

美國推動在地農業之相關政策分析

林國慶

國立臺灣大學農業經濟學系

摘要

世界糧食價格於 2006 年開始顯著上漲，引發各界對於糧食安全之關切，即使是主要糧食出口國的美國也不例外。美國 Obama 總統在競選總統時的農業主張包括支持小農，推動在地農業，消費者應多消費在地農產品；全民應認識農民與瞭解農業；建立與強化消費者與在地農民及在地農業的關係；強化在地糧食系統，提升在地與區域性之糧食安全水準。美國 Obama 總統於 2009 年元月上任，美國農業部即展開推動 Obama 總統之政策主張，積極推動在地農業，包括推動「認識你的農民，瞭解你的農業」與「農場至學校」計畫，強化學校膳食方案與學生飲食教育，以及農民市集等相關政策措施。本文分析美國推動在地農業之相關政策，以供政府參考。

關鍵字：在地農業、糧食安全、支持小農、強化在地糧食系統、農場至學校計畫

壹、前言

世界糧食價格於 2006 年開始顯著上漲，引發各界對於糧食安全之關切，即使是主要糧食出口國的美國也不例外。在一國家內，即使糧食總供給量比需求量高出許多，仍然會有與糧食相關的問題。部分人民仍然會有飢餓與肥胖的問題，部分地區也會有較難取得新鮮、健康與營養食品之問題。在省思糧食問題時，不同國家因自然條件與社經背景之不同，以及以不同角度省思問題，會有不同的看法與主張。我國與美國有非常不一樣的自然與社會經濟條件，形成不一樣的農業型態與農業政策，但是農業與糧食的重要性則沒有多大差異，因為確保糧食安全，讓人民免於飢餓，使每一個人都有能力取得足夠的糧食，以維持健康有活力的生活，是每一個國家的重要使命。

當省思世界糧食問題時，大多專注於解決飢餓問題，然而，除了解決飢餓問題之外，還有許多問題需要解決。這一些問題包括：世界糧食體系的集中化，糧食供應與分配問題，飢餓與肥胖並存問題，兒童肥胖問題，消費者之健康問題，小農經濟難以維繫等問題。在面對世界糧食問題時，美國也注意到其國內的糧食問題，尤其是在總糧食供應無缺的情況下，仍有很多兒童健康情況不佳，很多人有肥胖的問題，也有一些地區缺乏健全的地方糧食系統，無法充分供應新鮮、健康與營養的食品。

美國 Obama 總統在競選總統時的農業主張包括支持小農，推動在地農業，消費者應多消費在地農產品；全民應認識農民與瞭解農業；建立與強化消費者與在地農民及在地農業的關係；強化在地糧食系統，提升在地與區域性之糧食安全水準（尤其是位處偏遠以及所得相對偏低地區）。美國 Obama 總統於 2009 年元月上任，美國農業部即展開推動 Obama 總統之政策主張，積極推動在地農業，包括推動「認識你的農民，瞭解你的農業」與「農場至學校」計畫，強化學校膳食方案與學生飲食教育，以及農民市集等相關政策措施。本文分析美國推動在地農業之相關政策，以供政府參考。

貳、鼓勵消費者多消費在地食物

消費在地農產品的喜好與熱度在美國繼續增長，但在地農業的產值目前仍然只佔美國農業總產值的一小部分。在地食物一般意指在消費地點附近生產的食物，但是對於生產點與消費點的距離要小於多少才能稱為在地食物，到目前為止並沒有共識。其他的特徵也被用來定義在地食物，包括生產的方法，生產者的類型，以及食物是否直接出售給消費者或者食品經銷商。

在 1900 年代初期，將近百分之四十的美國人住在農場，同時大部分的食物是在地生產，在地銷售。食品加工包括製罐、乾燥、醃製或煙燻，只有少數食物運送到市場需要一日以上的時間，絕大部分的食物消費決定於當地食物的季節性供給。直到二次大戰後，運輸成本下降，以及在冷凍方面的改善，使得容易腐壞的食物，例如肉品以及農產品，能夠以可以負擔的成本在全球運送。

至 1960 年代末期，環保運動在美國開始萌芽，而在同一個時期，在地食物的議題也逐漸浮上台面。對於在地食物的喜好，在最近幾年得到美國消費者與政府的重視，其發展趨勢已趨明顯，並已取得動能。隨著對於本地食物的興趣與需求的成長，對於什麼才是構成本地食物，本地食物市場的特徵，以及本地食物對經濟發展、健康以及環境品質的影響等問題也開

始增加。

一、什麼是本地食物？

“本地食物”經常被想成是一個地理的概念，意指從生產到消費的距離。新牛津美國字典對於其 2007 年新字“locavore”定義為一個儘量只吃在 100 英里半徑內生產或種植之食物的人，然而，是否 100 英里即等同於本地並沒有共識。

美國的一些食品零售公司已經採用自己的本地食物定義，例如 Wal-Mart 的定義是在一個州境內生產的食物。Dorothy Lane Market，愛荷華州的一個小的獨立超市，在 Dayton 市擁有三間佳餚餐廳，將離 Dayton 市 250 英里半徑內生產之食物定義為本地食物。根據一個自然與有機食物之零售商 Whole Foods，由農場至商店要於一天內運送得到（用車子或卡車運送七小時以內）才能定名為本地食物，然而，大部分 Whole Foods 的商店建立比此更短的距離。

聯邦以及一些州的政策制訂者也有他們的定義，根據美國國會在 2008 年通過之糧食、保育與能源法案，“在本地或區域內生產的農產食物”只能從源頭旅行 400 英里以內，或在生產地的州內。Vermont 州的法律要求“本地”食物之產地必須距離銷售點 30 英里之內。

構成本地的認知距離也可能因區域而異，人口密度是重要的因素，因為在人口密度很小地區所認定的本地可能與人口密度相當高地區的認定有很大的不同。例如，習慣於開長距離以得到特定服務或取得貨品的人可能將一天可以開車到達的地方稱為本地，而在大都市的居民就不會將等同距離認為是“本地”。

本地食物的定義在同一個區域也可能不同，在 2009 年，位於維吉尼亞州中部地區的四個農民市集將“本地”定義為在 100 英里半徑內生產的產品或者是在維吉尼亞州內生產的產品，在同一地區之另外兩個農民市集則要求要在 75 英里半徑內生產，且其中一個要求食物必須於郡內生產。

二、消費者在本地食物中尋求什麼？

除了在地理上接近之外，消費者賦予本地食物其他特點。在食物運銷機構(Food Marketing Institute)於 2009 年所做的一個全國性研究中，消費者購買本地食物的原因包括新鮮(82%)、支持本地經濟(75%)以及知道食物的來源(58%)。

本地食物行銷管道的重要特徵是生產與配送發生在一特定區域，且消費者會被告知產品的本地性質，例如，透過與生產者面對的面溝通。探討消費者對本地食物認知的相關研究，顯示本地食物具相對優越性，包括消費者認為本地食物看起來與吃起來都比較新鮮，也有較高的品質，相對於所支付的價格具有更高的價值。有些消費者將本地食物與環境永續生產方法連結在一起，例如對於化學物以及以能源為基礎的肥料與農藥的有限使用。消費者也可能將本地食物生產方法延伸至包括公平的農場勞動作業方式及動物福利。對部份消費者而言，本地食物是小農場的同義字，因此認為消費本地食物也是支持小農的一種方式，是透過社會與經濟關係，對於當地社區做出貢獻。

針對消費者對於本地食物態度的調查結果顯示，消費者可能會願意對於本州內生產的產品支付較高的價格。研究結果顯示，消費者所願多支付的百分比，從北英格蘭的特定食物產品（楓糖漿，洋蔥做的辣調味汁，餅乾等）以及科羅拉多州的馬鈴薯之 9%，至在佛羅里達州生產之新鮮產品之 50%。願意為本地食物付出比較高額價格的消費者同時傾向於重視品質、營養、環境，以及願意幫助本州內的農民。

三、有一些本地食物是直接銷售給消費者

由於對於本地食物的不同定義使得對此部門之範疇與大小難以準確界定。為了將本地食物市場發展加以量化，美國農業部經濟研究所（ERS）的研究人員利用農業普查資料，以及研究公司組裝事實（Packaged Facts）之資料作分析。

直銷至消費者的本地食物包括在農民市集之銷售，農場邊或農場內之銷售，自行至農場採集，以及由社區支持農業（community-supported agriculture, CSAs）之方式。以 CSAs 的方式，當地居民在農民種植之前，購買農民預期收穫之一部分，之後在整個成長季節，居民每週會收到或到農場拿取食物。然而，在普查中對消費者直接銷售的數額不等同於在本地直銷的商品價值。例如，購物目錄與網路銷售部份是包括在普查中的消費者直接銷售，但是這些消費者一般而言並不屬於本地。而另外一方面，在本地食物系統中還包括社區園藝，但這一部份並不涉及販售，因此沒有包含在普查的資料中。

根據普查資料，對消費者的直銷金額在一直成長中，但只佔美國農業產值的一小部分。包括購物目錄與網路銷售之 2007 年農產品直銷總金額為 12 億美元，為總農產品銷售額之 0.4%。從 1997 至 2007 年，直接銷售金額成長 105%（6.19 億美元），而總農產品銷售額增加 48%（958 億美元）。

在同一個時期，參與直銷給消費者之農家數目成長 24%，而美國總農家數下跌 0.5%。在 2007 年，直接銷售給消費者的農家數為 13 萬 6,800 戶，超過從事農事服務（包括提供播種，耕作，噴藥，收穫等服務），休閒農業，及銷售木材及其他木材製品之農家數，使直接銷售成為農場內具領先地位的輔助事業。

農民市集與由社區支持農業之方式（CSA）也有顯著成長，根據美國農業部的調查，美國之農民市集在 1994 至 2010 年間成長三倍，由 1994 年之 1,755 個市集成長至 2010 年之 6,132 個。CSA 由 2001 年之 761 個增加至 2005 年之 1,144 個，而 1986 年時只有 2 個。

四、將產品銷售至本地餐廳，零售商店以及機關

部份農民也將其產品直接銷售至本地餐廳，零售商店以及機關，例如政府單位、醫院、以及學校。農民可能將這些產品直接送到零售或餐飲單位，或通過一個或數個中間者，例如批發商，再至零售或餐飲單位。根據 Packaged Facts 以及農業普查之資料，直接至零售或餐飲服務之銷售額於 2007 年為 38 億美元，比 2002 年之 32 億美元增加 19%。小規模與獨立的個別雜貨零售商，其特性與存貨方式與特定的地理位置密切連結，可能比較容易結合本地食品，並以此作為他們企業形象的一部分。例如，Dorothy Lane 市集在 1948 年只是一些水果攤位，不過，從哪時起它已經與區域內農民建立堅強的關係，而目前此市集已擴展至銷售其附近農場所生產的各種本地食物。

較大的食品零售連鎖店也想從逐漸受到歡迎的本地食物中得到利益，幾個具領導地位的零售商—包括 Wal-Mart, Safeway, Meijer, 以及 Weis Markets—在最近發佈本地食物計畫。在 2009 年，銷售量最高的十家食物零售商中已有七家在其網站中有提到本地食物。

由全國餐廳協會（National Restaurant Association, NRA）所做的調查顯示，餐廳與其顧客已增加對本地食物的興趣。根據 NRA 2008 年的營運者調查，89% 的精緻餐飲經營者在 2008 年有提供本地取得的食物，其中 90% 相信本地食物將會更為受到喜好。將近 30% 的速食餐經營者在 2008 年提供本地取得的食物，其中將近一半相信本地食物將會更為受到喜好。Chipotle

墨西哥烤肉店是一個快速成長的速食餐連鎖店，從 2008 年開始，其每一個店中至少有一種食物之 25%是購自距離其零售店 200 英里以內的農場。

農場至學校計畫是本地生產的農產品之機構市場的重要部分，在大部分的這些計畫中，學校主管食物的部門直接向本地農民購買新鮮產品，以滿足其對一些或所有的食物需求。在其他的計畫中，學校推動菜園計畫或去附近的農場作戶外教學，作為其擴大營養教育課程之一部分。這些計畫的整體目標是讓兒童能夠獲得新鮮的水果與蔬菜，同時促進學校與農場之間的關係，並能於未來強化彼此的關係。美國全國農場至學校網絡（National Farm to School Network）估計在美國 2009 年有 2,051 個農場至學校計畫，在 1996-97 年只有兩個，同時是 2005-06 之兩倍。

參、直接銷售給消費者對於小農十分重要

2007 年的農業普查提供直接銷售給消費者的農場特徵之有關資訊，普查資料顯示能夠接近都市市場對於農場從事直接銷售具關鍵性。直銷金額處最高水準的郡集中在東北與西部海岸的都市走廊。

位於都會區或附近之郡中，從事直接銷售的農場占有從事直接銷售農場的 84%，賺取所有直接銷售所得的 89%。平均每個農場的直接銷售額隨著農場距離都會郡之距離越遠而降低，位於都會區之郡之農場平均值為\$10,987，在接近都會之鄉村郡之農場平均值為\$6,767，而在偏遠地區之鄉村郡之農場為\$6,090。

根據美國農業普查，直接銷售至消費者之總額在 2007 年時大約是由小農(總農場銷售額小於\$50,000)，中農(銷售額介於 \$50,000 至 \$499,999),與大農(銷售額等於或大於 \$500,000)平分，即使小農占有從事直接銷售之總農場數之 85%。平均而言，小農直接銷售額占小農總銷售額之 35%以上，直銷是小農的重要銷售管道。相對而言，中農的直接銷售額占其總銷售額之 17%，而大農的直接銷售額只占其總銷售額之 7.5%。

對小農而言，將直銷與其他的加工或農場相關事業結合在一起經營顯得特別重要。將直接銷售與其他的工作結合在一起的所有農場中，小農占 77%。這些工作包括生產具附加價值之產品（例如抽筋牛肉，果醬，果凍，蜜餞，或花與插花），休閒農業，替代能源生產，林產物銷售及有機生產。

從事直接對消費者銷售的生產者中，水果與蔬菜生產者比畜牧業及其他作物之生產者少，但是水果與蔬菜生產者中從事直銷之比率較高。除此之外，平均每戶果農與蔬菜農從直銷所賺取的收入是畜牧業者與其他作物生產者的二至三倍。在直接銷售給消費者的畜牧農家中，肉牛業者占 54%，占直銷金額之 47%。

由於蔬菜與水果需要的加工較少，所以最容易由農民市集，路邊攤以及以自由採集的方式銷售。根據美國農業部 2006 年全國農民市集普查，在農民市集出售的產品中，最受歡迎的是新鮮蔬果，其次是草藥及花卉，堅果，蜜餞和烘烤食品。在 2005 年，有將近 92%的農民市集經營者販售蔬果。

肆、公共政策及支持本地食物系統計畫

美國政府透過各種公共計畫及政策措施支持強化本地食物系統的各項計畫提案，這些計畫的數目在過去幾年持續成長。部份聯邦計畫提供財務直接支持本地食物系統，例如，聯邦

州運銷改善計畫（Federal State Marketing Improvement Program）對州的相關機構提供配合資金，以協助開拓食品與農產品新的市場機會。在 2009 年通過的 23 個案子中，有 8 個是給予州的計畫，以支持州內的本地食物系統，例如提供資金以改善科羅拉多州的 MarketMaker 之效率。美國農業部與 15 個州及哥倫比亞特區的 land grant institutions 建立全國性的合作夥伴關係，而 MarketMaker 提供互動的媒合系統撮合零售商，批發商，加工商，以及撮合購買者與農民，農民市集，及其他的農產品的來源。

聯邦計畫也透過鼓勵消費者在本地食物銷售點購買本地農產品來對本地農民提供支持，例如，美國聯邦政府的農民市集高齡營養計畫（Senior Farmers' Market Nutrition Program）提供低所得高齡者食物券，持券者可以在政府認證的農民市集，路邊攤位以及 CSA 計畫購買新鮮蔬果。農民或經政府認證的銷售點再拿此食物券向州經營管理此計畫的相關單位換取金錢。在 2009 年的財政年度中，共有 809,711 位高齡者領取這種食物券，其中，有 18,714 位農民在 3,684 個農民市集，3,061 路邊攤位以及 159 個 CSA 中使用此食物券。

到目前為止，本地食物仍然是美國農業的一小部分，但由於一般消費者對本地食物系統的興趣已經逐年顯著增長，因此也使得更多人想多瞭解本地食物市場如何影響農民、消費者以及社區。透過對這些影響的瞭解將能進一步瞭解本地食物系統在整體美國食物運銷系統中的地位及重要性，並有助於提升政府所推動的各種支持本地食物計畫之成本效益。

伍、推動「農場至學校」計畫

在美國推動的「農場至學校」的相關活動，將各種本地食材導入學校的供餐方案，讓學生能吃到新鮮、健康與營養的在地食物。此外，這些活動也包括營養與農業教案、學校菜園，以及農場校外教學等相關活動。這些活動教導孩子們有關如何生產農產品，以及這些農產品在營養、健康飲食中所扮演的角色等重要課題。「農場至學校」計畫的相關活動對許多利害關係者有利，這些關係者包括學生、提供學校餐飲服務的相關人員、農民、家長、學校老師，以及整個社區。

早在 1997 年，美國農業部就開始嘗試將小農與學校的餐飲方案加以連結。在初始階段的「農場至學校」工作，是鼓勵小規模農家將其生產的新鮮蔬果賣給學校，同時鼓勵學校向小規模農場購買農產品。這些年來，美國農業部的食物與營養局以及農產運銷局出版一些刊物，協助學校與農民推動將本地各種食材帶進學校餐飲的各種努力。

在 2002 年，農場安全與鄉村投資法案（Farm Security and Rural Investment Act）授權提供經費給美國農業部，鼓勵購買本地生產的食物，以及對改善由小規模農場以及學校菜園取得本地食物的相關計畫，提供經費與技術協助。然而，在進入執行階段時，並沒有完成撥款。此外，2004 年的兒童營養及婦女、嬰兒及兒童再授權法案（the Child Nutrition and WIC Reauthorization Act of 2004），授權農業部長提供協助，透過對學校及非營利單位提供競爭型的配合款與技術協助，以支持農場至學校的工作；然而，再次的經費還是沒有實際的撥放下來執行這一些工作。

2008 年 3 月，食物及營養局在華盛頓 D.C. 舉辦一系列的討論會，討論大家越來越有興趣的「農場至學校」計畫，與會者包括學區、農民組織、食物銀行、本地農場，以及非營利組織之代表。這一系列的會議提供與會者一個難得與寶貴的機會，分享他們從事「農場至學校」計畫的寶貴經驗與見解，包括購買本地農產品，從農場至學校的食物運輸，購買本地食物的

成本，以及處理本地農產品所需的餐廳基礎設施。

透過這一系列的會議以及其他的查詢，美國農業部發覺到「農場至學校」的活動，其實在社區間存在很大的差異，但是有類似的基本目標。這些目標包括：(1) 以有效率的方式，滿足學校供餐方案的各種不同需求；(2) 支持區域與本地農民，從而強化本地食物系統；以及(3) 給健康與營養教育提供支持。

然後在 2009 年，一個名為「認識你的農民，瞭解你的食物」(“Know Your Farmer, Know Your Food”) 的新的計畫案成立。此計畫案是透過美國農業部整體的全方位規劃與動員推動，以強化消費者與本地生產者連結的方式，來創造新的經濟機會，及促進健康飲食。

在這一段期間，美國農業部觀察到，在校區與社區間，對於將區域與本地所生產的食物導入本地及區域內學校的供餐方案中的興趣持續增長。這個增長的現象很快的就被美國農業部掌握與重視，並認定為是一個能作為凝聚政策關注焦點與努力的重點方向。

在 2009 年 12 月，食物與營養局為「農場至學校」計畫，以及「農場至學校團隊」的相關活動創建一個網站。此網站針對食物購買政策、資源、政府補助經費、網路研討會、故事，共同的障礙和解決辦法，最好的做法，實施工具，以及其他與「農場至學校」之相關工作有關之重要材料，提供最新資訊。

最後在 2010 年 12 月，「健康、兒童免於飢餓法案」正式簽署為法案。這一個法案授權與提供經費給美國農業部提供技術協助，及提供競爭型的「農場至學校」計畫配合款，給學校、州及地方單位、印地安人部落組織、農業生產者、以及非營利組織，以使得學校能更容易取得本地的食物。

這一個法案授權通過的經費可以用來作為訓練、支持實際作業、規劃、購買設備、發展學校菜園、以及執行「農場至學校」的相關活動。根據這一個法案，每一個申請個案的經費不能超過美金 10 萬元。從 2012 年 10 月起(例如 2013 會計年度)至 2015 會計年度，美國農業部每年將有美金 5 百萬元的經費，來管理「農場至學校」配合款經費之執行，以及提供技術協助。

陸、成立「農場至學校團隊」積極推動「農場至學校」計畫

在 2009 年，美國農業部成立一個「農場至學校團隊」，其成員包括食品與營養局及農業行銷局的人員。美國農業部成立「農場至學校團隊」的目的在於支持地方及區域糧食系統，促進學校與當地糧食生產者間的結盟關係。成立「農場至學校團隊」的目標包括：(1) 協助剛開始辦理或持續維持「農場至學校」相關活動的學校、農民及當地的社區成員，取得所需的資源與相關資訊；(2) 在發展、進行或永續經營「農場至學校」活動時，給學校與農民提供技術協助；(3) 找出學校與農民在執行「農場至學校」活動時所遇到之問題，並建議解決方法；以及(4) 建議一些方法，使得學校與農場在推動「農場至學校」計畫時，能充分得到聯邦計畫之支援。也就是使目前的聯邦計畫與推動「農場至學校」的各項工作彼此相容，並能給「農場至學校」計畫提供有力的支持。

為了要達成團隊的目標，以及瞭解影響在地方上推動「農場至學校」計畫之重要因子，與瞭解在推動計畫的需求，此團隊在全美國各地訪問與推動「農場至學校」計畫有關之利害關係者。在 2009 年 12 月 15 日與 2010 年 1 月 31 日之間，全美國的各學區可以表達有興趣接受美國農業部「農場至學校團隊」至校區與社區作現場訪問的意願。在這期間，總共有 290

個校區表達有興趣接受訪問。

「農場至學校團隊」由有興趣接受訪問的 290 個學區中，經審查後選出 27 個學區，以供進一步的審議。由於學區反應熱烈，同時團隊也希望每一個訪視都能儘量有效率與具成本有效性，因此，團隊最後選定 9 個區域，而不是原先規劃的 9 個學區。選擇這樣做的原因是，在區域內會有一個以上彼此鄰近的學區，因此團隊可以觀察到更多種不同型態的經營方式。

在選擇訪視地點時團隊列出一些考量因素，這些因素包括：區域的代表性；鄉村、都市、郊區、以及部落學校；大的與小的學區；自營、販售膳食與食品服務管理公司；各種不同的配送模式；「農場至學校」的不同執行階段；以及將新的或新穎的方法納入「農場至學校」活動的學校。「農場至學校團隊」於 2010 年 2 月在所選取的 9 個區域中，挑選 15 個學區。在同年的 5 月、6 月及 9 月，美國農業部的「農場至學校團隊」訪視這一些學區。

在訪視過程中，美國農業部的「農場至學校團隊」與相關人士見面與懇談，包括主管學校食物服務的主任與工作人員，學區的管理人員，當地的農民，經銷商，地方與州政府之管理當局，學生，學校老師，家長，以及社區之伙伴。「農場至學校團隊」分析與評估支持或阻礙「農場至學校」活動的相關變數，以及這一些活動對學校與社區的影響。

整體而言，受訪者大都認為，若要成功的推動「農場至學校」計畫，必須要有好的溝通與耐心，溝通對象包括學區、農民、政策制訂者、學生以及他們的家長。除此之外，所有的參與者表示，要開始、維持或擴展「農場至學校」計畫，挖掘現有資源是首要的工作。透過非營利組織，地方、州以及全國性的政府單位，以及合作推廣辦公室，目前已經有許多資源可以用來促進學區與地方或區域食物系統間之連結。相關人員的彼此互訪與討論可以使參與者互相學習，並且避免再提供目前已經存在的資源，這些相關人員包括其他學區、農民、非營利組織、以及地方、州或聯邦政府的相關單位。

美國農業部於 2011 年 7 月出版「美國農業部農場至學校團隊 2010 年摘要報告分析」，此報告介紹此團隊之形成背景，與團隊之組成，以及此團隊針對相關的利害關係人所做的訪查結果及相關的因應對策。報告內容分為八個重要議題與領域加以分析：(1) 提供學校餐飲服務之設施，(2)「農場至學校」計畫與相關活動之執行與推廣，(3) 食物採購，(4)「農場至學校」之教育，(5) 食品安全，(6) 影響與評估，(7) 地方、州及聯邦政策，以及 (8) 農民將農產品販售給學校之看法。針對每一個主題，摘要報告綜合受訪者所提出的問題，以及可能解決這一些問題的方法，以及現有的政策措施。同時，報告也列出美國農業部可以提供協助的方法，以及未來可以強化協助的努力方向。

在對每一個主題與領域的分析內容中，包括相關的背景資訊、由現場訪視之參與者所表述的共通挑戰，以及舉例說明參與者如何處理這些挑戰，也就是一般通稱的”表達出來的挑戰”(“Expressed Challenges”)及”對於這一些挑戰的處理方式”(“Addressing the Challenges”)。「農場至學校團隊」也對每一個議題與領域作結論，包括對目前美國農業部支持「農場至學校」計畫之努力作重點陳述，同時針對如何對學校與農民的各種努力提供更好的協助，向美國農業部提出建議。

美國農業部 2010 年的現場訪問，將本地食物在學校膳食的各種面向，以及社區利用本地食物系統的各種方法的重點呈現出來。這一些重點包括社區如何利用本地食物系統，教育兒童有關食物的來源，這些食物是如何生產，以及這一些食物在支持一個健康與營養的飲食方面如何扮演整體性的角色。美國農業部的現場訪視是立基於先前農業部支持地方與區域農業

系統所做工作的基礎上，再往前擴展的第一步。同時透過訪視，協助負責學校食物服務的主任及員工、校區的管理者、本地農民、經銷商、本地及州的政府當局、學生、老師、家長，以及社區伙伴等，將這些人所面對的挑戰與機會弄得更清楚。

透過第一手的記述、研究和研討會之參與，此團隊將執行農場至學校計畫之共同相關性及重要問題整理出來，同時對美國農業部如何在未來繼續支持農場至學校計畫提出建議。美國農業部以及農場至學校團隊提供引導以及發展機制，協助學校與本地市場接觸，使食物生產者能有效的服務當地的學校，同時促進利害相關者間的溝通。

雖然農場至學校計畫不是一個能以一種方式來處理各種不同問題的作業方式，美國農業部所做的這本報告提供一些具體的成功範例。希望能透過這一些成功範例，給全國的社區一些靈感，或者在推動計畫時的鼓舞力量，或許可以讓有些地方能夠重複這樣的成功經驗。雖然這本報告有談到美國農業部能透過什麼樣的方式，對農場至學校計畫的推動與成長提供協助，然而，在全美國的各個階層，在沒有這個團隊的協助下，仍然有許多的農場至學校計畫之執行，包括地方、州及聯邦。

為了繼續推動將學校與地方及區域食物系統連結在一起的各項工作，美國農業部將參與並促進網絡會議的順利進行，增加與非營利組織之合作，以及擴大向外聯繫與接觸，與提升對農場至學校計畫認知的相關計畫。如本報告所提及，根據「2010 年健康、免於飢餓兒童法案」，美國農業部在 2013 年財政年度會給予農場至學校計畫經費協助。除此之外，美國農業部農場至學校的網站將繼續提供一個公共平台，來宣佈美國農業部的相關政策，同時將農場至學校計畫以及好的作業方式傳播出去。

柒、結論與建議

美國是世界主要糧食出口國，仍然非常重要糧食安全問題，並積極推動相關政策以強化其糧食安全體系，尤其是對於本地農業與食物以及小農之重視，美國 Obama 總統在上任後也積極推動相關政策。我國是世界主要糧食進口國，當然更應該重視強化糧食安全的相關問題。

在強化糧食安全體系方面，地產地消是主要政策措施之一。探討消費者對本地食物認知的相關研究，顯示本地食物具相對優越性，包括消費者認為本地食物看起來與吃起來都比較新鮮，也有較高的品質，相對於所支付的價格具有更高的價值。有些消費者將本地食物與環境永續生產方法連結在一起，例如對於化學物以及以能源為基礎的肥料與農藥的有限使用。消費者也可能將本地食物生產方法延伸至包括公平的農場勞動作業方式及動物福利。對部份消費者而言，本地食物是小農場的同義字，因此認為消費本地食物也是支持小農的一種方式，是透過社會與經濟關係，對於當地社區做出貢獻。

美國在推動本地農業方面，農民市集與由社區支持農業之方式(CSA)之數目顯著成長，根據美國農業部的調查，美國之農民市集在 1994 至 2010 年間成長三倍，由 1994 年之 1,755 個市集成長至 2010 年之 6,132 個。CSA 由 2001 年之 761 個增加至 2005 年之 1,144 個，而 1986 年時只有 2 個。

農場至學校計畫是本地生產的農產品之機構市場的重要部分，在大部分的這些計畫中，學校主管食物的部門直接向本地農民購買新鮮產品，以滿足其對一些或所有的食物需求。在其他的計畫中，學校推動菜園計畫或去附近的農場作戶外教學，作為其擴大營養教育課程之一部分。這些計畫的整體目標是讓兒童能夠獲得新鮮的水果與蔬菜，同時促進學校與農場之

間的關係，並能於未來強化彼此的關係。美國全國農場至學校網絡（National Farm to School Network）估計在美國 2009 年有 2,051 個農場至學校計畫，在 1996-97 年只有兩個，同時是 2005-06 之兩倍。

到目前為止，本地食物仍然是美國農業的一小部分，但由於一般消費者對本地食物系統的興趣已經逐年顯著增長，因此也使得更多人想多瞭解本地食物市場如何影響農民、消費者以及社區。透過對這些影響的瞭解將能進一步瞭解本地食物系統在整體美國食物運銷系統中的地位及重要性，並有助於提升政府所推動的各種支持本地食物計畫之成本效益。

由這一些分析我們可以看出美國對於本地農業的重視，此政策不只是 Obama 總統的重要政策主張，並且由農業部積極推動。在這一些政策中，農場至學校計畫具有特色，凸顯教育在強化糧食安全體系中所扮演的重要的角色。消費者對於本地食物需求之增加也扮演非常重要的角色，政府的功能是一方面協助消費者取得新鮮與健康的本地食物，另一方面也扮演教育的角色，讓更多的消費者瞭解為何支持地方糧食系統，多消費本地食物具多功能效益，並進而願意多消費本地食物也願意支付較高價格。