

論文

ポストTPP時代における 地域活性化のための農林水産物の輸出拡大戦略の構築

成 耆政

A Study on the Construction of Export Expansion Strategies of Agricultural,
Forest and Fishery Products for Regional Revitalization in the Post TPP era

SUNG Kijung

要 旨

本稿では日本の農業と農村コミュニティを取り巻く厳しい経営環境を鑑み、そして高度の自由貿易時代を表すポストTPP時代において、日本の農業と農村地域社会の生き残り策として農林水産物の輸出にその活路を求めるという観点から、グローバル（アメリカ、中国、EU、韓国など）農林水産物・食品市場の動向とトレンドを分析し、有効で具体的な輸出拡大戦略を構築した。これに際して、韓国における農林水産物の輸出拡大政策の考察および日本における食品の輸出力強化戦略の分析をふまえ、そこから示唆する点を盛り込んだ。今後、このように構築した農林水産物・食品の輸出拡大戦略の確実な施行において、国の政策的支援は不可欠なことである。

キーワード

TPP 地域活性化 農林水産物 グローバル食品市場 輸出拡大戦略

目 次

- I. はじめに
- II. TPPの概要と展望
- III. グローバル農林水産物・食品市場の動向と変化
- IV. 韓国における農林水産物輸出の実態と輸出拡大戦略
- V. 日本における農林水産物輸出の動向と現状
- VI. 日本における農林水産物の輸出拡大戦略の構築
- VII. おわりに

注

文献

I. はじめに

周知のように、日本の農業と農村コミュニティはさまざまな形で内・外部の厳しい経営環境におかれ、その対策が練られているものの、著しい成果は未だ見えていないのが現状である。すなわち、日本農業は産業としての存立が危惧され、農業労働力の急激な減少と高齢化、これからの日本農業を担う後継者不足の深刻な状況などにより、農業の第1の役割としての国民への食料の安定的供給という最も基本的な使命を達成することも困難な状況になっている。

そして、日本農業における生産性の低効率性、耕地面積と農業総産出額の減少や農業生産物価格の長期的な低迷、そして国際貿易環境における自由化の急激な進展の中で、その施策と努力が求められている。とくに、日本の出生率の減少および少子高齢化の影響などによる国内市場の縮小傾向は農林水産物・食品の分野に深刻な悪影響をもたらしている。

また、TPPは2010年3月に8カ国によって協議が開始され、2012年11月にメキシコとカナダが協議に参加し、2013年7月から日本が正式に参加し、最終的には12カ国で交渉が行われた。そして、2015年10月5日、アトランタのTPP参加閣僚級会合で大筋合意に達し、2016年2月4日、ニュージーランドのオークランドで交渉参加12カ国が正式に署名した。その後、日本においては、TPP承認案および関連法案は同年11月10日の衆院本会議で採決され、与党と日本維新の会などの賛成多数で可決、参議院に送付され、12月9日、参院本会議で自民、公明、日本維新の会などの賛成多数で可決・成立した。これによって国内手続きは終わった。

このTPPの大筋合意では日本の主食であるコメ1キロ当たり341円という関税を守る代わりに、アメリカとオーストラリアに対して無関税の輸入枠を設けることになっている。その量は、協定発効当初で計5万6,000トン、13年目に計7万8,400トンと定まっ

ている。すでに国産米は余っているし、また人口も減り、そして、食文化も欧米化が急激に進み、余ったコメと、これから輸入することになったコメの処理は困難な状況になっている。

アメリカは2010年よりTPPの拡大交渉に参加してきたが、トランプ米大統領当選者が大統領選挙期間中にTPP協定から離脱する意向を表明した。これに対し、安倍首相は「アメリカ抜きのTPPは意味がない」と2016年11月の記者会見で慎重な姿勢を示した。そして、トランプ氏がアメリカ第45代大統領として就任し、TPPから離脱する大統領令に署名し、この協定の事務局であるニュージーランドに文書にて離脱を通達し、アメリカは正式にTPP協定から離脱した。

その後、協定各国は対応に迫り、2017年5月下旬のベトナムで開催されるAPECで、アメリカ抜きの11カ国でTPP (TPP11) の発効に向けての議論に本格的に着手している。すなわち、アメリカ抜きでのTPP協定の発効を目指すなら、アメリカを外す協定の改正が必要になる。いずれにせよ、これからはTPPと同じか、それ以上のレベルの自由貿易の時代になることは確かである。

このようなポストTPP時代における日本農業の生き残りのためのキーワードは農林水産物・食品の輸出であるというのは過言であろうか。世界人口の増加に伴い、食料の需要が伸びていることや、日本食がユネスコの無形文化遺産に登録され、日本食に対する関心の高まりなどを背景に、国は農林水産物・食品の輸出目標額を1兆円（加工食品5,000億円、水産物3,500億円、コメ600億円、青果物250億円、牛肉250億円、茶150億円）と掲げ、2020年までに達成するとしている。これは現在の輸出額の増加推移をみると2019年に1年前倒しで達成される見込みである。また、2030年には5兆円の実現を目指すとしている。これに対して政府は目標達成期間に対する経過期間の割合以上に、KPI^{注1}が目標達成に向けて進捗していると評価¹⁾している。このように、日本農業が海外輸出ビジネスにおいて5兆円

の輸出を達成できれば、地方の再生や活性化に大きく貢献できるようになる。すなわち、農林水産物・食品の輸出の拡大は地域農業の成長および地域活性化、地域振興の礎石となれる。

以上のようなことをふまえ、本稿では、ポストTPP時代における地域活性化^{注2}のための農林水産物の輸出拡大戦略の構築を主な目的としている。このために、ⅡではTPPの概要と展望について、とりわけ農業部門を中心にした合意内容の分析と日本の対策、そしてアメリカ離脱の影響分析を、Ⅲではグローバル農林水産物・食品市場の規模、主要国の市場の動向、消費とトレンドの分析を、Ⅳでは韓国における農林水産物輸出の実態と拡大戦略の構築と政策的な支援について、Ⅴでは日本における農林水産物の動向と現状について、そしてⅥでは日本における農林水産物の輸出に関する拡大戦略の構築を試みた。

Ⅱ. TPPの概要と展望

1. TPPの概要

1) TPPの意義

環太平洋戦略的経済連携協定 (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement ; TPP、環太平洋経済連携協定、環太平洋経済パートナーシップ協定、環太平洋経済協定)²⁾とは、2006年に発効したシンガポール、ニュージーランド、チリ、ブルネイの4カ国 (P4) による包括的な自由貿易を発展させ、アメリカ、日本、オーストラリア、ペルー、カナダ、メキシコ、ベトナム、マレーシアなどのアジア・太平洋地域の12カ国で経済の自由化を目的として交渉し、合意に達している多角的な経済連携協定 (Economic Partnership Agreement ; EPA) で、地域貿易協定 (Regional Trade Agreement ; RTA) の一種でもある。

すなわち、TPPは21世紀のアジア・太平洋地域に自由で、公正な「一つの経済圏」を新たに構築する

挑戦的な試みでもある。世界のGDPの約4割 (3,100兆円) という、かつてない規模の経済圏をカバーしている経済的連携で、人口8億人という巨大市場が創出され、モノの関税の削減・撤廃だけでなく、サービス、投資の自由化を進め、さらには知的財産、電子商取引、国有企業、労働、環境の規律など、きわめて幅広い分野で新しいルールを構築するものである³⁾。

ただし、TPPは物品の関税について、約8割を即時撤廃を求めている点、最終的に重要品目に対する関税撤廃の例外扱いなどを一切認めない点などで究極的な自由貿易を目指すFTAであるといえる。すなわち、コメなどの特定の分野を例外として認めた上での交渉参加は認められない。そして、物品貿易のほか、サービス貿易 (一時帰国、電気通信などを含む)、政府調達、投資、環境、医療、知的財産、労働の移動、公共事業、そして制度面での調和などについての協定づくりが進められた。いい換えれば、TPPはすべての品目の市場を完全開放させようとしているし、通常は貿易の対象とはならない政策や規制などの国内措置も対象になっている究極的な自由貿易協定 (FTA) である。

2) TPPの経過

当初、P4参加国によるTPP協定は、経済規模が小さい小国間の自由貿易 (全世界総GDPの0.8%、全世界貿易の2.2%) で、ほとんど注目されていなかった。しかし、2008年2月、シンガポールおよびチリとFTAを締結していたアメリカのブッシュ政権はその時まで妥結されなかったP4の金融サービスと投資分野への交渉に、同年9月には拡大されたTPP交渉に参加すると表明した。このようなアメリカのTPP交渉への参加とその積極的な姿勢によりTPPは大きく注目されるようになった。

そして、2008年9月にオーストラリアがTPP交渉参加の検討を発表し、2009年11月、オバマ政権がTPP交渉参加を再表明、2010年ペルーが交渉参加を表明し、2010年3月のオーストラリアのメルボルン

で開催された第1回TPP交渉会合からアメリカ、オーストラリア、ベトナム、ペルーが加わり、同年10月のブルネイで開催された第3回会合からマレーシアも加わるようになった。これによりTPP交渉への参加国は9カ国になり、その規模は総GDP約16兆ドル、人口約5億人の規模と拡大した。

2011年11月11日、日本はTPP交渉参加に向け、参加各国との協議を開始すると発表し、2011年11月12日にTPP交渉参加国の首脳はAPEC開催のハワイで会合を開き、TPP協定の「大まかな輪郭」について合意した。そして、メキシコ（11月13日）、カナダ（11月14日）がTPP交渉参加の可能性について正式に協議をするという意味を表明した。

そして、アメリカをはじめ9カ国で構成されるTPPの交渉参加国は、2012年6月18日にメキシコ、同月19日にカナダの交渉参加を正式に認めた。アメリカ政府は知的財産権関連の条約の批准や海賊版の取り締まり強化という「信頼の構築」と、既交渉国に比べて新規参加国の権利を制限する内容の「参加条件」をめぐる、両国と集中的に協議を続けた。アメリカ議会では参加に反対する声は聞かれず、通知後に始まる議会との協議は円滑に進んだ。

2011年11月の米ハワイで開催されたAPECの会合で、TPPの交渉は大枠合意に達し、今後1年で最終妥結を目指すことを明らかにしたものの、2012年9月、米通商代表部（USTR）が各国首脳に提出した報告書によると、TPPの年内妥結を正式に断念した。

そして、2015年10月5日、アトランタのTPP閣僚会合で大筋合意に達し、2016年2月4日にニュージーランドのオークランドで交渉参加12カ国が正式に署名した。これによって交渉参加各国はTPP協定文を自国に持ち帰り、議会での承認を受ける段取りとなった。

2. TPP合意の主な内容－農林水産品を中心に－

上述のように、2015年10月5日（現地時間）、アメリカのアトランタで開催されたTPP閣僚級会合において、TPP協定は大筋合意に達した（表1）。日本は聖域とも位置づけた重要5品目の保護、アメリカは自動車産業の保護、農畜産物輸出の強化など、参加12カ国でそれぞれの主張に対する調整が長引き、TPP協定の大筋合意まで5年半の時間がかかった。

2016年2月4日（現地時間）、ニュージーランド・オークランドで開催されたTPP署名式において、TPP協定が正式に署名された。TPP協定の関税に関する主な合意内容は次のとおりである。

TPP協定各国の関税撤廃率⁴⁾をみると、品目数ベースで日本は全品目で95%、農林水産品は2,594品目のうち、2,135品目が撤廃され、約81.0%である。〈表2〉に示したように、農林水産品については、日本（81.0%）に次いで関税撤廃率の低い国はカナダ（94.1%）、ペルー（96.0%）、メキシコ（96.4%）の順であり、アメリカでさえも98.8%である。そして、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポールの3カ国の関税撤廃率は100.0%である。このようなことから日本の農林水産品の81.0%の関税撤廃率は特別扱いといわれても言い逃れはできない。このことは即時撤廃と10年以内の関税撤廃率を表す自由化率をみても同じである。

日本の関税⁵⁾については、農林水産物の2,328品目（ライン）の中で1,885品目（約81%）の関税を21年で撤廃することになった。コメについては新たに輸入枠（アメリカ向け7万トン、オーストラリア向け0.84万トン）を設定し、牛肉については38.5%の関税を16年目までに9.0%まで引下げることになった。豚肉は高価格品については4.3%の関税を10年目に撤廃し、低価格品については最大482円/kgの関税を10年目までに50円まで引下げることになった。そして、乳製品は新たに輸入枠（生乳換算で7万ト

ン)を設定、サクランボ(生果)は8.5%の関税を6年目に撤廃、りんご(生果)については17%の関税を11年目に撤廃する。また、ぶどう(生果)は17%(3~10月)、7.8%(11~2月)の関税を発効当初に撤廃

表1 TPP30章の構成

(1)冒頭の規定及び一般的定義	(2)内国民待遇及び物品の市場アクセス	(3)原産地規則及び原産地手続	(4)繊維及び繊維製品	(5)税関当局及び貿易円滑化	(6)貿易上の救済
協定が締約国間のその他の国際貿易協定と共存することができることを認める。また、本協定の二以上の章において使用される用語の定義を定める。	物品の貿易に関して、関税の撤廃や削減の方法等を定めるとともに、内国民待遇など物品の貿易を行う上での基本的なルールを定める。	関税の減免の対象となる「TPP域内の原産品(=TPP域内で生産された産品)」として認められるための要件や証明手続等について定める。	繊維及び繊維製品の貿易に関する原産地規則及び緊急措置等について定める。	税関手続の透明性の確保や通関手続の簡素化等について定める。	ある製品の輸入が急増し、国内産業に被害が生じたり、そのおそれがある場合、国内産業保護のために当該産品に対して、一時的にとることのできる緊急措置(セーフガード措置)等について定める。
(7)衛生植物検疫(SPS)措置	(8)貿易の技術的障害(TBT)	(9)投資	(10)国境を越えるサービスの貿易	(11)金融サービス	(12)ビジネス関係者の一時的な入国
食品の安全を確保したり、動物や植物が病気にかからないようにするための措置の実施に関するルールについて定める。	安全や環境保全等の目的から製品の特性やその生産工程等について「規格」が定められることがあるところ、これが貿易の不必要な障害とならないように、ルールを定める。	投資家間の無差別原則(内国民待遇、最恵国待遇)、投資に関する紛争解決手続等について定める。	国境を越えるサービス提供に関する内国民待遇、最恵国待遇、市場アクセス(数量制限等)、拠点設置要求禁止等に関するルールを定める。	金融分野の国境を越えるサービスの提供について、金融サービス分野に特有の定義やルールを定める。	ビジネス関係者の一時的な入国の許可、要件及び手続等に関するルール及び各締約国の約束を定める。
(13)電気通信	(14)電子商取引	(15)政府調達	(16)競争政策	(17)国有企業及び指定独占企業	(18)知的財産
電気通信サービスの分野について、通信インフラを有する主要なサービス提供者の義務等に関するルールを定める。	電子商取引のための環境・ルールを整備する上で必要となる原則等について定める。	中央政府や地方政府等による物品・サービスの調達に関して、内国民待遇の原則や入札の手続等のルールについて定める。	競争法令の制定又は維持、競争法令の執行における手続の公正な実施、締約国間及び競争当局間の協力等について定める。	国有企業と民間企業との間の対等な競争条件の確保のための国有企業の規律について定める。	特許、商標、意匠、著作権、地理的表示等の知的財産の十分に効果的な保護、権利行使手続等について定める。
(19)労働	(20)環境	(21)協力及び能力開発	(22)競争力及びビジネスの円滑化	(23)開発	(24)中小企業
貿易や投資の促進のために労働基準を緩和しないこと等について定める。	貿易や投資の促進のために環境基準を緩和しないこと等を定める。	協定の合意事項を履行するための国内体制が不十分な国に、技術支援や人材育成を行うこと等について定める。	サプライチェーンの発展及び強化、中小企業のサプライチェーンへの参加を支援すること等について定める。	開発を支援するための福祉の向上等や、女性の能力の向上、開発に係る共同活動等について定める。	中小企業のための情報、中小企業が協定による商業上の機会を利用することを支援する方法を特定すること等を定める。
(25)規制の整合性	(26)透明性及び腐敗行為の防止	(27)運用及び制度に関する規定	(28)紛争解決	(29)例外及び一般規定	(30)最終規定
締約国毎に複数の分野にまたがる規制や規則の透明性を高めること等を定める。	協定の透明性・腐敗行為の防止のために必要な措置等に関するルールに関わる事項等を定める。	協定の実施・運用等に関するルールなど協定全体に関わる事項等を定める。	協定の解釈の不一致等による締約国間の紛争を解決する際の手続について定める。	締約国に対する協定の適用の例外が認められる場合等について定める。	協定の改正、加入、効力発生、脱退等の手続、協定の正文等について定める。

出所:「特集・TPP交渉の合意及び関連政策」『平成27年度 食料・農業・農村白書』農林水産省, p.5 (2015)。

し、林産物については合板（6～10%）、SPF製材（4.8%）の関税を16年目までに撤廃などである。

日本の重要5品目の主な合意内容⁶⁾については〈表3〉のとおりである。

相手国の関税について、農林水産物は全品目の98.5%について関税を撤廃することになっている。たとえば、牛肉については、アメリカは26.4%の関税を15年目に撤廃、カナダは26.5%を6年目に撤廃、メキシコは20～25%を10年目に撤廃、ペルーは17%を11年目に撤廃、ベトナムは15～31%を3年目に撤廃、チリは6%を即時撤廃、オーストラリア、シンガポール、ニュージーランド、そしてブルネイの4カ国は現行も無税である。

豚肉については、アメリカが無税～1.4セント/kgを即時撤廃、メキシコが20%を即時撤廃、マレーシアが50%を16年目に撤廃、チリが6%を即時撤廃、ペルーが9%を即時または6年目に撤廃、ニュージーランドが5%を即時または2年目に撤廃、ベトナムが15または27%を8年目または10年目に撤廃、そしてカナダ、オーストラリア、シンガポール、ブルネイは現

行も無税である。

そして、コメ（精米）については、アメリカが1.4セント/kgを5年目に撤廃、メキシコが20%を10年目に撤廃、マレーシアが40%を11年目に撤廃、チリが6%を8年目に撤廃、ペルーが0%+従量税を従量税のみ維持、ベトナムが40%（22.5%：2015年4月現在のEPA税率）を即時撤廃、カナダ、オーストラリア、シンガポール、ニュージーランド、そしてブルネイは現行も無税である。

3. TPPの今後の展望—日本のTPP対策とアメリカのTPP離脱の影響—

1) 日本の今後のTPP対策—総合的なTPP関連政策大綱の策定—⁶⁾

TPPの大筋合意をふまえ、日本の農林水産業への悪影響を考え、2015年11月25日にTPP対策本部にて「総合的なTPP関連政策大綱」（図1）を策定した。この政策大綱の主な内容としては次のとおりである。すなわち、新たな市場の開拓、グローバ

表2 TPP各国の農林水産品の関税撤廃率

協定国	関税率 関税撤廃率 ①+②+③	自由化率 ①+②	関税撤廃の内訳		
			即時撤廃 ①	10年以内 ②	10年超 ③
日本	81.0	78.8	51.3	27.5	2.2
アメリカ	98.8	93.3	55.5	37.8	5.5
カナダ	94.1	94.1	86.2	7.9	0.0
メキシコ	96.4	91.3	74.1	17.2	5.1
オーストラリア	100.0	100.0	99.5	0.5	0.0
ニュージーランド	100.0	100.0	97.7	2.3	0.0
チリ	99.5	99.5	96.3	3.2	0.0
ペルー	96.0	94.0	82.1	11.9	2.0
シンガポール	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
マレーシア	99.6	97.9	96.7	1.2	1.7
ベトナム	99.4	94.9	42.6	52.3	4.5
ブルネイ	100.0	100.0	98.6	1.4	0.0

資料：内閣官房TPP政府対策本部「TPPにおける関税交渉の結果」p.2（2015年10月20日）。

注：1) 即時撤廃にはすでに無税にも含む。

2) 日本以外の11カ国は対日数値。

出所：東山寛、「TPPと農業」田代洋一編、『TPPと農林業・国民生活』筑波書房、pp.49（2016）。

表3 重要5品目の合意内容

品目	現在の関税率	合意の内容
【米】	枠内税率：無税+マークアップ 枠外税率：341円/kg	<ul style="list-style-type: none"> ・現行の国家貿易制度を維持するとともに、枠外税率(341円/kg)を維持 ・その上で、既存のWTO枠(77万玄米t)の外に、米国・豪州に対して、SBS方式の国別枠を設定 米国：5万実t(当初3年維持)→7万実t(13年目以降) 豪州：0.6万実t(当初3年維持)→0.84万実t(13年目以降)
【麦】 小麦	枠内税率：無税+マークアップ 枠外税率：55円/kg	<ul style="list-style-type: none"> ・現行の国家貿易制度を維持するとともに、枠外税率(55円/kg)を維持 ・既存のWTO枠に加え、米国(15万t(7年目以降))、カナダ(5.3万t(同))、豪州(5万t(同))にSBS方式の国別枠を新設 ・マークアップを9年目までに45%削減
大麦	枠内税率：無税+マークアップ 枠外税率：39円/kg	<ul style="list-style-type: none"> ・現行の国家貿易制度を維持するとともに、枠外税率(39円/kg)を維持 ・既存のWTO枠に加え、SBS方式のTPP枠(6.5万t(9年目以降))を新設 ・マークアップを9年目までに45%削減
【牛肉】	38.5%の従価税	<ul style="list-style-type: none"> ・16年目に最終税率を9%とし、関税撤廃を回避(米国等の近年のFTAでは類例を見ない「関税撤廃の例外」を獲得) ・16年目までという長期の関税削減期間を確保 ・輸入急増に対するセーフガードを措置(関税が9%となる16年目以降、4年間連続で発動されない場合にはセーフガードは終了)
【豚肉】 豚肉	差額関税制度 ・524円/kg<輸入価格の場合：4.3% ・524円/kg≥輸入価格の場合：546.53円/kgと輸入価格の差額 ・64.53円/kg≥輸入価格の場合：482円/kg	<ul style="list-style-type: none"> ・差額関税制度を維持するとともに、分岐点価格(524円/kg)を維持 ・10年目までという長期の関税削減期間を確保(従量税50円/kgは近年の平均課税額23円/kgの約2倍に相当し、従価税(4.3%)は撤廃) ・11年目までの間、輸入急増に対するセーフガードを措置
ハム・ベーコン ソーセージ、	差額関税制度	<ul style="list-style-type: none"> ・初年度50%削減し、以降毎年段階的に削減し11年目に撤廃 ・11年目までの間、輸入急増に対するセーフガードを措置
その他 豚肉調製品	10%(ソーセージ) 20%(その他豚肉調製品)	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年同じ割合で削減し6年目に撤廃
【乳製品】 脱脂粉乳	枠内税率：25%、35%+マークアップ 枠外税率：21.3%+396円/kg、425円/kg 29.8%+396円/kg、425円/kg	<ul style="list-style-type: none"> ・脱脂粉乳、バターについて、枠外税率の関税削減・撤廃は行わず、TPP枠(民間貿易関税割当て枠)を設定(生乳換算で6万t(当初)→7万t(6年目以降)) (最近の追加輸入量の範囲内で設定)
バター	枠内税率：35%+マークアップ 枠外税率：29.8%+985円/kg、 29.8%+1,159円/kg	
ホエイ	枠内税率：25%、35%+マークアップ 枠外税率：29.8%+425円/kg、687円/kg	<ul style="list-style-type: none"> ・脱脂粉乳(たんぱく質含有量34%)と競合する可能性が高いホエイ(たんぱく質含有量25~45%)について、最も長い21年目までの関税撤廃期間を確保 ・20年目のセーフガード発動数量を脱脂粉乳の国内生産量の1割強の水準に設定
チーズ	29.8%等	<ul style="list-style-type: none"> ・日本人の嗜好に合うモッツァレラ、カマンベール、プロセスチーズ等の関税を維持 ・主に原材料として使われるチェダー、ゴータ等の熟成チーズやクリームチーズ等は関税撤廃するものの、長期の経過期間(16年目までの関税撤廃期間)を確保
【甘味資源作物】 粗糖・精製糖等	71.8円/kg(粗糖) 103.1円/kg(精製糖)	<ul style="list-style-type: none"> ・現行の糖価調整制度を維持 ・高糖度(糖度98.5度以上99.3度未満)の精製用原料糖に限り、関税を無税とし、調整金を少額削減 ・新商品開発用の試験輸入に限定して、既存の枠組みを活用した無税・無調整金での輸入(粗糖・精製糖で500t)を認める。
加糖調製品	29.8%(加糖ココア粉) 10%(チョコレート菓子)など	<ul style="list-style-type: none"> ・品目ごとにTPP枠を設定(計6.2万t(当初)→9.6万t(品目ごとに6~11年目以降))

出所：「(特集) TPP交渉の合意及び関連政策」『平成27年度 食料・農業・農村白書』農林水産省, pp.7-8 (2015)。

ル・バリューチェーン (Global Value Chain) 構築のための支援として日本の農林水産物・食品輸出の戦略的推進などを行うこと、とされている。農林水産物・食品の輸出については、2020年の輸出額1兆円目標の前倒しが目標として掲げられ、次のような取り組みをあげている。

まず第1に、高品質な日本の農林水産物の一層の輸出拡大、輸出阻害要因の積極的解消、そして6次産業化・地産地消による地域の収益力の強化などにより、攻めの農林水産業を推進する、としている。第2に、日本産酒類などの海外展開を推進するほか、観光プロモーションなどをつうじて日本食文化や食品の海外展開を促進する。また、地理的表示 (GI) の活用を促進する、としている。第3に、農商工連携によりグローバル市場開拓を目指す中堅・中小企業などに対し、コンソーシアムの活用による支援を行うとともに、物流の効率化・高度化を含めた技術・新商品の開発、販路の開拓などの取

り組みなどを促進し、新事業の創出の拡大や海外市場の開拓を促進する。第4に、TPPをつうじた「強い経済」の実現のため、TPPによる貿易・投資の拡大を国内の経済再生に直結させる方策および地域の「稼ぐ力」の強化に取り組むこと、とされている。

この政策大綱の具体的な分野別施策の展開として、農林水産業、食の安全・安心、そして知的財産などについても掲げられている。すなわち、具体的には、(1)「攻めの農林水産業への転換」として、①次世代を担う経営感覚に優れた担い手の育成、②国際競争力のある産地イノベーションの促進、③畜産・酪農の収益力強化のためのプロジェクトの推進、④高品質な国産農林水産物の輸出等需要フロンティアの開拓、⑤合板・製材の国際競争力の強化、⑥持続可能な収益性の高い操業体制への転換、⑦消費者との連携の強化、⑧規制改革・税制改正といった競争力強化・体質強化対策などを講

総合的なTPP関連政策大綱

H27.11.25 第2回TPP
総合対策本部資料

- 世界のGDPの約4割 (3,100兆円) という、かつてない規模の経済圏をカバーした経済連携。人口8億人という巨大市場が創出される。TPPはアベノミクスの「成長戦略の切り札」となるもの。
- 本政策大綱は、TPPの効果を真に我が国の経済再生、地方創生に直結させるために必要な政策、及びTPPの影響に関する国民の不安を払拭する政策の目標を明らかにするもの。
- 本大綱に掲げた主要施策については、既存施策を含め不断の点検・見直しを行う。また、農林水産業の成長産業化を一層進めるために必要な戦略、さらに、我が国産業の海外展開・事業拡大や生産性向上を一層進めるために必要となる政策については、28年秋を目途に政策の具体的な内容を詰める。
- 本大綱と併せ、TPPについて国民に対する正確かつ丁寧な説明・情報発信に努め、TPPの影響に関する国民の不安・懸念を払拭することに万全を期す。

新輸出大国

＜TPPの活用促進＞

1 丁寧な情報提供及び相談体制の整備

- TPPの普及、啓発
- 中堅・中小企業等のための相談窓口の整備

2 新たな市場開拓、グローバル・バリューチェーン構築支援

- 中堅・中小企業等の新市場開拓のための総合的支援体制の抜本的強化 (「新輸出大国」コンソーシアム)
- コンテンツ、サービス、技術等の輸出促進
- 農林水産物・食品輸出の戦略的推進
- インフラシステムの輸出促進
- 海外展開先のビジネス環境整備

グローバル・ハブ (貿易・投資の国際中核拠点)

＜TPPを通じた「強い経済」の実現＞

1 TPPによる貿易・投資の拡大を国内の経済再生に直結させる方策

- イノベーション、企業間・産業界連携による生産性向上促進
- 対内投資活性化の促進

2 地域の「稼ぐ力」強化

- 地域の関する情報発信
- 地域リソースの結集・ブランド化

＜食の安全、知的財産＞

- 輸入食品監視指導體制強化、原料原産地表示
- 特許、商標、著作権関係について必要な措置
- 著作物等の利用円滑化等

農政新時代

＜農林水産業＞

1 攻めの農林水産業への転換 (体質強化対策)

- 次世代を担う経営感覚に優れた担い手の育成
- 国際競争力のある産地イノベーションの促進
- 畜産・酪農収益力強化総合プロジェクトの推進
- 高品質な我が国農林水産物の輸出等需要フロンティアの開拓
- 合板・製材の国際競争力の強化
- 持続可能な収益性の高い操業体制への転換
- 消費者との連携強化、規制改革・税制改正

2 経営安定・安定供給のための備え (重要5品目関連)

- 米 (政府備蓄米の運営見直し)
- 麦 (経営所得安定対策の着実な実施)
- 牛肉・豚肉、乳製品 (畜産・酪農の経営安定充実)
- 甘味資源作物 (加糖調製品を調整金の対象)

図1 総合的なTPP関連政策大綱

出所：「総合的なTPP関連政策大綱」TPP総合対策本部、(2015)。

ずるとしている。

(2)「経営安定・安定供給のための備え」として、①米については、政府備蓄米の運営を見直し、国別枠の輸入量に相当する国産米を政府が備蓄米として買入、備蓄米は今後も平時には最終的に非主食用（飼料用、加工用、援助用）として売却、②麦については、経営所得安定対策の着実な実施、③牛肉・豚肉、乳製品については、牛マルキンおよび豚マルキンの法制化^{注3}、牛・豚マルキンの補填率の引上げ、豚マルキンの国庫負担水準の引上げ等、④甘味資源作物については、加糖調製品の調整金の対象化等、TPP発効後の経営安定に万全を期すため、発効に合わせて経営安定対策の充実等を講ずることとされています。

また、(3)農林水産業の成長産業化を一層進めるために必要な戦略として、12の検討継続項目^{注4}を掲げ、具体的な内容を詰めることとされている。

2) アメリカのTPP離脱と日本への影響

トランプ米大統領がアメリカ第1主義の保護貿易主義を掲げ、2017年1月23日、TPP（環太平洋経済連携協定）から永久に離脱するための大統領令に署名したこと^{注5}で、協定の発効にはアメリカの承認が欠かせず、TPP協定は発効のめどが立たなくなった^{注6}。そして、アメリカの産業の発展を促し、アメリカの労働者を守り、アメリカ人の賃金を引き上げるために、可能な限り二国間貿易交渉を進めていく、として、今後の方針が説明された。また、トランプ政権はカナダ、メキシコと締結したNAFTAについても再交渉を要求し、両国が応じない場合、離脱する意向を示した。このことは今後の日本の通商戦略にも大きな影響を及ぼしそうである。

アメリカの離脱を踏まえ、TPP協定参加国の中で、カナダの場合は日本との二国間FTAを予告しているし、メキシコ、ペルーはまだFTAを締結していないTPP加入国と二国間FTAを締結する意思を示している。

TPP加盟国全体のGDPの60%を超えるアメリカ

が離脱したことで、今後、国際通商舞台で中国とEUの影響力が高くなると予想される。そして、安倍政権の経済政策（アベノミクス）において、TPPの意義は大きいといわざるを得ない。そして、2017年5月下旬にベトナムで開催される閣僚協議でアメリカぬきTPP（TPP11）の本格的協議に入ったものの、一定の成果をあげることができなかった。また、TPP11の将来はあまりにも未知数が多いと思われ、日本としては、アメリカ抜きのTPPに何の意味を導き出せるのか。アメリカの誘いで参加したTPP交渉に、アメリカが抜けた現在、そこに留まる意味合いを見出せない。これでTPPは失敗したといっても言い過ぎではない。

今後、国際通商秩序の不確実性がますます拡大され、保護貿易主義の基調が一層強化される場合、各国の連鎖的な非関税障壁が強化されるおそれもある。これに対する対策が早急に求められる。

Ⅲ. グローバル農林水産物・食品市場の動向と変化

1. グローバル農林水産物・食品市場の規模

英国のグローバル市場調査コンサルティング専門機関であるCanadean (GlobalData)^{注7}によると、世界食品市場は2012年の約6.5兆ドル、2013年は約6.6兆ドル、2014年は約6.6兆ドルであった。2015年には約6.1兆ドルと減少している。2016年は約6.3兆ドル、そして2019年には約7.3兆ドルとして年平均（2012～2019年）約1.7%の成長率になると予測（展望）している（表4）。

すなわち、Canadean (GlobalData) の「2016年度食品産業主要統計」によると、2015年を基準として、全体約6.1兆ドルの食品市場の中で食料品が約3.0兆ドル、酒類等アルコール飲料が約1.5兆ドル、ノンアルコール飲料が約1.0兆ドル、そして、たばこが約0.6兆ドルの市場規模をなしている。また、

2015年基準として圏域別に見ると、EUが約2.0兆ドル、北米が約1.3兆ドル、アジアおよび太平洋が約2.0兆ドル、中南米が約0.6兆ドル、そして中東およびアフリカが約0.2兆ドルの市場規模を示している。

このような世界食品産業の市場規模は他の主要産業規模と比較すると、2015年の世界自動車市場（約1.3兆ドル）の約4.9倍、IT市場（約1.6兆ドル）の約3.8倍、そして鉄鋼市場（約0.8兆ドル）の約7.3倍の規模であることが分かる⁷⁾

2. 主要国の農林水産物・食品市場の動向および消費トレンドの分析⁷⁾

1) アメリカにおける食品市場の規模・動向および消費トレンド

アメリカは人口約3億2千万人として世界最大の食品市場といえる。簡略に、人口構成をみると白人約2億1,040万人、黒人約4,145万人、ヒスパニック系^{注8)}約5,101万人、そしてアジア系約1,594万人などである。

アメリカはその広大な国土、豊富な資源、そして先端科学技術などで世界農業と食品産業をリードしている。すなわち、耕地面積は世界一、農業人口

1人当たりの耕地面積は世界第3位、世界穀物生産量の約20%を占め、その交易量も約35%を占めている。そして、2015年の農産物輸出額^{注9)}は約1兆5,026億ドル、輸入額^{注10)}は約1兆3,305億ドルで、全体の約8.9%を占める。

アメリカの食品市場の特徴としては、まず第1に、世界GDPの約30%を占め、農水産物の輸入額は約1,135億ドルで、世界最大の単一市場である。第2に、大型流通売場が製造業を支配する徹底的な購買者中心の市場（Buyer's Market）であることから、展示会および相談会がマーケティングの必須要素として定着している。そして第3に、上記で述べたようにヒスパニック系が約16%、アジア系が4.8%など少数民族別の食品市場を形成していることなど包容性のある市場である。

アメリカの食品市場の規模は2015年に1兆1,670億ドルとして、前年対比3.0%の成長をし、世界食品市場（6兆1,477億ドル）でアメリカが占める割合は約18%として、世界第1位の食品市場を維持している。

アメリカの食品市場のトレンドは自然原料の選好、エスニック食品市場の成長、オンライン消費の拡散、そしてGMO食品の義務表示の施行などである。こ

表4 グローバル食品市場の規模の推移

(単位:10億ドル, %)

区 分	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
世界食品市場	6,491.2 (100.0%)	6,559.2 (100.0%)	6,598.5 (100.0%)	6,147.7 (100.0%)	6,298.3 (100.0%)	6,601.9 (100.0%)	6,939.9 (100.0%)	7,316.2 (100.0%)
ヨーロッパ	2,275.3 (35.1)	2,349.7 (35.8)	2,328.2 (35.3)	1,984.2 (32.3)	2,001.0 (31.8)	2,074.6 (31.4)	2,152.4 (31.0)	2,240.4 (30.6)
アジア・太平洋	1,995.2 (30.7)	2,004.3 (30.6)	2,061.3 (31.2)	2,042.3 (33.2)	2,153.7 (34.2)	2,318.7 (35.1)	2,502.6 (36.1)	2,708.7 (37.0)
北米	1,238.0 (19.1)	1,256.5 (19.2)	1,287.4 (19.5)	1,310.4 (21.3)	1,347.98 (21.4)	1,392.8 (21.1)	1,440.8 (20.8)	1,489.7 (20.4)
中南米	803.7 (12.4)	775.5 (11.8)	746.8 (11.3)	635.8 (10.3)	614.2 (9.8)	625.4 (9.5)	644.2 (9.3)	666.8 (9.1)
中東・アフリカ	179.1 (2.8)	173.1 (2.6)	174.9 (2.7)	175.1 (2.8)	181.6 (2.9)	190.1 (2.9)	199.8 (2.9)	210.6 (2.9)

注：2016～2019年の値は推定値である。

出所：李ユソン、「グローバル食品市場の変化と輸出戦略」『農業展望2017』韓国農村経済研究院, p.318 (2017)。

のことについて少し詳しく述べておくと、まず第1に、自然原料、すなわち自然(ナチュラル)食品^{注11}の選好についてである。健康に対する関心の増加により食品製造および消費において人工色素および人工調味料などの添加物を忌み嫌うトレンドが拡大している。すなわち、多少高価であっても、よりよい食品を摂取したいという考えは、共通の認識として広まっている。このような消費者のニーズに応えた結果がアメリカのオーガニック^{注12}市場の拡大につながっているといえる。

第2に、エスニック市場の成長をあげることができる。アメリカではこの10年間でヒスパニック系とアジア系人口が約40%ずつ増加し、これによりエスニック市場が急成長している。既存の大型小売店でもヒスパニック、日本、韓国、中国、ベトナムなどの食品専門コーナーが増えつつある。とくに、2000年代に入り、アジア系スーパーマーケットチェーンの進出が目立つようになり、この市場の成長の主な原因となっている。

第3に、オンライン消費の拡散をあげることができる。米商務省によると2015年オンラインによる食品小売販売市場規模は3,417億ドルで、前年対比14.6%増加した。これはアメリカ全体の小売り販売の7.3%に該当する。インターネットビジネス市場調査機関であるe-Marketer^{注13}はオンラインとモバイル市場が毎年二桁の成長率を見せていると明らかにした。このような趨勢によりオンライン小売市場販売は2020年に6,842億4,000万ドルに増えると展望している。また、2020年の全体小売販売での占有率も12.5%に達すると予測されている⁸⁾。

第4に、GMO食品の義務表示の施行をあげられる。アメリカでは、2015年末から遺伝子を操作することでその生物にない特徴を持たせた遺伝子組み換え食品(GMO)^{注14}の表示を義務づける法律案がまとまり、アメリカ議会で審議されてきた。法律案(Mandatory Labeling Bill, S.764)は2016年7月に上院と下院で可決され、2016年7月29日、オバマ大統領が署名し、成立した^{注15}。これにより今後

Non-GMO食品^{注16}市場が一層拡大されると展望される。

以上のことからアメリカの食品市場のトレンドはEasy、Fiery Food、Exotic、Ethnicの4つのキーワードで表すことができる。

2) 中国における食品市場の規模・動向および消費トレンド

中国はこの30年間世界で最も早い変化を見せている国である。地域別・年齢別に消費性向とライフスタイルが全く異なり、今も速いスピードで変化しつつある。その結果、中国の消費トレンドは極めて速いスピードで変化している。これには諸原因があると思うが、ここでは2つを取り上げておきたい。まず第1に、急速な経済発展、所得増大、そしてインターネットとSNSなどメディアの拡散により中国消費者の消費知識が速いスピードで蓄積されている点、もう1つは1980年代に生まれた世代(80後; パーリンホウ)⁹⁾と1990年以降に生まれた世代が既存の世代より消費性向が高く、異質的な新世代が消費の主役として位置している点をあげることができる。

このような大きな消費トレンドの中で、食品消費のトレンドもほぼ同じ状況にある。中国の急速な経済発展による所得水準の向上により、食品消費の高級化およびさまざまな食品の安全性に関する事故の発生などの影響で、食品の安全を重視する傾向が深化し、食品に対する関心が増える趨勢である。

中国の食品市場は2015年基準1兆857億ドル規模で、全世界食品市場の約17%を占めている。そして、2017年にはアメリカを越えて世界第1の市場になると予想されている。また、2001年WTO加入後、食品の輸入は早い増加を見せている。2002年に103億ドルが2015年には1,159億ドルになっている⁷⁾。

中国の食品消費のトレンドとしては、第1に、健康および食品安全性の重視をあげることができる。すなわち、国民経済の成長による所得水準の向上は

有機食品市場と機能性食品市場の規模を拡大させている。第2に、2016年1月から中国政府は一人っ子政策を事実上撤廃し、二人っ子政策に移行した。これにより幼児食品市場が急成長中で、食品の品質、ブランド、栄養成分などを重視するようになった。第3に、オンライン食品消費市場の拡大をあげることができる。これはスマートフォン普及の拡散とモバイル決済システムの発展により、最近、モバイルをつうじた購買が急成長している。

今後、生鮮食品から加工食品へのシフト、調理食品におけるラインナップの拡大、そして冷凍食品など即食性の高い食品へのニーズの拡大の動きがますます高まっていくことが見込まれ、中国における食品市場は一層の拡大をなしとげて行くであろう。

3) EUにおける食品市場の規模・動向および消費トレンド

まずEUの食品市場⁷⁾は2015年に1兆9,842億ドルとして、2012年は2兆2,753億ドル、2013年は2兆3,497億ドル、2014年は2兆3,282億ドルとなっている。

2017年3月29日、イギリスのEUからの離脱手続きが、昨年の国民投票から9カ月を経て、欧州連合(EU)からの離脱(ブレグジット、Brexit)を正式に通告する書簡を欧州理事会(European Council)のドナルド・トゥスク(Donald Tusk)常任議長に提出し、離脱の手続きを正式に開始した。これによりEUの景気の不確実性は大きくなるものの、食品分野は緩慢な成長を続けていくと展望している。

2015年のEUの食品輸入額は1,620億ドルとして、前年対比約8.3%減少した。主な輸入国としては、アメリカ(158億ドル)、ブラジル(155億ドル)、中国(104億ドル)、ノルウェー(72億円)、そしてアルゼンチン(70億ドル)などの順である。

次に、市場動向および消費トレンドを見ると、まず第1に、有機食品消費の増加をあげることができ

る。すなわち、有機食品市場は健康重視の社会的雰囲気の影響で、乳製品、卵、果物ジュースなどの有機食品が人気で、有機幼児食品、有機グルテンフリー食品も脚光を浴びている。

第2に、利便性のよい(簡便な)生鮮食品消費の増加をあげることができる。すなわち、整えたり、カットする必要がなく、そのまま料理できる新鮮カット野菜類(fresh-cut vegetable)の消費が一般野菜に比べ、20%以上も高価にもかかわらず、フランス、イタリア、ドイツなどを中心に増加している。これはまさに、品質と効率が求められる時代、調理時間の短縮や光熱費などのコストの削減、保管という経済的な視点や、廃棄物の軽減など環境面においても、カット野菜が注目されており、そのニーズはますます高まっている。

第3に、コーシャ食品消費の増加があげられる。コーシャとは、もともとは、紀元前の旧約聖書の教えに即した、カシュルートと呼ばれる厳格な「食事規定」がその語源である。「コーシャ(Kosher)」¹⁷⁾はこの食事規定で「食べて良い食物」のことを意味する。すなわち、コーシャの認定とは、ユダヤ教の資格を持ったラバイ(ユダヤ教の指導者)が製造工程をその目で確かめてユダヤ教の教義に従った安全な食品であるという認定を行い認定書を発行、その認定を受けることによりその食品の包装紙にコーシャの認定を受けていることをマークやロゴで表示することができる制度のことである。EUにおけるコーシャ食品市場は年平均で10~15%の高い成長率を見せており、製品の原材料から製造過程まで厳しくチェックされることで、安心して食することができるという認識から今後ますますその消費は拡大される見込みである。

IV. 韓国における農林水産物輸出の実態と輸出拡大戦略

1. 韓国における農林水産物の輸出の実態

韓国における食品の輸出に関する長期動向¹⁰⁾を見ると、1996年のウルグアイラウンド (UR) の市場開放を経て、2004年のチリとのFTAの締結^{注18)}後、急成長したが、最近の5年間は停滞する傾向である。2016年の動向を見ると、全体の輸出は5.9%減少したが、食品の輸出は前年対比5.9%増加し、最近の5年間で最大値を記録するようになった。また、同じ期間に生鮮食品の輸出は7.5%増加したものの、増減を繰り返している。加工食品は年平均4.3%増加している。

2016年の農水産食品の輸出は厳しい輸出環境にも関わらず86億ドルとして、前年対比7.0%増加した。その内訳としては食品64.7億ドル (5.9%増)、水産物21.3億ドル (10.6%増) である。これは、韓国における全体の輸出が2年連続減少しているにもかかわらず、有望消費財である農水産食品の輸出増加は輸出構造の革新に寄与したと評価できる。

このような肯定的な評価にもかかわらず、2016年後半以降の輸出環境の変化により、主力市場に集中された農水産食品の輸出構造の改善が必要となってきた。すなわち、2016年は全体輸出において日・中・米の上位3カ国の割合^{注19)}が農産物46.0%、水産物64.0%として主力市場に対する輸出の依存度がきわめて高い。このような状況で、アメリカをはじめとしたグローバル保護貿易基調の拡散、非関税障壁の強化などによりますます厳しい状況になりつつある。

2. 韓国における農林水産物の輸出戦略と政策的支援—「農水産食品輸出拡大政策¹⁰⁾」の分析 (図2参照) を中心に—

1) 食品輸出市場の多角的变化への対応

グローバル食品輸出市場の多角的变化についての対応として、まず第1に、新たな市場の開拓をあげることができる。すなわち、未開拓市場への進出をつうじて内外の変化要因による中国・アメリカなど既存の主力市場への輸出が沈滞する可能性に先制的に対応することである。具体的には輸出の拠点を設けることである。

〈表5〉の5カ圏域の中で最優先国に「パイロット要員」^{注20)}を派遣し、現地の市場調査、有望バイヤーと流通企業などネットワークの発掘・構築を推進する。また、フロンティア企業の育成である。すなわち、市場進出の意思がある企業を選抜し市場調査に基づき、市場のニーズに合わせた製品の開発および製品の改善、現地での輸入製品の登録などを支援する。

そして、市場開拓団の派遣である。これはフロンティア企業をはじめ、輸出企業で構成された市場開拓団を現地に派遣し、バイヤー相談とマーケットテストなどを推進する。

第2に、青年食品海外開拓団 (Agrifood Frontier Leader Organization; AFLO) の派遣である。これは輸出活力の向上と雇用の創出レベルで貿易・マーケティングなどを専攻した青年を輸出企業とマッチングし派遣する。彼らの役割としては、上述のパイロット要員と連携し、市場調査および有望商品の発掘、マッチング企業のマーケットテスト、輸出取引の斡旋などを行う。

2) 非関税障壁の対応への支援

食品の非関税障壁の対応への支援としては、まず第1に、輸出情報の現場体感度の向上をあ

ることができる。すなわち、実際の輸出現場で需要が高い情報^{注21}を需要者のニーズに合わせ て迅速に伝達するシステムを構築する。具体的には、通関情報の提供である。すなわち、国家

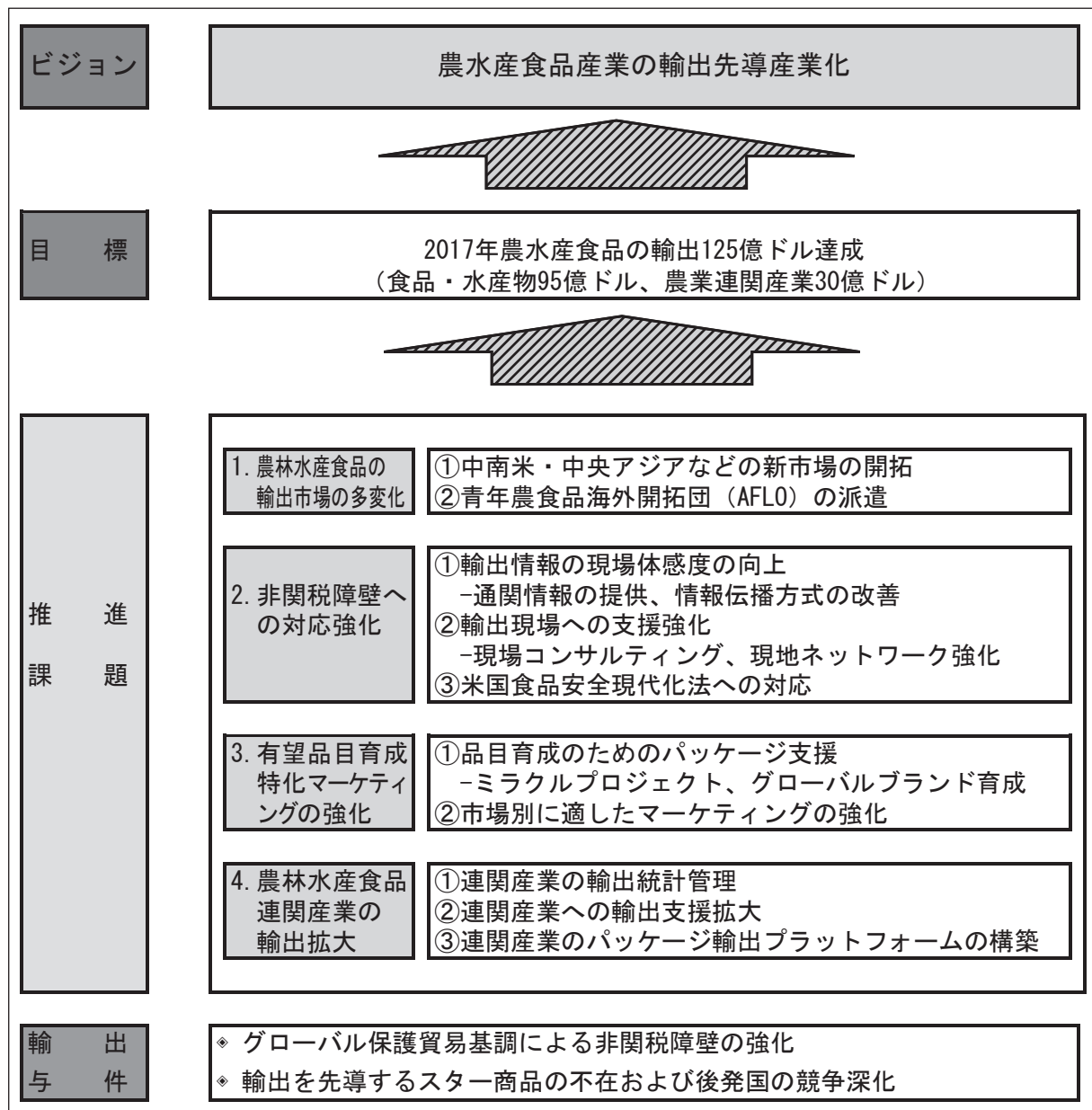


図2 韓国における農水産食品の輸出拡大政策

出所：「農水産食品の輸出拡大政策」経済関係部処合同, p.3 (2017).

表5 韓国の農林水産物の輸出における新市場開拓の推進圏域および国家

圏 域	最優先戦略国家	次順位戦略国家
アセアン+インド	インド	ミャンマー、カンボジア、ラオス
中東+中央アジア	カザフスタン	トルコ、サウジアラビア、イラン
ヨーロッパ	イタリア	ポーランド、スウェーデン、チェコ
中南米	ブラジル	メキシコ、アルゼンチン、チリ
アフリカ	南アフリカ	エジプト、ナイジェリア

出所：「農水産食品の輸出拡大政策」経済関係部処合同, p.3 (2017).

別の消費トレンド、輸入制度（検疫・通関など）・食品安全規定の変更、通関拒否・失敗事例の分析情報などをモニタリングし、分期別を提供する。

また、上述のような情報の伝達方式の改善である。すなわち、国家別通関情報をはじめ、輸出における優秀事例・各種グローバル 이슈などに対する情報をSNSチャネルをつうじてリアルタイムで伝達する。

第2に、輸出現場への支援の強化をあげることができる。すなわち、輸出企業と輸入バイヤーに対する密着コンサルティングを拡大し、非関税障壁に対応できる力量の向上である。具体的には、現地コンサルティングの拡大・強化である。すなわち、現地の専門機関を活用した諮問サービスを拡大、書類の不備・ラベリングの違反などによる通関拒否の事前防止策などである。そして、現地ネットワークの構築である。すなわち、韓国農水産食品流通公社(Korea agro-Fisheries & Food Trade Corporation ; aT)の海外支社内の輸出支援センターをつうじて関係当局・専門機関・バイヤー・流通企業などと緊密なネットワークを構築し管理を行う。

また、アメリカの食品安全近代化法（食品安全強化法、食品安全現代化法；Food Safety Modernization Act ; FSMA）^{注22}への対応である。すなわち、対米主要輸出品目を中心に輸出の全プロセスで重点的な管理事項などの情報をマニュアルとして製作・配布する。また、アメリカ問題専門家を活用し、FDAへの現地調査を実施、全輸出農家および加工企業を対象に訪問コンサルティングを支援する。

3) 輸出有望品目の育成および特化マーケティングの拡大

輸出有望品目の育成および特化マーケティングの拡大としては、まず第1に、輸出有望品目の育成のためのパッケージ支援である。すなわ

ち、市場調査や製品開発（または改善）から市場進入・マーケティング・通関支援などをパッケージとして支援する事業を拡大する。そして、ミラクルプロジェクトとして、現在は輸出していないものの、革新性・差別性が存在し、輸出が成功する可能性の高い製品や品目を発掘し、支援を行う。また、グローバルブランドの育成である。すなわち、商品性は高いものの、海外におけるブランド認知度が低い製品を発掘し、コンサルティング・ブランド登録・マーケティングなどを支援する。

第2に、市場別のニーズに合わせたマーケティングの強化である。すなわち、国・市場別に中長期トレンドを反映した有望品目を中心にカテゴリーキラー（Category Killer）方式^{注23}のマーケティングを拡大する。そして、テーマ館の運営を拡大する。すなわち、海外のアンテナショップを特定製品のテーマ館として運営できるように拡大し、有望品目の発掘プラットフォームとして活用する。

4) 食品連関産業への輸出支援である。

食品連関産業への輸出支援としては、まず第1に、統計データ管理をあげることができる。食品連関産業の輸出および産業動向を把握するために関連協会などとコラボをつうじて統計管理システムを構築し、分期別に管理を行う。

第2に、連関産業への具体的な輸出支援として、食品の輸出支援事業の支援対象を既存の食品から種子・肥料・農薬・農資材などの連関産業への拡大を行うことである。

第3に、パッケージ輸出支援である。すなわち、輸出国の気候条件に合わせた国産種子・肥料・農機械・農資材などを活用した海外テストベッド（Test Bed）^{注24}の構築である。たとえば、パッケージ輸出のための韓国型標準スマートファームモデルの普及推進などである。

V. 日本における農林水産物輸出の動向と現状

1. 日本における農林水産物の輸出の背景と意義

日本における農林水産物の輸出の背景¹¹⁾として、まず第1に、日本国内のマーケットは縮小傾向にあることがあげられる。この原因として日本における急激な少子高齢化社会の到来がその背景にある。第2に、海外には今後伸びていくと考えられる有望なマーケットが多数存在していることである。今、世界は健康ブームに後押しされ、世界的に日本食のブームが広がっており、アジア諸国等における急激な経済発展に伴う富裕層の増加、そして世界的な人口の増加などの影響により農林水産物・食品の輸出は多様な意義を有している。

その意義をまず産地・地域にとってのメリットと

してまとめてみると、国は①農林水産物・食品の新たな販路拡大（新需要の創出）、所得の向上（安定的な所得の保障と成長）、②国内価格下落に対するリスクの軽減（国内農産物価格の安定化）、③海外輸出をつうじた国内ブランド価値の向上（国内農産物の品質向上）、経営に対する意識改革、④地域経済の活性化などである。次に、国民全体にとってのメリットとして、①日本の輸出入バランス（貿易収支）の改善（国民経済発展に寄与）、②日本食文化の海外への普及、世界各国の人々の対日理解の増進（国家イメージの向上）などをあげている。

2. 日本における農林水産物の輸出の現状

日本の農林水産物の輸出額の推移¹²⁾（表6、図3、4）を見ると、2007年から2016年までの10年間だけで輸出が45.4%の増加の7,502億円になり、著しい

表6 日本における農林水産物の輸出入額（2016年）

区 分		2016年	2015年	2016年/2015年 増減率 (%)
輸 出	農林水産物	7,502 (6,524)	7,451 (6,486)	0.7 (0.6)
	農産物	4,593 (3,945)	4,431 (3,805)	3.7 (3.7)
	林産物	268 (268)	263 (263)	1.9 (1.9)
	水産物	2,640 (2,311)	2,757 (2,418)	△4.2 (△4.4)
	(参考) 総額	700,358	756,139	△7.4
輸 入	農林水産物	85,480	95,209	△10.2
	農産物	58,273	65,629	△11.2
	林産物	11,228	12,413	△9.5
	水産物	15,979	17,167	△6.9
	(参考) 総額	660,420	784,055	△15.8
収 支	農林水産物	△77,977	△87,758	△11.1
	(参考) 総額	39,938	△27,916	-

注1: 貿易収支=輸出額-輸入額.

2: 輸出欄()内はアルコール飲料, たばこ, 真珠を除く金額.

3: (参考) 総額は鉱工業品も含めたすべての品目の総計.

出所: 「農林水産物輸出入概況」農林水産省, p.1 (2017).

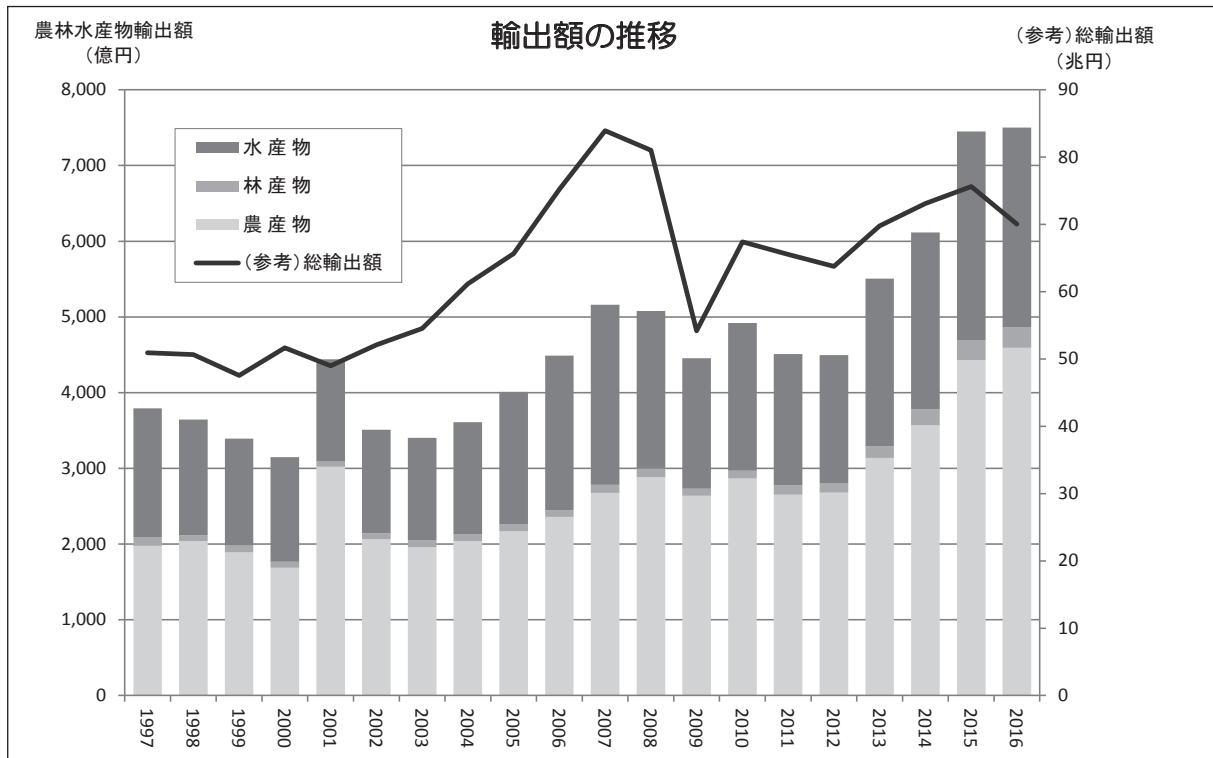


図3 日本における農林水産物の輸出額の推移 (1997~2016年)

注：総輸出額は鉱工業品も含めたすべての品目の総計。
出所：「農林水産物輸出入概況」農林水産省, p.2 (2017)。

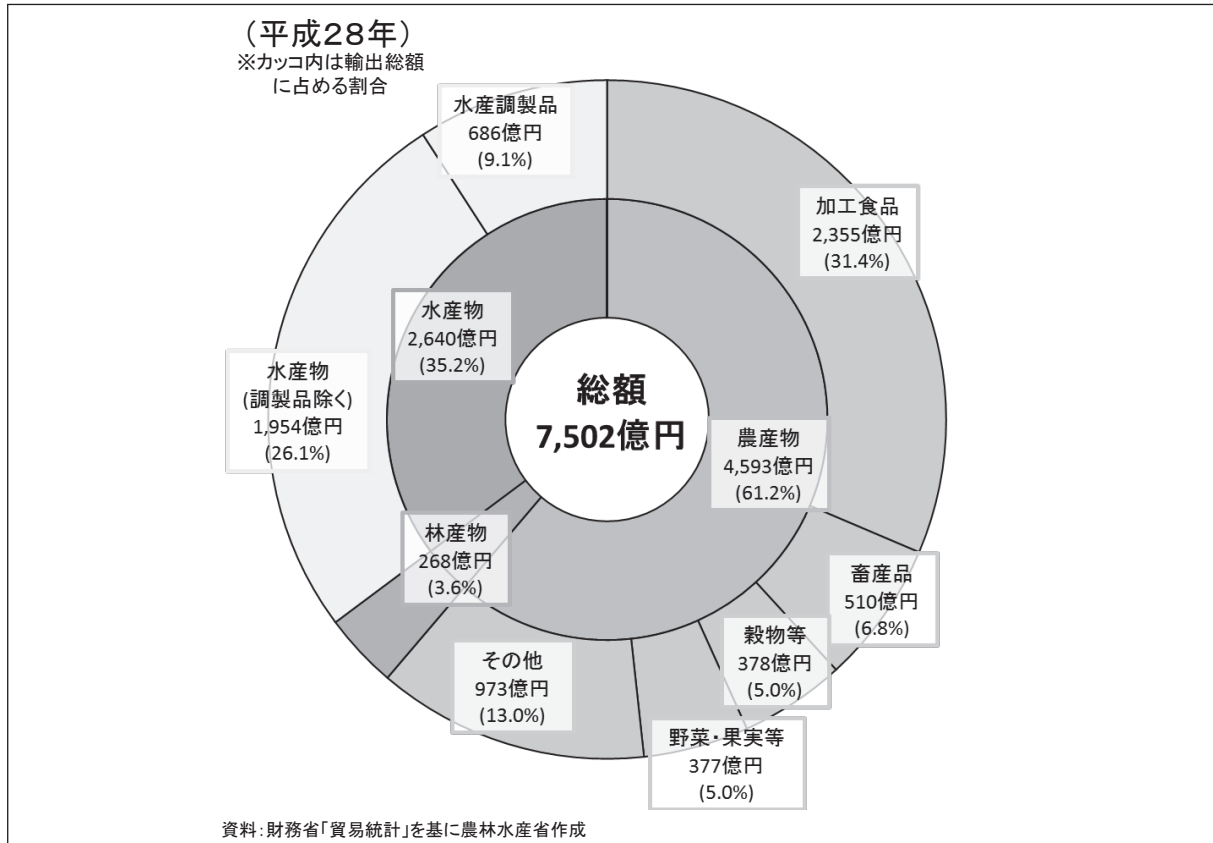


図4 農林水産物の輸出額の品目別内訳 (2016年)

出所：「農林水産物・食品の輸出促進について」農林水産省, p.3 (2017)。

増加を見せている。そして、2016年は前年と比べると0.7%増加している。また、アルコール飲料、たばこ、真珠を除いた2016年の輸出額は前年と比べ0.6%増加し、約6,524億円になっている。これを品目別に少し詳細に見ると、農産物(4,593億円、61.2%)には、加工食品が31.4%(2,355億円)、畜産品が6.8%(510億円)、穀物等が5.0%(378億円)、野菜・果実等が5.0%(377億円)、そして、その他が13.0%(973億円)の順である。水産物(2,640億円、35.2%)には、水産物が26.1%(調整品を除く、1,954億円)、水産調整品が9.1%(686億円)の順である。

一方、2016年の農林水産物の輸入額は前年より10.2%減少し、約8兆5,480億円である。しかしながら、この金額は日本の輸出総額70兆0,357億円のわずか1.1%にしかすぎない金額であるものの、徐々に増加の推移を見せている。

次に、2016年の農林水産物・食品の輸出相手

国・地域別の内訳(図5)を見ると、全体の73.8%(5,539億円)をアジアが占め、その内訳としては、香港(1,853億円、24.7%)、台湾(931億円、12.4%)、中国(899億円、12.0%)、韓国(511億円、6.8%)、タイ(329億円、4.4%)、ベトナム(323億円、4.3%)、そして、シンガポール(234億円、3.1%)などの順である。次いで北米が15.3%(1,149億円)で、その中でアメリカが13.9%(1,045億円)でほとんどを占め、次いでカナダがわずかである。そして、ヨーロッパ(486億円、6.5%)、アフリカ(122億円、1.6%)、南米(34億円、0.4%)の順である。これをみると、輸出先がいかにもごく一部の国と地域に限定していることが分かる。今後、日本における農林水産物・食品の輸出先をどのようにして増やしていくかが大きな課題の1つである。これはただ輸出額を増やすことだけに目的があるわけではなく、今後、リスクマネジメントの視点から持続可能な日本産農産物の輸出のためには解決すべき重要な課題である。

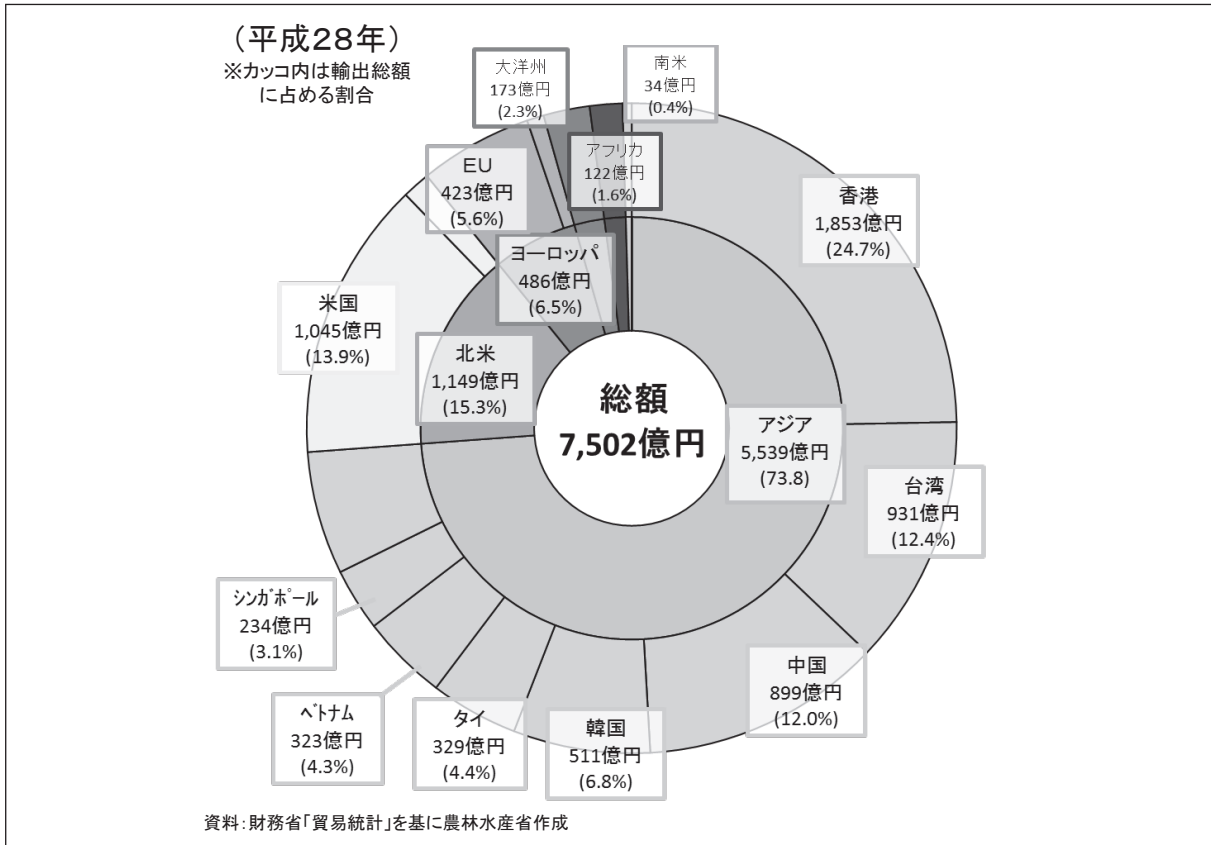


図5 農林水産物・食品の輸出額相手国・地域別内訳(2016年)

出所:「農林水産物・食品の輸出促進について」農林水産省, p.4 (2017).

上述の主な輸出先への輸出品目¹³⁾をみると、香港には水産物と加工食品を中心に、主に真珠、なまこ（調製）、たばこ、菓子、ホタテ、アルコール飲料、小麦粉、清涼飲料水などであり、アメリカにはアルコール飲料、ぶり、ソース混合調味料など、台湾にはたばこ、リンゴ、さんご、ソース混合調味料、アルコール飲料、豚の皮（原皮）、ホタテ貝、菓子、清涼飲料水、長いもなど、中国にはホタテ貝、丸太、さけ・ます、植木、アルコール飲料、菓子、清涼飲料水、スケトウダラ、デキストリンなど、韓国にはアルコール飲料、ホタテ、ソース混合調味料、丸太、配合調整飼料、タイ、菓子、スケトウダラ、スープブロスなどである。

VI. 日本における農林水産物の輸出拡大戦略の構築

1. 農林水産物の輸出力強化戦略¹⁴⁾の分析

1) 基本的な考え方

農林水産物の輸出力強化戦略^{注25)}の基本的な考え方としては、まず第1に、国内の食品市場が減少の傾向の中で、アジアを中心に世界の食品市場は拡大傾向にあることである。日本のおいしくて、安心・安全な農林水産物や食品は海外からもきわめて高い評価を受けている。

第2に、輸出は農林水産物・食品の販路拡大などにつながる重要な手段であることから、高い技術力により、四季がある日本で、旬の農林水産物や多様な食品を提供できるということは農林水産物・食品産業の強みである。そして、海外のニーズに合った高品質な日本産品（農林水産物等）を多く輸出できるようになれば、農林漁業者や食品事業者の所得の向上にもつながる。また、農産物の生産拡大の環境が整うことで、意欲ある若い担い手が新たに農林水産物に参入し、創意工夫にあふれた経営を実践していくことで、農林漁業の閉塞感の

打開にもつながる。

第3に、輸出の主役は農林漁業者や食品事業者であることから（すなわち、だれが主導的に輸出に関するすべての意思決定事項、輸出品目、輸出物量の確保、輸送の方法、品質管理、マーケティング活動、輸出先などを決定するのかという運営主体のこと）、民間のチャレンジや創意工夫が一層引き出され、意欲的な取り組みが行われるような側面からの支援が政府の基本姿勢であると同時に、民間では対応できない外国の規制などへの対応について、政府として全力で取り組んでいく、としている。

2) 7つのアクションと2つのメッセージ

まず民間の意欲的な取り組みを支援する「7つのアクション^{注26)}」としては、まず第1に、情報の一元的提供である。すなわち、まずは輸出相手国やマーケット・ライバル国を知ることから始まる。第2に、日本産食品の品質の良さやおいしさを世界に伝えることである。すなわち、日本産食品の強みをアピールすることである。第3に、ライバル国に負けないうための戦略的販売を進めることである。すなわち、売り込み体制を整えて、前へ進むことである。第4に、農林漁業者自らが海外において販売拠点を設ける取り組みをサポートする。第5に、既存の規制を見直し、国内の卸売市場を輸出拠点として整備と規制緩和を行うことである。すなわち、いつもの市場から海外の市場へ打って出ることである。第6に、諸外国の規制の緩和・撤廃のため、省庁横断でチームをつくり、戦略的に対応することである。すなわち、輸出可能な品目・輸出先を増やすことである。第7に、国内の輸出関連手続きを改革することである。すなわち、輸出の手間を省くことである。

次に、意欲ある農林漁業者や食品事業者に届ける「2つのメッセージ」としては、第1のメッセージとして国・地域レベルの農林水産物・食品の輸出拡大戦略を提示する。これには、輸出相手国の消費者の嗜好やライバル国の状況も調べ、幅広いルートでニーズを把握の上、重点品目、有望品目を設定す

る。そして、品目ごとのターゲット、販路開拓の取り組みを提案する。

第2のメッセージとしては、品目別の輸出力強化に向けた対応方向を提示すること、としている。すなわち、品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取り組み方向を農林漁業者などに提供することである。

3) 具体的な戦略

農林水産物・食品の輸出拡大のための具体的な戦略としては、次の【戦略1~5】のとおりである。

【戦略1】 海外市場のニーズの把握と需要の掘り起こし戦略

この戦略のための具体的な戦術としては、海外市場のニーズを継続して把握し、情報をまとめて、提供すること、プロモーションを統一的、戦略的に行うこと、多様な方法でプロモーションを行うこと、日本文化・食文化と一体として売り込むこと、そして、インバウンドを輸出に結びつけること、などである。

【戦略2】 国内の農林漁業者・食品事業者の販路開拓のための相談体制の強化と商談会の出展などへの支援戦略

この戦略のための具体的な戦術としては、JETROと農林水産省の相談窓口の有機的連携と相談体制の強化などにより農産物の輸出についての相談をしやすくすること、農林漁業者や食品事業者と貿易の専門家を結びつけること、様々な販売ルートや販売手法を提案すること、代金決済の不安を取り除くこと、海外ニーズにマッチして、生産すること、そして、海外輸入規制に適合させ生産すること、などである。

【戦略3】 生産物を海外に運ぶ物流の高度化への支援戦略

この戦略のための具体的な戦術としては、安く運ぶこと、より多く、品質を守って運ぶこと、そして、中小事業者が売りやすくすること、などである。

【戦略4】 輸出先の国・地域の輸出規制の緩和・

撤廃に向けた交渉など政府が主体的に行う輸出環境の整備戦略

この戦略のための具体的な戦術としては、輸出手続の手間を省けるようにすること、輸出の障壁を下げること、国際規格・認証をとること、地理的表示(GI)について、諸外国と相互にGIを保護できる制度を整備するとともに、GIマークの海外における商標登録を推進することで海外の偽物から本物を守ること、そして、イスラム市場に打って出ること、などである。

【戦略5】 上記の戦略を確実に実行できる推進体制の構築戦略

この戦略のための具体的な戦術としては、輸出戦略の実行をチェックし、さらに進めることと、主な輸出先国で官民一体となった輸入促進体制をつくることである。

2. 農林水産物の輸出拡大戦略の構築と政策的提案

以上のことをふまえ、日本における農林水産物・食品の輸出拡大戦略を構築すると次のとおりである。

1) 【輸出拡大戦略I】：輸出可能品目の拡大戦略

上述したように、日本における農林水産物・食品の輸出相手国はごく一部の国と地域に限られていて、今後の輸出拡大に向けて大きな課題とリスクになっていることは確かである。とくに、全輸出額の73.8%をアジア地域が占め、香港、台湾、中国、そして韓国に限定されているのが現状である。もちろん、日本から距離が遠くなると、物理的に輸出できる品目が限られ、物流輸送コストも相対的に高くなってしまふこと、また日本食・日本食材に関する認知度が低く、日本食材の流通網も限られていることも事実のことである。

この戦略の遂行にあたっては、国内の潜在的供給能力、すなわち栽培面積、栽培団地化、栽培技

術レベル、商品性、そして気候などの栽培条件を総合的に評価しないといけない。また、海外の市場性（海外市場での消費増加の展望など）と輸出市場（ターゲット市場）の輸入規模と競争国間の競争性（価格、品質など）などを総合的に診断、評価する必要¹⁵⁾がある。

具体的に、輸出品目の発掘・育成のためには品目別輸出先導組織（たとえば、輸出農業団地¹⁶⁾の造成）の基盤造成、品目別に輸出協議会の運営などへの支援が必要である。

2) 【輸出拡大戦略Ⅱ】：輸出市場の新規開拓戦略

食品の輸入実績など一定の条件に合致し、新たな市場開拓の可能性が高い国・地域について市場開拓のための調査や取り組みを推進する。また、現地における商談会、展示会および販売会などの機会を捉え、輸出先国において生産者などの「ビジネスパートナー」となる商社およびバイヤー等の確保を進める

3) 【輸出拡大戦略Ⅲ】：輸出コスト削減戦略（物流への有機的な支援体制の構築）

農産物は自然的・地理的諸与件の制約により他産業の輸出とは異なる点が多くあり、とくに農産物の輸出には鮮度の維持などの固有な特性^{注27)}により運送および保管活動に相当なコストがかかる産業である。農産物の物流コストの削減のための政策的な支援としては、輸出物流費（選別包装費、包装材料費、国内運搬費、国際運搬費、輸出通関費などを含む）の支援、海外共同物流センターの利用、共同物流の活性化、そして、農産物の物流効率化のためのコンサルティングの実施などをあげることができる。

また、今後、長期的なレベルでの農産物輸出の物流活動の専門化のためには、物流基盤事業の一環として効率的な物流コスト削減のための流通と輸出システムの構築、統合配送管理と物流情報化

の導入および活用方策が必要である。とくに、サプライチェーン・マネジメント (SCM)⁹⁾をつうじた物流機能を統合する必要がある。

4) 【輸出拡大戦略Ⅳ】：ブランド開発戦略（高級・高品質）

日本農産品の強みである「安全・安心・高級・高品質」をアピールするためには、農薬や放射性物質検査に関する現在の取り組みを引き続き推進することに加え、生産者などによる輸出相手国の基準に基づく「認証」等の客観的な評価の獲得を促進することが重要である。また、地理的表示保護制度の積極的な運用は不可欠である。

5) 【輸出拡大戦略Ⅴ】：積極的な広報戦略（日本産農畜産物に対する認知度の向上など）

日本の食品に対する持続的な消費基盤の創出および日本の食文化を広報するために消費者体験広報、メディアマーケティング、そして食品の広報館やアンテナショップの運営、在外公館との連携広報活動など、日本の食品・食文化の認知度向上を図るためのプロモーション活動に積極的な支援が必要である。また、海外のトップシェフや食品関連事業者、海外の料理学校、海外の日本食レストランと連携を組み、日本食・食文化を持続的に普及していくような仕組みを構築する必要がある。

6) 輸出拡大戦略Ⅵ】：農産物輸出支援情報システムの構築戦略（関税および非関税輸入制限、動・植物検疫、食品標準および規定など）

この情報システムでは、関税関連情報、検疫・通関関連情報、輸出企業の情報、原産地証明発給方法、食品の安全性、農薬や食品添加物の情報、通関拒否事例の情報、そして輸出成功事例などを中心に構築し、地域の農産物輸出企業のニーズと情報を得られるネットワークとして活用する。

7) 【輸出拡大戦略Ⅶ】：専門人材の育成および

雇用支援戦略

海外において個別案件を意識した売り込みや情報収集活動を強化するとともに、現地事情に精通した民間専門家を活用し、情報を関係者間で共有・活用する。とくに、海外企業でのOJT、すなわち、ジェットロと相手国州政府・開発公社などとの協力の枠組みを構築、インフラコーディネーターの拡充・有効活用、相手国の政府・政府系インフラ機関等における日本の若手人材のインターンシップの実施などをあげることができる。

また、積極的に外国人専門人材を現地採用や現地活用方式をとり、現地の事情、言語、習慣などに慣れている人材を活用していく。そして、究極的な選択として国籍法の改正により二重国籍を認めることで優秀な人材の確保が可能になる。

物流に精通した人材の育成も要求され、要求される人材像としては情報システムの構築能力、調整力、問題発見能力と改善能力、環境変化への対応能力、ロジスティックマインド、そして、提言力などをあげることができる。

以上のような戦略の実行においては国と関係機関の積極的な政策的支援は不可欠である。また、7つの輸出拡大戦略を提案したが、それぞれ個別の戦略として集中的に取り組むことが重要である。そして、いくつかの戦略が結合することで、より高い効果¹⁶⁾を表すことも可能である。

VII. おわりに

本稿ではポストTPP時代における地域活性化のための農林水産物の輸出拡大戦略の構築を試みた。まず第1に、TPPの概要と農業分野を中心に主な大筋合意の内容、TPPの今後の展望としてその対策とアメリカのTPP離脱の影響などについて述べた。第2に、日本は人口減少などの影響により食品の市場の規模が減少しつつあるものの、世界全体としては2012～2019年の間に年平均1.7%の成長率になると展望している。そして、消費トレンドをア

メリカ、中国、EUに分けて考察した結果、全体として自然原料の選好、エスニック食品市場の成長、健康および安全性の重視、そしてオンライン食品消費市場の拡大などをあげることができた。第3に、韓国における農林水産物輸出の実態と輸出拡大戦略、政策的支援などを考察した。すなわち、「農水産食品輸出拡大政策」の分析をつうじて、食品輸出市場の多角的変化への対応、非関税障壁への支援、輸出有望品目の育成および特化マーケティングの拡大、そして食品の関連産業への輸出支援などについて考察した。第4に、日本における農林水産物の輸出の動向と現状、すなわち輸出額の推移と輸出相手国・地域別の内訳を考察した。第5に、日本における農林水産物の輸出拡大戦略の構築として、農林水産物の輸出力強化戦略を分析し、その基本的な考え方、7つのアクションと2つのメッセージを踏まえ、具体的な5つの戦略を考察した。第6に、以上を踏まえ、具体的な農林水産物の輸出拡大戦略を7つ構築し、提示した。

この7つの戦略の施行にあたり、地域の農業と農村コミュニティの活性化のために、地域が主体になるよう多様な主体の参加と、地域の特性と状況変化に柔軟に対応できる連携の重要性とあり方を認識しながら、輸出可能品目の拡大、市場の新規開拓、輸出コストの削減、地域ブランドの開発、広報、情報システムの構築、そして専門人材の育成などの戦略を構築した。

このように構築した戦略を施行し、地域の活性化のためには、上述した農林水産物の輸出の特性と制約などを理解した上での国の積極的な政策的支援は欠かせない。

謝辞

本稿は2016（平成28）年度松本大学学術研究助成（萌芽研究）を受けて遂行した研究成果の一部を取りまとめたものである。また、本稿の作成にあたり、2名の査読者の方々から大変有益なコメントをいただいた。ここに記して、感謝の意を表す次第

である。なお、本稿のありうべき誤りはすべて著者の責任である。

注

- ^{注1} KPIとはKey Performance Indicatorの略で日本語にすると「重要業績評価指標」という。KPI設定とは、何をもって成功とみなすかという最終目標を定めたうえで、それを達成するために必要な途中評価指標（経過観察すべき指標）を定めることである。たとえば、ウェブサイト運営においてもKPIを定めることは非常に重要で、仮説に基づき、実績を定点計測することで、目標達成に向けた組織の状況を把握しPDCA改善を効果的に推し進めることができるようになる。目標値からギャップが生じた場合には、組織行動が当初想定の方角に向かっていないことを意味し、活動の修正が必要であることが分かる（<https://ayatori.co.jp/strategy/planning/kpi/>（閲覧日2017.05.01））。
- ^{注2} 本稿では取り上げないものの、地域活性化とは厳密には何を指すのか、とりわけ地域とは何か、活性化とは何か、主体とは何か、ということを今一度、原点に立ち戻って考える必要がある（安藤光義、「地域再生の射程と主体」日本フードシステム学会、『フードシステム研究』第20巻2号, pp.164-168 (2013)）。
- ^{注3} 牛・豚マルキン事業は肉用牛・肉豚の標準的な販売価格が標準的な生産費を下回った場合に、その差額を補てんするために交付金を交付する事業（過去に輸入枠拡大や輸入自由化に対する緊急対策として実施されてきた経緯などから現在も「マルキン」と称される）。現在、農林水産省の予算事業として、安全・安心な国産牛肉・豚肉の安定供給に大きな役割を果たしているが、法律の裏付けがなく、恒久的・安定的な事業とするためには、法制化が不可欠とされてきた。民進、共産、自由、社民の野党4党は2017年2月2日午後、牛・豚マルキン事業を速やかに法制化する内容の議員立法「畜産物の価格安定に関する法律及び独立行政法人農畜産業振興機構法の一部を改正する法律案」を共同で衆院に提出した。
- ^{注4} 検討の継続項目としては、①農政新時代に必要な人材力を強化するシステムの整備、②生産者の所得向上につながる生産資材（飼料、機械、肥料など）価格形成の仕組みの見直し、③生産者が有利な条件で安定的に取引を行うことができる流通・加工の業界構造の確立、④真に必要な基盤整備を円滑に行うための土地改良制度の在り方を見直し、⑤戦略的輸出体制の整備、⑥原料原産地表示、⑦チェックオフ制度の導入、⑧従前から行っている収入保険制度の導入に向けた検討の継続、⑨農家が安心して飼料用米に取り組めるよう、食料・農業・農村基本計画に明記された生産努力目標の確実な達成に向け、生産性を向上させながら、飼料用米を推進するための取組方策、⑩配合飼料価格安定制度の安定運営のための施策、⑪肉用牛・酪農の生産基盤の強化策の更なる検討、そして⑫農村地

- 域における農業者の就業構造改善の仕組み、などである。
- 注5 アメリカの通商代表部 (USTR) のウェブサイト上でTPPに関する資料の開示が停止された。
- 注6 TPP協定は、署名から2年以内に参加する12の国すべてが議会の承認など国内手続きを終えれば発効する。しかし、2年以内にこうした手続きを終えることができなかった場合には、12カ国のGDPの85%以上を占める少なくとも半分の6カ国が手続きを終えれば、その時点から60日後に協定が発効する仕組みとなっている。
- 注7 <https://www.globaldata.com/consumer/> (閲覧日2017.04.15)。
- 注8 ヒスパニック系はアメリカ人口の約16%で、中南米からの移民者で、メキシコ系が約65%を占めている。
- 注9 Census Foreign Trade Data (U.S. International Trade in Goods and Services) https://www.census.gov/foreign-trade/Press-Release/current_press_release/exh5.pdf (閲覧日2017.04.15)。
- 注10 アメリカ農務省 ERS 「State Export Data」 (Retrieved August 26, 2016) <http://www.ers.usda.gov/data-products/state-export-data.aspx> (閲覧日2017.04.15)。
- 注11 一般的に保存料や人工甘味料などの添加物を含まない加工食品や、生鮮食品を指す言葉である。ただし、当局によって定められた明確な定義づけはない (食肉や卵を除く)。
- 注12 アメリカ農務省 (USDA) の認証を受けた有機栽培農作物や食肉などを使って製造された食品のことである。
- 注13 <https://www.emarketer.com/> (閲覧日2017.04.15)。
- 注14 遺伝子組み換えとは、GMO (Genetically Modified Organismの略)とも呼ばれ、生物に別の生物の細胞およびDNAを挿入することである。すなわち、遺伝子組換え作物は「自然な交配や自然な組換えではない方法によって作り変えられた遺伝子物質を含む作物 (人間を除く)」と定義される。
- 注15 <http://www.foocom.net/secretariat/foodlabeling/14680/> (閲覧日2017.04.15)。
- 注16 GMOを含まない食品に関する表示に関する規定はなく、「GMOフリー」「Non-GMO」などを任意で表示可能である。また、GMOを含まない食品の表示については、規定を設けている国もあり、たとえば、ドイツとフランスは国内法で規定し、オーストリアもガイドラインで定めている。一方、ベルギーとスウェーデンはこうした表示をガイドラインで禁じ、オランダも国内法で制限している (欧州委員会「GMフリー食品表示制度と可能な調和の必要性の評価に関するEUの現状—最終報告書—」(2013年10月) http://ec.europa.eu/food/plant/docs/gmo-traceability-gm-final_report_en.pdf (閲覧日2017.04.15) (「遺伝子組み換え食品規制調査 (EU)」、日本貿易

振興機構、p.7 (2016))。

- 注17 コーシャ食品に関するユダヤ律法の規定の一部を少し詳しくまとめたみると、次のとおりである。【動物に関する規定】①コーシャ食品のために屠殺される動物は健康なものに限られ、コーシャの動物は「分かれた蹄を持ち、反芻する」種類と定められ、ウシ、ヒツジ、ヤギ、シカが該当する。②極めて限られた鳥類 (ニワトリ、カモ・アヒル、ガチョウ、シチメンチョウ) だけがコーシャとされる。③エビと貝類はコーシャではない。コーシャの魚介類は「ヒレとたやすく取ることのできるウロコ」を持っていなければならない。多くの場合、ウロコがついたままの魚の切り身でないとい消費者にコーシャとして売ることができない。それだけでなく、魚屋が使う刃物やその他の設備もすべてコーシャでなければ、コーシャの食品とはされない。④同じ料理の中に魚と肉を両方使うことはできない。⑤同じ料理の中に乳製品と肉を両方使うことはできない。⑥加工食品の製造にはラビの立ち合いが求められる。⑦鳥類と家畜の屠殺は、シェヒターと呼ばれる厳格な規定に従わなければならない。動物を苦しめずに屠殺することが求められる。すなわち、訓練を受け資格を取得したものだけがコーシャの動物を屠殺することを許され、屠殺後には、別の専門家たちが病気、奇形、その他の清浄でないといされる兆候がないかどうか、動物を調べ、肺はとくに清浄であることが求められる。さらに、すべての血とほとんどの脂肪が除去され、欠陥が見つかった場合にはコーシャになれない。コーシャのための検査は動物が生きているときから始まり、肉製品が屠殺場を離れるまで続き、コーシャ検査員たちが、全工程を入念に注意深く観察し、屠殺から出荷までを管理する。なお、各工程ごとに継続的に検査が行われる。⑧コーシャの食事だけを摂ろうとするなら、二組の別々の調理道具、鍋、釜、皿などを家庭に備えることが必要で、一組は鳥と動物の肉の専用にし、もう一方は、それ以外の食品用にしなければならない。両方の皿を同時に洗うことも許されず、コーシャの家庭には、二つの流し台が理想的ですが、シンクがひとつしかない場合には、一組を洗った後にシンクから水を抜き、きれいに洗った後ならもう一組を洗うことができる。食器や調理道具を拭くためのタオル、乾燥棚も別々に用意する。【野菜、穀物、果物に関する規定】に関しては、①穀物類は基本的に虫の混入をどのように防いでいるかが問われる。②果物の中で注意すべきものは、ブドウで、神聖なものとし、「畑を7年収穫して1年休めせる」「ブドウ畑の10%を収穫しないで誰でも収穫できるようにする」などの規定があり、ワインやブドウ入りの食品を作るときは、この規定に則る必要がある。食品がコーシャとなるためには、他にも様々な規定があるが、加工食品の場合には、パッケージにコーシャの認定印があることを確認すればよい。「コーシャ・スタイル」とい

う表示は、コーシャを意味しない。コーシャマーク（認定印）だけが規定通りの検査を受けていることを保証するものである。コーシャマークにはOU、OK、Star Kなどがある（コー社ジャパン株式会社のウェブサイト<http://kosherjapan.co.jp/fundamentalpoints/>による（閲覧日2017.05.01））。

注18 チリと韓国とのFTA（自由貿易協定）は、韓国にとって最初のFTA協定であり、同時に太平洋にまたがる初めてのFTAであることから、アジア太平洋地域における地域主義が新しい段階に入ったことを意味する。このFTAには貿易に関する取決の他、サービス取引、知的所有権、政府調達、紛争処理メカニズムに関する取決を含む。韓国にとれば、日本、メキシコ、シンガポール、東南アジア諸国などとの今後のFTAの足がかりとなるものである。2003年2月15日に署名されたこのFTAは2004年4月1日に正式に発効された。

注19 農食品は日本が11.6億ドルで17.9%、中国が11.0億ドルで17.0%、そしてアメリカが7.2億ドルで11.1%を占め、水産物は日本が7.4億ドル（34.6%）、中国が3.8億ドル（17.7%）、そしてアメリカが2.4億ドル（11.3%）である。

注20 韓国における食品輸出企業の市場多変化の中で最優先戦略国への輸出のために輸出企業の職員の派遣に関連する費用を支援する事業の中で、その派遣される者をいう。具体的には企業別に1,500万ウォン限度で支援を行う。2017年度には20社を選定する予定である。

注21 実際の輸出現場で需要が高い情報としては、2016年輸出情報コンテンツ需要調査（307企業調査）によると、消費トレンド26.7%、食品安全規定12.1%、オンライン・モバイル市場現況10.4%、食品通関制度7.2%、そして、食品登録・認証制度3.9%の順である。

注22 アメリカ国内の食品衛生に関わる規制は連邦食品・医薬品・化粧品法（FDCA）および連邦規制基準21条が土台となっており、これまではこの土台を補強する形で数年ごとに新たな法律が成立していた。2011年に施行されたこの法はこの土台を再構築する役割を担っている。<https://www.fda.gov/food/guidanceregulation/fsma/>（閲覧日2017.04.25）:「Action FSMA」JETRO, https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/n_america/us/foods/fsma/action_fsma.pdf（閲覧日2017.04.25）:「アメリカ食品安全強化法（FSMA）の概要」農林水産省, http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/pdf/fsma_mail.pdf（閲覧日2017.04.25）。

注23 カテゴリーキラーとは取扱商品のカテゴリーを限定し、メーカーとの直接取引によって充実した品揃えと低価格を実現するディスカウンターのことである。このタイプの店がオープンすると既存店舗の売上げが干上がってしまうことからこのような呼称が生まれた。玩具や家電の量販店、紳士服専門店などが該当する（<http://www.initiaconsulting.co.jp/old/archives/dictionary/ka.html>（閲覧日2017.04.26））。

www.initiaconsulting.co.jp/old/archives/dictionary/ka.html（閲覧日2017.04.26）。

注24 テストベッドとは大規模なシステム開発で用いられる実際の運用環境に近づけた試験用プラットフォームの総称である。テストベッドは実際に運用されているシステムを危険にさらすことなく、実際の運用体制に近い状況で稼働させる目的で用いられる（IT用語辞典 Weblio辞書）。食品の輸出に関連するテストベッドとしてはモデル農場、モデル温室などをあげることができる。

注25 2016年2月より農林水産業・地域の活力創造本部の下に設置された農林水産業の輸出力強化ワーキンググループにて、農林水産業の輸出力強化に関する検討を進め、同年5月19日、農林水産業・地域の活力創造本部にて、「農林水産業の輸出力強化戦略」が取りまとめられた。ここではこの戦略を用いてまとめる。

注26 輸出力強化のための具体的な戦略のうち、農林水産物・食品の輸出拡大の課題解決に不可欠で、スピード感を持って進める取り組みを取りまとめたものである。

注27 農産物はその輸出構造上、他の財とは異なる点が多く、財の生産活動以外に運送・保管・包装など物流関連活動の占めるコストが高い産業である。とくに、最近、多品種少量生産と環境に優しい農産物に対する需要の増大は鮮度の維持をはじめ、運送と保管の際に専門性が要求されるようになった（朴ヒョンヒ,「農産物の輸出活性化のための輸物流費の経済的効果分析」『通商情報研究』第16巻第5号, p.288（2014））。

文献

- 1) 「「日本再興戦略2016」KPIの進捗、及び施策の実行状況について」農林水産省, pp.1-24（2017）。
- 2) 成者政,「環太平洋戦略的経済連携協定（TPP）の推進と展望—アメリカ主導の対日経済戦略の本質と罣—」『松本大学研究紀要』松本大学, pp.147-151（2013）。
- 3) 「総合的なTPP関連政策大綱」TPP総合対策本部, pp.1-15（2015）。
- 4) 東山寛,「TPPと農業」田代洋一編,『TPPと農林業・国民生活』筑波書房, pp.45-69（2016）。
- 5) 「TPP交渉の大筋合意について」, 山形県ウェブサイト資料（<https://www.pref.yamagata.jp/ou/kikakushinko/020060/tyouseipdf/siryoul.pdf>（閲覧日2017.05.01））。
- 6) 「（特集）TPP交渉の合意及び関連政策」『平成27年度 食料・農業・農村白書』農林水産省, pp.7-14（2016）。
- 7) 李ユソン,「グローバル農食品市場の変化と輸出戦略」『農業展望2017』韓国農村経済研究院, pp.310-340（2017）。
- 8) 「2016オンライン食品市場」（アメリカ・カナダ編）, 韓国農林畜産部, p.40（2016）。
- 9) 坂口昌章,「中国「80後市場」攻略のすすめ」『繊維トレンド』pp.23-27（2009）（<http://www>

- tbr.co.jp/pdf/trend/tre_a088.pdf (閲覧日2017.05.01)) .
- 10) 「農水産食品の輸出拡大方策」経済関係部処合同, pp.1-11 (2017) .
 - 11) 「農林水産物・食品の輸出促進対策の概要」農林水産省, pp.1-26 (2015) .
 - 12) 国際部国際経済課, 「農林水産物輸出入概況(2016年)」農林水産省, pp.1-10 (2017) .
 - 13) 「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」農林水産業の輸出力強化ワーキンググループ, (2016) (http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/kyouka_wg/dail0/siryou4-1.pdf (閲覧日2017.05.01)) .
 - 14) 「農林水産業の輸出力強化戦略」農林水産省, pp.1-12 (2016) .
 - 15) 金ビョンユル他, 「農産物の輸出有望品目の発掘および輸出拡大戦略の樹立に関する研究」韓国農水産物流通公社, p.24 (2006) .
 - 16) 佐藤光泰, 「日本農業の輸出振興に向けて」野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社, pp.40, 53 (2011) .
 - 17) 「各国の対日関税に関する交渉結果」農林水産省, pp.1-21 (<http://www.maff.go.jp/j/kanbo/tpp/block/pdf/sanko2.pdf>(閲覧日2017.05.01)) .
 - 18) 成者政, 「情報システムによる企業経営管理」船越克己他編, 『企業行動にみる経営学』創成社, pp.146-164 (2005) .
 - 19) 田代洋一, 「TPP交渉の本質をどうみるか」田代洋一編, 『TPPと農林業・国民生活』筑波書房, pp.11-43 (2016) .
 - 20) 藤島廣二他, 『新版食料・農産物流通論』筑波書房 (2012) .
 - 21) 石塚哉史他編, 『わが国における農産物輸出戦略の現段階と展望』筑波書房 (2013) .
 - 22) 福田晋編, 『農畜産物輸出拡大の可能性を探る－戦略的マーケティングと物流システム－』農林統計出版 (2016) .
 - 23) 「米国の農食品の輸出動向」aT Center New York, pp.1-42 (2016) .
 - 24) 「日本食品消費動向調査(米国)」日本貿易振興機構, pp.1-61 (2017) .
 - 25) 「遺伝子組み換え食品規制調査(EU)」日本貿易振興機構, p.7 (2016) .
 - 26) 『アジアへの食品輸出の現状と課題』JETRO (2011) .
 - 27) 「農林水産物・食品の輸出促進について」農林水産省, pp.1-23 (2017) .
 - 28) 「農林水産物・食品の輸出促進対策の概要」農林水産省, pp.1-26 (2015) .
 - 29) 「平成29年度予算概算決定の概要(輸出促進関連)」農林水産省, pp.1-22 (2016) .