイラー、果実、肉用牛で圧倒的なシェアを誇り、商品ラインナップの差別化という点でも大きな強みを有している。

図表 6-5 市町村別農産品供給力一覧

		就業人口 (人)	販売農家数 (戸)	農産品産出額(千万円) ※主要作物のみ抽出									
				米	豆類	いも類	野菜	果実	花き	工芸農品	肉用牛	ブロイラー	豚
主 カ エ リ ア	五戸町	2,105	1,170	115	1	0	489	86	2	9	54	98	-
	六戸町	1,300	743	90	1	2	581	0	-	17	6	-	21
	おいらせ町	975	557	63	0	3	564	0	2	2	4	-	176
	<b>小計</b>	<b>4,380</b>	<b>2,470</b>	<b>268</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1,634</b>	<b>86</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>64</b>	<b>98</b>	<b>197</b>
サ ブ エ リ ア	南部町	2,297	1,231	82	0	0	266	370	5	13	3	741	0
	十和田市	3,824	2,243	428	6	0	916	8	5	22	434	-	500
	八戸市	2,557	1,477	117	1	1	233	78	10	59	50	42	75
	新郷村	735	402	27	0	0	147	2	4	21	24	-	-
	総計(主カ+サブ)	13,793	7,823	922	9	6	3,196	544	28	143	575	881	772

出典:農林業センサス

### (2) 主力エリアの農産品目別供給力

次に、主要産品の品目別供給力を経営体数、作付面積で測ってみる。野菜については、本町はやまのいも、ねぎ、きゅうり、ピーマン、その他野菜(ごぼう、にんにく等)、花き類・花木に、六戸町はにんじん、やまのいも、その他野菜に、おいらせ町はだいこん、にんじん、はくさい、キャベツにそれぞれ強みを持っている。(以上、図表 6-6 参照)

また、産直施設の農産品に対する消費者ニーズを測るものとして、(財)都市農山漁村交流活性化機構が行った「売れ筋商品」の調査結果(図表 6-7)を参考にすると、売れ筋品の多くに主力エリアで強みのある産品が含まれており、消費者ニーズに対する供給力の面でも十分対応できるものとみられる。

図表 6-6 品目別供給力(経営体数・作付面積)

種類	品目	五戸町		六戸町		おいらせ町	
		経営体数 (先)	作付面積 (ha)	経営体数 (先)	作付面積 (ha)	経営体数 (先)	作付面積 (ha)
	米	914	862	638	841	373	464
野菜	だいこん	61	-	85	-	203	401
	にんじん	45	5	109	109	157	-
	やまのいも(ながいも)	356	356	153	201	76	94
	はくさい	50	3	16	4	77	25
	キャベツ	52	4	22	5	182	-
	ほうれんそう	23	1	9	0	26	6
	ねぎ	90	28	10	2	37	-
	きゅうり	74	5	5	-	15	-
	なす	28	-	5	-	13	-
	トマト	32	1	9	0	15	2
	ピーマン	47	-	4	0	5	0
	その他野菜	435	344	322	-	144	217
果実	りんご	268	144	-	-	-	-
	おうとう(さくらんぼ)	35	-	-	-	-	-
	うめ	54	10	-	-	-	-
豆類	大豆	38	15	22	38	3	0
	小豆	28	5	11	2	3	0
いも類	ばれいしょ(じゃがいも)	13	1	10	10	33	14
	肉用牛	30	-	13	-	3	-
	ブロイラー	4	-	1	-	-	-
	花き類・花木	11	3	2	-	7	1

※ - は不明

出典：農林水産省「グラフと統計で見る農林水産業」

図表 6-7 産直の生鮮品売れ筋上位 20 品

順位	生鮮品					
	品目	回答数	順位	品目	回答数	
1	トマト	272	11	ほうれんそう	53	
2	野菜	219	12	キャベツ	52	
3	きゅうり	155	13	ぶどう	50	
4	米	87	14	しいたけ	48	
5	いちご	81	15	とうもろこし	43	
6	切り花	75	16	なし	41	
7	なす	70	17	山菜	35	
8	果物	68	18	だいこん/卵	32	
9	みかん	57	19	鮮魚	31	
10	りんご/ねぎ	54	20	たまねぎ	30	

出典：(財)都市農山漁村交流活性化機構「農林水産物直売所・実態調査報告」

## 5. ターゲット顧客分析

### (1) 想定されるターゲット顧客層

これまで行った施設整備周辺エリアの人口分布・構成、競合環境、農産品供給能力を踏まえながら、施設利用が想定されるターゲット顧客を図表 6-8 の通り整理・分類した。

大きく分類すると、近隣エリア周辺住民が中心で、産直運営上で最も重要となる「地産地消型顧客層」及び域外からの来訪者が中心で、観光振興や交流・関係人口拡大の上で重要となる「観光・リピート型顧客層」に分けられる。安定した事業運営を行う上では、各顧客層の目的・特徴を踏まえた対応策やアプローチが重要となる。

図表 6-8 想定されるターゲット顧客層

ターゲット客		ターゲット属性		ターゲット客の目的・特徴など
			具体的イメージ	
地産地消型 (近隣・域内エリア)	日常利用客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日常の食事の食材、加工品等を買求める地元住民</li> <li>・定期的に買い物に来訪する周辺住民</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主婦・高齢者</li> <li>・飲食事業者</li> <li>・通勤労働者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の新鮮な農産を安く購入できることが主目的</li> <li>・旬の食材や地元ならではの加工品をタイムリー且つ気軽に入手できることも来訪の目的</li> <li>・<b>安定経営を目指す上での最重要顧客層</b></li> </ul>
	通行利用客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通勤、業務移動客</li> <li>・トイレ休憩や買物のために一時的に立寄る観光客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通勤、業務移動労働者</li> <li>・観光客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通勤者は帰宅途中の日用買い、業務移動者は自販機利用、短時間での昼食利用が多い</li> <li>・観光客は特産品・土産品の購入が目的</li> <li>・観光バス休憩客は、手軽に食べられるアイスクリーム、餅などの屋台系食品が人気</li> <li>・<b>平日通行利用の多い本産直では重要な顧客層</b></li> </ul>
観光・リピート型 (遠方・域外エリア)	食事利用客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ご当地の食事をゆっくり楽しみたい客</li> <li>・昼食時間帯に短時間に食事で立ち寄る通行客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファミリー層</li> <li>・高齢者</li> <li>・観光客</li> <li>・業務移動中労働者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元食材や特産品、期間限定食材など「ここでしか味わえない」食事を満喫することが目的</li> <li>・短時間食事型は、麺類、丼物などファストフード的な低料金且つ短時間メニューを好む傾向がある</li> <li>・コロナ禍でテイクアウト(弁当、パン等)の中食需要が上昇している</li> </ul>
	体験・レジャー利用客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーンツーリズムやものづくりなどの体験・レジャーを求める顧客</li> <li>・各種イベント参加客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファミリー層</li> <li>・学生</li> <li>・観光客</li> <li>・主婦・高齢者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物の収穫、農作業、料理教室、工芸品づくりなど非日常的な体験・アクティビティが目的</li> <li>・祭りや地域イベントを通じた地域住民とのふれあい・交流も目的の1つ</li> </ul>

## (2) 各ターゲット顧客へのアプローチ・対策

前項で整理した各ターゲット顧客の特性を踏まえた具体的な対策やアプローチ方法などについて、以下のとおり提示する。

### ① 日常利用客

最重要顧客層である日常利用客には、中核機能である産直の品揃えの充実や賑わいづくりに向けた対策・アプローチが欠かせない。

- 町内に加え、周辺市町村や域外生産者への出品依頼、参加呼びかけの実施
- 他地域との農産品の交流や時季物野菜類の市場仕入による品揃えの充実
- 新たな農産品の開発、産地づくり
- 中食需要をとらえた惣菜、加工品や新たな特産品の開発
- 惣菜、菓子工房等の加工施設の整備
- ポイントカードなど日用使いを喚起するシステムの構築

### ② 通行利用客

平日の交通量が特に多い本産直においては、休憩や食事などで一時的に立ち寄る顧客が相当数あるものと予想され、思わず「立ち寄ってみたい」と思わせるコンテンツ作りや顧客 PR が不可欠といえる。

- 旅行会社に対する土産買物、食事、休憩場所としての利用働きかけや「食」「体験」を組み合わせた観光ルート作りの依頼
- アイス、餅などの短時間で手軽に食べられるファストフード系店舗の設置
- 「休日に来よう」と思わせる企画・イベントのチラシやイベントカレンダー、パンフレットの配布・設置
- 自販機設置場所やトイレ→産直・レストランへの動線となる PR 看板、チラシ設置
- 通行車両に対する看板、のぼり等による視覚的なアピール強化

### ③ 食事利用客

「食」は集客効果の高い観光資源でもあり、「ここでしか味わえない食事」の提供は施設の大きな魅力となる。また、平日の業務用車両の交通量が多く、本施設は労働者の休憩、昼食場所となる可能性が高く、「早い・手軽・安い」食事の提供もリピーターづくりにつながるものと考えられる。

#### 【観光客向け】

- 直売所の新鮮食材利用をアピール
- 地域の伝統料理や特産食材を利用した「ここでしか食べられない」というプレミアム感のある食事を提供する
- 料理コンテストや人気ランキング付けなどによる話題作りや SNS 等によるメニューの積極的な情報発信を実施

#### 【通行客向け】

- 「早い・手軽・安い」ファストフード型メニュー（麺類、丼物等）の充実や看板メニューの開発
- 中食需要の高まりを考慮したイトインコーナーの併設
- 地元飲食店や知名度の高い飲食店などのテナント誘致の検討
- ポイント付与、クーポン配布によるリピートニーズの喚起

#### ④ 体験・レジャー利用客

近年の観光形態は観光スポットやグルメ巡りなどの従来の周遊型から、ピンポイントでの農業体験や屋外アクティビティなどの「コト」消費型にシフトしている。そうした非日常的な体験・レジャー型コンテンツも集客効果を高める上で重要となる。

- 農産品の収穫体験や農作業体験などができる圃場や協力農家の確保
- 遊具施設やバーベキュー広場、キャンプ場などのアウトドア施設の併設
- 地元食材を使った料理教室などの開催
- 地域や行政と連携したイベントの企画・開催
- グリーンツーリズム商品開発や旅行会社での商品化依頼
- SNS等を活用したコンテンツの積極的な情報発信

## Ⅶ 産直施設の導入機能

### 1. 施設に求められる機能

産直施設の道路交通上の立地状況や地域活性化における役割・機能を考慮すると、特性上「道の駅」に類似する点が非常に多い。よって、本産直施設整備についても、国土交通省が「道の駅」に求める道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者、観光客、地域住民のための「情報発信機能」、活力ある地域づくりや地場産業振興のための「地域連携機能」の3つの機能を有する施設として整備を検討することが望ましい。(以上、図表 7-1 参照)

図表 7-1 「道の駅」の目的と機能



3つの基本機能			
<b>①休憩機能</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・駐車場</li> <li>・トイレ</li> <li>・休憩施設</li> </ul>	<b>③地域連携機能</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産直・物販施設</li> <li>・飲食施設</li> <li>・防災施設</li> <li>・加工場施設</li> <li>・体験・交流施設 等</li> </ul>
<b>②情報発信機能</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報発信施設</li> </ul>		

### 2. 導入施設規模の算定

#### (1) 施設規模の算定プロセス

上記3つの基本機能について、各施設の規模を試算する。規模の試算にあたっては、「道路設計要領設計編(2014年3月 国土交通省中部地方整備局)」及び「設計要領第六集 建築施設編(2019年7月 ㈱東日本高速道路他)」で示す算定基準に基づき、「前面道路の交通量」→「必要駐車マス数」→「各施設規模」のプロセスで算定する。

(2) 必要駐車マス数の算定

① 交通量の設定 (図表 7-2)

施設規模算定の基準となる駐車マス数は、整備候補地の接する県道 20 号線の交通量を元に算定する。

交通量については、交通量が最大となる県道 20 号線の平日値を採用する。加えて、集客効果による県道 15 号線の交通量増加(町内及び国道 45 号線からの流入)の影響を考慮し、同路線の平日交通量の 50%を加算した合計 11,050 台を 1 日当たり交通量として設定する。

図表 7-2 道路交通量

	小型車	大型バス	大型貨物車	合計
県道 20 号線	7,512	23	1,144	8,679
県道 15 号線	2,141	11	219	2,371
<b>合計</b>	<b>9,653</b>	<b>34</b>	<b>1,363</b>	<b>11,050</b>

※県道 15 号線の 50%を増加交通量として加算。

② 必要駐車マス数の算定方法 (図表 7-3)

必要駐車マス数については、「道路設計要領設計編 (2014 年 3 月 国土交通省中部地方整備局)」に準拠した算定方法及び基準値を採用する。

図表 7-3 駐車マス数の算定方法

【算定式】

$$\text{必要駐車マス数} = \text{計画交通量 (実測値)} \times \text{休日サービス計数} \times \text{立寄率} \times \text{ラッシュ率} \times \text{回転率}$$

【算定諸項目】

【算定式構成項目】

計画交通量	計画目標年次における交通需要量等から推計した日交通量。(今回は実測値)
休日サービス計数	平均交通量から年間365日のうち35番目程度の交通量を求める計数
立寄率	kmあたりの立寄台数(台/日/km)/計画日交通量(台/日)
ラッシュ率	1日の立寄台数に対する立寄交通量が最大となる1時間の立寄台数の比率
回転率	1時間あたりの駐車回転率(駐車時間/60分)

【休日サービス計数】

年平均交通量Q(台/日)	休日サービス計数
0 < Q ≤ 25,000	1.4
25,000 < Q ≤ 50,000	1.65 - Q × 10.5
50000 < Q	1.15

【立寄率・ラッシュ率・回転率】

施設種類	車種	立寄率	ラッシュ率	回転率
サービスエリア	小型車	0.175	0.1	0.4
	大型バス	0.25	0.25	0.3
	大型貨物	0.125	0.075	0.5

③ 必要駐車マスの算定（図表 7-4）

前述の算定手法に基づき、必要駐車マス数は小型車 99 台、大型バス 1 台、大型貨物車 9 台分と算定される。よって、小型車 100 台、大型車 10 台を駐車マス数下限として設定する。

図表 7-4 必要駐車マス数

	交通量	休日サービス 計数	立寄率	ラッシュ率	回転率	駐車マス数	
小型車	9,653		0.175	0.100	0.4	99	➔
大型バス	34	1.4	0.250	0.250	0.3	1	
大型貨物車	1,363		0.125	0.075	0.5	9	
合計	11,050					109	

駐車マス数	
小型車	100
大型車	10
合計	110

④ 障がい者専用及び自動二輪車専用駐車マスの算出（図表 7-5）

障がい者専用駐車マスは小型車 2 台分、自動二輪車専用駐車マスは小型車 1 台分（自動二輪車 4 台分）とする。

図表 7-5 障がい者専用、自動二輪車専用駐車マス

【障がい者専用駐車マス】

駐車マス区分	障がい者用駐車マス数(台)	台数
全小型車駐車マス数 ≤ 200	全小型車駐車マス数 × 1/50 以上	2
全小型車駐車マス数 ≥ 200	全小型車駐車マス数 × 1/100 + 2 以上	-

【自動二輪車専用駐車マス】

交通量(サービスエリア基準)	自動二輪車専用駐車面積(m <sup>2</sup> )	台数
30,000台以下	12.5m <sup>2</sup> (小型車1マス相当)	4
30,000台以上	25.0m <sup>2</sup> (小型車2マス相当)	8

⑤ 駐車マス数及び総面積の算定（図表 7-6）

前項①～④により、駐車マス総数は 113 台分とする。また、駐車スペース以外の車両導線、植栽帯などの余カスペースを勘案すると、駐車場の総面積は約 5,300 m<sup>2</sup>が必要となる。なお、敷地面積に余力もみられるため、上記面積を下限として検討する。

図表 7-6 必要駐車マス及び総面積

車種	駐車マス数	1台当たり必要面積(m <sup>2</sup> )	駐車場面積(m <sup>2</sup> )
小型車	100	20.0	2,000.0
大型車	10	117.5	1,175.0
身体障がい者用	2	28.0	56.0
自動二輪車(小型車)	1	20.0	20.0
合計	113	-	3,251.0
車両導線、植栽帯、バス停留所等の余カスペース			2,000.0
<b>駐車場総面積</b>			<b>5,251.0</b>

(3) 基本機能施設の規模算定（図表 7-7）

算定した駐車マス数（113 台）より基本機能施設（トイレ、休憩所、レストラン等）は、「設計要領第六集 建築施設編（2019 年 7 月 東日本高速道路）」に基づき、駐車マス数 150 台の数値を各施設の敷地面積とする。なお、レストランは別途計算する。

図表 7-7 施設毎の基準面積

単位: m<sup>2</sup>

駐車マス数(台)	トイレ	レストラン	休憩所	ハイウェイ ショップ	附帯施設
300	580	831	250	255	550
250	490	693	210	230	550
200	390	556	210	200	550
<b>150</b>	<b>310</b>	<b>416</b>	<b>170</b>	<b>170</b>	<b>550</b>
100	230	279	140	160	550
50	140	141	140	160	550

【各施設内訳】

休憩所	休憩所、インフォメーション、事務室、救護室、湯茶接待室等
ハイウェイショップ	フードコート、ショッピングコーナー、自販機コーナー等
附帯施設	電気室、ボイラー室、浄化槽、倉庫等

(4) 農産品直売所、レストランの規模算定

① 直売所（図表 7-8）

農産品直売所の規模については、図表 7-8 の各データを参考に直売所 250 m<sup>2</sup>、バックヤード、事務所等 250 m<sup>2</sup>の合計 500 m<sup>2</sup>を基準として検討する。

図表 7-8 直売所規模参考データ

売場面積(m <sup>2</sup> )	割合(%)
1,500m <sup>2</sup> 以上	2.0
1,000~1,500m <sup>2</sup> 未満	2.6
500~1,000m <sup>2</sup> 未満	10.8
300~500m <sup>2</sup> 未満	14.5
<b>100~300m<sup>2</sup>未満</b>	<b>36.2</b>
50~100m <sup>2</sup> 未満	18.0
50m <sup>2</sup> 未満	15.3
その他	0.5

販売金額	直売所数(ヶ所)	平均売場面積(m <sup>2</sup> )
5億円以上	31	909
3~5億円	58	487
2~3億円	107	397
<b>1~2億円</b>	<b>266</b>	<b>234</b>
5千万~1億円	380	203
5千万円未満	1,276	108

出典: 農林水産研究所「農産物直売所の経済分析」

<b>平均売場面積</b>	<b>240m<sup>2</sup></b>
---------------	-------------------------

出典: (財)都市農山漁村交流活性化機構

「農林水産物直売所・実態調査報告」

② レストラン（図表 7-9）

レストランは、客室、厨房、客用トイレ、事務室等で形成され、「設計要領第六集 建築施設編（2019年7月 東日本高速道路）」に基づき、以下のとおり算出した。

図表 7-9 レストランの規模算定

記号	項目	小型車	大型バス	大型貨物	算式
P	駐車マス数(台)	100	1	9	
r	駐車回転率(回/h)	2.4	3.0	2.0	
Pa	車種別駐車台数(台)	240	3	18	$P \times r$
W	車種別乗車人数(人)	2.2	27	1.1	
N	立寄人数(人)	528	81	20	$P_a \times W$
u	レストラン利用率(%)	30%	10%	30%	
NL	レストラン利用人数(人)	158	8	6	$N \times u$
C	レストラン回転率(人/h)	2.0	2.0	2.0	
V	席数	79	4	3	$NL/C$
	席数合計	86			
M	一人当たり面積(m <sup>2</sup> )	1.6			
LS	食堂面積(m <sup>2</sup> )	138.0			$V \times M$
レストラン全体面積(m <sup>2</sup> )		413.9			$3 \times LS$

(3) 施設総規模の算定（図表 7-10）

交通量をベースにした駐車マス数から算定した各施設規模の算定結果は以下の通り。なお、算定値はあくまで概算値であり、候補地の敷地面積にも十分余裕もあることから、今後の基本設計等の検討・調整で変更となる可能性がある。

図表 7-10 施設規模算定結果一覧

機能	施設内容	面積(m <sup>2</sup> )
休憩機能	駐車場	5,300
	一般利用者用(小型・大型)	
	障がい者用	
	自動二輪車用	
	トイレ	310
	附帯施設	550
	無料休憩スペース	170
情報発信機能	情報発信施設	
地域連携機能	産地直売所(バックヤード等含む)	500
	物産販売所	170
	レストラン	414
	非常時電源・防災備蓄倉庫	50
施設規模総計		7,464
★地域連携機能(追加機能)	屋内コミュニティスペース(研修室、体験施設等)	要検討
	屋外スペース(イベント広場、観光農園等)	
	食品加工施設 等	

### 3. 施設の整備方針

#### (1) 各施設の整備方針と想定する具体的な整備施設・設備案

施設に求められる3つの機能を最大限活かすために、各施設の整備方針及び具体的な整備施設・設備案を図表7-11に示す。

図表 7-11 施設の整備方針と具体的な施設・設備案

施設		整備方針	想定する具体的な整備施設・設備
休憩機能	駐車場	・多くの利用者のために十分な駐車スペースを確保するとともに、施設内外への導線や周辺環境にも配慮した駐車場とする	・一般・大型車両用駐車場 ・障がい者用駐車場 ・自動二輪車用駐車場 ・EV車両用駐車場(EVステーション)
	トイレ	・休憩利用上の必須施設であり、子供から高齢者まで誰もが安全・安心・快適に利用できる施設とする	・男子・女子トイレ ・多目的トイレ(障がい者、乳幼児等)
	休憩施設	・旅行者や通行者の休憩場所として疲れを癒し、ゆつくりと休憩できるスペースとする	・自動販売機 ・喫茶・イートインコーナー ・屋外休憩所
情報発信	情報発信施設	・町内の観光情報や歴史・文化、地域イベント情報と共に周辺観光地情報などの提供・発信が可能な施設とする	・観光案内スペース ・フリーWi-Fi ・デジタルサイネージ、タブレット端末
地域連携機能	産直施設	新鮮な地場農産品や五戸町特産品の販売を通じ、地場産業の振興、交流人口の増加、当町のPR強化など町の新たな地域活性化機能の中心を担う施設とする	・産地直売所 ・物産品販売所
	飲食施設	・町特産の「三大肉」を活用した独自メニューや食の安全・安心にこだわった郷土料理などの「食」による集客効果が期待できる施設とする	・農家レストラン ・産直カフェ ・フードコート
	防災施設	・自然災害発生時における町東部エリアの緊急避難所として利用可能な防災拠点機能を有す施設とする	・避難所スペース ・防災用品備蓄所 ・自家発電、蓄電池設備 ・再生可能エネルギー設備
	関連施設【要検討】	・地域イベント参加や農作業、アウトドア、料理教室などの体験型サービスの提供による来訪者と住民の交流を生み出すとともに町のにぎわいづくりや魅力発信施設とする ・地場産品を利用した「食」の商品開発、加工製造拠点とする	・イベントステージ広場 ・研修所、各種体験施設 ・観光農園、市民農園 ・農産品加工場 ・アウトドア施設(遊具、バーベキュー場等) ・敷地内テナントショップ

## (2) 各施設の方向性、整備イメージ

次に、施設毎の整備の方向性や整備イメージを以下の通り提示する。

### ① 駐車場

- 駐車場は、車両・歩行者共に安全・円滑な動線を確認し、施設間の往来や安全性に配慮した配置を検討する。
- 駐車場内では、誘導案内板の設置や路面標示等により適切な誘導を行う。
- 障がい者用、自動二輪車用駐車スペースも確保する。
- 案内看板にはインバウンド対応として多言語表記の導入も検討する。
- EV(電気自動車)などの次世代自動車に対応するEV充電ステーションを設置する。
- 将来的な路線バスやコミュニティバスの停留所設置も見据えた整備を行う。



### ② トイレ

- 利用者が安心・安全・快適に利用できる清潔で開放感のあるトイレとする。
- 子育て世代や外国人など、誰もが使いやすいユニバーサルデザインに配慮する。
- 高齢者や身障者などへ配慮したバリアフリー型の多目的トイレを設置する。



### ③ 休憩施設

- 利用者の休憩場所として疲れを癒し、ゆっくりとくつろげる空間づくりに努める。
- 様々な世代の町民や観光客が日常的に集い、にぎわいと交流を生み出す場とする。
- 自動販売機コーナーやスイーツ、軽食を楽しめる喫茶スペースやイートインコーナーを設置する。



### ④ 情報発信施設

- 町や周辺エリアの観光・イベント情報、地域資源、歴史、文化、食などの町の魅力発信拠点となる施設づくりに努める。
- 急速に進むデジタル化対応としてフリーWi-Fi の設置やタイムリーな情報提供ができる電子看板（デジタルサイネージ）、タブレット端末の導入を検討する。
- 観光情報の提供や各種体験・教室の案内などができる観光コンシェルジュの配置を検討する。
- インバウンド対応として観光情報の多言語表記も検討する。



### ⑤ 産直・物産施設、飲食施設

- 新鮮で安全・安心な地場農産品を安価且つタイムリーに提供できる品揃えの充実した産地直売所づくりに努める。
- 町や周辺市町村の特産品等のアンテナショップとして機能する物産施設とする。
- 町特産の「三大肉」を活用した独自メニューや地域の伝統料理などを通じて、町の「食」の魅力を発信できる飲食施設とする。
- デジタル化社会に対応したキャッシュレス端末(電子マネー、クレジットカード等)の設置や非対面型キャッシュャーを導入する。
- ITによる空調等の設備制御やPOSデータのマーケティング活用、ネット販売、SNS活用などICT(情報通信技術)を活用した店舗運営・管理を行う。
- 分かりやすい店内表示や購買意欲を高める店内動線づくりや陳列棚の配置とともに、緊急時の非難経路も確保された店舗デザインとする。

#### 整備イメージ



【農産品直売所イメージ】



【キャッシュレス対応】



【レストランイメージ】

### ⑥ 防災施設

- 自然災害発生時に町東部エリアの避難所として機能する防災拠点施設とする。
- 非常時の自家発電機に加え、太陽光発電等の再生可能エネルギー設備や蓄電池などの非常用電源や無線通信を導入する。
- 災害時の非常食や防災グッズの備蓄基地として活用する。
- 災害用トイレの整備を検討する。

#### 整備イメージ



【自家発電設備】



【太陽光発電設備】



【災害用トイレ】

⑦ 関連施設（今後検討）

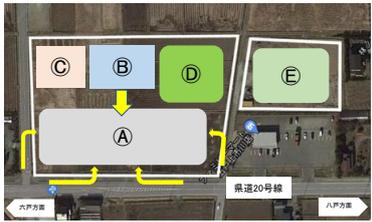
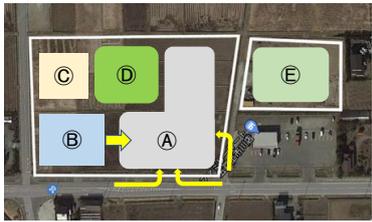
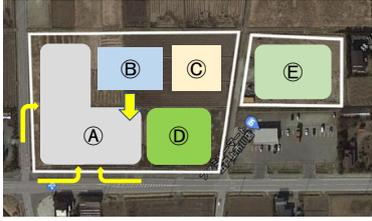
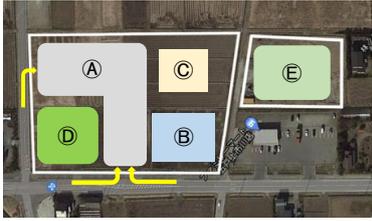
- 地域イベントの開催やグリーンツーリズム体験、料理教室などの各種体験型サービスを提供できる施設を検討する。
- 地域のコミュニティ活動や研修・セミナーなど多様な目的に合わせて活用できる施設を設置する。
- 集客効果の期待できる事業者のテナント出店や定期的な集客イベントができるスペースを確保する。
- 地元の生産者や事業者による地場産品等の地域資源を活用した商品開発・製造加工施設の設置を検討する。



#### 4. 産直施設のレイアウト検討

各施設のレイアウト案として、図表 7-11 の 4 パターンで比較検討を行った。車両動線や駐車場の形状、隣接するコンビニとの相乗効果等を総合的に勘案し、案①を最適案として提示する。なお、本レイアウト案については、今後の基本計画や実施設計等の具体的な協議を踏まえ、適宜修正・変更の上決定していくものとする。

図表 7-11 施設レイアウト案

		①: 駐車場 ②: 産直・レストラン等 ③: 関連施設 ④: 広場 ⑤: 第2駐車場・イベント広場等				
		<b>案①</b>				<b>案②</b>
レイアウトパターン						
施設の配置状況		・県道に平行して敷地奥側へ横一列に全施設を配置				・県道と直角に主要建物(八戸方面向き)、奥中央に関連施設、広場を配置
車両導線・アクセス		・県道及び左右車道の3動線で最も出入がしやすい				・県道と右側車道の2動線。右車道は狭く利用しづらい
利便性・安全性		・全施設及び隣接するコンビニへアクセスしやすい ・コンビニとの相乗効果も期待できる				・駐車場が中央部に位置し、施設へアクセスしやすい ・コンビニとの相乗効果も期待できる
施設景観		・駐車場が最も分かりやすく、全施設の一望可能				・主要施設が県道沿いに設置しており、視認性は高い
総合評価		◎				○
		<b>案③</b>				<b>案④</b>
ゾーニングパターン						
施設の配置状況		・コンビニ隣に広場、建物は敷地奥側に配置				・県道沿いに主要建物(六戸方面向き)と広場を配置
車両導線・アクセス		・県道と左側車道の2動線				・県道側動線が狭く、奥まり駐車場で防犯上も不安あり
利便性・安全性		・左上駐車場が死角になりやすい ・コンビニが遠く、相乗効果が薄い				・県道入り口の交通量が多く安全性に不安 ・コンビニが施設に遮られ、相乗効果が薄い
施設景観		・手前に広場があるため、通行客へのPR、賑わい演出面で有利				・主要施設、広場が県道沿でPR力は高い ・駐車場が奥まりで分かりにくい
総合評価		△				△

## 5. 入込客数推計

最後に、駐車マス数の算定プロセスを活用して、施設の年間入込客数を推計した。交通量から算定された年間入込客数は約 270,000 人と見込まれる。本町の人口規模に近い自治体に所在する産直関連施設の入込客数及び近隣道路交通量と比較しても、推計値としては概ね妥当な水準と考えられる。(以上、図表 7-12、7-13 参照)

図表 7-12 年間入込客予想

【前提条件】							
<ul style="list-style-type: none"> <li>交通量は県道20号線+15号線の50%を平日・休日毎に算出</li> <li>営業日は年末年始・お盆等を考慮し、年360日に設定</li> <li>平均乗車人数は、レストラン規模算定時の数値を活用</li> <li>産直利用率は、立ち寄った人の内買い物・食事等の利用客の割合とし、平日10%、休日20%と設定する</li> </ul>							
【平日(235日)】							
単位: 台・人							
種類	計画交通量	休日サービス計数	立寄率	立寄台数	平均乗車人数	1日当たり立寄人数	年間立寄人数
小型車	9,653	1.4	0.175	2,365	2.2	5,203	1,222,697
大型バス	35	1.4	0.250	12	27.0	331	77,726
大型貨物	1,363	1.4	0.125	239	1.1	262	61,659
合計	11,054	-	-	-	-	5,796	1,362,082
						産直利用率	10.0%
							136,208
【休日(125日)】							
種類	計画交通量	休日サービス計数	立寄率	立寄台数	平均乗車人数	1日当たり立寄人数	年間立寄人数
小型車	9,209	1.4	0.175	2,256	2.2	4,964	620,456
大型バス	20	1.4	0.250	7	27.0	189	23,625
大型貨物	317	1.4	0.125	55	1.1	61	7,628
合計	11,054	-	-	-	-	5,214	651,709
						産直利用率	20.0%
							130,342
						年間産直利用者数	266,550

図表 7-13 県内産直関連施設の入込客数推移と交通量

単位: 人・台								
町名	人口	種類	施設名	2017年	2018年	2019年	3期平均	交通量
藤崎町	14,824	産直	ふじさき食彩テラス	126,323	196,582	213,277	178,727	12,045
板柳町	13,274	産直	板柳ふるさとセンター	164,191	117,134	83,592	121,639	4,050
中泊町	10,401	道の駅	こどもり「ポンドマリ」	37,365	45,495	37,469	40,110	153
野辺地町	12,882	産直	のへじ活き活き常夜燈市場	39,794	40,888	43,241	41,308	7,636
七戸町	14,974	道の駅	しちのへ「七戸文化村」	780,417	733,396	771,303	761,705	11,672
六戸町	10,531	道の駅	ろくのへ	152,781	120,258	121,547	131,529	11,421
東北町	17,138	道の駅	おがわら湖	291,518	290,724	267,585	283,276	10,377
南部町	17,260	産直	名川チェリーセンター	218,345	216,032	209,149	214,509	10,801
階上町	13,625	道の駅	はしかみ	220,846	226,979	211,455	219,760	9,162
階上町	13,625	産直	ハマの駅あるでい〜ば	-	203,555	250,643	227,099	6,029
五戸町	16,492	産直	ふれあい市ごのへ	135,560	126,443	129,670	130,558	4,743

※1.人口は2019年10月時点

出典: 青森県の人口、青森県観光入込客統計

※2.五戸町は町提供資料による

※3.交通量は、施設近隣道路の「道路センサス」値を参照

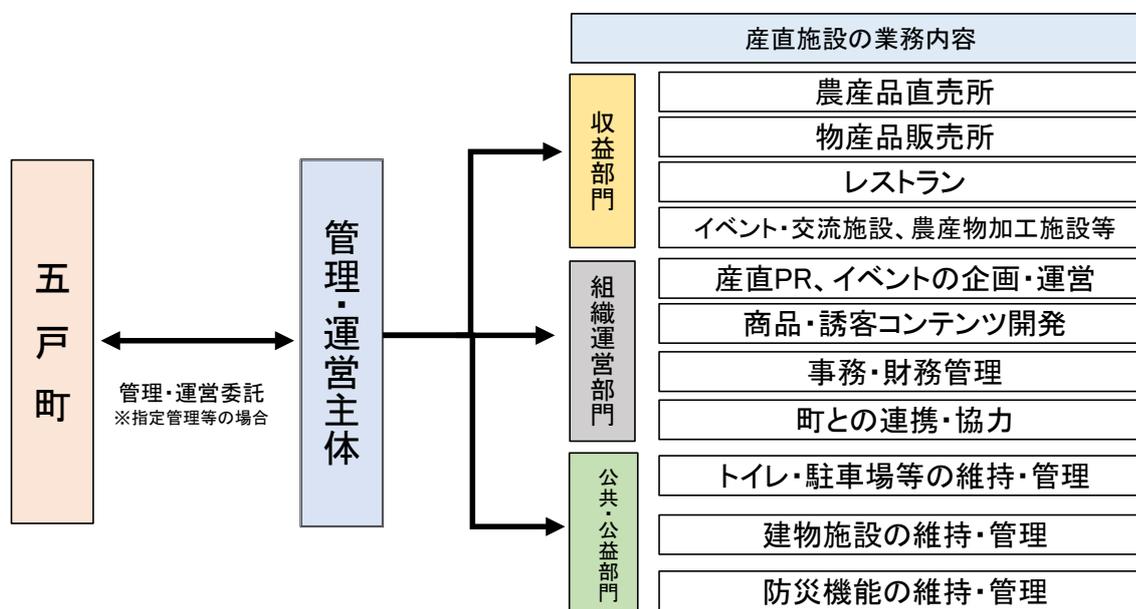
## VIII 管理・運営主体の検討

### 1. 管理・運営主体の組織構成

産直施設の管理・運営主体の組織構成を整理すると、農産品直売所や物産販売所、レストラン、加工場や交流施設等を担う収益部門、トイレ、駐車場、防災施設・設備等の維持・管理を中心とした公共・公益部門、そしてこれらの統括管理を行いながら、イベント企画や商品開発、事務・経理管理などを行う組織運営部門の3部門で構成される。(以上、図表 8-1 参照)

管理・運営主体はこれらの部門の各業務を遂行しながら、当該施設の整備効果を最大限発揮しつつ、持続可能な組織・運営体制を構築していくことが重要となる。

図表 8-1 管理・運営主体の組織構成・業務内容



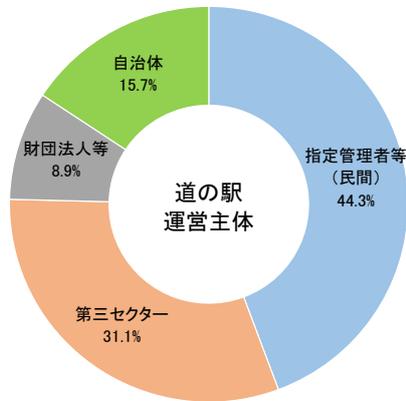
### 2. 管理・運営主体の検討

#### (1) 国内の道の駅、産直施設の運営主体の現状

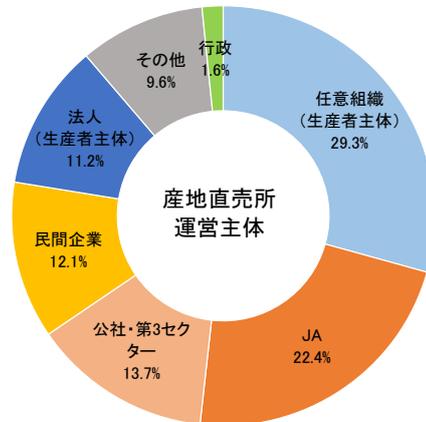
本構想において参考とする「道の駅」の管理・運営は、施設を設置する自治体による直営方式と、自治体との契約に基づく民間、第三セクター等が運営する指定管理方式に大別されている。

全国的な傾向として、道の駅については約 7 割程度が民間・第三セクターで運営されている。産直施設についても、JA を除くと 8 割弱の施設が民間・第三セクター等によって運営されており、自治体直営は 1.6% に留まっている。なお、県内産直ヒアリング調査においても、同様の傾向を確認している。(以上、図表 8-2 参照)

図表 8-2 道の駅・産地直売所の運営主体



資料:国土交通省「道の駅について」



資料:都市農産漁村交流活性化機構「農林水産物直売所・実態調査報告」

## (2) 管理・運営方式と選定方針

道の駅や産直施設等で採用されている管理・運営形態を直営方式、指定管理方式、PFI方式の3形態で区分、評価したものが図表 8-3 である。

総合的な評価では、自治体が一定の裁量・関与を保ちながら、収益施設の管理・運営にたけた民間事業者等に管理・運営を任せる「指定管理方式」が最も望ましい形態であると判断する。

次に、本施設の役割・機能を十分発揮するためには、産直やレストラン等による安定した収益を確保することが管理・運営上極めて重要な前提となる。また、新型コロナの影響に伴う消費者の行動変容、加速する社会のデジタル化への対応等「経済・社会変化」へのスピーディ且つ柔軟な対応力も、事業の成否を大きく左右する要素となる。

こうした背景を踏まえると、収益事業に関わるノウハウや知見、事業経営の自由度、意思決定のスピード感等の面で「指定管理方式」による「民間」が管理・運営主体として最も適しているものと考えられる。

図表 8-3 管理・運営形態一覧

管理・運営方式	直営方式	指定管理方式		PFI
管理・運営主体	自治体	民間	第3セクター	民間
業務内容	・施設の施工・整備 ・施設の運用・管理	施設の運営・管理	施設の運営・管理	・施設の施工・整備 ・施設の運用・管理
初期投資	財政負担	・初期投資は少額 ・参入しやすい	・初期投資は少額 ・設立資本金が必要	・多額の初期投資が必要 ・参入リスクが大きい
運営目的	・公共サービスの効率化・ 効果的な提供 ・地場産業振興	利益の追求	・利益の追求 ・公共サービスの効率化・ 効果的な提供	利益の追求
運営原資	・売上・収益 ・予算措置	・売上・収益 ・指定管理料 ・自社資金	・売上・収益 ・指定管理料 ・補助金(予算措置)	・売上・収益 ・PFI契約料 ・自社資金
自治体の関与度	直営関与	関与度は低い	公的な面も一部あり、関与度は 民間より高い	・PFI契約に基づく関与あり ・運営への関与度は低い
運営の自由度	予算措置や事業施策に基づ く運営のため制約が多い	民間のノウハウを活用した 多様な取り組み、仕掛け作り が可能で自由度が高い	公的な面も一部あるため、民 間ほど自由度は高くない	民間のノウハウを活用した 多様な取り組み、仕掛け作り が可能で自由度が高い
事業リスク	直営のためリスクは低い	通常の経営上のリスクあり	リスク時の財政支援も期待で き、リスクは比較的低い	通常の経営上のリスクあり
<b>総合評価</b>	<b>×</b>	<b>◎</b>	<b>○</b>	<b>×</b>

## IX 類似施設調査・研究

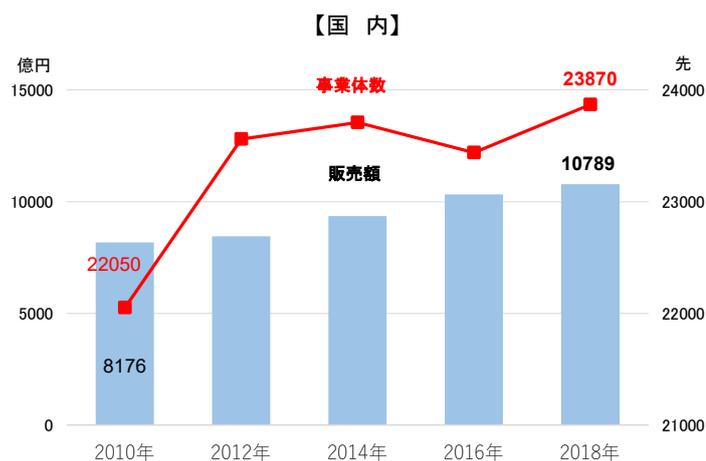
### 1. 業界分析

産直施設等の類似施設調査・研究にあたり、産直業界の市場動向や業界が抱える課題等について概観する。

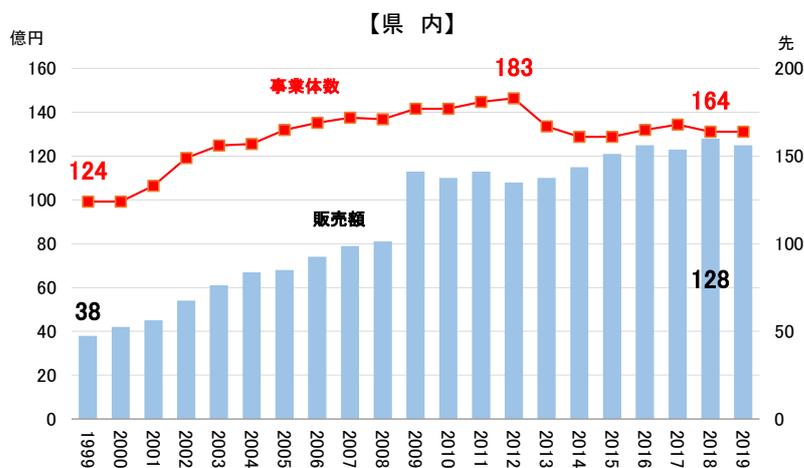
#### (1) 産直市場の現状

国内産直市場は、国の6次産業化推進に伴い、2018年時点で1兆円を超える市場規模まで成長している。また、県内においては、施設数は2012年の183施設をピークに以降減少・停滞に転じたものの、販売額は2018年に過去最高額となる128億円を計上するなど1999年以降右肩上がり成長を続けており、県内の農林水産業の流通・販売・雇用を支えるマーケットとして存在感を増している。(以上、図表9-1参照)

図表 9-1 国内・県内の産直市場推移



出典：農林水産省「6次産業化総合調査報告」



出典：県農林水産部調査資料

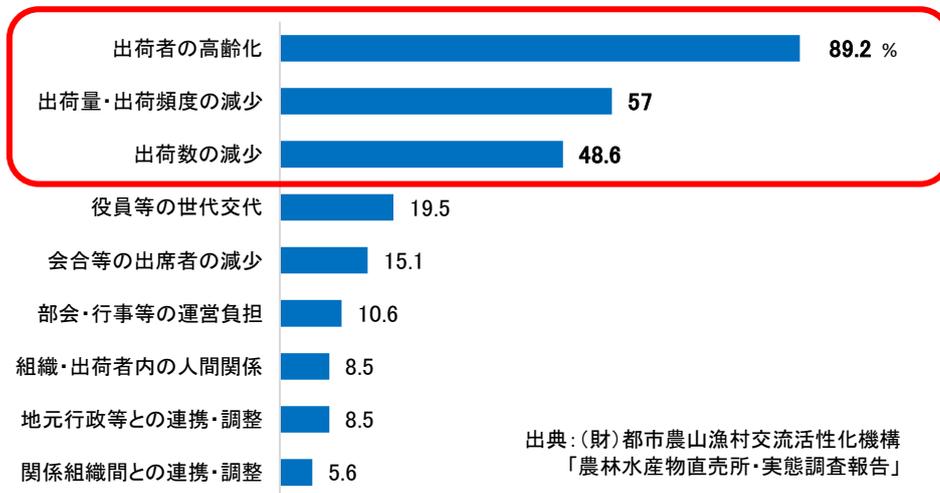
(2) 産直業界の課題

産直施設に対する各種アンケートによると、全国では、「出荷者の高齢化」を課題としてトップに挙げている。次いで「出荷量・頻度の減少」、「出荷数の減少」が約半数の施設で課題として認識している。

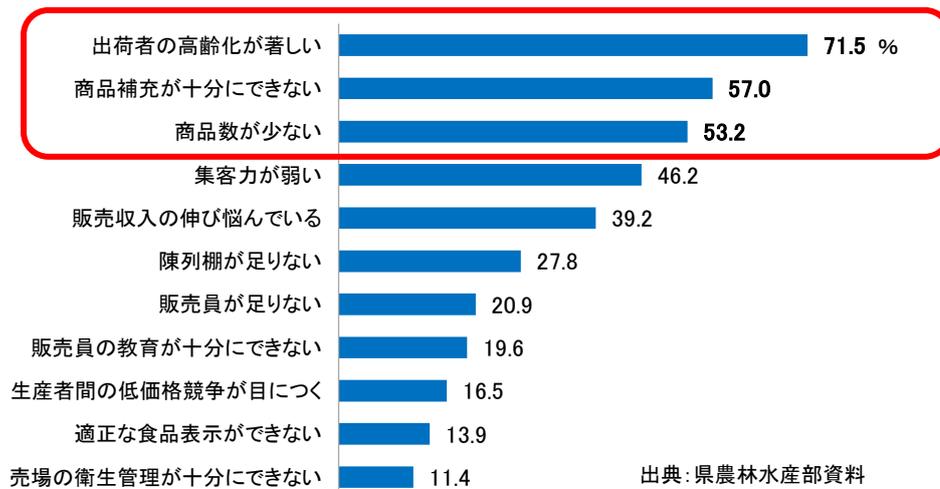
本県においても、同様の課題を抱える施設が多く、生産者の高齢化に伴う商品の供給力や品揃えの低下に対する対策が今後更に重要となってくると考えられる。また、集客力の弱さや売上の伸び悩み、従業員の確保、教育といった事業の根幹をなす収益、人材などに対する懸念も課題として挙げられている。(以上、図表 9-2 参照)

図表 9-2 産直施設が抱える課題

【全国】



【県内】



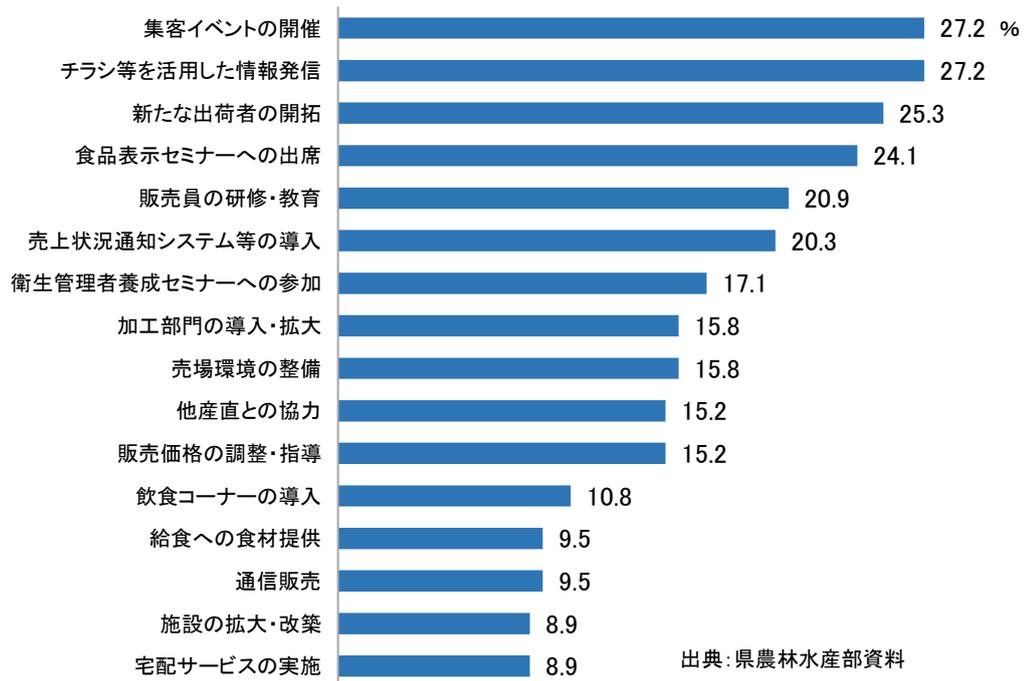
### (3) 課題解決に向けた取り組み

県内における課題解決に向けた具体的な取り組みとしては、集客に向けたイベント開催や情報発信、新規出荷者の開拓が上位を占めている。次いで、各種セミナーや研修など事業継続に必要な人材の確保や育成に向けた取り組みが増加している。

また、給食への食材提供や通信販売、宅配サービスなど新たな取り組みが一部で進んでいることが伺われる。(以上、図表 9-3 参照)

図表 9-3 課題解決に向けた取り組み

【県内】



## 2. 県内産直施設ヒアリング調査

産直業界の動向や課題を踏まえた上で、県内他地域の産直施設のハード・ソフト面の現状や特徴的な取り組み・課題を把握し、基本構想検討の参考とするために、以下の産直施設に対し実地ヒアリングを実施した。(以上、図表 9-4 参照)

### (1) ヒアリング調査先

図表 9-4 ヒアリング調査先一覧

地区	調査日	場 所	施設名	ヒアリング実施先
中 南	2020/11/19	弘前市	農産物直売所「野市里(のいちご)」	(有)ANEKKO
	2020/11/19	弘前市	道の駅ひろさき「サンフェスタいしかわ」	サンフェスタいしかわ(JA)
	2020/11/24	大鰐町	大鰐町地域交流センター「鰐 come」	プロジェクトおおわに事業協同組合
	2020/11/24	藤崎町	藤崎食産業創造拠点施設 「ふじさき食彩テラス」	(株)ふじさきファーマーズ LABO
西 北	2020/10/19	中泊町	中泊町特産物直売所「ピュア」	(株)アクトプラン
	2020/11/20	つがる市	つがる市農産直売所	じよっぱりの里(合)
	2020/11/20	鱒ヶ沢町	農産物直売所「あじ・彩・感」	鱒ヶ沢町観光協会
	2020/11/27	鶴田町	道の駅つるた「鶴の里あるじゃ」	(株)鶴の里振興公社
上 北	2020/11/26	おいらせ町	観光農園「アグリ」の里おいらせ	(株)アグリ」の里おいらせ
	2020/12/9	六ヶ所村	特産品販売所「六旬館」	六ヶ所村観光協会
三 八	2020/12/18	三戸町	SUN・SUN 産直ひろば	SUN・SUN 産直ひろば
	2020/12/18	階上町	道の駅はしかみ	(株)オダカネ

(2) ヒアリング調査内容

ヒアリング調査先の各施設のハード・ソフト面に関する情報の詳細は、図表 9-5 及び「ヒアリング内容とりまとめ」の通りである。

図表 9-5 主要ヒアリング項目一覧(主にハード・ソフト面)

組織形態	民間					
	つがる市	中泊町	大鰐町	階上町	弘前市	おいらせ町
所在地	つがる市	中泊町	大鰐町	階上町	弘前市	おいらせ町
施設名	つがる市農産直売所	ピュア	鰐Com	道の駅はしかみ	野市里	アグリのリおいらせ
施設所有者	つがる市	中泊町	大鰐町	階上町	(有)ANEKKO	㈱アグリのリおいらせ
運営管理者	じよっぱりの里(合)	㈱アクトブラン	プロジェクトおおわに 事業協同組合	㈱オダカネ	(有)ANEKKO	㈱アグリのリおいらせ
従業員数(人・パート含む)	22	7	46	21	15	40
管理方式	指定管理	指定管理	指定管理	指定管理	自社管理	自社管理
年間入込客数(人) ※ヒアリング含む	296,240	約150,000	580,316	211,455	約22,000	410,182
附帯施設(自社事業用)	加工場(別場所)	なし (生産者用加工場あり)	温泉、会議室	なし	観光農園 加工場(別場所)	観光農園、加工場
近隣施設(観光地等)	イオン柏	CVS(ファミリーマート)	JR大鰐駅	—	岩木山	介護施設(グループ企業)
駐車場(台)	普通:80 障がい:2 大型:3	普通:48 障がい:2 大型:2	普通:約70 臨時:約30 障がい:2 大型:2	普通:70 障がい:3 大型:9	普通:54 障がい:2 大型:2	普通:約200
産直会員数(先)	215	約260	約100	150	140	120
売上高 (ヒアリングベース)	360百万円	180百万円	非公開	非公開	非公開	230百万円
手数料率	・農産品15.5%(冷蔵+2%) ・総菜10.5%	・個人10~15%(町内外) ・団体18~20%(町内外) ※冷蔵+5%	一律20%	・町内15% ・町外20%	・農産品12% ・加工品16% ・工芸品20%	・農産品15% ・加工品15~18%
商品管理方法	・POS+メール ・自主持込・回収	・POS+メール ・自主持込・回収	・POSのみ ・自主持込・回収	・POS+メール ・自主持込・回収	・POS+メール ・自主持込・回収	・POS+メール(希望者) ・自主持込・回収
入会金・年会費等	・入会金10,000円 ・年3,000円	・個人:年3,000円 ・団体:年5,000円	年会費なし	・入会金4,000円 ・年会費3,000円	未確認	未確認
キャッシュレス導入有無	○	×	○	×	○	○

組織形態	第3セクター		その他			
	鶴田町	藤崎町	弘前市	鯉ヶ沢町	六ヶ所村	三戸町
所在地	鶴田町	藤崎町	弘前市	鯉ヶ沢町	六ヶ所村	三戸町
施設名	鶴の里あるじや	ふじさき食彩テラス	サンフェスタいしかわ	海の駅わんど	六ヶ所館	SUN-SUN産直ひろば
施設所有者	鶴田町	藤崎町	JA	鯉ヶ沢町	六ヶ所村	三戸町
運営管理者	㈱鶴の里振興公社	㈱ふじさきファーマーズLABO	JA	あじ菜感クラブ (生産者団体)	六ヶ所村観光協会	SUN-SUN産直ひろば (生産者団体)
従業員数(人・パート含む)	34	9	56	5	12	21
管理方式	指定管理	指定管理	自社管理	テナント	指定管理	指定管理
年間入込客数(人) ※ヒアリング含む	非公開	213,277	非公開	196,932	約80,000	325,846
附帯施設(自社事業用)	加工場	なし	加工場	なし	なし	なし (生産者用加工施設あり)
近隣施設(観光地等)	大型スーパー	CVS(ローソン)	高速道路IC、温泉施設	鯉ヶ沢漁港	ろっかぼっか(温泉)	道の駅さんのへ
駐車場(台)	普通:77 障がい:7 大型:10	普通:約100 障がい:2 大型:3	普通:45 臨時:80 多目的:6 大型:5	普通:約100 大型:5	普通:58 障がい:2 大型:5	普通:48 障がい:4 大型:10 EV充電器:2
産直会員数(先)	114	約130	137	70	97	89
売上高 (ヒアリングベース)	250百万円	109百万円	400百万円	170百万円	非公表	150百万円
手数料率	一律15%	・農産品・総菜類15% ・冷蔵庫利用18%	・正会員11% ・準会員15%	・農産品13.5% ・その他約20%まで	一律10%	一律15%
商品管理方法	・POS+メール(希望者) ・自主持込・回収	・POS+メール ・自主持込・回収	・POS+メール ・自主持込・回収	・POSのみ ・自主持込・回収	・POS+メール ・自主持込・回収	・POS+メール ・生産者持込・回収
入会金・年会費等	年5,000円	年5,000円	・入会金10,000円、 ・年会費なし(別途出資金)	年3,000円	年会費なし	・入会金30,000円 ・年会費なし
キャッシュレス導入有無	×	○	×	×	○	×

### 【ヒアリング内容取りまとめ】

- 従業員数は、加工場や誘客施設を併設している施設では 30 名以上が多い。それ以外の施設では 10～20 名程度で運営しているが、人手不足感が強い施設が多い。
- 管理方式としては、民間・第三セクターへの指定管理方式が大半を占める。
- 加工場は自社事業型と生産者利用型がある。生産者利用型は稼働率・収益性の面でデメリット大きく、事業経営の観点では自社事業型が望ましいとの声が多い。
- 近隣にコンビニ等何らかの集客施設が立地しているケースが大半であり、その相乗効果を実感している。
- 会員数は 200 先を超える産直もあるが、100～150 先が多い。近年は出荷しない会員も増加傾向にあり、実働会員の把握が重要。
- 駐車場は施設規模に応じ様々であるが、小型車は 50～100 台、大型車 2～10 台、障がい者用数台が主流。EV 充電スタンドは 1 ヶ所のみ。
- 手数料率の最低は 10%だが、15%が最も多い。また、料率の上乗せ条件としては、町内・町外、商品種類別（惣菜、工芸品等）、個人・法人、冷蔵庫使用有無などがみられた。
- 販売データ管理として全施設で POS システムを導入。また、大半の施設で会員向けに 1 日数回の自動メール配信（販売状況の通知）を実施。
- 大半の施設で会員が「袋詰め・バーコード貼付・陳列・回収」まで自己責任で対応している。ただし、一部施設では陳列の工夫のため、施設側で陳列を行っているケースもある。また、有料で移動集荷や代行廃棄を行っている施設もあった。
- 年会費 3～5 千円がメイン。入会金のみで年会費なしも複数あり。
- 今回調査先のキャッシュレス導入率は 50%。全施設でその必要性は認識しているが、手数料負担が増加し、採算悪化が懸念されるため導入に踏み切れない。

(3) 県内産直施設の特徴的な取り組みと課題

最後に、施設整備や開業後の事業運営にあたって参考とすべき各施設の特徴的な取り組みや課題について、以下の8事例を紹介する。

【事例1】 中泊町特産直売所「ピュア」(北津軽郡中泊町)

ヒアリング日	2020.12.1	
運営事業者	(株)アクトプラン	
対応者	店長 前田 晴香 氏	
施設概要 (主要施設)	産直・物産直売所、レストラン、加工場で構成	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 米・野菜・果実類(スイカ、メロン等)の一次産品全般</li> <li>➢ 中泊メバル御膳</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 集出荷データの有効活用 過去の集出荷データに基づき、生産者の出荷時期・価格の調整を実施。</li> <li>➢ 移動集荷・移動販売の展開 町内限定の移動集荷(手数料+5%)や県と連携した小泊地区でのタブレット発注型移動販売を実証中。</li> <li>➢ 会員向けガイドブックの作成 生産者向けに出荷・納品に係る簡易なガイドブックを配布している。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 手数料の低さ 現状の手数料率では採算厳しく、会員へ値上げ交渉を継続中。</li> <li>➢ 低稼働の加工場 当初生産者用に加工場を整備したが利用者が少なく、使われていない設備が一部ある。現状自社使用も検討していない。</li> <li>➢ 魚介類商品の充実 小泊地区の魚介類の人気の高いが、集荷量・輸送方法で課題あり。現在県と連携したコミュニティバスでの貨客混載搬送を実証中。</li> </ul>	



産直コーナー



豆腐・味噌加工施設(現在一部停止中)



物販コーナーからの全景

【事例2】ふじさき食産業創造拠点施設「ふじさき食彩テラス」(南津軽郡藤崎町)

ヒアリング日	2020.11.24	
運営事業者	(株)ふじさきファーマーズ LABO	
応対者	統括店長 松丸 良平 氏	
施設概要 (主要施設)	産直、レストラン、観光案内スペース、多目的ホール	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ アスパラガス、りんご、トマト、ときわ卵、ときわニンニク</li> <li>➢ レストラン (スープカレー店)</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 外部専門人材の登用 事務方トップに県プロ人材拠点を活用した外部専門人材(元外資系メーカー営業)を採用(経営管理、営業戦略、人材育成全般を担当)。</li> <li>➢ デジタル化対応の推進 フリーWi-Fi設置、SNSでの積極情報発信、キャッシュレス導入などデジタル化への対応を積極的に進めている。</li> <li>➢ 「見せる陳列」の励行 おしゃれな外観、陳列棚にりんご木箱の活用、POP広告など「見せる陳列」を意識して集客アップに努めている。</li> <li>➢ 町・若手生産者との連携 町や若手会員と連携した加工品等の商品開発にも取り組んでいる。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 品揃えのバリエーションが少ない 町特産の「ふじさき産品」へのこだわりからアイテム数が少ない。</li> <li>➢ 加工施設を持っていない 加工品は町内業者委託のみ。自社用の加工施設が欲しい。</li> <li>➢ 冬場の品揃え 冬場の野菜は市場調達中心で品不足になりがちで見栄えも悪い。</li> </ul>	



産直コーナー



レストラン(スープカレー専門店)



観光案内スペース

### 【事例3】 つがる市農産物直売所（つがる市）

ヒアリング日	2020. 11. 20	
運営事業者	じょっぱりの里（合）	
対応者	館長 成田 洋 氏	
施設概要 （主要施設）	産直、魚市場・レストラン・カフェ（以上テナント）、加工場（別敷地にあり）	
主力誘客コンテンツ （観光・食など）	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ スイカ、メロン、米、野菜類</li> <li>➢ しとぎ餅、すしこ、ところてん</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 会員向け移動集荷・商品廃棄の実施 有料で移動集荷や商品廃棄を実施。高齢会員が多く、問合せ増加中。</li> <li>➢ 集荷の効率化 会員に対するバックヤードまでの納品導線（袋詰め、バーコード貼付、持込方法等）の指導徹底により効率的な集荷体制を構築。</li> <li>➢ 商品陳列の工夫 豊富な食材ラインナップ演出のために商品別陳列で見栄え・在庫を随時チェック。目玉商品の入荷時間案内も集客効果あり。</li> <li>➢ ネット販売の活用 市運営のECサイト経由による産直商品のネット販売も展開している。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 直売所、バックヤード、加工場などが手狭 当初想定以上の産品持込や加工品売上から施設・設備の拡張が必要な状況。加工場は同一敷地内に作るべきとの意見あり。（別敷地は不便）</li> <li>➢ 会員の高齢化、減少 高齢化による会員の減少が最大の懸念。若手は大規模化、高付加価値化に流れており、持込量は少ない傾向にある。</li> <li>➢ 万引き対応 近年万引きが増加しており、防犯対策が必要。</li> </ul>	



産直コーナー全景



しとぎ餅、すしこ等加工品の陳列棚



商品別陳列による豊富さの演出

【事例4】道の駅「鶴の里あるじゃ」（北津軽郡鶴田町）

ヒアリング日	2020. 11. 27	
運営事業者	(株)鶴の里振興公社	
対応者	駅長 一戸 明彦 氏	
施設概要 (主要施設)	道の駅、産直、レストラン、カフェ、加工場、観光案内所	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ スチューベン、りんご</li> <li>▶ スチューベン加工品</li> <li>▶ びっくりパン、バケツ豆腐、大福</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>戦略的な設備投資の継続</b> 国の補助金等を活用しながら、約5年スパンの計画的な設備投資による話題作りやニーズ再喚起に努めている。2020年4月、鶴の舞橋に連携施設「ここにもあるじゃ」を設置し、相乗効果を狙っている。</li> <li>▶ <b>「名物商品」の積極開発</b> 自社及び他社委託による商品開発の積極的なトライ&amp;エラーの励行を心掛け、「名物商品」を生み出し続けている。(バケツ豆腐、びっくりパン)</li> <li>▶ <b>効率的な人材登用と活用</b> 食関連業務経験者の優先採用や部門長のOJT研修による業務互換性向上など効率的な人材登用・活用に取り組んでいる。</li> <li>▶ <b>「売れる商品陳列」の研究・実践</b> 「売れ筋」までの動線(入口→陳列棚)や「見せ方」(広いスペース、山積・大量陳列など)を常に研究・実践している。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>後継人材の確保・育成</b> 現駅長の後継者となりえる人材を現在育成中。後継候補人材には相応の報酬も必要と認識。</li> <li>▶ <b>設備更新やデジタル化対応</b> 道の駅・トイレの老朽化・バリアフリー対策がハード面の課題。コロナ対策となるキャッシュレス化も必須。(2021年より導入予定)</li> <li>▶ <b>会員の高齢化、後継者不足</b></li> </ul>	



産直コーナー全景



特産品・スチューベンワインなど



カフェ付パン・もち・豆腐加工場

【事例5】道の駅ひろさき「サンフェスタいしかわ」（弘前市）

ヒアリング日	2020. 11. 19	
運営事業者	JA 津軽みらい農業協同組合	
対応者	サンフェスタいしかわ 桑田 千恵子 氏	
施設概要 (主要施設)	産直・物産直売所、食堂、パン・スイーツ店、豆腐・餅店、加工場	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ りんご、りんご加工品全般</li> <li>➤ 豆腐かまぼこ、漬物、パン類</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 「強み」である加工品生産体制の充実 りんご加工品、豆腐、漬物などの加工部門を「強み」とした加工場の整備、生産ラインの構築に取り組んでいる。</li> <li>➤ 冬場の品揃え対策 会員の冬場の陳列はフリー方式で納品促進。不足時は JA グループ調達でカバー可能。</li> <li>➤ 買い物カートの導入 高齢者や障がい者向けに買い物カートを導入。通路拡幅やバリアフリー化なども実施している。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 組織改編に伴う組織硬直化、自由度の低下 JA 支所統合等で意思決定が鈍化、複雑化。生産者の会の活動、各種イベント企画、商品開発など停滞気味。集客力も近年低下している。</li> <li>➤ 売上・収益の低下 上記に加え、コロナ禍の影響で観光客も減少し、売上・収益悪化。</li> <li>➤ 会員の高齢化、後継者不足 会員の高齢化、出荷者減少は今後深刻な課題になるとの認識。若手新規就農者は微増にとどまっている。</li> </ul>	



産直コーナー全景



自社製りんごジュース陳列棚



りんごスイーツ加工工場

【事例6】観光農園「アグリのリおいらせ」（おいらせ町）

ヒアリング日	2020.11.26	
運営事業者	(株)アグリのリおいらせ	
応対者	代表 苫米地 義之 氏	
施設概要 (主要施設)	産直、観光農園、バイキングレストラン、そば・パン・スイーツ店、動物ふれあい広場、足湯	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 観光農園、農園レストラン</li> <li>▶ いちご、バナナ、もち小麦商品</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>農福連携事業の展開</b> 隣接する福祉施設（グループ会社）利用者の就労支援の一環として施設内で雇用。農福連携事業としては国内でもパイオニア的事例。</li> <li>▶ <b>通年観光受入・生産態勢の確立</b> 温泉を利用したハウス農園（いちご、バナナ等）による通年での観光受入や直売用野菜・フルーツの生産を可能にしている。</li> <li>▶ <b>規格外商品の活用</b> 会員の規格外農産物は、特売品やレストランでの活用、飼育動物の餌などとして無駄なく活用し、フードロス低減に努めている。</li> <li>▶ <b>段階的な設備拡張と補助金の有効活用</b> 社会情勢・ニーズ、活用できる補助金などを見据えた段階的な施設整備を進めている。（本事例：温泉→観光農園→産直→レストランなど）</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>観光客減少への対応</b> コロナ禍によりメインターゲットである観光客（インバウンド含め）の減少が目下の最大の課題。</li> <li>▶ <b>商品開発の停滞</b> もち小麦以降商品開発は停滞気味。現在地元大学生・高齢者生産者と連携した新たな商品開発に取り組んでいる。</li> <li>▶ <b>会員の高齢化、減少</b> 生産者の高齢化、後継者不在が今後の大きな課題。</li> </ul>	



産直コーナー全景



農園バイキングレストラン



ハウス熱帯果樹園

### 【事例7】農産物直売所「野市里」（弘前市）

ヒアリング日	2020. 11. 19	
運営事業者	(有)ANEKKO	
対応者	代表取締役 村上 美栄子 氏	
施設概要 (主要施設)	産直、レストラン、交流スペース、観光農園、加工場	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 嶽きみ（関連スイーツ）、りんご、山菜、夏野菜</li> <li>➢ レストラン</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>体験型コンテンツの充実</b> グリーンツーリズム体験や市民農園、嶽きみオーナー制度など体験型サービスコンテンツが豊富。</li> <li>➢ <b>積極的なイベント企画・運営</b> 音楽ライブや劇団公演、カルチャースクールなど定期的なイベントを積極的に開催し、集客につなげている。</li> <li>➢ <b>ターゲット別のメニュー開発</b> 観光客向けの特別メニュー（農家料理）に加え、ファストフード型メニュー（味噌ラーメン）の看板メニュー化に成功。</li> <li>➢ <b>他産直との積極交流</b> 他産直との商品交流やイベント参加などによる販路拡大や品揃えのカバーに積極的に取り組んでいる。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>手数料設定が低い</b> レストラン部門で一定の黒字確保も、現状の手数料設定では採算面が厳しい。（2019年生産者 10%→12%へ引上げ済み）</li> <li>➢ <b>冬場の誘客</b> 冬の岩木山のシーズンオフ時はどうしても集客に苦戦。イベント等開催も冬の赤字はやむを得ないと認識。（夏～秋で黒字確保）</li> <li>➢ <b>従業員の確保</b> 若手が比較的多いが定着率が低く、常時人手不足になっている。高齢者の活用も検討が必要。</li> </ul>	



産直コーナー



岩木山を一望できるレストラン



市民農園

【事例8】大鰐町地域交流センター「鰐 com」（南津軽郡大鰐町）

ヒアリング日	2020. 11. 24	
運営事業者	プロジェクトおおわに事業協同組合	
対応者	常務理事 渋谷 敏志	
施設概要 (主要施設)	産直・物産直売所、レストラン、温泉施設、多目的ホール、イベント広場	
主力誘客コンテンツ (観光・食など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 温泉もやし、赤ピーツ、りんご</li> <li>➢ 鰐の湯（温泉施設）</li> </ul>	
特徴的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「温泉」を活用した施設・特産品作り                      地元資源である「温泉」をフル活用し、温泉施設と温泉もやしを観光ブランドにまで育て上げている。</li> <li>➢ 社員教育への取り組み                      「世界一のサービス」を社訓に掲げ、顧客サービス向上に向けた社員教育を徹底している。</li> <li>➢ 積極的なイベント企画と情報発信                      定期的な販促イベントや近隣鉄道とのコラボ商品開発（温泉付き乗車券）とともに、自社HP、SNSでの積極的な情報発信に注力。</li> </ul>	
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 団体客の減少                      コロナ禍によりメイン顧客である団体客（高齢者団体）が大幅に減少している。</li> <li>➢ 財政支援、活用可能な補助金が少ない                      町の財政上支援が少ない上、事業組合という組織から利用できる補助金も限定的であるため、資金繰りが厳しい場面がある。</li> <li>➢ 産直の品揃えが弱い                      スペースの問題もあるが、納品する実働会員が高齢化の影響で少なくなっているため、常時品揃えに不安がある。</li> </ul>	



産直コーナー



観光案内スペース



温泉・休憩施設

## X まとめ

### 1. 産直施設整備に係る各種調査・検討内容について

#### (1) 五戸町の現状・課題を踏まえた産直施設の必要性

本町は、地域の活力や賑わいの原資となる人口の減少を背景に、町の基幹産業である農業就業者の高齢化に伴う農業基盤弱体への懸念や周辺市町村と比べても誘客力の低い観光関連産業などの課題を有している。

産直施設の新設は、農産品等の地域資源の活用を通じて、地域の農業振興や関連産業の活性化、雇用創出、町内外の住民のふれあいや交流などをもたらす機能を有し、町の抱える様々な課題の解決策の1つとして必要性は十分認められる。

#### (2) 道路交通量調査・分析結果と候補地選定

産直施設の整備エリアを県道20号線と15号線の交差するエリアとして実施した道路交通量調査によると、両線合計で平日約13,000台、休日約11,000台の交通量が確認された。

これにより、本エリアが町内で最も交通量が多いこと、都市間（八戸～十和田・三沢）を結ぶ主要幹線として、労働者の通勤・商用での利用頻度が高く、交通量も安定していることが明らかとなった。

本調査に基づき、産直設置場所は、県道20号線沿いのファミリーマート五戸上市川店隣接地を第一候補とした。ただし、当該エリアは水災リスクがあるため、万全の防災・減災機能を備えた施設にする必要がある。

#### (3) マーケティング調査・分析結果

整備候補地を中心とした車の移動到達圏をマーケティング対象エリアと設定して調査した結果、エリア内には約36万人が住居し、施設近隣エリアには高齢者が多く、通勤・観光周遊圏には県内他地区に比べて子育て世代が多いことが分かった。

類似施設との競合については、候補地は産直・スーパーともに5km圏内にはない空白エリアであり、交通量及び町内外からのアクセス等を考慮しても立地の優位性は極めて高い。

農産品の供給力についても、ニーズの高い一般的な農産品は主要3町（本町、六戸町、おいらせ町）で十分カバー可能であるとみられる。

これらを踏まえた想定される顧客層を分析すると、「地産地消型」の域内居住者（地元住民、通勤者等の通行客）、「観光・リピート型」の域外居住者（観光移動客等）に大きく分けられる。産直機能の有効活用には、各ターゲット客層の特徴やニーズを踏まえたアプローチや対策が重要となる。

以上の交通量調査、マーケティング調査の結果より、整備候補地における産直施設の事業可能性は十分にあり、本産直施設整備検討は妥当と判断する。

#### (4) 産直施設の導入機能検討

本産直施設は、「休憩」「情報発信」「地域連携」の3つを基本機能として整備することとし、施設規模は約 7,500 m<sup>2</sup>（駐車スペース 5,300 m<sup>2</sup>、建物施設 2,200 m<sup>2</sup>）を下限に設定した。また、基本施設は、駐車場、トイレ、休憩施設、情報発信施設、産直・飲食施設、防災施設で構成するものとし、関連施設は派生機能を持った付帯施設として引き続き検討を行うものとする。

なお、施設規模算定のプロセスで算出された本施設の予想年間利用者数は、約 270,000 人となった。県内の他の産直の入込客実績、近隣交通量と比較しても、推計値としては概ね妥当な水準と考える。

#### (5) 管理・運営主体の検討

産直施設の機能を十分に発揮するためには、収益事業に係る豊富な知見・ノウハウを有す「民間事業者」が、自治体が一定の裁量・関与を持った「指定管理方式」の下で、安定した収益基盤を確保しながら、柔軟かつ自由度の高い管理・運営を行うことが最も望ましいものと思われる。

#### (6) 類似施設研究・調査

国内・県内ともに産直市場は拡大を続けているが、生産者の高齢化を背景とした商品不足や集客力低下、人材不足等が業界の課題となっている。

県内産直施設のヒアリング調査においても、同様の課題を抱える施設が多くみられた。一方で、各施設の特色や強みを活かした取り組みやノウハウ・知見には参考とすべき示唆が多く、本施設整備及び産直開業後の事業運営を検討する上で積極的に取り入れていくべきである。

## 2. 産直施設整備に向けた提言

最後にこれまでの各種調査・分析や他の産直施設ヒアリングを通じて得た情報・知見をもとに、目指すべき持続可能な産直施設づくりに向けた方策及び考え方について、以下の5つを提言する。

### (1) 「強み」を活かした「選ばれる産直」づくり

業界分析でもあったように、産直市場は拡大傾向にある一方、近年は大型店舗の出店も増え、競争環境は厳しさを増している。本産直所は立地上の競合は少ないものの、こうした厳しい競争環境の中においては、他の産直との「差別化」や「特徴ある店づくり」が事業の成否を左右するものとする。

本町は農業を基幹産業としているため、農産物のラインナップは充実しており、他産直との品質・価格・品揃え等の競合においても決して劣ることはないだろう。それに加えて、ここでしか「手に入らない」「味わえない」「体験できない」といった希少性の高いコンテンツを持つことが、「選ばれる産直」として厳しい競合環境を生き抜いていくためには必須といえる。

例えば、「希少性の高さ」という観点に立つと、本町は馬肉・牛肉・鶏肉の「三大肉」という「食」の強力なコンテンツを有す。これらを活用したご当地メニューの開発や、「三大肉」を起点とした情報発信やイベント開催などは、「ここでしか〜」というプレミアム感を演出する上で非常に有効なコンテンツとなるだろう。また、これらと組み合わせた体験型コンテンツ（肥育作業体験、料理教室、農業作業＋バーベキュー体験等）なども「差別化」という点で非常に有効と思われる。

人口減少や今般の新型コロナの状況下においては、現状以上の競合に加え、他業種との競合激化も懸念される。従来の産直の「強み」である「新鮮・安全・安価な農産品」とともに、「ここにしかない」という「強み」を最大限活かすことが、「選ばれる産直」の条件の1つとなるだろう。

### (2) 中長期的且つ柔軟な整備計画の検討

公共施設等にありがちな「作ったものの使われていない」という事例は産直施設においても見られる。例えば、中泊町「ピュア」の加工場は、当初生産者向けとして大規模な加工施設が整備されたものの、現状は一部の生産者が使うのみで、ほとんど使われていない施設もあるという事例も見られた。

一方で、鶴田町「鶴の里あるじゃ」では、約5年程度のスパンを目安に計画的な施設・設備整備を進めている。具体的には、その時々的人气商品（パン、豆腐、ジュース等）の内製化や集客力強化を目的に、国や自治体の支援制度を上手く活用しながら、戦略的に施設整備を進めているというものだ。（例：道の駅→豆腐・パン加工施設→カフェ増設→産直施設・観光案内所→ジュース加工場→連携施設「ここにもあるじゃ」など）

また、この整備手法は、施設インフラ及び商品コンテンツの強化とともに、定期的な施

設の話題作りや活動状況の「見える化」にもつながっており、新たな顧客開拓だけでなくリピーターの呼び込みも期待できるというメリットがある。

この 2 事例は、施設整備戦略として非常に参考になる事例であり、本産直施設においても、中長期的な視点を持ちながら、社会情勢や消費者ニーズを見極め、各種支援制度を上手く使いながら効率的且つ柔軟に施設整備を進めていくべきであろう。

### (3) ICT（情報通信技術）の積極活用

今般の新型コロナの感染拡大の影響により、社会のデジタル化は急速に進んでおり、産直施設においても従前から一般的に利用されている POS システムに加え、電子マネーやキャッシュレスの導入、SNS を活用した情報発信等 ICT の活用場面が増えている。

だが、県内においては、キャッシュレス化は手数料がネックとなり、導入に至っていない施設もまだまだ多い。また、POS システムも事務効率化の観点のみで導入されているケースが大半である。SNS やホームページでの情報発信にも温度差があり、本県の産直施設の ICT 化は、まだまだ遅れているのが現状といえる。

そうした意味では、本産直における ICT の積極導入は、「差別化」という意味でも取り組む意義は非常に大きい。例えば、フリーWi-Fi 設置やキャッシュレス導入、SNS 活用はもちろんのこと、EC サイトの活用や POS システムを使ったトレーサビリティシステムの導入、集出荷データの AI 分析に基づくマーケティング活用、施設内空調の IT 制御等での活用は、今後主流となる「5G（第 5 世代移動通信システム）」といった新たなデジタル技術が普及していく中においては、もはや「常識」となる可能性が高い。

ICT 導入の第一の目的は、業務効率化や生産性向上にあるが、次世代のデジタル社会も見据えた ICT の早期積極導入は、「先進性」という点においても本産直施設の「特徴」や「強み」となるものと考えられる。

### (4) マネジメント人材の確保

「選ばれる産直」づくりに向けては、前述した戦略や考え方に基づいた店舗・組織づくりが不可欠である。そのためには、産直に関わる様々なステークホルダー（生産者、消費者、自治体等の利害関係者）との調整を行いながら、事業経営に係る戦略・方針を明確にし、その実現に向けた組織を構築、運営していくことができる「マネジメント人材」の存在が必要不可欠である。

今回の産直ヒアリング調査において、複数の施設運営トップの方と面談する機会を得たが、人気を博す施設のトップの多くが、生産者や自治体、地域とも上手く連携を取りながら、強力なリーダーシップと指導力で組織をまとめ、様々な取り組みに挑戦している姿が非常に印象的であった。

本施設整備・運営にあたっては、産直施設の持つ機能・役割を最大限活かすためには、経営戦略の策定・実行とともに、運営を支える人材の確保・育成などでも高い能力を発揮できる「マネジメント人材」をいかに確保するかが重要となってくる。

(5) SDGsの「見える化拠点」へ

町では、第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の横断的目標として、「SDGsの理念に沿った持続可能なまちづくりの推進」を掲げている。

農業とSDGsは親和性が非常に高く、農業と連携したSDGsへの取り組みは国内においても近年増加しており、本産直施設の持つ機能や果たすべき役割にはSDGsの理念に合致する点も多い。

SDGsの推進はもはや「世界の潮流」であることを踏まえ、本産直施設の在り方や取り組みをSDGsと結び付け、そして「見える化」し、町民や利用者のSDGsへの理解醸成を進めることは、本施設の存在意義を高めることにもつながる。

加えて、事業経営の面においても、SDGsを起点として新たなビジネスや雇用、地域間交流を自ら生み出すという視点を持つことも重要な経営戦略となってくるだろう。(以上、図表10-1参照)

図表 10-1 産直施設の取り組みとSDGs目標との関連性イメージ

産直施設の取り組み例		目標	産直施設の取り組み例		目標
ハード	太陽光発電設備の設置		ソフト	新鮮・安全・安心な農産品の提供	
	業務へのAI・ロボット導入			食育教育、グリーンツーリズム学習の開催	
	災害に備えた防災拠点整備			女性生産者グループによる商品開発	
	省エネ型空調設備の導入			産直施設での新たな雇用の創出	
				フードロスの削減(レストラン、産直)	
				他産業との連携による商品・サービス開発	

※各取り組みに該当する代表的な目標のみを計上

産直施設は、地場産品などを活用した「地産地消」の推進とともに、「ひと・モノ・カネ・情報」の交流拠点として非常に多面的且つ有効な機能を備えている。今回整備する産直施設が、本町の様々な課題解決や「将来のあるべき姿」の実現の一助となり、五戸町の未来づくりの拠点として地域の活力や賑わいを生み出し、町民や来訪者が愛着を持って未永く利用する産直施設となることを切に願う。

以上

## XI 資料（道路交通量調査及びコンビニエンスストア利用状況調査）

### 1. 調査概要

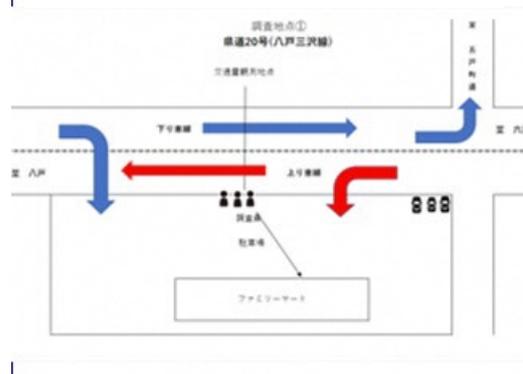
	内 容
調査目的	産直施設等の整備基本構想を策定するにあたって、立地候補地付近の道路交通量及びコンビニエンスストア利用者状況の基礎データを収集するもの
調査地点	① 五戸町大字市川字林ノ下 1-1（ファミリーマート五戸上市川店） ② 五戸町大字上市川字沼廻 23（ローソン五戸上市川店） ※ ①は県道 20 号線（八戸三沢線）、②は県道 15 号線（五戸橋向線）を調査
調査日	● 2020 年 10 月 18 日（日） 7：00～19：00 ● 2020 年 10 月 20 日（火） 7：00～19：00 ※ ①、②地点で各 1 日実施
調査項目	① 道路交通量調査 各線の上下線及び下り車線左折（五戸町方面）の交通量 ② コンビニエンスストア利用状況調査 利用者数及び立寄車両台数
調査対象	① 道路交通量調査 歩行者、自転車、二輪車、乗用車、小型貨物車、バス、普通貨物車の 7 区分で集計（パトカー等の特殊車両は未カウント） ② コンビニエンスストア利用状況調査 ➤ 利用者を一般客（子供、男性、女性）と就労者で区分して集計（入店者をカウント。就労者はスーツ、作業服着用者等） ➤ 利用台数は駐車場を利用した台数（未入店も含む）

## 2. 調査地点周辺図

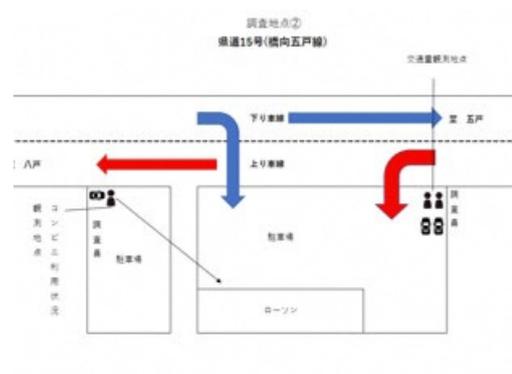


## 3. 調査地点詳細

### ① ファミリーマート五戸上市川店



### ② ローソン五戸上市川店



#### 4. 道路交通量調査

##### (1) ファミリーマート五戸上市川店（県道20号線）

交通量集計表（平日）

路線名	県道20号(八戸三沢線)	調査地点	ファミリーマート五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月20日(火)																
平日・休日	平日	天候	晴れ																		
方向	上り(至 八戸)								下り(至 六戸)								合計				
	分類 車種 時間帯	歩行者	自転車	二輪車	小型車				歩行者	自転車	二輪車	小型車				歩行者	自転車	二輪車	小型車		
乗用車 3.5.7					小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0	乗用車 3.5.7				小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0	乗用車 3.5.7				小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0
7時	2	0	1	430	87	0	55	1	0	1	460	101	0	50	3	0	2	890	188	0	105
8時	2	1	0	306	53	3	55	0	0	0	234	82	1	72	2	1	0	540	135	4	127
9時	1	0	0	191	40	0	47	2	0	2	232	99	6	64	3	0	2	423	139	6	111
10時	0	2	4	142	63	1	64	0	2	2	209	79	0	67	0	4	6	351	142	1	131
11時	0	0	3	165	57	1	53	0	0	3	209	73	0	43	0	0	6	374	130	1	96
12時	0	0	3	156	43	0	42	0	2	6	180	47	0	31	0	2	9	336	90	0	73
13時	0	0	2	164	54	1	48	0	0	2	185	67	1	58	0	0	4	349	121	2	106
14時	0	1	3	202	81	1	59	2	0	2	168	76	3	56	2	1	5	370	157	4	115
15時	0	2	4	225	118	0	57	0	1	8	183	76	0	55	0	3	12	408	194	0	112
16時	0	0	9	250	100	0	52	3	0	0	237	75	1	40	3	0	9	487	175	1	92
17時	0	0	1	376	91	3	40	0	0	0	275	127	0	20	0	0	1	651	218	3	60
18時	0	0	0	281	53	1	6	0	1	1	240	70	0	10	0	1	1	521	123	1	16
合計	5	6	30	2,888	840	11	578	8	6	27	2,812	972	12	566	13	12	57	5,700	1,812	23	1,144
				3,728	589						3,784	578						7,512	1,167		
				4,317							4,362							8,679			

交通量集計表（休日）

路線名	県道20号(八戸三沢線)	調査地点	ファミリーマート五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月18日(日)																
平日・休日	休日	天候	晴れのち曇り																		
方向	上り(至 八戸)								下り(至 六戸)								合計				
	分類 車種 時間帯	歩行者	自転車	二輪車	小型車				歩行者	自転車	二輪車	小型車				歩行者	自転車	二輪車	小型車		
乗用車 3.5.7					小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0	乗用車 3.5.7				小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0	乗用車 3.5.7				小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0
7時	1	1	1	122	29	0	12	0	0	6	196	32	1	16	1	1	7	318	61	1	28
8時	0	0	3	223	25	2	19	0	1	5	287	39	1	18	0	1	8	510	64	3	37
9時	1	2	4	262	34	0	16	0	0	12	367	50	2	12	1	2	16	629	84	2	28
10時	0	0	10	305	37	1	20	0	1	17	343	28	0	12	0	1	27	648	65	1	32
11時	0	1	6	292	37	1	12	1	1	13	352	33	0	11	1	2	19	644	70	1	23
12時	0	0	3	267	22	1	22	0	0	7	278	33	0	11	0	0	10	545	55	1	33
13時	0	0	8	294	17	1	9	0	0	16	296	28	2	13	0	0	24	590	45	3	22
14時	0	0	13	328	34	0	15	0	0	10	295	20	0	10	0	0	23	623	54	0	25
15時	1	0	8	341	37	0	9	1	0	7	304	31	0	4	2	0	15	645	68	0	13
16時	0	0	15	401	22	2	15	0	0	2	324	19	0	11	0	0	17	725	41	2	26
17時	0	0	6	317	21	2	9	1	0	2	270	21	1	7	1	0	8	587	42	3	16
18時	0	0	1	216	9	0	2	0	0	3	179	14	0	8	0	0	4	395	23	0	10
合計	3	4	78	3,368	324	10	160	3	3	100	3,491	348	7	133	6	7	178	6,859	672	17	293
				3,692	170						3,839	140						7,531	310		
				3,862							3,979							7,841			

## (2) ファミリーマート五戸上市川店（県道20号線下り左折）

## 交通量集計表（平日）

路線名	県道20号(八戸三沢線)	調査地点	ファミリーマート五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月20日(火)		
平日・休日	平日	天候	晴れ				
方向	下り左折(町道進入)						
分類	歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車	
				乗用車 3,5,7	小型貨物 4,6	バス 2	普通貨物 1,8,9,0
時間帯							
7時	0	0	0	25	5	0	0
8時	0	0	0	10	5	1	4
9時	0	0	0	1	5	0	6
10時	0	0	0	3	5	0	4
11時	0	0	0	7	4	0	1
12時	0	0	0	4	2	0	1
13時	0	0	0	6	1	0	2
14時	0	0	0	13	4	1	0
15時	0	0	0	6	5	1	2
16時	0	0	0	18	3	0	4
17時	0	0	0	11	5	0	0
18時	0	0	0	4	0	0	0
合計	0	0	0	108	44	3	24
				152		27	
				179			

## 交通量集計表（休日）

路線名	県道20号(八戸三沢線)	調査地点	ファミリーマート五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月18日(日)		
平日・休日	休日	天候	晴れのち曇り				
方向	下り左折(町道進入)						
分類	歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車	
				乗用車 3,5,7	小型貨物 4,6	バス 2	普通貨物 1,8,9,0
時間帯							
7時	0	0	0	0	1	0	0
8時	0	1	0	0	3	0	1
9時	0	0	0	4	3	0	0
10時	0	1	0	3	1	0	0
11時	0	0	0	4	4	0	1
12時	0	0	2	3	1	0	0
13時	0	0	0	1	0	0	0
14時	0	0	0	8	3	0	1
15時	0	0	0	8	4	0	0
16時	0	0	0	3	1	0	0
17時	0	0	0	4	0	0	0
18時	0	0	0	4	0	0	0
合計	0	2	2	42	21	0	3
				63		3	
				66			

(3) ローソン五戸上市川店（県道15号線）

交通量集計表（平日）

路線名		県道15号(南向五戸線)		調査地点		ローソン五戸上市川店		調査年月日		令和2年10月20日(火)												
平日・休日		平日		天候		晴れ																
方向 分類 車種 時間帯	上り(至 八戸)								下り(至 五戸)				合計									
	歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車		歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車		歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車		
				乗用車 3.5.7	小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0				乗用車 3.5.7	小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0				乗用車 3.5.7	小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0	
7時	2	0	0	319	58	5	23	1	0	1	177	31	3	15	3	0	1	496	89	8	38	
8時	1	0	0	177	69	0	26	0	1	0	134	31	3	28	1	1	0	311	100	3	54	
9時	0	1	0	159	46	1	18	0	0	1	112	36	0	33	0	1	1	271	82	1	51	
10時	2	0	1	103	26	0	19	0	1	0	76	29	0	12	2	1	1	179	55	0	31	
11時	0	1	1	102	27	0	13	1	0	0	108	28	1	22	1	1	1	210	55	1	35	
12時	0	1	2	110	22	0	14	0	0	2	85	21	0	15	0	1	4	195	43	0	29	
13時	0	1	0	116	47	1	22	0	1	2	117	44	1	33	0	2	2	233	91	2	55	
14時	0	0	1	80	44	0	19	0	3	0	93	23	0	27	0	3	1	173	67	0	46	
15時	1	2	6	136	31	0	24	0	2	0	95	35	0	17	1	4	6	231	66	0	41	
16時	0	2	1	125	40	1	11	1	0	6	159	45	2	14	1	2	7	284	85	3	25	
17時	0	1	1	226	26	0	13	0	0	1	306	63	4	6	0	1	2	532	89	4	19	
18時	2	0	0	126	7	0	10	0	0	1	186	26	1	3	2	0	1	312	33	1	13	
合計	8	9	13	1,779	443	8	212	3	8	14	1,648	412	15	225	11	17	27	3,427	855	23	437	
				2,222		220					2,060		240					4,282		460		
				2,442								2,300							4,742			

交通量集計表（休日）

路線名		県道15号(南向五戸線)		調査地点		ローソン五戸上市川店		調査年月日		令和2年10月18日(日)												
平日・休日		休日		天候		晴れのち曇り																
方向 分類 車種 時間帯	上り(至 八戸)								下り(至 五戸)				合計									
	歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車		歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車		歩行者	自転車	二輪車	小型車		大型車		
				乗用車 3.5.7	小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0				乗用車 3.5.7	小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0				乗用車 3.5.7	小型貨物 4.6	バス 2	普通貨物 1.8.9.0	
7時	0	0	0	104	33	1	4	0	2	0	95	22	0	3	0	2	0	199	55	1	7	
8時	1	1	1	114	35	0	4	0	1	2	110	38	0	3	1	2	3	224	73	0	7	
9時	0	0	0	140	42	1	2	0	0	2	112	37	0	3	0	0	2	252	79	1	5	
10時	2	1	9	130	28	0	2	0	2	8	109	28	0	2	2	3	17	239	56	0	4	
11時	1	0	0	157	28	0	1	0	0	2	118	35	1	3	1	0	2	275	63	1	4	
12時	1	2	5	123	23	0	3	0	0	5	135	19	0	2	1	2	10	258	42	0	5	
13時	2	0	2	136	27	0	1	0	0	1	102	26	1	2	2	0	3	238	53	1	3	
14時	0	0	2	105	19	0	1	0	0	2	75	17	0	0	0	0	4	180	36	0	1	
15時	2	0	10	153	30	0	1	0	0	3	131	18	0	0	2	0	13	284	48	0	1	
16時	1	0	1	110	23	0	3	0	0	6	122	20	0	3	1	0	7	232	43	0	6	
17時	1	0	4	121	12	0	1	0	0	0	129	17	1	3	1	0	4	250	29	1	4	
18時	0	0	0	56	3	0	1	0	0	0	76	13	0	0	0	0	0	132	16	0	1	
合計	11	4	34	1,449	303	2	24	0	5	31	1,314	290	3	24	11	9	65	2,763	593	5	48	
				1,752		26					1,604		27					3,356		53		
				1,778								1,631							3,409			

## 5. コンビニ利用者調査

### (1) ファミリーマート五戸上市川店

コンビニ利用者状況集計表（平日）

路線名	県道20号(八戸三沢線)	調査地点	ファミリーマート五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月20日(火)	
平日・休日	平日	天候	晴れ			
分類	一般客			就労者		自動車
利用者 時間帯	子供	男性	女性	男性	女性	
7時	0	0	0	69	5	72
8時	0	5	2	37	9	57
9時	0	7	2	3	1	16
10時	0	9	0	13	2	27
11時	0	7	7	20	1	32
12時	0	15	10	18	2	41
13時	0	7	11	15	4	41
14時	0	6	8	18	2	35
15時	0	13	6	7	1	28
16時	0	3	1	27	5	38
17時	3	2	10	25	3	50
18時	0	27	7	1	2	38
小計	3	101	64	253	37	475
合計	168			290		
総計	458					

コンビニ利用者状況集計表（休日）

路線名	県道20号(八戸三沢線)	調査地点	ファミリーマート五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月18日(日)	
平日・休日	休日	天候	晴れのち曇り			
分類	一般客			就労者		自動車
利用者 時間帯	子供	男性	女性	男性	女性	
7時	1	20	15	4	1	35
8時	1	20	10	4	0	30
9時	8	33	25	4	0	54
10時	5	24	11	4	0	32
11時	7	34	17	7	0	50
12時	5	15	12	7	0	30
13時	2	14	7	3	1	26
14時	5	22	9	1	0	31
15時	3	17	8	1	0	22
16時	2	12	11	2	0	26
17時	3	23	17	4	0	42
18時	1	11	7	0	0	17
小計	43	245	149	41	2	395
合計	437			43		
総計	480					

(2) ローソン五戸上市川店

コンビニ利用者状況集計表（平日）

路線名	県道15号(橋向五戸線)	調査地点	ローソン五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月20日(火)	
平日・休日	平日	天候	晴れ			
分類 利用者 時間帯	一般客			就労者		自動車
	子供	男性	女性	男性	女性	
7時	1	37	13	20	5	64
8時	1	22	15	20	1	58
9時	0	17	16	15	0	47
10時	0	13	4	20	3	44
11時	0	16	11	17	0	43
12時	1	8	5	13	12	42
13時	0	9	10	17	1	37
14時	0	13	7	18	7	41
15時	0	10	20	13	3	33
16時	0	12	12	9	9	46
17時	2	30	9	8	3	51
18時	1	22	15	12	2	50
小計	<b>6</b>	<b>209</b>	<b>137</b>	<b>182</b>	<b>46</b>	<b>556</b>
合計	<b>352</b>			<b>228</b>		
総計	<b>580</b>					

コンビニ利用者状況集計表（休日）

路線名	県道15号(橋向五戸線)	調査地点	ローソン五戸上市川店	調査年月日	令和2年10月18日(日)	
平日・休日	休日	天候	晴れのち曇り			
分類 利用者 時間帯	一般客			就労者		自動車
	子供	男性	女性	男性	女性	
7時	4	48	16	0	0	53
8時	5	19	15	5	1	32
9時	5	45	34	1	0	59
10時	3	29	24	3	0	44
11時	5	39	35	3	0	59
12時	8	21	25	6	0	46
13時	3	43	23	1	0	57
14時	2	26	20	3	0	40
15時	4	23	19	1	0	40
16時	5	20	15	1	0	36
17時	2	19	11	0	0	30
18時	0	8	6	1	0	15
小計	<b>46</b>	<b>340</b>	<b>243</b>	<b>25</b>	<b>1</b>	<b>511</b>
合計	<b>629</b>			<b>26</b>		
総計	<b>655</b>					

## 6. 調査状況（写真）

### (1) ファミリーマート五戸上市川店（県道 20 号線・八戸三沢線）



ファミリーマート五戸上市川店



上り(八戸方面)



下り(六戸方面)



下り左折(五戸方面)



交通量調査の様子



コンビニ利用状況調査の様子

(2) ローソン五戸上市川店（県道 15 号線・五戸橋向線）



ローソン五戸上市川店



上り(八戸方面)



下り(五戸方面)



交通量調査の様子



コンビニ利用状況調査の様子