

地域の魅力を高める 観光農園ビジネスの現状と展望

ぶぎん地域経済研究所 調査事業部 主任研究員 加藤 達朗

近年、他地域との差別化をはかることを目的に、地域ブランディングが各地で取り組まれるなか、農業と観光を融合させた観光農園が、新たな価値創造の担い手として注目を集めている。観光農園は、単なる農産物の生産・販売の場にとどまらず、来場者にそこでしか得られない特別な「体験」を提供し、経済的、社会的、また環境的にも貢献度は高い。とくに首都圏での観光農園は日帰り需要が高く、電車で1時間以内といった好アクセスの農園は週末観光を活性化させている。

本稿では、こうした観光農園についての全体像を概観しつつ、とくに埼玉県内での動向を中心に現状と展望を分析した。

観光農園とは

観光農園とは、農林水産省の定義によれば、「農業経営体が観光客等の第三者に、ほ場^{*}において自ら生産した農産物の収穫等の農作業の一部を体験させ、またはほ場を鑑賞させて料金を得る事業をいう」とある。つまりは、農業生産活動に加え、消費者に収穫体験や農業体験の機会を提供し、収益を得る農業経営形態のこと。単に農産物を生産して市場に出荷するという従来型の農業とは異なり、消費者を農園に招き入れ、イチゴ狩り、ぶどう狩り、さつまいも掘りといった農業体験サービスを提供することで付加価値を創出するビジネスモデルである。

観光農園は、農業の6次産業化のひとつに位置づけられている。「 $1 \times 2 \times 3 = 6$ 」となるよう、第1次産業である農業生産に、第2次産業の製造・加工、第3次産業の小売・飲食サービスなどをうまく組み合わせることで、農業経営の収益性を大幅に向上させるポテンシャルを秘めている。

多くの社会的意義

観光農園は、関連産業への波及効果も大きく、農業資材産業、運輸業、飲食業、宿泊業など、幅広い産業に需要を創出しており、地域間交流や地方創生の観点から見ても、その可能性は大きい。人口減少と高齢化が進む地方においては、観光農園は新たな産業として雇用を創出し、関係人口や交流人口の創出の増加をもたらし、地方の活力維持が期待できる。他方、都市近郊エリアにおいては、都市住民と農家の交流拠点として、両者の相互理解を深め、共生関係を構築する重要な役割を担う。

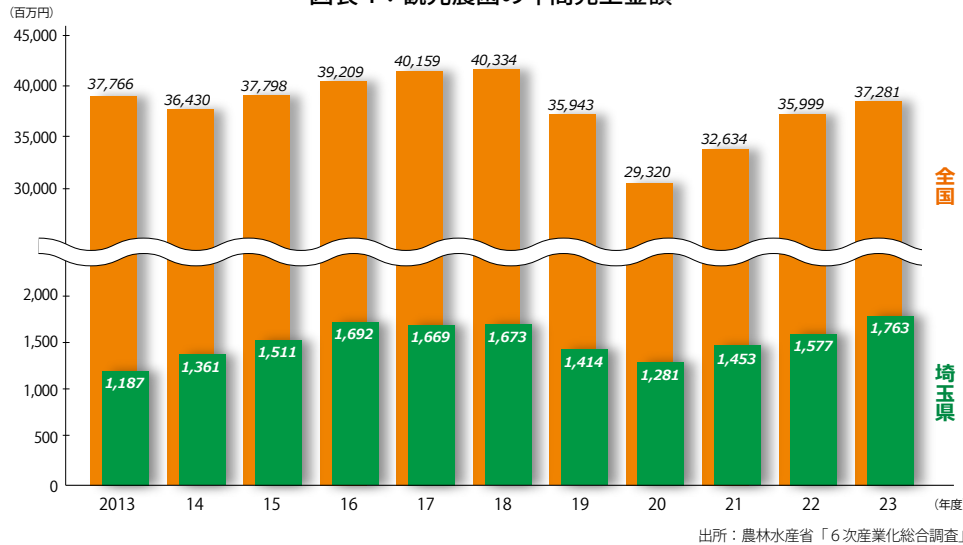
地域ブランドの向上という観点からも、観光農園の果たす役割は大きい。観光農園での体験を通じ、消費者に直接その地域の特産品の魅力を伝えることができることから、地域の農業文化を発信する拠点として機能している。

また、教育的機能も観光農園の重要な社会的意義のひとつであり、多くの小中学校が学校行事として観光

^{*} 農産物を育てる場所



図表 1：観光農園の年間売上金額



農園での体験学習を教育カリキュラムに組み込んでい
る。都市部の子どもたちにとって、観光農園での収穫
体験は、普段口に入っている食べ物がどのように作られ
ているかを学ぶ絶好の食育機会となるほか、子どもの
ころから地域農業に触れることで、農業への関心を高
める効果も期待できる。

観光農園の現状

農林水産省「6次産業化総合調査」によれば、直近
の2023年度における全国の観光農園の農業経営体数
は5,050を数える。地域別に見ると、関東が全体の
約3割を占め、次いで甲信地方が約2割、近畿と九
州が約1割ずつという分布になっている。利用者数
の季節性では、1月から5月のイチゴ狩りシーズンと、
8月から10月の秋の収穫シーズンに利用者が集中す
る傾向にある。

全国の年間売上金額をみると、2023年度は3年連
続で前年度を上回り、総額372.8億円（前年度比3.6%
増）となった（図表1）。コロナ禍の影響で2019～
20年度にかけては売上金額が大きく落ち込んだも
のの、2021年度には326.3億円、2022年度には
359.9億円と、以降は強い回復力を示している。

埼玉県も同様に、売上金額の推移はコロナ禍で落ち
込んだものの、その後3年連続で前年度を上回って
いる。埼玉県はコロナ禍の落ち込みが全国ほど大きく

なく、かつ回復ペースが早く進み、2023年度の売上
金額は17.6億円（前年度比11.8%増）を記録。過去
10年間での最高金額を更新している。

こうした推移の背景には、コロナ禍で海外旅行が制
限され、密閉空間での活動が敬遠された一方で、屋外
での体験活動である観光農園は、安全なレジャー活動
の選択肢として再評価されたことがある。コロナ禍以
降のマイクロツーリズムという新しい観光トレンドの
なか、近場で気軽に楽しめる観光農園の価値が改めて
認識されたことが売上金額の回復につながっている。

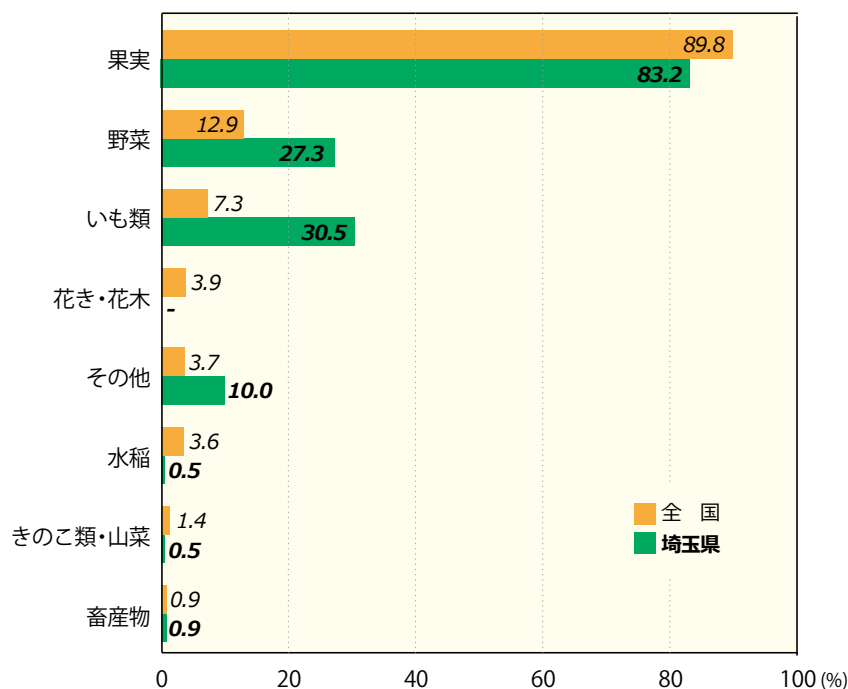
年間売上金額の都道府県別の上位ランキングをみる
と、トップは「山梨」の28.9億円（図表2）。以下、「長
野」（23.1億円）、「千葉」（22.9億円）と続き、「埼玉」

図表 2：都道府県別の年間売上金額ランキング

		総額 (百万円)	2013年度比 伸び率 (%)
1	山 梨	2,892	▲ 30.0
2	長 野	2,310	▲ 19.4
3	千 葉	2,285	4.4
4	北 海 道	2,211	19.6
5	愛 知	2,084	▲ 1.3
6	埼 玉	1,763	48.5
7	静 岡	1,748	▲ 14.1
8	群 馬	1,637	6.0
9	栃 木	1,527	23.1
10	茨 城	1,507	6.4

出所：農林水産省「6次産業化総合調査（2023年度）」

図表 3：取扱品目別の割合



出所：農林水産省「6次産業化総合調査（2023年度）」

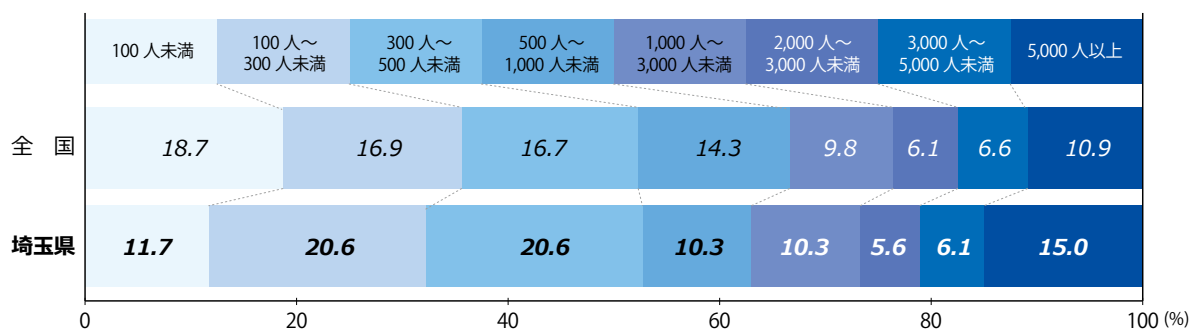
は17.6億円で全国6位となった。10年前の2013年度年間売上金額と比較した伸び率をみると、「山梨」(▲30.0%)、「長野」(▲19.4%)の上位2県のはいずれも2ケタ台のマイナスとなったなか、関東の5県はいずれもプラスの伸び率となっている。なかでも「埼玉」は48.5%増の大幅な増加だった。観光農園の取扱品目別の割合をみると、全国、埼玉県ともに「果実」が8割超を占め突出して高く、以下、全国では「野菜」(12.9%)、「いも類」(7.3%)と続き、埼玉県では「いも類」(30.5%)、「野菜」(27.3%)と続く(図表3)。

埼玉県内の観光農園事例

埼玉県は県内全域に観光農園が点在し、その種類の豊富さで際立っている。秩父・長瀬エリアのぶどう、県北部の梨、川越周辺のサツマイモ、そして県央部から東部にかけてのイチゴなど、四季を通じてさまざまな収穫体験が楽しめる。

また、埼玉県は前述したとおり、都心からのアクセスの良さという地理的優位性がある。多くの農園が鉄道駅や高速道路のインターチェンジから比較的

図表 4：年間利用者数規模別の割合



出所：農林水産省「6次産業化総合調査（2023年度）」

近く、自家用車はもちろん公共交通機関でも訪れやすいことから、「多様な品揃え」と「アクセスの良さ」を武器に独自のポジションを築いている。

こうした環境のもと、近年ではコロナ禍以降の屋外レジャー需要の回復やインバウンド（訪日外国人）の増加も追い風となるなか、異業種による新規参入の動きが目立っている。参入企業は、既存事業のリソースを活用することができ、SDGs（持続可能な開発目標）対応やCSR（企業の社会的責任）強化、地域活性化といった観点からもメリットは大きく、観光農園ビジネスへ参入することで、自社ブランドの向上にもつなげている。

1.@FARM（アットファーム）～三共木工株式会社

段ボール製品を中心とした梱包資材製造販売のほか、自動車教習所事業、タクシー事業、プロパンガス事業、書店・文房具店経営など、さまざまな事業を多角化している三共木工（埼玉県川越市）は、創業100年の節目となる2017年11月、新たに農業事業部を設け埼玉県川越市にて農業へ異業種参入した。

農園「@FARM（アットファーム）」では、トマト栽培からスタートし、翌2018年9月からはイチゴ栽培を開始。2019年1月からはイチゴ狩り観光を開始し、さらに2020年7月には自社農園で栽培した農産物を使ったジュースなどを提供するフレッシュジュースバーを川越駅西口の複合商業施設内にオープン。2021年11月にはさつまいも掘り体験をスタートさせており、ほぼ一年中収穫体験を提供している。

2. コロコロいちごファーム ～株式会社ファームティー・エス

東証プライム上場の鉄建建設（東京都千代田区）と農業を営む、しゅん・あぐり（埼玉県八潮市）の両社は2019年4月に共同出資で農業法人ファームティー・エスを設立した。

同法人は2020年1月、埼玉県松伏町に観光イチゴ農園「コロコロいちごファーム」を開業。^{あきひめ}「章姫」「紅ほっぺ」「あまりん」の3品種を栽培。5棟のビニールハウスに約1万株が植えられている。2024年12

月には、千葉県野田市に2カ所目となるイチゴ農園をオープンしている。

3. 西武アグリパーク所沢 ～西武アグリ株式会社

西武造園（東京都豊島区）は2020年4月、西武グループ初の農業分野における新会社として、子会社となる西武アグリ（埼玉県所沢市）を設立。

造園事業を通じて培った植物の育成管理技術や、公園などでの管理運営ノウハウを活用し、西武グループが保有する土地を営農などを通じて有効活用することを目的に、農業事業に取り組んでいる。2026年には、ブルーベリーの収穫体験などが楽しめる観光農園「西武アグリパーク所沢」のグランドオープンが予定されている。

羽生市は大規模農業団地に観光農園を誘致

羽生市は、交流人口の拡大や雇用機会の創出、担い手の育成を推進するため、2018年3月に「羽生市観光農園等基本構想」を策定。農業従事者の高齢化などによって農地の減少が進むなか、農地の保全や活用を目的として、農業や観光振興の取り組みに注力している。

市は同構想に基づき、東北自動車道の羽生インターチェンジから車で5分の三田ヶ谷地区、県立羽生水郷公園の南側に広がる約24ha（東京ドーム5個分）の水田地帯に大規模農業団地「チャレンジファーム」を整備。地元で食品スーパーなどを展開するケンゾー（埼玉県羽生市）は2020年2月、観光イチゴ農園「ロコファーム HANYU」をオープンし、同プロジェクトへ参入した。

また、農業用資材メーカーである渡辺パイプ（東京都千代田区）の直営「げんき農場」は、2021年7月に分社化。関連会社としてげんき農場（埼玉県羽生市）が、最新の栽培システムを導入し、光を最大限に取り込める大型鉄骨ハウスでイチゴを高設栽培する観光イチゴ農園「げんき農場 羽生」を2024年2月オープンした。

図表 5：埼玉県内の主な観光農園

施設名	所在地	品目	開園期間
ヒロファーム	春日部市	イチゴ	1月～6月
むさしの村 わくわくファーム	加須市	イチゴ、さつまいも、ブルーベリー、栗	通年
@ FARM	川越市	イチゴ、トマト、メロン	イチゴ：1月～5月、トマト：6月、メロン：8月
J A 南彩 莓花園センター	久喜市	イチゴ	1月～5月中旬
越谷いちごタウン	越谷市	イチゴ	1月初旬～5月末
越谷いちごみらい園	越谷市	イチゴ	1月上旬～5月末
ブルーベリーガーデンマサキ	坂戸市	ブルーベリー、とうもろこし	6月上旬～9月上旬
三芳野フルーツファーム	坂戸市	ぶどう、さつまいも	8月下旬～
狭山ベリーランド	狭山市	イチゴ、ブルーベリー、しいたけ	イチゴ：12月中旬～5月中旬、ブルーベリー：6月中旬～8月中旬 しいたけ：10月～12月下旬
浅見園	狭山市	お茶摘み、工場見学、茶道体験（煎茶・抹茶）	4月下旬～中旬
秩父フルーツファーム	秩父市	イチゴ、ぶどう	イチゴ：12月下旬～5月中旬、ぶどう：8月上旬～10月中旬
小松沢レジャー農園	秩父市	イチゴ、ぶどう、しいたけ	イチゴ：12月～6月下旬、ぶどう：8月～10月、しいたけ：通年
和銅ぶどう園	秩父市	ぶどう	8月上旬～10月下旬
げんき農場 羽生	羽生市	イチゴ	2月～5月
ロコファームHANYU	羽生市	イチゴ	1月～5月
小谷野果樹園	飯能市	イチゴ、ぶどう	イチゴ：12月下旬～5月中旬、ぶどう：8月上旬～9月中旬
いちごさんぽ園	新座市	イチゴ	12月～6月中旬
上里いちご&トマト園	上里町	イチゴ、トマト	イチゴ：1～5月、トマト：9～5月
コロコロいちごファーム	松伏町	イチゴ	1月初旬～5月中旬
みかど農園	横瀬町	イチゴ、ぶどう、さつまいも	イチゴ：12月～6月下旬、ぶどう：8月～10月、さつまいも：9月～10月

※埼玉県の情報サイト「グリーン・ツーリズム埼玉」をもとに当研究所にて作成

県産オリジナルブランドが人気を後押し

2023年2月には、日本野菜ソムリエ協会主催の「第1回全国いちご選手権」にて、全国各地の産地からエントリーされた63品のなかから、埼玉県春日部市のヒロファームの「あまりん」が最高金賞に選ばれた。そのほか、銀賞2品、銅賞2品、入賞1品と、埼玉県からエントリーした6品すべてが受賞した結果、全国初となる「プレミアムいちご県」に認定された。

翌年の第2回では、市川いちご園（埼玉県秩父市）の「あまりん」が最高金賞に選ばれ、さらに今年開催の「第3回全国いちご選手権」では、久米原農園 八

代目 久米原 美幸（埼玉県本庄市）の「あまりん～極～」が最高金賞に選ばれ、埼玉イチゴが3連覇を遂げた。今後の観光農園ニーズ増加の原動力として、「あまりん」「かおりん」といった県独自のイチゴブランド品種には、さらなる期待がかかる。

新品種開発の背景には、それまで埼玉県独自のイチゴの品種が無かったことから、オリジナル品種への要望が高まっていたという経緯があり、「あまりん」「かおりん」は、それぞれ2009年、2008年から交雑・選抜を重ね、そのなかの2系統を「埼園い1号」「埼園い3号」と命名し、2016年5月に種苗法に基づく品種登録出願が行われた。「埼園い1号」に「かおりん」、「埼園い3号」に「あまりん」の愛称をつけ、生産拡大・



埼玉県は今年3月、3年連続3度目となる「プレミアムいちご県」に認定



普及が図られた。

さらに、「あまりん」「かおりん」は、収穫開始が12月下旬と遅く、クリスマス需要期に間に合わないことなどを理由に、2021年にはクリスマス需要期に出荷が可能な新品種「べにたま」が誕生した。「べにたま」は2023年開催の「クリスマスいちご選手権」（日本野菜ソムリエ協会主催）でさっそく最高金賞を受賞し、全国34品中のトップに選出。翌年開催の第2回でも2連覇を遂げている。

また、イチゴだけではなく、梨の県産ブランドへの注目も高まってきている。今年9月開催された「第4回全国梨選手権」（日本野菜ソムリエ協会主催）では、梨の大澤農園（埼玉県久喜市）の「彩玉^{さいぎょく}」が金賞を受賞したほか、74farm（埼玉県神川町）・アルファイノベーション（埼玉県白岡市）の「彩玉」も銅賞に輝いた。イチゴや梨を始めとした県産オリジナル品種の魅力が、こうした受賞を機に幅広く県内外に認知されていくことで、観光農園にも大きな相乗効果をもたらすことが期待される。

まとめ

観光農園は単なる農業の一形態ではなく、地域経済の活性化、雇用の創出、観光振興、教育、環境保全など、多面的な価値を創出する総合的な地域産業として

発展してきた。とくに首都圏においては、大都市近郊という立地を活かし、都市住民のレジャー需要と農業体験ニーズを結びつける重要な役割を果たしている。近年は訪日外国人の増加にともない、すでに外国語対応が可能な農園も増えてきており、異文化交流の場としても機能しているなか、観光農園の今後の成長に向けては、さらなるインバウンド需要の取り込みが重要となる。訪日外国人観光客にとっては、日本の農業体験は独特の文化体験として人気で、こうしたインバウンド需要をさらに取り込んでいくことができれば、さらなる成長へとつながるだろう。今後の観光戦略としても、大きなポテンシャルを秘めているといえる。

一方で、観光農園にとって気候変動リスクへの対応は避けて通れない課題となる。異常気象の頻発により、農作物の生育に影響が出るリスクが高まるなか、複数品目の栽培によるリスク分散、施設の強靱化など、総合的なリスク管理体制の構築が重要だ。

観光農園は地域特性を活かしながら、革新的な取り組みを続けることで、地域経済の重要な担い手として今後も持続可能な成長が見込まれる。とくに巨大な消費市場を背後に持つ埼玉県における観光農園ビジネスは、アクセスの良さと多様な農産物という強みを活かしながら、さらなる発展を期待したい。