

An aerial photograph of a city, likely Tokyo, with a snow-capped mountain (Mount Fuji) in the background. The city is densely packed with buildings and green spaces. A large, curved road or railway line runs through the center of the city. The text is overlaid on the image.

「行きたくなる、また行きたい」多摩

自然と共生する居住空間の魅力

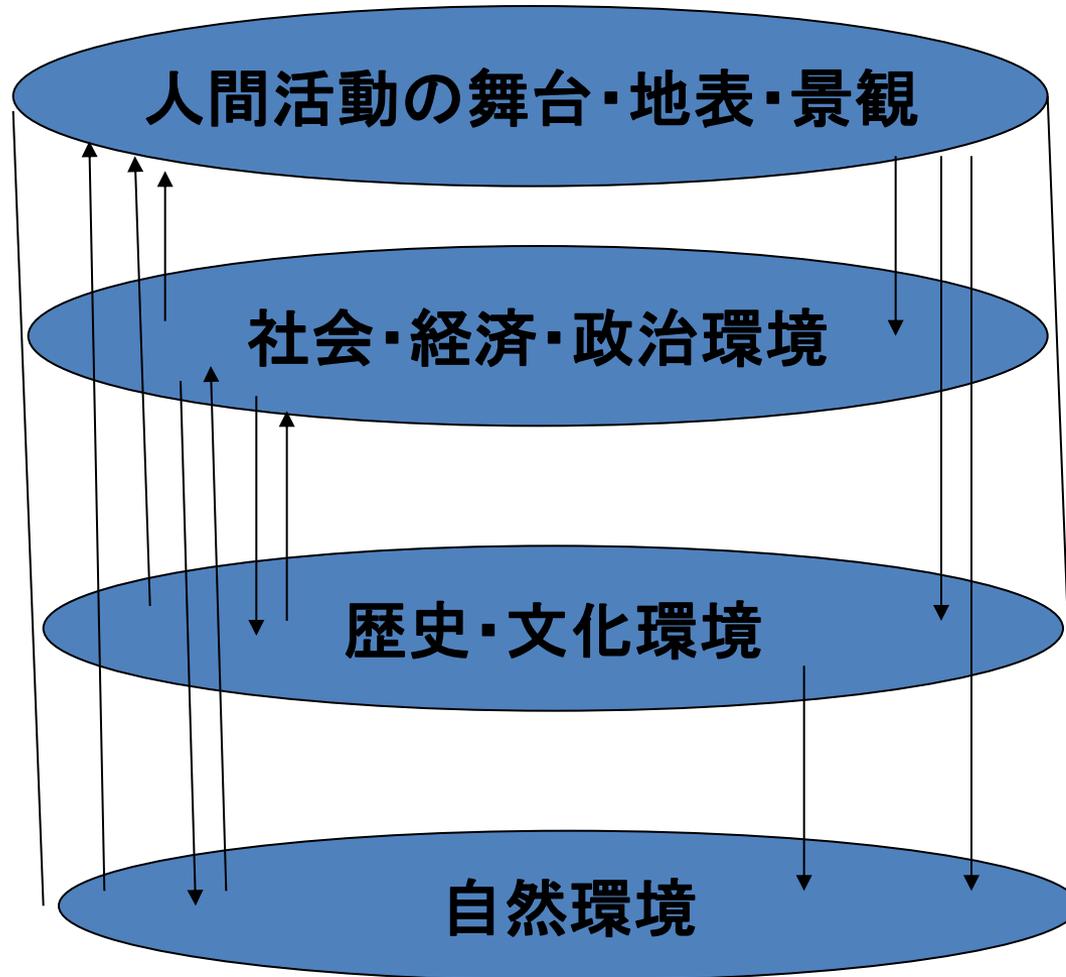
首都大学東京
都市環境科学研究科
菊地俊夫



「多摩ブランド」を多摩の魅力として考える

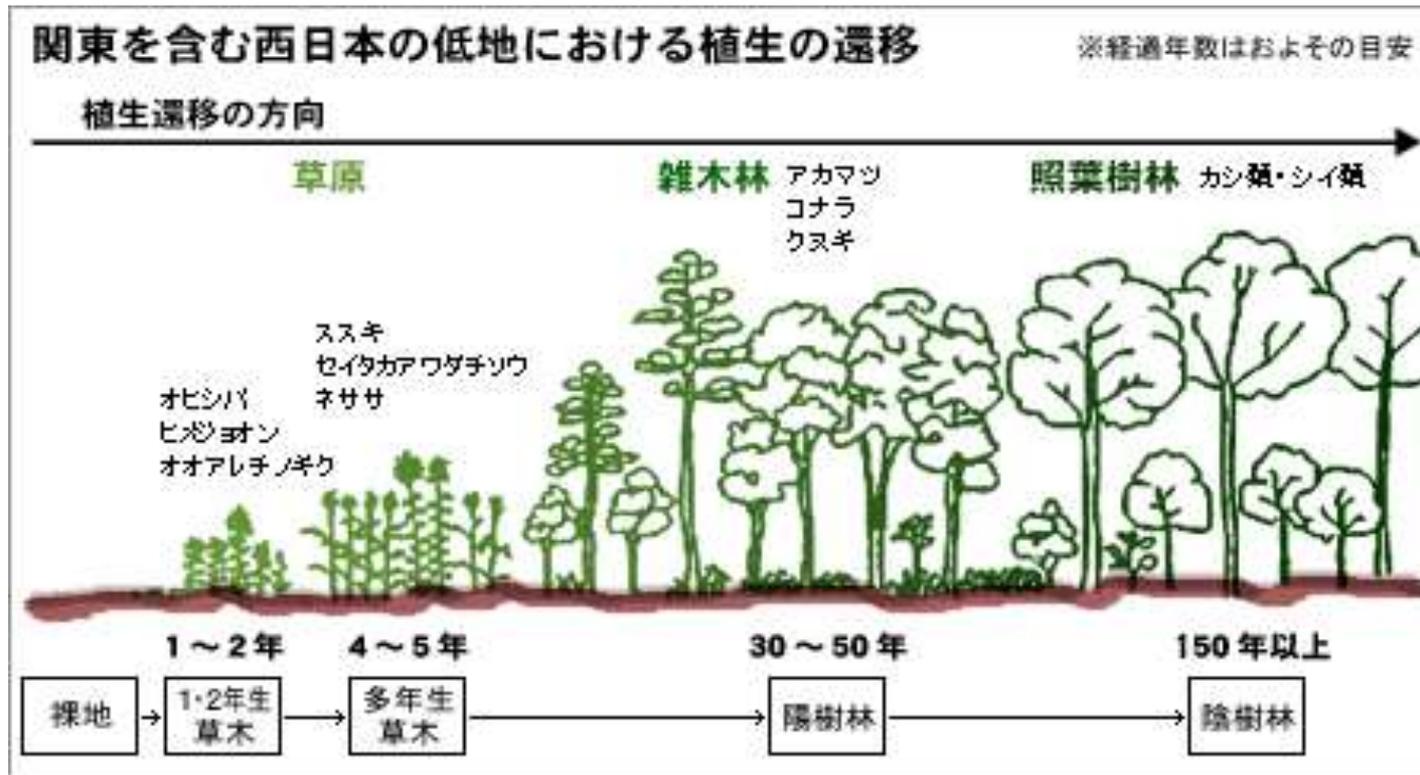
- 特徴的な自然資源(地形・地質・地球科学的資源、動植物の生態的資源など)の存在
- 自然資源を利用する人との関わり合いによって地表上に刻まれた文化景観(土地を利用する人間の歴史・文化も反映する)
- 自然と人との関わり合いの記録や記憶を表す景観が多摩の魅力を示す大地の遺産となる

「大地の遺産」としての「地域」や「景観」を考える フレームワーク(視点): 多摩ブランドの基盤



大地の遺産としての景観にはさまざまな環境条件が重層的に影響を及ぼし、独特の景観をつくりだしている。景観を知ることによって環境が理解できるし、環境を知ることによって景観が理解できる

武蔵野(多摩)における自然景観としての森林



- 関東地方の植生遷移: 陽樹の森(落葉広葉樹林)から陰樹の森(常緑広葉樹林)
- 人間の生活や生産活動に必要な森: 落葉広葉樹林
- 人間は森に手を入れ、落葉広葉樹林を維持管理する(保全)
- 人間の維持管理がなければ、陰樹の森に変化する(保護)



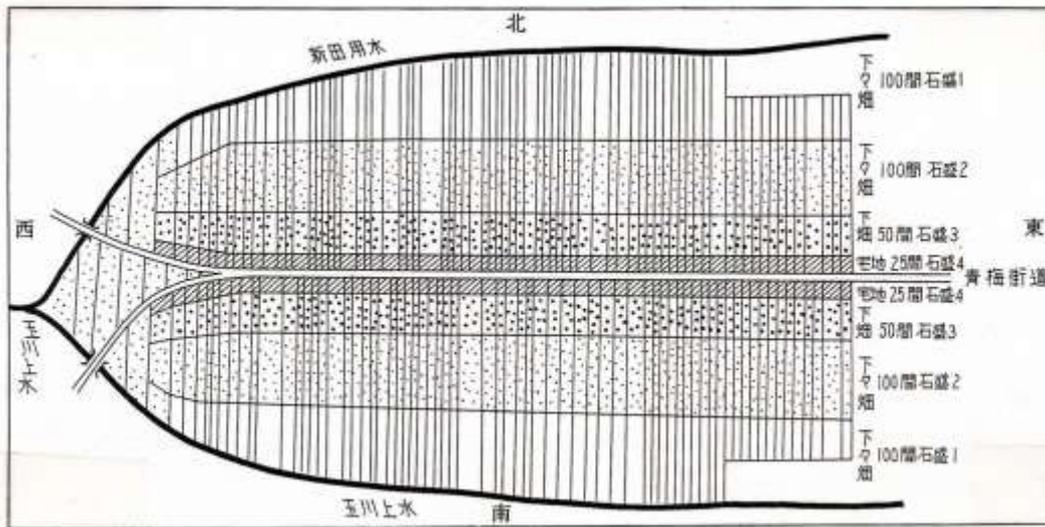
多摩(武蔵野)における 典型的な文化景観

・新田集落: 幹線道路に沿った列状の
集落景観と短冊状の地割が特徴

- 近世の人口増加にともなう食料増産
- 都市に流入する余剰労働力の活用
- 畑地と平地林(武蔵野の森)の分布

・武蔵野典型的な景観の変化

- 新田集落の都市化と混住化
- 平地林の開発(団地化された土地の
利用)



開拓路村としての小川新田(延宝2年・村絵図)

武蔵野の 新田集落の特徴

- 幹線道路(青梅街道など)を基線にした集落立地と土地開発
- 短冊状の地割り、細長い土地(約20m×約600m)
- 幹線道路に沿った路村
- 水の確保(玉川上水の分水の利用)
- 宅地-下畑-下々畑-林地の土地利用の配列
- 林地(雑木林)の重要性(生活資材や生産資材の確保のため必要)



(菊地, 1988と犬井, 2002による)

多摩の自然と典型的な農空間：1907(明治40)年頃



5万分の1地形図でみる多摩の自然と農空間：1992（平成2）年



「多摩」におけるルーラリティの衰退と課題

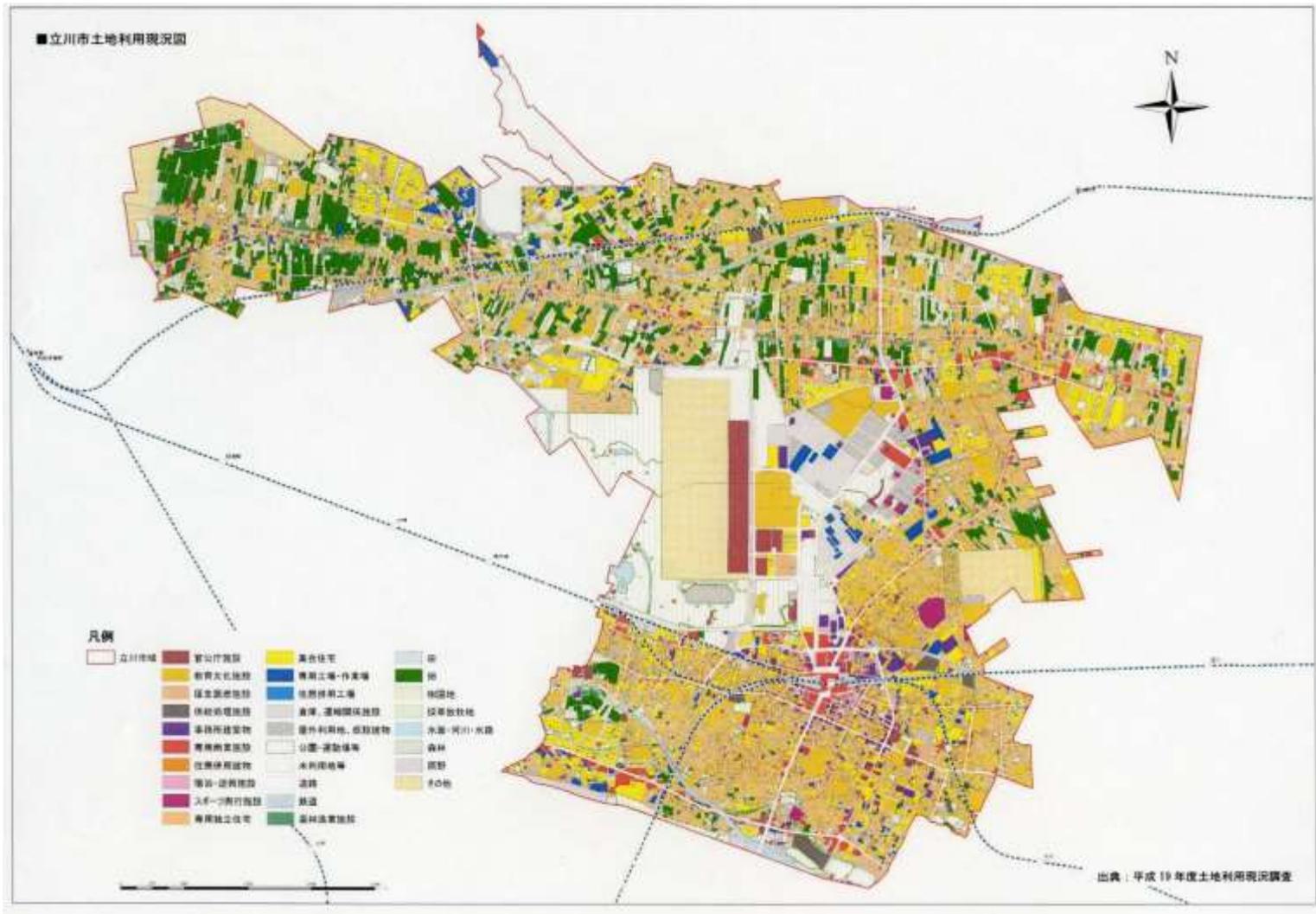
- 生態的要素（農地や里山、自然地、緑地など）の脆弱化→農地や里山の適正利用と管理
- 大都市に依存する経済的要素
→都市的土地利用の無秩序な拡大
→大都市に依存する経済活動
- コミュニティの混住化による社会的要素の変容
→伝統的な地域コミュニティや生活文化の衰退
→個々の地域アイデンティティの衰退
- 地域固有の資源利用の減少
→地域の土地資源や人的資源、文化的資源の利用を放棄

多摩の典型的な農空間(立川市砂川地区)の土地利用(2009年)

農業的土地利用が多く分布する地域: 北部の青梅街道沿いの砂川地区

砂川地区: 近世の新田集落(砂川一番から砂川八番まで)

農業的土地利用の地区面積に対する割合: 18.9%

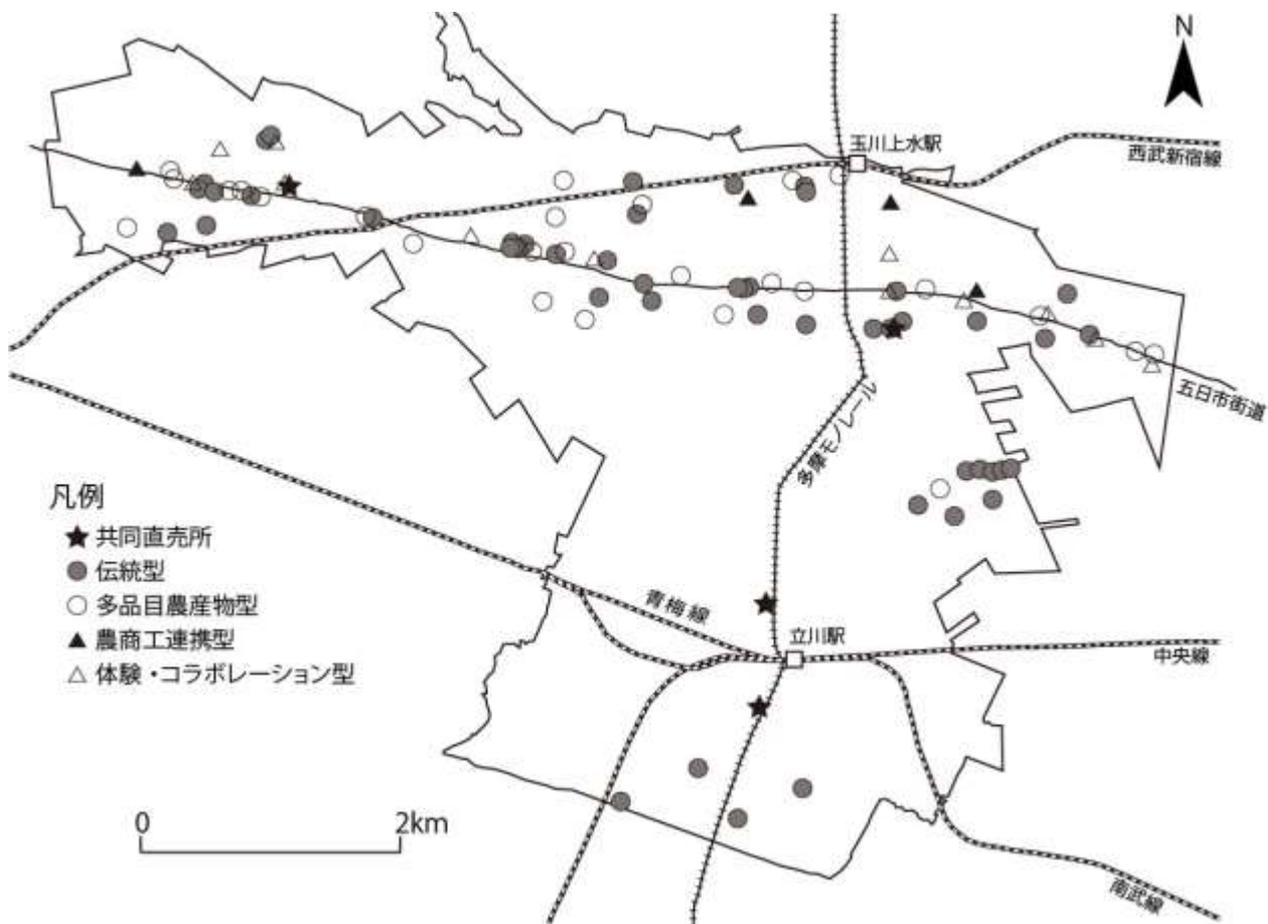


農空間としての生産緑地の分布(2009年): 緑の空間としての役割

- ①生産緑地のほとんどは北部地域に分布: 農地や農業が卓越
- ②生産緑地率(生産緑地面積/市街化区域面積)は16.8%と高い
 - 農地や農業を積極的に維持する工夫として農産物直売所
 - 消費地に近接し、消費者(都市住民)のニーズに応える農業生産
 - 都市住民の農業や農地に対する理解(2010年の立川市の市民アンケート)



農空間を維持するための仕掛け： 立川市における農産物直売所(93農家) の類型とその立地

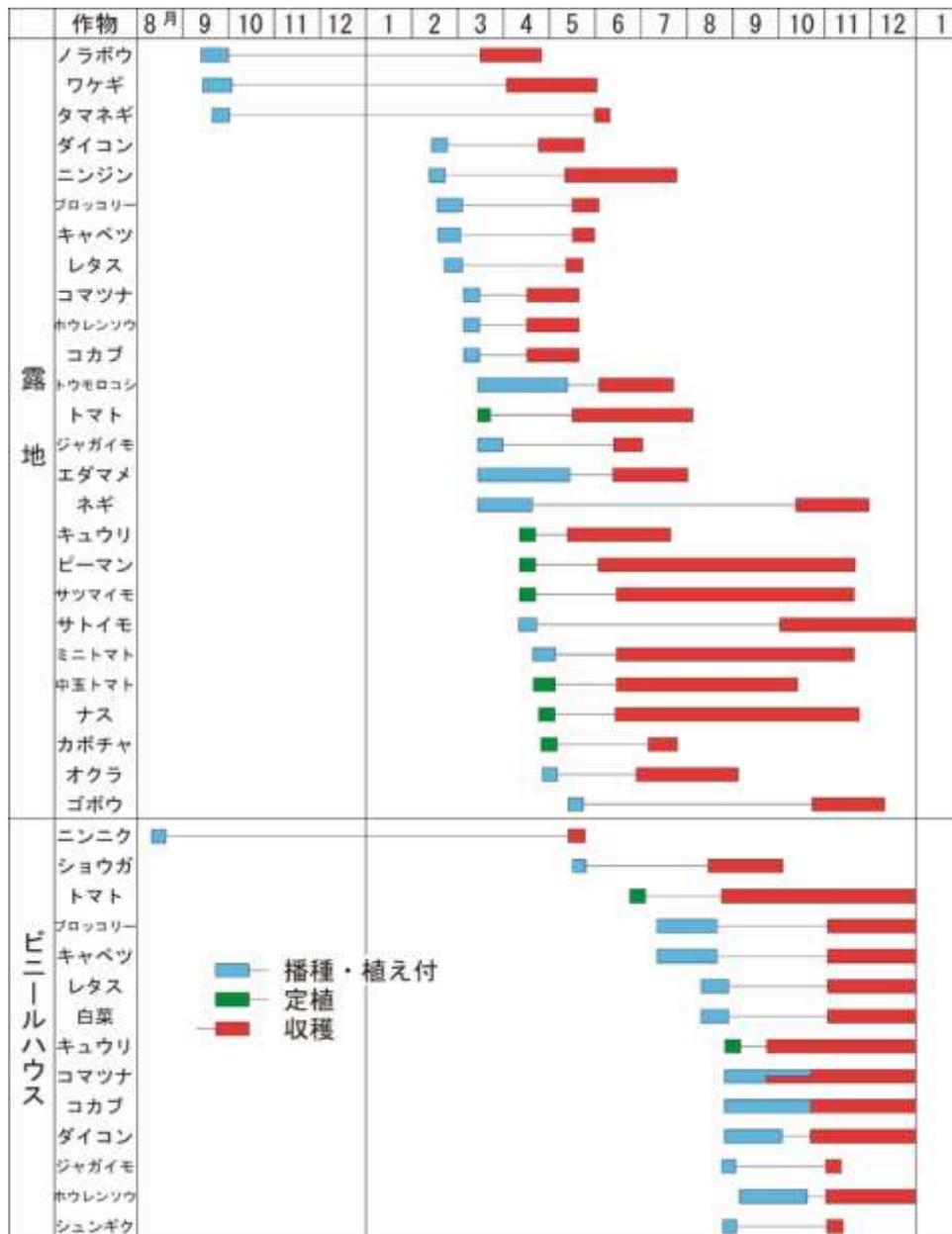


①**伝統型**：農産物の単純な直売、短い販売時間、少ない品目構成、長い端境期(49戸)

②**多品目農産物型**：都市住民のニーズを反映、多い品目構成、多様な販売の仕方(28戸)

③**農商工連携型**：多様な農産物の販売、農産物の加工品の生産・販売、農産物による農家カフェやレストランの経営(4戸)

④**体験・コラボレーション型**：直売所の経営と、農産物の生産を体験する農場の組み合わせ(12戸)



多品目農産物型経営の特徴

- ①多品目少量生産(事例:露地で26品目、ビニールハウスで14品目)
→耕地利用の高度化(多毛作)
→収穫時期を長くする工夫
→直売量だけを収穫する作物栽培(多くの収穫労働力が必要なため、高齢者との役割分担で効率化)
→都市住民のニーズの反映(トマトでも味や生食用や煮込み用など用途に応じて数種類栽培)
→1年を通じて出荷できるようにする(事例農家は直売時期:4月から12月まで、週3日から5日の販売)
- ②狭商圈:直売所の商圈は半径500m以内の都市住民(高齢者の世代からの顔見知りの得意先)
- ③強い地域との結びつき(学校給食に食材を提供や食育、および援農ボランティアの利用、高齢者が食の語り部として活躍)

多品目少量生産(事例)に適した農産物直売所



農商工連携型経営の特徴

①家庭における分業体制の確立

世帯主・後継者・研修生

→多品目少量生産の農業

→無農薬・無化学肥料の野菜生産

世帯主の妻・娘夫婦

→パン製造(総菜パンに野菜利用)

後継者の妻・娘夫婦

→農家カフェレストラン、パン販売

後継者夫婦・研修生

→直売所における販売

②適正規模で野菜作り、パン生産、直売を行うこと(規模拡大をめざさない、狭商圈を維持する)

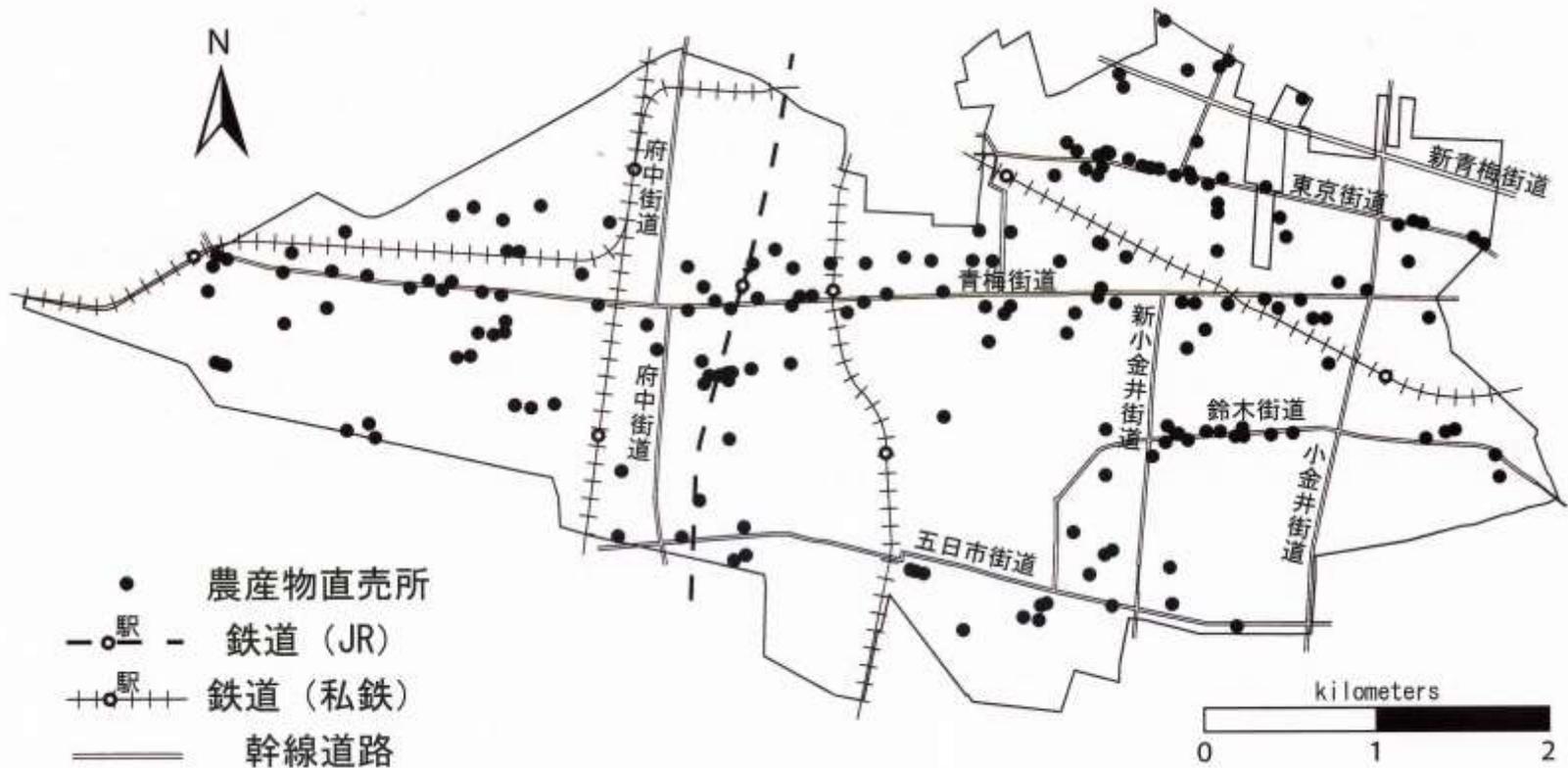
③直売所相互の連携を図る

→個人直売所で農産物のやり繰り

→共同マルシェの開催(立川駅前広場で開催し、立川野菜の情報発信とブランド化を図る)

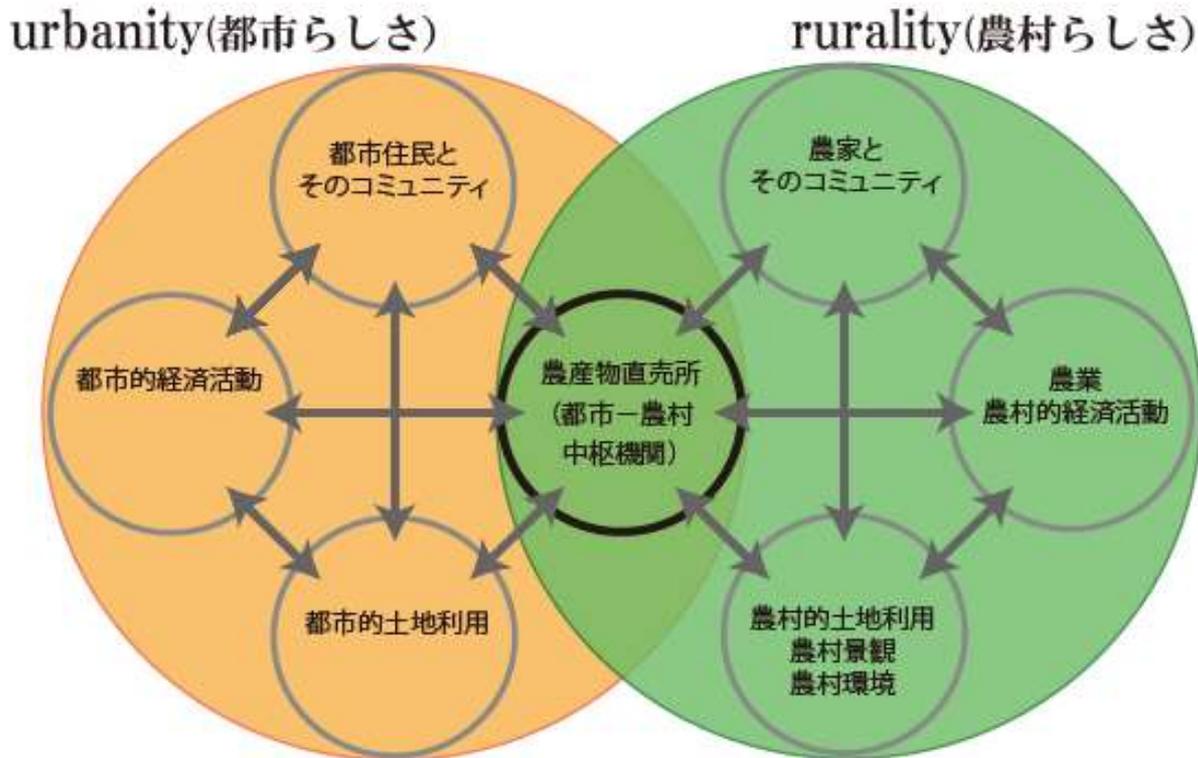
④新規就農者の育成

小平市における農産物直売所の分布(2000年): 立川市同様に多摩地域には農産物直売所が多い

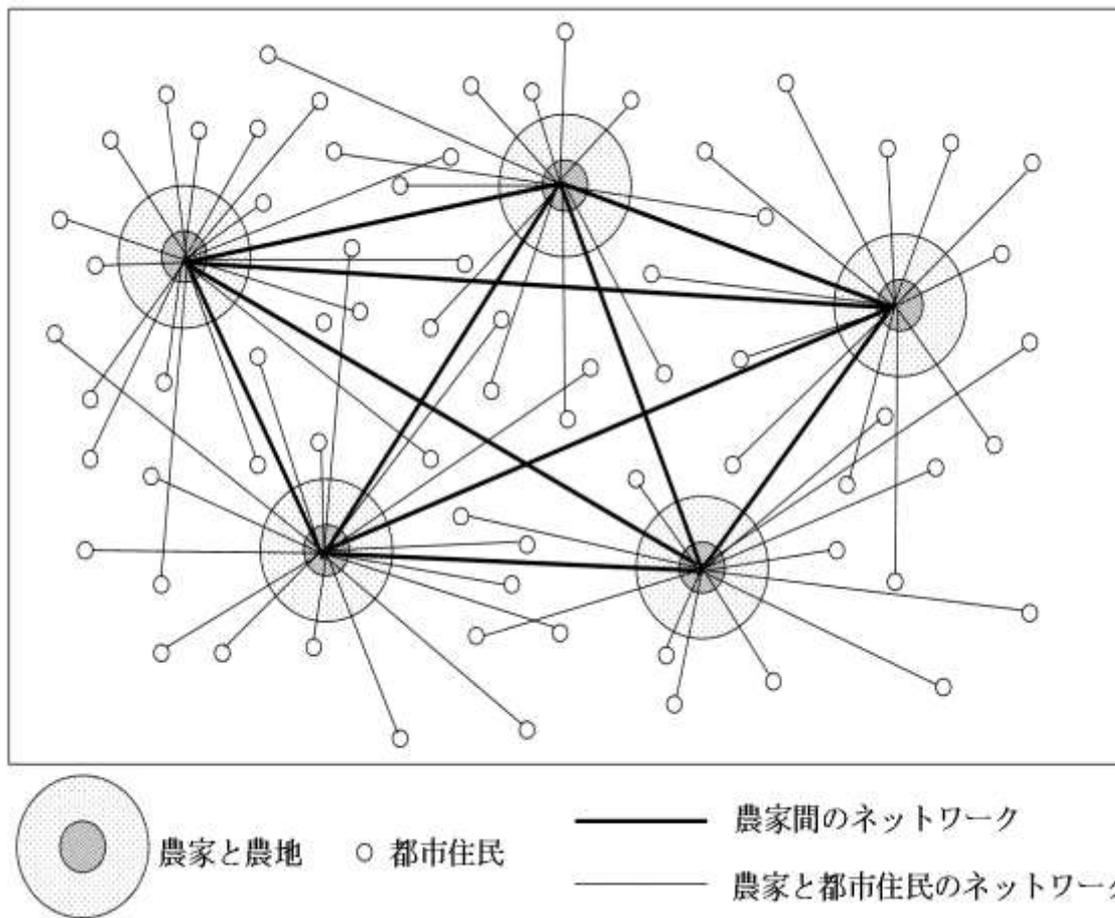


- ・小平市における農産物直売所は市北部に多く分布する(農家や農業的土地利用が比較的多く残されている): **活用のポテンシャルが高い**
- ・多くの農産物直売所が幹線道路沿いに分布している(都市住民のアクセスの利便性のため): **消費者の根強い人気**

多摩地域における 農産直売所の新たな役割と意義

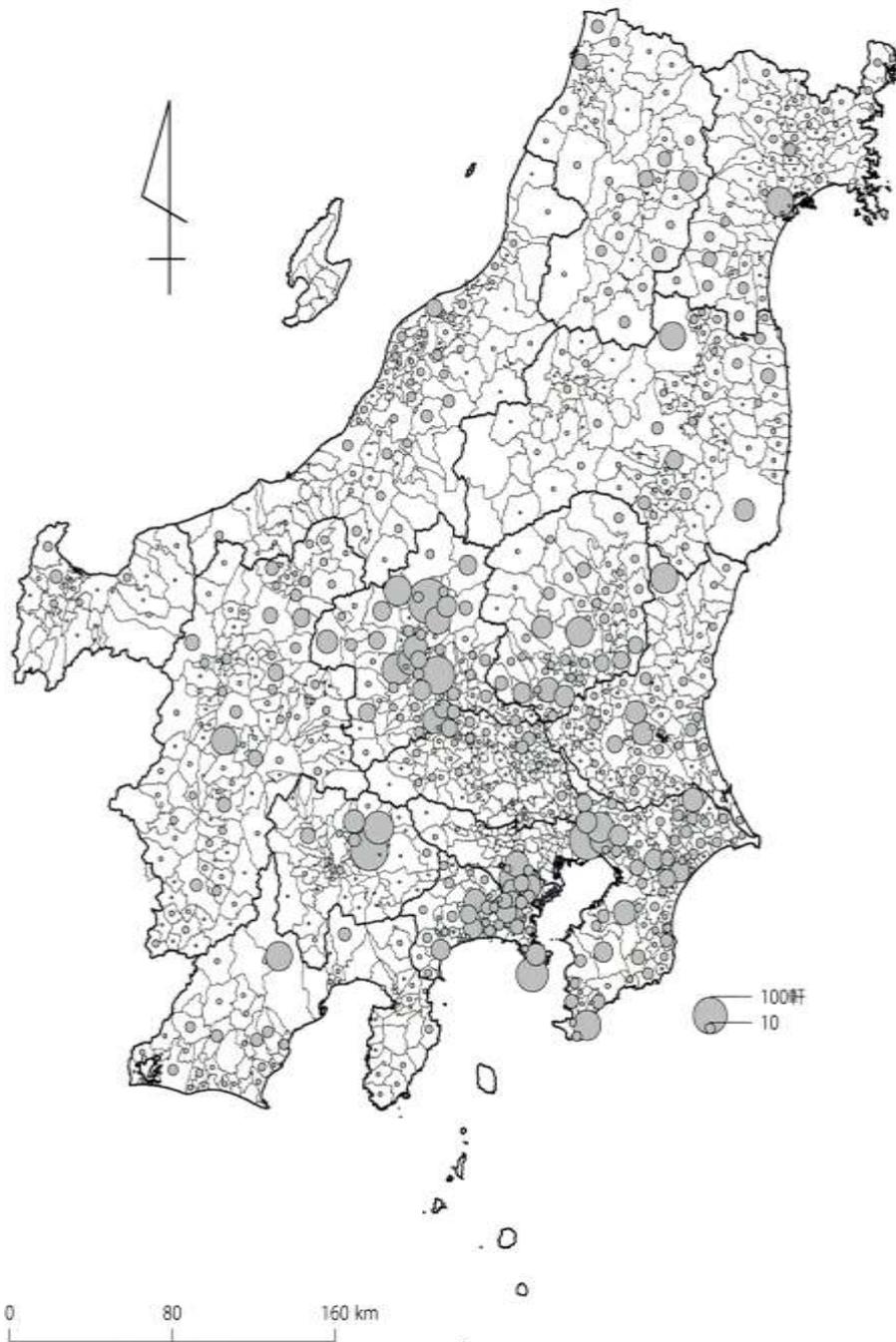


- 従来の農村らしさ (rurality) は、都市らしさ (urbanity) の拡大とともに低下
 - 農産物直売所: 農業の維持 → 農村景観・環境の維持 → 農村コミュニティやルーラリティの維持
 - 農産物直売所は rurality と urbanity を結びつけ、それらを共存させる中核的機関としての役割 (新鮮で安全安心な旬の農産物を介して)
- 多摩ライフのブランド化



多摩地域における農空間の持続性の仕組み

- ①地域住民が個々の農空間を直売所や体験の利用者として支える
- ②農空間の連携によって地域農業が維持される
- ③オール地域住民により農空間やそれに付随した自然を支える

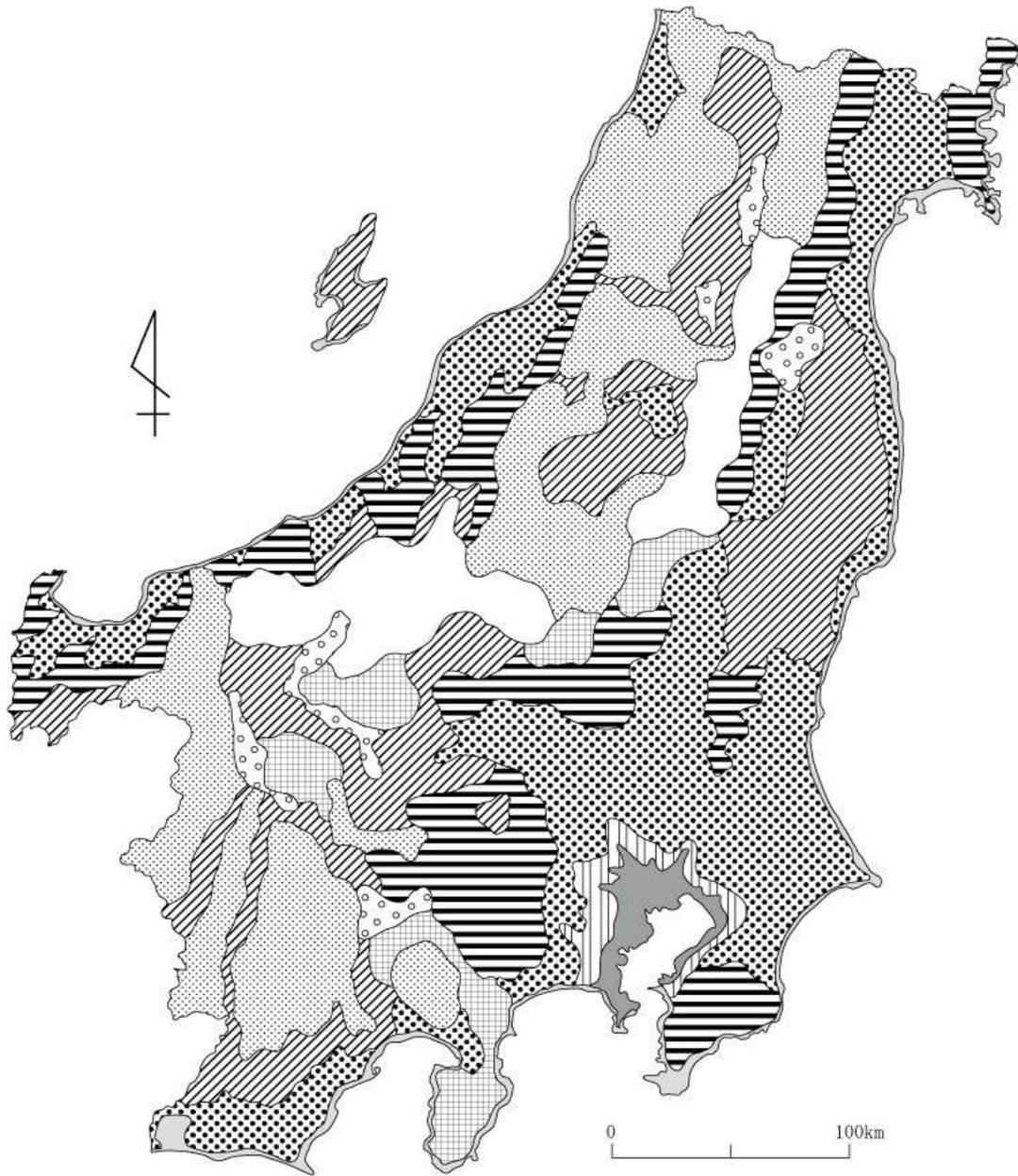


関東地方とその周辺における農産物直売所の分布（2010年）

- ①全体に点在しているが、関東地方に多くの直売所が立地
- ②特に、都心部に隣接した場所である東京都の南西部から横浜市や三浦半島にかけて、あるいは千葉県北部に集中
→消費地に隣接していることが立地条件
- ③都心からの交通利便性がよくかつ農業が盛んな北関東にも集中（栃木県南西部や群馬県中央部にまとまって立地）
→高速道路や駐車場用地などが立地条件

関東地方とその周辺地域における農業・農村空間の商品空間

- ①散策地域
- ②市民農園地域
- ③農産物直売地域
- ④観光農園地域
- ⑤農林業体験地域
- ⑥ハイキング地域
- ⑦避暑地域
- ⑧スキー地域
- ⑨登山地域
- ⑩マリンスポーツ地域



水の道、緑の道、樹の色が見えてくる散歩道



緑地空間を余暇空間としてブランド化

①「大地の遺産」としての武蔵野

②人間活動の歴史の舞台としての武蔵野台地

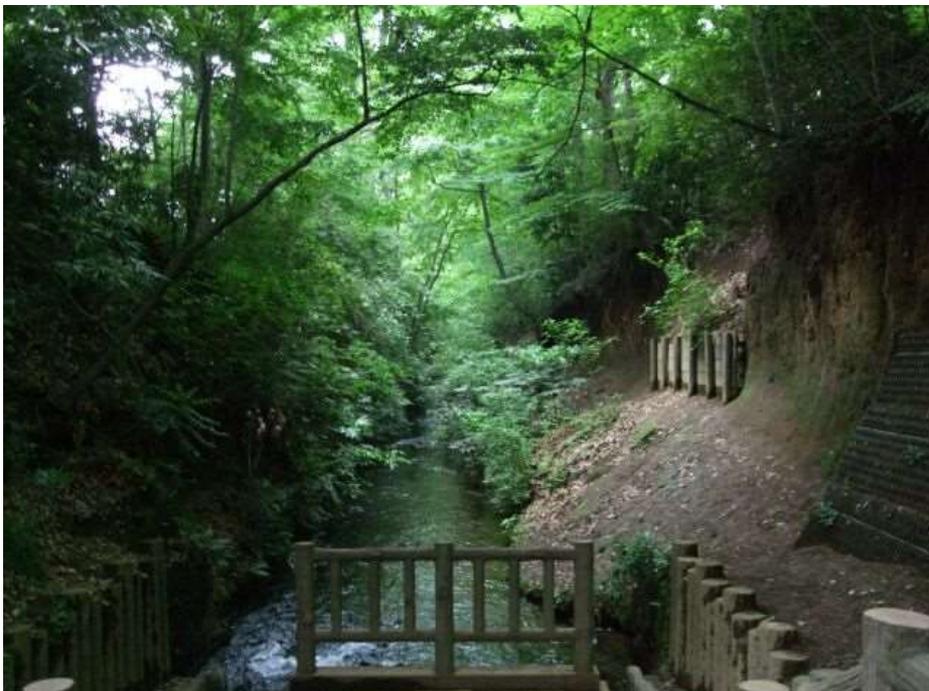
→玉川上水と新田集落

→短冊状の地割りと農業的土地利用

→平地林(人間による落葉広葉樹林)

③面(台地・土地利用・林地)と線(玉川上水や路村としての新田集落など)、および点(分散する緑地や農家や農地、親水空間、オープンガーデン、農産物直売所)を組み合わせることによる余暇・観光空間の構築

④玉川上水や野火止め用水などの散策道(グリーンロード)が面・線・点の観光アトラクションを結びつける

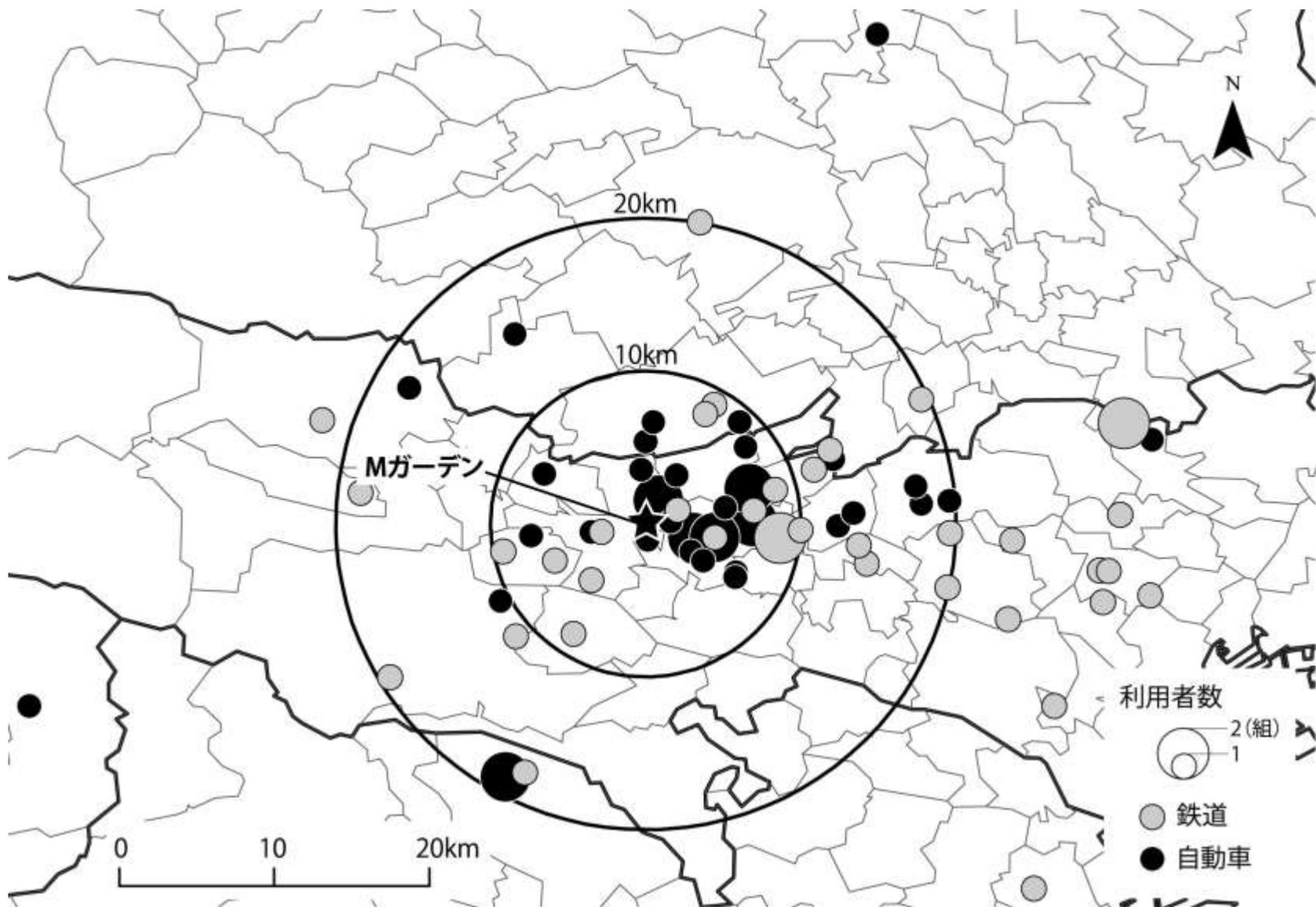


小平市におけるオープンガーデンと 既存の観光資源の分布

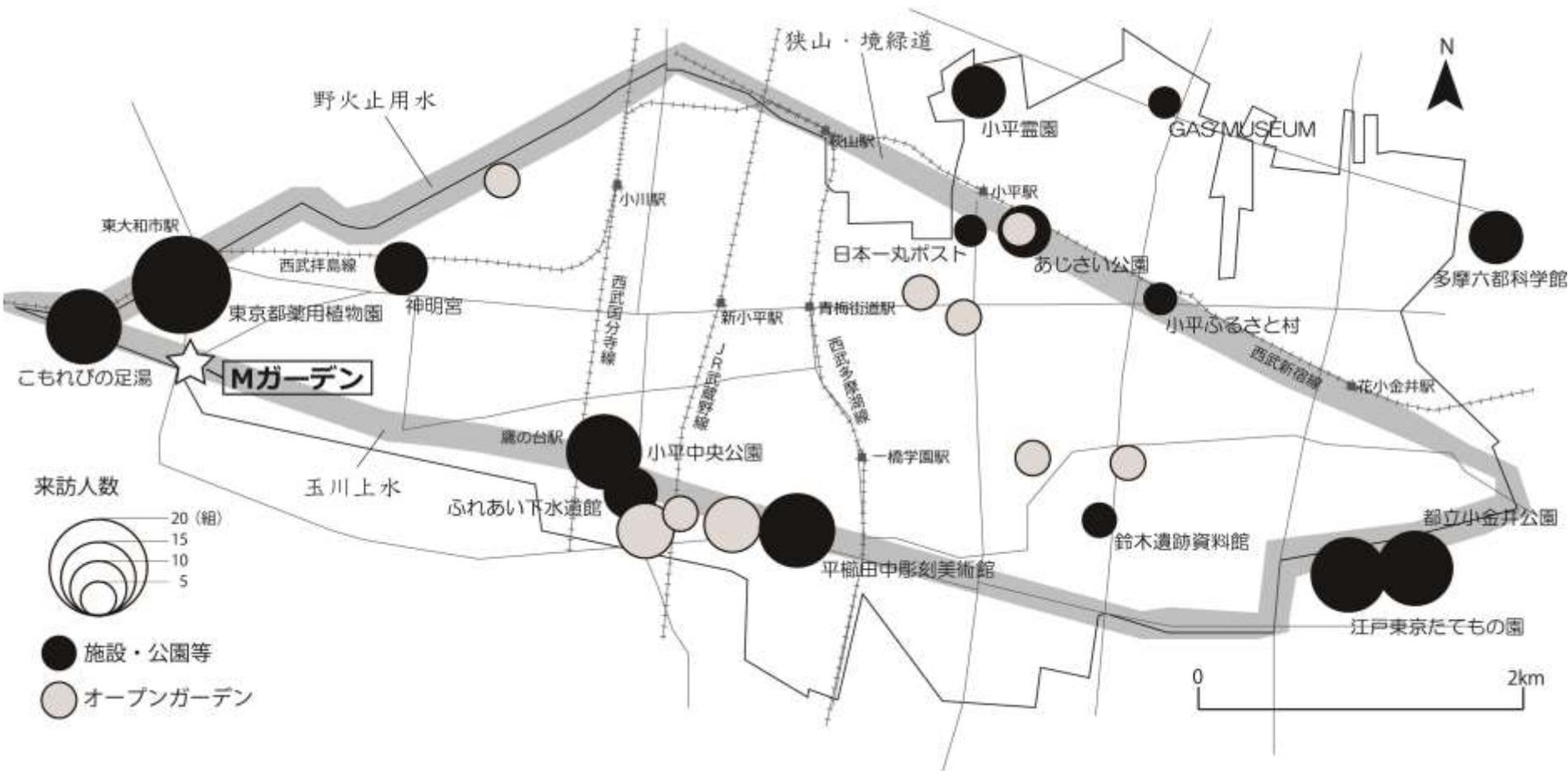




小平市におけるオープンガーデンの利用者(Mオープンガーデン)



小平市におけるオープンガーデンと 他の観光資源との結びつき



「行きたくなる、行きたい」多摩ブランド構築の 基底モデル

