

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 －

Information on Farm Restaurants with simple management and Regional specialties

○加藤 幸* 谷口 建*

Kato Koh* Taniguchi Ken*

1. はじめに

輸入農産物の残留農薬問題や、産地偽装事件の多発を受け、「食」に対する社会的な関心が高まっている。一方、地域興しとしての「地産地消」運動や、食べ物の大切さを子供に伝えるための「食育」など、地域における「食」が注目を集めている。「食」の問題を考える場合、欠かせないのが「情報」との関連づけである。この場合の「情報」とは、何も「IT(情報技術)」に限ったことではない。「食」の問題は、農業生産現場や地域の生活や伝統、文化といった“地域情報”との結びつきがきわめて強いものであり、このような視点があつてこそ、IT の利用が効果をもたらすといえる。本研究では、このような地域の「食と情報」の関連性について検討を進める第1段階として、「農家レストラン」を“地域の食情報”と“消費者”を直接結びつける“地産地消”の場の中核と位置づけ、地域の食資源情報とその活用について検討した。

2. 農家(漁家)レストランと情報

農家レストランに関するキーワードで Google 検索した結果を Table 1 に示した。数万件ものデータがヒットする一方、多くの類似情報が存在している。このことは、発信された情報が必ずしも利用者のもとには届かない可能性を示しており、「情報量の多さが、かえって情報をわかりにくくする」問題の存在を表している。また、情報検索の網の目から抜け落ちた事例は、“存在しない”ことにもなりかねず、「情報の発信」と同時に「情報を見つけてもらう工夫」も不可欠である。一方で、埋もれている情報の中にも、注目すべき事例があり、その一例といえるのが、次に述べる青森県平川市尾上地区の農家レストラン「のほほん」のケースである。

Table 1 「農家レストラン」に関連した検索ヒット数

検索ワード	ヒット件数
農家レストラン	61万件
農漁家レストラン	1万件
農家レストラン+東北地方	5万件
農家レストラン+青森県	10万件
農家レストラン+青森県+津軽地方	0.5万件

3. 農家レストラン「のほほん」について

1) ユニークな営業方式: 農家レストランに注目が高まる一方で、思うような成果を出すことのできない店舗もみられる。また、活動に関心は持ちつつも、時間的な制約や資金等の問題などを抱えていて、チャンスをつかめずにいる人の存在も考えられる。このような中で、ヒントとなるのが、青森県平川市尾上地区の農家の主婦7人のグループ「のほほん」が運営する農家レストランの営業方式である。

「のほほん」は、国の指定公園「盛美園」に隣接する、地域の交流施設内で、“月1回、施設内にあるレストランの定休日に、施設を間借りして開業する”というユニークな方法で、2006年2月にスタートした。「のほほん」は、施設を提供し調理指導を行うレストランと地域の農家主婦との間で、高い信頼関係を構築することから活動がスタートした点が非常に珍しい。地産地消を実践する郷土料理提供は、地域の特色を外部にPRする情報発信効果だけでなく、娯楽の場の少ない地方の街に人が集える場を作り出す内部での地域活性化効果も、もたらしている。また、主婦グループの1人が毛筆で書いた絵手紙のランチマットなどは、地域の文化の発信の効果にもつながっている(Photo1)。



Photo 1 提供される料理と活動する主婦

2)「のほほん」方式による起業化の可能性: 「のほほん」の運営は、地域の公共施設の空き時間を利用することで、運営コストや許認可取得の煩雑さを低減し、さらに、営業日を限定することで、本業である農業との両立を図る方法をとっている。直接的な収益性は小さいが、本格的な事業化や個人起業の芽を少ない投資で作出す可能性をもっている。この方法の利点は、次のとおりである。①既存施設の空き室を利用することで、店舗の新改築が不要となる。②地域の公共施設等を農家等に開放することで、施設の有効利用に繋がるほか、施設自体への集客につながる。③許認可を取得済の既存店舗の協力を得ることで、新たな許認可が不要となる。④限られた回数での営業は、労力負担を軽減し、農家の主婦などに活動のチャンスを提供できる。一方、問題点としては、①単独の店舗で大きな収益を望むのは難しく、飛び込みの客や観光客に、必ずしも十分な対応ができない②食品事故が発生した場合の責任の所在やリスク対策の面の曖昧さがある、などが挙げられる。

3)「のほほん」方式に対する行政機関の考え: 「のほほん」方式の検証と、各地域における実態を把握するため、行政機関を対象としたアンケート調査を実施した。対象は、青森 40 岩手 35 秋田 25 の 100 市町村のグリーン・ツーリズム担当者とした。2008 年 11 月～12 月にかけ郵送方式により実施し、73%の回答を得た。

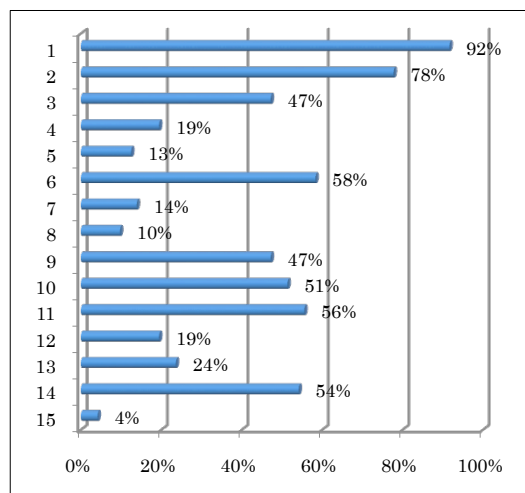
既存施設を利用し、月1回、限定的で営業する「のほほん」の経営方式について、約7割が“大いに関心がある”、“ある程度関心がある”とした。個別意見として、「既存の施設を利用して経費と手間を削減する発想がおもしろい (岩手)」、「最小限の初期投資で実験的に取り組むことができる (青森)」という肯定意見のほか、「興味深いが、衛生上の問題発生時の責任の所在が不明確(秋田)」、「施設を貸してくれた方に迷惑をかける心配がある (岩手)」など、食中毒など食品事故発生時の責任の所在の不明確さを指摘する意見が寄せられた。

「のほほん」の運営方式の課題や問題点について Fig.1 に示した。「地域の人(農家)の参加意欲」が 92%と最も多く、次いで「施設を貸してくれる店舗の有無」が 78%と、地域住民の参加意欲と利用可能な施設の有無に関心が集まった。全体的な回答傾向と問題点を整理すると(1)利用可能な施設と参加者 (2)集客力と収益の確保 (3)事故発生時の責任の所在、に大きな関心が持たれていた。

4)営業の広域的ネットワーク化について: 個別には、月1回などの限定的な営業形態であっても、広域的に連携することで、顧客のニーズ答える可能性について、自由意見を求めた。理想は良いが、「現実面でのネットワーク(連携)の難しさ」を指摘するものと、直接的な利益は少ないかもしれないが、住民にチャンスを提供することで、「地域の活力を作り出すきっかけ」になるのでは、とする意見に2分された。

ここで考える「ネットワーク」とは、コンピュータシステムの構築や大きな運営組織を作ることに限定するものではない。店舗同士が口コミ的にも、お互いに来訪者を紹介しあう「小さな連携」をベースにした地域の食情報の共有は、地域活力の芽を育てるきっかけを作りだし、ネットの情報検索から抜けている部分を補強する役目を果たすことができる。

4. まとめ: 「のほほん」の事例のような Web での情報検索の網の目に引っかけられない情報に、農業農村工学の立場から「生産現場・地域・教育」といった視点を取り入れることが、IT でカバーしきれない情報網を補強し、地域の食情報をより効果的に発信することを可能にする。



- 1) 地域の人(農家)の参加意欲
- 2) 施設を貸してくれる店舗の有無
- 3) 仕組み、考え方に対する理解
- 4) 相互の連携と情報のネットワーク化
- 5) グリーン・ツーリズム活動団体との連動
- 6) 利益を上げる仕組みの具体的方法の構築
- 7) 行政との連携
- 8) 既存の類似施設との競合
- 9) 食中毒対策
- 10) 事故防止などのリスク対策
- 11) 事故が生じた場合の責任の所在
- 12) 指定管理者との契約条件
- 13) 指定管理者と地域の人(農家)との信頼関係
- 14) 集客力の有無
- 15) その他

Fig.1 行政担当者が考える「のほほん」方式の課題