

注目される体験型観光農業

地方の集客力向上を図る観光コンテンツとして期待

政策調査部主任研究員

堀 千珠

03-3591-1304

chizu.hori@mizuho-ri.co.jp

- 「モノ」から「コト」への消費シフトが進むなかで、観光農園、農家民宿、農家レストラン等の体験型観光農業が地方ならではの有力な観光コンテンツとして注目されつつある。
- 体験型観光農業の先駆的な事例では、季節間の収入格差の縮小や観光客の受け入れ態勢の整備に向けた経営努力が顕著である。
- 今後、農業者が企業や他の農業者等との連携を通じて経営資源の不足を補い、上記のような経営努力を行える環境が整備されれば、農業者の収益拡大や地域経済の活性化に寄与すると期待される。

1. はじめに

政府が「地方創生」や「観光立国」に向けた取り組みを積極的に進めているなかで、農村で余暇を過ごす人々をもてなす農業関連事業（以下、観光農業）が近年、注目を集めつつある。観光農業の主な業態としては、①農産物直売所、②観光農園、③農家民宿、④農家レストラン等がある。このうち②～④の体験型観光農業は、人々の消費対象が「モノ」から「コト」（サービス、経験等）にシフトしているなかで、農業者の新たな収益源や地方の有力な観光コンテンツとして注目され始めている。そこで本稿では、観光農業の歴史や体験型観光農業への先駆的な取り組み事例を踏まえ、今後の展開に向けたインプリケーションをまとめることとしたい。

2. 観光農業の歴史

まず、観光農業のこれまでの歩みを簡単に振り返っておきたい。農家民宿については個人宅での宿泊という形で戦前から存在していたが、農産物直売所、観光農園、農家レストランといった業態の観光農業が本格的に展開されるようになったのは1965～1970年頃とみられる。この頃から、少数の意欲的な農業者が農産物の販売や収穫体験・飲食の提供に組み、地域内外から来訪者を集める動きが少しずつ広まり始めた。1999年に施行された食料・農業・農村基本法で都市と農村の交流が農村振興策の一環として位置づけられて以降は、同交流に対する交付金の支給が開始されたほか¹、2011年には「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（通称、6次産業化法）の認定を受けることで無利子融資資金の償還期限延長の特例を受けられるようになる等、観光農業に対する政策的な支援も実施されるようになった。

しかし、観光農業の各業態が一律に成長を遂げた訳では必ずしもない。農産物直売所については観光客からだけでなく地元のリピート客からも収入が得られるなかで、半世紀の間に市場規模が顕著に

拡大した。一方で、観光農園、農家民宿、農家レストランについては、観光シーズンとオフシーズンの収入格差が大きいことや観光客の受け入れ態勢を整える負担が大きいこと等から事業に取り組む農業者が限られており、現在でも市場規模は大きくない。2010年度から開始された農林水産省の「6次産業化総合調査」によれば、2013年度の農産物直売所の年間販売金額が9,026億円であるのに対し、観光農園、農家民宿、農家レストランの同年度における年間販売金額はそれぞれ378億円、54億円、310億円にとどまっている（図表1）。

ただし、近年は観光農業を取り巻く環境が変化しつつある。農産物直売所については、農業者やその集合体である農協だけでなく、第三セクターや企業等もその設置を行うようになったことで今や乱立状態にあり、市場が飽和状態に近づきつつあるといわれている。一方、増加が顕著なインバウンドの外国人観光客を含め、人々の消費対象が「モノ」から「コト」にシフトしているなかで、観光農園、農家民宿、農家レストランといった体験型観光農業が地方ならではの観光コンテンツとして注目され始めている。

実際、早くから体験型観光農業に取り組んできた農業者のなかには現在、多数の観光客を集め、地域の活性化に貢献しているケースもある。次項ではこのうち、農産物直売所を設置した後に事業を多角化する形で体験型観光農業に進出した長崎県大村市の有限会社シュシュと、創業当初から体験型観光農業に軸足を置いた事業展開を続けている広島県三次市の有限会社平田観光について見てみよう（以下、「有限会社」の表記を省略）。

3. 体験の提供を伴う観光農業への取り組み事例

（1）観光農業を多角的に展開するシュシュ

シュシュは、長崎空港から車で約15分の距離にある観光農業の拠点施設「おおむら夢ファームシュシュ」の運営母体である。人口約9万人の長崎県大村市に位置する同施設は、年間およそ49万人もの来場者を集めており、このなかには、外国人が推定で約2,000人含まれる。2016年3月時点の従業員数は72名で、その8割を女性が占めている。

図表1 観光農業の主な業態の年間販売金額等

業態	年度	年間販売金額	事業体数	1事業体当たり販売金額
		(単位:億円)	(単位:事業所)	(単位:万円)
農産物直売所	2010	8,176	22,050	3,708
	2013	9,026	23,710	3,807
観光農園	2010	352	8,760	402
	2013	378	8,730	433
農家民宿	2010	51	1,920	266
	2013	54	2,090	260
農家レストラン	2010	181	1,390	1,298
	2013	310	1,570	1,977

(資料) 農林水産省「6次産業化総合調査」より、みずほ総合研究所作成

シュシュの沿革は図表2のとおりである。代表取締役である山口成美氏によれば、大村市では古くから梨やブドウの産地として観光農園の取り組みが行われていたとのことである。しかし、梨狩りやブドウ狩りは時期が8～9月に偏ることから、山口氏を含む地元の農業者が年間を通じて集客が可能な仕組みづくりに着手したというのがシュシュの誕生の経緯である。ビニールハウスの農産物直売所からスタートした後、徐々に事業の多角化を図り、現在はアイス工房、洋菓子工房、パン工房、レストラン、体験教室（ピザ作り教室やイチゴのスイーツ作り教室等、合計15コース）、イチゴ・梨・ブドウ等の収穫体験施設、農産物加工センターを擁している。事業の多角化によって、オフシーズンの冬期も来場者を確保できるようになった。

シュシュは、農産物直売所で地元の農家約150戸からこまめに商品を補充する（多いときには1日7回）、各種工房やレストランで地元の原料にこだわった品揃えをする、農産物加工センターで独自商品を開発する等、「モノ」の提供に伴う工夫を通じて売上を伸ばしてきたが、同社の最大の特徴は、体験教室や収穫体験施設で「コト」の提供にも積極的に取り組んでいる点にある。「コト」の提供は、農産物直売所のみを展開する施設とシュシュとの差別化を可能としているほか、来場者に農産物や料理ができるまでのストーリーを伝えて自社商品の価値を理解してもらう良い機会となっている。実際、体験教室への参加や収穫体験施設での果物狩りの後で、農産物直売所や各種工房で商品を買求める来場者は少なくないとのことである。また、従業員にとって、体験教室や収穫体験施設で来場者とコミュニケーションを図り、楽しみを分かち合うことは、仕事のやりがいにつながっている。

このほか、シュシュの特筆すべき点として、地元農家との連携により観光客の受け入れ態勢を整備していることがあげられる。シュシュは2006年以降、大村市グリーン・ツーリズム推進協議会の事務局として、同協議会に登録している観光農園20戸や民泊受け入れ農家9戸と観光客の間の仲介を行っており、これによって観光客の受け入れキャパシティの拡大や、同社が行っていない宿泊体験の提供を実現している。このような連携は、同協議会に登録する農家の所得向上や地域の賑わい創出にも貢献している。なお、シュシュは、地域における観光型農業への取り組みの継続性を重視する観点から、仲介に際して人数的・時期的に各農家に過度な負担をかけないようにする等の地元農家への配慮も心掛けているとのことである。

図表2 シュシュの沿革

年	主な出来事
1996	長崎県大村市の農家8戸が協同でビニールハウスを利用した農産物直売所「新鮮組」をオープン
1997	地元の農産物を原料とする手作りジェラートを販売するアイス工房をオープン
1998	有限会社かりんとう（現在の有限会社シュシュ）を設立
2000	総額4億円を投じて、拠点施設「おおむら夢ファームシュシュ」をオープン（パン工房やレストランを併設するとともに、体験教室やイチゴ狩りも開始）
2005	農産物直売所「新鮮組」を増築するとともに、洋菓子工房をオープン
2009	ジュースやジャムなどを生産する農産物加工センターをオープン

（資料）シュシュ資料、同社へのヒアリングより、みずほ総合研究所作成

(2) 体験型観光農業に軸足を置く平田観光農園

平田観光農園は、広島県北部に位置する三次市(人口約6万人)で周年型の観光農園を運営している。広島駅から車で約90分の距離にあるこの農園は、年間17万人ほどの来場者を集めており、このうち約3,500人を外国人が占める。2016年3月時点で社員10名、パート9名を雇っている。

平田観光農園の沿革は図表3のとおりで、現在の代表取締役社長である平田真一氏の祖父が1965年にリンゴ狩りを始めたのが、同社の観光農園事業の原点である。1984年には、同氏の父である平田克明氏が隣接するブドウ園を購入して事業規模を拡大した。その後、長野県の農業試験場での勤務経験を有する平田克明氏が中心となって、スモモ、サクランボ、イチゴ等、旬の時期が異なる多様な果物の栽培を進めたほか、バーベキューハウスの建設や藤、バラ、桜といった花木の植栽によって果物狩り以外の観光メニューづくりにも取り組んだ結果、年間を通じた集客と雇用が可能となった。

平田真一氏が代表取締役社長に就任した2008年以降も、さらに観光メニューの開発を進めた。代表的な例としては、①園内で薪を使った鍋料理の調理体験ができる「ダッチオープンの森」、②16枚つづり(中学生未満は11枚つづり)のチケットを使い、複数の種類の果物狩りをお好みで体験できる「ちょうど狩り」、③ミニブタ、羊、ウサギ等と触れ合える「どうぶつひろば」、④古民家カフェ「café noqoo」、の展開が挙げられる。平田観光農園は現在、150品種にも及ぶ果物の収穫体験に加え、調理・飲食等の観光メニューも揃え、子供からお年寄りまで幅広い年齢層の来場者に楽しんでもらえる場を提供している。

こうした事業発展の背景にあるのが、権限移譲や「多能工化」に重きを置いた人材活用スタンスである。平田観光農園では、古くから農業研修生等の形で地域外の若い人材を積極的に受け入れ、栽培技術や観光農業のノウハウ伝授を行ってきた。これら人材に権限を委譲して仕事にやりがいをもたせることで、「ダッチオープンの森」や「ちょうど狩り」といったユニークな事業の発案に結び付く等の成果がみられるようになった。また、同社では、果物の栽培、来場者に対する接客、旅行会社向けのマーケティング活動、新たな観光メニューの企画等、社内のあらゆる業務に従業員が取り組めるようにしており、これが事業全般の経営管理能力を有する「質」の高い人材の育成やスムーズな業務引き継ぎによる効率的な事業運営につながっているとみられる。

図表3 平田観光農園の沿革

年	主な出来事
1965	リンゴ狩りを開始
1984	隣接するブドウ園を購入し、ブドウ狩りを開始
1985～1990	スモモ、プルーン、イチゴ、サクランボ、梨等の生産を開始
1990	バーベキューハウスを建設
1992～2002	藤、バラ、桜等の花木を植栽
2009	調理体験用スペース「ダッチオープンの森」をオープン
2010	チケット制の「ちょうど狩り」を開始
2011	ミニブタ、羊、ウサギ等を飼う「どうぶつひろば」をオープン
2012	古民家カフェ「café noqoo」をオープン

(資料) 平田観光農園資料、同社へのヒアリングより、みずほ総合研究所作成

このほか、同社は外国人の農業研修生やアルバイトも受け入れており、特に台湾や香港からの人材の採用は、外国人観光客への情報発信に寄与したとのことである。

4. 2つの事例の共通点と他の農業者の取り組みに向けたインプリケーション

シュシュと平田観光農園の事業分野には違いがみられるものの、両社には重要な共通点がある。それは、体験型観光農業への取り組みにおける課題とされる観光シーズンとオフシーズンの収入格差の縮小や観光客の受け入れ態勢の整備に向けた経営努力を続けてきたことである。

具体的に説明すると、まず第一に、両社は体験型農業の観光メニューを豊富に揃えることで年間を通じて来場者を引き寄せ、観光シーズンとオフシーズンの収入格差を縮小することに成果をあげている。両社へのヒアリングからは、体験の楽しさや価格設定等の観点から観光メニューの開発に時間をかけて試行錯誤を重ねてきた様子が窺えた。こうした努力の積み重ねこそが、両社が集客力の向上や収益の安定化を達成できた最大の要因であるといえよう。

第二に、両社は通年型営業の確立に伴い安定的に雇用できるようになった人材を活用する等して、観光客の受け入れ態勢を巧みに強化してきた。シュシュは、体験教室や収穫体験施設での従業員によるストーリー・マーケティングの展開を通じて一般的な農産物直売所との差別化を実現したほか、地元の観光農園や民泊受け入れ農家との連携により、自社のキャパシティを超える観光客を地域全体で受け入れられる態勢を構築するに至っている。一方、平田観光農園は、人材活用において権限移譲や「多能工化」を積極的に進めることで、従業員の「質」の向上や業務の円滑化を図ってきた。注目されるのは、どちらも従業員がやりがいを感じられる職場環境づくりを心掛けてきた点であり、こうしたスタンスが観光客の受け入れ拡大に伴う負担の克服につながったものと考えられる。

今後、シュシュと平田観光農園の事例にみられるような経営努力を重ねる農業者が増え、より多くの観光客が地方を訪れるようになれば、地方経済の活性化に寄与するものと見込まれる。しかし、多くの農業者はヒト、モノ、カネ、情報といった経営資源に制約を抱えており、シュシュや平田観光農園のような取り組みを単独で行うことが容易ではない。

そこで有望視されるのが、農業者が企業や他の農業者との連携等によって経営資源の不足を補ったうえで体験型観光農業ビジネスに取り組むというシナリオである。実際、農業者による農業関連事業への多角化を支援するための官民ファンドである農林漁業成長産業化ファンド²が2013年に設定されたことを受けて、近年では農業者が他者と合弁会社を設立し、同ファンドからの出資を受けて体験型観光農業の展開に取り組む事例もみられるようになってきた（次頁、図表4）。こうした事例が増えれば、地方において体験型観光農業ビジネスの経済効果が生まれやすくなるであろう。

5. おわりに：企業や地方自治体による協力・支援にも期待

2015年の訪日外国人客数は、過去最高の1,974万人に達し、政府が2020年までの目標として掲げた2,000万人まであと一步に迫る勢いとなった。しかし、これら外国人が訪れる先は東京や京都といった一部の都市に集中する傾向にあり、地方ではどのように外国人を呼び込むかが課題となっている。こうしたなかで、地方の主な産業である農業の観光コンテンツ化は、都市との観光メニューの差別化を可能にする有力な手段であるとみられることから、今後は地域をあげて農業者の体験型観光農業への

取り組みをより積極的に支援していくことが重要となろう。

具体的には、前述のように企業が農業者と合弁会社を設立するケースや、地方自治体が農業者に対してプロモーション活動を行える機会をより多く提供するケース等が考えられる。後者のケースについては、地方自治体が地域内の観光関係者や体験観光型農業に取り組む農業者等と共同で、地域の観光戦略の策定やプロモーションの実施を担う法人を設立する形を採ることもできる。欧米で Destination Management/Marketing Organization (略称DMO) と呼ばれる上記のような法人の設立は、地域の魅力のアピールや観光客誘致に向けた関係者間の連携強化に有効とみられていることから、政府も2015年に日本版DMOの登録制度を創設し、地方自治体等に対して設立を奨励している。

今後、シュシュや平田観光農園のような体験型観光農業への取り組みがより活発化し、またこうした取り組みに対する企業や地方自治体等の協力・支援が広がることによって、農業者の収益拡大や地域経済の活性化が進むことに期待したい。

図表 4 農林漁業成長産業化ファンドを活用した体験型観光農業への取り組み事例

事例	取り組み主体である農業者の特性	体験型観光農業の概要	ファンドの出資決定
1	醸造用ブドウやリンゴ等を生産する農業法人	・ワイナリー・レストラン経営、イベント開催…東京の広告会社の広告宣伝力を活かした集客活動を展開	2015年7月
2	和牛繁殖やジャージー牛の搾乳を行う農業法人(既にふれあい牧場やレストランを経営)	・レストラン・宿泊施設の運営…地元バス会社のツアー企画力や営業チャネルを活かした集客活動を展開	2015年8月
3	減農薬米やバラを生産する農業法人 (既にレストラン・物産館・バラ園を経営) 無農薬野菜を生産する農業法人 減農薬米や野菜を生産する農業法人	・高級オーベルジュ事業(宿泊施設・レストラン)の経営…左記の各農業法人が生産する高付加価値な地元の農産物を食材として提供	2016年1月

(注) 下線は合弁会社に共同出資するパートナー企業であることを示す。

(資料) 農林漁業成長産業化支援機構の公表資料やファンド出資者のプレス・リリース等より、みずほ総合研究所作成

¹ 現在支給されている交付金としては、観光・教育等と連携した都市と農村の交流の取り組み(例:体験プログラムづくり、宿泊・体験施設の整備)を支援する都市農村共生・対流総合対策交付金がある。

² 同ファンドの詳細については、右記 URL を参照されたい (<http://www.a-five-j.co.jp/corporate/outline.html>)。