

泉区「農」の基本戦略

平成25年3月

泉区役所

目 次

1	基本戦略とは	1
2	現状と課題	3
3	方向性	5
4	取組内容	6
	【参考】	11
	◎主な市民農園の種類	
	◎その他、農地のテーマ利用事例	

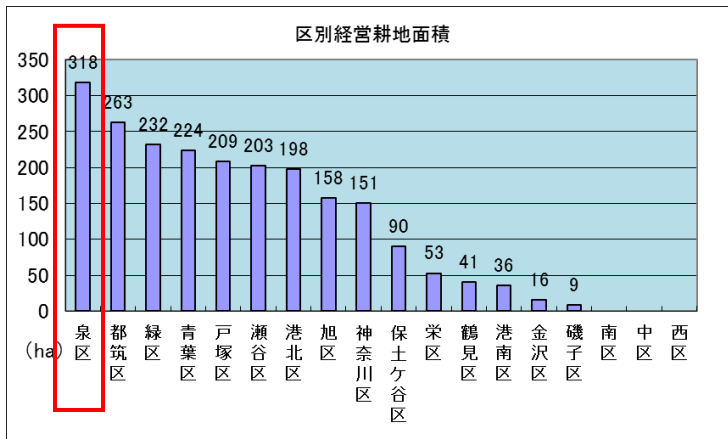
1 基本戦略とは

(1) 背景

ア 農地には多面的な機能があります。

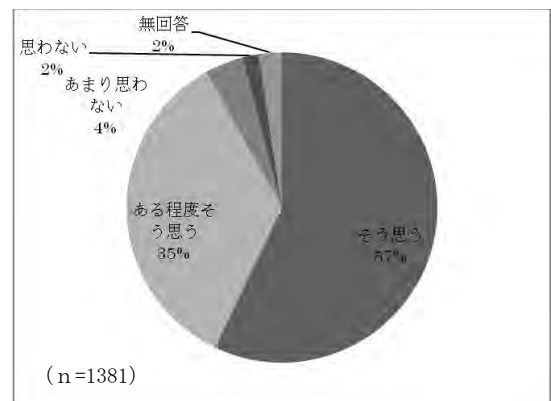
- ・農作物の生産
- ・環境保全
- ・生物多様性
- ・景観形成
- ・防災
- ・レクリエーション
- ・食育等の教育
- ・地域コミュニティ など

イ 泉区は、区の面積（23.5 km²）の約半分（11.7 km²）を市街化調整区域が占め、市内で経営耕地面積が1位（318ha）、農家数が市内3位（461戸）であるなど、農業は区の大きな特徴となっており、農産物、景観などは、区の重要な魅力となっています。また、平成24年度に実施した「泉区「農」に関する区民意識調査」（以下、「区民意識調査」という。）では、9割以上の区民が「農」を重要な地域資源であると認識しています。

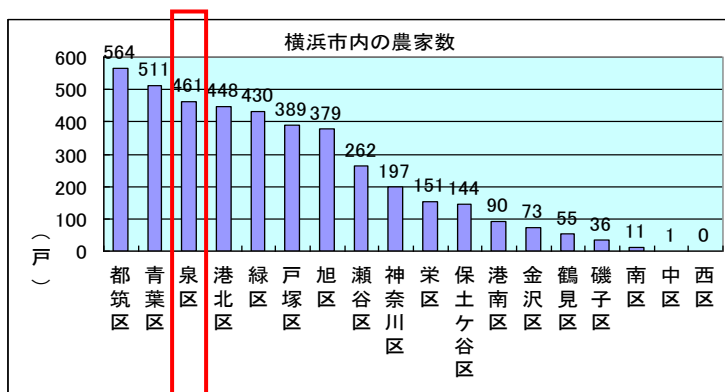


(出典：農林業センサス 2010年)

【「農」を重要な地域資源であると思いますか】



(出典：泉区「農」に関する区民意識調査 2012年)



(出典：農林業センサス 2010年)

(2) 泉区の役割

農業に関する取組・事業は、農家、JA、環境創造局などによって行われています。そのような中で、区は区民や様々な団体との接点にあり、「農」についての区民の想いを束ねて、行動につなげ、農を守り育てていくことが役割であるといえます。

この立場において、「農」に関する様々な取組を行っていきます。

(3) 基本戦略の位置づけ

これまで泉区では、農を重視し、様々な取組を行ってきました。しかし、統一的な理念や、体系的な組み立てがありませんでした。

そこで、区民意識を把握したうえで、関係機関、関係団体の動向も整理し、基本的な骨組みとして基本戦略を取りまとめました。

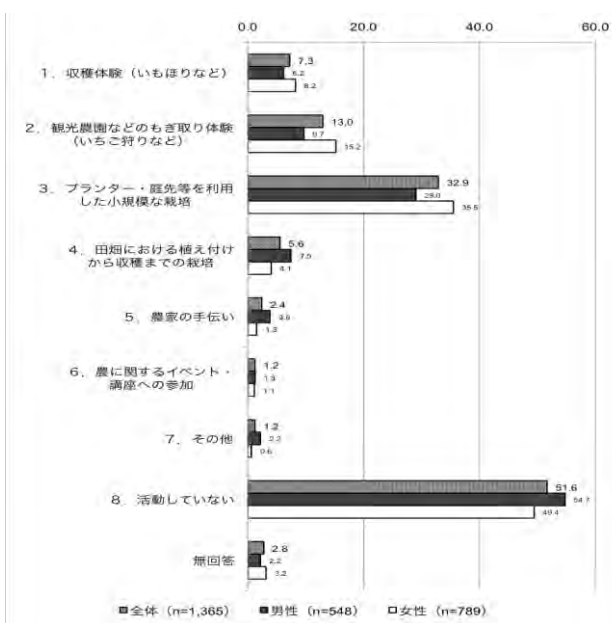
なお、「具体的な取組（案）」はアイデアレベルのものであり、これを検討し、具体化するため、重要なものについては、基本戦略とあわせてアクションプランを作成します。

2 現状と課題

(1) 高い「農」への意識、しかし行動にはつながらず

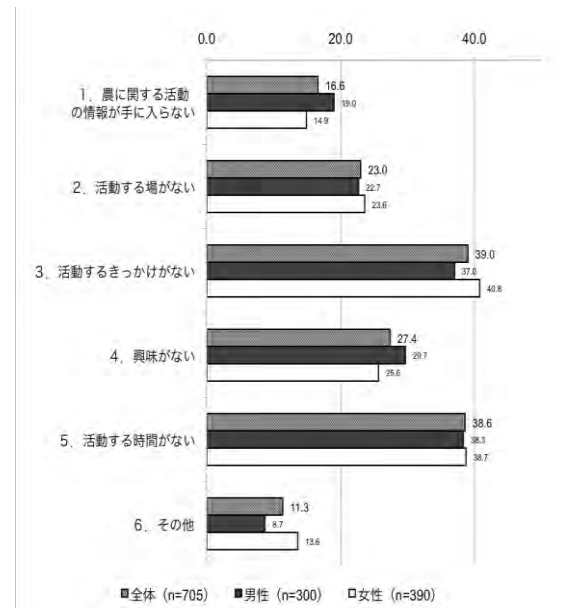
区民意識調査では、「農が重要な地域資源である」「地産地消は必要である」という回答が多く、区民の「農」への関心は高いといえます。一方で、半数以上の区民が、最近1年以内に農に関する活動をしていないと回答しており、活動をしていない理由として「活動をするきっかけがない」「活動する場がない」などの回答が多くなっています。このようなことから、区民の「農」に対する高い関心を実際の行動につなげるため、農に触れるきっかけづくりや場づくりが必要です。

【最近1年以内にどのような農に関する活動をしましたか】



(出典：泉区「農」に関する区民意識調査 2012年)

【農に関する活動をしていない理由は何ですか】



(出典：泉区「農」に関する区民意識調査 2012年)

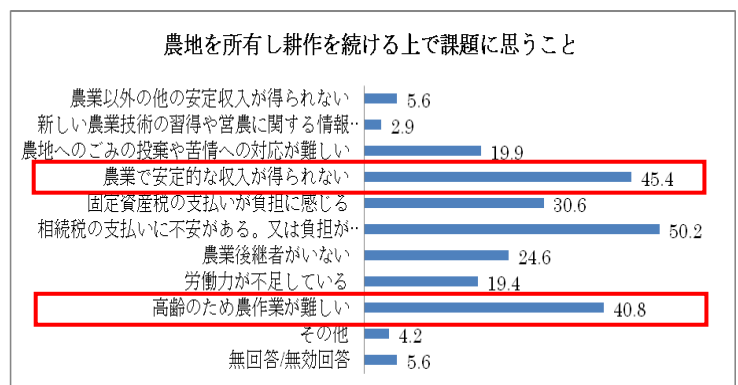
(2) 担い手の高齢化、収益性の低さ

泉区は、市内でも農業が大変盛んな区ですが、経営耕地面積や農家数は年々減少しており、区内の農業を取り巻く状況は厳しくなっています。また、平成24年度に環境創造局が横浜市全体を対象として実施した「横浜の緑に関する土地所有者意識調査」によると、農地を所有し耕作を続ける上で課題と思うこととして、「農業で安定的な収入が得られない」「高齢のため農作業が難しい」という回答がそれぞれ4割を超えており、担い手の高齢化や収益性の低さが課題となっています。

【泉区内の農地面積及び農家数推移】

	2005年	2010年
経営耕地面積	330ha	318ha
総農家数	478	461

(出典：農林業センサス 2005年、2010年)

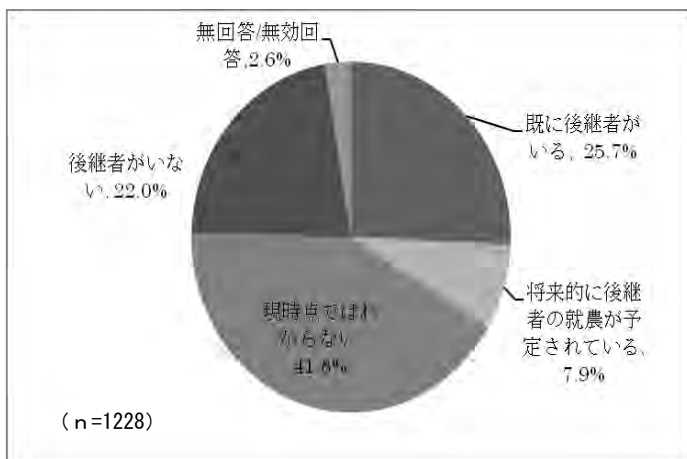


(出典：横浜の緑に関する土地所有者意識調査 2012年)

(3) 後継者不足で農地大幅減のおそれ

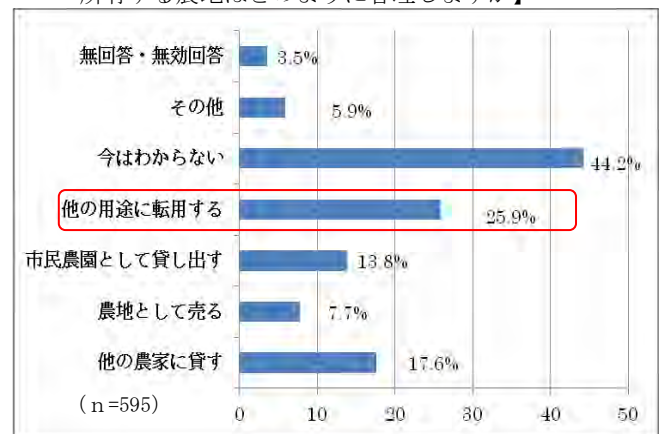
「横浜緑に関する土地所有者意識調査」では、農業後継者について、「後継者がいない」又は「現時点ではわからない」と回答した人が6割を超えています。また、もし農業を続けていくことができなくなった場合の農地管理について、「今はわからない」という回答に次いで、「他の用途に転用する」という回答が多くなっており、今後担い手不足等により、農地転用が進む可能性があるといえます。泉区でも、農家が管理しきれない農地が、墓地や資材置場として転用され、周辺住民とのトラブルになる事例が発生しています。

【農業後継者について】



(出典：横浜の緑に関する土地所有者意識調査 2012年)

【農業を続けていくことができなくなった場合、所有する農地はどのように管理しますか】



(出典：横浜の緑に関する土地所有者意識調査 2012年)

3 方向性

次のことにより、区民が「農」の価値を認識し、「農」の活動に関わることにより、泉区の農を支えていくことを目指します。

(1) 「高い関心」を「行動」につなげるプロモーションの強化

現在、泉区内において、行政の他にも、JA 横浜、学校、福祉団体、NPO 等、様々な主体が、イベントや講座、農業体験などの農に関する活動を行っています。

そこで、

- ① それらを区役所が一元的に把握し、情報を発信
- ② 行政窓口や関係団体、農家を紹介するなどのコーディネートを推進

これにより、新たに活動を始めたいと考えている区民に対して、きっかけを提供します。

(2) 農家を収入面から支えるため、地場流通の仕組を充実・強化

「農業で安定的な収入が得られない」ことに対し、多くの区民が、泉区産の農産物を購入し、消費面から農家を支援できるよう、直売所や地産地消サポート店の PR 強化・拡充、朝市の開催支援等、区民の購買・消費機会の拡大を図ります。

(3) 高齢化の進む農家を支えるため、援農の仕組を充実・強化

「高齢で農作業が難しい」ことに対し、援農ボランティア団体の支援により、区民による農家への労働力の提供を推進します。

(4) 遊休農地の活用を進めるため、区内における市民農園等の設置及び利用を支援

農家が自ら耕作できなくなった土地を、区民のレクリエーションや地域交流、教育、福祉等に資する場として活用していくため、市民農園等としていくことが有効です。これを拡大していくため、さまざまなタイプの市民農園等のメニューを魅力的かつ分かりやすくまとめ、農家や区民、関係団体等にプロモーションします。

4 取組内容

(1) 情報把握・共有

区内の様々な「農」に関する情報を把握し、庁内及び関係機関・団体との共有を進めます。

ア 基本情報の把握

農に関する基本情報として、区民ニーズ、農家ニーズを把握します。

- ①区民のニーズについては、平成 24 年度区民意識調査や「横浜の緑に関する市民意識調査（環境創造局）」、今後実施される調査等により適宜把握していきます。
- ②農家ニーズについても、「横浜の緑に関する土地所有者調査（環境創造局）」などの既存の調査や農家へのアンケート等により把握します。

イ 農に関する区民活動の把握

区内の様々な団体等による農活動の情報を、庁内で共有しながら各事業へつなげるとともに、わかりやすく区民に情報発信し区民が活動を始めるきっかけを提供するため、農に関する区民活動情報を把握し、整理します。

ウ 主な取組に関する情報把握（直売所、市民農園等）

- ①直売所に関して、JA 横浜や農家から直売所の基本情報（品目、営業時間、場所等）を把握します。
- ②市民農園の開設・利用促進に向け、関係機関と連携し、区内市民農園の開設情報等を把握します。

エ 関係者との情報共有、連携検討

環境創造局や農業委員会、関係団体（JA 横浜、民間企業、区民活動団体等）と十分に情報を共有し、事業の連携を検討します。

◆具体的な取組（案）◆

- ・関係団体等との情報共有の場づくり

(2) 関心を行動につなげるプロモーション等

「農」に関する区民活動については、

- ①「地産地消の情報を得る」「農をテーマとした講座を受講する」などの初歩的な「農」へのふれあいレベル
 - ②「収穫体験をする」「庭先等で栽培する」という実際に農業の一部を体験するレベル
 - ③「援農をする」など農業への参画を行うレベル
- があり、それぞれ関心の段階に応じた活動のきっかけ作りや支援を行う必要があります。

ア 広報・PR

区民意識調査では、区民が「農に関する活動をするにあたり、行政に期待すること」として、

- ①最も回答が多かったのは「活動に関する情報提供」(42.1%)
- ②「農に関する活動をしていない」と回答した人の理由として
 - ・「活動するきっかけがない」(39%)
 - ・「農に関する情報が手に入らない」(16.6%)

以上から、広報・PRの重点として、区民が“農”に触れ合うきっかけを提供し、レベルに応じたプロモーションを行います。

◆具体的な取組(案)◆

①Web活用

泉区のホームページ内に「農」のポータルサイトを開設(農に関する区民活動、農のイベント情報、直売所情報、体験農園等を一元的に提供)

②広報よこはま区版

広報よこはま泉区版における情報発信(区内農家の紹介、栽培されている野菜等)

③地産地消広報紙

地産地消広報紙「いずみ自慢」の発行

④情報コーナー

区役所で発行している広報印刷物(広報よこはま、いずみ自慢等)、環境創造局やJA横浜が発行している農情報の紙媒体などを一元的に提供する情報コーナーを設置

⑤イベント

- ・区内で展開されているイベント(収穫体験、ウォーキング等)と連携した「農」のPR実施



【地産地消広報紙】いずみ自慢、はまふうどナビ

イ 講座・イベント

農に関心を持った人が、気軽に地産地消や農作業などについての知識を得ることができる講座やイベントを関係機関と連携して実施するとともに、既存の講座などの紹介を行います。

◆具体的な取組(案)◆

- ・地産地消についての講座・イベントの実施(野菜ソムリエやヘルスマイト等)
- ・関係機関・団体が実施する講座・イベントの区広報媒体によるPR支援

ウ 簡単な農体験

区民意識調査では、若い世代を中心に「観光農園などのもぎ取り体験をしたい」という回答が多く、本格的な農の活動を行うことが難しい人達が、余暇を使った農体験が出来る場を支援します。

◆具体的な取組（案）◆

- ・ 関係機関・団体と連携し、じゃがいも収穫等の収穫体験イベントを実施
- ・ 収穫体験農園（いちご狩りやブルーベリー狩り等）のPR支援
- ・ 農家や、直売所（泉区ファーマーズマーケット“ハマッ子”等）などの見学ツアーを実施



【じゃがいも収穫体験時の様子】

エ 農作業研修

手軽に経験できるもぎ取り体験や収穫体験から少し進んだステップとして、庭先や市民農園等で、栽培から収穫までの一連の作業をやってみたいと考える人が、知識・技術を習得する場として、農作業研修を実施します。

◆具体的な取組（案）◆

- 関係機関や、援農団体と連携した研修会の開催
 - ・ 初心者向け農作業スタートアップ研修
 - ・ 技術向上を図るためのステップアップ研修

オ 教育プログラム

泉区は、市内でも教育現場に近い場所に農地が広がり、農家との距離も近いという食育活動の環境に恵まれています。また、区民意識調査では「農に関する活動を、どのような目的で始めたいと思うか」との質問に「子どもの教育」と回答した割合は、子育て世代の女性で44.5%と高くなっています。

このことから、泉区の恵まれた地域資源を生かし、子ども達が実際に「農」に触れる機会の支援を行います。

◆具体的な取組（案）◆

- ・ 農体験学習の導入支援の検討
- ・ 学校給食への区内産農産物活用（泉区ランチ）を支援



【農業体験】



【区内産農産物を使った給食】

(3) 購買・消費機会の充実（流通）

区民意識調査では、区内で生産された農産物を購入している場所として、「農家で開設している直売所」と回答した人(複数回答)は 59.2%となっており、区民の多くが直売所を利用していることが分かります。また、区民が農地を守るためにできることとして、「直売所を利用する」(73.7%)「地産地消を推進する飲食店を利用する」(44.5%)という回答が多くみられました。

直売所や飲食店は、区民が農の魅力に触れることができる最も手軽な場所でもあり、さらに多くの区民が泉区産の農産物を身近な場所で購入・消費できるよう、機会の充実を図ります。

ア 直売所の支援強化

直売所は、農産物の流通ルートとして重要であり、成長分野でもあります。全国の農業の盛んな地域では、魅力的な直売所があり、その地域の地産地消の拠点としてショールーム的要素もあります。

- ①泉区は、農地と住宅が近接していることから、農家が生産した農産物を、庭先や地域の直売所で販売し、それを地域の住民が購入する小規模の直売所が多く開設されています。
- ②一方、近年中規模の直売所も開設されており、品揃えの良さなどが特徴となっています。(区民の利用率：49.1%)
- ③大型直売所については、近隣にセレスモス（JAセレス川崎）、はだのじばさんず（JAはだの）等がありますが、このようなタイプの直売所は市内には展開されていません。

以上のようなことから、区内の中小規模の直売所の特徴を踏まえ、泉区の重要な地域資源として、支援します。

【直売所の特徴等】

規模	開設数 (区内)	特徴	備考
小規模 直売所	60箇所以上	<ul style="list-style-type: none"> ・農家が庭先等で開設 ・生産者との会話（有人販売の場合） ・配送のコストがかからず、新鮮で安い 	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣利用型から、広域集客型（ブランド農産物）まで様々なものあり
中規模 直売所	2箇所 (JA横浜運営)	<ul style="list-style-type: none"> ・駐車場などの設備が充実 ・営業時間が長い ・品揃えが充実、高い地場産率 	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模直売所を利用しない層や近くに直売所がない地域の人に泉区の農産物の魅力を発信する場

◆具体的な取組（案）◆

- ・いずみ自慢と連携した、直売所 PR 物品の貸与及びイベント等の実施
- ・各種イベントと連携し、地産地消の発信拠点として泉区ファーマーズマーケット“ハマツ子”を活用



【中規模直売所（泉区ファーマーズマーケット“ハマツ子”）】



【小規模直売所（上飯田）】

イ 朝市等開催の支援

区民意識調査によると、朝市等を「利用したい」「ある程度利用したい」という回答が9割以上となっており、区内では新鮮な農産物を身近で手に入れたいという期待が高まっているため、地域においての朝市等の実施を支援します。

◆具体的な取組（案）◆

- ・ 農家とのマッチングや販売方法等ノウハウを共有、運営支援
- ・ PR支援

ウ 地産地消サポート店の拡充

現在区内の地産地消サポート店は9店舗ありますが、区内産農産物の消費機会の拡大や区内産農産物のPRを図るため、既存の店舗の利用を促進するとともに、新規登録の拡充を図ります。

◆具体的な取組（案）◆

- ・ 既存の登録店舗のフォローアップ実施（ホームページ更新、新規メニュー内容の確認、紹介）
- ・ よこはま地産地消サポート店の制度を広報区版、ホームページ等で紹介
- ・ 個別に店舗へアプローチし、登録店舗を拡大

エ 買い物不便地域等への出張販売等の支援検討

近くに区内産農産物を購入する場所がない地域で、地産地消のPRをし、購買・消費機会を拡大するため、関係機関・福祉団体等と連携し、出張販売などの仕組みを検討します。

◆具体的な取組（案）◆

- ・ 区内福祉団体の出張販売拡大の支援（販売場所の調整、農家とのコーディネート）



【上飯田団地での出張販売の様子】

(4) 援農団体の支援（区民による労働力の提供）

区民意識調査では、「泉区農業応援隊」(※)を知っていると回答した人は、4.7%と認知度は低い状況ですが、援農ボランティアの活動に機会があれば参加したいと回答した人は41.7%となっており、援農活動に対する潜在的な需要は高いものと考えられます。

このようなことから、泉区農業応援隊の認知度を高めるとともに、他の援農ボランティアとの連携を図り、援農機会の拡充、農家への支援充実を図ります。

※「泉区農業応援隊」とは

平成22年3月に泉区の事業として、農作業の知識・技術のない区民が農家の指導のもとに農作業の手伝いをし、直接“農”に触れ合うことを目的としてスタートしました。平成24年1月からは、任意団体として、区役所の支援のもと、自立的な援農活動を展開しています。

◆具体的な取組（案）◆

- ・援農ボランティア団体「泉区農業応援隊」の活動運営の支援（隊員の拡大、対象農家の拡大などの方法を検討）
- ・区内で活動する援農ボランティア団体「はま農楽」等との連携をコーディネート



【泉区農業応援隊メンバーと農家】



【応援隊活動の様子】

(5) 市民農園の開設支援等（活動の場）

区内では、特区農園が20か所、栽培収穫体験ファームが3か所、農園付公園が1か所（2か所増設予定）（平成24年12月1日現在）と、多くの市民農園が展開されています。また、意識調査では、「市民農園を利用したことがない人」が9割と多くいる一方、今後利用したいという回答が前期高齢者（65-74歳）世代の男性で31.3%と、利用経験がない人の中にも一定のニーズが見られます。

そこで、平成24年度に実施した「泉区における市民農園の整備パターン検討」を踏まえ、関係局と連携しながら、今後利用したいという人及び開設者、活動団体への情報提供等の支援を強化していきます。

◆具体的な取組（案）◆

・市民農園の区内展開における支援

市民農園整備パターンの情報提供

魅力的な市民農園のタイプを分かりやすくまとめ、農家、区民、活動団体へPRします。

（例1）利用料金は高いが、設備が整っている。また、農家の指導があり、仲間同士の交流機会があるなど、付加価値の高い農園

（例2）自分のペースで自由に農作業をすることができる農園

農園開設者への支援

市民農園を開設したいという農家等に対しては、特区農園・栽培収穫体験ファーム等の開設・運営に関する情報提供を行うとともに、各関係機関の窓口を紹介します。また、農家の負担が少ない開設運営手法の可能性を検討します。

利用者への支援

市民農園を利用したい人に対しては、関係機関と連携し、市民農園の開設情報の提供や初心者向けの農産物栽培研修等を実施します。

・活動団体の農地活用事例の紹介

泉区では、さまざまな活動団体が農地を活用した活動をしており、活動事例（コミュニティ利用、福祉利用、学校利用など）を農地利用に関する法令・制度とあわせて情報発信し、区内で活動したいという団体への支援を行います。

【参考】

◎主な市民農園の種類

・特区農園

市民農園のための農地の貸し借り制度。特定農地貸付法に基づき、土地所有者等が開設する区画貸しタイプの市民農園

区画の広さ	農園毎に異なる。平均は、概ね30平方メートル程度
利用期間	1年～最長5年間。平均、2年程度
利用料金（年間）	農園毎に異なる。平均的には、30平方メートルあたり30,000円程度
募集	開設者や管理者が現地看板やタウン紙等を通じて募集することが一般的。管理者のHPで募集する場合あり。
応募方法	それぞれの開設者・管理者に直接申し込み

・栽培収穫体験ファーム

農家が農業経営の一貫として開設する体験型の市民農園。畑の準備から種・苗の準備は開設農家が行い、利用者は農家の栽培指導のもとで野菜づくりを体験する。

区画の広さ	原則として30平方メートル
利用期間	1年以内
利用料金（年間）	運営内容によって異なるが、概ね20,000円～40,000円程度
募集	開設者や管理者が現地看板やタウン紙等を通じて募集することが一般的。管理者のHPで募集する場合あり。
応募方法	それぞれの開設農家に直接申し込み

・農園付公園

公園内の一区域を複数の分区に割り、市民が野菜や花などを栽培する施設

区画の広さ	既存分区園は30平方メートル。今後整備対象の分区園は、10平方メートルから15平方メートル程度
利用期間	利用1年とし、希望者は2年まで更新可能
利用料金（年間）	30平方メートルの分区園では、12,000円
募集	指定管理者が募集
応募方法	指定管理者に応募。申込者が募集区画数を超えた場合は、公開抽選

◎その他、農地のテーマ型利用事例

・福祉利用

福祉団体等が農作業を通じて、障がい者の就労訓練や若者自立支援等を実施するための利用。農家からの農地の寄付や条件付貸借、援農方式などがある。

・学校利用

学校の教育プログラムとして、農作業体験を行うための利用。栽培収穫体験ファームや援農方式などがある。

・コミュニティ利用

市民団体等が、仲間同士のレクリエーション等を目的として利用。特区農園や栽培収穫体験ファーム、援農方式などがある。