

まちの畠は役に立つ!  
考えてみよう! 都市農業の多面的機能。  
ためんてき

# 都市農業の 魅力を伝える! ガイドブック

GUIDEBOOK TO CONVEY  
THE CHARM OF URBAN AGRICULTURE!



# 都市農業って？

都市農業は、都市農業振興基本法によると市街地及びその周辺の地域において行われる農業のこと。地方の農業に比べると、1農家当たりの面積は狭いですが、そこでは、消費地に近いという利点を生かした新鮮な農産物の供給といった生産面での重要な役割のみならず、身近な農業体験の場の提供や災害に備えたオープンスペースの確保、潤いや安らぎといった緑地空間の提供など、多面的な役割を果たしています。



## 都市農業をめぐる時代背景

我が国では人口増加と経済発展、それに伴う土地需要の増加を背景とし、都市農地は開発の一途をたどり、徐々に減少していった歴史があります。

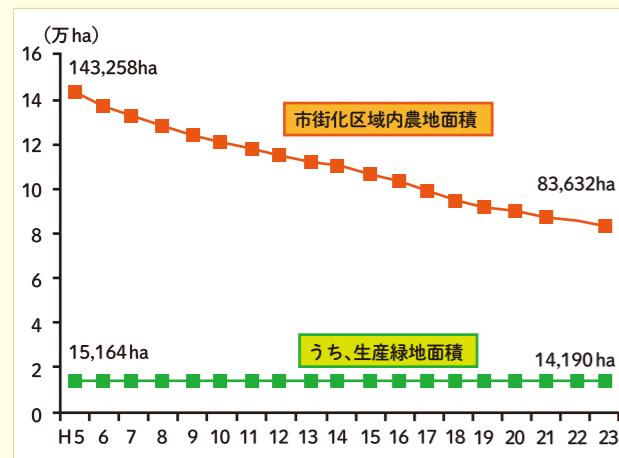
1968年に新都市計画法が制定され、市街化区域(※すでに市街地を形成している区域及びおおむね10年以内に優先的かつ計画的に市街化を図るべき区域)が定められると、都市農地は開発されるべき土地と位置付けられることとなり、その重要性は軽んじられていきました。

しかし、時代が流れ、農のある暮らしやスローライフが謳われるようになると、都市農地の価値は見直さ

れていきました。その結果、1991年の生産緑地法改正以降、税制面での優遇措置が採られる農地(生産緑地)の指定が急速に進み、一定の農地保全がなされました。

2015年には都市農業振興基本法が、翌年には都市農業振興基本計画が閣議決定されました。これにより、都市農業は「開発されるべき土地」から「あるべきもの」と国の計画で明記されることとなり、都市農業の位置付けは大きく変わりました。

このように時代の変化とともに都市農業への可能性は変貌してきています。



資料：総務省「固定資産の価格などの概要調査」、国土交通省「都市計画年報」

農林水産省HP「都市農業の概要」より

## 都市農業をめぐる法制度の年表

1968年	新都市計画法制定	市街化区域の設定がされる
1974年	生産緑地法制定	市街化区域内農地の税減措置が採用される
1991年	生産緑地法改正	面積などの指定要件が大幅に緩和され、三大都市圏を中心に生産緑地の指定が一気に拡大する
2015年	都市農業振興基本法制定	都市農業振興のための基本理念が定められる
2016年	都市農業振興基本計画閣議決定	国の上位計画として都市農業振興が明示される

今、都市農業は注目されています！



## ～このガイドブックの使い方～

このガイドブックには都市農業の魅力を様々な方が各々の視点で自由に発信していただく際に参考となる情報が詰まっています。本書をご覧いただき、みんなで都市農業のPRをしてきましょう！

### 情報発信のポイント

情報発信＝「情報を人に伝えること」！

情報があふれる現代において、発信した情報はすぐに埋もれてしまいます。そのため、情報発信するときは事前にこの2つのポイントを押さえておきましょう！

**POINT 1** 伝える相手を決める

**POINT 2** その相手が受け取りやすい形で情報を届ける

### 情報発信のやりかた

6W1H(Why/Who/What/Whom/When/Where/How)の視点から、戦略を立ててみましょう。

まずは「発信する情報(What)」を整理することで、情報価値を高めていきます。それから、それから「伝える相手(Whom)」を決めて「伝える方法(How)」の選択を検討し、実行します。

そうすることでより効果が高まり、情報を深く理解してもらいやすくなるのです。

**STEP 1** 「知る」…都市農業について知り、情報の客觀性を確認する P.3

**STEP 2** 「調べる」…自分の地域の農業・農地について調べ、情報を整理する P.5

**STEP 3** 「伝える」…STEP①②をもとに伝える相手と方法を選択した上で発信する。 P.7

### 「6W1Hの視点」で伝え方を考えてみよう！

**Why?** 何のためにやるの? ▶ 情報社会では積極的に伝えいかなければ都市農業への関心は高まりません。都市農業振興の機運が高まっている今がチャンスです！

**Who?** 誰がやるの? ▶ 農家・JA・自治体・NPO・その他(一般民間企業・一般消費者)…それぞれの立場からできることができます。

**What?** 何を伝えるの? ▶ 都市農業の様々な魅力を伝え、都市農業の応援者を増やしていきましょう。

**Whom?** 誰にやるの? ▶ 一般消費者(企業・団体)あるいは、潜在的な一般消費者(企業・団体)といった非農業関係者を対象に行なうことで効果が高まります

**When?** いつやるの? ▶ 出来そうなときに行いましょう

**Where?** どこでやるの? ▶ 人が多く集まる場所が効果的です！

**How?** どうやって伝えるの? ▶ 様々なシーンで、様々な伝え方があります。このガイドブックを読んで実践してみてください！

**STEP 1「知る」** 発信する情報の客観性を確認するために、都市農業の持つ魅力についてご紹介します。

### 都市農業の多面的機能について

都市農業では、農産物を生産する以外にも多くの公益的な機能を持っており、まちづくりに貢献しています。その都市農業が持つ多面的機能について以下の6つをご紹介します。

※これらは一般的な都市農業に当たはまるものであり、それぞれの地域によって都市農業が有するはたらきが異なります。

#### ☑ まちなみを良くするはたらき

- ①まちの中にうるおいやゆとりのあるまちなみをつくり出してくれます
  - ②まちの成り立ちを伝えるなど地域らしいまちなみをつくりだしてくれます
- 例 ▶ 景観作物農園(ひまわり、コスモスなど)、屋敷林



#### ☑ 交流を生むはたらき

- ①コミュニティをつくり、交流を生み、守ることにつながります
- 例 ▶ 体験農園、市民農園など



#### ☑ 食を学ぶはたらき

- ①身近に食や農を学ぶことができる場をつくりだしてくれます
- 例 ▶ 学校給食、総合学習での農業体験、農育、食育授業など



## 都市農業が持つ 多面的機能

#### ☑ 防災に役立つはたらき

- ①避難場所を提供してくれます
  - ②食料や水を貯えてくれます
  - ③火事や洪水をやわらげてくれます
- 例 ▶ 災害時協力農地、防災井戸、延焼防止機能など



#### ☑ 環境を守るはたらき

- ①町の環境を整えてくれます
  - ②多様な生き物を守ってくれます
- 例 ▶ ヒートアイランド防止機能、土壤の水質浄化作用



#### ☑ 地域の食料をつくるはたらき

- ①地域の人々に新鮮な農産物を提供してくれます
- 例 ▶ 直売所、農家レストランなど



## STEP ②「調べる」 自分の地域の農業・農地について調べ、情報を 整理するために、地域の都市農業の調査・分析方法の一例をご紹介します。

### 農業について調べる

#### 1 統計データから調べる

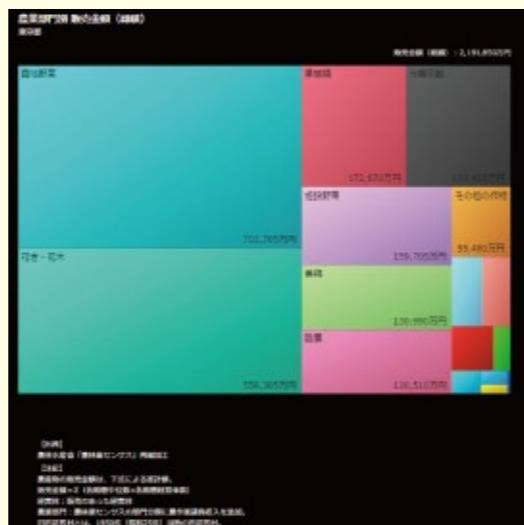
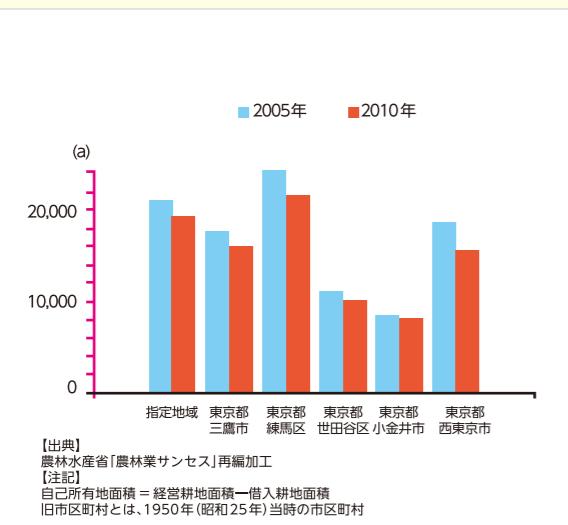
農業についての統計データは、農林水産省で5年ごとに発行される「農林業センサス」の他、地方自治体や農協（JA）が独自に調査したデータ、あるいは個人・企業による研究論文などのデータがあります。行政機関が公開するデータはホームページなどでも簡単にみられるので調べてみましょう。

##### 参考

RESAS（地域経済分析システム）の活用

RESAS（地域経済分析システム）とは、平成27年より内閣府が提供しているビッグデータを可視化するシステムです。

人口や観光、産業などの分野の各種統計データがメニューにあります。農業については「農林業センサス」のデータが抜粋されており、その概要をわかりやすく知ることができます。



#### 2 現地を実際に見て調べる

統計データは定年に測れることのみ集計されているため、データだけではわからないものがあります。また、実際に現場を見て初めて気づくこともあります。地域の農業を調べる際はぜひ現地へ赴き、生産者に直接お話を聞いてみるのも良いでしょう。生産者と消費者の距離が近いのも都市農業の魅力のひとつです。



### 調べたデータを分析する

#### 例1 都市農業の多面的機能チャートを活用した分析

##### チャートを使用した評価方法

- ① チャート作成対象の農地の単位を決める。

※チャート作成の単位は、農家単位の場合は同一所有者（使用者）の一団の農地、行政単位の場合は、自治体内の都市農地です。

- ② 評価項目を決め、評価項目ごとに基準を設けて付加する点数を決める。

- ③ 対象の農地について点数化していく、他の農地も同様に点数化をおこない、比べてみる。

- ④ 比べることで、対象の農地が他の農地と比べてどのような特徴のある農地なのかを調べる。

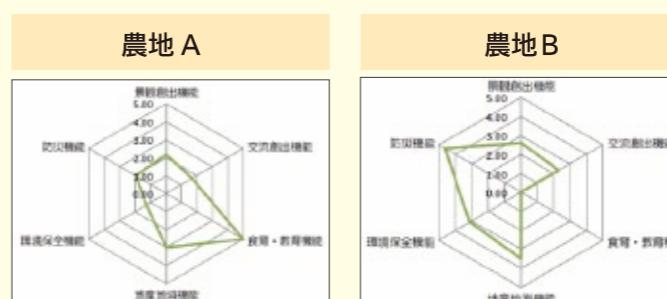
チャートは「考えてみよう。都市農業の多面的機能」のホームページから無料でダウンロードできます！

<http://toshi-nogyo.jp/characteristic>

#### 例2 評価項目と評価基準

機能	評価項目	農地単位の評価	チェック（○をつける）	配点	各項目得点	満点
<b>1. 景観創出機能</b>	<b>1-1 農地の面積</b>	500m <sup>2</sup> 以上		2.0	0	2.0
		500m <sup>2</sup> 未満		1.0		
	<b>1-2-1 農地としての景観（農地の適正な管理）</b>	農地栽培（一部可）をしている		2.0		
		農地で何も育てないよりも、野菜などを育てている方がまちなみが良くなります。		1.0	0.0	3.0
	<b>1-2-2 農地としての景観（景観作物の栽培など）</b>	景観作物を栽培している		1.0		
		花など景観作物を栽培するとまちなみがさらに良くなります。		0.0	0.0	1.0
	<b>1-3-1 農地境界部のしつらえ</b>	生垣などの植栽によるしつらえ		2.0		
		何もない（物理的障害がない）		2.0		
	<b>1-3-2 土埃・盗難防止などの配慮</b>	フェンスなど（出入りはできないが透過程性はある）		1.0		
		フェンス、ブロック塀など（透過程性のないもの）		0.0	0.0	2.0
		有刺鉄線など（出入りできないもの）		0.0		
	<b>1-4 農地周辺の緑地の保全</b>	土埃・盗難防止・鳥獣害防止等でやむを得ずフェンス、ブロック塀、有刺鉄線などの対応をしている		0.5	0.0	0.5
		農地は配慮しているが、やむを得ない事情で農地を囲っているケースへの救済項目です。		0.5		
	<b>1-5 農地周辺のまちなみ（屋敷・屋敷林・蔵等）</b>	農地に隣接して公園・緑地・里山等（500m <sup>2</sup> 以上）がある		2.0		
		農地に隣接して公園・緑地・里山等（500m <sup>2</sup> 未満）がある		1.0	0.0	2.0
		農地に隣接して公園・緑地・里山等がない		0.0		

#### 例3 分析結果



食育・教育機能が高いが、他の機能は平凡

防災機能は高いが、食育・教育機能はゼロ

機能	農地 A 得点	農地 B 得点
景観創出機能	2.17	2.61
交流創出機能	1.67	2.33
食育・教育機能	5.00	0.00
地産地消機能	3.00	3.50
環境保全機能	1.25	3.13
防災機能	1.96	4.64

農地 A と農地 B は互いに機能を補完し合う関係にあり、協力・連携して都市農地の多面的機能を発揮することで、相乗効果を得られることが期待できます。

## STEP③「伝える」 STEP①・②をふまえて、情報を伝える相手の タイプと相手の特性に応じて伝える方法についてご紹介します。

### 誰に発信する？[伝える相手について]

伝える相手には「①都市農業に関心のある人」か「②都市農業を知らない人」の大きく2種類に分かれます。そしてそのターゲットを定めるには、どんなシーンで情報発信を行うかによって決まります。

#### 1 都市農業に関心のある人には

もともと関心があると情報発信はしやすく、情報を受け取っていただける可能性が比較的高くなります。伝えるシーンとしては収穫祭などの農業関係のイベントや直売所などがあります。



収穫祭



直売所

#### 2 都市農業を知らない人には

ある程度の数の関心層がいる中でPRを行ったり、教育活動や防災訓練などの地域活動と絡めることで、都市農業に興味を持っていない人を振り向かせる効果は高まります。

伝えるシーンとしては農地を活用したイベント(防災訓練、畑で婚活など)、学校での総合学習、大学やNPOの活動、企業研修・企業CSR的活動、外国人との交流活動などがあります。



農地防災訓練



学校教育



NPO活動



民間企業



外国人向けの発信



大学ゼミ

### どうやって発信する？[発信手法について]

自分の言葉だけで人に伝えていく情報発信の方法は発信力の限界があります。そのため、伝えたい内容を発信ツールに盛り込んで伝えていくことが有効です。発信ツールには多数種類があるので、ターゲットや発信するシーンに合わせて使い分けていきましょう。

#### 発信ツールの種類と特徴

向いてるターゲット	発信ツール	特徴
都市農業を知らない人向け	ノベルティグッズ ・ボールペン ・エコバッグ	ボールペンやエコバッグなどは日常生活でも役立つため、関心のない人でも受け取ってもらいやすいです。使用してもらいやすいように盛り込む情報量はなるべく少なくし、シンプルなロゴやキャッチコピーに留めて作成するのがポイントです。使用してもらうと、そのノベリティグッズを見た人にも相乗効果として情報が伝わります。
都市農業に関心のある人向け	映像媒体 ・PR動画 ・アニメーション	イベント会場や常設施設での放映や、CMとしてテレビやインターネットでの活用が考えられます。能動的ではない受け手にも情報を伝えることができるため、関心のない人向けの情報発信手段として有効です。
都市農業に関心のある人向け	紙媒体 ・チラシ ・ポスター ・パネル	留置きしたり、チラシとして商品に織り込んだりなど、その用途の手軽さと制作費の安さで、最初に作られることが多いツールです。文字ばかりでは関心のある人以外には読まれにくいので、イラストや写真、図など視覚的に表現しましょう。
都市農業に関心のある人向け	インターネット ・HP ・SNSなど	都市農業に関心を持った人が、より詳しく知ることができるようホームページや専用SNSアカウントなどを作成しましょう。ある程度パソコンやスマートフォンが使えることが必要ですが、慣れれば難しくはありません。安価で全世界に発信できるので是非チャレンジしてみてください。

## 1 紙媒体で伝える

伝えたいことをチラシやポスターにし、多くの人に見てもらえるような場所で配布したり展示したりします。学校教育や企業研修など、内容について説明する機会と合わせて発信できるシーンで効果的な手法です。できるだけイラストや写真など視覚的に訴える方が伝わりやすいです。また、カレンダーやメモ帳など受け手がその後も活用できるような素材をつくることで効果が高まります。

チラシ



パンフレット



カレンダー



パネル



紙媒体の啓発素材はホームページ「考えてみよう。都市農業の多面的機能」からダウンロードできます！

<http://toshi-nogyo.jp/>

## 2 ノベルティグッズで伝える

伝えたいことをシンプルなメッセージやキャッチコピーあるいはイラストやロゴなどに集約し、より実用的なノベルティグッズを作成することで伝えることができます。都市農業にあまり関心のないターゲット向けに興味を持ってもらうきっかけづくりとして、有効な手段のひとつです。ノベルティグッズの例としては、クリアファイル、エコバッグ、ボールペン、マグネット、LINEスタンプなどがあります。

クリアファイル



エコバッグ



ボールペン



マグネット



## 3 映像媒体で伝える

情報の存在に気づいていただけるという点で、動画による情報発信も非常に有効な手段です。動画をつくる際は、ターゲットやコンセプトを明確にし、メリハリを付けて最後まで見ていただけるように編集することがポイントになります。作成した動画はインターネット上にアップロードすることでより多くの方にみていただける可能性が広がります。

PR動画



※JA 東京中央会 制作  
(YouTube にて公開中)

アニメーション



※JA 東京中央会 制作

## 4 インターネットを活用して伝える

ご自身の地域の農業や農地について情報をまとめ、ホームページやブログ、SNSなどインターネットを活用して発信することで、不特定多数の方々に情報発信ができます。ターゲットに興味を持っていただけるようになるべく高頻度で更新し、少しずつファンをつくりながら、有益な情報を発信しましょう。

HP「考えてみよう。都市農業の多面的機能」より

<http://toshi-nogyo.jp/>



### HP「考えてみよう。都市農業の多面的機能」の訪問者数推移の分析

毎年春秋の収穫期にアクセス数が増えており、市区町村別アクセス数は①横浜市、②大坂市、③新宿区、④千代田区、⑤港区、⑥名古屋市、⑦渋谷区、⑧世田谷区、⑨さいたま市の順に多く(2014年3月～2017年3月の累計)、都市部の注目を集めていることがわかります



## ～事例紹介～

これまでご紹介してきた情報発信の考え方や手法に基づき実践した情報発信の事例をご紹介します

### 事例① 農業祭での発信

#### シーン ▶ 農業祭での発信

パネル展示、チラシ・クリアファイルの配布、ノベリティグッズ(ボールペン、マグネット、野菜消しゴムなど)の配布、PR動画の放映

手 法 ▶ 来訪者に都市農業クイズを行い、正解できた方にくじ引きでノベリティグッズを渡す参加型の情報発信をしました。

工 夫 ▶ 農業祭主催者と連携し、農業祭の他ブースで展示・販売していたお花や農産物加工品も景品とした配布しました。



クロスワードパズルのヒントを探すためにパネルを真剣に見ていただいている



### 事例② 地域の自治会やNPOと連携した発信

#### シーン ▶ 農地における炊き出し訓練での発信

手 法 ▶ チラシ、パンフレット、クリアファイル、パネルでの発信

工 夫 ▶ 都内の体験農園にて行われた炊き出し訓練にて、地域の方々に農地の大切さを周知しました。防災に関する一般的な知識の共有・確認の他、防災井戸の紹介など農地の防災機能を体験していただきながら、都市農業の多面的機能全般について伝えました。



### 事例③ 学校での発信

シーン ▶ 小学校での発信

手 法 ▶ チラシ、パンフレット、クリアファイル、カレンダーでの発信

工 夫 ▶ 総合学習の一つとして、自治体が主体となり、市内の農業の特徴について説明し、田んぼアートなど農業以外の取組も紹介しつつ、都市農業の多面的な機能について触れ、なるべく多くの児童に興味を持ってもらえるような内容を伝えました。



小学校3・4年生の総合学習の授業で農業について学んでいます



家庭で使ってもらうことを想定してカレンダーを配布しました！

### 事例④ 大学と連携した発信

シーン ▶ 産業祭での発信

手 法 ▶ チラシ、パンフレット、クリアファイルの配布、パネル展示、ノベリティグッズの配布（マグネット、トイレットペーパー）

工 夫 ▶ 大学生により、日常で使われる実用的なノベリティグッズとして案を出していただき、その結果、トイレットペーパーをデザイン部分から考案・開発していただき、チラシなどとともに配布しました。



学生がデザインしました！

情報発信事例は他にもホームページ「考えてみよう。 都市農業の多面的機能」にも掲載されています！

<http://toshi-nogyo.jp/>

### 事例⑤ 企業活動の中での発信

シーン ▶ 民間企業による発信

手 法 ▶ パネル展示、野菜オブジェの展示、PR動画の放映、最先端科学技術による農業スタイルの紹介、都市農業ファッショナの提案、隣接カフェにて都市農業で採れた農産物を利用した限定メニューの提供

工 夫 ▶ 民間企業と協働し、企業内のイベントスペースにて2週間の臨時の展示をしました。非農業系の民間企業として独自の目線から、農ある暮らしの提案をし、注目を集めそうな都市農業に関連する素材をPRしました。



休日限定でワークショップを開催しました

都市の農家で採れた野菜を使った限定メニューを提供しました

### 事例⑥ 大学と連携した発信

シーン ▶ モニターツアー参加者によるSNSでの情報発信

手 法 ▶ SNSでの発信

工 夫 ▶ 外国人留学生を対象に、都市農業の魅力を伝えるモニターツアーを実施し、ツアーの感想などを各自のSNSにて、ハッシュタグを付けて投稿していただきました。フォロワーの多いSNS利用者による発信力を利用し、海外に向けても都市農業をPRしました。



農家の方に日本の都市農業を紹介していただきました

SNSで感想を発信していただきました

野菜の自動販売機は外国人には珍しいようです！

# ～情報発信のヒント～

情報発信は簡単ではありません。とくに都市農業に興味のない方に興味を持っていただくことは大変な労力を要します。そこで、情報発信で効果を上げるポイントとしては、「情報の発信側も受け手もできるだけ多くの人を巻き込み、共有していくこと」が重要です。多くの人数で発信すると、多くの受け手に伝わります。その多くの受け手が受け手同士で情報を受けた感想や意見を共有し、それをまた第三者に伝えていただくことで受け手が新たな発信者に変わります。情報発信にあたってはこのようになるべく多くの主体が情報共有に参加できるような仕組みづくりを考えることが大切です。

## ▶ 情報の発信者の連携

### ヒント①

共通のロゴをつくり、みんなで活用する

共通のロゴをつくり、様々な日常や業務のシーンで積極的に活用し、受け手がロゴを見る機会を増やすことで、情報の印象を残せます。



農業・農地を活かした  
まちづくりロゴマーク

### ヒント②

都市農業の日を活用したイベントを起こす

2015年に制定された「都市農業の日（毎年11月2日）」にて、都市農業のPRを各地で同時に多発的に起こすことできな波及効果を生み出せます。



## ▶ 情報の受け手が連携する

### ヒント③

体験型イベントで身をもって知ってもらう

農業を感じることができるイベントに複数の受け手を招待し、収穫体験や炊き出し訓練を楽しんでいただき、参加者同士でも交流の機会を設けることで、受け手が自ら実体験を伴う情報を深く吸収できるようになります。



### ヒント④

第三者がSNSで発信する

情報の受け手がインターネットで自ら情報発信をしたくなるようなキャンペーン的な仕掛けを打ち出すことで、広く情報が拡散されていきます。



第三者のSNS投稿

## 都市農業の魅力を伝えるガイドブック

発行者 ランドブレイン株式会社

〒102-0093 東京都千代田区平河町1-2-10 平河町第一生命ビル7階／☎ 03-3263-3811／toshi-nogyo@landbrains.co.jp  
(このガイドブックは、農林水産省「平成28年度都市農業機能発揮対策事業(効果的な情報発信手法の開発・発信)」で制作されました。)

GUIDEBOOK TO CONVEY  
THE CHARM OF URBAN AGRICULTURE!

まちの畠は役に立つ!  
都市農業の外観の扉

[平成29年3月発行]