

～北海道ガーデンから 花咲く可能性～



上野ファーム
上野 砂由紀

執筆者紹介

旭川市にある上野ファームを拠点に活躍中の庭園デザイナー。自身が手掛ける上野ファームの庭は全国的にも有名です。

2008年のテレビドラマ「風のガーデン」の舞台となった庭園のプロデュースでも大きな話題となりました。

今年9月にオープンした札幌エスタ屋上「そらのガーデン」のデザイン・監修や「北海道ガーデン街道」協議会の副会長を務めるなど、更に活躍の場を広げています。

※上野ファームの見学期間は4月末～10月上旬となっています。詳しくは上野ファームホームページ(<http://www.uenofarm.net/>)などでご確認ください。

「魅せる農業」

上野ファームが北海道に入植したのが1906年(明治39年)、入植当時から米づくりを代々続けている米農家でした。農場内には約2000坪ほどのガーデンがあり、全国からたくさんの方が訪れます。農業と庭という組み合わせにたどり着いたきっかけは25年ほど前のこと、当時は珍しかったお米の個人契約販売をいち早く開始しました。同時に農場にお米を直接買いにくるお客様も増えてきました。それならば農場周辺を美しく整えて、農村という環境をもっと楽しんでもらいたいという思いで両親が農場の周りに花を植え始めました。最初は今のような庭という形ではなく田んぼのあぜ道にルピナスを植えたり、農道の脇にハーブを植えたりしながら環境を少しずつ整えていきました。こういった活動の中で生まれた言葉が「魅せる農業」です。食べても、目で見ても魅力ある農業。これが上野ファームのスローガンとなりました。農場を花で飾る試みが、日本にガーデンニングブームが来たことも追い風となり次第にガーデンという形に変化していきました。そして、現在の庭と農場を組み合わせたスタイルができあがったのです。



あぜ道にルピナスを植えていた頃

英国風ガーデンから 「北海道ガーデン」へ

ガーデンニングの本場ともいわれるイギリスの庭をこの目で見て、勉強してみたいという思いで、イギリスへガーデン研修に数か月間いってきました。イギリス庭園の圧倒的なスケールとレベルにショックをうけながらも、日本とイギリス庭園文化の違いを知り、庭づくりの魅力に引き込まれていきました。帰国後の2001年から家族総出で英国風ガーデンを農場につくる計画が始まりました。庭の話聞きつけて年々庭の見学者も増えてきました。最初は年間で100人もこなかった見学者がいつしか何万人もの見学者へと膨らんでいきました。庭や花には人を引き付ける深い魅力があるということを感じながら、ガーデンづくりに没頭しました。最初は上野ファームの庭は英国風と自分たちも思っていたのですが、庭づくりをはじめて数年経った頃、英国風ガーデンと呼ぶことに違和感を覚えるようになりました。というのも本物のイギリスの庭を知っているからこそ、どんなに真似をしても重厚な庭文化の歴史や風土までは絶対に真似ることができないと感じていたからだと思います。そんな迷いから抜け出す答えを教えてくれたのが北海道外から見学にこられたお客様でした。「どうしてルピナスってこんなに大きくなるんですか?」「こんなにたくさんの方が同時期に咲くなんて!」北国では当たり前だと思っていたことが実は北海道外のお客様から見るととても価値のあることだということに気づかされました。全国からくるお客様との会話から道外と北海道のさまざまな違いを知り、北国の気候

や風土に合わせながら庭づくりをしてきた結果、自分たちが知らないうちに北国ならではの「北海道ガーデン」をつくっていたことに気づかされました。それからは英国風と呼ぶことをやめて、上野ファームらしく表現した「北海道ガーデン」と呼ぶようになり、北海道の庭をもっと全国に広めたいと考えるようになりました。



現在の上野ファームの庭



自由に庭を散策する見学者の様子

「北海道ガーデン街道」の取り組み

庭は単にきれいな花を見せるだけでなく、花を見に来まったお客様へこちらからも情報や楽しさを発信する場所でもあると思っています。上野ファームでも花に限らずいろいろなイベントに挑戦し、地元の農産物をガーデンで販売したりもしています。花や庭はたくさんの人を引き付ける引力を持っています。その土地が持つ魅力をガーデンから発信する試みはまだまだ始まったばかりですが、庭はさまざまな可能性を試すことのできるステージなのではないかと思っています。現在、北海道には魅力あるガーデンがたくさん点在しています。それぞれがその土地の個性を盛り込み、しっかりとしたコンセプトを持っています。2009年の秋、十勝、富良野、旭川にある7つの有料ガーデンと宿泊施設が連携して「北海道ガーデン街道」

を立ち上げました。上野ファームの庭と上野ファームが監修した富良野の「風のガーデン」も参加しています。この街道は行政区域を超えた全長200キロの長い道のりです。そして、街道沿いには豊かな農産物や自然、美しい景観、花の観光地などたくさんの魅力がつまっています。「北海道ガーデン街道」は単純にガーデン施設を結ぶ街道ではなく、庭めぐりをきっかけに観光客が宿泊し、立ち寄った地域のもを食べて楽しむなど、街道沿いの地域活性化につながることも目的としています。自分たちが持つ北海道の魅力を再発掘し、再構築することで新たな観光ルートが誕生したのではないかと考えています。旅行会社などもそういった取り組みに興味をもち、活動を本格的にはじめた2010年からたくさんの庭めぐりツアーが組まれるようになりました。点から線へ、線から面へ。厳しい経済状況が続く中、今、北海道の観光には新しいものをつくり出すよりも、地域や企業が連携して新しい魅力をつくるのが北海道の元気につながるのではないかと感じています。花が人を呼び人が人を呼び新しいつながりがそこには生まれます。「北海道ガーデン街道」の取り組みなども含め、北海道ガーデンにはまだ新しいドラマがあると思っています。



ドラマで話題となった富良野の「風のガーデン」



観光ルートのブランド化を目指す「北海道ガーデン街道」