

特別寄稿

フランスの農村景観 と地域づくり



林 美香子

フリーキャスター・
フードジャーナリスト

1 はじめに

今年の9月30日から10月7日までの行程で行われた、「北海道カントリーホーム構想欧州視察団」（景観研究者、行政職員など参加者14名・はまなす財団後援）に参加し、フランスの農村景観、グリーンツーリズム、アグリビジネス、地域づくりなどを視察してきた。

空路リヨンに入り、アルプスの山岳地帯の農村や地方自然公園（詳しくは後述）、農家民宿、農家レストラン、AFRATと呼ばれる農村地域のツーリズム活動人材養成教育機関などの視察、その後パリで、DATAR（フランス産業開発局・フランスの縦割り省庁の中で唯一枠を越えて、各省庁の調整を行う権限のある政府機関）の聞き取り調査などを実施した。（通訳：はまなす財団・小俣寛氏）

農業王国フランスならではの、農業・農村を大切にされた地域づくりと、それに支えられた美しい農村景観に感動する5日間であった。その模様をレポートする。



ボッフォールの放牧地帯。放牧地1ヘクタールにつき牛1頭と決められている。

2 チーズと美しい農村景観

フランス第2の都市・リヨンからバスで数時間の山岳地帯、オリンピック開催地となったアルベールビル付近にあるボッフォールに到着。美しいアルプスの山地農業地帯は、まさに「アルプスの少女ハイジ」の世界である。参加者一同、その美しさに感激しつつ、カメラのシャッターを切り続けた。アルプスの雄大な大自然を背景に、古くからの伝統的な板屋根作りの家が並び、どこから見ても「絵」になる素晴らしい光景である。

ボッフォールは、AOC（原産地呼称認定制度）を取得したボッフォール・チーズで有名な地域で、高付加価値チーズによる成功は、「ボッフォール・モデル」とも呼ばれ、フランスのみならず、欧州全体でも注目されている。

夏の間、標高1500mの山に放牧され、高地の牧草と草花だけを食べて育った牛の乳から作られる高品質なチーズの製造により、地域の農業が維持されると同時に、美しい景観が保持されているのである。かつて牛乳の保存法として始まった伝統的製法を守り、農家が組合を作って生産を続けている。一個が40kgもある硬質チーズで、そのまま食べても、グラタンにしてもおいしい。かの有名なブリア・サバランが著書「美味礼讃」で、「ボッフォール・チーズは山のチーズのプリンス」と呼んだほどである。このチーズのおかげで、農業後継者難の心配は全くないという。また、美しい景観を求めて、多くの観光客がフランス各地からバカンスに訪れ、農家民宿も多い。

人口2000人ほどのボッフォール村の中心部は、

教会や役場を中心に小さなホテルやレストラン、土産店などが連なり、滞在したくなる心地よい空間だ。どの家もセンス良く花が飾られ、人々が行き交い、静かでありながら、豊かな雰囲気である。



チーズ工場。1968年にAOC取得。工場見学もでき、直売所もある。キロ単位で切り売りしてくれる。



チーズ工場内部。ロボットがチーズをつかみ、塩をまぶしてひっくり返し、元の位置に戻す作業をしている。

都市計画担当助役のレオポール・ビアレさんによれば、「村の美しさは、土地利用や建築物の形状、色など細かい取り決めのある都市計画の文書が効力を発揮しているから」とのこと。1950年代のダム作りの時に、景観を損ねる安易な住宅作りをしてしまったという、反省もあるという。役場や広場の見事な花の植栽も、昔からの伝統ではなく、観光を意識するようになって以降、役場に2名の花担当者（他の仕事と兼務）を決め、その担当者がデザインをするとともに、維持しているそうだ。

今回、運良く、1960年代にチーズ組合を結成した中心的人物マキシム・ビアレさんの未亡人エリザベラさんにお会いすることができた。1950年にパリから嫁入りし、7人の農村花嫁たちとグループを作り、農家民宿を始めた地域のリーダー的存在。「夫たちが工場を作り、スイスの観光地をまねて、展示コーナーも設けたの。昔は道路もなく、水道もなく、大変だったけれど、今はとてもきれいでしょ。この25年で大きく変わったわ」と、80歳代とは思えない元気さで応対してくれた。

フランスも昔から美しく整った景観が自然にあったわけではないのだ。そこに住む人たちの努力のたまものであることを、忘れてはならない。

3 農家民宿・農家レストラン・直売所

今回の視察で私自身、特に楽しみにしていたのがグリーンツーリズム。フランスはグリーンツーリズムの先進地として有名だが、「本場はやっぱりすごい」の一言である。

グルノーブルから車で30分ほどのメオドル村で、ジットドフランス（フランス最大の農家民宿の連盟）に加盟しているオシャレな雰囲気の農家民宿アルカンソンに3連泊した。ここは、リヨンで心療内科医として勤務していたデュテリエヴォスさんが、バカンスのたびに訪れ、あこがれていた農村への移住を決意し、古い農家を取得後開業した農家民宿。1983年に家族5人で移住し、医師の仕事を続けながら、自ら改装し、2年後に開業した。センス溢れるインテリアに感心していたら、別棟はかつての豚小屋を改装したと聞き、びっくりしてしまった。今では、長男、長女も経営に加わり、農村体験ツーリズムのコーディネートなども手掛ける従業員9名の会社組織になっている。

日本人の私たちのために、米料理や魚料理を出してくれるなど、温かなホスピタリティを感じた。農業者だけでなく、農村地帯に移住した非農家の農家民宿も多いところが、日本とは大きく違う点だ。フランスでは、2005年、農村発展関連法が施行され、都市住民の農村移住を助成する税的優遇措置も盛り込まれた。これは、都市住民の農村移住による農村観光参入や起業促進が農村全体の活性化につながると考えられているからである。



農家民宿。部屋数15室、収容人数38人。左奥の建物が元豚小屋を改装し客室にしている別棟。



農家民宿の内部。おしゃれなインテリアの食堂。セミナールームもあり、企業の研修なども誘致している。

アルカンソンでは、近くの農家直売所を熱心に紹介された。付近には、有機食肉農家など質の高い生産農家も多く、地域との連携を大切にしているようだ。牛や豚のソーセージやパテを製造・販売している畜産農家、AOCチーズやミルクジャムを製造・販売している酪農家の直売所を訪ね、買い求めた。ブルーチーズもミルクジャムもソーセージも実に良い味で、中でもミルクジャムのおいしさは絶品だった。日本で販売されているものに比べると、色が茶色で「液体状のミルクキャラメル」といった味わいだ。北海道内でもミルクジャムを手掛ける農家が出始めているが、牛乳の販売不振に陥っている北海道の酪農にとって、このミルクジャムは、新しい乳製品としての可能性が大きいと思う。チーズ作りに比べると投資も少なく、技術的にも難易度は高くないだろう。フランスの家庭では、「ママの味」として気軽に手作りしているそうだ。酪農家ごとにいろいろな工夫をしたミルクジャムの製品化を提案したい。

豚舎などを案内してくれた畜産農家は、「有機認証をとるには費用がかかるが、農協に出すより、自分で加工して、自分で売るのがずっと良い。経営的に良いだけでなく、消費者との顔の見える関係が良い」と語っていた。これは、北海道の先進的農家にも通じる考え方だ。



農家直売所で牛乳を販売している様子。近くの人がカンを持参で買物にきていた。

農家レストランに活路を見いだす小規模農家も多い。ヴェルコール地方自然公園の中で、農家レストランを経営するフランソワさんは、趣味のハングライダーを通して、マルチヌさんと知り合い、結婚。彼女の親の農地15haを引き継ぐことになり、小さい農地でどう生きていくかを二人で真剣に考えたという。

その結論が、飼育した牛肉の加工・直売をして付加価値をつける農家レストラン「マルチヌとフランソワ」の開業、1998年のことだった。農家民宿に肉やソーセージを販売するほか、主たる取

入はひとり20ユーロ（約3000円）の牛肉コース料理。フランソワさんいわく、「調理もサービスも、自分ひとりか妻とふたりでできるようにとてもシンプルなもの。オードブルは自家製ソーセージ、サラダは庭の野菜、ジャガイモと牛肉はオーブンで焼くだけ、デザートは庭の果物を使ったタルト。ワインもチーズも友達の農家から仕入れるからとても安い（笑い）。でもおいしいですよ。」

話をしながら、手際よく調理し、サービスしてくれたコース料理は、確かにどれもこれもおいしい。素材そのものの質が高いからなのだろう。



農家レストランの中でフランソワさん。ドアの奥がキッチンになっている。

参加者からの「もうかっていますか」という質問には、「詳しい額は言えませんが（笑い）、家も新築したし、来月はタイに1カ月バカンス」と、笑顔で答えてくれた。

自立した農家を目指すフランソワさんは、経営に一生懸命だけでなく、バカンスも楽しみ、納屋に古い農機具を展示したり、アーティストを招いて文化イベントを開催したりと、暮らしそのものを大切にしている様子が伝わってきた。

4 地方自然公園

前述のフランソワさんが、「店の宣伝は、口コミと、地方自然公園のパンフレット。地方自然公園の制度はとても良い。いろいろな店が紹介しあって、協力しあって農村ツーリズムの消費マーケットを拡大できれば良い。」と語っていたが、この地方自然公園の存在が、フランスの「都市と農村の交流・共生」を推進する上で非常に重要な力を発揮している。

ヴェルコール地方自然公園事務所長のウェイクさんに話を聞いた。地方自然公園は、1967年、DATARが農村地帯を活性化するために作ったもので、フランス全土に44カ所あり、地域振興と自然遺産・農村遺産を保全する目的がある。当時のフランスは、農村部からの人口流出が増加し、農業の衰退が心配されていたのである。地方自然公

園は、市町村が国に申請して作り、各自治体が参加しなければ運営できない仕組みになっている。

「開発と保護の共存」という難しい目標をクリアするため、地方自然公園ごとに12年計画の目標憲章の作成が義務づけられている。予算について聞くと、「ここでは年間1万ユーロの予算。州が60%で、都市もかなり出している。この公園では、グルノーブル市がかなり払っている。都市生活者が保養する場所なのだから、当然だ」。日本とは政治や自治体の仕組みも違うので、そのまま取り入れることは不可能にしても、「都市と農村の交流・共生」を推進するために、都市側が財政的支援をしているとは素晴らしい発想だ。

地方自然公園には、

- ①文化遺産の保存
- ②国土整備
- ③持続可能な社会の発展に貢献
- ④情報提供（公園案内や農家民宿・農家レストランの紹介パンフレット作成など）
- ⑤持続可能な発展のための具体的方法の研究、

という5つの目標がある。また、地方自然公園に関連する近隣の市町村の都市計画文書は、地方自然公園の目標憲章に合致していなければならないと聞き、驚いた。地方自然公園の重要性と位置づけの高さを感じる。だからこそ、美しい景観が維持されているのであろう。フランソワさんが、良い仕組みだと褒めるのもうなずける。

5 AFRAT～農村ツーリズム活動の養成教育機関

AFRATは、ヴェルコール地方自然公園の中、農村ツーリズムで生きるオートラン村にあるフランスで唯一の農村ツーリズム活動の養成教育機関である。山岳地帯での農業経営の厳しさを打破し、小規模農家が農村ツーリズムで生きていくための実践的学びの場として、ヴェルコールの農業者たちにより1965年に設立された。



AFRATの校舎。この他に、研修棟、宿泊棟などがある。出張講座も開いている。

現在では、農業会議所や観光省、州などの地域振興関係者、教育機関関係者などが運営理事会に加わり、ツーリズム起業・経営コースと山岳ガイド・スポーツコースがある。料理・経理・建築・接客・スポーツ指導法などを幅広く学ぶことができる。期間は、3日から8カ月と、参加者の都合に幅広く対応している。設立以来の研修参加者は1万2千人、研修後、農村部でツーリズムに従事する者が85%と大きな成果を上げている。授業だけでなく、起業の際の助言もしてもらえる点も大きな魅力だ。

こうした機関の存在が、フランスの農家民宿・農家レストランの質を高めているのだろう。また、授業料は、生涯学習の保険を使うなど、本人たちの負担が少額で済むように工夫されている点も、特筆に値する。

AFRATの食堂で、研修生作成のランチを試食したが、プロのシェフが指導しているだけあり、本格的なメニューで、レベルの高い料理だった。サーモンパテなどのオードブル、ポテと呼ばれる豚肉と野菜類の煮込み、土地のチーズ、ラズベリーなどのタルト…。研修生たちは、広いキッチンで真剣に学び、実習していた。

6 デザインのカ～リヨン朝市・クルミ博物館

フランスの農村地帯を回り、その美しさに感激すると同時に、フランス国民の持つデザイン力にも、目を見張った。家並みの美しさ然り、公共デザインの秀逸さ然り。中でも印象に残ったりリヨン朝市とクルミ博物館を紹介しよう。



リヨン朝市のカラフルな野菜売り場。野菜や果物を量り売りしてくれる。

リヨンの中心部を流れるローヌ川沿いに立つ朝市。リヨン市民がカゴを片手に買い物に訪れている。朝市といえば、野菜や果物、花が中心かと思っていいたら、それに加え、チーズ、肉、ハム類、総菜、魚、パン、ケーキなど、さまざまな食品が並び、想像以上の充実ぶりであった。美食の町リヨンだからなのだろうか。

その展示の仕方も、実に美しく、オシャレである。ともすれば地味に見える魚類も、鮮やかな色のレモンやトマトを上手にアクセントとして使い、客の目を引いている。アルマイトの平皿に白い紙を敷き、無造作に並べたトマトやインゲンのおいしそうなお品。日本のようにラップをかけていないせいもあり、みずみずしく見える。

野菜そのものは北海道で見慣れているものなのに、リヨンの朝市はなんだかとてもステキ。さりげなくそれでいておしゃれな並べ方や色の配列。北海道の野菜も、売り場や売り方の工夫でもっと価値を高めることができるのではないかと思う。

クルミのAOC生産組合があるヴィネーに建てられたクルミ博物館も、北海道各地にある郷土博物館のようなイメージではなく、オシャレなデザインだ。クルミの文化や歴史を広く発信するための展示の仕方も、置いてある家具のデザインも、クルミ製品の並ぶお土産コーナーも、センスが良く、あか抜けている。

デザインの国、芸術の国だからなのか、国民ひとりひとりの美意識のレベルが高いのか…。とにかく素晴らしい。地域づくりにはデザイン力の活用もとても重要だと、つくづく感じた。



クルミ博物館。近くにあるクルミ林への散策路なども計画中だという。

7 国の考え方

パリで訪れたDATARは2006年1月からDIACTと名称変更した。直訳すると「国土整備と地域競争力に関する省庁間担当庁」。フランスの縦割り省庁の中で唯一枠を越えて、各省庁の調整を行う権限のある政府機関である。この省庁の存在が、フランスの農業振興や地域振興に威力を発揮している。ここが各地域の複数の州知事をコーディネートし、20年先の地域振興策をまとめ、農村や山岳の対策を立て、実行しているのだ。そのひとつが、前述の地方自然公園の活動であり、農村ツーリズムの振興に大きな力を与えている。

縦割り行政の弊害が、さまざまところに現れ

ている日本。そろそろ本気で、横断的政策を実施できる組織の立ち上げが必要な時を迎えているのではないだろうか。

8 まとめ

フランスの美しい農村景観に比べて、北海道の農村景観はどうだろうか。十勝地方や道東など、美しい場所ももちろんたくさんあるが、一方で、せっかくの素晴らしい自然景観を阻害するような奇抜なデザインの公共建築、沿道に林立する看板やのぼり旗など、問題点を抱える場所も多い。一日も早く、そのことに気づき、改善していくことが求められている。フランスの農村の美しさも、自然発生的なものではなく、1960年代から意識して始められた人々の努力の成果なのである。アグリビジネスやグリーンツーリズムの振興についても、小規模農家や山岳地帯の農家の生き残り策として、1960年代から始まったことを、さまざまな場所で聞かされた。

景観やグリーンツーリズムへの取り組みが始まってまだ日が浅い北海道は、フランスに30~40年の遅れをとっているともいえるが、意識して取り組みれば、未来の可能性は大きいと感じた。

旅の最後に、パリでお会いしたソルボンヌ大学総長のピット先生は、景観と農作物の関係を研究している地理学者。「農作物の品質は、景観の質と密接な関連がある」と論じている。つまり、「おいしい農作物は、美しい景観の中でこそ育つ」というわけだ。この言葉を農業者、行政、地域づくり関係者を始め、多くの道民に伝えたい。

「おいしい農作物は、美しい景観の中でこそ育つ」。ここに「地域ブランド化成功」への鍵が隠されている、と確信している。

profile

林 美香子 はやし みかこ

STVアナウンサーを経て、現職。エフエム北海道「ミカコマガジン」担当の他、食や農業、地域づくりに関する活動に携わる。農林水産省「食と農の応援団」メンバー、北海道田園委員会委員、北海道開発局景観アドバイザーなど。