

最新線
業界
そこが聞きたい
食産業
-6-

日本の食産業をどう捉えていますか。
国民生活産業・消費者団体連合会（生団連）は、流通サービズ、卸、製造、消費者団体などが加盟し、業界を超えた政策提言をしている。食産業については「根幹産業」と位置付けている。人が生きる基盤となる食品の供給を、一日でも止めてはいけない。その中で、農家の高齢化が進む日

本農業の5年後、10年後を危惧している。生産現場と関わりの深いスーパーや外食、食品メーカーなど事業者は生産者と連携を強め、それぞれが安定して利益を得ていくことが不可欠だ。スーパーや外食企業などの農業参入が



生団連会長
ゼンショーHD会長
小川賢太郎氏

おがわ・けんたろう 1948年石川県生まれ。82年に牛丼チェーン「すき家」などを展開するゼンショー設立。2009年ゼンショーホールディングス（HD）会長兼社長。17年に生団連会長就任。

産地の安定供給危惧

増えています。農業の生産基盤が弱体化して、日本のおいしい米や野菜の供給が将来、先細ることによる不安を感じている。農業は天候リスクがあつて、特に上場企業にとつては一番向かない分野だ。農業現場で企業の参入にアレルギーがあることも知っている。

産地が安定供給していくのに必要なことは何ですか。
——産地を安定供給を要する。協同組合は戦後の農業において成功した基幹システムだ。農協を中心に日本の復興を支えた。農業がこれほど成功した国はない。ただ、農家の高齢化など農業を取り巻く情勢が変わってきた。就農者を呼び込もうにも、労働力確保を

効率化で労働力確保を

産業間で競い合っている状況だ。農業界には、競争力ある商品を供給できる優秀な担い手が出てきた。産業として成長していけば、人材が今以上に集まってくる。会社組織による効率化を進めるなど、農業にも資本主義の側面が求められるようになった。

消費者のニーズをどう捉えていますか。
——日本の消費者は成熟し、世界一賢い。求める要素も一つではなく、価格や品質を踏まえながら総合評価される。価格を優先する消費者も、安全性や産地を気にする。流通や外食でも、この複雑なニーズに対応する企業が生き残っている。

記者の目

生団連は食に関わる団体が多く、農産物安定供給への思いは切実だ。自ら生産に乗り出すスーパーや外食も多いが、それだけでは満たされない需要が存在する。生産者は実需者と連携し、十分な供給で不安解消につなげてほしい。

対応するには技術や経験に加え、効率性を高めるために一定の生産規模が求められる。農業生産法人や株式会社などが今以上の役割を担うようになるだろう。新たな時代の担い手が力を発揮すれば、日本の農業は必ず成長できる。
(聞き手・岡下真貴)