

イチゴの観光農園（狩り園）を取り入れた経営について

～ここがポイント！知多半島で増え続けるイチゴ狩り経営から考える～

後藤ひさめ（知多農林水産事務所農業改良普及課）

【平成22年4月20日掲載】

【要約】

知多半島ではイチゴ狩り園（以下、園）の経営が盛んである。当地域の園では高設栽培の導入が多く、「章姫」など良食味で連続着果性をもつ品種を利用している。栽培面積は、50a以上の経営規模が望ましく、それに見合う労働力の確保や駐車場などの整備も必要である。来園者数を安定的に確保するためには、収穫時期の平準化が求められる。また、12月や4月以降は来園者が少ないため、市場など出荷先の確保も重要である。

1 はじめに

管内のイチゴ農家は約40戸、栽培面積は13haであるが、そのうち14か所でイチゴ狩り経営に取り組んでいる。

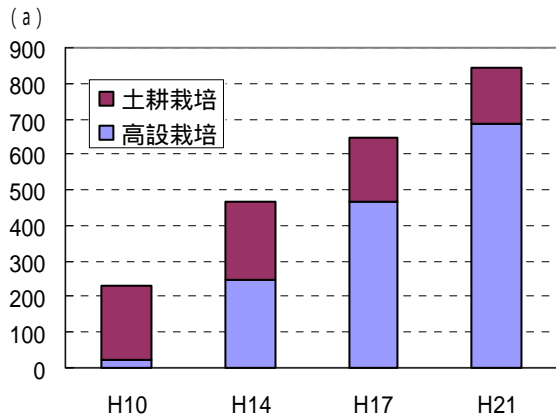
当地域におけるイチゴ狩りは、昭和49年に南知多町の農業生産法人が8aで始めたのが最初である。その後約20年経った平成4年と5年に2戸、7年に1戸、9年に1戸、平成12年以降は毎年のように増加し、現在に至っている。

これらの現状を見ながら、イチゴ狩り経営を行っている農家の事例を踏まえて経営のポイントを説明する。

2 栽培のポイント

（1）栽培方式

土に触れない清潔感や立ったまま収穫できる利便性を重視して、多くが高設ベンチ栽培システム（以下、高設栽培）を導入している（第1図、写真1）。通路幅を広く取ることで車椅子での入園も可能となる。



第1図 イチゴ狩り園の面積推移

注: 狩り園導入経営体の面積の合計。
狩り園として利用されていない面積含む。



写真1 高設栽培（品種：章姫）

(2) 品種

来園者はおいしいイチゴをたくさん食べられることを楽しみにしている。当地域の園のほとんどは「章姫」を栽培し、大果系で果数が多く、酸味が少ないといった特徴を生かしている。また「とちおとめ」などの品種は土耕栽培を行う園で栽培されている。いずれにせよ、良食味だけでなく、継続的に来園数を確保するための連続着果が求められる。

(3) 害虫防除

園では来園者（消費者）と直接接し、開園期間中は防除できる時間帯も限られるため、農薬散布に非常に気を遣っている。当地域のイチゴ栽培における天敵生物の利用率は約70%（面積換算）だが、園においてはほぼ全てで利用され、害虫であるハダニ類の防除に役立っている。

2 経営面のポイント

(1) 立地条件

客商売であるため立地場所が案内しやすい幹線道路沿いが望まれる。しかし看板の設置による誘導や、最近ではインターネットから事前に情報を得た来園者が多いため、必ずしも分かりやすい場所である必要はない。それよりも水源の確保や面積の確保などが重要となる。

(2) 規模

当地域における最大規模の園は140a、そのほかにも100a以上が2か所あり、大規模経営がある一方で、最も小さいところでは10a程度でイチゴ狩りを行っ

ている園もある。しかし、後述するようなイチゴ狩りを意識した設備投資や予約来園者数の確保を考慮すると、50a以上の規模が望ましい。

(3) 労働力確保

開園期間は主に12月上旬から5月下旬までであるが、その間は来園受付や場所の案内といった来園者対応が必要であり、最低1名は常駐しなければならない。規模が大きくなり、ほ場(ハウス)が複数になれば、その規模に見合った常駐数が必要となる。

また日々の作業として、下葉かきや病害虫防除など通常管理のほか、過熟果の処理や来園者が帰った後の清掃等も不可欠である。来園数が少ない時期は市場出荷に向けた収穫及び出荷調製作業も行うこととなる。

(4) 付帯設備

お土産用のイチゴ販売のため、出荷調製施設を兼ねた直売所を併設している(写真2)。来園はマイカーや観光バスによるため、駐車スペースの確保は必須である。

そのほか狩り園特有の設備として、その場でイチゴを食べることから手洗い場やトイレの設置も求められる。最近ではオムツ交換場所を用意する例もある。また、ほ場の中央



や端の通路を広めにとってベンチを置く園もあり、来園者が快適にイチゴ狩りを楽しむことができるよう工夫がなされている。

一方、トラブルを防ぐため、摘み取り方法を示す注意書き等の看板も掲示したり、ミツバチの箱を子どもの手が届かない場所に設置したりといった配慮も重要である(写真3)。

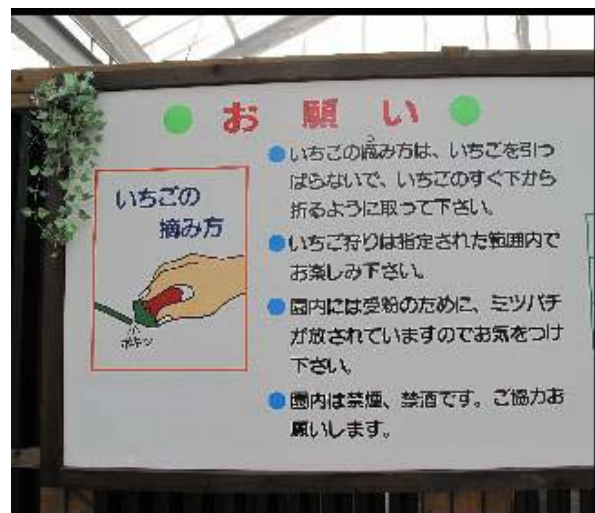


写真3 注意書き看板

4 経営安定に向けて

(1) 収穫時期の平準化

市場出荷主体のイチゴ栽培と同様に、収穫時期を平準化することが経営の安定につながる。来園には予約制をとっているが、予約定員はその時期の収穫量を予測して調整するため、収穫量の少ない時期を迎えてしまうと定員数を低めに設定せざるを得なくなり、収入が伸びにくい。収穫が一時期に集中しないよう作型を分散するなどして対応することが重要である。

(2) 出荷先の確保

12月や4月以降は来園者が少ないために市場出荷が主体となっているのが現状であり、菓子業者との契約販売や外部の直売施設、市場など出荷先の確保が大切である。さらに、園や直売所では完熟イチゴが求められるが、春先以降になると市場出荷するには過熟となりやすく、収穫適期と来園者数を考慮して、出荷するかどうかの見極めが重要となる。

5 まとめ

以上のように、イチゴ狩り園経営は最初の投資額が大きい上に、出荷主体のイチゴ栽培以上に気を遣う場面がありロス率も高い。イチゴ狩り経営を始める場合は、必要条件やメリット・デメリットを十分に考える必要がある。