

第3回輸出関係有識者ヒアリング 議事概要

1. 日 時：令和2年10月30日（金）16:40～17:40

2. 場 所：農林水産省7階講堂（テレビ会議方式）

3. 出席者：

園芸作物・土地利用型作物 産地・生産者（テレビ会議での御参加）

後藤和雄 全国農業協同組合連合会山形県本部 本部長

岩佐大輝 農業生産法人（株）GRA 代表取締役

染野実 （株）百笑市場代表取締役社長（同席：長谷川有朋事業統括）

池田誠 （株）くしまアオイファーム代表取締役会長

農林水産省

野上大臣（途中退席）、枝元次官、大澤農林水産審議官、横山官房長、

青山総括審議官、水田生産局長、天羽政策統括官、

太田食料産業局長、杉中食料産業局審議官、藤田食料産業局企画課長（司会）他

4. 議事概要

冒頭、野上大臣からの挨拶の後、各産地・生産者から別添資料に沿って、輸出に向けた各産地・生産者の取組の現状、輸出について抱えている課題、国やJETRO等に期待する事項等について説明。

その後、枝元次官、太田局長等から各産地・生産者に対して、以下の質疑応答があった。

（太田食料産業局長）

組合員に対し輸出に目を向けさせることに苦労しているとの説明があったが、全農として組合員に対して、どのような働きかけを行っているかお伺いしたい。

（後藤本部長）

農業者やJAに対しては、山形県のサクランボやラ・フランスが登録されているGI（地理的表示）が輸出時のメリットになることを示しながら、また、所得増加には繋がらないが、高品質な農産物であるため海外でも売れるという夢のある話を絡めながら、働きかけを行っている。全農としても、鮮度保持技術について山形大学と提携しながら、中間的なコストを下げる取組をやっている。しかしながら、全体として生産が縮小している中、価格の優位性が見いだせないため、農家への説得材料に苦慮しているところ。

（太田食料産業局長）

海外市場において、韓国産いちごとの激しい競争が今後も見込まれる中、日本産ならではの高品質をどのようにPRしていくか、方針についてお伺いしたい。

（岩佐代表取締役 CEO）

1点目は品種。韓国産いちごは、元々日本のいちごの掛け合わせであり日本に起源があるものの、韓国でうまく育種しており、果皮が硬く輸送しやすく、日本産ほどではないがそこそこ甘い。輸出を見据えて開発を行っている点は素晴らしい。民間、地方公共団体、農林水産省が一緒になって、輸出に強い品種開発を行うことが重要。2点目はライセンスビジネス。いちご

を輸出するには航空輸送しかないので、高い輸送費がオンされ最終価格が高くなる。権利保有で難しい点はあるが、海外の消費地の近くで日本の技術力によるいちご産地を作り、ライセンスビジネスを行うことは1つの考え方。実際に何カ国かで取り組もうとしているが、これは長い期間を要する取組と考えている。3点目は環境配慮。脱プラスチックの素材を使用するなど環境配慮の取組で韓国より先に行くことにより、主な購買層であるハイエンドのユーザーにより好んで選択されるようになって考えている。

（太田食料産業局長）

かんしょは、青果だけでなく、冷凍焼き芋や加工品で輸出することも考えられるが、今後、輸出する品目を拡大する考えはあるか。

（池田代表取締役会長）

可能性としては十分あるし、当社としても取組を拡大しているところ。様々な事業者がさつまいもを加工品として輸出しているが、なかなか伸びていかないのは、何らかの問題があると考えている。輸出先国には、スイーツ、パイ、パンなど独自のさつまいも由来の加工品がある。日本のクオリティが高い商品を様々な国で認知させることが課題。また、韓国が輸出するさつまいもの確か7割が紅はるかであり、差別化しにくくなっている。現在、宮崎大学と共同研究で品種開発を行っており、農業者に利益が出る、今の品種よりワンランク上のものを作る。世界一美味しい青果と加工品を作り、そして、中間層にも買ってもらうため、コストを下げるのが重要。

（太田食料産業局長）

コロナ禍においても米の輸出は伸びており、輸出に取り組むことは、今年度のように米の需給環境が厳しい中において、ある意味でリスク分散としての効果もあるという意見があるが、米の輸出に取り組む者として、輸出がリスク分散の観点でメリットがあると思うか。

（染野代表取締役社長）

国内マーケットが減少する中であっても、現状では作ったものは売ることが出来ているが、今後は買う側から断られる事態が起こるのではないかと懸念している。メインは国内だが、海外にも売り先があることを多くの農業者に周知して、リスクの分散を図りたいという思いはある。例年6月末までの新規需要米の受付が今年は最終的に9月まで延期されたが、輸出米に取り組みたいという申込を多数受けた。相手先国側やディストリビューターの意向を聞いて、なんとか数量をクリアでき、多くの農業者に喜ばれた。

（枝元次官）

県毎の競争ではなく、日本国として売っていくという話があったが、我々もそういう気持ちを強く持っている。例えば、染野さんのところで生産する多収量米を、全農山形県本部でも作って、一緒にジャパンブランドとして輸出すると考えた場合、何か障害が想定されるか。

（染野代表取締役社長）

物流コストの問題以外に問題はないと考える。ただし、茨城県と山形県の両県で同じ品種を栽培できるかという栽培技術上の問題はある。我々が輸出を始めたときには、10a 当たり2万（※水田活用の直接支払交付金の支援メニュー）の支援がなかったため、現地実需者が求める

価格競争力のある米に対応するためにハイブリッドとうごう3号という多収量品種を取り入れた。我々のブランドが構築されつつある中、売り手との関係性の問題から他品種への切替は難しい。この点以外の問題はない。

（後藤本部長）

日本ブランドという1つの枠の中で考えていかないと、各産地がバラバラに取り組むのでは輸出の増加に繋がらない。系統内外の区分けはあるが、協力できることは協力して、全体として農業者の所得向上に貢献できる道筋が見えるのであれば、積極的にやっていきたい。

（杉中審議官）

日本ブランドの話が出ているが、いちごの場合、県毎の品種開発が相当進んでおり、違いもある。日本ブランドの売り方として、統一的に同じようなものを売る方法と、ヨーロッパのワインやチーズのように、各地の差を楽しんでもらって全体としてのブランドを上げるという方法もあると思う。いちごについては、各県の品種開発が競争になっており、各県の違いを楽しんでもらうという方法もあると思うが、この点どう考えるか。

（岩佐代表取締役 CEO）

輸出先国のマーケットサイドで考えた場合、日本産品の品種の違いが明確に認知されるほど食べられておらず、産地間の違いを伝えるのは難しい。各県の品種開発には各県の予算が紐付いており、県間競争になることは、力学としてはそうならざるを得ない仕組みだと思う。その仕組みを変えていくか、または、JAを含めた民間主導の取組として、品目単位でブランディングすることを後押しする方が良いのではないかと思う。海外のマーケットから見ると、47のバラエティは多すぎるという印象。

（長谷川事業統括）

我々日本人が輸入牛肉を買うケースを考えると、米国産や豪州産という表示は見るが、それ以上の細かい産地を気にしていない。同様に、海外において、産地の指名買いを行う人はいないと思っている。産地間競争は、国内で醸成されたものであって、海外では通用しない。まずは、ジャパンブランドとしてオールジャパンで輸出した上で、各地で特色が出せるなら出していく。オーギービーフやノルウェーサーモンのように、国を挙げてのブランドを醸成した方が多くの国の人々に訴求できるのではないか。

（天羽政策統括官）

百笑市場におかれては意欲的な中長期の輸出数量を定めているが、さらに意欲的に伸ばしていこうと思うと、生産量を増やす必要があるが、その際、グループ内からの米出荷量を増やしていくのか、それとも、グループ外の人から出してもらえようリクルートしていくのか、戦略をお伺いしたい。また、輸出量を増やすためには、今の輸出先国にさらに輸出量を増やしていく考えなのか、それとも、現状の輸出先国以外の国を開拓していくのか、またはその両方なのか、お考えを伺いたい。

（長谷川事業統括）

契約生産者、県の輸出協議会の会員から米を生産してもらっているが、我々だけが輸出を伸ばすことでは意味がない。全国の水稲農家の所得を上げること、海外マーケットに進出できることが当社を作った意義であり理念。他県の農家が我々を通して輸出することには協力する

し、我々の仕組みに倣って各県から輸出されることも可能だと思っている。輸出先国の開拓については、既存と新規の開拓は同時に行っていかなければならないと思っている。市場が大きくなないと生産量も増やすことができず、全国の水稲農家を救うことはできない。マーケットを大きくするため、既存客により多く買ってもらうとともに、進出していない国にも商談を重ねるなど日本産米の美味しさをプロモーションしていきたい。日本の生産者に輸出に目を向けてもらうこと、食べてもらう人を増やすことを両輪でやっていきたい。

（水田生産局長）

今後、海外の一般の消費者を狙っていくため、コスト削減に取り組んでいくというお話があったが、輸送コストの面を含め、どう取り組んでいくのか。

（岩佐代表取締役 CEO）

いくつか方法があると考えている。生産原価のコストについて、施設建設費や人件費の面は他のライバル国より必ずしも安くなく難しいが、トライする価値がある。いちごをはじめ多くの施設園芸の場合、製造原価の約4割が直接労務費であり、摘み取りや出荷等のパートの人件費である。柔らかくデリケートな品種は、人件費部分でコストがかかるが、この部分をどれだけ下がられるかが重要。直接労務費を下げられる品種開発がダイレクトにコスト削減に効いてくと思う。いちごのような軟弱作物には、1つの方向性だと思う。物流コストについては、少量で輸送すると高くつく。航空コンテナにいちごを満載で送られれば輸送コストが薄まり、価格面で勝ち目がある。一方で、いちご以外の果物で混載して送る方法もあるが、混載することによって工程が増えてしまう。単品でどっと送ることでコストが下がる。

（以上）