

KEYWORD 2010年農業ビジネスのキーワード

●農業テーマパーク

農業ブームの追い風を受け、気軽に農業体験ができるテーマパークが増える。その一つが2010年3月、神奈川県平塚市にできる「ひらつか花アグリ」。目玉は花と緑のふれあいセンター「花菜ガーデン」で、その中には親子で農業体験ができるゾーンやカレル・チャベックの庭を世界で初めて再現したゾーンを設ける予定。新たなレジャー施設として人気を呼びそうだ。



「花菜ガーデン」の全景。ほかに大型直売センターも設ける

●“究極の産地地消”レストラン

飲食店内の植物工場で作った野菜を、料理のメニューに使用して提供する、“究極の産地地消”ともいえる取り組みが拡大しそうだ。ビル管理をする電通ファリシティマネジメントが植物工場の設備を飲食店向けに販売し始めるのだ。第1弾は09年11月に「カレッタ汐留」(東京都港区)に導入される予定だ。



幅5m、高さ2mというコンパクトな植物工場。来店客は育っていく野菜を見ながら、食事を楽しめる

●AOU値表示野菜

「AOU」とは野菜や果物などの酸化力を示す値。欧米では酸化値の一つであるORAC値を表記した健康食品が多く店頭に並び、ブームとなっている。日本でも09年度、農林水産省がAOU値の普及に着手。今後は酸化力を示すAOU値を表記した野菜や果物が、生鮮売場に並ぶ可能性も高い。

米国では食品や飲料、サプリメントのパッケージにもORAC値が表記される



幅広い業界がマルシェに参入。特に可能性が高いのは、都市部で商業施設や高層マンションなどを開発するデベロッパーだ。ほかにも沿線の魅力強化を狙う鉄道会社や、街に人を呼びたい商店街などがマルシェを開催しそうだ。

- マルシェに参入しそうな業界
- デベロッパー ●鉄道会社
 - UR都市機構 ●NPO法人
 - 商店街 ●小商圏型SC

幅広い業界が参入



拡大する産直マルシェ



①三井不動産の「ららぽーと磐田」では「遠州の駅」がキラーコンテンツに



都市部でマルシェが盛り上がる一方、郊外の産直市場人気も衰える様子はない。特にショッピングセンター(SC)などの大型商業施設では産直市場や道の駅がキラーコンテンツに成長。今後、集客の要として、多くのSCに導入されるだろう。

郊外ではキラーコンテンツに

農水省がマルシェ文化の定着を支援。「マルシェ・ジャポン」は全国6都道府県で開催されてきたが、人気の高まりを受けて運営事業者を追加募集。09年内には愛知と宮城の中心地でも新たな事業者がマルシェを開催するようになる。

「マルシェ・ジャポン」の開催都道府県

- 北海道 ●新潟 ●宮城
- 東京 ●神奈川 ●愛知
- 大阪 ●福岡

農水省がマルシェを支援



都会の真ん中にマルシェが急増

①東京・青山で毎週末開催される「ファーマーズマーケット@国連大学前広場」②札幌の大通公園などで開催される「サッポロ・マルシェ」には若い生産者も多く出店③マルシェ文化の拡大を狙い、各地でマルシェを行うキャラバンイベントも実施中。販売する野菜を使った料理も食べられる

都会の真ん中 これまでの産直市場と最も異なるのは、開催場所。主要都市のなかでも特に人が集まる公園や広場、駐車場などで開催。周辺住民だけでなく、マルシェを目指して各地から人が集まる。

市場よりおしゃれ 都市生活者に訴求するため、農産物の見せ方などもおしゃれに。木製の什器に色鮮やかな野菜を盛るなど、欧米のマルシェをほうふつとさせるおしゃれな雰囲気のなかで買い物ができる。

若者が参加 これまで地方の産直市場などに訪れることの少なかった若年層も都市型マルシェには参加。来場客、農産物を販売する生産者ともに20~30代の若者が多く、市場はより活性化する。

2位

アーバン産直マルシェ

日本各地の都心部に欧米風の「マルシェ」が浸透。おしゃれな雰囲気を受け、若者を巻き込むトレンドに

大都会の公園や駐車場、高層マンション前の広場で、取れたての野菜を生産者から直接購入する。欧米ではすでに生活の一部となっている青空市「マルシェ」が2010年、ついに日本の都心部でも定着し始める。

きっかけとなるのは農林水産省が今秋から始めた「マルシェ・ジャポン」プロジェクト。大都市での農産物直販を支援する新しい取り組みだ。現在は同省が助成する民間企業日社が東京の台場や青山、大阪の中島公園や札幌の大通公園など、全国6都道府県の都市部で毎週末、仮設テントを設けて農産物を直販している。

もともと郊外の農村部や地方の観光地で根強い人気の産直市場が、都会の真ん中で気軽に楽しめるようになるのだから、注目度が高まるのは必至。加えて今回、都心に登場したマルシェは、これまでの産直市場から大幅に進化し、都市生活者を魅了し始めている。

例えば森ビルが東京・赤坂で行う「ビルズマルシェ」やマイドシエアが東京・青山で実施する「ファーマーズマーケット@国連大学前広場」では、木箱に色鮮やかな野菜が入り、英語のPOPが付くなど、雰囲気は欧米のマルシェそのもの。これだけでも十分魅力的だが、2つのマルシェにはトラック屋台が出店したり、近隣のカフェが専用メニューを出したりするなど、買い物以外に楽しめる要素が備わる。ビルズマルシェではヨガ教室なども開催。結果、「マルシェは買い物をするだけの場所」でなく、休日をつくり出す「おすまし」場所に変わりつつある。(森ビル・タウンマネジメント事業室の片山重人課長)

産直市場に興味を示さなかった若者が集まり始めたのも新しい傾向だ。この盛り上がりを受け、今後は幅広い業界がマルシェに参入し始める。都市型デベロッパーは現在、オフィスビルや高層マンションの活性化に頭を悩ませており、こうしたところが、開発エリアの魅力付けやコミュニティづくりのためにマルシェに参入するのだ。

06年から東京の代々木公園で朝市を開催する東京朝市アースデイマーケットには、「朝市の誘致が増えた」と(アースデイマーケット実行委員会事務局の富山晋氏)。すでにUR都市機構の依頼で東京・東雲のマンションエリアで朝市を開催するが、今後はほかのエリアへの進出も検討している。

ほかにも沿線の魅力強化や都心と郊外の相互送客を狙う鉄道会社、高齢化に悩む都心の商店街、小商圏型ショッピングセンターなどがマルシェ参入に関心を寄せる。森ビルではオフィス街の活性化を狙い、平日の夕方にマルシェを開催する案も出ている。マルシェは都心のあらゆる場所に拡大しそうだ。

だが農産物の販売だけでは消費者に飽きられる懸念もある。今後、「飲食店や中食と組んだり、料理教室を開催したりする」など、マルシェで幅広いライフスタイルを提案できれば、一つの業態として定着する可能性は高い(商創研究所の松本大地社長)。

休日には住宅街の一角で、平日は会社帰りのオフィス街で、取れたて野菜を生産者から直接買う。2010年にはこんな生活も当たり前になるだろう。

大都会の公園や駐車場、高層マンション前の広場で、取れたての野菜を生産者から直接購入する。欧米ではすでに生活の一部となっている青空市「マルシェ」が2010年、ついに日本の都心部でも定着し始める。

きっかけとなるのは農林水産省が今秋から始めた「マルシェ・ジャポン」プロジェクト。大都市での農産物直販を支援する新しい取り組みだ。現在は同省が助成する民間企業日社が東京の台場や青山、大阪の中島公園や札幌の大通公園など、全国6都道府県の都市部で毎週末、仮設テントを設けて農産物を直販している。

もともと郊外の農村部や地方の観光地で根強い人気の産直市場が、都会の真ん中で気軽に楽しめるようになるのだから、注目度が高まるのは必至。加えて今回、都心に登場したマルシェは、これまでの産直市場から大幅に進化し、都市生活者を魅了し始めている。

例えば森ビルが東京・赤坂で行う「ビルズマルシェ」やマイドシエアが東京・青山で実施する「ファーマーズマーケット@国連大学前広場」では、木箱に色鮮やかな野菜が入り、英語のPOPが付くなど、雰囲気は欧米のマルシェそのもの。これだけでも十分魅力的だが、2つのマルシェにはトラック屋台が出店したり、近隣のカフェが専用メニューを出したりするなど、買い物以外に楽しめる要素が備わる。ビルズマルシェではヨガ教室なども開催。結果、「マルシェは買い物をするだけの場所」でなく、休日をつくり出す「おすまし」場所に変わりつつある。(森ビル・タウンマネジメント事業室の片山重人課長)

産直市場に興味を示さなかった若者が集まり始めたのも新しい傾向だ。この盛り上がりを受け、今後は幅広い業界がマルシェに参入し始める。都市型デベロッパーは現在、オフィスビルや高層マンションの活性化に頭を悩ませており、こうしたところが、開発エリアの魅力付けやコミュニティづくりのためにマルシェに参入するのだ。

06年から東京の代々木公園で朝市を開催する東京朝市アースデイマーケットには、「朝市の誘致が増えた」と(アースデイマーケット実行委員会事務局の富山晋氏)。すでにUR都市機構の依頼で東京・東雲のマンションエリアで朝市を開催するが、今後はほかのエリアへの進出も検討している。

ほかにも沿線の魅力強化や都心と郊外の相互送客を狙う鉄道会社、高齢化に悩む都心の商店街、小商圏型ショッピングセンターなどがマルシェ参入に関心を寄せる。森ビルではオフィス街の活性化を狙い、平日の夕方にマルシェを開催する案も出ている。マルシェは都心のあらゆる場所に拡大しそうだ。

だが農産物の販売だけでは消費者に飽きられる懸念もある。今後、「飲食店や中食と組んだり、料理教室を開催したりする」など、マルシェで幅広いライフスタイルを提案できれば、一つの業態として定着する可能性は高い(商創研究所の松本大地社長)。

休日には住宅街の一角で、平日は会社帰りのオフィス街で、取れたて野菜を生産者から直接買う。2010年にはこんな生活も当たり前になるだろう。