

生産者の伝統野菜栽培の選択に関する要因

Factors for farmer's choice of traditional vegetable cultivation

49418128 吉野未夏* (Minatsu YOSHINO)

要約：本研究は、生息域内保全のシステムを構築するうえで、生産者が伝統野菜を作付けする要因について明らかにすることを目的としており、東京都の伝統野菜である「江戸東京野菜」を事例とする。インタビュー調査と東京都の野菜生産者を対象にしたアンケート調査および、それに基づく主成分分析により、生産者それぞれの特性や作付けの条件の違いを把握する。これらの結果から、生産者が江戸東京野菜を栽培する要因として、販売意欲が強い、地域コミュニティへの意識が高いなどからなる「積極性」が高いことと、農地が大きいこと、江戸東京野菜の栽培にやりがいを持っていることが明らかとなった。

キーワード：伝統野菜、生産者、生息域内保全、江戸東京野菜、主成分分析

背景と目的

日本には、古くから栽培され、現在「伝統野菜」と呼ばれている野菜が存在する。農林水産省（2010）によると、「伝統野菜とは、その土地で古くから作られてきたもので、採種を繰り返していく中で、その土地の気候風土にあった野菜として確立されてきたもの」である。

揃いが悪い、栽培しづらい、季節に限られるなどの特性を持つ伝統野菜は、生産と流通の効率化が求められていくなかで、F₁種へ切り替えられていったとされる（大竹 2016）。

現在、伝統野菜は、育種素材のための遺伝資源としての重要性や、地域の伝統的な食生活と密接に関わる文化財としての価値などの点から、世界的にその保全のあり方についての議論がなされている（富吉・上野 2016）。遺伝資源保全のあり方として、本来栽培されていた場所以外のジーンバンクなどで保存する「生息域外保全」と、農家の畑など、本来の生育地で保存する「生息域内保全」の二つの考え方があり、両方の手段の組み合わせが重要だと考えられている（西川 2019）。しかし現状としては、一般の生産者などが政府系のジーンバンクを利用し、種苗を得ることはほぼ不可能であり（香坂・富吉 2015）、遺伝資源がもとの生産地や地域のローカルなシステムに戻されることは少ない（西川 2019）。文化財としての価値も含め伝統野菜の保全を図るには、生息域内保全の仕組みが必要だと考えら

れ、そのためには個々の生産者がそれに取り組むのではなく、コミュニティや地域としての保全のシステムの確立がより効果的である（香坂・富吉 2015）。そのためには生産者だけでなく、消費者である地元住民を取り込むことが求められる。しかしながら伝統野菜は市場に出回りにくいことから、地元住民が必ずしもその存在を認知しているとは限らない（平岡 2007, 富吉・上野 2016）。すなわち先述のような地域としての生息域内保全による伝統野菜の保全のシステムを確立するためには、地元住民への普及活動などによる消費者のシステムへの取り込みなど、生産者と消費者の双方が参画する、換言すると地域としての生息域内保全の仕組みが必要だと考えられる。

これまで消費者評価や認知度、利用実態など、消費者視点からの調査・研究はされているものの（平岡 2007, 富吉・上野 2016）、生産者側の視点からはそれほどなされていない。先述のように、伝統野菜はF₁種と比べ、生産性や流通性が劣るといった経済的な困難さがあるにも関わらず、生産者が伝統野菜を作付けする要因について明らかにされた例は筆者の知る限りない。

以上より、本研究は生息域内保全の仕組みの構築において、生産者が伝統野菜を作付けする要因について明らかにすることを目的とする。

本研究では、東京都の伝統野菜である江戸東京野菜を対象とする。江戸東京野菜は古くから根付いている在来品種に限らず、地域の生産者が自家採種を行ってきた種子の

*社会デザイン農学研究室松田ゼミ

支援も行なっており（香坂・富吉 2015）、地域の普及活動によっていくつかの種類が復活した例もある（大竹 2019）。こういった経緯を持つ江戸東京野菜を検証することは、伝統野菜の生息域内保全のあり方、あるいはその構築に貢献できると考えられる。

方法とデータ

まず、江戸東京野菜の歴史的経緯や種子の保全の仕組み、また江戸東京野菜を作付けしている生産者の現状を把握するため、JA 東京中央会、江戸東京・伝統野菜研究会、および江戸東京野菜の栽培を行う生産者を対象にインタビュー調査を行う。次にインタビュー調査の結果に基づき、アンケートを作成し、東京都内の野菜生産者を対象にアンケート調査を実施する。アンケート調査の集計結果を利用し、主成分分析を行い、江戸東京野菜を栽培する生産者としていない生産者の作付けの条件や意識の違いを把握することで、江戸東京野菜を栽培する要因を明らかとする。アンケートの配布・回収は東京都内の JA や市・区役所を通じるとともに、生産者へ直接郵送することで行う。対象とする生産者は 120 とする。

結果

インタビュー調査とアンケート調査の概要について、表 1 に示す。

（1）江戸東京野菜の取り組みの歴史と活動の実態

まず、インタビュー調査から明らかになった点を整理する。東京都では、「江戸東京野菜」という名称で、2010 年に JA 東京中央会に設置された江戸東京野菜推進委員会が認証を開始し、現在は 50 品目の野菜が認証されている。江戸東京野菜の定義は、(1) 江戸期～昭和中期（40 年代前半）に確立した品目、品種、栽培方法であること、(2) 一定以上の販売を目的とした生産があること、または、今後、販売を目的とした生産が見込まれるもの、(3) 品種固有の特性が明らかであるもの、または、

産地の歴史や風土が特徴になっているもの、(4) 在来の固定種を基本とし、種苗の来歴が明らかで、生産者が入手可能なもの、(5) 東京の生産者が生産するもの、とされ、この 5 点に当てはまるものが認証されている（江戸東京野菜推進委員会 2011）。現在、JA 東京中央会と江戸東京・伝統野菜研究会は、江戸東京野菜および在来・固定種の継承を目的に、普及活動や生産者への栽培の呼びかけや種子の配布、支援、在来・固定種の探索・復活への取り組みなどを行っている。江戸東京野菜は、その名がつけられるより前から代々伝統野菜の栽培を行っていた生産者や JA 東京中央会の呼びかけから栽培を始めた生産者など、都内のあらゆる地域で 200 名を超える生産者が（JA 東京中央会 2019）、基本的に少量、少品目ではあるものの、各々の裁量で栽培している。JA 東京中央会や江戸東京・伝統野菜研究会がハブとなり、全体を把握し、情報の共有などを行うことで、結果的に各品目を生産者間で分担して栽培されるような仕組みとなっていると考えられる。

江戸東京野菜は、江戸時代に始まった参勤交代制度により、大名達が江戸で不足する野菜を自ら補うため、また故郷の味を求めて、国元から種子を持ち寄ることで、全国から種子が集まり、それらが江戸の気候・風土の中で生まれ、食文化を形成するようになったことが始まりである（大竹 2019）。その後、他地域同様、農業とともに種子が維持されてきたが、大きな転機となったのが 1964 年に開催された東京オリンピックである。東京オリンピックを背景に、施設や道路の建設などで東京に人が集中し、人口が一千万を超えると、都市に農地はいらぬとの考えから、政府は都市計画法を改正し、都市農地に対する宅地並み課税を実施した（大竹 2019）。これにより農地の宅地化が進展し、都内の農地は減少することとなった。さらに、増加した都市住民を養うための食料が必要となったことから、流通、生産の効率化が求められ、揃いが悪く、輸送規格に合わない伝統野菜は F₁種へと切り替えられていった（大竹 2019）。このような状況に対して JA 東京中央会は、生産者と共に都市住民に都市農業は生鮮野菜の生産地であり、環境を保全し、災害時の避難場所となること、子供たちにとっては、作物が生息する過程を学べる教育の場であるなどその重要性を訴えてきた（大竹 2019）。また、東京都でも伝統野菜を栽培する生産者が減少していたことから、地域の野菜の歴史文化や種子を残すため、JA 東京中央会は、都市農業は、江戸時代から栽培されてきた伝統野菜を保全する場であるとし、東京の農業の歴史文化の普及と伝統野菜復活への取り組みを始めた。

またインタビュー調査から江戸東京野菜の栽培には、環境や農業経営の状況、地域コミュニティとの関わりな

表 1 インタビュー調査とアンケート調査の概要

	インタビュー調査	アンケート調査
調査日程	6月21日 JA東京中央会 7月2日 江戸東京・伝統野菜研究会 7月9日 江戸東京野菜の生産者	10月～12月 東京都内の野菜農家に 配布・回収
件数	3	120
回収数	—	89
実施方法	質問項目なし	無記名回答

表2 アンケート回答者の属性
(n=89, 単位:人数,%)

		人数	割合(%)
性別	男	83	93.26
	女	4	4.49
	無回答	2	2.25
年齢	20代	3	3.37
	30代	10	11.24
	40代	13	14.61
	50代	28	31.46
	60代	21	23.60
	70代	11	12.36
	80代	2	2.25
	90代以上	0	0.00
	無回答	1	1.12

出所:アンケート調査より筆者作成。

どが影響することが示唆されるとともに、その栽培に携わる生産者の中でも、それぞれの思惑や考え方があり、栽培に関するモチベーションなどについても差があることが明らかとなった。

(2) アンケート調査の概要と回答者の属性

インタビュー調査を踏まえ、本研究では、江戸東京野菜の栽培を選択する生産者とししない生産者、さらに江戸東京野菜の栽培を続ける生産者とやめてしまう生産者の差異を把握することを目的に、東京都で野菜栽培を行う生産者を対象に、1) 生産者の経済状況(外的要因)と2) 農作物の作付けに対する意識、3) 地域コミュニティとの関わりに対する意識、4) 農業を行う上での意識など(内的要因)、また5) 江戸東京野菜についての意識の5つの観点からアンケートを作成し、調査を行った。対象となった120の生産者のうち89の生産者から回答があった(回収率 74.17%)。

回答者の属性について、表2に示す。表2から、回答者のほとんどは男性であり、50代、60代の回答者が約半数を占めていることがわかる。

江戸東京野菜の栽培経験のある人は全体(n=89)の62.92%で、同様に現在も栽培している人の割合は50.56%だった。江戸東京野菜栽培のきっかけについては(n=53・複数回答)、「興味があった(自分から始めた)(43.40%)」が最も多く、次いで「種をもらった(33.96%)」、「依頼された(JA、自治体などから)(32.08%)」であった。

(3) 主成分分析の概要

アンケート調査をもとに、主成分分析を行った。分析

表3 主成分分析結果・主成分負荷量
(n=77)

変数	主成分1	主成分2
	積極性	農業経営の意識度
単収・土地当たりの収穫量	-0.0921	0.3100
栽培期間	-0.1051	0.4483
病気・害虫への強さ	-0.0397	0.4209
労働負担	-0.0400	0.3431
消費者・取引先からの依頼	-0.1959	0.2401
品種名が持つブランド力	-0.2102	0.3478
販売ルートの多さ	-0.2324	0.2842
自分が栽培した野菜について地域住民と話す機会	-0.3252	-0.1117
子供たちと接する機会	-0.3348	-0.1178
自らが主催する農業体験など消費者との交流	-0.3168	-0.1406
近隣住民の農業への理解	-0.2927	-0.0056
住民の農業への参加	-0.3276	-0.1115
地域の特産物の栽培による地域貢献	-0.2993	-0.0911
自治体などと協力した地域コミュニティへの貢献	-0.3513	-0.1452
タネを農家や地域コミュニティで維持していくことの重要性	-0.1907	-0.0114
都市農業の役割	-0.1042	-0.2166
消費者への農業への理解や農家自身ブランド力を高めるためのアピールの必要性	-0.2633	-0.1168
標準偏差	2.393	1.639
寄与率(%)	33.67	15.80
累積寄与率(%)	33.67	49.47

出所:筆者作成

にあたっては、農作物の作付けに対する意識、地域コミュニティとの関わりに対する意識、農業を行う上での意識、の3つの観点から変数を選出した。

表3は、分析から得られた第1主成分と第2主成分に関する主成分負荷量を示している。主成分1は、地域コミュニティに対する意識と販売に関する変数の負荷量が高い。これらは、地域コミュニティとの関わりや連携意識度、販売に関する意識度を示している。このことから、地域コミュニティや消費者など外とのつながりに対する関心の高さや販売への意欲度を示していると考えられ、主成分1は「積極性」を示す指標と解釈される。主成分2は、生産・販売に関する変数の負荷量が高く、これらは農業経営に関する変数であることから、主成分2は「農業経営の意識度」を示す指標と解釈される。都市農業の役割についての変数は、主成分1、主成分2ともにそれほど負荷量が高くない。都市農業の役割についてたずねたアンケート結果を見てみると、「都市において農業は何かしらの役割を持つと考える」という問いに対し、「そう思う」と答えた人が全体(n=77)の79.22%いた。このため、情報のばらつきが少なく、主成分分析にかけた際に負荷量が強く表れなかったと考えられる。

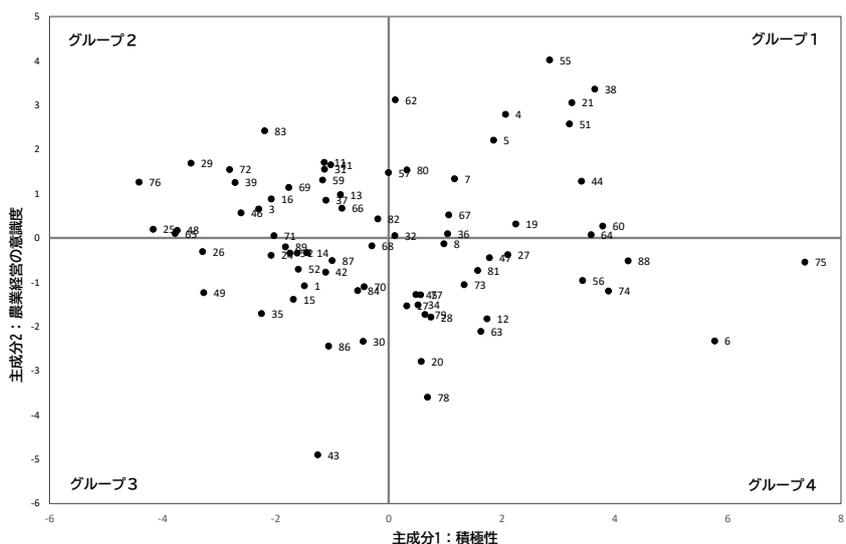


図1 主成分得点のプロット図

出所：筆者作成

(4) 各グループの特性

図1は、各サンプルの主成分得点をプロットした図である。原点を基準に4つのグループに分類した。第1象限に位置するグループ1が16人、第2象限のグループ2が22人、第3象限のグループ3が19人、第4象限のグループ4が20人である。主成分1の「積極性」は負の値の範囲が「積極性」が高いことを示しており、主成分2の「農業経営の意識度」は正の範囲が「農業経営の意識度」が高いことを示す。表4に各グループの江戸東京野菜の栽培経験の割合(%)、表5に各グループの栽培品種数、総農地面積(a)、年間売上げ(円)の平均、図2に各グループの江戸東京野菜の栽培を続ける理由(%)を示した。以上、図1、図2、表4、表5から各グループの特性についてまとめる。

図1からわかるようにグループ1は、「積極性」が低いが、「農業経営の意識度」が高いグループである。グループ1は、表4に示されているように、江戸東京野菜を現在栽培している人の割合が4つのグループのうち3番目に多い(21.95%)。表5で農業経営関連指標を見ると、品種数(14.07品種)、総農地面積(71.64a)は全体の平均(栽培品種数:21.07品種、総農地面積:98.40a)よりも低いが、年間の売上げ(5,993,333円)は全体の平均(5,195,000円)を上回っている。図2の江戸東京野菜の栽培を続ける理由を見ると、「やりがいがある(40.00%)」が最も多いが、江戸東京野菜を栽培する生産者の多いグループ2やグループ3と比べると(グループ2:77.78%、グループ3:69.23%)その割合が低くなっている。

グループ2は「積極性」・「農業経営の意識度」とともに

高いグループである。江戸東京野菜を現在栽培している人の割合は4つのグループのうち2番目に多く

(24.39%)、また過去に栽培経験はあるが、現在やめている人の割合が最も多い(55.56%)。農業経営関連指標は、総農地面積(145.08a)、年間の売上げ(6,546,667円)とともに全体の平均(総農地面積:98.40a、年間売上げ:5,195,000円)を上回り、4つのグループのうち最も大きい。江戸東京野菜の栽培を続ける理由には、「やりがいがある(77.78%)」が最も多く、次いで「販路がある(66.67%)」、「江戸東京野菜にブランド力がある(55.56%)」が多い。

表4 江戸東京野菜の栽培経験の割合

(単位：生産者数，%)

	現在栽培している		過去栽培している		栽培経験なし	
	農家数	割合	農家数	割合	農家数	割合
グループ1	9	21.95	1	11.11	6	22.22
グループ2	10	24.39	5	55.56	7	25.93
グループ3	15	36.59	0	0.00	4	14.81
グループ4	7	17.07	3	33.33	10	37.04
全体	41	53.25	9	11.69	27	35.06

出所：アンケート調査より筆者作成。

表5 栽培品種数、総農地面積、年間売上げの平均

(単位：栽培品種数，農地面積：a，売上げ：円)

	栽培品種数		総農地面積(a)		年間売上げ(円)	
	サンプル数	平均	サンプル数	平均	サンプル数	平均
グループ1	15	14.07	14	71.64	12	5,993,333
グループ2	21	19.52	19	145.08	15	6,546,667
グループ3	17	33.53	17	107.03	14	4,247,143
グループ4	20	17.35	18	61.78	13	3,919,231
全体	73	21.07	68	98.40	54	5,195,000

出所：アンケート調査より筆者作成。

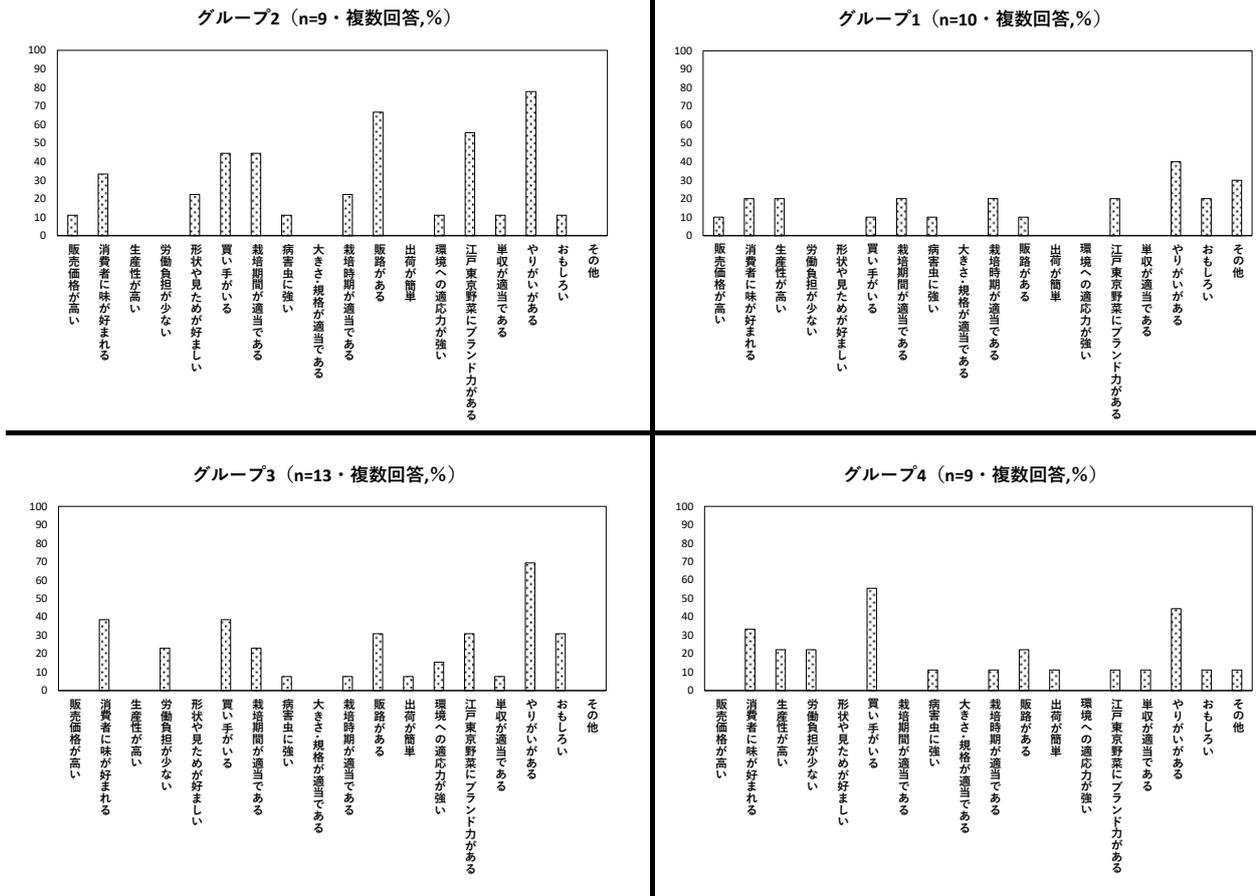


図2 江戸東京野菜の栽培を続ける理由 (%)

出所：アンケート調査より筆者作成。

注：回答対象者は江戸東京野菜の栽培経験者である。図のならば、図1の各グループが分類される第1～第4象限に対応する。

グループ3は「積極性」が高く、「農業経営の意識度」が低いグループである。江戸東京野菜を現在栽培している人の割合が最も高く(36.59%)、江戸東京野菜の栽培をやめた人が1人もいない。また、栽培経験のない人の割合が最も低いグループでもある(14.81%)。農業経営関連指標は、4つのグループの中で、栽培品種数が最も多く(33.53品種)、唯一全体の平均を上回っているグループである。総農地面積(107.03a)は全体の平均(98.40a)を上回っているが、年間の売上げ(4,247,143円)は全体の平均(5,195,000円)よりも低い。江戸東京野菜の栽培を続ける理由については、「やりがいがある(69.23%)」が最も多く、次に「買い手がいる(38.46%)」、「消費者に味が好まれる(38.46%)」が多い。

グループ4は「積極性」・「農業経営の意識度」とともに低いグループである。江戸東京野菜の栽培経験のない人の割合が最も多く(37.04%)、現在栽培している人の割合が4つのグループのうち最も少ない(17.07%)。農業経営関連指標は総農地面積(61.78a)、年間の売上げ(3,919,231円)とともに全体の平均(総農地面積：

98.40a、年間の売上げ5,195,000円)より低い。江戸東京野菜の栽培を続ける理由については、「買い手がいる(55.56%)」が最も多く、次に「やりがいがある(44.44%)」が多い。

栽培を続ける理由において、「やりがいがある」と回答した人が、何に対しやりがいを感じているのかを見ると、アンケート結果から、「伝統野菜の栽培を次世代へつないでいる」、「タネを継承する」、「伝統野菜を消費者に知ってもらおう」、「地域の歴史・文化を守る」、「地域のブランドにする」といった項目に回答があった。

グループ2とグループ3は表4を見ると、江戸東京野菜の栽培経験者が同数の15人であるが、グループ2が江戸東京野菜の栽培をやめた人が最も多いのに対し、グループ3は江戸東京野菜の栽培をやめた人がいない。この二つのグループについて、江戸東京野菜を栽培する際に苦勞することを比較し、江戸東京野菜の栽培をやめる要因について検証していく。図3から江戸東京野菜を栽培していて苦勞することを見ると、グループ2は「病害虫に弱い(61.54%)」が最も多く、その次に「生産性が低い(46.15%)」、「労働負担が大きい(38.46%)」、「形状や見た

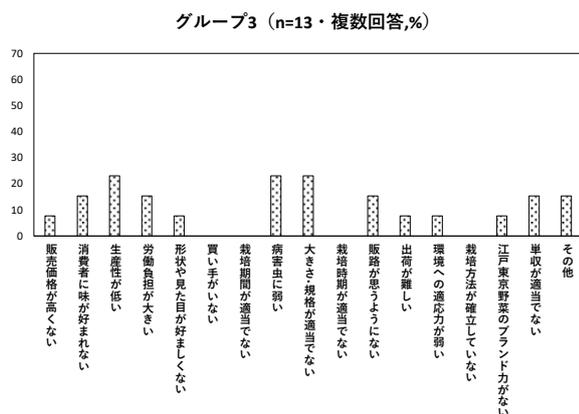
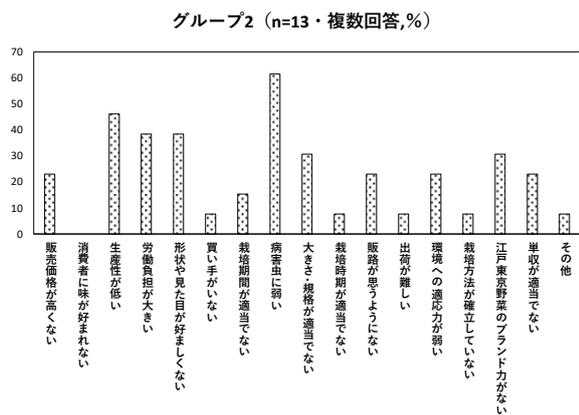


図3 江戸東京野菜を栽培して苦勞すること (%)

出所：アンケート調査より筆者作成。

注：回答対象者は江戸東京野菜の栽培経験者である。

めが好ましくない(38.46%)」が多い。グループ3は「生産性が低い(23.08%)」、「病害虫に弱い(23.08%)」、「大きさ・規格が適当でない(23.08%)」の割合が多いが、グループ2と比較すると、全体的に割合は低くなっている。

また、アンケート調査の結果から、栽培経験のない人が回答した江戸東京野菜を栽培しない理由について見てみると(n=21・複数回答)、「興味がない(38.10%)」が最も多く、次いで「江戸東京野菜にブランド力がない(28.57%)」が多かった。

考察

グループ2とグループ3が江戸東京野菜の栽培を行っている人の割合が多いが、それらの人の江戸東京野菜を栽培する要因を整理すると、地域コミュニティへの意識が高く、販売への意欲の強い「積極性」が高い、といった特性の持つ人が江戸東京野菜の栽培を行う傾向にあると考えられる。また、農業経営関連の要因としては、農地が大きいことが挙げられる。栽培を続ける理由を見る

と、この二つのグループは「やりがいがある」が共通して割合が高いことから、伝統野菜の栽培に強いモチベーションを持っていることも要因の一つとして考えられる。江戸東京野菜の栽培をやめた人のいないグループ3は、特に江戸東京野菜の栽培に対し継続性があると考えられ、このグループの特徴としては、多品種の栽培を行う人が多く、「農業経営の意識度」がそれほど高くはないことが挙げられる。

江戸東京野菜の栽培をやめる要因については、江戸東京野菜をやめた人が最も多いグループ2で、江戸東京野菜の栽培で苦勞することに生産性の低さや労働負担が大きいことなどが挙げられ、またその割合が江戸東京野菜の栽培をやめた人のいないグループ3と比べ大きいことから、「農業経営の意識度」が高い人には、江戸東京野菜の栽培が負担に感じやすい傾向にあり、江戸東京野菜の作付けが自身の農業経営に適さないと感じる場合があると推察される。

しかし、こういった要因に関わらず、主成分分析の結果からもわかるように、どのグループにも江戸東京野菜の生産者は存在し、実際には江戸東京野菜の栽培に携わる生産者がさまざまな環境下でそれぞれの考えのもとに栽培を行っていることが、インタビュー調査から明らかになっている。言うまでもなく、生産者は、自らの農業経営の状況やモチベーションなどに基づき、その裁量のもとで作付け品目を決定している。生息域内保全の観点からみた場合、このような状況でありながらも、東京都全体で認証開始当初22品目であった江戸東京野菜は、2021年時点で50品目まで増えている(大竹 2016)。その理由としては、アンケート調査の結果から、江戸東京野菜を始めるきっかけに、興味を抱いたことの次に、種をもらったことと依頼があったためだと回答する人が多かったことから、JA東京中央会や江戸東京・伝統野菜研究会がハブとなり、種子の探索や個々に動く生産者に対し、栽培の呼びかけや種子の配布、情報の共有などを行ってきたためだと考えられる。

まとめ

本研究は生息域内保全の仕組みの構築において、江戸東京野菜を事例に、生産者が伝統野菜を作付けする要因について明らかにすることを目的とした。

江戸東京野菜を栽培する生産者は、「積極性」が高く、農地が大きい、江戸東京野菜の栽培に「やりがい」を感じる傾向があることが明らかとなった。生産者は、自らの裁量のもと、江戸東京野菜の栽培を決定し行っているが、JA東京中央会や江戸東京・伝統野菜研究会がハブとなり、個々の意思で作付けを行う生産者となつたり、江戸東京野菜の普及を促すなどすることにより、東京都全

体でみた場合に生息域内保全の仕組みがある程度成り立っていることが示唆された。言い換えると、生息域内保全に果たす重要性から、JA 東京中央会や江戸東京・伝統野菜研究会がその活動を継続し得るかが江戸東京野菜の取り組みの維持を考える上で重要だと考えられる。

そして、その取り組みを行っていく上で、地元消費者の存在も重要であると考えられる。江戸東京野菜の栽培を続ける理由についての回答に「やりがいがある」（伝統野菜の栽培を次世代へつないでいる、タネを継承する、伝統野菜を消費者に知ってもらい、地域の歴史・文化を守る、地域のブランドにする）がどのグループでも多く挙げられ、また江戸東京野菜の栽培経験のない人からは栽培しない理由として、「興味がない」の次に「江戸東京野菜にブランド力がない」が多く挙げられた。このことから、地元消費者へ江戸東京野菜の認知や理解を広げていくことが、生産者のやりがいの創出と江戸東京野菜のブランド力を高めることにつながり、新たな生産者の参入と栽培の維持が可能になると考えられる。

また、東京都の農地はほとんどが市街化区域に指定され、相続などにより生産者が農地を保持することが困難とされている（北沢・本木・松澤 2019）。そのため、インタビュー調査では、「江戸東京野菜がなくなる前に、都市から農地がなくなってしまうかもしれない」という指摘があった。本研究のアンケート調査と主成分分析の結果を見ると、全体的に都市において農業に役割はあると考える生産者の割合が多く、生産者の都市農業への意識は高いと考えられる。都市において伝統野菜の生息域内保全のあり方を議論するには、種子の保全場所となる生産者の圃場を維持していくために、都市農業のあり方についても考えていく必要があると考えられる。

謝辞：本論文の作成にあたり、たくさんの方々にご支援いただいた。

終始丁寧に指導してくださった本学デザイン農学科社会デザイン農学研究室松田浩敬准教授、並びに院生の桐山

大輝さんに感謝の意を表す。

JA 東京中央会の水口均氏、江戸東京・伝統野菜研究会の大竹道茂氏、江戸東京野菜生産者の小坂良夫氏には、江戸東京野菜の概要について丁寧に説明していただいた。心より感謝申し上げる。また、アンケートに回答してくださった生産者の方々、並びにアンケートの配布・回収など調査に協力してくださった方々に記して感謝申し上げます。

参考文献

- 平岡美紀 (2007) 消費者評価による伝統野菜の地産地消構築条件. 奈良県農業センター研究報告 38, 31-36.
- JA 東京中央会 (2011) JA 東京グループにおける江戸東京野菜の定義. 江戸東京野菜推進委員会.
- JA 東京中央会 (2019) 江戸東京野菜生産状況調査結果に基づく品目別生産者数・作付面積・年間出荷量.
- 北沢俊春・本木賢太郎・松澤龍人編著 (2019) 『これで守れる都市農業・農地 生産緑地と相続税猶予制度変更のポイント』農山漁村文化協会.
- 香坂玲・富吉満之 (2015) 『伝統野菜の今 地域の取り組み、地理的表示の保護と遺伝資源』清水弘文堂書房.
- 西川芳昭 (2019) 作物遺伝資源保全と種子の主権を繋ぐ制度と仕組み. 有機農業研究 11 (1), 3-7.
- 農林水産省 (2010) aff (あふ) 特集 野菜をめぐる新しい動き 伝統野菜の実力 (1).
https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11158139/www.maff.go.jp/j/pr/aff/1002/spe2_01.html (2022-01-21 参照)
- 大竹道茂 (2016) 東京の歴史文化を今に伝える江戸東京野菜とは. 日本調理科学会誌 49 (4), 285-288.
- 大竹道茂 (2019) 江戸東京野菜と地域振興. BIOSTORY 特集日本の野菜 32, 48-53.
- 富吉満之・上野真也 (2016) 消費者による伝統野菜の認知度と利用特性. 農林業問題研究 52 (4), 229-234.

Summary : This study reveals the factors for the farmers to grow traditional vegetables. "Edo-Tokyo vegetables" which is a traditional vegetable of Tokyo is taken as an example. A questionnaire survey is conducted for vegetable growers in Tokyo, and analysis is also conducted using principal component analysis based on the data from the questionnaire survey to understand the differences in the characteristics and the status of each producer. From the result of this study, the factors for cultivating "Edo-Tokyo vegetables" are high sales motivation and awareness of the local community, holding large agricultural land, and "rewarding" in the cultivation of "Edo-Tokyo vegetables".

Key Words : Traditional vegetables, Grower, In-situ conservation, Edo-Tokyo vegetables, PCA