

高儀農場～6次産業化への挑戦～

新潟薬科大学応用生命科学部生命産業創造学科

江口輝, 小林翔太, 高橋怜生

新潟県の6次産業化成功事例として注目される高儀農場。就農以降、同社は販売ルートの新規開拓や農産物の加工など様々な取り組みを行ってきた。その中でも成功に大きく貢献したのは、同社が運営する農家レストラン「ラ・トラットリア・エストルト」の開設だ。天然木の店内で華やかな本格イタリアンを味わうことができるため、女性客を中心に連日賑わいを見せている。現在では「高儀農場と言えば農家レストラン」のイメージが定着し、同社を象徴する存在となっている。これは同社の農家レストランを軸とした経営戦略によるものである。本稿では同社社長兼レストランのオーナーを務める高橋真之介氏へのインタビューを通し、同社の6次産業化に至る経緯、理念、農家レストランを軸とした経営について明らかにする。

キーワード：6次産業化、農家レストラン、ブランド化、産地直食

【1】「農家レストラン」を取り巻く背景

(1-1) 日本国内における農業の現状

本題に入る前に、農家レストランを取り巻く背景について整理する。現在、国内の農家は経営難や人手不足・高齢化などの理由から辞めてしまう経営体が相次ぎ、その数は減少傾向にある(図1)。これには農業に「仕事がきつい」「儲からない」というイメージがあることも追い風となっている。

そこで農家の所得向上を目指し、6次産業化が推進されている。6次産業化は生産者が生産・加工・販売及びサービスを一手に担い、

農業の可能性を拡張する試みである。近年、参入する事業体は増加傾向にある(図2)。

その取り組みのひとつが「農家レストラン」だ。農家レストランは、名前の通り農家が経営する飲食店のことである。農家レストランは都市部から離れた場所に位置することが多いが、その立地も強みである。その地域の風景や雰囲気も、レストランを引き立てる価値の1つとなるからだ。農家は自家製の農作物に新たな価値を与えることができ、消費者はその農作物を料理として味わうことができる。農家レストランは双方にとって魅力的な取り

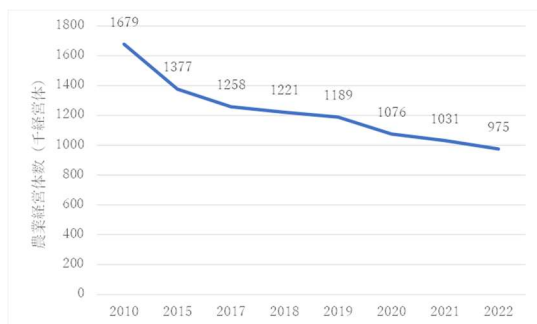


図1 農業経営体数の推移
(農林水産省 HP 経営体数に関する統計より作成。年次の間隔が不規則である点に注意)

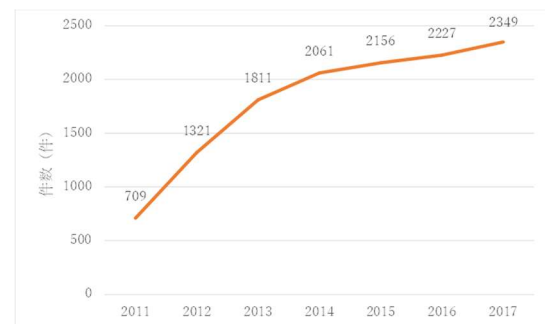


図2 6次産業化累計認定件数の推移
(総務省作成の表：総合化事業計画認定件数の推移より作成。)

組みであることが分かる。しかし、実施が可能となったのは2000年代に入ってからのことだ。

(1-2) 国家戦略特区の設置

1952年、国内の農地を守るため「農地法」が施行された。この法律は戦後の食料不足を打開するため、食料増産を目指して定められた。具体的には農地を農地以外に転用することを防ぐという役割がある。したがって農地にレストランを立てることは法的に不可能であった。しかし、「国家戦略特区」の実施により風向きが変わっていく。国家戦略特区は“世界で一番ビジネスをしやすい環境”を作ることを目的とし、大胆な規制緩和や税優遇などを行う大規模な改革制度として始まった¹。地域を限定して規制緩和などを実施し、有益であれば全国でも展開される。2013年に関連法が制定され、1年後に地域が設定された。新潟市は「大規模農業の改革拠点」としてその第1弾に選ばれている。

そこで行われた取り組みのひとつが「農家レストラン設置の特例」である。従来なら農地にレストランは設置できないが、特区内ではいくつかの条件²を満たすことで「農家レストラン」として開設することが可能となった。2016年には特区内で3軒のレストランが認定を受け営業を開始している。そのうちの1軒が、本格イタリアンを堪能できる高儀農場の

「ラ・トラットリア・エストルト」である。そのほかには、藤田ファームの「ラ・ビステッカ」、そら野テラスの「トネリコ」と個性的な面々が並ぶ。開店当初から話題になり、3年後には3軒合計で利用者9万人超え・売上額1.5億円近くに上った³。この結果を受けて令和2年に特例が全国展開された。

(1-3) 農家レストランの事例

次に高儀農場と同時期に始まった農家レストランの事例を2軒紹介する。1軒目は藤田ファームの「ラ・ビステッカ」だ。同時期に開業した3軒の中では最も早く、2016年3月18日に開店した。新潟県新潟市西蒲区橋本に位置する。ここは全国初の水田を埋め立ててできた農家レストランである。母体が牧場であるため、商品展開は畜産物が中心となっている。イタリア語でビーフステーキを意味するラ・ビステッカでは名前の通り、牧場で飼育した岩室牛の肉料理を味わうことができる。岩室牛はブランド化された品種であるため、メニューの価格設定は強気である。さらに敷地内のカフェやジェラテリアでは、新鮮な牧場牛乳を使用したスイーツなどを購入可能だ⁴。

2軒目はそら野ファームの「トネリコ」だ。2016年5月20日に開店した。新潟県新潟市西蒲区下山に位置する。田では米作りに力を入れており、「真鴨米」や「寿々米」など複数

¹ 内閣府「国家戦略特区」

https://www.kantei.go.jp/jp/headline/kokkasenryaku_tokku2013.html

² 農林水産省「農家レストランに係る国家戦略特区の全国展開について」

https://www.chisou.go.jp/tiiki/kokusentoc_wg/h31_r1/shouchou/20191125_shiryous_

1_1.pdf

³ 新潟市「新潟市国家戦略特区～規制改革による新たな挑戦～」p 3
<https://www.city.niigata.lg.jp/shisei/seisaku/jigyoproject/kokkatokku/tokku/index.files/niigatasitokku.pdf>

⁴ 藤田ファーム

<https://www.fujitafarm1866.com/stores/la-bistecca/>

品種の栽培を手掛けている。そのためトネリコでは米を軸にしたメニューがそろえられている。例を挙げると米のうま味を引き立てるおかずや米粉使用のピザ、スイーツなどだ。地元の野菜をふんだんに使い、地域の味を楽しむことができる。これらの事例を頭において、次項で高儀農場はどのような点を軸にしているのかみていこう⁵。

【2】高儀農場の概要

(2-1) 全体

高儀農場は新潟県新潟市北区新崎に位置する。最寄りの新崎駅からは1.5kmの距離があり、お世辞にもアクセスがしやすい立地とは言えない。しかし、一見不利に見える立地も魅力の一つだ。駅から離れて周囲を囲む農地が、まるで自然に溶け込むかのような高儀農場特有の雰囲気を作り出している。経営面積は水稲が3,300m²、畑が1,000m²、ビニールハウスなど施設園芸が12,260m²で合計46,260m²ほどの規模を有する。これは東京ドーム約一個分に匹敵する。1993年に法人化し、現在は有限会社高儀農場として登録されている。現在、代表を務める高橋真之介氏とその兄弟姉妹が中心となり役割分担をしながら営んでいる⁶。レストランを担当するのは4人兄弟の長男で代表を務める高橋真之介氏だ。学生時代に調理の世界に魅了され、高儀農場に勤める前は新潟市内で料理人として働いた経歴をもつ。そして農場を担当するのは次男の高橋泰道氏だ。トマト・イチゴ・米の栽培を手掛けており、高儀農場の生産を支える存在である。学生時代は農業大学校に進学し、卒業後に高

儀農場へ就農した。ただし当時の経営者である高橋治儀氏と折り合いがつかず、出ていった経歴もある。現在では高儀農場に復帰し、農場の総責任者として経営に携わっている。

敷地内にはビニールハウスを中心とした農場、直売所「Sagra」、農家レストラン「ラ・トラットリア・エストルト」が立ち並ぶ。農場では代名詞のフルーツトマトに加え、新潟県のブランドいちご「越後姫」や安心・安全を合言葉に育てたコシヒカリ「高儀情熱米」の生産を手掛けている。春先にはいちご狩りが開園し、ファミリー客を中心に賑わいを見せる。また高儀情熱米は新潟県特別栽培農作物⁷に認証されている。直売所では農作物を中心に、加工品のフルーツドライトマトやトマト配合のオリジナルウインナーなどが取りそろえられており、購入することができる。

(2-2) 農家レストラン

「ラ・トラットリア・エストルト」

ラ・トラットリア・エストルトでは農場でとれた新鮮な野菜や加工品を味わうことができる。「『産地直食』を実現するため、高儀農場にレストランの存在が無くってはならない」と高橋真之介氏は語る。「産地直食」は作った産地で直接食べる、という高儀農場のこだわりである。また、「レストランを通してお客さんと直接関われることを大事にしている。お客さんが料理を口にして喜ぶところが見えるとモチベーションになるし励みにもなる。」という。高儀農場＝レストランのイメージが定着し、シンボルとなっているのも頷ける。

また、店名の「ラ・トラットリア・エストル

⁵ そら野テラス公式ホームページ
<https://sola-terra.jp/toneriko/>

⁶ ごつつお LIFE

<https://gozzo-line.com/niigata/4006/>
⁷ 新潟県公式ホームページ
<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/nosanengei/1203526857401.html>

ト」はイタリア語で「La Trattoria Estorto」と表記する。La Trattoriaは「食堂」という意味を持ち、レストランを想起させる。一方Estortoは「東の菜園」というニュアンスをもたせた造語である。「東」を意味するEstと「菜園」を意味するortoを組み合わせ、高儀農場そのものをイメージさせる。産地直食を実現する農場とレストランの密接な関係を表現し、高儀農場を象徴するようなネーミングとなっている。

【3】高儀農場の歩み

高儀農場は、現在代表を務めている高橋真之介氏の父である高橋治儀氏が1972年に就農したことから始まった。その後、トマトの節水栽培を開始し、まるでフルーツのような甘さを持つ“フルーツトマト”が完成した。できた当初は市場に認知してもらえずに苦勞を強いられた。そうした中で、最後の頼みのような気持ちで全農の東京生鮮食品集配センターに出荷したところ、長野のスーパーマーケットツルヤのバイヤーと出会い、つるやへの出荷を開始した。

この頃から自宅車庫で直売を始め、そこから口コミで評判が広がり販路も広がった。しかし、当時の高橋治儀氏は1つの悩みを抱えていた。それは、自分たちが苦勞して作ったものが、卸したあと、どこに行っても誰の口に入るのかがよく分からないということである。当たり前といわれればそうかもしれないが、高橋治儀氏はこれをただの当たり前とせず、悩みを解消するためにレストランという手法を用いた。こうして2000年頃に始めたレストランは、今のようにお店を構えてやるのではなく、ビニールハウスを客席に見立てて、そこに移動販売用のトラックを横付けするという形であった。このときに、今の店名でもあ

る“ラ・トラットリア・エストルト”という名前が付けられた。当時は、全国的に見ても農家がレストランをすること自体珍しかったため、ニュースなどに多く取り上げられた。しかし、行政から農地法上の違法性を指摘され、協議を重ねた結果、休業することとなった。

その後、高橋真之介氏が新潟市内のレストランで10年ほど料理の修行をしていたとき、父の高橋治儀氏からソーセージ作りの人手が少なくなったので手伝ってほしいとの連絡を受け戻ってきた。それ以前にも修行先のレストランでフルーツトマトを使用するために、仕入で高儀農場には訪れていたが、お昼時になると、以前レストランをしていたビニールハウスの近くには当時のお客さんたちが集まっており、「もうやらないんですか？」というラ・トラットリア・エストルトの復活を求む声を聴いていた。このような声と、高橋治儀氏から続く農作物を収穫してからお客さんの口に入るまでを見届けたいという思い、さらには国の政策である国家戦略特区の指定などが重なり、2016年、今の様式でのラ・トラットリア・エストルトが開店した。

【4】高儀農場の6次産業化への挑戦

（4-1）フルーツトマト

トマトは水やりを少なくして栽培することでより糖度が上がる。現在では、これがフルーツトマトとして世に出回っている。しかし、高儀農場が栽培を始めた頃は、普通のトマトとフルーツトマトが区別されていなかった。それでも高儀農場は、フルーツトマトの栽培を続け、そのブランド化に尽力していた。その結果として、徐々に世間での認知度も高まっていった。また、スーパーツルヤなどの独

写真1 高儀農場栽培のフルーツトマト



自の販路を開拓して、販売する場所を限定することで、さらなるブランド化を図った。今では、高儀農場の顔というべき存在となっている⁸。(写真1)

(4-2) いちご狩り

高儀農場は、新潟県のブランドいちごである越後姫の栽培を行っている(写真2)。越後姫は、1996年に品種登録された品種である。その後、高儀農場では1999年から、栽培と同時にいちご狩りをスタートさせた。いちご狩りは、生産(一次産業)と観光や体験型のサービス(三次産業)を組み合わせた活動である。それらに加えて高儀農場では、獲れたいちごをジャムとして加工する(二次産業)も行っている。

(4-3) 直売所とレストラン

直売所 Sagra では、高儀農場で採れたトマトやいちごなどの農産物を販売している(写真3)。さらに、先ほど述べた越後姫を使ったジャムのような加工品も取り扱っている。これらの製品を好みに合わせてパッケージした高儀農場ギフトセットもお中元やお歳暮に最適である。

写真2 高儀農場栽培の越後姫



写真3 直売所 Sagra



レストランでは、これまで紹介してきた農産物やその加工品を使った様々な料理を味わうことができる。高橋真之介氏は、「レストランは高儀農場の窓口である」と語っている。なぜなら、レストランで食事をすることで結果的に直売所やいちご農園を知るきっかけとなるからである。このように、レストランは顧客と農場を繋ぐ重要な役割を担っている。

【5】高儀農場の経営戦略について

高儀農場の経営戦略について以下の五つが挙げられる。一つ目にロコミによる広告である。高儀農場では自主的な広告活動を一切していない。なぜなら、ロコミやメディアから

⁸ 農林水産省「平成29年度全国優良経営体表彰」

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/yuryo-10.pdf>

の取材を受けることで宣伝となっているからである。ラ・トラットリア・エストルトの平日の客層は40代から80代の女性が多い。高儀農場の代表の高橋真之介氏は「女性のロコミは非常に強く、次の顧客を連れてきてくれるため、SNSが普及している世の中だが地元でやっている以上、地元の人からのロコミが一番の宣伝になる」と語る。ロコミによって与えられた情報は消費者の意思決定に大きな影響を与える。利用者は満足すれば正の情報伝達をする一方、不満であれば負の情報をロコミによって伝達する。高橋真之介氏は「良い意味でも悪い意味でも女性のロコミは強い」と感じている。ロコミによる広告は広告費をかけずに多くの人に認知してもらえるので費用対効果が非常に高い。また、顧客がSNSで情報発信をすることやメディアからの取材を受けることもある。農業特区が設立した時には地元を始め、全国から数多くの取材が殺到した。過去には地方創生大臣なども視察に来られた。その際はフルーツトマトや越後姫を使用したサラダやパスタと共に農家レストランの景観も味わっていた。

二つ目にラ・トラットリア・エストルトによる直売所 Sagra へのプロモーションについてである。ラ・トラットリア・エストルトで料理を食べてもらうことで直売所 Sagra への宣伝につながっている。ラ・トラットリア・エストルトと直売所 Sagra は一心同体である。

三つ目に価格設定である。ラ・トラットリア・エストルトでは農場で採れた野菜をそのまま使用するので他のレストランでは付けられないような値段でサラダなどを提供している。例を挙げると、フルーツトマトを使用したサラダを324円で提供している（写真4）。これを他のレストランで行おうとすると、原

価で商品を仕入れるため、ラ・トラットリア・エストルトのような値段設定をすると赤字になってしまう。また、ラ・トラットリア・エストルトでは米料理に加えてピザやパスタなどのイタリア料理が多い（写真5、6）。このように農場で育てた野菜を使用したオリジナルメニューも魅力の一つである。

四つ目に農場での残渣利用である。高儀農場では農場で採った野菜の廃棄を減らす工夫を行っている。ラ・トラットリア・エストルトがあることで他の農家では廃棄してしまう野菜も商品化につなげている。トマトを例に挙げると、植え替え時に熟していない緑色のトマトも収穫して、温度をかけ追熟し、人工的

写真4 フルーツトマトたっぷり農場野菜のサ



写真5 トマトソースパスタ



写真6 3種ミニトマトのマルゲリータ



に赤くしてトマトソースとして使用している。他の残渣も農地の肥料として再利用している。通常の農家であれば廃棄にしてしまう野菜も商品化につなげることが出来るのは農家レストランならではの特徴である。

五つ目に建物の外観と内観である(写真7、8)。特徴的なガラス張りの大きな窓からは周囲の景色が見渡せる。晴れた日には店外のテラス席に座ることができる。農家レストランの特徴の一つである立地をうまくとり入れた好例である。さらに、市街化調整区域に位置しているため、広がる田畑やそびえる山々が遮られることなく、外を走る電車や空を横切る飛行機も見ることができる。レストランの玄関たる入口は鳥居調の造形がなされており、設計者の意趣が凝らされている。またラ・トラットリア・エストルトには看板が設置されていない。あえて看板を作らないことで、店舗そのものが目印になっているからである。工夫の凝らされた建物に入ると、天井の高い開放感のある空間が広がっている。大きな窓からは光が差し込み、光と天然木のあたたかい雰囲気に包まれる。これによって自然の中にいるような感覚を目と肌で感じることができる。この天然木は新潟県産のものを使用している。宮大工の技術で釘を一切使わず

に建築されており、1996年にウッドデザイン賞を受賞した。また店内で使用される食器はシンプルなものメインである。そのシンプルさがトマトの色、野菜の鮮やかさをさらに引き立てている。

【6】現在から今後について

高儀農場は産地直食をコンセプトとしているがこれからはインターネット販売を行っていきたくと計画している。近年、インターネットでの販売や情報発信が急速に拡大している。高儀農場のフルーツトマトは水分を抑えて作っており、実がしっかりしているため、流通に適している。しかし、インターネット販売を始めるに当たってIT関連などの問題点がある。インターネット販売に必要なシステムの構築には数多くの知識と技術が必要だ。例えば、商品の在庫管理、受注、発送処理などである。高儀農場自身でシステムを構築するには膨大な資金や時間が必要である。とはいえ、今後高儀農場がインターネット販売を導入することができると、販売チャネルの向上、

写真7 ラ・トラットリア・エストルト(外装)



写真8 ラ・トラットリア・エストルト(内装)



顧客層の拡大、販売効率の向上など様々な恩恵が期待できる。地理的な制約を受けずに全国的な販売チャネルを確保することでより多くの消費者に商品を届けることができる。また、現在は比較的年齢層の高い女性の顧客が多いが、インターネット販売を通して老若男女問わず、幅広い顧客層を開拓しながらビジネスチャンスを広げることができる。

高儀農場はこれまで、販路の開拓やブランド化、農家レストランの開設など様々な挑戦を行ってきた。その取り組みが高く評価され、2017年の6次産業化アワードにて食料産業局長賞を受賞した⁹。これは全国の6次産業化を行う事業者の中から、先進的で優れた取り組みを讃えるという趣旨で行われている。多数の応募がある中、高儀農場は上位に入賞したことからも、その取り組みが有効であったことが分かる。6次産業化の成功事例として、全国から注目が集まる高儀農場。今後もその

【主要参考文献】

図表

図1)農林水産省 「統計情報“経営体に関する統計 農業経営体数”」 2023-08-01

<https://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/07.html>

図2)総務省 「六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の状況 図表 4-(2)-① 総合化事業計画の認定件数」

https://www.soumu.go.jp/main_content/000610702.pdf#:~:text=%EF%BC%89%E3%82%92%E3%81%BF%E3%82%8B%E3%81%A8%E3%80%81%E5%9B%B3%E8%A1%A8%204-%28%29-%E2%91%A2%E3%81%AE%E3%81%A8%E3%81%8A%E3%82%8A%E3%80%81%E5%B9%B3%E6%88%90%2029,%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E6%9C%AB%E6%99%82%E7%82%B9%E3%81%AE%E6%B4%BB%E7%94%A8%E4%BB%B6%E6%95%B0%E3%81%AF%E7%B4%AF%E8%A8%88%E3%81%A7%20486%20%E4%BB%B6%E3%81%A8%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%80%82

⁹ 農林水産省「6次産業化優良事例表彰表彰式」

挑戦から目が離せない。

【謝辞】

ヒアリング・取材でお世話になった高儀農場の高橋真之介氏、関係者各位のご協力・ご理解に謝意を表します。

WEB サイト

・インタビューは高儀農場の代表を務める高橋真之介氏である。インタビューは2023年6月7日に行われた。

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/yuryo-20.pdf>

- ・農林水産省 「農林漁業の6次産業化 “6次産業化とは”」

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/index-1.pdf>

以下、文中の脚注文献

- ・脚注1) 内閣府「国家戦略特区」

https://www.kantei.go.jp/jp/headline/okkasenryaku_tokku2013.html

- ・脚注2) 農林水産省「農家レストランに係る国家戦略特区の全国展開について」

<https://www.chisou.go.jp/tiiki/kokusen>

- ・脚注6) 新潟県公式HP 新潟県特別栽培農作物認証要綱・同要領

<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/nosanengei/1203526857401.html>

- ・脚注7) ごっつお LIFE

<https://gozzo-line.com/niigata/4006/>

- ・脚注8) 農林水産省「平成29年度全国優良経営体表彰」

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/yuryo-10.pdf>

[toc_wg/h31_r1/shouchou/20191125_shiryou_s_1_1.pdf](https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/toc_wg/h31_r1/shouchou/20191125_shiryou_s_1_1.pdf)

- ・脚注3) 新潟市「新潟市国家戦略特区～規制改革による新たな挑戦～」 p 3

<https://www.city.niigata.lg.jp/shisei/seisaku/jigyoproject/kokkatokku/tokku/index.files/niigatasitokku.pdf>

- ・脚注4) 藤田ファーム公式ホームページ

<https://www.fujitafarm1866.com/stores/la-bistecca/>

- ・脚注5) そら野テラス公式ホームページ

<https://sola-terra.jp/toneriko/>

- ・脚注9) 農林水産省「6次産業化優良事例表彰 表彰式」

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/yuryo-20.pdf>

写真

全ての写真は高儀農場公式ホームページより引用

<http://fruitstomato.com/index.html>