

はじめに

我が国における農林水産物の貿易動向をみると、輸入自由化の進行、消費者ニーズや食生活の多様化などから、金額ベースでみて世界第一位の農林水産物の輸入国となっている。これらを反映して、食料自給率は供給熱量ベースで40%（平成14年）と、主要先進国の中でも最低の水準で、これを平成22年度までに45%に引き上げることが大きな政策課題となっており、自給率向上のための消費者へのアピールとともに国内生産の活性化について、生産者や生産者サイドの意識改革も求められている。

その一つの方向として、国内需給を検討することはもちろんであるが、グローバルな経済環境の中での我が国農林水産物の状況などを概観することにより、新たな活性化の可能性が派生すると期待できる。

我が国からの農林水産物の輸出は、江戸後期からのお茶、明治時代からのうんしゅうみかん、ゆりなどを始め、生糸、真珠、果実類、水産練り製品などの農林水産物が北米、EU諸国、東南アジア諸国を中心に輸出されてきたところである。しかしながら、最近では、円高の進行や他国産農林水産物との競合などから、総じて輸出は減少傾向にあり、平成14年における輸出は金額ベースで約3千5百億円と輸入の約7兆2千億円に対して極めて低い水準にある。

他方、欧米を始めとする海外においては、健康的な食という面から豆腐やすしなどを始めとする日本食がブームとなっている。また、中国の上海市や広州、台湾、香港など経済発展の著しい東南アジアの国・地域では、日本食に限ったことではないが高所得層による高級品への購買意欲が旺盛で、これが一種のステータスとなっている状況も見られる。さらには、中国産野菜の農薬残留などの問題が発生したことから、これら富裕層において安全・高品質な食材へのニーズが高まっている。

これらの海外市場における環境変化やニーズ等を的確に捉え、様々な切り口、手法で取り組むことによって国内産農林水産物の輸出の可能性はまだまだあると考えられるものの、輸出に向けた具体的な動きにいたっているものはまだ少ないものとみられる。その要因としては、産地サイドにおける貿易ノウハウの不足、海外市場をターゲットとした戦略の未成熟などから、輸出意欲が低調となっていること等があげられる。

このため、関東農政局では、海外という新たな市場を開拓することで、農業生産が拡大し、管内農業の活性化と持続的な発展振興に寄与することができるとの考えから、有識者の参加を得て「関東農林水産物輸出戦略検討会」を設置し、4回にわたって輸出戦略を検討してきたので、論議された戦略及び輸出の可能性について報告する。