

～ ニッポンの “ おいしい ” を世界へ～

## 平成 17 年度農林水産物等輸出促進セミナー

岩手

< 抄録 >

### 【開催概要】

日 時：平成17年12月21日（水）13:30－16:30

場 所：岩手県盛岡市 ホテルメトロポリタン盛岡NEW WING

主 催：東北農政局 農林水産省委託事業

出演者：東北農政局生産経営流通部次長 渡邊辰男

片山りんご園有限会社代表 片山寿伸

北海道漁業協同組合連合会営業企画部部長代理 山口重幸

社団法人日本水産物貿易協会参事 上村秋男

農林水産省大臣官房国際部貿易関税課輸出促進室輸出企画係長 森本友

司会者：木村雅子

参加者：岩手県および近県の生産・流通関係者およびメディア、計約90名

## 登壇者紹介

### ●片山りんご園有限会社代表 片山寿伸

1987年4月、りんご移出商の片山りんご冷蔵庫農園部勤務。1999年12月国産りんごの英国輸出を開始。2001年2月、農園部門を独立法人化し農業生産法人片山りんご有限会社設立。2003年にはユーレップギャブの申請を行い、先駆者としての苦勞を重ねながら、2004年9月、ユーレップギャブ審査に合格。同年4月には、国産りんごの中国輸出も開始するなど、精力的な事業展開を継続中。

### ●北海道漁業協同組合連合会営業企画部部长代理 山口重幸

1987年北海道大学水産学部を卒業後、同年ニッカウヰスキー株式会社に入社。1991年には北海道漁業協同組合連合会へ入会、翌年北海道漁業協同組合連合会東京支店国際課に配属。現在は、本所営業企画部にて本年度の農林水産省委託事業として、北海道ブロックの水産物について、流通効率化を図りつつ中国への輸出事業を手掛ける等、水産物貿易のスペシャリストとして活躍中。

### ●社団法人日本水産物貿易協会参事 上村秋男

ジューロコンテナートランスポート株式会社、カテナ貿易株式会社FISインターナショナル株式会社を経て、現社団法人日本水産物貿易協会に入会。社団法人日本水産物貿易協会では、タイ・台湾・韓国など、アジアを中心とした市場での水産物に関する調査をご担当。

## 農林水産省代表者

- 農林水産省東北農政局生産経営流通部次長 渡邊辰男
- 農林水産省大臣官房国際部貿易関税課輸出促進室輸出企画係長 森本友

## 司会者

- 木村雅子

## 1、司会者挨拶

- 日本の農林水産物・食品は高品質な産品として海外市場で受け入れられる可能性が非常に高く、世界の各国で日本文化がブームとなっている。アルコール、タバコ、真珠を除く貿易額は輸出2,954億円に対し輸入が6兆9,125億円となっている。

- 国では輸出額を5年で倍増し6,000億円とする計画を掲げ、先般、輸出倍増行動計画を発表。今回のセミナーはその一環として開催。

## 2. 農林水産省代表者挨拶: 農林水産省東北農政局生産経営流通部次長 渡邊辰男

- 日本の農業の閉塞感が続く中、政府は守りから攻めへ発想を転換した取り組みとして、農林水産物等の輸出促進を重要施策の一つに掲げている。昨日財務省より示された平成18年度予算では、これに関して5億円の内示を受けた。
- 東北地域の農林水産物の輸出は近年急速に活発化しているが、これは豊かな自然の恵みから生産されるリンゴ、ナシ、長芋、エンドウ、ホタテ、日本酒といった多様かつ高品質な農林水産物等を、主に東アジア諸国を輸出相手国として行っているものである。
- そうした中、わが国の高品質で安全な農林水産物等の輸出をいっそう促進し、国内の農業と食料産業の活発化につなげていくため、国内関係者が一体となった取り組みを推進することを目的とし、農林水産物等輸出促進全国協議会が本年4月27日に設立された。この全国協議会においては、農林水産物等の輸出額を5年間で倍増すること等を主な目標に掲げ、官民一体となった取り組みを推進している。
- 農林水産物等の輸出についてはあくまで民間が主体的に取り組むことを基本とし、農林水産省としても一過性でない、現地での通年型の販売促進や料理講習会の開催、各国の輸出制度や流通実態に関する情報収集と分析を行いつつ関係者にこれを提供することにしている。また、外国の制度上の問題点については是正を働きかけるなどの支援策を講じることで、輸出に取り組みやすい環境づくりに努めている。
- このような状況下、東北地域においても去る9月6日に県及び関係団体機関の連携強化、輸出に関する情報収集および共有化、シンポジウム等の開催による普及啓発活動を行う平成17年度行動計画を決定し、実行に移している。
- 本日のセミナーの開催地となった岩手県は、アワビ、ホヤ、サケ等の水産物及びメカブ、モズク等の水産加工品、リンゴやエンドウ等の農産物など東北でも多様な品目の輸出に取り組んでいる県として注目されている。今回のセミナーは主に中国を中心とした東アジアの市場動向について、水産物、農産物についての取り組みを紹介していただくこととした。

## 3. 講演(1) 片山寿伸氏: 「生産者から見たリンゴ輸出の実態」

- 我が社はごく小規模な農業生産法人で、13ヘクタールのリンゴ園で約300トンのリンゴを生産している。また、47名のグループを組織して出荷組合を作っており、合計約600トンのリンゴを扱っている。その中で日本ではなかなか売りにくい部分を外国に、少量ではあるが輸出している。

- 農家の立場で行えることには限界があるが、今日は実際に行ったことを具体的に報告したい。
- 配布資料の最上部にあるイギリス向けは「これ」で、直径 70mmほどの小さなものである（現物提示）。また「これ」は同じ品種の王林だが、これはもうヨーロッパ向けにはならない。仮にヨーロッパに出せばすべてシードル（リンゴの発泡酒）向け、つまり加工向けということになってしまう。しかし、中国や台湾に出すにはこれが最適のサイズ。日本の量販店はこの中間をとる。
- 結局私たちが行っているのは、日本の流通からそっぽを向かれた部分をそれぞれ高く買ってくれる外国に出しているということである。だからとりたてて輸出を意識しているわけではない。

### ■イギリス向け輸出について

- この小さなリンゴを輸出するようになったきっかけは、農家には忘れることができない「平成 9 年の暴落」であった。平成 9 年産のリンゴは安く、生産原価は<sup>\*</sup>約 100 円かかるのに、手取りが<sup>\*</sup> 75~80 円となり、生産原価割れを体験することになった。これでは先細りで、リンゴで食べていけなくなるのではないかと思い、半ばヤケクソでサンプルを送ったのがヨーロッパだった。
- 最初はスペインにサンプルを送ったが、その際にいろいろと貿易の練習をさせてもらった。それが船便で出せるようになった要因だ。
- スペインへは日本を代表するような大きなリンゴを送ったが、そんな大きなものは向こうでは全く評価されず、シードル用になってしまうという。そこでサンプルを 3 回ほど送ってから品種とサイズが確定した。
- 小さいサイズは、日本国内では豊作の年には特にジュースの原料にされてしまう。しかしサイズが違うだけで、味は大きいものでも小さいものでもほとんど同じである。しかし日本ではどうしても中間レベルが好まれ、小さいものはジュースの原料になってしまう。<sup>\*</sup> 当たりの手取りは安いときで 5 円。20<sup>\*</sup> のリンゴ箱には 108 個ほど入るが、それで 100 円の手取り。つまり、ひどいときには一個 1 円ぐらいの農家手取りとなってしまう。
- 結果的に、対ドル相場でイギリスに出すと、農家の手取りは<sup>\*</sup> 75 円強になる。単純に比較して 15 倍の手取りになるということでイギリスへの輸出を行ってきた。ただここで注意すべきことは生産原価である。生産原価は 100 円もかかっているのに、イギリス向けだけの輸出は成立し得ない。
- 工業製品とは違うので、リンゴは大きいものから小さいのまで採れてしまう。しかし小さいものは国内では見向きもされず、<sup>\*</sup> 5 円で叩かれてしまうので、その分をヨーロッパに輸出して農家の手取りの底上げを図っている。
- 商社の輸出とは全く観点が異なり、農家が手取りを増やすのが目的であるから、華々しい輸出ではない。手取りを少しでも多くして再生産につなげよう

という、苦し紛れの輸出である。ただ、やってみたら私のような農家でもできたので、誰にでもできるという意味で今日のご報告申し上げたい。

## ■EU への輸出

- まず、イギリスに出すのは非常に簡単だ。書類も普通のパッキングリストやインボイスで、リンゴのサイズや等級、価格を書くだけ。こんな書類は誰にでも作れる。また、ファイト・サニタリー・サーティフィケートという植物防疫証明は、植物防疫庁に持って行ってダニなどがいないかどうかちゃんとチェックしてもらえれば、いいものならば確実に発給してもらえる。ここまでは非常に簡単である。
- イギリス向けではもう一つ、衛生証明書が必要となる。単なるサニタリー・サーティフィケートで、内容は「この食品は安全で人が食べても大丈夫」という、そんな漠然としたものである。しかしその書類の作成に最も苦労した。というのは、こんな漠然としたものは誰も作ってくれないからである。貿易商社ならどうすればよいかすぐわかるだろうが、私どもは農家なのでなかなかそれがわからなかった。
- 結果的に弘前の商工会議所と協議し、私が「この食品は非常に衛生的な環境で栽培されパッキングされたもので、人が食べても大丈夫である」という英文を作り、下に私のサインをする。そのサインに商工会議所がサイン証明をつけてくれた。真ん中には Sanitary Certificate の文字、左下には商工会議所のサイン証明と判子がある。これだけの書類だが、これが正式な貿易書類として現在も船便でイギリスに出す際に通用している。これら 4 つの書類を作れば簡単にイギリスに輸出できる。
- その他、商業ベースでやる場合にはいろいろ調べなければならないこと、用意しなければならないものがある。例えば私たちは貿易の基礎知識がなかった。畑でリンゴの枝を切ることは毎日行っていたが、一体どうやって通信すればよいのかさえもわからなかった。だから JETRO の実践貿易講座に行った。
- この講座は丸 2 日の初級講座に出れば全てできるような仕組みになっていて、非常に有効なシステムだと思う。ファックスの書き方の左を 2 センチ開けてファイリングできるようにとか、どういう順番で書けとか、無駄なことを書かずにきっぱりとした言葉を使えなど、本当に基本的なことから叩き込まれる。そのうえで素晴らしい虎の巻のような教科書をいただいた。教科書にあるボルトやナットなどの商品名をリンゴの品種名に入れ替えて価格を入れ込めば誰にでも使えるような、優れた教材を用いた講習である。この講座に丸 2 日あれば誰にでもできるような簡単なことだった。
- 衛生証明取得に際しては、弘前商工会議所の担当者が非常に親身になってくれて、Sanitary Certificate はサイン証明を使ってうまくやろうということで協

力してくれた。いざ取引が成立する段になると、相手の会社が信用できるかどうかが問題になる。私のような小さな農家では調べようもない。そこで地元の青森銀行に信用調査をお願いした。

- 私は英語もそれほど喋れないので、地元の青森大学英文科の先生にことあるごとに聞いた。また、パレットのサイズにしても EU は規格が厳しいので、地元八戸の港湾業者をお願いして作ってもらった。
- ダンボールも作った。船に 28 日も揺られて行くので、非常に強いものが必要だと考え、地元の資材屋さんに特別に作ってもらった。船舶の手配も地元の日通をお願いしている。自分だけでやっているのはリンゴを作ることだけだ。
- 日本の農産物は地元の特色ある商品で、たいていが私のように地元で生産しているものである。地元の輸出者が地元の協力を得て世界に向けて輸出していくという体制を築ければ非常に簡単にできる、というのが実際にやってみた感想である。

#### ■輸出の実態について

- 輸出したのは王林が中心で、他に金星という商品も少し行っている。一回目の反応は非常によかった。特に「ロス率が非常に少ない」ということを言われた。日本のりんご栽培技術は非常に優れているが、さらに貯蔵や選荷、荷造りも非常に几帳面で、ちょっとした傷も見逃さず、荷崩れしないような姿を作る。
- 28 日かけて船がサザンプトンの港まで運んでいって陸揚げすると、必ずコンテナ 1 本ごとにチェックが入るが、チェック表を見ると小数点以下 2 位レベルの数字となっている。これは世界的に珍しい数字である。
- 直接の取引相手である英国のエンパイア・ワールド・トレード社（以下 EWT）という青果物専門の輸入業者は通常のロス率を 3%と見ており、8%を超えるとペナルティの対象となるが、日本からのリンゴは全粒使えたという。こんなことはいままでもなかった、と非常に高い評価を得た。
- 対イギリス輸出に特徴的なのは、日本では見られないような責任分担が明確化されているということ。たとえば私の責任はサザンプトンの港までちゃんと届けること。そこから先は EWT が請け負う。さらに先は量販店（Tesco やセーフウェー）の責任となる。
- EWT の社是は「生産者と消費者をなるべく単純な線をつなぎ、どちらもハッピーにする」ということだが、こういう社是を持った会社とつながることができたのもひとつの幸運だったと思う。私は当初、直接貿易などできないと思ったので、商社を入れたいと EWT に申し込んだが、「ダメ。そのためのコストが消費者負担になるし、生産者の手取りも少なくなる。直接貿易なら取引する」と言われた。

- EWT で保管された私たちのリンゴは量販店などに行くことになるが、その際に「display until」すなわち陳列期限が付される。日本でそのようなことをしているところはどこにもない。そういう期限をつけないほうが長持ちするように見えるからである。しかしリンゴは 1 週間も置いておけばボコボコになってしまう。EWT はその期限を決めている。
- 期限は、リパックしてから 4~6 日間で、これは品種ごとに決められるという。display until の 2~3 日後に best before = 消費期限が併記される。量販店のバイヤーの責任は、発注したものを陳列期限以内に売り切ること。もし売れ残ったら、それは量販店の責任でジュースやサラダに加工される。
- 消費期限内に故障が発生したりお客様から苦情が来た場合は、EWT の責任となる。私たちのリンゴは一パック 4 個入り 400 円で売られているが、EWT は苦情 1 件につき 5,000 円のペナルティを払わなければならない。
- 流通各分野でのこうした責任分担は非常に明確に決められている。その点でも私たちのリンゴはいい状態でサザンプトンの港に届き、しかもいい状態で保管されて責任を持って販売された。これが大きな好評につながった。これは次に述べる中国とは対照的なので、一言申し上げた。

#### ■イギリス向け輸出の今後の課題

- 今後の課題は、EUREPGAP。これはヨーロッパの量販店が導入した規範である。ギャップとは GAP=Good Agricultural Practice = 適正農業規範のことで、我々農家が農場内で守るべき決まりである。200 項目以上あり、それぞれについて資格ある検査官がチェック、合格しなければ EUREPGAP 認証農園にはなれず、ヨーロッパに輸出することはできない。正確に言えば輸出はできるが、輸出しても量販店の 6 割以上がこの EUREPGAP を仕入れ基準にしてしまっているため、EUREPGAP なしに輸出しても誰も買ってくれない。
- これに関しては最後に述べる。ここでは、今後の課題としてこの EUREPGAP があるということをお伝えするに留める。

#### ■中国向け輸出の概要

- 先ほども言ったように、日本国内でとってこないものを輸出している。バブル崩壊後、大きすぎるものもなかなか買われなくなった。日本国内で最高の値段で売れるのは 10<sup>キロ</sup>の箱に 28 粒ほど入ったものだが、サイズが大きくなれば 26 粒、22 粒、18 粒ほどしか入らなくなる。28 を頭に、26、24、22、20 はガクガクッと値段が下がる。これは小売の時点で一個の単価が高くなるからだ。それだけ高いものを買う人の数が少なくなっているのであろう。
- しかし、特に中国では大きければ大きいほどよいという風潮がある。中国向け輸出の発注は、初年度は「10<sup>キロ</sup>に 26 粒より少なく入るもの」だったが、これがエスカレート、去年からは 24 粒よりも少なく入るものというふうになり

いほうへ大きいほうへと変化している。

- 私たちにとってこれは非常にありがたいこと。日本では大きいところが安い  
のだから、そこは中国に買ってもらおうということである。そこで中国に輸  
出している。
- そもそもこれは私の発案ではない。東北大学工学部大学院の稲村先生が中心  
になってやっている輸出に、私が産地の生産者・出荷者として協力している  
プロジェクトである。
- このプロジェクトの概要について述べる。従来、北京や上海ではすでにある  
程度の量が販売されていた。これは香港ルートから入ったものだと思う  
が、香港まではたどれても、出荷者ですらその先がわからない状態であ  
った。香港という小さな穴から入って中国大陸の間に一度どっぷり浸かり、その後  
北京や上海の高級店のスポットライトの中に再び浮かび上がる。
- しかし、これが生産者や出荷者でもわからないというのはどういうことだ  
ろう、と稲村先生も感じていたという。しかし、稲村先生は「いくら君たち農  
家が反対しても将来は WTO、FTA の流れは押し寄せてくる、その場合どう  
すればよいか」と、日本の最高級のリンゴを今のうちから中国市場で定着  
させる。これもひとつの生き残る道になるのではないかとおっしゃった。  
私はもっともだと思い、リスク覚悟でこの稲村プロジェクトに参加させて  
もらっている。
- 稲村先生は工学部の先生であり、リンゴには全く関係ないが、そういうぜん  
ぜん関係ない同士がくっついてやっているのがこの輸出である。
- ルートは稲村さんが決めた。まず、世界地図上に弘前から北京まで線を引  
いた。すると、いちばん近いのは秋田港、次が天津港だという。ならば秋田港  
から出して天津に揚げ、そこから北京に運んで売ろうということである。
- 天津で揚げるのは非常に難しいかもしれないが、もし失敗してもどこがダメ  
だったかわかるからよい、という非常に乱暴な考え方であった。私も多少不  
安はあったが、農家として、将来的に私たちのリンゴが中国大陸に定着して  
生き残るかどうかの瀬戸際なので、現在も協力している。輸出に参加して 3  
年目になる。

#### ■中国のリンゴ事情

- 中国への輸出に関しては小さいものは全くダメ。かなり大きいものが主体と  
なる。品種はピンク色のむつ、青いむつ、そして世界一。去年は金星という  
白いリンゴ、今年からは大紅栄（だいこうえい）という新しい品種。とにか  
く大きなものがよく、味は二の次、見た目で差別化できるものが求められる。
- 日本の最高級のフジであっても、まず中国産フジと見た目で区別がつか  
なければならぬ。中国のリンゴ生産量は 2,000 万ト以上。世界を合わせた 6,000

万トンの内すでに 1/3 が中国産である。そのかなりの部分が日本の品種フジだ。

- 中国では、フジも比較的よいものを作っているし、土地によっては最高のものを作っている。私たちにとっては非常に脅威である。去年、同じフジでも味のよいものをちょっと出してみたが、やはり見た目では区別がつかないと思っただろう。日本のフジを味で売るのはもっと先の話だ、ということになり、3年目の今年も味よりも見た目を優先し、びっくりするような大きなものを輸出している。
- 一方、輸出の中心はピンクの大型むつ。フジの濃厚な味とは違い、ちょっと酸味があってさっぱりしているが、これは必ずしも日本の消費者には好まれない。しかし中国人はこのむつを食べて「おいしい」と言う。
- 最初は大きさに騙されているだけだと思っていたが、誰に聞いてもこれがおいしいと言うので、これは食習慣の違いもあるのだろうと思う。日本ではピンクの大型のむつはお見舞いなどには使われても、自分で食べることはほとんどない。しかし中国人はこれを好むようである。
- むつ、大紅栄は小売単価で 60~150 円で売られている。また、中国輸出において大きな問題となるのは、品質に対するクレームである。初回輸出時にはちょっとした傷に対して非常なクレームを受けた。また、むつという品種は、袋をかけないとゴム症状という生理障害があり、大きければ大きいほど、味がよければよいほどこれが起きる。
- 2回目以降の輸出時にもこの生理障害があるということで、クレーム処理で北京に行かざるを得なかった。全体のうち 15 ケースほどの値引きで済んだが、明らかな生理障害は一部で、他は明らかに圧力によるものだった。
- 陸揚げされたのちの扱いが乱暴なのではないか、あるいは貯蔵に問題があるのではないかと考えられる。天津の保税區までの温度状況や管理状況はチェックすることができ、その結果は非常によいものであった。
- 冷蔵コンテナで行って保税區から出るまでは非常によい状態で保存されていた。しかしそこからあと、このようなクレームにつながるような扱いをされる可能性がある。それへの対処として、NEC の協力で RFID というものを仕込んで発送する実験をしている。
- RFID というのは小型のタグで、ある一定の幅の温度を外れた場合、それがいつ何時にプラス 30°C になったかがカウントされたりするものである。さらに今後は、一定の重力、たとえば 3G などがかった場合、何時何分にそれがかったか記録されるものの導入も検討したい。現在は非常に高価だが、今後の中国輸出におけるクレームを回避するためにはこのような自己防衛が必要ではないかと思ひ、今年の輸出にもこの RFID を使おうと思う。

#### ■代金回収について

- 皆さんが最も興味をもたれるのは代金回収だと思う。イギリスの場合はまず、初回輸出の前に向こうの取締役が経費あちらもちで当社にやってきた。そして契約書を作成。農園や選荷場を見て帰っていった。また、最初の荷物がサザンプトンに着いたときには私が自分で現地に行って着荷を確認。その後 TT によって送金ということになった。
- 貿易のプロから見れば非常に乱暴なやり方だったが、いまのところこれで通用している。しかし皆さんにお勧めするようなものではない。私も通常の LC 取引に切り替えていかなければならないと思っている。
- 中国輸出の場合は、まず当社が出したものが秋田の港湾業者の手によって天津の保税区の中国系商社に輸入される。そこと北京の卸売市場との間には丸紅が入っており、北京市果品公司という卸売市場から丸紅、その後中国の保税区の中国系商社へ、という形で代金決済がなされていく。
- これに関しては稲村先生が農政局で、具体的な数値も交えた報告をされている。普通の商社とは違い、全てあからさまな数値が出ている。東北農政局にお尋ねになれば稲村先生の講演のレジュメ等をご覧になれると思う。
- 今年から新たな試みとして、EU への出荷を考えている。ヨーロッパの中でもイギリスは比較的アメリカに近く、ポンド建てなのだがドルと連動しているため、どうしても 125 円程度でないリスクが大きすぎる。130 円を超えれば電話 1 本で出せる、という状況である。
- 一方、現在ユーロが非常に強く、140 円ぐらいなので、ドル建てのプライスリストをユーロ建てに替えたものを持って、2005 年 2 月、ベルリンで開催されたフルーツロジスティカというヨーロッパ最大級の青果物専門の商業見本市に出展した。
- ヨーロッパではたとえばピンクレディというリンゴが非常に高く売られている。これは苗木の生産からリンゴの生産、集荷、販売までピンクレディアソシエーションというところが全て取り仕切っていて、小売単価は<sup>キ</sup>約 3.95 ユーロである。そこから逆算するに、おそらく CIF ヨーロッパの港渡しでおそらく 2.2 ユーロぐらいなら無理のない輸出ができるであろう。
- ということで、イギリスよりもユーロ圏の販売をにらんで今年 2 月に出展、先日は当社の従業員がスペインの商社に正式な貿易書類を持っていき、ハンドキャリアで営業に回ってきた。おそらく EU 圏内でもイギリスと同じスキームができればいくらでも売れると思う。
- しかしなんといっても為替相場が重要であり、まあ 130~140 円ぐらいがずっと続けばある程度の継続的な輸出になると思うが、120 円を切るようになると厳しいというのが現状である。

## ■ GAP について

- 最後に。ヨーロッパ輸出は特にそうだが、農産物の輸出には GAP が必要である（資料参照）。GAP は、量販店が導入した規則であるにも拘らず農家が農場内で守るべき規範だという特徴を持つ。そしてヨーロッパに出すには EUREPGAP 認証をとらなければほとんど不可能である。
- 認証を受けるには 30 万円ほどの経費がかかる。これは農家としては非常に大きな経費であり、事実上の貿易障壁となっている。ところが、たとえばチリはこれを事実上非障壁化している。
- チリはチリの農業生産現場に適したチリ GAP を導入、その際、ただ導入するだけではなく、このチリ GAP を EUREPGAP の運営主体に提出。その結果、チリ GAP が EUREPGAP と同等とされたため、チリの農家はチリの審査官が審査するチリ GAP の認証を受ければ EUREPGAP なしでもどんどん農産物を輸出できる、という仕組みである。
- 現在はチリばかりではなく、メキシコ、中国での導入も始まっている。中国の「チャイナ GAP」は今年 5 月に導入が開始された。先進的な農業省 7 省で実験的に導入、6 年後には全農家に導入しようという計画で、今年 10 月の EUREPGAP 世界会議において中国代表がこれを堂々と発表していた。
- これは私たち農家にとって非常に脅威である。チャイナ GAP 付きの安い中国産農産物が入ってくれば、私たちは津波に洗われるような感じになり、もうリンゴが作れなくなるのではないかという危惧を持っている。
- GAP の機能について、EUREPGAP を元に簡単に説明する。これはおそらく、量販店が自分の看板を守るために導入した規範である。変なものを売っては看板倒れになる、自社の営業にも関わってくる。しかし EUREPGAP によって安全性が担保される。200 あまりの項目を第三者がチェックするのだから、消費者は実際に比較的安全な農産物が提供される。
- では、生産者にとってはどうなのか。ヨーロッパ内には EUREPGAP というフィルターでろ過された農産物しか入らない。必然的に、安いだけで安全性がわからない農産物は締め出されてしまう。これは EU の消費者にとってメリットのあるシステムである。
- しかし、日本にはこのようなシステムはない。ある日ホウレンソウからクロロピリフォスが残留濃度以上出たとなれば輸入禁止になるだろうが、忘れたところにまた再開されるだろう。日本の量販店が GAP という基準を仕入れ体制に持っていないからである。将来的には日本にもこれと同等の仕組みが必要ではないか。これが農家としての私の実感である。
- GAP は当然、輸出に際して最低限の攻めの道具だが、将来的には守りの要にもなるのではないかと感じている。いま日本に GAP を入れるとすれば、私は農家として三つの最低条件があると思う。

- (1)開かれた、透明性ある GAP であること。誰でもチェックリスト等を見て異議を唱えることができること。
- (2)日本国内でだけ通用するものではなく、世界認証レベルまで持っていくこと。あくまで EUREPGAP などの世界認証と同レベルでなければならない。
- (3)農家に必要以上の金銭的負担、労力を与えるものであってはならない。これら三つの条件を満たした GAP を日本に導入することが、今後の輸出、あるいは日本に入ってくる農産物との公平な土俵の上での勝負という点でも必要ではないだろうか。

## □□質疑応答□□

◎片山:まず「中国にリンゴを輸出する際の検疫、物流、商流、商習慣の違いについて」という質問に簡単にお答えする。貿易書類は先ほど申し上げたようにヨーロッパと同様で、サニー・サーティファイケイト、それに加えてパッキングリストとインヴォイス。非常に簡単である。

物流は、片山りんごが産地で自分たちのリンゴを荷造りし、秋田の港湾業者に渡す。ここは、友好的商社等に輸出業務を委託する形をとって、消費税を免除してもらっているタリー・サーティファイケイトとファイト・サニタリ。次に、天津保税區にある中国国内の中国系商社。その次が北京丸紅、そして北京市カヒン公司になる。

今年からの試みとしては、直接自分たちで売ってみようということで、輸出する前に北京と大連に宅配のチラシを配布。最初は日本企業の日本人を対象として 45,000 枚を配布。あらかじめ注文をとった宅配分を天津保全区の中国系商社から、北京向けは佐川急便、大連向けはスキャンウエル社に宅配を依頼。そしてもうひとつ、大連市内のマイカルに店舗を借り、5<sup>キロ</sup>で 170~200 の量を私たち農家自らが販売してみようとしている。もしよければ、ずっとそこで販売できるようなロットでコンテナを出し、天津保全区からの全量をその店舗で売ろうと考えている。

次に、商習慣の違いについて。たとえば私どもが出している中国系市場である北京市果品公司是旧政府系の卸売市場で、中国北部の輸入農産物の 8 割を扱う非常に大きな会社である。

市場の品物の動き方は、日本とは違う。まず、港で私たちがお渡しする値段にいろいろなコストを積み上げると市場買い付け価格になる。しかし、その市場買い付け価格とは全く別に、この市場自身がまずある値段をつけ、10 箱なら 10 箱を店に出してみる。それが売れたら翌日はより高くして 10 箱、さらに売れたらより高くして 10 箱、20 箱、30 箱と出していく。競りではあるが、市場が値段をつけて売ってみて、売れば高く売る、売れな

ければ安く売るという独特の販売方式である。

全てこれでいっているかどうかは不明だが、第1回目の輸出時の調査ではこういうことであった。

検疫について。天津保税区では11~14日の時間がかかってしまう。これは初回にどうしてそれほど時間がかかるのか聞きに行ったが、「決まりである」とのこと。2~3日かけて外観検査、その後抜き取りで残留農薬検査や病害虫検査をするので、土日祝日を入れるとどうしても2週間かかるという。しかしアメリカと中国はリンゴに関して議定書を交わしているから、アメリカ産は24時間以内で通るといふ。それ以上追求するわけにはいかず、これで戻ってきた。

リンゴのような貯蔵性のあるものは14日でも大丈夫だが、今後もしいろいろな農産物の輸出が中国で解禁されたとしても、貯蔵性のないものだとこの検疫の時間が大きなネックとなってくる。「GAPについて」は先ほど申し上げたのでここでは割愛する。

「直接貿易での代金決済システムのリスク軽減対策について」という質問をいただいた。当初私は突っ込んでいったのでリスクの大きい方法をいとわなかったが、今後はいくら親しい会社でもLCにしなければならないと考えている。ただ、当初はどうしても輸出に挑戦したかったし、向こうの幹部がわざわざこちらに来て誠実な話し合いをし、契約書まで交わし、しかも第一便到着時には私がサザンプトンまで行って着荷を確認した。その結果、10日後、契約書どおりお金が送金された。これは全く個人間の信頼関係でやったようなもので、抱えたリスクは非常に大きかった。今後は完全にリスクを排除する方法に変えていくべきだと自分ながら思っている。

#### 4. 講演(2)山口重幸氏:「北海道の水産物輸出の現状について」

- 私は北海道大学水産学部を出てニッカウヰスキーに入社、その後北海道漁業協同組合に入ったが、プロフィールには何の脈絡もない。大学時代にお酒が好きだったのでニッカに入れば一生飲みっぱぐれがないと考えて入社した。
- しかし入社3年で肝臓がボロボロになってしまったので、その後、学校に戻った。北海道漁連は250億の債権団体だが、たまたま私の年代の人間がいなかったらしく、「ブラブラしているならうちに来ないか」という人があって漁連に入った。漁連に入ったらニッカ時代より酒が多くなってしまった。
- 東京支店の国際課でしていたのは、ロシアの200海里に日本の漁船を入れてカニやエビを獲るその交渉の仕事だった。平成10年に本所に戻る。現在は営業企画部で貿易を行っている。私は中国、そしてロシアなど共産圏しか担当したことがない。

## ■北海道漁連の輸出の経過と北海道の主要魚種

- 北海道漁連の輸出はホタテから始まった。ホタテの干貝柱は古くから香港、台湾で中華料理高級商材として珍重され、現在もかなりの数量が行っている。
- 中国にも香港経由、いわゆる広州ルートで、醤油屋さんが国境を渡って密貿易をする際にホタテも入っているが、基本的に非常に高価な商材であり、そのため香港ルートはほとんどシンジケートの世界になっているから、素人が手がけるのは非常に危険だ。
- 最近では干し貝柱に加えて干しナマコである。現在の相場は60<sup>キ</sup>□300万円という非常に高額で、これも北海道産がよいとされている。北海道産はイボイボがたくさんあるのがよいという。北京や青島等でも一般量販店ではなく、高級飲食店に直接販売されている。このように、干し貝柱をはじめとする乾物系が昔から中国に輸出されている。
- 北海道の主要魚種は3種類。一つは秋サケ、一つはホタテ、そしてもう一つは昆布だ。平成7年から9年にかけて秋サケの放流事業が非常にうまくいき、それがどんどん帰ってきてしまったことで需給のバランスが狂った。
- 輸入サーモンモチリやノルウェーからどんどん入ってくるため、価格は暴落し、生産者は非常に苦労した。そこでブナザケ（よくある銀色のサケではなく、婚姻色が出た茶色っぽいサケ）を市場から離さなければ銀系のシャケも巻き込まれて値段が下がってしまうということで、ロシア、中国向けの輸出を行ったのが平成7年から9年であった。
- このときブナ系サケをなんとか隔離するための対策費が必要だった。北海道庁は全くお金を持っていないので行政からの支援は受けられなかったから、浜の皆さんから拠出金をいただいた。
- 以前は、輸出といっても日本水産やマル八など日本を代表する水産会社に販売しそこから輸出する形だった。そういう水産会社はもうほとんど商社だった。しかし商社は手数料をいくら抜いているのか全くわからない。また商社を通してると海外のマーケット状況がどうなのかということが全く見えなかった。そこで、元はロシアとの合併のために平成10年に作った北海道漁連100%出資の貿易子会社である株式会社ノースコープ漁連が主体となって輸出を行うことにした。
- 私もノースコープの社員だし、社長、副社長、役員も全て漁連の職員が兼務している。私はいま漁連の仕事はほとんどやっておらず、このノースコープの仕事がメインである。
- 直接貿易を始めてからのこの2~3年、一昨年は秋サケが20万トﾝ、去年は18万トﾝと北海道でも史上最高の数字を挙げ、市場は暴落した。昨年は一昨年より2万トﾝ落ちたことで200円台までアップ、今年も17~18万トﾝで終わる見

込みで 210 円程度の予想である。

- だが、輸出を行ったおかげで秋サケの浜値が上がったと言っても過言ではない。私どもは生産者団体なので、生産者が北海道から出稼ぎに出て苦労するよりは浜値が上がって潤った生活をする方がよいと考える。浜の人たちが苦しい時に対策として拋出してもらったことが一つの成果として出てきている。
- 今の時期は秋サケも終了し、寒くなったのでなかなか海にも出られない。そこで浜の皆さんたちが忘年会を兼ねて札幌にやってくる。「おかげで秋サケが高値だ」という声を聞かせてくれる。それを聞くと本当によかったと思う。
- 道産水産物には現状三つのルートがある。一つはノースコープ漁連が直接輸出をする。もう一つは漁連が国内のニチロ、マル八、日水等に販売をし、彼ら（商社）が販売する。そしてもう一つは加工屋さんや単協の皆さんが直接商社に売って輸出をするというものである。
- 同級生に大手商社の水産部に勤めている者がいる。その人は「いま日本の水産物はいちばん安いんだ。いままでは大手商社が輸入してどんどん日本に入れていた。たとえばサバなどがそうだ。しかしいま日本の商社は北海やノルウェーでサバを買うことができない。なぜかというと、ロシアやヨーロッパが非常に高い値段で買ってくれるからだ」と言う。
- 数字としては微々たるものだが、BSEによって欧米では肉離れが進んでいる。しかし EU ではノルウェーの養殖サケはあまり好まれない。だが北海道の秋サケは孵化放流はしているものの、太平洋で自然に育って 3~4 年かけて帰った天然物で、これが好まれている。
- 中国向け輸出がどんどん伸びて価格も上がっているのは、欧米人が肉から魚にシフトしたためである。大手商社の人間は何か安い魚があれば輸出してやろうと虎視眈々と狙っている。いままで日本は輸入国だったが、日本の魚は安いということでもいまそれが変わりつつある。

#### ■秋サケ、ホタテ、生鮮スケソウダラ、冷凍スケソウダラ、干し貝柱

- 秋サケ、ホタテ、生鮮スケソウダラ、冷凍スケソウダラ、干貝柱など、北海道から出ている主要品目の輸出総量を示した。
- 平成 12 年秋サケ 4,300 トン、平成 16 年 5,900 トンということで 10 倍以上の伸び。ホタテについては平成 12 年 7,000 トン、16 年 3,000 トン。しかし 15 年は 8,000 トン。これはアメリカ向けで数量が増えたのである。
- スケソウダラは、以前は北海道沖で韓国籍の大型トロール船がガンガン獲っていたが、日韓漁業協定のおかげで十勝沖から彼らの船は消え、日本の漁獲量が増えた。そしてもう一つ、ロシアのスケソウダラ資源がなくなってきた。
- それらのことから、スケソウダラは生鮮・冷凍とも中国、韓国にどんどん行っている。実は生鮮スケソウダラは北海道からではなく、陸送して下関から

フェリーで出ている。北海道からみて釜山は半径何\*<sub>0</sub>の範囲に入っているのだが、途中いろいろなところに寄ってまっすぐ行ってはくれないので下関発の方法をとった。

- それからもう一つ、税関の問題がある。下関税関は休日も開けてくれているが、北海道は開けてくれない。そんな税関を相手にして輸出はできない。というのは、まず魚はいつ揚がるかわからないのだ。
- それに国内であっても、大雪が降ればトラックも貨車も遅れる。4日以内に着けばよいが、5日目になるともう鮮度が落ち、そうなったら捨てなければならぬ。だから、リスクはあっても現状では国内よりも韓国で販売したほうがよい。それにスケソウダラは韓国に高く売れる。
- 先般、函館近くの日山という組合が言っていた。「『コープ札幌（大きな量販店）で買ってくれる値段は安すぎるから、うちはもう全部輸出する』と言っている人も多いが、『それは違うでしょう』と浜の人たちを納得させて国内販売もしている」ということだ。
- 農水省で輸出倍増を5年かけて図っているが、北海道港からの道産水産物の輸出推移を見ればもう倍増どころでない。輸出は年々増加の一途だ。

#### ■北海道の輸出品目の金額構成

- 北海道の輸出品目を見ると、一般機械、鉄鋼、自動車の部品、次に魚介類、同調製品が来ている。魚が輸出品目に出てくるのは北海道ぐらいだ。金額ベースなので4位に甘んじているが、数量ベースでは40%を水産物が占める。
- いま北海道の水産物はほとんど冷凍コンテナで輸出している。港は苫小牧、石狩等々。北海道は広いので、産地から近いコンテナターミナルを使って釜山経由で中国に輸出している。
- 高額品である冷凍のホタテ貝柱等は東京から出ている。しかしやはり地元から出していくということで、北海道開発局や道庁など行政もいま積極的にこれに理解を示しており、官民一体となって地元からの輸出に取り組んでいる。
- 中国向け輸出が主体で、今年1月には上海で北海道水産祭を実施した。その際、北海道高橋知事にも同行を願ってトップセールスを行なった。中国本土で物を買るといっても一朝一夕にはいかない。知名度もなければ何もなし。一応北海道の名は聞いたことがあってもどこにあるかわからない。
- また、サケ自体、中国ではロシア国境のアムール川のほとり、黒龍江省の人々にしか馴染みがない。サンマは最近台湾船が獲っており、それが北京、上海あたりに行って、日本食ブームに乗って鉄板焼きで売られている。しかしサンマの価格は安い。
- 北海道で獲るものはすべて洋上で選別されるため、大きいものしかない。小さいサイズを獲る船もあるが、これらは昨今のペットブームもあってか、水

族館に非常に高く売れる。そういうこともあるので小さいサイズは輸出できない、と手をこまねいていたら、今年はサンマが大暴落してしまった。来年はサンマに真剣に取り組まなければならないと思う。また、中国のみならず韓国市場もあるので、そこにどんどん輸出していく必要がある。

- 上海の水産祭終了後は、スーパー6店舗で継続的に北海道水産物を販売してもらっている。中国の正月は旧正月。2006年は1月26日が春節である。それに向けて1月10日から2月10日まで再び上海で北海道水産物フェアを6店舗で開催する。
- ホタテは、北海道のものは柱が大きすぎる。中国でもホタテの養殖を行なっているのでそれとの競合もある。まだ中国市場でのホタテ販売は難しいようだ。ただ、一説には15億の人口を持ち、1億円以上お金を持っている人が1,000万人いるという。高いものでもどんどん買ってくれるだろう……と、最初はこういう心意気で行ったが、やはり安いものしか買ってもらえなかった。
- 高価なリンゴなどはギフト向けでまだビジネスチャンスがあると思うが、魚はそうはいかない。共働きしているので外食が多いから、スーパーではなく、次は外食を攻めていかなければいけないと思う。しかしルートが決められているのでこれもなかなか難しい。
- 今年1月に行った上海の事業、また来年1月に行う上海の事業についても、道庁はお金がないので農水省の輸出促進室にお願いし、補助をいただいているのが現状である。

#### ■中国向け輸出のポイント

- (1)品質：中国に輸出する際、浜の生産者ははじめ「どうせ中国に輸出するんだから何でもいいだろう」と悪いものを出した。当たり前の話だが、それはクレームになった。値段がいくら安くてもクレームはある。それにいまの中国のお客さんはちゃんと日本まで来て検品して買っていく。今は「中国向けだろうが輸出向けだろうが関係ない、人様が食べるものだからきちんとしたものを作りなさい」と浜の皆さんには説明し、理解してもらっている。
- (2)リスク回避：うちの決済は100%LCだ。秋サケも5,000トから多い年で8,000トンの輸出になると、多い年では20億円といった金額になる。TTは非常に怖いので、全てLCで行っている。
- また、韓国向けのスケソウダラ輸出を行なっているが、韓国でよくあるのは「70%LC、30%は製品がついてからものを見てから払う」という契約。これは絶対にやめたほうがよい。30%はぜったいに入っていない。はなから3割は払わないつもりでいるのが韓国の商売である。リスクを回避するなら100%LCを組むか、直接貿易を避けることである。間に日本の商社やきちんとした商社を介したほうがよい。

- (3)中国の経営者：いままでは全て国営企業だったが、経済がもう自由化してきているので8割以上が民営化されているという。だいたいうまくいっている会社の経営者は40~50代。
- 旧国営企業は相変わらず年配者が統率しているが、はっきり言って経営はズタズタ、借金だらけである。しかし、若い人がやるのはよいが、中には一山当てようといった一発屋の経営者もゴマンという。
- 人口が多いのでいろいろな人がいる。それが中国である。中国に詳しいコンサルタントなどもたくさんいるが、全て真に受けると大変な目に遭う。つまり「昔はこういう人がいてがんばってくれた」という話には十分注意してほしい。必ず現地に足を運び、顔を見るべきである。顔を見れば相手が信用できるかどうかわかるはずだ。私でもわかるので、皆さんにもわかるはずだ。
- 人を見極めること。そして信頼関係を築くこと。そして地元の銀行などを頼んで信用調査をしてもらうこと。これをやらないと輸出はできてもお金が回収できず、それでは何の意味もない。特に中国貿易においては、中国では「安くてもいいよ」口では言っても、最終的にはクレームをつけて金を払わないということも多々起こる。
- 中国人はぜったいに損する商売はしない。それで各地にチャイナタウンができ、根強く生き残っているのである。べつに差別しろという話ではない。商売だから、人と人の信頼関係を築かなければならないということである。
- (4)もう一つのリスク回避：債権保全の方策として何らかのものを輸入すること：つまりバーターである。これをやったほうがよい。
- (5)行政主導では商売はできない：いくら北海道経済部がいろいろな取引先を紹介してくれても、経済部はそのリスクはとらない。商売なので、行政主導ではなく、こちらから行政に「こういうことがやりたいが補助金が見つからないか」といった働きかけをするべきである。
- 先般も道庁で輸出の会議があったが、道議会議員たちが「いま輸出が非常に注目を浴びている、道庁、せっかくだからアンテナショップを作ったらどうだ?展示会をやったらどうだ?」という安直な話をしていた。
- 展示会をやって人を集めたところで相手の素性はわからない。アンテナショップをやってもよいが、誰がそれをやるのか、そして損したら誰が責任をとるのか。行政はそこまで見てくれない。だから行政を巻き込みこちらから働きかけなければならない。「これをやりなさい、農協さん漁協さんみんな集まりなさい、お金をあげます」という形では輸出事業などはぜったいにうまくいかない。輸出も商売である。出すからにはお金を回収しなければならない。国が輸出を倍にしようと言っているから輸出をするのではないのだ。

## ■最後に

- 私のレジюме最終ページに「今後の取り組み」と書いた。その一番上に書いてある通り、輸出を行っている理由は、漁家と流通対策の一環だからだ。
- 日本の方が北海道の秋サケを食べてくれればわざわざ輸出する必要はないのだ。しかし日本の人たちが食べてくれず、海外が注目してくれているから仕方なく輸出しているのである。また、輸出しないと浜値が上がらないからやっているのである。輸出ありきでやっているのではない。皆さんもこのへんを勘違いしないように。
- 何でもかんでも日本産ブランドで一括りにすれば、紛い物も出てきて、信用を損なう。何か一つの目的を持つことである。私どもは「漁家、流通対策の一環」という大きな柱を持っている。漁連は浜のための漁連である。そこを芯に持ち、これからも浜値の安定のために輸出に取り組んでいきたい。

## □□質疑応答□□

- **山口:** 質問が寄せられている。「中国に輸出した水産物の大部分は加工して欧米に輸出されるが、中国国内の需要は今後拡大するか?」

秋サケの場合、ほとんど中国で加工されて欧米に行っている。しかし日本で加工してEUに輸出することはできない。アメリカも、HACCP でないとできない。

リンゴの話にもあったが、中国はEUと非常に仲がよい。だから、日本はダメだが中国はよい、ということになっている。どう考えても衛生的には日本の工場のほうがよいのだが。特にフランスと中国はむちゃくちゃ仲がよい。そういうことがあって日本は除外されている。これにはやはり外交がうまくいっていないからだと思う。

ホタテは世界的な国際商品になってしまったので私どももどんどんEUに出したいのだが、海域は限られる工場は指定されるので、現状では値段が合わない。解禁されても輸出はうまくいっていない。だから中国を介して欧米に出ているというのが現状である。

しかし、なぜ上海で販促をやっているかというと、やはり中国の市場は15億、この市場は大きな魅力である。もし中国人が毎朝コーヒーを1杯飲んだら日本人はコーヒーが飲めなくなるといわれている。それくらい人口が多い。とりあえず2008年オリンピック、2010年万博までは経済はむちゃくちゃ発展するだろう。その後はひょっとするとバブルが来るかもしれないが。

うちも昔ロシアとカニをやっていたが、ロシア人は節操のない商売をするのでとっと手を引いた。そういう意味からしても、いつまでも中国に頼ってもしようがない。さっさと次のターゲットを探していくべきである。

いま北海道でも上海、上海と皆さん上海に行っており、日本製品がものすご

く売れているような感じだが、全然そんなことはない。でもみんな「上海だ」と言う。私もしばらくは上海を続けるつもりだが、近い将来はもっと地域を増やすか撤退するかという判断を迫られるだろう。

市場は中国だけではない。インドもある、東南アジアもある。アメリカもある、EU もある。資源はこれから枯渇していくので、水産物の国際的な需要はますます高まると思う。そう考えていないと仕事ができない。

しかし、日本人が魚を口にすることができなくなる日が来るかもしれないと思う。北海道漁連は全国の 30%の水揚げを誇っているが、魚は日本人の動物性たんぱく質の供給源だ。農水省は食糧の自給も掲げているが、その一環として一生懸命、浜と一緒に、日本の食料安定のためにがんばろうと思う。

### 5.講演(3)上村秋男氏:「アジア各国への日本産水産物輸出の展望について」

- 我々社団法人日本水産物貿易協会は、水産庁の助成を 4 年に渡って受け、日本の水産物輸出促進のための調査を行なっている。もちろん、最後の成果として本ロットを輸出できればよいのだが、ここに来て、12月23日、やっとサンマを 10 トンほど仙台から出荷できそうな状態になった。

#### ■アジア各国への日本水産物輸出の展望

- 資料中、国名が並んでいる中、タイの後ろの空間に続くベトナム、中国、インドは、再加工輸出基地としての対象であるために他の国と離してある。
- 韓国について：ソウルの人口は 1,000 万人超だが、周辺の空港のある仁川（インチョン）や郊外の道（どう）を合わせると、人口の半分近くがソウル周辺に集中している状態だそうだ。
- 世界第 6 位の貨物取扱量を誇る釜山は 370 万人で、釜山は日本からの生鮮物も含めて輸入港として重要な役割を持っている。また、釜山は魚食そのものが日本に非常に近く、かなり重要なところだと思う。
- つい 1 か月ほど前、戦後日本の水産大学のモデルとして作られたプギョン大学の副学長が私どものところにやって来た。そこで私は「実は、ソウルのカラク市場の荷受の会長にある話を聞いたのですが」と話してみた。すると「釜山の人にはソウルの人のことをあまりよく言わない。日本も同じでしょう。私は下関で『東京の人はあまり信用できない』と聞かされましたよ」と言った。釜山とソウルとでは慣習も違う、言葉も違う。
- 日本、アメリカ、ヨーロッパ、あるいはアジアでは香港、シンガポールではだいたいほとんどのものがスーパーマーケットやデパートの地下で買えるが、韓国ではまだ量販店の数が非常に少ない。水産物に関しては、約 8 割が青空市場や卸売市場で売られている。一般消費者も卸売市場で購入することができる。ではスーパーはいまどういうポジションにあるのか。

- スーパーは電気製品や雑貨、衣料を品揃えしており、現状では農水産物は椅子取り状態で、だいたいは損をしているか、まあとんとんでしかないという。日本から輸出している商品は資料のとおり。
- 三陸、すなわち宮城県、岩手県からはホヤが出されている。ホヤを乗せた活魚車は関釜フェリーに乗って出ていく。関釜フェリーの出港は夕方 7 時。距離は短い、沖で朝 7 時ごろまで停泊。朝 7 時ごろに接岸すると現地の活魚車が待っていて、フェリーから降りた日本の活魚車がそれに横付け、5 ㎏ずつ計量しながら移し変えるという。税関への申告は事後申告だという。
- 私が実際に見ていたときのこと。韓国からの車は日本の道路をそのまま走ることにはできない。しかし、日本の車はフェリーから降りてそのまま釜山の道路を走っていった。韓国サイドには規制緩和があるのだろうと思った。
- 調べたところによると、日本の国土交通省宛に韓国の業者から、韓国の車が走れるように、という要望書が来ているという。今後どのようになるかわからないが、そういうことになればより活魚車による流通が頻繁になろう。
- 韓国の魚の好みは白身中心だという。家庭で調理するために赤身を買って帰ることはまずないという。しかし日本のマグロやノルウェー産サーモンがホテルや高級レストランのビュッフェ（日本で言うバイキング）で寿司や刺身の形で供され、それなりの人気をもって食されていた。
- 韓国で最も人気のあるのはグチ、キグチであった。一塩したような干物だが、釜山のロッテ百貨店でもソウルのロッテ百貨店でも、韓国で名産地とされるヨンギン産のものが 10 尾（2.5 kg）で 100 万ウォン（約 10 万円）だった。このように異常な値をつけているものもある。
- 同じ売場でも中国産だと 20 尾で 980 円程度のものもある。韓国では日本産は高級品、中国産は大衆品という区分けがされている。なおかつ、もっと廉価なものとしてパキスタン産、インド産、ベトナム産のものが給食用などに多く使われているという。
- 貿易に関する検疫については資料に書いてあるとおりだが、日本産品については非常に信頼度が高く、衛生証明書は不要となっている。検査方法も日本の検査システムに倣っている。政府機関への聞き取りによると、検査の割合はだいたい百件につき 1 件だという。また、命令検査等についても日本と同じようなシステムをとっている。
- 山口氏もおっしゃっていたが、北海道産スケソウダラに限らず、輸入するときには指定項目をきちんとハングル文字で記載した輸入者資料を添付する必要がある。ここに注意が必要である。
- 韓国は比較的日本と食生活が似ている。たとえば、韓国でスケソウダラやタチウオが獲れなくなった、あるいはホヤの養殖がうまくいかなかったとなる

と、それに代わるものとしてすぐ隣国日本から急いで補充したい。ここが比較的すぐ大量に結びつくところである。

- しかし、今後日本からの輸出を考えると、たとえば韓国ではエイヒレが非常に好まれるが日本ではそれほどではないことから、韓国で好まれても日本ではそれほどでないようなものが韓国に比較的多い量で受け入れられていく可能性が考えられる。
- 去年だったか、一時期韓国のサバが不良だった。日本から、マサバでは価格的にちょっと合わないの、ゴマサバが韓国に多量に入れられたという。
- 韓国ではほとんどがフライパンに薄く油を引いて魚を焼き、そこに辛みのあるソースや辛みのある味噌をつけて食べるという。
- 魚については、済州島の商品が高級かつ認知度が非常に高いという。昔三越だった新世紀というデパートの地下では特別コーナーを設けて販売している。

#### ■台湾における日本製品の評価について

- 台湾の人口は2,000万人ちょっと。台北は260万人だが、台北北部から基隆(キールン)まで含めた台北地区では673万人である。さらに、台中、台南、高雄でも日本食がかなりの人気となっている。
- 台湾では戦後、日本の新巻鮭が非常に人気だったことがある。台湾からの旅行者は日本から新巻鮭を持ち帰り、それが贈答品として非常に喜ばれた時期があった。しかしいつの間にかノルウェーサーモンに取って代わられている。
- 日本の鮭は昨年ベースで2,000トほど台湾に出ているが、使われ方を確認したところ、スーパー店頭では高尾の加工業者が「北海道風塩サケ」という名前で出していた。またホテルのビュッフェでは焼いたサケが一口サイズで使われている。また台北から日本へのフライトの中で、日本アジア航空の機内食に日本の秋サケが使われていた。
- やはり、日本産品は非常に品質がよく、なおかつ包装が非常に素晴らしいということである意味別格扱いされている。台湾の業者が売るときでも「日本」という文字を使ったパッケージが使われている。つまり「日本風」、「日本風味」、あるいは「北海道風味」といった表記である。蒲鉾では「越前風味」とつけられているものもあった。「この商品は台湾産とは違うんです」と印象付けるような売り方をしているようだ。
- 今後台湾の中でどのように売っていったらよいか。ある業者が北海道産タラバガニを5,000円で販売したところ、コンビニで通販で4,900円という広告が出て、一時タラバガニのマーケットが死んでしまったという話を聞いた。こういうセンシティブな問題はあるものの、いまだに日本の水産物や食品は非常に効果でよいものだと認識されている。
- 今後どのようなものが欲しいかと尋ねたところ、ある業者は、「たとえば神戸

牛のような特別な商品が欲しい。高価で構わないが、他とはっきり差別できるような特別な商品が欲しい」と言った。

- 焼肉も非常にポピュラーだし、鍋も盛んである。台北のことしかわからないが、しゃぶしゃぶ店の看板（台湾の表記では「さんずいに刷×2」）が非常に多く見て取れる。鍋商材には水産物もあれば肉類もある、ほとんど何でもある。そんな中、やはり日本産のよい商品が求められている。
- 日本商材を多く扱っているある業者は、調味料も調味加工品も含めて一つのコンテナに仕立てて定期的に輸入している。そのセットは日本のエージェントに任せているという。
- 台湾については、衛生証明書は WTO に加盟して以来不要となっているが、非常にややこしいことがある。それは、カートン表示から中国語の表示が必要だということである。これが非常に煩わしいために日本からの商品が入りにくいということもあるようだ。

#### ■香港について

- 香港は、無地のカートンでも構わない。店頭表示が英語あるいは中国語であればよい。人口は 680 万人。アジアの近辺をざっと回った中では、現状では香港が最も日本産品が溢れており、なおかつ最も抵抗なく受け入れられている地域だと思う。
- 外食レストランでは、和民やうおや一丁といったチェーンが現地に出店しているが、これが日本の感じとはちょっと違って、現地ではファミリーレストランのスタイルになっている。そこが水産物を多く扱っている。そこではたとえば「今日北海道から直輸入した」などとうたい、サンマやホッケ、カニなどをどーんと出している。
- 顧客は家族連れが多い。年配客でビールを飲んでいる人もいるが、ほとんどがお茶などノンアルコール飲料を飲みながら食べる。単価は 800~1,500 円レベルだと聞いている。こうした店に行列をなしているのは現地の人ばかりだ。
- 先日聞いたところ、香港では第二の回転寿司ブームが到来しており、日本から専門の寿司職人が行って握ったりと、新たな段階を迎えているようだ。
- 香港の人たちが日本に旅行に来るのは年間約 60 万人と聞いているが、彼らはふだんから日本食を食べている。そんな彼らが日本で行きたいのは北海道と九州だという。北海道や九州でカニや寿司、刺身、ラーメンを食べ、なおかつ温泉に入って大自然を見る、というスタイルだそうだ。香港は狭いし、香港に近い台湾やタイではそういう欲求が満たされない。そこで日本が注目されているという。
- 余談だが、ラーメンについて。ラーメン店は数多い。日本のラーメン博物館を真似た施設もできた。当初は珍しさから人気を呼んだそうだが、香港人は

単品だけでは満足しないという。つまり皿が多く並んでいないと満足しないのだそうだ。それで残念ながらラーメン博物館は成功しなかった。

- 香港ではミドルアッパーから上がほぼ定着し、そういう人たちの収入は非常に高いが、いかんせん面積が非常に狭いため住居費が高い。だいたい 13 万、15 万という家賃を払わなければならない。
- 夫婦はだいたい共稼ぎなので、片方の収入で家賃を払い片方の収入で生活をするというのが一般的だという。両親と暮らす夫婦は子供を両親に見てもらい、両親は子供に小遣いをあげるなどしてうまくやっていっている状態。
- 先ほど山口氏が香港から広東省への輸出についてちょっと話しておられた。香港への輸出をして 680 万人を対象と見るか、それとも広州 3,000 万人市場と見るかは微妙だが、現地商社はそうやって日本からの拡販を狙っている。
- 香港の人たちにアジの干物を店頭で食べてもらった。すると小骨が引っかかってちょっと、ということだった。そこで小骨をとって試食させたらおいしいと言って食べてくれた。
- サワラの西京漬を試食させたところ、これもおいしいと言い、自宅でどうやって食べるのかと尋ねられた。場所が日系スーパーで魚焼き器も売られていたので、焼いて食べることを説明したところ、魚焼き器と西京漬を買って帰った。香港では加工品も十分可能性があるのではないかと思う。
- 香港向けの検査証明については、日本と香港間では慣例として水銀値、放射能、ビブリオ菌の検査で済ませているし、商品によっては一般正規数の数だけ添付すればよいということもある。加工品については非常に例が少ないこともあり、検査項目をバイヤーや日本の冷凍食品検査協会なりにきちんと確認する必要がある。

#### ■シンガポールについて

- シンガポールの人口は 420 万人。規模は大阪程度だと言える。ここでは、日本の水産会社がラップ寿司をやっている。日本ではラップ寿司は当初店頭で 100 円ぐらいだったと思うが、現状では 50 円程度でスーパーで売られているものもある。
- 1993 年、その水産会社がシンガポールで 50 円 (35 円相当) ラップ寿司を販売したところ、昼に OL や若い人が 6~8 個程度を買っていく。約 200 円台で昼食が可能になるということで、700 万個を売ったそうだ。これを元に日本の寿司と刺身が認知され、今日、日系のスーパーやデパートにはローカルの人たちが日本の食品を買いに来るようになった。
- シンガポールは朝食でさえも外食する人が圧倒的に多いのだが、一昨年の SARS 発生時には外食を怖がる人が増え、自宅で作るうえで日本食材なら安全だから安心できるとして日本食への関心が高まったと言われている。

- 伊勢丹や明治屋が日本食品のPRとして産地フェアを開催しているが、北海道は別として、なかなか一県だけでは厳しいものがある。現地に持っていく必要もあるし人も派遣しなければならず、コストがかかる。
- そんな中、東北の5県が「みちのくフェア」を共同開催し、各県の特産品の試食販売を行なった。現地の人々は塩辛でもアジの干物でもホッケの開きでも食べるが、味覚が若干違う。やはり現地の人に合わせる工夫が必要ではないかと言われた。
- 例えば日本のお菓子の甘みがそのままシンガポールで受け入れられるわけではない。たとえば日本で月餅の甘みをおいしいと言う人もいれば甘すぎると言う人もいるだろう。そのへんの味の差を工夫する必要があるのではないか。
- 香港より若干遅れているが、今後シンガポールは香港に次いで日本食材が普及する地盤ではないかと感じている。
- シンガポールの人たちは、日本食は特別だと認識している。フランス料理やイタリア料理などの西洋料理は自分たちの中華料理の弟分だと思っており、西洋料理店が開店しても、その数はあまり増えないのが現状だ。今後、北海道とともに、東北全体が共同してセールスプロモーションなりを行なっていく余地は十分あると思う。
- シンガポールもフリーポートなので、衛生証明書は貝毒とカニ肉以外は必要ないのが現状。

#### ■マレーシアについて

- クアラルンプールの人口は140万人。マレーシアは魚食の数量は日本に次ぐ2番目だ。日本は一人当たりの年間の魚食は62~63キログラムと言われているが、マレーシアは54キログラム程度。やはり海に囲まれて魚種が非常に豊富なため、魚食の数量がそれだけ高いのだろう。
- 先ほどのラップ寿司を成功させた水産会社がクアラルンプールでもこれを試みた。一個あたり約30円で売って日本食を普及させている。マレーシアでは寿司は全てロボットを使っていた。こうして人件費を節約するなどして30円という値段を出している。
- 衛生証明書が来年から必要と言われているが、まだはっきりしない点があるので今日は資料に明記しなかった。何かしらの展開があったらご連絡したい。
- しかし、昨年末の地震による大津波の後、マレーシアでは魚が全く売れなくなったという。なぜかという、津波の被害で亡くなった人の肉を魚が食べるという噂が広まって敬遠されたということだ。

#### ■タイについて

- 人口は多く、そこそこの魅力はあるが、やはり日本食や日本食材はバンコク周辺やパタヤビーチなどの観光リゾートに限られている。

- 1998年、パーツの大幅切り下げがあり、対外的にレートが非常に悪くなった。タイはそのときどんどん輸出を奨励したそう。それによって成長率が毎年高まっている。
- 中でも自動車産業が非常に伸びている。国策として外資を呼び込んだこともあってトヨタ、GM、BMW等が進出。すでにタイでの生産台数は今年100万台を突破したという。
- 日本の企業が進出すればそれに付随する部品メーカーがセットになって出て行き、それに伴って家族が全部移っていく。それによって日本人も非常に多くなった。そういう人々向けに日本食材が多く売られるようになった。
- 自動車産業をはじめとする輸出で潤った人々、あるいは好調な経済下で儲けた金融業者がいる。また、タイには相続税がないので、裕福な地主の生まれの人はずっと裕福なのだという。そういう人たちが伊勢丹などに買い物に行く。日本の食材は高いが、安全で非常にきれいでおいしいと認識され、彼らにたくさん買われていく。
- 日本のどこかの県の商品フェアをやれば必ず売れるという。去年伊勢丹で一週間の予定でフェアを打ったところ、わずか2日で商品が欠品になったことがあるという。限られた人たちにではあるが、日本食材が人気を呼んでいる。また、若い人たちにもファッションとして人気だという。
- 日本食レストランとしては富士というところが何十店舗ものチェーンを持っている。そこで使われている日本食の食材はほとんど日本から輸入したものである。そういうものがOLはじめ比較的若い人たちに食べられている。
- つい2週間ほど前、JETROがタイで日本食フェアをやったところ、非常に好評だったという。商談の成立も前年は100件程度だったというが、今年はそれ以上の成果が上がっていると聞く。

#### ■ベトナム、中国、インドについて

- 水産再加工輸出基地としてこの3国を別に括った。先ほど山口氏より、中国に日本の秋サケが持って行かれ、現地のEUHACCPを持つ工場でステーキ用や切り身に加工されてヨーロッパにどんどん出されていると話があった。
- 日本からは中国に都合6万トンくらい出ているが、中国人は全くと言ってよいほどそれを食べず、ほとんどがヨーロッパに出て行っている。日本の秋サケは世界一安い加工原料として認識されている。
- 中国沿海部における人件費の高騰があるならば、ではそれをカバーできる場所はどこかと考えた場合、ベトナムやインドが挙げられるのではないかと。
- ベトナムの人口はトータルで8,200万人。ベトナムにおいてはすでにノルウェー産サーモンやカナダ産カレイ（タルボットやオヒョウの類）を加工して日本に持ってきている。また、中国産北方カレイを切り身に加工したり、日本

のセミドレスから切り身加工をしたり、あるいはエビをノバシベやパン粉エビに、魚なら切り身フィレにするなどして日本に持ってきている。

- ベトナムの労働コストは、義務教育を終えた新卒者のスタートは一日 1 ドルくらいで、熟練度に従って上がり、工員はおよそ一日 2 ドルというのが現状だ。
- また、日本の製造業は、自動車産業であれ電気メーカーであれ、月 5,000 円と決められているという。なぜかという、どこかが高いとなるとすぐ引抜があったり移ったりということになり、常にリクルートをしなければならない。だから一律 5,000 円と決められているのだそうだ。加ト吉はフライ工場を中国からベトナムに移した。
- よくテレビ等で見ると思うが、ベトナムではバイクの数が非常に多い。バイクについてはホンダが先鞭をつけたので、たとえば「明日どこかにバイクで行く」と言う場合、「明日ホンダで行くよ」という表現が使われるほど、ホンダという名前がバイクそのものとしてそのまま通じている。それほどホンダの知名度は高い。
- ベトナムとの貿易の書類について政府機関に聞いたところ、衛生証明書は必要だと言われたが、日本からは現状厚生省が発行することはできない。県が出すとも思えないが、市など行政機関が出せば恐らく通用するだろう。
- また、関税が高いので、原産地証明書を添付したほうがよい。そうすれば高い関税を半分に減らすことができるので、これが要求されるだろう。

#### ■ 中国について

- 人口は 13 億とも 15 億とも言われているが、これは登録の上での数字で、はっきりした数字はわからない。上海は 1,300 万人といわれているが、登録していない人や地方から来た人を含めれば 3,000 万人規模であろうと思われる。商品セールスについては山口氏がおっしゃったので割愛する。
- センシティブなのは、新検疫法によって施設登録と衛生証明書の添付が必要となったことだ。実は、これは私どもの調査事業の中でわかったことなのである。一昨年、中国で「実は 7 月 1 日からこういう法律を施行するが、日本からは返事が来っていない」と言われた。ノルウェーやデンマークなど他国からはもう来ているというので日本の厚労省に連絡したところ、そこで厚労省は初めて動いたというのが現状である。厚労省の対応の遅れにより、7 月 1 日施行が 9 月末からとなった。
- 中国で注意しなければならないことがある。それは、上海も北京も青島も天津も全て同じだ、と考えると非常に危険だということ。各地によって、食べ物も食文化も習慣も味覚も異なる。「甘口の南、塩辛口の北、辛い東、酸っぱい西」と言われている。
- 日本からは色々なものが行っているが、その一つにサキイカがある。サキイ

力はもちろん日本のメーカーが中国で生産して日本に持ってきたことに始まるが、実はそのノウハウを中国側がすでに輸入、現地生産を行っている。

- 日本なら酒のつまみというところだが、中国ではスナック菓子感覚で中学生や高校生が食べている。あるいは干しアワビや干し貝柱と同じ棚に陳列され、贈答品としての形態があるという。だから日本よりも非常に高い。日本のいか珍味組合が今年になってから慌てて中国の現状調査に行っている。
- 商品によって日本と中国では食べ方や需要の仕方が異なる。いろいろな文献をあたったり、ニュースを持っているところや商社にあたるなどして確認しながら方向を打ち出すべきであろう。

### ■インドについて

- 人口は 10 億と言われているが、あっという間に中国を越すだろう。デリー 1,300 万人、コルカタ 1,500 万人、ムンバイ 1,500 万人と言われているが、やはり登録していない人を含めれば 2,000 万を超えと思う。
- インドではやはり EUHACCP 認証を持っている工場が約 130 ある。労働コストは 2 ドル以下。あれだけの大国なので、魚の原料の値上がりも一律ではない。
- 南部のケララ州（ここでは魚が非常によく食される）の女工さんたちは魚のシーズンによって労働力として各地を回っている。ある時期はムンバイ、ある時期はコルカタ、ある時期はチェンナイと、食事付きの寮を提供されて彼女たちは働いているという。季節労働者のなワーカーとして働いている。インドも比較的安い労働力を使っての再加工基地として挙げている。
- また、インドの国会は世界で唯一、通訳を要する国会だと言われている。州ごとに言葉が違いすぎてわかり合えないのだ。英語を話す人も多いが、それでも同時通訳が必要とされている。

### ■最後に

- 衛生証明書について申し上げる。現状、日本から輸出をする場合には、平成 9 年（だったと思うが年度はちょっとはっきりしない）に規制緩和により衛生検査法が撤廃された。この商品が食用に適しませんという文言を検査機関で謳うことはできない。どうするかというと、ビブリオ菌、コレラ菌、水銀値、一般製品数の検査のテスト結果、分析結果の証明を出しているのが現状。
- ただし、相手が市役所の証明書を受け入れるということであればそのようにもできるだろう。私も、北海道のある町の町長さんの衛生証明書を添付してサンプルを出したことがある。
- どうしても国の衛生証明書が欲しいという場合には、最近私もやっと知ったことなのだが、各港の動物検疫所が発行する動物検疫証明書を使って出せばよい。これを知ったのは横浜のある業者の問い合わせがきっかけだった。口

シアに出そうとしたらそういう証明書を要求された、どこに頼んだらよいかと聞かれ、やっとの思いで見つけたのである。そういうこともあるので、紹介させていただいた。

## 6. 農林水産省代表者挨拶 森本友氏：農林水産省大臣官房国際部貿易関税課輸出促進室輸出企画係長

### ■輸出促進に向けた取り組み内容について。

- 国としては、先ほども紹介のあったとおり、農林水産物・食品の輸出促進を農政の重要な柱として位置づけ、平成 21 年までに農林水産物・食品の輸出額を倍増するという目標を立てている。
- しかしながら、農林水産物の輸出についてはビジネスの話になるので、民間の主体的な取り組みに依存せざるを得ない。国としてはそういった民間の取り組みを支援していくことが基本姿勢だと考える。
- 本日のセミナーも支援策の一環であるが、これから輸出に取り組もうと考えながらも情報がなく躊躇している方々のためにもこのセミナーが有効な情報提供の場になればと考えている。
- すでに輸出に取り組んでいる方々も、現在いろいろな課題に直面していることもあろう。問題意識を共有し、解決策を見出していく場としてもこのセミナーは有効ではないかと感じている。
- 国の輸出政策の方針として輸出販路の創出と拡大支援があり、海外貿易情報の収集及びその提供、海外現地での展示商談会への出展を行なっている。輸出をしようとする際にはどんなものをどんな国に輸出できるのか、また相手国の文化や生活について何かと情報が必要であろう。それらの情報を提供する手段としてこのようなセミナーを開催したり、農林水産省ホームページにて随時情報提供を行っている。
- また、展示商談会への出展については、海外の現地で行なわれる展示商談会へ日本産食品を出品、現地バイヤー等に日本産食品のアピールを行なう。今年度は中国の北京、上海、タイのバンコク、韓国の 4 地域に出展を決めている。
- 北京、上海、バンコクについてはすでに終了しているが、韓国は来年 2 月の開催を予定しており、募集は今月末までとなっているので、関心のある方は農水省ホームページ等をご覧になってお問い合わせいただきたい。
- 展示商談会の実績だが、直近では 12 月上旬、タイのバンコクで 4 日間「日本産食品フェア」を開催。4 日の期間内での成約件数は 400 件を越えた。商談の申込は数百を超えた。これらが恒常的な取引につながることを期待する。
- またこれらとは別に北京、上海、香港、バンコク、台北の 5 都市において高級百貨店で通年販売活動を展開中。これを常設店舗と呼んでいるが、半年程度の長い期間に渡って日本産食品の販売を行ない、また、日本産食品を使用

した料理講習会等を通じて日本産食品のアピールを行っている。

- 二つめとして、輸出阻害要因の是正がある。現段階で輸出（相手国から見て輸入）が解禁されていない品目について、我が国から相手国に対する輸出見込み、輸出要望がある場合、それらを考慮したうえで相手国に対して FTA 交渉などの会議の場を通じて働きかけている。
- 三つめとして、知的財産とブランド対策がある。各国における産地表示制度や知的財産権保護に関する制度を調査中。現在はアジア諸国をメインに調査しているが、日本産ブランドを保護する方法を検討し、これらについてはまた別途セミナー等で公開する予定。
- 表示、ブランド保護対策に関するセミナーについては、来年 2 月、東京と大阪で開催を予定している。詳細はホームページで提供する。
- その他の支援策としては、生産面での支援、産地作りに向けた新技術、新品種導入のための支援、輸出に向けた加工食品の創出や技術開発の支援を行なっている。また、流通の効率化ということでは、流通ルートの共同化による効率的な流通システム構築の支援も行なっている。平成 17 年度については以上のような政策に取り組んでいるところである。
- 18 年度については、輸出額倍増の目標達成に向け、輸出拡大をこれまで以上に加速化させるための予算要求を行なっているところである。財務省より 20 日に一時内示という形で約 5 億円という数字を受けた。現在、さらに輸出関係予算を認めてもらうべく財務省と折衝を行っている。
- 細かい数字については 24 日に 18 年度予算の政府案が決定されるので、それが確定次第ホームページ等で公表することになる。
- 農林水産省として具体的に平成 18 年度には、生産者、民間事業者の輸出への取り組みを協力を推進していくため、海外での日本食、日本製品の普及、販路創出・拡大や国内外での輸出環境整備等を行っていくことが必要だと考えている。
- このため、海外での PR や展示商談会を通じた販路創出拡大、検疫面、知的財産面等での輸出環境づくりを総合的に推進していくつもりである。具体的には、前述の海外現地商談会への出展を 17 年度に引き続き 18 年度も行っていく。今年度はアジアを中心に行なっているが、来年度 18 年度についてはアジアのみならず欧米も視野に入れて出展を行うつもりである。
- 本日のようなセミナーを来年度も引き続き行なう。貿易制度、関税制度、市場動向等の情報を随時収集し、米、野菜、茶などの品目について輸出可能性の調査及び日本食の海外展開のための調査を実施したうえでまたセミナーを開催し、皆様方に広く情報を提供していきたい。
- 他には、日本ブランドの輸出を支えるオリジナル品種の保護のために、DNA

分析における識別技術開発を重点的に支援を行っていく。知的財産面、または検疫面等の支援など側面的な支援についても行っていく。

- 最後に、農林水産物の輸出については農家の所得向上、産業全体への経済的効果に留まらず、地域経済の活性化、日本食の普及、ひいては食文化の発信という意味でも、将来のわが国を思えば非常にプラスの効果が含まれるものだと考える。国としても各種支援策によって皆様に支援していきたいと思っている。今後ともご協力をお願いしたい。

◎**司会者**:以上をもって本日のセミナー終了。農林水産物円滑化活動事務局は5年で輸出額倍増を目標に皆様の輸出事業を支援する。本日のセミナー内容は、農林水産省のホームページに掲載する。

以上