

【論文】

都市住民と「農」との新たな関わりに関する現状と課題

久保田 裕美*

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| 1. 問題の所在 | 5. 都市住民の「農」に対する意識とニーズ分析 |
| 2. 大都市部における「農」との関わり
の現状 | 6. 今後求められる都市住民と「農」との
新たな関わり |
| 3. 市民農園の最近の動向 | 7. 総括 |
| 4. レジャー化する「農」の事例分析 | |

1. 問題の所在

わが国の食料自給率は40%（2010年）と低迷しており、特に大都市ほど自給率は低くなっている¹⁾。大都市部ほど、消費者と「農」との距離拡大が顕著であると言える。たとえば、筆者がこれまでに明らかにしたように〔1〕、消費者の個人において食と農が切り離されていること、すなわち意識的距離拡大が進行している。情報化する社会において、農についての情報は容易に入手できるようになったが、代わりに経験や作業といった実際に農と関わる機会は減少している。知識として得た「農」は、あくまで知識として消化されるものであり、実体験を伴って「農」に触れた場合には、身をもってその人に吸収され、その後の食意識や価値観にも影響するのではないかと²⁾。近年、地産地消の推進に向けての政府支援が拡充され、食育も推進されるようになったが、食料自給率向上、さらには食料安全保障といった観点からも、農業に対する理解や新たな価値観に基づく国産農産物のいっそうの消費拡大が望まれるところである。その為には、一大消費者である都市に住む人々が実際にどのような「農」との接点を持っているのか、また「農」に対してどのような意向を持っているのかについて現状を整理し、それらを踏まえて、今後、農地に代表される生産基盤を持たない都市住民が、「農」とどのように関わっていくのかその方向性について

*当学科助教（くぼた ゆみ）

Key words：1）市民農園、2）都市住民、3）農との関わり

1）allotment garden、2）urban residents、3）involvement with agriculture

て明らかにすることが必要である。

そこで、本稿では、まず、現在の大都市部における農との関わりについて、本稿で使用する用語の定義を確認しながら類型化を試みる。その中で、都市における農との接点として、特に市民農園について着目し、最近の動向を整理する。市民農園については、わが国では1960年代から大都市を中心に開設されはじめ〔2〕、1980年代後半になると、荏開津〔3〕をはじめとし、その意義が指摘されるようになる。その後、1990年代には市民農園整備促進法が制定され、原〔4〕が指摘するように都市農地の税制を含む制度的な議論が行われるようになった。また、これまでの市民農園に関する研究では、松木〔5〕や大江〔6〕、蔦谷〔7〕など、都市農業や農地を守るという視点での議論が多くなされているが、利用する消費者の利用環境に関する視点については個別の事例を除いて寡聞にして少ない。そこで、本稿では、市民農園の動向を把握し、利用者環境についても整理する。

次に、大都市部において新たな「農」との関わりとして着目されている会員制貸菜園の事例から、都市住民の新たな需要の可能性について分析する。そして、大都市部に住む消費者に対するアンケート調査の結果を元に、都市住民の「農」に対する意識とニーズを明らかにする。以上の分析を踏まえて、今後求められる都市住民と「農」との新たな関わりについて考察し、最後に総括を行う。

2. 大都市部における「農」との関わりの現状

はじめに、本稿の主題である「農」との関わりについて、その範疇をどのように位置づけるのかについて整理しておく。本稿では、生業あるいは産業としての「農業」だけでなく、グリーンツーリズムや農家民宿のように都市農村交流を図るもの、体験農園や観光農園などに出向いたり、あるいは、趣味や楽しみとしての家庭菜園や市民農園などに取り組むこと、また、農産物直売所や農家レストランのように購買行動を通じて農と関わるもの、さらには情報のように実際には触れられないものなども「農」の関わりとして捉えている。

これまでの「農」との関わりについてみれば、以前は、都市にも農地が多く存在しており、普段の身近な暮らしの中で自然と農業を目にすることで、おのずと農業についての理解がはぐくまれていた。また、自分の実家が農家であったり、あるいはそうでなくとも、祖父母や親戚など、家族関係の中で農業に従事している人が少なからず存在していた環境があった。しかし、現在では、まったく農家とは繋がりを持たなくなってしまった家庭が増えている³⁾。

以下の表1は、現在、大都市において都市住民が主に関わることのできる「農」との接点について整理したものである。

表1 主な都市住民と「農」との関わり

	主な対象物 ^(注1)	機 能	意 義
体験農園・ 観光農園	農地・農家	作付体験・収穫体験・観光	実際の農作業体験を通じた学び、サラリーマン家庭のレクリエーション、子どもの体験学習 観光、楽しさ、など
市民農園	農地（主に畑）	自家用野菜・花の栽培	サラリーマン家庭や都市住民のレクリエーション、高齢者の生きがいづくり、子どもの体験学習、など
家庭菜園	個人の庭先・ベランダ菜園	自家用野菜・花の栽培	家族のコミュニケーション、子どもの体験学習、など
実家や親戚が 農家	文化・習慣 農産物	食文化の伝承 収穫物の共有	食文化や知識の伝承（保存法・料理法等）、収穫物のおすそ分け、生活環境や価値観への影響 など
農産物直売所	農産物・花き・農産加工品	国産農産物や農産加工品の購入	新鮮な農産物の購入、その地域ならではの農産物（特産品）の購入、生産者とのコミュニケーション、など
農業公園	自然・イベント・講座・祭り	遊び・体験	自然とのふれ合い、各種イベント・講座・学習会への参加、など
産直提携・ 共同購入	有機農産物・生産者・企画・情報	国産農産物や農産加工品の購入・生産者支援・交流	安心できる国産農産物の購入、生産者への直接支援、産地との交流・地域学習会 など。
農家レストラン	郷土料理	料理の実食	郷土料理を味わう、生産者やその地域について知る、調理法や食材について知る、など
グリーンツーリズム・ 農家民宿	自然・農地・郷土文化	農作業体験 農村生活体験	都市から離れ農村地域での体験を通じて自然や農業について学ぶ、各種イベント・講座への参加、郷土文化を知る、など
メディア情報	インターネット・テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・広報誌	農に関する情報全般	農に関わる様々な情報の入手、地域内外の情報の入手、など

資料：筆者作成

注：都市住民の視点から見た、「農」と接点となる対象物を示している。

体験農園・観光農園は、都市住民にとって「農」との接点となるのは実際に体験の場となる「農地」であり、そこでふれ合う農家の人である。市民農園の場合、対象は主には農地（畑）であり、農家の人が指導を行っているところもあるが、多くは利用者の自己管理の範疇となっている。家庭菜園については、個人の庭先やベランダ菜園などが対象としてあげられる。親族に農家がいる場合は、生活文化や習慣、そして収穫した農産物などを媒体として、都市住民が農との接点を持つことができる。農産物直売所では、主には農産物の購入を通じて係わり、農業公園では、自然環境の他にイベントや講座等を通じて農とふれ合うことができる。また、産直連携・共同購入では、信頼できる生産者が作った農産物を購入したり、産地訪問したりすることで農を実感することができる。農家レストランでは、実際に郷土へ足を運び、その地域での伝統料理を味わうことができ、グリーンツーリズム（GT）では、宿泊や農村体験を通じて、農を実感することができる。そして、メディア情報では、テレビやラジオ、インターネット等各種媒体を通じて発信される様々な農の情報に触れることができる。

これらは、機能や意義で重複しているところも多いが、農との関与度については、市民農園のように実際に「耕す」という農との係わりの深いものから、情報を見るだけ、あるいは食べるだけなどと、ある一面に限られたものまであり、また、関係性についても個人

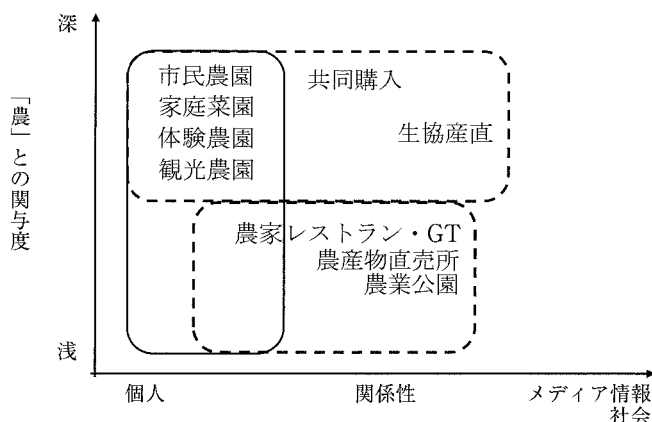


図1 都市住民と「農」との関わりの系統イメージ

資料：筆者作成

段階での密接な係わりがあるものから、社会一般という広い範囲でのものまで様々である。

図1は、都市住民と「農」との関わりについて「農」との関与度および提供主体との関係性について、イメージしたものである。共同購入は、生協産直と比べて一般的には個人レベルでの「農」への関心及び関与度が強い。また、市民農園・家庭菜園は、個人または家族単位で取り組む場合が多く、また、いつでも利用できるという意味では、農産物直売所や農業公園が該当する。そして、メディア情報については、広く「農」に関する社会一般な情報から、特定の個人（たとえば生産者）からの発信される「農」との関わりが深い情報（反対に、個人から発信される情報の中には、「農」との関与が浅いものもある）まで様々である。

このように見えてみると、都市住民と「農」との関わりは、次の4つの領域に区分することができる。第一に体験農園や観光農園、市民農園・家庭菜園など、実際に都市住民が経験あるいは体験することができる「実体験領域」である。第二に、インターネットやテレビ・ラジオ・新聞・雑誌・広報誌などから得られる情報による「仮想空間領域」である。たとえば、「農」にまつわる個人のブログや動画、雑誌の農業特集、テレビの農業ドキュメント番組など、誰でもアクセスできる情報が該当する。第三に、共同購入や生協などのセミクローズされた会員同士のつながりによる「ネットワーク領域」で、主体的に参加する意識をもって初めてアクセスできる領域である。第四に、一般に公開されたオープン型の「空間領域」である。先の「仮想空間領域」と重複する部分も大きいが、仮想空間領域は、自らが選択してアクセスするのに対して、空間領域にあるものは、近所にある農地や街をあるいて目にする広告など、主体的にアクセスせずとも普段何気なく接することのできるものを指す。その中で、以下では実体験領域に含まれる市民農園に着目する。

3. 市民農園の最近の動向

(1) 市民農園の種類

市民農園とは、農林水産省の定義では、「サラリーマン家庭や都市の住民の方々がレクリエーションとしての自家用野菜・花の栽培、高齢者の生きがいづくり、生徒・児童の体験学習などの多様な目的で、小面積の農地を利用して野菜や花を育てるための農園のこと」と説明される。市民農園には、日帰り型市民農園（自宅から通える範囲で農園を利用する）と滞在型市民農園（ドイツのクラインガルテンのような農村に宿泊しながら農園を利用する）に分類される。また、最近では、教育や福祉（医療）を目的とした学童農園・福祉農園も取り組まれている。

(2) 市民農園に係る行政支援と開設数の推移

市民農園に係る行政支援の経過としては、これまでに平成15年4月構造改革特別区域法が施行され、農地の遊休化が深刻な問題となっている地域にあって、地方公共団体及び農業協同組合以外の多様な者による市民農園の開設を可能とする特定農地貸付法等の特例措置を講じ、市民農園の開設を促進してきた。さらに、構造改革特区については、その後、全国展開することとなり、平成17年9月1日付けで改正特定農地貸付法が施行され、地方公共団体及び農業協同組合以外の多様な者による市民農園の開設が可能となった。また、平成18年3月に国が市民農園で栽培された農作物の販売が可能な範囲についての考え方を示すなどの積極的な市民農園の開設を推進している。

このように、市民農園に関しては、各種の支援策が講じられており、特定農地貸付法及び市民農園整備促進法に基づき開設されている市民農園の数は、平成21年3月末の時点で全国に3,382農園に上る。表2に示すように、これらの市民農園のうち、地方公共団体による開設が全体の約7割を占めており、特定農地貸付法による開設が全体の8割強を占めている。

表2 市民農園の開設数の推移

	H5年度末	H10年度末	H15年度末	H19年度末	H20年度末
地方公共団体	807	1,607	2,258	2,287	2,276
農業協同組合	217	423	481	489	482
農業者	15	89	1,493	357	480
構造改革特区	—	—	16	109	86
その他（NPO等）	—	—	—	31	58
計	1,039	2,219	2,904	3,273	3,382
市民農園整備促進法	76	234	360	419	444
特定農地貸付法	963	1,885	2,544	2,854	2,938

資料：農林水産省

表3 農業地域類型区分別開設状況

	農園数	区画数	面積 (ha)
都市的地域	2,643	132,192	719
平地農業地域	188	10,934	130
中間農業地域	388	15,919	208
山間農業地域	163	6,434	107
全国	3,382	165,479	1,164

資料：農林水産省調べ（平成21年3月末現在）

(3) 市民農園の農業地域類型区分別開設状況

農業地域類型区分別開設状況について、表3をみると、全国に開設されている市民農園のうち、都市的地域に開設されているのは2,643農園（78%）、平地農業地域では188農園（6%）、中間農業地域では388農園（11%）、山間農業地域では163農園（5%）となっており、都市における市民農園の需要が多いことが伺える。

(4) 市民農園の開設数及び開設面積の推移

市民農園の開設数と開設区画の推移については、図2に示すように市民農園の開設数は、年々増加傾向にあり、平成4年度には691農園であったのが、平成20年度には3,382農園と4.9倍となっている。区画数も、市民農園の開設数同様に増加し、平成20年度では165,479区画が開設されている。また、開設面積は、平成20年度は、1,164haとなっている（図3）。大都市部でみると、例えば、東京では、342農園（22,559区画）総開設面積48.8haで、これは東京ドーム約10個分の広さに該当する。神奈川県では、331農園（4,945区画）総開設面積38.5haであり、大阪府では、49農園（1,866区画）総開設面積13.71haとなっている。

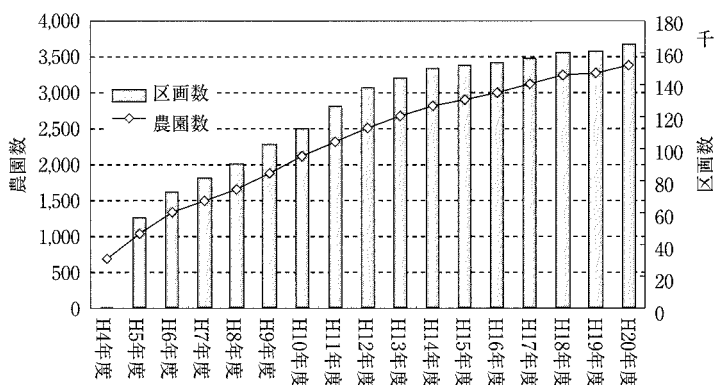


図2 市民農園の開設数と区画の推移

資料：農林水産省

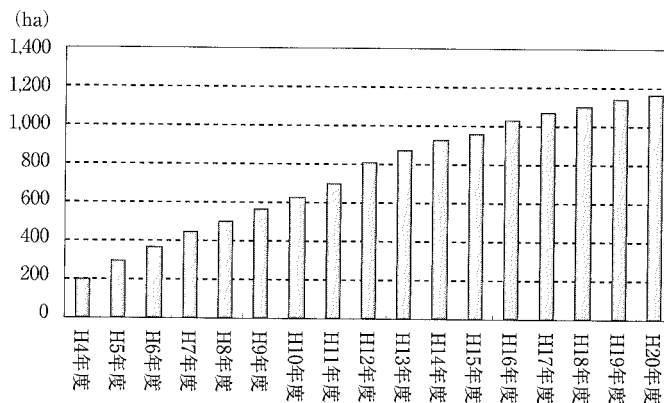


図3 市民農園の開設面積の推移

資料：農林水産省

(5) 市民農園利用と開設をめぐる環境

市民農園利用の条件は、多くが開設者との間の利用契約によって決まる。利用面積について見れば、一区画当たり50㎡未満のものが約7割、50㎡以上1,000㎡未満のものが約3割を占めている。また、利用期間は、2年未満のものが約6割で、2年以上5年未満のものが約4割であった。利用料は、農園の施設の設置状況などにより異なるが、有料の農園で、年間5千円未満のものが約5割、5千円～1万円未満のものが約3割となっているが、無料の場合もある⁴⁾。

また、市民農園開設をめぐる環境については、農地を適正に利用することを確保するため、市民農園はいくつかの法制度が設けられており、法制度別に次の3つの開設形態がみられる。第一に、市民農園整備促進法に基づくもの、第二に、特定農地貸付けに関する農地法等の特例に関する法律（特定農地貸付法）に基づくもの、第三に、農地を利用して農作業を行う農園利用方式によるものである。このような法制度により、市民農園を開設できるものが限られている。市民農園の開設主体別に分類すると、地方公共団体が開設する場合、農業協同組合が開設する場合、農地を所有する者（農家等）が開設する場合、農地を所有していない者（NPO、企業等）が開設する場合に分けられる。

(6) 市民農園の課題

これまで日本は、十分な公有地を基盤に持たないという状況において、市街化調整区域や農振農用地の私有農地の貸借を通じて市民農園の開設を促進してきた経緯がある。現在ある市民農園は約7割が地方自治体が開設している事から分かるように、市区町村が主体となり管理維持される公的性格が強いものとなっている。地方公共団体が開設する市民農

園では、長期に渡る使用ができない、区画により利用率にばらつきがある、管理放棄区画の対応、などの課題を抱えるところもある。そうした中、これまでの市民農園とは異なる新たなサービス提供型の新たな市民農園が誕生している。

4. レジャー化する「農」の事例分析

(1) アグリス成城の取り組み

都市住民と「農」との関わりの中で、実際に都市住民が経験あるいは体験することができる「実体験領域」に位置する市民農園の中で、新たな都市住民と「農」との関わりの形を提案する事業型会員制貸農園の取り組みについて見ていく。アグリス成城は、東京都世田谷区にある総面積5,000㎡当（全307区画）を有する会員制貸農園である。そのほかにも、生育管理代行サービス、野菜苗・肥料・植物保護液・園芸資材の販売、各種講座（ベジタブルスタディーコース、栽培相談等）の開催、会員制ラウンジ（軽飲食提供）運営なども行っている。この貸農園の特徴は、第一に、野菜作りに必要な道具や肥料等は敷地内に備え付けられており（利用料に含む、一部有償のものもある）、手ぶらで利用できるという点、第二に、利用者において菜園に常駐しているスタッフのサポートがいつでも受けられるという点、第三に、仕事や旅行等で菜園に行けない場合でも代わりにスタッフが作業を行って代行サービスがある点、などである。

また、さらに女性の利用者にとって便利であるのが、ロッカールームやパウダールームが完備している点である。仕事帰りにも立ち寄ったり、休日の朝に農作業をしてから、クラブハウスのシャワールームでリフレッシュし、着替えてから友達や家族と出かけることもできる。このように、都市住民、とりわけ若い女性にもスポーツジムの感覚で受け入れられるような、様々なサービスを提供し、レジャー型の貸農園を実現している。

(2) アグリス成城の運営

アグリス成城の事業主体は、小田急電鉄株式会社であり、運営は株式会社小田急ランドフローラが行っている。交通の便については、小田急線成城学園前駅から徒歩1分という好立地であり、沿線の都市住民はもちろん、遠方から鉄道を利用してやってくる人にとっても、アクセスしやすい条件となっている。アグリス成城の用地について、小田急線の複々線化および連続立体交差事業により成城学園前駅ホームを地下に移設したことで地上に敷地が生まれ、その敷地を利用しているという経緯があるため、菜園スペースは、線路に沿った細長い形となっている。

(3) 利用システムと料金体系

利用希望者は、まずは見学し、サービスに納得すれば申込書に記入し契約となる。菜園は3月1日より翌年2月末日まで利用することが出来る。市民農園は、年に決まった時期にしか申し込めないところが多いが、アグリス成城では、申し込みは随時受け付けており、3月1日以降の料金は日割りで算出される。また、利用区画の決定については、市民農園は、一般的には抽選であり、日当たりや環境の善し悪しで希望の区画を選ぶ事は出来ない。一方、アグリス成城は、先着順にて利用者の希望する区画を利用することができ、冬場に日陰になりやすい区画は、料金が割安に設定されている。

そして、アグリス成城が一般の市民農園と最も異なる点として着目されるのは、菜園の利用料金である。表4にアグリス成城の区画別利用料金を示している。クラブハウスに近いイーストガーデンのレギュラー Aは、年間130,600円（月払いは12,500円）である。料金には、区画とクラブハウスの利用料、道具、肥料、植物保護液、支柱利用などの費用も含まれている。

東京都の市民農園の1㎡当たりの年間利用料金についてまとめた表5を見てみると、342農園のうち最も多いのは、年間300円未満の34.8%であり、次に500円未満の33.6%となっている。無料の農園も合わせると、全体の約8割が500円未満の利用料となっている。

このように、一般の市民農園の利用料金との価格差をもってしてもアグリス成城の利用者が伸びている要因としては、サービス内容にとどまらず、アグリス成城で手に入れるこ

表4 アグリス成城の利用料金

	ウェストガーデン			イーストガーデン		
	区画面積	年間利用料	1㎡当たり	区画面積	年間利用料	1㎡当たり
レギュラー A	約6㎡	125,400円	20,900円	約6㎡	130,600円	21,767円
エクストララージ	約12㎡	219,400円	18,283円			
ラージ				約7.5㎡	151,500円	20,200円
スモール	約3㎡	75,200円	25,066円			
レギュラー B	約6㎡	88,800円	14,800円	約6㎡	92,800円	15,457円
レギュラー B (※)	約6㎡	62,700円		約6㎡	65,500円	10,917円

資料：アグリス成城資料をもとに筆者作成。

注：上記は、年間一括払いの料金。月払の設定もある。※は春夏限定利用の場合。

表5 東京都における市民農園1㎡当たりの年間利用料金

	農園数	割合
1,000円以上	23	6.7
700～999円	10	2.9
500～699円	39	11.4
300～499円	115	33.6
1～299円	119	34.8
0円	36	10.5
総農園数	342	100.0

資料：農林水産省の資料を元に作成。

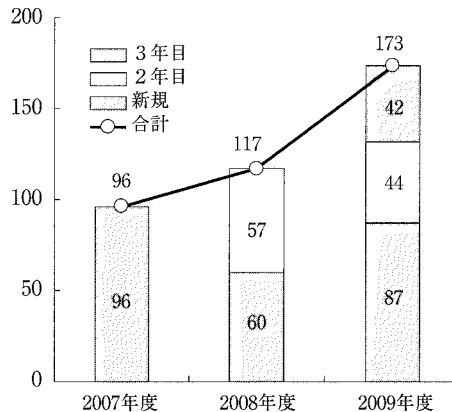


図4 貸し菜園の契約区画数の推移

資料：アグリス成城ヒアリング資料より作成。

とのできる菜園生活が、現代の都市住民のライフスタイルや価値観に合致した点が大きいと考えられる。

(4) 利用状況

アグリス成城がオープンしたのは、2007年5月4日である。図4は、開園後からの契約区画数の推移を表したものである。初年度は、全区307区画のうち96区画が契約区画で、31%の使用率であった。二年目は、新規契約が60区画、更新が57区画で合計117区画（使用率38%）、そして三年目は新規契約が87区画、二年目更新が44区画、三年目更新が42区画で合計173区画（使用率56%）となっている。年々、利用者は増加しており、契約区画数も増加している。また、利用者の更新率が高いという点も着目される。再度、図2を見ると、2007年（96区画）から2008年（57区画）では更新率59%、その内2008年（57区画）から2009年（42区画）についての更新率は73%となっている。また、2008年に新規契約した区画（60区画）のうち、2009年も継続している区画（44区画）でみると更新率は73%である。このような継続率の高さは、アグリス成城の利用者が満足しているという評価の現れである。

アグリス成城の利用状況に関するもう一つの指標として、年間の来場者数を見る（図5）。1会員当たりが来場する回数は、初年度が週に1.06回であったのが、3期目の2009年度には週に1.41回と増加している。毎年来場者数が増えており、年々、利用者が野菜づくりにより積極的に関わるようになってきていることが伺える。

利用者の属性は、主に20代～80代までで利用者の年代が幅広いのも特徴的である。利用者の来園範囲については、徒歩で通える範囲の人、電車で2～3駅（自転車圏内）の人、

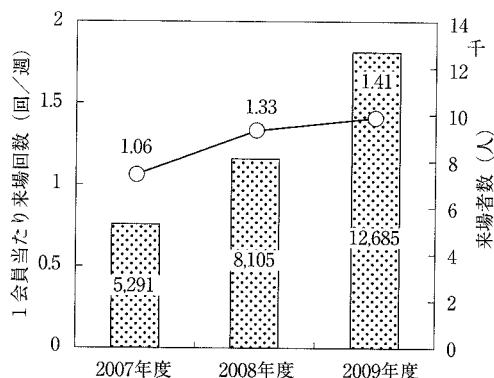


図5 貸菜園への来場者数の推移

資料：アグリ成城ヒアリング資料より作成。

そのほか、都心から通っている人、さらに遠方からの1時間以上かかって来園する人もいる。利用動機については、30代の子育て世代では「子どもの経験によいと思ったから」、40代では「自分のために」、そして、50代以降の世代では「夫婦の時間に」という理由が多いようだ。野菜作りの経験については、利用者の90%が初心者で、これまで野菜作りをしたことのない人にとって、手ぶらで利用でき、管理についても安心して任せられるという点がやはり大きな魅力となっているのである。

利用者からは、「子どもが以前は土付きの人参を汚れていると言っていたのが、野菜を食べるようになった」、「収穫した野菜をおすそわけするなど、近所の中での付き合いが増えた」、「家族のコミュニケーションが増えた」など、好評である。先のデータで示したように、更新率にも、利用者の高い評価が表れている。また、来園すれば、世代の違う人々が同じ空間で、野菜づくりに取り組んでおり、「野菜」という共通項があることで会話が生まれやすく、世代を超えたコミュニケーションに繋がっているという。

(5) レジャーとしての「農」の魅力

これまで見たように、アグリ成城の利用者は、これまでの市民農園とは異なる新たなスタイルで野菜づくりを楽しんでいる。そして、年間10万超の利用料金に見合った分満足感あるいは充実感を得られているのである。換言すれば、レジャーとしての「農」にはこれだけの対価を払う魅力があると考え都市住民が増えているということの実証でもある。

5. 都市住民の「農」に対する意識とニーズ分析

(1) 「農」に対するイメージ

農林水産省の大都市部の消費者アンケート調査の結果⁵⁾から、都市住民の意識とニ

表6 都市住民の「農業」に対するイメージ

	全体	件数	割合	20代	件数	割合	30代	件数	割合	40代	件数	割合	50代	件数	割合	60代	件数	割合
1位	仕事	198	11.9%	イメージ	26	7.8%	職業	19	5.7%	大切だ	21	6.3%	きつい	15	4.5%	農業	59	17.8%
2位	農業	138	8.3%	田舎	19	5.7%	休みがない	11	3.3%	職業	17	5.1%	農作物	14	4.2%	野菜	26	7.8%
3位	日本	100	6.0%	重労働だ	19	5.7%	汚い	6	1.8%	産業	17	5.1%	これから	11	3.3%	農家	23	6.9%
4位	農家	73	4.4%	最近	14	4.2%	毎日	6	1.8%	左右する	16	4.8%	考える	9	2.7%	作る	19	5.7%
5位	大切だ	71	4.3%	高齢者 土	8 8	2.4% 2.4%	可能性	4	1.2%	食	12	3.6%	かかる 作業	9 9	2.7% 2.7%	必要だ	18	5.4%
	合計	1660		回答者数	332		回答者数	332		回答者数	331		回答者数	333		回答者数	332	

資料：農林水産省委託調査事業「大都市部における農業アクセス機会の向上のための方策検討調査」を元に作成。

注：「農業」に対するイメージについて自由記入の中で、年代別の頻出キーワードを上位5位まで抽出した。

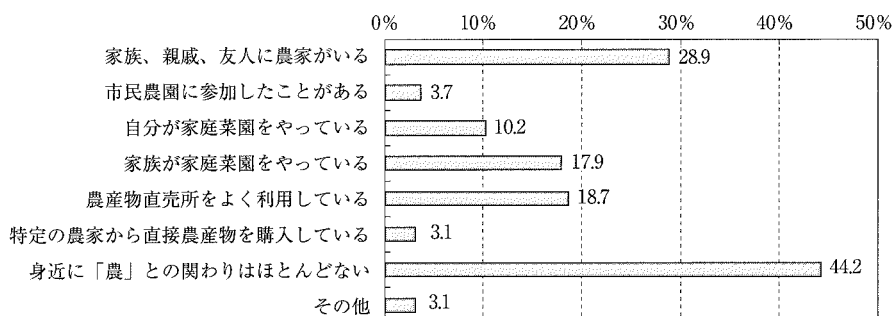


図6 身近にある「農」との係わる機会について（複数回答）N=1,660

資料：表6に同じ。

ズについて見ていこう。まず、表6に示すように、都市住民は、「農」に対して「重労働」、「休みがない」「きつい」などネガティブなイメージを持っている。他方、40代以降の世代では、「大切だ」、「必要だ」というイメージもあり、世代によりギャップがあることが伺える。

(2) 「農」との係わりの現状

身近にある「農」と係わる機会については、図6にあるように、「ほとんどない」人が44.2%となっている。「家族、親戚、友人に農家がいる」人は、28.9%となっており、自らが能動的に「農」へアクセスしなければ、多くの人とは「農」との接点は持ちづらい状況となっている。

(3) 「農」との係わりへのニーズ

図6の中で、市民農園に参加したことがある、家庭菜園をしていると回答した人について、参加理由を見てみると（図7）、最も多いのは、「自然とふれあいたいから」(63.9%)で、次いで、「食の安全に興味があったから」(46.8%)、「食費を節約したいから」(42.1%)となっている。「農業に興味があったから」(37.5%)という人もおり、都市住民が「農」との接点として、市民農園に取り組んでいるということが見てとれる。

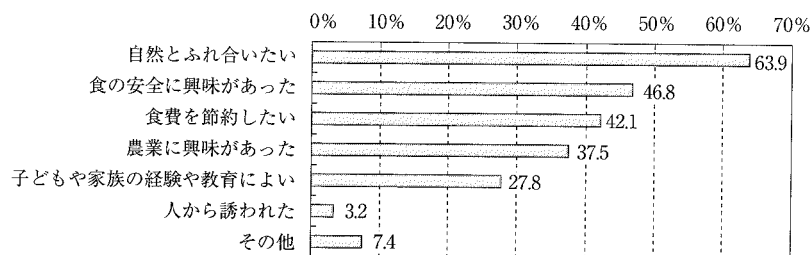


図7 市民農園に参加している、または家庭菜園をしている理由
(複数回答) N=216

資料：表6に同じ。

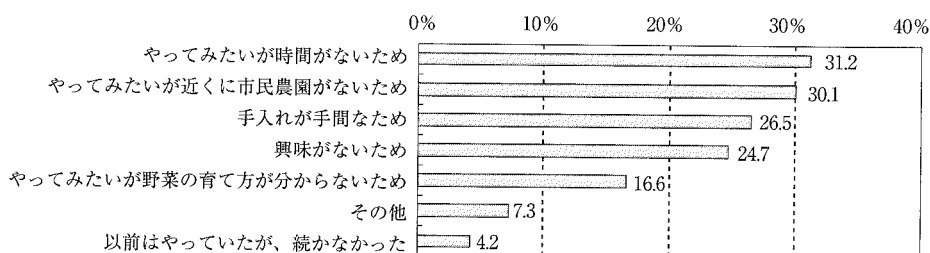


図8 市民農園に参加していない、または家庭菜園をしていない理由
(複数回答) N=1,444

資料：表6に同じ。

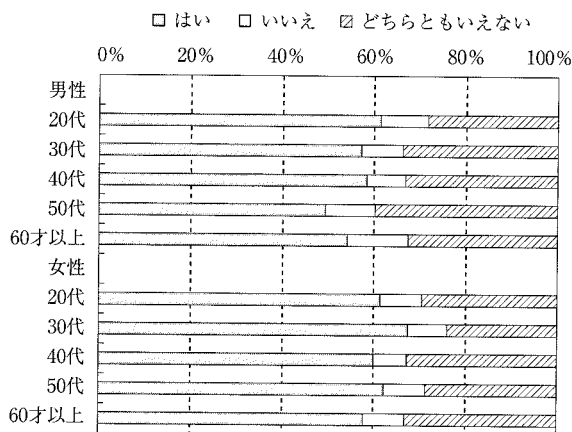


図9 農業とふれ合う機会が増えると思うかについて
N=1,660

資料：表6に同じ。

他方、市民農園に参加していない、または家庭菜園をしていない理由を見ると(図8)、「やってみたいが時間がない」(31.2%)、「やってみたいが近くに市民農園がない」(30.1%)、「やってみたいが野菜の育て方が分からない」(16.6%)と、やってみたいけれども、時間や場所、技術の制約により行動に至っていないという事実が読み取れる。

「農」とのふれ合いへのニーズは、図7に示すように高いといえる。特に、30代女性では、67%もの高い割合で「農業とふれ合う機会が増えると良いと思う」と答えている。20代の男女では、共に61%が「増えると良い」と答えており、若い世代でも、農とのふれ合いを求めるニーズが少なくないことが分かる。

6. 今後求められる都市住民と「農」との新たな関わり

現代の都市住民は、「農」に対する関心やあこがれはもっているものの、農業に関する知識や情報、経験については、十分得られているとはいえない。新たな市民農園のように、これまで敷居が高いと感じていた人にも、手軽に、また、身近に「農」と触れあってもらい、実体験に基づく「農」に対する理解を広げていくことが重要である。

農林水産省は、「フードアクションニッポン」という国民運動を通じて、広く国民に日本の農業に興味を持ってもらうよう働きかけているが、これからの都市住民と「農」との関わりには、個人の楽しみや地域コミュニティの形成に留まらず、日本農業に対する興味を一層喚起させるような機能、つまり日本の農業について、将来どうしていくのか当事者として自分で考えることのできる人材を育てる機能が必要である。

都市住民と「農」との新たな関わりとは、換言すれば、現代のライフスタイルに合致した「農」との付き合い方の事である。都市住民ができる農業への貢献のひとつは、国産農産物を購入し食べることである。単に国産食材の利用推進を訴求するのではなく、都市住民が農業の持つ価値に共感し、国産食材を購入する事は日本農業を支えているのだという事を想像出来る力を養う事が重要であり、そのためには、これまで市民農園には関心の無かった人や、忙しくて手間をかけられなかった人でも、身近なレジャーとして「農」を体験できるような仕組みが必要である。

7. 総括

本稿では、現在、都市住民に提供されている「農」と関わる機会という視点から、今後どのような関わりが求められるのかについて、取り分け市民農園の動向と事例からアプローチした。後藤〔8〕は、都市農業を活かしたまちづくりの必要性を指摘しているが、現在、農作業の体験プログラムや市民農園は拡充しているが、サラリーマンにとって平日の参加は難しく、畑を頻繁に管理しなければならない場合は、時間の点でも制約がある。また、全くの素人が市民農園にデビューするには敷居が高いという事も指摘できる。「農」がレジャーとして、他人や企業がある程度まで環境を整えるといったサービスに対して、都市住民が対価を払い利用するという仕組みは、現代社会の都市住民と「農」とのリアル

な接点を増加させるという点において新たな可能性であろう。家庭菜園や市民農園で野菜を栽培してみたいが、なかなか自分自身が取り組むには大変だと考える都市住民に対しては、作業や管理の一部を他者に委託する、つまり外部化するところで、「農」と関われる都市住民の裾野が大きく広がるのではないか。

従来、ネガティブなイメージを持たれていた「農」に対するイメージを払拭し、明るく楽しいものであると変化していくよう、日本農業の未来に向けて共に考え行動できる消費者の育成が急がれる。今後も市民農園は、都市住民にとって仮想（バーチャル）ではなく、身近であり、かつ現実（リアル）に「農」と関わることのできる貴重な人材育成空間として発展していくことが期待される。

注

- 1) 例えば、東京都1%、神奈川県3%、大阪府2%、愛知県13%である。
- 2) 〔1〕では、自然の恵みとして農畜産物を人間がいただいているというリアリティが欠如することによって、食べものを大事にする精神を育むことが自然ではなく、人工的になる可能性を指摘している。
- 3) 2010年現在の日本の総人口は約1億2千707万人であるが、そのうち農業就業人口は、2010年農業センサスによると、販売農家の農業就業人口は260万6千人で、5年前に比べて74万6千人（22.3%）減少している。言い換えると、農業就業人口は、総人口の2%であり、農家が親戚にいるという構造が年々崩れているということが指摘できる。
- 4) 農林水産省「全国市民農園リスト」2010年を元に筆者集計による。
- 5) 農林水産省委託調査事業「大都市部における農業アクセス機会の向上のための方策検討調査」。調査方法は、WEBによる個別回答方式。

引用文献

- 〔1〕 久保田裕美『食と農の乖離』農政調査委員会、2006年。
- 〔2〕 渡辺章「市民農園整備促進法について」『農村計画学会誌』Vol9、No4、1991年3月、pp.56～60。
- 〔3〕 荏開津典生・津端修一編著『市民農園－クラインガルテンの提唱』家の光協会、1987年。
- 〔4〕 原修吉「都市農地の税制を巡る議論」『農業と経済』第75巻第5号、2009年5月、pp.37～45。
- 〔5〕 松木洋一「都市農地利用の市民社会化の理想と現実」『農業と経済』第75巻第5号、2009年5月、pp.13～23。
- 〔6〕 大江靖雄「体験型市民農園にみる都市農地利用と市民参加－新しい農村地域資源管理に向けて－」『食と緑の科学』第63号、2009年、pp.9～17。
- 〔7〕 蔦谷栄一『都市農業を守る』家の光協会、2009年。
- 〔8〕 後藤光蔵「都市農業への視線の転換－都市の暮らしを考える」『農業と経済』第75巻第5号、2009年5月、pp.5～12。