

東京都練馬区におけるブルーベリー観光農園の 立地とその現状

Development of blueberry picking gardens as a tourist farm in Nerima Ward, Tokyo

半澤早苗* ・ 杉浦芳夫** ・ 原山道子***
Sanae Hanzawa Yoshio Sugiura Michiko Harayama

摘要

都市部における農地が減少する中で、近年、農地には余暇活動機能が付与されつつある。本研究では、市街化区域に指定されている東京都練馬区に立地するブルーベリー摘み取り園を対象にして、都市内観光農園の存立背景や経営の実態について考察した。営業農家には、都市農業に特徴的な不動産と農業の複合経営がみられる。各摘み取り園の開園理由は、「地域との交流」、「労力削減」等が多い。都市農業においては、近隣の住民が畑に入る機会は少なく、摘み取り園を通して交流の機会を設けることは、近隣住民の都市農業に対する理解を得るための方法である。農園の来園者は、練馬区民を中心に近隣居住者が主である。また、低めの樹高や摘み取り方などの果樹の特性上、幅広い層の来園者が摘み取りを楽しむことができる。この摘み取り園は、遠方に出かけることが多い「観光」より、市民農園・区民農園のような近隣での余暇活動の要素が強く、都市生活に密着した余暇活動機能のひとつとしてとらえることができる。また摘み取り園は、生産緑地として指定された農地に多く存在しており、農地維持の役割も担っている。経営農家は複合経営で成り立っている場合が多いが、個々の農家の事情が異なるからこそ、営業や加工した商品の開発等を産地としてまとまて行なうことが必要となる。個々の農家の枠を越えてまとまることで、営業にも幅を持たせることができ、都市農業に対するより多くの住民理解を得ることが可能になるであろう。

1. はじめに

近年農地が都市域において減少する中で、農地には食糧生産以外の機能が付与されるようになり、都市農業においても成熟期になると農地に余暇活動機能が認められ(鷹取 20000)¹⁾、農地の持つ価値が再評価されるようになってきた。本研究では、都市内観光農園を取り上げ、都市農業のあり方と関連づけてその実態を解明することを試みる。

従来の観光農園の研究は、イチゴやナシの農園を対象としたものが多く⁽¹⁾、研究の対象地域は農村地域や都市から車で2時間程度の日帰り圏のものが殆どで、日帰り圏のより内側、とくに市街化区域内での農園を取り上げたものは少ない。また本研究で取り上げるブルーベリーは、日本国内では1990年代から生産が盛んになった果実であるため、栽培方法に関する書籍が発行され、個々のブルーベリー農園の特集記事が「現代農業」、「果実日本」等の雑誌に掲載されているものの、来園者の実態や経営農家までを対象とした研究はまだ行なわれていない。

そこで本研究では、全域が市街化区域に指定されている東京都練馬区に立地するブルーベリー摘み取り園を対象にして、都市農業としての都市内観光農園の存立背景や経営の実態について考察する。摘み取り園実施農家へは聞き取り調査とアンケート調査を行ない、

* 三井不動産住宅リース株式会社
〒163-0405 東京都新宿区西新宿 2-1-1 新宿三井ビル

e-mail: s-hanzawa@mitsui-chintai.co.jp

** 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 地理環境科学域
教授

〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1

e-mail: sugiura-yoshio@c.metro-u.ac.jp

*** 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 地理環境科学域
助教

e-mail: harayama@comp.metro-u.ac.jp

開園動機や営業の実態、農家経営における摘み取り園の位置づけについて検討する。また、摘み取り園の来園者にもアンケート調査を行ない、来園者の実態を解明する。そして最後に、市街化区域内における都市農業としてのブルーベリー観光農園の在り方について考察する。

II. 研究対象地域の概要とブルーベリー栽培の動向

2.1 練馬区の農業・農家の特徴

研究対象とする東京都練馬区に展開するブルーベリー摘み取り園⁽²⁾は、2007年に8園、2008年にはさらに8園が営業を開始し、2008年時点では16園が営業している(図1)。植え付けなどの開園準備を行なう農家も存在し、今後も開園農家が増えることが見込まれる。摘み取り園が位置する東京都練馬区は東京23区の北西部に位置し、全域が市街化区域に指定されている。練馬区の農地面積は2005年現在232.5haと23区内で最も広い⁽³⁾。1955年以降、練馬区の人口・世帯数は増加傾向をたどり、2008年には人口70万人を突破するなど市街化が進む地域でもある。一方、農地面積、農家数はともに減少傾向をたどり、2005年時点の練馬の農家数は372戸である(専業農家122戸、兼業農家250戸)。栽培作物は露地野菜が中心であり、とくにキャベツの栽培量は東京都第1位を誇っている。果樹の栽培は少なく、ブドウ、柿、キウイ、梅などが栽培されているものの、それらの観光農園は殆ど存在していない。また農家数の減少に伴い、個々の農家の経営耕地面積も小さくなっており、0.5ha以上の経営耕地面積の農家はとくに減少が顕著である。2005年には、経営耕地面積1.5ha以上の農家は4%となっている。

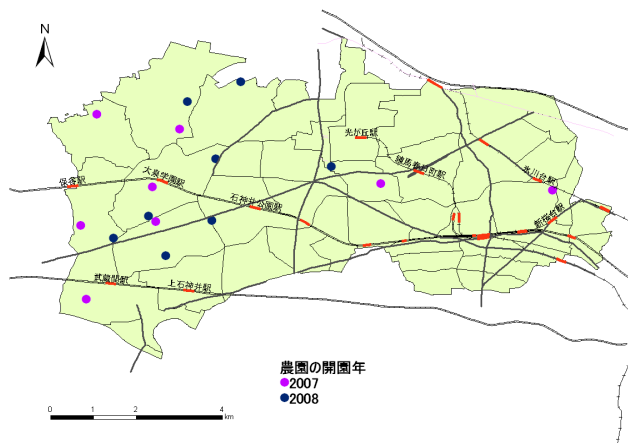


図1 練馬区ブルーベリー摘み取り園の分布
 (『練馬区報』平成19年7月11日号、平成20年7月1日号より作成)

2005年の「東京都農林業センサス」によると、練馬区の観光農園の数は4園で、決して多いとはいえないが、東京23区内では世田谷区の11園、板橋区の6園に次いで三番目の数である。その後開園したブルーベリー摘み取り農園を加えると、23区で一番の数になる。練馬区には観光農園以外の農業と関係した余暇活動機能も多く存在する。住民が自分たちで農作業を楽しむことができる区民農園・市民農園⁽⁴⁾がそれぞれ23農園・6農園、住民が農家に農作業を教えてもらいながら楽しむことができる農業体験農園が13園存在しており、農業体験を楽しむ区民も増えている。また、区内には農業公園も2園存在し、稲刈りや野菜作りなどを楽しむことができる。さらに、区内には生産者と消費者を直接結ぶ直売所が多く点在し、直売所マップ(練馬区産業地域振興部2006)⁽⁵⁾も作製されている。直売所は、JA東京の直売センター等に出荷している場合と、農家ごとに自宅前などで直売を行なう場合がある。自宅前も、簡易棚が設けられての販売や、コインロッカー一式での販売等、形式はさまざまである。

2.2 日本におけるブルーベリー栽培の動向

ブルーベリーの栽培は1916年に、アメリカのニュージャージー州において始まったとされる(石川・小池2006)⁽⁵⁾。日本に初めてブルーベリーが導入されたのは35年後の1951年であり、アメリカ・マサチューセッツ農業試験場より国立北海道農業試験場に導入されている。その後は、調査研究が続けられたものの、経済栽培にはなかなか至らなかった。1980年代には、水田転作や中山間地域向けの推奨作物としてブルーベリー栽培が広まるものの、ブルーベリーは日本に馴染みがない果樹であり、本格的に栽培が始まった1980年代後半でも加工品は売れ残る状況であった。1990年代半ば以降は、ブルーベリーが「眼に良い」、「生活習慣病の予防効果がある」という認識が広まり、消費者の健康志向の高まりとともに需要が拡大する。1980年初頭に10数トンだった生産量も1990年代に入ると400数十トンへと急増し、市場出荷も増加した。また1994年には日本ブルーベリー協会が設立され、シンポジウムなどが開催されている。こういったイベントがマスコミによって紹介され、ブルーベリーの効果についてよく報じられるようになったことも需要拡大につながっていった。

東京都では、1964年に東京農工大学での試験栽培としてブルーベリーが導入されている。1968年には小平

市の島村氏が日本初のブルーベリー園といわれる島村園(面積 7a)を開園し、経済栽培が始まった。栽培面積が、統計書に掲載される面積最低基準の 1ha を超えるのは、経済栽培が始まってからほぼ 8 年後の 1976 年であった。東京都の 1997 年の栽培状況は農家戸数 27 戸、栽培面積 402a であったが、2000 年には農家戸数 70 戸、栽培面積 882a と、戸数・面積ともに増加している。経済栽培に関しては、ブルーベリーのみ果樹経営は少なく、直売・摘み取りなどが多いとされている。摘み取りや直売が、食の安全・健康志向などの理由で消費者に受け入れられるようになってから、とくにブルーベリー農園の普及は進んだ。

東京都内では、日野市、八王子市等にもブルーベリー農園が立地している。東京都に立地するブルーベリー農園は、①摘み取りや、小売店への契約出荷を主体とし、独自の企業的な発想のもとに経営を展開している基幹作物型、②果樹・野菜・植木経営を基礎に、経営拡大や一部経営転換にブルーベリーを栽培する補完作物型、③基幹作物型生産者に刺激を受けた周辺の複数農家が補完作物型で加わり、産地を形成し取り組んでいる営農集団型に分類される。営農集団型では JA や自治体などが積極的に協力している例もあり、JA あおばブルーベリー研究会の他にも、日野市ブルーベリー組合、日ノ出町ブルーベリー生産振興組合、八王子市恩方ブルーベリーの里、東村山ブルーベリー研究会等があげられる。これらの近隣産地では、地域の菓子屋や酒屋と提携したオリジナル商品の開発も行なっている。また、地元産ブルーベリーを利用した発泡酒やアイスクリームなどを販売し、摘み取り以外でも味わうことができるようになってきている。ブルーベリー栽培発祥の地とされる小平市では、市役所の食堂でブルーベリーを炊き込んだご飯も味わうことができる。食品販売以外にも、地域住民を招待して摘み取りを体験してもらう交流会やお祭り等も行なっており、繰り返しの来園者(リピーター)を招くための工夫がなされている。

2.3 練馬区におけるブルーベリー摘み取り園の展開

練馬区では 2007・2008 年にそれぞれ 8 園の農園が開園し、2008 年には 16 園の摘み取り園が営業を行なっている。練馬区は元々ブルーベリー産地であったわけではなく、摘み取り園の展開は練馬区の農家によってブルーベリー研究会が発足したことによっている。ブルーベリー研究会は、練馬区南大泉地区で農業を営な

む高橋正悦氏⁽⁶⁾の「お客さまに畑に入ってもらって、楽しんでもらえるような農園を作りたい」との思いから、板橋・練馬区にまたがる JA 東京あおば内に 2002 年に発足した。とりわけ、観光農園は来園者が摘み取りを行なうため、通常の野菜栽培に比べると収穫の手間を省くことができる。高橋氏は、省力化のことも念頭に置きつつ、それ以上に地域の人々と交流できるような農業をしたいと考えている。地域の人々に畑に入ってもらうために、「ほうれん草の区分売り」や「じゃがいも堀り」も考えたが、結局は小さな子供からお年寄りまで汚れず簡単に摘み取りができるブルーベリー農園の開園を選んだとのことであった。「だいたい初めの方が上の方を摘んでいくので下の方が狙い目だったり、子どもは視線が低いから、大人が見逃した所を見つけるんです」と高橋氏が言うように、果樹の性質上、ブルーベリーは摘み取りに適しているといえよう。他県の産地である軽井沢や茨城に行かなくても、近場でのレジャーとして気軽に親しんでもらえればとの思いがある。またブルーベリーは殆ど農薬を使わずに栽培できるため、安心して摘み取ってもらえるとの利点もある。ブルーベリー研究会も、「個人ではなくて、みんなでやった方がいいだろう」との考えから設立されており、徐々に人数も増えている。2002 年の設立当初は会員 3 名であったが、6 年後の 2008 年には会員数は 28 名となっている。すでに営業を始めた 16 園以外にも、植え付け等の準備をする会員がいる。

研究会の活動としては、日野市や三鷹市のブルーベリー農園への視察等が行なわれている。また、「ブルーベリー研究会」と書かれた共通のデザインの看板(付録写真 1)や、農園に置くベンチ(付録写真 2)等も研究会の話し合いで出されたアイデアを基に作られている。この看板に書かれている「かじゅあるファーム」という言葉は、「果樹」にかけて考案されたとのことである。高橋氏は現在の「ベリーガーデン 1」に加え、2009 年に現在の 1.5 倍の面積である「ベリーガーデン 2」を開園する予定である。2009 年の開園予定の園には、収穫期が 1 ヶ月早くなるハイブッシュ系のブルーベリー 480 本が含まれている。現在開園している園にはラビットアイ系が植えられており、収穫期がずれるので、両園合わせてより長い期間の開園が可能となる。

また摘み取り園営業のために、練馬区都市農業係⁽⁷⁾が支援を行なっている。初年度には全園共通の看板やのぼりの設置・配付を行ない、2 年目である 2008 年にはブルーベリー観光農園のリーフレットも作成している(付録写真 3)。このリーフレットは全 12 ページで

あり、各農園の営業日や地図が掲載されている。また、農園主からのメッセージと農園や園主の写真がそれぞれ掲載されている(付録写真4)。これらのメッセージには、立地や併設のレストラン紹介、品種へのこだわり、エコファーマー認定、こだわりの肥料、同時に販売されている野菜、園主のホームページ等、さまざまなこだわりやPRが記載されている。このメッセージを参考に、来園者が行きたい農園を選択できるような構成になっているのである。なお、このリーフレットは練馬区観光案内所をはじめとする区内の公共施設で配布されている。さらに区民向けには、摘み取りシーズンの始まる7月上旬の練馬区報でPRされている。また、リーフレットにも描かれるオリジナルキャラクターも考案されており、持ち帰り用のブルーベリーパックに貼るための共通のシールが各農園に配布され(付録写真5)、ブルーベリーにひっかかたと思われるくま(ブルーベアー)のキャラクターのシールは、子どもたちに好評である。

練馬区によるハード面の支援としては、摘み取り園の施設への初期投資に対する助成があげられる。ブルーベリーは比較的手間のかからない果樹ではあるが、乾燥に弱いために灌水チューブの設置が必要である(付録写真6)。また、実が鳥に食べられてしまうのを防ぐために、開花から摘み取り終了までは農園に鳥よけのネットを張る必要もある(付録写真7)。これらの助成のために、練馬区では練馬区都市型農業経営支援事業として2007・2008年度予算に330万円を計上した。また、東京都の魅力ある都市農業育成対策事業の助成も利用が可能となっている。ハード面の助成を利用しな

い農家もあるが、全園が区の農園として見られるため、前記のような冊子によるPRや共通デザインの看板等のソフト面整備は統一して行なっている。助成のための面積や本数等の基準はとくに定められていないが、長く営業して欲しいとの思いから全園が生産緑地内農地にある。また、2005年の練馬区観光事業プランの中で「農」の活用が提案されており、秋のイモ掘りイベント、練馬大根収穫などの行事とともに、「掘り採り観光」の推進のひとつとしてブルーベリー農園があげられている(練馬区産業経済商工観光課2005)¹⁸⁾。キャベツなどの野菜も対象として検討すると記載されているが、実現はしていない。なお、現在ブルーベリー以外の区内の果樹園は市場出荷用のみの栽培となっている。

Ⅲ. ブルーベリー摘み取り園経営農家の概要

3.1 摘み取り園実施農家の特徴

摘み取り園を経営する農家の実態を把握するため、2008年10～11月に郵送によるアンケート調査を実施し、16戸のうち10戸の農家から回答を得た。摘み取り園経営農家は、専業農家1戸、第一種兼業農家(農業が主)4戸、第二種兼業農家(農業は従)5戸となっており、兼業農家の占める割合が極めて高い(表1)。経営耕地面積は15～700aとばらつきがあり、100aを超える農家は3戸である。また、農業収入のうち摘み取り園の収入が占める割合は、8戸が30%以下となっており、摘み取り園のみで農業経営を行なう農家は少ない。また、経営耕地面積のうちブルーベリー園が占める割合も、最大で45%となっている。農業収入のうちブルー

表1 摘み取り園経営農家の取り組み事業

農園	種別*	世帯人数	経営耕地面積(a)	ブルーベリー割合(農業収入・面積)		農業関連事業への取り組み							その他事業		
				収入(%)	面積(%)	出荷	学校給食	直売所	市民農園 区民農園	体験農園	区事業	その他	不動産	駐車場	その他
①	2種	7	20	30	25	×	×	×	○	×	○	×	○	○	×
②	2種	2	40	100	45	×	×	×	×	×	×	×	○	○	×
③	1種	3	55	10	18	×	×	○	×	×	×	×	○	○	×
④	1種	5	200	20	11	○	×	○	×	×	○	○	×	×	×
⑤	2種	2	58	30	17	×	○	○	×	×	×	○	○	○	○
⑥	2種	7	15	30	33	×	×	○	×	×	×	×	○	○	×
⑦	専	7	130	7	15	×	○	○	×	○	○	○	×	×	×
⑧	2種	2	700	10	1	×	×	×	×	○	×	○	○	×	○
⑨	1種	4	80	60	33	×	×	○	×	×	×	×	○	○	×
⑩	1種	2	30	10	33	○	×	○	×	×	○	×	○	○	×

*: 専は専業農家、1種は第一種兼業農家、2種は第二種兼業農家(表2・3も同様)。
出典: 農園アンケートより作成。

ベリーによるものが100%の農家でも面積の割合は45%というように、収入と面積との間に乖離がある場合は、自給的栽培を行なっているとみることができる。

市場への出荷、学校給食への提供はそれぞれ2戸ずつと少なく、直売所への出荷が7戸と多い。直売所は新鮮な野菜を消費者に直接提供できる手軽な手段であり、練馬区内では比較的主流な販売手段といえる。直売所では近隣の住民が安心して作物を購入することができ、地産地消も実現できる。さらに、市民農園・農業体験農園に3戸の農家取り組んでいる。市民農園・区民農園は、借主とは直接関わらないものの、農とふれあう場を提供する事業である。そして農業体験農園は、農業体験を通して農家と消費者が接することのできる貴重な事業である。直売所、市民農園・区民農園、農業体験農園の三つの事業は、都市農業特有の特徴を備えており、消費者や住民から農業に対する理解を得るためにも貴重な手段である。また、不動産や駐車場経営は8戸の農家が行なっており、割合的には大きい。都市農業に特徴的な不動産と農業の複合経営がここでもみられる。

摘み取り園の開園は毎日ではないため、集客の見込める土日の営業が多くなっている(表2)。営業の際のスタッフは、家族による農園が多いものの、家族以外のスタッフや農業ボランティアにより営業されている農園もある。また、現在は五つの農園が直売所にもブルーベリーを出している。これは、JAの直売所に出す場合と、自宅の直売所に出す場合がある。今後の農園の運営に関しては、4園が規模拡大を決めており、準備を進めている。摘み取りのみでなく、加工品の販売を考える農園もある。前記の高橋氏夫妻は、摘み取り園が通常の畑より汚れにくいことや、摘み取りだけでな

くジュースやジャムを販売することで、農家へ嫁いだ女性にも意欲的に農業に取り組んでもらえるきっかけになればと考えている。ただし、加工を行ない、農園内でジュースや菓子を販売する場合、喫茶店経営と同じように食品営業許可が必要となる。摘み取り園以外にも出荷用作物を作ったり、自営業など他の事業も行なっている場合には負担が大きくなると考えられる。

3.2 開園動機と経営動向

ブルーベリー研究会会長の高橋氏が開園するに至った理由には、地域と交流したいとの思いがある。四つの農園で行なった聞き取り調査では、地域交流に加えて農作業の省力化の役割が見えてくる。大泉学園町で摘み取り園を営む加藤昭夫氏⁽⁸⁾は、高橋氏の古くからの友人である。加藤氏は自宅周りの畑で芝を栽培していたが、農業に割ける人手が少なくなってしまった時期に、高橋氏から研究会への誘いを受けている。摘み取り園は剪定さえきちんとしておけば来園者が摘み取ってくれるため、少ない労力で農業を続けられると考え、ブルーベリーへの転換を決めたという。加藤氏の農園も規模拡大に向けて準備を進めている最中であり、全て収穫できるようになればブルーベリー約500本の摘み取り園が開園することになる。加藤氏の農園は、予約による人数制限を行ない、ゆったりと摘み取りを楽しむことができる。非常に美味しいと評判で、口コミで伝え聞いての来園者も見られる。

練馬区東部の桜台で農園を営む浅見喜代司氏⁽⁹⁾も省力化のために摘み取り園への転換を決めている。元々は代々続く花卉栽培農家であり、摘み取り園の前作もハボタンである。東京オリンピックの際には会場に飾る花を提供する等、とても品質の良い花卉を栽培

表2 摘み取り園の営業概要

農園	種別	助成	面積 (a)	本数	営業日 (曜日)	スタッフ数 (構成)*	拡大予定	現在	今後	営業日数	来園者
①	2種	区	5	83	日	2(家)	なし	摘み取り	摘み取り	10	200
②	2種	区	18	250	不明	2(家)	検討中	摘み取り	摘み取り	10	450
③	1種	区・都	10	200	水・土・日	2(ボ)	なし	摘み取り	摘み取り	週2・3	150
④	1種	区・都	22	270	土・日	6(家, ス, ボ)	50a, 430本	摘み取り・直売	摘み取り・直売・加工	14	1,800
⑤	2種	区・都	10	194	土・日	不明(家など)	なし	摘み取り・直売	摘み取り・直売	35	600
⑥	2種	なし	5	60	土	3(家)	なし	摘み取り・直売	摘み取り・直売	5	76
⑦	専	区・都	20	330	金・土・日	2(家)	5a, 40本移動	摘み取り・直売	摘み取り・直売	16	900
⑧	2種	なし	7	150	金	2(常ス, ボ)	20a, 300本, 5年後	摘み取り	摘み取り	30	500
⑨	1種	区	26	350	水・金・日	3(家, ス)	6a, 150本, H21.7	摘み取り・直売	摘み取り・直売	40	1,350
⑩	1種	区	10	150	土・日	2(家)	なし	摘み取り	摘み取り	?	?

*: 家は家族、ボはボランティア、スはスタッフ、常スは常勤スタッフ。

出典: 農園アンケートより作成。

表3 摘み取り園の前作と開園動機、転作の際の変化

農園	種別	前作	前作との変化	研究会への入会動機・摘み取り園開園理由など
①	2種	つつじ	根を取り除く	つつじの苗木が入荷しなくなったため。生産緑地であるため。野菜を市場出荷するのは大変である。
②	2種	市民農園	砂利など	会社を退職し、農業経営は初心者であるため、ブルーベリーを選択した。ゼロから始めることができると思ったので。
③	1種	芝	収益増	栽培の相互技術向上のために研究会へ入会。新しいスタイルの農業として受け取っていたので選択。手入れが簡単で労力が少なく良い。
④	1種	芝・野菜	芝は収入なし	消費者との交流がしたかったから。
⑤	2種	キャベツ	土壌改良	生産緑地保全のため。地域消費者との交流。農業を継続するために、地域の消費者との交流を図る必要がある。野菜にとらわれず果樹の導入を図り、地場産野菜・果樹を農業の振興の一役とし、地域住民とのふれあいを尊重する複合経営のため。
⑥	2種	栗	栗の木の代わり	以前より栽培していたので研究会へ入会。摘み取りが大変だったので、グッドタイミングだった。両親が農業をしていたが高齢になり、どうしようかと思っていたが、ブルーベリーは手がかからないため選ぶ。自営で農業はしていなかったが、農地は残したかった。他に不動産を持っていたので十分と思った。
⑦	専	キャベツ	土壌改良 (pH調整)	これからは、「かじゅあるファーム」の時代と思った。生産緑地だから。
⑧	2種	大根	とくになし	新しい果樹に対する興味があった。以前より果樹栽培をしていたから。
⑨	1種	芝・野菜	土壌改良・収益増	ブルーベリーは消毒をしなくてよい農産物なので。お客さんに直接完熟したフルーツを提供したら、喜んでもらえるのではないかと思った。他の作物より手がかからない。
⑩	1種	ハボタン	土壌改良・収益減	高齢になり、元気であっても体力がおとろえるため、土壌改良や植え付けをすれば労力や体力をあまり使わないで農業を続けることができるブルーベリーを選択。高齢でも続けることができる。

出典：農園アンケートより作成。

し、さまざまな賞も受賞している。非常に高品質な花作りを行なっているため、引き続き花卉を栽培する方が収入は見込めたはずである。しかし、高齢化に伴い花卉栽培のみを続けるのは負担が大きすぎるとの理由から、一部農地のブルーベリーへの転換を決意した。浅見氏は自宅の庭にもブルーベリーを植えているが、プライベートな空間であるため、摘み取りで開放するかどうかは未定である。現在、庭のブルーベリーは、摘み取り園から徒歩1分のところにあるJA あおば・ふれあいの里の農産物販売コーナーに出している。こちらは100g250円で約60パック出荷しているが、収穫やパック詰めを行なわなければならないために、手間がかかる作業となっている。

摘み取り園の前作や開園動機は農園によりさまざまである(表3)。前作は芝と野菜が多く、芝の場合はブルーベリーに転換することにより収益が増えているとの声がある。聞き取り調査を行なった4園のうち、高橋ベリーガーデン1、加藤農園、関口農園(練馬区東大泉町)⁽¹⁰⁾の前作は芝であり、畑の一部に芝の名残を確認できる。また前作でキャベツやハボタンを栽培している場合、土壌の酸性度がブルーベリーに適しておらず、土壌改良に苦労することが多い。例えば、浅見農園は、前作のハボタンを栽培していた際は畑の土がアルカリ性であったため、一部の木に生長が少し遅いものも見られる。このうち関口農園は、2008年開園であるためにまだ木が小さいが、これから木が生長し収穫量もやがて増えると考えられる。また、市民農園から

の転換も1戸あり、その農家では退職に伴い農業を始めるので、ゼロから始められると思ってブルーベリーを選択している。市民農園時には砂利を入れていたが、ブルーベリー栽培のための大規模な土壌整備に費用・労力がかかっている。畑の土壌は苗の生育に大きく影響するため、このように土壌整備には費用・労力がかかっている場合が多い。

研究会への入会理由や開園の動機については、消費者・地域の住民との交流、高齢化等に伴う農作業の省力化、新しい果樹への興味などがあげられている。研究会会長の高橋氏は消費者交流を動機に掲げており、その方針や省力化できる栽培方法に共感して会員が増えているといえる。また、農地が生産緑地であることも理由のひとつとなっている。「生産緑地として登録しているため、不動産経営等への転換は考えなかった」という意見や、「他に不動産も持っており収入的には十分である」という意見もある。家庭の環境が変化した場合や高齢になった場合に従来通りの農業を続けることは難しいが、形を変えることで他の仕事ともうまく兼ね合いをはかりながら続けることができる。その一例として、練馬区ではブルーベリー摘み取り園への転換が広まったと考えられる。

開園してからの変化や感想については、良い点として来園者に好評であることがあげられている(表4)。農家は、来園者に美味しいと喜んでもらえること、予想以上の来園者があったこと等で、生産者としての喜びややりがいを感じることができている。また、労力

が少なく汚れない点、収入が増えた点も良い点としてあげられる。来園者に摘み取り体験してもらうだけでなく、他の生産野菜も販売できたという意見もあり、ブルーベリー園をきっかけに他の作物まで販売し、味わってもらえることができるようになった農家もある。摘み取り園実施農家では、野菜を中心とした他の作物も栽培している農家が殆どであるために、野菜も販売できれば利益が増えるのである(表5)。

一方、営業の難しい点としては、予約の難しさがあげられている。実がどのくらいの量収穫できるか、いつから収穫できるか、という判断が難しいことも理由のひとつである。とくに開園から1・2シーズン目の営業であるために、予約人数や日時等はまだ手探りの状態であり、適切な判断が求められている。「電話で予約

を受付けていたところ、問い合わせが多すぎて断らなければならず心苦しい」、「文句を言われる」等の意見も聞かれる。従来は自分のペースで行っていた農業が、消費者と直接接する場ができることにより相手に合わせた商売へと変化している。交流ができ、喜びを感じることができる反面、経営の姿勢も従来とは異なるものが求められており、調整が難しくなっているのである。

IV. 営業状況と来園者特性

4.1 営業の概要

摘み取り園の営業は、7月上旬～9月上旬の約2ヶ月間に行なわれている。しかし、栽培品種の違い等によ

表4 摘み取り園を開園しての良い点・悪い点

農園	開園してみて良かったこと、苦労したこと
①	一般畑に比べ労力が少ない。また、仕事がきれいで汚れないし女性にもできる。子どもが多いと園内を走り回り実が落ちる。実が何キロくらい収穫でき、お客がどれくらい買うか分からない。
②	来園者から非常に美味しいと喜んでもらうことは、生産者としての喜び。植え付け当初、70本ほど苗が枯れるなど、土質改善に苦労。
③	予想以上の来園者に好評。摘み取り予約が難しい。来園人数が少なくても多くても困るし、適切な判断が望まれる。
④	消費者に喜んでいただいているようだ。
⑤	近場に楽しめる摘み取り園があつて良かったという声が多かった。料金も十分お客様に理解していただけたと思う。試食を禁止していたので、最初に味見のブルーベリーを摘んで確かめてもらったのは好評。予約人数の調整が難しい。
⑥	皆さんで喜んでくれる。子どもが面白がっている。自分のペースで行っていた農業でしたが、相手に合わせなければいけないのはツライ。開園時期(日時)と閉園が難しい。
⑦	労力が省けて、収入が増えた。他の野菜も同時に販売することができた。
⑧	まだわからない。
⑨	未記入。
⑩	来園者が喜んでくれ、やりがいを感じた。労力の軽減になった。電話での問い合わせが多すぎ、断るのが大変だった。

出典：農園アンケートより作成。

表5 摘み取り園実施農家の栽培農作物

農園	ブルーベリー以外の農作物
①	ジャガイモ、サツマイモ、大根、キャベツ、ブロッコリー
②	自給生産のみ(大根、ニンジン、ジャガイモ、キュウリ、ナス、トマト、トウモロコシ、里芋、ブロッコリー)
③	トマト、キュウリ、ナス、ネギ、ジャガイモ、大根、白菜、切り花
④	キャベツ、ブロッコリー、大根、ホウレン草、ジャガイモ、トウモロコシ、ネギ
⑤	軟弱野菜等、大根、トマト、キュウリ、ナス、根菜類、枝豆、インゲン
⑥	栗、ジャガイモ、キュウリ、トマト、ナス、サツマイモ
⑦	野菜30種
⑧	大根、トマト、サンチュ、ネギ、ナス、キュウリ
⑨	トマト、イチゴ、ホウレン草、大根、ネギ、ブロッコリー
⑩	パンジー、ピオラ、ジュリアン、ベチュニア、マリーゴールド、ナデシコ、ハボタン、コスモス、クロッカス

出典：農園アンケートより作成。

ってブルーベリーの収穫時期が異なるため、農園ごとに営業期間は異なる。また、営業日は集客しやすい土日開園が多いものの、平日に営業をする摘み取り園もあり、開園の曜日にはばらつきがある(表2参照)。各摘み取り園の営業は、当日受付・予約制の2種類に分けられる。16園のうち12園が予約制、残りの4園が当日受付で営業を行なっている。予約制の農園は主に電話受付であり、農園によって受け入れ人数は異なっている。

高橋氏が営む摘み取り園は当日受付の農園であり、連日の盛況ぶりに閉園時間を早めることもある。営業は午前8時半からであるが、盛況で入れないとの理由で7時半頃から並ぶ来園者もいる。来園者は南大泉を中心とする近隣からが殆どであるが、近所の幼稚園に通う子供を連れた親子連れが非常に多く、近隣コミュニティでの口コミの影響が大きいと考えられる。来園者の滞在時間はおよそ一組30分前後である。滞在時間についてはアンケートを行なった他の3園でも同様である。全体の来園者数は高橋氏の農園が最も多く、予約なしで気軽に来園できることが、来園者が多い理由のひとつと考えられる。しかし、来園者アンケートによると、「並ぶのがつらいので予約制にして欲しい」との意見も聞かれる。また、来園者数が多いためにすぐ実がなくなってしまう、幼い子どもが枝葉をちぎるというような問題も起きやすくなっている。

浅見氏、加藤氏、関口氏の摘み取り園は予約制であり、基本的には当日受付での営業は行なっていない。予約制の場合は、人数が制限される分ゆったりと摘み取りを楽しむことができ、現地で並ぶ必要がないのが利点である。しかし、人気が出ると予約がとりづらくなり、希望の日時に摘み取りができない、摘み取りを諦めるといった状況も生じてくる。とくに、開園したばかりで木が小さい場合や、摘み取り園の面積が狭く、ブルーベリーの本数が少ない場合は、収穫量が多くないために当日受付にできないといった事情もある。より沢山のの人に楽しんでもらおうとすると、調整が難しくなるからである。摘み取り園がある程度の規模になるまでは、当日受付にしたいくても予約制をとらざるを得ない場合もあるのである。

来園者人数と営業時間の関係から、農園を全部開放しない例もある。大泉町にある白石農園は、金・土・日の営業を行なっている⁽¹¹⁾。予約制ではあるものの、当日受付も受け入れるために多くの人を訪れる。連日の営業に対応するために、農園の中央をロープで仕切

り、左右で曜日を分けて営業している。ブルーベリーは、一度摘み取ると次の実を収穫するまで4~7日かかることがその理由である。摘み取りに行ったのに、実がなくては営業に支障がでてしまう。高橋氏の農園についても同様である。他の予約制3園については、農園全体を開放して営業を行なっている。一人当たりの摘み取り量に制限を設ける農園もある。実がすべて売れてしまえば収入は保証されるが、できるだけ沢山の来園者に摘み取りを楽しんでもらえるような配慮がなされているのである。

また摘み取り以外でも、生産者と消費者の交流が可能となっている。白石農園では、摘み取りと同時に採りたての野菜の直売も行なっている。農園の受付横には採りたての野菜が並べられていて、ブルーベリーの摘み取りだけでなく、旬の野菜を消費者に直接届けることもしている。また関口農園の営業では、暑い日に冷えた麦茶を用意するなどの配慮もされている。一日の来園者は20人程度と少ないが、お茶を飲みながらスタッフとお喋りをしていく人もいて、小規模の農園であるからこそその交流をすることも可能となっている。営業のスタイルや農園の規模はさまざまであるが、農園ごとに異なる特徴があり、それを楽しむことができるのである。

4.2 来園範囲と来園理由

2008年7・8月に、摘み取り園4園で来園者を対象としたアンケート調査⁽¹²⁾を実施し、98グループ、233人から回答を得た。アンケート内容は、年齢、来園者

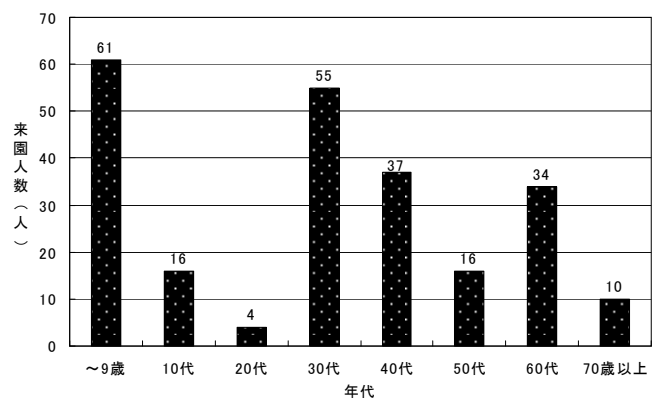


図2 摘み取り園来園者の年齢分布(来園者アンケートより作成)
グループ、居住地、来園方法などである。年代別の来園人数は、10歳未満・30代・40代・60代の順に多い(図2)。また、98グループ中65グループが家族での来園であり、前述の来園者年齢からみて10歳未満の子がいる親子連れでの来園が多くなっている。また60代の来

園者は、友人同士での来園はもちろん、子や孫と連れ立っての来園もみられる。来園者の居住地は、84%が練馬区内であり、近隣からの来園者の割合が非常に多い。区外からの来園であっても、西東京市や板橋区など隣接市区に居住している場合が殆どである。区境に近い農園の場合は、隣接区からの来園でも区内と同程度の時間で来園が可能である。また、徒歩(32%)や自転車(44%)を利用しての来園者が非常に多く、居住地の近さが現われている。農園によっては、所有駐車場や自宅の庭を駐車スペースとして開放している場合があり、そのような農園へは、自家用車で来園するグループ(11%)もみられる。

各農園の来園者居住地分布を練馬区内について町別に図示してみると、区内からの来園者でも、より摘み取り園に近い地区に居住している人が多いことがわか

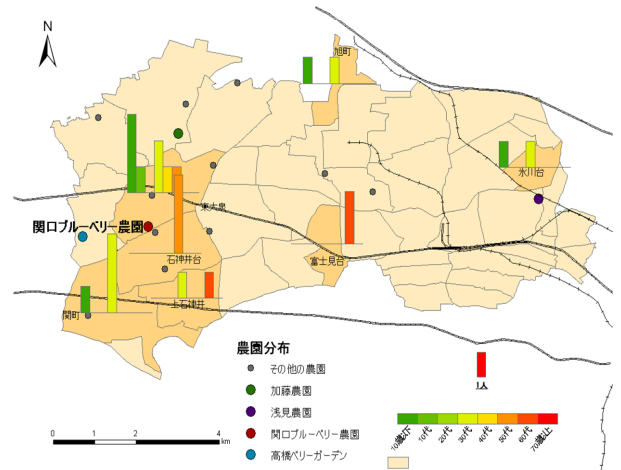


図5 関口農園 区内来園者の居住地分布(来園者アンケートより作成)

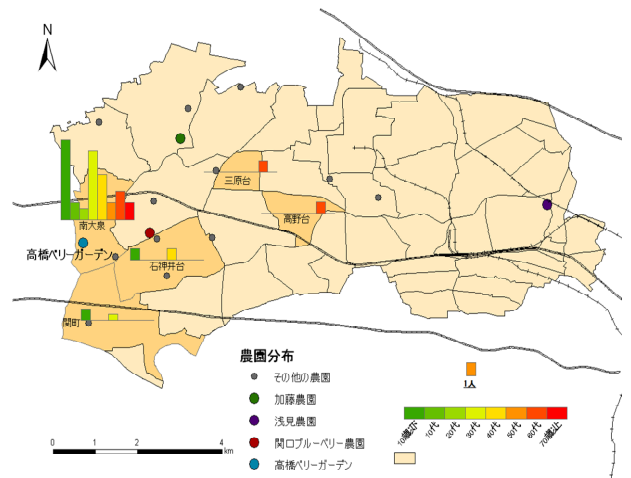


図6 高橋農園 区内来園者の居住地分布(来園者アンケートより作成)

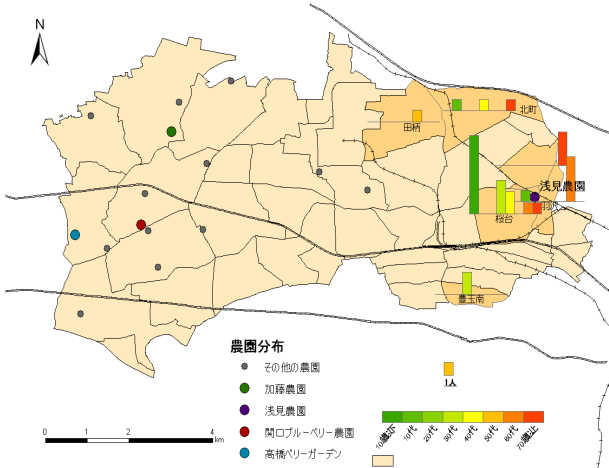


図3 浅見農園 区内来園者の居住地分布(来園者アンケートより作成)

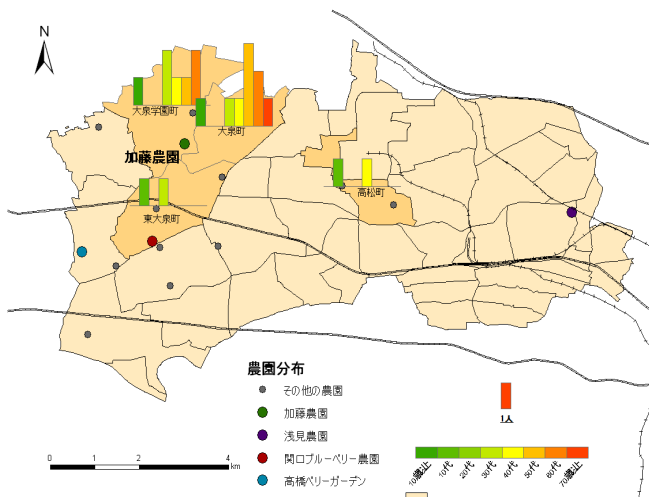


図4 加藤農園 区内来園者の居住地分布(来園者アンケートより作成)

る(図3~6)。練馬区の摘み取り園は、まだ開園から2年足らずということもあり、広報活動の面では課題が残っている。現在の広報活動は、練馬区報への案内掲載、地域無料情報誌への掲載、練馬区のホームページへの掲載など、練馬区を中心としたものとなっている。また新聞(2008年7月17日付「日本経済新聞」)にとりあげられたことで、江戸川区や港区といった地域からもわずかではあるが来園者がみられた。実際の来園者は、練馬区報を見た人や直接農園の看板を見た人が多数を占め、摘み取り園は地域密着型の農園として機能しているといえる(図7)。2007年の来園者は、8園で延べ2,860人ほどであった。2008年は農園数が倍になったこともあり6,000人が目標であったが、9園のみでも6,026人が来園しており、目標を大きく上回っている(表2参照)。しかし、今後練馬区以外の近隣地域にも目を向けて来園者を獲得していくには、練馬区外での広報活動も重要となる。同時に、来園者が多くなった場合でも対応できるよう、営業日や予約方法を含めた農園全体の運営整備が必要となるであろう。

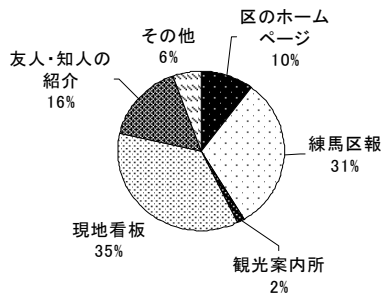


図7 摘み取り園を知った場所 (来園者アンケート(N=98)より作成)

4.3 評価と意見

摘み取り園への来園理由は、「ブルーベリーが好き」、「摘み取りを体験してみたい」という回答がそれぞれ回答者数の65%前後と多くなっている(図8)。「近所だから」という回答も半数近くあり、近隣からの来園が多いことがうかがえる。この設問は複数回答であったにもかかわらず、これらの回答に比べて「新鮮だから」は38%と低めの結果となっている。近隣からの来園が多く、果実の持ち帰り時間も非常に短いはずだが、新鮮さを意識しての来園者よりも、摘み取りを楽しむこ

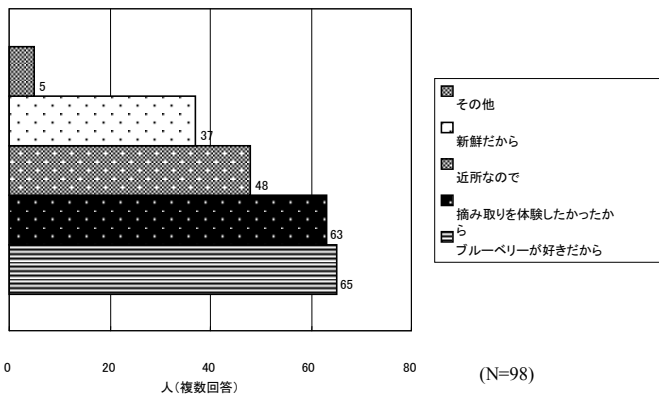


図8 摘み取り園への来園理由 (来園者アンケートより作成)

とを重視する来園者が多いと考えられる。

摘み取り園へは練馬区報や練馬区のホームページを見て来園した人が多いが、新聞を見てきたグループも存在する。新聞を見ての来園者はいずれも区外からの来園であるが、23区内からの来園であるために、片道電車で1時間程度で来園可能である。来園者は新聞を見た上でホームページをチェックし、予約制やトイレがあることを基準に摘み取りに来る農園を選択している。予約制であることで確実に摘み取りができ、トイレがあるということで安心して摘み取りを楽しめたという意見があった。ホームページや摘み取り園リーフ

レットには、連絡先以外に、トイレ・駐車場・ベンチの有無も記載されており、来園者が安心して来ることができるになっている。また、口コミでの来園者の例として、「小学校のPTAの集まりで評判を聞いて」来園した人もいる。隣町の農園の実がとても美味しいと評判であったという。区報以外にも、地域情報誌「かっせ」で摘み取り園が特集されており、それを介して評判が広がっている。

地域に根ざした摘み取り園では、繰り返し来る来園者も多くなっている。来園者の中で初来園者は56%、リピーターは44%とほぼ同程度の割合となっており、2回目の来園者が30%、3回目以上の来園者も14%いる。1シーズン中に何度か来る来園者や、朝から開園している農園では朝食用に摘み取りに来る来園者もいる。しかし、こういった来園者であっても、区内で他の掘り取り観光を体験している人は少ない。区内の他のブルーベリー農園での摘み取りや、芋掘りなどの収穫体験について尋ねたところ、区内での体験率は10%と低い割合になっている。一方、練馬区以外での体験についての質問では、45%の来園者が収穫の経験があった。体験した地域や作物のアンケートへの記入が40件あったが、そのうちブルーベリー摘みを経験したことがあるのは5件と少ない。ブルーベリーが好きで他県まで足を運んでいるという来園者もいたが、練馬区の摘み取り園で初めてブルーベリー摘みを行なったという来園者が大多数である。

摘み取ったブルーベリーの食べ方については、「そのまま食べる」が69%で最も多い。「ジャム作り」は24%、他にはお菓子作りやお酒を造るとの回答もある。来園者にお勧めの食べ方を聞いたところ、「ヨーグルトと一緒に食べる」、「冷凍して保存して食べる」、「冷凍したのち、半解凍(シャーベットのような状態)で食べる」、「ジュースにする」という回答が得られ、沢山摘んだ場合でも美味しく食べる工夫がなされている。

さらに摘み取りの満足度を5段階で評価してもらったところ、回答なし以外はすべて4以上の高評価であった。4点の評価をしたグループからは、「どれが食べ頃かなどをもう少し教えてもらえればうれしい」、「品種などが分かるパンフレットがあると良い」といった意見もあった。

V. 考察

ブルーベリー摘み取り園は「観光」よりも、「市民農

園・区民農園」のような近隣での余暇活動の要素が強い。摘み取り園での滞在時間が30分程度と短いため、自宅との往復を入れても1時間で収まってしまう場合が殆どであり、近所に散歩に行くのと同じような感覚で来園することが可能である。従来の観光農園は、来園者が車や電車などの交通機関を使って、普段の行動圏より遠方に出かけ、もぎ取りや摘み取りを行なうとともに、他の観光施設を巡るといったケースが多かった。市街化区域内の摘み取り園は従来の観光農園とは異なる性格を有しており、都市生活に密着した余暇活動機能のひとつとしてとらえることができる。

ブルーベリーという果樹はあまり日持ちがせず、市場出荷向きではない。そもそも、ブルーベリーの摘み取りはとても手間がかかるものである。その手間を省く、すなわち来園者が収穫を担うために、摘み取り園としての営業にブルーベリーは適していると考えられる。樹高や幅は剪定によって調整することができ、農薬も殆ど使用せずに栽培できる。そして、樹木の特性として低い位置にも枝が広がり実をつけることから、身長の高い幼児でも摘み取りを楽しむことができる果樹である。栽培農家にとっては労力を必要とするブルーベリーの摘み取り作業であるが、その摘み取り以外はさほど労力はいらず、樹木の特性から逆に来園者の年齢層に幅を持たせることもでき、ブルーベリー摘み取り園は幅広い年齢層の来園者にとって気軽な農業体験の場となっている。

ブルーベリー摘み取り園の経営は、通常の生活では畑に入ることがない住民に、近隣の畑に目を向けさせ、余暇を楽しむ機会を提供している点で、都市の中で農家と住民が「農とのふれあい」を伴った交流ができる農業経営のひとつとなっているといえることができる。都市の中で農業を続けていくために不可欠である周辺住民からの理解を得るための手段として、練馬区内ではブルーベリー摘み取り園が機能している。消費者がブルーベリーに求めるのは、まず「安全で、美味しく、しかも“眼に良い”」とされるような機能面や、その上で週末を緑豊かな農園で過ごしたいというものである。摘み取り園はこの要求に基本的に応えるものでなければならない。ブルーベリー摘み取り園では、農薬を使わないという点で摘み取った果樹を安心して口にすることができる。また、野菜作りなどの農作業に比べると、汚れることも少ない。

住民の理解を得た摘み取り園は、農地保全の意味でも大きな役割を担っている。摘み取り園は、生産緑地

として指定された農地に多く存在する。生産緑地に指定された農地は30年間の営農が義務づけられるが、農家の年齢構成や家族の事情により労力不足となり、営農が困難になる場合がある。農家の高齢化が進み、従来通りの営農ができなくなる場合であっても、労力がさほどかからない摘み取り園への転換によって、農地を維持している農家が存在する。また、新しい果樹栽培への興味からブルーベリー摘み取り園を開園する場合もある。練馬区では従来栽培されていなかった果樹であることや、摘み取り園という新しい形態への興味から、新しい農業の形態へ挑戦する農家も現われている。また、近隣住民が農地に入ることで、農家と住民との間に結びつきが生まれることもある。摘み取り以外にも、野菜の販売を行なうことや畑に入ってもらふことで、農業に親しみを感ずってもらうことができる。都市化の圧力の中で農家数は減少傾向にあるが、近隣住民の理解を得ることが今後の営農に大きな助けになると考えられる。これらの理由から、摘み取り園の営業は、農地保全の方法のひとつとしても評価できる。

摘み取り園の営業に関しては、未だ課題が残っているのも事実である。まず、営業方法と農園の規模の兼ね合いが難しいことがあげられる。当日受付と予約制のどちらで営業を行なうかにより、摘み取り園の雰囲気や来園者数は変化する。摘み取り園の規模が大きく収穫量が見込めるのであれば当日受付、そうでなければ予約受付が基本となっているが、今後の規模拡大などに伴い再考が必要となる。また、予約制の場合は、収穫量や天候等と来園人数とのバランスをとることが非常に難しくなっており、様子を見ながら調整しなくてはならない。予約方法は農家への電話が主流であり、自宅の電話番号が公開されている場合が多い。受付時間をきちんと定めなければ、農家のプライベートな時間が失われてしまう。インターネットで受け付けたり、受付専用の窓口を設けることで、受け入れが難しい場合に他の園を紹介することも可能になるであろう。また、これまで自分のペースで行なっていた農業が、摘み取り園になることで来園者に合わせなければならなくなるとの意見を持つ農家もいる。長年やってきた仕事のリズムが、摘み取り園へ転換することにより変化してきているのである。

今後の経営については、摘み取り園の継続のみを希望する農家が多い。しかし、今後も摘み取り園として営業し、リピーター確保や長期間の営業を持続するためには、関連したイベントや地元産果実であることを

生かした広報活動、ジュースや菓子などの商品開発を行なう必要があると考えられる。経営農家は、摘み取り園のみ営業する農家ばかりでなく、出荷や不動産経営等との複合経営で成り立っている場合が多い。摘み取り園は都市農業を維持するために有益な手段であるが、個々の農家の経営事情や農園の規模が異なるために、継続的な開園が難しい部分もある。研究会単位で営業日や品質維持・向上などについて連携を取り合い、補い合うことが必要になる。ひとつの産地としてまとまることで、近隣を越える範囲にまで都市農業への理解を広げることができ、営農の持続が可能となるのではないだろうか。

VI. むすび

本研究では、市街化区域に指定されている東京都練馬区に立地するブルーベリー摘み取り園を対象にして、都市内観光農園の存立背景や経営の実態について考察した。10戸の開園農家へのアンケート調査ならびに来園者へのアンケート調査から、ブルーベリー摘み取り園は「観光」よりも、「市民農園・区民農園」といった近隣での余暇活動の要素が強く、都市生活に密着した余暇活動機能のひとつとしてとらえることができることがわかった。また、果樹の特性から来園者の年齢層に幅を持たせることができ、幅広い年齢層の来園者にとって気軽な農業体験の場となっていることから、摘み取り園の経営は、都市の中で農家と住民が「農とのふれあい」を伴った交流を実現する農業経営ということができる。

しかしながら、摘み取り園の営業方法自体は未だ検討の余地がある。畑を開放することで、従来の農業のペースとは異なった生活となるために、予約方法を工夫する必要や、他の農園との連携が必要となる。経営農家は複合経営で成り立っている場合が多いとはいうものの、個々の農家の事情が異なるからこそ、産地としてまとまることも必要である。個々の農家の枠を越え、ひとつの産地としてまとまることで、営業にも幅を持たせることができ、都市農業に対するより多くの住民理解を得ることが可能になるであろう。

謝 辞

本稿を執筆するに当たり、練馬区都市農業係の皆様、高橋正悦氏、加藤昭夫氏、関口完太郎氏、浅見喜代司氏をはじめとする JA 東京あおばブルーベリー研究会の皆様、格別の

ご配慮をいただきました。記してお礼申し上げます。

補 注

- (1) イチゴの観光農園研究としては、田辺(1985)²⁾、鈴木(1999)³⁾井口ほか(2008)⁴⁾等がある。ナシの観光農園研究としては、山村(1982)⁵⁾、田辺(1988)⁶⁾、河原(1996)⁷⁾、網藤・後(2000)⁸⁾、小池(2002)⁹⁾等がある。また、助重(1990)¹⁰⁾は観光りんご園、林(2007)¹¹⁾は観光サクランボ園を扱っている。
- (2) 練馬区のブルーベリー観光農園の概要については、本橋(2002)¹²⁾、株式会社共同クリエイティブ(2008)¹³⁾、練馬区経済課都市農業係(2008)¹⁴⁾が参考になる。
- (3) 練馬区の農業については、「練馬区の統計」(平成19年度版)によっている。
- (4) 練馬区の場合、区が提供している農園には市民農園と区民農園の別があるが、いずれも区が所有者から借りて整備した農地を区民に有料で貸し出している点で共通であり、本論とは直接関連がないので、区別していない。詳細は区のホームページ (<http://www.city.nerima.tokyo.jp/sangyo/noon/boshu/shimin.html>) を参照されたい。
- (5) この節の記載は、石川・小池(2006)¹⁶⁾によっている。また、日本への導入経過については、日本ブルーベリー協会(2001)¹⁷⁾も参考になる。
- (6) 高橋ベリーガーデン1の高橋正悦氏への聞き取りによる(2008年7月26日)。
- (7) 練馬区都市農業係への聞き取り調査による(2008年6月27日)。
- (8) 加藤農園の加藤昭夫氏への聞き取りによる(2008年8月2日)。
- (9) 浅見農園の浅見喜代司氏への聞き取りによる(2008年8月10日)。
- (10) 関口農園の関口完太郎氏への聞き取りによる(2008年8月6日)。
- (11) 白石農園での現地視察による(2008年7月19日)。
- (12) 来園者アンケートは、高橋ベリーガーデン1(2008年7月26日に実施し、46組・107人より回収)、加藤農園(2008年8月2日に実施し、18組・46人より回収)、関口農園(2008年8月6日に実施し、13組・29人より回収)、浅見農園(2008年8月10日に実施し、21組・51人より回収)の4園にて実施した。

参考文献

- 1) 鷹取泰子 2000. 東京近郊における都市農業の多機能性シ

ステム—東京都練馬区西大泉地区を事例として—。地学雑誌 109 : 401-417.

- 2) 田辺一彦 1985. 農村地域のレクリエーション地化についての一考察—神戸市北区有野町二郎のいちご狩りを例として—. 関西学院大学人文論究 35 : 137-163.
- 3) 鈴木浩正 1999. 静岡県におけるイチゴ狩り観光農園の発達過程—静岡県久能と伊豆長岡町江間の比較. 千葉大学教育学部地理学研究報告 10 : 51-60.
- 4) 井口 梓・田林 明・トム・ワルデチュック 2008. 石垣イチゴ地域にみる農村空間の商品化—静岡市増集落を事例として—. 新地理 56(2) : 1-20.
- 5) 山村順次 1982. 都市化地域における観光農園の動向—川崎市多摩川沿岸を例として—. 新地理 30(2) : 1-17.
- 6) 田辺一彦 1988. 観光農園についての若干の考察—兵庫県氷上郡春日町春日を事例として—. 人文地理 40(4) : 59-71.
- 7) 河原典史 1996. 京都府における観光レクリエーション型農業—八幡市の観光農園を中心に—. 京都地域研究 11 : 64-75.
- 8) 網藤芳男・後 由美子 2000. 観光農園および産地直売所への来訪者の特徴とその評価—広島県世羅台地を事例にして—. 農村生活研究 44(4) : 30-39.
- 9) 小池晶子 2002. 茨城県千代田町における観光行動からみた観光農園の展開. 茨城地理 3 : 1-17.

- 10) 助重雄久 1990. 鹿角盆地における観光リンゴ園・直売店の展開とその問題点. 立正大学大学院年報 7 : 87-103.
- 11) 林 琢也 2007. 青森県南部町名川地域における観光農業の発展要因—地域リーダーの役割に注目して—. 地理学評論 80 : 635-659.
- 12) 本橋浩紀 2002. ブルーベリーのつみとりで消費者との交流をはかる. 平成 14 年度東京都農林水産技術成果選集 : 38-39.
- 13) 株式会社共同クリエイティブ 2008. 練馬区内のおいしいスポット ブルーベリー観光農園. 月刊 kacce 295 : 4-6.
- 14) 練馬区経済課都市農業係 2008. 「自然の恵みを摘み取るう！ブルーベリー観光農園」練馬区.
- 15) 練馬区産業地域振興部 2006. 「練馬区農産物直売所マップ—きっと！出会いがまっている」練馬区.
- 16) 石川駿二・小池洋男 2006. 「ブルーベリーの作業便利帳—種類・品種選びとよく成る株のつくり方—」農山漁村文化協会.
- 17) 日本ブルーベリー協会 2001. 「ブルーベリー導入 五十年のあゆみ」日本ブルーベリー協会.
- 18) 練馬区産業経済部商工観光課 2005. 「練馬区観光事業プラン—みんなで創る「ねりま」の魅力—」練馬区.

(投稿 : 2009 年 11 月 21 日)

(受理 : 2010 年 2 月 10 日)

付録



写真1 全園共通デザインの看板
(2008年7月19日撮影) 中央のホワイト
ボードを裏返すと、連絡先等が記入できる。



写真2 研究会で考案された農園用の
ベンチ (2008年7月26日撮影)



写真3 練馬区が作成した摘み取り園リーフレット（表紙）



写真4 リーフレットの中



写真5 オリジナルキャラクターシールが貼られた持ち帰り用のブルーベリー（2008年7月26日撮影）



写真6 灌水チューブがめぐらされた、準備中のブルーベリー園（2008年8月2日撮影）



写真7 防鳥のネットが張られたブルーベリー園（2008年5月27日撮影）