

1. 配布方法

(1) 基準日：令和元年12月1日

(2) 20～75歳までの市内在住者1,000名

- ・ 三国中校区、立石中校区からは、男女それぞれ100名ずつ（合計400名）
- ・ 大原中校区、小郡中校区からは、男女それぞれ75名ずつ（合計300名）
- ・ 宝城中校区からは、男女それぞれ150名ずつ（合計300名）

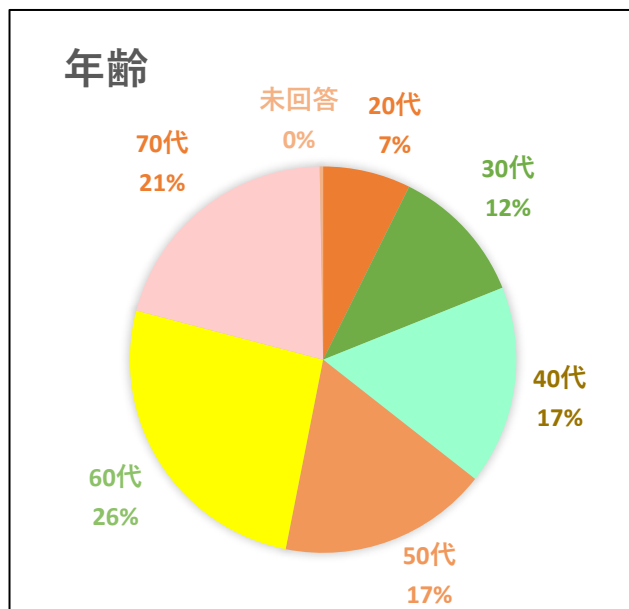
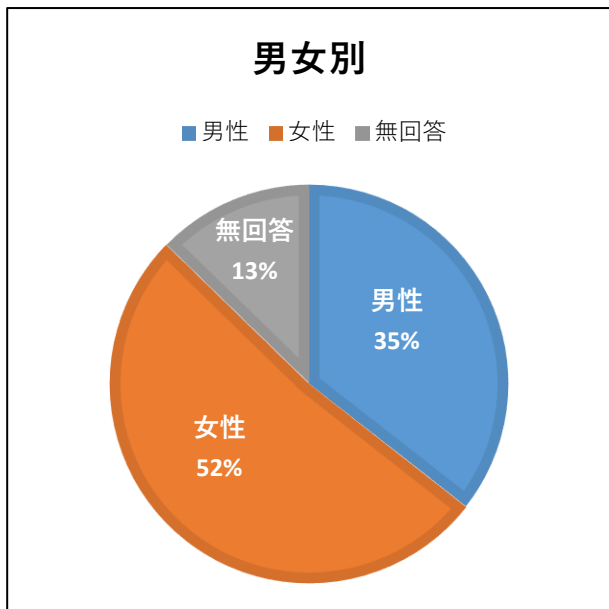
2. 回答者

(1) 回答者数：1,000名中354名（回答率35.4%）

(2) 男女別：男性126名 女性183名 未回答45名

(3) 年齢

20代	30代	40代	50代	60代	70代	未回答
26	41	59	62	92	73	1



		のぞみ小校区	三国小校区	立石小校区	大原小校区	東野小校区	小郡小校区	御原小校区	味坂小校区	男女別合計	総合計
20代	男	4	0	2	1	0	5	0	0	12	26
	女	0	3	1	1	2	4	2	1	14	
30代	男	0	3	2	2	0	1	4	1	13	41
	女	1	3	2	4	2	5	5	3	25	
性別不明		0	0	0	0	0	0	1	2	3	
40代	男	1	3	4	1	1	3	1	2	16	59
	女	5	4	6	2	1	9	5	4	36	
性別不明		0	3	2	1	0	1	0	0	7	
50代	男	4	4	4	2	0	3	5	5	27	62
	女	4	6	8	4	3	1	5	2	33	
性別不明		0	0	0	0	0	1	0	1	2	
60代	男	3	5	7	0	3	2	7	7	34	92
	女	0	7	12	3	1	9	9	7	48	
性別不明		0	0	5	0	0	3	1	1	10	
70代	男	2	3	6	2	0	3	2	6	24	73
	女	1	5	6	0	0	4	7	4	27	
性別不明		0	4	3	1	2	3	5	4	22	
年代不明		0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
校区別合計		25	53	71	24	15	57	59	50	354	354

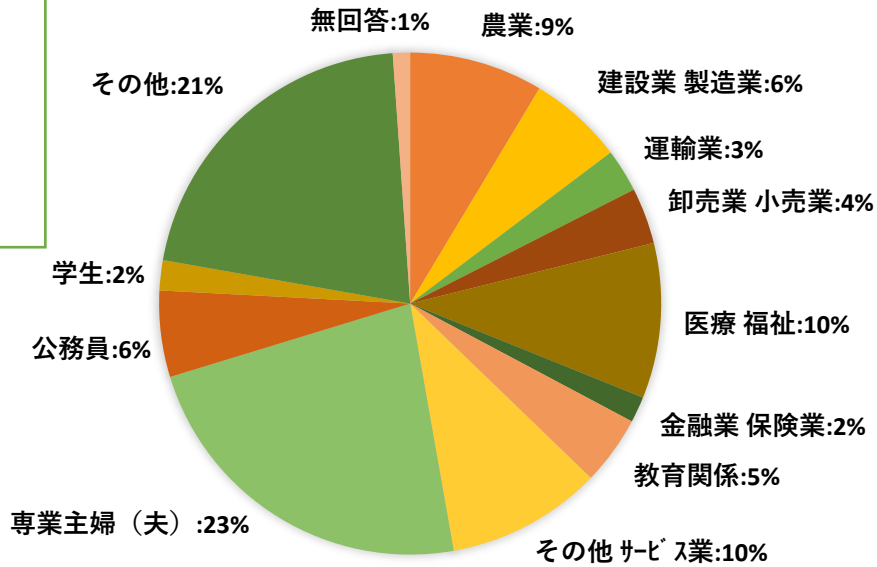
(4) 職業（複数回答があるため、合計が回答者数を超過している）

農業	建設業	運輸業	卸売業	医療	金融業	教育関係	その他	専業主婦	公務員	学生	その他	無回答	合計
	製造業		小売業	福祉	保険業		サービス業	専業主夫					
31	22	10	13	36	6	16	36	83	20	7	76	4	360

○その他

- ・無職（年金生活含む）
- ・派遣社員
- ・団体職員
- ・パート
- ・N P O

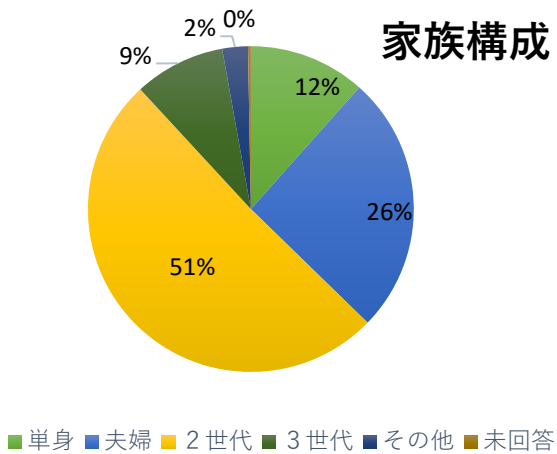
職業別



(5) 世帯状況

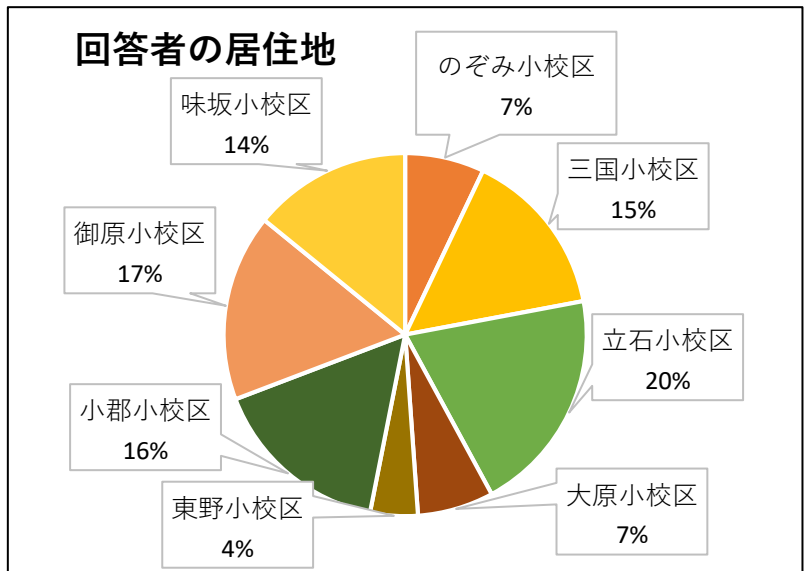
単身	夫婦	2世代	3世代	その他	無回答
41	91	180	32	9	1

家族構成



(6) 回答者の居住地（小学校区ごと）

回答者の居住地



2. 食の安全性

(1) 不安に感じている事柄

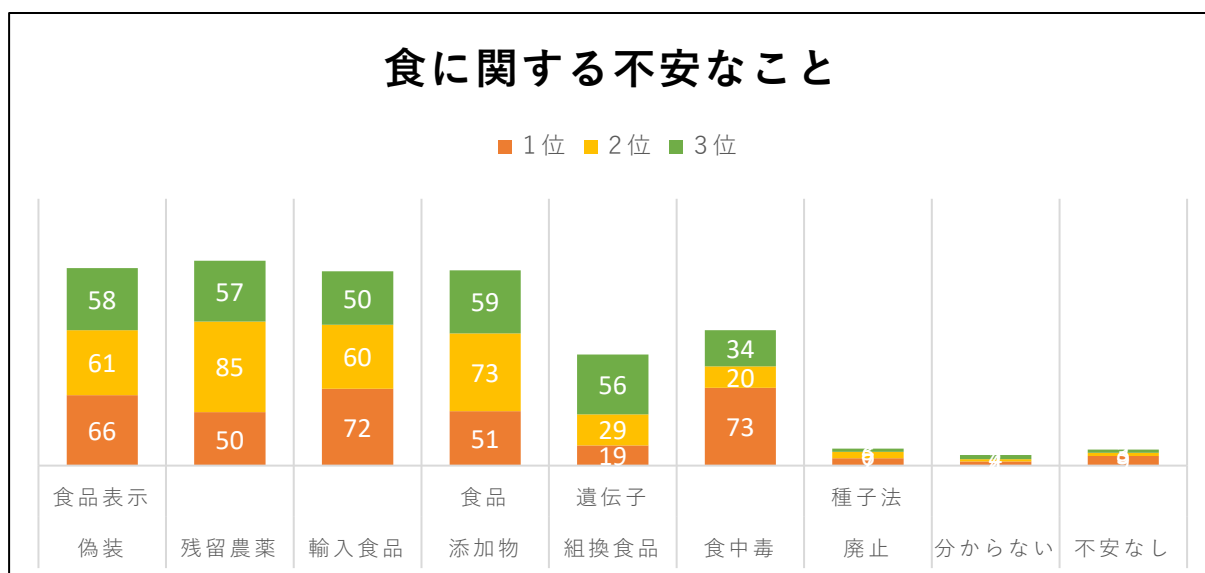
- ・ 1位、2位、3位の合計得票数で上位3位を決める。

	食品表示 偽装	残留農薬	輸入食品	食品 添加物	遺伝子 組換え食品	食中毒	種子法 廃止	わからな い	不安 なし	合計
1位	66	50	72	51	19	73	7	4	9	351
2位	61	85	60	73	29	20	6	2	3	339
3位	58	57	50	59	56	34	3	4	3	324
合計	185	192	182	183	104	127	16	10	15	1,014
%	18.2%	18.9%	17.9%	18.0%	10.3%	12.5%	1.6%	1.0%	1.5%	

○不安に感じる事柄上位

- 不安1位 残留農薬
- 不安2位 食品表示偽装
- 不安3位 食品添加物

- ・ 何位に票を入れたかは別として、農業者の3割にあたる9名が、「残留農薬」を不安と回答。
- ・ 上位3つに「輸入食品」を加えると、不安材料の7割を占めることとなる。



3. 認知度

(1) 知っているかどうか

	知っている		知らない		無回答
		%		%	
① 小郡市食料・農業・農村基本条例	31	8.7	301	85.2	22
② 小郡市食料・農業・農村基本計画	24	6.7	303	85.5	27
③ 生産者直売所「宝満の市」	216	61.0	91	25.7	47
④ JA直売所「めぐみの里」	213	60.1	99	27.9	42
⑤ あすてらすフェスタ	200	56.4	108	30.5	46
⑥ オータムフェスタ	103	29.0	202	57.0	49
⑦ JAみい ふるさと農業まつり	189	53.3	116	32.7	49
⑧ 七夕枝豆収穫祭・七夕枝豆フェア	99	27.9	211	59.6	44
⑨ 七夕枝豆	107	30.2	221	62.4	26
⑩ キヨミドリ	47	13.2	279	78.8	28

○ 宝満の市の知名度

御原小校区では89.8%もの知名度を誇る。また、市北部三国中校区でも（のぞみ小校区が若干低いものの）51.2%の知名度があった。しかし、東野小校区での知名度が低く、回答者の2/3が「知らない」との回答結果。

○ めぐみの里の知名度

立石小校区では83%と安定の知名度を誇るが、のぞみ小校区での知名度は24%と低かった。

(2) 訪れたことがあるかどうか

※「知っている」人の数を分母として%算出	訪れた		未訪問	無回答
		%		
③ 生産者直売所「宝満の市」	147	68.0	87	120
④ JA直売所「めぐみの里」	169	79.3	66	119
⑤ あすてらすフェスタ	89	44.5	116	149
⑥ オータムフェスタ	32	31.0	124	198
⑦ JAみい ふるさと農業まつり	109	57.6	108	137
⑧ 七夕枝豆収穫祭・七夕枝豆フェア	19	19.1	130	205

宝満の市の商品を購入する人の居住地は、御原・味坂小校区の市民が48.8%を占めている。また、全体的な購入層を見てみると、50～70代が3/4以上を占めている。

(3) 購入したことがあるかどうか

※③～⑧は「訪れた」人の数、⑨～⑩は「知っている」人の数を分母として%算出	購入済み		未購入	無回答
		%		
③ 生産者直売所「宝満の市」	125	97.6	54	175
④ JA直売所「めぐみの里」	150	91.3	35	169
⑤ あすてらすフェスタ	43	53.7	61	250
⑥ オータムフェスタ	23	85.1	64	267
⑦ JAみい ふるさと農業まつり	81	84.3	57	216
⑧ 七夕枝豆収穫祭・七夕枝豆フェア	9	52.9	71	274
⑨ 七夕枝豆	10	9.3	94	250
⑩ キヨミドリ	5	10.6	80	269

宝満の市、めぐみの里、オータムフェスタ、JAみいふるさと農業まつりに来場した市民のほとんどが、なんらかの商品を購入されたという回答となっている。

七夕枝豆、キヨミドリは、「聞いたことはあるけど買ってはいない」ということを表していると思われる。

3-2. 購入物

・ 購入したものについて、自由記入欄に記載していたものをまとめて記載。

	宝満の市	めぐみの里	あすてらす フェスタ	オータム フェスタ	ふるさと 農業まつり	七夕枝豆 収穫祭
「購入」回答数	125	150	43	23	81	9
野菜	124	129	22	5	52	9
花	25	30	5	—	5	—
加工食品	16	25	—	—	7	—
果物	10	29	—	—	29	—
種苗（野菜・花）	14	22	—	—	—	—
穀物（米麦大豆）	8	8	1	—	3	—
総菜	7	6	—	2	4	—
食材	4	19	—	—	3	1
食べ物	9	22	5	13	17	4
手芸品・雑貨	3	1	5	—	—	—
肥料	—	1	—	—	—	—
日用品	—	—	8	—	—	—
その他	—	—	6	—	—	—

※ 野菜：きのこ類を含む

加工食品：みそ、漬物、もちなど

総菜：パック詰状になっており、持ち帰ることができるおかず商品

食材：卵、魚、肉、干物など

食べ物：パン、うどん、カレーなど。飲料も含む

その他：リサイクル製品、バザー商品、衣類

※ 「七夕枝豆収穫祭」で購入された「野菜」のうち、枝豆は5件

4. 小郡市の農産物で有名なもの（複数回答可）

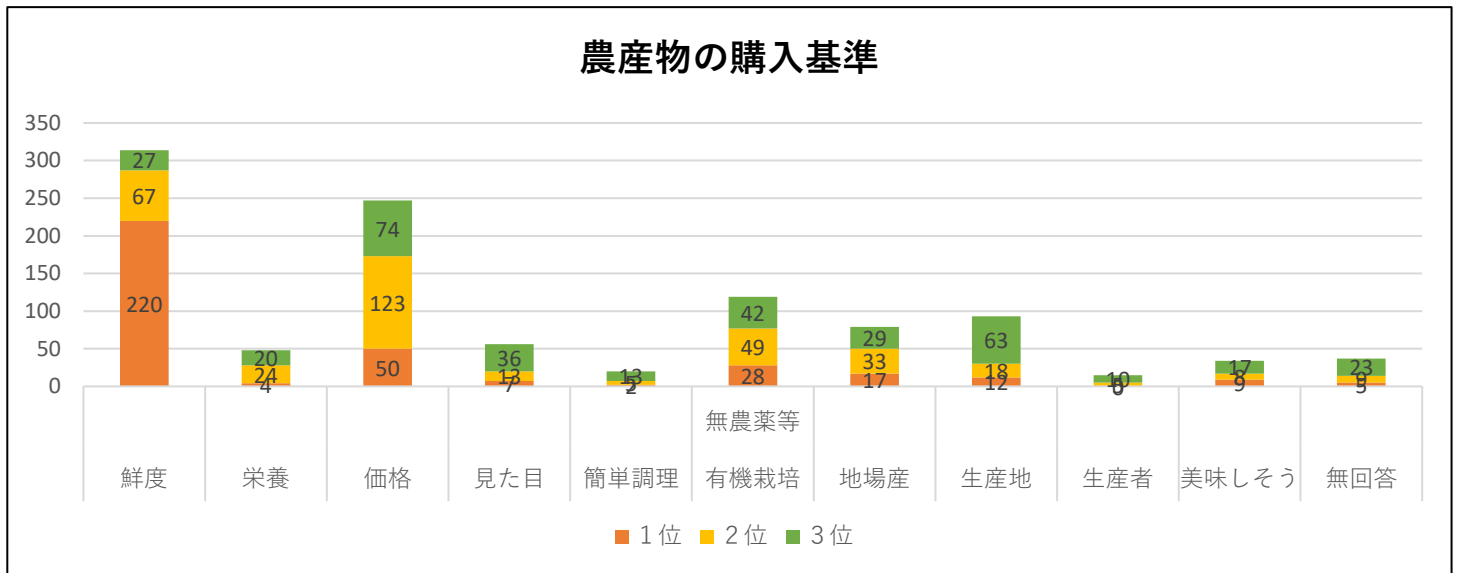
米麦大豆	いちご	みずな	小松菜	チゲン菜	ブロッコリー	レタス類	切り花	その他	無回答	合計
165	145	90	95	25	72	81	27	39	62	800
20.6%	18.1%	11.3%	11.9%	3.1%	9.0%	10.1%	3.4%	4.9%	7.8%	

・ 出題者側としては、「小郡市で作付されている農産物を知っているか」との問いかけのつもりであったが、回答者は「有名な農産物」と捉えたようで、どれも低調な回答率であった。

5. 農産物購入基準

・ 1位、2位、3位の合計得票数で上位3位を決める。

	鮮度	栄養	価格	見た目	簡単調理	無農薬等有機	地場産	生産地	生産者	美味しそう	無回答
1位	220	4	50	7	2	28	17	12	0	9	5
2位	67	24	123	13	5	49	33	18	5	8	9
3位	27	20	74	36	13	42	29	63	10	17	23
合計	314	48	247	56	20	119	79	93	15	34	37
%	29.6%	4.5%	23.3%	5.3%	1.9%	11.2%	7.4%	8.8%	1.4%	3.2%	3.5%



1位 鮮度 2位 価格 3位 無農薬・減農薬・有機栽培

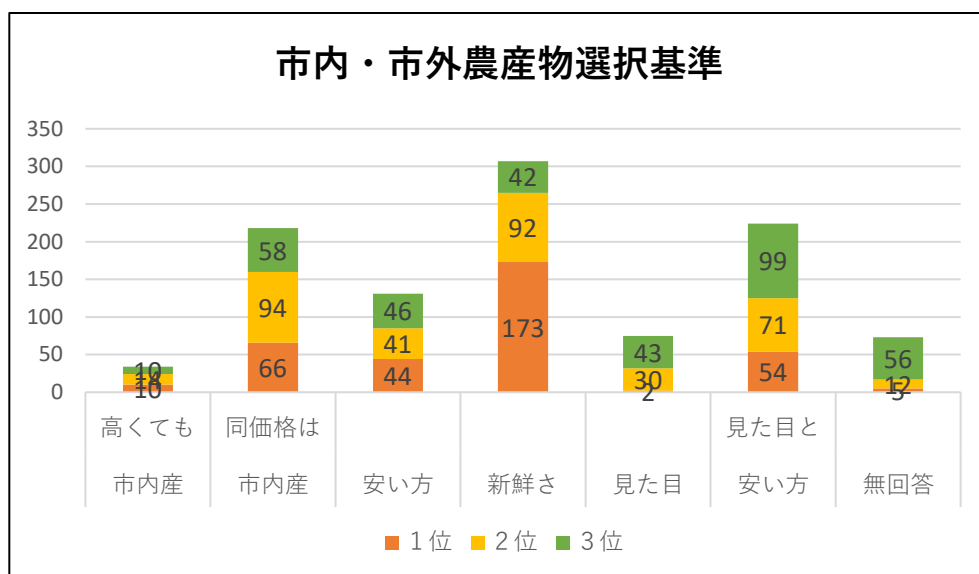
- ・ 「鮮度」と「価格」は圧倒的な得票を得た。
- ・ 「無農薬～」が地道に得票していることから、一定の購入層があると考えられる。
- ・ これだけ市内に直売所やスーパー内産直コーナーがあるのに「生産者」の得票数が少ないのは、生産者と消費者との関わりが薄く、生産者を意識して購入することが少ないからではないかと推測される。

6. 市内農産物と市外農産物の選択基準

	高くても市内産	同価格なら市内産	とにかく安い方	新鮮さ	見た目	見た目と安さ	無回答
1位	10	66	44	174	2	54	5
2位	14	94	41	92	30	71	12
3位	10	58	46	42	43	99	56
合計	34	218	131	307	75	224	73
%	3.2%	20.5%	12.3%	28.9%	7.1%	21.1%	6.9%

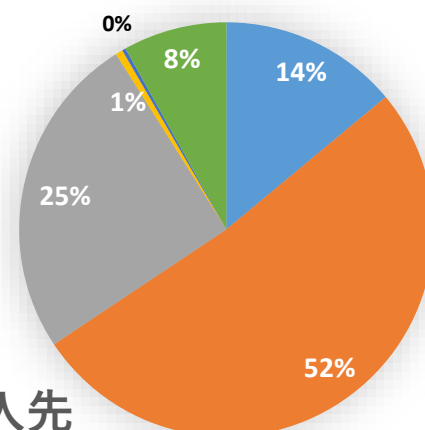
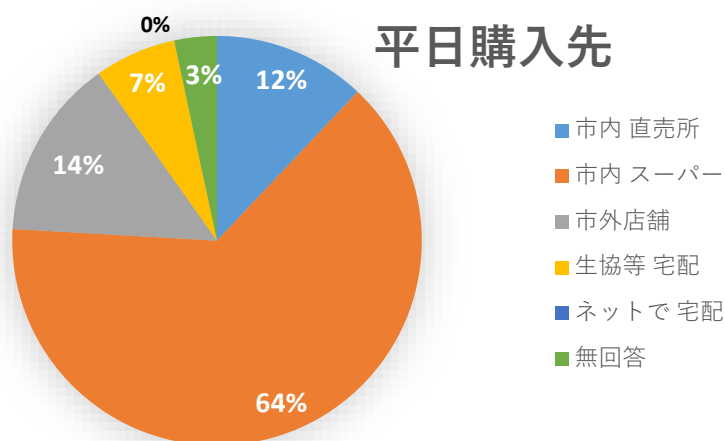
1位 新鮮さ
2位 見た目と安さ
3位 同価格なら市内産

・ 2位で最多得票の「同価格なら市内産」は、総合得票で「見た目と安さ」に後れを取る。「とにかく安い方」の得票とは差があるため、「安さ第一」の考え方とは異なる。買い物時の状況次第で使い分けているのだろうか。



7-1. 農産物の購入先

平日						休日					
市内直売所	市内スーパー	市外の店舗	生協等宅配	ネット宅配	無回答	市内直売所	市内スーパー	市外の店舗	生協等宅配	ネット宅配	無回答
43	228	51	23	0	12	50	185	91	2	1	29



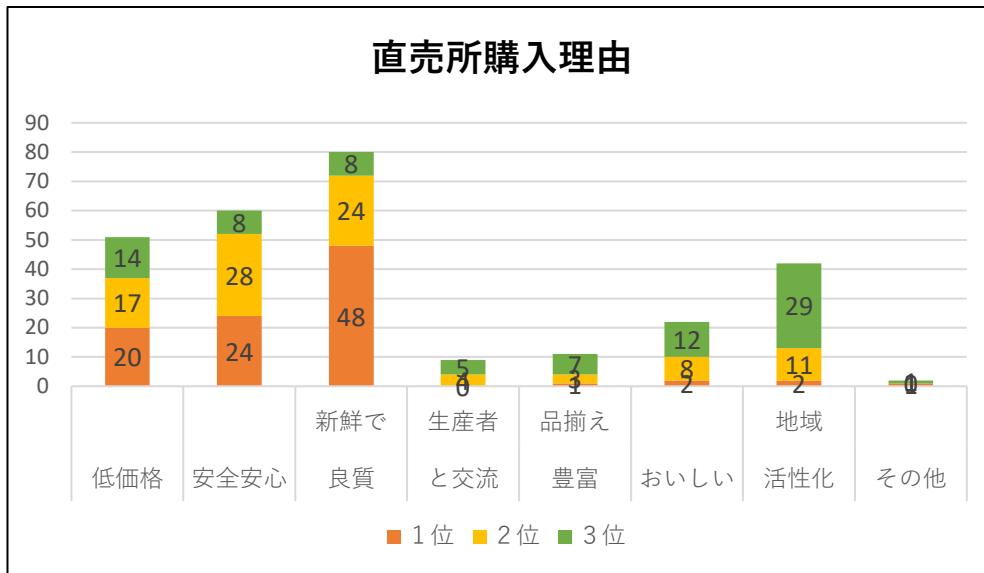
- 平日・休日に関わらず市内のスーパーで買い物をすることが多い。休日に、市外に出かける市民も4人に1人はおられるようだ。
- ネット通販を利用する市民は、少なくともアンケート回答者の中では少数者であった。

7-2. 直売所での購入理由

- 1位、2位、3位の合計得票数で上位3位を決める。

	低価格	安全安心	新鮮で良質	生産者と交流	品揃え豊富	おいしい	地域活性化	その他
1位	20	24	48	0	1	2	2	1
2位	17	28	24	4	3	8	11	0
3位	14	8	8	5	7	12	29	1
合計	51	60	80	9	11	22	42	2
%	18.4%	21.7%	28.9%	3.2%	4.0%	7.9%	15.2%	0.7%

その他
 ・ 近いから
 ・ 旬の野菜がある。
 規格外の野菜が安く量も多く購入できる。



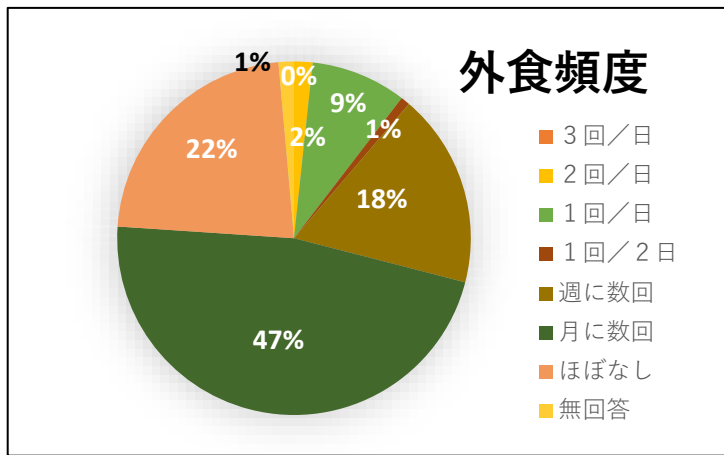
○ 直売所での購入理由

- 1位 新鮮で品質が良いから
- 2位 安全で安心だから
- 3位 価格が安いから

- ・ ある程度想定内の範囲の回答が集まった。しかし、結果として、消費者が「鮮度」と「安さ」を求めていることが、この質問でも証明された形であろうかと思われる。

8. 外食の頻度

3回/日	2回/日	1回/日	1回/2日	数回/週	数回/月	ほぼなし	無回答
0	6	31	3	63	167	79	5



- ・ 外食を「ほとんどしない」層は、地域的にもまた、職業的にも統一的な傾向はみられない。年齢層は50～70代が多く、全体の8割を占めている。男女比率では、女性が全体の2/3程度（68.7%）を占めている。
- ・ 一方、一日に2回も外食をする市民もいる。傾向を掴むには人数が少ないので確定的なことが言えない。「中食を購入する頻度」について質問項目を設けておけば、傾向を掴めたかもしれない。

9. 交流をとおした農業理解のためにしていくべき事業（3つ以内回答可）

情報発信	販売イベント	グリーンツーリズム	古民家カフェ	農家民泊	観光農園	市民農園共同作付	農家レストラン	農作業体験	菜園指導	その他	無回答
153	212	4	76	8	85	42	162	81	64	9	13

- ・ 「観光農園」「市民農園で共同で作付」「農作業体験」「家庭菜園指導」など農産物をつくってみたいと考えている消費者が一定数いると考えられるが、「農産物販売イベント」や「農家レストラン」などつくる側より消費する立場で回答をした市民が多いと思われる。
- ・ 「情報発信」は、近年、力を入れているところであるが、なかなか市民までには届いていないということが、回答結果からうかがえる。

◎その他

○情報発信

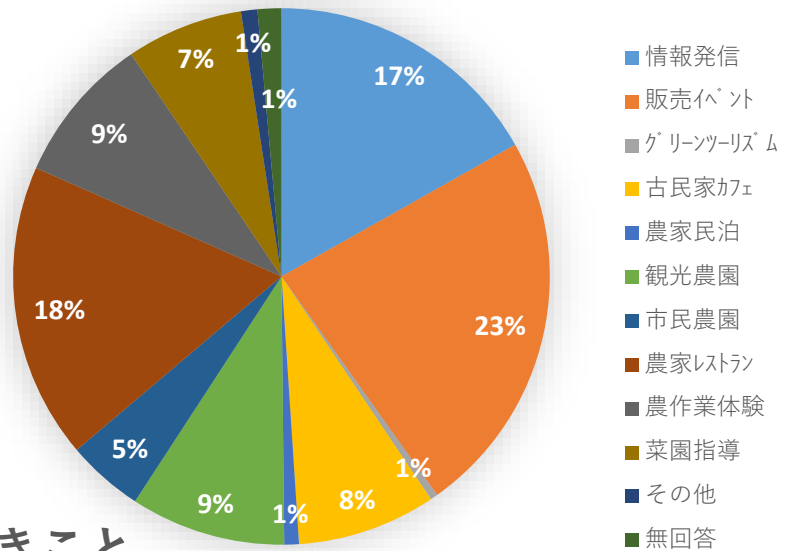
・フリーペーパーを作る（割引券付きの）
新聞の折り込みチラシなどに入れる。

・市内の農業の広報誌を発行

・SNS・Youtubeの活用

○その他

・農作業を手伝って、その報酬が野菜って
いうのがあればしてみたい。



取組むべきこと

10. 農業のあり方で重要なこと

現状維持	大規模農家支援	中小農家支援	地域適合作物	特産品づくり	環境保型農業	都市住民との交流	農業外企業と連携	担い手育成	地産地消	農業系企業誘致	その他	無回答
20	11	66	91	193	81	38	95	154	92	47	7	14

・「特産品づくり」と「農産物の加工や流通、販売をとおした農業外企業との連携」を合計すると、約3割（31.7%）が特産品（農産物加工品）をつくる必要があると考えていることがうかがえる。

◎その他

・産地での加工を産地の人達で

・どこでも誰でも田んぼができるようにする。

・山紫水明の地を維持し直売所等でPR

・SNSや西鉄等の力を使って宣伝の増加。

・調整区域の見直し（後継者がいない）

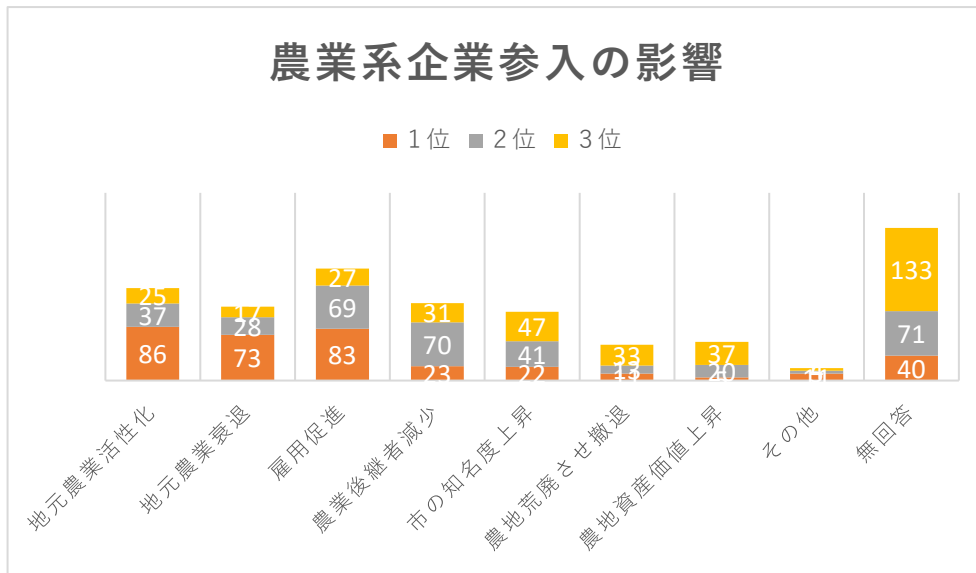
11. 農業系企業の参入による影響

・1位、2位、3位の合計得票数で上位3位を決める。

	地元農業活性化	地元農業衰退	雇用促進	後継者減少	市知名度上昇	農地荒廃撤退	農地資産価値上昇	その他	無回答
1位	86	73	83	23	22	11	5	11	40
2位	37	28	69	70	41	13	20	5	71
3位	25	17	27	31	47	33	37	4	133
合計	148	118	179	124	110	57	62	20	244
%	13.9%	11.1%	16.9%	11.7%	10.4%	5.4%	5.8%	1.9%	23.0%

・総得票数が最も多かったのが「無回答」であることに、農業系企業の参入による影響がどういうものか想像しにくい、または身近なものと考えられないということが回答に反映していると思われる。（「その他」の自由記入欄にも、記入者のうち半数以上が「分からない」と回答している。）

・1位と2位はプラス的に受け止めてもらっているが、3位と4位にマイナス面が入っていることから、全てがうまくいくとは限らないということを考えていると思われる。



◎その他

- ・現時点では100%の信頼はない。
- ・大手と地元農家の共同事業ができれば発展が見込める。
- ・企業の農業参加に際しては地元に関があるような政策をして欲しい。
- ・市内の様々な農家の人たちと一緒に盛り上げていける仕組みができると良いと思う。
- ・中小農家の減少

1 2. 市民が情報源としている媒体

市広報	市HP	新聞	ラジオ・TV	チラシ・ポスター	ネット掲示板	SNS	その他	未回答	合計
216	20	108	86	216	66	44	11	14	781

- ・意外にも「市広報」が同点1位となった。「新聞」より多いとは想像していなかった。若年層も高齢層も満遍なく回答しており、年齢層にも偏りが無い。
- ・ネットで情報を得るための媒体としては、「市HP」の活用は3%程度しかない。多くはないものの「SNS」の方が情報伝達手段としては有効と考えられる。

◎その他

- ・知人からの口コミ
- ・学校からの配布物
- ・旅行会社系のホームページ

1 3. 環境保全型農業の推進方法

補助金で充当	減減農法優先購入心掛け	特設コーナー設置PR	広報活動で周知	分からない	その他	未回答	合計
91	79	232	180	27	13	15	637

- ・その他自由記入欄での意見も含め、「PRが足りない！」という判断をいただいたと受け止めたい。
- ・「消費者側での購入の心がけ」よりも「補助金充当」が得票数が多いのが意外に感じた。「補助金充当」を選択した農業者は全体の1割未満であることから、消費者側が環境保全型農業に対して補助金を交付してでも、そうした農法に取り組んでもらいたいと考えているのではないと思われる。また、その他自由記入欄の意見も建設的なものが多いので、消費者の関心が高いものと思われる。（「減減農法」とは、「減農薬・減化学肥料を行う農法」の略です。）

◎その他

・地場産を意識して購入しているのに、減農との差が全くわからないのが残念。

ポップやコーナーがあれば、そちらを選ぶ人は多々いると思う。

・市のホームページを刷新して小郡ブランドを確立し、インターネットショップで全国へ発信。

住宅地や公民館で直売所を開設。

・減減商品に対してのニーズは一定必ずあるため、その様な方への広報をもっとやっていく事が必要。

・相互交流や公民（館？）の支援、協働グループが必要。

・消費者側にもポイント加算したりしてプラス効果をつける。

・生産者にとっても購入者にとっても理想的な農法として、日本のメジャーな農法にしていく。

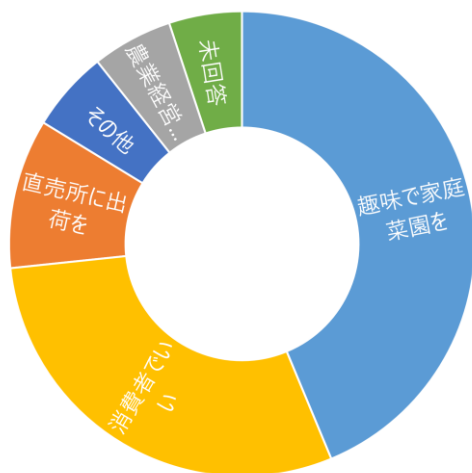
・インターネット等での直売。

・生産者が直接PRし、販売する。

1 4. 農業をしてみたいですか？（一問一答でお願いしたが、複数回答をした市民がいる）

趣味で家庭菜園を	直売所に出荷を	農業経営したい	消費者でいい	その他	未回答	合計
164	39	21	111	21	19	375
43.7%	10.4%	5.6%	29.6%	5.6%	5.1%	

農業をしてみたい？



◎その他

※農業をやろうと思っても加齢で体力がなく出来ない。

※農業だけでは食べていけないので、兼業農家で。

※農業は3Kなのでやってみたくありません。

※農地を持っていても消費者でいたい。

・農業の魅力を示してください。

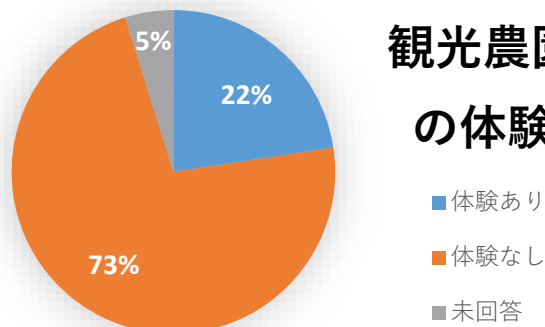
・気持ち半々。知識があれば農業経営してみたい。

（※複数の人からの同一内容の意見）

農業者の回答としては、「家庭菜園程度」と回答したのが1/3の10人、「消費者でいたい」と回答したのが2人いたことに将来的不安要素があると思われる。

1 5-1. 「観光農園」または「体験農園」を体験したことがあるか

観光農園
の体験

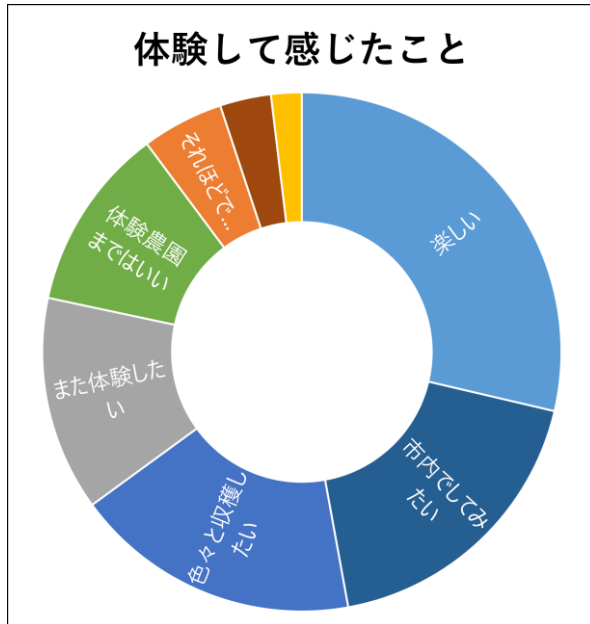


体験あり	体験なし	未回答
80	257	17

・小郡市域は、観光農園が多い地域に隣接しているが、（朝倉市「柿」、久留米市田主丸町「巨峰」、うきは市「りんご」「なし」「桃」など）調査結果からは、回答者の約3/4が「体験したことがない」という結果になっている。

1.5-2. 体験した感想（複数回答可）

楽しい	それほどでもない	また体験したい	もういい	色々と収穫したい	体験農園まではいい	市内でしてみたい	その他	合計
45	8	21	3	28	18	29	5	157
28.7%	5.1%	13.4%	1.9%	17.8%	11.5%	18.5%	3.2%	



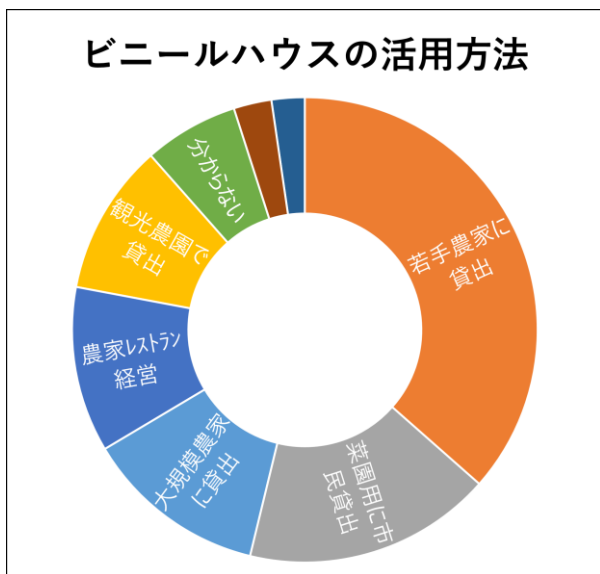
○その他

- ・子どもと一緒に体験しました。楽しかったし、通常の料理と違い、味噌につけて、生のピーマンの丸かじりなどそのものの味を体験できました。
- 小郡で収穫し、料理し、食事をするという体験があればぜひ参加したい。
- ・子どもたちが楽しそうだったので、食育にとってもよいと感じた。
- ⇒一方では、こんな意見も
- ・祖父母の家が農家だったので、手植えや手刈りを手伝っていた。きつかった。
- ・仕事との両立は難しく、平日は支援が必要

肯定的な意見が3/4以上を占めている一方、昔、農家の手伝いをしていた人からは「農作業はきつい」「作付管理が大変」という意見があった。農作業の全てを自分たちがやるのは大変との考えがあるようだ。

1.6. ハウスの活用方法（複数回答可）

大規模農家に貸出	若手農家に貸出	菜園用に市民貸出	観光農園で貸出	農家レストラン経営	分からない	その他	未回答	合計
77	222	105	64	70	40	14	16	608
12.7%	36.5%	17.3%	10.5%	11.5%	6.6%	2.3%	2.6%	



○その他

- ・学校や施設、保育園などに貸し出し、子どもたちへの食育の場とする。
- ・学校などが近ければ、土を整備して、野球チームなどに雨天時に貸し出す。
- ・新種作物の栽培に挑戦する人に貸し出して欲しい。
- ・オシャレなカフェや販売場にする（複数回答あり）。
- ・農福連携事業で活用する。

・若手農家を支援する回答が圧倒的だった。

・その他意見では、食育や農福連携の場としての活用と利益を生むために何かをやるという意見が見られた。

・一方、現在価値がない物は誰にとっても同じだという辛辣な意見も複数見受けられた。

・また、「貸してほしい」との意見も複数見られた。

