

2007年(平成19年)
3月26日(月)

月・木発行(第4658号)
昭和26年10月22日第三種郵便物認可

商経アドバイス

米穀・米加工品・農業経営・食品市場

イオンが有機拡大宣言

推進法施行を引き金に 市場成熟へ

有機農業推進法の施行を踏まえ、今後の農産物流通の動きを展望する「有機・環境保全型農業推進シンポジウム」が22日、都内で開催された。パネル討論にはイオン㈱の寺嶋晋農産部長がパネラーとして参加し、イオン農産部としての有機農産物や地産地消への取り組みについて語った。農水省環境保全型農業対策室の栗原眞室長もパネラーとして参加。食料・農業・農村政策審議会生産分科会で今月27日にも答申が出される見込みの有機農業推進基本方針に関して素案の概要を説明した。

有機農業シンポジウムで表明

シンポジウムは、日本SEQ推進機構(徳江倫明代表)とエフ・イー・エス㈱(同)が主催。会場には有機生産者、流通・販売関係者、JA、生協、地方行政関係者など約400人が集まった。冒頭、国井正幸農水副大臣があいさつしたあと、有機農業推進議員連盟の事務局長を務めるツルネンマルティ参院議員が基調報告。続いて徳江氏が司会を務め、寺嶋氏、栗原氏、イオンサポーター代表の堀内信介氏、コープネット前農産部長の深沢米男氏の4人がパネラーとなってパネ

ル討論が行われた。イオンは先ごろ、ダイ

エー・マルエツとの間で資本・業務提携契約を締結。セブン&アイホールディングスを超える日本最大の小売グループが誕生することになり、食品流通においてもその動きが従来以上に注目されている。

寺嶋氏はまず、関連するイオングループの取り組みに言及。▽農業・化学肥料・抗生物質の使用抑制▽環境・生態系保全への配慮▽トレーサビリティ確保―など「5つの基準」によるブランド「トップバリュ クリーンアイ」の売上高が右肩上がりの伸びを続け、すでに120億円に達したこと、平成22年の600

億円達成を目指していることなどを報告した。

また農産物の調達や商品開発について、「これまで輸入品や大型産地開拓など集約的な動きをしてきたが、いま最も望ま

れているのはいかにローカル性を確保するかだ。本社集約的だったシステムを、よりローカルな、よりリージョナルなシステムに変えていく。これは言い換えれば、地産地消を通じて小売業が地域活性化に貢献し、日本農業を応援するシステムに

なっている」と語った。そうした流れの中で今後は、イオン農産部を挙げて有機農産物の販売にも積極的に取り組む意思を表明。「小売業の最大の強みは“売場”を持っていること。イオングループの売場には毎日、数百万人の顧客が訪れる。有機農産物を応援していく上で、これは強力な武器になると思う。(有機農産物の普及には)生みの苦しみはあると思うが、市場は間違いないと拡

大している。イオン農産部として有機農産物への売場の提供を約束したい」と宣言した。

その後の意見交換では、会場の有機野菜農家から「有機といえども、値段を上げれば消費はじまりと止まる。有機を推進しても価格は上がらず、コストと手間が増えるだけとならないか心配」との声が上がった。

これに対して寺嶋氏は、「農産物の場合、確かに価格が一番の選択基準になっていることは否定しない。しかし、そうではない」という顧客が確実に増えていることも事実だ。その数は、いまの有機生産の量よりむしろ多い。マーケット自体はあるが、そこに向けて引き金が引かれていなかったためだ。おいしい、安全、栄養、それ以外で何のために有機を消費するのか、消費しないか、それがある」と語った。

もつながら」と語った。そうした流れの中で今後は、イオン農産部を挙げて有機農産物の販売にも積極的に取り組む意思を表明。「小売業の最大の強みは“売場”を持っていること。イオングループの売場には毎日、数百万人の顧客が訪れる。有機農産物を応援していく上で、これは強力な武器になると思う。(有機農産物の普及には)生みの苦しみはあると思うが、市場は間違いないと拡

大している。イオン農産部として有機農産物への売場の提供を約束したい」と宣言した。

その後の意見交換では、会場の有機野菜農家から「有機といえども、値段を上げれば消費はじまりと止まる。有機を推進しても価格は上がらず、コストと手間が増えるだけとならないか心配」との声が上がった。

これに対して寺嶋氏は、「農産物の場合、確かに価格が一番の選択基準になっていることは否定しない。しかし、そうではない」という顧客が確実に増えていることも事実だ。その数は、いまの有機生産の量よりむしろ多い。マーケット自体はあるが、そこに向けて引き金が引かれていなかったためだ。おいしい、安全、栄養、それ以外で何のために有機を消費するのか、消費しないか、それがある」と語った。