

# オーガニック農産物流通の新潮流

## — オーガニック農産物売上構成比5%を目指すイオン —

理事研究員 堀内芳彦

### 1 ニッチに止まる日本のオーガニック市場

2016年のオーガニック食品(農畜産物、加工食品)の世界市場規模は847億ユーロ(11兆円)で、欧米を中心とする社会的な環境意識、健康意識の高まりを背景に、11年対比で89%増と大きく拡大した。需要拡大を受け、16年のオーガニックほ場面積の世界規模も58百万haと11年対比で54%拡大した。(第1図)

一方、日本のオーガニック食品市場規模は1,300億円で、米国の389億ユーロ(5.1兆円)、ドイツ95億ユーロ(1.2兆円)、フランス67億ユーロ(8,700億円)に比べて非常に小規模である。また、農林水産省の推計では、16年度の有機農業の取組面積(有機JAS認証ほ場とそれ以外の有機農業ほ場を含む)は24千haと11年対比で21%拡大しているが、全耕地面積の0.5%にすぎない。

日本でオーガニックが広がらない理由について、次代の農と食をつくる会の「オーガニック・エコ農産物の普及拡大に関する調査報告(17年2月)」によると、販売・流通面の課題として、「オーガニックの価値が伝えられていない」、「価格が高い」のほか、消費者の要望として「扱っているお店が少ない、近くにない」との意見が多いと整理されている。

こうした課題に対し、量販店最大手のイオン(株)が、17年4月に策定した「イオン持続可能な調達方針・2020年目標」のなかで、「オーガニック農産物売上構成比5%をめざす。(16年の構成比は0.8%)」と宣言したことは大いに注目される。

### 2 イオンのオーガニック農産物拡大戦略

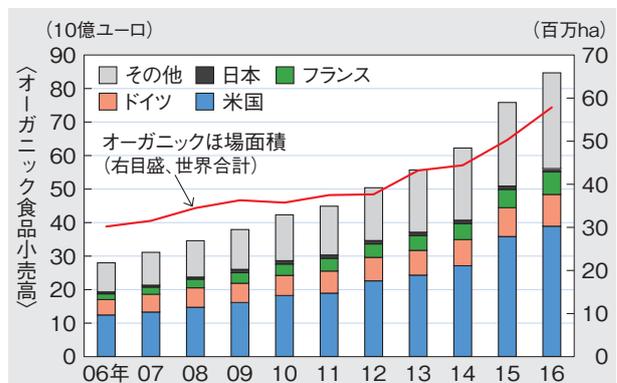
#### (1) 農産物の調達方針・2020年目標

「イオン持続可能な調達方針・2020年目標」は、15年に国連が採択した「持続可能な開発目標(SDGs)」にかなう取組みとして策定された。

このなかで農産物は、調達方針を「自然・生態系・社会と調和のとれた持続可能な農産物の調達に努めます。自らも野菜を栽培することで安全でおいしい野菜を提供し、安心してらせる食の未来の創造に貢献します。」としている。そして2020年目標を「プライベートブランドは、GFSI(世界食品安全イニシアチブ)ベースの適正農業規範(GAP)管理の100%実施をめざす。オーガニック農産物売上構成比5%をめざす。」としている。

この取組みの目的は、「事業活動を通じた環境課題、社会課題の解決に向けた貢献」とさ

第1図 世界のオーガニック市場規模の推移



資料 FiBL&IFOMA「THE WORLD OF ORGANIC AGRICULTURE 2018」

(注) 日本のオーガニック食品小売高は公的な調査データがないため、オーガニックマーケティング・リサーチプロジェクトの「日本におけるオーガニック・マーケット調査報告書(2011年6月)」の2009年推定値(1,300~1,400億円)が、09~16年の数値として計上されている。参考値として矢野経済研究所の推計では16年1,745億円となっている。

れているが、オーガニック農産物を盛り込んだことに、ビジネスチャンスとして、日本でのオーガニック市場拡大への強い期待と意志がうかがわれる。

## (2) 5%目標達成に向けた取組み

オーガニック農産物について、消費者の「高い」、「鮮度価値不足」、「品揃えが少ない」という不満に応え、子育て世帯が毎日買える価格帯、一般農産物並みの鮮度、オーガニックで食卓の全てのメニューが作れる品揃えの実現を目指すとしている。具体的には次のような取組みを進めている。

### ①オーガニック専用ブランド・売場の創設

従来のプライベートブランド商品の「トップバリュ グリーンアイオーガニック(有機JAS認証取得農産物・加工食品)」とイオンアグリ創造で生産した「イオン農場オーガニック」のブランドを、17年4月からオーガニック専用ブランドとして「トップバリュ グリーンアイオーガニック」に一本化し、各店舗の農産売場に順次オーガニック専用コーナーを設置していく。減農薬・減化学肥料の特別栽培農産物は「トップバリュ 減の恵み」ブランドで販売し売場を別にする。

イオンリテール(株)でのオーガニック専用売場の設置店舗数は、17年3月の140店から18年2月に205店(全店舗数400店)に拡大している。

### ②オーガニック担当バイヤーの配置

17年9月に全グループ会社の農産商品部にオーガニック担当バイヤーを配置した。

### ③産地から店舗までの最適・合理的バリューチェーンの構築

自社の農産物集配センターで有機JAS小分け認証(白菜の2分の1カットなどオーガニック

のカット野菜販売が可能になる)を順次取得し、産地から店舗まで自社の物流網を活用することで、一般青果物に負けない鮮度とコスト構造を構築していく。これまで17年に習志野市にある南関東センターが認証を取得している。

### ④地域と協働し、地場でオーガニック産地開発

地域の食文化と鮮度・物流コスト・フードマイレージに配慮し、地場でのオーガニック産地開発を加速していく。

具体的には、イオンアグリ創造の21の直営農場のうち18年6月時点で3農場が有機JAS認証を取得し、18年度内に4農場で認証取得を目指している。認証取得農場は地域のオーガニック農産物の集荷拠点および周辺農家へのオーガニック生産導入のプラットフォームとしていく方針である。また、行政、JA有機生産部会、地方卸売市場の荷受会社等と連携して、生産者の組織化・供給産地拡大に着手している。

## 3 オーガニック農産物生産拡大への期待

18年9月に開催された(一社)オーガニックフォーラムジャパン主催の第3回オーガニックライフスタイルEXPOの入場者数は24,542人で、第1回(16年)19,790人、第2回(17年)22,992人から着実に増加しており、食品に加えコスメやファッションも含めライフスタイルとしてオーガニックなものへの関心が高まっていることがうかがえる。

こうしたなかで、量販店最大手のイオンの店頭でオーガニック農産物が増えていくことで、多くの消費者がオーガニック農産物を身近に感じその価値の認識を深め、ひいてはその生産拡大につながることを期待される。

(ほりうち よしひこ)