令和５(2023)年度農産物直売所・農村レストラン等の都市農村交流施設の利用状況について

令和６(2024)年10月３日　栃木県農政部農村振興課

○　令和５年度の都市農村交流施設の利用者数は、前年度より166万人多い1,897万人（令和４年度比109.6%）となり、農産物直売所では新型コロナウイルス感染症の影響がなかった平成30年度と同程度まで回復した。（図１）

○　都市農村交流施設の売上額は、過去最高の223.3億円となった。　※地域農産物の販売に取り組んでいる民間運営の直売所等の実績が増加

１　農産物直売所の動向（図１・図２）

（１）利用者数は、前年度より164万人多い1,679万人。
（令和４年度比110.8%、平成30年度比100.2%）

（２）売上額は、過去最高の189.9億円。施設数は、前年度より５施設増の168施設。
※民間運営の直売所等の実績が増加

（３）前年度に対して売上額を伸ばした施設は78施設（約５割）。
新商品の開発や有機農産物販売コーナーの設置、イベントの開催等の取組などを行った施設が売上額を伸ばした。

２　農村レストランの動向（図１・図３）

（１）利用者数は、前年度より３万人多い164万人。
（令和４年度比101.9%、平成30年度比72.2%）

（２）売上額は、1.2億円増の17.4億円。施設数は、前年度と同じ57施設。

（３）前年度に対して売上額を伸ばした施設は43施設（約８割）。
地域の特色を生かした新規メニューの開発で売り上げが伸びた一方、新型コロナウイルス感染症の拡大により席数を減らした影響が残り、売上額は微増となった。

３　観光農園の動向（図省略）

（１）利用者数は、前年度並みの54万人。
（令和４年度比98.2%、平成30年度比84.4%）

（２）売上額は、前年度並みの16億円。施設数は、前年度より１施設増の34施設。

（３）前年度に対して売上を伸ばした施設は18施設（約５割）。
メディア等によるPRに積極的に取り組んだ観光農園が売上額を伸ばした。

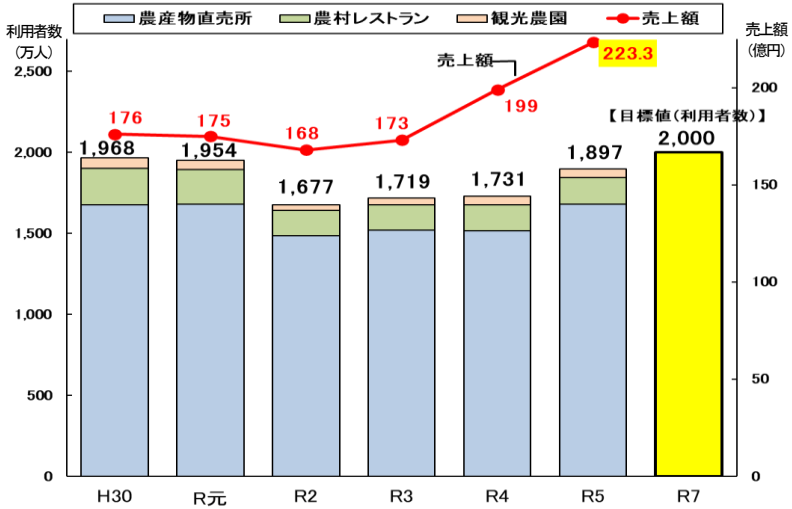


図１　都市農村交流施設全体の利用者数及び売上額の推移

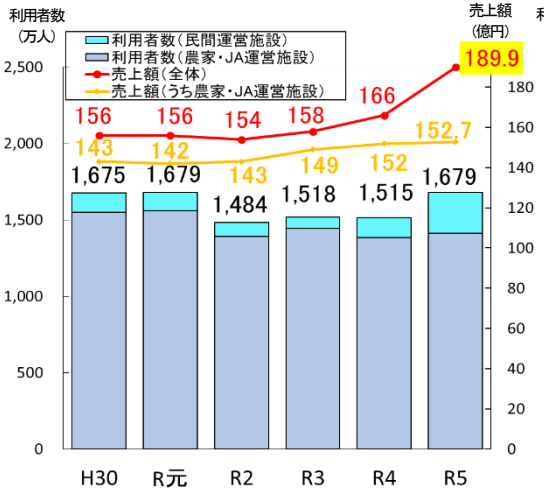


図２　農産物直売所の利用者数及び売上額の推移

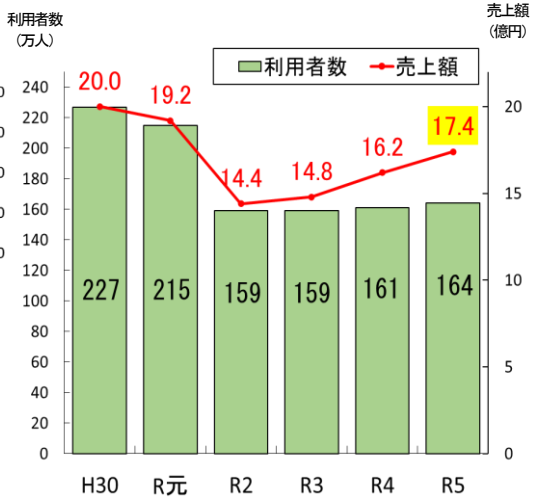


図３　農村レストランの利用者数及び売上額の推移

【令和５年度のトピックス】

１　本県初となる全国農林水産物直売サミットの開催

県内外の農産物直売所の優良事例等を関係者と広く共有するとともに、地産地消メニューのＰＲ等を通じて県産農産物等の魅力を全国に発信した。（約 300 名が参加）
◆日程：令和５(2023)年 11 月 16 日（木）～17 日（金）
◆場所：ライトキューブ宇都宮、県内の農産物直売所

⑴　全体会　～優良事例や課題解決に向けた取組を関係者と共有～

直売所を核とした地域経済の好循環や中山間地域の資源を活用した商品化・ 雇用の創出などの県内外の特色ある事例、課題解決に向けた取組について関係者間で共有した。

⑵　いちご王国マルシェ・交流会　～県産農産物の魅力を全国に PR～

いちご王国マルシェにおいて、いちごやにっこり、あゆ、生乳などの農産物等を販売するとともに、交流会では、とちぎの星、とちぎ和牛、プレミアムヤシオマス等の県産農産物に加え、郷土料理しもつかれをPRするなど、栃木の食や農産物の魅力を全国からの参加者へ発信した。

⑶　現地視察　～視察先直売所がおもてなしの心でお迎え～

いちごや歴史、食文化、大自然など、４テーマに沿った特色ある直売所を視察し、活発な交流が行われた。一部の直売所では、参加者同士で海産物の取引について話し合いが進むなど、新たな繋がりが育まれた。

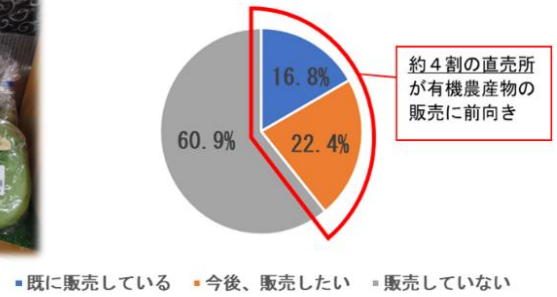
２　直売所における有機農産物の販売

道の駅みぶ　みぶのやおやさん（壬生町）

有機農産物の販売拡大に向けて、有機農産物専用の販売コーナーを拡大するとともに、研修会・視察を通じてスタッフの商品説明力の向上に取り組んでいる。

有機農産物販売コーナー

【参考】県内直売所における有機農産物の販売
（出典：都市農村交流施設設置状況調査）



３　観光農園における誘客促進に向けた受入体制の強化

スローライフリゾートいちごの里（小山市）

農園と観光地を周遊するツアー等の受入拡大に向けて、多言語化など情報発信の強化に取り組むほか、高齢者やインバウンドなど多様な来訪者がストレスフリーで収穫体験ができるよう、いちごの高設栽培ベンチを積極的に導入している。

多言語に対応したＨＰ

高設栽培ベンチの導入