

3) アメリカ・ファーマーズマーケット視察

松本大学人間健康学部健康栄養学科 矢内 和博

アメリカのファーマーズマーケットの視察について下記の通り報告する。

日程

1. 9月1日 出国 中部国際→デトロイト（乗り継ぎ）
→アメリカ ニューヨーク州イサカ
2. 9月2日 アメリカ ニューヨーク州 イサカ
ファーマーズマーケット二カ所、ワイナリー
3. 9月2日 コーネル大学 農場および直売店
4. 9月3日 移動日 イサカ→デトロイト（乗り継ぎ）→ニューオーリンズ
5. 9月4日 ニューオーリンズ ファーマーズマーケット三カ所
6. 9月5日 移動日 ニューオーリンズ→メンフィス（乗り継ぎ）→ロサンゼルス
7. 9月6日 帰国 ロサンゼルス→成田

視察 一日目 イサカ

コーネル大学のモニカ女史の案内で、イサカのファーマーズマーケットを視察した。当日、マーケットは休みであったが、様々なレクチャーを受けた。



(モニカ女史のレクチャー)



(イサカのファーマーズマーケット外観)

イサカの人口は1万人で、このマーケットは1988年から始まった。ここでは、マーケットから30マイル圏内の農家が出店できる資格があること、また、儲けるためだけに出店するル、マネージャーへの給料が同じく年間20万ドルかかり、さらにマーケットへの参加料（メンバーシップ）は年間75ドルかかる。現在、96店舗の出店があり、週4日（そのうち、2日はwater front、さらに2日はdown townで開催される）開催される。マーケットは近郊の農家が直接販売しているので、鮮度がよく品質も高いが、上記のように出店料がかかるため、値段は全体的に高めである。よって、客層は高所得者の利用が多い。その他海外旅行者が3%、レストランのシェフも買い付けに来る。

また、低所得者や子供の多い家族、高齢者、single motherの世帯に対して、イサカが発行する

金券を利用できる制度がある。Down town のマーケットの視察（6～7軒の出店、アジアンフード、野菜、果物、ガラスアート品など）で、テントのポールにその金券が使える旨のポップが表示されていた。なお、down town market は1日目の最後に視察した。

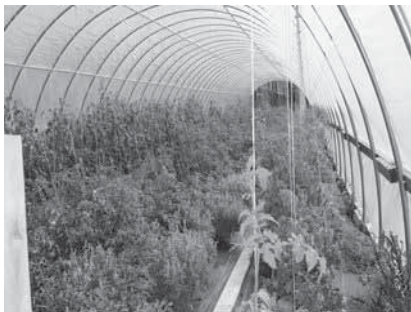
イサカのマーケット視察後に、マーケット出店者の農場を見学した。



（イサカの農家：視察1軒目）



（キャベツとブロッコリー畑）



（ハウス、トマトとハーブを栽培）



（ハウス内のトマト）

農家は、広い農地に多品目の作物を栽培している形態をとり、出店する各マーケットに応じた作物を収穫、販売していた。また、多品目の作物を栽培することで、収穫期を長く設定することができ、常に何かを出荷できるように計画していた。さらに、ベリー系の作物を栽培するケースが多かったが、摘み取り体験や量り売りで販売するなど、農場に販売所を設けるスタイルが多かった。イサカは、冬季に積雪があるため、生鮮作物の販売期間が6月から12月までの半年間で、その他は加工品等の販売しかできない。しかし、農地を拡大し、生産量をふやすことでカバーできるようなのである。ちなみに、農地は1エーカー（1200坪）あたり2000ドル（17万円前後）で購入できるので、農地の拡大には大きな負担がないということであった。アメリカらしいスタイルの農業であるが、アメリカ従来の機械化を伴う大規模農業とは異なり、多品目の作物を栽培するので、畑もよく管理されており、新しい農業のスタイルのように感じた。



(二軒目の農家)



(直売所：トマト、メロンが主)

イサカにおけるファーマーズマーケットの役割は、生産者と消費者のつながりの中でお互いに不利益のない関係を作り、また継続的に需要と供給のバランスが保たれる努力が感じられた。これらのマーケットは、日本でいう小規模な朝市のように感じたが、観光的な要素はほとんどなく、地域に密着したシステムが存在するように思えた。しかし、そのシステムは、そのまま日本では運用が難しいようにも感じた。日本においては、JA等が関与しないところで、生産者がある程度自由に農産物を流通、販売できる体制がまだ無いように思えた。



イサカ down town market



イサカ down town market



イサカ down town market



イサカ down town market

視察2日目 イサカ（コーネル大学視察）

コーネル大学内と農場を見学した。農場には加工所兼販売所があり、農場で収穫した果物類、はちみつ、乳製品（ヨーグルト、チーズなど）その他加工品、大学のグッズが販売されていた。果物類はリンゴ、桃、ブドウが販売されていた。それぞれ試食ができ、日本でも見られる品種もあったが、決して品質が劣るわけではなかった。また、果物を使った加工品が多くみられ、ジャム、ソースドライフルーツ、ヨーグルトの具材など幅広く用いられていた。食品加工の研究もおこなわれているとのことなので、興味深く見学できた。

その後、ニューオリンズへ移動となった。



視察3日目

ニューオリンズでは、5か所のマーケットを視察した。

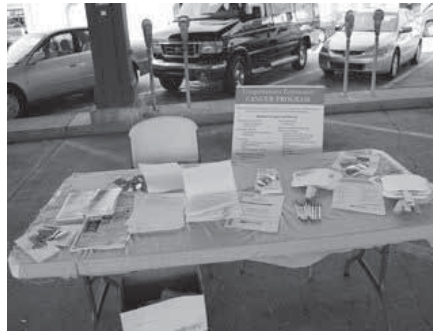
1. Camellia city markt

ニューオリンズのホテルから車で約1時間の住宅街にある広場を利用したマーケットで、毎週土曜日のみ、8:00~12:00まで開かれるマーケットであった。出店は17軒で、パンクッキー、はちみつ、BBQソース、フライ（ワニ、トリ、ブタ）、チョコレート、野菜、果物、作物の苗、ジャム、ナイフ磨ぎ、テイクアウトの惣菜屋（BBQ、ソーセージ、ローストチキン）の店があった。また、総合案内のようなセンター機能を持つテントがあり、マーケットの案内や、各種パンフレットの配布を行っていた。マーケットは、朝早く到着したので、客は数人のみであったが、地元住民が野菜や惣菜を購入し、ランチにするような利用をしており、日本の小規模の朝市のイメージであった。出店者は、購入者の健康を意識した商品を販売する傾向が強いように思えたが、その点はアメリカらしさなのかもしれない。



2. Cretna market

屋根のある広いスペースに15軒の出店があり、苗、観葉植物、アロマキャンドル、BBQ、ワイン、野菜、果物、ジューススタンド、菓子、ソーセージ、はちみつ、化粧品、生バンド演奏などがあつた。客はとても多く、自宅で作ってきたもの（お菓子、BBQ、ジュース、ケーキなど）を販売している店が多かつた。野菜、果物に関しては、どこからか仕入れてきたものを販売しているようであつた。ここのマーケットの特徴は、medical center が協賛しているため、協賛する medical center の車（救急車のようであつた）がマーケット脇に配置されていることや、医療に関するブースがみられることであつた。イサカのマーケットとは雰囲気の違いを感じた。



3. Crecent city farmers market

町の駐車場を利用したマーケットで、客が一番多かった。15軒の出店があり、ジャム、苗、花、観葉植物、ミルクスタンド、ジュース、エビ、魚（おそらくタラのフィレ）、パン、果物（桃、ブドウ）、野菜（オクラ、トマト、インゲン、ナス）、はちみつ、チーズ（goat）、ソーセージ、米（brown jasmine rice）、その他加工食品などの出店があった。このマーケットの特徴は、farmer と fisher が混在すること、イサカと同じく地域通貨があり、「purchase tokens here」と書かれた看板のあるブースが存在した。Token は代用硬貨を意味する。まあ、食育コーナーがあり、ニューオリンズでとれる魚介類や農作物を塗り絵や、現物を展示して、見る、触れる、伝えるなどの啓蒙を実施していた。穀物や豆を使って絵を書くコーナーは印象的だった。



4. Foret market

アップタウンのマーケットを視察した。30~40軒の店舗があり、服、ジュエリー、アクセサリ、カメラ（中古）、絵画、創作品、キャンドル、おもちゃ、アンティーク、BBQ、野菜、果物、レモネードスタンド、natural juice stand、フライバー（ポテト+ポーク）、パン、お菓子等の出店が

あった。3のマーケットと同じく、地域通貨のようなものがあったが、マーケットのオープン前（午後から開催）の視察だったため、詳細情報は得られなかった。ファーマーズマーケットというよりは、フリーマーケットの雰囲気が強い感じがした。農家が出店している雰囲気ではなく、どこかで仕入れてきた農産物を販売しているようであった。



5. French market

ニューオーリンズで最も有名なマーケットということであったが、マーケットの規模、出店数も他のマーケットの比ではなく客も多かったが、ほぼ観光客相手のマーケットであることやファーマーズマーケットの要素はほとんどなかった印象であった。土産物屋が集合しているマーケットというだけの印象であった。農産物を扱う店舗は2店舗のみで、地元住民が農作物を買いに来る雰囲気ではなかったので、どのような商売をしているのか疑問に思ったほどであった。



おわりに

イサカとニューオリンズのファーマーズマーケットは、それぞれ開催する目的や客の対象が異なるように思えた。よって、各地域に密着した出店・開催の形態があることが見て取れた。イサカは、マーケットに出店する農家が栽培から販売までしっかりとマネジメントしていたので、いかにもファーマーズマーケットという意味合いが強く感じたが、ニューオリンズは、観光やフリーマーケットのような意味合いが強いと感じた。日本においては、ファーマーズマーケットに相当するものが、朝市、道の駅等の直売所などであると思われるが、運営方法を考えると多数の生産者が直接販売する朝市に近いと思われる。しかし、日本では朝市への出店は、農業を営む上で主となる収入源ではないこと、農業だけで生計を立てるためには、1年間に多品種栽培することは労力的に不可能であり、1つの畑で1品目を広く栽培し、連作障害が出ないように数種の作物を輪作し、農協に出荷することがほとんどである。昨今、自主流通、直売所の認識が広まってきたこと、さらには地産地消のブームで、地場の野菜を手に入れたい要求が増えてきたことで、ファーマーズマーケットの形態に近い形が日本においても広がりつつあると感じる。大型店舗やショッピングモールの建設により、小規模店舗が減少している傾向の中、また日本の物流網は広く整備され、季節を問わず日本のどの地域でも様々な農産物が入手できるようになったが、地産地消を進めるにあたっては、地元の農産物を地元で消費することが、地域の農業を活性化し、環境問題への意識の向上を図ることができると考えられる。よって、大型店舗とは差別化できる販売流通形態を確立することも重要かと考えられた。今回の視察で、アメリカの農業に対する考え方が変わり、日本も真似するべくところがいくつかあったことが収穫であった。長野県が抱える農作物の生産流通に対し、学生を教育する観点からも大学として何ができるかの議論を進めていきたいと思う。