

コロナ禍が貸農園にもたらした2つの潮流

Two issues brought to urban farms by the COVID-19 pandemic

中戸川 誠 Makoto NAKATOGAWA

株式会社アグリメディア アグリメディア研究所

コロナ禍が私たちの暮らしを揺さぶっている。1年半以上も人と人の接触が制限され、とりわけ人口が密集した都市は、いまだかつてない変容を迫られている。都市近郊に数多くある貸農園はこの事態にどう向き合い、いかに対応したのか。サポート付貸農園「シェア畑」を全国108カ所で展開する株式会社アグリメディアが持つデータやエピソードから、業界が置かれた現状と課題を検証する。

1. 顧客層の拡大

(1) 女性同士でシェアリング

2021年8月中旬の平日夕方。東京都杉並区内にあるシェア畑のとある区画で、40代の女性2人がトマトなど夏野菜を収穫していた。区画を借りたのは3か月前。農作業の知識はゼロだったが、アドバイザーにイロハを教えてもらった。「ようやく慣れてきたところです」(目黒区在住の女性)。

実はこの区画、友人関係にある40代の女性4人が“シェア”している。東京・山の手エリアの高級住宅街にあり、1区画(4.8㎡)の賃料は税込1万2900円/月とシェア畑の中でも高い部類だ。「1人で支払うには難しい額ですが、4人で割ると何とか対応できるレベルです」(世田谷区在住の女性)。利用のきっかけはコロナ禍で“食の大切さ”に気づいたから。人と会う機会が限られる中、友達とのコミュニケーションの場としてフル活用している。

(2) シニア中心から脱却

いまシェア畑で顕著なのが、利用者層の広がりに。上で挙げた友人同士のシェアだけでない。リモートワーク中のビジネスマン、食育に熱心な30代のファミリー、おじいちゃんと孫のコンビ、保育園のクラス利用と様々。「コロナ禍前の利用者はシニアが中心でしたが、いまはうんと多様になっています」(ベテランの農園アドバイザー)。

データでも裏づけられている。2021年7月と2019年7月の契約者の年代層を比較したところ、60代の割合は3ポイント減の14%だった一方、20代以下は1ポイント増

の3%、30代も1ポイント増の16%だった。実数でみると、20代以下は141人から279人に、30代は931人から1605人に増えている。

(3) ライフスタイルの一変が背景

なぜか。「やってみたくいけど、やるきっかけがなかった」層が、コロナ禍に伴うライフスタイルの変化をきっかけに、流入してきたためだ。アグリメディア社内では“ライト層”と呼ばれる一群で、その考え方やバックボーンは多様とはいえ、定年後のシニア世代ではなく比較的若い現役世代を主体としているのが特徴だ。2021年7月のシェア畑総区画数が1万3817区画と2019年7月から44%増えた主たる要因は、このライト層の貢献が大きい。

杉並区在住で50代後半の大学教員の女性は、勤務する大学の授業が完全リモートワークになったことで、自宅から近いシェア畑にほぼ毎日通うようになった。「自宅に閉じこもるリモートワークで運動不足に悩んでいました。シェア畑に通うことで解消されています」

リモートワークの合間の散歩でシェア畑の存在を知り、思いきって申し込んでみた人も少なくない。オフィスとの往来が中心の多忙なビジネスマンほど、自宅がある地域との関わりは希薄なものだが、コロナ禍による入社停止をきっかけに自宅周辺に目を向けるようになり、地域の価値やコミュニティの存在を発見したと語る利用者もいる。

(4) 屋外の強み

密を避けられる屋外である点も、利用者層の拡大に一役買っている。筆者が所長を務める社内シンクタンク、アグリメディア研究所がシェア畑会員を対象に実施したアンケート調査で、コロナ禍で来園頻度が高まったと回答した者(227人)にその理由を尋ねたところ、「自然に身を置くとリフレッシュできるから」が71.4%を占めた。シェア畑にはくつろげるテーブルとイスを用意してある。そうしたスペースでパソコン端末を広げてウェブ会議をする利用者はいまや珍しくない。

2. 開設エリアの広がり

(1) 開設の流れ

次に「シェア畑の用地とコロナ禍」に視点を移す。ここでも無視できない一大トレンドがある。

まず、シェア畑の開設の流れから説明したい。シェア畑は現在、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、大阪府、京都府、兵庫県の1都2府4県、108カ所で展開している。面積は1農園につき、だいたい1000㎡が目安になる。地目は農地（生産緑地、宅地化農地、市街化調整区域内農地）が中心だが、なかには宅地や雑種地もある。

シェア畑の開設は、地権者から「こんな土地があるのだが、シェア畑をやってももらえないか？」との問い合わせを受けてスタートする。地権者本人ではなく、その家族、または不動産仲介会社窓口になるケースもある。シェア畑が数多い都市近郊の農地は担い手の高齢化が著しく、後継者難に直面している。案件の相談は構造的に増えている。

持ち込まれた案件は社内の専門チームが「デューデリジェンス」と呼ばれる調査にかける。企業秘密だから詳細は省くが、収支見通し、立地、集客のしやすさなど多角的な項目を数値化する。一定の基準値を上回れば、正式な開設手続きに入る。

(2) 開発ペースに拍車

「いままでは開設しづらかった場所にも、シェア畑を出すことができるようになった」。当社の開発担当者はそう話す。コロナ禍でシェア畑の稼働率が高まったことで、収支見通しが改善し、開設の基準をクリアするケースが増えた。コロナ禍前までは既存のシェア畑との食い合いを気にして距離が近い場所での開設はためらっていたが、東京都三鷹市、同世田谷区などでは少々既存のシェア畑と近接していても新規開設するケースが生まれている。

データをみると一目瞭然だ。2019年7月からの1年間の開設ペースは年5カ所だったのに対し、直近の1年間は10カ所と倍増している。シェア畑の開設エリアが広がり、開設ペースの加速に拍車がかかっている。

(3) 駐車場との用地取得競争に変化の兆し

当然ながら、用地の取得にはライバルがいる。とりわけ雑種地の場合は駐車場運営会社が最大のライバルだ。地権者は基本的によりよい経済条件（＝地代）を提示した方に土地を貸す。借りる側にとってはシビアな戦いになる。

以前は駐車場運営会社に経済条件で競り負けることが多かったが、コロナ禍で風向きが変わりつつある。とある大手駐車場運営会社がコロナ禍による業績悪化のダメージを和らげようと、地代の値下げ交渉を進めた結果、場合によ

てはシェア畑が提示する経済条件が上回るケースがでてきたのだ。とりわけ1000㎡などという大きなまとまった土地ほどシェア畑には有利な状況にある。“用地取得業者の新旧交代”とっていいかもしれない。

3. 課題は新規サービスの開発

(1) 顧客のつなぎ止めに腐心

コロナ禍が貸農園業界にもたらした2つの潮流について解説してきたが、今後の課題についても言及しておきたい。真っ先に浮かぶのは、コロナ禍で増えたライト層のつなぎ止めだろう。シェア畑の区画は1年契約で、利用者本人の希望に沿って契約延長か解約が選べる。シェア畑は管理運営上、週1回程度の来園が必要で、利用者にある程度の責任が生じる。ライト層の一部は途中で足が遠のくなどして解約に至るが、問題はそれがどの程度のボリュームになるか、だ。注意深く動向を見守っているが、現時点で継続率にマイナスの変化はみられない。これはひとえに、利用者と日々接するアドバイザーの接客力、栽培指導力の賜物といえるが、慢心することなく丁寧なサービス提供の継続が求められる。

(2) シェア畑に続くサービスが不可欠

もう1つは、シェア畑に続く新規サービスの開発だ。シェア畑は先述した開設の流れでも明らかなように、人口がある程度集積する都市近郊でしか成り立たない。一定の社会的意義はあるが、農業の振興、遊休農地の活用という観点ではきわめて限定的な役割といえる。“農レジャー”という強みは受け継ぎつつ、コロナ禍による社会の変化をとらえた新たなサービスの開発が急務となっている。

(3) クラインガルテンの事業化を検討

最右翼は滞在型市民農園「クラインガルテン」だろう。夏季休暇が長い欧州が発祥で「レンタルできる小型の農園付き別荘」だ。ラウベと呼ばれる40㎡ほどの小屋に100㎡ほどの農園が併設されている。コロナ禍で芽生えた、都市と農村を行ったり来たりする二拠点生活の足場として利用できる。

アグリメディア研究所は2021年3月、1269人のシェア畑会員を対象に行った調査によると、「5年後、あなたはどのような農との関わりをしたいと思いますか」との問いに対し、「都会と地方を行き来する二拠点生活を送りつつ、農を取り入れた生活を送っているだろう」との回答が8%を占めた。クラインガルテンに一定のニーズはあるとみており、あとは農レジャー開発業者としての才覚次第といえるのではないだろうか。