米国における Community Supported Agriculture (CSA)の具体事例とそこから得られるインサイト

2010 年 6 月 1 日　山本未生

本レポートでは、米国における CSA の現状を具体事例を用いて紹介しながら、CSA を成功させるにあたっての課題やインサイトを述べる。

１．歴史・概観

CSA のコンセプトがヨーロッパから米国に渡ったのは 1980 年代半ば。1986 年に 2 つの CSA プロジェクトが始まって以来広がり続け、21 世紀に入ってからはローカルフードやオーガニックに対する生活者の関心の高まりを受け、CSA はさらに増えている。2007 年度の調査によると、12,000 以上の農場が CSA を通じて生活者とつながっている。（注 1）

情報サイトも充実しており、関心の高い生活者がほしい情報を簡単に取れるようになっている。例えば Local Harvest のウェブサイト（http://www.localharvest.org/csa/）では、全米の CSA やファーマーズマーケットが地図で検索でき、利用者がレビューを書き込める。

２．具体事例

次にいくつかの CSA をインタビュー・調査した結果を紹介する。対象地域は、ニューヨークシティとニュージャージー州。ニューヨークシティの生活者は、東京と同じように、車ではなく主に公共交通機関を使っている。ニュージャージー州はニューヨーク州と隣接しており、車社会である。

２－１．近郊農場―車社会の生活者（ニュージャージー州）の事例

２－１－１．大規模な CSA―Honey Brook Organic Farm

全米で最大の CSA の 1 つ。1991 年に CSA をはじめて以来、飛躍的にシェア数を伸ばしてきた。4 月中旬には約 2200 のシェア（3800 以上のメンバー数）が完売し、リピート率 90%以上を誇る。野菜とハーブしかやっていないこともあり、全てこの農場で賄えるわけではないのに、これだけ人気があるのは、シェアの内容もさることながら、農場プランナーがいて広報・マーケティング・イベント企画などの役割をしっかりこなしていることが大きいようだ。初期の頃はラジオやチラシなどの宣伝活動に力をいれていたようだが、現在は積極的な宣伝はしておらず、口コミと既存メンバーのリピートに負うところが大きい。効率的なオペレーションで、さらに農地拡大を考えている。一方で、シェアメンバーにとってはボランティアなどをする義務はなく、農場との密なつながりは大半のメンバーにとっては希薄化しているともいえる。

・CSA/農場名称：Honey Brook Organic Farm

・CSA 用農地面積：65 エーカー（農産物が余ればファーマーズマーケットで販売することもあるが、CSA が売上の大部分を占める。）

・農法：認証オーガニック。一部は認証取得のため移行中。

・作物：野菜、ハーブ、イチゴ、ラズベリーなど、60 品目 350 品種。

・シェア受け渡し時期：5 月中旬～11 月中旬の約 6 ヶ月間。毎週。

・シェア内容：①家族シェア　②個人シェア　③ボックスシェア

①：2－3 人用。毎週農場までシェアメンバーが各自受け取りにくる。イチゴ・ハーブ・オクラなどは農場で自分で摘む（Pick-Your-Own）。

②：①と同様だが、1－2 人用。

③：量は 2－3 人用で、①より少し少ない。20 シェア以上数量がまとまれば、毎週 1 回、決められた場所（CSA メンバーのガレージやポーチなど）まで届けてくれる。現在受け渡し場所は 17 箇所。これに加えて毎週農場まで Pick-Your-Own に来ることも可能だが、来られなくても品揃えはほとんど変わらない。

シェアの例（5 月）：レタス（①6 玉②3 玉）、アルム（①約 450g②約 225g）、イチゴ（①1 パック②1/2 パック）、ハーブ（各種①大枝 1②小枝 1）

1 つのシェアを複数人・家族で分けることもよく行われている。

・価格：①640 ドル（週 25.6 ドル）②372 ドル、③600（水曜配達）624 ドル（土日配達）

・販売シェア数：①857 シェア、②1127 シェア、③654 シェア。家族シェア換算すると全部で約 2200 シェア。

・申込：申込用紙を農場へ郵送する。1 月中旬から受付が始まり、通常 4 月はじめにはそのシーズンのシェアが完

写真：Honey Brook Organic Farm での受け渡し

写真：Honey Brook Organic Farm での受け渡し

売し、登録できなかった人はウェイティング・リストに記載される。今のシェアメンバーは来シーズンの優先購入権がある。

・支払：申込と同時に小切手で支払う。（米国では小切手による支払いは一般の人々の間でもよく使われている。日本の口座振込みは稀。）4 回までの分割払い（7 月末支払まで）も可能だが、その場合 20 ドルの事務手数料が上乗せされる。

写真：Honey Brook Organic Farm での受け渡し
ビートの調理法が書いてある。

写真：Honey Brook Organic Farm でのイチゴの摘み取り

・受け渡しオペレーション：農場での受け渡し場所は農場のスタッフが管理している。シェアメンバーは、申込時に予め登録しておいた受け渡し日に農場にやってくる。並べられている箱から家族シェアか個人シェアかに応じて、決められた数を取る。このほかに、Pick-Your-Own Crops があるときには、イチゴ、オクラ、ハーブなどは畑までいって自分で摘み取る。農場側としては、各曜日で均等になるようにシェアメンバーの受け渡し日を割り振っておき、毎日朝 8 時半～夜 7 時まで（土日は午後 3 時まで）受け渡し場所を開けている。

・コミュニケーション：毎週の品揃えについては、自動音声電話（野菜ホットライン）及びウェブサイトで知ることができる。ニュースレターを毎月発行。シェアメンバーのルールや収穫カレンダーを記載したハンドブックがウェブでダウンロードできる。

・リスクマネジメント：多品目を栽培することで、ある品目の収量が減っても他の品目でカバーするようにしている。他の農場からの生産物の持ち込みはしていない。申込用紙には、「農場では最善を尽くす」が、「購入クラブなどではなく、コミュニティー支援型ベンチャー」であり、「コミュニティ全体でシェアされるべきリスクがある」旨が明記されている。

２－１－２．小規模な CSA―Orchard Farm Organics

野菜、果物の栽培だけでなく、鶏、牛、やぎの飼育、土づくりも行う Orchard Farm Organics では、5 年前から CSA を行っている。農場主の Caroline Phinney は、農場に隣接するシュタイナー学校の設立者でもあり、コミュニティや教育的な側面を大切にし、学校関係者のつながりでシェアメンバーを増やしてきた。ただ、今の規模では CSA 事業は赤字の状況で、加えて近郊で CSA 農場やオーガニック野菜を扱うスーパーマーケットが増えていることから、マーケティングが今後の課題。規模が拡大できれば、品揃えも増やせ、リスクマネジメントもしやすくなるメリットがある。

・CSA/農場名称：Orchard Farm Organics

・CSA 用農地面積：4 エーカー（全面積は 61 エーカーでレストランや小売店にも出荷）

・作物：野菜、ベリー類、ハーブ、花、卵

・農法：バイオダイナミック農法。認証オーガニック。

・シェア受け渡し時期：6 月～10 月の約 5 ヶ月間。毎週。

・シェア内容：①家族シェア、②個人シェア

・価格：①500 ドル（週 25 ドル）②350 ドル

・販売シェア数：①50 シェア、②35 シェア

・受け渡しオペレーション：毎週火曜正午～夜 7 時の間にシェアメンバーが自家用車で農場に受け渡しにくる。農場主とスタッフ 1 名、ボランティア数名で栽培・運営を全て行う。

２－３．中間支援組織―Just Food

ニューヨークシティに住む生活者とニューヨーク近郊の農家をマッチングし、CSA の立ち上げ及び運営を支援する非営利団体。中間業者にならないように、農家からも生活者からも費用はとらず、運営費用は各種助成金や個人からの寄付で賄っている。経済力に関わらず幅広い都市生活者とローカルな農場を結びつけることをミッションとしており、農業、コミュニティだけでなく環境、貧困といった問題への解決を目指している。これは各分野の助成金を獲得する上でも有利に働いている。Just Food は CSA 事業だけでなく、ニューヨークシティ内の小さな農場を支援する City Farm プロジェクト、コミュニティの食育プロジェクトなども手がけている。

CSA 事業のサービス内容は、農家の選定、コアグループ（生活者側の CSA のリーダー）と農家のマッチング支援、コアグループの立ち上げ・運営支援。1996 年以来、これまでに 100 の CSA 立ち上げを支援している。各 CSA 平均 90 シェアを扱っているので、利用者は

9000～27000 人にもなるだろう。CSA 事業のリーダーを務める Paula Lukats によると、シェアメンバーは 30 代の共働きで子どものいる家庭が多く、彼らは子どもの食事を気遣うなど食に関心の高い世代とのこと。

個々の CSA は次のようなプロセスで立ち上がる。CSA を始めたい生活者が自主的に数名集まってコアグループを形成し、Just Food に登録している農家とマッチングを行う。コアグループの役割は、シェアメンバー募集、集金、受け渡し場所の運営、各種イベントの企画など幅広い。生活者は、既に動いている CSA をマップ上で検索し、参加することもできる。Just Food はウェブ上の各種マニュアルや、月次ワークショップなどを通じて、コアグループの運営をサポートする（参考資料１・２）。月次ワークショップは既に年間のスケジュールとトピックが決まっており、ボランティアマネジメントや受け渡し場所の運営など、コアグループが直面する課題についてノウハウを交換できる良い場になっている。先輩 CSA が新しい CSA にアドバイス等を行うメンタープログラムも最近始まった。

農家の選定については、応募のあった農家について、Just Food が書類及びサイトビジットによる選考を行い、ツールキット（注 2）・アドバイス等を提供する。選考時のポイントとしては、CSA のコンセプトを理解しているか、現実的な生産計画か、多品種栽培などリスクマネジメント策をとっているか。現在の登録農家は野菜のみの農家 30 戸と、野菜以外の農産物も扱う農家が 30-40 戸。

ここ数年は年間約 20 のペースで新しい CSA の立ち上げ支援をしており、完売やウェイティングリストの CSA も少なくない。Paula によると、この増加トレンドの背景には、食の安全性への懸念、メディアや口コミによる CSA やローカルフードのコンセプトの普及があるとのこと。まだ東京ほど、オンライン販売、宅配事業やスーパーマーケット等の競合相

手が進出していないため、関心のある生活者はCSAに集まってきている状況だが、Paula曰く「今まさに（競合が進出し始めており）状況が変わりつつある。今後CSAがどうなるかはわからないが、生活者にとって選択肢が増えるのは悪いことではない」。

当面の課題は、代金の前払い率を高めること。農家が支払いをほしい時期にはコアグループはまだシェアメンバー獲得に奔走しているため、本来の姿である前払いがそこまで実施されていないのが問題とのこと。

一旦発足したCSAが続かないケースもいくつかある。失敗ケースに多いのは、低所得者層の割合が増えてしまい、農家に支払うべきトータルの金額が賄えなくなること。（下記「支払」の項目を参照。）1つのCSAに色々な所得層がミックスされることが長く続く鍵だという。また、コミュニティ感を醸成する工夫も大切だという。例えば受け渡し場所1つにしても、利便性を最優先にして既に箱詰めにしておくよりも、シェアメンバーがその場で野菜を選びながら自然に会話するような場をデザインするなどが考えられる。

以下はJust Foodに参加しているCSAの基本情報。

・CSA用農地面積：農家により異なる。大半の農家が直売所とCSAで経営している。複数のCSAと契約してCSAが売上の大半を占める農家もある。

・作物：野菜を基本とし、シェアメンバーの希望により果物、卵、蜂蜜、パンなどを追加することが可能。野菜農家が追加品目を扱っていれば、その農家から購入することになる。扱っていなければ、野菜農家が近郊の果物農家などと提携して、共同で提供する。提携できる農家がない場合は、Just Foodや各CSAが個別で提供する農家を探して契約する。

・農法：野菜は大半が認証オーガニック。果物はニューヨーク近郊ではオーガニックが困難なため、慣行農法が多い。慣行農法の野菜農家からも応募はあるが、受け入れるとなる

とオーガニックと慣行農法で別の価格設定をしなければならなくなり、生活者にとって混乱を招く可能性もあるため今は積極的に受け入れていない。

・シェア受け渡し時期：6 月～11 月。毎週または隔週。大学を拠点とした CSA も 2 つあり、夏休みの間不在にしがちな大学生用に秋から始まるシェアを扱っている。

・シェア販売数： 1 CSA あたり最低 50 シェアを販売することが条件。

・シェア内容、価格：2 – 3 人家族用で 7 – 10 品目の野菜で、平均 475 ドル（20-24 ドル/週）。各 CSA により異なる。

・支払：全体の約 3/4 の CSA で分割払いが利用可能。このほか、低所得者層にも利用を広げるため、約 2/3 の CSA ではフードスタンプ（低所得層向けの配給券）が使えるようになっている。また、Sliding Scale といって、同じシェア内容でも所得に応じて価格設定を変えている CSA もある。ただこの場合、1 つの CSA から農家に支払うトータルの金額は変わらないように、同じ CSA 内の高所得者が通常価格よりも高い値段で購入するなど、コミュニティ全体で支えあおうというコンセプトになっている。

・受け渡しオペレーション：農家が各 CSA の受け渡し場所まで輸送（大半の農家はドライバーに委託している。）、シェアメンバーは各受け渡し場所へ受け渡しに来る。受け渡し場所にはシェアメンバーが数名ボランティアとして待機しており、荷降ろし・配置・清掃などを担当する。（シーズン中 2 回ほどボランティアするのがメンバーの義務）。受け渡し場所は、教会・コミュニティセンター・メンバーの軒先など様々である。要らない品目を欲しい品目と交換できるようなボックスや、要らない品目を寄付にまわせるボックスを設けているところもある。

・リスクマネジメント：多品種栽培を奨励する。農家に対して、生活者と積極的にコミュニケーションをとるように促す。

２－４．近郊農場―都市生活者（ニューヨークシティ）の事例―Harvest Astoria

２－３で紹介した Just Food の支援を受けて 2009 年から始まった CSA。地域の生活者の関心の高さを背景に、マーケティング活動が功を奏し、初年度から 150 シェアを販売した。初年度の運営では様々な課題に直面し、2 年目のリテンション率は 3 分の 1 にとどまった。ただ近接する CSA とシェアメンバーの融通をしあうなどして、新規顧客を獲得し、2010 年も 150 シェアを販売している。

ニューヨークシティで見られる他の CSA に比べて、少なめの量で多品目を提供しているので、生活者がニーズに合わせてシェア内容をアレンジできることも魅力の 1 つかもしれない。特に、作物の④～⑥については、シェアメンバーがトライしやすいように、まずは 1 週分だけ注文できる Market Day をシーズン中に 3 回設けている。

初年度に直面した課題は、ボランティアマネジメント、農場とのコミュニケーション、シェア内容へのクレーム対応という。コアグループの 1 人がボランティアマネジメントを担当しているが、約 300 人のシェアメンバー（150 シェアを複数人で分けている場合が多いため）のシフトを割り振り、毎週の受け渡しオペレーションをこなすのはかなり大変な仕事だ。　また複数の農家から取り寄せていることもあり、農場側とのミスコミュニケーションで予定していた品物が届かないなどのトラブルもあったという。普通のシェアメンバーは農場とのコミュニケーションはほぼゼロに等しく、品物のコンディション（熟れ具合、

汚れ等）やバラエティ（特定の品目がやたら多く入っていたり）に関するクレームが多かったとのこと。栽培の様子をこまめに知らせる農家からのニュースレターなどを充実させるのが今年の課題だという。

・CSA 名称：Harvest Astoria

・農場名称：Norwich Meadows Farm（野菜）。野菜以外は他の農家が提供している。

・CSA 用農地面積：

・作物：野菜、果物、乳製品、卵、鶏肉、蜂蜜。

・農法：野菜は認証オーガニック。果物は IPM（総合的病害虫・雑草管理）。乳製品はオーガニック。卵と鶏肉は放し飼いで草を餌として与えている。

・シェア受け渡し時期：6 月～11 月初旬。（22 週）

・シェア内容：①野菜シェア、②フルーツシェア（毎週）、③フルーツシェア（隔週）、④乳製品（牛乳、ヨーグルト、バター）、⑤蜂蜜、⑥卵、鶏肉

シェア内容の例を参考資料 3 に記載した。

・価格：①300 ドル（週ドル）②240 ドル（12 ドル／週）、③130 ドル（13 ドル／週）。これに加えて年間 30 ドルの手数料を払う（うち 15 ドルがコアグループの運営費用、10 ドルが低所得層向けシェアを賄うため、5 ドルが受け渡し場所への寄付）。低所得層には①を 150 ドルに割引（例えば 5 人家族年収 4 万ドル以下の場合）。⑥卵は 5 ドル／12 個／週。鶏肉は約 6 ドル／450g で量は応相談。

・販売シェア数：150 シェア

・支払：分割払い（4 月末まで）も可能。

・受け渡しオペレーション： 農産物は毎週水曜日に昼頃に受け渡し場所である教会に届く。シェアメンバーは同日 16～20 時半の間に受け渡しに来る。大半のメンバーが徒歩圏内に住んでおり、カート等を持参。各メンバーにはシーズン中に 2.5 時間×3 回の受け渡し場所でのボランティア義務がある。受け渡しに来ないメンバーの分は他の CSA や寄付にまわす。

２－５．NY（調理事業）

ニューヨークシティの生活スタイルは東京と同じく多忙で、関心が高くても CSA の利用に躊躇してしまう生活者もいる。そんな彼らに代わって、シェフの Kelly Geary が立ち上げた Sweet Deliverance NYC は、 CSA のシェアの受け取りと調理サービスを提供している。Sweet Deliverance NYC は、ニューヨークシティ近郊の 2 つの農場と CSA 契約をしており、毎週土曜そこへ農産物を取りに行く。その食材を使って、週末をかけて調理をし、月曜朝に 1 週間分の料理を顧客の自宅へ届けるのだ。顧客は、ドレッシングからデザートまで旬の農産物をふんだんに使ったレシピから好きなものを事前に選ぶだけ。夏（6 月～11 月の 24 週）だけでなく、冬（1 月～4 月）も営業している。料金は、夏の間は CSA の価格（フルシェア 475 ドル、ハーフシェア 245 ドル）に加えて、1 週間 250 ドル。つまり 1 週間の食べ物を用意してもらうのに 3-2 人の家族で 270 ドルと決して安くないが、忙しい都市生活者に、ローカルフードを楽しみ CSA のコンセプトに触れるきっかけを与えてくれそうだ。Kelly は、最終的には生活者自身が自分で農産物を受け取ることを目指していて、月 1～2 回のペースで、農産物を長く保存しておくための缶詰やジャム作りのクラスも開いている。

３．課題とインサイト

以上の具体的事例や文献調査をもとに、農家のこせがれネットワークが日本でパートナーシップファームを進めていくためのポイントをまとめた。

３－１．農産物そのもの

生活者が CSA の農産物に求めるもの、おいしさ・新鮮さ・栄養価・安全性といったニーズに答えていくことがやはり一番である。農法については、慣行農法であっても必要性を説明するコミュニケーションを怠らなければ、理解してくれる生活者はいるだろう。Just Food のようにオーガニックよりもローカルフードである点を強調するのも一つの方法である。地域差があるので参考までにだが、米国の 9 つの州の CSA を対象とした調査では、205 の CSA のうち、認証オーガニック（18%）、認証は受けていないがオーガニック（66%）、オーガニックと慣行の組み合わせ（15 %）、慣行農法のみ（1%）であった。（注 3）

次に、多品目をカバーできる CSA は生活者にとって利便性が高い。複数農家から供給する場合であっても、生活者がワンストップで受け取れるような仕組みがお奨めだ。

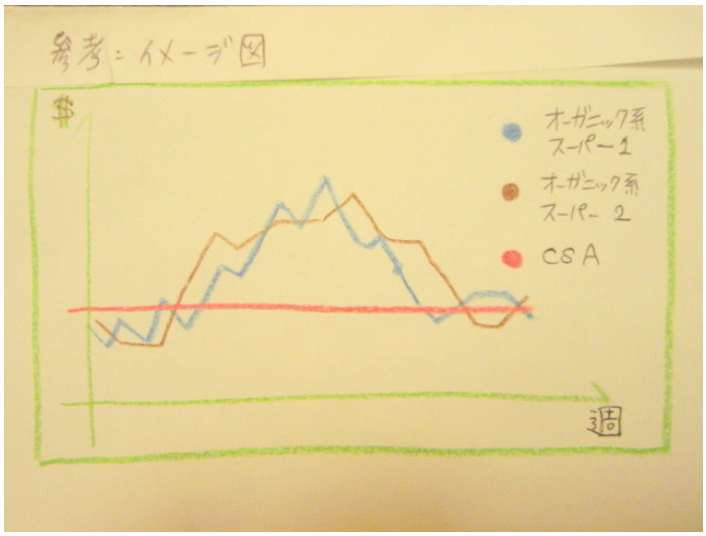
また、個々人によって消費量は異なってくるので、量の異なるいくつかのシェアタイプや、1 つのシェアを複数人で分けられるような仕組みを、できるだけ農家の手間にならないような形でつくることも大切だ。

３－２．リスクマネジメント

収量・品質のリスクマネジメントについては、農家側でバックアッププランを準備することと、シェアメンバーに十分説明し理解を求めることが重要だ。CSA の契約前にシェアメンバーに丁寧に説明することももちろん重要だが、実際にシェア内容が減ったり変更がある際に、農家側がどのような困難な状況で最善を尽くしているかが伝わってくることが、トラブルを防ぐポイントと考えられる。Harvest Astoria では果物がオーガニックではなく IPM で栽培されていることから、コアグループがシェアメンバーを対象に IPM 勉強会を開いたりウェブサイトで情報提供している。

３－３．価格・受け渡し

今回調査したニューヨークシティとニュージャージー州では、一般的に 2－3 名の家族向けの野菜シェアで週 20～30 ドルの相場があり、オーガニック系に特化したスーパーマーケットよりは安く、非オーガニックの農産物よりは高い価格設定になっている。一括前払いのハードルを低くするために、分割払いを導入している CSA が多い。



また、実際に生活者に見せるかは別として、価格比較調査を行うのもマーケティングに有用だと思われる。例えば、Just Food に参加しているある CSA では、競合オーガニック系スーパーとの価格比較調査を毎週行い、右のような表にまとめていた。CSA で受け取るの

と同じ品目の小売価格を足し合わせて比較しており、その調査では平均するとCSAが安いことが示されていた。

コストカットポイントは、小口輸送を避けること。人が集まる場所で、できる限りまとまった量を受け渡しできる仕組みがよい。農場での受け渡しがコミュニティ醸成の点からも一番理想的だが、レストラン・小売店・学校・職場・コミュニティセンター・近所などが候補として考えられる。シェアメンバーにとって、受け渡し場所に行くことが、面倒くさい用事ではなくて、仲間に会えてイベント等に参加したり情報を得られるような、コミュニティに発展していけば素晴しいなと思う。Just FoodのCSAでは、受け渡し場所でクッキングデモをやるなどの工夫している。シェアメンバーの家への個配送については、Sweet Deliveranceが一週間分の食事を届けているが、それなりの費用をとっているし、CSAで実践しているところは調査した限りでは見当たらなかった。東京のライフスタイルの中で受け渡し場所から持って帰れるだけの量に、シェアサイズを調整することも一案かもしれない。

３－４．食べ方

生活者がCSAに対して身構えてしまう理由の1つに、何がくるかわからない、どう食べたらいいかわからない、というのがある。これに対しては、週単位でシェア品目・量を知らせること（正確でなくてもベストゲスで）、クッキングデモやレシピ紹介、保存方法紹介などの工夫が考えられる。Sweet Deliveranceのように既に調理された状態で提供するのも面白いかもしれない。

３－５．集客

だれが宣伝・広告を担当するのかは非常に重要だ。農家、農家のマーケティング担当、コアグループ、中間支援組織が考えられるが、集客活動に専念できる担当をおくことが鍵だ。メディアを活用しながら広くコンセプトを伝え、関心をもってくれた生活者の目に入るようにあちこちで実際のシェアメンバー募集を働きかけること。一度利用して満足度が高まれば口コミが威力を発揮してくるだろうから、最初の数年間の丁寧なコミュニケーションが大切だろう。ニューヨークシティの例では、Just Food が CSA 自体のアドボカシー活動を行い、各コアグループが各 CSA の集客を担当している。

３－６．競合

インタビュー調査をしたニューヨーク州及びニュージャージー州では、まだ日本ほど、オーガニックやローカルフードを手に入れる選択肢が少ない状況なので、CSA の勢いは衰えていないようだ。ただ、オーガニックに焦点をあてたスーパーやオーガニックフードの宅配事業も進出し始めており、既存大手小売（Walmart など）でもオーガニック商品を取り入れ始めるなど、これから状況は厳しくなるかもしれない。

むすび

CSA は食にまつわるコミュニティづくりなんだなという思いを新たにしました。これから米国でも生活者にとって CSA 以外の選択肢が増えてくるとみられる中で、どれだけコミュニティ感を醸成できるかが鍵だと思います。それは生活者にとって「あの農家さんの育て

たものが食べたい！」、農家にとって「あの人に食べてもらいたい」というコミュニティでもあるし、生活者同士、ボランティアしている人同士のコミュニティでもあります。さらに米国においては、経済的に苦しい生活者も地域で支えようという動きが加わります。前払いやリスクシェア、収穫できたものを受け取る等の特徴は、一見利便性とトレードオフになる要素かもしれませんが、一旦始めたら楽しくて続けてしまう、というパートナーシップファームができたらなと願っています。

注 1：*2007 Census of Agriculture - State Data*

http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2007/Full_Report/Volume_1,_Chapter_2_US_State_Level/st99_2_044_044.pdf

注 2：Just Food の農家向けツールキット

一般向けにオンライン販売しているので、参考のために購入しました。まだ届かないので

届き次第内容をお知らせします。

注 3 ：2009 Survey of Community Supported Agriculture Producers,2009 年、Timothy

Woods ら

参考文献・サイト

・2009 Survey of Community Supported Agriculture Producers,2009 年、Timothy Woods ら

・Honey Brook Organic Farm：http://www.honeybrookorganicfarm.com/

・Just Food：http://www.justfood.org/

・Harvest Astoria：http://www.harvestastoria.com/

・Sweet Deliverance NYC：http://www.sweetdeliverancenyc.com/index.php/site/

・Sweet Deliverance NYC の紹介ビデオ：http://www.vimeo.com/6527600

・United States Department of Agriculre：

http://www.nal.usda.gov/afsic/pubs/csa/csa.shtml

・Local Harvest：http://www.localharvest.org/csa/

・Robyn Van En Center：http://www.wilson.edu/wilson/asp/content.asp?id=804

・The Community Supported Garden at Genesis Farm：

http://www.csgatgenesisfarm.com/index.html

・Orchard Farm Organics の参考写真：http://www.meetup.com/nj-green/photos/330249/3711271/#3711271

インタビュー先

・Honey Brook Organic Farm

・Orchard Farm Organic

・Just Food

・Harvest Astoria

参考資料１：Just Food のワークショップトピック例

ボランティアマネジメント、メンバー調査、コミュニティビルディング、政策提言・アドボカシー活動、コアグループの育成、野菜以外の品目追加、CSA についての説明方法、支払いオプション、集客、CSA データベース構築、農場見学、受け渡し場所の運営

参考資料２：Just Food がコアグループに提供しているマニュアルのトピック例

・CSA の年間活動スケジュール

・支払いオプションについて

・受け渡し場所のロジスティクス、運営について

・ファームビジットについて

・コアグループの役割について

参考資料３：Harvest Astoria の野菜シェア例（各１週間あたりの量）

7 月

菜っぱ 450g、きゅうり 450ｇ、玉ねぎ 2 個、にんにく 2 個、キャベツ 1 個、スクォッシュ 450ｇ、ベビーグリーン 150g

8 月

そら豆 340ｇ、菜っぱ 450g、トマト 450ｇ、パクチョイ 1 個、ナス 340ｇ、スクォッシュ 450ｇ、ピーマン 2-3 個

（フルーツ）モモ 900g、アプリコット 900ｇ、プラム 1130ｇ

9 月

パクチョイ 1 個、ベビーグリーン 150g、トマト 340ｇ、カブ 3 個、菜っぱ 340ｇ、ニンジン 230ｇ、スイカ 1 個、インゲン豆 230ｇ

（フルーツ）モモ 680ｇ、ナシ 1 袋、リンゴ 8 個

10 月

パクチョイ 1 個、菜っぱ 340ｇ、グリーントマト 450ｇ、セルリアック 2 個、ジャガイモ 450ｇ、セロリ 1 本

（フルーツ）リンゴジュース 1 本、ナシ 1.4kg、リンゴ 2.3kg