

「総合的データ」のないマーケティング では将来の「有機」はあり得ない

エフティビーエス社長
特定非営利法人
IFORMジャパン・OMRプロジェクト 代表

徳江 倫明

とくえ・みちあき

フードトラスト協会代表、NPO法人IFOAMジャパン副理事長。1951年熊本県水俣市生まれ。76年早稲田大学卒業、丸堀「イエー」入社。食品公害や環境問題への関心から、78年有機農産物専門流通団体「大地を守る会」に参画。88年には有機農産物の宅配事業「らでいっしゅばーや」を設立。その後オーガニックスーパー「マザーズ」や有機認証機関の設立などを手がける。著書：「農業こそ21世紀の環境ビジネスだ」(1999年たちばな出版)「危ないものを作りすぎた」(2004年誠文堂新光社)



「大規模農業」二辺倒は危険だ

「農業は生業(なりわい)なのか、ビジネスなのか」という曖昧な時代が、わが国では長く続いて来ました。仮に農作物が「商品」ならば、農家が自主的に価格設定し、その商品に責任を持つのは当たり前。しかし日

本の農業は長い間、農協(JA)の一括委託販売が、国是で、生産者に価格決定権などありませんでした。それでも昔は国内だけの需給関係だけで値段を決めていれば良かったので楽でした。ところが輸入品が増えた現在は、これとの比較で国産品は何となく「安め」の価格設定で推移し、加えて輸入モノも含めていざ品薄となれば極端に高騰するとうう、非常にバランスが悪い状況に陥っているのが実態です。

おまけに消費者側の顔が農家には見えず、「商品」に対する責任も分断されたまま。「モノを作って売る」という点で考えると、日本の農業は非常にいびつな構造です。

つまり今こそ、少なくとも「モノを作って売る」という、当然の姿に「農業」を戻さなければならぬ時期だと言っているでしょう。同時にやりたい人は誰でも参入できるようにし、より良い商品、サービスで切磋琢磨する状況を生むべきです。

ただし、競争とは言うものの、「食べ物」に対して「安心・安全」を保障することは国家の責務ですし、国や

国民として農業を守る、という精神は必要でしょう。資本主義の論理だけで進めるのはとても恐ろしい気がします。肝心なのは、タイミンを考えて自由化を行うことで、絶対的な意味での競争と経済原則だけで産業を切るべきではない、ということ。時代によって育成すべき産業はあるはずで、かつては鉄鋼や繊維もそうでした。最近では自動車業界を「エコカー」に切り替えることや、省エネ家電、太陽エネルギー業界への補助金は、農業をはるかに超えるところ。です。

いずれにせよこれからの農業には、補助金などの議論の前に「自由に参入が出来る」「自分で値段をつける」「製品に責任も持つ」という制度や意識の変革が必要です。

その中で競争や規制撤廃を促し、大規模経営とすべきだ、という意見もあります。量販店なら、大規模化して単品生産し、1年中供給できる農場との取引を求めるでしょう。ただしこれは「諸刃の剣」です。つまり流通ルートを極端に集約化すると、結局「売り手側の言いなり」に