

緒方知行 『2020VALUE CREATOR』主幹（流通ジャーナリスト）

# 農業生産に参入することは 小売業が果たすべき役割なのだろうか？

農地法改正以降、企業の農業参入がニュースとして取り上げられることが多くなった。しかし、我が農業界からすれば、なぜこぞって生産分野に参入したがるのか、理解に苦しむ部分も少なからずある。

今回はおなじみ流通ジャーナリスト・緒方知行氏にご登場いただき、イオンやセブン&アイ・ホールディングスグループなど大手小売業者の農業参入問題について語り合った。

## 健康という価値を 農業が提供できる時代に

昆吉則（本誌編集長） 本誌には何度もご登場いただいている緒方主幹です。今回のインタビューは雑誌『2020VALUE CREATOR』でも掲載させていただくことになっています。

緒方知行（株）オフィス2020新社主幹 イオンやセブン&アイ・ホ

ールディングスグループが「農業に深く関わりを持つ」とし始めた今あらためて昆さんにお聞きしたいことがありましたので、今回もよろしくお願いします。

昆 最近、私はロシア・ウラジオストック、それに中国・北京周辺に視察に行ったのですが、それらの国々に限らずとにかく日本人の農業経営者に来て欲しいという声がたくさん寄せられます。生産者としては日本の厳しいマーケットで鍛えられてき

ただけあって、世界レベルに到達している方々ですから、当然といえば当然ですけれどね。

緒方 日本のあらゆる産業の強みは、このうるさい市場があったという事に尽きますよ。米国人から見たらきつと考えられない。現地に経営者を派遣して作る野菜は、日本国内向けですか？

昆 いえ、その海外の生産地を拠点に輸出するわけです。高く買ってくれる市場がもうすでにあるわけですから。

緒方 だけど、農業従事者の高齢化と言われているでしょう？ その辺はどうなのですか？

昆 有望な若い世代、消費起点で発想ができる人材は農業界に入ってきていますね。

緒方 世界をこれから相手にして、

活動していくわけですから、期待できそうなのですね。私は、保護漬の農業界に若い世代は憧れを持って、入ってこないと想像していました。ただ、国内で農業が産業化するのだろうか？ という疑問も私は持っているのですが、昆さんはいかがですか？

昆 規模の問題でいけば、そういった疑問も出てくると思います。しかし、どのようにお客様に必要とされる商品、サービスを提供しているかということ突き詰めて考えていけば、農業には非常に可能性はありますよ。お天道様や土という農業が持っている魅力に注目が集まっている今、静脈産業、循環産業として成立すると思っています。たとえば、健康保険組合をビジネスパートナーとして、サラリーマンの健康・癒し

を与えるサービス業としての農業とか、あっていいじゃないですか。

**緒方** なるほど、健康産業としての農業ですね。

**昆** 農家にしか与えられていなかった土に触れる特権を一般の人々にも開放し、楽しみのチャンスを出出してあげることがこれからの農業経営者の役割です。しかも、それを目線の揃う異業種と手を結んで実現し、かつ北海道から沖縄までネットワークを結べるとしたら、これまでにないビジネスが生まれるはずなんです。それこそイオンさんやセブン＆アイさんが農場を作られるよりも遙かに大きな可能性を秘めていると思っ

ています（笑）。

**緒方** 昆さんは日本社会が成熟している中で農業のあり方を考えておられる。その大前提は非常に大事ですね。貧しい時代に人々が求めてきた価値というのは、モノでした。ところが、豊かになった社会では、あらゆる価値はモノだけではなく、ゆるゆるの価値はモノだけではなくて言

ただ、モノを消費した先にある、

それぞれの人々の心の中に生まれる価値があります。

**昆** 今はその価値を提供する時代なんですよ。緒方さんはよくおっしゃってられる「目で食べ、ハートで食べ、脳みそで食べる」という言葉は、まさにそのことを表しています。

**緒方** いろんな価値が生まれてきた中で、私が今残っている最大の価値は、セルフ・メデュケーション、つまり健康だと思っています。こういう視点から見るときにいろんな産業がかかわってくるんですよ。

面白い事例を紹介しましょう。先日ウチの雑誌でペット特集を組んだんです。ペットを飼っている家と飼っていない家に関する世界的なデータがあるんですが、それによれば病院にかかる比率、入院の比率、医療費にかかる比率、ペットを飼っている家の方が、いずれも少ないんです。つまりペットによる癒し効果であり、心の健康が肉体の健康に影響することを示しています。

農業も癒し効果があるわけですから、健康産業になりえますよね。もっと大きな豊かな価値観から農業をとらえ直すことで、可能性が広がるという昆さんの意見には賛成ですね。

## 新しい時代にバイイングの論理は通用しない

**昆** 農業を巡る状況は一変したにもかかわらず、食料自給率アップ運動に代表されるように、日本は欠乏の時代の農業政策を続けてきました。同時に、農業に対する正しい情報も認識も持つことを誰もできなかった。また、国内マーケットが良すぎたために、小売業も含めて海外に出て行くこともしなかった。やって

いることといえば、相変わらずの安売り競争ばかり。本質的に現代社会に生きる人が何を欲しているのかという問いを、事業者たちはしてこなかったと思うんです。

**緒方** 心の豊かさとは何かということを一一般の方に聞いたときに、「モノではなく心の豊かさである」という方が1982年から増えてきています。もうこの時点で文明が変わっているんですよ。でも、供給側も政治もその転換を見ていないんですよ。

モノが豊かさの指標だった時代の不況では、供給側が需要を作り出すことができず、今は需要を作り出すことができな

日本農業のことでいえば、「農地が狭いから……」と必ず生産性を問題にしますね。しかし、モノとしての価格をベースに置いた時にはそれは当てはまるけれど、付加価値にベ

スを置いたときには、生産性という概念の意味は変わってきます。むしろ私はそちらに可能性を見出した方がいいと思っ

ています。価格ではなく、付加価値で国際競争するという方策をとってね。

**昆** ただ、国内で高品質なものを作れること、それ自体は素晴らしいと思うのですが、そこに安住して

はダメだと思っ

農業を見てこなかったから、どうしても「高い安い」だけの見方になってしまっている。農業界とともに、次の未来を作る想像力ということをなさってこなかったし、農業の本質をほとんど理解されていない。だから、企業が農場を構えて生産に参入するという、トンチンカンなことをなさっている。

### 企業が農業参入すれば 黒字化できるという誤解

**緒方** 私が聞きしたかったのは、そこですね。イオングループとセブ&アイグループ、実はそれぞれ背景にある考え方が違うんです。茨城県牛久市で農場を始めたイオンの方は、プライベートブランドとしての野菜を提供する、いわば顧客の購買代理業として生産するものですね。一方、千葉県富里市で『セブンファーム富里』を設立したセブ&アイグループは日本の農業の弱状を放置できない、農業を支援、バックアップする、決して農業参入ではないんだと言っています。

**昆** 個人的な気分を申し上げると「偉そうに言いやがって、今まで自分たちが農業にやってきたことはどうなんだよ？」と言いたいところですね(笑)。

それはともかく、農業に対する無理解が相当あると思います。生産過程の段階で生み出される価値は非常に小さいんです。にもかかわらず、農業は儲かる、すぐ黒字化できるだろうとブームに乗って参入する企業は勘違いしている。でもあのカゴメでさえ、単年度黒字になるまで13年かかった。そこまで待てますか？株式会社ならば代表訴訟を受けてしまいますよ。

むしろ大事なのは、農業経営者のビジネスパートナーになって叱咤激励する以外にないでしょう。隠れている農業経営者を引き出しネットワークすることがあるはず。今のマーケットがどうであるか、お客様に求められるにはどういう存在になるべきか、それを考えればまだまだほかの小売業の棚で見せるべきことがあると思います。

**緒方** 小売業のフィールドでは、差別化ができると思って農業に参入していますからね。お客様に対して責任を持つということ、自分たちでやるということには論理として飛躍があるのは確かですね。

**昆** このような調子で、今回のインタビューは私が一方的に話すばかりで、大変失礼しました。ありがとうございました。

## 緒方知行

■プロフィール (おがた・ともゆき)

1939年生まれ。64年(株)商業界に入社し、雑誌『販売革新』の編集長を14年間、そして同社が発行する5誌を統括する取締役編集局長と『商業界』編集長を兼任。82年独立し翌年『2020AIM』(2006年3月、創刊250号を迎えて『2020VALUE CREATOR』に誌名変更)を発刊。現在その主幹。46年に渡り、わが国の流通・商業の専門記者として、また専門誌編集者として一貫してこのスタディに取り組み、取材・執筆活動を続ける数少ない専門ジャーナリスト。また故郷・大分県で「豊の国商人塾」の塾頭(塾長は広瀬大分県知事)を務めており、次世代の商業・流通業人の育成活動にも力を入れている。著作に『鈴木敏文・商売の原点』『同・商売の創造』(講談社)、『セブン-イレブンからヒット商品が生まれ続ける理由』(かんき出版)などがある。

<http://www.office2020.co.jp/>

