

令和7年度

「奄美大島の地場野菜」  
総合推進事業  
事業報告書

株式会社しーま  
令和8年 3月

# 令和7年度 「奄美大島の地場野菜」総合推進事業 実績報告書

## 1. 事業の概要

- 1.1 事業概要
- 1.2 事業スケジュール

## 2. 業務の実施内容

### 2.1 地場野菜の生産実態の把握

- (1)調査対象:5市町村・名瀬中央青果(株)
- (2)アンケート項目
- (3)アンケート結果

### 2.2 実需者ニーズの把握

- (1)調査対象:小売り・ホテル等 島内事業所11店舗
- (2)アンケート項目
- (3)アンケート結果

### 2.3 有望品目の選定および資料作成

- A 地産地消の主力となる有望野菜(5品目程度)の選定
- B 有望品目のレシピカード作成
- C 生産・出荷を促す資料(リーフレット等)の作成

### 2.4 販売イベントの実施

## 3. 総括

- 3.1 事業全体の成果
- 3.2 今後の課題と展望

## 添付資料

成果物(リーフレット・レシピカード)

アンケート結果資料

- └ R7地場野菜推進事業\_アンケート集計【市町村・市場】
- └ R7地場野菜推進事業\_アンケート集計【小売り・ホテル】

# 1. 事業の概要

## 1.1 事業概要

### ■目的

本事業は、奄美大島で生産される地場野菜について、生産・消費の両面から総合的な推進を図り、地域内での地産地消の促進および地域資源としての価値向上を目的として実施した。

現在、生産現場においては担い手の高齢化や作業負担の増大により、生産の維持・拡大が課題となっている。一方で、小売り店やホテル等の実需者からは、観光客のニーズへの対応や大型スーパーとの差別化を図る観点から、地場野菜に対する高い需要が存在している。

このような需給のギャップを踏まえ、本事業では市町村や卸売市場における生産・流通実態と、実需者の具体的な仕入れニーズの双方について調査・分析を行った。

その調査結果に基づき、実需者からの需要が高く、かつ高齢化が進む生産現場においても栽培が比較的容易な「有望品目」を選定した。さらに、選定した品目の生産・出荷を後押しする生産者向けの栽培・出荷マニュアルや、一般消費者の購買意欲を喚起するレシピカードを作成するとともに、地場野菜を活用した販売・試食イベントを実施した。

これらの取り組みを通じて、一般消費者との直接的なコミュニケーションの機会を創出し、地場野菜の生産および消費拡大に向けた機運醸成を図ることを目的とした。

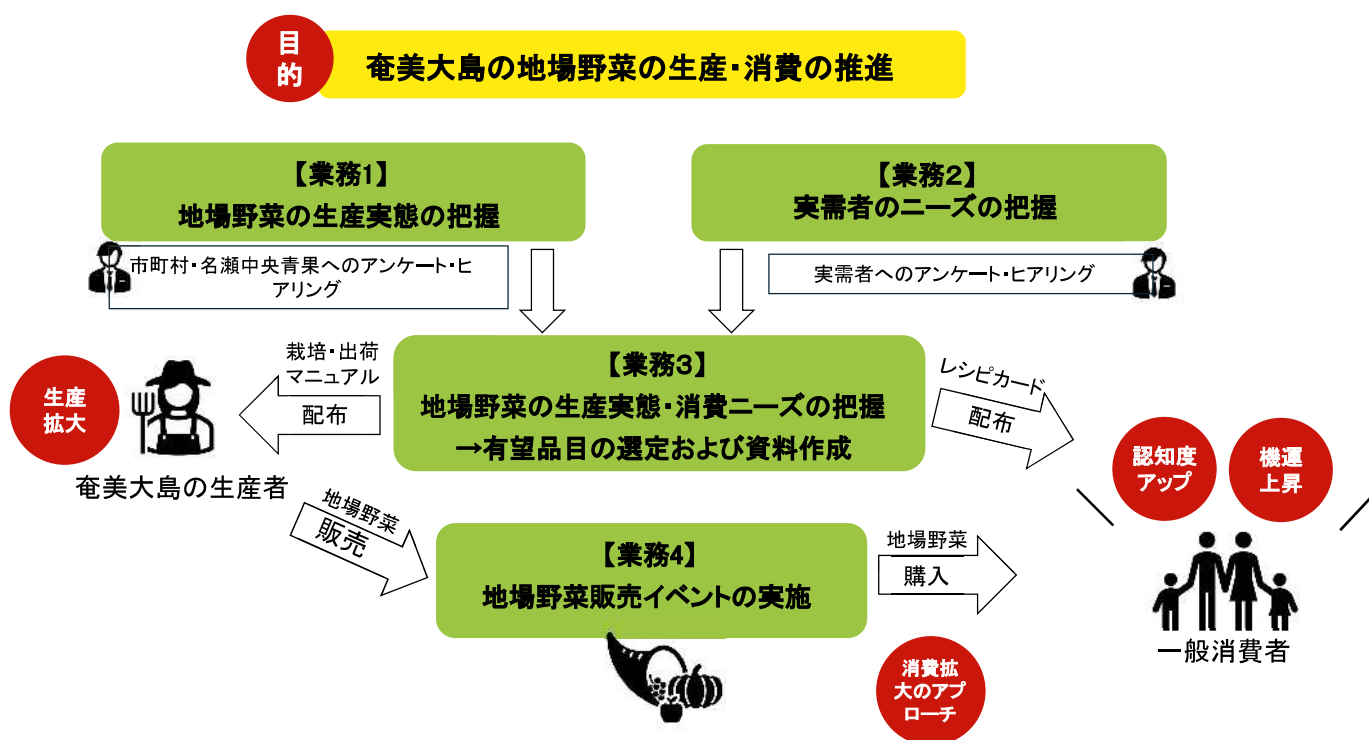
### ■地場野菜の定義

本事業において推進の対象とする「地場野菜」とは、奄美地域で古くから生産・消費されてきた伝統野菜のみに限定するものではなく、地域の気候や土壌に適応して栽培されている野菜全般を対象とするものである。

また、小売り店やホテル、加工業者等の実需者からの需要も踏まえ、「市場ニーズの高い野菜」を広く地場野菜として捉えることとした。

伝統性だけでなく現代の市場ニーズや生産現場の実態も踏まえた広い枠組みを設定することで、地域経済の循環につながる実用的な推進品目の選定を行った。

### ■事業全体イメージ



## 1.2 事業スケジュール

日程	ニーズ調査 (実需者・市町村)	リーフレット制作	イベント
令和7年9月	事業契約締結		
令和7年10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実需者向けアンケート 収集・集計</li> <li>・市町村向けアンケート 収集・集計</li> </ul>		
令和7年11月			
令和7年12月	重要品目5点を選出	リーフレット制作	奄美市産業ふれあいま つり出店に向けた <ul style="list-style-type: none"> <li>・レシピ考案</li> <li>・レシピカード制作</li> <li>・アンケートボード制作</li> <li>・提供試食の試作</li> </ul>
令和8年1月			(2/22)奄美市産業ふれ あいまつり出店
令和8年2月			<ul style="list-style-type: none"> <li>・小売り店へレシピカード 配布</li> <li>・SNS等で広報(イベントレ ポート、レシピカード広報)</li> </ul>
令和8年3月			(3/31)事業終了

## 2. 業務の実施内容

### 2.1 地場野菜の生産実態の把握

奄美大島における地場野菜の生産実態を客観的に把握するため、大島支庁農政普及課からの提供データ(令和6年産野菜の生産状況調査)および名瀬中央青果株式会社等の取扱実績の整理・分析を行うとともに、奄美大島内市町村担当者へのアンケートおよびヒアリング調査を実施した。本調査の対象機関および主な質問項目は以下の通りである。

#### (1)調査対象者：5市町村・名瀬中央青果（株）

奄美大島島内の5市町村および青果物の流通を担う主要機関に対し、以下の通り調査を行った。

関係機関	担当部署	関係機関	担当部署
奄美市	農林水産課	瀬戸内町	農林課
龍郷町	農林水産課	名瀬中央青果	中村博光 代表取締役
大和村	産業振興課	あまみ農業協同組合 (JA)	大島事業 本部園芸課
宇検村	産業振興課	※あまみ農業協同組合へはヒアリングを実施したが、取扱野菜が主に島外向けであり、推進対象となる地場野菜の有効な回答が得られなかったため集計には含めていない。	

#### (2)アンケート項目

アンケート用紙を用いた記入形式および対面でのヒアリングを通じて、主に以下の4つの項目について詳細な聞き取りを実施した。

①生産および出荷の現状 … 地域性が強い、または伝統的な地場野菜(フル、らっきょう、冬瓜、マコモタケなど約22品目およびその他一般野菜)を対象とした生産量、収穫時期、主な出荷先の詳細。あわせて、市町村として把握している主要な販売ルート(卸売市場、直売所、スーパー等)や、加工・業務用など特定用途向け栽培の有無について調査を実施した。

#### ②生産面および出荷・販売面における課題

生産現場における課題(担い手の高齢化、労働力不足、生産コスト上昇、天候・病害虫の影響等)および、出荷・販売ルートにおける課題(出荷ロットの小ささ、集荷・流通ルートの不足、PR・販路開拓の不足等)について、現状該当する要因を抽出した。

#### ③今後の推進の方向性と有望品目

「栽培や収穫がしやすいか」「消費面で受け入れられやすいか」「郷土料理と深く結びついているか」等の多角的な観点から、今後重点的に生産・消費を推進していきたいと考える有望品目(最大5品目)とその選定理由を調査した。また、今後の推進にあたり支援や連携を希望する分野(販路拡大、担い手育成、技術指導等)を確認した。

#### ④各自治体の独自の取り組みおよび本事業への要望

各市町村が独自に実施している地産地消やブランド化に関する取り組み・イベントの状況、本事業(レシピア作成やPR等)で連携可能な部署の有無、および事業全体に対する期待や意見を収集した。

アンケート結果のうち、主要な項目について以下に抜粋して示す。なお、詳細については別添資料として提出する。

### (3)アンケート結果

#### ①生産および出荷の現状

<令和6年度地場野菜生産量/市場取扱量>

品目	5市町村別生産量 (t)					5市町村計	奄美市地方卸売公設市場(名瀬中央青果)取扱集計			
	奄美市	龍郷町	大和村	宇検村	瀬戸内町		取扱量 (t)	金額 (円)	取扱金額順位(野菜のみ、全38種類)	備考
冬瓜(シブリ)	44.0					44.0	21.9	2,981,876	2位	
ばれいしょ	11.5		3.0	4.0	16.5	35.0	4.2	686,671	25位	
ニガウリ	11.5	1.1	1.3	8.0	13.0	34.9	4.3	1,752,665	9位	
さといも	4.2	2.7	1.0	14.0	4.2	26.1	2.1	1,127,832	17位	
にんにく	1.4	0.8		3.0	12.0	17.2	0.4	427,174	32位	漬物は151kg、270,613円、第37位
らっきょう	12.9	3.0	0.6			16.5	1.8	1,910,204	6位	漬物は423kg、1,501,846円、第11位
しょうが	1.6		4.0	3.5	2.8	11.9	1.8	738,099	23位	
島ふだんそう	6.3					6.3	2.8	1,016,449	18位	
ヘチマ	3.7	0.2		1.0		4.9	1.4	417,054	33位	
マコモタケ	1.3	2.7				4.0	1.9	1,807,334	8位	
ツワブキ	2.9			0.5		3.4	1.5	2,490,313	5位	
フル(葉にんにく)	2.4	0.4		0.5		3.3	1.3	2,521,333	4位	
ハンダマ	0.6	0.7		1.0		2.3	1.6	703,095	24位	
タカナ(高菜)	0.8	0.6		0.5		1.9	0.0			
パパイア	0.2			1.0		1.2	6.3	769,682	22位	※フルーツパパイアは含まない
島うり				1.0		1.0	7.6	1,482,406	12位	
ソラマメ	0.1	0.5				0.6	0.0			
コマツナ	0.2	0.4				0.6	—	—	—	—
ツルムラサキ				0.5		0.5	—	—	—	—
イモヅル	0.5					0.5	—	—	—	—
四角豆				0.1		0.1	—	—	—	—
島かぼちゃ (※空欄は回答なし)						0.0	—	—	—	—

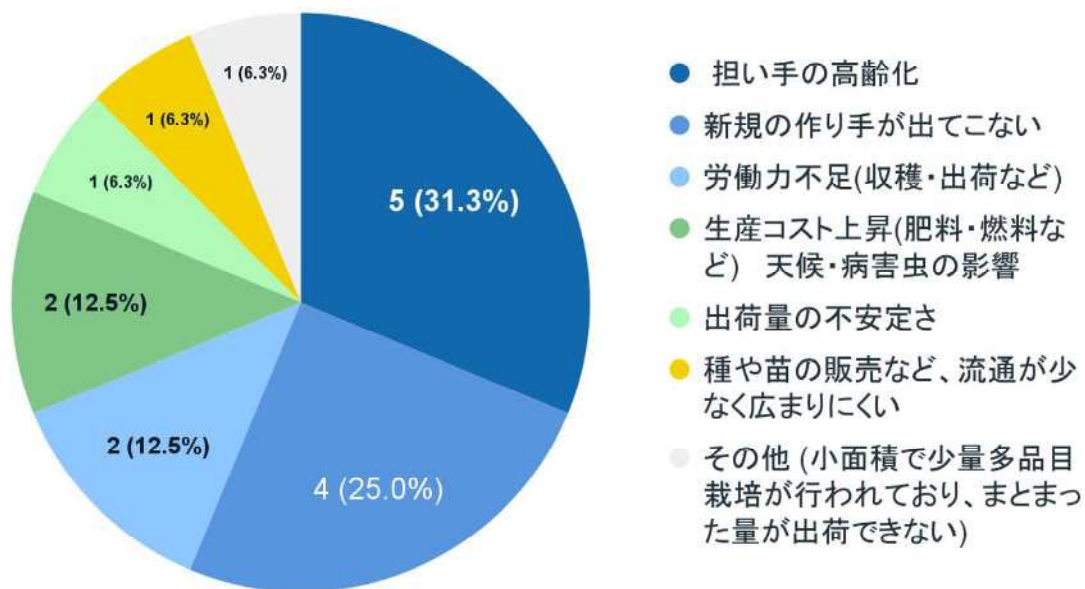
### 令和6年度地場野菜生産量 /市場取扱量 集計結果・分析

※令和6年度における奄美大島島内 5市町村が把握している生産量を聞いたが、把握・統計の度合いについては、各市町村で差があり、現実量はさらに多いとは考えられる。実際量の一部と考えながらも、島内生産量に対する奄美市地方卸売市場（名瀬中央青果（株））での取扱量（出荷量・販売額）を比較し、考察する。

- ・市町村生産量に対する卸売市場での取扱量の開きが多い作目としては、「にんにく」は生産量に対して取扱量が約 2%、「らっきょう」は同約 11%、「ニガウリ」は同約 12%など。
- ・一方、「ハンダマ」は生産量に対し市場での取扱量は「 70%」と市場への流通量が多い。
- ・実需者（小売り・ホテル）から需要の高い品目である「冬瓜」は 50%、「フル」40% となっている。
- ・取扱い金額としては、実需者から人気の高い「冬瓜」 2位「フル」4位「らっきょう」6位として、人気が裏打ちされたともいえる。
- ・全体として、島内で生産されている野菜のすべてが市場流通に乗っているわけではなく、生産量と市場取扱量の間には差があることが確認できる。

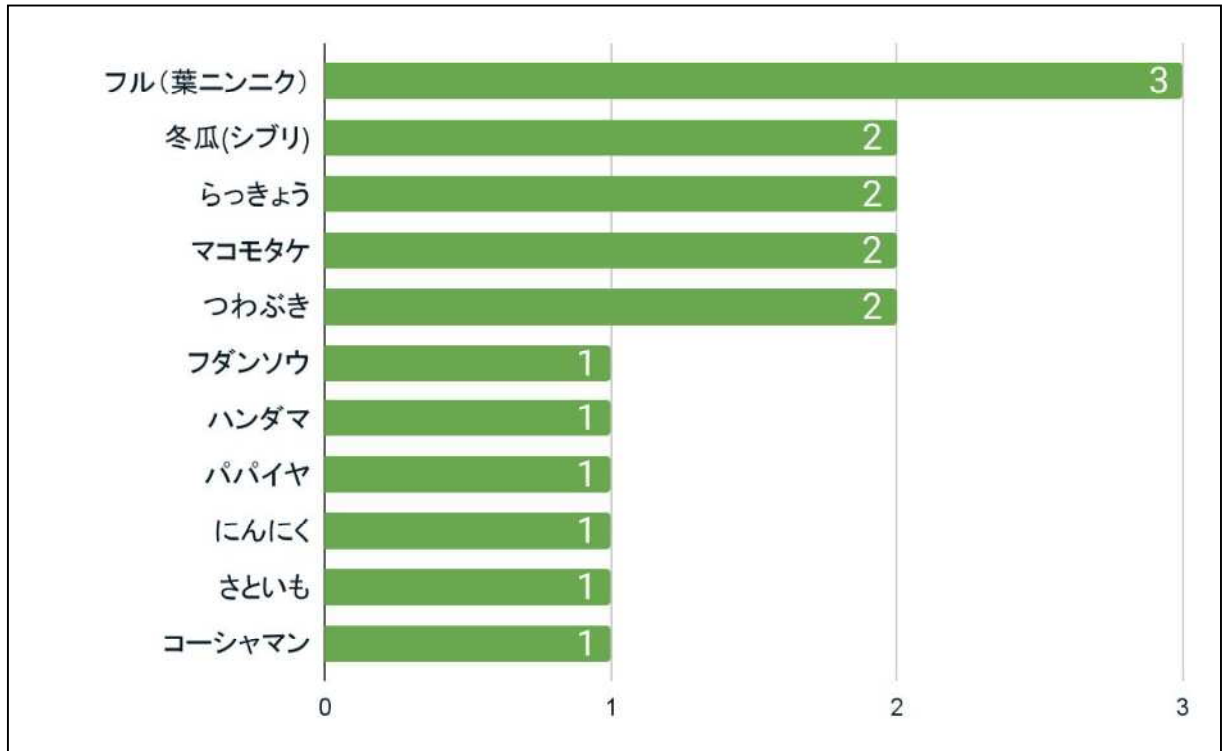
### ②生産面および出荷・販売面における課題

■地域性のある野菜の生産面で課題と感じていること(複数選択可)(回答:5市町村)

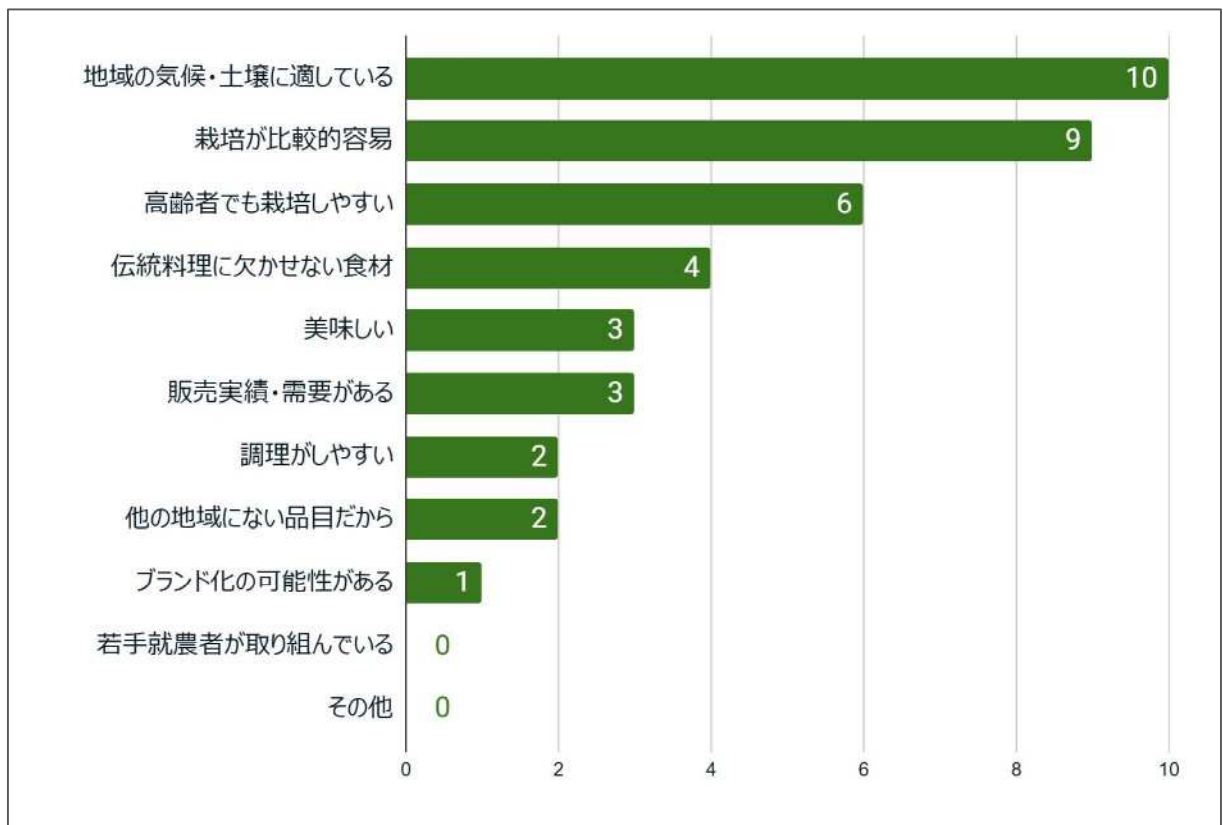


### ③今後の推進の方向性と有望品目

■今後生産・消費を推進していきたいと考える品目を5つ以内で挙げてください  
(回答: 4市町村、名瀬中央青果 )



■推進したいと考える理由 (選択項目、あてはまるものすべて )(回答: 4市町村、名瀬中央青果 )



## 分析

- ・アンケートを通じて挙げられた「今後生産・消費を推進していきたいと考える品目」は、地域の気候・土壌に適していることに加え、栽培のしやすさや調理のしやすさ、伝統料理との結びつきが評価されている。
- ・「設問:地域性のある野菜の生産面で課題と感じていること」で最も多かった「担い手の高齢化」に対し、「高齢者でも栽培しやすい」としてあがった品目が「フル(葉ニンニク)」「らっきょう」。
- ・「フル(葉ニンニク)」は6つの理由選択があてはまり、10回答を得るなど最も生産面において奨励される品目として位置づけられた。
- ・また、品目のブランド化につながる「ほかの地域にはない品目だから」「ブランド化の可能性がある」に選択されたのが、「コーシャマン」と「マコモタケ」。地場野菜のなかでも特異性の高い品目として位置づけられる。
- ・総合的に、明確な有望品目としては「フル(葉にんにく)」「冬瓜(シブリ)」「らっきょう」と言える。

### ④各自治体の独自の取り組みおよび本事業への要望

#### ■市町村として、地場野菜の地産地消やブランド化に関して実施している取組・イベント

奄美市	大島本島地区地産地消推進協議会本市事務局 <ul style="list-style-type: none"> <li>・5市町村のイベント等への助成</li> <li>・統一した野菜袋等の作成・販売 R7年度は統一シール作成・配布予定</li> </ul> 「食と農の総合戦略」策定 <ul style="list-style-type: none"> <li>・R8年2月策定予定</li> </ul>
龍郷町	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本町では、町民フェアという行事が毎年行われており、地元事業者の出店を募り農産物の販売等を行っている</li> <li>・マコモタケについては、主に秋名幾里集落で生産されており、生産者組織において即売会が行われている</li> </ul>
大和村	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ひらとみ朝市での野菜販売(12月末)</li> </ul>

#### ■訪問ヒアリング(名瀬中央青果、あまみ農業協同組合)

名瀬中央青果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取扱量としては島内産4割鹿児島本土、県外6割位で、鹿児島本土、県外産の割合が多くなってきている</li> <li>・H26年頃は島内産の割合が多かった。市場の売り上げも10億規模</li> <li>・島内産野菜の買い手がつかず返品ということがない。需要はあるはず</li> <li>・ここ数年は、毎年5~6%ずつ売上高が下がってきている。(※R7前期は昨年の+400万位にあがったが)</li> <li>・ゆがきタケノコや、漬物の需要は結構ある(ゆがきは島内で、431キロ 売り上げも185万ある)が、法改正で、きちんと整備された加工場でしか作れなくなったので、3年前から取り扱いが減ってきている)</li> <li>・10年程前から笠利、龍郷に集荷場を設けて集荷している。笠利方面は結構集まるとのこと</li> <li>・いま市場に卸している農家で野菜だけで100万円以上の収益を上げている人は笠利で、4件ではないか(全10件のうち)</li> </ul>
あまみ農業協同組合(JA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JAで取り扱いがある野菜が島外向けのかぼちゃと実えんどうのみ。他の野菜は取り扱いがないので地場野菜についてのデータがない</li> <li>・Aコープ笠利ではかぼちゃ、ハンダマ、冬瓜を持ち込みしてくれる農家がいるがそのくらい</li> <li>・宇検村では野菜部会が高齢化で解散した</li> </ul>

## 2.2 実需者ニーズの把握

奄美大島における地場野菜の需要動向や販売上の課題を明らかにするため、島内で青果を取り扱っている小売り店およびホテル等の実需者を対象に、アンケートおよび個別ヒアリング調査を実施した。本調査の対象店舗および主な質問項目は以下の通りである。

### (1)調査対象店舗 島内の実需者

(スーパー、直売所、小規模小売り店、ホテル等)計11店舗に対し調査を行った。回答を得られた店舗は以下の通りである。

	会社・店舗名	業態	エリア
1	グリーンストアー	小売り(スーパーマーケット)	奄美市名瀬入舟町
2	イオンプラザ大島店	小売り(スーパーマーケット)	奄美市名瀬小浜町
3	いずみストアー	小売り(スーパーマーケット)	奄美市名瀬有屋町
4	のつつぶる	仲卸・小売り	龍郷町中勝(ビッグツー内)
5	奥商店	小売り(青果店)	奄美市名瀬長浜町
6	八百千	小売り(青果店)	奄美市名瀬長浜町
7	いっちばストアー	小売り(青果店)	奄美市名瀬朝日町
8	合同会社 味の郷かさり	直売所	奄美市笠利町節田
9	ケンムンの館	直売所	宇検村湯湾
10	奄美リゾートばしゃ山村レストランAMAネシア	レストラン・宿泊施設	奄美市笠利町用安
11	ネイティブシー奄美レストラン forest	レストラン・宿泊施設	龍郷町芦徳

### (2)アンケート項目

各店舗に対し、主に以下の4つの項目についてアンケートの実施および聞き取りを行った。

#### ①店舗の基本情報および仕入れの現状

各店舗の利用者層(地元客・観光客の割合)や、青果物の主な仕入れ先(市場、JA、卸売業者、直接契約等)、ならびに仕入れにおいて重視している要素(鮮度、価格、品質等)について調査した。

#### ②地場野菜の取扱状況と消費ニーズ

現在の地場野菜の取扱割合や仕入れている種類の把握と、消費者ニーズを探るため「よく売れる(人気のある)地場野菜」と「あまり売れない地場野菜」、およびその理由について具体的な聞き取りを行った。

#### ③今後の仕入れ意向と有望品目(強化したい品目)

今後の地場野菜の仕入れを増やしたいかどうかの意向とその理由(他店との差別化、観光客へのPR等)を確認した。あわせて、現状の需要に対して供給が不足している「今後仕入れを強化したい地場野菜」を調査し、実需者視点での有望品目の抽出を行った。

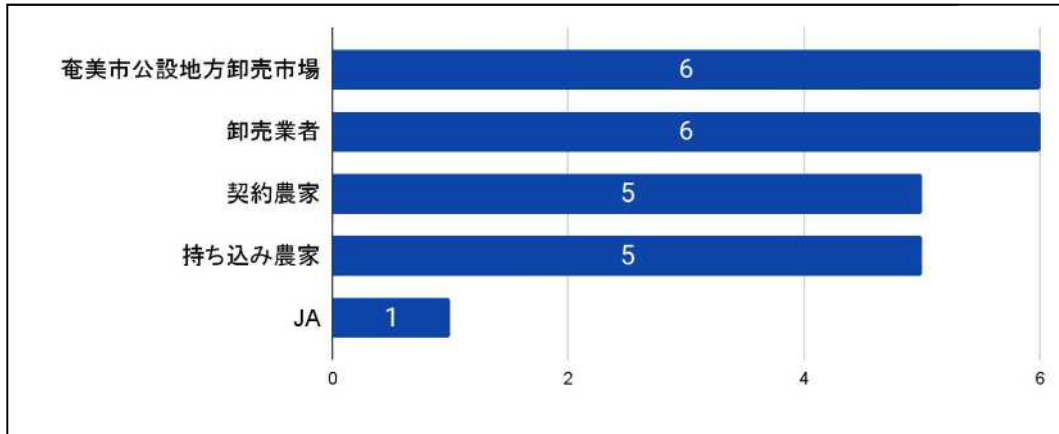
#### ④販売促進における課題と効果的な施策

実需者が感じる地場野菜の魅力や、仕入れにおける課題(流通量の不足、価格、品質のばらつき等)を抽出した。また、消費拡大・販売促進において効果的だと考えられる施策(レシピ・調理法の周知、栄養成分の周知等)について意見を収集した。

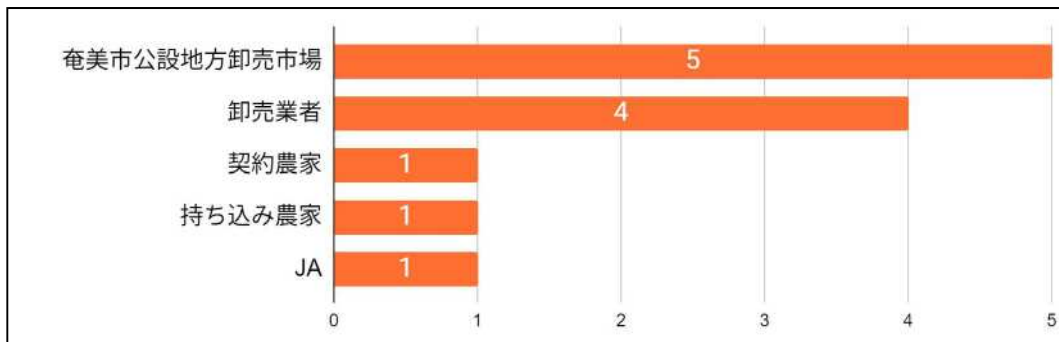
### (3)アンケート結果

#### ①店舗の基本情報および仕入れの現状について

■野菜の主な仕入れ先を教えてください。(あてはまるものすべて)

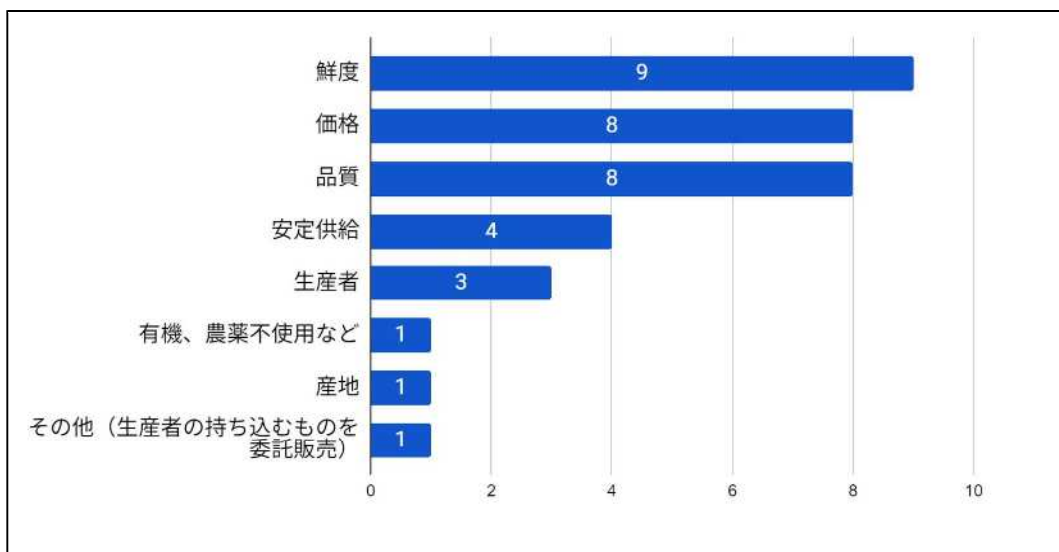


■そのなかでメインとなる仕入れ先はどこですか？



※イオンプラザ大島店:「JA」と「卸売り業者」と2項目回答

■野菜の仕入れで重視している点を3つ選んでください。



## 結果・分析

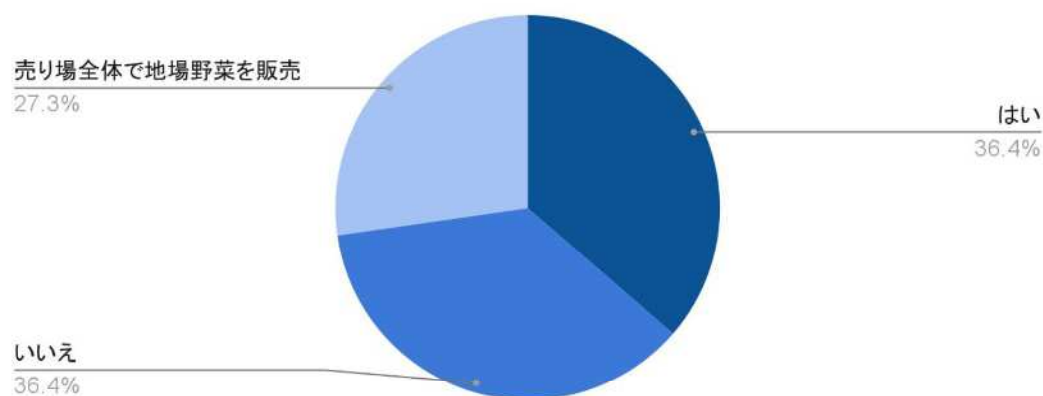
仕入れ先としては、市場をメインととらえる業者がもっとも多く、併用する形で卸売り業者や契約農家を持っているところがあった。

仕入れにおいて重視するのは「鮮度」がもっとも高く、次いで「価格」「品質」と並んだ。

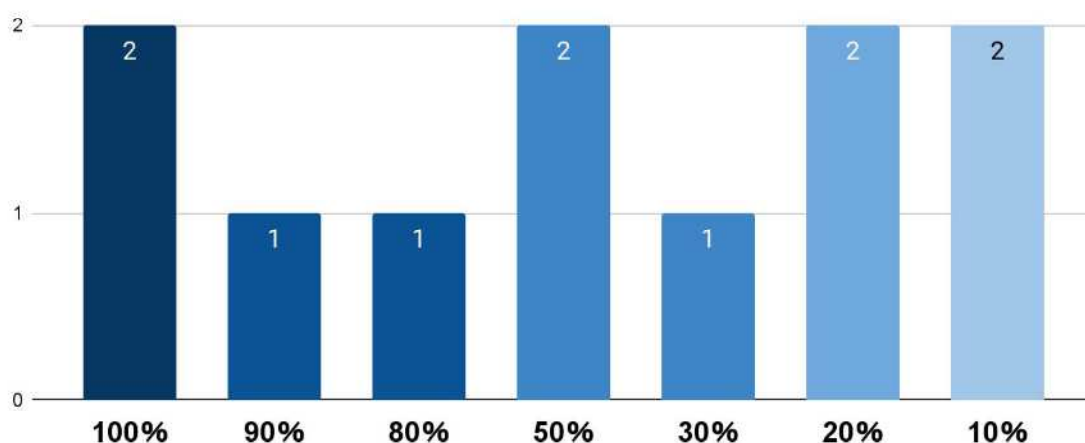
この3点が突出して多かったことから、生産・販売において重要な3つのポイントだということがわかる。

### ②地場野菜の取扱状況と消費ニーズ

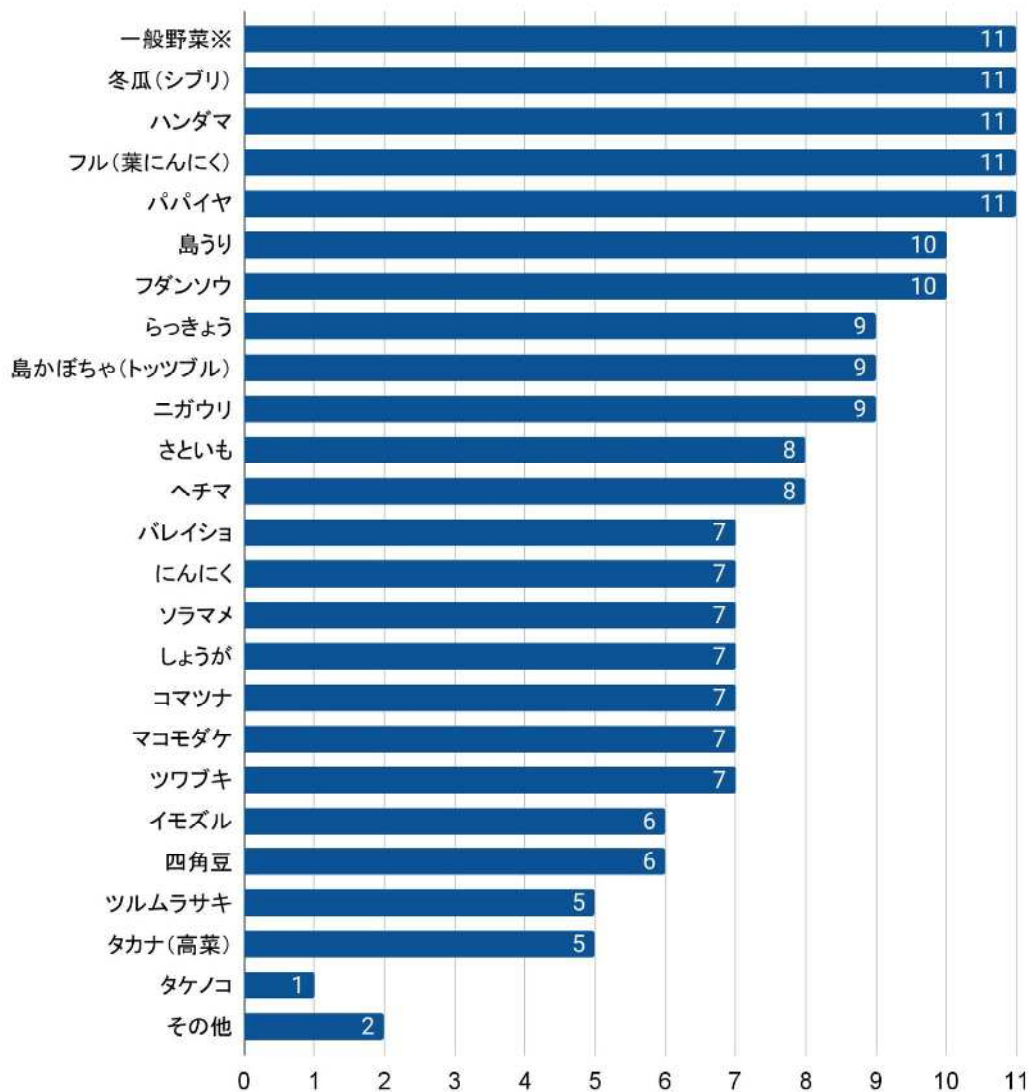
#### ■地場野菜コーナーはありますか？



#### ■取り扱っている野菜のうち地場産の割合を教えてください。(年間)



■仕入れている地場野菜の種類を教えてください。(あてはまるものすべて)



※一般野菜...だいこん、にんじん、キャベツ、かぼちゃなど

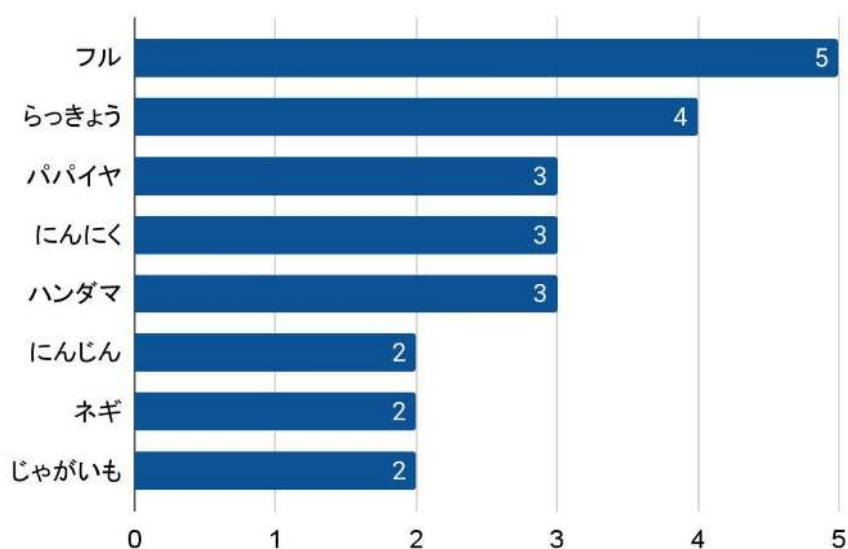
分析

・「地場野菜の取り扱いが100%」と答えたのは、味の郷かさと、けんむんの館の直売所 2店舗。  
 ・「地場野菜の取り扱いが10%」と答えたのはイオンプラザ大島とグリーンストア。大手スーパーのみならず、地元スーパーでの取り扱いも割合では10%にとどまった。  
 グリーンストアでは地場野菜の取り扱いを「強化したい」方針もある(※)が、10%にとどまっている理由としては供給量の問題があると推測される(※)

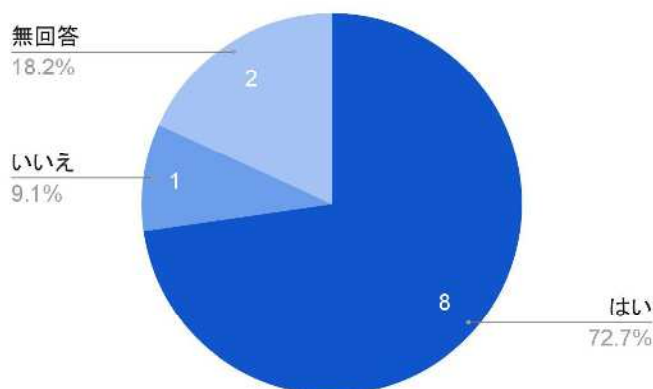
(※)添付資料 R7地場野菜推進事業\_アンケート集計【小売り・ホテル】参照

### ③今後の仕入れ意向と有望品目（強化したい品目）

■仕入れを強化したい地場野菜はありますか？（あてはまるものすべて）



■地場野菜の仕入れを増やしたいと思いませんか？



#### 【回答:はい 72.7%】理由

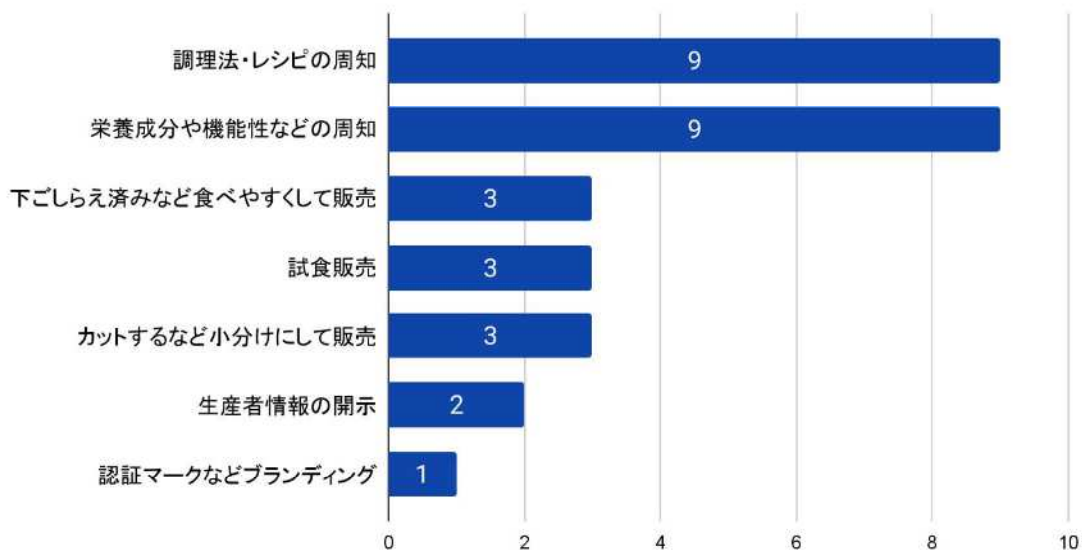
- ・お客様が喜ぶので
- ・観光客のお客様にもっと地場野菜を食べてもらいたい
- ・農家減少に伴い、野菜の種類・量が減ってきていると思うから
- ・新鮮。また、大手のスーパーとの競争に勝つには地場産にこだわる方がいいから
- ・農家さんを応援して地域の経済を循環できる
- ・入荷量が少ない。毎年減っていると感じる
- ・本土資本の大型スーパーとの差別化
- ・地元民のみならず、旅行者も土産品として購入するため

#### 【回答:いいえ 9.1%】理由

- ・売り場が狭く、量があっても展開が難しい、商品化にも人手がいるため難しい

#### ④販売促進における課題と効果的な施策

■地場野菜の販売促進に効果的だと思うことを3つ選んでください。



#### 結果・分析

「地場野菜の販売促進に効果的だと思うこと」については、「調理法・レシピの周知」「栄養成分や機能性などの周知」が、11店舗中9店舗が選択し、突出して多かった。

日常的に食す野菜として日頃から購入し食卓に登場させる存在となるには、一般消費者のニーズに即したレシピ周知やその野菜が持つ栄養・機能性などのメリットを広報し、魅力を伝えていることが効果的であると考えられる。