

The logo for NOMURA, consisting of the word "NOMURA" in a bold, white, sans-serif font, positioned in the upper right corner of a red background. The background features a large, stylized graphic of overlapping triangles in various shades of red and white, creating a dynamic, geometric pattern.

観光農園の未来

～「食農エデュテインメントパーク」への進化の期待～

2024年4月

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社
シニアフェロー 石井 良一

目次

はじめに	2
第1章 コロナ禍における観光需要の変化	3
1. 国内観光の現状	3
2. 観光に関する意識や行動の変化	4
第2章 観光農園の現状	7
1. 観光農園のタイプ	7
2. 観光農園の現状	8
3. 観光農園の課題	10
第3章 食農学習・アウトドアエンターテイメントの場としての観光農園の先駆的事例	12
1. らぽっぽ なめがたファーマーズヴィレッジ(行方市)	12
2. クルックフィールズ(木更津市)	16
3. 新潟市アグリパーク(新潟市)	21
第4章 新時代の観光農園のあり方	25
1. 食農学習・アウトドアエンターテイメントの場としての観光農園の可能性	25
2. 基本コンセプト「食農エデュテインメントパーク」	26
3. 備えるべき機能、設備等	26
4. サービスプログラムの開発	27
5. 顧客とのコミュニケーションの重要性	28
おわりに	29
巻末資料 全国の主要な観光農園(駐車場台数 100 台以上)	30

はじめに

2023年5月から新型コロナウイルスの感染症法上の分類が「5類」に引き下げられ、行動制限が大幅に緩和された。入国制限は2022年10月から段階的に緩和され、外国人旅行客も増加し、国内の観光地はコロナ禍前以上の賑わいを取り戻している。

観光農園は基本的にアウトドアで、密集的でなく、各地の観光農園も約3年ぶりに賑わいが戻った。季節の花の鑑賞、果物狩り、さまざまな体験等を楽しむことができる観光農園は、地域の農と食の豊かさを映す鏡であり、地方部における観光集客の拠点として期待されている。

しかしながら、約3年に及んだコロナ禍で観光農園数も大きく減少した。家族経営での観光農園は今後とも減少していくことが予想される。今後は、より長い期間運営し、収穫体験サービス、食と農の学びのプログラム、販売、レストラン、宿泊事業等を複合的に組み合わせ、観光客に高い満足感と感動を与える観光農園が伸長していきだろう。異業種による新規参入も期待される。

本論では、観光需要の変化と観光農園の動向を分析したうえで、今後の観光農園のあり方について論考する。未来の観光農園は、主に収穫体験を楽しむ農園から、食や農の大切さや農産物の栽培や加工のプロセスを遊びながら学ぶことで、生きる力を身につけていく農園に進化すべきと考えている。『食農学習・アウトドアエンターテインメントの場』として観光農園が発展する姿を、本論では『食農エデュテインメントパーク』というコンセプトで提案する。

観光農園事業者や参入希望者、果樹生産者、自治体関係者などの参考にしてほしい。

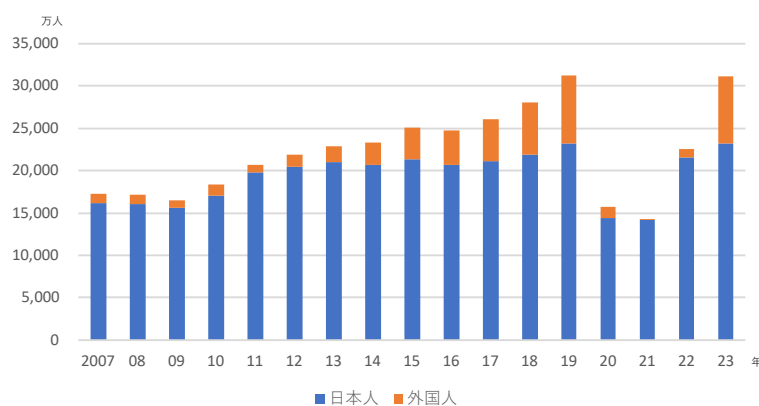
第1章 コロナ禍における観光需要の変化

1. 国内観光の現状

2020年春から、全国で蔓延を続けた新型コロナウイルス感染症はそれまで順調に伸びてきた観光需要に多大な影響を与えた。図表1、2に示すように、4次にわたる緊急事態宣言により、外出や移動、外国人観光客の入国は制限され、観光目的の宿泊客数は大きく減少した。特に、2019年にはインバウンド需要は地方部にまで広がりを見せていただけに、その熱を一挙に覚ます結果となった。

政府は「GoToトラベルキャンペーン」や全国旅行支援などにより、近場における旅行需要の掘り起こしなどを図ったが、旅行需要が回復したのは2022年秋頃からであった。2023年5月からは新型コロナの感染症法上の位置づけが季節性インフルエンザなどと同じ「5類」に移行され、ようやくインバウンドも含め、宿泊客数はコロナ禍前の状況に戻っている。観光目的の宿泊者数は2023年には3.11億人と2019年の3.12億人とほぼ同数となった。

図表1 我が国における宿泊客数(観光目的)の推移



図表2 我が国における宿泊客数(観光目的)の月別推移



(出所) 図表1・2ともに、観光庁「宿泊旅行統計調査」よりNAPA作成

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

2. 観光に関する意識や行動の変化

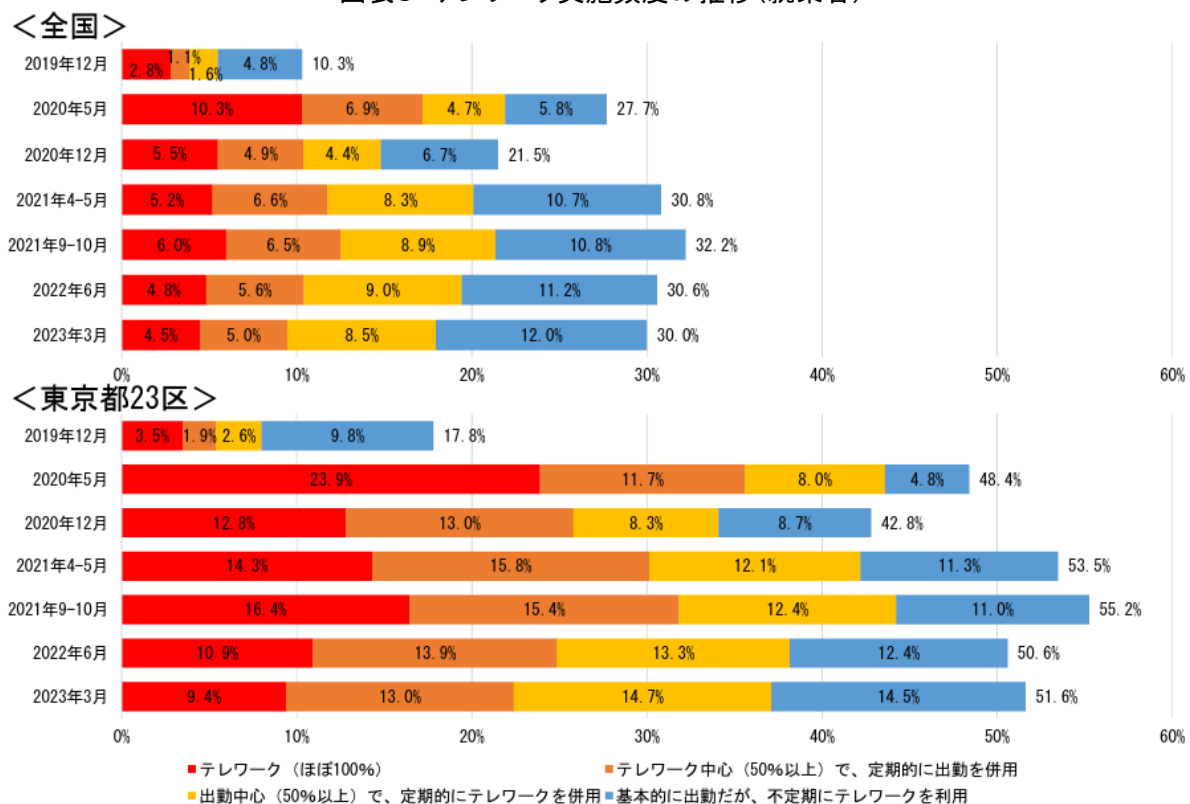
約3年に及んだコロナ禍を経て、観光に関する意識や行動が少しずつ変化した。主な変化をあげると次のとおりである。

①どこでもいつでも移動先でも働けるライフスタイルの浸透

コロナ禍における顕著な変化はテレワークの浸透である。図表3に示すように、3回目の緊急事態宣言後の2021年秋には全国就業者の33%、東京23区就業者の55%がテレワークを活用していた。その割合はコロナ禍が落ち着いた2023年3月になってもあまり変わらず、ホワイトカラーを中心にテレワークを活用しながら業務を行うスタイルが定着したといえる。東京23区就業者の22%はテレワーク中心であり、Wi-Fi環境が整っていれば、移動中でも旅行先でも仕事をするのが可能になっている。

「ワーケーション」とは Work(仕事)と Vacation(休暇)を組み合わせた造語で、テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすことと定義される。¹ 外国人観光客の中でもビジネスマンは、長期に時差のある日本で旅行を楽しみながら、必要な業務を行うことは一般的になっている。観光地、特に宿泊滞在先においては、ワーケーションを可能とする環境の整備が必須となっている。

図表3 テレワーク実施頻度の推移(就業者)



(出所) 内閣府(2023.4)「第6回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

¹ 観光庁「新たな旅のスタイル」ワーケーション&ブレイジャー」サイト <https://www.mlit.go.jp/kankocho/workation-bleisure/>

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

②健康志向の高まり

新型コロナウイルス感染症の発症や重症化は、食事や運動、休養の不摂生、喫煙、飲酒など不健康な生活習慣に起因する病気と大きく関係することが明らかになっている。厚生労働省の分析によると、腎臓病や糖尿病などの重症化のリスク要因が「ない」人は致死率が0.41%であったが、「ある」人は2.28%と5.6倍となっている。

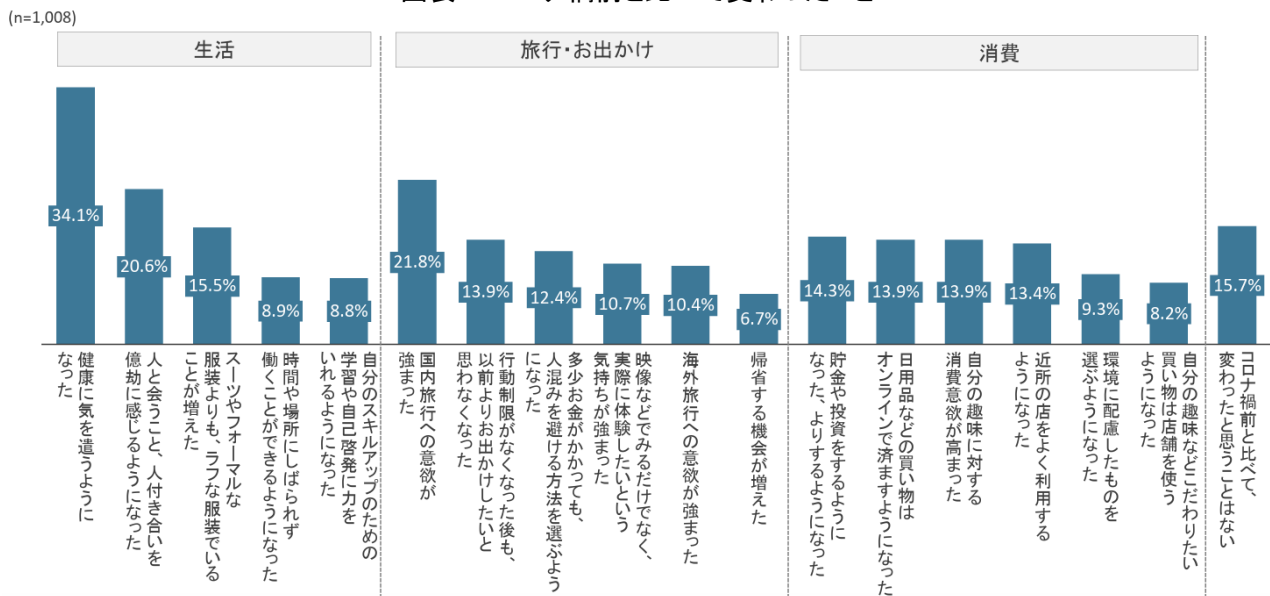
2

旅先においても、健康に配慮した食事、運動や瞑想などのプログラム、温泉やスパなどの提供が期待される。

③日本人の国内旅行への関心の高まり

2023年5月からは新型コロナウイルス感染症法上の位置づけが「5類」に移行され、感染の広がりも一定程度で抑えられていることから、これまで我慢していた旅行需要が一気に拡大している。しかしながら、国際情勢の不安定さ、円安、航空運賃の上昇、節約志向などから旅行先は国内が主流である。コロナ禍においては近場での旅行が主体であったが、より遠隔地への旅行が増えている。

図表4 コロナ禍前と比べて変わったこと



(出所) JTB 総合研究所(2023.5)「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査(2023年3月実施)」

④外国人観光客の地方への関心の増大

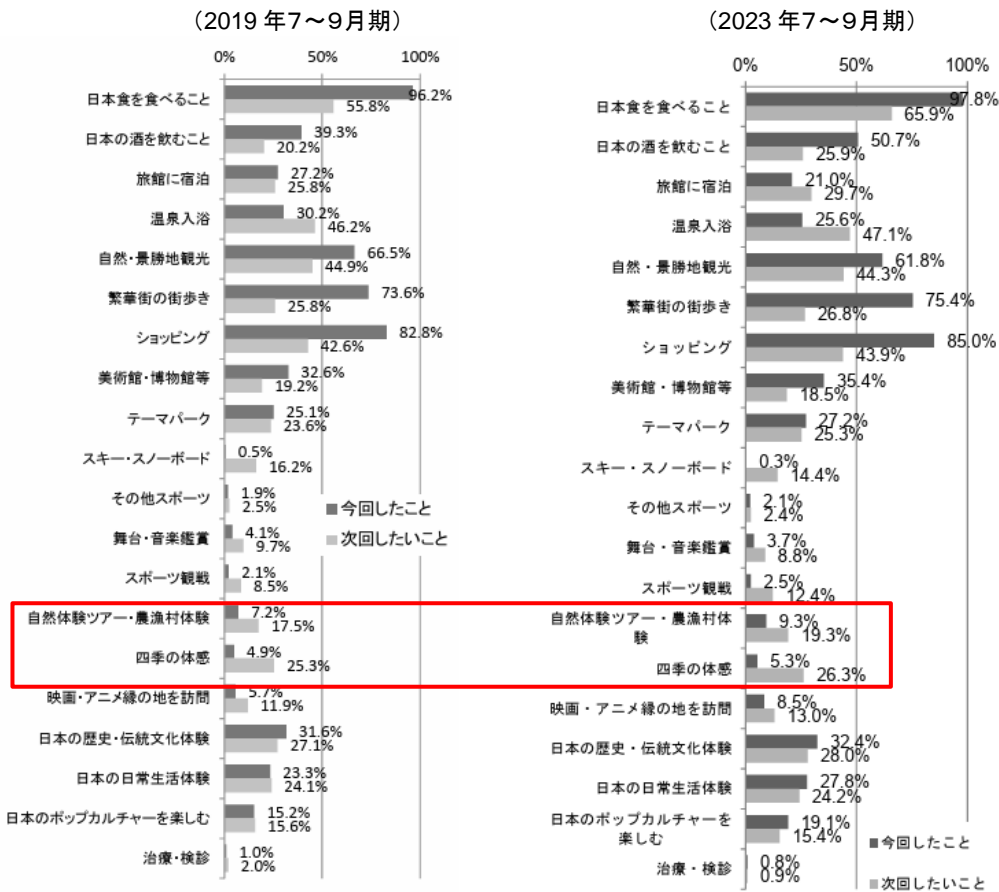
日本への入国制限は段階的に緩和され、2023年4月28日からは入国制限が撤廃された。円安の恩恵も享受し、外国人観光客はコロナ禍前と同程度に回復し、日本での観光を楽しんでいる。日本で体験したことを

² 厚生労働省(2021)「新型コロナウイルス感染陽性者の重症化リスク因子への対応等」第49回新型コロナウイルス感染症対策アドバイザーボード資料 <https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000823697.pdf>

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社から信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

見ると、図表5に示すように、「自然・体験ツアー、農漁村体験」、「四季の体感」という農山漁村に豊富なコンテンツがあることについて、コロナ禍前よりも実施率、実施希望率が高くなっている。

図表5 訪日外国人観光客の今回したこと、次回したいことの変化



(出所)観光庁「訪日外国人消費動向調査結果及び分析」

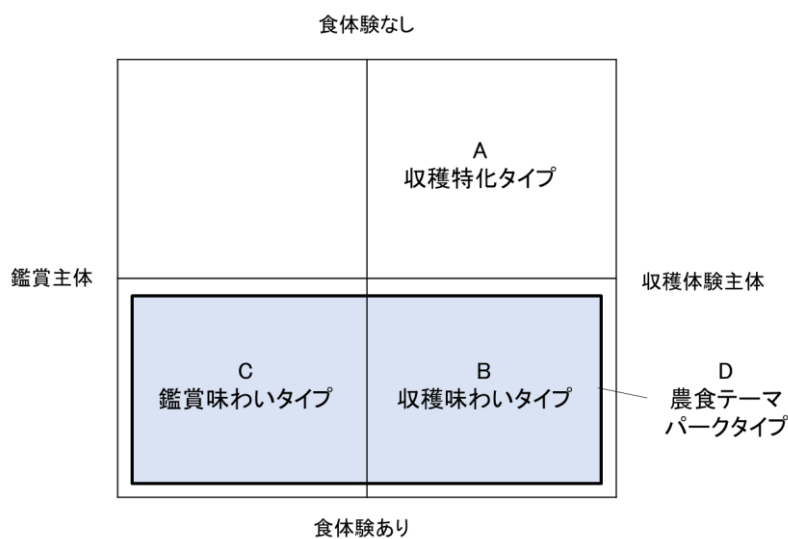
観光農園は、アウトドアで、その土地ごとに特有の果実及び果樹景観を提供しており、国内外の観光客に対し、新たな観光のトレンドの変化を受けとめ、発展させる大きな可能性を有している。

第2章 観光農園の現状

1. 観光農園のタイプ

観光農園を、カフェやレストランでの食体験の有無、ハーブや花などの鑑賞主体か果物や野菜などの収穫体験主体かで分類すると、「A: 収穫特化タイプ」、「B: 収穫味わいタイプ」、「C: 鑑賞味わいタイプ」、広大な園内で鑑賞も収穫体験も可能な「D: 農食テーマパークタイプ」の概ね4タイプに分類できる。

図表6 観光農園のタイプ分類



(出所)NAPA

「収穫特化タイプ」は、果物や野菜の生産者が自社の農園の一部を観光客の果物狩り、野菜収穫体験のために提供するもので、観光客のニーズに応じて、農産物の直売やネットでの通販を行う場合がある。果樹農家はこのタイプからスタートする場合が多い。「収穫味わいタイプ」は収穫特化タイプの発展形である場合が多い。カフェやレストランを設置することで、観光客に現地で新鮮な農産物を使った料理やスイーツを味わって頂き、憩いの空間を提供する一方で、事業者としては収益の向上、運営期間の長期化につながる事となる。

両タイプとも開園期間をより長くするために収穫時期の異なる複数の品目を扱う場合が多い。典型的な例としては、1～5月にはいちご、6～10月にかけて、もも、なし、ぶどうなどを提供するものである。観光農園ではその場で摘まれない多くの不揃い品が発生する。そうした農産物をジャムやお土産となるスイーツなどに加工して、食品ロスをできるだけなくし、商品の付加価値を高めることもよく行われている。

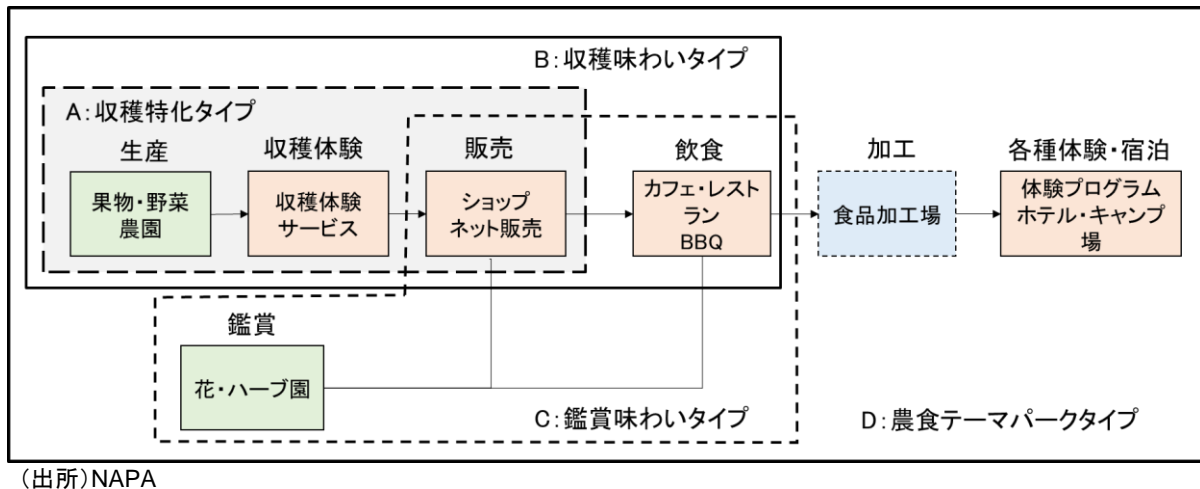
「鑑賞味わいタイプ」は、敷地内に季節ごとの花やハーブ園などの見どころを多く作り、周遊してもらうことを主眼に置いたタイプである。ほとんどがカフェやレストラン、さまざまな加工品や鉢植えなどを販売するショップを併設している。

「農食テーマパークタイプ」は、収穫、鑑賞、飲食機能を備えた上で、アウトドアの遊び場やさまざまな体験プログラムを有したものである。広大な面積を持つものが多い。さらにホテル、グランピング施設、キャンプ場等

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

の宿泊施設を併設し、より滞在時間を延ばす工夫をしている所も見られる。このタイプは、小規模なものから発展したものではなく、当初から事業として展開したものがほとんどである。農業公園などと称し、自治体が整備したものも多い。

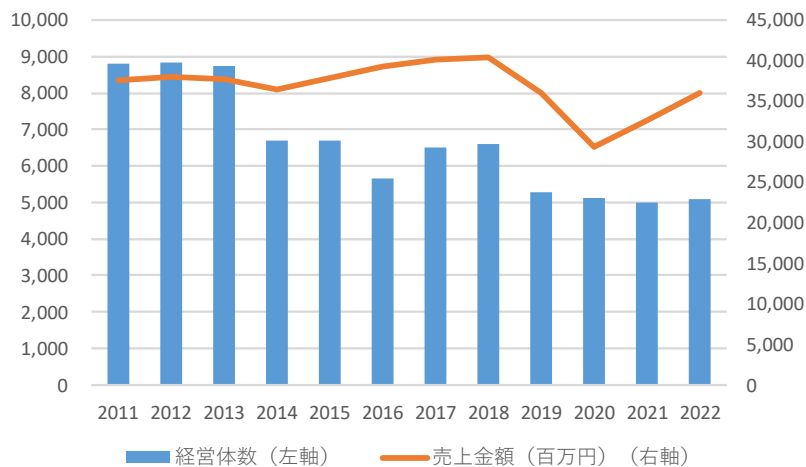
図表7 観光農園の成長過程とタイプ



2. 観光農園の現状

我が国の観光農園の経営体数は、統計を取り始めた2011年度より大きく減少している。総売上金額は2019年度までは350～400億円とほぼ横ばいであったが、コロナ禍の2020、21年度に落ち込んだ。2022年度は持ち直したものの、2022年度で、1経営体あたりの平均売上金額は約700万円に留まり、売上金額1億円以上の経営体は全体の0.7%、約36経営体に過ぎない。約7割が売上金額500万円未満の小規模零細事業者である。

図表8 我が国の観光農園経営体数及び総売上金額の推移(各年度)



本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

その中で、駐車場台数 100 台以上の観光農園事業を主業とすると想定される全国の 101 の観光農園(巻末資料参照)を見ると、いくつかの特徴がある。観光農園のタイプでは、先の分類の収穫味わいタイプが 59% を占めている。カフェ、レストランを有し、経営の安定化を図るものが多い。栽培品目では、いちご、ぶどうが多い。

図表9 我が国の主要観光農園のタイプ

	A: 収穫特化タイプ	B: 収穫味わいタイプ	C: 鑑賞味わいタイプ	D: 農食テーマパークタイプ
件数	14	60	12	15
割合(%)	14	59	12	15

(出所)NAPA

図表 10 我が国の主要観光農園における品目(複数回答)

	いちご	ぶどう	野菜	ブルーベリー	その他果物	花ハーブ	なし	りんご	さくらんぼ	もも	さつまいも	柑橘	メロン
件数	62	43	31	30	27	27	23	23	22	19	19	12	7
割合	61%	43%	31%	30%	27%	27%	23%	23%	22%	19%	19%	12%	7%

(出所)NAPA

複数の品目を生産している農園の料金体系例は図表 11 のとおりである。金額について地域差は少ない。各農園の生産状況や考え方により、品目により、食べ放題、時間制食べ放題、量り売りのいずれかの料金体系としている。いちご、さくらんぼ、ブルーベリーなどの軽量品目は時間制食べ放題、なし、もも、りんごなどの重量品目については時間無制限食べ放題にしている例が多い。量り売りを採用している農園は少なく、観光農園は果実をその場で採ってもらい食べ放題で満喫して頂くことをサービスの目玉としていることが理解される。

図表 11 観光農園の料金体系例(金額は円)

農園	エリア	いちご	さくらんぼ	メロン	ブルーベリー	ぶどう	なし	もも	りんご	柑橘
A農園	北海道	30分食べ放題 2,000	時間無制限 食べ放題 1,500		時間無制限 食べ放題 1,500	時間無制限 食べ放題 1,500	時間無制限 食べ放題 1,500	時間無制限 食べ放題 1,500	時間無制限 食べ放題 1,500	
B農園	甲信越	30分食べ放題 1,200	量り売り		30分食べ放題 1,200	時間無制限 食べ放題 1,650	量り売り	量り売り	量り売り	
C農園	東海	量り売り	量り売り		量り売り	量り売り	量り売り	量り売り	量り売り	量り売り
D農園	近畿	30分食べ放題 1,500- 2,100	30分食べ放題 2,300		30分食べ放題 1,200	2時間食べ放題 1,500	2時間食べ放題 1,400	2時間食べ放題 1,700		
E農園	近畿	30分食べ放題 1,600- 1,800		量り売り	1時間食べ放題 800	1時間食べ放題 1,000				1時間食べ放題 800
F農園	中国	30分食べ放題 1,760- 2,420	30分食べ放題 2,310- 2,530			時間無制限 食べ放題 1,430 ~ 1,650	時間無制限 食べ放題 1,430 ~ 1,650	時間無制限 食べ放題 1,430 ~ 1,650	時間無制限 食べ放題 990 ~ 1,210	

(出所)各社 HP より NAPA 作成

3. 観光農園の課題

観光農園は、前述したように、コロナ禍を契機に閉園した所も多く、売上金額も伸び悩んでいる。多くの観光農園に共通する主な課題は次のとおりである。

①安定した収穫量の確保と提供

観光農園は限られたエリアの栽培地に観光客を呼び込み、果実の収穫を主要サービスとしている。その日、その季節に収穫できる量には限りがあり、収穫する果実がなくなった時点でサービスは終了となる。このため、制限時間の短縮化、完全予約制、料金可変など顧客数のコントロールや収穫エリアのローテーションなど、計画的に観光客をコントロールする必要がある。また、近年の台風や猛暑等により、果実が計画通り提供できないことも各地で発生している。

②平日や閑散期の収入確保

観光農園は観光客に依存するビジネスモデルである。観光農園のメインシーズンである春と秋においては、日本人観光客は週末に集中する傾向がある。週末においては観光客を制限する必要も出てくる一方で、平日や春秋以外の閑散期の対応が求められる。

このために、多くの農園がレストランやカフェの運営、加工品の生産と販売などを行っているが、そのための設備投資や専門人材の確保、経営マネジメントが必要となる。

③お客様を呼び込む品目の探索

観光農園はお客様の興味を高めるために、同じ果実に関しても複数の品種を栽培し、食べ比べを目玉としている場合が多い。シャインマスカットが好例であるが、話題性のある品種の存在が農園の経営を大きく左右することとなる。果樹はすぐに生育するものでないため、常に新品種の探索、栽培可能性について検討する必要がある。

④人材の確保

多くの観光農園にとって人材の確保が課題となっている。多品目の果樹栽培のためにはそれらに対応する栽培の専門知識を持った人材の確保が必要である。また、果実は完熟するまで、圃場整備、水やり、施肥、せん定、新梢管理、果房管理、病害虫防除など多くの作業スタッフが必要である。また、果実収穫時には来園者の接客や誘導、直売所、レストラン、カフェ等のスタッフが必要である。来園者は休日に集中する傾向があり、休日での増員対応も必要となる。

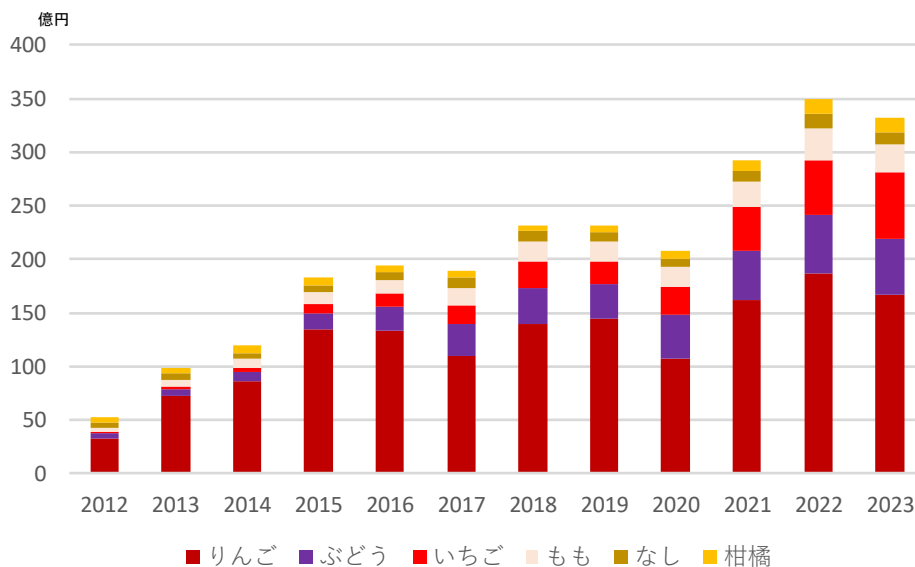
⑤廃棄ロスの削減

果実の廃棄ロスの削減も課題である。観光農園ではどうしてもお客様は見た目のいいものを選別しがちで、見た目の悪いものは残ってしまう。加工品の開発、レストラン・カフェでの利用、廃棄果実の再利用などを検討する必要がある。

⑥観光ニーズの変化に対する対応の必要性

第1章で述べたように、①どこでもいつでも移動をしながらでも働けるライフスタイルの浸透、②健康志向の高まり、③日本人の国内旅行への関心の高まり、④外国人観光客の地方への関心の増大といった観光ニーズの変化に対応し、観光農園を進化させる必要がある。日本のフルーツの美味しさ、品質の高さは、図表 12 に示す輸出の伸びで示されているように、世界に冠たるものであり、地方において国内外の観光客を集める強力なコンテンツになる可能性が高い。

図表 12 日本の主な果実の輸出実績推移



(出所)農林水産省「令和4年農林水産物・食品の輸出実績(品目別)」よりNAPA作成

第3章 食農学習・アウトドアエンターテインメントの場としての観光農園の先駆的事例

本章では、食農学習・アウトドアエンターテインメントの場としての観光農園の先駆的事例を紹介する。

1. らぽぽなめがたファーマーズヴィレッジ(行方市)

(1) 施設設置の背景と目的

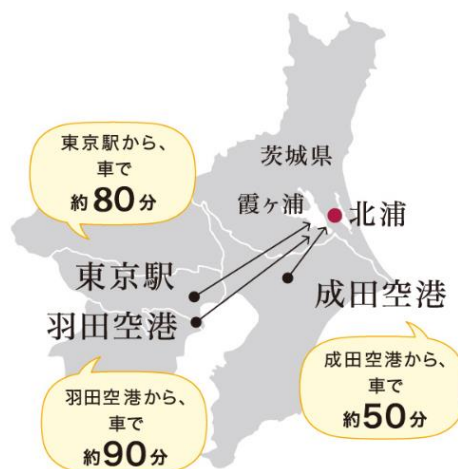
本施設は、全国でおいもスイーツ専門店「らぽぽファーム」やたこ料理専門店「たこ家道頓堀くる」等を展開している白ハト食品工業(株)が母体となり、JA なめがた(現、JA なめがたしおさい)、地域の農業者と設立した(株)なめがたしろはとファームが運営している。白ハト食品工業はおいもスイーツの原料となる国産さつまいもの確保が課題であった。さつまいも産地である宮崎には既に農業法人と菓子工場を有していたが、事業拡大に向けて東日本の産地における拠点整備の可能性を模索していた。2011年3月に東日本大震災が起り、風評被害によりさつまいもの販路に窮していたJA なめがたのさつまいもを全量買取したことが縁になり、JA なめがた、行方市、茨城県の協力の下で、菓子工場及びテーマパーク(さつまいも畑を含む)の進出に至ったものである。行方市にとっては、雇用の増大、合併により使い道に困っていた空き校舎の活用によるメリットがあった。

2012年に運営会社である農業生産法人(株)なめがたしろはとファームを設立、2015年10月に開村した。コロナ禍においては休業や平日休業などの措置をとった。現在、果樹園などの2期整備を進めている。

(2) 立地

本施設は、茨城県行方市の北浦を望む高台に位置している。車では東京からは約90分、成田空港からは約50分の距離にある。

図表 13 らぽぽなめがたファーマーズヴィレッジ位置図



(出所)らぽぽなめがたファーマーズヴィレッジ HP

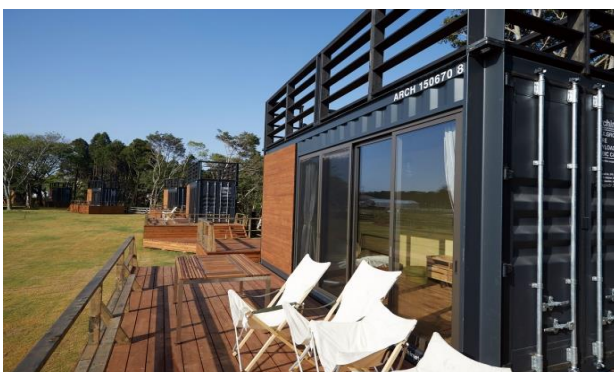
(3)施設概要

「おいも、食べる、育てる、おいしい体験。」をコンセプトに、日本最大の体験型農業テーマパークを目指している。総敷地面積は約 33ha で、図表 14～16 に示すように、生産、加工、販売、観光のさまざまな施設を有している。工場は全国に展開する「らぼっぽファーム」のスイートポテトの主原料となる焼き芋ペーストの生産を行っており、さつまいも畑、キュアリング倉庫、ペースト工場と、原料生産から加工まで産地での一貫生産を可能にしている。

図表 14 らぼっぽ なめがたファーマーズヴィレッジの主な施設

機能	主な施設
生産	らぼっぽおいも畑、オーナー専用農園、和栗の森、らぼっぽフルーツファーム、どろんこレンコンファーム、水田
加工	さつまいも貯蔵庫、工場
販売	ファーマーズマルシェ、らぼっぽファームベーカリー、おいも熟成蔵
観光	やきいもファクトリーミュージアム、サクラカフェ、なめがた農家キッチン、ファームトゥーテーブル(イタリアンレストラン)、ファームグランピング

(出所)らぼっぽ なめがたファーマーズヴィレッジ HP より NAPA 作成



(出所)らぼっぽ なめがたファーマーズヴィレッジ HP

図表 15 らぼぽぽ なめがたファーマーズヴィレッジマップ



①	ファーマーズマルシェ	⑫	ロイヤルファーム オーナーズクラブ
②	サクラカフェ	⑬	天神の森
③	らぼぽぽ ファーム	⑭	セントラルガーデン
④	おいも熟成蔵IBARAKI	⑮	駐車場
⑤	農家キッチン	⑯	らぼぽぽおいも畑
⑥	ファームトゥザテーブル	⑰	さつまいもキュアリング貯蔵庫
⑦	やさいも ファクトリーミュージアム	⑱	田んぼアート
⑧	トラクターステーション	⑲	白浜少年自然の家
⑨	和栗の森/ツリーハウス	⑳	レイクエコー
⑩	クワガタ・カブトムシの森	㉑	らぼぽぽフルーツファーム
⑪	クラブハウス		

(出所)らぼぽぽ なめがたファーマーズヴィレッジ HP

図表 16 やさいもファクトリーミュージアム



(出所)らぼぽぽ なめがたファーマーズヴィレッジ HP

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

(4)食農学習・アウトドアエンターテインメントプログラム

1年を通じてさまざまなプログラムを有している。畑や果樹園では季節の野菜、果物の苗植えや収穫体験を楽しめる。屋内のやきいもファクトリーミュージアムでは、旧校舎を上手く活用し、回遊しながら、さつまいもの歴史、さつまいもの特徴、お菓子の製造工程等を学べるようになっており、旧家庭科調理室で季節のスイーツの調理体験が可能である。グランピング施設では畑の食材を活用したBBQができ、日帰りでも1泊でも食と農に関する豊かな体験を楽しめるようになっている。

図表 17 食農学習・アウトドアエンターテインメントプログラムの概要

	農業体験	食加工体験	野外体験
1月	イチゴ収穫	季節の手作りスイートポテト教室 いちごピザ&いちご酒づくり(春) 採れたて夏野菜&飯盒炊飯でカレーづくり(夏) 干し芋づくり(冬) ファームグランピング	カブトムシワガタハント(夏) ザリガニ釣り(夏)
2月	イチゴ収穫		
3月	イチゴ収穫		
4月	イチゴ収穫・たけのこ収穫		
5月	さつまいも苗植え		
6月	青梅収穫・じゃがいも収穫		
7月	トマト収穫・トウモロコシ収穫		
8月	トウモロコシ収穫		
9月	栗拾い・さつまいも収穫		
10月	さつまいも収穫・稲刈り		
11月	さつまいも収穫・黄ゆず収穫		
12月	黄ゆず収穫・冬野菜収穫		

(出所)らぼっぼ なめがたファーマーズビレッジパンフレットより作成

また、「おいも株オーナー制度」は、1口 3,500 円～(税込)でおいも(1口2株:約 2.4kg)の権利者(オーナー)になれる制度で、本施設のさつまいも畑で春に苗植会、秋に収穫祭に参加でき、熟成したさつまいもを12月に受けとれるサービスである。苗植えから収穫までの期間はインスタグラムなどで成長の様子を確認できる。都市部の子供にとって、さつまいもがどう育って口に入るかを知るプログラムとなっている。

(5)参考となるポイント

①農食体験を、学びの素材やエンターテインメントにしていること

本施設は子供や女性が好むさつまいもをテーマに、体験を通じて農業や食を学び楽しむテーマパークとしていいる点が特徴的である。本施設は北浦を臨む高台にあり、周りには人家も電柱もほとんどなく、日帰りだけでなく、目の前に畑が広がるグランピング施設に宿泊すれば、身も心も癒されるだろう。

②年間を通じてお客さまに来て頂くことを目指していること

本施設は首都圏から適度な距離にあり、毎月さまざまな農食体験プログラムを用意し、レストランやショップも充実していることから、ファミリー層を中心にリピーターが増える可能性がある。おいも株オーナー制度も効果的である。平日は、地元客のレストラン利用やバスツアー客のおみやげ購入の場としての年間の利用も見込まれる。

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

2. クルックフィールズ(木更津市)

(1) 施設設置の背景と目的

本施設を構想した音楽プロデューサーである小林武史氏は、2001年のニューヨーク同時多発テロをきっかけに、環境や未来を考えることが重要だと認識し、2003年に非営利の融資機関である ap bank を発足した。音楽活動などの収益を基に、2004年から多くの環境に関するプロジェクトに融資している。

自らも実践することを志し、「快適で環境に良い未来に向けた暮らし」をコンセプトに、サステナブルな消費や暮らしの在り方を提案していくブランドとして(株)クルックを2005年に設立した。都内でレストラン・カフェ等を運営し、オーガニックコットンを普及するための取り組み「プレオーガニックコットンプログラム」などを展開している。農業にも関心を持ち、2008年頃から関東近郊で農場を探し始めた。元牧場で、牛舎が尾根地にあり、広大な牧草地だった当地に巡り合い、2010年から、すべての活動の根幹である一次産業、特に有機農業をスタートし、そこにさまざまな人が枝葉のように宿り、幅広いクリエイティヴの場となることを目指し、2019年に本施設をオープンした。

(2) 立地

本施設は、東京都心から車で約60分の距離にある。東京駅から高速バスもアクセスしており、約80分で到達する。自然豊かな丘陵地にある。近隣にかずさアカデミアパークがある。



(出所)クルックフィールズ HP

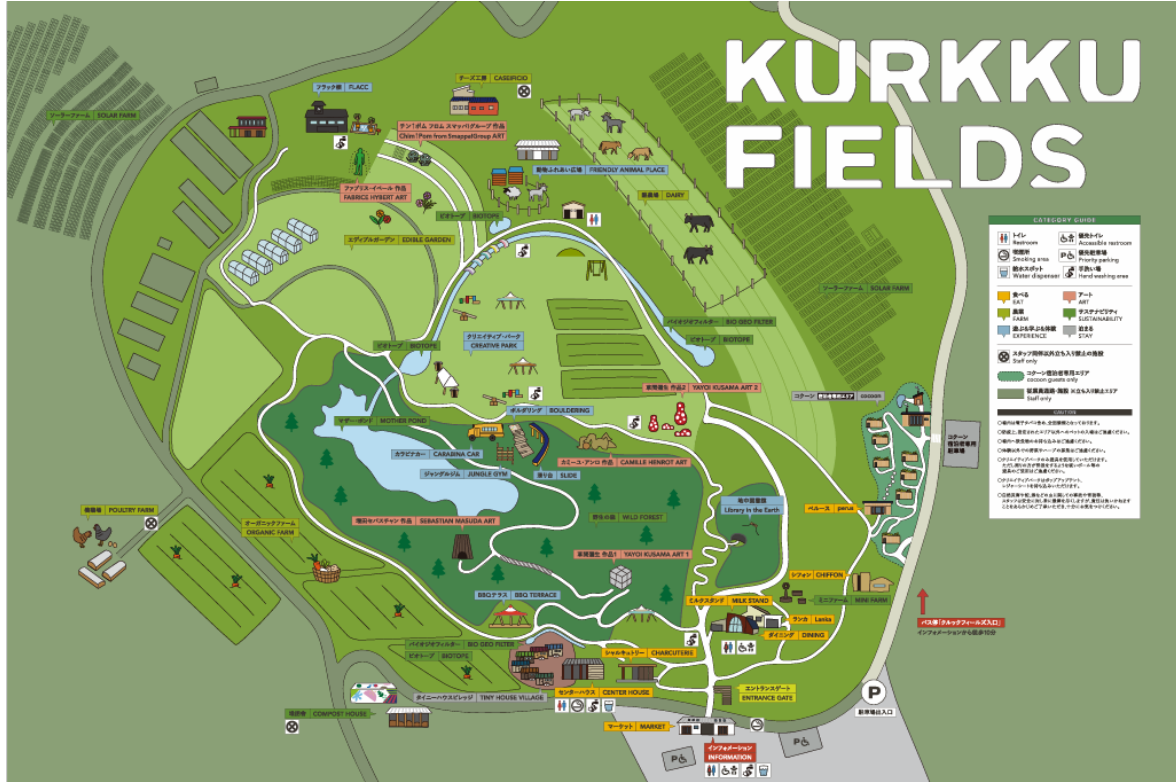
図表 18 クルックフィールズ位置図



(3) 施設概要

「命のてざわり」をコンセプトとし、サステナブルファーム&パークを謳っている。面積は約30haである。農地は施設内に約3ha、施設外に約5haを有している。運営は(株)KURKKU FIELDS、そのグループ会社に(株)耕す(農業、養鶏)、(株)KURKKU FIELDS RANCH(畜産、ミルク、チーズ)がある。3社の社長は小林氏である。3社合計の従業者数は約60名である。

図表 19 クルックフィールズ概要図



(出所)クルックフィールズ HP

主な施設は次のとおりである。

図表 20 クルックフィールズの主な施設

区分	施設名	内容
農業	オーガニックファーム	ハウス、露地で多品目の有機農産物、小麦を栽培。
	養鶏場	卵を生産。
	酪農場・ふれあい牧場	牛乳を生産。
	堆肥舎	堆肥を生産。
加工	ジビエ食肉加工場	鹿、イノシシなどの食肉加工。
	チーズ工房	チーズを生産。
飲食	DINING (ダイニング)	園内で育てられている有機野菜やハーブ、シャルキュトリーや平飼いで育てられた鶏の卵、作りたてのチーズなど、新鮮な食材をふんだんに使ったメニューを提供。
	LANKA (ランカ)	小麦がのびのびと育つ環境への感謝、種まきから収穫まで、時間をかけて実らせてくれた農業チームへの感謝を、パンという形でつないでいくベーカリー。
	CHARCUTERIE (シャルキュトリー)	ソーセージやハムなどの加工から販売までを施設内で行っている。猪や豚、鹿の肉と農場で採れた四季折々の野菜やハーブをたっぷり使ったラインナップ。
	CHIFFON (シフォン)	農場の新鮮な卵とミルクを使い、ここでしか作れない最高のスイーツを提供。
	MILK STAND (ミルクスタンド)	ミルクはもちろんソフトクリームやチーズを販売。

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

区分	施設名	内容
	PERUS (ペルース)	丘の上からクルックフィールズを眺めることのできる最高のロケーション。カウンターとテラスがあり、昼は宿泊者以外の方、夜は宿泊者限定の料理を提供。
宿泊	COCOON (ココーン)	繭の形をした6棟の小さい客室と1棟の少し大きい客室、そしてキッチンラウンジ、レストラン、サウナが点在。
	TINY HOUSE VILLAGE (タイニーハウスビレッジ)	グランピングとはまたひと味違った宿泊を楽しめる。シャワーのあるスペースも併設。BBQ や焚き火、星空観察など、魅力が満載。
ショップ	MARKET (マーケット)	自然の恵みを分かち合いたい、作り手の思いを届けたい、との思いで設置。
文化	クリエイティブパーク	廃材や廃棄物などを領した遊具を配置し、思い思いに遊べる空間を形成。
	野外アート	草間彌生、カミーユ・アンロ、増田セバスチャン、ファブリス・イベールなど世界を代表するアーティストの作品を展示。
	地中図書館	自然の叡智を学びながら、想像力豊かに未来へと向かう、そんな人々の支えになるような場所を目指している。

(出所)クルックフィールズ HP より NAPA 作成

野外アート作品は、小林社長が関わった東北復興支援アートフェスタなどで展示していたものもある。有機農産物はイトーヨーカドーやレストランなどに8割を販売し、残りは自社で利用している。

2022年秋にビラ「COCOON」がオープンした。利用料金は1泊2食付き、2～3人で約10万円となっており、1時間半のファームツアー、サウナや地中図書館の利用が含まれている。クルックフィールズのファンになってもらうことを企図している。インテリアやデザインが好きな方もよく泊まれる。

営業時間は10:00～17:00で、火・水曜は定休(祝日は営業)である。メンバーシップ年会費1,000円(千葉県民500円)で、さまざまな情報提供や入園料の割引が受けられる。利用者は、千葉県民が6～7割、ファミリー、カップル、グループなどさまざまで、サステナブルな生活に関心のある方が来場している。コロナ禍での開業であったが、運営は順調である。

本施設では、快適で環境に良い未来に向けた暮らしを実践するために次のようなさまざまな環境保全の取組をしている。

①水循環

上水は井戸水を浄化して利用している。下水道は浄化槽で処理した水を、自然のろ過装置を通してため池まで誘導している。途中クレソンやセリが富栄養な水から栄養分を吸収し、自然ろ過される。

②土

牧場で出る牛糞、鶏糞は堆肥舎で堆肥になり、畑で利用している。レストランで出る生ごみ、野菜くずはコンポスト化し、堆肥としている。食肉処理場が出るイノシシ、鹿の骨は細粒化し、肥料化を目指している。

③野生動物

木更津市と共同で、イノシシ、鹿、アライグマなどジビエの食肉処理場を施設の近隣に整備した。フランス料理の料理人が設計にも関わり、血抜きなど効果的な解体方法を指導している。新鮮なうちに解体し冷凍している。年間約1,000頭が解体され、レストランで調理されるなど有害野生動物の効果的な活用に貢献している。

④容器

レストラン等のテイクアウトではバガス(サトウキビの搾りかす)容器を使用。使用後は堆肥にし、畑に還している。

⑤エネルギー

1MWのソーラー発電所を2か所所有している。当初はすべて売電していたが、数年前の台風で長期停電になったことから、蓄電池を設け、現在は2割を自己利用にした。それで施設内の8割の電気を賅っている。

(4)食農学習・アウトドアエンターテインメントプログラム

利用者はそれぞれの関心にあわせて周遊している。パンフレットには3つの推薦コースを掲載している。

①食を楽しむコース： ミルクスタンド → ダイニング → シフォン

②アートを楽しむコース： 無限の鏡の間(草間彌生) → ぽっかりあいた穴(増田セバスチャン) → 新たな空間への道標(草間彌生) → フラック棟

③自然を楽しむコース： クルックフィールズツアー参加 → 動物ふれあい広場 → 野生の森

クルックフィールズツアーは毎日午前 11:00 から実施している。サステナブルの取り組みについて施設内を歩いてガイドからの説明を受けながら歩いて回る。

また、収穫体験やライブイベントなど随時イベントがある。企業でSDGsやCSRの取組が広がっているが、実物を見て、説明を聞いて、考えることができる30~50人の企業研修に使われることが多い。10時に集合し、ツアー、ランチ、午後はワークショップというのが一般的で、一般客には公開していない場所にも案内する。修学旅行や校外学習の場としても使われている。毎年、神戸市の学校は、修学旅行で、東京ディズニーランドで1日過ごした翌日にここに来て、サステナブルの取り組みについてのツアーに参加するそうだ。

図表 21 に示す「生きる力を養う学校」プログラムは、一人ひとりが暮らしの原点に立ち返り、持続可能な暮らしを実践するための学びの場である、約半年間にわたって、食や農、自然体験を通じて、楽しみながらサステナブルな暮らしを学ぶことができる。

図表 21 「生きる力を養う学校」プログラム(2023年の例)

回	月日	テーマ	プログラム
第1回	6月11日(日)	卵と小麦	<ul style="list-style-type: none"> ■小麦 ・脱穀作業・製粉見学・手打ちパスタレッスン。 ■卵 ・養鶏場の見学・鶏の餌づくり・採卵体験。 ■ランチ ・生みたての卵と挽きたての小麦を使ったシェフ特製メニューとドリンク・コミュニケーションタイム。 ■フィールドツアー
第2回	7月22日(土)	命をいただく ゲスト: 京都「田舎の大鵬」シェフ 渡辺幸樹氏	<ul style="list-style-type: none"> ■野菜 ・夏の日差しをたっぷり浴びた新鮮な野菜の収穫。 ■鶏 ・鶏を絞め、捌いて昼食にいただきます。 ■ランチ ・捌きたての新鮮な鶏を余すことなく調理し、この時期に場内で採れる(獲れる)食材や、保存食も使い、料理を仕上げます。

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

回	月日	テーマ	プログラム
第3回	8月27日(日)	地産地消の食卓づくり ゲスト:陶芸家 西山光太氏	<ul style="list-style-type: none"> ■野菜の収穫 ・夏の日差しをたっぷり浴びた新鮮な野菜の収穫。 ■土器の藁焼き見学 ・ここで採れた土を使い事前に製作した器を藁で焼き上げ、土器にします。焼き上がった器を取り出すところを見学し、その器にランチを盛り付けます。 ■陶芸体験 器づくり ・この土に触れ、手捻りで器づくりを体験します。作品は後日参加者に配送します。 ■場内の素材をテーブルウェアに ・植物の葉や枝、竹など場内で手に入る素材を使い、器やテーブルウェアを制作。食卓を演出します。 ■ランチ ・クルックフィールズで育った新鮮な野菜を土の中で調理するプリミティブなスタイルで仕上げます。
第4回	9月10日(日)	植物のある暮らし～養蜂と蒸溜～ ゲスト:株式会社 ONE DROP FARM 代表 豊増洋右氏	<ul style="list-style-type: none"> ■養蜂 ・ミツバチ目線の森探索ツアーと養蜂の巣箱観察。 ■蒸溜 ・植物の香りを閉じ込めることができる蒸溜の技術を使って、四季折々の植物の楽しみ方を学びます。 ■ランチ ・テーマに合わせたスモープローでランチを彩ります。
第5回	10月8日(日)	捨てない暮らし～藍染めとピッツァづくり～ ゲスト:染物作家 下道千晶氏	<ul style="list-style-type: none"> ■藍染めによる染め直し ・シミがついてしまったお気に入りの洋服、古くなった皮財布など、皆様の自宅に眠っているモノを染め直して生まれ変わらせます。 ■流通にのらない食材でつくるピッツァ&スープ ・「おいしいけれど流通にのらない」食材を使って、ワークショップ形式でおいしいランチに仕上げます。 ○カルツォーネ(三日月型のピッツァ)づくり ・鹿や猪の肉の切れ端等をピッツァ生地で包み、薪窯で焼き上げます。 ○デイスコスープづくり サイズや形が不揃いで出荷できない野菜を使ってスープをつくります。
第6回	11月26日(日)	木とともにある暮らし～薪火と原木きのこ～	<ul style="list-style-type: none"> ■薪火を使ったジビエ料理 ■シタケの原木作り ■クラフトワーク(箸づくり) ■コミュニケーションタイム

(出所)クルックフィールズ HP より NAPA 作成



(出所)クルックフィールズ

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

(5) 参考となるポイント

① サステナブルな暮らしのあり方を提案していること

有機農業や畜産の現場、環境保全の取り組み、イベント等を通じて、サステナブルな暮らしとはどういうことか、豊かさとは何かを考え、体験する場になっている。

② 料理やパン、スイーツなどの加工品を楽しんでもらっていること

農作物そのものよりも、それを美味しく、巧みに加工した料理や加工品を来園者に楽しんでもらっている。加工品は賞味期間も長く、付加価値も高く、経営面でも効果がある。

3. 新潟市アグリパーク(新潟市)

(1) 施設設置の背景と目的

新潟市は 2005 年に 12 市町村が合併し政令市となった。農地面積、生産量とも全国屈指で、食と花を通じて農村と都市の交流を活発化し地域農業の振興を図るために本施設は構想された。新潟市とフランス・ナント市が姉妹都市で、フランスに行った際に、フランスでは教育ファームがあることが当たり前であることを知った当時の篠田市長のリーダーシップがあった。

本施設は、子供たちが多様な体験を通して学ぶことにより、ふるさとへの愛情や誇り、生きる力を養うために設置した全国初の教育ファームである。2005 年に基本構想を策定、2006 年に基本計画を策定、2008 年に用地を取得、2014 年 6 月にオープンした。元は水田で、市が買収をして整備した。総事業費は 19 億円（土地取得費、造成費を除く）で、合併特例債などを活用した。市の所管は、農林水産部食と花の推進課である。

(2) 立地

新潟駅から車で約 40 分、田園地帯の中にある。隣接して、花などの新品種の研究を行っている新潟市農業活性化研究センターが立地している。

(3) 施設概要

面積は 3.9ha である。

図表 22 新潟市アグリパークの位置



(出所)新潟市アグリパーク HP

図表 23 新潟市アグリパーク施設概要



(出所)新潟市アグリパーク HP

主な施設は図表 24 のとおりである。食品加工支援センターは農家の6次産業化を支援している。各種設備が充実、いろいろな専門家もおり、ラベルやパッケージ制作の支援もしている。年間通して食品加工講座を提供している。本センターを活用し、商品生産を継続している方や独立し工房を設置した方もいる。

図表 24 新潟市アグリパークの主な施設

施設名	概要
1. クラブハウス	農業に関する情報提供、食育・農業体験学習を行う教育ファームの中心施設。
2. 体験ハウス	収穫した農産物の調理やピザづくり等の体験が可能な施設。
3. 体験畜舎	牛やヤギ、ヒツジを飼育し、搾乳体験や餌やり体験が可能な施設。
4. 農器具庫	農機具等の収納庫。
5. 宿泊棟、コテージ、キャンプサイト	宿泊棟:ツイン客室8部屋、コテージ7棟(定員8名)、キャンプサイト5区画。
6. 農産物直売所	地元農産物や加工品を販売。
7. レストラン	地元食材にこだわったメニューを用意。
8. 食品加工支援センター	農家の要請に応え、農産物の加工技術や商品化の取組みを支援する施設。
9. 体験ほ場	アグリ・スタディ・プログラム(農産物の観察、栽培・収穫などの体験学習)で使用する作物を中心に栽培。また一般客への農業体験、新規就農希望者の研修に使用。

(出所)新潟市アグリパーク HP より NAPA 作成

図表 25 新潟市アグリパークの光景



(出所)新潟市アグリパーク HP

土地、施設は市が所有し、運営は指定管理者制度を活用し、アグリパーク運営グループ(構成企業:グリーン産業(株)(代表)、愛宕商事(株)、(株)新潟ビルサービス)が行っている。総括館長の下に、教育ファーム部門、就農支援部門、食品加工支援センターがある。常勤スタッフは 24 名。その他、教育委員会の指導主事 1 名が出向し、インストラクターへの指導をしている。パートナー(収穫や料理体験のサポートなど)15 名、専門家(講師)3 名がおり、必要に応じて支援している。

(4)食農学習・アウトドアエンターテインメントプログラム

日本初の公立教育ファームで、文部科学省が定めた学習指導要領に基づき学校のカリキュラムと連動した農業体験学習(すべて学校の授業)を実施している。ここでの体験は日帰りか1泊2日である。

各学校が使いやすいように、「アグリ・スタディ・プログラム」を作成している。子どもたちが農業のすばらしさに気付き、命や人との絆を大切にして、ふるさと新潟を愛し、誇りに思うとともに、持続可能な社会の実現に向け、生きる力を培うことを目的にしている。幼稚園・保育園編、小学校編、中学校・中等教育学校編、特別支援学校、適応指導教室編がある。主要 70 プログラムがあり、ここで提供しているのは 44 プログラムである。事前に学校の担当者と調整し、カスタマイズする。

図表 26 アグリ・スタディ・プログラム(表紙)



(出所)新潟市 HP

人気のあるのは、「お野菜マジック」で、野菜観察・収穫をして、収穫した野菜を使ってのピザづくり、牛へのお礼の餌やりという内容である。8割が小学校の利用で、2年生が多い。2019 年は 180 校、約 10,000 人、2022 年は 171 校、約 8,000 人が利用した。一般の方々への体験プログラムも年間を通じて開催している。

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

平日は、学校のアグリ・スタディ・プログラムで年間ほとんど埋まっている。土日祝日は、親子づれや地域団体(子供会など)の野菜収穫体験やイベント参加などである。2022年度の利用者数は19万人、コロナ禍でも大きくは減少しなかった。じゃらんの農業体験の全国ランキングで常にトップ5に入っている。

(5)参考となるポイント

①生きた食農学習プログラムの場として活用していること

農産物の収穫を目的としていなく、農畜産物がどのようにしてできるのか、どのように調理し活用するのかなど学びの場として、年間を通じてさまざまな食農学習プログラムを実施している。

②農業者に対しての研修の場を提供し食農ビジネス創出の場として活用していること

新規就農者や6次産業化をめざす農業者に場所と研修の機会を提供し、食農ビジネス創出の場となっている。

第4章 新時代の観光農園のあり方

本章では、今後めざすべき観光農園の方向性を提示して本論を締めくくりたい。

1. 食農学習・アウトドアエンターテイメントの場としての観光農園の可能性

先駆的事例はいずれも観光農園を果実の収穫やスイーツを楽しむ場としてだけでなく、食や農の大切さ、循環型農業の重要性などの『学び』を通して友達や家族同士での『体験を楽しむ場』と位置付けている。一般的な収穫味わいタイプの観光農園の滞在時間が1～2時間程度であるのに対して、半日～2日をかけて滞りする空間を形成している。また、四季のプログラムやイベントを実施し、年間繰り返して利用される施設となっている。

図表 25 食農学習・アウトドアエンターテイメントの場としての観光農園の特徴

項目	一般的な収穫味わいタイプ 観光農園	食農学習・アウトドアエンターテイメントタイプ 観光農園
対象者	子ども～高齢者一般	子ども、家族連れ、農業や食に関心のある方 日本の農業に関心のある外国人
主目的	収穫・味わいを楽しむ	果実の栽培・利用プロセス、循環型農業の学びを楽しむ
楽しむ時間	収穫 30分＋味わい1時間程度	半日～2日
楽しむ時期	収穫時期のみ	年間繰り返し
参加方法	果実食べ放題(時間制)料が一般的	(入園料+)プログラム参加料 もしくは 入園料(プログラム参加料含む)

(出所)NAPA

現在の観光農園の課題を第2章で述べたが、こうした食農学習・アウトドアエンターテイメントタイプの観光農園は、図表 26 に示すように、こうした課題を克服し、新たな魅力を創出する可能性が高い。

図表 26 食農学習・アウトドアエンターテイメントタイプの観光農園の課題克服への可能性

一般的な観光農園の課題	食農学習・アウトドアエンターテイメントタイプの観光農園の課題克服への可能性
① 安定した収穫量の確保と提供	果実の収穫、食べ放題を主とするサービスではなく、食や農を学び楽しむプログラムへの転換により、安定した収穫量を常に揃えなければならないという呪縛から解放される。
② 平日や閑散期の収入確保	学校、老人会などの地域の団体、企業等への教育研修プログラムの利用が期待できる。また、日本のフルーツに関心を持つ外国人には魅力的なプログラムになる。
③ お客様を呼び込む品目の探索	新たに目を引く新規の品目を探索する努力よりも、いかに魅力的なプログラムを作るかが重要となる。
④ 人材の確保	人材の確保は引き続き課題となる。コンセプトに共感し、企画力やコミュニケーション能力に長けた人材の確保、育成が重要である。
⑤ 廃棄ロスの削減	引き続き、料理や加工品の開発等による削減を図る必要がある。食材の循環型システムを導入し、SDGs を体験学習する場にすることができる。
⑥ 観光ニーズの変化に対する対応の必要性	食、農、環境、健康への関心は高まっており、本タイプの可能性は高い。

(出所)NAPA

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

2. 基本コンセプト「食農エデュテインメントパーク」

『エデュテインメント』とは、「エデュケーション(教育)」と「エンターテインメント(娯楽)」を組み合わせた造語で、遊びながら学ぶことで自主的に知識を身につけていく体験やコンテンツのことをいう。エデュテインメント施設の代表例として、キッズニア³、日本科学未来館⁴があげられる。

今後の観光農園は、「食農エデュテインメントパーク」をコンセプトに進化していくことが望まれる。ここで、食農エデュテインメントパークとは、「食や農の大切さや農産物の栽培や加工のプロセスを遊びながら学ぶことで、生きる力を身につけていく農園」と定義しておく。

「食農エデュテインメントパーク」として再出発するためには、その農園が何を目的とするのか、なぜそうするのか、何をするのか、地域の課題も含めて、新たに自らに問い直す必要がある。その上で、メインターゲットを定め、通年で提供可能なサービスプログラムを開発し、事業計画、人材計画を策定する必要がある。これまでの収穫食べ放題サービスを必ずしも止める必要はないが、全体のコンセプトに合わせて位置づけし直すことが必要である。

3. 備えるべき機能、設備等

一般的な観光農園を食農エデュテインメントパークに移行していくために必要な新たな機能、設備等は図表27のとおりである。特に大規模な投資は必要なく、既存施設を利用すれば可能になる場合が多いだろう。また、観光農園ではない果樹生産者による自社果樹園での実施も十分可能である。むしろ外国人観光客などは、ありのままの果樹園の景観、果樹栽培の苦労や工夫を知り学ぶことの方が価値を感じる可能性がある。

図表 27 食農エデュテインメントパークに備えるべき機能、設備

機能	主な設備・器材	概要
果樹栽培体験・学習機能	果樹園、園路、利用者用器材、説明用資料	見学、散策できる自然園路を整備するとともに、果樹品種の説明パネルや施設(器材倉庫、肥料庫、冷蔵施設、熟成施設など)の説明板を整備しておく。 利用者のために必要な器材(軍手、はさみ、等)。
調理体験・学習機能	調理場(バックヤード)、手洗場、屋内作業スペース、使い捨て作業衣・手袋	果実を使ったスイーツや料理づくりを行うスペースを確保する。調理場はバックヤードで1次加工し、屋内作業スペースやテントなどで利用者が調理する方式でも十分である。

注)従来の観光農園が有する鑑賞体験、収穫体験、食体験に加えて求められる機能。これ以外にも、動物等への世話やり、食の循環システム、環境保全などの体験学習の機能が考えられる。

(出所)NAPA

³ キッズニアは、世界各国、国内数カ所で開催されている子供向けの職業体験型テーマパークである。仮定の街で、主要な80職種について職業を模擬体験することができる。仕事はどういうものか遊びながら学ぶことができる。

⁴ 日本科学未来館(東京都)は、「科学技術を文化として捉え、社会に対する役割と未来の可能性について考え、語り合うための、すべての人々にひらかれた場」を設立の理念とした国立の科学館で、ロボットや人工知能、生命科学、地球環境、宇宙など私たちの未来にかかわる科学技術を遊びながら学ぶことができる。

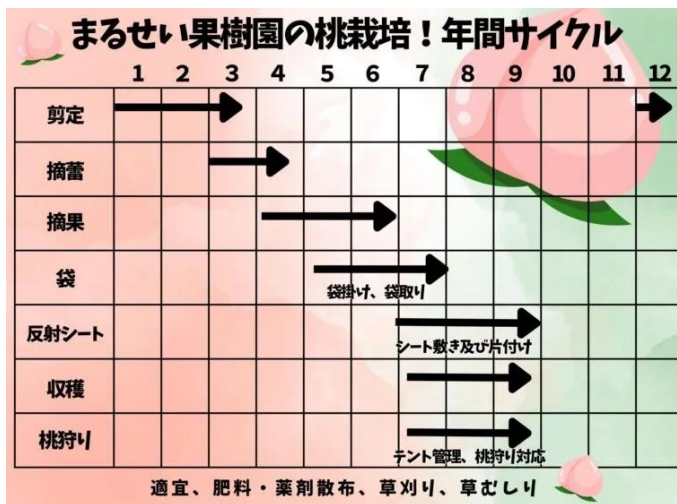
本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

4. サービスプログラムの開発

最も重要なのは年間を通じたサービスプログラムの開発である。品目にあわせて作成する必要がある。観光客向けに2～3時間のツアープログラムとし、①講義、②農園ガイドツアー、③果樹等の収穫作業体験・試食、④果樹等を使ったスイーツづくり体験・試食、で構成することが検討される。

一例として、果樹園における桃の年間の栽培を例に考えてみよう。桃の収穫期は7～9月中旬であるが、年間を通じて多くの作業がある。桃の花は5月位に咲くが、この前後の摘蕾、摘果作業、袋掛け作業が美味しい桃づくりには重要な作業となり、学んでほしい作業となる。果樹園で桃の花が咲き誇る光景は普段見慣れない光景であり、多くの人の心に響く情景である。

図表 28 桃の年間作業カレンダー



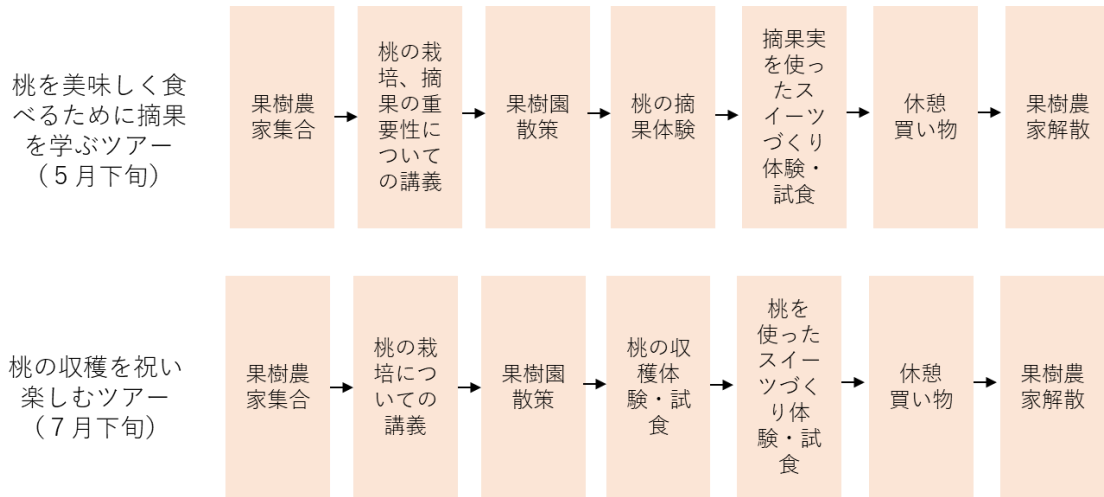
(出所) (一社)福島市観光コンベンション協会(2023)
「果樹生産者の1年を追え」福島市観光ノートHP



(出所) 福島県観光公式サイト「ふくしまの旅」

そこで、摘果時期と収穫時期のプログラムを図表 29 のように提案する。さらに、袋掛け時期なども加え、年間を通じて桃の栽培についてのプログラムを検討することも可能である。安売りはせずに、ツアーの質を高め、お土産付きで1～2万円の有料プログラムとすることが望ましい。桃の栽培に関心のある方、子どもたちに農業の大切さを学ばせたい方、日本の農業に関心のある外国人、果樹園でリラックスしたい方など多くの方の関心を集めるだろう。参加者の中から、桃栽培に関心を持ち、パート・アルバイトや正社員を希望する方が現れる可能性もある。

図表 29 桃を学び味わうツアー企画例



(出所)NAPA

5. 顧客とのコミュニケーションの重要性

これまで、観光農園や果樹生産者は顧客とのコミュニケーションが不十分であったのではないだろうか。観光農園は、果物狩りの宣伝や案内には熱心であるが、その裏側にある果樹栽培の苦労や情熱についてはあまり伝えていない。果樹生産者についてはホームページや SNS で情報発信そのものも十分に行えていない所が多い。

既存の観光農園や果樹生産者を食農エデュテインメントパークに進化させ、日常的に情報を発信し、自社のファンを作り出す経営スタイルへの転換をめざしてほしい。それは、経営の安定にもつながっていくだろう。近年は、SNS を使って比較的簡単に情報発信ができるようになっている。図表 30 は、Web 上で行われるマーケティング活動の手法を示したものである。参考にしてほしい。

図表 30 Web マーケティングの手法

手法	概要
動画配信	YouTube を活用し、商品やサービスを紹介する動画を配信する。言葉や写真で説明するより、商品やサービスの特徴がよく理解される。自社チャンネルを持つことも検討される。
SEO(検索エンジン最適化)	検索エンジンで自社の Web サイトを上位に表示させる。
インフルエンサーの活用	その分野で影響力のあるインフルエンサーに、試食や取材などをしてもらい、インフルエンサーのサイトで商品やサービスの情報発信をしてもらう。
SNS のターゲティング広告	X、Facebook、Instagram などを活用し、地域、性別、年齢層、趣味などを絞って、商品やサービスの情報(文字、画像、動画)を配信する。
SNS 運用	X、Facebook、Instagram などを活用し、自社で独自にサイトを運用し、定期的に商品やサービスの情報を発信する。
公式 LINE	登録者に対して、お役立ち情報を定期的に配信する。当初登録してもらうためには何らかのメリットを提供する必要がある。

(出所)NAPA

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

おわりに

本論の執筆をするにあたって、参考資料に示すように、駐車場台数 100 台以上の全国の観光農園のリストを作成した。観光農園リストは全国初のものだろう。すべての観光農園のホームページを参照したが、食べ放題の果物狩りをウリとしている施設がほとんどであった。新たに旬を迎えた果物狩りは顧客に多くの満足感を与えるが楽しさを感じるのは一瞬であり、果樹や農園への深い造詣や愛着にはつながっていないと考えている。自らも複数の観光農園で食べ放題を試したが、人間の胃袋には限界があり、すぐに満腹となり、価格に対して不満感を持つ観光客もいるのではないだろうか。

また、観光農園は、地域の食と農の豊かさを映す鏡であると考えているが、近接地にある観光農園同士はお客の取り合いをしているように感ずる場合もある。地域が連携して、年間のイベントを展開し、地域全体で「食農エデュテインメントパーク」を形成することも可能ではないかと思う。

本論が観光農園や果樹園の今後の方向性を考えるヒントになれば幸甚である。

巻末資料 全国の主要な観光農園(駐車場台数 100 台以上): 甲信越・北陸・東海・関西

地域	名称	所在地	駐車場台数	運営者	開設期間	品目													サービス						タイプ				
						いちご	さくらんぼ	メロン	ブルーベリー	ぶどう	なし	もも	りんご	柑橘	その他果物	野菜	さつまいも	花ハーブ	収穫	調理・製造体験	鑑賞	ショップ	カフェ・レストラン	遊具・アウトドア	宿泊	収穫体験	収穫味わい	鑑賞味わい	農食テーマパーク
甲信越	フルーツランド 白根グレープガーデン	新潟市	150	有限会社 白根グレープガーデン	通年	○	○		○	○	○	○	○	○	○				○	○	○	○	○			○			
	池田観光果樹園	新潟市	100	池田観光果樹園	通年	○				○	○								○							○			
	新潟市アグリパーク	新潟市	130	新潟市(指定管理者:アグリパーク運営グループ)	通年														○	○	○	○	○			○			
	はびろ農業公園 みほらしファーム	伊那市	300	伊那市(指定管理者:上伊那農業協同組合)	通年	○			○	○									○	○	○	○	○			○			
	あんずの里アグリパーク	千曲市	150	有限会社あんずの里アグリパーク	通年	○							○							○	○	○	○			○			
	大王わさび農場	安曇野市	380	株式会社大王	通年														○	○	○	○					○		
	こもろ布引いちご園	小諸市	250	農業生産法人こもろ布引いちご園株式会社	1~6月	○														○	○	○	○			○			
	山梨県笛吹川フルーツ公園	山梨市	290	山梨県(指定管理者:やまなしフルーツパークパートナーズ)	通年		○		○	○	○	○	○	○	○					○	○	○	○	○			○		
中込農園	南アルプス市	150	中込農園株式会社	6~12月		○			○	○	○	○	○	○												○			
浅間園	笛吹市	100	株式会社浅間園	6~11月					○	○	○	○	○	○					○	○	○	○				○			
あすなる園	勝沼市	100	株式会社 あすなる園	1~11月	○	○			○	○	○	○	○	○							○					○			
北陸	加賀フルーツランド	加賀市	140	有限会社三共農園加賀フルーツランド	通年	○	○			○										○	○	○	○			○			
	はままつフルーツパーク時の柵	浜松市	800	浜松市(指定管理者:株式会社 時の柵)	通年	○	○		○	○	○	○	○	○	○					○	○	○	○	○			○		
東海	赤ずきんちゃんのおもしろ農園	掛川市	130	アグリッチャパン株式会社	通年	○	○		○	○	○	○	○	○						○	○	○	○			○			
	いちご空中農園 いわた	磐田市	170	磐南ファーム株式会社	11~6月	○																				○			
	蒲郡オレンジパーク	蒲郡市	100	株式会社ピードハーブ	通年	○	○													○	○	○	○			○			
	田原たべりん王国	田原市	100	株式会社 ジュン・グリーン	通年	○	○														○	○				○			
	ジョイフルファーム 鶴の池	愛知県美浜町	100	農事組合法人 鶴の池	通年	○	○														○	○	○	○			○		
	岡崎駒立ぶどう狩り	岡崎市	800	岡崎駒立ぶどう狩り組合	7~10月					○																	○		
	三國観光農園	岡崎市	300	三國観光農園	8~10月					○											○	○	○	○			○		
	東谷山フルーツパーク	名古屋	840	名古屋(指定管理者:公財)名古屋みどりの協会	通年					○	○	○	○	○	○						○	○	○	○			○		
	ふる里農園美の関	関市	100	株式会社ふる里農園美の関	通年	○															○	○	○	○			○		
	松阪農業公園ベルファーム	松阪市	710	松阪市(指定管理者:株式会社 松阪招徠ファーム)	通年					○											○	○	○	○			○		
多度グリーンファーム	桑名市	200	多度グリーンファーム	通年	○															○	○	○	○			○			
五桂池ふる〜つ村	三重県多気町	400	五桂池ふる〜つ村	通年	○	○		○												○	○	○	○			○			
伊賀の里モクモク手づくりファーム	伊賀市	500	株式会社伊賀の里モクモク手づくりファーム	通年	○	○		○													○	○	○	○	○		○		
関西	アグリパーク竜王	滋賀県竜王町	200	竜王町(指定管理者:株式会社みらいパーク竜王)	通年	○	○		○	○	○	○	○	○						○	○	○	○	○			○		
	高島市マキノ農業公園マキノビックランド	高島市	230	高島市(指定管理者:農事組合法人マキノ果樹生産組合)	通年					○											○	○	○	○			○		
	滋賀農業公園ブルーメの丘	滋賀県日野町	2000	日野町(指定管理者:株式会社ワールドインテック)	通年					○											○	○	○	○			○		
	English Garden ローザンベリー多和田	米原市	360	株式会社 メリーデイズ	通年																○	○	○	○			○		
	堺・緑のミュージアム ハーベストの丘	堺市	1800	堺市(指定管理者:株式会社 堺ファーム、JA堺市)	通年	○															○	○	○	○	○		○		
	観光農園南楽園	堺市	300	観光農園南楽園	通年	○	○		○	○	○	○	○	○	○						○	○	○	○			○		
	ムラタケ観光農園	和泉市	100	ムラタケ観光農園	通年	○															○	○	○	○			○		
	富田林市農業公園サバファーム	富田林市	300	富田林市(指定管理者:農事組合法人富田林市南地区協同組合)	通年	○				○											○	○	○	○			○		
	かいづか いぶきヴィレッジ	具塚市	100	大阪府(指定管理者:SDGs LABO)	通年	○																○	○	○	○		○		
	みとろ観光果樹園	加古川市	100	農事組合法人 みとろ生産組合	通年					○																	○		
	淡路ファームパークイングラントの丘	南あわじ市	1000	南淡路農業公園株式会社	通年	○															○	○	○	○			○		
	グリナリウム淡路島	淡路市	100	株式会社 淡路の島菜園	通年	○																○	○	○	○			○	
	ウェルネスパーク五色 高田屋 嘉兵衛公園	洲本市	200	一般財団法人五色ふるさと振興公社	通年	○															○	○	○	○	○		○		
農業公園信貴山のどか村	奈良県三郷町	700	株式会社 農業公園信貴山のどか村	通年	○	○		○													○	○	○	○			○		

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。© Nomura Agri Planning & Advisory Co., Ltd. 2024

