

IV. 農業や地域産品を活かした産業振興・地域ブランディング

1. いちごのまちとしての持続可能性に向けた取組支援
2. 夏秋いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援
3. 町内特産品の生産に向けた加工事業者との関係創出

「1.いちごのまちとしての持続可能性に向けた取組支援」では、コロナ禍でのいちご狩りに向けたガイドライン等の作製支援や集客、付加価値向上に向けた提案、「2夏秋いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援」では販路支援に向けた事業者紹介、「3.町内特産品の生産に向けた加工事業者との関係創出」では京都市内の洋菓子店等への関係創出に向けて取組みました。

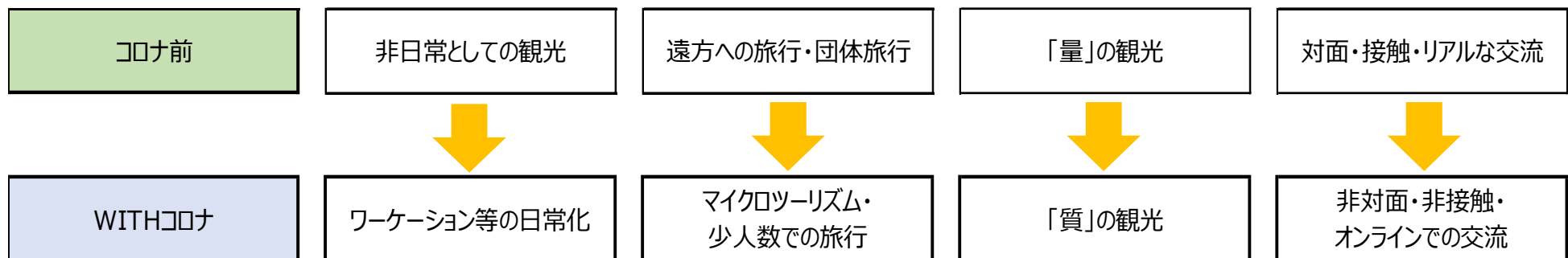
1.いちごのまちとしての持続可能性に向けた取組支援

- (1) 新型コロナウイルスが観光業界にもたらした影響
- (2) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園
- (3) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み

IV-1-（1）新型コロナウイルスが観光業界にもたらした影響

新型コロナウイルス感染症は観光業界に様々な影響をもたらし、WITHコロナに向けて従来の観光のトレンドが大きく変化している。

- ・旅行を長期的に計画→旅行を直近で計画
- ・遠方の旅行を回避→近場の旅行を選択
- ・大人数の旅行を避ける→少人数での旅行を選択
- ・旅行回数の減少→リアルな旅行が貴重になる
- ・対面・接触・リアルな交流→非対面・非接触オンライン上の交流
- ・コロナ渦においては、遠方への旅行や大勢の人数が参加する団体旅行の催行数が減り、県内などの近場への旅行（マイクロツーリズム）や、密にならない少人数での旅行が増えていくと考えられる。
- ・観光の醍醐味は観光地にて体験・交流することであったが、コロナ渦においてソーシャルディスタンスの確保が必要となり、限られた観光体験の質向上を重視する動きがみられる。
- ・観光の日常化や関係人口化が進み、事業者や自治体だけでなく、生活者（住民・関係人口・観光客）から新たな観光資源や商品・サービスが生まれていくと考えられる。また、観光地や観光資源の情報発信も、口コミやSNSにより生活者からの発信が重要となっている。



Ⅳ-1-（２） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園

今後、新型コロナウイルス感染拡大の予防と社会経済活動の両立を図っていくに当たっては、特に事業者において提供するサービスの場面ごとに具体的な感染予防を検討し、実践することが求められる。

農のふれあい交流経営者協会（事務局：一般社団法人全国農業会議所）では、収穫体験を営む農業者の参考となるよう、新型コロナウイルス感染症対策専門家会議「新型コロナウイルス感染症対策の状況分析・提言」（令和２年５月４日）における提言を踏まえ、「観光農園（収穫体験）」を営む際の参考として、2020年９月に「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」を作成している。

留意すべき基本原則は①身体的距離の確保、②マスクの着用、③手洗いや「３密（密集、密接、密閉）」を避けることであり、実践に向けて観光農園に訪れるお客様から、感染拡大防止策を周知・啓発し、対策の実行への理解と協力を得ることが必要である。

項目	主な取組内容
身体的距離の確保	・従業員とお客様及びお客様同士の接触をできるだけ避け、対人距離を２ｍ（最低１ｍ）確保する。 ・予約制限や人数制限などにより来園人数の調整。 ・農園内ではグループごとに距離をとって収穫体験できるよう案内する。 ・団体等でグループ人数が大人数となる場合、３～５人程度の固まりで分散する等、密を避けるよう留意する。
マスクの着用	・受付、休憩場所や直売所など、異なるグループの人や従業員と近い距離で接する場合のマスク着用。
手洗いや「３密（密集、密接、密閉）」を避ける	・従業員、お客様に対しこまめな手洗い・手指消毒を励行。 ・受付、事務室、農園内などの各場所に手指の消毒設備を設置する。

出所：農のふれあい交流経営者協会「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」を基に作成。

IV-1-（2）WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園

いちご狩りに安心して観光客に来てもらえる仕組みを整えるには、従業員から感染者を出さないことが絶対条件であり、徹底した対策が必要である。

項目	主な取組内容
従業員向けの対策	・出勤前に体温や症状の有無を確認させ、具合の悪い者は自宅待機とする。また、勤務中に具合が悪くなった従業員は直ちに帰宅させ、自宅待機とする。 ・陽性と判断された者との濃厚接触がある場合や、過去14日以内に政府から入国制限、入国後の観察期間を必要とされている国・地域等への渡航並びに当該在住者との濃厚接触がある場合、自宅待機とする。 ・発熱や具合が悪く自宅待機となった従業員の健康状態を毎日確認する。また、症状に改善が見られない場合は、医師や保健所への相談を指示。 ・公共交通機関を利用する従業員には、適切なマスクの着用や私語を控えることを徹底。 ・感染防止対策の重要性を理解させ、政府・自治体が公表する感染症対策に関する最新情報等を周知。 ・陽性者と接触した可能性について通知を受けることができる「新型コロナウイルス接触確認アプリ（COCOA）」のインストールを推奨 等。

出所：農のふれあい交流経営者協会「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」を基に作成。

IV-1- (2) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園

ここでは、実際にいちご農園を訪れた観光客を想定し、①来園・受付時、②金銭の受け渡し、③農園への案内、④収穫体験時、⑤休憩場所、⑥トイレの6つの場面についてみていくこととする。

項目	主な取組内容
来園・受付時	・来園前に検温を実施いただき、下記に該当する場合は入園を自粛するようウェブサイト等で周知。 ・発熱や咳、咽頭痛など具合の悪い場合 ・陽性とされた者との濃厚接触がある場合 ・過去 14 日以内に政府から入国制限、入国後の観察期間を必要とされている国・地域等への渡航並びに当該在住者との濃厚接触がある場合 ・マスク着用や咳エチケット、手指消毒の働きかける。 ・農園内外において対人距離を確保するため、お客様に対し掲示・アナウンスの実施により可能な範囲での対人距離の確保を促す。 ・受付時には間隔を空けた待ち位置の表示など、お客様同士の距離（できるだけ 2 m、最低 1 m）を保つ。 ・代表者がまとめて受付を行い、団体客は一つの場所に固まらず分散して待機するよう促す 等。

出所：農のふれあい交流経営者協会「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」を基に作成。

IV-1- (2) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園

ここでは、実際にいちご農園を訪れた観光客を想定し、金銭の受け渡し、③農園への案内、④収穫体験時、⑤休憩場所、⑥トイレの6つの場面についてみていくこととする。

項目	主な取組内容
金銭の受け渡し	・直接の受け渡しをせず、キャッシュトレイを介した受け渡しや電子決済の導入を検討する。 ・人と人が対面するので、アクリル板・透明ビニールカーテンによる遮蔽等に努める 等。 (飛沫防止用シートの火災予防についても留意する)
農園への案内	・グループ単位で体験場所を設定し、グループ間で2 m以上の距離を確保する。 ・農園案内や説明時間を短縮するため、資料配布等での説明、ポイントを絞った説明に努める。 ・使用する収穫器具（はさみ、収穫かご等）や共用部分（蛇口、三脚、踏み台等）は、各グループの入園前等、適宜消毒を行う 等。
収穫体験時	・会話はグループ内にとどめ、他のグループとの会話は控えるか、マスクを着用し距離を確保する。 ・使い捨て手袋を用意し、お客さまに装着しての収穫をお願いする。 ・一度手を付けた収穫物は必ず収穫するよう促す。 ・ビニール袋等を配布し、食事により出たヘタ・タネ・食べ残し等は密閉して捨てるよう促す。 ・ハウス内における換気の徹底 等。
休憩場所	・一度に休憩する人数を減らし、対面での食事や会話を避けるよう促す。 ・使用禁止の席を設けるなど座席間の距離を2 m（最低1 m）確保し、間仕切りを設置する。 ・室内では常時換気を行い、座席やテーブルなど共用物品は定期的に消毒する。
トイレ	・不特定多数が接触する場所（便座、洗浄レバー等）を、定期的に清拭消毒する。 ・ペーパータオルの設置や個人がタオルを持参する等の対応を行う。

出所：農のふれあい交流経営者協会「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」を基に作成。

IV-1- (2) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園

WITHコロナ・ポストコロナに向けた観光いちご農園について、他社での取組みをみていくこととする。

事業者・団体等	主な取組内容
千葉県園芸協会	・観光いちご農園での新型コロナウイルス感染防止対策について研修会を開催し、県内各地から生産者等約200名が参加。 ・ハウスへの入場人数の制限 ・「摘む場所」と「食べる場所」の分離 ・食べる場所を別に設定してテーブルの距離を取る ・来園者向けにポスターを掲示するなどして感染対策の周知 等を促している。
株式会社JERA（施設名：TOKYO STRAWBERRY PARK） （神奈川県横浜市）	・ハウス内での飲食を禁止にし、いちごはその場で食べずに、「いちご摘み」として持ち帰り用の容器に入れる方式を導入。 ・料金は、持ち帰り容器のサイズによって3つのコースを設定。15粒のイチゴにお土産がついた「プレミアムコース」（3,300円）、約300gのカップにいちごを入れる「通常コース」（1,760円）、1本の串に刺さるだけのいちごを摘める「ベビイチご串コース」（880円）から選べる（いずれも税込価格）。
スノーファームHakubaいちご園 （長野県白馬村）	・その場での飲食を避けることで感染リスクを下げるため、2020年はいちご狩りではなく「いちご詰め放題」を実施。 ・1パック2,000円の専用容器を購入すれば、何人で摘んでも良い。
らいおん果実園 （福岡県筑前町）	・予約制による人数制限や定期的な換気 ・摘み取り用ハサミの消毒、アルコール消毒液の設置 ・衛星手袋の設置 ・いちごを洗ってから食べる流し台の増設
堺・緑のミュージアム ハーベストの丘 （大阪府堺市）	・アルコール消毒液の設置に加えて、接客担当の従業員はマスク・手袋・フェイスガードを着用

出所：農業の未来を培うメディア「TSUCHIKAU」掲載記事「感染防止対策実施園を厳選！2020～2021全国いちご狩りスポット5選」（2020年11月20日）を基に作成。

IV-1-（2）WITHコロナ・ポストコロナを見据えた観光農園

コロナ禍で安心していちご狩り観光客に訪れてもらうため、作成したガイドラインを精華町を通じて2つの町内いちご観光農園に共有した。

華やぎ観光農園では、2021年は1月16日～5月下旬までを開催期間とし、開催曜日を火、水、木、土、日曜日の週5回とし、観光客を分散している（従来は1日3回案内）。また、各回とも定員の上限を50人としている。

2021年1月24日（日）に、華やぎ観光農園へいちご狩りの実施状況を視察。視察時（13時30分の組）は、雨にも関わらず約30人が参加していた。

受付の入り口では、アルコール消毒の徹底、検温を実施しており、料金支払いにおいては、間隔を空けて並べるよう案内シールを設置するとともに、ビニールの衝立を設置することにより、案内待ちの人との飛沫感染リスクを抑えている。

ハウス内は常に換気されており、観光客には一度触ったいちごは必ず摘み取ること、いちごを食べる際はハウスに隣接するハウスまたは、野外のテーブルにて食べるよう案内を徹底している。案内を受けた観光客も上記ルールを守っており、新型コロナウイルス感染症の感染予防をしつつ、いちご狩りを楽しめる体制がしっかりとなされていた。



IV-1- (3) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み

2020年は新型コロナウイルス感染症に伴う外出の自粛により、いちご狩り農園の観光客は激減したことから、華やぎ観光農園では2019年4月から直売所にてジャム用の冷凍いちごを1kg 1,000円で販売していたが、他社と比較すると販売単価はそれほど高くない。

したがって、WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組みとして、観光客が少なくても利益につなげられるよう、付加価値向上による1人あたり消費単価の引き上げが求められる。

例えばその取組みとして、①新たな体験型プラン、②既存資源の活用（加工品販売）、③加工品の開発が考えられる。また、今まで獲得できていなかった新たなニーズを取込むことも有効と思われる。

【コロナ前】

・「いちご狩りによる売上」+「枝豆やスイカの販売」で十分な売上であった。

【コロナ禍】（2020年1月～5月）

- ・いちご狩りによる売上・・・観光客の激減により、売上が激減。
- ・スイーツ店向けにいちごを出荷・・・全体の収穫量のうち、一部の出荷にとどまる。
- ・いちごの直販・・・完売するも、いちご狩りと比較すると販売単価は低い。
- ・枝豆やスイカの販売・・・枝豆オーナー制度が好評。

IV-1-(3) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（新たな体験型プラン①）

コロナ禍で1人あたりの消費単価を引き上げるには、いちご狩り以外の体験型プランを提供することが考えられる。

例えば、いちごを使った料理体験を行い、いちご狩りとは別料金を設定することで、新たな売上の柱になることが期待される。

また、4月・5月のビニールハウス内は暑くなるので、待合室のあるビニールハウス内にて、既存のジェラートやいちごを使ったスムージーを販売することも検討の余地があるだろう。

【コンセプト】

「半日過ごせるいちご観光農園」

【提供するサービス】

「いちご狩り」+「いちごを使ったものづくり体験」+「いちごの加工品販売」

【新たないちご狩りニーズの獲得】

- ・新たないちご狩りニーズを開拓する

【いちごを使った料理体験】

- ・いちごジャムづくり
- ・いちご飴づくり
- ・いちご蒸しパンづくり
- ・いちご春巻き（クリームチーズといちごを包む）

【いちごの加工品販売】

- ・いちごジェラート（既存の商品をよりPRする）
- ・いちごスムージー（農園側で作って販売する）

項目	場所	備考
いちご狩り	いちご狩りハウス棟	入場人数を制限
いちごを使った料理体験	受付ハウス棟	農園側が工程をレクチャー
いちごの加工品販売	受付ハウス棟	・既存のいちごジェラートを販売 ・農園側で冷凍いちごをスムージーにして販売。

Ⅳ-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（新たな体験型プラン②）

近年の観光動向は、モノ消費からコト消費へと変化しており、商品やサービスによって得られる経験に価値を感じる人が増加している。

例えば、静岡県伊豆の国市のある商業施設ではジャムづくり体験を1,550円～1,850円（税込、価格は実施期間によって変動）で実施している。

また、大阪の大手梅酒製造メーカーでは、梅酒・梅シロップ作り体験を京都市や鎌倉市の施設にて提供しており、楽しく・フォトジェニックな体験として、非常に人気となっている（百種類以上の組み合わせ方法があり、リピーター率も高い）。

ここでは、初期投資を抑えつつ、手軽に始められるものづくり体験について考えることとする。ターゲットを子育て世帯とカップル、女性向けに設定し、提供する体験コンテンツとして、「ジャムづくり」、「飴づくり」、「蒸しパンづくり」、「春巻きづくり」などとする。

実施時期についても、同時期ではなく月を変えて提供し、アンケートを取りながら改善することで、満足度向上とリピーター獲得につながっていくと考えられる。

【ターゲット】

子育て世帯とカップル、女性向け

【いちごを使ったものづくり体験】（月ごとにコンテンツを変える）

- ・いちごジャムづくり（50g）
- ・いちご飴づくり（1串にいちご1個を刺す）
- ・いちご蒸しパンづくり
- ・いちご春巻き（クリームチーズといちごを包む）

【場所】

受付ハウス棟の余剰スペース

【時期】

1月～5月末

【料金】

大人1,500円前後、子供は大人の半額料金



IV-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（既存資源の活用）

既存の資源の活用（加工品販売）についてみると、華やぎ観光農園ではいちごジェラートを作って販売していることから、①ふるさと納税の返礼品サイトを通じた販売により、効果的なPRと販売につながることを期待できる。

また、余ったいちごや夏秋いちごについて、いちご狩りで訪れた観光客、枝豆オーナー制度で7月上旬の植えつけ時に訪れた人向けに、スムージーを販売することが可能である。実際にスムージーを販売しているいちご観光農園のホームページをみると、Rサイズで450円、Sサイズで350円で販売されている。スムージーは家庭用ミキサーと砂糖、牛乳があれば作れるため、手間を掛けずに新たな付加価値を生み出すことができる。



IV-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（加工品の開発）

加工品の開発は、付加価値のある商品開発につながるが、商品設計やデザイン、味等にかかる加工業者との折衝、加工を委託する際の資材・梱包費、運送費および加工賃が必須となることに加え、売れ残りリスクもある。（製造後の商品を加工業者で冷凍保存し、注文の都度、生産者に配送している事業者もいるが、保管料が別途かかる）。

加工品の開発についてみると、地元スイーツ店とコラボした商品開発、町外の加工業者へ製造を委託の2パターンが考えられる。

例えば、付加価値のある商品としてドライフルーツが考えられる。ドライ加工を施すことにより、いちごの長期保存が可能になる。また、ヨーグルトやシリアルなどに乗せて食べることで健康志向の高い女性向けのニーズ獲得が期待できる。ただ、コストや在庫リスク等をふまえると、まずは地元のスイーツ店とコラボして商品開発に取り組んでいく方が現実的と考えられる。



IV-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（新たなニーズの獲得①）

放課後デイサービスは、児童発達支援センター・障害児通所支援の機能を果たしており、京都市内だけで約150の施設がある（2021年3月時点）。放課後デイサービスでは、児童に社会体験してもらうアウトドアイベントを毎月行っており、冬休みや春休み、土日に開催できる企画を常に考えている。**アウトドアイベントでは、児童の定員10人～15人に対して、引率兼介護者が4人～5人となるため、1回あたり約20名の団体予約となる。**

一方、京都市内の放課後デイサービス業者の多くは、いちご観光農園には訪れておらず、京都水族館や京都鉄道博物館、滋賀県の施設に訪れているのが現状である。その理由として**認知されていなかったり、いちご狩りの利用料金が高いことが挙げられる**（障害手帳を所有する人の利用料金は一般価格の半額以下になっている施設が多い）。

現在、華やぎ観光農園では介護施設・障害者施設等の団体割引も行っているが、利用者・介護者とも1,200円（平日のみ）となっており、幼児（3歳以上）の1,300円とほぼ変わらない価格設定となっている。

京都市内や大阪府などで多くの事業所を運営する放課後デイサービス業者によると、1,000円以上の施設は基本的に構想外であり、過去のフルーツ狩りでは八幡市の梨狩りに訪れている。なお、華やぎ観光農園には、過去に京都市内の放課後デイサービス事業者2社が訪れた実績があるが、いずれも事業所数が1か所と小規模事業者であることから可能な企画であり、複数の事業所を構える事業者にとっては利用料金がネックとなっている。

仮に、平日・休日問わず従来の利用料金を1,200円から800円に値下げした場合、これまで訪れていなかった放課後デイサービス事業者が訪れると考えられる（上記事業者の職員によると、800円なら間違いなく社内で企画するとの意見あり）。

また、京都市内にとどまらず、宇治市や八幡市、城陽市、京田辺市、木津川市、精華町などの山城地域のほか、大阪市などの放課後デイサービス業者が訪れることが期待できる（自動車での移動時間が90分圏内であれば、ニーズは十分にある）。

仮に上記エリアの放課後デイサービスのうち、300社が華やぎ観光農園を訪れたとすると、**300社×（15人～20人）＝4,500人～6,000人**の潜在的ニーズが広がっている。

放課後デイサービスでは教育・社会体験の一環としてイベントを実施していることから、新型コロナウイルスによる自粛の影響を全く受けない。また、駐車場の料金が無料で、雨天でも決行できるいちご狩りへの関心度は高い。

IV-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（新たなニーズの獲得②）

放課後デイサービスの団体利用ニーズの獲得に向けて、下記の取組みが考えられる。

【観光農園のホームページにて公開】

観光農園のホームページにて、いちご狩りの様子をブログにて発信する（事前に放課後デイサービス業者に対して、写真等の使用許可を得る必要がある）。

【行政との連携】

精華町の広報誌での発信することで効果的に発信する。また、京都市では年に1回放課後デイサービスの職員研修会を開催しており、アウトドアでどの施設に訪れているかなどの情報交換が行われているため、京都市に対しても情報を提供する。

【放課後デイサービスの事業者間での口コミ】

京都市内で業歴が長い事業者、複数の事業所を構える事業者が訪れた後、満足度が高ければすぐに業界内で情報が浸透する。放課後デイサービスの事業者は情報収集のため、同業者や行政のホームページをチェックしているため、口コミ効果が大いに期待できる。

【職員や児童の家族間での口コミ】

放課後デイサービスの職員や児童の満足度が高ければ、後日、リピーターとして職員の家族、児童の家族が再訪することが期待される。

【メディアやSNSを通じた情報発信】

児童発達支援センター・障害児通所支援施設を積極的に受け入れていることは、「SDGs」（持続可能な開発目標）のゴールのうち、「10.人や国の不平等をなくそう」に資する取組みである。企業イメージの向上にもつながることから、メディアやSNSにより効果的な情報発信が期待できる。

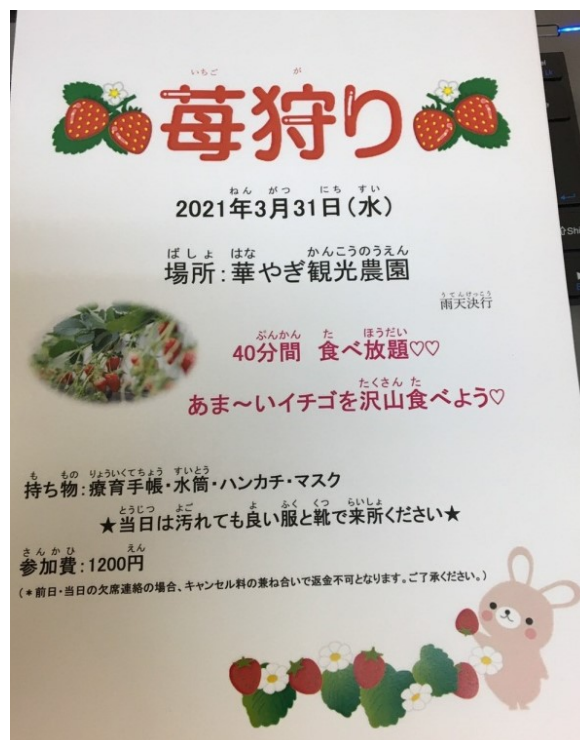
Ⅳ-1-(3) WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（新たなニーズの獲得③）

華やぎ観光農園によると、2021年1月～3月までのいちご狩り予約状況については、個人客は例年通りの水準で推移しているが、平日における団体客の予約が大きく減少している。予約状況をふまえて放課後デイサービスの企業にご案内したところ、1事業者が3月31日（水）にいちご狩りで訪れることが決定した。

当該企業は京都府内（京都市、八幡市）で、放課後デイサービスを4事業所運営している。今回の企画では同行職員6名、児童10～15名と20人前後の参加となっている。同事業所職員によると、参加者を募集したところ、希望者が殺到しすぐに締め切っている。

また、別の事業所職員によると、華やぎ観光農園の立地を初めて知った方もおり、後日、家族を連れていちご狩りに訪れたいとの意見も聞かれた。

本件は、事業所の企画にとどまらず、職員の家族、企画に参加した児童の家族が訪れるなどのリピーター効果にもつながることが期待できる。また、当該企業は企画で訪問した先をホームページに掲載するため、ホームページを閲覧した同業者が同様の企画をしていくことも期待できる。



出所：スマイルゲート西洞院より受領（チラシは2月末時点）。

IV-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（新たなニーズの獲得④）

静岡県伊豆の国市では、寄附金額5,000円に対して、同市内6か所の農園のいずれかで、30分間食べ放題のいちご狩りを体験できる共通券（1名分）を返礼品として取り扱っている（コロナ禍前の2018年度における共通券利用率は97%）。

精華町においても同様の取組みは十分可能であり、いちご観光農園での安定した集客、観光消費単価の引き上げにつながることを期待できる。

（例1） 寄付金額5,000円に対して、「いちご狩り共通券1名分」

（例2） 寄付金額10,000円に対して、「いちご狩り共通券2名分」

（例3） 寄付金額6,000円に対して、「いちご狩り共通券1名分」+「いちごのストラップ」

（例4） 寄付金額6,000円に対して、「いちご狩り共通券1名分」+「冷凍夏いちご500g」 など、既存商品を組み合わせたプランも検討の余地がある。



出所：静岡県伊豆の国市「ふるさと納税お礼品カタログ」、静岡県伊豆の国市へのヒアリングを基に作成。

IV-1-（3） WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組み（まとめ表）

①いちご観光農園での新たなサービス、②既存資源の活用（加工品販売）、③加工品の開発について、スピードやコスト、在庫管理の観点でみると、新たないちご観光農園での新たなサービス、既存資源の活用は初期投資を抑えつつ、在庫リスクも低い。また、新たなニーズの獲得についても、精華町とも連携しながら取組むことでまずはできるところから着実に進めていくことが望ましいと考えられる。

項目	スピード	コスト	在庫リスク
新たないちご狩りサービス	取組みやすい	初期投資は少ない	在庫リスクは小さい
既存の資源の活用（加工品販売）	取組みやすい	初期投資は少ない	冷凍品（ジェラート、スムージー）は、長期間保存が可能
加工品の開発	取組みにくい （商品設計、デザイン、味、価格、販路等、時間を要するため）	資材・梱包費、運送費 および加工賃が掛かる	在庫リスクがある
新たなニーズの獲得ニーズ （放課後デイサービスなどの団体ニーズ）	団体割引は実施しているが、価格がネックとなる可能性あり。	初期投資は少ない	—
新たなニーズの獲得ニーズ （ふるさと納税の返礼品化）	精華町に対して申請手続きが必要	—	—



2.夏秋いちごの京都市内事業者への販売・ プロモーション支援

IV-2. 夏秋いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援

- ・華やぎ観光農園は2020年度から、チラー（冷却設備）を導入した「夏秋いちご」の栽培に取り組んでいる。
- ・肥料についても見直しており、2019年度は養液＋株間にも有機肥料を与えて栽培していたが、2020年度は粉末肥料を水に溶かした養液栽培に変更している。
- ・地温が25℃を超えるといちごの生育にマイナス影響を及ぼすことから、25℃付近まで上がった段階でチラーで冷却した水道水を流している。そのほかの冷却設備については、2019年度同様、扇風機とミストを活用している。



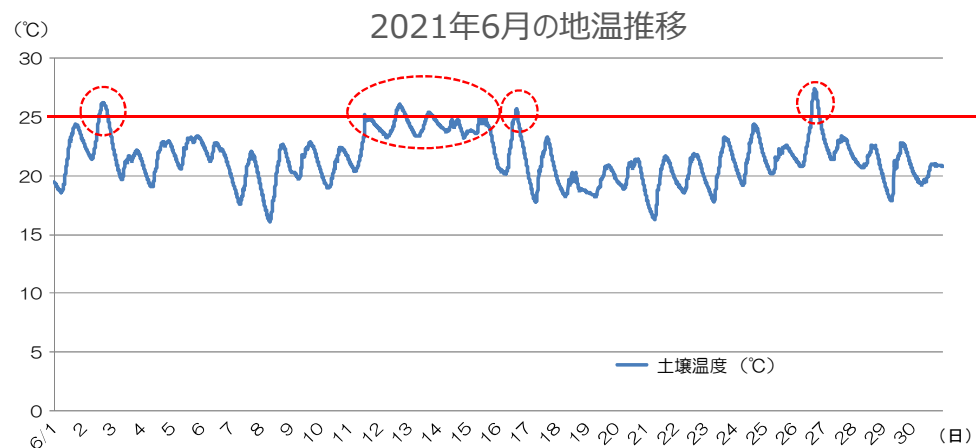
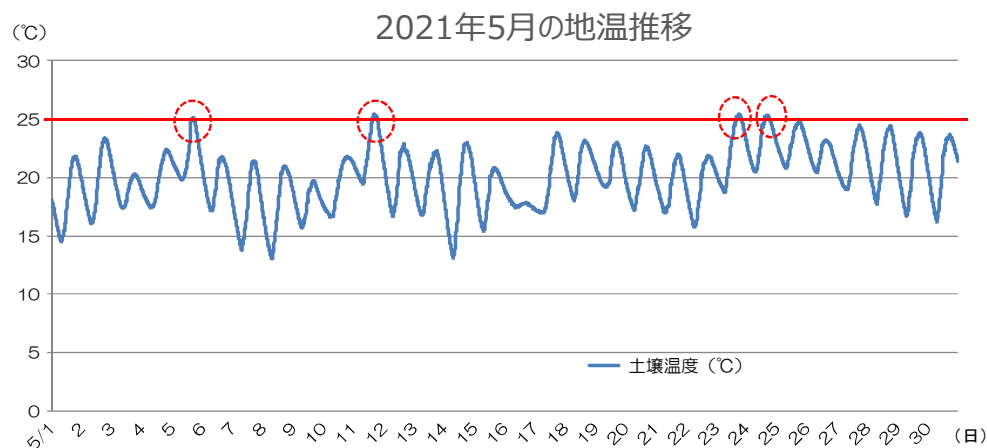
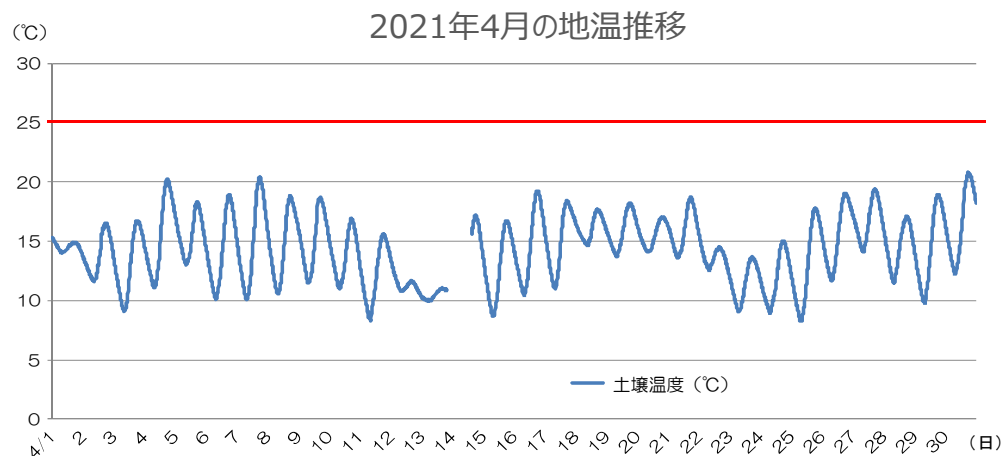
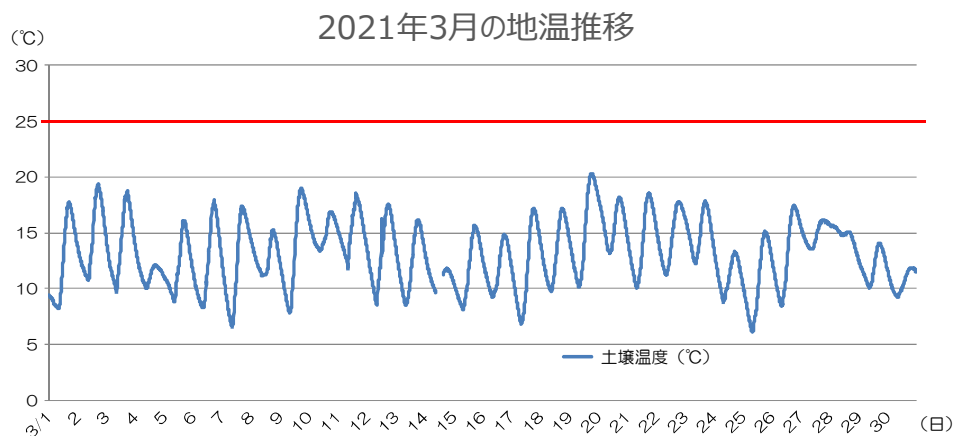
Ⅳ-2. 夏秋いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援

- ・今年度は6月上旬に実が成りはじめ、6月中旬から収穫時期を迎えた。
- ・色づきや香りは2019年度と同様の水準であったが、味についてはばらつきがみられた。
- ・1順目の茎と2順目の茎の太さに違いが表れることが分かった（茎が細いと実に養分が行き届かず、小さくなりやすい）。
- ・収穫されたいちごの販路構築支援として、ロマンライフ、バイカル、メゾン・ド・フルージュ、フルーツパーラー・クリケット、笹屋伊織、市内大手ホテル等にお声掛けし、うち2社へのサンプル発送を行った。事業者からは、香りは良かったが、味が昨年より水っぽくなっていたとの評価であった。また、段ボールに平積みで発送されていたため、運搬中に傷んでしまったいちごもあり、契約には到らなかった。



IV-2. 夏秋いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援

- ・夏秋いちごの栽培における地温の推移をみると、3月と4月は25度上回る日は発生していない。また、チラーが稼働している日は、地温が25度を下回っており、効果が出ていることがうかがえる。
- ・チラーの稼働が晴れの日に限られていたこともあり、5月、6月は25度を超える日が複数みられ、いちごの品質に影響がでた可能性がある。



データ提供：フロムデータ株式会社

IV-2. 夏秋いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援

- ・味のバラつきや収量の伸び悩みについては、①チラーを晴れの日にはしか稼働していなかったこと、②肥料が十分に行き届かなかったこと、③日照時間が少なかったことなどの要因が考えられる。
- ・夏秋いちごの栽培においては、地元企業と連携して地温や湿度などのデータを毎日計測している。今年の栽培時データをみると、チラーを動かした日は地温が25度を下回るなど、チラーの効果がでている一方、チラーの稼働は晴れの日に限られていた。
- ・いちご栽培に適した株間の距離は約30cmとされているが、今年度の栽培においては、株間の距離が18～20cm程度と狭く、苗にストレスが掛かり、苗同士で栄養の奪い合いが起こった可能性がある。
- ・最高気温（月別平均）については、2020年4月と5月は前年よりも低かったのに対して、日照時間（月別平均）については、5月は月平均で2.5時間少なかったことが苗の生育に影響したことが考えられる。

	最高気温（月別平均）		
	2020年	2019年	差
3月	15.6	14.7	0.8
4月	18.2	19.4	▲ 1.2
5月	26.1	26.7	▲ 0.6
6月	29.3	28.3	1.0

出所：気象庁データを基に作成。

	日照時間（月別平均）		
	2020年	2019年	差
3月	5.9	4.7	1.2
4月	6.9	6.5	0.4
5月	6.2	8.6	▲ 2.5
6月	5.5	5.4	0.1

出所：気象庁データを基に作成。

3.町内特産品の生産に向けた加工事業者との関係創出

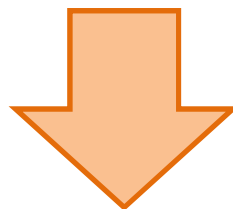
IV-3. 町内特産品の生産に向けた加工事業者との関係創出

新型コロナウイルスの影響で、2020年1月～5月における華やぎ観光農園のいちご狩り予約客が激減・休園したため、冬春用のいちごが大量に余る事態となった。

・華やぎ観光農園では京都市内の和洋菓子店とのつながりがなかったことから、当行が間に入って事業者へ声掛けを実施。同農園からいちごのサンプルを送付し、サンプルを試した上で仕入れを検討いただけないか調整を図った。

【お声掛けした事業者】

- ・マールブランシュ（株式会社ロマンライフ）、バイカル（株式会社ハトヤ瑞鳳閣）、メゾン・ド・フルージュ（株式会社ミュウ）、フルーツパーラー・クリケット、株式会社笹屋伊織（京都市内でスイーツカフェを運営）、大手小売店等。
- ・京都府の掲示板「FOOD VOICE」（生産者と消費者をつなぐ掲示板）も同農園にご紹介したが、不特定多数の方から申し込みがあった場合に対応しきれないため、利用を見送っている。



- ・いちご専門店であるメゾン・ド・フルージュへジャム用に**「おいしいベリー」20kg（1,000円/kg）の販売を実現**。
当初は、同農園で採れた「おいしいベリー」100kgの出荷を予定していたが、いちごの生育があまり良くなかったことから20kgを出荷となった。
- ・メゾン・ド・フルージュには、同農園のいちごを保存できるよう、風味を損なわずに冷凍いちごへ加工する研究についてご協力いただいた。
- ・同農園は「おいしいベリー」を出荷できたことで、**収量の多い「章姫」の直売に専念できるようになり、「章姫」はほぼ完売となった。また、成りが良くなかった「おいしいベリー」も直売で売り捌くことができた。**

<ご参考> 農業振興・観光振興にかかるシティプロモーション①

「いちご狩り」は、「美味しいものを食べたい」という、人間がもつ本能的な欲求に資するものであり、上手く魅力を発信できれば今後も継続して多くの観光客を呼び込める可能性があるコンテンツである。一方、華やぎ観光農園のホームページをみると、情報発信をより良くできる余地がある。ここでは、当ホームページ上で工夫した方が良い点についてみていくこととする。

- ・ホームページには、ハウスの概観の写真があるが、空の写真が曇っているのに、天気の良いものに差し替えた方が良い。
- ・受付場所（検温・消毒）、待合室、仮設トイレ、手洗い場、飲食スペース、いちごパネルなどの施設や設備の写真がない。個人や団体客が観光候補地として検討する際の情報として、視覚的にも分かりやすい内容にした方が良い。
- ・「摘み取った後のいちごの飲食はハウス外でお願い致します」と記載しているので、駐車場や屋根あり飲食スペースなどの情報を「よくある質問」に文章のみの記載ではなく、写真付きでPRした方が良い。
- ・グーグルマップで検索すると事務所の位置が表示されるため、ホームページ上で受付場所に行くまでの周辺写真を掲載した方が分かりやすい。
- ・観光客がいちご狩りを楽しんでいる時の写真を載せた方が行ってみたいという意欲を掻き立てられる。



出所：華やぎ観光農園ホームページを基に作成。

いちご狩り

雨天、降雪の時でも大丈夫ですか？

いちごはハウス内に成っています。また、地面も固く、万一の場合でも排水を心がけておりますので大丈夫です。

練乳、コンデンスミルクはありますか？

練乳、コンデンスミルクは販売しておりませんが、持ち込みは可能です。また、食器類の持ち込みも可能ですが、いちご摘み取りには使用しないで下さい。使用後の容器や練乳使用の際などに出たゴミはお持ち帰り下さい。

華やぎ観光農園施設について

写真撮影はできますか？

可能です。楽しい様子をぜひ写真に収めてください。ブログ、ホームページへの掲載も営利目的でない限りかまいません。

駐車場はありますか？

約80台のスペースがあります。近隣には駐車スペースがございませんので、公共交通機関のご利用をお勧めします。

食事はできますか？

申し訳ございません。若干あるものの、近隣施設や商店をお勧めします。近くにはお昼をお召し上がり頂ける施設がございます。

華やぎ観光農園

新着情報 イチゴ狩り (Information) イチゴ狩りご予約 (Reservation) 枝豆オーナー制度・収穫体験のご案内
アクセス(Access) About us お問い合わせ

交通手段



<ご参考> 農業振興・観光振興にかかるシティプロモーション②

ふるさと納税の返礼品（似顔絵）と華やぎ観光農園でのいちご狩りについて、当行担当者のInstagramで発信した結果、累計で203件の「いいね」獲得となっている（2021年3月22日時点）。

SNS	利用者層
Facebook	男性20～40歳代の男性の利用率が高く、子育て世帯向けへの発信が可能である。 また、ビジネスマンなどへの商品・サービスと相性が良い。
Instagram	20～40歳代の女性の利用率が特に高い。ビジュアルを活かした投稿をすることで効果的な発信が期待できる。 Facebook、Twitterに連動して投稿が可能。
Twitter	20～40歳代の利用率が高く、子育て世帯向けへの発信が可能である。

投稿した内容	投稿日	SNS	いいね獲得件数
ふるさと納税の返礼品（似顔絵）について	2020年9月22日	Instagram	63件
ふるさと納税の返礼品（似顔絵）について	2020年9月22日	Facebook	26件
華やぎ観光農園でのいちご狩りについて	2021年1月24日	Instagram	93件
華やぎ観光農園でのいちご狩りについて	2021年1月24日	Facebook	21件
累計いいね件数			203件

おわりに

【Ⅰ.学研都市ブランドを活かしたシティプロモーション・サブカルチャー振興による産業振興・観光地域づくり】

◆学研都市のポテンシャルを生かした科学のまちとしての取組み

学研都市研究者と地域住民の交流が少ないこと、KICKの利活用促進が地域課題となるなど、けいはんな学研都市というエリアのポテンシャルを活かしきれていませんでした。コロナ禍で人と人との関係性が低下するなか、地域課題解決に向けた取組みとして、「キャンピングオフィス体験ワークショップ」を企画・実施しました。株式会社スノーピークビジネスソリューションズによる地方公共団体と連携した「キャンピングオフィス体験ワークショップ」は、京都府下では初めての試みであり、地元テレビ局や新聞社で報道されるなど、シティプロモーションにつながっています。

◆観光振興につながる利活用促進に向けた取組みの推進

精華町のふるさと納税の特設ホームページ開設に伴い、当行からふるさと納税の返礼品を提供できる事業者を紹介しました。

ミツフジ株式会社：コロナ禍でマスク需要が逼迫している時期に高機能衛生マスクを安定供給しています。

おおえさき氏：地域キャラクターである「けいちゃん・はんちゃん・なあちゃん」のデザインやストーリー制作を手掛けた同氏による似顔絵の返礼品化を実現。また、同氏は4月から「α-station」の新ラジオ番組のDJに抜擢されており、活躍の幅が広がることで精華町のシティプロモーションにつながっていきます。

【Ⅱ.町内観光資源の利活用促進に向けた取組みの推進】

「キャンピングオフィス体験ワークショップ」のなかで、「けいはんな記念公園」を題材にした「未来の公園を考える対話・共創ワークショップ」を開催しました。当日は同公園の管理事務所担当者からも、公園の概要や魅力について発信いただき、認知度向上などのプロモーションにつなげています。

【Ⅲ.新型コロナウイルスの影響下での精華町におけるホテル需要調査】

コロナ禍でのホテル需要について、学研都市企業およびホテルに対してヒアリングを実施しました。町内ホテルでは、元々、観光目的での宿泊者数が少ないことから、客室稼働率は例年の3分の2程度で推移しています。また、コロナ禍でも安定した集客につなげるため、会議や勉強会合宿などのプランを提供しているほか、音楽ホールを活用した宿泊プランを検討するなど、新たなビジネスチャンスの可能性が広がっています。今後は、けいはんなエリアにおけるアクセスの良さから修学旅行ニーズも徐々に回復していくと考えられます。

おわりに

【Ⅳ.農業や地域産品を活かした産業振興・地域ブランディング】

◆いちごのまちとしての持続可能性に向けた取組み支援として

いちご観光農園に観光客に安心して訪れてもらえるよう、コロナ禍でのいちご狩りを実施する上でのガイドライン策定を支援しました。また、平日の団体利用客が減少するなかでの集客を支援したほか、WITHコロナ・ポストコロナを見据えた取組みについても情報提供を行いました。

◆いちごの京都市内事業者への販売・プロモーション支援

昨年度に引き続き、京都市内の有名洋菓子店を紹介し、夏秋いちごのサンプル発送までつなげております。昨年度からの栽培方法の変更や天候不順などの影響もあり、味の質が昨年より低下し販売実現にまでは到りませんでした。これまでの栽培データを活用しながら、今後の栽培方法の確立に向けた支援を行ってまいります。

◆町内特産品の生産に向けた加工事業者との関係創出

新型コロナウイルスの影響で、2020年1月～5月におけるいちご観光農園のいちご狩り予約客が激減・休園したため、冬春用のいちごが大量に余る事態となったことから、京都市内の和洋菓子店を紹介し、ジャム用に「おいしいベリー」20kg（1,000円/kg）の販売を実現。

「おいしいベリー」を販売したことで、収量の多い「章姫」の直売に専念でき、売上減少を最小限に抑えることにつながりました。

【Ⅴ.学研都市への交通アクセス確保に向けた調査業務】

京阪奈新線新祝園ルートの実現に向けて、「学研都市と筑波研究学園都市との比較」、「京阪奈新線新祝園ルートの位置づけ」、「新たな沿線開発地区の検討調査」、「事業化手法の可能性検討」を行いました。

本業務では、「農業や地域産品および学研都市ブランドを活かしたシティプロモーションによる産業振興・観光振興」について、幅広く取組んでまいりましたが、本調査報告書が精華町の総合計画推進の一助となれば何よりの幸いです。