

農と暮らしの新たな視点を探る

産直コペル

sanchoku coper

2018.9 Vol.31

特集

新しい果物 珍しい果物

酢に
漬
け
ず
し

リンゴの常識を覆す! 赤果肉リンゴの魅力!

自然栽培にチャレンジした8年の軌跡

「奇跡の果樹園をめざして」

農家を訪ねて Vol.28

中山間地の耕作放棄地から世界へ

Wakka Agriの挑戦

オーガニックよりもローカル

——東京農工大学 野見山敏雄——

2018年6月4日〜8日、筆者は食糧の生産と消費を結ぶ研究会が主催する、アメリカマサチューセッツ州の小規模有機農業経営とボストン市内のスーパーマーケット（以下、スーパー）を視察するツアーに参加した。前回の記事では、HIPの効果と限界について報告すると予告したが、エビデンスがある話は聞けなかった。そこで、ボストン市内のローカルを重視した地域スーパーの潮流について記述したい。

ここで言うローカルとは、マサチューセッツ州または同州を含め北東部6州のニューイングランドで生産される農畜産物やその加工品のことを指す。ニューイングランドはアメリカで最も歴史が古い地域であり、ボストンはその中心地である。

そのボストンでは、オーガニック（有機農産物）よりもローカルを支持する消費者層が育っていた。オーガニックの専門スーパーとしてはホールフーズ・マーケットが有名だが、そのホールフーズ・マーケットをAmazonが2017年6月に140億ドル（約1兆5000億円）で買収した。筆者は12年前にカリフォルニア州でホールフーズ・マーケットの店舗を初めて見た驚きを今も忘れられない。ほとんどの農畜産物と加工品、そして惣菜がオーガニックだったのだ。当時の日本のスーパーには、オーガニックはほとんど並んでいなかった。



品種は異なるがオーガニックとローカルのりんごの単価が同じ

ルニア州でホールフーズ・マーケットの店舗を初めて見た驚きを今も忘れられない。ほとんどの農畜産物と加工品、そして惣菜がオーガニックだったのだ。当時の日本のスーパーには、オーガニックはほとんど並んでいなかった。

そのホールフーズ・マーケットはAmazonに買収されて大きく変化し、価格訴求型のスーパーになっていった。確かに、有機農産物や有機食品を世界中から集めた売場であるが、以前は掲げていた地域へのこだわりを示した

「ローカルを買う10の理由」はどこにも掲げていなかった。

一方、小規模の地域スーパーはとも興味深かった。そこで売られている生鮮農畜産物や食品はすべてローカルのものであり、店主は責任を持って販売していた。地域スーパーやファーマーズ・マーケットを束ねるSBN（註1）の代表はローカルを支持する理由として次のことを挙げた。第1に、地元産を買うと、より多くのお金が地域に利益をもたらし、第2に、地元産は、他の地域の企業とビジネスを行う可能性が高くなる。第3は、地元産を買うことは地域の未来への投資となり、地域をサポートすることになる。つまり、地元産を買うことは、地域経済を多様化させ、安定・強化することにつながるというのだ。

このような小売業者側の主張に呼応するように、消費者は地元の食べ物をより品質が高く、より新鮮で健康的と評価している。食べ物の移動距離が少ないほど、大気中に放出される温室効果ガスの量は少なくなり、環境にとっても優れていると考えているのである。正に地産地消の精神を売手と売手の双方が認識している。地産地消のすばらしさを再認識したツアーだった。

註1： Sustainable Business Network of Massachusetts の略で約130以上の企業や団体が加盟している。



ホールフーズ・マーケットの低価格を訴求するバナナ

野見山敏雄さん

東京農工大学大学院農学研究院教授



東京農工大学で教鞭をとっており、最近の研究テーマは、半商品経済を組み込んだ農林産物の生産と流通に関する総合的研究である。主な著書には、産直商品の使用価値と流通機構（日本経済評論社）や食料・農業市場研究の到達点と展望（筑波書房、共著）など多数。2012年より地産地消優良活動表彰審査委員会・委員、17年から委員長を務めている。