

八王子農家通信

～人で野菜を買う時代へ～



Hachioji Farmer Magazine

A producer will be an important factor when we buy vegetables



チーム イチョウ

山森咲, 遠山ひとみ, 村松晴美

指導教員 : 水元 昇

創価女子短期大学 国際ビジネス学科 水元研究室

キーワード: 八王子農業, 地域, 情報誌, 回覧板, SNS

1. はじめに

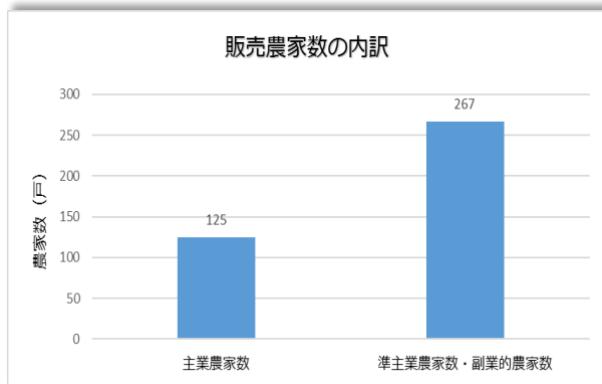
八王子市は東京都の中でも有名な農業地であり、数多くの農家が存在する。八王子市農業委員会によると八王子の総農家数は 1,197 戸で東京都随一の農業者数を誇る。道の駅や直売所の効果により、八王子の農業の認知度は向上しているが、市内・市外共にまだまだ向上が図れると考える。

2. 八王子農業の課題

(1) 主業農家数の低さ

J A 八王子地域振興課の方から、主業農家数が伸び悩んでいる現状を聞くことができた。販売を目的とする農家の中には、農家だけで生計を立てる「主業農家」と他の仕事と兼業している「準主業・副業農家」が存在する。このグラフが表しているのは農家だけで生計を立てることの難しさである。

図 1 販売農家数の内訳



(出典: 八王子市農業委員会)

(2) 地域から孤立する農業

市内の農家を何度も訪問する中で、「農家は地域に密着しているようで、孤立しがちな産業だから今後の課題も多い」という声が聞こえてきた。その課題の中には農業に関しての認知度向上だけでなく、後継者・人手不足などの深刻な問題も含まれている。

(3) 実践的研究結果を基に

これらの課題にはさまざまな原因が混在している。その中でも私たちは「地域と農家の関わり」に着目したい。地域と農家の関わりを強めることで、市民の八王子農業への興味関心を高め購買意欲の促進を図る。

3. 企画提案

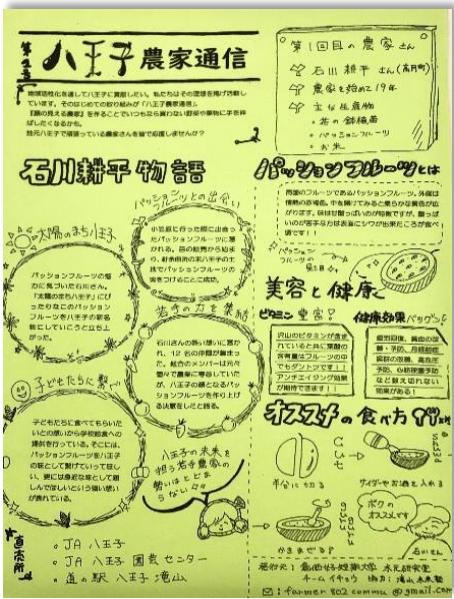
‘ただの野菜’を‘あの人々の野菜’に変えることで、人と人の繋がりや農業への興味関心が高まるという仮説を立て、情報媒体の発行をしていく。

(1) 八王子農家通信

a. 情報誌の作成

農家の方々の人生や人となりに着目する地域情報誌「八王子農家通信」を作成する。実際に 10 月には第一号を発行することが出来た。ここでは普段はあまり取り上げられない農家自身の物語に触れていく。この農家の物語とは、農家を始めてから今までの人生背景や、農作物を育てるまでの苦労、喜びなど消費者が知らない裏側に迫る。

図 2 八王子農家通信



b. 発信方法

- ・八王子市内の町内会(加住連合町会)での回覧
- ・市内公共施設への配布
- ・WEB上での記事作成・公開

発信方法としては以上の3点が挙げられる。

(2) SNSの活用

図 3 八王子農家通信 Instagram



作成した情報誌・WEB上の記事の広報媒体としてTwitterやInstagramを利用し、さらに八王子外からも多くの方の目に止まるようなプロモーシ

ョンを展開していく。詳細として、作成した情報誌の掲載と共に、WEB上の記事へのリンクを掲載する。また、取材した農家の野菜や第6次産業商品のPR等にも活用していく。

4. 今後の展開

・八王子農家通信の規模の拡大

現在配布している連合町会や施設以外の場所へも八王子農家通信を広げ規模の拡大を図る。

・市場調査

実際にアンケートなどを用いて市民の興味・関心、生産物への購買意欲の変化について検証を行う。

・購買意欲を高める

取材した農家の生産物に、八王子農家通信を同封し販売することを検討。

・市民と農家を直接的につなぐツールをつくる
実際に農家へのボランティアやイベントを告知する。

5. 終わりに

私たちが作成する八王子農家通信等の広報活動が興味関心に繋がり、結果として購買意欲の向上が期待できる。「ただの野菜」を「あの人野菜」に変えることで「人で野菜を買う時代」を創造していく。

6. 参考文献

【語句】

主業農家: 農業取得が主(農家所得の50%以上が農業所得)で、65歳未満の農業従事60日以上の者がいる農家をいう。

準主業農家: 農外所得が主で、65歳未満の農業従事60日以上の者がいる農家をいう。

副業農家: 上記以外の農家のことをいう。

コトバンク <https://kotobank.jp>

図1 販売農家数の内訳

八王子市農業委員会活動計画より

https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kurashi/sangyo/004/004/001/p006434_d/fil/31katudoukei_kaku.pdf