

# 論壇

## 高品質食品の需要拡大

農産物は日本の重要な輸出品になる。多くの専門家がそう信じているし、政府の農業政策でも輸出振興が重要な柱となっている。海外から安い農産物が入ってくるのを防ぐために関税で輸入障壁を設けるよりも、日本から海外に農産物が大量に出ていくような支援策を考える方が前向きな姿勢であるように思える。

なぜ、ここにきて農産物の輸出がこれだけ注目されるようになったのか。その重要な理由の一つがアジア諸国の経済発展である。アジアの国が豊かになるほど、より

伊藤 元重 学習院大教授(国際経済学)

品質の高い食品への需要が増えていく。それに加えて、アジアの多くの国は人口当たりの耕作面積が小さい。中国がその典型だが、農地は広いように見えるが、人口の方がもつと多いので、国民1人当たりの耕地面積は非常に小さいのだ。これは東南アジア諸国でも似たような傾向がある。

食料の重要な特徴は、その内容が多岐にわたることだ。野菜や果物のような園芸食物と、米のよくな穀物と、畜産では、同じ農業と言ってもまったく異なる。畜産の中でも、例えば牛肉を例にとれば、高級和牛と輸入牛とは市場がまったく違う。米のような穀物でも、日本酒などの形にすれ

## 農産物を重要な輸出品に

アジアの国が経済成長を続けられ、海外からの食料輸入への依存を増やしていかざるをえない。所得水準が高くなれば、品質の優れた食品への需要が増えるだろう。こうした国々と距離的にも近い日本にとっては大きなチャンスなのだ。

ば、高い付加価値が生まれることになる。

すべての農産品を日本国内で生産するのではなく、日本が競争力を持つような農産品への重点化を進めていくことが重要であるのだ。小麦や大豆などは海外から大量に輸入するとしても、

一方で付加価値の高い食材を海外に輸出していけばよい。果物でも和牛でも米でも、品質の高い商品に対する需要は拡大していくはずだ。

## 地域ブランド強化策を

食料の輸出が注目されるもう一つの理由は、食事のグローバル化が進んでいることである。日本の国内を見ても、フレンチ・中華・イタリアンなど、実にさまざまな料理が広がっている。タイやベトナムや南米などの料理の店も見かける。多くの料理が国境を越えて動いている。そうした中で日本食は非常に競争力の高い料理として注目されている。

仕事から、長年にわたって海外に出かけてきたが、最近では本当に

日本料理屋がどの国でも増えてきた。食のグローバル化に日本食がうまく乗っているということだ。この日本食ブームは、日本の食材の輸出を増やす大きなチャンスである。海外から日本に来る観光客が増加していることも、日本食を広めていく上で良い機会になるはずだ。

日本はEUとの経済連携協定でGI(地理的表示保護制度)の強化を打ち出した。神戸牛などのように、生産地の名称をブランドとして保護しようという制度だ。例えば、シャンパーニュ地域以外の発泡ワインはシャンパンとは呼べないことになる。こうした地域ブランドの強化策なども日本食の普及に有効に活用していくことができるはずだ。

\*この記事は静岡新聞社編集局調査部の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。