

消費者との関係性から見た農家レストランの意義

—食文化を活用することの目的と意味—

東北大学農学部 大友和佳子

1. 研究の背景と課題

食のグローバル化、都市化に伴う生活様式の変化、技術革新、流通構造の複雑化など食をめぐる環境変化は、食を生産する農村と消費する都市の時間的・空間的・心理的距離を拡大させた。こうした食と農の乖離に関しては多くの指摘がある（註1）。久保田（2006）は、海外から多くの食料を輸入しているという点で、日本は主要先進国の中では、食と農がもっとも乖離している、と述べている。こうした状況は、都市部では、食の安全への漠然とした不安、健康に配慮した食を選択する基準の欠如からくる生活習慣病の蔓延などの問題、農村部では食を生産する担い手の不足からくる地域社会の衰退などの問題を発生させている。

古沢（2012）は、食と農の世界的な画一化と効率化の波は、農村を衰退させ、同時に文化的多様性を急速に失っている現状を指摘しつつ、その保全と育成ないし新たな再生は、地域社会の尊属や文化育成の基幹として重要な部分をなると考える、と述べている。

このように、食と農の乖離がもたらした課題は、地域農業と食文化の多様性の喪失という農村サイドの問題、また都市生活者の農業・農村との距離や関係性の欠如からくる食に関する無関心ないし知識の欠如、という多面的で複雑さをはらんでいると言えるだろう。

徳野（2011）は、こうした状況を、日本の農業・食糧問題に関しては、農業生産従事人口の減少を踏まえても、消費者の動向が非常に重大な要素であると述べており、生産者と消費者の関係性の問題は、乖離した食と農の状況が含む複雑な課題に込める一つの視点になると考える。

よって本研究では、生産者と消費者の関係性に着目しながら、それを重視している農家レストランを取り上げ、特に食文化の消失という問題への解決に向けたひとつのアプローチとして、農家レストランが果たす役割を考察する。

2. 農家レストランの特徴と位置づけ

生産者と消費者との直接の関係を重視しながら農業振興を目指す取り組みとしては、直売所、農業公園、食のイベント、産直など様々な形態があるが、そこでできる生産者と消費者の関係性の内容は異なる。こうした取り組みとの対比から見た農家レストランの特徴は以下の3点である。

1 点目は、農村や農家の自家に消費者を呼び込む点

2 点目は、地域農業に根ざした食文化を活用している点

3 点目は、ただ料理を提供するだけでなく、多くの農家レストラン経営者が体験メニューを設置し、消費者との交流やコミュニケーションを重視している点である。

こうした特徴を踏まえ、農家レストランでできる関係性、農家レストランでしかできないことに接近したい。

3. 研究目的

本研究では、消費者と生産者の直接的な関係を作りながら、食文化を活用することで地域農業の振興を目指す農家レストランに着眼し、農家レストランにしかできないことを明らかにする。この際の分析の視点として、生産者と消費者との関係性に着眼する。すなわち、誰と、どんな方法で、

どんな関係をどんな目的で作っているのかという点を明らかにすることで、その存在意義への考察を進める。

4. 研究方法

本研究では宮城県における農家レストランを3軒取り上げ、その3軒における関係性の在り方についてヒアリング調査を実施した。

調査対象とした農家レストランの概要は、名取市のふみえ・はらはん、色麻町のライス・フィールド、仙台市のもろやの3軒である。

〔調査対象概要〕

	立地特性	開業年月日	従業員数	主な使用生産物	生産物の販路	平均年間売上
たてのいえ	名取市(仙台市から車で20分、仙台空港近く)	平成9年	1名	山菜、魚、米、野菜	直売所・スーパー	500万円
ライス・フィールド	色麻町(仙台市から車で約2時間)	平成11年	4名(2名パート)	山菜、魚、米、野菜	直売所	800万円
もろや	仙台市近郊(市内から車で20分)	平成10年	3名(2名パート)	米、野菜	飲食店・産直・スーパー	450万円

5. 消費者と生産者の関係性の分析

農家レストラン経営者は消費者との関係構築をする手段を通常複数有しているが、ここでは紙幅の関係で、事業目的に最も関わっていると思われる中心的な関係性を一つ取り上げ述べることにする。

	事業目的	誰に	どのように	目的
たてのいえ	食文化を伝えることで地域の文化を伝え、名取市をPR	県内小学生とその親	宮城教育大学と連携し、農業、食文化、環境に即した生活を伝えるいづねの学校を実施	若い世代に知ってもらうことで地域の文化を守るため
ライス・フィールド	安全で安心な食を提供し、地域の憩いの場を作る	近隣住民	音楽のコンサートや料理講習会などを実施	地域の人が集まる居場所を作りたいから
もろや	旬の野菜の食べ方を伝える。	仙台市内の小学生とその家族	社会教育実習で伝統料理の講習会	地域の旬の野菜の食べ方を伝えたいから

たてのいえは、地域の食文化を伝え守るために、次世代の子供たちへの伝承を中心に、環境・食・農業などを総合的に伝える教育の場を持っている。ライス・フィールドは地域の憩いの場を作るために月に一度ライブの場や料理講習の機会を設け、地元の人々が集まりやすいしかけをしている。もろやは旬

の野菜の食べ方を伝えるために地域の社会実習の場で料理教室を開いている。

以上の事例では、それぞれが事業目的に基づいて物を売買する以外の関係性を作るしかけをしている。

6. 結論

本稿で得られた、生産者と消費者の関係性への分析から明らかになった農家レストランの意義について述べる。

- (1) 農家レストランには取引以外の、生産者と消費者の関係性がある。
- (2) 農家レストランにおける地域の食文化や農村文化には、交流や新たなネットワークを起こす役割がある。
- (3) 農家レストラン経営者は地域農業や地域の食文化の担い手を育成するという視点を明確に持ち、そこで見られる生産者と消費者の関係は、農や食の伝え手としての役割、農や食の学び手としての役割など、に変化をし、新たな関係性の形として捉えることができる。

農家レストランにおいて見られる生産者と消費者の関係性の特徴は、料理や家屋など農村空間自体が持つ「場」と食文化の調理方法という「技術」によって、互いの交流関係、農や食の学び手と伝え手といった新たな関係性を生み出している。

(註 1) 食と農の乖離が進展した背景は、消費者の食生活の変化と、日本の農業システムの変動の2つに説明されることが多い。

参考文献

- [1] 久保田裕美『日本の農業 食と農の乖離』 農政調査委員会、2006年、p.4
- [2] 古沢広祐『共存学・文化・社会の多様性』 弘文堂、2012年、p.280
- [3] 徳野貞雄『生活農業論』 学文社、2011年、p.2