

# 米国における

# 野菜消費の状況

= 4 =

(独)農畜産業振興機構

総務課課長補佐 矢野麻未子氏

③ 地域野菜の提供について  
米国における「ファーマーズマーケット」に代表される地域野菜の直接販売は、2007年の食品販売の合計のわずか0.4%を占めるにすぎない。

しかし、1997年には販売額が5万5千でしかなかったが、07年には12億にまで成長している。USDA(米国農務省: United States Department of Agriculture) (は今後の市場は拡大する)と報告している。

(1) ファーマーズマーケット  
ファーマーズマーケットは、特定の地域の生産者が集まり、さまざまな生鮮野菜、果実、その他の農産物を消費者に直接販売する市場のことである。大都市周辺でかつ野菜生産が行われている都市で開催されることが多い。

例えば、ニューヨーク州のマンハッタンやカリフォルニア州のロサンゼルスやサンフ

ランシスコなどである。ファーマーズマーケットは、94年と比較するとおよそ3倍まで成長している(図1)。

ファーマーズマーケットに出店する生産者の作付規模は

仕組みである。この仕組みにより、消費者は新鮮な野菜を購入

## 地域サポート農業

## 生産者と地域消費者が一体に

小さく、その分生産コストはかかっており、直接販売だからといって価格が安いわけではない。しかし、消費者は、生産者と直に会話を交わすことにより調理方法を教わったり、鮮度が良く安全・安心な農産物を購入することができる。また、消費者は、地域の農業は地域が守ることの重要性を認識した上で足を運んでいる。

CSA (Community Supported Agriculture) は、生産者と地域消費者がともに地域農業を守り、ひいては地域経済を活性化させることを理念としており、地域会員が生産者に代金前払いにより、直接、定期的に農産物を購入する仕組みである。この仕組みにより、消費者は新鮮な野菜を購入

することができ、生産者は要求に応じた栽培計画により一定の収入を得ながら、安心して農業ができる。天候不順などの不可抗力な要因により収穫ができなかった場合や希望の品目、数量に満たない場合などにおいても、両者がお互いの痛みを理解し、了承した上で売買が行われている。つまり、生産におけるリスクを消費者も負う仕組みとな

る。ついでに、生産におけるリスクを消費者も負う仕組みとな

つており、あくまで地域の農業を支援するという基本理念に基づいた仕組みである。86年には、2つのCSA運営団体しかなかったが、05年には1144団体にまで拡大している。CSAはそれぞれの地域や団体の特色を生かした運営が行われており、参加している生産者もさまざまである。【おわりに】  
米国では、America

とを理念とするCSAが全米に拡大しており、それぞれの地域や団体の特色を生かした運営が行われている。米国の消費者は、地域や自国の生産者を守るといった意識も高い。米国における野菜消費拡大の取組み、消費者の農業へのかわり方は、わが国における野菜消費拡大にとって参考になる点が多いと思われる。米国のような食生活全体の

改善の取組みや、消費者と生産者の連携による地域農業の活性化の取組みが、野菜の消費拡大にとって大切ではないだろうか。  
(独)農畜産業振興機構「野菜情報」3月号「米国における野菜消費の状況」日本の消費拡大の可能性を探る「より。詳しくはhttp://www.aic.go.jp/vegetable/index.htm)

図1. 米国におけるファーマーズマーケット数の推移

