

## 八王子農業の促進～ブランド化を目指して～

Promoting Agriculture in Hachioji City - Aiming for Branding -

グループ名：半田ゼミ C  
 学生氏名：村松真弘，磯ひなた，照沼蒔都，二上夏実  
 指導教員 半田英俊

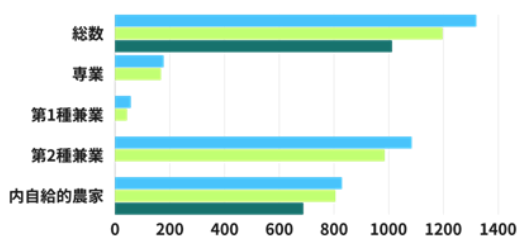
杏林大学 総合政策学部 総合政策学科 半田研究室

本報告では、八王子市の農家戸数の減少、新規農業従事者の確保といった課題を解決する取り組みとして、近年八王子市で生産が行われているパッションフルーツのブランド化を提案する。これにより、農業における収益の増加、若者の農業に対する興味関心の向上に寄与できるのではないかと考える。

キーワード：農業，ブランド化，パッションフルーツ

### 1. 八王子市の農家の現状

現在の八王子市では急激な都市化の進展によって、大小さまざまな住宅団地の建設や工場・住宅用地への転用が相次いだ。この転用はスプロール現象を起こし、同市の農用地が減少の一途を辿っている。さらに八王子市ホームページによると、経営面積の縮小と兼業化への移行、若年労働者の他分野への流出、農業従事者の高齢化に伴う担い手の確保と育成といったような現状もみられており、下記の表からも農家戸数が減少傾向であることがうかがえる。



### 2. 今回の取り組み

そこで、私たちは若者に農業に興味を持ってもらい、八王子市の農家戸数を増やすための取り組みとして八王子産農作物のブランド化を提案する。

### 3. アンケート結果

私たちは、現在の若者の農業に対する認識を確

認するために大学生131人にアンケートを行った。アンケートは、「農業に興味があり、実際にやってみてみたいと思うか」、思わない人は「なぜやりたくないと思うのか」、「八王子野菜が江戸東京野菜の一種であることを知っているのか」、「八王子市でパッションフルーツの栽培が行われていることを知っているか」について聞いてみた。

結果として、「農業に興味がある」と答えた人は約過半数なのに対して、実際に仕事として「農業をやってみてみたい」と思っている人は全体の2割となっており、農業をやってみてみたいと思う人は少なかった。さらに、八王子野菜を知っている人は1割、パッションフルーツが栽培されていることを知っている人は1割未満という結果となった。農業を仕事として行いたくない人の理由として、「肉体的に辛そう」のほかに「収入が低そう」、「多額な先行投資がかかる」という金銭面に対する不安が多いという結果も出たため、この不安を取り除くことと、八王子産の農作物のブランド化が必要だという結論にたどりついた。

### 4. 農作物のブランド化の例

八王子産農作物のブランド化を目指すにあたり、成功した事例を紹介したい。その事例がレンコン農家「野口農園」で生産された「あじよし」である。この「あじよし」は、さくさくとした食感と濃厚な味が特徴の品種であり生でかじっても、他のレン

コンとは比べ物にならないような”上品で濃厚な甘み”があり、なおかつ渋みがほとんどないのである。しかし「あじよし」は1本5000円と高額である。にもかかわらずブランド化に成功している。その方法として、商品パッケージやチラシなどを刷新、また、食べたことのない人向けのキャッチコピーにこだわることで大正15年からレンコン栽培という歴史、伝統を全面的に出したのである。

## 5. ブランド化に向けての取り組み

今回、私たちが八王子産の農作物のブランド化にあたり、目を付けた食材がパッションフルーツである。今回パッションフルーツに目をつけた理由として平成20年ごろから若手後継者によってパッションフルーツを名産品にしようという取り組みがあり、平成25年にはJAパッションフルーツ生産組合が設立され、現在では13名の若手農業後継者が取り組んでいるほどパッションフルーツに対して熱意のある取り組みが行われているからである。

そもそもブランド化に向けて必要な事項として3点存在しており、1つ目として特性を生かした他商品との差別化、2つ目としてブランド野菜としての品質基準、3つ目として野菜の知名度である。1・2に関して私たちの取り組める要素は少ないと考えたため、3つ目の野菜の知名度に注目してパンフレットの作成に取り組んだ。このパンフレット作成の狙いとして、八王子産野菜の特徴や栽培方法、栄養価、農家の声を紹介することによって知名度を向上させようと考えている。

## 6. パンフレットの内容



上記がパンフレットの具体例である。主に掲載する内容として、加工品の紹介やパッションフルーツの魅力、八王子市のマップと共にイベント情報の記載、アクセス方法などを掲載することによって、興味関心の向上を促す狙いがある。

## 7. 結論

以上のことから、八王子産のパッションフルーツをブランド化させることにより、収益が増加し、若者が興味を持つことによって、農家後継者不足が解消されるのではないだろうか。

### 【参考文献】

「八王子市農業の現状と課題」『八王子市』ホームページ

[https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kurashi/sangyo/004/001/007/p014367\\_d/fil/keikaku2.pdf](https://www.city.hachioji.tokyo.jp/kurashi/sangyo/004/001/007/p014367_d/fil/keikaku2.pdf)

「糖度の高さと食感の良さは随一！」茨城『野口農園』の柳蓮田（やなぎだ）蓮根『WA・TO・BI - 和食の扉 -』

<https://www.watobi.jp/origin/2400.html>

「JA八王子パッションフルーツ生産者組合」『JA東京アグリパーク』

<https://agripark.tokyo/matching/passionfruit/#:~:text=%E3%81%AA%E3%81%9C%E5%85%AB%E7%8E%8B%E5%AD%90%E3%81%AA%E3%81%AE%EF%BC%9F%20%E5%B9%B3>

『八王子パッションフルーツ生産組合』公式ホームページ

<https://hachioji-passion.tokyo/>