

# 農家レストランへのニーズと ” 食文化 ” を生かした地域活性化に関する研究

## Study about regional revitalization , based on farmer's restaurants

加藤 幸 ・ 谷口 建  
Kato Koh, Taniguchi Ken

### 1 . 研究目的

食の安全性に対する関心と同時に、” スローフード ” などに代表される昔ながらの農村の食文化への関心が近年高まっている。安全な農産物をゆったりとした農村部で食するという都市側の嗜好は、農村側から捉えれば、多額の投資を伴いがちなハード面の整備をそれほど必要とせず、地域に昔からあるものを見つめ直した、ソフト面からの地域活性化のチャンスといえる。本研究では「食文化」を中心とした都市と農村の交流の可能性を捉え、「ソフト面からの地域活性化」について農家レストランを中心に検討を加えた。

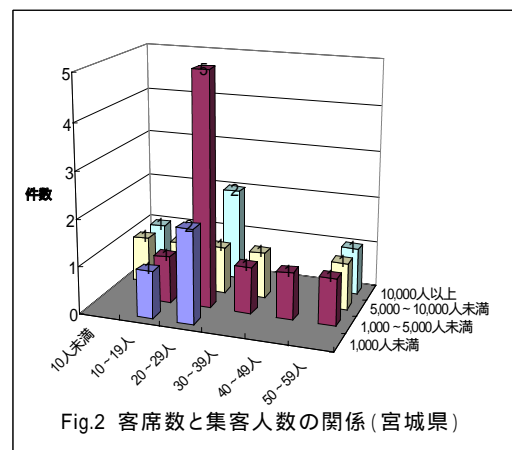
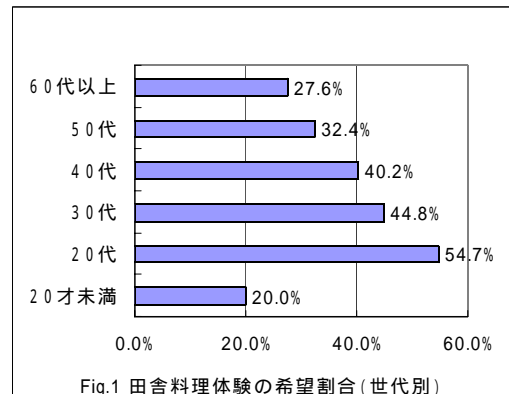
### 2 . 研究方法

農家レストランに対する利用者の意識をアンケート調査した。調査では、都市地域住民の意識（2003 / 6；東京都；回答 1204 名）、地方在住の若者（弘前大学学生）（2003 / 11；回答 142 名）を対象とした。また、農家レストランの現況を把握するため、東北地方で早くから農家レストランへの取り組みがなされており、営業数、規模、地域的バランスから先進的事例といえる宮城県を題材に、農家レストラン経営者のアンケート調査（2003 / 8；有効回答 22 件回収率 71%）および聞き取り調査を実施した。

### 3 . 考察

1) アンケート調査：都市住民に対するアンケート調査のうち、「農村部で体験したいこと」という設問の中で、「田舎料理を食する」ことを希望するものが 34.3%あった。年代別の希望割合で示すと、Fig.1 のように 20 代が 54.7%と最も多くなっている。若い世代ほど関心が高いことは注目し値する。この結果をもとに、地方在住の同年代である弘前大学学生を中心に同様の調査を行った。農家レストランについての認知度は、10%未満ときわめて低いものの、9 割の人が行ってみたいと回答し、潜在的需要の可能性があるといえる。

東北地方で早くから農家レストランへの取り組みがなされている宮城県を題材に、経営者へのアンケート調査を行った。店舗の客席数と集客人数の関係を Fig.2 に示した。宮城の農家レストランの平均的客席数は 20~29 席で、年間集客数は 1,000~5,000 人であった。年間 1 万人以上を集客し、



\* 弘前大学農学生命科学部, Faculty of Agriculture and Life science, Hirosaki University  
キ - ワード：農村振興，農家レストラン

数千万円の売上がある例が4件みられた。

また、利用者が農家レストランに求める項目（Fig.3）を大まかに整理すれば「癒し」、「健康」、「自然」といったもので、経営者側が食材を提供する際に考えている項目とほぼ一致していた。

## 2) 聞き取り調査

**三たてそば すぎやま（宮城県東和町）:** 古い板倉（きっず）を改装し農家レストランにした店で、自家製の冷たいそばの提供している。経営者は、この地域に広く見られる伝統的な板倉を活用し、周辺の農家と共に様々な店舗を設けることで多くの人を呼び、地域の活性化に繋がりたいと考えている。しかし、兼業農家が多いため、消極的な意見が多く地域全体の取り組みにまでは至っていない。

**ふみえはらはん（宮城県加美町）:** 約200年前の自宅母屋を改装した店舗で、農家レストランの元祖といえる存在である。完全予約制で、客の多い日には、近所の人々の協力を得て調理を行うなど地域ぐるみの取り組みがなされている。経営者の渋谷さんは、アイガモ農法の推進や、加美町が推進するグリーンツーリズム事業に参画するなど、農家レストランの経営に留まらず地域におけるグリーン・ツーリズム活動の中心となっている。このような地域貢献への功績を称え、国土交通省から「観光カリスマ」の認定を受けている。

近隣には、娘さんが経営する農家民宿「おりざの森」や他の農家直営のパン工房などがあり、「ふみえはらはん」で食事をし、近隣の農家を巡り宿泊するといった形で、地域の中で人の動きを作ることができる。宮城県のように、首都圏からの日帰りが十分に可能な地理的に恵まれた地域に対し、青森県など交通の便が必ずしも良くない地域では宿泊施設との併設が不可欠となる。このような場合、単一農家が全てのサービスを提供するのでは大きな負担を伴う。この地域のように、「食」、「宿泊」など個々の農家が得意分野を提供する仕組みは非常に参考となる事例といえる。

## 4. まとめ

昔から農村部にあった「食文化」が、都市部の若い世代に新しい魅力的な分野として注目され関心が高まっている。そのようなニーズに応える存在である農家レストランは、地域の食材や郷土料理を提供するのはもちろんの事であるが、それに加え、地域の連帯や農業農村の良さを伝える役割も担っている。このようなニーズとシーズを結びつけることが、今後の農家レストランを通じた地域の発展につながるといえる。

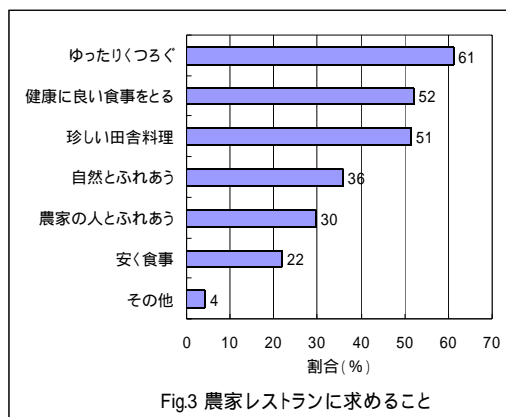


写真1 「三たてそば すぎやま」



写真2 「ふみえはらはん」