

農産物輸出を牽引する輸出産地の形成

2030年に5兆円をめざす農産物・食品の輸出。輸出先国の規制などをクリアし、生産や流通を輸出向きに改善していくには、地域が一体になった産地形成の取り組みが必要である。輸出が安定した販路となることで、地域農業の基盤が強化されるという効果も生まれている。

規制への対応が輸出の伸び代に

農林水産物・食品の輸出額は、輸出に取り組むさまざまなプレイヤーの活躍で増加の一途をたどっており、2022年は過去最高の1.4兆円（前年比114.2%）となりました。多くの国や地域で、外食向け需要がコロナによる落ち込みから回復したことや、小売店・EC（電子商取引）向けの販売が引き続き堅調だったことなどから、多くの品目で輸出額が伸びました。

主な品目としては、水産物は中国・米国向け、アルコール飲料は中国向け、青果物は香港・台湾向けの伸びが大きかったところです。今回のテーマである「輸出産地形成」が必要となる主な農産物について詳細を見ると、輸出金額の対前年比は、コメが124.4%、リンゴが115.4%、

ブドウが116.4%、イチゴが129.1%、桃が124.8%、甘藷^{かんしょ}が112.6%、長芋が116.3%、ナシが140.1%、柑橘類が115.3%、柿が150.0%、茶が107.2%と、軒並み増加しています。国は25年に2兆円、30年に5兆円という輸出額目標に向け、引き続き一丸となって取り組んでいくこととしています。

では今後、輸出をさらに伸ばしていくためには、どのような課題があるのでしょうか。

大まかには二点あり、一点目は食品衛生や検疫といった規制の問題です。香港など規制の少ない国への輸出は比較的ハードルが低く、輸出実績も上位につけていますが、どこの産地も狙うことが可能であり、価格競争になりやすい面があります。

一方、輸出向けの園地や選果場の認定が必要



農林水産省 輸出・国際局 輸出支援課 輸出産地形成室長

大橋 聡 OOHASHI Satoshi

おおはし さとし
1973年東京都出身。96年農林水産省入省。農林漁業金融公庫（現 日本政策金融公庫）関東支店、金融庁監督局、日本貿易振興機構（JETRO）上海センターへの出向、農林水産大臣政務官秘書官、政策統括官付貿易業務課総括課長補佐、大臣官房新事業・食品産業界ファイナンス室長などを経て、2022年6月から現職。

となる国、日本でよく使用する農業について残留農薬基準が日本と異なる国など、各種規制への対応が必要な国に対しては、輸出額は比較的小さく、競争相手も少ない面があります。輸出先ごと、品目ごとにさまざまな対応が求められるため、産地が一体となって生産方式を転換していく必要があります。時間やコストは一定数かかるものの、そこを乗り越えた先には、ブルーオーシャン、大きな伸び代があるといえるでしょう。

カギを握るのは集荷段階の工夫

課題の二点目は鮮度です。青果物輸出は輸送中の品質保持が重要です。おいしさの維持はもちろんのこと、腐敗によるロス率が高いと、流通事業者はロス率を勘案した手数料を設定せざる

を得ないため、最終小売価格も上がってしまいます。ロス率を低下させるためには、リーファーコンテナ(冷蔵・冷凍貨物用コンテナ)の使用など、流通段階での努力だけでなく、産地側の取り組みもカギとなります。

収穫後まもなく産地段階で予冷して輸出した青果物は、品質保持期間が格段に伸びることが実証されています。例えば九州のイチゴの事例では、輸出商社が保冷車で産地を巡回して庭先集荷し、近隣の空港から輸出した結果、現地着荷時の平均ロス率は約0・8%と、通常の流通品に比べて10%弱低減しました。

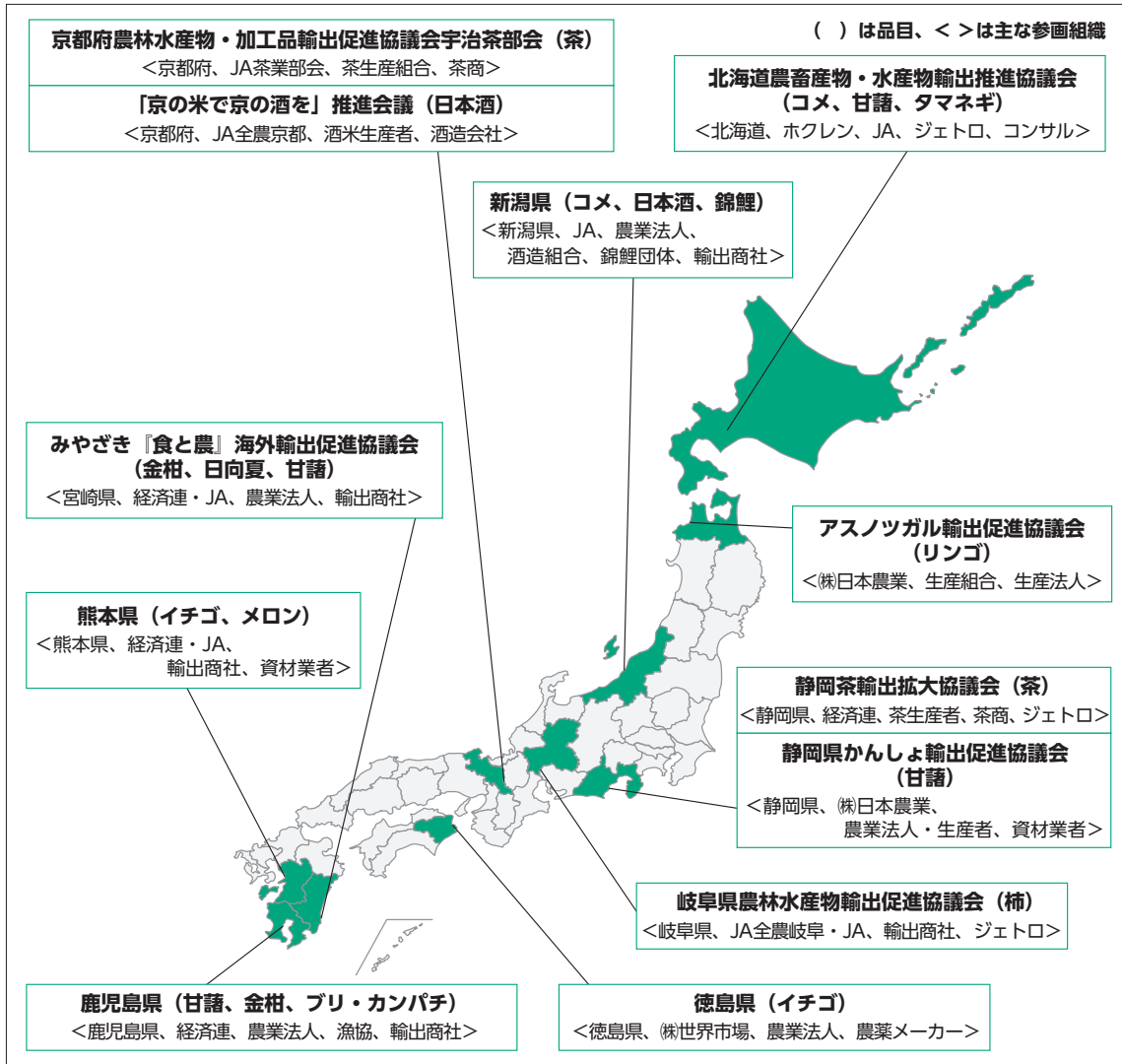
ただし、一つの農業法人、一つの産地では、一つのコンテナを仕立てる供給量を確保することが難しい面があります。近隣の生産者やJA、地域商社などが連携し、出荷カレンダーを取り決めたりローテーション体制を確立したりして、安定的にコンテナを満載にしていくことも、流通コスト削減のためには必要です。

輸出産地形成プロジェクトを開始

農林水産省は、以上のような問題意識に基づき、輸出を拡大するには輸出産地がまとまりを持つてこれらの課題を解決しながら取り組んでいく必要があると考えました。そこで生産・流通の転換を通じ、規制・ニーズに対応した産地づくりを重点的に支援するため、2022年度補正予算で「GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト」を開始しました。

これは都道府県、JA、地域商社などが連携して輸出に取り組もうとする産地を、生産面だけ

図1 GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト採択地区一覧



資料：公募時に事業実施主体が提出した事業実施計画書を基に農林水産省作成

でなく集荷・流通・販売まで、一気通貫でサポートし、地域密着型の輸出推進体制の構築を後押しするものです。輸出産地が形成されることで現地が要求するスペック(量・価格・品質・規格)

での継続的な輸出を実現し、農産物輸出の段階を一步先へ進めることが狙いです。さらにこの国内各地の推進拠点と、海外から現地の情報提供や販路開拓をおこなうため欧米

やアジア諸国など現在10カ所に立ち上げられている海外拠点「輸出支援プラットフォーム」が連携し、オールドジャパンでの輸出を後押ししていきます。

この「GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト」では、産地形成を進めるうえで必要となる、設備投資を除いたあらゆる費用が支援対象となります。一例を挙げると、慣行栽培から有機に転換する際に必要な資材費、輸出向け新品種の導入に係る種苗費、産地段階での冷蔵倉庫のリース料、使用農薬の見直しに係る検査費用などが含まれます。

全国10地区の計画を採用

2023年は10道府県のプロジェクトが採択されました(図1)。今後は、有機圃場⁴への大規模な転換や、輸出専用の多収品種の導入、台湾向け残留農薬基準に対応するための使用農薬の見直し、タイ向けの選果梱包施設の認定に向けた防除体系の確立などの取り組みが進められます。このような事例をモデルとして、今後複数の輸出産地が創出されていくことが期待されます。

23年5月に開催された「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」においても、生産から流通・販売までをつなぐ大規模輸出産地を育成していくことや、JAGグループと国とが定期的に協議する場を設け、連携して育成を進めていくことなどが示されています。

輸出産地を形成して規制や鮮度などの課題をクリアしていくことの大切さについて、皆さん

の記憶にも新しい野球界の話題を引用してご説明しましょう。23年3月に開催された野球の世界大会、ワールド・ベースボール・クラシック(WBC)で、日本は3度目の優勝を果たしました。その一因として、選手が大会で使用する規格のボールに慣れるため、数カ月前から練習し、適応していったことが挙げられています。農産物輸出においても、世界的な検疫や規制の基準をきちんと理解し、適応していこうとすれば、十分に世界をめざせます。

野球界では、日本のプロ野球で使うボールをWBCと統一すればよいという声もあります。農産物輸出も今後、グローバルスタンダードの生産方式を構築し、輸出向けにも国内向けにも区別なく販売可能にしておくことが、生産者側にとって販売先ポートフォリオを安定させ、経営を維持・発展させることにつながると考えられます。

海外需要取り込み持続的な経営へ

現場に伺った際、事業者の方から「輸出は手間がかかる割に儲からない」「輸出に取り組むメリットがよくわからない」といった声をよく聞きます。輸出の効果は、品目により事情が異なりますので、いくつかの事例で整理します。

代表的な輸出産品となっている日本酒や日本茶は、国内需要は減少傾向ですが海外で評価が高く、多くの事業者が輸出に取り組んでいます。売上高に占める海外販売の比率が高い事業者も散見され、輸出が経営を支えている面があります。海外需要を取り込まなければ事業継続が厳

しくなるといふ危機感をお持ちの方も多数おられます。

また、国内需要が特定の時期にピークを迎え、その時期を過ぎるとガクンと価格が落ちる傾向がある品目については、輸出需要がその下落を打ち消し、販売期間を延ばすといった効果もあります。例えば、クリスマスに最盛期を迎えるイチゴ、年末年始に最盛期を迎える干し柿については、輸出によって年明け以降も一定の需要の確保ができ、販売増につながっています。

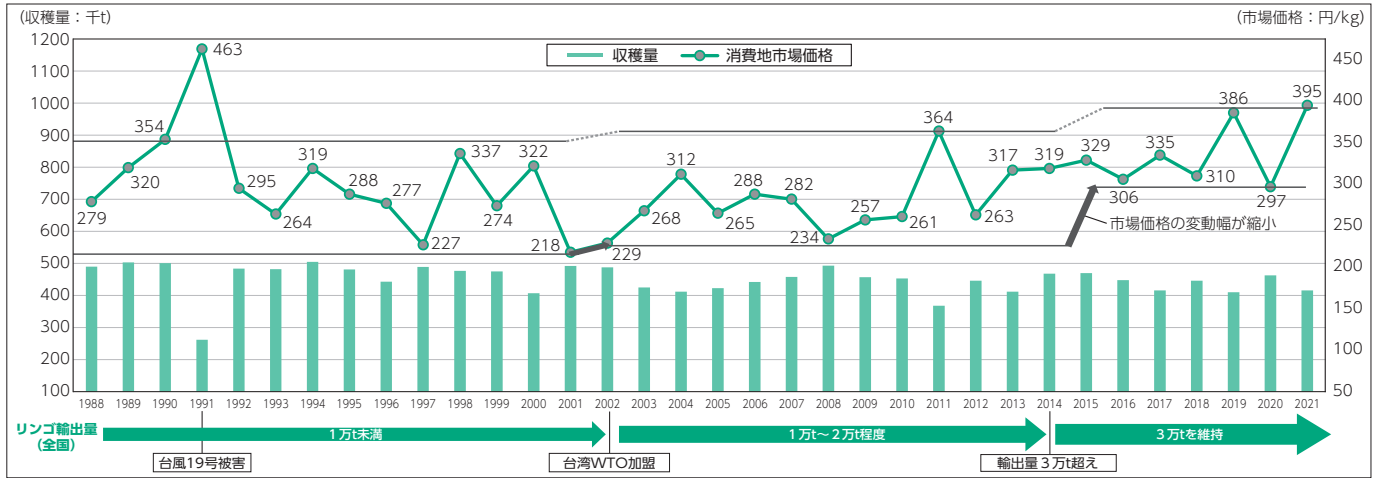
さらに、輸出が国内価格を下支えするという効果も見えてきました。青森県のリンゴの例ですが、輸出量がまだ少なかったころは、その年が豊作か凶作かによって、市場価格が大きく変動していました。2014年以降、海外の需要が安定して輸出量が3万トンを超えるようになると、豊作時における市場価格の下落が抑制され、市場価格の変動が小さくなる傾向が見られます(図2)。

以上の事例は、いずれも国内にはない現地の需要をうまくつかみ、生産者の所得向上に寄与しているものと考えられます。

確かに今、国内需要が堅調で、高値で売られている品目については、そこにさらなる時間とコストをかけて輸出するというインセンティブは働きにくいかもしれません。しかし今後数十年を見据えると、このような環境が続く保証はありません。

わが国は人口減少や高齢化が進み、総じて需要は減少傾向にあります。生産現場においても年々生産量が減少しているため、現在は縮小均

図2 青森県リンゴの収穫量と消費地市場価格の推移



資料：農林水産省作成

宮崎県でミカン90tの輸出に取り組む株式会社ソーバードでは、輸出が本格化する前と比較栽培面積は1.7倍の12haになりました。通年雇用3人、アルバイト15人を採用し、連携農家・法人は19軒となっています。

輸出のさらなる効果として、産地の活性化にまで発展しているところも出てきています。輸出を安定的な販路として確立できれば、地域の農業基盤が確保され、耕作放棄地の減少、雇用の増加、近隣農家との連携などにつながる可能性があります。

例えば、JAおいたではシャインマスカットの輸出産地づくりに取り組んでおり、台湾向け出荷に備えた残留農薬検査など、クリアすべき課題を洗い出し、対応しています。2022年10月には「大分シャインマスカット若手生産者協議会」の輸出促進チームとJA担当者がタイを視察し、輸送試験や着荷調査、店舗での販促動画の放映、販売状況の調査、加工品輸出の検討など、若手による輸出促進の取り組みが始まっています。

国内の産地活性化に波及も

衡により価格が維持されている面もあります。この場合、増産に向けた新規の設備投資や、新規雇用は難しくなり、将来的な事業展望が描きにくくなります。

このため、販路の一つとして拡大する海外市場を確保し、生産量を維持・拡大していくことが、持続可能な農業経営の助けになるものと考えられます。

最後に、輸出産地の形成に取り組むうえでの留意点として、生産者・食品メーカーによる環境・社会・ガバナンス(ESG)課題への対応の必要性について触れたいと思います。

世界の機関投資家がESG課題に配慮した企業に対する投資を増加させていることや、持続可能な開発目標(SDGs)の達成に向けた企業経営の広がりから、諸外国のマーケットでは、わが国より先行してサステナブルな経営の企業が製造した商品が求められています。すなわち、原料調達や生産・加工・流通過程において、CO₂の削減や生物多様性保全への取り組み、人権問題の配慮などのESG課題に取り組む企業の商品のニーズが今後も高まることが予測されます。

例えば、トレーサビリティの確保や、食品廃棄物の削減、アニマルウェルフェア、有機・減農薬栽培に取り組んでいる生産者は、今後グローバルスタンダードに対応したサプライヤーとして有利になってくるでしょう。農林水産省の進める「みどりの食料システム戦略」との親和性も高く、有機農産物の出口戦略の一つとして輸出は有望です。

こういった観点も踏まえ、全国でまとまった輸出産地が形成されれば、農産物輸出はわが国にとって必ずや強力な武器になります。農林水産省もそのための施策を強力に推進していきますので、生産者や関係者の皆さんと手を取り合いながら取り組みを進めていけたらと考えています。



サステナブルな輸出の推進へ