

農村再生における 「農家レストラン」の役割と発展方向への示唆 —山形県の農家レストランのメニューに着眼して—

一般社団法人 JA共済総合研究所
調査研究部 研究員

おおともわかこ
大友和佳子

アブストラクト

農村再生の手段として「食」を活用した取組みに期待が集まっている。本稿では、農村が持つ「食の魅力」を発揮させる1つの手段として「農家レストラン」に着眼し、料理メニューで分類した上で農村再生における役割を検討した。

研究対象地域は、食文化による農村再生に県を挙げて取り組んでいる山形県とし、「農家レストラン」を「伝統料理型」と「非伝統料理型」に分類した。

結論は、「伝統料理型」と「非伝統料理型」の役割には、共通点と相違点があり、質の異なる役割を有していることである。「農家レストラン」の役割には、地域の生活様式や文化を伝承し、「暮らしの場」を持続可能なものとする非経済的側面と、農業経営における経済的側面の両面がある。

さらに、本稿ではこうした役割への検証を基に、今後の「農家レストラン」の発展方向への示唆に言及した。

(キーワード) 農家レストラン 伝統料理 非伝統料理

目次

- | | |
|-------------------------|-----------------|
| 1. 背景と目的 | 6. 「農家レストラン」の役割 |
| 2. 「農家レストラン」の定義と多様化 | 7. 結論 |
| 3. 先行研究 | 8. 今後の発展方向への示唆 |
| 4. 研究方法 | 9. 研究上の今後の課題 |
| 5. メニューと経営規模（売上高）による類型化 | |

(注) 本稿は、東北農業経済学会『農村経済研究』第37巻第2号に掲載された論文を加筆・修正したものである。

1. 背景と目的

近年、農村再生¹の手段として、「食」が注目されている。農村において「食」を提供する手段は、直売所、B級グルメ、インターネット販売、農家レストラン、農家民宿など多様である。

今後、農村の可能性が十分に発揮されていくためには、「食」を活用した付加価値のある産業の育成が必要であるとも言える。しかし、農村における「食」の潜在能力が十分に発揮される方法についての議論は十分ではないと考える。それは、誰に、どんな「食」を届けることに需要があるのか。どのような提供の仕方をすれば農村の再生につながるのか、といった議論である。

それは例えば、農村で加工した「食」をインターネット等で販売する形態と、実際に農

(写真1) 農家レストランで提供している「食」



出所：ほっこり処 みやもとや

村に人を呼び込みながら「料理としての食」を提供する農家レストラン²などでは、農村再生に果たす役割や可能性が異なるのではないかと、という視点である。

本稿では、そうした問題意識から、特に農村に人を呼び込みながら、「料理としての食」を提供する農家レストランに着眼し、農村再生における役割と可能性について検討したい。

2. 「農家レストラン」の定義と多様化

まず、本稿で取り扱う「農家レストラン」の定義について述べる。農林水産省では、農家レストランの定義を、「農家が自家または地域の食材を調理し提供するもの」としている。その定義の通り、日本に、農家レストランが誕生し始めた1990年代初頭のそれは、「農家の女性たちが地域の伝統食を提供する形態」が多かった。しかし近年では、主体、料理メニュー、立地、運営方法などの面で多様化が進展している。その状況については、尾家^[1]が、「農家レストランの料理や経営者は多様化し、和食だけでなくイタリア料理やフランス料理などでの営業も見られる。さらにそのような地産地消レストランは道の駅やカフェでも展開されており、従来の農家レストランとの差別化が曖昧になっている。」と指摘している。

本稿では、こうした多様化する現状を受けて、「農家レストラン」の定義を、「実際に

1 本稿の「農村再生」の定義としては、イギリスで提唱されている持続可能な農村「農業を営む農家が持つ固有のライフスタイル（家屋や食文化、自然と共生した暮らし方）なども含む総合的な地域固有の価値が守られること」という内容を採用した。地域固有の価値については、除本^[9]が、「地域の歴史的な営為の中で守られてきたもの。生産と生活のノウハウ」と定義している。本稿では、農村再生の定義として、農家の経営的な持続性と共に、こうした地域固有の価値が守られていくことも概念の中にも含むこととした。

2 「農村に人を呼び込みながら食を提供する存在」としては農家民宿も類似した存在ではあるが、本稿では特に「食」に焦点を合わせているため、「宿泊」を伴わない農家レストランを対象とした。

行政や地域において「農家レストラン」と呼称されているもの（主体は農家に限定せず、料理人や行政が主体となって経営するものも含む）」とした。そして、地産地消のレストランと分類するために、料理人が経営する場合は自家農園を有し農業を営んでいること、行政等の第三セクターが経営する場合は、立地地域の食材を活用することを目的とし農家が関わっていること、を条件とした。

3. 先行研究

農家レストランにおいて提供されるメニューについての研究には、中村^[2]が、「食文化型アグリビジネスの成立条件と課題」において、地域内農産物を利用した伝統食の提供は、乖離した食と農をつなぎ、農地の保全につながることを指摘している。この研究では、「伝統料理を提供している農家レストラン」を「食文化型アグリビジネス」と定義し、農村地域社会に果たす効果に考察を加えている。しかし、農家レストランのメニューの範囲は伝統料理に限られており、多様化するメニューの実態については触れていない。

また、尾家^[1]は、農家レストランが多様化する中、農家レストランと他のレストランを分ける特徴として、味覚のみならず「地域に根差した固有の景色、物音と体験を含み、地元の人と訪問客に同じように共鳴するユニークで記憶に残る特性」があることを述べているが、メニューが持つ意味には触れていない。

さらに農家レストランの役割についての先行研究では、地域への経済的効果の側面については齋藤・藤崎・広田^[3]、地域の食の情報発信する役割としては加藤・谷口^[4]、農家レストランの利用客の食と農の意識変化への影響については上村・芝^[5]、農村女性起業としては澤野^[6]などがあるが、メニューによって農家レストランを分類しそれに応じた役割の検討をしているものは見当たらない。そこで、本研究では多様化する農家レストランを、メニューを軸³に分類した上で農村再生に果たす役割を検討することとした。

4. 研究方法

研究方法の説明に移る。研究対象地域には、在来野菜等の食文化を活用した地域再生の取組みがさかんな山形県を選定した。山形県は、東北地域の日本海側に位置する。地域は、村山、最上、置賜、庄内の4つの地域に分かれており、気候や文化、言語が異なりそれぞれの文化圏を形成している特徴がある。また、地域の食材や風土に光をあてることを目的とした地産地消型イタリアンレストランである「アルケッチャーノ」⁴の影響で、イタリアンやフレンチ等の洋風の農家レストランが多いという特徴もある。

研究方法は、2018年3月から8月にかけてインタビューを実施した。研究対象は、4つの地域から4軒ずつ⁵伝統料理や洋風のメニューのバラエティを意識しながら、地域の観

3 農家レストランの多様化の中身には、事業形態の多岐にわたる展開や、運営方法、主体、立地など様々なものが複合的に関係していると考えられ、メニューのみで農村再生との関連を考察することは、一面的な考察には止まるが、本稿では農家レストランの定義の中核としてもある「料理として食を提供する」に着眼し、料理メニューによって類型化を試みた。

4 鶴岡市で地産地消レストランとして注目を集めるイタリアンレストランである。全国の地産地消レストランの先駆けとなった。

5 ここで一つの地域から4軒の農家レストランを選出した基準としては、現在も営業を続けていること、地域の観光協会などが農家レストランとして認識していることなどで、全地域において4軒ほどの農家レストラン数が見られたことによる。

(表1) 研究対象とした農家レストラン一覧

	店舗名	開業年	住所	経営主体の属性	メニュー	生計における農家レストランの位置づけ(スタンス・目的)	年間売上高
村山地域	1 ゆかいな野菜村「caféトマトウル」	2013年	大江町	農家(1ターナー)	自家のトマトを中心としたアレンジ料理(洋風)。	専業農家。農業経営の多角経営の一環。全体収入の5割程度。	①
	2 農家レストラン たもやま工房「草木庵」	2014年	村山市	農家(専業農家)	地元村山の食材と伝統料理にこだわった田舎料理。放し飼いの鶏を使ったプリンや、村山産のもち米で作る笹ゆべし等の自家製無添加おやつも。伝統料理の創作料理。洋風のメニューも提供。	専業農家。農家レストランが収入の8割。残りは産直やスーパーなどに出荷。自分の生産したものを直接提供することが目的。交流が楽しい。	①
	3 南蔵王マウンテンファーム 山川牧場	1997年	上市市	有限会社(その土地で生まれた農家)	自家の生乳を使用したヨーグルト・ソフトクリーム・ピザなど。	専業農家。酪農、飲食、教育ファーム、ヨーグルトの加工・販売が経営の4つの柱。酪農と飲食が全体収入の7割を占める。	②
	4 まる梅	2006年	河北町	料理人(Uターナー)	店主が栽培した野菜を使用し、本格的な日本料理に季節の物語を添え、高級カジュアルな店づくり、懐石料理。郷土料理は茶色っぽいので彩をもっと豊かに。(9割が自家生産物)	店舗経営が生計を立てる柱。農園を有し、生産も行う。9割を自家生産。	④
最上地域	1 農園レストラン「トラットリア・ノンノ」	2003年	新庄市	料理人(Uターナー)	自家製のベーコンやソーセージ、ハムなどと山菜やきの子といった季節の食材や最上伝承野菜を使用し、ここでしか味わえないイタリア料理を提供。(自家と地域の生産物を使用)	店舗経営が生計を立てる柱。農園を有し、生産も行う。	④
	2 たらふく工房満沢	2017年	最上町	農家8名(専業農家)	最上町の家庭料理にこだわって出しているが、地域の人には受けが悪いので、地域の人向けに天丼やオードブルも準備している。家庭料理が基本。(地域の生産物を使用)	利益追求よりは生きがいの傾向が強い。法人化してしまい税が発生するため利益が必要になったが、十分にはできていない。	③
	3 ほっこり処みなもとや	2016年	鮭川村	農家8名(専業農家)	地域の生産物を活用した地域の伝統料理。	食文化の伝承が目的で、所得には殆どつながっていない。	①
	4 マッシュルームスタンド舟形	2017年	舟形町	有限会社(その土地で生まれた農家)	自社製品であるマッシュルームを使用したピザやハンバーガーなど。	企業的農業経営の多角化の一環であり、収益は全体収益の2割程度。	④
置賜地域	1 農家レストラン「エルベ」	2000年	飯豊町	第三セクター・有限会社	地域の生産物にこだわったイタリアン。調理方法にこだわりはなし。	第三セクターによる経営であり、収益の柱。立地地域の食材を活用している。	④
	2 農家レストラン「なごみ庵」	2007年	長井市	農家2名(専業農家)	肉は不使用。無農薬の地元産野菜のみを活用した野菜料理が中心。伝統料理を創作。観光客向け。	年金が生計を立てる柱であり、農業経営多角化の一環である。	①
	3 フルール・ドウ・ソレイユ	2004年	高畠町	料理人(Uターナー)	主に自家の生産物を使用した本格フレンチ。	店舗経営が生計を立てる柱。農園を有し、生産も行う。自家生産物は全体の5割使用。	③
	4 旬彩レストラン あいあい	2003年	小国町	第三セクター・指定管理	地域の生産物を活用。小鉢で提供。和風と洋風、色々。みんなが食べやすいようなもの。	道の駅に併設し、第三セクターによる経営。	④
庄内地域	1 穂波街道 緑のイスキア	1997年	鶴岡市	株式会社(1ターナー・専業農家)	ナポリピッツァ。南イタリアの本格家庭イタリアンを提供。ハーブ等自分の農園に合致したスタイル。	生計を立てる柱(農業経営多角化の一環)	④
	2 やさいの荘の家庭料理「菜あ」	2005年	鶴岡市	専業農家(Uターナー)	自家と地域の食材を使用した和風料理。旬の食材を最も美味しく食べられる料理方法。伝統料理がベース。ランチは伝統料理をアレンジ。	生計を立てる柱(農業経営多角化の一環)	④
	3 知懸軒	1998年	鶴岡市	専業農家	主に自家の生産物を使用した農家の伝統的な家庭料理。	生計を立てる柱(農業経営多角化の一環)	③
	4 農家レストラン「野々家」	2000年	余目町	専業農家	主に自家の生産物を使用した農家の伝統的な家庭料理。今風にアレンジも。	年金が生計を立てる柱であり、農業経営多角化の一環である。	②

(注) 年間売上高については、①300万円以下、②301万円～500万円以下、③501万円～800万円以下、④801万円以上の4分類で示している。

資料：聞き取り調査により筆者作成

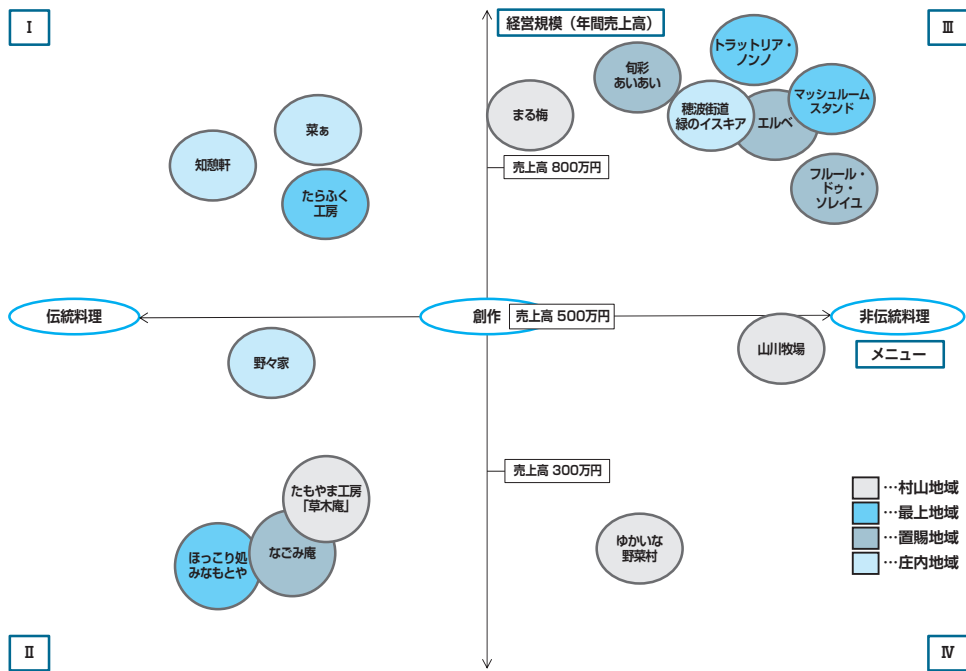
光協会や自治体のHP等において「農家レストラン」と記載されているものを選出した。研究対象とした農家レストラン一覧を表1に示した。

5. メニューと経営規模(売上高)による類型化

表1を整理すると、「伝統料理型」⁶の農家レストランは、村山地域の「たもやま工房 草木庵」、最上地域の「たらふく工房満沢」「ほっこり処 みなもとや」、置賜地域の「な

6 「伝統料理型」の定義は、本稿では農林水産省の「主にその地域で生産される農林水産物を用いて加工・調理された食物で、その地域の風土や習慣に合わせて長い年月をかけて形作られたものとし、多少現代風にアレンジされたものも含む。」を採用した。「非伝統料理型」の定義は、それ以外のものとした。

(図1) 農家レストランの類型化



(注) 本図は、著者が把握している詳細な実数による。
出所：聞き取り調査により筆者作成

ごみ庵」、庄内地域の「菜あ」「知憩軒」「野々家」の7軒である。

その内、「たもやま工房 草木庵」、「たらふく工房満沢」、「菜あ」、「野々家」の4軒では、伝統料理をアレンジした料理も提供している。7軒とも経営主体は農家である。

一方、イタリアンやフレンチ、懐石料理、といった料理を提供する「非伝統料理型」は、残りの9軒である。経営主体は9軒中8軒がホテルや飲食店で料理の修行を積んだ料理人である点が興味深い。

主体が農家のレストランは「伝統料理型」を選択する傾向が強く、主体が料理人のレストランは「非伝統料理型」を選択する傾向が強い。

次に、表1に基づき、16軒の農家レストランを、メニューを横軸、経営規模（売上高）

を縦軸に分類した（図1）。

図1について解説をする。横軸(メニュー)は、左が「伝統料理型」、右が「非伝統料理型」を示している。中央によるほど純粋な料理形態をアレンジした創作料理の提供を意味している。

縦軸は経営規模（売上高）を表している。縦軸を経営規模（売上高）とした理由は、農家レストランの持続性に、経営の問題は重要と考えたことによる。上部が経営規模（売上高）が大きく、下部が経営規模（売上高）が小さい。中心点を500万円と設定した理由は、主に500万円付近が、筆者のヒアリングによると農家レストランが農家経営の柱か否か、の分岐点となっている現状に即している。

さらに、それぞれの層について説明をする。

第Ⅰ層は、「伝統料理を提供し経営規模（売上高）が500万円以上（農家レストランが生計を立てる柱である）」の層である。

第Ⅱ層は、「伝統料理を提供し経営規模（売上高）は500万円以下（農家レストランは生計を立てる柱ではない）」の層である。

第Ⅲ層は、「非伝統料理を提供し経営規模（売上高）が500万円以上（農家レストランが生計を立てる柱である）」の層である。

第Ⅳ層は、「非伝統料理を提供し経営規模（売上高）が500万円以下（農家レストランは生計を立てる柱ではない）」の層である。

本稿では、この4つの層の役割の共通点、相違点について検討した。

6. 「農家レストラン」の役割

次に「役割」の調査についてだが、次に示す表2に基づいて経営者に対してインタビューを実施した。

（表2）農家レストランの役割に関する質問項目

個人 (事業者)	1	所得 (◎生計を立てる柱 ○多角経営の一環、収入として大きい。△収入としては小さい ×赤字である)
	2	生きがい・喜び・自己実現
	3	人のつながり
	4	自家生産物の販路
	5	自家農園のブランディング
	6	お客さんとのコミュニケーションによる情報収集・スキルアップ
	7	農業・農村・食について伝える
地域	1	働く人にとっての居場所
	2	雇用による経済効果
	3	地域の生産物の活用
	4	地域の食文化の伝承
	5	食育（食の大切さ、命とのつながりを伝える）
	6	耕作放棄地や家屋など食材以外の地域資源の活用
	7	地域独自の魅力の発信
	8	地域の観光効果につながる
	9	食以外の地域文化や知恵を伝える
	10	都市の人と地域の人が会おう場（地域的な広がり）
	11	その他

出所：調査結果に基づき筆者作成

インタビューでは、質問項目に対し、◎とてもよくあてはまる、○あてはまる、△場合による、×あてはまらない、の4つの選択肢を選択していただいた。

役割の項目については、双方が重なりあう部分は大いにあるが個人（事業者）における役割⁷と地域における役割に分けて設定した。

また、質問項目については、大友^[7]において2010年から2014年にかけて実施した農家レストラン10軒に対する役割に関するインタビューの結果から整理して抜粋した。

まず、「伝統料理型（第Ⅰ層と第Ⅱ層）」についてのインタビュー結果を、表3（次頁）に示した。合計値は右端に示し、◎「とてもよくあてはまる」の数が5ポイント以上のところを網掛けで示し、「伝統料理型」の役割の特徴と判断した。

表3からは、次のようなことが言える。

まず、「伝統料理型」の持つ主な役割（特徴）には、個人には、①生きがい・喜び・自己実現、②人のつながり、③農業・農村・食について伝える、等の3点がある。

地域にとっては、①地域の生産物の活用、②地域の食文化を活用し伝承、③地域で食育活動の展開、④耕作放棄地や家屋などの地域資源の活用、⑤地域独自の魅力の発信、⑥地域の観光効果、⑦食以外の地域文化や知恵の伝承の7点があり、地域に対して広範な役割が見てとれる。

次に、「非伝統料理型（第Ⅲ層と第Ⅳ層）」についてのインタビュー結果を、表4（次頁）に示した。同表に基づいて、「非伝統料理型」

7 本研究の目的は、「農村再生における農家レストランの役割」を位置づけることだが、農業者個人のライフスタイルが活発になることも農村地域への好影響と捉え、個人についての影響も質問項目に含めた。

(表3) 伝統料理型（第Ⅰ層・第Ⅱ層）における農家レストランの役割

	質問項目	第Ⅰ層（伝統料理、総売り上げ500万以上）			第Ⅱ層（伝統料理、総売り上げ500万以下）				第Ⅰ層・第Ⅱ層合計			
		たらふく工房	知恵軒	菜あ	なごみ庵	草木庵	野の家	ほっこり地みなもとや	◎	○	△	×
個人（事業者）	1 所得（◎生計を立てる柱 ○多角経営の一環、収入として大きい。△生計を立てる柱とはしていない ×赤字である）	×	○	◎	△	△	△	×	1	1	3	2
	2 生きがい・喜び・自己実現	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	3 人のつながり	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	4 自家生産物の販路	◎	◎	◎	△	○	○	△	3	2	2	0
	5 自家農園のブランディング	×	×	◎	×	×	×	×	1	0	0	6
	6 お客さんとのコミュニケーションによる情報収集・スキルアップ	◎	◎	×	△	◎	◎	◎	5	0	1	1
	7 農業・農村・食について伝える	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
地域	1 働いている人や地域の人にとっての居場所	◎	◎	◎	×	○	×	◎	4	1	0	2
	2 雇用による経済効果（◎パート従業員10人以上 ○パート従業員雇用あり10人以下 △ボランティアスタッフ×雇用なし）	○	○	○	○	×	○	△	0	5	1	1
	3 地域の生産物の販路（◎地域の生産物の活用をしている ×地域の生産物は活用していない）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	4 地域の食文化の伝承	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	5 食育（食の大切さ、命とのつながりを伝える）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	6 耕作放棄地（農地）や家屋など地域資源の活用	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	7 地域独自の魅力の発信	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	8 地域の観光効果につながる	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	9 食以外の地域文化や知恵を伝える	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	7	0	0	0
	10 都市の人と地域の人が出会う場（地域的な広がり）	◎	◎	◎	×	×	×	◎	4	0	0	3

資料：聞き取り調査により筆者作成

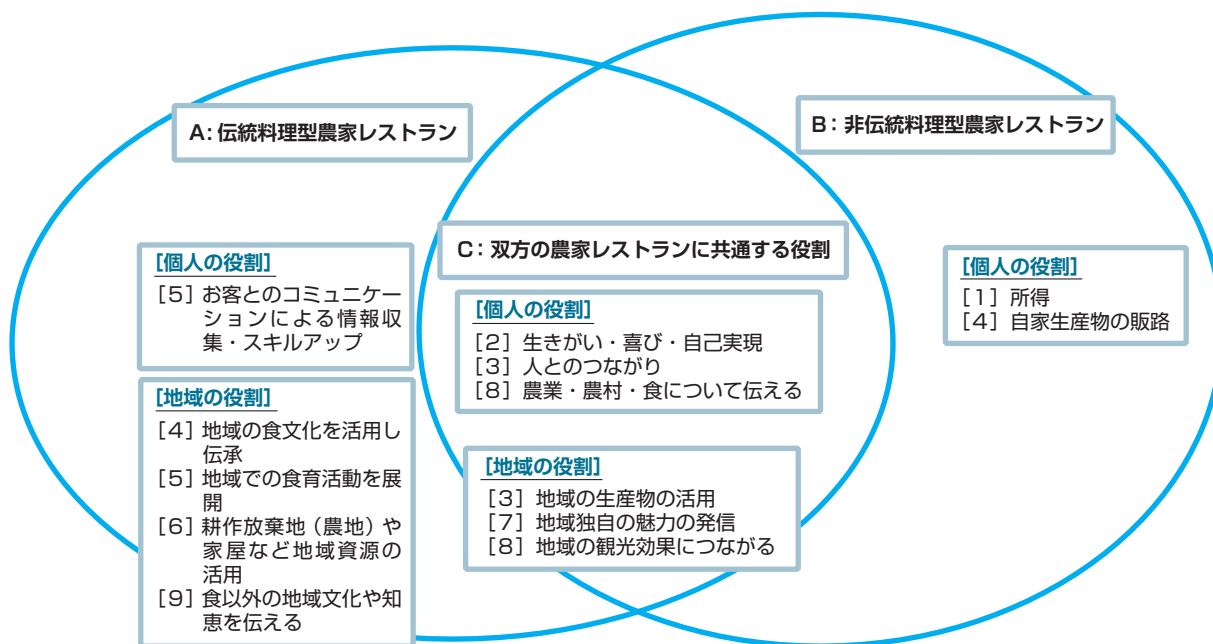
(表4) 非伝統料理型（第Ⅲ層・第Ⅳ層）における農家レストランの役割

	質問項目	第Ⅲ層・第Ⅳ層（洋風料理）									第Ⅲ層・第Ⅳ層合計			
		マッシュルームスタンド舟形	エルベ	山川牧場	フルール・ドゥ・ソレイユ	旬彩レストラン あいあい	イスキア	トラットリア ノン	まる梅	ゆかいな野菜村	◎	○	△	×
個人（事業者）	1 所得（◎生計を立てる柱 ○多角経営の一環、収入として大きい。△生計を立てる柱とはしていない ×赤字である）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	8	0	1	0
	2 生きがい・喜び・自己実現	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	6	3	0	0
	3 人のつながり	◎	◎	◎	◎	×	◎	◎	◎	◎	7	1	0	1
	4 自家生産物の販路	◎	◎	◎	○	◎	◎	◎	◎	△	7	1	1	0
	5 自家農園のブランディング	◎	×	×	×	×	◎	×	×	×	2	0	0	7
	6 お客さんとのコミュニケーションによる情報収集・スキルアップ	×	×	△	×	×	◎	◎	◎	◎	4	1	1	4
	7 農業・農村・食について伝える	◎	◎	◎	◎	×	◎	◎	◎	◎	8	0	0	1
地域	1 働いている人や地域の人にとっての居場所	×	×	×	×	×	×	◎	◎	×	2	1	0	7
	2 雇用による経済効果（◎パート従業員10人以上 ○パート従業員雇用あり10人以下 △ボランティアスタッフ×雇用なし）	◎	◎	×	○	◎	◎	○	○	×	4	3	0	2
	3 地域の生産物の販路（◎地域の生産物の活用をしている ×地域の生産物は活用していない）	×	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	×	7	0	0	2
	4 地域の食文化の伝承	×	×	×	×	×	×	×	×	×	0	0	0	8
	5 食育（食の大切さ、命とのつながりを伝える）	×	×	◎	×	×	×	◎	×	×	2	0	0	7
	6 耕作放棄地（農地）や家屋など地域資源の活用	×	×	◎	◎	◎	×	◎	×	×	4	0	0	5
	7 地域独自の魅力の発信	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	9	0	0	0
	8 地域の観光効果につながる	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	8	0	1	0
	9 食以外の地域文化や知恵を伝える	×	×	×	×	×	×	◎	×	×	1	0	0	8
	10 都市の人と地域の人が出会う場（地域的な広がり）	×	×	×	×	×	×	×	×	×	0	0	0	9

資料：聞き取り調査により筆者作成

注) ◎とてもよくあてはまる、○あてはまる、△場合による、×あてはまらない、網掛は5ポイント以上

(図2) 農家レストランのタイプごとの役割 (特徴)



資料：聞き取り調査により筆者作成

の農家レストランの役割を説明する。個人における役割には、①所得、②生きがい・喜び・自己実現、③人とのつながり、④自家生産物の販路、⑤農業・農村・食についての伝承の5点がある。地域における役割には、①地域の生産物の活用、②地域独自の魅力の発信、③地域の観光効果、等の3点がある。

次に、2つのタイプが農村再生に果たす役割の相違点を比較するために、「伝統料理型」特有の役割をA、「非伝統料理型」特有の役割をB、双方の農家レストランに共通する役割をCとして整理したものが図2である。

図2を考察すると、双方の農家レストランに共通する個人への役割には、①生きがい・喜び・自己実現、②人とのつながり、③農業・農村・食についての伝承等の3点がある。また、地域への役割には、①地域独自の魅力の発信、②地域の観光効果につながる等の2点

がある。

一方、「伝統料理型」の農家レストランのみに見られる役割には、個人にとっては、お客様とのコミュニケーションによる情報収集・スキルアップ、地域にとっての役割には、①地域の食文化を活用して伝承、②地域での食育活動の展開、③耕作放棄地や家屋などの地域資源を活用、④食以外の地域文化や知恵を伝える等の4点がある。

図2から、次のような点を考察できる。

第一に、双方のタイプの農家レストランには、共通する役割と、異なる役割がある。

両者に共通する役割には、個人にとっては、①生きがい・喜び・自己実現、②人とのつながり、③農業・農村・食について伝える、等の3点がある。

地域にとっては、①地域の生産物の活用と独自の魅力の発信、②外からの観光拠点とし

での役割等の2点がある。

一方、それぞれのタイプの農家レストランが担う役割には、「伝統料理型」の農家レストランには特に、①地域の食文化を核とした食育活動の展開、②地域の暮らしや文化を伝える等2点の役割がある。

さらに、「非伝統料理型」農家レストランには、個人の所得や自家生産物の販路、といった経営者への経営的な効果が大きく見られた。

むしろ、「伝統料理型」農家レストランにおいても、例えば、「菜あ」、「知憩軒」、「たらふく工房」等において所得獲得の役割は見られる。しかし、他の「伝統料理型」農家レストランではさほど重視していないことを考えると、経済的な効果は「非伝統料理型」農家レストランに大きく見られる役割と言える。

補足だが「非伝統料理型」農家レストラン経営者が非伝統料理を選択する理由として、伝統料理は地域の人々の日常的な食事と類似しているため、受け入れられにくく収益をあげづらい、という回答も聞かれた。「非伝統料理型」にも経済効果以外の地域への波及効果があるが、経済効果が挙げやすいと言える。

その他に比重としては小さいが、「伝統料理型」の農家レストランに特徴的に見られる役割に、居場所や、都市住民との交流の場、等がある。これは、「伝統料理型」の農家レストランの中には、地域再生のために地域の空家や学校といった地域資源を、地域農家の女性たちがグループで活用しながら、農家レストランを運営するケースがあるためである。それは、その地域の女性たちの居場所や自己実現、都市との交流拠点としての「場」

の役割を持つ。こうした「場」としての役割は、直接的に農業経営に大きな影響がなくとも、農村再生における非経済的な役割として大いに注目すべきことだと考える。

次に、メニューに踏み込んだ議論を展開するために、表5にそれぞれの農家レストランのメニューの中身、メニューの選択理由、メニューによって実現したいこと、課題、客層、年間客数等を示した。表5から読み取れることとして、非伝統料理型のメニューを選択しているのは料理人のみであり、その理由としては、伝統料理は地域の人にとって受け入れられにくい点が挙げられた。

また、「伝統料理型」を選択しているのは、農家であり、地域の暮らしの文化を伝承する目的が大きい。しかし、その内、所得が小さいことを課題としているのが、「ほっこり処みなもとや」、「たらふく工房」、「なごみ庵」、「たもやま工房 草木庵」に見られ、継続のためには経営的な改善も必要な側面もある。地域の伝統料理や地域文化を伝承しようとした場合、経営が課題になりやすいが、「伝統料理型」の農家レストランの内、第I層の「菜あ」、「知憩軒」、「たらふく工房」の3軒では500万円以上の売り上げをあげており、「伝統料理型」でも収益をあげていくことは可能とも考えられる。

(表5) メニュー、メニューの選択理由と実現したいこと・課題・客層・年間客数等

	店舗名	メニュー	メニューの選択理由と実現したいこと	現在の課題	客層	年間客数	
村山地域	1	ゆかいな野菜村 「café トマトウル」	自家のトマトを中心としたアレンジ料理（洋風）	トマトの美味しさを伝えることのできる料理。幸福感を味わってもらうための料理。	経営面が厳しいため改善が必要	大江町以外の県内の人々が8割・県外が1割・町内が1割。	約700人
	2	農家レストラン たもやま工房 「草木庵」	地元村山の食材と伝統料理にこだわった田舎料理。放し飼い鶏の卵を使ったプリンや、村山産のもち米で作る笹ゆべし等の自家製無添加おやつも。伝統料理の創作料理。洋風のメニューも提供。	地域の文化をそのまま伝えるため。しかし、伝統料理だけだとつまらないので、現代的な料理も提供。地域のありのままの暮らしを伝えることで喜ぶ消費者の顔を見たい。	経営面が厳しいため改善が必要。	観光客がメイン（県外が殆ど）。	約700人
	3	南蔵王マウンテン ファーム 山川牧場	自家の生乳を使用したヨーグルト・ソフトクリーム・ピザなど	自社の酪農を活かした美味しい商品づくり。命や食の大切さを伝えていきたい。	特に課題は感じていない。	地域の教育関係者や子供たちとの関係も深く地域内の客が殆ど。	不明
	4	まる梅	店主が栽培した野菜を使用し、本格的な日本料理に季節の物語を添え、高級カジュアルな店づくり、懐石料理。郷土料理は茶色っぽいので彩をもっと豊かに。	地域の食材を遊び心をもって楽しめる料理に。伝統料理は華やかではないためアレンジしている。食べ方で食材の価値を発信。広くいろんな人に食材を知ってほしいから懐石料理。	経営面に関しては常に改善が必要。	8割女性・殆どが県内。	約5,000人
最上地域	1	農園レストラン 「トラットリア・ ノンノ」	自家製のベーコンやソーセージ、ハムなどと山菜やきの子といった季節の食材や最上伝承野菜を使用し、ここでしか味わえないイタリア料理を提供。	新庄に洋風のレストランがなかったため、イタリアン料理店を選択。伝統料理では経営的に厳しいと考えている。地域の食材の価値を発信したい。伝承野菜を消費者に伝える。	冬の雪の多い時期の集客。新庄市は人口3万7千人。人口減少に悩む。	市内（6割）庄内・山形・秋田・仙台など市外・県外（4割）。	約15,000人
	2	たらふく工房満沢	最上町の家庭料理にこだわって出しているが、地域の人には受けが悪いので、地域の人向けに天井やオードブルも準備している。	昔から食べている手作りの日常食が、人が生きていく上で重要だと思い、それを守り伝えるため。働いている人の居場所や生きがいになっている。	経営面に関しては改善が必要。	観光客がメイン（9割が最上町外）。	約2,500人
	3	ほっこり処 みなもとや	地域の伝統料理	地域の文化や伝統を伝えるため。	経営面の考え方について模索中。	村外8割・村内2割。	約400人～ 500人
	4	マッシュルーム スタンド舟形	マッシュルームを使用したピザやハンバーガーなど。	カフェとしてみんなが馴染みやすいもの考えた。自家農園のプランディング。地域の観光拠点等。	飲食店としての理想・目指すべきゴールが確立していない。飲食のプロではないので、サービスが洗練されていないと感じることがある。	県外4割・県内6割。	約12,000人
置賜地域	1	農家レストラン 「エルベ」	地元の食材にこだわったイタリアン。	地域はそばやなどの和食が多く、イタリアンが少ないので、競争相手が少ない分野にした。かつては農家女性の生業の意味。	雇用の面が流動的である。町との関係があるので、運営が難しい時もある。	県外4割・県内6割。	約20,000人
	2	農家レストラン 「なごみ庵」	肉は不使用。無農薬の地元産野菜のみを活用した野菜料理が中心。伝統料理を創作。観光客向け。	地域の農家の歴史や文化を伝えていきたいから。	経営面はもう少し改善したい。	観光客がメイン（長井市内が1割・市外が9割）。	約1,000人
	3	フルール・ドウ・ ソレイユ	主に自家の生産物を使用した本格フレンチ。	修行した料理の関係で。地域の主婦が元気になることのできるお店。	地域にはいろいろな人がいるので、全ての人が応援してくれるわけではないこと。	市外5割・市内5割。	約3,000人
	4	旬彩レストラン あいあい	小鉢で提供。和風と洋風、色々。みんなが食べやすいようなもの。	食べやすいものと考え、様々な料理のアレンジ系に。	特に課題は感じていない。	冬期は地元の人が多い。普段は市外も5割程度。	道の駅を含むと10万人くらい
庄内地域	1	穂波街道 緑のイスキア	ナポリピッツァ。南イタリアの本格家庭イタリアンを提供。	ハーブ等自分の農園で栽培しているものを活かし、一番自分らしさを出せる料理がイタリアンだと考えた。流行でもあった。農業の重要性を伝えることが大目的。	経営のスリム化。	市外5割・市内5割。	約10,000人
	2	やさいの荘の 家庭料理 「菜あ」	自家と地域の食材を使用した和風料理。	地域の旬の食材を最も美味しく食べることのできる料理方法を探求。地域の味を守っていききたい。	長続きする経営戦略をたてること。	市外・市内4割。	約10,000人
	3	知憩軒	農家の伝統的な家庭料理。	農家のありのままの暮らしを伝えたいと考えているから。農家の応援団を増やしたい。	できることをしているので、特に課題はない。	市外5割・市内5割。	約7,000人
	4	農家レストラン 「野乃家」	農家の伝統的な家庭料理。今風にアレンジも。	地域の伝統的な郷土料理を伝えるため。農業の誇り守っていききたい。	できることをしているので、特に課題はない。	近隣（庄内地域内）、鶴岡・酒田が8割程度。	約1,500人～ 2,000人

資料：聞き取り調査により筆者作成

7. 結論

本研究では、多様化する農家レストランを料理メニューを軸に類型化し、メニューと農村再生における役割の関係について考察した。

具体的には、山形県の農家レストランをメニューによって分類し、大きく「伝統料理型」と「非伝統料理型」の2種類に類型化した。

ここでの考察により、以下の点が明らかになった。「伝統料理型」と「非伝統料理型」の役割には共通点と相違点があり、質が異なる面がある。簡潔に述べれば、「伝統料理型」には食文化の伝承や、人とのつながりの場の創造、食育活動などの非経済的な役割を担う傾向が強い。一方、「非伝統料理型」は、農業経営に経済的なメリットを及ぼしやすい。

「伝統料理型」と「非伝統料理型」の双方の農家レストランに共通に見られる役割には、①地域の生産物を活用しながら、農業・農村・食について伝える、②独自の魅力を伝えながら人を地域に呼び込み交流をする、③生きがいや自己実現につながる等の3点を指摘した。これらは、山形県の農家レストランにおいては、メニューに左右されない普遍的な農家レストランの役割であると言える。

以上の整理からは、農家レストランの料理メニューと農村再生における役割には、一定程度の関係があると言える。

8. 今後の発展方向への示唆

最後に、本稿の検証を踏まえた上で「農家レストラン」の今後の発展方向への示唆を述べたい。

第一に、「伝統料理型」の産業としての在

り方に言及したい。

神野^[8]は、地域社会を再生する上で、「地域文化に基づく生活様式、そしてその生活様式と密接に関係した地域独自の産業の復興」の重要性を述べている。

「伝統料理型」農家レストランの産業の在り方は、神野^[8]の言う「生活様式と密接に関係した地域独自の産業」と言えないだろうか。

「伝統料理型」の産業創造の動きは、地域農業の文化的アイデンティティを確立させ、農家の誇りを創造する上で極めて重要ではないだろうか。単に経営規模の拡大だけでなく、「地域独自の暮らしの文化」を守る動きである。

しかし、「伝統料理型」農家レストランは経営的な改善が必要な一面があり、こうした動きを、地域全体の公益的な価値として、どうみなすのか、という議論が必要である。経営的に潤いにくいという点を考慮し、重点的な支援を考えることも一考である。

第二に、「非伝統料理型」農家レストランが経営的には成り立ちやすいという点についてである。従来、地域にはなかった料理方法で、農業・農村の価値を高め、提供・発信することは画期的である。

「非伝統料理型」には、経営的に潤う農業を創造する可能性があり、若い人材の新規就農の新しい選択肢となりえる。農村における収益性の高いビジネスモデルとして期待したい。

以上が発展方向への示唆である。

経営者が選択する「農家レストラン」のタイプは、経営者個人の開業の動機や考えによ

る。しかし、「農家レストラン」が地域社会に果たす広範な意味や役割を理解することが、経営者、支援者共に必要な視点であり、農村全体の再生の方向性を考える上でも重要ではないだろうか。

9. 研究上の今後の課題

本稿では、主に山形県の農家レストランを取り上げ、メニューと農村再生における役割の関係について考察した。今後の課題としては、こうした傾向が他県にも同様に見られるのか、という点の考察が必要である。

さらに本稿では、各農家レストランの役割を考察する視点として、メニューのみを取り上げた。役割を規定している要素には、メニュー以外の立地、主体の属性、開業の動機、他の事業との関連等多様な要素があるだろう。しかし、本稿ではメニューとメニューの意味に着眼し類型化をした。今後の課題として、メニューが決定される諸条件や環境の相違点について踏み込んだ議論を展開することも重要であると考ええる。

さらに、本稿では評価者として経営者個人のインタビューのみに限られているため、今後は客層や地域社会へのインタビューも実施していきたい。

引用文献

- [1] 尾家建生「農家レストランにおける場所感とツーリズム」、『第28回日本観光研究学会全国大会学術論文集』、2013、pp.85-88
- [2] 中村貴子「食文化型アグリビジネスの成立条件と課題」、『農林業問題研究 38巻2号』、2002、pp.51-61
- [3] 齋藤・藤崎・広田「農家レストラン経営状況と地域への経済効果に関する事例分析」、『農村計画学会誌 31巻論文特集号』、2012、pp.213-218
- [4] 加藤・谷口「簡易営業型農家レストラン開設の可能性と地域の食情報の発信－食資源を生かした地域活性化と情報利用に関する研究－」、『ARIC情報第93号』、2009、pp.12-19
- [5] 上村智秋・芝めぐみ「農村レストラン利用客の「食」と「農」に関する意識調査結果」、『観光学 2』、2009、pp.53-60
- [6] 澤野久美「農村女性起業としての農家レストランの役割に関する研究－東北地方を事例として－」、『農村生活研究』50(2)、2006、pp.36-43
- [7] 大友和佳子「農家レストランの現代的意義に関する研究－地域資源に立脚した農家の生活の営みの観点から」、『東北大学大学院農学研究科博士論文』、2014、pp.27-36
- [8] 神野直彦『地域再生の経済学』、中公新書、2002、pp.164-182