

平成26年度「農」のある暮らしづくり交付金事業

地方における市民農園の開設促進策

「農」のある暮らしづくり支援対策 報告書

一般社団法人 北海道総合研究調査会

平成27年 3月

目 次

第1章 市民農園を取り巻く状況と市民農園の動向	1
1. 市民農園の現状	1
2. 市民農園が抱える課題	3
3. 本事業の目的と調査フロー	4
第2章 浜松市における市民農園の利用率に関係する要因の検証	5
1. 浜松市の市民農園	5
(1) 浜松市における市民農園の開設状況	5
(2) 浜松市による市民農園開設支援	8
(3) 市民農園の運営状況	8
2. 浜松市民の市民農園利用意向調査	9
(1) 調査概要	9
(2) アンケート結果	9
3. 浜松市市民農園 運営状況調査	17
(1) 調査概要	17
(2) 開設者ヒアリング調査	18
(3) 利用者アンケート	20
4. 市民農園の利用率に関係する要因	28
第3章 利用者募集に関する取り組み	29
1. 利用者募集に関する取り組み概要	29
2. 個別取り組み事例	30
ケース1 ファミリー農園@埼玉県越谷市	30
ケース2 ロータスファーム閩戸@埼玉県蓮田市	32
ケース3 アースウィンドファーム@埼玉県川口市	34
ケース4 戸塚ファーム@埼玉県川口市	36
ケース5 八幡谷戸ふれあいガーデン@神奈川県伊勢原市	38
第4章 まとめ（利用者確保のための取り組み要素の整理）	40
1. 情報発信	41
2. 利用者層の拡大（ターゲットの掘り起こし）	45
3. 体制・環境の整備	47
4. その他	51

第1章

市民農園を取り巻く状況と市民農園の動向

1. 市民農園の現状

近年、レクリエーション等の余暇活動として農作物の栽培が注目され、また、農作業を通じた障がい者就労や高齢者対策への関心が高まるなど、都市部と農村部の交流が活発になりつつある。

こうした背景から、「都市と農山漁村の共生・対流」を具現化する手法の一つとして市民農園が位置づけられ、特定農地貸付法、市民農園整備促進法により、市民農園の設置が推進されてきた。

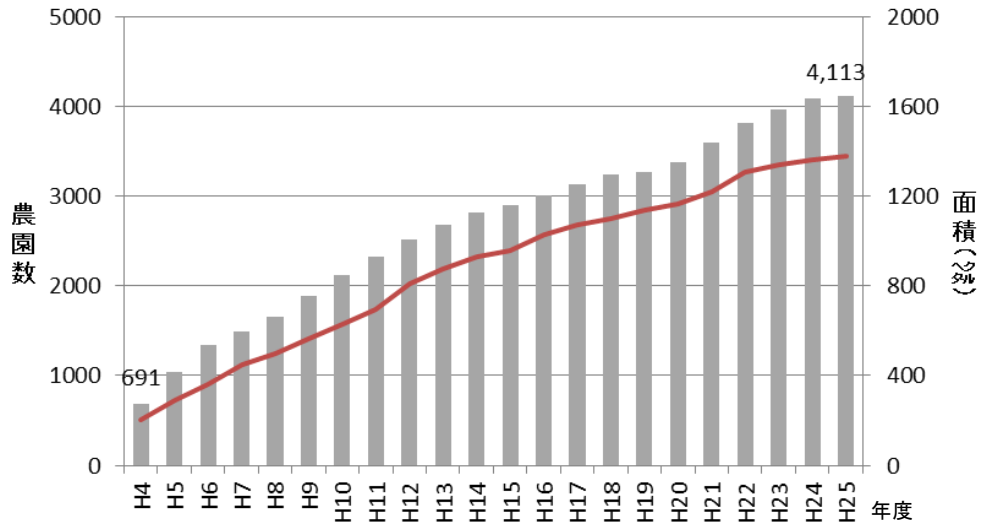
市民農園の開設数、面積は年々増加傾向にあり、平成26年3月末現在、全国に4,113農園、186,782区画、面積1,377haの市民農園がある。

全国で展開されている市民農園のうち、79.0%が都市的地域に開設されているのも特徴である。

図表1 市民農園の開設に関する法制度

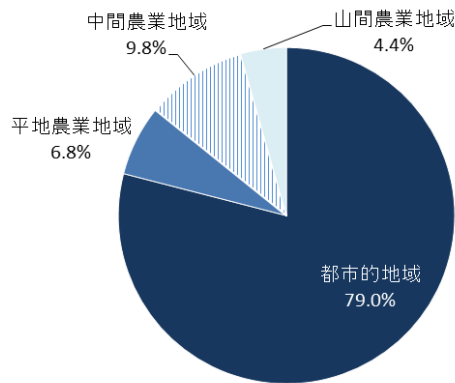
	特定農地貸付法 (特定農地貸付けに関する農地法等の特例に関する法律)	市民農園整備促進法
定義	<p>【特定農地貸付け】 農地の貸付けで、次に掲げる要件に該当するもの。</p> <p>① 10アール未満の農地の貸付けで相当数の者を対象として定型的な条件で行われること。 ② 営利を目的としない農作物の栽培の用に供するための農地の貸付けであること。 ③ 貸付期間が5年を超えないこと。</p>	<p>【市民農園】 「市民農園」とは、①の農地と②の施設の総体をいう。</p> <p>① 主として都市の住民の利用に供される農地で次のイ又はロのいずれかに該当する農地 イ 「特定農地貸付けに関する農地法等の特例に関する法律」に規定する特定農地貸付けの用に供される農地 ロ 相当数の者を対象として定型的な条件で、レクリエーションその他の営利以外の目的で継続して行われる農作業の用に供される農地</p> <p>② 農地に附帯して設置される農機具収納施設、休憩施設その他の当該農地の保全又は利用上必要な施設</p>
目的・趣旨	都市住民等への趣味的な利用を目的とした農地の貸付けについて、農地法等に関する特例を措置。	市民農園の整備を適正かつ円滑に推進するための措置を講ずることにより、健康的でゆとりある国民生活の確保を図るとともに、良好な都市環境の形成と農村地域の振興に資する。
開設数	3,611ヶ所	502ヶ所

図表2 市民農園の開設状況の推移



出典 農林水産省ホームページ

図表3 市民農園の農業地域類型別割合（平成26年3月末現在）



出典 農林水産省ホームページ

2. 市民農園が抱える課題

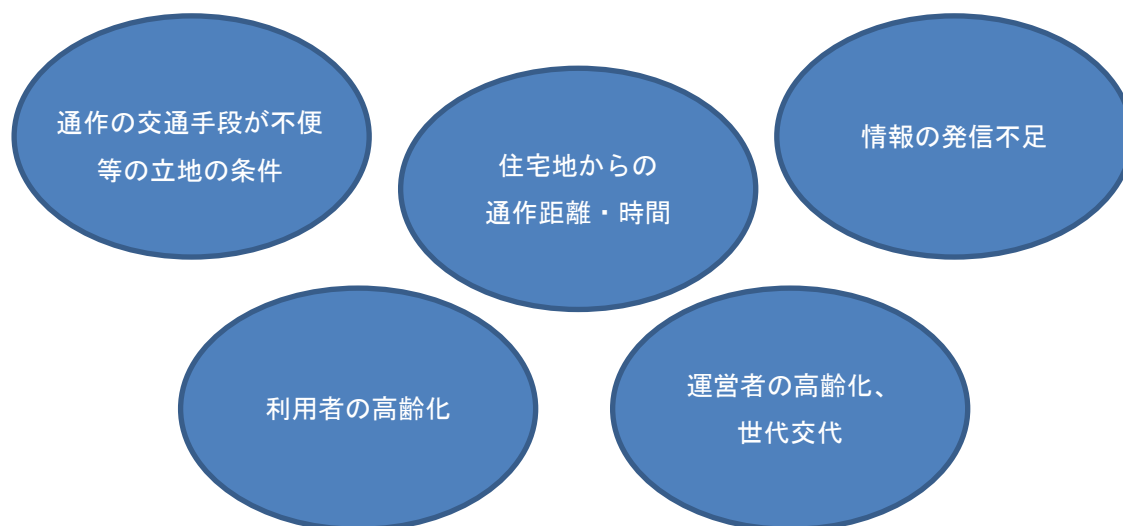
開設された市民農園の立地条件、整備内容によっては利用率が低迷するケースもみられる。また、開設者本人の高齢化や周辺環境の変化（震災の影響を含む）により、廃園に至る農園もある。このことから、運営手法の改善が求められている。

市民農園が抱える主な課題としては、図表4に示したように農園に通うための交通手段が限られている等の立地条件、利用が見込める住宅地からの距離、情報の発信不足、利用者の高齢化などが挙げられる。開設数が多い都市的地域の市民農園では、農業者が運営する市民農園では管理作業労力や料金が割高になること、周辺整備に要する資金の確保等も課題となっている。また、親世代から土地を受け継いでいる場合、開設者自身に農作業経験がなく、管理が利用者まかせになっているケースもある。

また、都市的農業地域にある市民農園の中にも農地利用率の高い場所にある農園もある。その場合は、除草など農園管理を徹底し、農業生産活動の妨げとにならないよう留意する必要がある。

副業的農家が多い地域においては、集客範囲や対象を検討し、単なる農園利用だけではなく、イベントや地域住民との交流など様々な付加価値を提供する必要がある。地域外の団体等との連携も模索する必要がある。または、土地のみを貸すなどシンプルな構造にして、できるだけ料金を安くする、といった方法も考えられる。

図表4 市民農園が抱える課題（一例）



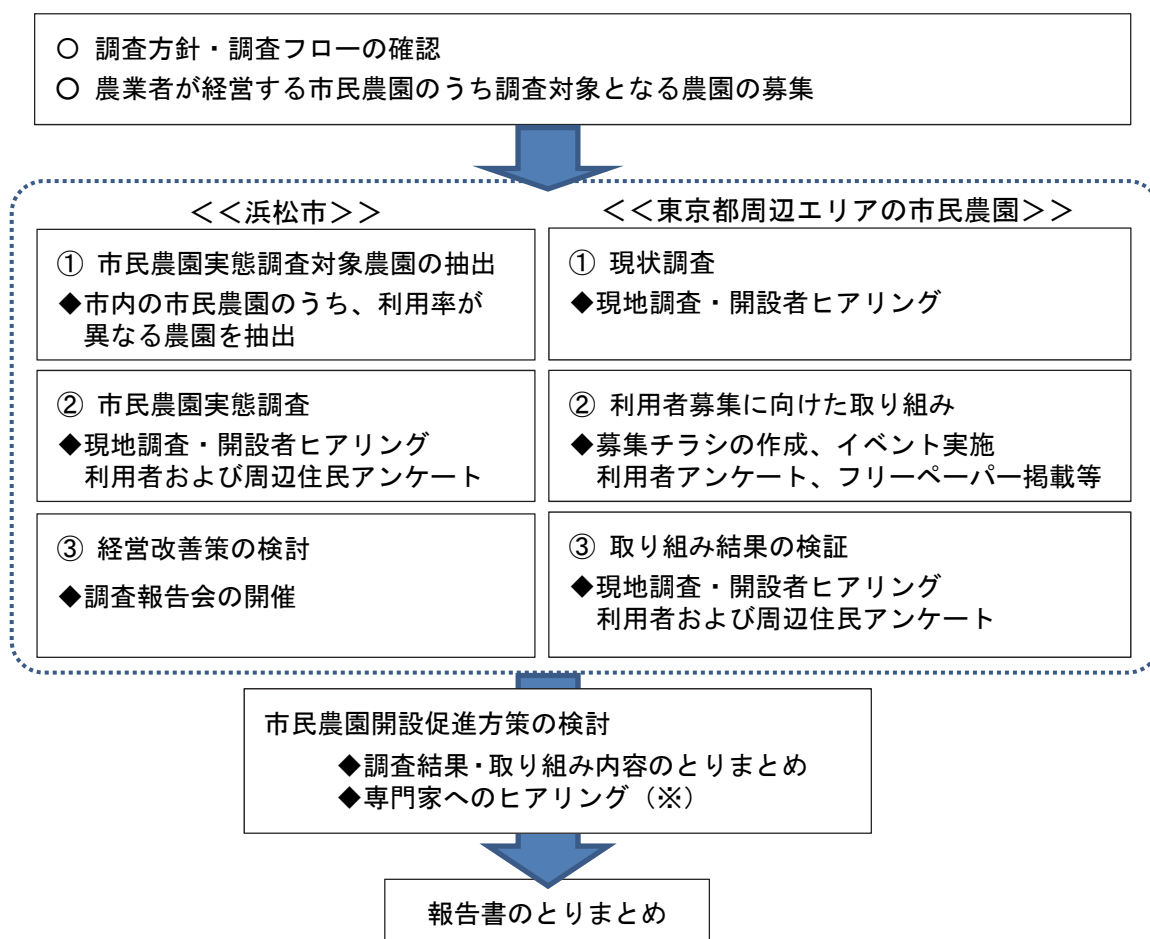
3. 本事業の目的と調査フロー

利用率が低迷している市民農園の運営改善手法の検討にあたっては、空き区画の多い農園が抱える課題、利用者や都市住民の意向など、現状の把握と課題の整理が不可欠である。

本事業では、地方における市民農園の実態を把握するため、市の施策に市民農園の活用を位置付け、積極的に取り組みを進めている浜松市に協力を依頼し、市民農園に関する調査を行った。また、東京都周辺エリアにある市民農園のうち、利用者募集に関する課題を抱える5農園を選定し、それぞれの現状と課題を把握するとともに、運営改善のため利用者募集に向けた取り組みを試行し、利用者の獲得を目指した。

これらの結果を踏まえ、全国に適用可能な市民農園の運営改善策を抽出することを目的として本事業を実施した。なお、本事業で対象とした市民農園は、主に農業者や民間団体が開設もしくは運営している市民農園を対象とした。

図表5 調査フロー



※専門家ヒアリング 意見聴取者

所 属	氏 名
特定非営利活動法人 土と風の舎	代表理事 渋谷 雅史 氏
特定非営利活動法人 千葉県市民農園協会	理事長 廻谷 義治 氏
株式会社アグリメディア	執行役員 野田 和義 氏
株式会社マイファーム	農園事業部 荒井 克也 氏

第2章

浜松市における市民農園の利用率に関する 要因の検証

1. 浜松市の市民農園

(1) 浜松市における市民農園の開設状況

浜松市では、緑豊かなまちづくりを推進し、自然とのふれあいの場を確保するため、市民農園の開設を進めている。市内には、市街化区域にある「いきいき菜園」と市街化調整区域にある「市民ふれあい農園」の2種類の農園が整備されている。「いきいき菜園」のほとんどは、土地所有者から使用貸借契約により市が借り受けて開設している。一方、「市民ふれあい農園」は、土地所有者等が自ら開設・運営している市民農園である。

本調査では、開設者個人が運営している農園の運営状況の把握および課題抽出を目的としているため、調査対象を「市民ふれあい農園」としている。

図表6 いきいき菜園と市民ふれあい農園の比較

	いきいき菜園	市民ふれあい農園
区域区分	市街化区域	市街化調整区域
開設者	浜松市	農地所有者自らが開設
所管課	浜松市緑政課	浜松市産業部農林業振興課
開設数	11 農園 (178 区画)	49 農園 (1,486 区画)
利用料金 (1年間)	1区画あたり 12,240 円	1区画あたり 5,000～10,000 円
区画面積	約 30m ²	30～50 m ²
対象者	・市内に在住または在勤の人 ・公共団体 ・営利を目的としない団体	・契約期間内に区画の管理が できる人 (居住地・勤務地の制限は無)
更新	不可 ※毎年抽選会を実施	可

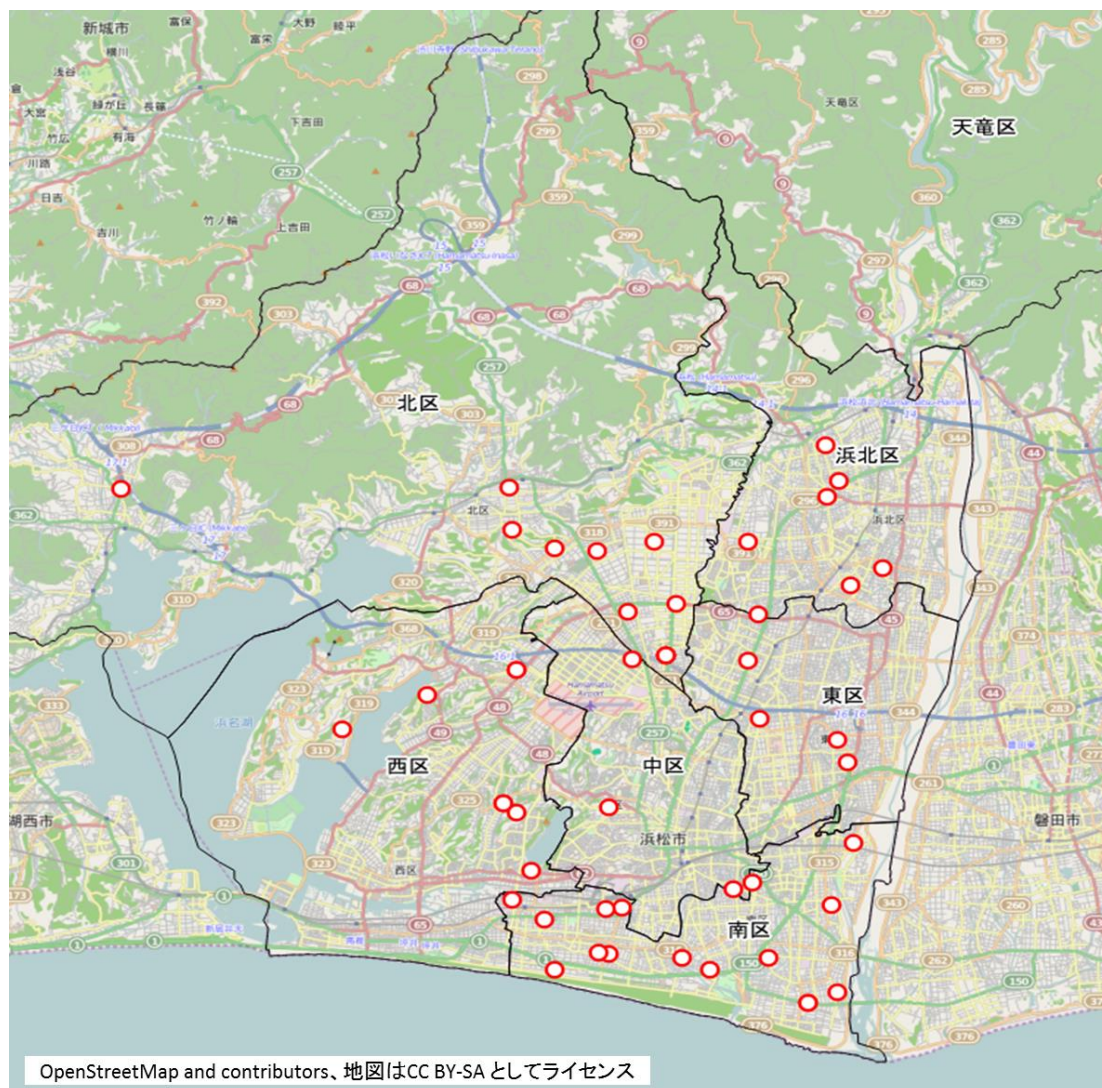
浜松市内には、49の市民農園（市民ふれあい農園）が開設されており、最も設置数が多いのが南区（16農園）、次いで北区（11農園）となっている。総区画数は1,486区画で、全体面積は83,841㎡となっている。※平成26年7月現在（調査実施時点）

図表7 各区の市民農園開設状況

	中区	東区	西区	南区	浜北区	北区	合計
農園数	3	4	8	16	7(※)	11	49(※)
総区画数 (区画)	96	127	271	410	198	384	1,486(※)
全体面積 (㎡)	2,764	7,309	17,484	21,356	14,329	20,599	83,841(※)

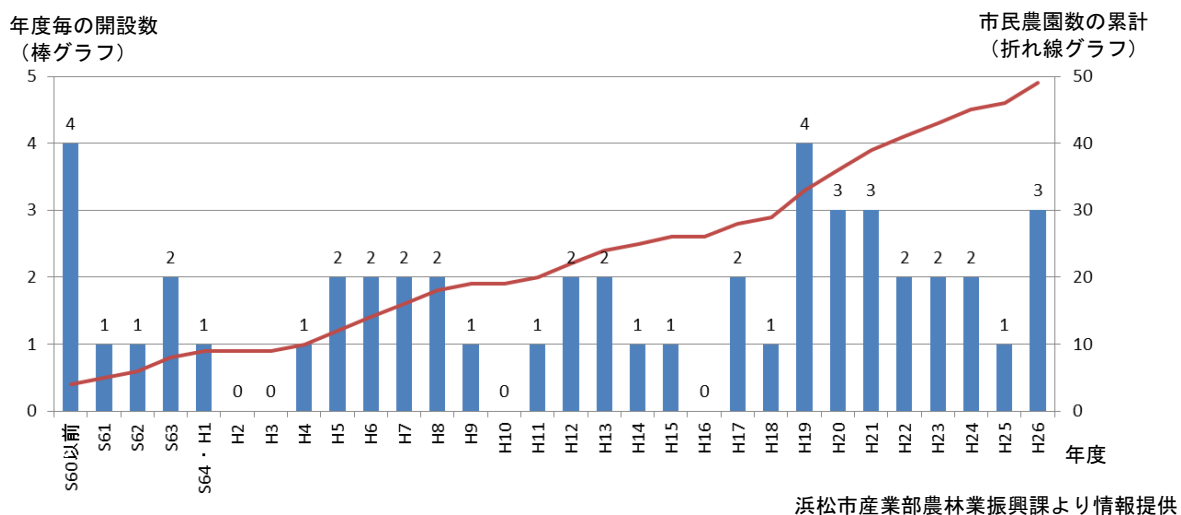
※うち休園の1農園を含む

図表8 市民農園の位置



開設年度ごとの市民農園数の推移を図表 9 に示す。市内の市民農園は、毎年 1～2 カ所ずつのペースで開設されており、平成 19 年度から 21 年度の 3 年間には 10 カ所に農園が開設されている。

図表 9 浜松市市民農園の開設状況の推移



※市民ふれあい農園は、法手続きを必要としない「農園利用方式」で開設された農園も含む

(2) 浜松市による市民農園開設支援

浜松市では、遊休農地の有効活用を図り、多様化する余暇対策の一環として、「市民ふれあい農園」の整備を進めている。50万円を上限に農園整備に関する経費について、開設認定者に対し、補助金を交付している。

開設時の利用者の募集については、新規で開設した市民農園の情報を広報はままつに記事を掲載したり、最寄りの市の施設（公民館や区役所、ふれあいセンター等）へのチラシ設置を行っている。

図表 10 開設認定者への支援内容

補助金額	2分の1補助（上限500,000円）
対象経費	ほ場整備費、施設整備費（農機具小屋・トイレ・給水施設・看板・ベンチ等）
候補地	市街化調整区域内の農地で面積1,000～2,000平方メートル程度。既存の市民農園との調整、周囲の状況、市民からの要望に配慮する。
農園の整備	農園の整備に係る必要書類の作成および関係部署との調整は、農林業振興課にて行う。開設後の農園の管理・運営・整備は開設認定者が行う。必要付帯施設として、農機具小屋、トイレ、給排水設備、看板、駐車場、区割り（ロープ等）がある。
入園者募集と開園	入園者募集については、広報はままつ及び浜松市ホームページに掲載する他、開園式当日に申し込みを行う。申し込み多数の場合は抽選で決定する。
開園後	農園の状況を把握すると同時に、入園者に対するアドバイス等を巡回指導しながら行っている。 また、浜松市ホームページに農園一覧を掲載して案内をするほか、広報はままつの紙面で次年度の利用者募集の記事を毎年掲載している。

(3) 市民農園の運営状況

浜松市にある市民農園の多くは、10,000円以下の利用料金で運営している。設置区画数は、20～39区画の農園が最も多く、40区画以上ある農園も12カ所ある。農園の利用状況は、91%以上の利用がある農園が22農園、71～90%が17農園で全体的に利用率は高い。

図表 11 各区の利用料金の分布状況 ※休園中の1農園を除く

		中区	東区	西区	南区	浜北区	北区	合計
利用料金	～10,000円未満	1	1	4	16	1	3	26
	10,000円以上～15,000円未満	2	3	3	0	5	7	20
	15,000円以上	0	0	1	0	0	1	2
設置区画数	10区画未満	0	0	0	2	0	0	2
	10～20区画未満	1	0	0	4	1	2	8
	20～30区画未満	0	1	2	5	3	2	13
	30～40区画未満	1	3	4	2	0	3	13
	40区画以上	1	0	2	3	2	4	12
農園の利用状況	30%以下	0	0	1	1	1	0	3
	31～50%	0	0	0	1	1	1	3
	51～70%	0	0	1	3	0	0	4
	71～90%	1	1	4	2	3	5	16
	91～100%	2	3	2	9	1	5	22

2. 浜松市民の市民農園利用意向調査

(1) 調査概要

[目的] 浜松市民の野菜づくりに関するニーズ・市民農園の利用意向等を把握する

[実施時期] 2014/09/24 ~ 2014/09/26

[調査方法] ネットアンケート調査

[回収数] 300 サンプル (回収率: 100%)

[対象者] 浜松市在住の市民 (300 名)

[アンケートの内容]

カテゴリ	項目
I 基本属性	・性別 ・居住地区 ・年代 ・職業 ・自家用車の所有状況 ・住居形態
II 野菜等の栽培について	・野菜づくりの経験 (家庭菜園、実家、親戚、知人の畑の手伝い、観光農園での収穫体験、市民農園) ・市民農園の利用意向 ・野菜づくりをやめた理由
III 市民農園について	・市民農園に求めるもの ・市民農園の利用にかけられる費用 ・市民農園にあるとうれしいサービス ・自由意見

※グラフ中の割合については四捨五入して表記したため合計が 100 にならないことがある

(2) アンケート結果

① 基本属性

回答者の性別は、男性 70.7%、女性が 29.3%で、年代は 40 代が 41.0%でもっとも多く、次いで 50 代以上が 37.7%となっている。

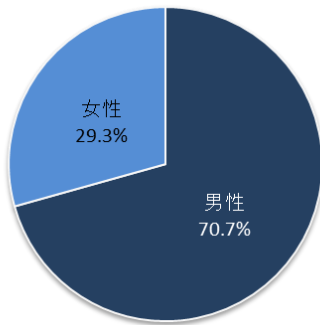
回答者の婚姻状況は、既婚が 66.7%、未婚が 33.3%となっている。

回答者の居住区は、中区が 43.0%で最も多く、次いで東区 17.0%、西区 12.7%となっている。

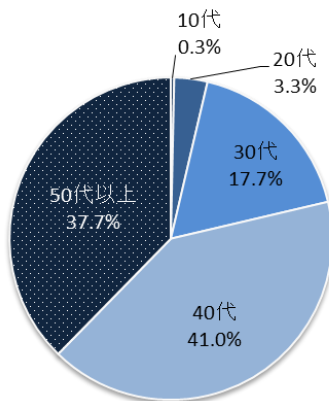
回答者の職業は、「会社員・公務員」が 55.0%で最も多く、次いで「無職」が 21.0%となっている。

回答者のうち、自家用車を所有している人が 86.7%で、住居形態は一戸建てが 70.0%、マンションが 16.0%となっている。

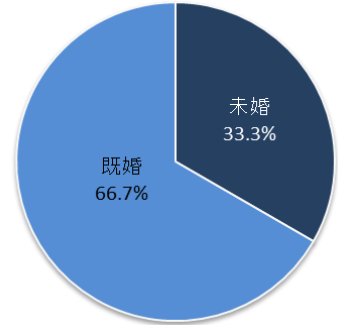
図表 12 性別 N=300



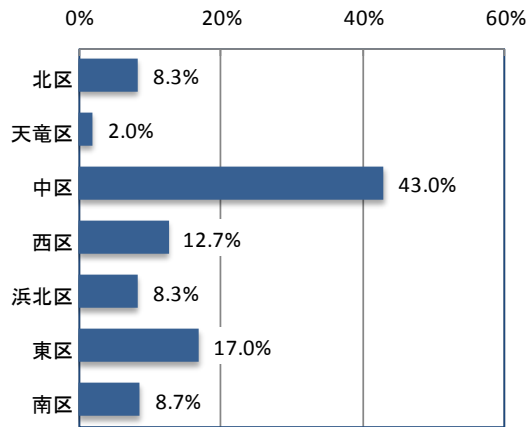
図表 13 年代 N=300



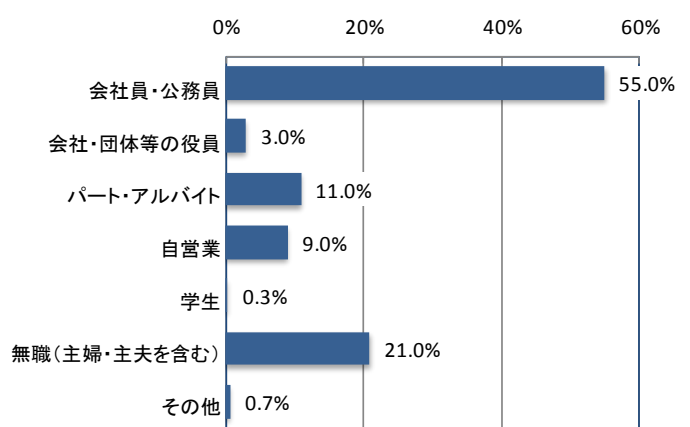
図表 14 結婚 N=300



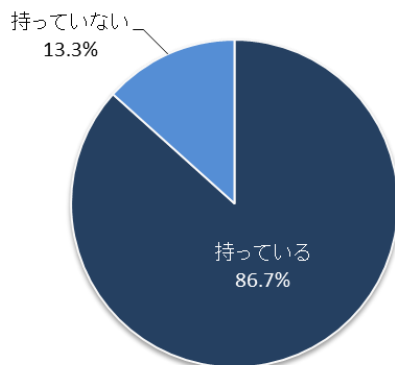
図表 15 居住区 N=300



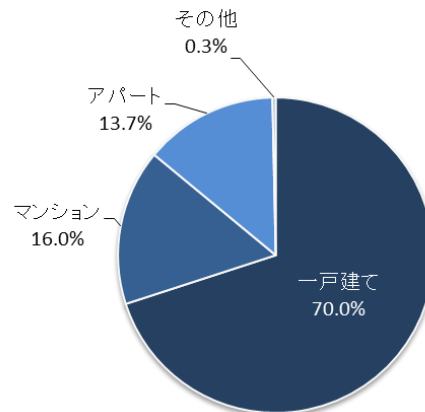
図表 16 職業 N=300



図表 17 自家用車の所有 N=300



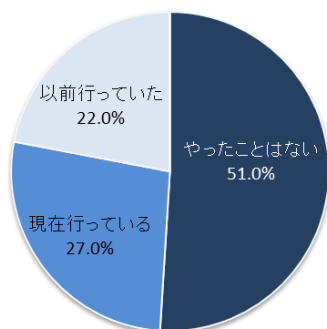
図表 18 住居形態 N=300



② 野菜づくりの経験について

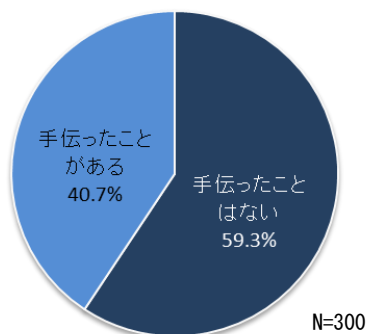
- ・家庭菜園については、「現在行っている」が27.0%、「以前行っていた」が22.0%となっている。女性の30.7%が「以前行っていた」と答えており、女性の方が過去に家庭菜園の経験がある割合が高い。住居形態別にみると、「現在行っている」と答えた人が、一戸建てに住んでいる人では31.9%、マンションでは18.8%、アパートでは9.8%となっている。
- ・「知人の畑を手伝ったことがある」と回答した人は40.7%、「収穫体験をしたことがある」と回答した人は34.7%となっている。
- ・「市民農園を現在利用している」は1.3%、「以前利用していた」が1.0%となっている。
- ・回答者の22.0%が「市民農園の存在を知らなかった」と答えている。家庭菜園を以前行っていた人の中でも25.8%が「市民農園の存在を知らなかった」と答えている。
- ・家庭菜園、親戚や知人の畑の手伝い、収穫体験、市民農園において野菜づくりの経験がある人は70.3%で、浜松市民の7割が何らかの形で野菜づくりに携わった経験がある。

図表 19 庭やベランダでの家庭菜園 N=300

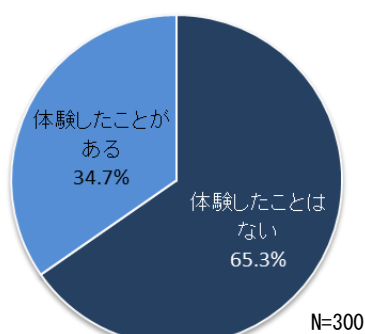


		合計	やったことはない	現在行っている	以前行っていた
合計		300	153	81	66
		100.0%	51.0%	27.0%	22.0%
性別	男性	212	114	59	39
		100.0%	53.8%	27.8%	18.4%
性別	女性	88	39	22	27
		100.0%	44.3%	25.0%	30.7%
住まい	一戸建て	210	98	67	45
		100.0%	46.7%	31.9%	21.4%
	マンション	48	28	9	11
		100.0%	58.3%	18.8%	22.9%
	アパート	41	27	4	10
	100.0%	65.9%	9.8%	24.4%	
	その他	1	0	1	0
		100.0%	0.0%	100.0%	0.0%

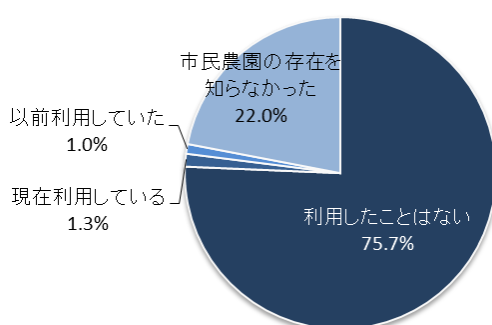
図表 20 自身の実家や親戚・知人の畑の手伝い



図表 21 観光農園等での収穫体験



図表 22 市民農園の利用 N=300



		合計	利用したことはない	現在利用している	以前利用していた	市民農園の存在を知らなかった
合計		300	227	4	3	66
		100.0%	75.7%	1.3%	1.0%	22.0%
性別	男性	212	164	3	2	43
		100.0%	77.4%	1.4%	0.9%	20.3%
性別	女性	88	63	1	1	23
		100.0%	71.6%	1.1%	1.1%	26.1%
家庭菜園	やったことはない	153	117	0	1	35
		100.0%	76.5%	0.0%	0.7%	22.9%
	現在行っている	81	61	4	2	14
	100.0%	75.3%	4.9%	2.5%	17.3%	
	以前行っていた	66	49	0	0	17
		100.0%	74.2%	0.0%	0.0%	25.8%

図表 23 野菜づくりの経験（まとめ）

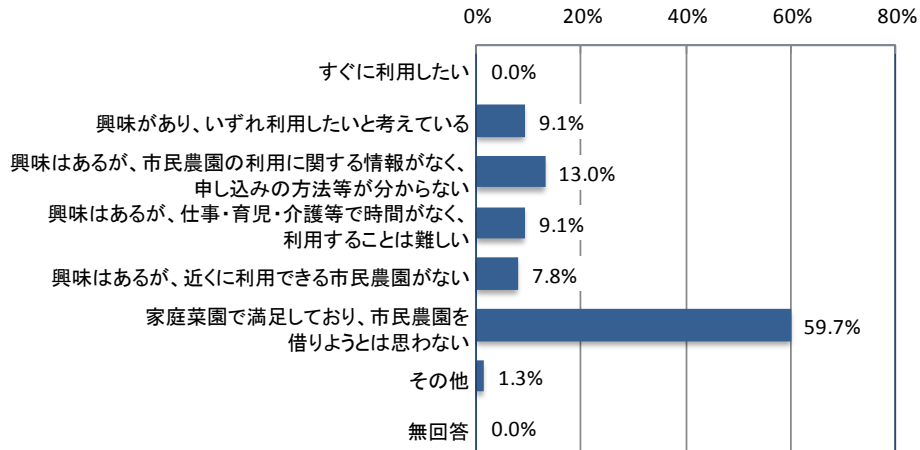
	合計	上段:件数 下段:%	
		行ったことがある	行ったことはない
①庭やベランダでの家庭菜園	300 100.0%	147 ※1 49.0%	153 ※2 51.0%
②自身の実家や親戚・知人の畑の手伝い	300 100.0%	122 ※3 40.7%	178 ※4 59.3%
③観光農園等での収穫体験	300 100.0%	104 ※5 34.7%	196 ※6 65.3%
④市民農園	300 100.0%	7 ※7 2.3%	293 ※8 97.7%
全体	300 100.0%	211 ※9 70.3%	89 ※10 29.7%

- ※1 「現在行っている」「以前行っていた」の合計
- ※2 「やったことはない」の件数
- ※3 「手伝ったことがある」の件数
- ※4 「手伝ったことはない」の件数
- ※5 「体験したことがある」の件数
- ※6 「体験したことはない」の件数
- ※7 「現在利用している」「以前利用していた」の合計
- ※8 「利用したことはない」「市民農園の存在を知らなかった」の合計
- ※9 ①～④のいずれかで「行ったことがある」に該当した件数
- ※10 ①～④のすべて「行ったことはない」に該当した件数

- ・現在、家庭菜園を行っている人のうち、「興味がありいずれ利用したい」が 9.1%で、「家庭菜園で満足」とした人が 59.7%となっている。「興味があるが市民農園の情報がなく、申し込みの方法が分からない」が 13.0%、「興味があるが時間がない」が 9.1%、「近くに利用できる農園がない」が 7.8%となっている。

図表 24 市民農園の利用意向

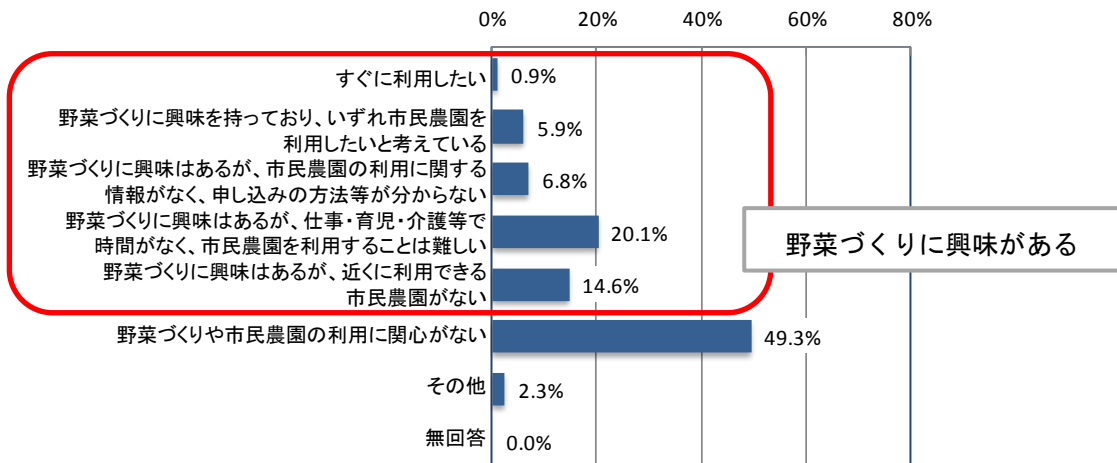
※家庭菜園を行っている人のうち、市民農園を利用している人を除く N=77



- ・現在、家庭菜園を行っていない人のうち、野菜づくりに興味があると回答したのが48.4%となっている。そのうち、「いずれ利用したい」が5.9%。「興味があるが市民農園の情報がなく、申し込みの方法が分からない」が6.8%、「興味があるが時間がない」が20.1%、「近くに利用できる農園がない」が14.6%となっている。

図表 25 市民農園の利用意向

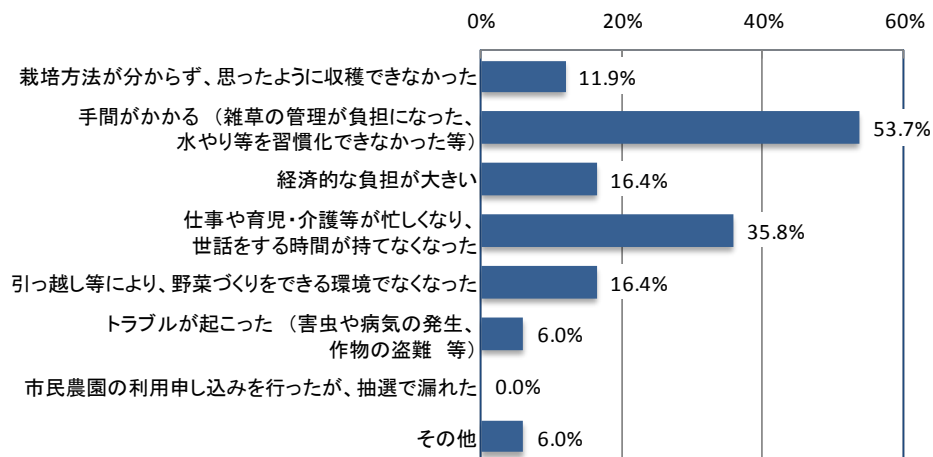
※現在家庭菜園を行っていない人 N=219



- ・以前は野菜づくりを行っていたがやめた理由としては、「手間がかかる」が53.7%と最も多く、次いで「忙しくて世話ができなくなった」が35.8%となっている。

図表 26 野菜づくりをやめた理由（複数回答）

※以前野菜づくりをしていたが現在は行っていない人 N=67

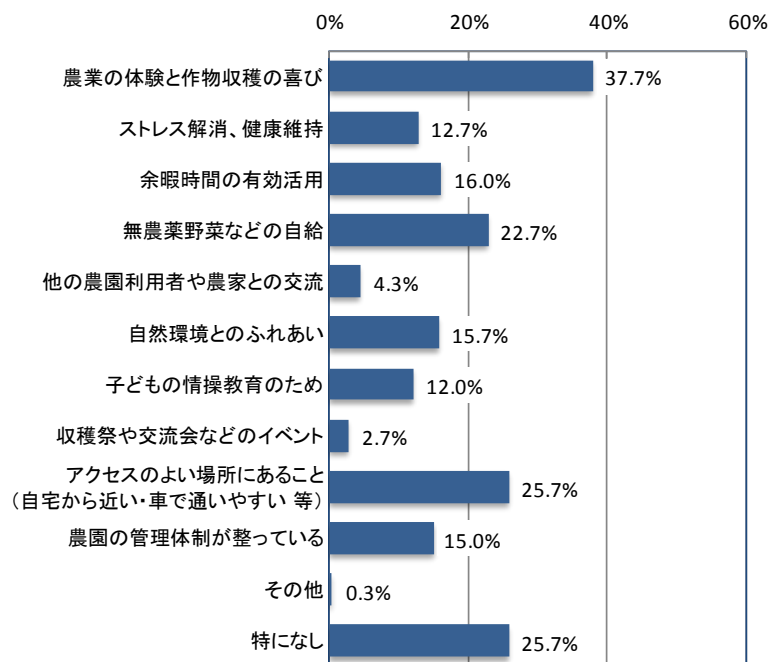


③ 市民農園について

●市民農園に対して求めるもの

- ・「農業体験と作物収穫の喜び」が 37.7%、「アクセスのよい場所にあること」が 25.7%、「無農薬野菜などの自給」が 22.7%となっている。
- ・男女別で差がみられた項目については、女性は「無農薬野菜などの自給」「アクセスのよい場所にあること」を選択した割合が高く、「自然環境とのふれあい」については男性が選択した割合が高くなっている。
- ・現在、家庭菜園を行っている人と以前行っていた人は、「農業体験と作物収穫の喜び」と選択した割合が 45.7%、51.5%と高く、野菜づくりの楽しみを知っていることが伺える。さらに、「アクセスの良い場所にあること」と回答した割合も、現在家庭菜園を行っている人で 27.2%、以前行っていた人で 39.4%と全体の 25.7%を上回っており、利便性が良い環境でなければ続けられないと感じている人の割合が高いことが考えられる。
- ・「市民農園をいずれ利用したい」と回答した人が市民農園に求めるものとしては、「農業体験と作物収穫の喜び」が 61.5%と最も高く、次いで「無農薬野菜などの自給」が 38.5%、「自然とのふれあい」が 30.8%、「ストレス解消、健康維持」「余暇時間の有効活用」「アクセスの良い場所にあること」が 23.1%となっている。
- ・記述回答でも、アクセスの良い場所にあればよいという回答がみられた。

図表 27 市民農園に求めるもの（複数回答） N=300



上段: 件数 下段: %

	全体	農業の体験と作物収穫の喜び	ストレス解消、健康維持	余暇時間の有効活用	無農薬野菜などの自給	他の農園利用者や農家との交流	自然環境とのふれあい	子どもの情操教育のため	収穫祭や交流会などのイベント	アクセスのよい場所にあること（自宅から近い、車で通いやすい等）	農園の管理体制が整っている	その他	特になし	
合計	300	113	38	48	68	13	47	36	8	77	45	1	77	
性別	男性	212	80	26	32	44	10	38	26	1	49	29	1	56
	女性	88	33	12	16	24	3	9	10	7	28	16	0	21
野菜づくりの経験（家庭菜園）	やったことはない	153	42	18	21	27	3	23	16	4	29	22	0	50
	現在行っている	81	37	9	16	24	7	13	12	2	22	9	1	18
	以前行っていた	66	34	11	11	17	3	11	8	2	26	14	0	9
			51.5%	16.7%	16.7%	25.8%	4.5%	16.7%	12.1%	3.0%	39.4%	21.2%	0.0%	13.6%

【現在家庭菜園を行っていない人】

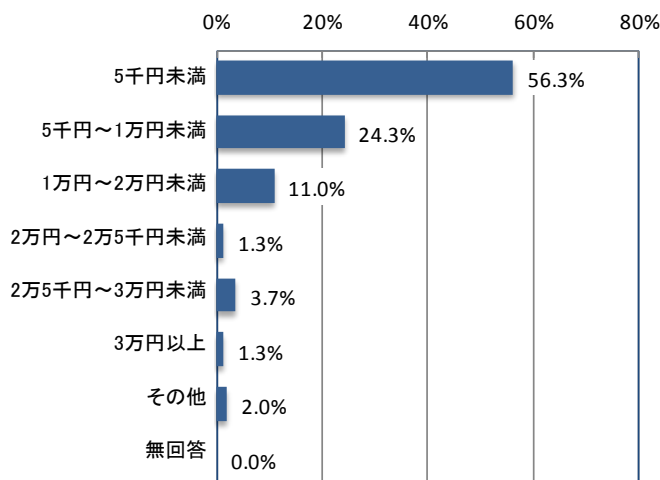
上段: 件数 下段: %

	合計	219	76	29	32	44	6	34	24	6	55	36	0	59
合計		219	76	29	32	44	6	34	24	6	55	36	0	59
市民農園の利用意向	すぐに利用したい	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	いずれ市民農園を利用したい	13	8	3	3	5	1	4	2	1	3	2	0	0
	興味はあるが、情報が少ない	15	9	4	3	3	1	4	3	0	6	2	0	0
	興味はあるが、時間が少ない	44	21	5	10	12	2	10	6	1	16	7	0	4
	興味はあるが、近くに農園がない	32	11	7	5	13	0	2	5	0	12	7	0	2
	その他	5	1	0	0	1	1	0	0	0	0	2	0	2
	野菜づくりや市民農園の利用に関心がない	108	26	8	11	10	1	14	8	4	18	16	0	51
			24.1%	7.4%	10.2%	9.3%	0.9%	13.0%	7.4%	3.7%	16.7%	14.8%	0.0%	47.2%
			34.7%	13.2%	14.6%	20.1%	2.7%	15.5%	11.0%	2.7%	25.1%	16.4%	0.0%	26.9%

●費用

- ・市民農園を利用する場合1年間にかかる費用としては、5,000円未満が56.3%、10,000円未満が24.3%となっている。
- ・記述回答にもできるだけ安価に利用したいという回答がみられた。

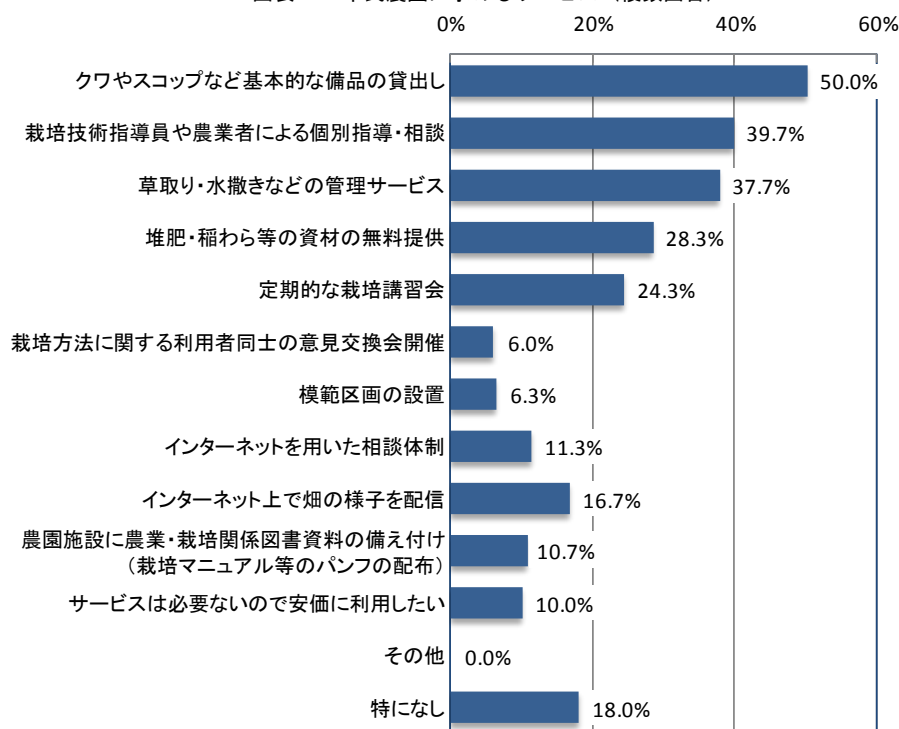
図表 28 市民農園にかけられる費用（1年間） N=300



●求めるサービス

- ・「基本的な備品の貸出し」が 50.0%、「栽培に関する相談や指導」が 39.7%、「管理サービス」が 37.7%、「資材の無料提供」が 28.3%となっている。
- ・家庭菜園を行っている人では、「堆肥・稲わら等の資材の無料提供」が 37.0%（全体 28.3%）、「定期的な栽培講習会」が 30.9%（全体 24.3%）となっており、これらの項目で全体を上回っている。

図表 29 市民農園に求めるサービス（複数回答） N=300



		上段: 件数 下段: %													
		全体	クワやスコップなど基本的な備品の貸出し	栽培技術指導員や農業者による個別指導・相談	草取り・水撒きなどの管理サービス	堆肥・稲わら等の資材の無料提供	定期的な栽培講習会	栽培方法に関する利用者同士の意見交換会開催	模範区画の設置	インターネットを用いた相談体制	インターネット上で畑の様子を配信	農園施設に農業・栽培関係図書資料の備え付け（栽培マニュアル等のパンフの配布）	サービスは必要ないので安価に利用したい	その他	特になし
野菜づくりの経験 (家庭菜園)	合計	300	150	119	113	85	73	18	19	34	50	32	30	0	54
	やったことはない	153	72	54	52	28	31	7	10	11	24	14	13	0	37
	現在行っている	81	41	33	31	30	25	6	5	13	12	11	11	0	12
	以前行っていた	66	37	32	30	27	17	5	4	10	14	7	6	0	5
	（全体）	—	50.0%	39.7%	37.7%	28.3%	24.3%	6.0%	6.3%	11.3%	16.7%	10.7%	10.0%	0.0%	18.0%

●市民農園に対する意見等（自由記述より）

- ・自由記述のうち、約 25%（「特になし」を除いた数を母数とした）が情報発信に関するもので、市民農園に関する情報が市民に届いていないことが伺える。具体的には、手続きの方法や市内の市民農園の開設状況、どのような作物が栽培できるのかなどが挙げられている。
- ・「気軽に利用できる」といという回答が複数みられた。（場所を増やす、短期間で利用できるようにする、利便性の高い場所に作るなど）
- ・たくさんできた野菜を買い取る仕組みを作りたいという意見もみられた。

3. 浜松市市民農園 運営状況調査

(1) 調査概要

浜松市内の農園のうち、南区を中心に利用率の異なる 11 農園を抽出した。浜松市役所を通じて各農園に対して調査協力を依頼し、それぞれの開設者へヒアリング調査を実施し、農園の運営状況・工夫点・課題等を整理した。さらに、この 11 農園の現在の利用者にアンケート調査を実施した。

[目的] 浜松市内の「市民ふれあい農園」の運営状況・課題の利用意向等を把握する

[実施時期] 開設者ヒアリング：2014 年 8 月 26 日～28 日

利用者アンケート：9 月 11 日～10 月 5 日

[対象農園]

利用率	農園	開設年	設置区画数	浜松駅からの距離
91%以上	農園 A	平成 17 年 3 月	24	4.0km
	農園 B	平成 17 年 3 月	29	4.0km
	農園 C	平成 19 年 3 月	18	5.5km
	農園 D	平成 21 年 3 月	28	4.5km
	農園 E	平成 12 年 3 月	34	5.0km
71～90%	農園 F	平成 26 年 3 月	24	4.5km
51～70%	農園 G	平成 23 年 5 月	47	5.0km
	農園 H	平成 19 年 4 月	16	7.5km
	農園 I	平成 21 年 4 月	22	7.5km
31～50%	農園 J	平成 7 年 8 月	46	16.5km
30%以下	農園 K	平成 5 年 3 月	44	8.0km

※市民農園整備促進法により開設

(2) 開設者ヒアリング調査

① 調査概要

ヒアリング調査の概要は下記の通り。

[目的]	市民農園の運営状況・課題等を把握する
[実施時期]	2014/08/26 ~ 2014/08/28
[調査方法]	対面ヒアリング調査
[対象者]	利用率の異なる浜松市内の市民農園開設者 (南区の農園 10 か所、浜北区の農園 1 か所)
[ヒアリング項目]	<1>農園の利用者と募集について (開設のきっかけ・設置目的、利用者、募集方法) <2>付帯設備と提供しているサービス内容 (備品の貸出、管理者の設置状況、栽培指導体制、交流イベントの開催) <3>運営状況と課題 (利用者数の推移等) <4>運営上の工夫

② ヒアリング結果

<1>農園の利用者と募集について

開設のきっかけ・設置目的

- ・車通りの多い道に面したこの土地は耕作放棄地で、不法投棄が多い状況にあった。地域の景観を守るために市民農園として土地を活用することを決めた。
- ・父親が亡くなって人手が減り、農地の管理が難しくなった時、市の担当者から市民農園の開設について働きかけがあった。
- ・浜松市が市民農園を始めるために用地を探していた時に、代表者自身が農業と地域の活性化を模索していたタイミングと重なり、代表者が所有する植木畑を市民農園用地として使うことを決めた。

利用者

- ・主な利用者は 60 代以上の高齢者で、たまに家族で来園する様子を見かけることがある。
- ・農園までの交通手段は自家用車が多く、5 分～10 分圏内の利用者がほとんどである。農園近くに住んでいる利用者は、自転車や徒歩で来る人もいる。

募集方法

- ・募集は、市の広報と看板が中心。口コミからの利用申し込みもある。
- ・団体で運営している農園については、団体主催のイベントで宣伝したり、団体のホームページでも案内を出している。
- ・また、町内会の回覧を用いている農園もあった。

〈2〉附帯設備と提供しているサービス内容

備品の貸し出し

- ・利用者の多くがリピーターであるため、基本的な農機具は自分のものを持参している。
- ・個人所有が難しい耕うん機を貸し出ししている農園が多くみられた。

管理者の設置状況

- ・常駐の管理者がいる農園はないが、看板等に連絡先が書かれており、トラブルがあった時にはすぐに対応できる体制が整えられていた。

栽培指導体制交流イベントの開催

- ・農園開設時にはイベントをやったり、栽培講習会をしたという農園が複数あったが、利用者のほとんどがリピーターになっている今は、イベントに対するニーズもほとんどないようである。
- ・団体で運営している農園では、さまざまなイベントを行っている。

〈3〉運営状況と課題

運営状況と課題について、農園の利用率ごとに図表 30 のように整理した。

図表 30 運営状況と課題

利用率	運営状況	課題
91%以上 農園 A～E	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年区画を借りるリピーターが利用者の大半を占めている。 ・辞める人がいても区画を増やしたい利用者があるため、空きがでにくい。 ・備品の整備状況がよい。 ・栽培に関する指導体制が整っている農園では、はじめて市民農園を使う人の利用もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者の高齢化が進んでおり、このままの区画が埋まる状態が続くか不安がある。 ・農園を開設した親から引き継いだため、農業のノウハウがない。
71～90% 農園 F	<ul style="list-style-type: none"> ・開設間もないため、まだ農園の認知度が低い状況にある。徐々に埋まってきている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・土壌の質に特徴があるため、この農園に適した栽培方法を見つけていく必要がある。 ・農園の認知度の向上
51～70% 農園 G～I	<ul style="list-style-type: none"> ・開設まもなく、周辺にあまり市民農園のないエリアであるため、認知度が上がりにくい。開設者の努力で認知度向上を目指している。 ・開設した直後は多数の利用申し込みがあり、区画を増やしたが、近年利用者間のトラブルがあり、利用者が減ってしまった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者募集にコストをかける余裕がない ・野生動物の被害の対策をしなければならない。 ・周辺には、耕作を休んでいる農地を無償で親戚知人に貸している人が多く、お金を使ってまで農園をやろうという人が少ない。
31～50% 農園 J	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年借りるリピーターもいるが、途中でやめてしまう人も多い。管理が続かないことが理由としてよく聞かれる。 ・空いている所は代表者の後継者である息子さんが畑として使っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・無料で借りられる遊休農地などがあること。
30%以下 農園 K	<ul style="list-style-type: none"> ・浜松市の市民農園の中でもかなり早い段階で開設し、開設当初は市街地から通う人で区画は埋まった。しかし、中心部に同様の市民農園ができたことでそちらに客が流れ、利用率が激減した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通の便が悪く、農園を目的地にしないと市街地の人に来るきっかけがない。 ・この農園を選ぶ何らかの差別化要因が必要。

＜4＞運営上の工夫

- ・利用者のストレスにならないよう、管理者が気を配っている。もし、トラブルが起きた時にすぐに対応できる体制を整えている。（給排水施設の不具合、農作業機械のトラブル等）
- ・農園のわきに果樹を植え、借りている区画では作れない果樹の収穫も楽しめる工夫をしている農園もある。
- ・利用者間の交流を促すため、定期的にイベントを実施している農園もある。
- ・風が強い地域にある農園では、その対策として防風ネットをはった状態で区画を貸し出している。

（3）利用者アンケート

① 調査概要

- [目的] 市民農園利用者の利用状況・利用の背景・満足度等を把握し、利用者のニーズを把握する。
- [実施時期] 2014/09/11 ～ 2014/10/05
- [調査方法] 郵送アンケート調査
- [回収数] 83 サンプル（回収率：52.5%）
- [対象者] 開設者ヒアリングを実施した市民農園の利用者 158 名
（南区の農園 10 か所、浜北区の農園 1 か所）
- [アンケートの内容]

カテゴリ	項目
I 基本属性	・性別 ・居住地区 ・年代 ・職業
II 市民農園の利用状況	・利用している市民農園 ・現在の農園の利用年数 ・来園頻度 ・1回あたりの滞在時間 ・農園まで通うのにかかる時間 ・農園までの交通手段 ・一緒に来園する人
III 市民農園利用の背景	・市民農園を利用するきっかけ・目的 ・現在利用している市民農園を知ったきっかけ ・現在利用している市民農園を選んだ理由
IV 市民農園の満足度	・利用料金 ・アクセス ・区画面積 ・付帯設備 ・サービス
V 今後の利用意向	・今後の利用意向 ・自由記述（意見・要望）

※グラフ中の割合については四捨五入して表記したため合計が 100 にならないことがある

② アンケート結果

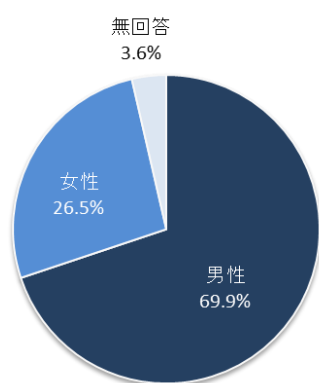
I 基本属性

回答者の性別は、男性 69.9%、女性が 26.5%で、年代は 60 代が 45.8%でもっとも多く、次いで 70 代が 28.9%で、回答者の多くが高齢者である。

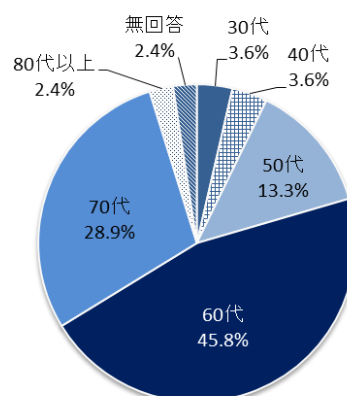
回答者の居住区は、中区が 36.1%で最も多く、次いで南区 34.9%となっている。利用者アンケートの対象が南区の農園を利用している人であるため、利用者の多くは南区または中区に住む住民であることが分かる。

回答者の職業は、「無職」が 56.6%で最も多く、次いで「会社員・公務員」が 20.5%となっている。

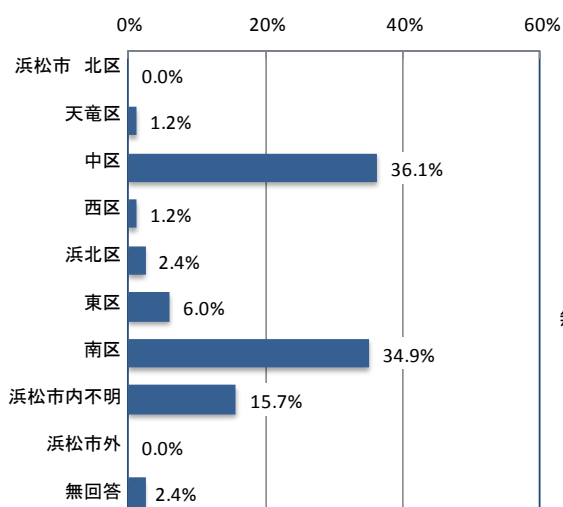
図表 31 性別 N=83



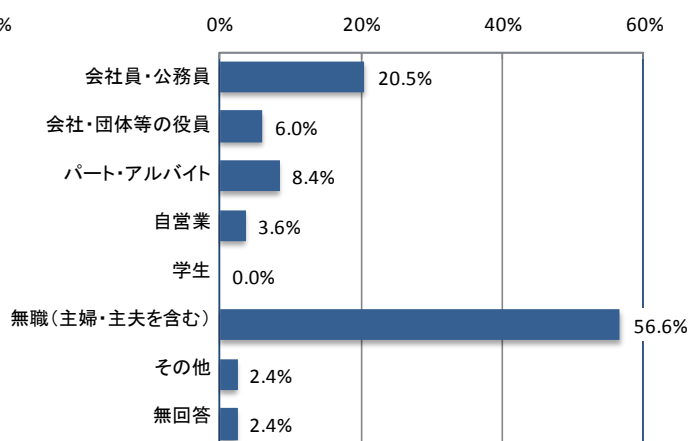
図表 32 年代 N=83



図表 33 居住区 N=83



図表 34 職業 N=83

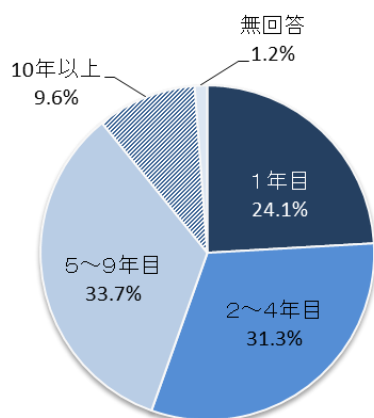


II 市民農園の利用状況

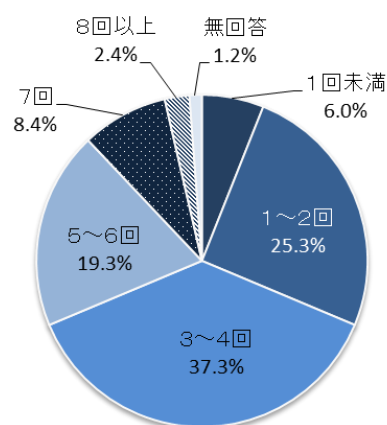
●市民農園の利用状況

- ・回答者のうち、利用1年目が24.1%、2年～4年目が31.3%、と利用し始めてから数年の人が半数を超えている。一方、開園当初から利用しているという人を含め、同じ農園を10年以上利用している人は1割程度である。
- ・来園頻度は、週3～4回と答えた人がもっとも多く37.3%、次いで週1～2回が25.3%、週5～6回が19.3%であり、週1回以上利用している人が8割を超えている。
- ・1回あたりの滞在時間は、「2時間以上～3時間未満」が最も多く約4割となっている。
- ・農園に通うためにかかる時間は、「6分以下」が33.7%、「11分以下」が31.3%、「5分以下」が19.3%となっており、利用者の9割弱が15分以内の距離から通っていることから、利用する市民農園は居住地から近いところを選ぶ傾向にある。(回答者の居住区は、前頁の図表33の通り、中区が36.1%でもっとも多く、次いで南区34.9%となっている)

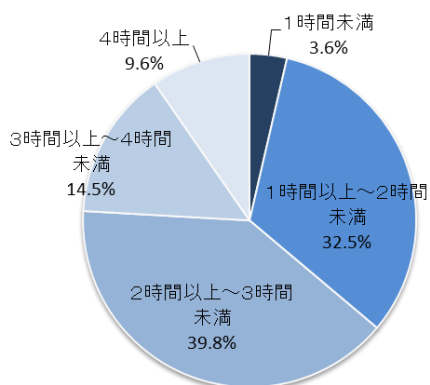
図表 35 利用年数 N=83



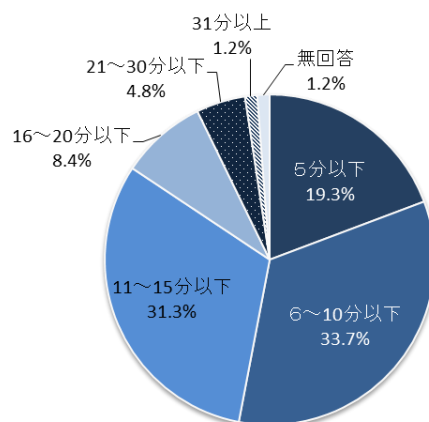
図表 36 来園頻度 N=83



図表 37 滞在時間(1回あたり) N=83

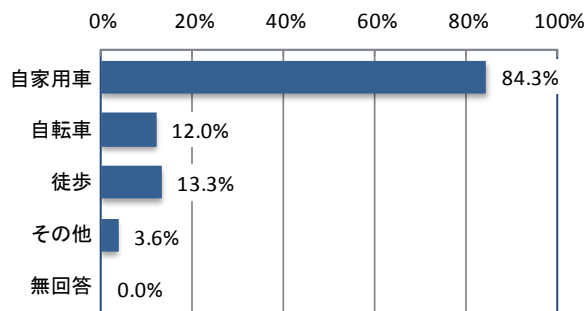


図表 38 農園に通うためにかかる時間 N=83

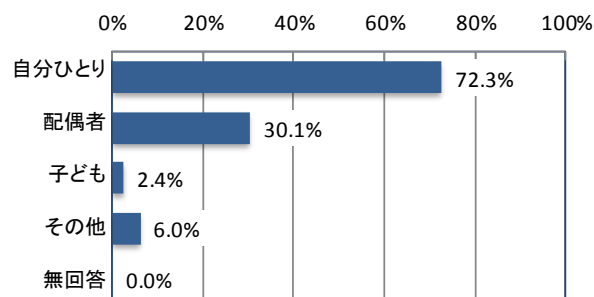


- ・農園までの交通手段は、自家用車が84.3%、徒歩が13.3%、自転車が12.0%（複数回答）となっており、利用者の多くは自家用車で通っている。利用者の中には、自家用車と自転車、自家用車と徒歩と回答した人もみられた。
- ・来園は、「自分ひとり」が72.3%と回答した人が最も多くみられた。次いで「配偶者と一緒」が30.1%となっており、自分ひとりであることもあれば配偶者と来る日もあるという利用者があることがわかった。（複数回答）
- ・栽培している作物数は、年間「6～10種類以下」が26.5%、「11～15種類以下」が25.3%、「16～20種類以下」が24.1%となっている。

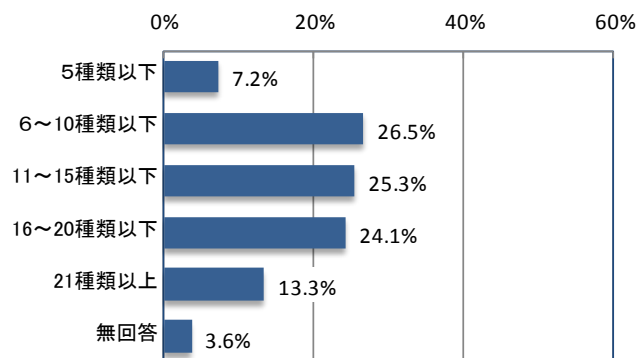
図表 39 農園までの交通手段（複数回答） N=83



図表 40 誰と来園するか（複数回答） N=83



図表 41 1年間で栽培する作物数 N=83

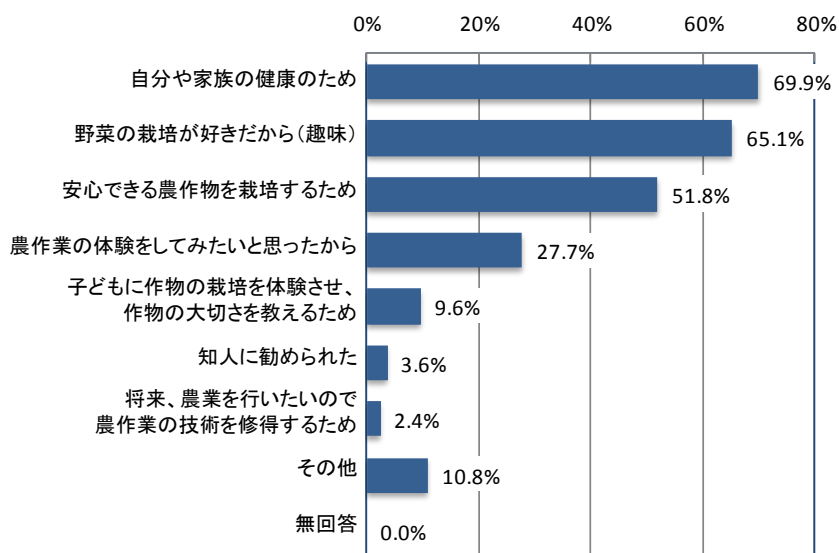


Ⅲ 市民農園利用の背景

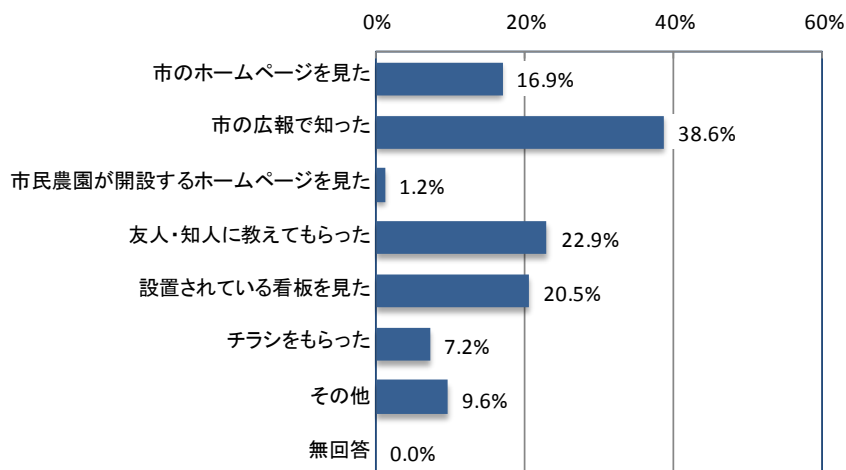
●利用するきっかけ（複数回答）

- ・「自分や家族の健康のため」が 69.9%、「野菜の栽培が好き」が 65.1%、「安心できる作物を栽培するため」が 51.8%となっている。
- ・利用している市民農園の情報は、「市の広報で知った」が 38.6%と最も多く、次いで「友人知人に教えてもらった」が 22.9%、「設置されている看板を見た」が 20.5%となっている。
- ・今利用している農園を選んだ理由として、74.7%が「自宅から通いやすい」を挙げている。次いで、「予算の範囲内だった」が 43.4%、「サービス内容がよい」が 19.3%、「他の農園に空きがなかった」が 15.7%となっている。他の農園に空きがなかったとした人のうち、約 30%が 16 分以上かけて通っており、全体の 14.4%を上回っている。

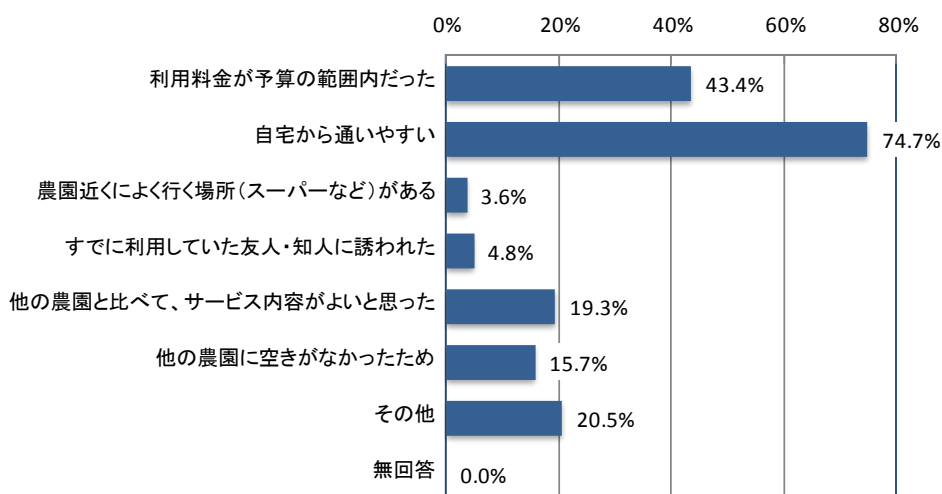
図表 42 市民農園を利用するきっかけ（複数回答） N=83



図表 43 利用している農園を知ったきっかけ（複数回答） N=83



図表 44 利用している農園を選んだ理由（複数回答） N=83



▼その他記述（一例）

- ・水道、トイレ、物置、駐車場等が完備されている
- ・静かだから
- ・勤務先に近いから
- ・近くの農園に申し込んだが抽選に外れた
- ・日当たりや周囲の環境が良かった
- ・地主さんの人柄

【参考】利用している農園を選んだ理由と農園に通うためにかかる時間

	合計	5分以下	6～10分以下	11～15分以下	16～20分以下	21～30分以下	31分以上	無回答
合計	83	16	28	26	7	4	1	1
	100.0%	19.3%	33.7%	31.3%	8.4%	4.8%	1.2%	1.2%
利用料金が予算の範囲内だった	36	4	8	17	4	3	0	0
	100.0%	11.1%	22.2%	47.2%	11.1%	8.3%	0.0%	0.0%
自宅から通いやすい	62	15	22	19	3	2	0	1
	100.0%	24.2%	35.5%	30.6%	4.8%	3.2%	0.0%	1.6%
農園近くによく行く場所（スーパーなど）がある	3	0	1	2	0	0	0	0
	100.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
すでに利用していた友人・知人に誘われた	4	1	1	2	0	0	0	0
	100.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
他の農園と比べて、サービス内容がよいと思った	16	2	6	5	1	1	1	0
	100.0%	12.5%	37.5%	31.3%	6.3%	6.3%	6.3%	0.0%
他の農園に空きがなかったため	13	2	3	4	2	2	0	0
	100.0%	15.4%	23.1%	30.8%	15.4%	15.4%	0.0%	0.0%
その他	17	3	6	3	4	0	1	0
	100.0%	17.6%	35.3%	17.6%	23.5%	0.0%	5.9%	0.0%

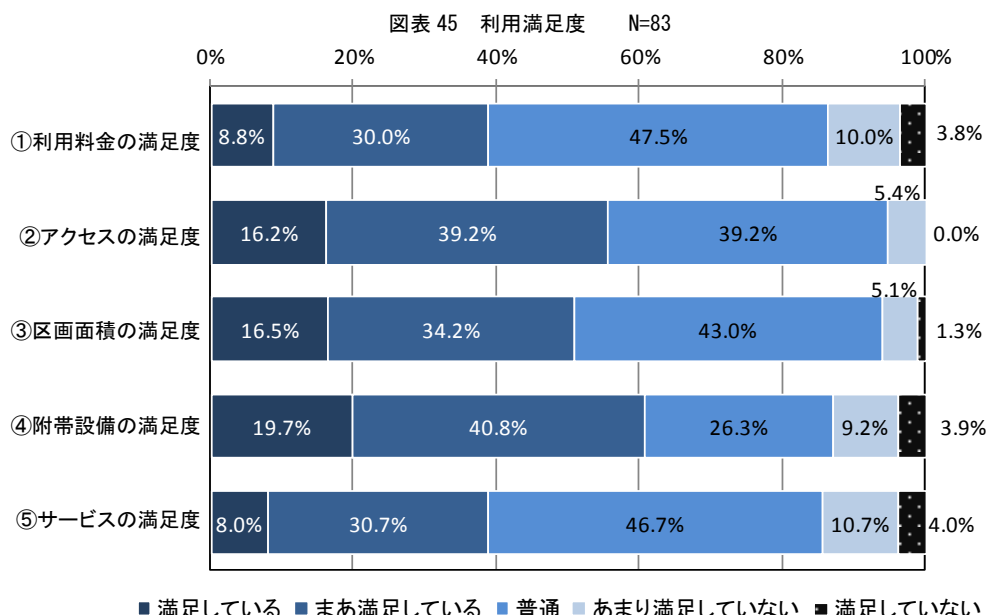
IV 市民農園の満足度

●満足度

- ・5を満点としたとき、満足度の平均は、料金 3.3、アクセス 3.7、区画面積 3.6、附帯設備 3.6、サービス 3.3 となっている。
- ・料金については「普通」と回答した人が 47.5%、アクセスは「まあ満足」「普通」がそれぞれ 39.2%、面積は「普通」が 43.0%、附帯設備は「まあ満足している」が 40.8%、サービスは「普通」が 46.7%となっている。

【記述回答】

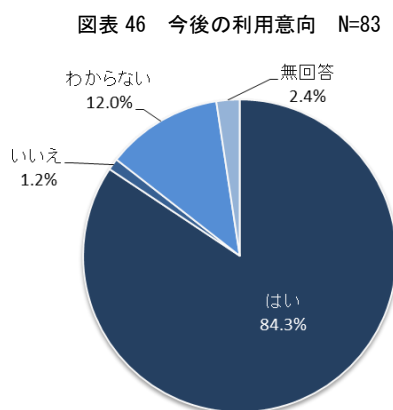
- ・利用料金について、「良心的」と答えている人がいる一方で、「他と比べると高い」と回答している人もいる。
- ・アクセスについては、徒歩で通える人にとってはちょうどいい運動になるといった意見がみられた。また、「仕事の帰り道に寄れる」「駐車場がある」ことがアクセス利便性の向上につながっている。
- ・区画面積については概ね満足しているという意見が多く、広い面積を使いたい人は複数区画借りている。
- ・附帯設備については、一通りの道具がそろっており、水が使えることから「普通」以上の回答をしている人が多いが、「物置スペースが少ない」「古い備品が使いにくい」「設備の故障がある」といった不満もみられた。
- ・サービスについては、「他の利用者と交流がある」「管理者が親切」「無料で提供される資材ありがたい」といった意見がある一方で、「堆肥や耕うん機は無料で使いたい」「農園からの情報を受けられるようにしてほしい」「設備は利用者が平等に使えるようにしてほしい」「空き区画の管理が出来ていない」等の改善を求める意見も挙げられている。



【項目ごとの平均値】	項目	平均値
①	利用料金の満足度	3.3
②	アクセスの満足度	3.7
③	区画面積の満足度	3.6
④	附帯設備の満足度	3.6
⑤	サービスの満足度	3.3

V 今後の利用意向

- ・来年も今の農園を利用すると答えた人が 84.3%で、現在の利用者の大半は現在利用している農園を継続して利用していこうとしている。前頁の「IV 市民農園の満足度」の結果では、「満足している」「まあ満足している」「普通」の平均が 9 割弱となっていることから、不満を持っていない利用者のほとんどは、継続的に利用する意向を持っていることが分かる。



VI 要望・意見（記述回答） 回答数：46

農園に対する要望・意見では 46 件の回答があり、主に農園サービス・利用者同士の関係・農園設備に関係する内容であった。農園サービスについては、その土地にあった栽培方法を知りたいという回答が目立った。利用者同士の関係づくりについては、新規利用の方が既存のコミュニティに入りづらさを感じている一面や利用者同士でマナーが気になる場面があることが伺える内容であった。もっとも多くの回答があった農園設備については、共有スペースや空き区画の雑草の管理や、トイレや倉庫などの附帯設備に関する改善要望が目立った。

主な記述回答（一例）

<p>●農園サービス 回答数：6</p> <ul style="list-style-type: none"> ・野菜づくりのアドバイスがあり、ありがたい（他、野菜栽培の講座をやってほしい等の回答もあり） ・耕うん機等の農機の使い方を指導してほしい ・体調や都合が悪くなった等で畑に行けない場合に有料で良いので請け負い作業を行ってほしい。行ってくれる諸作業を設定・公表してほしい
<p>●利用者同士の関係づくり 回答数 7</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協力できる事は協力したいのですが、何も言ってくれないのでやりようがない。毎日来園されて仲の良い人たち同士は楽しそうですが、それ以外の人は疎外感がハンパない。 ・マナーの悪い利用者に対して指導をしてほしい ・年 1 回の交流イベント希望
<p>●農園設備 回答数 16</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トイレをきれいにしてほしい ・草取りの日を設けてはどうか ・駐車スペースや空き区画の雑草を刈っていただきたい ・区画がはっきりしない。 ・もう少し駐車スペースがあればお互い駐車する時に楽である ・倉庫が古い（他、狭い・平等に使えていない、等の回答もあり）

4. 市民農園の利用率に関する要因

開設者ヒアリング等の結果から、市民農園の利用率に関係すると考えられる要因を以下の通りまとめる。

<利用率が高い農園の特徴>

- ・利用率の高い農園は、毎年農園を利用している「固定客」を獲得している。利用率の高い農園でも利用者の入れ替わりはあるが、やめた人がいても既存利用者が契約区画を増やすことにより、区画が埋まっている。
- ・新規利用者にとっては、基本的な備品を借りられることや相談できる相手がいることが、農園を選ぶ際のポイントとなっており、これらの体制が整っている農園は、利用率が高い傾向がみられる。
- ・草が生えやすく、作物の収穫期とも重なる夏場の作業を考えると、農園までの移動時間は15分以内の利用者が多く、この圏内が通い続けられる妥当な時間であると考えられる。そのため、周辺に利用者が見込める環境にある農園は、利用率が高い傾向がある。

<農園の満足度に関する要因>

- ・給水設備の不具合等、何らかのトラブルがあった際の対応がきちんとしていることや、開設者の利用者への接し方が、満足度を高めることにつながっている。
- ・設備や農作業道具が整っていたり、風や鳥獣被害の対策がされている農園は満足度が高い。
- ・一方、空き区画の管理や道具の更新などができていないことについては、改善を希望するコメントがあり、自分の区画だけでなく、農園全体としてストレスなく利用できる環境をつくっていくことが必要である。

<情報発信>

- ・「広報誌」を見て知ったという人の割合が高く、継続して市の広報で周知していく効果は期待される。
- ・利用する農園を選ぶ理由としては、「自宅から通いやすい」ことを挙げた人が、約75%と高かったことから、農園近くの人たちに市民農園の存在を周知し、利用に結びつける方法が効果的と考えられる。

<その他課題>

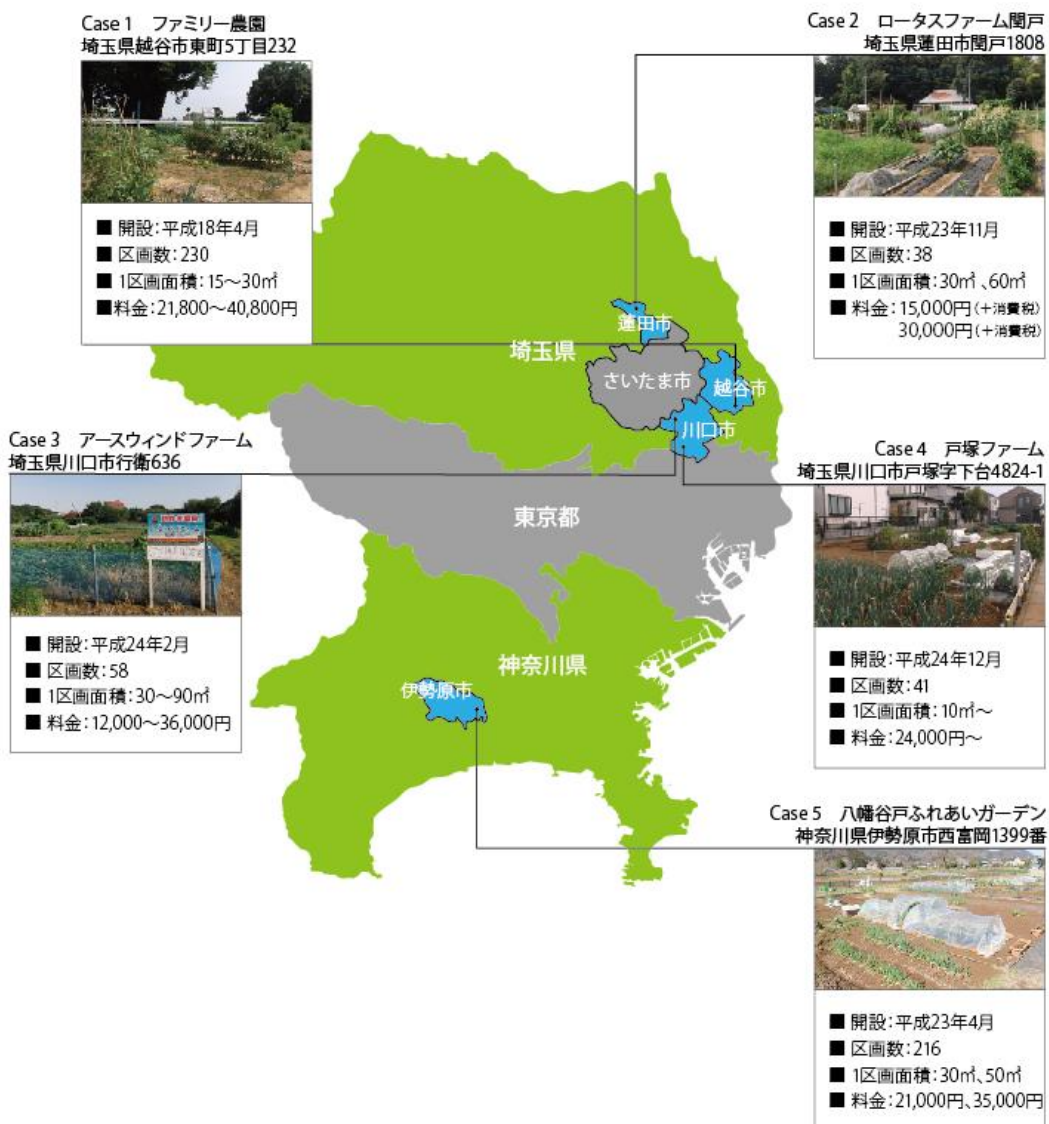
- ・市民農園の開設者の世代交代も出てきており、農作業をやったことのない世代が開設者になった際の農園運営の方法についても検討していく必要がある。
- ・開設支援策がある浜松市の場合、農機具倉庫・水道・トイレ・看板等の設備が整っている農園が多いが、経年劣化していたり、台風で設備が飛ばされた農園もみられた。設備の維持・管理のための費用を確保することも見据えた利用料金を設定していく必要があるが、開設者が農園運営の中で再整備するには負担が大きい。

1. 利用者募集に関する取り組み概要

本調査では、東京都周辺エリアで農家等が開設している市民農園を中心に、利用者確保や利用者の高齢化などの課題を抱える農園を抽出した。抽出した農園ごとに利用者募集を行い、その効果を検討した。

調査対象とした市民農園は、以下の5か所である。

図表 47 調査対象の市民農園の場所



2. 個別取り組み事例

ケース1	ファミリー農園	埼玉県越谷市
------	---------	--------

■農園の概要

開設年	平成18年4月	開設根拠法	市民農園整備促進法								
全体面積	約10,000m ²	うち農園面積	約7,550m ²								
設置区画数	230区画	区画面積	15~30m ²								
1区画あたり利用料金(年間)	21,800~40,800円 ※最も多いのは28,800円	利用率(2014年)	約80%								
設 置 施 設											
農作物栽培に供する施設		資材の貯蔵保管に供する施設		その他農地保全又は利用上必要な施設							
給排水施設	その他	農機具収納施設	堆肥場	その他	休憩施設	トイレ	駐車場	駐輪場	管理事務所	農作業講習施設	その他
●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

育苗用のハウス

ライブカメラ



区画の様子



休憩施設



農機具収納庫

■これまでの経緯

開設のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> 親から農地を受け継ぎ、「レジャー感覚で農業を楽しめる新しい農業経営」を考える中で、「市民農園整備促進法」を知り、脱サラして市民農園を開設した。
利用者の状況	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の3割は都内から、3割が越谷市内、その他が近隣市町村から通っており、ほとんどが車で来ている。大半が60代以上の高齢者だが、近年、若い女性でハーブなどを作りたいと契約した方もいる。ほとんどの利用者がリピーターで長期間にわたって利用してくれている。 マスコミに取り上げられたことがきっかけで利用者が増え、キャンセル待ちが出ていた時期もある。しかし、東日本大震災の影響で利用者が減少。一部の利用者は戻ったが、最盛期の水準までは戻っていない。
利用者の募集	<ul style="list-style-type: none"> 看板の設置 市町村での広報(年1回) 自身のホームページでの告知
課題	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の高齢化が進んでおり、新しい利用者の開拓が必要だが、広報・宣伝不足 レジャー感覚で手軽に農園を利用したいというニーズがあるが、そこに対応するだけの人手が確保できない。

■利用者獲得に向けた取り組み内容

『市民農園体験イベント実施』

＜準備＞ 当該農園で利用者向けに行っているイベントをベースに
新規利用者向けにアレンジしたイベントを企画
チラシ作成・農園近隣エリアにポスティング（約 5,000 枚）

＜当日の様子＞

参加者：大人 9 名、子供 4 名

プログラム：10:00 ファミリー農園の紹介

10:30 農園見学&野菜クイズ&ミニ収穫体験（レタス・カブ）

11:30 農園の野菜を使ったピザづくり

12:00 昼食

13:00 開設者への質問タイム

13:30 終了



イベント当日の様子

＜参加者アンケート＞

- ・9名中5名は、「名前は聞いたことがあったが来るのが初めて」と答えており、地元で看板等で名前は知っていてもきっかけがないと農園と連絡を取り難い。
- ・参加動機としては、「市民農園の利用に興味があった」が3名、「収穫体験をしてみたいと思ったから」が5名、「ピザづくりをしてみたいと思ったから」が5名であった。（複数回答）
- ・イベントの満足度としては、「とても満足」が5名、「満足」が4名となっている。その理由としては、「収穫等が楽しめた」「アットホームでとても楽しく子供もお友達ができて楽しんでいた。ピザもおいしかった。畑もとてもきれいだった」「子供も自然に楽しむことができて大人も気持ちの良い空気を吸い、新鮮な野菜を使ったピザを食べることができた」「ほかの方と交流ができてよかった」「子供たちと一緒にピザを丸めて伸ばしてトッピングし、きれいな野菜もすすんで食べてくれたので」「さまざまなお話を伺えてとても興味深く楽しかったです」といった感想があった。
- ・今後の市民農園の利用意向については、「いずれ利用したいと考えている」2名、「興味があるが現状では市民農園を利用することは難しい」が5名、その他が2名であった。現状では利用することが難しい理由としては、「自分ひとりでは作業できない」「時間がない」等の理由が挙げられた。

■取り組み成果

- ・親子で参加した方は、普段から「農園がある」ということは認識していたが、どんな人がやっているのか、どうすれば利用できるのか、料金はいくらなのかなどを調べる段階に至っておらず、今回たまたま自宅ポストに入っていたチラシを見て参加した方が2組。
 - ・実際に開設者との交流を通じ、利用のイメージを膨らませている様子が見て取れた。
 - ・一緒に参加した子供も帰るころには畑の間を走り回り、とても楽しんでいる様子で、親御さんもうれしそうであった。
- すぐに利用に結び付くケースは多くはないが、体験イベントをきっかけに農園に来てもらい、開設者と話をしたり、利用者の様子を見ることで、市民農園の利用のイメージを持ってもらうという効果は期待できる。

ケース2	ロータスファーム関戸	埼玉県蓮田市
------	------------	--------

■ 農園の概要

開設年	平成 23 年 11 月	開設根拠法	市民農園整備促進法
全体面積	4,290 m ²	うち農園面積	4,000 m ²
設置区画数	38 区画	区画面積	30 m ² 、60 m ²
1 区画あたり利 用料金（年間）	30 m ² ：15,000 円＋消費税 60 m ² ：30,000 円＋消費税	利用率 （2014 年）	約 52%
設 置 施 設			
農作物栽培 に供する施設	資材の貯蔵保管に 供する施設		その他農地保全又は利用上必要な施設
給排水施設	その他	農機具収納施設	堆肥場
			その他
		休憩施設	トイレ
			駐車場
			駐輪場
			管理事務所
			農作業講習施設
			その他
●		●	●

農機具（鋤、スコップ等）、
必要資材（支柱・肥料等）は
無料で貸し出し



区画の様子



農機具収納庫



休憩施設（古民家）

■ これまでの経緯

開設の きっかけ	<ul style="list-style-type: none"> 埼玉県農林公社から特定農地貸付けの農地を借りて開設した農園。 草花を植えることにより街路の美化、農作業経験を通じて新しいコミュニティづくり、遊休農地の活性化を目指し、地域に農地と農ある生活のジョイントに取り組んでいる。
利用者の 状況	<ul style="list-style-type: none"> 開設初年度は、半年間の講習と区画貸しを行った。 2年目からは、講習区画を作らず、月2回専門家の方に畑に来てもらい、指導をってもらう形に変更したが、想定したより利用者が集まらなかった。
利用者の 募集	<ul style="list-style-type: none"> 看板の設置 自身のホームページ・facebookでの告知
課題	<ul style="list-style-type: none"> 地域内での知名度向上 周囲に農地がある地域であるため、知り合いから畑を無償で借りて野菜づくりを行っている人が多い。市民農園としてサービスを差別化する必要がある。

■利用者獲得に向けた取り組み内容

『野菜づくり教室の企画・新聞折り込みチラシによる広報活動』

- ・区画貸しとの差別化を図るために菜園教室を企画
- ・年 20 回の講座で、苗づくりや土づくりから栽培管理、収穫まで一連の作業を学ぶことができる。
- ・申込は、年間通しての参加と個別参加どちらでも申し込み可とした。
- ・新聞折り込みチラシ広告（7,000 枚×7 回）

<野菜づくり教室の概要>

- ・3月から12月まで月2回 日曜日に実施（全20回）。野菜づくりの講義・実習の他に交流イベント（餅つき、じゃがいも掘り、さつまいも掘り等）も実施する。
- ・受講料は、大人 各回参加 500 円 年間 20 回参加 10,000 円＋消費税

- | | |
|---|--|
| 1. オリエンテーション(講習) 畝・肥料の使い方(実習) | 11. 夏野菜の収穫(実習) |
| 2. 畝・肥料の使い方(実習) ジャガイモの植え付け(実習) | 12. 秋野菜の栽培(講習と実習) 土づくり はくさい
きゃべつの苗づくり |
| 3. 夏野菜の栽培(講習) 支柱の組み立て、マルチの張り方 | 13. 秋野菜の管理作業(実習) だいこん、カブの種まき |
| 4. 夏野菜の植え付け(実習) 小松菜、ほうれん草、
トウモロコシの種まき | 14. 秋野菜の管理作業(実習) |
| 5. 夏野菜の植え付け(実習) ミニトマト、なす、きゅうり、
すいか苗の植え付け | 15. サツマイモの収穫(実習) イチゴ苗の植え付け、
エンドウの種まき |
| 6. サツマイモ苗の植え付け(実習) | 16. 菜園イベント(サツマイモ収穫祭 焼き芋イベント) |
| 7. 夏野菜の管理作業 I 追肥・土寄せ・整枝(講習と実習) | 17. 冬野菜の植え付け(実習) 玉ねぎ苗の植え付け |
| 8. 夏野菜の管理作業 II 追肥・土寄せ・収穫(実習) | 18. 冬野菜の管理(実習) トンネル作り 大根の収穫 |
| 9. ジャガイモの収穫、保存(実習) にんじん種まき | 19. 農園大掃除 農具類の手入れ(実習) |
| 10. 菜園イベント(ジャガイモ収穫祭 料理イベント) | 20. 卒業式(餅つきイベント) |

<野菜づくり教室申込者(約40名弱)の概要>

- ・参加者の年代は、「60代」が最も多く5割弱、次いで「50代」「70代」が2割、「40代」が1割強で、半数が家族や友人と参加。
- ・参加動機は、「野菜づくりの方法を学びたい」が8割、「野菜づくりに関心があった」が6割で、「野菜づくりの話題を共有する仲間が欲しい」が2割強であった。 ※複数回答
- ・農園までの交通手段は、自動車が7割・自転車が3割。通園にかかる時間は、10分以内が5割強、20分以内が5割弱。
- ・今回、教室を申し込んだ人の8割が「折り込み広告」を見たという回答。その他、「友人・知人の紹介」が1割強であった。
- ・参加者のうち、6割弱が野菜づくりの経験がない人であった。残りの4割は野菜づくりの経験があり、家庭菜園だけでなく、畑を借りている人もおり、5年以上野菜づくりをやっていた人も数名いた。
- ・野菜づくり教室で学びたいこととしては、「土づくり・肥料」と答えた人が最も多く8割弱で、次いで「野菜の苗づくり」が6割、「堆肥・有機堆肥の使い方」が4割となった。 ※複数回答
- ・農園でのイベント参加に関心のある人がほとんどで、ボランティア活動にも7割弱の参加者が「興味がある」と答えている。
- ・受講料については、「妥当」と答えた人が7割で、「安い」とした人は2割強にとどまった。

野菜づくり教室説明会の様子



■取り組み成果

- ・菜園教室を企画し、「文化教室」に参加する感覚で市民農園を利用してもらおうという機会を作ったことで、これまで市民農園を利用したことがない新規顧客の獲得につなげることができた。
- 親戚知人などから安価に農地を借りられる地域であっても、差別化したサービスを打ち出すことで、新たな顧客を見つけることができる。

ケース3	アースウィンドファーム	埼玉県川口市
-------------	--------------------	---------------

■農園の概要

開設年	平成24年2月	開設根拠法	市民農園整備促進法								
全体面積	2,706 m ²	うち農園面積	2,706 m ²								
設置区画数	58	区画面積	30 m ² ・60 m ² ・90 m ²								
1区画あたり利用料金(年間)	12,000円・24,000円・36,000円	利用率(2014年)	約50%								
設 置 施 設											
農作物栽培に供する施設		資材の貯蔵保管に供する施設		その他農地保全又は利用上必要な施設							
給排水施設	その他	農機具収納施設	堆肥場	その他	休憩施設	トイレ	駐車場	駐輪場	管理事務所	農作業講習施設	その他
●					△	△	●	●			

隣接した場所に「見沼自然の家」がありここで休憩できる



区画の様子

■これまでの経緯

開設のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> 開設者の親が管理していた農地があり、そこでは知人もいっしょに作物を作っていたが、将来のことを考え、きちんとした体制を作りたいと考えていた。そんな時、特定農地貸付制度を知って活用したいと思った。
利用者の状況	<ul style="list-style-type: none"> 60代以上の夫婦での利用が多い。 一部保育園が借りている区画があり、今後も子育て世代の人たちに使ってもらえたらと考えている。 利用者は少しずつ増えてきている。
利用者の募集	<ul style="list-style-type: none"> 市町村での広報(開設時のみ) 看板の設置 ・募集チラシの配布 農園と同じエリアにあるJAあゆみのが開設している市民農園が満員の為、そこで借りられなかった人を紹介してもらっている。
課題	<ul style="list-style-type: none"> 農園の場所が住宅地から少し離れた場所にあるため、農園の存在を知らない市民が多い。 広報にコストも時間もかけられない 利用者から農機具収納庫を設置してほしいという声があり、設置を検討している。

■利用者獲得に向けた取り組み内容

① 『郵便局でポスター掲示とチラシの配布』

時期：①2014年10月～11月、②2015年2月～3月

場所：川口北原台郵便局 埼玉県川口市北原台3-20-1

配布枚数：① 50枚、② 100枚

ポスター掲示等の効果：掲示期間中に2件の問い合わせがあり、いずれも契約に結び付いた

■郵便局内の様子



郵便局に来た人の目につきやすいよう
ATM横に設置

② 『川口市内の幼稚園・保育所を対象とした市民農園に関するニーズ調査』

調査時期：2014年10月下旬

調査対象：川口市内（アースウィンドファーム近辺）の幼稚園・保育所 29カ所

調査方法：郵送アンケート（一部電話ヒアリング）

調査項目：・農業体験の有無

- ・農業体験を通じて子供たちに学んでほしいと考えていること
- ・市民農園の利用状況または利用意向
- ・市民農園を利用する際の条件

調査結果：回収数：6（電話ヒアリングを含む）

- ・農業体験の有無については、回答していただいたすべての幼稚園・保育園が園内で野菜づくりを行っていることが分かった。
- ・農業体験を通じて子供たちに学んでほしいこととしては、「作物の成長過程を見せたい」「野菜を身近に感じてほしい」「取れたての野菜の色や香りを知って欲しい」「収穫の喜びを体験してほしい」「農家への感謝の気持ち」といった回答があった。
- ・市民農園の利用意向については、「現時点で借りようとは思わない」と回答したのが4団体で、その理由として「近くに市民農園がない」「カリキュラムに組み込む時間がない」が挙げられ、1団体は歩いて行ける場所にあれば利用してみたいと回答している。また、すでに専用の畑を持っている団体も1ヶ所あった。
- ・市民農園を利用する際の条件として、「農園までの移動手段」「トイレ・手洗い・着替え等の場所の有無」が挙げられている。

■取り組み成果

・郵便局での情報発信について、設置したチラシは全て配布できたことから、地元住民への周知が若干進んだと考えられる。また、幼稚園・保育所の調査の結果、すでに野菜づくりに取り組んでいる団体があることが確認できた。

→郵便局での情報発信については、地域住民へ農園の存在を周知することについてはある程度の効果があるが、実際の利用者に結び付くケースは少ない。

幼稚園・保育園での教育の中で野菜づくりを取り入れている団体では、作物の生育過程を学んでほしいという考えを持っており、そのニーズに市民農園は応えていくことができる。ただし、移動や環境面を考えると園からの距離が近いことが求められるケースが多い。

ケース4	戸塚ファーム	埼玉県川口市
------	--------	--------

■農園の概要

開設年	平成 24 年 12 月	開設根拠法	市民農園整備促進法								
全体面積	639 m ²	うち農園面積	639 m ²								
設置区画数	41 区画	区画面積	10 m ² ～								
1 区画あたり利用料金 (年間)	24,000 円～	利用率 (2014 年)	約 40%								
設 置 施 設											
農作物栽培に供する施設		資材の貯蔵保管に供する施設		その他農地保全又は利用上必要な施設							
給排水施設	その他	農機具収納施設	堆肥場	その他	休憩施設	トイレ	駐車場	駐輪場	管理事務所	農作業講習施設	その他
●			●								



区画の様子



堆肥場



給水設備

■これまでの経緯

開設のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・耕作できない農地の活用 ・もともと植木栽培のさかんな地域であったが、交通の便が良くなりどんどんマンションや駐車場になっている。(市街化区域にある) ・地域に緑が必要だという地主の意向
利用者の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・賃貸住宅に住んでいる子育て世代の家族をターゲットとして考えているが、実際には60代以上の利用が大半を占める。
利用者の募集	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村での広報 (開設時のみ) ・看板の設置 ・農園を管理している会社のホームページでの募集 ・募集チラシを作成し、近隣のホームセンター等で配布
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・農園の知名度向上 ・割高感がある ・新規利用者の掘り起し

■利用者獲得に向けた取り組み内容

『情報誌「ぼど」に広告掲載』

時期：①2015年2月13日号、②2015年3月13日号

配布エリア：東川口・東浦和 配布数：51,400部

掲載内容：川口市内で利用者募集を行っている市民農園3団体を掲載

アースwindファーム（ケース3）・ベジファーム

それぞれの概要とオススメポイントを記載し、読者が比較できるようにした

申込みの動機づけとして、当該広告を見た方は「初月料金無料」の特典を付けた

広告イメージ

市民農園で野菜づくり 始めませんか?

ベジファーム

- ◆場所: 川口市東郷398-1
- ◆利用料金: 1950円～2600円/月
- ◆区画: 38 ◆面積: 15～20㎡
- ◆問い合わせ先: 070-6429-3474

①初心者安心! アドバイザーがいます!
②手ぶら大歓迎! 農機具無料貸し出し!

アースwindファーム

- ◆場所: 川口市行徳636番
- ◆利用料金: 1000円～2000円/月
- ◆区画: 64 ◆面積: 30～60㎡
- ◆問い合わせ先: 048-296-4372 (後援まで)

①自然の家隣、緑豊かな環境
②井戸水で作物を育てられ!

戸塚ファーム

- ◆場所: 川口市大宮戸塚字下台4824-1
- ◆利用料金: 2000円/月～
- ◆区画: 41 ◆面積: 10㎡
- ◆問い合わせ先: 048-294-9117 (後援まで)

①水道使用料込み
②住宅街でアクセス◎ 東川口駅より徒歩16分!

初月料金無料

2月13日号（表紙に掲載）



3月13日号



掲載ページ→



<結果>

- ・今回、上記の広告を2月13日号と3月13日号の2回掲載した。2月13日号は表紙、3月13日号は中のページに掲載された。
- ・2月13日号が発行された後、3農園合計合わせて15件ほどの問い合わせがあり、その中から3名の契約に結び付いた。3月13日号については、掲載後の反応は見られなかった。

■取り組み成果

- ・配布数が多いため、問い合わせの件数としては約15件と今回の取り組みの中では最も多い数となっている。しかし、問い合わせのあった方は、中高齢者の方ばかりで、広告掲載時に期待した「子育て世代」の利用促進には結びつけることが出来なかった。
 - ・フリーペーパーの表紙であれば、手に取った方の目に留まる確率は高く、問い合わせにも結び付いたが、中のページに掲載された後は反応が見られなかったことから、フリーペーパーの中まで読む人は少ないと考えられる。
- フリーペーパーは、新聞折り込みと異なり、エリア内の配布率は高いという特徴があり、市民農園の存在を周知する上で有効なツールである。しかし、そもそもフリーペーパーを読まない人もいるため、特に冊子の中に掲載した場合は宣伝効果が薄い。1回の配布だけでなく、インターネットと連動させた継続的な情報発信などと組み合わせるなど、工夫が必要。

ケース5	八幡谷戸ふれあいガーデン	神奈川県伊勢原市
------	--------------	----------

■農園の概要

開設年	平成23年4月	開設根拠法	市民農園整備促進法
全体面積	15,321 m ²	うち農園面積	7,984m ²
設置区画数	216 区画	区画面積	30 m ² 50 m ² 4 m ² ※福祉区画
1区画あたり利用料金(年間)	30 m ² : 21,000 円 50 m ² : 35,000 円 ※福祉区画 1,600 円	利用率(2014年)	約42%
設 置 施 設			
農作物栽培に供する施設	資材の貯蔵保管に供する施設	その他農地保全又は利用上必要な施設	
給排水施設	その他	農機具収納施設	堆肥場
		その他	休憩施設
		トイレ	駐車場
		駐輪場	管理事務所
		農作業講習施設	その他
●	●	●	●

車椅子でも利用できる福祉農園区画

芝生広場



区画の様子



休憩スペース



農機具収納庫



休憩施設

■これまでの経緯

開設のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> 市民から寄せられる「野菜を作りたい」「花を栽培したい」等の要望を踏まえ、地域の活性化と農業への理解を深めることを目的に市民農園を開設した。 併せて、未利用農地の土地改良を行い、有効活用する施策の一環としても位置付けられている。
利用者の状況	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の大半は伊勢原市在住の方で、農園の場所が市街地から距離があるため、車で通っている人がほとんどである。
利用者の募集	<ul style="list-style-type: none"> 神奈川県、伊勢原市、農園の指定管理会社のホームページでの募集 看板の設置 市の広報
課題	<ul style="list-style-type: none"> 新規利用者の獲得 料金設定と指定管理者の経営安定のバランスをどうとるか

■利用者獲得に向けた取り組み内容

①『利用者アンケート調査』

調査時期：2015年1月下旬

調査対象：農園利用者(63名)・以前の農園利用者(22名)

調査方法：郵送アンケート

- 調査項目：
- ・基本属性（性別・居住地・年齢・職業・自家用車の所有・住居形態）
 - ・市民農園の利用状況（利用年数、滞在区画、来園頻度、交通手段等）
 - ・市民農園を利用するきっかけ・目的
 - ・市民農園を知ったきっかけと選んだ理由
 - ・市民農園利用の満足度
 - ・その他（今後の意向、利用継続をしなかった理由、自由記述等）
 - ・基本属性（性別・居住地・年齢・職業・自家用車の所有・住居形態）

調査結果：回収数 農園利用者 36・以前の利用者 6

- ・利用者の約85%は伊勢原市在住で、ほとんどの人が自家用車で通っており、農園までかかる時間は20分以下である。利用者の年齢は50代・60代の割合が高い。農園への来園頻度は、週1～2回が8割弱で大半を占め、4年間継続利用している人が6割弱となっている。
- ・利用者が利用している施設は、「トイレ」「駐車場」「貸し出ししている農機具」「手洗い場」で、休憩室の利用は44.7%、芝生広場は10.5%と一部の利用に留まっている。
- ・農園を知ったきっかけは「市の広報」が7割弱となっており、この農園を選んだ理由は「自宅から通いやすい」「他の農園と比べてサービス内容が良い」と答えた人が半数を超えた。
- ・利用満足度については、区画面積や農園施設・貸出用具に対する満足度が高いのに対し、利用料金に対する満足度は低い結果となっている。
- ・栽培講習会や利用者同士の交流イベントへの参加意向がある利用者があることも確認できた。

②『募集チラシの作成』

既存の市民農園の利用者募集チラシを比較し、チラシに掲載すべき項目の整理を行った上で、チラシを作成した。完成したチラシは、市役所や駅等に設置し、配布する。



■取り組み成果

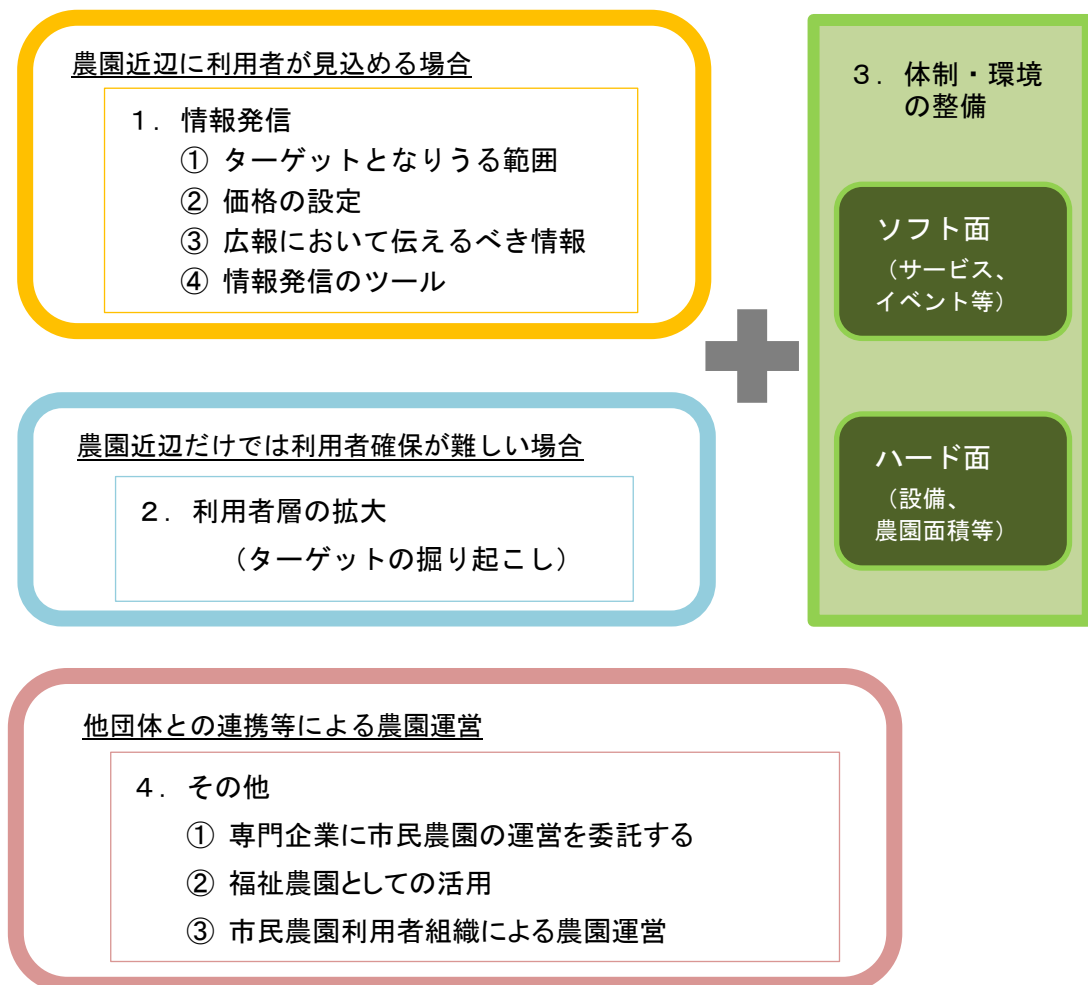
- ・利用者アンケートを行った結果、現在の利用者が求めていることや改善が必要なことについて把握することができた。また、作成したチラシについては、配布を通して反応を期待する。
- 利用者アンケートの結果から特に改善要望が多く聞かれた利用料金について、今後検討していく。また、利用者同士のコミュニケーションを望む声もあったことから、例えば掲示板の活用や果樹の収穫体験など、指定管理会社の負担を考慮しながら改善をしていくことが期待される。

第4章

まとめ（利用者確保のための取り組み要素の整理）

本調査研究の結果から、利用者確保するために必要な要素として、1.情報発信、2.利用者層の拡大（ターゲットの掘り起こし）、3.体制・環境の整備、4.その他の4つに分類した。

図表 48 利用者確保のための取り組み要素



1. 情報発信

情報発信の手法には、市町村広報、フリーペーパー、ポスター・チラシ、折り込みチラシ、看板、web サイト等様々な方法が挙げられる。ここでは、ターゲットの設定と情報発信ツールの長所・短所をまとめる。

① ターゲットとなりうる範囲

今回の調査を通して、市民農園の利用者は農園近くに住む人が多く、農園までの所要時間 20 分以内が大半を占めることが分かった。浜松市の利用者アンケートでは週 1 回以上通う人が 8 割を超えており、一定面積の農園を管理するためには、ある程度の頻度で農園に来る必要がある。また、現在用いている農園を選んだ理由として「自宅から通いやすい」と回答した人の割合が高くなっている。伊勢原市の利用者アンケートでも同様の傾向が見られた。また、管理ができなくなった農園は雑草が生い茂り、見栄えが悪いだけでなく、隣接する区画にも悪影響を及ぼすことから、農園全体のイメージ悪化に繋がる。アンケートでも改善点として挙げられた項目に管理不足の区画に対する意見が複数寄せられている。専門家ヒアリングでは、農園に魅力があれば 30 分かけても通う人はいるが、それでも 1 時間以上かけて通う人の継続率は低い傾向があるという話が聞かれた。

これらの結果から、継続的な利用を期待できるターゲットは、「ストレスなく農園に通える場所に住む住民」であり、農園までの所要時間が長くても 20 分以内であることが目安となる。なお、農園までの交通手段は、主に自家用車で、特に住宅街から離れた農園の場合、ほぼすべての利用者が車で通っている。住宅街にある農園であれば、自転車や徒歩で通っている人もいることから、農園の周辺環境や駐車場の有無によって利用者となりうるエリアは異なる。

<所要時間 20 分の目安>

自家用車 都市部 5～7km / 渋滞が少ない場所 10～15km

自転車 約 3～4km

徒歩 約 1.3km

▼浜松市利用者アンケート

- ・市民農園の利用者をみると、近隣住民の利用者が多く、農園までの所要時間が 20 分以内と答えた利用者が 92.7%
- ・来園頻度は、週 3～4 回 37.3%、週 1～2 回 25.3%。ほぼ毎日通っている人（週 5 回以上）が 30.1%
- ・農園を選んだ理由は、「自宅から通いやすい」が 74.7%
- ・交通手段は、自家用車が 84.3%、自転車 12.0%、徒歩 13.3%

▼伊勢原市利用者アンケート

- ・市民農園の利用者をみると、近隣住民の利用者が多く、自家用車を使った場合の農園までの所要時間が 20 分以内と答えた利用者が 94.3%
- ・来園頻度は、週 1～2 回が 76.3%。
- ・農園を選んだ理由は、「自宅から通いやすい」が 55.3%
- ・交通手段は、自家用車が 92.1%、徒歩 13.2%、自転車 10.5%

② 価格の設定

今回行った調査の結果から、野菜づくりにかけられる経費としたときの「値ごろ感」は、市民農園を利用していない人で年間5,000円以下、利用している人では年間10,000円であった。「値ごろ感」がある価格は地域によって差があること、多くの利用者は開設者が設定している価格に対して「高い」と認識している人が多い傾向が見られた。また、市民農園を利用している人と利用していない人の間にギャップが見られた。

周辺地域の他の農園との比較をする傾向はあるので、さまざまな事情で地域の一般的な価格を上回る料金設定にする場合は、利用者にとどのようなメリットがあるのかが分かる形で情報発信をしていく必要がある。また、区画面積を狭くして区画数を増やし、値段を抑えることも考えられる。

一方、民間企業が市民農園の管理をしている農園では、月5,000円～8,000円という利用料金でも利用者を集めている事例もある。この農園では、情報発信に力を入れて利用者を集めていることに加え、利用料金に種・苗・農機具使用・指導料をすべて含む形を取っており、利用者は手ぶらで農園に来て、野菜づくりを楽しむことができる。さらに、農園にはアドバイザーがおり、初心者でも収穫までできるような体制を整えている。利用者の中には、区画のみを借りて取り組んだ市民農園で失敗をして、指導付きの農園を選んだという利用者もいるということであった。

価格の設定について、経費から算出する方法が一般的である。一方で、地域の公民館等で実施しているサークル活動の値段を参考に決めている、という事例もある。また、運営しているNPOの活動に参加してもらうという位置付けで、NPOの入会金と年会費を市民農園での活動の参加費と位置付けている事例もあった。

▼浜松市民アンケート

・市民農園を利用する場合1年間にかけられる費用としては、「5,000円未満」が56.3%となっている。

▼浜松市利用者アンケート

・利用している農園を選んだ理由として「利用料金が予算の範囲内だった」が43.4%、利用料金に対する満足度は、「満足」「まあ満足」を含めると38.8%、「普通」が47.5%となっており、利用者は現在の価格を概ね受け入れている。

▼伊勢原市利用者アンケート

・30m²・21,000円/年という料金に対して、「不満」「少し不満」と答えた人が約75%。記述回答でも「他と比べて料金が高すぎる」という内容のコメントが多数みられた。

③ 広報において伝えるべき情報

市民農園を現在利用していない人が、「市民農園」に求めるものとして、「農業の体験と作物収穫の喜び」と回答した人が4割程度いたことから、それぞれの市民農園でどのようにこのような体験ができるのかを伝えていくことがポイントの一つになると考えられる。

専門家ヒアリングでは、農園までのアクセス方法を丁寧に伝えることが重要という意見が出された。農園の場合、カーナビゲーション等で住所を指定してもたどり着けないことがあるため、利用希望者がストレスなく農園まで来られる配慮をしている農園もある。

また、②で述べた農園の料金について、周辺の農園と比べて割高な価格設定をしている場合、なぜその値段になっているのかが分かるような記載をすることも必要と考えられる。

その他、既存の市民農園が作成しているチラシ等を参考に伝えるべき情報の項目を図表49に整理した。

図表 49 市民農園の利用者募集で伝える項目例

＜基本情報＞	＜詳細情報＞	＜その他情報＞
<ul style="list-style-type: none"> ・農園名 ・所在地 ・問い合わせ先 ・区画面積 ・利用料金 ・利用期間 	<ul style="list-style-type: none"> ・附帯設備 ・貸出用具 ・所在地の地図 ・区画割の地図(農園マップ) ・イベント、サービス ・申込み内容 ・利用時の留意事項 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用を呼び掛けるキャッチフレーズ ・農園の特徴 ・利用者の声 ・特典内容 ・農園の様子の写真 ・1区画で収穫できる野菜の種類や量の例示 ・1年間の栽培スケジュール

また、専門家ヒアリングの中で、農園の開設までの準備過程で周辺住民や市民農園に関心を持つ人を巻き込み、要望を聞くことがその後の利用者獲得に繋がるという話があった。加えて、農園運営について相談できるパートナーを見つけることができれば、より多くの人を巻き込みながら開設した市民農園を作ることができる。今後、新たに市民農園を開設する場合、関心のありそうな人を巻き込むことができるよう意識して開設までの動きをアピールし、その中で利用希望者を見つけていくことができれば、開設時にゼロから利用者確保をする必要はなくなる。

④ 情報発信のツール

情報発信のツールは、用いるものによって費用、発信できる範囲、期待できるターゲット層などが異なることから目的に合わせたものを選んでいく必要がある。

今回行った調査結果からは、「市の広報を見た」と回答した人の割合が比較的高い傾向が見られた。次いで高い割合となったのが、口コミであった。一方、専門家ヒアリングでは、web サイトでの情報発信の他、農園の周辺住民に市民農園の存在を認知してもらうために新聞折り込みやポスティングで周知を図っているという話を聞くことができた。

図表 50 利用者募集の情報発信ツールの効果とデメリット

	期待できる効果	デメリット
市町村広報 (※)	<ul style="list-style-type: none"> アンケートでは、市民農園を知ったきっかけとして「広報」を挙げた人の割合が高く、利用者を集める上で効果的な手法のひとつ 	<ul style="list-style-type: none"> 農業者が開設している場合、広告掲載に経費がかかる 掲載できる文字数や時期に制限がある
フリーペーパー	<ul style="list-style-type: none"> 広報を読まない若い世代が見る可能性がある 全戸配布の場合、新聞を取っていない家庭にも配布される 	<ul style="list-style-type: none"> ページを開かずに廃棄される可能性が高い
新聞折り込み チラシ	<ul style="list-style-type: none"> 農園周辺のエリアの住民に対して、市民農園があることを周知できる 	<ul style="list-style-type: none"> 新聞購読者の目に留まるデザイン等のチラシでないと効果が薄い 「農園の利用者募集の単独・単発チラシではほとんど効果がなかった」という意見もあった。(販売店等が独自に作成する地域情報チラシがあれば、一緒に掲載してもらおうとよい)
ポスター	<ul style="list-style-type: none"> 意識の高い人に直接アピールできる 	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信の範囲は狭いため、見てもらえる場所が限られる
看板	<ul style="list-style-type: none"> 農園を見た上で問い合わせをしてももらえるため、連絡があれば契約に結びつく可能性が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信の範囲が狭いため、見てもらえる機会が限られる
市町村の web サイト	<ul style="list-style-type: none"> 市町村の web サイトに掲載されていることで、初めて利用する人が安心して連絡できる 	<ul style="list-style-type: none"> 市町村によっては、民間で開設している農園の情報を載せられない可能性がある 掲載される情報が限られる場合がある
開設者が運営 する web サイト	<ul style="list-style-type: none"> 最新情報を発信することができる 	<ul style="list-style-type: none"> サイトにたどり着くまでのプロセスが難しい
体験イベント の開催	<ul style="list-style-type: none"> これまで看板等で農園の存在は知っていても行動に移せなかった人の掘り起こしにつながる 実際に農園を利用する可能性がある住民に直接農園を紹介できる 	<ul style="list-style-type: none"> 準備に手間がかかることがある 本気で農園を利用したい人かどうかの見極めが難しい
地域で行って いるイベント での チラシ配布	<ul style="list-style-type: none"> 行政主体で行っている家庭菜園教室や市民農園の抽選会など、野菜づくりに関心のある人が集まっている場所でチラシを配布することで利用に結び付くことが期待される 	<ul style="list-style-type: none"> イベント主催者側との連携体制ができていないとチラシ配布等ができない可能性がある

※広報活用のポイント※

市町村の広報に掲載する場合、民間の市民農園単体では掲載が難しいことが多い（もしくは一般広告と同じ料金体系となる）。しかし、例えば地域の民間の市民農園開設者が集まって任意団体を作り、団体として募集案内を出す形をとることで、広報を活用できる可能性がある。

▼浜松市利用者アンケート

- ・利用している農園を知ったきっかけとして「市の広報で知った」が 38.6%、「友人、知人に教えてもらった」が 22.9%、「設置されている看板を見た」が 20.5%

▼伊勢原市利用者アンケート

- ・農園を知ったきっかけとして「市の広報で知った」が 68.4%、「市のホームページで見た」が 21.1%

2. 利用者層の拡大（ターゲットの掘り起こし）

農園の利用者となりうる潜在顧客がいる場合は、前述の「1. 情報発信」に取り組むことで、利用率の改善に結びつくことが期待できる。しかし、市民農園の存在が周知されているにもかかわらず利用者が集まっていないケースでは、新たに顧客を掘り起こすために何らかの工夫を行う必要がある。

ターゲットの掘り起こしの視点として、下記の5つを挙げる。

- ① 遠方(都市部)の住民をターゲットに取り込む
- ② 子育て世代を積極的に巻き込む
- ③ すでに家庭菜園をやっている人が利用したくなる仕掛け
- ④ カルチャースクールの感覚で市民農園の利用に結び付ける
- ⑤ 団体利用を促進する

① 遠方(都市部)の住民をターゲットに取り込む

農園までの移動時間が20分以内のエリアで利用者が見込めない場合、遠方から通う利用者を考えなければならない。遠方から通う利用者を獲得していくためには、限られた来園頻度で野菜づくりが楽しめる工夫や、急きょ農園に来られなくなった時の対応、農園にある程度の時間滞在できる環境づくりが求められる。

② 子育て世代を積極的に巻き込む

積極的に子育て世代を巻き込むためには、対象となる人たちへ市民農園の存在を知ってもらうための工夫と、子供と一緒に楽しめる市民農園の活用方法を伝えていく必要がある。小学校高学年以上になると習い事を始めたり、友達と遊ぶことを優先する傾向がある。そのため、週末に畑に来るという習慣をつけやすい小学校低学年以下の子供がいる家族をターゲットしているとの意見があった。

③ すでに家庭菜園をやっている人が利用したくなる仕掛け

家庭菜園をやっている人の多くは独学で取り組んでいる人が多い。今回行った「ロータスファーム閩戸」での取り組みを参考にすると、家庭菜園をやっている人でも「野菜づくり教室」の形を取ることで、市民農園の利用に結び付くことが分かった。

また、家庭菜園を行っている人の中には向上心が高い人がおり、栽培講習という形で野菜づくりについて体系的に学べる市民農園であれば、利用が見込める。特に有機栽培や自然農法など、特徴ある栽培方法について関心のある人もいるため、これらを教えられる人が畑に常駐しているという体制が取れるのであれば、集客につながることを期待される。

④ カルチャースクールの感覚で市民農園の利用に結び付ける

農地を貸すだけでなく、栽培方法を学べる「教室」スタイルをとることで、文化センターなどでのサークルと同じ感覚で、市民農園を利用してもらうことができる。

市民農園の場が「地域の高齢者のたまり場」になっているという事例があり、あそこに行けば友達に会えるといった場に市民農園がなれば、家庭菜園の有無や庭の有無にかかわらず利用に結びつく可能性がある。例えば、共同区画を設置することで、参加者が減りにくいという事例もある。

ただし、共同で作業することをストレスに感じる人もいるため、すべての区画を共同にするのではなく、個人の区画と共同区画の両方を準備し、利用者が選べるようにしておくことがポイントである。

⑤ 団体利用を促進する

団体利用先としては、幼稚園や保育園の他、一般の会社の福利厚生としての利用も考えられる。

幼稚園や保育園の場合、広い区画を貸す形で普段の管理作業も含めて利用する団体が管理しているケースもあれば、種まきや草取り、収穫などのポイントとなる作業を体験できるような契約で、負担となる管理作業は、農園の運営者が行うケースもある。

また、会社の福利厚生の場合としての活用や新人研修・中堅職員の研修の場として使う方法を提案することで、団体利用に結び付けているケースがある。加えて、近年ではメンタル疾患にかかった社員の人の会社復帰のリハビリの場として市民農園を活用する動きもある。

3. 体制・環境の整備

市民農園を運営していくためには、サービスやイベント等のソフト面、農園の附帯設備や区画等のハード面それぞれについて検討する必要がある。ここでは、ソフト面とハード面それぞれについてどのような体制を整えていく必要があるのかについてまとめる。

① ソフト面（サービス、イベント等）

【サービス】

●作業に必要な農機具や資材の提供

市民農園で提供しているサービスとしては、農機具の貸し出しや資材の提供がある。これらを農園運営側で準備することで、利用者が準備する必要がなくなり、初めて市民農園を利用する人にとっては、便利なサービスと言える。

作業に必要な農機具と資材は、以下の通り。

図表 51 作業に必要な農機具と資材

農機具	クワ、カマ、ジョウロ、スコップ、一輪車、ホース、レーキ、ジョレン、はさみ、耕うん機、
資材	稲わら、支柱（竹）、たい肥、苗・種

ある農園では、種苗メーカーと提携して毎年苗や種の提供を受け、利用者に使ってもらうという取り組み事例がある。うまく関連メーカーを巻き込むことで、開設者の負担なく利用者サービスの質を上げることができる可能性がある。

●農作業や土づくりなどの個別指導

農機具や資材の提供以外に行うことができるサービスとして、農作業や土づくりなどの指導を行うことが挙げられる。利用者が作業をする中で困ったことがあれば質問できる環境が整っていることで、初めて野菜づくりをする人が安心して始められる。また、家庭菜園をしている人の中には、自己流でやっていた農作業の方法を改めて習いたいというニーズもあるため、指導体制が整っていることで家庭菜園経験者の利用を見込める可能性がある。

後述する「栽培講習会」でも同様の効果が期待される。個別指導と講習会の違いとしては、「講習会」であれば、日程が限られるのに対し、「個別指導」であれば利用者が指導を受ける機会が増えるため、利用者の利便性が高い。

【イベント】

●利用者交流イベント

収穫時期や年度の変わり目などのタイミングで、利用者同士が交流できるイベントを実施している農園がある。イベントを実施している開設者によると、イベント等を通じて利用者同士が仲良くなると、農園全体の雰囲気よくなり、継続利用や新規利用者へのアピールにもなるという話が聞かれた。また、イベントを行う際には、フォローし合えるスタッフの関係作りがポイントになる。加えて、利用者にもイベント運営に積極的に関わってもらえるような働きかけをすることもポイントである。

●栽培講習会

栽培講習会を実施している農園では、種まきや植え付けの段階から管理、収穫までの一連の作業を指導している。月1～2回から年数回実施しているところまでさまざまである。モデル区画を設置している農園もある。

複数の利用者が一同に集まる「講習会」という形態をとることで、日程が限定されるというデメリットがある一方で、利用者同士の交流の場となることが期待できる。

【その他】

サービスやイベント以外に利用者を獲得していくためにできる工夫点を挙げる。

●通いたくなる農園づくり

農園利用のルールを明確化し、利用者間のトラブルを事前に防ぐための対策を練る。困っていることや悩みがある利用者が気軽に相談できる窓口を設置する。運営のための組織を作ることも方法の一つ。きちんと代表を決めて、どのように意思決定をするのかが分かる体制にすることでトラブルを防ぐことができる。

●利用者の選択肢の幅を広げる

区画面積・料金・サービスの有無など、利用者の希望に合わせてカスタマイズできるようにすることが挙げられる。最初のハードルを下げる工夫をすることで、まずは、市民農園を利用してもらおう人の増加に繋がることが期待できる。

②ハード面 設備・区画面積

●農園の付帯設備

基本的な農園の付帯設備としては、図表 52 が挙げられる。今回の調査では、設備が整っている農園の方が、利用満足度が高い傾向が見られたため、農園設備を充実させていくことが利用に結び付くと考えられる。

図表 52 市民農園の基本的な設備

トイレ、駐車場・駐輪場、手洗い場、農機具収納庫、看板、休憩室、東屋、給湯室

●区画割

区画の面積については、土地の形をベースに決めていることが多い。今回調査対象とした農園では、1 区画を 30m²としている農園が多い傾向が見られた。初心者が多い農園では、30m²は広すぎるという見方もあり、10～15m²としている農園もあった。

利用年数が経つにつれ、広い面積でいろんな作物を育ててみたいというニーズもあるため、複数区画の利用を認めたり、農園内で区画面積を複数準備するなどの方法も考えられる。

③ 利用者層ごとの体制づくりのアイデア

「2. 利用者層の拡大（ターゲットの掘り起こし）」で挙げた視点ごとに、必要となる体制整備のアイデアを図表 53 にまとめる。

図表 53 利用者層拡大の視点ごとの体制整備について

利用者層拡大の視点	ソフト面	ハード面
遠方(都市部)の住民をターゲットに取り込む	<ul style="list-style-type: none"> ●週1回程度の来園で野菜づくりが楽しめる工夫 →栽培する作物を検討する際、果菜類を減らし、適期の長い作物や栽培期間の長い作物を選ぶ。また、同じ作物でも品種によって育てやすさが異なる場合があることも考慮する。マルチシートを活用して雑草を生えにくくするなど、栽培環境を工夫することも考えられる。 ●作業代行サービス →事前に代行チケットを購入し、利用者の都合が悪いときは、水やりや雑草の管理などを依頼できる農園がある。また、作業の代行はしない場合でも、久しぶりに農園に出てきた利用者と一緒に生えてしまった雑草を刈る手伝いをするなど、利用者に寄り添うことで、利用者側の畑への姿勢が変わることが期待される。 	<ul style="list-style-type: none"> ●長時間滞在するための設備 →トイレや手洗い場、休憩施設など、長時間滞在できる環境を整備する。
子育て世代を積極的に巻き込む	<ul style="list-style-type: none"> ●子育て世代に届く方法での情報発信 →現状では、市民農園の広報は、行政の広報誌や看板に頼っている現状がある。子育て世代を巻き込むためには、まずは市民農園の存在を知ってもらう必要がある。 ●子育て世代が気になるキーワードを伝える →子育て世代の方は、「食育」や野菜の「安心・安全」といったことに関心が高い傾向がある。 ●子供も楽しめる区画利用のアイデア →生きた教育の場として市民農園の活用。例えば、借りた区画の一部を子供専用の畑として、そこは親が手伝わないと決めることで、子供がどうすれば大人と同じようにうまく作物が作れるのか試行錯誤をして、自然と「考える力」や「調べる力」が身についている、という事例もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ●利用しやすい区画を作る →一般にシニア世代と比べて子育て世代の方が、農園に来る頻度も滞在時間も短くなる傾向があるため、小さい面積の区画を用意し、負担に感じない範囲で市民農園を利用できる環境を整える必要がある。
すでに家庭菜園をやっている人が利用したくなる仕掛け	<ul style="list-style-type: none"> ●野菜づくりの専門家を置く →家庭菜園を行っている人には、誰かに野菜づくりや土づくりについて学びたいと考える人がいるため、野菜づくりを学べるということが付加価値になる。 ●「野菜づくり講習会」付の市民農園 →常に野菜づくりに詳しい人が畑にいる環境を作ることが難しい場合、日程を決めて講習会を開く形で野菜づくりを学べる市民農園として付加価値が付く。 	<ul style="list-style-type: none"> ●モデル区画の設置 →農園の管理者(もしくは野菜づくりの専門家)が管理する区画を設けることで、実際に作業を見せながら利用者に教えることができる。
カルチャースクールの感覚で市民農園の利用に結び付ける	<ul style="list-style-type: none"> ●「野菜づくり教室」の実施 →野菜づくりに興味はあるが初めてなので自信がない、毎週作業に来ることができるかわからない等の理由で最初から自分の区画を持つことに抵抗がある人もいるので、まずは共有区画で野菜づくりを学ぶことができるという形で実施する。(希望者には割安に区画を借りられるようにすることで、区画の利用も促進できる) 	<ul style="list-style-type: none"> ●共有区画を設置する →ルールを設け、利用者同士のトラブルが起こらないよう留意する
団体利用を促進する	<ul style="list-style-type: none"> ●団体のニーズに合わせた体制を整える →利用する団体が持つ市民農園利用の目的に合わせた形で農園が利用できるように体制を整える必要がある。 	

4. その他

市民農園の利用率を高めるその他の方法として、地域内外の団体との連携が挙げられる。

① 専門企業に市民農園の運営を委託する

現在、市民農園の開設支援や運営を行っている民間企業があり、代表的な2社を例示する。

図表 54 民間で市民農園を多数運営している企業の概略等

体験農園「マイファーム」	サポート付市民農園「シェア畑」
<p>■運営会社 株式会社マイファーム http://myfarm.co.jp/ 【会社概要】 平成19年9月設立。自然に近づくことで得られる普段の生活では気づかない「気付き」を提供したいという想いから、「自産自消ができる社会」作りを目指して活動を行っている。 「体験農園マイファーム」の運営の他、有機農業の栽培やアグリビジネスの基礎・ノウハウを学ぶことができる「アグリイノベーション大学校」、自社農場での契約栽培や協力農家を通じた「マイファーマー（八百屋）」、オンラインショッピングサイトの運営、農業ビジネスコンサルティング、耕作放棄地の再生及び収益化事業と幅広い活動を行っている。</p>	<p>■運営会社 株式会社アグリメディア http://agrimedia.jp/ 【会社概要】 平成23年4月設立。サポート付市民農園「シェア畑」の他、生産者から野菜を購入する産直と収穫体験を結びつけた「ノウジョウシェア」、直売所とカフェがある「朝採れファーム」の運営、オンラインサポート付家庭菜園「おうち畑」、農家と共同経営の店舗「農家 cafe」、生産者サポート事業（農地活用提案、流通、人材）、農園付住宅の企画、法人向けの農地活用提案（CSR・福利厚生・研修）を行っている。 2015年より、生産者向けのプラットフォーム事業も展開を予定している。</p>
<p>●体験農園マイファームについて 【概要】 ・農園は、関西圏に34カ所展開（大阪府16カ所、兵庫県6カ所、京都府7カ所、滋賀県3カ所、奈良県1カ所、和歌山県1カ所）、福井県2カ所、愛知県11カ所、関東圏に20ヶ所（東京都4カ所、神奈川県7カ所、埼玉県4カ所、千葉県5カ所）展開している。 ・利用料金は農園ごとに細かく設定されており、1区画3,150円～7,350円/月程度。1区画の面積は概ね10～30㎡。 ・利用者は、区画利用料の他、運営費として一律10,500円（2年目以降は年間3,750円）を支払う。</p>	<p>●サポート付市民農園「シェア畑」について 【概要】 ・関東近郊を中心に38カ所展開（埼玉県6カ所、東京都9カ所、神奈川県19カ所、千葉県4カ所） ※2015年度より関西・東海圏でも展開予定 ・利用料金は農園ごとに細かく設定されており、1区画5,500円～9,000円/月程度。1区画の面積は概ね10～16㎡。 ・利用料金には、栽培に必要な道具の利用料金、野菜の種・苗・資材・肥料の他、プロの農家や菜園アドバイザーによる講習会（年間10回程度）の参加費も含まれている。</p>
<p>【マイファームの開設について】 同社では、遊休地を持つオーナーに対して、立地に合わせた土地活用方法の提案や、農園開設時の工事、運営サポート、利用者との契約や集金、問い合わせ対応などの事務的な手続きまで、業務の代行を行っている。 また、体験農園以外の土地活用の方法も提案している。 ●エリア 全国 ●面積 300㎡～ ●対象となる地目 農地（生産緑地、宅地化農地、市街化調整区域農地いずれも可）、宅地、雑種地、山林、遊休地等</p>	<p>【シェア畑の開設について】 同社では、農地所有者・遊休地所有者に対して有効活用提案や体験農園・貸し農園（市民農園）の開設・運営サポート事業を行っている（問い合わせ無料）。体験農園・貸し農園の開設時の各自治体・農業委員会との許認可等の煩雑な関連業務・手続きから、開設後の運営まで、一括して同社が行うことが可能。 ●エリア 東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、大阪、兵庫 ●面積 300㎡～ ●対象となる地目 農地（生産緑地、宅地化農地、市街化調整区域農地いずれも可）、宅地、雑種地、山林、遊休地等</p>
<p>■問い合わせ先 TEL：0120-975-257</p>	<p>■問い合わせ先 TEL：03-6302-0023</p>

② 福祉農園としての活用

市民農園の近くに障がい者の就労支援事業所や高齢者施設がある場合、これらの団体と共同で農園を運営するという方法がある。

●障がい者の就労支援事業所との連携

障がい者が就労に向けた訓練をしたり、就労の場として働く場所を提供している「障がい者就労支援事業」では、訓練の一環として施設の敷地内で野菜を栽培したり、近隣の農業者の畑の作用を手伝うなどの取り組みを行う団体もある。市民農園の区画を訓練の場として活用してもらうことが期待される。

●高齢者施設のレクリエーションの場として活用

地域の高齢者施設と連携し、高齢者施設が利用者に提供するレクリエーションの一つに「農作業」を加えることを提案し、農園の活用に繋げる。農園側に管理者がいる場合、高齢者施設側の人的負担がほとんどない条件でレクリエーションの選択肢が広がることは、高齢者施設側のメリットとなる。

【実践事例】こえどファーム（NPO 法人土と風の舎）

NPO 法人土と風の舎では、農地の福祉的活用を目指して「こえどファーム」を開設している。こえどファームでは、NPO 会員が共同で様々な作物を育てており、子供（親子）から高齢者まで幅広く年代の会員が農業に触れる場となっている。

また、こえどファームでは、精神障がいや発達障がいの方への農業実習・就労訓練も行っており、農園の利用者と一緒に農作業を行いながら、就労訓練に結び付けている。

③ 市民農園利用者組織による農園運営

市民農園の利用者が組織（サークル）を作り、農園の管理やイベント開催はサークルが行う形で市民農園を利用しているケースがある。そうすることにより、農園の所有者とサークルが1対1の関係を築いていることが特徴である。農園の所有者は、サークルとやり取りをすればよく、サークル側は、自分たちが目指す市民農園を作っていくことができる。

【実践事例】萩台市民農園（千草台園芸サークルによる自主管理）

1993年に千草台園芸サークルが一括して借受けて、サークルの自主管理・運営のもと、会員の農園活動の拠点としている農園。

千草台園芸サークルでは、2月のサークル総会に始まり、収穫物の品評会や区画の管理状況を評価する「立毛品評会」、その他バス旅行や旬のものを食べるイベントなど、積極的に行事を行っている。

平成26年度「農」のある暮らしづくり交付金事業
「農」のある暮らしづくり支援対策報告書
地方における市民農園の開設促進策

一般社団法人北海道総合研究調査会

平成27年3月

〒060-0004 北海道札幌市中央区北4条西6丁目1

Tel : 011-222-3669 / Fax : 011-222-4105