

目指せ珠玉のアグリ輸出

湯澤 三郎 Saburo Yuzawa
(一財) 国際貿易投資研究所 専務理事

世界の人口は 2050 年までに凡そ 23 億人程増加する（エコノミスト誌）一方、食糧生産の伸びは水と環境問題からここ 10 年は鈍化する（FAO）見通しだ。食糧確保に向けたビジネスは勢いを増している。中国は中南米、アフリカ、豪州、北米など全世界で果敢に進出している。生産性の向上を背景に、中国の穀物、畜産の生産は 1990 年以後 20 年間に倍増している。それでも、当面の人口増と所得増に伴う食生活の向上、多様化による需要増にはとても追いつかない。

世界の食糧市場に中国という巨人が立ちはだかっている観すらある。自給率の低い日本にとって、中国は食糧供給確保の手強い競争相手であることは確かだ。

だが中国にとって量の確保と並んで、食糧の質が緊迫した問題になっている事実を見逃してはならない。いわゆる「食の安全、安心」の確保である。欧州で起きた中国企業による粉ミルク買占め報道に、問題の深刻さが垣間見える。農政当事者の最重要課題の一つが、いかに汚染されていない食糧を党・政府・軍の幹部用に調達するかだとも聞く。

南部の大規模有機農場が思わしい成果を挙げず、日本の企業に全面的な支援を依頼してきたことがあったが、その話もこうした背景を示唆している。

中国が調達に躍起となっている「安全、安心」な食糧を日本が供給できれば、双方にとってビジネス以上に、安定した互恵関係の維持にも寄与できる。

既に日本産果実の美味しさは世界で比類がないという定評を得つつある。すし米、すし酢はやはり日本産でという通も海外で増えている。そのうえで「安全、安心」のラベルが加われば、日本のアグリ産品は一躍世界のプレミアム・マーケットの寵児になる。中国の富裕層は毎年 15%超で増え続け、ここ 2 年間で 400 万世帯を突破する勢いだ。安全食品の確保に目の色を変える巨大な市場が既に存在している。

米国でも顧客の要求に応じて、300 店を持つパスタ・チェーンのメニューに、抗生物質フリーの豚肉料理が登場した。有名レストラン・チェーンや大手販売店は、抗生物質フリーの肉の調達にはお手上げの状態だ。美味しさで定評ある和牛に抗生物質フリーをうたえれば、輸出は飛躍的に伸びることは疑いない。畜産業も競争力ある輸出産業に変身する。

日本の農業の生産性は既に世界で 1, 2 を争うほど進んでおり、これ以上農業の発展を図るとすれば、産品の高付加価値化を企図せざるをえない。農政のリードが期待されるものの、新たな理念とケミカルフリー農法で、個別農家や新規参入する農業企業が自ら進んで挑戦し、成功する可能性は高いだろう。規制緩和が呼び水になって、投資先がないまま滞留している資金は農業に新たな可能性を見出すだろう。珠玉のようなアグリ産品輸出でジャパン・ブランドが世界を席卷するのは、決して夢物語ではない。

それに、「安全・安心」な食を提供できてこそ、日本の「おもてなし」ではないか。