

## 東京都における農業への新規参入を選択する動機 The motivation of new entrants into agriculture in Tokyo

○江部 桃英\* 藤川 智紀\*\* 金子 貴徳\*\*

○Momoe EBE\* Tomonori FUJIKAWA\*\* Takanori KANEKO\*\*

### 1. はじめに

東京農業振興プラン（2023）によると、東京都の基幹的農業従事者数は2005～2020年で約30%減少し、2020年には後継者のいない農家が約6割を占めることが課題とされている。この解決策として、農業以外の業界から農業を始める新規参入の推進が考えられるが、特に東京都では農地取得の難しさ等がハードルとなっている。

全国における新規参入者の就農の動機としては、全国農業会議所（2022）によると「自ら経営の采配を振れるから」等の経営面、「農業が好きだから」等の自然・環境面の理由が多く挙げられている。一方、東京都農林水産振興財団（2020）によると、東京都の農業における特徴として、農作物の8割が直売所等で販売され、かつ消費者に新鮮で安全な農作物を供給できることが挙げられている。このように東京都の農業においては、新規参入の様々な課題や大きな消費地に対するメリットが想定されるが、実際の新規参入は進んでいない。新規参入者の増加を推進し、東京都の農業の持続性を高めていくために、本研究では東京都で実際に新規参入を目指す人を対象に、彼らが就農を選択した動機を明らかにする。

### 2. 方法

調査対象は、東京都八王子市にある東京農業アカデミー（以下、アカデミー）である。アカデミーは2年間の研修で新規参入希望者に対して、栽培や経営の勉強、農地取得までを幅広くサポートする施設である（東京都農林水産振興財団，2020）。調査対象者は、研修生の2年生と1年生5名ずつの全10名である。2023年8月25日に研修生2名から得られた事前調査結果より、調査項目を作成した（Table 1）。アンケート調査では「仕事関係（仕事）」の12項目、「生活関係（生活）」の10項目、「社会的・受動的な動機（社

Table 1 アンケート調査項目  
Questionnaire survey items

項目	分類
販売経路の多様さ	仕事
消費者や取引先との距離の近さによる直接的な評価	
消費地の近さによる購買力の高さ	
住居から農地へのアクセス	
新規参入者同士や地元農家の密なコミュニティ	
子育てのしやすさ	生活
病院等の施設の選択肢の多さ	
パートナーの仕事場へのアクセスの良さ	
スーパー等へのアクセス良さ	
行政サービスの充実	
近隣の家族や友人等との会いやすさ	社会
密すぎないコミュニティ	
近隣住民の期待	
引っ越し費用の削減	
農地のある風景の継承	
知り合いからの就農の誘い	地域
東京農業アカデミー等の農地取得支援	
東京農業アカデミー等の栽培技術習得支援	
東京農業アカデミー等の就農前の近隣農家との関係づくり支援	
東京農業アカデミー等の支援による将来的な農地拡大	
充実した補助金	
住居の確保	
労働力の確保	

\*東京農業大学大学院地域環境科学研究科地域創成科学専攻，〒156-8502 東京都世田谷区桜丘 1-1-1/ Department of Rural Science, Graduate School of Agro-Environmental Science, Tokyo University of Agriculture, Japan

\*\*東京農業大学地域環境科学部地域創成科学科，〒156-8502 東京都世田谷区桜丘 1-1-1/Department of Rural Science, Faculty of Agro-Environmental Science, Tokyo University of Agriculture, Japan

キーワード：都市農業，新規就農，新規参入

会)」の5項目、「地域の特性（地域）」の7項目の計34項目を作成し、Google Formsによる5段階評価（1：重要視していない～5：重要視している）の結果を得た。聞き取り調査では、若者が新規就農する上での課題と対策についての自由回答を得た。本調査は、2023年11～12月に実施した。

### 3. 結果と考察

対象者の属性は、1人のみ女性で、年齢は20～40代と幅広く、出身地域は東京都と神奈川県であった。アンケート調査結果の内、分類ごとの評価の平均値をみると、仕事関係（4.10）、地域の特性（3.34）、生活関係（2.81）、社会的・受動的な動機（2.38）の順番で値が高い。このことから、自分が優先したい仕事や生活のバランスを大切にすると、暮らしの実現のために、新規参入を選択していると考えられる。個別の項目をみると、対象者に重要視されている上位の項目は、「消費地の近さによる購買力の高さ」や「販売経路の多様さ」といった都市部での農業が持つ魅力、「東京農業アカデミー等の栽培技術習得支援」や「充実した補助金」といった新規参入する上での東京都の特性についての項目となった（Table 2）。一方、あまり重要視されていない下位の項目をみると、「知り合いからの就農の誘い」や「引っ越し費用の削減」といった受動的な項目、「病院等の施設の選択肢の多さ」や「行政サービスの充実」といった東京都における生活のしやすさに関する項目が多かった。

聞き取り調査結果からは、若者が新規就農する上での課題は『金銭面の課題』、『情報不足』、『就農までの手間』、『農業の働き方における世の中と合っていない部分』と分類された。これらは、研修生の意見の一つである新規就農自体が就職、転職の選択肢になるという課題につながっていると示唆される。研修生から挙げられた対策をまとめると、農業の実態の情報発信による収入や補助金の周知、農地確保による就農前の準備の効率化、そして中学生以降の農業の職業体験の機会増加となった。

### 4. まとめ

本研究から東京都における農業への新規参入において、仕事関係、地域の特性や生活関係が重要視されている一方、社会的・受動的な動機はあまり重要視されていないことが分かった。このことから自分が優先したい仕事や生活のバランスを大切にすると、暮らしの実現のために、東京都で新規参入していることが明らかになった。今後、新規参入者の増加を推進するために、農業の経験や前の仕事といった対象者の属性が東京都での就農の動機に及ぼす影響を明らかにする。

#### 参考文献

- 公益財団法人東京都農林水産振興財団, 2020, 東京農業アカデミー八王子研修農場 HP  
 公益財団法人東京都農林水産振興財団, 2023, 東京農業振興プラン, 10-11, 22-29  
 一般社団法人全国農業会議所全国新規就農相談センター, 2022, 令和3年度新規就農者の就農実態に関する調査結果, 18-19

Table 2 アンケート調査項目の回答平均値の順位  
 The rank about the average value of each questionnaire survey item

順位	項目	分類	平均値
1位	消費地の近さによる購買力の高さ	仕事	5.0
1位	販売経路の多様さ	仕事	5.0
3位	消費者や取引先との距離の近さによる直接的な評価	仕事	4.8
4位	東京農業アカデミー等の栽培技術習得支援	地域	4.6
5位	充実した補助金	地域	3.9
28位	周辺住民との密すぎないコミュニティ	生活	2.0
28位	スーパー等へのアクセスの良さ	生活	2.0
28位	パートナーの仕事場へのアクセスの良さ	生活	2.0
31位	引っ越し費用の削減	社会	1.9
31位	行政サービスの充実	生活	1.9
33位	病院等の施設の選択肢の多さ	生活	1.8
34位	知り合いからの就農の誘い	社会	1.0