

農と暮らしの新たな視点を探る

産直コペル

sanchoku cooper

2019.5 Vol.35

特集

豆乳バター
西条市産

直売所の

平成を振り返る

新連載! NEW HERO

~次世代を担う高校生~

WORLD REPORT in U.S.A.

カリフォルニアにおけるサステイナブル農業

地産地消の人々

お客様はどんな食を求めて来るか

座談会 転換期を迎えた直売所 今後をどう考える?

有識者インタビュー 農産物直売所の発展とその裏側

自然災害 × 直売所 / 女性の社会参画 × 直売所 ほか

なぜ、日本で有機農業は広がらないのか

——東京農工大学 野見山敏雄——

有機農業研究所 (IFO, スイス) の統計によれば、世界の有機農地 (2015年) は5千90万ヘクタールで前年比7・2%も増加している。特にアメリカは世界の有機食品市場 (816億米ドル) の48%を占める巨大マーケットである。

我が国では、「有機農業推進法」が制定されて12年が経過した。「有機農

業の推進に関する基本的な方針」(2014年4月) では、耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を0・4%から1%に倍増するとされたが、2017年現在2万3千ヘクタール (0・5%) に留まっている。また、有機食品の市場規模は1850億円 (2017年) と推計している。農林水産省担当課長は有機農業の取組面積

が1%にならない理由を、①販路がない、②規模拡大が困難と説明している (註1)。果たして、理由はそれだけか? 一方、有機農産物の小売価格は慣行農産物と比較して約5割以上高く販売されており、矢野経済研究所の調査では実需者の44%が有機食品を取り扱ったことがないと回答している。

このように、欧米と比較して日本の有機食品市場が伸びないのは、国民の所得が伸びていないからだと筆者は考えている。消費支出の推移を点検するために有効な統計は、「全国消費実態調査」で5年ごとに実施される、直近の調査は2014年に実施された。

有機栽培品と国産標準品の販売価格比較 (2016年)

	品目	国産標準品 (円/kg)	有機栽培品 (円/kg)	比率 (%)
根菜類	だいこん	204	315	155
	にんじん	394	685	174
	ばれいしょ	385	568	147
葉茎菜類	キャベツ	178	291	163
	ねぎ	669	960	143
	たまねぎ	296	536	181
果菜類	トマト	697	1,078	155
	ピーマン	959	1,793	187

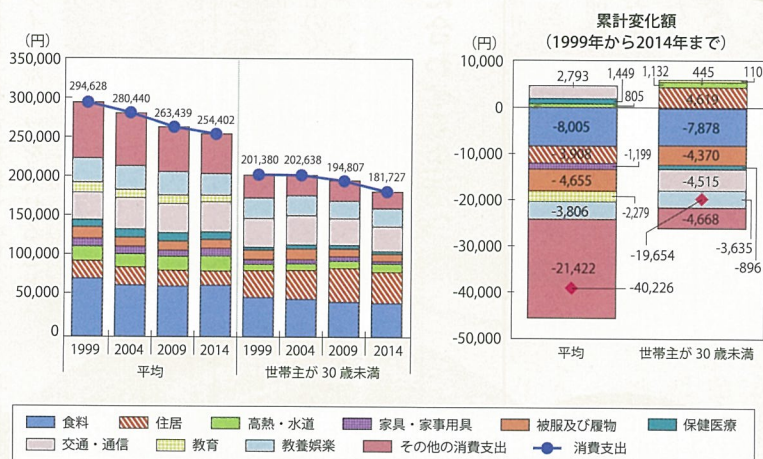
資料: 農林水産省大臣官房統計部「平成28年生鮮野菜価格動向調査報告」(平成29年3月)

注) 1. 全国主要都市 (21都市) の並列販売店舗における比較である。

2. 有機栽培品は、有機JASマークを貼付した商品が該当する。

出典: 農林水産省 (2019)、「有機農業をめぐる事情」、一部改変

世帯主の年齢階級別1か月当たり消費支出の推移



- (備考) 1. 総務省「全国消費実態調査」(総世帯・全世帯) により作成。
2. 品目別支出額の変化額を記載
3. 世帯主が30歳未満の整体については、世帯数分布により世帯主の年齢が25歳未満の世帯と25歳から29歳までの世帯を加重平均した値。

出展: 消費者庁 (2017)「平成29年版消費者白書」

「全国消費実態調査」で5年ごとに実施される、直近の調査は2014年に実施された。同調査によれば、全世帯平均の消費支出と食料費は1999年から2014年で減少しているが、



野見山敏雄さん
東京農工大学大学院農学研究院教授

東京農工大学で教鞭をとっており、最近の研究テーマは、半商品経済を組み込んだ農産物の生産と流通に関する総合的研究である。主な著書には、産直商品の使用価値と流通機構 (日本経済評論社) や食料・農業市場研究の到達点と展望 (筑波書房, 共著) など多数。2012年より地産地消優良活動表彰審査委員会・委員、17年から委員長を務めている。

(註1) 食料・農業・農村政策審議会・果樹・有機部会、2018年12月17日