

第 2 節 輸出に活路を見出す日本の農業

1. 活発化する農産物輸出の取組

日本は、食料の約 6 割を輸入に頼っており、世界有数の農産物純輸入国である。しかし、近年は地域の特産農産物を輸出して活路を見出そうとする変化が起きている。特に日本の果物は、おいしく、粒がそろって綺麗という高級感があり、海外でも贈答用としての需要が見込まれることから、輸出の取組が活発化している（第 1 - 2 - 2 (1) 図）。

2. 台湾向けのリンゴが好調

果物輸出を輸出先別品目別にみると、輸出先としては台湾が、中でもリンゴの割合が大きくなっている。過去 10 年間の推移で見ると、2002 年から急増しており、「台湾へのリンゴ輸出」が果物輸出の増加における主因となっている（第 1 - 2 - 2 (2) 図）。

10 年前のリンゴ輸出は台湾、香港、タイが三分していたが、2003 年には台湾のみで 9 割以上を占めた（第 1 - 2 - 2 (3) 図）。これは、2002 年に台湾が世界貿易機関(WTO)に加盟したことが契機となっている。日本産リンゴの輸入割当数量が撤廃され、関税も 50% から 20% に下がり、輸出しやすい環境が整ってきている。「世界一」「陸奥」等の高級品種に引き合いがあるが、日本産リンゴが浸透してきており、「ふじ」「王林」等の普通品種の消費も増加している。

日本一のリンゴ産地である青森では、この好機にさらなる輸出増加を目指し、様々な取組を行っている。2002 年には青森県が「青森りんご輸出拡大推進事業」を計画し、輸出量の増大を図るため、台湾の百貨店でのリンゴ見本市や、台湾の現地業者向け販売促進講習を開催した。また、中国市場にも着目している。中国はリンゴ生産量が日本の 20 倍以上という世界一のリンゴ産地であるが、高級品種では競合しないとみており、都市部の富裕層を中心に日本産リンゴの消費が期待されている。

2003 年のリンゴ全国収穫量に占める輸出割合は 2 % 程度で、なおも拡大の余地があると言える。

3. 「守り」から「攻め」の農業へ

リンゴの他にも、イチゴ、サクランボ、茶、長芋、ナシ、ブドウ、桃等の農産物で、輸出拡大が試みられている。まだ輸出額は少ないものの、日本の農業に「守り」から「攻め」へと転換を図る動きが見られる。

実際に農産物を輸出するには、販売方法確立や各種手続き等の課題が多くある。2004 年に農林水産省が、農林水産物や食品の輸出を促進するために「輸出促進室」を発足させた。同室に輸出相談窓口を開き、個別事業者等からの相談受付から、外務省を通じて外国政府への申入れまで、総合的に対応している。輸出促進関連予算も 2003 年度比 17 倍（8 億 400 万円）とし、積極的に支援する体制を整えつつある。