

輸出促進セミナー(千葉)概要

- タイトル： 平成18年度 農林水産物等輸出促進セミナー
- 開催目的： 関東管内の農林水産物生産関係者、
都県市町村関係者に対して輸出実務に関する情報提供
- 主催： 農林水産省・関東農政局
- 協力： 千葉県
- 開催日時： 2007年2月6日(火)
- 開催場所： 幕張メッセ
日本コンベンションセンター国際会議場 3F中会議室301
- 出演者： 青戸 直哉(農林水産省 大臣官房国際部 国際経済課 輸出促進室長)
伊藤 健一(農林水産省 関東農政局長)
フランキー P ウー(味珍味(香港)有限公司 主席)
有塚 利宣(帯広市川西農業協同組合 代表理事組合長)
- 司会： 清田有里
- 参加者： 関東管内生産者及び行政関係者
- 参加者数： 97名

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

講演：味珍味（香港）有限公司主席 フランキーPウー
アジアでの日本産品の需要やターゲットについて

品質への高い評価

まだ拡大の余地が十分にある日本産農産物

香港は非常に小さな一つの“国”です。面積は東京の約半分、人口は700万人位です。それでも約2%程の農地があります。そこで生産されているのは食料となる農産物ではなく、ほぼ100%お花です。理由は付加価値が高く、高い値段で売れるからです。

地価が高い香港で食用農産物を作っても、価格競争力で中国本土や海外から輸入される産物に負けてしまうからです。

ですから香港で消費される農産物のほぼ100%は、輸入でまかなわれています。

金額ベースで見ると、2005年の食品の総輸入額は565億5千万香港ドル前年比2.8%の伸びを示しています。

輸入先は、やはり中国本土が多く約24%、以下アメリカ、オーストラリア、タイと続き、日本は第5位の輸入相手国となっていますが、金額的にもアイテム的にもまだまだ伸びる可能性は十分にあると考えています。

香港の消費動向には大きな特徴があります。それは、一度に生鮮食品を多く購入することがあまりないこと。これは、例えば自分が住んでいるアパートやマンションの1階にお店があるなど、買いだめしなくても生活に支障をきたすことがないからです。

それと香港の人は、外食率の比率が非常に高い。個人が外食に使うお金は、所得の22%にも上り、最近ではそれに加え健康食品にも関心が高まっています。

高品質で安全な日本の農産物は香港でも人気を集めています。中でも人気があるのがブドウの巨峰とイチゴのあまおう。野菜も人気ですが、高価な食材なので富裕層の人たちが主な購入者となっています。

香港にはレストランが1万軒以上あり、日本食レストランも数多くあります。しかしそうしたお店が日本産の農産物の大きな購入先となっているのかと言えば、決してそうとも言えません。

味、品質、安全性すべて群を抜いているのですが、原価に響いてくるのでなかなか手が出ないのではないのでしょうか。

しかし富裕層を主な購入者としながらも日本産の農産物のニーズは確実に増大しています。輸出で競合する他国産品との差別化、そしてブランド化が更なる輸出拡大のポイントになってくるのではないかと考えています。

香港に限らず日本食、日本料理がアジアで売れるのには理由があります。

それは食に関する共通項が多く見られるということです。お米が主食であること、醤油が味の基本であること、お箸を使うこと。そうした食文化の共通するベースを持っており、成長と拡大を続けるアジア市場に参入するチャンスが大きいと言えます。

特に香港同様に食品のほぼ100%を輸入しているシンガポール、経済成長著しいマレーシアなどは有望な市場です。

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

農産物が輸出産業として発展するために

いま必要な発想の転換

皆さんに考えていただきたいコトがあります。それは日本はこれまで農産物の輸出を考えたことなど無かったのではないのでしょうか。もっと言うならば、輸出などそもそも不可能であると考えていたのではないのでしょうか。

いままで日本は基本的には自給自足。不足した分を輸入で賄うというスタンスであったと思います。そうしたなかで、私たちの会社はなぜ日本からの農産物の輸入を考えたのか判るのでしょうか。

輸出の可能性を見いだしたキッカケとなったのは、香港へ中国本土から入ってくる野菜や果実の残留農薬問題でした。

経営しているレストランに来店してくださるお客様に安心して食べていただける料理を提供するため、それとデパートなどに卸すために、安心・安全な農産物を日本から輸入しようとしたのです。

日本まで来て買い付けに来ましたが大変でした。買い付けた野菜の代金の支払い期限が3日以内なのに、香港で売った代金の回収は4ヶ月後。しかも代金を支払った以降の輸送経費、更に代金回収までの間に起きるかも知れない為替変動での損害などのリスクは、すべてこちら側が持たなければならず、日本側は一切関知してくれません。そして、その状態は、今だに続いています。

10年ほど前から、こうした状態を改善するためにいろいろ努力をしてきました。九州の関税先とパートナーシップができたのもこの頃です。いろいろ便宜を図ってもらえるようになり飛行機便だけではなくコンテナの船便で毎週定期的に就航していただけるようになり、農産物の輸入ビジネスをようやく軌道に乗せることができました。

日本は政府が農産物の輸出を声高に言っていますが、民間へのサポートはまだまだ不足しています。

アメリカ果実メジャーのサンキストの例をお話しましょう。

サンキストのオレンジは、本国のスーパーの店頭価格と日本、香港、シンガポールの店頭価格を比べてもほとんど変わりません。船賃をかけて輸出しているのにも関わらずです。

それはアメリカ政府が価格競争力を維持するために経費を補填しているからです。日本ではそうしたサポートは全くありません。すべて民間業者のリスクの上に成り立っている。それは輸出というものに対する根本的な発想の違いかも知れません。

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

海外でも売れる商品づくりから

海外で売するための商品づくりへ

それに加えて言えるコトですが、日本の農業はまだ輸出商品を作っていないと思います。いまはただ国内に流通しているものを輸出商品として売っているだけです。私がなぜ足繁く日本に来ているのか判りますか？それは輸出を真剣に目指している生産者を捜し、当社が考える“現地ニーズに合った売れる規格品”を生産してもらうためなのです。生産者の皆さんも輸出しようとする国では何が求められているのを知り真の意味での“輸出農産物”を作っていこうとする視点が必要だと思います。人気のファッションブランドであるディオールやヴィトンもマーケットを研究し、サイズ対応などターゲットに合わせたアプローチを行っているから、あれだけの支持を集めているのです。

輸出しやすい環境の整備は

行政と自治体に課せられた義務

確かに日本産の農産物への評価は高いものがあります。それなのに香港に限って見ても輸入額はお米とフルーツだけしか産品がないタイに及んでいません。その理由は行政、自治体の輸出に取り組む姿勢にも関係あると思います。最近ですが、香港で中国本土での鳥インフルエンザの影響で鶏卵が不足したことがありました。私は安全管理が行き届いた日本産の鶏卵を輸入しようとして来日し、購入しようとしたのですが、思わぬところからストップがかかり実現できませんでした。

訪れた頃に宮崎でも鳥インフルエンザの感染が確認されたため、自治体として輸出を自粛していると言うのです。鳥インフルエンザは世界中であることです。こんな時にこそ対応策をたてて輸出に取り組んでいる生産者を守る方策が必要なのではないでしょうか。

輸入業者にとって日本からの発送の拠点をどこに定めるのかは戦略上大きなポイントです。当社では10年来福岡を拠点に輸入ビジネスを展開しています。

高級野菜や果実の輸入には飛行機便を使いますが、福岡からならその日の朝に市場で仕入れた農産物が同日の夕方には香港で販売することができます。

鮮度を全く損なうこと無く流通することができますから、コストがかかっても十分に採算が合う。香港に近いという地の利とともに、農産物輸出を重要施策として捉

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

え、自治体でなければ出来ない環境整備などを行っていることが拠点としての競争力を生んでいるのだと思います。

輸入という仕事柄、日本各地を訪れます。県の輸出振興担当者の方などともお会いする機会が多いのですが、農産物を熱心に売り込めます。

そうした努力も大切ですが、特に鮮度が命の農産物の輸出に取り組むのであれば、インフラや輸出担当窓口の整備など自治体でしかできない環境整備にこそもっと力を注ぐべきです。日本の農産物は素晴らしいと思います。でも本当に輸出を考えるならば、輸出を念頭に置いた作物づくりも絶対に必要です。

それと行政、自治体の強力なサポートも必要です。

いま日本では国の重要施策として農産物の輸出に取り組んでいますが、産地がバラバラに同じような産物を市場に投入しても国内の産地間競争も一緒に輸出するだけで、価格競争を生むだけの結果となってしまいます。

協調を図りながら、それぞれの地方ならではの輸出農産物を育てるコト、そして利便性を考えた輸出環境を整えるコトが必要だと思います。

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

講演：帯広市川西農業協同組合 代表理事組合長 有塚利宣氏
輸出をおこなうまでのプロセスと海外マーケットについて

“挑戦する農業”を支えているのは

プロ農家としての自負

日本の農業は長い間低迷してきましたが、小泉内閣が発足して以降大きく変わろうとしています。

“挑戦する農業”。世界市場を視野に入れた国際競争力のある産業としての自立を目指した動きが、当組合を始め日本全国で見られるようになりました。

北海道十勝地方の農業の歴史は新しく、原野を開墾してからまだ120年程しか経っていません。

現在では日本を代表する穀倉地帯となりましたが、当初は厳しい自然との闘いの連続であったと先輩に伺ったことがあります。

気候的な特徴としては四季を通じた寒暖の差が、実に70 もあるんです。北海道の夏といえば涼しく爽やかと思われる方が多いと思いますが、十勝では35 に達することも珍しくありません。一方冬はと言えば、- 35 位まで冷え込む日もあります。こうした環境を1世紀の時をかけて試行錯誤を繰り返しながら営んできた成果の一つが、当組合が行っている輸出向け長いもの生産なのです。

いま私たちが耕作している畑は約26万haあります。かつてはここに2万1千人の農業従事者がおりました。しかし、過酷な環境、都市労働者との収入格差などで離農する人が相次ぎ、現在では6800名のプロ農家が頑張っている状況です。

2万人以上の農業従事者が居た時には農家1戸当たりの畑は約10haでしたが、現在は平均で約38ha。大規模とは言えないまでも、中規模以上のスケールで農産物の生産を行っています。

プロの農家とは挑戦する情熱、そしてどんな逆境にも耐える力を持った農家です。そうしたプロを育て守るのは政治の役割です。世界を視野に、新しい農業を育成するためにも、政治とプロ農家が両輪となって進んで行くことが大切だと思います。

農産物の輸入自由化は

農業国際化へのキッカケ

日本の農業には幾つかのエポックがあります。

最初のエポックが昭和22年に実施された大改革です。不在地主から農地を強制的に買収して小作農をすべて自作農にした。これが、日本の農業の夜明けだったと思います。

次が昭和38年の大豆の輸入自由化。これは大豆を主要作物としていた十勝の農業に大きな衝撃を与えました。十勝の畑から大豆が減って行ったのです。

しかし、もっと深刻な問題が更なる追い打ちをかけました。米作と違い畑作というものは輪作体系が必要な農業なのです。大豆の栽培ができなくなると、この輪作体系が崩壊してしまうのです。

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

それを防ぐために新しい作物への転換などを行ってきました。農産物の輸入自由化は、逆説的に言えば日本の農業の国際化を否応なしに迫るキッカケとなったとも言えるかも知れません。

日本の農業で唯一、輸入自由化からガードされてきたのはお米ですが、そのお米も平成5年に条件付きとは言え、輸入が解禁されました。

日本の農業は海外と比べて体力に劣るために、様々な形で政府の保護をうけてきました。

牛乳、砂糖などの生産物に対し補助金が出ていたわけです。

しかし、WTOなど国際機関からの圧力、そして消費者の皆さんの輸入容認の気運の高まりなどもあり農業政策の抜本的な見直しがされようとしていました。

それが方針として提示されたのが平成11年の農政改革大綱です。

この大綱の要点は2点。規制緩和と市場原理の導入ということです。

農業に従事する者の立場から言うならば、日本の農業は丸裸状態にされた訳です。

しかし一方で、新しい日本農業のポジショニングも模索され平成12年には農業基本法が生まれました。この中で農業は、“国民の命を守る産業”と位置付けられ4つの育成・保護策が謳われました。最低自給率の確保、多面的な環境を守る上での農業の重要性の確認、持続できる農業への体力づくり、日本の伝統文化と食文化を守る岩としての農業と農村の大切さの再確認です。

失墜した信頼を回復する大きな力となった

トレーサビリティシステムの早期導入

この法律により、農業の新しい方向性が示され、国民的なコンセンサスが得られた矢先に農業への信頼や期待を吹き飛ばしてしまうような大事件が持ち上がったのです。

それが平成13年に起きたBSE～狂牛病の発生です。

この1件でそれまで培ってきた農業、畜産業への消費者の信頼が一気に失われてしまった。

十勝地方で生産されている畜産も含めた農産物の生産量は約480万トン、金額で2500億円です。

この地方には他に柱となる産業はありません。農業がダメになると言うことは十勝地方の経済基盤が失われることと同じなのです。

急務となった早急な信頼回復。私たちが取り組んだのは、より徹底したトレーサビリティシステムの再構築でした。

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

実は当組合ではBSE問題が起きる以前からトレーサビリティシステムを導入していました。そのおかげで比較的スムーズに生産履歴の管理体制の強化ができ、消費者の皆様に向けた安全宣言を行うことができました。

当組合では平成11年から台湾に向けて長いもの輸出を行ってまいりました。しかし当初はクレームが非常に多く、その対応とクレームの原因究明と問題解決のためにも輸出している長芋の生産履歴を正確に把握する必要があり、他の農業団体に先がけてトレーサビリティシステムを導入していたのです。

国内の消費傾向の変化が 長いもの海外シフトを加速

なぜ輸出先が台湾なのかというのには、ちゃんとした理由があります。

それは日本国内では少子化、核家族化が進み長いものを1本丸ごと購入してくれる消費者が非常に少なくなってきたこと。私たちが生産する立派な長いものも、何分割かされカット品としてでなければ流通しにくい環境になっているんです。

しかし、そのまま流通できれば高級長いものとして売れるような商品でも、カット品にされると高く売れない。国内市場では、そうした矛盾に泣かされていました。

それで海外に目を向けた訳です。アジアを中心にニーズを探りました。

台湾では薬膳として珍重されていることがわかりました。その他、中国やシンガポールでは漢方として売られていることもあるらしいです。

台湾で流通している長いものほとんどは、中国産あるいは東南アジア産のものです。品質が悪く見た目もバラバラ。これなら勝てると思い、台湾への輸出を決意しました。

しかし、決意はしたもののルートがありません。そんな時に神戸で台湾産の紹興酒やバナナの輸入を手がけていらっしゃる台湾人バイヤーで出会うことができました。現地でのテスト販売をすることが出来ました。

結果は上々。高品質、安全な高級長いものとして売れることを確信して、本格的な輸出を開始しました。

政府の統計によると日本からの長いもの輸出は重量ベースで約3000tだそうです。内、1300tは当組合の長いものです。

1300tの内1000tは台湾。その数字は年を追うごとに伸びています。

台湾での主な市場は台北ですが、台中、台南での販売も決まり、2000tの出荷も射程圏内に入っています。更なる輸出拡大を目指してシンガポール市場の開拓にも力を注いでおり、ここを東南アジアの拠点市場として、タイなどにも進出して行きたいと考えています。

輸出促進セミナー(千葉)講演要約

品質と安全への妥協のない取り組みで

商品と生産者への揺るぎない信頼を獲得

成功する輸出の鉄則。それは、品質への絶対的な信頼を勝取るということに尽きるでしょう。国内流通に比べ輸出する産物が、現地のお店に並べられるまでには長い時間がかかります。その間に品質が劣化してしまったのでは、商品価値もさることながら、現地の消費者の信頼を勝取ることなどできません。

生産者側の、完璧な作物づくり、鉄壁な作物管理が欠かせないのです。

長いもはデリケートな作物です。ウィルスにも弱い。ですから、無病の優良な長いもを生産するために、種子づくりから厳しい管理体制のなかで取り組んでいます。また栽培時にも1000株の中に3株の虫ツキの長いもがあったなら、その畑の全長いもを抜き取り廃棄処分しています。健康な種づくり、付きっきりの畑管理。これだけ知恵と汗を注いだからこそ台湾で不動の評価を得ることができたのだと確信しています。

「十勝川西長いも」は、台湾では高級ブランド長いもとなることができましたが、ブランドとして認知されるか否かはユーザーが決めるものです。

平成11年からの不断の努力が、認められた結果なのだと誇りに思っています。

品質管理とともに、実践しているのが農産物を扱っていただいているお得意さまとの交流です。年に数回、生産現場や販売現場で行っています。

これが非常に役立っています。流通業者、バイヤーなど立場がことなればこちらへの要望も違います。梱包や積載をスムーズに行うための要望、商品を傷つけないための工夫への要望・・・。生産者からは見えない貴重な意見やクレームは、より強い競争力を生むヒントを得ることができる貴重な機会であると思っています。

品質の高さと安全性でバイヤーなどの業者の方々、そして消費者の方々に高い評価をいただいている「十勝川西長いも」ですが、現在の評価に満足することなくより高い品質、より完璧な品質管理への取組みはすでにはじまっています。

現在、豆のラインに取り入れているアメリカのNASAで生まれた衛生管理手法であるHACCPを長いものラインにも導入することを決定しました。

農産物が集荷され、出荷されるまでの行程のなかで考えられる様々な汚染の可能性を想定し未然に防ぐ手法により「十勝川西長いも」の品質と安全性はさらに高まるものと確信しています。

輸出促進セミナー(千葉)記録

千葉開催 2月6日(火) 幕張メッセ 日本コンベンションセンター

