

国家戦略特区における「農家レストラン」から見えるもの

—新潟県新潟市「そら野テラス」の事例から—

研究員 大友 和佳子

目次

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1. はじめに | 5. 農地+「レストラン」の副次効果 |
| 2. 国家戦略特区とは | (1) 「田園風景」+「レストラン」の付加価値 |
| 3. 新潟県新潟市概要 | (2) 地域における雇用創出 |
| 4. 「そら野テラス」概要 | (3) 地域における販路の役割 |
| (1) 経営主体としての(有)そら野ファーム | (4) 地域の生産物の情報発信基地 |
| (2) 「そら野テラス」開業の背景 | 6. おわりに |

1. はじめに

2014年、農業振興の一環として国家戦略特区において農用地区域内のレストラン施設の設置が可能となった。従来、農業振興地域の整備に関する法律（農振法）で農地におけるレストラン設置は認められていなかったが、農地にレストランを設置できるようになった¹。ポイントは、「農地」にレストランが出来ることである。地域に様々な副次効果が生まれることである。現在は、国家戦略特区における試験的施行を経て2020年から特区以外の農振地域でもレストラン施設設置が可能となっている。

本稿では、国家戦略特区を利用して開業された「農家レストラン」²である「そら野テラス」³について紹介をし、農地に「レストラン」ができることの意味を考えてみたい。

2. 国家戦略特区とは

国家戦略特区とは、日本経済再生本部から

の提案を受け、第2次安倍内閣が成長戦略の柱の一つとして掲げ、国家戦略特別区域法⁴ 2条で規定された経済特区である。

あらゆる岩盤規制を打ち砕く突破口とするために、内閣総理大臣が主導して、地域を絞ってエリア内に限り従来の規制を大幅に緩めることを目的としている。国家戦略特区法 2条1項によれば、国家戦略特区とは、「当該区域において、高度な技術に関する研究開発若しくはその成果を活用した製品の開発若しくは生産若しくは役務の開発若しくは提供に関する事業その他の産業の国際競争力の強化に資する事業又は国際的な経済活動に関連する居住者、来訪者若しくは滞在者を増加させるための市街地の整備に関する事業その他の国際的な経済活動の拠点の形成に資する事業を実施することにより、我が国の経済社会の活力の向上及び持続的発展に相当程度寄与することが見込まれる区域として政令で定める

1 「農家レストラン」が国内に誕生し始めたのは1990年代だが、当時の「農家レストラン」は家屋を活用したものが主で、少人数向けのレストランが主だった。

2 農地に設置するレストランは、国内では一般的には「農家レストラン」と呼ばれる。「農家レストラン」とは、「農家自ら又は農家との密接な連携の下で、その農家が生産した食材又は地域の食材を使って調理・提供している、当該地域に立地するレストラン」のことを指す [1]。

3 「そら野テラス」を選定した理由は、マルシェ等を含む多面的な6次化の展開をしていることからである。

4 「国家戦略特別区域法」は、2013年に公布された。

区域をいう」とされている⁵。これまでも「特区」制度は求められる局面に応じて国家戦略特区に位置づけられている。指定された区域は、次の図1の通りである。

本稿で対象とする新潟県新潟市は、2011年度から「ニューフードバレー構想」を掲げ、豊富な農産物や食品関連産業の力を活かし、6次産業化などの取組みを支援するとともに、2014年には「大規模農業の改革拠点」として国家戦略特区に指定され、その取組みをさらに進めることにより農業の国際競争力強化の拠点形成を目指している。「農家レストラン設置」に関する農地におけるレストラン施

設の設置規制の緩和は、この流れの中に位置づけられる。

3. 新潟県新潟市概要

新潟市は、新潟県の下越地方に位置する市で、新潟県の県庁所在地及び最大の都市であり、政令指定都市である。市域には8行政区が設けられている。本州の日本海側では、唯一の政令指定都市であり、77.4万人と最大の人口を有する⁷。新潟市では、2023年の農業構想で、広大な農地等の農業資源と高次都市機能を活かし、これらが調和・共存する「田園型政令市」の実現を掲げている。

新潟市農業構想では、田園型政令市のイメージである「食と花の都」を掲げ、生産・販売、担い手、農地、環境、交流に関する5つの基本方針のもと「にいがた未来ビジョン（新潟市総合計画）」におけるニューフードバレー構想や6次産業化の取り組みと連携しながら「笑顔あふれ明日を拓く大農業都市」を目指すとおり、都市と農村が共存共栄する市政を目指していると言える。

「そら野テラス」が立地する西蒲区の農業者数は令和4年度時点で2,296人で、水稲・大豆を中心に、野菜では海岸砂丘地でのすいか、ねぎ、大根、水田を利用したえだまめ、そらまめ、果樹では角田山麗での柿、中ノロ川左岸のぶどう、なし、もも、

(図1) 国家戦略特区



(出所) 内閣府ホームページ⁶

5 板垣勝彦 (2018)「国家戦略特区を活用した藤沢市の農家レストランの試み」都市住宅学101, 43-99 [2]

6 <https://www.chisou.go.jp/tiiki/kokusentoc/shiteikuiki.html>. (2023年4月27日最終アクセス「内閣府 国家戦略特区」)

7 <https://www.city.niigata.lg.jp/shisei/gaiyo/profile/00-01jinkou/suikeijinkou.html> (2023年4月27日最終アクセス「新潟市」)

水田を利用したいちじく、花きではチューリップ、ユリの切り花、畜産では酪農、養豚等の多様な経営が展開されている⁸。また、近年の米価価格の下落・低迷に対応し、稲作が主体の法人を中心に園芸部門の導入や加工部門の導入による経営の複合化・多角化の動きが強まっている。

4. 「そら野テラス」概要

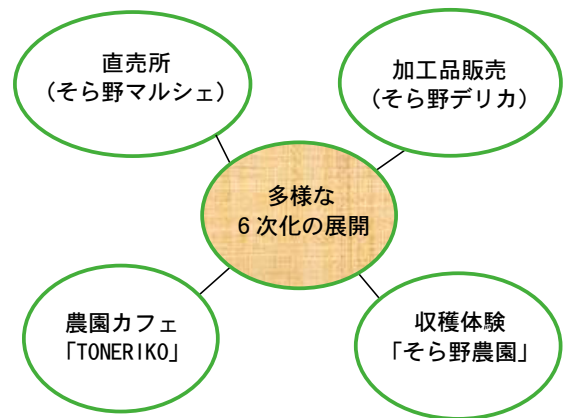
「そら野テラス」は、新潟県新潟市西蒲区に立地し、有限会社そら野ファームが経営している。「そら野テラス」の経営開始時期は2016年で、

1. 農園カフェの「TONERIKO」
2. 手作りの加工品を直売する「そら野デリカ」
3. 地元の食材を直売する「そら野マルシェ」
4. 収穫体験ができる「そら野農園」

から成り立っている（図2）。

「そら野テラス」には自社で生産した農産物のみならず約160名にのぼる契約農家・業者から毎日採れたての新鮮な野菜や新潟県内の特産品が集まっている（写真1）。（表1）に経営の概況を示した。

（図2）



（写真1）そら野テラス



（出所）筆者撮影

（表1）経営概況

| | 直売所 | 加工品販売 | レストラン | 収穫体験 |
|----------------|-----------------------------|---------|---------|----------|
| 従業員数 | 76名（パート56名） | | | |
| 客層 | 新潟市内：新潟県内＝8：2 | | | |
| 年間集客数 | 12.8万人 | 3.7万人 | 3万人 | 4,600名 ※ |
| 年間売上 | 23,000万円 | 4,800万円 | 3,700万円 | 560万円 |
| 立地 | 近隣に岩室温泉があり、観光地の通り道である | | | |
| レストランの席数 | 24席：店内 18席：テラス席（5月～9月） 計42席 | | | |
| 営業時間 | 直売所（9：00～19：00 冬季は18時まで） | | | |
| | 農園カフェ（ランチ 11：00～14：00） | | | |
| | カフェタイム（10：00～17：00） | | | |
| レストランの生産物の仕入れ先 | 自社・近隣の生産者・市場 | | | |

※ いちご狩り・とうもろこし・さつまいも・田植え・稲刈り含
（出所）ヒアリングにより筆者作成

⁸ <https://www.pref.niigata.lg.jp/uploaded/attachment/315979>（2023年4月27日最終アクセス「新潟地域振興局 巻農業振興部管内の概要（令和4年度）」）

農園カフェ「TONERIKO」の年間集客数は3万人である。「そら野テラス」の開業資金は1億4千万円で、モデルとしているのはワイナリーや雑貨店などで、地域のスーパーでは手に入らない食材や調味料を手に入れることができるお店を目指している。

(1) 経営主体としての(有)そら野ファーム

経営主体である(有)そら野ファームは、藤田友和氏(46歳)が経営者であり、従業員数は76名(パート56名)である。生産している生産物は、水稲:72ha(11品種12作型で栽培)・大豆:53ha(エンレイ・里のほほえみ)・いちご:41.1a(品種:越後姫 新潟県特産)・ブルーベリー:20a(ラビットアイ種 ハイブッシュ種)・いちじく:48a(品種:榊井ドーナフィン 新潟県新潟市西蒲区特産)・スイートコーン:1ha(恵味ゴールド)・その他野菜:1ha(ジャガイモ、玉ねぎ、ニンニク、赤しそ、キャベツ、小松菜、さつまいも等)等である。ミッションは、「地域の担い手として農業を守る」「食を作り、農業の魅力を伝え、お客様の豊かな暮らしを実現する」「働く人が笑顔で安心して働ける職場をつくる」の3つである。大きくは、農産物生産を担う「生産部」と直売部門「そら野テラス」の2つの部門から成り立っている。

(2) 「そら野テラス」開業の背景

「そら野テラス」の開業の背景には2003年から始まった直売所、おにぎりの加工販売から始まった加工品販売、観光農園としてのいちご狩りなどの多様な6次化の展開がある。こうした6次産業化を展開させ地道に消費者との関係を作る中で「カフェがあればもっと人が集まってくれる。カフェを作りたい」という希望が生まれ、その希望を新潟市が全面的にバックアップした。

農家レストランである「農園カフェ TONERIKO」のコンセプトは、「お米が美味しく食べられること、地域の農業を守ること」であり、自社及び地域の農産物のPR及び販路としての役割を担っている。メニューは、お米を中心としたお肉ランチ、お魚ランチをはじめとして全20品を超える。使用している食材は、自社と地域のものが5割、その他が

(写真2) 農園カフェ「TONERIKO」



(出所) 筆者撮影

(写真3) 店内から見える風景



(出所) 筆者撮影

(写真4) メニュー



(出所) 藤田氏より提供

5割である。

レストランは自社と地域の農業に新たな付加価値をもたらしている。

5. 農地＋「レストラン設置」の副次効果

それでは最後に、農地＋「レストラン設置」の副次効果について考えてみたい。「そら野テラス」の店長を務める藤田友和氏は、次のように語る。

「近年の農村は、農家数の減少により、農家個々の力だけでは地域の農地を守っていくことが困難な状況になりつつあります。農家が農地を守るためには、『農産物の生産以外の農地の活用』が必要であるという考えから、今回のレストラン設置に手を挙げました。

地元農家を守る、ひいては農業の発展につながる用途であれば、積極的に農業生産以外の活用も認めていってほしいというのが本音です。そして手続きの簡略化などが課題だと考えています。

『農村』『農地』にレストランができることで、『田園風景』そのものに付加価値をつけることが可能になり、地元住民はもちろん、観光客、インバウンドに至るまで、『農村』『農地』の素晴らしい景色を再確認することがで

(写真5) 藤田友和氏



(出所) 藤田氏より提供

きます。素晴らしい景色を求めて人が集まることにより、地産地消の推進にもなり、その土地の農業を守ることにもなります。人が集まることにより、雇用が増加し、就農人口が拡大します。

就農人口が拡大すれば、個々の農家が耕作面積を拡大でき、結果的に地域の農地守ることに繋がっていくのだと思います。そのような小さな取り組みの積み重ねが、『農村』『農地』に経済効果を生み出し、最終的に持続可能な農業へと繋がるのではないのでしょうか。」

以下、藤田氏の言葉を参考にしながら、農地＋「レストラン」の副次効果について考えてみたい。

(1) 「田園風景」＋「レストラン」の付加価値

農村地域の景観はとても美しい。だが、それだけでは観光地にはならない。「農地」に「レストラン」を設置することで「田園風景」を観光資源として生かすことができる。「田園風景」＋「レストラン」の組み合わせによって、農村の美しさを人に伝えるチャンスを得ることができ、経済的な価値が生まれている。

(2) 地域における雇用創出

2016年に「そら野テラス」ができたことで、(有)そら野ファームの雇用数が増加した。「そら野テラス」ができる前は、当初10名だった販売部の従業員数が10名から44名に増加した。このことは農村に雇用を生み出していることを意味し、地域経済に貢献していると言える。

(3) 地域における販路の役割

また、「そら野テラス」ができる前の小さな直売所では売り上げ100万円以上の地域農

家数は3名（2015年）であったが、2022年には22名と増加している。このことは「そら野テラス」が地域農家の販路となっていることを意味し、農家の経営向上に貢献していると言える。さらに、市場やJAでは取り扱うことのできない規格外の野菜なども取り扱っている。

（写真6）「そら野マルシェ」



（出所）筆者撮影

（4）地域の生産物の情報発信基地

多様な6次化の展開は、地域農業のPRとなっている。直売所である「そら野マルシェ」では地域の多種多様な生産物が扱われている。

（写真7）地域の多種多様な米



（出所）筆者撮影

開業当初は、「こんな田舎にお店を作っても誰もこないよ」と言われていたにも関わらず、現在は、地域の農産物を幅広くPRする場所となっている。

6. おわりに

本稿では、新潟県新潟市における国家戦略特区を利用した「農家レストラン」である「そら野テラス」を紹介した。担い手不足という課題を抱える農村において、「農地」の活用方法が柔軟になり新しい事業が生まれ雇用創出につながっている。

今回の事例によって指し示せるポイントは、農地の活用の用途が拡大することで、6次化の多様な展開が生まれえること。そして、そのことは、有限会社そら野ファームのみならず地域の農家の収益向上や地域農業のPRにつながっているということである。

今後、農村空間の有効的な活用方法の展開は重要な論点になるだろう。

（謝辞）

インタビューにご協力頂きました有限会社そら野ファームの藤田友和氏には深く感謝致します。

（参考文献）

- [1] 一般財団法人 都市農山漁村交流活性化機構 (2007)『きらめく農家レストラン』都市農山漁村交流活性化機構 P. 3
- [2] 板垣勝彦 (2018)「国家戦略特区を活用した藤沢市の農家レストランの試み」都市住宅学101 43-49
- [3] 橋本行史 (2014)「農家レストランは地域活性化の救世主となりうるか？」関西実践経営 (47) 17-28
- [4] 高桑隆 (2011)『農家レストランの繁盛指南』、株式会社創森社
- [5] 古沢広祐 (2017)『食べるってどんなこと』、株式会社平凡社
- [6] 高桑隆 (2010)『幸せレストラン 農家レストラン』、株式会社同友館
- [7] 生源寺真一 (2005)『よくわかる食と農のはなし』、社団法人家の光協会