

農村地域の展開方向への一考察

～農家レストラン「ふみえはらはん」の事例より～

研究員 大友 和佳子

目次

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 1. 東日本大震災と農村地域 | 4. ふみえはらはんに見られる暮らしの再生 |
| 2. 農家レストランとは何か | 5. 農村地域の展開方向へのヒント |
| 3. 「農家レストランふみえはらはん」を訪ねて | |

1. 東日本大震災と農村地域

2011年3月11日、想像を絶する規模での東日本大震災が、東北地域において発生した。迫りくる津波に多くの人命が奪われ、沿岸部の町並みはほぼ壊滅した。歴史や文化、人々の生活の営みが奪われ、2014年現在、未だ再建のめどがつかない地域も多い。

筆者は、宮城県名取市に生まれ、東日本大震災発生時、仙台市で被災をした。地震発生時は、8時間をかけて名取市の自宅まで歩き、その後3週間、流通や交通アクセス、ライフラインや情報断絶の中を過ごした。車や電車などの交通アクセス、全国的な物流システムの停止によるインフラの崩壊は、私たちが生活する社会システムの脆弱さと限界を露呈させ、地域におけるエネルギー、食料の自給システムの重要性を認識させた。そして、そうした背景を受けて、農村は、その役割を再考されるべき時期を迎えている。

農村地域は、食料・エネルギーの自給システムの観点から、いかなる展開方向を目指す

ことができるのだろうか。

本稿では、以上の論点について、一つの事例に焦点をあてて考察したい。その焦点は、「農家が、自家または地域の食材を調理して提供している農家レストラン」としたい。農家レストランでは、地域資源に立脚した農家の暮らし—地域における自給的な暮らしが、再生されているという特徴がある点に着眼してのことである。

2. 農家レストランとは何か

日本における農家レストランの歴史は新しい。

日本では、1990年代の初頭、農村の女性たちが、主に「地域の食材を活かし、経済的な自立がしたい」と願ったことから誕生した。

農家レストランの定義は、農林水産省によると「農家が自家または地域の食材を調理して提供するレストラン」であり、その数は、2010年時点で1246である¹。直売所や農家民宿と並び、地産地消や6次産業化、地域の食

1 農林水産省（2010）「6次産業化調査結果」より

の発信基地として注目されている。

筆者の調査結果によると²、農家レストラン誕生の背景には、消費者の食の安全・安心への関心の高まり、農村衰退から生じる地域課題への対応といった要因がある。地域課題には、耕作放棄地対策や女性の社会参画、過疎高齢化等様々なものがある。

農家レストランでは、地域課題にアプローチしながら、地域性のある食材、家屋、食文化などの地域資源が活用されている。飲食業界専門コンサルタントの高桑隆（2010）は、「農家レストランは、今後の農村活性化において起爆剤になる可能性がある」と述べている。しかし、現段階では農家レストランの実態は見えずらく、その独自の役割についてはさらなる考察が必要である。

なお、本報告は、農家レストランの誕生の時期が比較的早い宮城県の現地調査（2013年12月実施）にもとづく。

3. 「農家レストランふみえはらはん」を訪ねて

それでは、宮城県加美町の「農家レストランふみえはらはん」の事例を見てみよう。「ふみえはらはん」は、1996年に誕生し、NHKで最も早く放映された先駆的な農家レストランである。ふみえはらはんという店名は、経営者である渋谷文枝氏の名前と、農家レストランが立地する地域名の「原班地区」を掛け合わせることでできている（以下、当店舗と記述する）。

当店舗が立地する宮城県加美町（以下「加



図1 宮城県加美町の位置づけ

美町」の人口は、25,527人（平成22年国勢調査）で、森林面積が71.5%を占める中山間地域である。町内の産業比率は2006年時点で、第1次産業5.5%、第2次産業38.9%、第3次産業55.6%である。

加美町の活性化の歴史を見てみよう。

1993年、加美町では、町のシンボルでもあるやくらい葉菜山に、ふるさと創生事業による温泉保養施設が整備され、翌年「やくらい土産センター（大型直売所）」ができたことで町の観光化が進展した。そして、同センターは、1998年には販売額1億8,000万円を誇る大型直売所へと成長した。加美町の観光入込客数の推移を以下の図2（次頁）に示す。

当店舗は、以上のような町の活性化の流れを背景に誕生している。そして、渋谷氏は、宮城県で唯一観光カリスマとしても評価が高い³。その歴史を図3（次頁）を見てみよう。

2 大友（2013）によれば、実際に調査を実施した宮城県の農家レストラン10件の内、ほぼ全ての農家レストランが地域独自の課題に対応するために誕生している。

3 観光カリスマについては、観光町のホームページを参照のこと
http://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/jinzai/charisma_list.html

図2 観光入り込み客数の推移

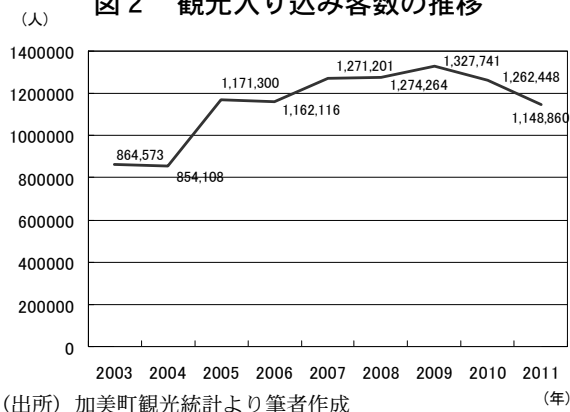


図3 ふみえはらはん年表

1947年	誕生。渋谷氏の跡取りとして育つ
1970年	23歳で結婚。夫はサラリーマン。2haの田は文枝さんの担当 無農薬「ササニシキ」の栽培開始
1988年	「小野田ふるさとの味研究会」の代表に。転作大豆の味噌、 リンゴを利用した焼肉のたれなどの加工開始。
1992年	町事業「婦人の翼」メンバーとして欧州視察
1993年	温泉施設の着工
1994年	直売所のオープン
1996年	農家レストランオープン
2001年	民宿オリザオープン
2002年	農水省「食アメニティコンテスト」で優良賞受賞
2003年	内閣府「観光カリスマ」に選出

(出所) 高野・池畑 (2013) 「農家レストランに学ぶ食農哲学と女性パワー」より著者抜粋

当店舗を開業した渋谷氏は、専業農家の跡取りとして誕生した。主に手がけている作物は、田2ha、りんご1.2ha、野菜60a、干し芋等である。農家レストラン開業のきっかけは、1992年、地域女性たちと同行した欧州への視察である。渋谷氏とその仲間、欧州の農家が趣味を楽しみながら、豊かに暮らす姿に感銘を受けた。

帰国後、女性たちは、欧州視察の影響から、「豊かで美しい農村を作りたい」「経済的に自立がしたい」という想いを抱いた。そうした女性たちの想いは、加美町の女性起業を活

発化させ、農家レストランの開業へとつながった。農家レストランの開業は、加工品等の直売所への出荷と並び、当時の農村女性の経済的自立の手段として重要な意味を持っていた。

渋谷氏に伺った開業当時の様子である。

農家レストランの開業の頃の様子ですか。

最初は地域のおばちゃんたちのお茶飲み場を作ることを目的にスタートしました。農村が近代化し、家屋から縁側が減少し、気軽にお茶を飲む習慣が減りました。そこで自分たちが、高齢になった時の集まる場を創ろうと話が生まれました。

ちょうどそのころ、町に温泉が沸き都市からのお客様もいらっしゃり、都市の人々との交流の中から『遊び場を創る』アイデアが本格化しました。ふみえはらはんは、こうした背景から誕生しました

このように、開業当時の当店舗の役割は、地域のコミュニティスペースとしての役割が大きかった。さらに、地域の暮らしを再現したコミュニティスペースには、都市からの来訪客も訪れるようになったのである。来訪客数は、開業当初から年間約3,000人を横ばい



写真1 「夏の簡単メニュー」



写真2「静謐な店内」

し、収入は年間約450万円前後へと成長している。農村住民にとって必要だった「暮らしの再生」は都市住民にとっても魅力的であったようだ。

4. ふみえはらはんに見られる暮らしの再生

それでは、当店舗に見られる「暮らしの再生」の経緯を見てみよう。当店舗で「暮らしの再生」が重視された背景には、渋谷氏の加美町の生活文化への問い直しがある。

それは、次のような視点である。「この町は、人口が減少し衰退していくように見える。けれど、本当に田舎は、廃れゆくだけなのか。お腹いっぱいにご飯を食べることができる。そして、美しい風景がある。田舎の生活は、本当は豊かな生活なのではないか」。

こうした問い直しを背景に、地域の伝統行事、暖炉の火の採り方、寄合、四季を楽しむ様々な交流の会などが当店舗では再生されている。近代化により廃れかけていた「地域資源に根ざした農家の暮らし方」が、再生されている。

例えば、再生された地域の伝統行事につい

て渋谷氏はこう述べている。

加美町には、『庚申の会』という、お年寄りがお風呂に入ってお酒を飲む伝統行事がありました。けれど途絶えがちになっていたため、ここで再現しました。すると、お年寄りが楽しい、楽しい、と喜んで下さいます。こういった取組みは、お店の利益には必ずしもなりません。けれど、地域のお年寄りが元気になることがとても嬉しいです。だからやっています。地域の生き活きとした暮らしを取り戻せて、本物の農家レストランだと考えています

当店舗では、地域住民の生き活きとした暮らしが創造されている。

また、農村住民と都市住民との交流が、農村地域に変化を生み出している様子も観察された。

都市の方が農村に訪れることで、お店で提供している料理に変化が起きました。よくお客様とはお互いにお料理の方法を教えあいます。そうする内に、例えば豆をヨーロッパ風の料理方法で扱うなど、たくさんの新しい料理方法が生まれました。この農家レストラン自体も、都市の人々とのコミュニケーションをきっかけに生まれています。都市の方々との交流が、農村に様々な変化をもたらしているのでしょうか

当店舗は、農村住民と都市住民との交流が発生し、それは、農村に様々な変化をもたらしている。

5. 農村地域の展開方向へのヒント

「ふみえはらはん」の事例をもとに、今後の農村地域の展開方向について考えてみたい。

1点目は、地域の暮らしの再生を軸とした経済価値の創出である。当店舗では、「従来の農村で見られた伝統行事などの人々の共同性、地域資源に立脚した食文化、暮らしの知恵」等の地域の暮らし全般が再生されている。

そして、それは、都市住民を惹きつけ、経済的な価値の創造につながっている。地域内の暮らしの豊かさの実現と、経済的な価値の創造の両面が生み出されていることがポイントである。

2点目は、都市住民と農村住民の交流による、農村の変革の方向性である。当店舗では、都市住民と農村住民の交流をきっかけに、農家レストランが誕生し、新たな料理方法の創出等の変化が起きている。農村住民と都市住民との双方向のコミュニケーションは、農村社会に、新事業の展開や食文化の変容等の新しい動きをもたらしている。今後の農村地域の展開方向には、都市住民の新しい視点による農村や農業の価値の発見や見直しが重要な鍵となるだろう。

以上から今後の農村地域の展開方向として、

第一に、地域の暮らしの豊かさの実現と、それによる経済的価値の創造の両面を追求すること、

第二に、都市住民と農村住民のコミュニケーションによる、新しい農村や農業の価値の発見と創造を起こすこと、

が考えられる。

本稿は、一事例への考察であるため、農家レストランの普遍的な考察には至らない。しかし、新たな農村の展開方向への一つのヒントになれば幸いである。

参考文献・資料

- ・高桑隆（2010）『幸せレストラン農家レストランー農家レストランの開業と経営手法』同友館
- ・高野岳彦・池畑うみな（2013）「農家レストランに学ぶ食農哲学と女性パワー(2)」『東北学院大学地域構想学研究教育報告』No.3
- ・大友和佳子（2013）「農漁家レストランの経営目的とその実現手段に関する一考察：宮城県の事例分析」『農業経済研究報告』第44巻、東北大学
- ・内山節（2010）『共同体の基礎理論』農山漁村文化協会
- ・星寛治（2001）『農から明日を読む』集英社
- ・藻谷浩介（2013）『里山資本主義』角川書店
- ・大江正章（2008）『地域の力ー食・農・まちづくり』岩波書店