

新型コロナウイルスの感染拡大がイチゴ観光農園に及ぼす影響とその対応

鈴木美穂子・水澤莉奈

The Impact of the Spread of COVID-19 Infection on Strawberry Tourist Farms and the Response toward the Same.

Mihoko SUZUKI, Rina MIZUSAWA

摘 要

イチゴ観光農園は、新型コロナウイルス感染症の発生の影響で、売上が例年よりも 30%から 50%減少した。施設面積が大きい生産者は売上減少率が大きく、大きく収益が減少した。売上が減少した主な要因は、観光農園の閉園時期が、例年と比較して1ヶ月以上早まったこと、それにより団体客、一般客が減少したことであった。また販路を小売りに切り替えたが、出荷調整の労力がかかることが課題であり、面積が大きい園ではこれに加えて出荷ロスが発生していた。

2020年から2021年にかけての観光農園は、例年と同様に開園し、栽培品種も変更せずに運営を予定していた。シーズン当初は感染防止対策への意識は高いとは言えなかったが、その後に感染者数が増加に転じたことから、意識が高まったと推測され、追加の対策がとられていた。具体的には事前予約制度の導入や収穫エリアの分けといった入場者数の制限が行われていた。

事前予約制、特に web 予約の場合にシステムの導入と維持に一定のコストがかかる。また、入場の制限は入場料収入が減少する。このように安全性は確保できたが、収益性の低下に繋がる可能性が明らかになった。本調査を通じて、ポストコロナのイチゴ観光農園の経営モデル作成に向けた今後の課題が収集できた。

キーワード：イチゴ、観光農園、新型コロナウイルス

Summary

Due to the outbreak of the COVID-19 infection, strawberry tourist farms had to end operations in spring 2020 itself, approximately two months earlier than usual. As a result, sales fell by 30-50%, with the larger farms seeing a greater impact. In 2020 - 2021, tourist farms continued business for the same time period as usual without changing the cultivars. After the time of questionnaire survey, we are ardently working on infection prevention measures, considering the rapid spread of the novel coronavirus infection, and have restricted admission to advance registrations.

The reservation system takes a certain operational toil, and the restrictions on visitors have led to a decrease in sales. Although countermeasures to the novel coronavirus have ensured safety, there is a possibility that this may lead to a decrease in profitability.

Key words: Strawberry, Tourist Farms, COVID-19

緒 言

新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の世界的な

拡大は、社会経済に深刻な影響を与えている。2020年4月7日に緊急事態宣言が発出されて以降、外出の自

粛、施設の使用制限が要請され、飲食店の営業自粛は断続的に、2021年8月現在においてもなお要請されている。農業分野への影響としては、小中学校の休校に伴う学校給食用食材の販路が休止、飲食店等への業務向け農産物の流通が大幅な減少が上げられる。

国内で最初の感染が確認された2020年1月は、イチゴ観光農園の開園時期であった。当初は、いわゆる3密を避けることができる屋外レジャーとして影響が少ないと考えられていたが、感染者数が徐々に拡大するにつれて外出自粛ムードは高まり、団体ツアーは中止に追い込まれ、入園者数は激減した。この時期のイチゴ観光農園の状況として、辻村・鬼頭（2020）は、新型コロナウイルスの影響は、3月に入ってから新規予約が途絶え、その後に予約のキャンセルが相次いだこと、さらに4月から直売所での販売に切り替えたものの、収穫とパック詰めに追われ、イチゴの管理に手が回らなくなり、収量減少と品質低下を招いたと報告している。

新型コロナウイルスが観光農業に及ぼした影響とその対応は、令和3年版食料・農業・農村白書で紹介されており、山形県ではさくらんぼの観光農園を休業し、オンライン通販に切り替えた事例がある。このように地方における調査報告はあるが、都市農業での調査事例は少なく、影響の程度についても報告がない。次に、ポストコロナの観光の方向性であるが、波瀾（2020）は、国内旅行者の動きとして「新常态の安・近・短」をキーワードにあげ、生活者が重視するのは安全・安心に旅行できることとしている。同様に、羽生（2021）も余暇活動の範囲は、自宅周辺へとシフトし、安心・安全が観光目的の選択基準にあるとしている。観光農園もこの動向に準じた対応が求められると考える。

現在神奈川県では、観光農園を経営のメインにしたイチゴ経営が増加している。このため技術支援のみならず、観光農園型の経済性指標の作成の要望もある。しかし、新型コロナウイルスの影響により、収益試算の元となる入園者数の設定から再考する必要があると考える。

そこで、過去に例のない緊急事態となった2019年作のイチゴ観光農園が受けた影響の内容とその程度について実態把握し、農業経営の課題と対応を把握、ポ

ストコロナのイチゴ観光農園経営の経済性指標作成に向けた課題を抽出することとした。

調査方法

神奈川県のイチゴ生産者の組織である神奈川県いちご組合連合会（以降イチゴ連）（会員数123名）と会員外の観光農園経営者を対象にアンケート調査を行った。

アンケートの配布は139名、回答者数83名、回収率60%であった。イチゴ連の会員は、観光農園経営を行っていない会員も存在する。そこで、観光農園を経営すると回答のあった51名のうち、施設面積の記入がある48名を分析対象とした。

アンケート用紙の配布は2020年10月、回収は同年12月であった。アンケートの回収時には、大半が観光農園を開始していなかった。そこで観光農園の開園後に実施したコロナウイルス対策については、各園がweb上で公開しているウイルス対策を収集した他、1園に聞き取り調査を行った。

1. 新型コロナウイルスの発生によるイチゴ観光農園への影響（2019年～2020年作）

調査項目は、経営面積と観光農園経営割合、栽培しているイチゴの品種と株数である。さらに、新型コロナウイルスの発生により受けた経営への影響について具体的内容を調査した。

2. コロナ禍でのイチゴ観光農園の実施予定と感染防止対策（2020年～2021年作）

調査項目は、2020年作付けした品種とその株数、前年作と比較して増減があった場合はその変更理由である。さらに、今作での観光農園の実施意向を調査した。

観光農園が新型コロナウイルスに対応するための資料として、2020年9月に農のふれあい交流経営者協会がガイドラインを公表し、横浜市も同時期にチェックリストを作成している。これらの資料を元に、全体的な感染予防対策22項目、経営者が取るべき対策3項目、来園者に要請する対策5項目、観光農園運営上の対策14項目を設定し、該当する項目へのチェックを依頼した。

今作の感染防止対策については、インターネットで観光農園の情報を公開する17園から情報収集を行っ

た。検索したサイトは、自園が提供する公式ホームページの他、旅行会社や市町村等が提供する観光体験のサイトである。さらに、H市の生産者1名に聞き取り調査を行った。

結 果

1. 新型コロナウイルスの発生によるイチゴ観光農園への影響

分析対象の48名のうち、2020年作より観光農園経営を開始する回答者が2名であった。そのため、前作(2019年作)に受けた影響は、46名を対象とした。まず例年の栽培、販売状況の把握を行った。施設面積規模別にイチゴ観光農園の売上割合を表1に示す。施設面積は10-15aが最も多く15名、次いで20-25aが10名であった。次に施設面積(以下、面積)を「15a未満」, 「15a以上30a未満」, 「30a以上」の3区分

に、観光農園の売上割合(以下、観光売上割合)を「70%以上」と「70%未満」の2区分を組み合わせた6区分に分け、例年の旅行会社経由の団体客の受け入れ状況を表2に示す。全体では、旅行会社経由の団体客の「受け入れなし」が52%とやや高いが、「面積30a以上、観光売上割合70%以上」では「受け入れあり」が83%と高かった。

2019-2020年作において、新型コロナウイルスにより観光農園経営が影響を受けたと回答したのは、ほぼ全てにあたる45名であった。この45名を対象に前述と同様の面積と観光売上割合の6区分で、具体的な影響の内容を表3に示す。「売上の減少」は、「面積15a未満、観光売上割合70%未満」を除くすべての区分で全員が「ある」と回答した。減少に繋がる要因として、「一般客の減少」が82%、「団体客のキャンセル」が64%であった。特に「面積30a以上」では観光売上割合に関わらず、「一般客の減少」, 「団体客のキャン

表1 施設面積規模別 イチゴ観光農園の売上割合 (n=46 単位:名)

施設面積	経営全体に占めるイチゴ観光農園の売上割合								合計
	10%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	
40a以上			1		1		1	2	5
35a-40a							2		2
30a-35a			1			1			2
25a-30a				1				1	2
20a-25a				1	2	1	1	5	10
15a-20a		1		1		1	1	1	5
10a-15a	1	1			3	5	2	3	15
5a-10a				1			1		2
5a未満			1	1				1	3
合計	1	2	3	5	6	8	8	13	46
割合	2%	4%	7%	11%	13%	17%	17%	28%	100%

表2 施設面積別、イチゴ観光農園売上割合別の例年の旅行会社経由の団体客の受け入れ状況 (n=46 単位:名)

施設面積	イチゴ 観光農園 売上割合	回答数	割合	旅行会社経由の団体客の受け入れ					
				あり		なし		回答なし	
				回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
30a以上	70%以上	6	13%	5	83%	1	17%		
	70%未満	3	7%	1	33%	2	67%		
15a以上~30a 未満	70%以上	11	24%	6	55%	5	45%		
	70%未満	6	13%	2	33%	4	67%		
15a未満	70%以上	12	26%	3	25%	8	67%	1	8%
	70%未満	8	17%	4	50%	4	50%		
合計		46	100%	21	46%	24	52%	1	2%

表3 施設面積別、イチゴ観光農園売上割合別の2019年作における新型コロナウイルス感染拡大が経営に及ぼした具体的な影響 (n=45 単位:名, 複数回答)

施設面積	イチゴ観光農園売上割合	回答数	売上の減少	一般客の減少	団体客のキャンセル	イチゴ狩り園の休業	出荷先変更に伴う作業の増加	出荷できないイチゴの発生	資材や備品などの不足
30a 以上	70%以上	6	100%	100%	100%	83%	83%	50%	17%
	70%未満	3	100%	100%	100%	67%	100%	33%	33%
15a 以上～30a 未満	70%以上	11	100%	100%	73%	82%	64%	36%	0%
	70%未満	6	100%	50%	67%	17%	17%	17%	17%
15a 未満	70%以上	11	100%	73%	45%	73%	55%	36%	36%
	70%未満	8	75%	75%	38%	63%	25%	0%	13%
全体		45	96%	82%	64%	67%	53%	29%	18%

2019年作において新型コロナウイルスの影響があったと回答した45名が対象。

セル」は回答率100%であった。「団体客のキャンセル」は、観光売上に関わらず施設面積が大きいほど「影響あり」と回答しており、表2の旅行会社経由の団体客の受け入れの回答率が低い区分においても高い回答率であった。このことから、例年複数ルートで団体客を受け入れていること、その複数ルートの予約キャンセルがあったと推測された。

次に、「イチゴ狩り園の休業」は「面積15a以上30a未満、観光売上70%未満」は17%であったが、それ以外の5区分は63%から83%と高い回答率であった。

「出荷先変更に伴う作業の増加」は、「面積30a以上」では観光売上に関わらず回答率が高く、施設面積が大きいほど出荷先変更の影響が大きいことが伺えた。それ以下の区分では「観光売上70%以上」で回答率が高かった。「出荷できないイチゴの発生」は、全体では回答率29%だが、「観光売上70%以上」では「面積30a以上」で50%、それ以下の区分でもそれぞれ36%と高く、「面積30a以上、観光売上割合70%未満」も33%と高かった。この「出荷先変更に伴う作業の増加」と「出荷できないイチゴの発生」の回答の有無を面積区分によるクロス集計では、施設規模が大きい経営ではこの2項目の両方の影響を受けたとする回答割合が他の区分よりも高いことから、出荷ロスが発生したことが伺えた(表4)。最後に「資材や備品などの不足」の回答率は、全体で18%と高くないが、2区分において30%を超える回答率であった。

なお、「売上の減少」を選択しなかった回答者の自由意見は、「観光農園から小売りへ変更したため、売

上は増加した。しかし、資材費は増加した」であった。

次に、例年のイチゴ観光農園の売上高を100とした場合の、2019-2020年作の売上高を図1に示す。全体では60~70%(30~40%減)とする回答が44%であるが、面積と観光売上割合区分により差が認められた。「面積30a以上」の区分では、「観光売上70%以上」は前年度比40~50%とする回答割合67%、「観光売上70%未満」は前年度比10~30%とする回答が67%と売上げが大きく減少したことが明らかとなった。同様に、前年度比10~30%の回答割合が高いのは「面積15a未満、観光売上70%未満」であった。規模の大きい「面積30a以上」は、売上割合の減少が高いと言えるが、それ以下では面積と観光売上との明確な関係性は認められなかった。

観光農園の休業について、例年との閉園時期の比較を図2に示す。例年は5月上旬から下旬に閉園する園が多いが、2019年作では3月下旬から4月上旬に多くが閉園していた。例年は5月以降も閉園している園が

表4 面積区分別、出荷作業の増加と出荷ロスの発生クロス集計 (n=45)

施設面積 (回答者)	出荷作業 の増加 ^{z)}	出荷ロスの発生 ^{y)}		合計
		有	無	
30a 以上 (9名)	有	44%	44%	89%
	無	0%	11%	11%
15a~30a 未満 (19名)	有	16%	26%	42%
	無	5%	53%	58%
15a 未満 (17名)	有	18%	29%	47%
	無	12%	41%	53%

z:出荷作業の増加は、設問の「出荷先変更に伴う作業の増加」
y:出荷ロスの発生は、設問の「出荷できないイチゴの発生」

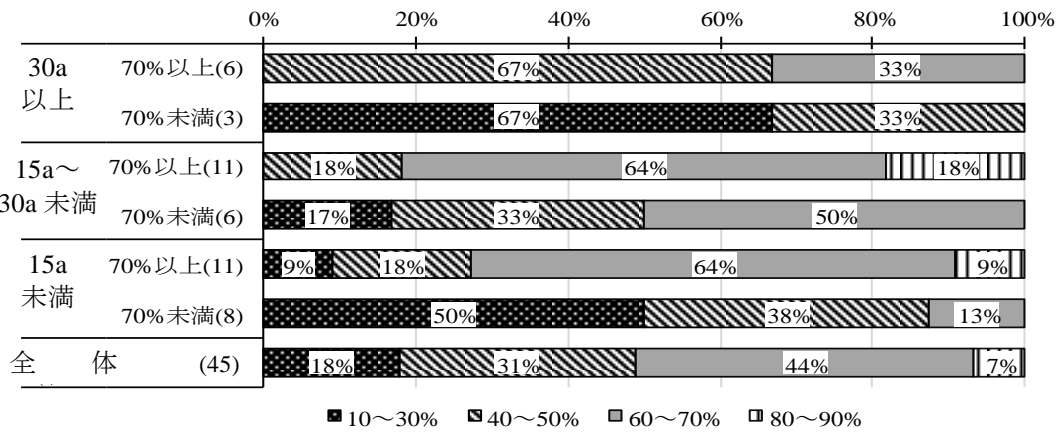


図1 イチゴ観光農園面積別の例年の売上げと比較した2019-2020年売上げ割合(2019-2020売上げ/例年売上げ) 観光農園面積の()内は、回答者数 単位:名

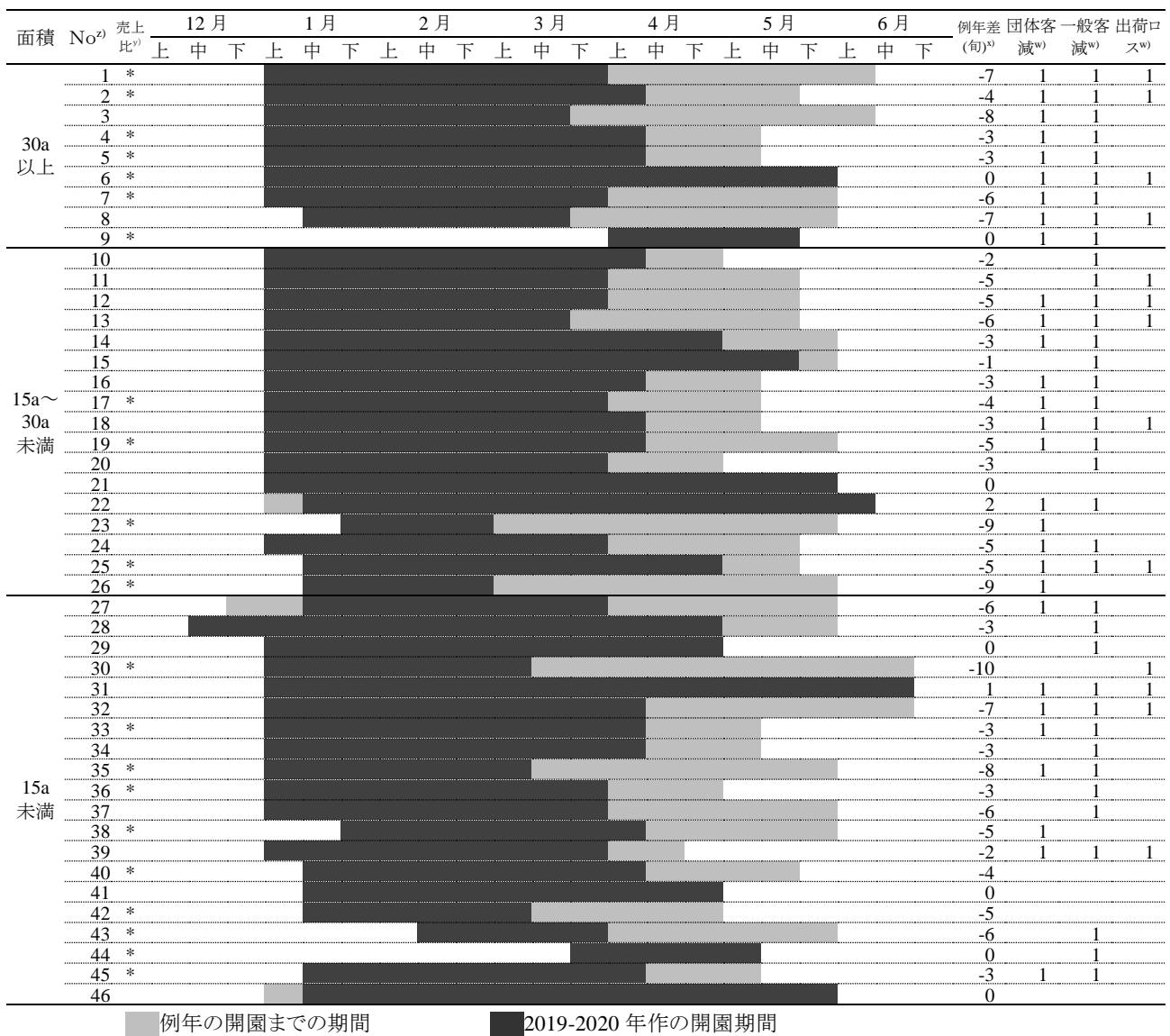


図2 イチゴ観光農園面積別の例年と比較した2019-2020年の開園期間 (n=46)

z:各回答者を示す y:売上比は2019-2020売上/例年売上が50%以下に*を表示
 x:例年差(旬)は、2019-2020年の開園期間-例年の開園期間を旬数で示す
 w:コロナウイルスの感染拡大が経営に及ぼした該当項目に回答があった場合は1とした

全体の84%に対し、2019年作では17%であった。2020年3月以降の全国的な情勢として、3月下旬にオリンピック・パラリンピックの1年延期、4月7日に緊急事態宣言が発令されており、閉園時期はその情勢に帯同したものと言える。

閉園期間の短縮が最も多いのは3旬（1か月）の11名であった。この閉園短縮期間を旬数と例年との売上比を見ると、9旬と10旬（3か月以上）短縮して閉園した園では、いずれも前年度売上比が50%以下と大きく減収した。閉園期間に変更がなかったのは7名で、そのうちの4名は前年度売上比が60%以上であった。一方自由意見では、「閉園期間に変更はないが、単価を下げた」との意見もあった。前年度売上比が60%以上の回答者には、閉園期間を1から2旬延長したとの回答が2名あった。

さらに、回答者の売上減少に影響がある項目の回答状況から、例年と比較した閉園期間の短縮により、一般客や団体客の減少し、観光農園収入が減少したと言える。さらに短縮した期間が長いほどその影響が大きかった。

2. コロナ禍でのイチゴ観光農園の実施予定と感染防止対策

アンケート調査実施時点では、回答者48名のうち2020年作以降から「営業しない」は1名であった。それ以外の47名のうち新規開園が2名であった。閉園の予定時期は、5月下旬が最も多く全体の32%にあたる15名であり、最も遅い6月中旬に閉園予定が2名であった。これは例年と同様であるが、この時点では閉園時期未定とする回答も9名あった（表5）。

今作(2020-2021年作)の品種構成を変更した園は全体の82%にあたる37園であった。しかし、新型コ

ロウイルスの影響が理由による変更は9園であり、多くは予定した品種の苗が確保できないなどの理由によるものであった（データ省略）。「コロナウイルスの影響で品種を変更した」回答者の具体的な理由は、市場出荷および直売に対応し、果肉硬度が高い品種や早生品種の導入であった。この他、直売比率を高めため、植栽間隔を変更したとの回答もあった。

新型コロナウイルスの感染防止対策の実施予定を図3に示す。【経営者の対策】は、全ての園において「マスク着用、手洗い徹底」が挙げられたが、それ以外の対策で、回答者すべてが「実施する」とした項目はなかった。【運営上の整備・体制】として、最も多く回答があったのは「各所に消毒液の設置」であった。入場者数を制限できる「完全予約制の導入」は27名、「定期的な清拭消毒の実施」と同数であった。「食べ放題システムの中止」とした回答は見られなかった。

【受付時の対策】として「来客者の体調確認」と「受付を透明ビニールカーテンなどで遮蔽」が31名で、これは全体の65%に当たる。この受付の対策は、最少でも回答者の50%が対応するとの回答があった。【来園者に要請する対策】のうち、回答者の70%にあたる33名以上から回答を得たのは、「マスク着用、手洗いの徹底」、「一度触った果実は必ず収穫する」であった。

観光農園のガイドラインでは、食べ放題での感染防止対策として「利用者にビニール袋を配布し、食べたヘタを捨てて利用者が密閉」や「使い捨て手袋を装着して収穫」、「摘み取り場所の区分け」といった、利用者の収穫や喫食に対するリスク軽減対策が求められているが、「実施する」とした回答は少数であった。さらに、他の果樹などの観光農園で実施されている「食べ放題の制限時間の短縮」や「持ち帰りのみの収穫」

表5 施設面積別の2020-2021年作の閉園予定時期

施設面積	(n=48 単位:名)							未定	全体
	3月 下旬	4月 下旬	5月 上旬	5月 中旬	6月 下旬	6月 上旬	6月 中旬		
30a 以上			2	1	3	3			9
15a~30a 未満	1	1	3	4	5			2	16
15a 未満		1	2	1	7	1	2	6	20
新規			1					1	2
全体	1 2%	2 4%	8 17%	6 13%	15 32%	4 9%	2 4%	9 19%	47 100%

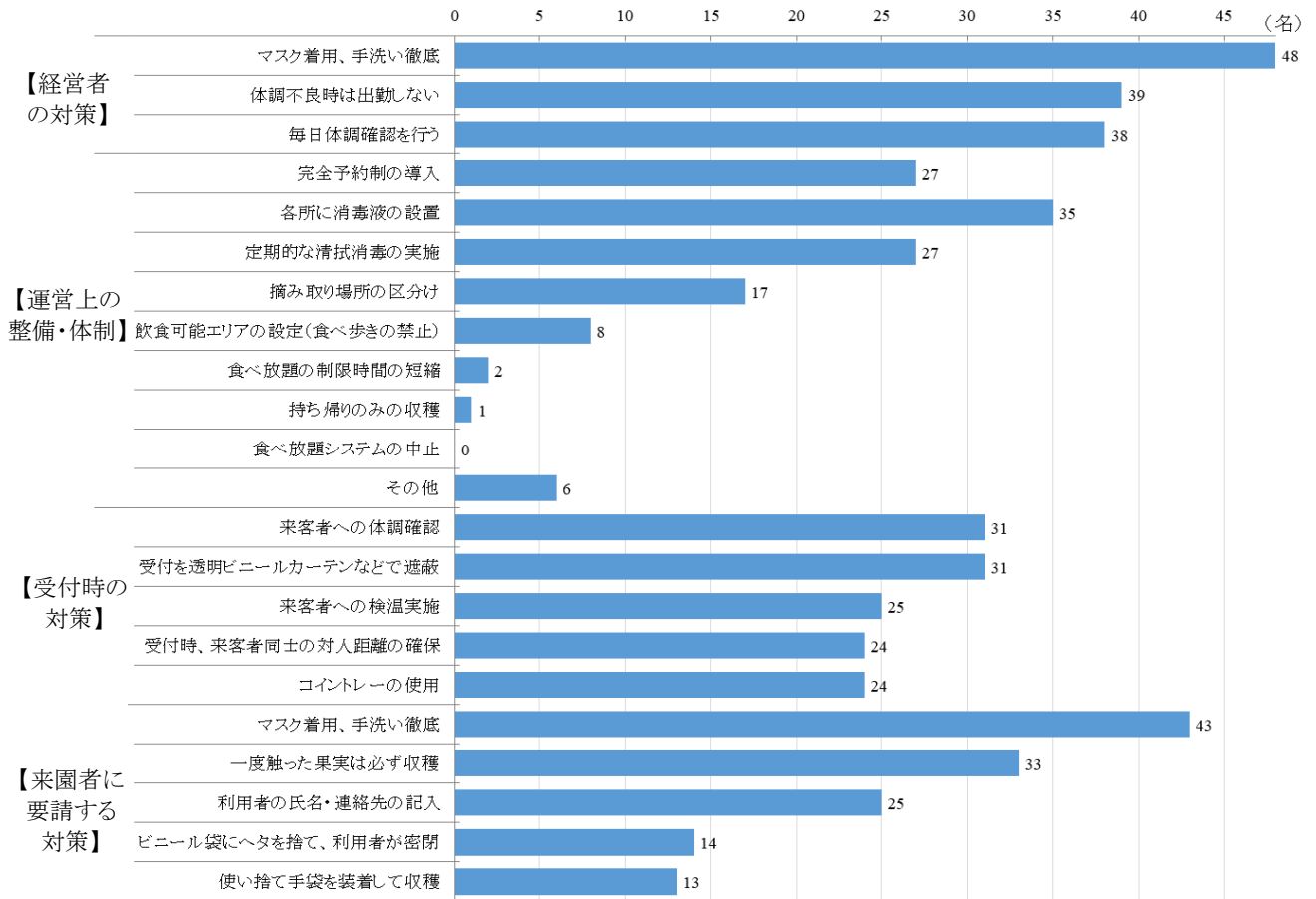


図3 2020-2021年作の観光農園で実施予定の新型コロナウイルス感染症予防対策 (n=48)

といった対策の導入は少数であった(図3)。

2021年5月には、観光農園での感染症対策の実施状況をwebサイトから収集した。アンケート回答者と一致したのが17名であった。分析対象者の概要を以下に示す。感染症予防対策を自園の公式サイトに記載があるのは8名、自園の公式サイトにコロナ対応の記載はないが観光情報提供サイトにて対応を把握できるのは7名、公式サイトを開設していないが、観光情報サイトに記載があるのは2名であった。

この対象者17名の10月時点のアンケート回答と実際の予防対策を比較する。実際の予防対策として、全員が導入しているのが予約制の導入であった。次いで、手指の消毒、マスク着用、入場制限であった。全員が導入した予約制は、アンケート時点では8名が導入意向であった。来客者同士の距離の確保は、7名導入予定と回答していたが、実際には13名が入場制限、3名が摘み取りエリアの制限を実施していた(表6)。ア

ンケート調査の時点では、感染者が減少し、Go Toトラベルも実施されていた時期であったため、予防対策への関心がさほど高くなかったと考えられる。その後、2021年はじめから、感染者数が増加に転じたこともあり、予防対策へ意識が高まり、取り組み項目が増加したと思われた。

聞き取り調査を行ったH市のA園は、温室内はベッドにより異なる複数のイチゴの品種栽培している。入園者グループを通路によって区分けできないこともあり、ネット予約システムによる予約制を導入し、入場者数を制限していた。来園者への対応として、入場時のアルコール消毒、体温チェックの他、フェイスシールドを配布し着用をお願いしている。入場料は前年度よりも若干価格を引き上げたが、それにより予約に空きが出ることはなかった。

入場制限により、収穫適期の果実の全量が観光摘み取り園で収穫されないこと、消費者から直売所でイチ

表6 イチゴ観光農園のwebサイトで公開する新型コロナ感染症予防対策と本アンケート調査実施時点での取り組み予定 (n=17)

項目	2020-2021 作の web 上で公開する対策	うち本アンケート調査に「取組予定」とした回答数
来園日時の予約制	17	8
手指の消毒	15	12
来園者のマスク着用	14	14
入場制限	13	— ^{z)}
来園者の検温	10	9
受付時の感染防止対策	10	10
フェイスシールドの着用	5	— ^{z)}
摘み取りエリアの区分け	3	2
収穫時にビニール手袋着用	2	1
摘み取ったイチゴの買い取り	1	0

z:アンケート質問項目の設定なし

ゴを購入したいとするニーズが高かったこともあり、イチゴを収穫してパック詰めし、個人直売所で直売する割合を高めた。そこで、接触リスクを低減させるとともに、販売労力削減も狙って自動販売機を導入した。このような経緯で直売割合が増加したため、果実のパック詰めをおこなう収穫調整労力が大幅に増加したとのことであった。閉園は5月下旬と例年と同様であった。

考 察

以上のように、神奈川県内のイチゴ観光農園は2020年春期に新型コロナウイルスの影響を受け、早期に閉園したことから、入園者数が減少し、例年と比較して3割から5割程度の売上げ減少があった。例年と比較して閉園時期を大幅に早めた園ほど減収の程度が大きかった。

観光農園を縮小し、小売りなどへ販売方法を変更しているが、パック詰め技術と労働力が必要であった。面積が大きい生産者ではその対応が間に合わず、生産物の出荷ロスに繋がり、減収の程度も拡大した。

次に、2020年-2021年作の作付けに関する調査では、新型コロナウイルスの影響により作付け品種を変更したとの回答は少なかった。これには以下の可能性が考えられる。まず、栽培の親株はすでに確保しており、大きく品種を変更することは難しいこと、施設規模が比較的大きな園では、収穫を観光客が行う摘み取り園方式

でないと労力面で経営できないことである。次に、感染防止対策がある程度確立され、マニュアル等も存在し、消毒液、フェイスガードなどの資材調達も容易となったこと。最後に、生活者のレジャーへの意識が「安・近・短」となり、住居地近くでの手軽なレジャーとして、県民、あるいは首都圏の生活者の集客が見込まれることである。

想定外の点としては、実際に摘み取りのシーズンが始まる頃に感染者数が増加傾向に転じ、追加の感染防止対策が必要となった点であろう。具体的には予約制度の導入した入場制限や、摘み取り場所の区分けなどを行っていた。これは、経営者の予想を超えて、リスクに対する必要不可欠な対策を取る必要性に迫られたと言える。しかしながら、個人経営が多いことから、柔軟な対応を行い、来園者に安心感を与えることができる対策がとられていることも伺えた。

入場制限対策により、例年よりも入り込み客が減少していることは予想できる。聞き取り調査を実施した園では、入場料の値上げを実施したほか、直売比率も高め、収益の確保と収穫ロスを下げる対策をとっていた。コロナウイルスの終息が見えない中で、次年度以降もコロナ禍以前と同様に摘み取り園の入場料を見込んだ収益の確保は難しいと考える。入場者と入園料との兼ね合い、観光農園と市場あるいは直売など販路の多様化とその配分が、引き続き経営主として検討する課題と言える。

今後、観光農園型イチゴ経営の経済性指標を作成す

るに当たり、前提条件として設定する経営規模で入場制限を行った場合の年間の入園者数、予約制度の導入経費と維持費が経営に占める割合と販売管理における予約システムの導入効果の検討があげられる。さらに減少した入園者により発生する余剰の果実の販売先は、直売あるいは市場出荷であるため、その収穫調整作業などで要する労力と、人件費の検討が上げられる。ポストコロナのイチゴ観光農園経営モデル作成にむけて、今後も調査を行っていききたい。

引用文献

- 波瀲郁代. 2020. ウィズ/アフターコロナ時代の生活者の意識変化と観光復興による地域活性化のあり方. 国土計画に関する講演会資料. (一財) 国土計画協会.
https://www.kok.or.jp/project/lecture_overview.html
- 羽生冬佳. 2021. コロナ禍で見直される観光の意義. 都市自治体におけるツーリズム行政. 22-38
- 農のふれあい交流経営者協会. 2020. 観光農園（収穫体験）における新型コロナウイルス感染症対応ガイドライン（第1版）. <http://kankounougyou.jp/>
- 農林水産省. 2021. 食料・農業・農村白書 令和3年版.
https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r2/index.html
- 辻村英之・鬼頭弥生. 2020. コロナ危機に直面するフードシステム. 農業と経済 9月号. 86-8. 77-89
- 横浜市. 2021. 収穫体験農園におけるチェックリスト.
https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/machizukuri-kankyo/nochi/annai/covid-19_agri2020.html

