

# 公益社団法人国土地理協会 2021 年度学術研究助成 研究成果報告書 アフターコロナを見据えた観光農園の経営変化と地域的展望

研究代表者 栗林 賢（佐賀大学）

## 1－1. はじめに

日本における果実を生かしたツーリズム自体は戦前から存在しており、山梨県甲府市のブドウ狩りや、多摩川沿いの梨狩りなどがその一例として挙げられる（林 2013）。しかし、それらが全国的に普及していたかと言えばそうではなく、ごく一部の限られた地域でのみの展開であった。その後、高度経済成長期に入ると、国民所得の上昇やモータリゼーションの進展に伴って、人々の行動範囲が拡大する。観光行動も積極的になり、その範囲も拡大することになった。人々の流動が活発化する中で、既存観光地や大都市周辺部に立地していた農家は、流入してくる観光客を対象としたもぎ取りや直売を行う観光農園に経営転換をしていくこととなった。

従来、農家経済を支える一つ的手段として理解されてきた観光農園経営であるが、1990年代頃より、地域活性化を担う一翼としての役割も重要視されてきた。特に、近年の観光農園では、農園経営者が自身の農園経営だけではなく、地域の活性化に資する多様なイベントの開催や情報発信を積極的に行っている事例も報告されている（栗林ほか 2013、栗林 2016）。

さて、以上のように、観光農園は農家自体の経営のみでなく、地域活性化などに資する存在として認知され、地域における重要な地域資源としての役割を担ってきた。しかし、観光客を対象とした経営であるがゆえに、2020 年から蔓延した新型コロナウイルスの観光農園の置かれている現状は非常に厳しい。観光農園はその経営特性上、収益の多くを観光客によるもぎ取りや直売に依存しているため、新型コロナウイルス蔓延に伴う緊急事態宣言の発出や、それに準じる多様な制限は観光客の減少や感染症拡大防止のための休業をもたらし、廃園のリスクを高めた。特に既存の観光農園の多くが既成観光地や大都市圏の近辺という立地を生かした集客に依拠してきたこともあり、従来通りの経営を継続するだけではこの難局を乗り切ることは困難である。

このような状況下において、観光農園はオンライン摘み取り体験といった ICT を活用した販売体制の強化や移動宅配の導入、SNS を通じた宅配業務の拡充など様々な変化・対応を見せ始めている（鈴木・水澤 2022、森高 2022）。これまでの研究において、観光農園は交通・経済・社会環境の変化に合わせてその経営を柔軟に変化させてきたことが指摘されている（林・呉羽 2010）。しかし、新型コロナウイルス蔓延による変化はあまりにも性急であり、おそらく、これまで経験したことのないほどの速さで経営を変化させる必要性に迫られた。このような急激な環境の変化にどのように観光農園が対応できるポテンシャルを有しているのか、そして、これらの変化の先にある観光農園を中心とした地域振興がどのような可能性を有しているのかを明らかにすることは、これまでの観光農園研究に新しい知見をもたらすものであると言える。

そこで本研究では、コロナ禍における観光農園の経営変化とその対応を分析することで、その存続要因を明らかにすることを目的とする。また、併せて、観光農園を中心とした地域振興の在り様について考察することを目的とする。調査対象地域は福岡県うきは市とす

る。

## 1-2. 対象地域の概観

福岡県うきは市は、福岡県の南部に位置しており、筑後地方に内包される地域である。2005年3月20日に浮羽町と吉井町が合併し、現在の市域・市名となった。大分県との県境に位置しており、大分県日田市と市東部が接している。北部には筑後川を挟んで朝倉市が立地し、西部には久留米市、南部には八女市が立地している。市の北部を横断する形でJR九州の久大本線が通っており、筑後吉井駅、うきは駅、筑後大石駅の三駅が立地している。さらにその北側には、大分自動車道が通っている。南部には、西から312.3mの高良山、367.9mの耳納山、697.5mの発心山、802mの鷹取山から構成される耳納連山が位置しており、北部の市街地などはその扇状地上に存在している。扇状地上には主に水田が広がり、山麓部には、ブドウ、柿、梨といった多様な果樹の栽培がおこなわれている。人口は2024年9月現在27,457、世帯数11,534である。

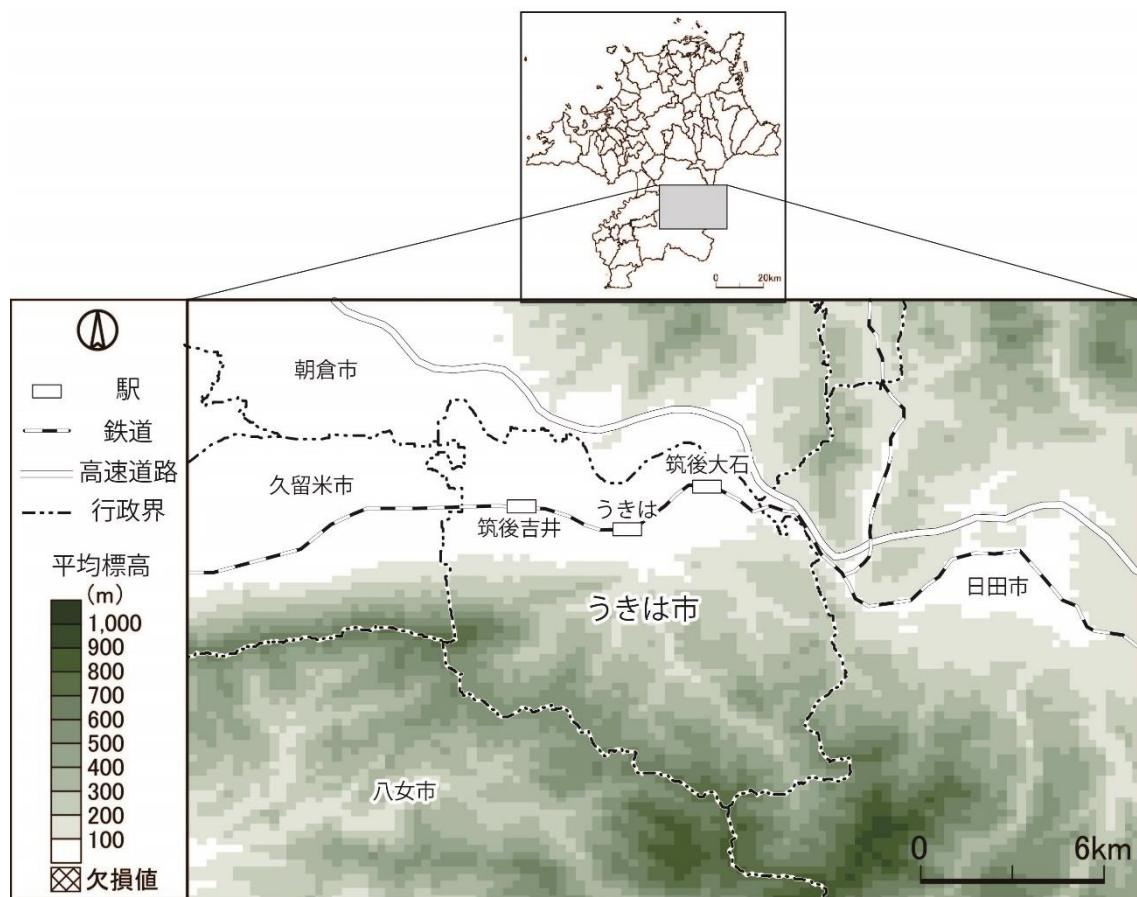


図1 研究対象地域

(国土数値情報より作成)

うきは市は北九州・福岡大都市圏に隣接しており、福岡県を対象とした緊急事態宣言の発出やそれに付随する制限に伴う観光活動の低下の影響を大きく受けてきた。

2024 年 10 月現在、うきは市には 15 の観光農園が立地し、それぞれの農園で多様な果樹が生産され、1 年を通して果物狩りなどがおこなえる体制が整えられている。そのため、観光農園による地域振興への寄与は大きいと推察され、新型コロナウイルスによる集客減の影響が強く見られる地域であると考えられる。

## 2. 福岡県うきは市における農業・観光を巡る動向

### 2-1. うきは市における農業の展開

浮羽町（現・うきは市）における果樹栽培の歴史は、1888（明治 21）年発刊の福岡県農事調書で確認することができ、農産物生産品目の中にミカンと柿があげられている（浮羽町 1986）。1907（明治 40）年の福岡県統計書では、梅、梨、桃、柿、ザボン、ブドウ、ビワ、栗、温州ミカン、夏橙、洋酒ミカンの 12 品目が記されている。しかし、これらの果樹は自家消費用が主であり、商業的な流通にのることはほとんどなかった。その後、生産拡大の基調にあった柿であるが、齋藤・林（1993）によると、富有柿の生産は戦時下になった際に、食糧生産農地に転換されるか、放置されたという。また、近隣の田主丸町（現・久留米市田主丸町）においても、果樹栽培は盛んであったが、徐々にその生産を苗木にシフトしていった。戦後になると、耳納山麓系に属する山麓地帯において、富有柿の生産が開始され、1952 年には流川柿研究会が発足する。加えて、ブドウの栽培が 1960 年代中盤から開始されるなど、戦後の果樹生産の拡大が伺える。

さて、図 2 は福岡県におけるブドウ、梨、桃、柿、栗、温州ミカンの 2022 年市町村別出荷量を示したものである。福岡県では主に南部に果樹生産が集中しており、その中でもうきは市は多様な品目において、出荷量が多い傾向にある。特に、桃は 252t、柿は 4,797t の出荷量を誇り、福岡県内の市町村で最も多い。このように、戦後の果樹生産の発展により、うきは市は福岡県内においても有数の果樹産地の地位を確立していることがわかる。

図 3 は近年におけるうきは市の農業産出額に占める各作物の割合を示したものである。多少の増減はあるが、基本的に果実が常に 50%前後を保持しており、2022 年では農業産出額 758 千万円のうち、431 千万円と 56.8%を果実が占めている。次いで野菜が 111 千万円であるが、果実とは大きな差が存在する。このように、戦後から継続する果実を中心とした農業は現在も継続している。このように、戦前から果樹生産が行われ、福岡県内有数の果樹産地へと成長を遂げたうきは市であるが、観光においても果実は活用されてきた歴史がある。浮羽町（1987）では、「自然に親しむ健康的な観光地」づくりを進め、春のイチゴ、夏のブドウ、秋の梨・柿など、四季折々のフルーツは観光の柱になると述べられており、また、掲載されている観光マップにも果実のイラストやフルーツランドの文字が描かれるなど、1980 年代時点で、果実を生かしたツーリズムが展開されていることがわかる（図 4）。その後、1990 年代に入ると、国策としてのグリーンツーリズムが推進されることになる。浮羽町においても、グリーンツーリズムが国の機関から出向していた当時の助役を中心に進められ、1995 年に九州で唯一、21 世紀村づくり育成モデル地域に選定された。また、それと同時に町の企画振興課（当時）に事務局を置く、浮羽町グリーン・ツーリズム研究会が組織され、各界・各層の代表 120 人が加入をした（朴 2003）。それに伴い、果実以外の観光資源も積極的に町内において発掘をされた。その中で、葛籠地区に立地するつづら棚田が 1999 年に「日本の棚田百選」に選定され、オーナー制度が導入された。こ

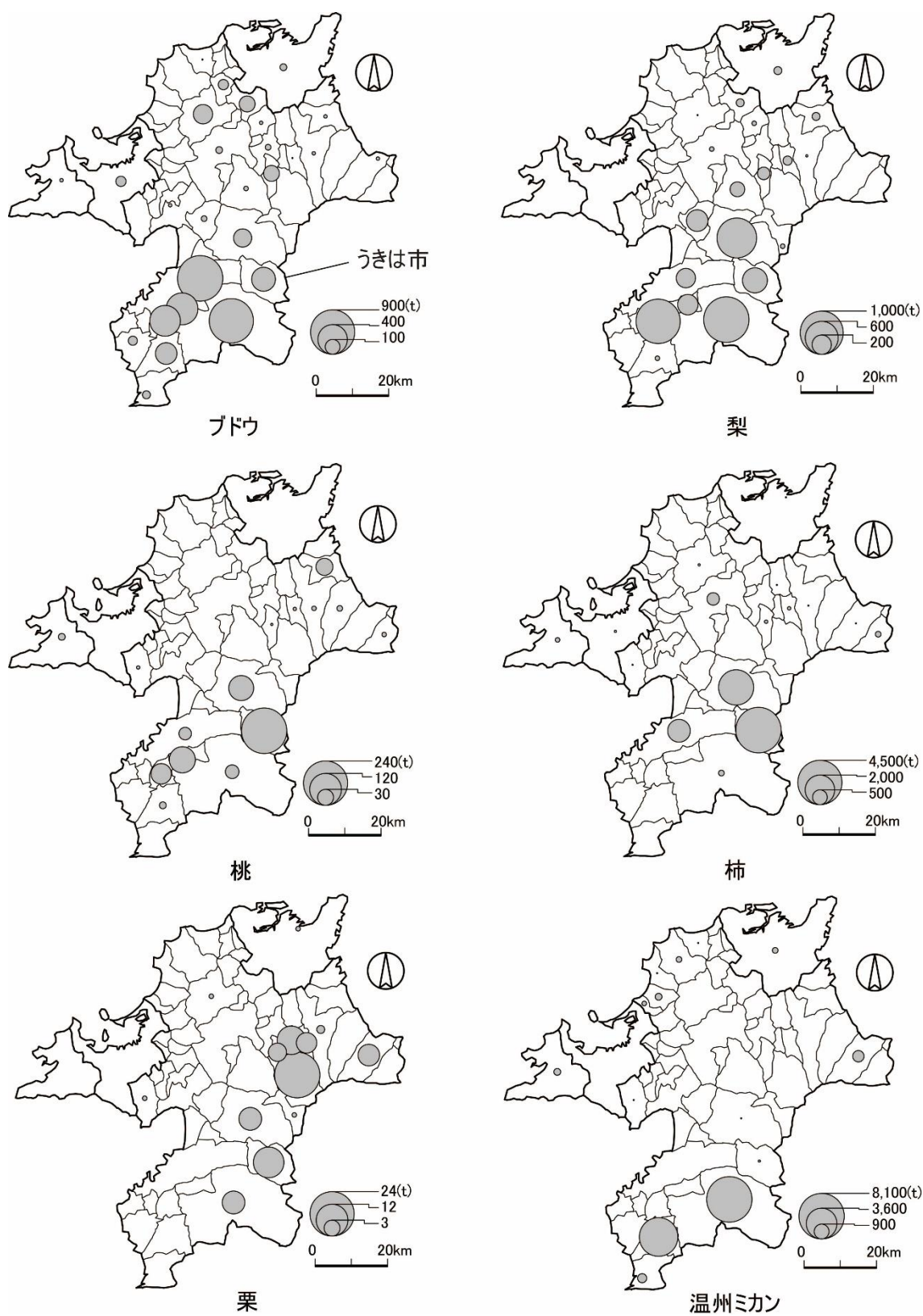


図2 福岡県における各種果樹の出荷量（2022年）  
（令和4年産果樹品種別生産動向調査より作成）

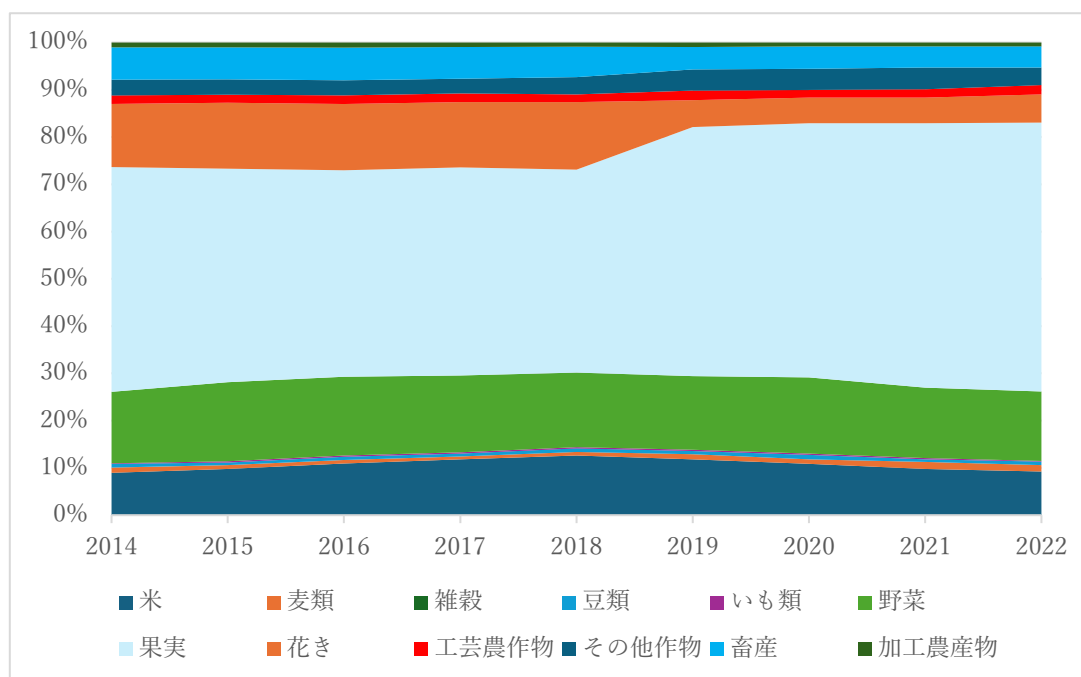


図3 福岡県うきは市における農業産出額（推計）  
（市町村別農業産出額（推計）より作成）

のオーナー制度は2024年現在も継続している。また、2022年には、「つなぐ棚田遺産」にも認定をされた。グリーン・ツーリズム研究会は、2000年代中盤に解散をするが、当時発掘をされた棚田などの資源は、現在も多くの観光客を誘引している。

このように、うきは市においては、果実を生かしたツーリズムを軸としながらも、1990年代以降は、市内の多様な資源の発掘と観光資源化が進んできた。

## 2-2. うきは市における果実を生かしたツーリズム

うきは市では「フルーツ王国うきは」というキャッチフレーズに象徴されるように、多様な観光資源が存在しながらも、その中心は果実である。さて、現在のうきは市においては、一年を通して果実を生かしたツーリズムが展開している。図5はうきは市における主な果実の収穫時期とその品種数である。6月に最多の5品目となるブドウ、桃、ブルーベリー、すもも、イチジクの収穫時期が到来する。それ以外の月も、上記果実に加えて、梨、かんきつ類、柿、リンゴ、栗、ブドウ、イチゴが継続的に収穫時期を迎えており、どの月においても、常に複数果実の収穫時期が存在している。また、各果実の種類も豊富で、最多品種を有するブドウは55種類となっている。これらの果実を活用しながら、市内では15戸の観光農園が立地している。柿のみを栽培している農家が5戸、イチゴのみを栽培している農家が1戸であるが、それ以外の観光農園は複数の果樹を導入しており、最も多い農園では、ブドウ、梨、柿、イチゴ、ブルーベリーの5品目となっている。

果実を生かしたツーリズムに関して、地域DMOであるうきは観光みらいづくり公社（以下、公社）が積極的な関与を行っている。公社は、うきは市観光協会を前身とした組織であり、2019年に現在の組織体制へと移行した。2023年時点で、正規職員5人、臨時職員8



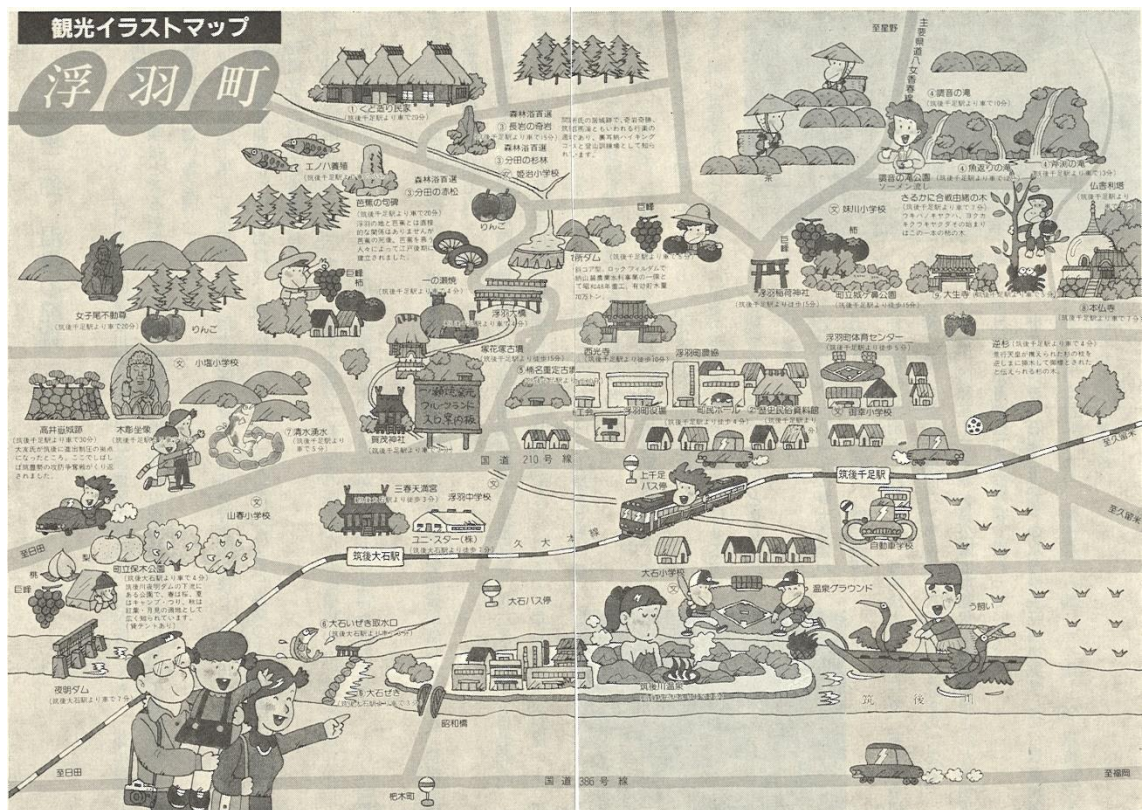


図4 浮羽町の観光イラストマップ（1980年代）  
（浮羽町史編纂委員会（1988）より転載）

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
モモ (41 種類)												
スモモ (5 種類)												
ブルーベリー (3 種類)												
イチジク (2 種類)												
ブドウ (55 種類)												
梨 (18 種類)												
柑橘類 (13 種類)												
イチゴ (10 種類)												
柿 (16 種類)												
リンゴ (4 種類)												
栗 (6 種類)												

図5 うきは市における果実の収穫時期と品種  
（うきは市提供資料及び文榮出版社（2022）より作成）

人の計 13 人で構成されている。表 1 はこれまでの公社による果実を生かした観光に関連した活動内容である。主な事業内容は、「情報発信・プロモーション」、「受け入れ環境の整備」、「観光資源の磨き上げ」である。それぞれで、各種メディアへの発信、観光マップの作成、農園を利用したイベントの実施などがあり、公社によって、果実関連の観光事業の展開が広く担われていることがわかる。また、フルーツ王国開国式は、15 戸の観光農園で

組織されるうきはフルーツ観光農園の会と連携して毎年、ブドウ、梨の収穫時期が始まる8月上旬と、柿の収穫時期が始まる11月の年2回実施されている。その様子は毎年、うきは市の市報の表紙を飾っている。また、市では予算を組み、開国式の様子を福岡県に本社を置くテレビ局に取材をしてもらっている。開国式のプログラムをどうするかを、式の前に観光農園と協議し決定をする。コロナ禍前は梨を用いたカレーを来園者に提供したりしていたが、コロナ禍では感染対策の強化に伴い、果物狩りのみとなった。コロナ禍が終了した2024年の開国式では、JR九州の観光列車である特急・いちろ

表1 うきは観光未来づくり公社による果実関連事業の展開

事業	概要
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ、ラジオ、新聞社などを招聘し、フルーツ狩りのスタートを発信するフルーツ王国開国式の実施</li> <li>・うきはのフルーツ特設サイトにてフルーツ狩り、旬のフルーツについて情報発信</li> <li>・観光案内施設ウキハコにおいて、フルーツの旬の時期に合わせて「ウキハコ Sweets Market」を年3回開催</li> </ul>
受け入れ環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出版社と契約を結び、主に福岡都市圏に向けてうきは市のマイクロツーリズムを促すための書籍「臨時増刊ガイド本 epi 四季それぞれに味わう フルーツ王国うきは」を発行</li> <li>・フルーツ王国うきはフルーツ狩りマップの作成</li> </ul>
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イチゴ狩り農園のビニールハウスを食事会場として、イチゴを使ったフルコース料理を提供する企画の実施。オプションとして、イチゴ狩り体験、森林セラピーを用意。</li> </ul>

(観光庁ホームページより作成)

くがうきは駅に停車することを活用し、停車時間に乗客に対して、駅にブドウ棚を設置してのぶどう狩り（模擬）の体験、朝採れぶどう・梨の提供、朝採れぶどう、梨の販売が行われた。この内容はJR九州のリリースにも掲載され、広く周知された。

### 2-3. うきは市におけるコロナ禍の観光と対策

コロナ禍における観光客の大幅な減少に伴い、全国に存在する多くの観光地がその存立基盤が危機的な状況に陥った。しかし、そのような中で、うきは市は九州地方内において、観光客の減少率の低下を食い止めることができた市であったことが指摘されている。九州経済調査会（2023）によると、2019年から2021年にかけて、九州地方の各市町村すべてで来訪者数が減少している。しかし、その中でも、うきは市は2019年から2021年にかけての来訪者の増減率が-4.6と九州内でもっとも低下が抑えられている。次点で朝倉市の-16.4、阿蘇市の-22.0と続く。この要因について、福岡都市圏からほど近い観光地での観光需要が想起され、マイクロツーリズムの興隆に繋がったことが指摘されている。特に、その中でもうきは市においては、ショッピング・サービス、温泉・スパ、自然資源のジャンルのシェアが伸びた。ショッピング・サービスでは道の駅の需要が大きく、うきは市に

立地する道の駅うきはも、コロナ禍においてその来訪者数を伸ばしてきた。また、屋外型のアクティビティとしてのゴルフの需要も増大している。さらに、2019 年の来訪者数が 241 万人に対して、2022 年は 261 万人と、コロナ禍前の水準を上回るなど、うきは市におけるコロナ禍の取り組み（浮羽稲荷神社ライトアップアート、ドライブインシアター、キャンプイベントなど）の観光客誘致のための屋外コンテンツの創出に尽力してきた結果が功を奏したと分析されている（うきは市 2023）。

しかし一方で、九州経済調査会（2023）では、フルーツ狩りの来訪者の減少が指摘されており、全ての屋外型観光がコロナ禍の水準を上回るわけではないとされている。うきは市における観光の主流である果実を生かした観光行動の低迷がコロナ禍において顕在化する中で、うきは市役所のブランド推進課は、観光農園へのコロナ禍への支援として、2020 年、2021 年にブランド推進課の入るうきは市民センター内や本庁舎内において、1 kg 1,000 円で観光農園のイチゴを職員に対して販売をした。また、うきは市独自の取り組みである「企業パートナー制度」によるパートナーの企業への販売も実施された。これは 1 農園あたり 2 年間で 30～40 万円の売り上げになった。

また、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用し、2020 年度から 2022 年度にかけて、「宿泊日帰り助成事業新型コロナウイルスにより激減した観光客を取り戻すため、宿泊・日帰りの旅行者に対し一部助成を行うもの。また、宿泊客に対しては観光農園で利用できるクーポンを配布し、宿泊客の周遊を図る。」を目的とした宿泊・日帰り助成事業を公社に委託し実施した。各年度それぞれ 28,500,000 円、30,000,000 円、30,000,000 円の事業費を計上した。観光農園クーポンは、うきはフルーツ観光農園の会に所属する観光農園で使用可能で、1,000 円分が配布された。2020 年は宿泊利用者 2,883 人、日帰り利用者 4,014 人、観光農園クーポン券利用者 2,603 人の計 9,500 人が利用し、一定の効果が上がったとしている。

### 3. コロナ禍における観光農園の経営とその対応

うきは市には現在、15 戸の観光農園が立地している。本稿では、その中から、4 戸を事例として取り上げ、その経営の変遷と特徴、そしてコロナ禍での影響と対応について明示していく。

#### 3-1. 事例農園 1

事例農園 1 では、世帯主 78 歳、配偶者 76 歳が恒常的に農業に従事している。繁忙期になると、大分県に居住する長女 50 歳と福岡県久留米市に居住する次女 48 歳が手伝いにくる。次女は後継者として手伝いに参加している。また、次女の配偶者は運送業に従事しているが、桃の鉄柱を建てる際に手伝いをするなど、スポット的に参加することもある。このほか、季節雇用として近隣に居住する人たちが 10 人ほど存在している。

現在の栽培作物は、桃 30a、梨 30a である。品種として、桃は勘助白桃、白鳳、川中島、梨は新興、新高を導入している。桃の導入は 2005 年からである。梨の収穫時期に台風が多く到来し、被害をもたらすことから、そのリスク分散として 6 月中旬から収穫可能な桃の栽培を開始した。以前は柿とイチゴも栽培していた。柿は山間部の傾斜地で栽培をしていたが、負担が多いことを理由に 2020 年頃に中止した。また、桃と梨の一部も同様に山間部



で栽培していたが、柿と同様の理由で栽培を中止した。イチゴは 2005 年から数年間、栽培をしていた。現在、佐賀県内の職場で他産業に従事している 49 歳の息子が導入をし、もぎ取りやイチゴを使用したスイーツなどを販売していた。

販売方法として、桃はもぎ取りのみである。以前は宅配にも対応していたが、園の方針として、果実が熟すまで収穫を行わないことから、宅配の際に傷んでしまう事例が多く出てしまっていた。そのため、2021 年に宅配を中止した。梨はもぎ取りとグリーンコープへの販売が主な販売方法である。グリーンコープへの出荷は 2022 年からであり、概ね 1 パック 2 個入りで 100～200 パック出荷している。また、桃は朝倉市に立地するジュース加工場でジュースに加工し、一本 2,000 円で農園内において販売をしている。加工には暁という品種を使用している。桃、梨ともに入園料無料、予約なし、重量精算である。ただ、団体のバスツアーは受け入れており、世帯主と配偶者しか従事できない時は、個人客の対応をすることが困難であるので、バスツアーのみを受け入れている。

コロナ禍の影響で、以前は桃と梨の試食を無料で提供していたが、中止した。観光客自体の数はコロナ禍前と比較して、あまり変化はなかったという。この理由について、農園 M は、農園でのもぎ取り体験は三密とはならないアクティビティであり、行動制限が課される中において、貴重な観光資源として認識されたのではないかと考えている。

### 3-2. 事例農園 2

事例農園 2 の世帯主は農家として 4 世代目である。曾祖父の代まで建設業を営んでいたが、稲作を開始したことが農家としてのスタートである。その後、祖父が田主丸町から婿養子で世帯に入り、ブドウ栽培を開始し、観光農園を開園した。世帯主は、福岡県農業大学校を卒業した 22 歳、1992 年に就農した。当時は父と世帯主の 2 世代で農業に従事していた。現在は、54 歳の世帯主と 51 歳の配偶者、29 歳の長男、27 歳の次男が農業に従事している。このほか、パート 3 人雇用し、休日には知人が手伝いに入ってくれる。現在、世帯主は、うきはフルーツ観光農園の会の会長を務めると同時に、JA のブドウ部会に所属し、役員を務めている。また、世帯主は観光農園間の協力体制の構築にも尽力しており、例えば、現在、混雑に伴い観光客の受け入れに困難が生じた農園は、別の農園に連絡を取り、観光客を連絡先の農園に受け入れてもらえるような体制が取られている。これは世帯主が 2000 年代終盤頃に提案をして実現したものである。

栽培品目として、ブドウ 120a、梨 80a、柿 20a、イチゴはハウス 15a である。12 月から 5 月までがイチゴ、7 月中旬から 9 月中旬までがブドウ、8 月上旬から 10 月下旬までが梨、10 月下旬から 11 月下旬までが柿といったように、ほぼ一年を通してもぎ取り体験ができる体制が整えられている。ブドウの品種は、ピオーネ、巨峰、悟紅玉、クインシーナ、黄玉、シャインマスカット、安芸クイーンである。ブドウは 2000 年頃にハウスを建て、2006 年に斜面地に有していた巨峰メインだった農地 70a を売却し、平地にもう一棟のハウスを建てた。このハウスでシャインマスカット、巨峰（種あり）以外の品種を栽培し、7 月上旬という早い時期のもぎ取りを可能としている。梨の品種は幸水、豊水、秋月、新高、新興である。柿は富有柿である。イチゴの品種はあまおう、紅ほっぺ、こいみのり、章姫、かおりのである。福岡県に立地していることから、福岡県の主力品種であるあまおうを栽培しているが、収穫量が他の品種と比較して少ないため、今後はあまえくぼなどの別の品種

に切り替えていく予定である。イチゴは、2019年に就農した次男が導入を進めた。

それぞれの栽培品目の販売収益であるが、ブドウ、梨、柿はもぎ取りが60%、宅配が30~40%である。ブドウに関しては10%、JAに出荷している。1980年代から客に依頼されて開始した宅配は年間2,000件程度発送をしている。固定客の中には20年以上も継続して毎年注文をする人もいる。イチゴはほとんどがもぎ取りにより、収穫をされる。ただ、春先になると収穫量が増加するため、もぎ取りでも収穫しきれない分は、道の駅うきはに出荷している。イチゴは土日などの休日になると、一日で300~350人ほどのもぎ取り客が来訪する。そのため、混雑緩和を避けることを目的にもぎ取りは予約制としている。イチゴのもぎ取り客の県内・県外割合はそれぞれ30%、70%である。現在はバスによるツアー客も受け入れており、阪急や第一観光などと提携をしている。このほか、加工品の販売も行っている。次男が主導し、現在は冬季限定でイチゴやブルーベリー、柿を利用したバターやジャムの販売を行っている。宣伝活動に関して、HPやSNSを活用している。SNSの運用は次男により担われている。

コロナ禍前はバスツアーで年間5,000人を受け入れるなど、多くの団体客を受け入れていた。しかし、コロナ禍に入り、バスツアーによる来訪がなくなり、その分の売上げが減少した。しかしその一方で、個人客の来訪は増加し、売上げを維持することが可能となった。これは、もぎ取りなどが密閉されない空間でのアクティビティであり、三密を避けることが可能だったことが理由として挙げられる。ただ、イチゴはその全ての売上げをハウス内による密閉空間でのもぎ取りに依存していたため、観光客がほとんど入らなかった。加えて、コロナ禍直前の2019年に導入したこともあり、他の販売先の開拓ができていなかった。そのような状況下において、2020年及び2021年は、市のパートナーシップ企業でのイチゴの販売などによって、一定程度、売上げを確保することができたことが、経営にとっても一助となった。コロナ禍が終息をした2023年に入ると、個人客の数はやや減少傾向となった。

### 3-3. 事例農園3

事例農園3は現在の55歳の世帯主の祖父の代からの農家である。祖父が葡萄酒を醸造・販売するためにブドウ栽培を始めたことが、営農のきっかけである。その後、国道255号線に直売所を設置し、農産物の販売を行っていた。世帯主は2年間、福岡県の農業試験場で研修を受けたのち、1990年(当時20歳)に就農した。しかし、世帯主の就農前後の1987~1996年にかけて、佐賀県鳥栖市から大分県日出町を繋ぐ大分自動車道が開通したことにより国道の交通量の減少し、それに伴い直売所の売上げが低下したことから新しい経営形態の模索が行われた。また、同時期に、台風被害やバブル崩壊による不景気の到来といった直売所経営に厳しい事象が生じたこともその理由として挙げられる。その中で、当時の浮羽町は国土交通省から出向していた助役を中心に、グリーンツーリズムを推進していた。1995年に結成された浮羽グリーン・ツーリズム研究会に世帯主も参加することになった。1994年に農園Yの農地傍から湧水が発見され、その採掘・整備に町からの補助を得て20tの貯水タンクなどの整備を行った。その湧水を農業で活用するだけでなく、グリーンツーリズム推進のための地域資源として活用できないかと、町の担当者から相談されたことも理由として挙げられる。現在でもこの湧水は飲料用、農業用、カフェ用として利用さ

れており、容器持参で自由に持ち帰ることが可能となっている。

そして、1996 年 8 月に現在のカフェ、そして果物狩りのできる農園を開園した。当時、梨畑だった農地を駐車場に切り替え、梅畑だった農地にカフェを建築した。開園当初の 5 年間は 10,000 人程度の来訪者であったが、現在は 70,000 人と約 7 倍にまで増加した。カフェでは農園で獲れる果物を使用した、常時 30 種類以上のケーキや、湧水を利用したコーヒーが提供されている。2023 年まで、カフェや農園の周辺は砂利道であったが、2024 年にアスファルト舗装し、駐車スペースの改善を図った。

現在の農業従事者は 55 歳の世帯主、78 歳の世帯主の母、49 歳と 53 歳の世帯主の弟である。世帯主の配偶者はカフェの経営に従事している。このほか、従業員 2 名を雇用している。カフェは世帯主の配偶者が中心となり経営し、従業員は 4 人雇用している。

導入作物は 1～5 月にイチゴ (18a)、7 月にブルーベリー (5a)、8 月～11 月に梨 (100a)、ブドウ (100a)、イチジク (5a)、11～12 月が柿 (20a) となっている。イチゴは 2000 年代に導入をした。契機として、冬季に観光客を誘引する資源がないこと、客からイチゴを栽培してほしいと要求されたことが挙げられる。イチゴの栽培品種は、恋みのり、さちのか、紅ほっぺ、かおりのである。複数品種栽培することで、客の誘引を図っている。しかし、近年は他農園でもイチゴの導入が進み、客が分散しているため、利益を得づらくなっている。その現状を理由に、イチゴに代わる他作物の導入を検討している。ブルーベリーはイチゴよりも前に導入した。契機は、当時のテレビ番組でブルーベリーが健康に良いと紹介されたことで、農園に多くの問い合わせがあったということが挙げられる。田主丸町 (2005 年に久留米市に編入合併) に植木屋を営む知人がおり、そこからブルーベリーの苗木を仕入れ、ブドウの木を一部伐採して植樹した。ブドウはシャインマスカット、巨峰、クインニーナ、BK シードレス、マイハートを栽培している。マイハートは切ると断面がハート形に見える品種であり、カフェでケーキに添えるために導入した。梨は幸水、豊水、二十世紀梨、あきひめ、陽香、新高、甘太、新高、愛宕を導入している。イチジクは 2010 年前後に世帯主の父が導入した。JA にイチジク部会があり、出荷をしていた。今現在は、カフェのケーキの材料として使用している。世帯主は客からの要望に応じて、柔軟に品種や果樹を導入することになっているが、条件として、加工してカフェでケーキの材料として利用が可能なことを挙げている。

コロナ禍における入り込み客数は、2019 年に対して、2020 年が 70～80%減少、2021 年が 50%減少、2022 年が 30%減少、2023 年はコロナ禍前の水準に回復をした。入り込み客数の減少に伴い、休園していた時期もある。このような状況下において、テイクアウト用の弁当を販売したり、テレビ局などの PR も活用した。また、顧客への果実の発送による売り上げが経営を支えた。例年よりも注文量を増やしてくれた顧客も多く、農園としての売り上げは例年の 50%以上を維持することができた。

コロナ禍で一時期減少したが、インバウンドの来訪者も増加している。コロナ禍前はインバウンドの団体旅行客も受け入れていたが、マナーが良くないこと、検疫の問題もあり多くを購入することができないことを理由に団体客の受け入れを中止した。現在の外国人観光客は個人でのレンタカーを利用した来訪がほとんどである。

### 3-4. 事例農園 4

農園 N では、現在の世帯主の祖父の代から観光農園を経営している。2019 年までは現在の世帯主（55 歳）と配偶者で主に従事していたが、2020 年に配偶者（当時、世帯主）が死去したため、それ以降、世帯主が主に一人で農作業を行っている。世帯主の死去に伴い、営農中止を考えたが、近隣農家からの継続要望が多かったこと、また、近隣の農家の後継ぎが手伝いにきてくれたことから、営農継続の判断に至った。近隣農家の後継ぎからは、技術指導も受けていた。29 歳の長女が東京で就職したのち、現在はうきは市役所に勤務しており、宅配で多忙な時期は朝 6 ～ 8 時まで摘み取りを手伝っている。また、現在、他県で就職している 25 歳の二女は大学在学中に農作業の手伝いをしていた。このほか、繁忙期にはシルバー人材センターなどを通して労働力を確保している。

現在、ブドウ 60a、梨（面積不明）、柿 30a を栽培している。ブドウはシャインマスカット、巨峰、BK シードレスを導入している。1979 年に 2017 年のシャインマスカット導入に際して、近隣の農地を 7a 購入し、ハウスを 300 万かけて設置した。また、それに合わせて、斜面地で栽培していた柿の一部の土地の貸出をした。梨は豊水、新高、新興、愛宕を導入している。柿は松本早生、富有を導入している。

主な販売方法はもぎ取りと宅配であるが、一部、余剰となった分をうきは市に立地する JA にじの管轄するにじの耳納の里の直売所で販売をすることもある。2023 年は梨を 2 個入り 15 袋を二回に分けて販売した。宅配は最盛期になると、一日で 50～80 箱発送する。個人だけでなく、会社単位での注文もある。

コロナ禍前までは、バスツアーでの来訪者が全体の 70%を占めていたが、コロナ禍に伴い 2020 年と 2021 年はバスツアーの来訪者が 0 であった。2022 年の秋からバスツアーが徐々に再開を始め、2023 年には全体の 50%の来訪者がバスツアーとなるまでに回復をした。2023 年に讀賣のバスツアーによる来訪者が 800 人であったが、2024 年には 1000 人規模に増加する予定である。また、第一生命の社員旅行でも利用されており、2024 年にバス 8 台で来訪予定である。バスツアーではブドウ 3 房を客に選んでもらい、お土産として渡すことになっている。2020 年及び 2021 年のバスツアーの企画はなかったが、個人客の増加に伴い、収益が落ち込むことはなかった。

近隣のブドウ・柿を栽培する有志の農家で組織する研究会に所属しており、そこでは剪定講習会などが行われている。そこに所属する農家を通して、2020 年に朝倉市に立地するワインメーカーを紹介してもらい、粒の小さいブドウを 1 kg 550 円で取引している。

## 4. コロナ禍における観光農園の存続と地域振興

### 4-1. 観光農園の存続要因

コロナ禍において、どの農園にも共通してみられたのが、観光客の減少である。これは収益の低下に直結している場合も多く、深刻な問題であったことが伺える。特に、観光客の減少に影響を及ぼしたのが、バスツアーなどの団体客の流入の喪失である。観光流動が制限される中で、旅行会社などによるツアーが中止となった。これにより、収益が低下したことは事実である。ただ、各観光農園での聞き取りで共通していたのが、元々、バスツアーによる観光客は単価が低い傾向にあったという点が挙げられる。バスツアーによる客は、最初から農園から手渡すお土産の量が決められ、また、客も観光農園だけを目的地と



していないため、来園時の果実などの購入が、個人客と比較して低い傾向にある。一方で、個人客は観光農園を唯一の目的地として来訪するため、もぎ取りやお土産としての購入量が多い。このことから、コロナ禍において、団体客が入らなくなっても、購買意欲の高い個人客の増加によって、売り上げの減少に歯止めがかかったことが指摘できる。実際に、事例農園 4 では、従来、バスツアーによる客が 7 割を占めていたものの、個人客による売り上げによって、コロナ禍前とコロナ禍における売り上げに大きな差は生じなかったとしている。また、事例農園 3 では、2020 年に 70～80%の観光客の入込み減があったものの、売り上げはコロナ禍前の 50%以上を維持できていたことから、個人客による売り上げへの貢献が伺える。この個人観光客の流入については、九州経済調査会（2023）が指摘したマイクロツーリズムの興隆も一つの要因として考えられる。他の観光地が軒並み観光対象から外れていく中で、うきは市の観光農園が福岡大都市圏における数少ない観光客の受け皿となったのであろう。また、この傾向は九州以外でも見られ、コロナ禍において、消費者は近隣の観光農園を少人数で訪ね、短時間のみ滞在する傾向が強まったことが指摘されている（遠藤（飛川） 2023）。

しかし、全ての農園で個人客の受け入れがスムーズに行えたわけではない。例えば、事例農園 2 では、ハウス内という密閉空間でのもぎ取り体験を提供していたイチゴでの収益がほとんど得られなかったという。同じ観光農園でありながらも、栽培する品目とその品目の有する特徴によって、観光客の流入に差異が生じたことが指摘できる。これが、九州経済調査会（2023）でも述べられていた、屋外型アクティビティでも、観光農園が伸びていなかった一因であると言える。

このように、コロナ禍において、観光農園は既存の顧客への宅配や、客単価の上昇、福岡大都市圏という立地に伴う、屋外におけるアクティビティを求めた観光客の流入など、多様な要因によってその収益をコロナ禍以前と同等に維持できている農園も存在した。また、維持できなかったとしても、想定よりも低下を抑えられたことが調査から判明した。

しかし、その一方で、観光客誘致を見据えた行動を起こした農園が存在していなかったことも事実である。うきは市のブランド推進課や公社は、観光クーポンの配布などを介して観光客の誘致を図ってはいたが、個々の農園での動きはなかった。積極的な誘致を行わなかった理由として挙げられたのが、コロナ禍における宣伝への忌避感である。コロナ禍当時、積極的な観光行動は批判の対象となっており、それに伴う風評被害なども容易に想定できた。そのため、例えば、事例農園 2 は上記の理由から宣伝を控えたことを明言している。ただ、誘客以外での収益の確保の動きはあり、事例農園 3 は併設しているカフェで、テイクアウト用弁当を販売するなど、観光以外での事業を展開していた。

#### 4-2. 観光農園と地域振興の展望

コロナ禍においても、市や公社は観光農園を対象とした観光客誘致事業などを中止することなく実施してきた。例えば、観光農園間の連携による事業の一つである開国式を、コロナ禍における感染症対策を踏まえて、イベント内容を削減しながらも継続した。開国式は、うきはフルーツ観光農園の会所属の観光農園によって実施されるが、その企画・立案は、主に公社の担当者が行っており、2024 年における JR 九州との連携事業も公社の担当者によるものである。実態として、観光農園は会を組織しているが、その活動は活発では

ない。組織としての活動は、年2回の開園式のみで、それ以外での積極的な動きがないのが現状である。この理由として、公社の担当者によれば、各農園は自園経営で多忙であり、会、そして地域全体としての波及効果を考慮した積極的な活動を行うことが困難であるということが挙げられる。実際、調査対象とした観光農園も、加工品の販売やカフェの経営、バスツアー会社への挨拶回り、繁忙期における観光客対応、宅配の手配、SNSの運営など、農作業だけではない業務が多く存在している。

このような状況下において、うきは市全体としての果実を生かしたツーリズムの発信を担っているのが公社や市である。開園式だけでなく、観光農園の開園時期、栽培品種、立地などの情報をまとめたサイトの随時更新や、観光農園などを特集した書籍の発刊など、精力的に関わり、発信をしてきた。そのため、コロナ禍においても情報発信のための活動を、コロナ禍に対応する形で変更しながら継続してきた。このことが、コロナ禍後のJRとの連携といった迅速な取り組みへと繋がったとも言える。

## 5. おわりに

本稿では、福岡県うきは市を対象に、コロナ禍における観光客数の減少という経営の危機に観光農園の対応を分析することで、その存続要因を明らかにした。また、併せて、観光農園を中心とした地域振興の在り様についても検討をした。

結果として、うきは市の観光農園では、バスツアー客といった団体客の流入が喪失していく中で、福岡都市圏におけるマイクロツーリズムの興隆に伴う個人客の流入、そして、来園した個人客や宅配を注文する固定客の購入単価上昇によって、収益の減少が抑制されていたことが明らかとなった。ただ、ハウス栽培を行うイチゴでは、密閉空間であるという理由から、観光客の取り込みができないなど、栽培法によっては制限があったことも判明した。一方で、コロナ禍における積極的な観光客誘致の取り組みはみられなかった。これは、コロナ禍において観光客を誘致することに対する忌避感が働いていたことも理由として挙げられた。

観光農園経営がひっ迫する中で、市の担当課や地域DMOであるうきは観光未来づくり公社による観光クーポンの配布や、コロナ禍でも継続可能なイベントの改変などを行い、うきは市という地域における観光農園という資源を保持する動きがみられた。これは、従来から、観光農園間の連携を補助し、果実を生かしたツーリズムの情報発信などを行い、市のブランドとしての価値の向上を担ってきた主体であるからこそそのフォローアップであったと言える。

以上のように、うきは市では、観光農園は農園経営に専念しつつ、そこから生み出される「フルーツ」という観光資源を、地域内の他の主体がうきは市全体の観光資源として発信する取り組みを行うという、ある種の役割分担によって、今後も観光農園を中心とした地域振興は進んでいくと考えられる。

## 謝辞

本調査にご協力いただきました、うきは市役所ブランド推進課ブランド戦略係、うきは観光未来づくり公社、うきは市役所水環境課、観光農園の皆さまには、大変お世話になりました。末筆ながら以上を記して感謝を申し上げます。

#### 参考文献

- うきは市うきはブランド推進課 2023.『第2期うきは市観光計画』うきは市うきはブランド推進課.
- 浮羽町 1988.『浮羽町史 上巻』浮羽町.
- 浮羽町 1988.『浮羽町史 下巻』浮羽町.
- 遠藤（飛川）みのり 2023. 新型コロナウイルス感染症流行下における収穫体験型観光農園の利用動向. 美味技術学会誌, 22 (1), 20-27.
- 九州経済調査会 2023.『九州経済白書 2023 九州地域の観光復興に向けて～スマホデータにみる観光行動の変容と観光地の対応』九州経済調査協会.
- 栗林 賢・全 志英・磯野 巧 2011. 須坂市における果樹生産を活かしたアグリ・ツーリズムの展開. 地域研究年報, 33, 29-43.
- 栗林 賢 2016. 山口県周南市須金地区における観光農園の展開. 徳山大学総合研究所紀要 38, 徳山大学総合研究所, 47-60.
- 斎藤 功・林 秀司 1993. 筑後川中流域におけるカキ栽培の発展と貯蔵技術の革新 : 浮羽町を中心として. 筑波大学人文地理学研究, 17, 87-105.
- 鈴木美穂子・水澤莉奈 2022. 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, 神奈川県農業技術センター研究報告, 166, 7-15.
- 林 琢也・呉羽正昭 2010. 長野盆地におけるアグリ・ツーリズムの変容－アップルライン（国道18号）を事例に－. 地理空間, 3, 37-62.
- 林 琢也 2013. 山梨県南アルプス市西野地区におけるアグリ・ツーリズムの変化と観光農園経営者の適応戦略. 地学雑誌 122 (3), 418-437.
- 朴 光淳 2003. 中山間地域におけるグリーン・ツーリズムの導入と成果 : 福岡県浮羽町の事例. 産業経済研究, 44 (2), 241-275.
- 森高正博 2022. コロナ禍による農村観光への影響と事業者対応－福岡県南部の農村観光地域を対象として－, フードシステム研究, 29 (3), 109-122.