

鹿骨地区 農の風景育成ワークショップ 取組項目（案）

No.	区分	項目・プログラム	展開 プログラム	取組内容	期待する効果など	その他のこれまでの主な意見
1	知って食べる 知って楽しむ	「小松菜力」による区 内の農家特集	○	小松菜力で毎年地区ごとの農家さんを紹介と、その中の一人を深掘したインタビ ュー記事を掲載し、区内全域の農家を数年かけて紹介する。	インタビューを受ける農家がそれぞれの思いを伝えることで地場産物に対する啓発に なり、数年後には「江戸川区の農家」が伝えたいこととしてまとめる事ができる。	・学校での配布
2		「小松菜力」ライト版 の作成		現在の「小松菜力」は情報量が多く、盛りだくさんの内容になっているため、タ ーゲットを絞り込んだライト版を作成、配布する。 例えば、小学生向けクリアファイル、下敷きなど	知って楽しい情報を掲載した簡易版の情報を発信し、興味を持つ子供たちを増やすこと ができる。	・小松菜の由来紹介
3		鹿骨紹介チラシの作 成	○	農の風景育成地区となる鹿骨の歴史や産業の特徴、地区内の農家の紹介などを、 篠崎高校や共育プラザなどと連携し、読み手目線に立ったチラシを作成する。	学生の視点で小松菜、朝顔だけじゃない鹿骨の魅力や「なぜ鹿骨」なのかを紹介するこ とで、学生や若い読み手に対し啓発ができる。（毎年作り手の興味に合わせて企画）	・SNS 発信
4		区の農業 PR キャラク ターを描いた工事壁 の設置	○	鹿骨地区の小中学生等に区の農業応援キャラクターや農作物を描いてもらう。そ の農業キャラクター等を、区内の工事現場で使用されている工事壁に設置して農 業の PR を図る。	子供たちの農業に対する理解が広がるとともに、区の農産物（小松菜等）等を PR する ことで農作物の売上効果につながる。	・キャラクター募集、区民投票 ・屋形船ラッピング船 ・店舗シャッター
5		鹿骨マップをつくら う		農家さん、区民、高校生などが鹿骨の知ってほしい場所、知りたい情報を盛り込 んだマップを、まち歩きなどを行って作成する。	農家さんと農に興味のある人が出会うきっかけをつくり、農だけではなく、歴史、水辺 などを含めて、ファンを増やす。	・ウォーキングマップ
6		農地にPR看板(POP) 設置 QRコードによるPR 展開	○	農地で何を作っているかなどの看板を農地・ピニルハウスに立て知ってもらう。 詳細な情報を看板に記載するQRコードで提供する。 看板、QRコードの作成を農業大学、高校生、区民などの有志が担う。	農を知ることからはじめ、多くの人に興味を持ってもらうことが期待できる。看板、QR コードの作成に、農業大学や高校生を巻き込むことで、作成の過程が次の行動のきっか けになる。	・看板コンテスト ・QRコード・レシピ ・野菜が購入できる店舗情報
7		区内出身の芸能人等 と協力したPR活動	○	江戸川区に關係する芸能人やスポーツチーム、ユーチューバー等に、SNS や区 の広報に出演してもらい、区内農業や農作物のPR活動をしてもらう。	区内だけでなく、全世界へ区内農業や農作物のすばらしさをPRできる。	・テレビ番組への申し込み
8	話して食べる 話して楽しむ	鹿骨スタンプラリー		農家さんや農地をめぐるスタンプラリーを開催する。スタンプラリーの各ポイン トではクイズ、収穫体験、軒先直売、ミッション達成で花卉、野菜などをプレ ゼント。	鹿骨を巡りながら、農のことを知って、話して、体験してもらって、鹿骨のファンを増 やす。	・「花の祭典」の復活
9		レシピコンテスト 料理教室、料理グラン プリ		小松菜や地場野菜をもっと知って、食べてもらうために、広く情報を発信し、レ シピコンテストや料理教室等を行う。	コンテストなど参加型企画を通じて、区内外に情報発信し、江戸川区や鹿骨をアピール できる。	・高校生レシピコンテスト ・簡単！小松菜レシピ ・国際レシピコンクール(インド 料理等)
10		困りごとバンク		農家の困りごとを聞き取り、貯める仕組み（ルール、事務局）をつくり、区民が 小さな取組からはじめるきっかけをつくる。農家の小さな困りごと（手伝いで きること）を聞き取って溜めていき、毎年の小さな行動に変えていく。	農家が困っていることは、区民が経験したいことにつながられる可能性あり。これら をカップリングすることによって、行動に変えていく。何年か継続することによって、農 家から信頼される活動にしていく。	・農家の困りごとは、町会の困 りごと ・農家の名簿づくり
11	採って食べる 採って楽しむ	収穫体験など季節ご との小さなイベント		四季折々の行事（正月、ひな祭り、こどもの日、ハロウィンなど）とその季節の みかん狩り、柿狩り、収穫体験を組み合わせた、小さなイベントをつなげていく。	農家、区民有志などが周りを巻き込んで、小さなイベントをはじめ、その小さなイベン トを、年間を通じてつなげていくことによって、ファンを増やしていく。	・街路樹ヤマモモの収穫体験
12		農家軒先 買い物ツ アー		農家軒先の直売、花卉の直売などを巡る買い物ツアーを行う。形態はコンダク ター引率、スタンプラリーなど。参加者は公募区民、これまでのワークショップ参 加者、町会自治会、地元、高校生、事務局など小さな組合せなど様々考えられる。	軒先の直売などを結ぶ散歩のような気軽さを積み重ね、鹿骨のファンを増やすことが できる。	・食べ歩きツアー ・体験ツアー
13		なごみの家子ども食 堂による フードロスお助け隊	○	できすぎて収穫しきれず破棄される野菜や、収穫時期に未成熟で取り残された野 菜などを生活困窮世帯に配布したり、子ども食堂で活用し、食材への関心を高め る。これを実現するため、収穫し運搬する仕組みをつくる。	農家さんとのつながりの醸成や廃棄手間の軽減、フードロス食材の活用による生活困窮 世帯への支援、子どもの収穫体験や地域交流の機会を創出する。	・取れすぎ野菜の加工
14		困りごとお助け隊		困りごとバンクにあがってきた農家さんの困りごとを、農業大学、区民有志、福 祉施設、高校生など参加メンバーにより、草取り、捨てる野菜の収穫などの行動 を起こし、活動に参加する。	農家が困っていることを、小さな取組から具体化し、つながりを作っていくことで、好 循環が生まれる。	・農福連携 ・営業・マーケティングの人材 提供
15	育てて食べる 育てて楽しむ	育てて食べる食育活 動	○	不耕作農地など活用して野菜を育てる過程を子どもが体験できる機会を作り、自 分たちで作った野菜を食べることで生産者への感謝や食材への関心を高める。	子どもの地域活動の場の創出、なごみの家利用者の健康増進、利用者や農家など地域交 流の促進、農家の仕事に対する理解の促進、地場産物への愛着が育まれる。	・小学校ガーデニング
16		移動販売車を利用し た地元野菜・花の直売	○	JAの移動販売車を活用し、地元産の新鮮野菜や花を販売する。	江戸川区産野菜の地産地消の促進及び販路拡大を図る。	・農協の車を使い買い物困難 地区に販売
17		お寺でマルシェ、朝市		お寺を拠点として、定期的なマルシェ、朝市などを開催する。 農家と連携して地場の野菜の料理の提供、あさがお市、花卉販売などを行う。	マルシェなどは拠点を決め、定期的で開催することで継続性が生まれる。継続するた めには、多くの人、農家との連携が必要になる。	・キッチンカー ・農家野菜の調理 ・道の駅+地産地消レストラン
18		地域の美化運動との 連携（花いっぱい運 動）		町会等の美化運動（定期的清掃）で、花卉を謝礼品にして、各家庭の玄関先で育 ててもらう。	花卉農家から購入し、地域の花いっぱい運動を行うことで、本地域の花弁栽培を知っ てもらうことになる。	