



また、ここ数年、農村における起業活動が活発化し、女性農業者が主体となり、農産物直売所や宅配、修学旅行生の農作業体験や収穫体験、地元食材にこだわった地産地消活動など、様々な形で農業・農村の生活文化を発信しています。なかでも農家レストランは、農産物に農村ならではの価値（もの・人・環境）を活かしたサービスを加えて提供しています。そこには、農業を単なる食料生産、原料生産だけで捉えるのではなく、生産者として消費者の手に届くまで係わることで、消費者の期待に応えていきたいという農業者のメッセージが詰まっています。

そして、様々な活動を通して農村の魅力や良さを理解してもらい、農業の応援団になってほしいという想いが込められています。

### 3. 農村からの魅力発信！癒される場所づくり

ラベンダーやポピーが咲く初夏の時期には、多くの観光客が訪れる「町営ラベンダー園」。色とりどりの花びらが花畑を埋め尽くし、「彩りの畑」の風景は周辺の景観に映えて、北海道の夏の風物詩となって、訪れる人たちの心を癒してくれます。

「四季それぞれが一枚の写真になる」中富良野町ですが、そんな魅力ある景観や広大な大地、雄大な自然を味方にして、農家レストラン「北のカレー工房・きらら（空知郡中富良野町宮町2-1）」は、10年前から町営ラベンダー園の真ん中に佇んでおり、その存在感は年々大きなものとなっています。



写真1. カレー工房の外観

オーナーの九栗貞子氏は、中富良野町で水稻、畑作経営をしている女性農業者で、北海道指導農業者でもあります。農家レストラン「北のカレー工房・きらら」を開店したきっかけを聞いてみました。

「輸入自由化により農作物の価格低迷や米政策の見直しで、農作物を生産するだけでは農業を維持することが難しくなりつつあると感じていました。また私たち農業者は、安全で安心できる農産物を消費者に提供する重要な指命があることを常々考えていました。」

自分たちで丹精込めて栽培した農産物に付加価値をつけてお客様に食べていただきながら、生産現場から農業の魅力や情報発信の場をつくりたいと、町内の女性農業者3名で、「旬の野菜こだわりカレー」をメインに2002年、農家レストランをオープンしました。

米、たまねぎ、にんじん、ジャガイモなど材料は全て自分たちの農場で調達できることが、カレーをメニューに選んだ理由です。新鮮な野菜を旬の時期に味わっていただきたいと、夏の3ヶ月のみのオープンと決めました（2011年は6月20日～8月31日の予定）。そこには、農産物を生産している農業のプロとしてのこだわりとプライドがありました。



写真2. 旬の野菜カレー

今年で「北のカレー工房・きらら」は、オープン10年目を迎えますが、道内外の観光客や起業家をめざす女性農業者たちが毎年6,000人近く訪

れています。また、店のネーミングは、中富良野町がクリーン米を推進した時期で“きらら397”が一斉を風靡していたことがきっかけとなりました。

#### 4. 農家直営のレストランから提案

「美味しい農産物に関心を持ってもらうには、旬が大切なんです。でも今では一年中スーパーで野菜を入手することができますが、どれだけの人たちが旬の味を理解しているのでしょうか。」と素朴な疑問を投げかける九栗氏。

「野菜は採れる旬の時期が一番美味しいし、栄養があるんです。」「旬の野菜を提供できる時期だけ開店するからこそ意味があるんです。」

そんな食材を豊富に利用してお客様に提供できる農家直営のレストランには、都会では味わえない魅力的な価値やお客様に支持されている価値が数多くあります。(上川管内経営労働部会資料より引用)

(1) 食品としての価値……「食べごろという“旬”の価値」です。

→新鮮、美味しい、安全で安心できる、品質が良い、手作り感があることです。

(2) 安心・安全としての価値……「正直者“信”の価値」です。

→作物の栽培状況や生産履歴、認証制度の活用など直接お客様へ説明をしたり目に見える形で作物を含めた農業情報を提供しているところです。

(3) 視覚・空間的な価値……「疲れがほぐれる“癒し”の価値」です。

→空気が美味しい、農村景観が素晴らしい、四季感(旬)がはっきりしてる、ゆったりとした時間が流れる、故郷感(田舎)を味わうことができることです。

(4) 人を通じた価値……「おもてなし“和”の価値」です。

→懐かしい味、作り手の顔が見える安心感、作物の品種特性や食べ頃を知っている、農作業体験や収穫体験につなげることができます。

(5) 知識、技術的な価値……「明日からでも使える“得”の価値」です。

→農産物を利用した料理方法や栄養、機能的な

どの知識を教えてもらえることです。

(6) 顔の見える価値……「手から手へ“絆”の価値」です。

→農産物の宅配や地方発送、庭先販売や地産地消につなげることができます。このように、新鮮な食材を利用した豊富な料理の他に、農村に伝わる文化やそこで働く人たちが持っている癒しや人のぬくもりを感じる空気など都会にはない農村ならではの価値を農家レストランから多くの人たちに提案しています。その価値をどう提案するかは、物(農産物)・人(レストランに関わる人)・環境(周りの景観)をどう活かすか、どう感じ取るかは個々で様々です。

#### 5. 農家レストランに夢を託して、自分らしく生きる!

農業と「北のカレー工房・きらら」との両立は難しいのではないのでしょうか?「提供する農産物の一番美味しい時期だけにこだわった農家レストランだからこそ意味があります。」と農作物の管理作業で多忙な6月~8月までの3ヶ月間を農業とカレー工房の切り盛りに追われる九栗氏ですが、「忙しい!」の言葉は殆ど聞いたことがありません。

何がそこまで九栗氏を突き動かすのか訪ねてみました。

「農家は作物を作ることに関してはプロです。しかし今は、作る農業から売る農業、さらに付加価値をつけてお客様に食べていただくまで責任を持つことが農業に課せられていると考えています。お客様の声をもとにスタッフで毎日話し合い、より満足度の高い商品を提供しようと考えていることが、営農の原動力にもなります。」と言い切る九栗氏。「いくら忙しくても自分の理念や目標があれば頑張れるのです。」「私は農業のプロです。だからこそ本当の味をお客様に伝えたい、それが自分の描いた農業の形、そして夢なのです。」

「北のカレー工房・きらら」のいちおしメニューは“旬の野菜カレー”です。レストランで利用する食材すべてが地元産の新鮮な農産物です。朝、野菜を収穫し、それをレストランに持ち込み、下準備して料理に使うという農家では極自然なこと

が、毎回カレー工房では行われています。また、カレーやサラダに使う野菜のトッピングが時期で変化することで「旬」を楽しんでいただいています。



写真3. トッピング野菜を調理する九栗氏

さらにお客様の要望で、自らの農場で農作業体験や庭先販売、米の宅配や野菜の地方発送をして、多くの消費者に喜ばれています。このように農家レストランは、農業者の思いひとつで限りなく無限にお客様に農村の魅力を発信することができます。

その集大成として平成22年、北海道開発局主催の「わが村は美しくー北海道」運動第5回コンクール2010に応募した結果、人の交流部門(138

件の応募数)で「北のカレー工房・きらら」の活動が銅賞を受賞しました。地元女性農業者がカレーの店の経営を通じて消費者と顔の見える関係を築いていることやリピーターが多く、米や野菜の宅配、農場での収穫体験や地域全体で農業体験の受入れに発展したこと等が高い評価につながりました。

#### 6. 農家レストランからの提案

大自然に囲まれた農村地帯。田んぼや畑、赤、黄、紫に咲く花々。心地よくさえずる小鳥や虫の声。そんな風景のなかでゆっくりとした時間が流れ、心身ともにリフレッシュしながら美味しい料理をいただく。農家レストランは、前に述べた6つの価値を、その土地の伝わる風土や人々の暮らし、文化と交わって消費者の方々にその素晴らしさを提案しているのです。そして、そこには懸命に農作業をしながら直向きに生きる農業者の“まごころ”や潜在的に持っている“人情”が都会では真似のできない癒しと安らぎを農家レストランの商品を通して発信しているのです。

九栗さんが考えている農業者としての理念とは何か訪ねてみました。

「一生懸命、正直に生きること、そして人・環境・作物に優しい農業に取り組むことです。」住んで楽しく、訪れて癒される、そんな農村の魅力をこれからも新鮮な食材と人を通して提案していくことを大いに期待しています。