

集合住宅のクライנגアルテン利用に対する居住者意識

(株)URリンケージ 正会員 ○小木曾 裕

1. 背景と目的

住宅周りの緑地は公園の緑とは異なり、居住空間の身近にあり生活と密着して人々の気持ちを潤し、コミュニティづくりに大きな役割を担うなど、様々な可能性がある。そして、昨今では環境や街づくりを進める上で、住宅周りの緑地計画においても住民参加が増えてきている。³⁾

住空間の身近の緑は循環型社会や環境負荷の軽減が求められる今日大変重要であり、そこにおいて住民参加型のクライングアルテンは、住空間整備を取り巻く課題である少子高齢化、人口減少や環境問題等を解決する一助にもなると考える。⁸⁾

日本のクライングアルテンに関する既往研究を見ると、鄭はクライングアルテンの整備案選択手法に関する研究⁷⁾を、牧山らにより滞在型市民農園における都市農村交流の実態に関する研究⁶⁾が行われている。集合住宅におけるクライングアルテンについては、赤松が分譲住宅におけるクライングアルテン設置の試み¹⁾を報告している。しかし、これらの一連の研究には集合住宅のオープンスペースに設置したクライングアルテン利用に関する居住者意識について論じた研究は見当たらない。

そこで本研究は、現代社会の中で集合住宅の住空間においてクライングアルテンは重要な施設であると考えられるので、都市機構（旧公団）の賃貸住宅で先駆的に設置したクライングアルテンの利用実態や、居住者の意識を明らかにすることは意義のあることと考える。そして、集合住宅におけるクライングアルテンの推進の可能性を把握するために、クライングアルテン利用者の意識調査を行い、クライングアルテンに関する今後のあり方を考察することを目的とした。

2. 研究の方法

(1) 調査方法・内容

調査方法はクライングアルテン利用者に対して意識調査を実施し分析した。調査内容はクライングアルテンの応募動機・居住者間の親密性の可能性・利用前の期待と利用後の印象・団地選定理由の有無・利用継続意

向・利用状況・設備環境への評価・作業の付加価値の評価とした。

(2) クライングアルテンの定義

クライングアルテンの語源はドイツ語の「小さな庭」という意味の「Kleingarten」であり、都市住民がこうした農園を利用して自分で野菜作りを行うことは市民生活の一部となっている。日本でも戦前から市民向けの貸し農園自体は存在したが、都市住民のレクリエーションのための市民農園が定着するのは70年代以降のことで、行政や農協が主体となって貸し農園を開設した。その後、貸し農園のバリエーションが多様化し、首都圏では就農リゾート的な開発も行われるようになり、本格的な滞在型市民農園が増え始めた。日本のクライングアルテンは、ドイツの考え方を取り入れ、それまでの市民農園と差別化する意味で、こうした郊外滞在型の貸し農園を指すことが一般的となっている。

都市機構のクライングアルテンは、旧公団時代よりクライングアルテンを持つ分譲集合住宅が一部建設されていたが¹⁾、賃貸住宅におけるクライングアルテンのスタートは、2001年に管理開始された「レーベンスガルテン山崎(以下山崎)」(鎌倉市)である。地区周辺に豊富な自然があり環境共生が設計テーマとされたことや、建替前はテラス住宅で土に親しんでいた居住者がいたことなどからクライングアルテンが設置された。1区画5.0 m² (2.0m×2.5m)、契約期間(2年)で利用料(4000円/年)を徴収するシステムである。2004年に管理されたコンフォール十日市場14番街(以下十日市場)(横浜市)のクライングアルテンも同じ方式で運営されている。

(3) 調査対象地の状況

山崎は湘南モノレール「富士見町」駅より徒歩5分で自然の残る良好な地域にある。自然と調和・共生を意識した建築・屋外設計がなされている。^{2) 4) 5) 9)} 公団賃貸として、はじめてクライングアルテンが設置された団地で409戸の完成は2002年12月であり、クライングアルテンは35区画(1期18区画、2期17区画)設置されている。¹⁰⁾

十日市場はＪＲ横浜線・十日市場駅から南へ徒歩 13 分の十日市場ヒルタウン内にあり、豊かな緑が残る自然環境に恵まれた地域となっている。団地は 153 戸で 2004 年 3 月に全て完成しておりクライנגルテンは 15 区画設置されている。

（４）意識調査の概要・回収率

山崎と十日市場のクライングルテンに合わせて 50 区画を対象に意識調査を実施した。2004 年 11 月 12 日付でクライングルテン契約者に郵送配布し、11 月 26 日までに返信封筒での返信を依頼した。配布数 50 通中、32 通（回答率 64%）であった。山崎 2 期の回収率が高く、内訳は山崎 1 期は 55%で、山崎 2 期は 70%、十日市場 66.6%であった。

３．解析結果・考察

（１）属性等

男女別では、女性が多く 7 割を占め、年齢層は 60 代以上が全体の半数弱で、20～30 代が少ない。団地別で見ると山崎に比べて十日市場は年齢層が若く、20～40 代までの若い年齢層が多数となっている。建替と新規団地の居住者の年齢層の違いと思われる。

職業については、会社員が概ね半数で、主婦が 3 割、定年後のリタイアメント層と思われる無職の割合 2 割程度であった。女性では、会社員が 3 割、主婦が 5 割である。団地別では、山崎 1 期で無職の割合が高い。世帯の家族構成に関しては、夫婦のみ、夫婦と子の世帯を合わせて 75%を占め、次いで単身の 9%となった。

野菜栽培の経験に関しては「なし・プランター程度・家庭菜園程度」が各々 3 割となっており、殆どが本格的な野菜栽培の経験はなく、農業経験は 2 名であった。

（２）応募動機・居住者間の親密性の可能性

応募動機については、全体では「新鮮で安全な野菜づくり」が 90.6%、「余暇の充実」は 84.3%と期待が高く、「他の居住者と親しくなれそう」は「あてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて全体で 62.5%で魅力の問いで最も期待が少なかった（図-1）。しかし、応募動機に関しては団地により差があり、山崎 1・2 期では 72.7%であるが、十日市場では 40%であった。一方、十日市場は「余暇の充実」に強い期待がある。山崎 1 期でも「あてはまる」「ややあてはまる」を合わせて 100%の利用者が「余暇の充実」を魅力に挙げている。

クライングルテン利用者が他の居住者と親しくな

れる可能性に関しては、「あてはまる」「ややあてはまる」を合わせて全体で 62.5%が評価していて、山崎 1 期が 80%と高い。また、40 代以下と 50 代以上の世代別で差が出たのは「他の居住者と親しくなれそう」と「家族で楽しめそうだから」の 2 項目で、「他世帯との交流に魅力を感じている」は（40 才代以下は 50%、50 才以上 71.4%）であるが「家族で楽しむ場」は（40 才代以下 100%、50 才代以上 65%）であった。

（３）利用前の期待と利用後の印象

利用前の期待に比べ利用後の印象に関しては、全体として、「期待以上」「同程度」を合わせて 81.2%の評価されていて、山崎 1 期は好印象が目立ち、50%が「期待以上」と回答し「同程度」まで含めると 100%で「期待以下」がない。これに対し、山崎 2 期は「期待以上と同程度」をあわせて 58.3%と低く、41.6%が「期待以下」と回答している。陽当たりに対する評価が低く、共用ベンチが無いことにも不満がみられる。十日市場は「期待以上と同程度」が 90%で高い評価であった（図-2）。

（４）団地選定理由の有無及び利用継続意向

クライングルテンが団地選定理由になったかに関しては、（選定理由である：理由でない：知らずに入居した＝1：5：4）であったが初期のクライングルテン設置団地である山崎よりも十日市場の方がクライングルテンを団地選びの理由にしたいという回答があり、先行団地の事例の認識によりクライングルテンの認知度

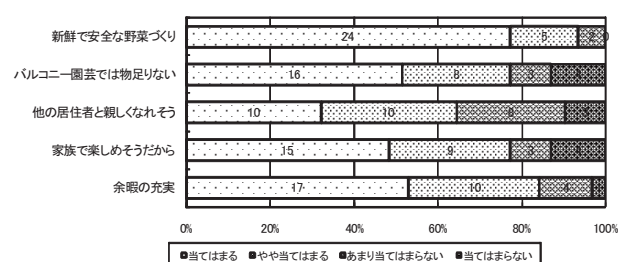


図-1 クラインガルテンの応募動機

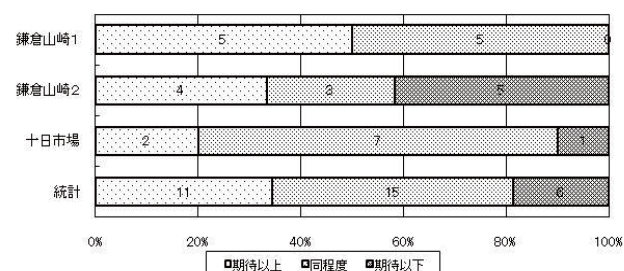


図-2 クラインガルテン利用前の期待に比べた利用後の印象

が高まっていると考えられる。

利用継続意向に関しては、全体の 68.7%が継続して利用を要望している。30%は「わからない」「応募しない」であり、記載理由から、生活の時間に余裕がないとの理由に起因していて、クライנגアルテンに魅力の無いという直接の理由とはなっていないことがわかった(図-3)。クライングアルテンが「期待以上」だったと答えた人は、81.8%で継続意向があるが、「期待以下」とした人では、継続意向があるのは 16.4%で、4人は「わからない」と答えている。

(5) 利用状況

頻繁に利用しているかに関しては、利用者の主観としての利用状況は 68.9%の利用者が「よく利用する」と回答している。山崎 1 期は 90%と 2 期は 44.4%で大きく割合が異なっている。1 週間の平均訪問回数に関しては、全体平均は 3.4 回で山崎 1 期は 4.4 回で山崎 2 期は 2.9 回、十日市場は 3.1 回で最大値は 10 回で夏期は朝夕 2 回という回答もあった(図-4)。

主に誰と利用するかに関しては、「本人のみ」が 38.8%と最も多く、夫婦が 30.3%、親子は 25%で家族を中心に利用されている。年代別では 40 代以下の「親子」58.8%、50 代以上の「本人のみ」は 52.1%で際だっている(図-5)。

他のクライングアルテン利用者との交流はあるかに関しては、「挨拶・軽い会話程度」の交流が最も多く 37.5%であった。次いで交流が深まったという回答が

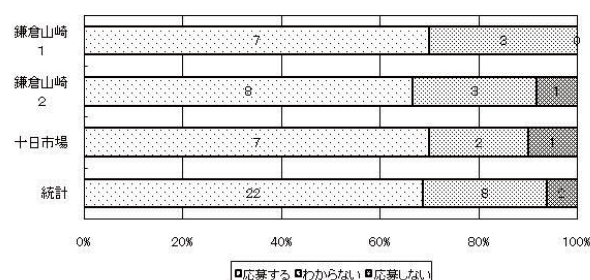


図-3 クライングアルテンの利用継続意向

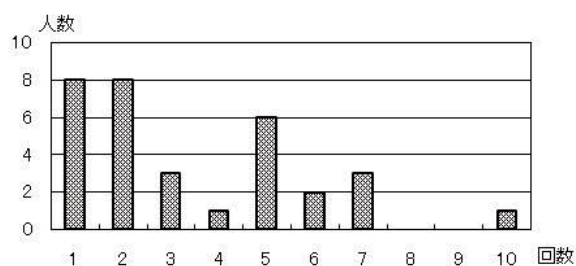


図-4 クライングアルテンの利用回数

28.1%である。交流が活発な山崎 1 期では、「交流が深まった」が 36.3%で最も多く、十日市場は「あまり交流がない」が 11.1%と目立っている。

クライングアルテンを通じて、利用者以外の居住者との交流はあるかに関しては、「あまり交流がない」が 46.8%で多いが、「挨拶・軽い会話」は 28.1%で交流のきっかけは発生しているようである。また山崎 1 期では「交流が深まった」という回答 40%を占め、その内の 66%が会社員で年齢 40~60 代、リタイアメント層に限らず、クライングアルテンでの活動をきっかけとして幅広い交流が生まれていることがみてとれる。山崎 2 期では「挨拶程度」50%、十日市場では 20%で軽い会話の交流があるのに比べ、山崎 1 期は「交流がない」50%と「交流が深まった」40%で二極化している。これは団地のヘタ地という立地条件が影響していると考えられる。また、利用者以外の交流に関しては十日市場ではクライングアルテンの接地後 8 ヶ月の経過と短いことがあり、低い数値と考えられる。今後のコミュニティの熟成により数値が上がると考えられる。

(6) 設備・環境への評価

陽当たりに関しては、山崎 2 期 41.6%、十日市場 40%の人が日照に不満をもっていて、自由意見では「建物の陰になる」、「冬は日影になってしまう」などの記入があった。これは、住棟間に設置していることもあり、冬季の日照不足に起因していると考えられる。

契約期間(2 年)に関しては、56.2%の人が良いと評価しているが、短いという意見は 40.6%あった。「良い土になった頃に契約が終わってしまう」という意見があった。利用料金に関しては「ちょうどよい」が最も多く 50%であるが、「高い」という意見も 40.6%あった。区画面積に関しては「ちょうどよい」が最も多く 56.2%で「狭い」という意見も全体の 43.7%あり、「面積を選択可能にして欲しい」という意見もあった。

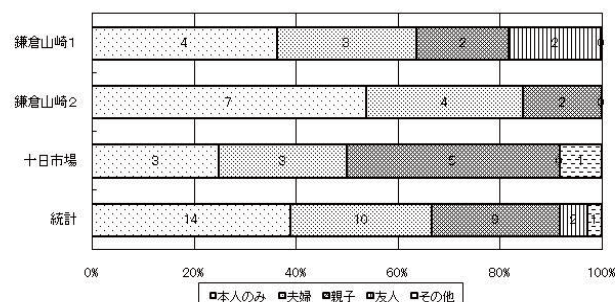


図-5 クライングアルテンの利用者属性

(7) クラインガルテン作業の付加価値

クラインガルテンに関する作業の付加価値について確認した。「少し本格的な野菜作りができる」かについての間に関しては、75%の人が評価をしているが、山崎2期では多少評価が低く50%になっている。世代別では、若い世代の方がやや評価が高かった。

余暇の時間の充実に関しては、84.3%の非常に高い評価があり、世代間の差はそれほどみられなかった(図-6)。

家族の話題・交流の増加に関しては、全体で59.3%が評価しており、特に若い世代は63.6%の評価が高い評価があった。

他の世代との交流の増加についての間に関しては、山崎1期では「あてはまる」と評価した人は40%で「ややあてはまる」は50%であり、両方で90%の人が評価していることが分かった(図-7)。

4. まとめ

今回の意識調査は総じてクラインガルテン利用者の満足度は高かった。一部、日当たりの悪さによって野菜の育成について不満がみられたものの、総合的には評価されている。応募動機としては「新鮮で安全な

野菜づくり」は90.6%、「余暇の充実」は84.3%と期待が大きく、「他の居住者と親しくなれそう」との期待は62.5%であったが、立地により格差がみられた。

「次回募集の応募意向」では全体の68.7%が継続の意志があると答えている。残りの30%が現状不明であるが、「応募しない」という回答については、多忙などの理由に起因すると考えられる。また、家族の交流を期待した利用者は家族の交流の増加に満足していることがわかった。

本クラインガルテンを利用する時に、他の地域の貸農園は検討しなかった利用者がほとんどであることから、近くであるからこそ利用しようと考えたものと思われ、利用頻度の多さは、住まいとクラインガルテンが近いことの利点が強いと考えられる。

山崎1期は、高台でやや風が強いものの日当たりに恵まれ、冬季でも半数の回答者がクラインガルテンを利用していると答えている。リタイアメント層を中心に熱心な利用者の野菜作りへの意欲は高く、少子高齢化社会におけるクラインガルテンの整備は居住者のニーズに合致していると考えられる。

参考文献

- 1) 赤松潤 (1998) : 分譲住宅におけるクラインガルテンを通じてコミュニティ形成の試み, ランドスケープ研究 (62) 1, 30-32
- 2) 岩崎哲也, 中村忠昌, 安部邦昭, 小木曾裕, 島一喜, 大森繁 (2005) : 鎌倉市域の環境共生住宅における主な動物相とその誘致手法について, 造園技術報告集 (3), 18-21
- 3) 小木曾裕 (2003) : 郊外団地の再生における緑の役割と変遷, ランドスケープ研究 66 (4), 276-281
- 4) 小木曾裕, 島一喜, 大森繁, 勝野武彦, 濱野周泰, 小河原孝生, 石井ちはる (2001) : 地域環境と連携したレーベンスガルテン山崎環境共生住宅のランドスケープ計画・設計技術: 造園技術報告集 (1), 142-145
- 5) 小木曾裕, 島一喜, 大森繁, 中村忠昌 (2003) : 環境共生住宅における生態環境の保全・創出〜鎌倉における事例, 造園技術報告集 (2), 54-57
- 6) 牧山他 (2006) : 滞在型市民農園における都市農村交流の実態 - 特に笠間クラインガルテンを事例として, 農業土木学会論文集, 74, 1, 35-43
- 7) 郷 (1995) : 計画案選定の最適化手法: 中間地域における「クラインガルテン」整備計画を事例として, 農村計画学会誌, 14, 2, 21-32
- 8) 日本造園学会 (1981) 特集・コミュニティ・ランドスケープと住まいの緑, ランドスケープ研究, 62 (1), 1-15
- 9) 大森繁, 小木曾裕, 島一喜, 勝野武彦, 濱野周泰 (2001) : レーベンスガルテン山崎の環境共生を具現化した造園ディテール, 日本造園学会関東支部大会事例・研究報告集 (19), 61-62
- 10) 島一喜, 小木曾裕 (2001) : クラインガルテンが生みだす新たなコミュニティ, レーベンスガルテン山崎を事例として, 日本造園学会関東支部大会事例・研究報告集 (19), 59-60

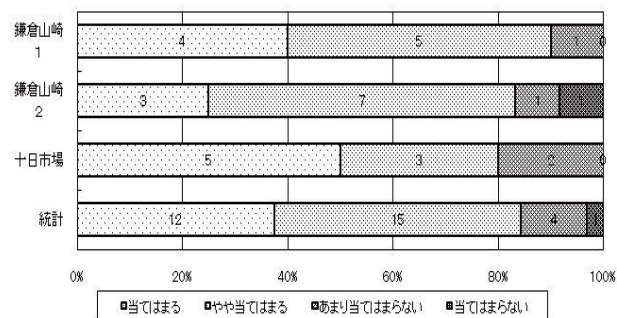


図-6 クラインガルテンの余暇時間の充実の全体評価

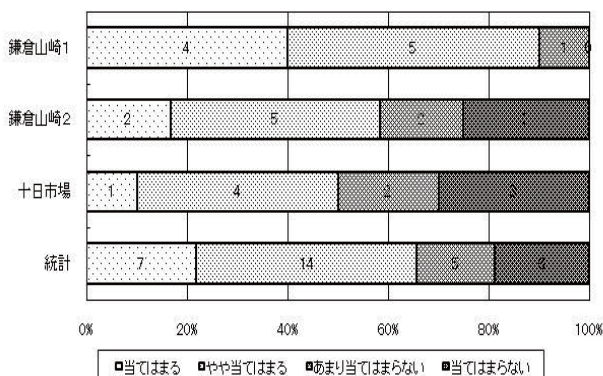


図-7 クラインガルテン利用による他世帯との交流