



2006年9月11日から15日にかけて韓国ソウル市において開催された、アジア太平洋食料肥料技術センター（FFTC）と韓国農業協同組合連合会（NACF）の共催による国際セミナー、「21世紀の農業協同組合の事業革新と事業機会」において基調報告を行った。

セミナーの主旨は、グローバリゼーションの進行など農業をとりまく環境が激変するなかで、アジア各国における農協の役割を改めて見直すとともに今後の改革方向を探ることにある。具体的な課題としては、今後の農協の事業革新の視点とその方向、改革における参加型アプローチの適用、新たな事業展開の可能性やマーケティングモデルの創出など非常に多岐にわたるが、要するに各国の農協の生き残りの方策についてのディスカッションが中心である。報告はインドネシア、タイ、ベトナム、マレーシア、フィリピン、韓国、台湾、日本など8カ国、15名からなり、各国の農協の現状と課題が報告された。

筆者は日本の食料消費とフードシステムの現状を報告し、トレーサビリティなど安全安心の取組みや各地の地域ブランドづくりの事例について紹介した。また、日本側の報告者として野中章久氏（東北農業研究センター）が、現在の農協の抱える問題点について、地域別の農業経営視点から提示した。

ディスカッションでは、日本のGAPやトレーサビリティなど食の安全安心への取組みについて強い関心が示された。一方、国産農産物のみが安全性を保障されているわけではなく、独自の安全性基準を備えた輸入農産物に対する加工・外食等の実需者ニーズも強い。今後は、それら農産物の一般消費者への浸透

も指摘され、日本と同様に、中国からの輸入農産物との競争に直面する韓国や台湾などでは切実な問題であることを強く認識した。

当然ながら、経済の発展段階や諸条件により各国の農協の抱える問題は大きく異なる。しかし同時に、農産物の自由化問題など多くの共通する課題を抱えていることも事実である。そのなかで、欧州の事例を紹介しながら農協（協同組合組織）が産業としての農業のみならず、地域基盤としての役割をいかに果たし関与していくかが重要であるとのICAアジア地区理事の力強い報告が印象的であった。

また、最終日に行われたソウル郊外の現地見学では、韓国の農協が経営する大規模スーパーマーケット（ハナロ）に立ち寄った。筆者は韓国の小売事情には精通していないが、店舗形態や陳列されている商品単位の大きさなどから見る限り、食料品においてもまとめ買い中心の消費スタイルが一般的なようである。なお、販売している商品は全て韓国産であるというマネージャーの説明であったが、いわば国産という価値以外での新たな価値をどう見いだすかが日本にも共通するマーケティング戦略ではないかと感じた。



——ソウル郊外スーパーマーケットの買物風景——