

”攻め“の農業で主力産業への転換を促せ

研究員 齋藤 信也



農産物を海外へ売り込め

「農産物の輸出増加を目指すなど“攻め”の農政に転換いたします」。2005年1月21日、小泉首相（当時）は第162回国会の開会に臨み、施政方針演説の中でこう力説してみせた。これを受けて食料・農業・農村政策推進本部では、2013年までに農産物（加工食品を含む）の輸出を1兆円とする数値目標を定めた。06年時点におけるわが国の農産物輸出は3,739億円であるから、政府は今後7年間で輸出を2.5倍に伸ばす方針だ。

戦後、わが国が大いに発展を遂げることができたのは、言うまでもなく工業品の輸出拡大を通じて外貨の獲得に成功したからに他ならない。政府が言うように、農産物を海外へ売り込んでさらに多くの外貨を獲得できるならば、「食料供給基地・東北」は、工業品と農産物の輸出という両翼で大いに発展を遂げることが期待できよう。

ただ、東北に限らず国内の農業が置かれた立場は極めて厳しい。農産物価格の低迷や担い手不足と高齢化の進展、耕作放棄地の増大などに加え、今後は人口減少に伴って口数も減っていく。これまで通りのやり方で国内市場にこだ

わっていたのでは、縮小均衡に辿り着くどころか、それ以前に農業そのものが立ちゆかなくなるといった危機感も漂う。

本稿では、農産物の輸出を切り口として農業の新たな可能性と未来像を探りたい。まずは、農産物輸出の先進事例といわれる、青森県のりんご輸出の実態に迫ってみよう。

輸出は国内市場価格の“調整弁”

青森県弘前市を中心とする津軽地方は全国でも名立たるりんごの産地だ。津軽平野を眼下に見下ろす雄大な岩木山の麓には見渡す限り一面のりんご畑が広がる。津軽を訪れたのは6月上旬。時折小雨が降るあいにくの天気にもかかわらず、農園では摘果作業に追われる農夫が何とも忙しそうに作業を進めていた。

青森県のりんご出荷量は年間およそ40万ト。東北農政局の調べによれば、07年は同県産りんご約2万3千トが輸出されており、これはわが国のりんご輸出量の約9割にあたるという。また、ここ数年輸出量は増加傾向にあり、中でも02年に台湾がWTO（世界貿易機関）へ加盟して以来、台湾向けを中心に輸出量が爆発的に伸



びている。

単位農協としては全国一のりんご取扱量を誇るJAつがる弘前 りんご部りんご課長の石郷岡喜代昭氏は青森県産りんごの輸出の実態をこう語る。

「国内のりんご需要は年々減ってきており、多くの産地ではりんごの価格を維持するために生産量の調整を強いられている。かつては、余分なりんごを果汁へ回していたが、1990年にりんご果汁の輸入が解禁されて以来、国内市場での需給調整が難しくなっていた。台湾への輸出は国内のりんご価格を維持するためのいわば“調整弁”だ」。

2007年の国内卸売市場価格は242円/kg。90年代初頭には約60万トあった出荷量をこの20年間で20万トほど削減して何とかこの価格を維持してきた。それだけ輸出にかかる期待は大きい。ただ、需給調整としての輸出先が台湾のみということについては当然リスクも伴うため、さらなる輸出拡大には慎重だ。

「02年に台湾向け米国産りんごの中から検疫対象病害虫のコードリंगाが発見されて、米国は1ヶ月間りんごの輸出禁止を余儀なくされた。日本産りんごの場合、モモシクイガという検疫対象病害虫がいるが、混入を未然に防ぐための対策を産地でもしっかりしなければ、米国と同じ目に合いかねない」と石郷岡氏は危惧する。

現在、台湾側の検疫でモモシクイガが1回発見されれば、そのりんごの産地を抱える都道府県からの輸出ができなくなるほか、同一年度にもう一度発見されると、今度は日本からの輸出が全面的に停止されるなど、厳しい処置がとられることとなっている。

輸出量が増えるほど病害虫が見つかる確率も高くなる。今後輸出の拡大を図るには、産地における徹底した品質管理と病害虫の流出を水際で食い止める日本側の検疫体制の強化が欠かせない。

りんご輸出を阻む“非関税障壁”の存在

一方で、早くから国内市場の縮小に危機感を抱き、独自のルートで海外に販路を拡大してきた意欲的なりんご農家がある。



片山りんご畑の山野執行役

片山りんご株式会社（弘前市）だ。同社は16畝のりんご畑を抱える市内でも有数の大規模りんご農家だが、約200名の生産農家と提携し、99年に初めて英国に輸出をしたのをきっかけに、現在はタイ、シンガポール、ロシア、スイス、UAEなどへも販路を拡げ、年間およそ200トのりんごを輸出する。

同社執行役の山野豊氏は輸出先の拡大について次のように語る。「これからりんごの輸出先を増やそうと思えば、GAPの取得が不可欠だ」。GAPとは、製造業で導入されているHACCPの農業版とえばわかりやすいだろう。もともとはEU（欧州連合）の大手小売業者らが始めた制度で、消費者に対して食品の安全性を保証するために設けられたもの。農産物の生産工程管理手法に関する自主規格であり、EUREP GAPと呼ばれる。05年からはEU内で流通させるすべての農産物に対して、生産者には認証の取得が義務づけられたほか、事実上の世界規格（GLOBAL GAP）とされる。

「味覚に優れ、安全・安心と言われる日本産のりんごだが、国産りんごを海外の消費者へ届けようと思ってもGAPを取得していない農家を作ったりんごは海外、特にEUの小売業者は取り扱ってくれない」。輸出の必要条件は国際規格に則った農産物づくりの体制整備にあるというわけだ。

GAPを普及するため、同社ではNPO法人を立ち上げて日本版GAP（JGAP）の普及にも取り組み始めた。しかし、この点に関して山野氏は次のように指摘する。

「たとえば世界最大のりんご生産国である中国では政府主導の下でCHINA GAPの導入にいち早く取り組んでおり、しかもEUREP GAPとの同等性を認めさせようとしている。もしこれが認められれば、EUに輸出する多くのりんご生産国にとってはかなり大きな脅威となる」。

農林水産省では2011年度までにすべての産地でGAP導入を目指すとしているが、こうした国際規格に沿った体制整備が遅れば、農産物の輸出はGAPという名の非関税障壁によって大きく出鼻をくじかれることにもなりかねない。

輸出品目を拡大せよ

りんごは冷蔵技術の進歩によって1年中流通させることができる点や、他の果樹に比べて流通コストが安いなどの点から、比較的輸出に向いていると言われる。しかし、「食料供給基地・東北」ではりんご以外にもたくさんの果樹が穫れるほか、米や野菜、食肉、海産物など多様な品目がある。りんごの取り組みを農産物全体に広げていくことが必要だ。

東北農政局では05年9月に県や関係団体からなる「東北地域農林水産物等輸出促進協議会」（以下、「協議会」と呼ぶ）を立ち上げ、各業者や産地などに点在する輸出関連情報を収集するとともに、情報の共有化を図りながら6県合同のシンポジウムや商談会等を開催して農産物の輸出促進に向けた普及啓発活動を行っている。また、07年6月には「東北地域農林水産物等輸出促進戦略」をとりまとめ、輸出促進に向けては品目ごとに輸出先を絞りながら取り組むとしている。具体的には農産物（水産物・加工食品等を含む）を①主力品目（既に相当の実績のある品目）、②育成品目（現段階では輸出実績が少ない品目）、③新規品目（今後、輸出を希望する品目）、④検討品目（今後、輸出可能性を検討する品目）の4つに分類し、それぞれ輸出量・輸出先国を拡大する計画だ。

協議会としては、総合商社のOBなどを活用しながら現地とのパイプを作り、まずは実績のあるものから確

実に輸出量を伸ばすとともに、順次品目を拡大していく構えのようだ。事務局を担当する東北農政局農産課では「海外で日本食の市場を開拓するにはやはりコストもリスクもかかる。しかし、高い付加価値を持った日本の農産物や食材を海外市場に売り込みたいという意欲のある農家や業者に対しては積極的に支援していきたい」と意気込む。

“食料産業”で13兆円の輸出を目指せ

ところで、青森県のみりんご輸出の実態に象徴されるように、現時点における農産物輸出の主な目的はあくまでも国内市場価格の維持を主眼に置いた需給調整だ。冒頭で触れたように、人口が減ってくるこの先、現状の生産規模を維持しようと思えばますます輸出という“調整弁”に頼らざるを得なくなるだろう。それができないのであれば需要に見合った生産規模へ粛々と農地を削減するしかない。

現時点では片山りんご(株)のように、縮小する国内市場に見切りをつけた開拓魂溢れる農家が一念発起して海外市場に活路を見出している状況であるが、こうした取り組みを産地全体の取り組みとして広げていくことが、農業の再生につながると言えよう。

貿易立国と呼ばれる我が国では、500兆円と言われるGDP（国内総生産）のおよそ14%（72兆円）をモノ、つまり工業品の輸出で稼ぎ出している。製造業のGDPは109兆円であるから、製造業全体が生み出すGDPの実に66%は輸出によって稼ぎ出している計算だ。他方で、農林水産業と食料品製造業を併せた「食料産業」のGDPは20兆円程度であるから、食料産業を製造業並みの外貨獲得産業と位置づけるには、付加価値ベースで考えても産業規模の66%、つまり最終的には13兆円程度を輸出で稼ぎ出す力が必要だ。

生産・流通・販売の バリューチェーンを大胆に変えよ

産地や政府の取り組みをもう一押し、さらなる輸出力を身につけるための方策は無いだらうか。



現在、海外では国産の果樹や農産物そのものが高級食材として贈答用などの目的で販売されているケースが圧倒的に多い。確かに日本の農産物は品質に優れ、果樹などはまるで工芸品のごとく取り扱われる。差別化して富裕層だけをターゲットとするのであればそれでも結構だが、高級食材のままではいつまでたっても市場は広がらない。一般食材として海外の食卓にも普通に並ぶようにならなくては輸出の拡大にはつながらない。そのためには生産・流通・販売のバリューチェーンを大胆に変えていくことが重要ではないか。

たとえば、産地において1)経営規模の拡大によるコスト削減、2)輸出を念頭に置いた商品作物づくりの2点に取り組んでみてはどうか。

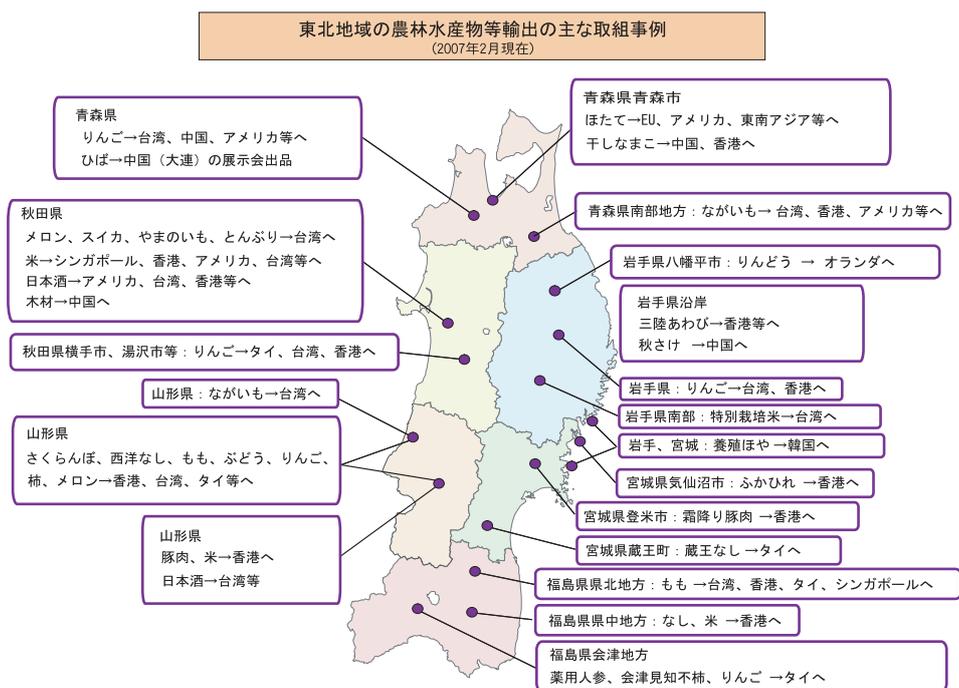
前者に取り組むためには農地の所有者や農協などが出資する形でLLC（合同会社）を組織する方法が有効だろう。規模の拡大によるスケールメリットが生じることはもちろんだが、何より生産者にとっては今以上に経営感覚が要求されるので、コスト意識や経営戦略が働く分、農産物に国際競争力を生み出すことが可能になる。

また、後者についてはGAPの導入方法と併せながら考えてみるとよい。日本の場合は農地が非常に狭いため、生産工程管理というGAPの手法がなじみづらいという問題がある。たとえば、りんご畑ともも畑が隣接しているケースなどは一般的な光景であり、隣で撒いた農薬が知らぬ間に飛散しているなどということとは、可能性としては十分あり得よう。こういう可能性がある以上、一部の畑だけGAPを導入するというやり方はなかなか実情にそぐわない。そこで、まずは輸出に関心のある農家の農地を集約しながら輸出用農作物を作るエリアを定め、エリアを限定してGAPの導入

を進めていけば輸出の拡大にもGAPの導入にも効果的ではないだろうか。

このように、輸出を伸ばすためには現状の細々とした物量の延長線上に未来を描くのではなく、物量を増やすための抜本的な改革を国内でどうやって進めていけばよいのかということを実際に考える必要があるだろう。先にも触れたように、東北の場合は果樹の他にも米や食肉の生産が盛んで、これらはいずれも輸出に非常に向いている。まずはこうした品目から進めていくことが近道ではないだろうか。

農業がつまらないと言われたのはもう過去の話だ。近年はEPA（経済連携協定）やFTA（自由貿易協定）の進展に伴って、今や農業のグローバル化も必定となりつつある。こうしたビジネス環境の下では国際感覚豊かな人材や高い経営ノウハウを持った人材、そして何より失敗を恐れないチャレンジ精神が求められる。輸出という突破口が開けたことで、農業は必ずや魅力的な産業へと変貌するに違いない。農産物の輸出という新たなチャレンジは近い将来必ずや東北の農業を主力産業へ導く力となるだろう。



国産の農産物が海外でも一般食材として流通することが重要

資料：東北農政局