

東村山市農業の現状の課題等

(1)現状の課題等の抽出(補足資料)

アンケート結果及びヒアリング結果等を踏まえると、現状の東村山市の農業には主に以下のような課題がある。

《東村山農業の課題》

まとめ	論点(ポイント)	課題	根拠1	根拠2
住宅の中での農業経営(都市農業経営)に不安を感じている	農業経営体の育成	新型コロナウイルスによる農業経営の影響がある	農業者アンケート	7-問1 売上が下がった12.8%(影響は無い37.9%)
	農業経営体の育成 農地保全	農地の貸借等の意向はあるが、規模を拡大したい借り手が少ない		3-問3 農地を貸すことができる21.7% 農地を売ることができる25.3% ⇨10年後の農地面積の規模を拡大したい2.5%
	農業経営体の育成	農業以外の所得で生計を立てている農業者が大多数		1-問4 農業以外の所得の方が多い+農業以外の所得のみ=83.5%
	農地保全	耕作面積が減少している(将来の縮小意向も強い)		2-問3 耕作している農地面積1ha以上(10年前11.9%→8.7%) 耕作している農地面積40a未満(10年前49.3%→55.5%) 3-問3 10年後の農地面積を縮小・手放したい割合34.2% 3-問6 相続発生時に農地を処分して対応する割合81.8%
東村山市の農業・農産物についてPRが不足している	地産外消	市内販売だけでは厳しい状況になることが想定される。市外へのPRは重要な課題である	懇談会	2 現在、営農(流通・加工等も含む)する上で困っていること、問題点
		地場野菜を市民の人に知ってもらいたい		3 貴団体等の今後の営農(流通・加工等も含む)の見通しやビジョン、やってみたい取組など
		駅前や通り沿いの公園、学校等で花を使ってもらいたい		2 現在、営農(流通・加工等も含む)する上で困っていること、問題点
	農地保全	資材、動力光熱費の高騰。騒音、薬剤散布への住民理解が欲しい	事業者ヒアリング	3 貴団体等の今後の営農(流通・加工等も含む)の見通しやビジョン、やってみたい取組など
	農業経営体の育成 地産地消	青壮年部の活動をもっと市民に知ってほしい(学習活動など)		2 現在、営農(流通・加工等も含む)する上で困っていること、問題点
	地産地消 地産外消	東村山市は特に振興している農産物がない		3 貴団体等の今後の営農(流通・加工等も含む)の見通しやビジョン、やってみたい取組など
農業施設整備等の支援を希望している	農業経営体の育成 農地保全	東村山産の野菜の購入先について、共同直売所(JA新鮮館)、庭先直売所、市主催のマルシェについて、利用したことがないが今後利用したいという考えが多い。	市民アンケート	2-問5 共同直売所32.0%、庭先直売所23.7%、マルシェ等40.2%
		農家の直売所(庭先直売所)は、「いつ、どこで、何を販売しているか」という情報がより入手できれば、利用頻度が向上する可能性がある。		2-問10 マップがあればよい42.4%、販売状況がわかれば利用したい55.3%
		農業体験の意向について、「収穫体験」への参加意向が約18%、「市民農園など区画を借りた農業体験」への参加意向が約9%、「市民交流型のイベント」への参加意向が約9%であり、開催情報などの入手を求める意見が少なくない。		3-問2 収穫体験をしたい18.3%、農業体験をしたい場所方法がわからない17.6%
庭先直売所の運営方法・販売戦略に苦慮している	地産地消	庭先直売所が老朽化している	懇談会	5-問1 直売所が古く改修を希望14.8%
		JA直売所には形がきれいなものを中心に出荷し、B級品やお買い得品は庭先販売を中心に販売するなど使い分けている。		8-問1 農業用施設整備の支援強化32.5% 自然災害等に対する補償や支援事業28.4% 鳥獣害対策の強化25.9%
		庭先販売の価格は、市場価格と合わせたいが100円からあげることが難しい。周辺住民も多くないため、これ以上の売上増は見込めない		1 ここ10年における農業に関する主な取り組み状況
	地産地消	重量野菜など、品目によっては売れないものもある(作りすぎると売れない場合がある)	市民アンケート	2 現在、営農(流通・加工等も含む)する上で困っていること、問題点
		生産品の需要と供給がマッチしていない		3 貴団体等の今後の営農(流通・加工等も含む)の見通しやビジョン、やってみたい取組など
		地場野菜を市民の人に知ってもらいたい		2-問10 マップがあればよい42.4%、販売状況がわかれば利用したい55.3%
農業経営体の育成 農地保全	主要販路である庭先直売所数が減少傾向にある	農業者アンケート	5-問1 開設数(10年前125か所→115か所) 閉鎖した割合(10年前3.3%→8.2%) 今後の開設希望割合(10年前7.0%→3.7%)	
	庭先直売所の運営方法		5-問1 無人対応60.9% 課題:販売物の盗難44.3%、売上金の盗難11.3% 消費者ニーズ:予約や置き置きをしてもらいたい22.6% リアルタイムでの販売状況を知りたい9.6% 農業者ニーズ:直売所改修・新設への助成30.6% 自動販売機設置への助成23.4% 売上向上のための講座13.7%	
	庭先直売所が老朽化している		5-問1 直売所が古く改修を希望14.8%	
担い手が不足しており、農業経営に対する不安要素になっている	農業経営体の育成	援農ボランティアに作業を上手くお願いできなかった	懇談会	1 ここ10年における農業に関する主な取り組み状況
		果樹農家は後継者が見つからない。農業者が辞めていく状況がある		1 ここ10年における農業に関する主な取り組み状況
		人手不足		2 現在、営農(流通・加工等も含む)する上で困っていること、問題点
		経営面積を広げるかどうかは場所、条件次第である		3 貴団体等の今後の営農(流通・加工等も含む)の見通しやビジョン、やってみたい取組など
	農業経営体の育成 農地保全	農業者の高齢化が進んでいる	農業者アンケート	1-問3 60代以上の割合(10年前66.9%→74%)
		家族以外の人材を活用できていない 後継者の状況が10年間改善されていない		2-問4 家族内従事割合92.2%、援農ボランティア活用7.8% 3-問1 後継者がいない・就農しない・未定の割合63.8%
農業経営体の育成 農地保全	農地の貸借等の意向はあるが、規模を拡大したい借り手が少ない	農業者アンケート	3-問3 農地を貸すことができる21.7% 農地を売ることができる25.3% ⇨10年後の農地面積の規模を拡大したい2.5%	
農作業支援の必要性がある	3-問5 農作業の委託意向28% →内容:草刈り58.8%、肥料・農業散布・定植等22.1%			

まとめ	論点 (ポイント)	課題	根拠1	根拠2
市内農業者・事業者との六次化や地産地消を進めたいが、農産物の安定供給などニーズとのミスマッチが生じている	地産地消	現在は市内農業者とはほとんどつながりが無い 東村山産農産物を安定的に仕入れることが難しいと感じている 現在の売り場には地場産コーナー用の棚はない（ものが入ってくれば売り場を作る） 地場産コーナーの設置を本部に提案したことがあるが、安定的な仕入れができないため見送りになった 商品の品質は生産者によってまちまちである。また、時期によっては品目の偏りが生じたり、時期による物量が不安定である 地場産野菜は、取り扱いたい意向はあるが棚を確保することは難しい。また、少量多品目であれば売りやすい スーパーから出荷してほしいという要望はあるが、会員が少人数でなかなか対応しきれない これ以上会員を増やすと口座の管理が大変（会計担当が大変） 端境期はスーパーの地場野菜棚が埋まらず困っている	事業者ヒアリング	ヒアリング記録より
	地産地消 地産外消	メーカーとしては一回作ったけど以後上手くいかず続かなかったというわけにはいかない  スーパーへ出荷してほしい農業者はすでに販路を持たれており、拡大は難しい		
新たな農業経営にチャレンジしたいが方法がわからない	地産地消 地産外消	梨農家は農園での直売がメインであり、個人への宅配便も多い（全国から注文がある）。この10年での販路は大きくは変わっていない	懇談会	1 ここ10年における農業に関する主な取り組み状況
	農業経営体の育成 農地保全	圃場不足		2 現在、営農（流通・加工等も含む）する上で困っていること、問題点
		市農地貸借円滑化法ができたため、自身の農地（20～30aの生産緑地）で市民農園を実施したい（運営ノウハウを学びたい） 使われていない農地を共同農場として使用（活用）したい		3 貴団体等の今後の営農（流通・加工等も含む）の見通しやビジョン、やってみたい取組など
	農業経営体の育成	農業者の働き方改革	農業者アンケート	8-問1 市の注力する農業施策として、働きやすい営農環境に向けた取組を推進する21.8%
農業経営体の育成 農地保全	市民等消費者との接点の創出		8-問1 子どもの農と触れ合ったり、食育の機会を創出してほしい28.8% 市民農園や体験農園を拡充してほしい16.5%	
(庭先直売所以外の) 市内向け販路拡大に苦慮している	地産地消 地産外消	販売できる場所が少ない 重複しやすい野菜の販路に困っている	懇談会	2 現在、営農（流通・加工等も含む）する上で困っていること、問題点
	地産外消	販路の確保（市内・市外ともに）	農業者アンケート	4-問1 ≪市外≫ 贈答販売9.9%、卸売市場への出荷11.9%が中心でそれ以外はほぼゼロ 8-問1 直売所、マルシェ等のイベントを通じた農産物の販売促進を希望23.5% 食品メーカーや飲食店等との連携強化を希望19.8% 特産品や農産物加工品等の高付加価値化（地域ブランド化）推進を希望16.5%
(市外向けの) 販路拡大に苦慮している	地産外消	花卉は、市場流通（共選に近い個選個販）であるが、コロナ禍の影響もあり、ネット取引（現物を見ない取引）が主流になり、取引先との信頼関係の重要性が増している。	懇談会	1 ここ10年における農業に関する主な取り組み状況
		多くの花卉農家は切り花ではなく立花を生産しており、立花は輸送コストがかかるため地場市場中心 景気の低迷により、生産樹木の販売不振が数年にわたり続いている。 市内販売だけでは厳しい状況になることが想定される。市外へのPRは重要な課題である		2 現在、営農（流通・加工等も含む）する上で困っていること、問題点
		植木業界の景気は15年ほど低迷している。出荷するまでに苗木で3年、木だと10年要するため、先読みがしにくい。		1 ここ10年における農業に関する主な取り組み状況
	農業経営体の育成	植木業界は個人宅や公共施設での需要が少なくなっている		2 現在、営農（流通・加工等も含む）する上で困っていること、問題点
	地産地消 地産外消	販売できる場所が少ない 重複しやすい野菜の販路に困っている		
		販路の確保（市内・市外ともに）	農業者アンケート	4-問1 ≪市外≫ 贈答販売9.9%、卸売市場への出荷11.9%が中心でそれ以外はほぼゼロ 8-問1 直売所、マルシェ等のイベントを通じた農産物の販売促進を希望23.5% 食品メーカーや飲食店等との連携強化を希望19.8% 特産品や農産物加工品等の高付加価値化（地域ブランド化）推進を希望16.5%
地産外消	今後重視したい販路として、ECサイト活用の割合が高い 市外への売上高を伸ばしたい意向が高い		4-問1 贈答販売や卸売市場への出荷より伸び率が高い 4-問2 売上高を伸ばしたい割合50%	