

## 第 10 回：ハワイ！（その 2：食と農業）

### 1. ハワイ観光と食

ハワイ オアフ島の歴史は古代ポリネシア人が"幻の楽園"を信じてこの島にやってきたことから始まり、現代の定説では最初に移り住んだのは古代ポリネシア人と言われている。彼らの食文化がルーツとなって、初期のハワイではタヒチの人々の食習慣がそのまま伝えられ、次第にハワイの風土や海洋環境にあった独特なものに変わっていった。

彼らはアフアア(ahupua'a)と呼ばれる自給自足をベースとした共同体を作り、山の頂から豊富な魚介類が獲れる海岸まで、主食のタロイモを水耕栽培するのに適切な河川(水源)や溪谷を平等に分配して暮らしていた。その後キャプテン・クックや各国からの移民がそれぞれの食文化を持ち込み、ハワイ諸島各地を開拓し、現在のような多様な食文化が混ざり合う独創的でバラエティ豊かなハワイの食文化が築かれていった。

古代ポリネシア人が持ち込んだ食用植物の中でも、ハワイの土壌と気候に最も早く順応したのがタロイモだ。タロイモを蒸して、潰し、ペースト状に練ったポイは、今でもハワイアン主食として食べられている。ポイは鉄分、カルシウム、ビタミンCとA を豊富に含み、食物アレルギーを起こす心配もなく優れた炭水化物食品とされている。

ハワイは多国籍料理が楽しめるリゾートとして知られる。特徴的なのが移民の存在だ。ハワイへの移民は、欧米人はもとよりフィリピン、韓国、中国、そして 1860 年代と 1880 年代からは 10 年にわたり約 18 万人の日本人が官約移民としてハワイへ移り住んでいる。ハワイには、過半数を超える特定の人種や民族が存在せず、そうした歴史的背景の下に血縁のみならず食文化も混ざり合わさってハワイ固有のソウルフードを生み出すことになった。

ハワイでおなじみのディナーショーといえば、ルアウ(いわゆるハワイの宴会)。フラダンスやポリネシアン・ダンスなどを見ながら、ハワイ伝統料理を味わえるショーで、ホテルやガーデン、レストランなどが主催している。ルアウとは「祝宴」を意味し、ハワイアンのおもてなしのスピリットが息づいた遠来の客を囲んだ歓迎の宴に、さまざまな伝統料理が並べられ、それら古代ハワイアンの食生活を色濃く残す料理「ルアウメニュー」が振る舞われる。

中心メニューは、「プアア」=豚肉を「イム」(土を掘って作るオーブン)で豚を丸ごと蒸し焼きにする豪快な料理「カルア・ピック」、タロイモを叩いて磨りつぶしペースト状にし、発酵させた「ポイ」、タロイモの若葉で肉と魚を包んで蒸し焼きにした「ラウラウ」、ハワイ風の刺身料理「ポキ」、ココナッツミルクのデザート「ハウピアプリン」など。

## 2. ハワイ・リージョナル・クイジーン

2011年はハワイ・リージョナル・クイジーン誕生20周年。1991年、12名の気高きシェフの食と農と地域への情熱が、ハワイの観光と経済と社会を永遠に変えた。“Taste Our Love for the Land”

<http://om.ly/BUjOA>

20年前のハワイは、観光地でありながら食の水準は惨憺たる状態だった。Bon Appetit 誌のバーバラ・フェアチャイルド記者が「ハワイ旅行で一番おいしい食事は機内食」と揶揄するほど。ホテルのメインダイニングは欧米の物真似、アメリカ本土からの冷凍食材や缶詰を当然のように使用していた。

そのようなハワイのレストラン事情を憂慮した12人の若きシェフたちが、新しい波を起こすべく、形式や伝統に捕われず、地元の豊かな食材に光を当て、ハワイ独自の食文化を確立しようという情熱を持って、1991年に設立したのがハワイ・リージョナル・クイジーン(HRC)である。

12人のメンバーは、ロイ・ヤマグチ、サム・チョイ、アラン・ウォン、シェフ・マブロ(ジョージ・マブロサラシテイス)、ピーター・メリマン、ベヴ・ギャノン、ロジャー・ダイコン、エイミー・ファーガソン・オータ、マーク・エルマン、ジャン・マリー・ジョセリン、フィリップ・バドバニ、ゲイリー・ストレール。現在彼らの殆どが超・有名な世界のトップ・シェフとして活躍しているが、彼らの成長と同じくして、HRC は世界有数の料理のジャンルとして確立し、ハワイの食文化は短期間で根本的に変容した。

彼らは地元の新鮮で質の高い食材にこだわり、ハワイならではの魅力に満ちた新しい一皿を創り出そうと、切磋琢磨した。一つのスタイルに修練するのではなく、それぞれの個性とバックグラウンドを生かし、多様性の中にもスピリットの一致を見る、世界に類のない料理の新ジャンルだ。

それまでの「一流」レストランが見向きもしなかった近海物の鮮魚に目を付け、地元の畑に足を運んで農家に食材の栽培を促した。それまでは観光産業の蚊帳の外にいた地域の漁師や農家が、レストラン文化の重要な担い手となった瞬間だ。

それから20年。現在のハワイは、全島がオーガニック・アイランドを目指すほど、自然な食材が当たり前になった。12人のシェフが農業と地域と観光産業を繋ぎ、豊かな環境と自然を守り、地域生活の質を格段に高め、顧客に地域の自然と恵みを直接届ける、次世代のハワイを創り出したのだ。



(前列左から) マーク・エルマン、アラン・ウオン  
(中列) ロイ・ヤマグチ、エイミー・ファーガソン・オータ、ジャン・マリー・ジョセリン、  
ジョージ・マブロサラシテイス、ベヴ・ギャノン、ピーター・メリマン  
(後列) サム・チョイ、フィリップ・パドヴァニ、ロジャー・ダイコン、ゲリー・ストレール

1991年、マウイ・プリンス・ホテルに12名のシェフが集合、当時は1号店を開業してから3年経つ、ロイ・ヤマグチを除き、殆ど全員が無名、半数は自分のレストランすら持っていなかったロイ・ヤマグチはその年のジェームズ・ビ어드賞をハワイのシェフとして初めて受賞 ▶ 現在は皆がスーパースターに

サム・チョイは当時コナのボウリング場の料理を担当していた、13年後にはジェームズ・ビ어드、アメリカン・クラシック賞を受賞することになる

ピーター・メリマンは3年前にマウナ・ラニのエグゼクティブ・シェフを辞任して、ハワイ島ワイメアに104席のレストランを経営していた ▶ 以前から地元の食材に強い関心を示し、農家を回って食材を買い集め、人からは頭がおかしいと思われていたが、一部その存在を知る人からは高い評価を受けていた、San Francisco Magazine, New York Times が絶賛

マーク・エルマンは1987年からアヴァロンを開店、この店は実質的にコンテンポラリー・ハワイアン料理の一号店だった ▶ カジュアルで多文化なハワイスタイル：枝豆の炒め、ベトナム春巻き、中国風魚のカリカリ丸揚げ、後に多くから真似されて広まる、トロピカルフルーツをふんだんに使ったキャラメル・ミランダ

ジャン・マリー・ジョセリンのパシフィック・カフェ：ホテルのフレンチの仕事を辞めて開業、ハワイの食

材に魅せられた ▶ 1989年ナショナル・シーフード・チャレンジに、マヒマヒの黒焼き、すりゴマかけ、ライム・ジンジャー・ブール・ブラン・ソースで優勝、カウアイ島の食のイメージを変えた。Bon Appetit 誌はパシフィック・カフェを全米ベストレストランの一つとして紹介

ベヴ・ギャノンがマウイ島のケータリングシェフで、1926築のマーケットを改装して、ケータリング・キッチンにしようとしていたが、顧客が強く望んだため、そのままレストランになった

その他のシェフは、ホテルで働いていた ▶ エイミー・ファーガソン・オータはホテル・ハナ・マウイのエグゼクティブ・シェフ、フィリップ・パドバニはリッツ・マウナ・ラニ(現フェアモント・オーキッド)

アラン・ウォンはマウナ・ラニ・ベイ・ホテルのル・ソレイユ、カヌー・ハウスを担当、フレンチに塩と胡椒の代わりに、醤油とチリペッパーを使い始め、料理革命の先鞭を付けた

ジョージ・マブロサラシニス(シェフ・マブロ)はハレクラニのラメールのエグゼクティブ・シェフ、魚市場の競りやチャイナタウンで地元の食材を探し回っていた

ロジャー・ダイコンとゲリー・ストレルは共にカパルア・ベイ・ホテルとマウイ・プリンス・ホテルで働いていたが、ストレルがホノルルのプリンス・ホテルのオープンに伴って移動したため、ダイコンはマウイを仕切った

アリス・クーパーのマネージャーでもあった音楽・映画プロデューサー、シェフ・ゴードン(Shep Gordon)は、マウイ・プリンスからほど近いところに家を持っていた。ゴードンはシェフが有名人になるべきだと考え、ミシュランで星を持つ、ヌーヴェル・クイジーンのパパ・ロジャー・ヴェルジェ(Verge)、ウォルフガンク・バック、サウスウェスタン・クイジーンのパパ・ディーン・フィアリング(Fearing)、ロバート・デル・グランデ(Grande)らの代理人を務めていた ▶ ハワイのシェフも優れているが、遠距離であるために一人一人プロモートすることができないため、一つの「運動」をプロモートしようとする

ダイコンがプリンス・ホテルの会場を押さえ、グループの代表となるメリマンがメンバーに声をかけた

メンバーの最大の関心は素材。当時殆どの素材はカリフォルニアから送られて来たものばかりで、新鮮なものはない。農家は玉ねぎやキャベツのような単純なものばかりを育てていた。

ファーガソンは、ダラスにベイビー・ルースをオープンし、地元の牧場の肉や、農場のチリペッパー、トマト、アボガドなどを利用した、サウスウェスタン・リージョナル・クイジーン・スタートに手を貸した経験があった

ヤマグチは LA で働いた経験があり、カリフォルニア・クイジーン・全盛を体験し、農場から直接素材を仕入れる発想を理解していたため、新鮮な食材を利用することにはまったく抵抗がなかった

現実的には、シェフたちが欲していたハーブ、葉もの、トマト、野菜は、当時容易に見つかるものではなかった。1 ヶ月後の二回目のミーティングでは、メリマンが地元農場へバスツアーをセットした。当時農家ですらなかったテーネ・ダッタ(Tane Datta)は、現在レストランに対するフルーツや野菜の供給に重要な役割を果たすようになった。当時は、農産物を探すどころか、シェフが欲しい野菜の種を農家に渡し、収穫まで見届ける必要があったほど。ヤマグチは作物の買い取りを約束した上で、サラダのためのハーブを育てよう農家のディーン・オキモトに頼んだ。メリマンは、もう一人のハーブ農家エリン・リーにトマトを育てよう説得した。地元農家との信頼関係を築くところから始めた。農家とシェフとの信頼関係は、それほど容易ではない。例えばルッコラの生産を頼んだ数ヶ月後に収穫した際、シェフがレストランを辞めていたり、既に必要としなくなったりすることは、日常茶飯だった。このためシェフは、州



の農業部とかけあって、シェフのリクエストによって農家が育てた農産物については、州が買い取りを保証するよう話を付けた。もちろん、すぐには動かなかったが、それでも、最後には話がまとまった。

20年前には、カフク・コーン、ハマクア・トマト、マッシュルーム、牧草で育てたビーフ、地元の子牛、シー・アスパラガス、ブレッド・フルーツ、ヤシのハート(芯)、ワイアルア・チョコレート、モイ、カンパチなどは、食材として存在しなかった。オーガニックの食材も、ファーマーズ・マーケットも無かった。地元の食材がスーパーにすら無かった。



それが現在は、レストランのメニューは農場から直送したものばかり、レストランのガラ・パーティーには農家が特別ゲストとして歓迎される。ハワイの食は永遠に変わり、より新鮮に、より個性的に、世界に二つとない食文化が生まれた。

ロイヤル・ハワイアン・ホテルは、毎月「220ブランチ」を主催。ホテルから220マイル以内(およそヒロまで)の食材を可能な限り利用したブランチ・スペシャルである。例えば、スイスで修行したハンス・ステイエリ・シェフが、地元農家と漁師のショウケースをホストするイメージだ。ピア38港から水揚げされたばかりの魚、ビッグアイランドのウァウ農場のトマト、クアヒウィ牧場のサーロイン、マウイ・オニオン、アヒ・サシミ、ビッグアイランドのアボカド、ナロ農場のベビーリーフ、アライイ・ラベンダー・スコーン、ワイアルア・チョコレート・ショートブレッド、ホー農場のアップル・バナナ・ミニタルトなどなど…。特に人気は、ハワイ赤子牛のロコモコ、ハマクア・マッシュルーム・グレービー。ハマクア・マッシュルームは1996年に市場に出、ハワイ赤子牛は1年前のデビューだ。

20年前、ワイキキのホテルでロコモコがメニューにあることは考えられなかった。例えば、エッグ・ベネディクトだったろう。テーブル・クロスが掛かった上級レストランでは、かつて、殆ど同じメニューがサービスされていた。アメリカ版のヨーロッパ料理で、コンチネンタル料理と呼ばれていたジャンルだ。HRCの精神は、地元の食材だけでなく、多様な文化の混合にある。ハワイ、日本、フィリピン、中国…地元料理にはとても文化的な多様性と面白みがありながら、ホテルの食とはまったく乖離していた。HRCのシェフたちも、それぞれ個性を重視し、二人として同じ料理を作る者はいなかった。地元で親しまれている食材を、それぞれのバックグラウンドと、方法で、ハイエンド・レストランと融合させた

1992年にLAで、アーノルド・シュワルツネッガーのレストラン・ベンチャー(後のプラネット・ハリウッド)のキック・オフ・ディナーでのお披露目でムーブメントに火がついた。シェフたち(ウルフガング・パックも含む)は皆 HRC のジャケットを羽織り、全米のセレブたちに HRC を振る舞った。素晴らしい食事、元ミス・ハワイ、エリザベス・リンジーによる美しいフラ、ハワイアン・ミュージック。加えて数々のビッグイベントとテレビへの露出などによって、HRC がファイン・フードだということを、極めて効果的に広めた。ヤマグチ、ウォン、マブロはジェームズ・ビアード賞を受賞した。シェフはセレブになり、若者は自分もシェフになることを夢見るようになる。若手人材の質が急速に高まった。ハワイに3100のレストランがあり、76600人を雇用する産業では、とても重要なことだ。現在では、観光客は、バケーションの1月前にレストランを予約するほど。組織としてのHRCは3年ほどしか存続しなかったが、ハワイの食は永遠に変わった。HRCは料理というよりもムーブメントだ。

**アラン・ウォン：** 日本生まれで母は日本人、祖父は中国人という家に生まれる。父親は米軍人で子供のときは基地に住んでいた。5歳の時にハワイへ移住。7歳で両親が離婚。以来料理のうまい母親に育てられ、日本の食材や料理にとっても詳しい。ハワイ・リージュナル・キュイジーヌの一人者。日本や中国など様々な国のエスニックなテイストを融合させる独特、斬新な料理スタイルは、世界中のファンを魅了してやまない。1996年、全米1のベスト・シェフに与えられる「ジェームズ・ビアード賞」を受賞。ハワイで最も評価が高いハレアイナ賞の中でも最高のレストランに贈られる「レストラン・オブ・ザ・イヤー」の金賞は2006年で通算8度目。「イリマ賞」は過去6年連続受賞と数々の賞を総なめ。名実ともにハワイ料理界におけるトップシェフとしての栄誉をほしいままにした男として知られている。

15歳のときにワイキキで皿洗いからキャリアを開始。バスボーイ、ウェイター、ホスト、などレストラン中の全てのポジションで働き、マネージャーに。もっと良いマネージャーになりたくて料理教室に通ってみたら、料理が本当におもしろくなってしまった。そこでキッチンに入ることを決め、始めはワイキキのコーヒーショップのシェフになった(1972年)。その後NYに渡り、一流フレンチ店Lutece(ルテス)で修行。Luteceは1980年代に全米ナンバーワンだったレストラン。料理のことを深く理解するためにフランス語教室へも通った。1989年からマウナ・ラニ・ベイ・ホテルのシェフ、1991のハワイ・リージュナ



ル・クイジーン創業者の一人、1995年ホノルルに「アラン・ウォンズ」開店、2003年イクスピアリにアラン・ウォンズ・ハワイ・イン・東京ディズニーランド開店

「料理に関して大事にしていることは、まず良い素材。そして、提携農場ととても良い関係を築いていること。これで一番美味しい地元の野菜や素材が手に入る。僕らはいつも、そうやって手に入った素材を敬って大切に扱い、創造的であろうと頑張っている。僕は幸せな料理人が幸せな料理を作ると信じている。料理する時はまず幸せな精神状態でいなくてはいけない。そうじゃないと美味しいものは作れない。これがとても大切なこと。週 7 日間、休みなく働く。」(アラン・ウォンのインタビューより)

ウォン氏は、ハワイ・リージョナル・キュイジーヌの発足後の変化と、今後の発展をこう話している。「ハワイ・リージョナル・キュイジーヌを発足した 20 年前は、契約農家と生産品の資料をまとめることから始まり、ハワイの農産物を活性化することが目標でした。今ではアスパラガス、アーティチョーク、にら、ハート・オブ・パーム(ヤシ)、ケール、スイス・チャド等の野菜や、ティラピア、カンパチ、モイ、チョウザメなどの養殖魚、レッド・ヴィール(子牛)、地元の草で育てた牛肉など、新しい食材を育てる生産者が増え、消費者が直接買い求めることができるようになってきました。一方で、世界では、魚の乱獲、持続可能性、食の安全、地域食材の供給が減少し輸入食品への依存が高まるといった、かつては存在しなかった課題に直面しています。」



**ロイ・ヤマグチ**：東京生まれ。父はハワイ出身の日系二世、母は沖縄出身の日本人。高校卒業後 NY のカリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカに学び、西海岸のレストランでシェフを務めたのち、ハワイに移り住んだ。1988年に、ロイズ・イン・ハワイ号店を開業、直ぐに Food&Wine 誌から「ホノルルの宝石」と絶賛され、Condé Nast Traveler のトップ 50 リストにランクイン。現在ハワイ、米本土、日本、グアムに31店舗展開。

荣誉あるジェームズ・ビアード「ベスト太平洋・北西 (Pacific Northwest) シェフ」をハワイのシェフとして初めて受賞。テレビ番組へのレギュラー出演、クックブックの出版など多数。





### 3. ハワイの有機農業

太平洋の大海原に囲まれたハワイは、多くの食材を海外からの輸入に頼らざるをえない。しかし、ハワイ・リージョナル・クイジーンの台頭でハワイの食のクオリティが高まると、食材に対するクオリティも求められるようになってきた。そこで、ハワイ州農務局は 2006 年 5 月から、シールズ・オブ・クオリティ (SOQ) を発足。これは、メイド・イン・ハワイの農産物をハワイ州が品質保証するプログラムで、“ハワイ・ブランド”を推進するための制度だ。条件は、ハワイ生まれ・ハワイ育ちであることに加え、加工農産物の生産工程の 51% をハワイ州内で行なっていること、ハワイ州と貿易協会の定めた輸出基準に達した品質であること。ハワイ州農務局の審査をパスした食品には SOQ シールが貼られるので、消費者はこれで判断することができる。

そもそもハワイの食材の質を求める動きは、ハワイ・リージョナル・クイジーンの著名なシェフたちが「ハワイ産の新鮮な食材で美味しい料理をつくりたい」と、素材を探し求めたことから始まっている。そしてアラン・ウォンズ、ロイズ、シェフ・マブロといったハワイの一流レストランが SOQ の食材を取り入れたことで知名度が高まり、レストランやスーパー、ファーマーズマーケットなどで見かける身近な食材になっていった。

SOQ のメリットは、新鮮な食材が食べられることだけではない。メイド・イン・ハワイの農産物を守り、推進することで、生産者へ利益を生み出し、地産地消によるハワイ経済の発展も目的としている。SOQ プログラムには現在 44 社が登録しており、ナロファームもそのひとつ。野菜やフルーツだけでなく、食肉やシーフード、トロピカルフラワー、コーヒー、キャンディ、アイスクリーム、蜂蜜、ジャムといった生産物や加工品の会社がメンバーとなっており、旅行中にもスーパーやみやげ物店などで SOQ のシールが貼られた商品を手にする機会があるだろう。ハワイらしさに触れられるプロダクトとして旅行者に案内したり、旅行企画に組み込むことが可能。

#### 有機農業スナップショット

- ・ 全世界の有機農業耕作面積は3220万ヘクタール、世界の全耕作面積の約0.8% ▶ 2000年からの5年間で、年率14%で高成長 ▶ これに加えて、およそ3000万ヘクタール相当の有機農産物が、野生の状態で育ち、収穫されている
- ・ 全米で1990年には事実上殆ど存在していなかった有機農業が、2007年には全食糧の2.5% (178億ドル)、現在全農業生産の3%に達している ▶ 米有機農産物は過去10年間二桁成長
- ・ 2007年、College of Tropical Agriculture and Human Resources(CTACH) of University of Hawai'i が、Hawai'i Department of Agriculture(HDOF)、The Hawaii Farm Bureau Federation(HFBB)と共同で、有機農業生産の実態調査を行う
- ・ ハワイでは、有機農業に関するデータが、ようやく約10年前から充実し始めている
- ・ 自然食品店(47%)、スーパーマーケットにおける販売が急拡大中(46%)、直販(7%)
- ・ 中心的な顧客層は、30—60歳、都市に住み、高所得で、子供のいる、教育レベルの高い女性
- ・ 人気の高い農産物は、葉もの野菜、にんじん、じゃがいも、スクワッシュ、ビーン、ブロッコリーなど
- ・ ハワイの有機農業生産額は、2005年の500万ドルから、2007年800万ドルへ60%増加 ▶ 作付け面積は1465から1950エーカーへ30%増加 ▶ ハワイの有機農家はおよそ200軒
- ・ 有機農産物は、広範囲のスーパーマーケットで扱われるようになった ▶ 特に2008年のホールフーズマーケットの開業でトレンドが加速

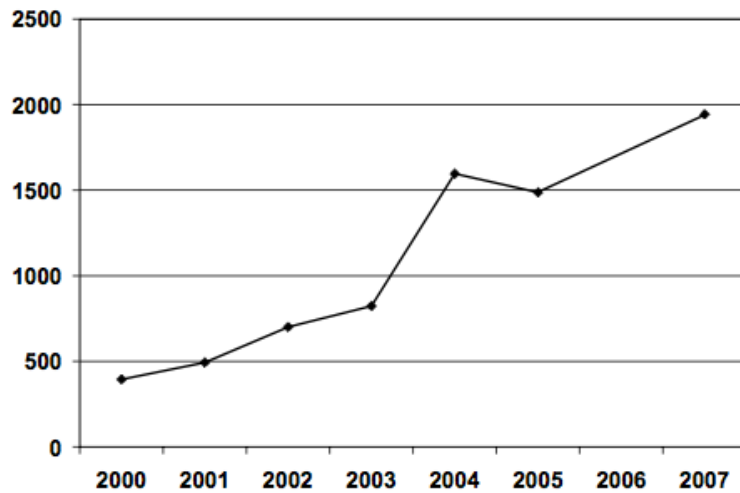


Figure 1. Hawai'i certified crop acreage (excluding forage) in production, 2000–2007  
Source: ERS 2007, HASS 2009

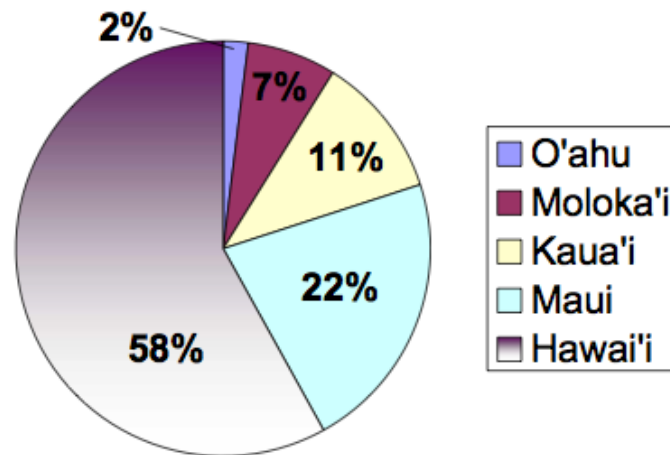


Figure 2. Distribution of certified organic acreage across in Hawai'i. Source: Hawaii Organic Farmers Association, 2007.

#### 4. オーガニック・スーパーマーケット

地元のスーパーマーケットでは、異文化が融合したハワイならではの食文化やライフスタイルを見ることが出来る。オアフ島には、米本土に拠点を持つセーフウェイ、ヘルスフード専門のホールフーズ、ハワイのチェーンマーケットのタイムス、フードランド、スターマーケット、そして日本からはドンキホーテ、白木屋など大型スーパーマーケットのチェーン店が点在している。"メイド・イン・ハワイ"なものにもかかわらず、日本、韓国、中国、アジアなどワールドワイドな食材や調味料が揃っている。

例えば、日系人たちが作ったメイド・イン・ハワイの醤油、納豆、豆腐、漬物、素麺・・・同様に、アジアのエスニックフードからヨーロッパのチーズに至るまで、各国の日常的な食材が手に入る。

食のメルティング・スポットハワイでは、スーパーマーケットと同様に移民たちが営む各国グルメが点在し、そのジャンルは多様だ。和食、中華、韓国料理、ベトナム料理、タイ料理など様々な国のグルメが、本格的な味わいで楽しめる。レストランでの食事も、国境を超えた自由な空気が漂っている。例えば高級ステーキレストランでも、醤油を頼めば出てくるのがハワイならではの。

- ・ ホール・フーズ・マーケット(Whole Foods Market)





## 5. ファーマーズマーケット

ファーマーズマーケットはハワイの地産地消を推進する上で重要な役割を担い始めている。シェフが変化すると、料理が代わり、消費者の期待や食材が代わり、食糧の供給と流通が変わる

シェフたちの素材に対するこだわりを地元の生産者が支えている。シェフと生産者は、試行錯誤を繰り返しながら、世界中の様々な食材に品種改良を行い、ハワイの風土に合った生鮮野菜づくりにチャレンジし続けている。そうした作られたハワイならではの野菜は、収穫されたその日のうちにレストランに届けられ、美味しい料理となる。ハワイ・リージョナル・キュージーンが発足した当初は、契約農家による野菜は主にレストラン向けに作られているだけだったが、レストランでその美味しさを味わった地元の人たちも新鮮な地元産の食材を求めるようになり、今では新鮮で質の高い地元産食材がスーパーマーケットやファーマーズマーケットに並ぶようになった。

鮮度と品質の良い野菜や果物、生産者の顔が見える安心感、素材に対する作り手のこだわりや思い入れ、美味しい食べ方や調理の仕方を教えてもらえるといった、生産者とのコミュニケーションも人気の秘訣。ハワイ中ほぼ毎日、どこかでファーマーズマーケットが開催されている。地元の農産業の活性化を目指してハワイ・リージョナル・キュージーンを発足したシェフの熱意が、生産者こだわりの野菜づくりを生み、地元の人々の美食を求める気持ちへと連鎖し、ハワイの豊かな食文化を形作る。

常夏のハワイにもそれぞれの季節ごとに旬の食材がある。マンゴーやメロン、ストロベリーなどは夏、竜眼やライチは 10 月頃にマーケットに並ぶ。品種改良によって誕生し、日本ではみることのない珍しい野菜のシーアスパラガスやハート・オブ・パームなど、ハワイの有名レストランでしか食べられないようなものもファーマーズマーケットでお目にかかれる。

例えば、シーアスパラガスはアスパラに似た海水栽培されるメキシコ原産の野菜だが、ハワイのトップシェフたちが、サラダなどのトッピングや炒め物に使うようになり、その後一般に広く知られるようになった。また、ライエというオアフ島の北の地域で作られるライエ・ゴールというパパイアは、パパイアを何種類もの品種を掛け合わせて作られてきたものだ。有名なベビーグリーンミックス「ナロ・グリーン」は、旬の6種類のレタスと6種類ベビーグリーンをミックスしたので、今や 130 ものレストランで取り扱われているポピュラーな食材だ。缶詰でしか食べたことがなかったベビーコーンも、採れたての皮が付いたままで売られるようになるなど、多彩な食材がマーケットでも気楽に手に入るようになった。

ファーマーズマーケットのなかでも、最も動員数が多いのが、毎週土曜日の朝 7 時から 11 時まで開催されている KCC ファーマーズマーケット。2003 年にスタートした当初は 15~16 店ほどしか出店していなかったが、今では毎週 60 店が軒を列ねており、平均 6000 人~7000 人の地元住民と世界中からの観光客が訪れている。旬のトロピカルフルーツやお土産に最適なハワイ産ハチミツ、ジャム、コーヒー、チョコレートなども売っている。プレートランチ、オアフ産ビーフを使ったハンバーガー、ノースショア産のフレッシュコーン、ハワイアン・ジンジャエール、パニオロポップコーン、トマトのフライなどその場で食べることができるものも多いので、朝食やランチに利用できる。朝だけではなく、夕方やオーガニックにこだわったマーケットなど様々な場所と時間帯とテーマで開催されている。





### 【オアフ島の主なファーマーズマーケット】

- |   |   |
|---|---|
| <p>🏠 KCCファーマーズマーケット<br/>日時：毎週土曜日 7:30-11:00<br/>場所：カピオラニ・コミュニティ・カレッジ</p>  | <p>🏠 アラモアナ・ファーマーズ・マーケット<br/>日時：毎週土曜日 9:00-13:00<br/>場所：アラモアナセンター</p>                              |
| <p>🏠 カイルア・ナイト・ファーマーズ・マーケット<br/>日時：毎週木曜日 17:00-19:30<br/>場所：609 Kailua Rd - Kailua Parking Garage (behind Longs)</p>   | <p>🏠 ロイヤル・ハワイアン・センター<br/>(10月4日~11月末まで実施)<br/>日時：毎週火曜 16:00-19:30<br/>場所：ロイヤル・ハワイアン・センター A館屋上</p> |
| <p>🏠 キングス・ビレッジ・ショッピング・センター<br/>日時：毎週金曜日 16:00-21:00<br/>場所：キングス・ビレッジ</p>  | <p>🏠 マノア・マーケットプレイス<br/>日時：毎週日・火・木曜日 7:00-11:00<br/>場所：マノア・マーケットプレイス</p>                           |
| <p>🏠 ハレイワ・ファーマーズ・マーケット<br/>日時：毎週日曜日 9:00-13:00<br/>場所：ハレイワタウン<br/>住所：Jospeh P. Leong Bypass &amp; Kamehameha Hwy.</p> | <p>🏠 ワイキキ・ファーマーズ・マーケット<br/>日時：毎週火曜・金曜日 7:00-13:00<br/>場所：ワイキキ・コミュニティ・センター 駐車場</p>                 |