

第1部 横断的・地域的研究

第1章 農村振興政策の各国横断的研究

1. 研究の概要

(1) はじめに

日本では食料・農業・農村基本法を制定し、農業の活性化や持続可能な農業構造の実現に向けて、農業経営規模の拡大や法人化などに一定の進展が見られる。農村地域は農業生産活動やそれを通じた多面的機能発揮の基盤であり、そのコミュニティ機能や地域資源の維持活動が十分に発揮されることが重要である。しかし、近年の高齢化や人口減少などの進行は深刻であり、農村振興が重視されている。

プロジェクト研究「主要国の農業政策・貿易政策の変化及びそれを踏まえた中長期的な世界食料需給に関する研究」では、農業政策や農業・食品産業をめぐる動きについて、各国横断的な分析を試みる。その一環として、本研究では「農村振興政策」に焦点を当て、各国横断的研究を実施した。

(2) 研究の目的

本研究では、海外の農村振興政策の考え方や施策について、主要国横断的に情報を収集、整理し、比較分析する。本研究の目的は、各国の農村振興政策の基本的考え方、大きな方向性を把握し、各種施策における主要国横断の比較分析の成果を、日本で各種施策を検討する際に参考となり得るような形で明示することである。

本研究においては「農村振興政策」の枠組みを、「農業と関連産業をはじめとする多様な経済活動の活性化及び自然環境と生活環境の改善を通じた生活水準の向上、地域コミュニティの強化による生活の質の向上、グローバル下の持続可能性への対応」とした。

この枠組みを踏まえて、昨年度の研究テーマ「①グローバル化への対応」、「②農村整備」、「③アニマルウェルフェア」のうち、①と②を深化させて本研究を総括する。

(3) 対象国

本研究の対象国は、農林水産政策研究所の研究者が専門とする国・地域を鑑み、先進国・地域及びアジアの各国から選択した。令和3年度の対象国は、インドネシア、タイ、中国、ベトナム、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリアである。

日本の政策検討に参考となるような対象国間の比較分析を実施するため、日本をフィールドとする所内プロジェクト研究「農山村の持続性確保に向けた新たな動きに関する研究」のチームメンバーの協力を得た⁽¹⁾。

2. 研究の方法（令和3年度）

（1）主要国横断型ワークショップ

本研究では、緊急事態宣言下（2021年4月・5月）において、メンバー全員⁽²⁾がメールにより今年度のテーマについて提案し、情報提供し、意見交換を重ねた。ワークショップは計7回、オンラインで開催した⁽³⁾。キックオフ・ミーティングでは、メールでの意見交換を踏まえて、今年度のテーマについて議論し、①・②のテーマを選出した（4月27日）。

「①グローバル化への対応」（グローバル化チームⅡ）では、研究チームのメンバーらが近年の国際的な進展について注目している「有機農業のグローバル化と農村振興政策」に焦点を絞って、研究を深化させることと決めた（5月8日）。各国（担当者：開催日）に関するワークショップは、以下の通り開催した。

オーストラリア（玉井：7月28日）、フランス・ドイツ（戸川と須田・飯田：9月16日）、インドネシア・タイ（伊藤・井上：11月17日）、ロシア・中国（長友・百崎：12月17日）を開催した。ワークショップでは、各国の担当が「有機農業のグローバル化と農村振興政策」の状況について報告した。また、それを受けて、本研究のメンバーと所内プロ・チームのメンバーが質疑応答した。毎回のワークショップでは、各国報告の終了後に、伊藤を中心に参加者全員が、本研究の問い及び主要国横断的な分析の視点を定めるべく検討した。同様に、日本への示唆についても検討した。これらの過程を経て、伊藤が総論をとりまとめた（伊藤，2022：本研究の総論参照）。

「②農村整備」では、対象国はベトナム、中国、日本として、昨年度に比較分析を実施した。今年度は、ベトナムの農村振興政策における農村建設プログラムの位置づけに関して、ワークショップで考察した（岡江：1月20日）。本研究の最終年度にあたり、本ワークショップでは3年間の共同研究を振り返った。

（2）総論と各国報告

1）本編の構成

本研究の成果として、「①グローバル化への対応」に関して、「グローバル化チーム総論：有機農業政策の国際的波及と農村振興政策」（伊藤・3節）を記した。

各国報告（各論）では、インドネシア（伊藤・4節）、タイ（井上・5節）、中国（百崎・6節）、ドイツ（飯田・7節）、フランス（戸川・8節）、ロシア（長友・9節）、オーストラリア（玉井・10節）を記した。

「②農村整備」に関しては、岡江がベトナム報告を記し、本資料とは別途、カンントリーレポートに掲載した。

2) 各国報告の共通項目

本研究の総論の執筆者である伊藤の案により、各国報告では、(1) から (5) までの見出しを共通とした。小見出しは自由に設定した。各国報告の見出しと内容に関しては、2021 年 11 月 17 日のワークショップで伊藤が提案し、研究メンバーとともに検討し、修正し、合意形成した。

「(1) 有機農業の概要」では、①有機農用地面積と有機農業の経営体数、可能なら追加的に有機農業の農用地面積と経営体数の推移 (1995 年から 2021 年頃までの期間)、フランス・ドイツなどでは、草地・耕地の面積比率、伸び率を示した。また、近年に畑作の伸びが顕著であるが、日本で参考になり得るよう、その背景に関しても記した。また、②代表的な有機農産物の品目を列挙し、データがあれば生産面積・生産量・生産額を記載した。

「(2) 政府の関与の有無」では、農用地への直接支払い、公的な認証制度の整備、認証経費の補助、加工や流通への補助、その他の国のプロジェクト等を記した。重要性が高ければ追加的に、民間企業や国際機関の有機農業普及プロジェクト等も示した。

「(3) 有機食品の国内消費・貿易」では、①国内でどのような有機食品 (農産物・加工品・飲料) が消費されているか、データがあれば有機食品の販売総額、食品市場全体に有機食品が占める割合、誰が消費しているかを記した。また、②有機食品の貿易に関して、データがあれば、有機食品の輸出・輸入 (金額・貿易相手・主な品目等) を記載した。

「(4) ○○ (国名) における有機農業の特徴」では、①各国の有機農業に関して執筆者が着目した点について自由に記した。有機農業の生産と消費は表裏一体であることから、農業生産のみならず国内での有機食品消費や貿易のことを含めて、両者を一体的に捉えた。可能な範囲で、「オルタナティブ農業」と「メインストリーム化」に関する記述、総論上の各国の分類である「リーダー」と「フォロワー」に関して示した。

最後に「(5) まとめ」、注、引用文献を記載した。

上記の (1) から (5) までに関しては、国によっては、信頼できるデータや情報が集まらないこともあった。その場合は、見出しそのものを削除せず、「情報がない・みつからなかった」と記述した。情報や先行研究がないということは、政府や研究者の関心が低いことを表しているかもしれない、各国の特徴の把握につながると思われたからである。

3) 情報源とその取扱い

生産者の数、農用地面積など、各国の有機農業に関する基礎的なデータは、①スイスに本拠地があり欧州各地に拠点のある有機農業研究所 (FiBL)、②国際連合食糧農業機関 (FAO)、③米国オーガニック・トレード協会のデータベースを参考とした。

① FiBL Statistics (<https://statistics.fibl.org/data.html>)

② FAOSTAT (<https://www.fao.org/faostat/en/#home>)

③ Global Organic Trade Guide (<https://globalorganictrade.com/>)

上記のデータベースのほかに、各国の公的な統計やその他の情報が確認できた場合には、

それら国内データの使用を可能とした。いずれの情報に関しても、総論・各国報告で出典を示した⁽⁴⁾。なお、国際データと国内データの数値等に差異がある場合も、両者のすり合わせが困難だったため、本研究ではすり合わせを行っていない。

上記のほかに、文献、インターネット上の公開データ、対象国において開催されたオンラインセミナーへの参加、過去の現地調査に基づいて情報を収集し、分析し、総論・各国報告を執筆した。

4) 用語の定義

本研究の主要な概念を示す用語は、例えば、「オルタナティブ農業」、「メインストリーム化」は、総論で定義した。各国報告では、これら概念の用語を重複して定義していない。

一方、「有機農産物」、「有機農業の経営体」、「有機農用地面積」、「有機食品」など、重要な情報を示す用語に関しては、各国で定義が異なっていたため、各国報告では、出典とともに、可能な限りその内容や定義も記した。

本研究では、読者の混乱を避けるために、有機農業を行っている農用地の呼び方に関して、次の2つの和訳を本編全体で統一して使用した。

①「農用地」：農業に利用している全ての土地を含む（耕地、草地、樹園地など）。

文章の例：全農用地に占める有機農用地の割合は〇〇%である。

②「耕地」：日本では田畑にあたる。耕起するタイプの農業をしている土地を指す。

文章の例：有機耕地では、穀類、イモ類が栽培されている。

そのほかの農業のタイプを示す土地利用の用語は、「放牧地」、「採草地」、「永年草地」、「輪作時の草地」、「樹園地」、「水田」など、各国の事情に応じて和訳し、使用した。

飯田 恭子・玉井 哲也・伊藤 紀子

注(1) ワークショップにおける各国報告では、日本の政策検討に参考となるような調査項目に関して、質疑応答の中で整理した。各国報告の執筆にあたり、次の問いに関する情報収集に努めた。

①有機農業の面積拡大は粗放的な草地畜産が拡大した結果か：ドイツ、フランス、オーストラリア報告で言及。拡大した時期は各国で異なるが、草地畜産が有機農用地の拡大に寄与したことは間違いないことを記した。②畑作は伸びているか。もし伸びているとしたら、その要因は何か。有機農業の技術的な進歩か：ドイツ、フランスでは、近年に畑作の伸びが顕著なことを報告した。マメ科植物の青刈りと緑肥の兼用、飼料穀物の生産が重視される。技術的な進歩というよりは、草地畜産と同様に、畑作ではあるが畜産に関係した粗放的な有機農業が伸びていることを記した。③有機食品の購買層をいかに確保しているか：全ての対象国の報告の中で、どのような有機食品の消費者がいるかを記述した。そのほか、近年では、国内外を問わず「グリーン」な農産物が求められる傾向にあることを記した。とりわけ、後進的に有機農業を拡大したフォロワーの国では、利潤を追求する有機農業の産業振興が顕著であることを記した。④病虫害が多く発生する国では、有機農業の拡大が困難ではないか：本研究では、農業技術に関する調査研究を実施していないため、この問いに関する報告はしていない。一方、申し添えるとするならば、全ての対象国では気候が異なり、慣行農業でも、有機農業でも、当然のことながら各地の気候にあった作物を栽培している。いずれの国でも、有機農業が拡大している事実がある。有機農業がたとえ困難であっても、例えば、ドイツでは、有機農業の普及のために、病虫害の少ない品種の選別、栽培技術の開発などを、長年にわたって継続し、知見を蓄積している。

上記のほかに、ワークショップでたびたび議論になったことは、2015年前後から、どの対象国でも有機農用地が急速に拡大している現象の要因についてである。研究チームで議論を重ねたが、その要因は特定できなかった。持続可能性への消費者意識の高まりとSDGsの広がり、有機食品の流通の構築、「グリーン」に対する政策支援が、複合的に効いていると思われた。

(2) 本研究では、7名の執筆者に加えて、須田文明（フランス）、浅井真康（オランダ・2021年8月末まで参加）、

勝又健太郎（米国・政策研究調整官）、藤田義紀（政策研究調査官）、國井大輔（農業・農村領域）、植村悌明（企画広報室）、平形和世（農業・農村領域）、田中淳志（農業・農村領域）、土居拓務（農業・農村領域）、田澤裕之（国際領域）が討論に参加し、計7回にわたるワークショップを担った。

- (3) 感染症予防対策のため、ワークショップはオンラインで行った。各回の所要時間は120分程度とした。
- (4) 生産者の数に関しては、数値を構成する主体が不明な場合には、各国報告に「生産者数」と記した。各国の国内の統計を参考にして、数値を構成する主体が確認できた場合には、具体的に記した。
- 各国報告では、生産者の数に関して、主に①FiBL Statisticsを参考にした。しかし、各国の数値は単純には比較できない。①FiBL Statisticsでは、生産者「Producers」に関して次の説明がある。

該当ページ <https://statistics.fibl.org/data-info-and-use.html> （2021年12月23日参照）

"Producers: Some countries report the number of smallholders, and others only the number of companies, projects or grower groups, which may each comprise many producers"

「生産者：一部の国では小規模農家の数を報告し、一部の国では会社、プロジェクト、さまざまな生産者が参加するグループの数のみを報告している」

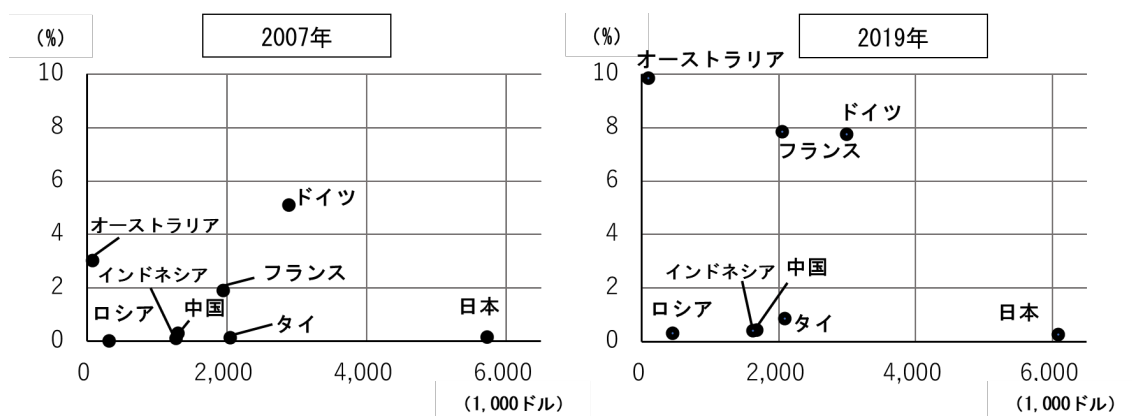
3. グローバル化チーム総論：有機農業政策の国際的波及と農村振興政策

（1）はじめに

本節の目的は、ワークショップの参加者の一部の研究対象国（インドネシア、タイ、中国、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリアの7か国：以下「グローバル化チーム」と呼ぶ）における有機農業の特徴を比較することを通じて、有機農業政策の国際的波及がもたらした影響とその農村振興政策への貢献について、考察することである。昨年度のグローバル化チームの研究の総論では、各国の農業の長期的変容を、以下のように整理した（伊藤, 2021）。すなわち、「農業近代化」を進める中で環境・食品安全・持続性などの問題が顕在化したため、一部の農家や市民が主導しながら、「オルタナティブな農業」⁽¹⁾が徐々に普及していった。やがてオルタナティブな農業は、欧米を中心に、大手企業・多国籍企業を巻き込んだ社会・環境基準・認証制度の国内・海外への普及などを通じ、大規模化・市場化していく（その過程で非市場的価値の重要性が相対的に低下する）という「メインストリーム化」の方向へ向かった⁽²⁾。ただし近年においては、有機農業を通じた地域の人々の連携を促す地域支援型農業（Community Supported Agriculture: CSA）をはじめ、循環型農業、ショートサプライチェーンの構築、地域内食料供給システムといった、オルタナティブ農業の新たな展開が、欧米などの各地において見られる（香坂・石井, 2021；久野, 2019；2020a；2020b）。その背景として、農村では高齢化や人口減少によって環境や社会の維持が困難になっており、農業の多面的価値の発揮による持続的農村振興の重要性に対する認識が高まっていることが考えられる。

以上を踏まえ本年度のグローバル化チームの研究は、持続的農村振興において重要性を高めている有機農業に関連する政策・取組に注目する。本節（総論）では、グローバル化チームの各国における有機農業に関連する政策・取組の具体的な検討（第4節から第10節の各国のレポート参照）に先立ち、有機農業普及政策の国際的波及に注目しつつ、対象国の有機農業の特徴を、大まかな視点で整理する。ここで政策の国際的波及とは、特定の国における政策が、貿易などを通じて国外にも影響を与え、他の国にも導入されていく過程を指す⁽³⁾。例えば有機農業の普及政策に関し、国内の有機食品市場が成熟している欧米諸国は、国内への有機農業普及政策を進めると同時に有機食品の貿易を活発化させ、貿易において国内（又はEU域内）と同様の認証基準の遵守を輸入相手国にも求めてきた。本節ではこうした国際関係における各国の立場の違いを踏まえ、各国の有機農業に関連する政策・取組の特徴が形成されてきた背景を、グローバル化の進展・国際関係の視点から理解するための基礎的情報を提供する。

(2) 対象国の分類



第1図 単位面積当たり農業総生産額と有機農用地面積割合 (2007年・2019年)

資料：FAOSTATより筆者作成。

注：横軸は各国の農業総生産額を農用地面積で除した値、縦軸は各国の有機農用地面積を農用地面積で除した値。詳細は本文の注4を参照。本研究の対象国以外の日本の値も、参考のために示した。

今日、多くの国では、環境・食品安全・地域社会の活性化などに配慮した持続的な農業・農村振興政策が模索されている。すなわち、①農業の集約化・高付加価値化（農業の経済的価値の向上）と、②農業の多面的機能の発揮（農業の外部経済効果を含む多面的価値の向上）とを両立させることが目指されている。第1図はこうした認識を前提に、①農業の経済的価値の指標として単位面積当たり農業総生産額、②農業の多面的価値の指標として有機農業の普及度合い（有機農用地面積割合）という二つの基準を用いながら、2007年と2019年におけるグローバル化チームの国の位置づけを表したものである⁽⁴⁾。

2019年におけるドイツとフランスの単位面積当たり農業総生産額・有機農用地面積割合（ドイツは299万ドル・7.75%、フランスは206万ドル・7.83%）は、2007年時点の値（ドイツは289万ドル・5.11%、フランスは195万ドル・1.91%）に比べ、増加した（2007年の図に比べ、両国の点は右上に移動した）。また、2019年におけるこの2か国の有機農用地面積割合・農業総生産額は、他国のそれらに比べて比較的高い（両国の点は、他国に比べ図の右上に位置している）。この2か国は、①と②の両立による「持続的な農業」を推進する国際的潮流の先進的立場にある。本章では、この2か国を「リーダー」と呼ぶ（Michida et al., 2021）。

その他の国でも、2019年における単位面積当たり農業総生産額・有機農用地面積割合（インドネシアは163万ドル・0.40%、タイは209万ドル・0.85%、中国は168万ドル・0.85%、ロシアは46万ドル・0.31%、オーストラリアは10万ドル・9.84%）は、2007年時点の値（インドネシアは128万ドル・0.11%、タイは205万ドル・0.12%、中国は131万ドル・0.30%、ロシアは33万ドル・0.02%、オーストラリアは8万ドル・3.01%）に比べ、増加した（2007年の図に比べ、これらの国の点は右上に移動した）。ただし2019年時点において、これらの国の有機農用地面積割合・農業総生産額はいずれも、リーダーの

国のそれらの水準を下回っていることが多い（図の左下に位置する国が多い）。オーストラリアの有機農用地面積割合は対象国の中で最も大きい、その多くは粗放的放牧・牧草地によるものであり、単位面積当たり農業総生産額は対象国の中で最も小さいという意味で、農業の高付加価値化や集約化は進展していない。以上から、これらの5か国は総じて、「持続的農業」への移行過程において、リーダーの国に比べて相対的に後進的立場にある。本章では、これらの国を「フォロワー」と呼ぶ。

（3）有機農業の特徴の比較

グローバル化チームの各国の自然・文化・社会条件などはそれぞれ異なるが、それらをとりにくく国際環境や、リーダーとフォロワーの国の相互関係も、各国の有機農業の特徴の違いを形成する背景であると考えられる。ここでは、（2）で分類した二つのグループの間で、有機農業の概要・政府の関与・国内消費と貿易・総合的な特徴を、比較する（第1表）。なお、本節では各国の国内事情の検討を捨象したうえで、大まかな比較のみを行う。各国の条件を考慮した具体的な有機農業の実態は、各論（第4節～第10節）にて説明する。

第1表 リーダーとフォロワーの国における有機農業の比較

比較のポイント		分類(対象国)	リーダー (ドイツ、フランス)	フォロワー (インドネシア、タイ、中国、ロシア、オーストラリア)
(1) 有機農業の概要	有機農用地面積・経営体数(割合)		大きい	小さい
	有機農産物の品目		多い	少ない
(2) 政府の関与の有無	公的認証制度		国内認証制度整備・ 国際認証制度普及をけん引	主に輸出振興のため 認証制度の整備が進展
	生産・流通などへの補助		幅広い公的補助・ 民間企業・市民の参加	限定的な公的補助・ 一部民間企業・国際機関による支援
(3) 有機食品の国内消費・貿易	国内流通・消費市場・購買層		成熟 (大型流通発達による大量販売・ 価格下落。幅広い購買層)	未成熟 (流通の未発達による高価格。都市富裕 層など限定的な購買層)
	有機食品の輸出・輸入		輸出入	輸出
(4) 総合的な特徴	有機農業の導入の動機		内発的動機 (環境・安全・地域社会への貢献 に対する国民の要求)	外生的動機 (主に強制、競争。輸出先国の需要増加)
	有機農業の性格・ 農村振興への貢献		国際的メインストリーム化を 主導しつつ、国内ではオルタ ナティブ農業の性格を維持。 持続的農村振興への貢献。	国際市場進出のためメインストリー ム化した有機農業普及を促進。 農業の経済的機能に特化した農村振 興への貢献。

資料：Michida et al. (2021), グローバル化チーム各国のレポート（第4節～第10節）を参照して筆者作成。

注：第1表における（1）～（4）の項目は、グローバル化チーム各国の各レポートにおける共通の見出しと対応している（第2節参照）。

1) リーダーの国（ドイツ、フランス）における有機農業の特徴

リーダーの国では、有機農用地面積や有機農業経営体数の割合が大きく、近年も耕地を中心に増加を続けている。生産される有機食品は多岐にわたり、様々な生鮮農産物、畜産物などのほか、ワインなどの加工品も含まれる。

リーダーの国における有機農業普及政策は、環境への影響を考慮した農業粗放化、生産

品目多様化，地元農産物の消費の推進を含む，総合的な農村振興策と一体的に推進されている。国内の公的認証制度が整備されており，生産・加工・流通など幅広い公的支援が行われている。さらに有機食品の国内需要の拡大は，有機食品輸入の拡大につながり，輸入相手国（有機食品の生産者など）にも国際認証取得を促すなど，国際有機認証制度の普及にも影響を与えてきた。

リーダーの国で有機農業が拡大した背景には，国内の有機食品の市場拡大があった（Stolze, 2018）。特に 2000 年代以降の大型量販店による有機食品の販売拡大の結果，今日では多くの消費者が安価な有機食品を購入できるようになっている。寒冷地の多いドイツは，温暖なスペイン，イタリア，フランス，オランダ，アフリカ諸国や南米から，生鮮野菜や果物をはじめ多くの有機食品を輸入している（戸川, 2021；飯田, 2019；Schaack et al., 2011）。アフリカ，南米などの有機食品の原料の輸出国に対しても，厳しい EU 域内基準を満たすことを求めながら，有機農業の国際的普及をけん引している。フランスでも同様に国内市場の急速な拡大が輸入の拡大につながっている。また，ワインなど有機加工食品の輸出も，盛んである。

以上を踏まえ，リーダーの国の総合的な特徴として，第一に，国内に大きな有機食品市場があり（その背景としては，環境・安全・地域社会への貢献といった，農業の多面的機能の保全に対する国民の要求があると考えられる），国内需要を満たすという内発的動機によって有機農業が普及していった点が指摘できる。その国際的影響として，海外からの輸入によって国内需要を満たすために，貿易相手国に対しても国際有機認証制度の普及を促しながら，有機農業のメインストリーム化を主導している。リーダーの国の第二の特徴として，国内では有機農業のオルタナティブ農業としての性格も維持され，持続的農村振興へ貢献していることが指摘できる。ドイツやフランスでは，生産者・消費者が連携する CSA の取組が広く展開しつつあり，農風景や生態系の保全が奨励されている。このように欧米諸国では，農業の多面的機能を積極的に位置づけつつ，地元・地域を大切にする有機農業のルーツ，哲学を重視しながら，農家や関係者のネットワークを点から面へと広げていく政策・取組が展開している（香坂・石井, 2021；久野, 2020b など）。

2) フォロワーの国（インドネシア，タイ，中国，ロシア，オーストラリア）における有機農業の特徴

次にフォロワーの国における有機農業の概要に関し，オーストラリア以外では，有機農用地面積や有機農業経営体数の割合は比較的小さい。生産される有機食品の種類は，各国の主な輸出品に限られている場合が多い（例えば，オーストラリアの肉用牛，インドネシア・タイ・ロシアの穀物，インドネシア・タイの熱帯作物など）。

フォロワーの国では，2000 年代以降顕著になった国際的な有機食品市場拡大を受けて，農業の高付加価値化・輸出促進戦略の一環として，有機食品輸出が政策的に振興されている。タイ，インドネシアでは政府のみならず民間企業や国際開発機関も関わり，フェアトレード，小農の有機農業への参加を促す認証システムの導入を通じた普及も進んできた。

多くの国で、世界の有機食品市場の拡大に伴い、国内市場及び国際市場での有機食品流通拡大に向けて、有機認証制度の整備が進展している。

フォロワーの国における有機食品の国内市場は、未成熟な状況にある。有機食品の知名度や有機認証に対する信頼度が低く、高価格であることが多いため、健康に関心がある都市富裕層などが主な購買層である。なお、人口の多い中国では、国民所得の急増を背景に、安全性の高い食品を重視する巨大な消費市場が潜在的に存在しており、「有機認証」とは別に、「緑色食品」という安全・優良品質の食用産品と関連産品に対する独自の認証制度が、政府主導で推進されている。

以上から、フォロワーの国の総合的な特徴の一つは、有機農業が主に外生的動機（「競争」や「強制」⁽³⁾、及び輸出先国での需要増加）によって導入され、有機農業の国際的普及・メインストリーム化の流れに追随してきたと捉えられることである。有機農用地が急拡大したオーストラリアに関して、「輸出に関する義務的認証制度が整備された背景には、欧州で有機基準などの整備が進む中で輸出市場を失うのを懸念したことがあるとされる」（第10節参照）と述べられているように、輸出相手国、すなわち有機食品の買い手の要求を満たすことによって市場シェアを維持・拡大することが、有機農業普及政策・取組の重要な動機となっている。こうしたメインストリーム化した有機農業の普及は、国内的には、企業による有機農産物の商業的生産拡大や、農業の経済的機能に特化した農村振興への貢献（農業の高付加価値化・農家所得増加など）をもたらしたが、必ずしも地域の関係者の連携や国内の有機食品消費の増加には寄与してこなかった。フォロワーの一部の国では、生産者と消費者の連携、地域の小農や消費者の有機認証への関わりの促進、有機食品の域内流通など、オルタナティブ農業の性格を持つ有機農業の実践がみられるが、その多くは限定的な取組にとどまってきた（インドネシア、タイ、オーストラリアの論考を参照）。ただし、各国における有機農業普及策への政府の関与の度合い、宗教・歴史・文化的背景、民間企業や国際開発機関による支援の有無などの状況により、各国の有機農業の性格や農村振興との関わり方は、今後、さらに多様化していくと考えられる。

（４）おわりに：各国の有機農業の特徴と農村振興政策における意義の分析に向けて

本節では、持続的農業の推進に向けた国際的潮流の中で先進的立場にあるリーダーの国（ドイツ、フランス）と、フォロワーの国（インドネシア、タイ、中国、ロシア、オーストラリア）に対象国を分類し、二つのグループの間で有機農業の特徴を比較した。

比較的早い時期から、国民の環境などへの関心が高まっていたリーダーの国では、有機食品市場が成熟している。率先的・主体的な有機農業の導入・普及、公的補助制度や流通の整備が進み、2000年代以降は特に、有機食品の国内生産と消費、貿易が急増した。フォロワーの国では国内の有機食品市場は未成熟であるものの、国際的な有機食品市場の拡大を受けて、国際認証取得など輸出相手国の要求を満たすという主に外発的動機により有機農業が拡大してきた。このように、リーダーの国を中心とする有機農業の普及に関する政策・取組の増加は、フォロワーの国における輸出向け有機農業普及政策・取組の増加につ

ながら、有機農業の国際的なメインストリーム化をもたらしている。

ただし、リーダーの国を中心に、国内の有機農業の普及政策においては、オルタナティブ農業の性格の維持も図られている。地域における人々の連携、農風景・生態系の保全に寄与する農業として有機農業が位置づけられ、農村の小規模生産者への補助、地元産農産物・食品の消費を促す取組を通じた、持続的農村振興策が重要視されている。有機農業の普及を通じた持続的農業・農村振興の推進を図るには、単に有機農用地の規模拡大や経済効率性を追求するのみならず、有機食品の生産者と消費者の連帯、行政の支援、多品目生産、加工・流通の発展を伴うような有機農業の「範囲拡大と質的な向上」(香坂・石井, 2021: 47-48) が求められると考えられる。

伊藤 紀子

注(1) 本章のグローバル化チームのレポート(第4節～第10節, インドネシア, タイ, 中国, ドイツ, フランス, ロシア, オーストラリアの7か国)では、キーワードとなる「オルタナティブな農業」とオルタナティブ農業の「メインストリーム化」を、共通の意味を持つ用語として、以下のように定義する(注2も参照)。「オルタナティブな農業」とは、「農業の多面的機能」に依拠した農村発展を追求する農業を指す。農業の多面的機能には国によって多様な定義があると思われるが、参考に、日本学術会議によれば「市場で売買される農産物とは異なり、農業が市場を経由すること無しに、国民に提供している有益で多様な機能」(①食料安全保障, ②国土保全, ③環境保全, ④生物多様性保全, 景観形成, ⑤地域社会の維持, 伝統文化の継承, ⑥保健休養, 環境教育など)を指す。他方でOECD(2001)では、多面的機能の暫定的定義を「農業生産と一体的に供給され、かつ、外部経済性又は公共財的な性格を有する非農産物(non-commodity outputs)」としている(矢部, 2014: 14-16; 日本学術会議, 2001; OECD, 2001)。

(2) (オルタナティブ農業の)「メインストリーム化」とは、オルタナティブ農業の実行可能性と効率性を高めるために基準やルールを汎用化して市場規模の拡大と社会的イノベーションの広範な波及を追求する方向への変化を指す。こうした変化の過程では、主要な市場アクターである大手企業・多国籍企業を巻き込むことが優先され、社会・環境基準の認証表示制度の導入と、国内のみならず国際的にもそれを広げながらシステム全体の改善が目指される。そのために協議を重ねて合意形成を図りつつも、オルタナティブ農業の本来の非市場的性格の維持については一定の妥協が許容されることになる(久野, 2019; 2020a)。例えば、国連の持続可能な開発目標(SDGs)が共有され、企業のCorporate Social Responsibility(CSR)やCreating Shared Value(CSV)の取組、有機農産物のフェアトレードがグローバルに広まっていったことは、オルタナティブな農業のような非市場の価値を重視する考え方が、その性格を部分的に変化させながらメインストリーム化していった事例であると捉えられる。

(3) Michida et al. (2021) は、環境施策(政策や民間基準)が欧州などから各国に波及している現状をとりあげ、認証制度、安全基準、省エネルギー政策などの国際的波及の実態と影響について考察している。政策波及とは、環境政策など(化学物質規制, 食品安全規制, 持続可能性基準など)が、国際的条約がない分野でも、貿易などを通じてグローバルに広まることを指す。波及元となる地域(欧米など)は「リーダー」、これに対しアジア・アフリカなどは西欧の政策や基準認証を追随して導入している「フォロワー」と位置づけられる。フォロワーがリーダーの政策や制度を追従的に導入する動機は、①学習(他国の経験を学習し、自国に適用する), ②模倣

（多国の政策の正当性を信じ、自国に適用する）、③競争（他国の政策を自国にも政策適用することで、市場アクセスが容易になったり、投資優遇措置を享受したりできる）、④強制（経済コストや便益の操作により、他国の政策を受け入れざるを得ない状況になる）、の四つの類型に分けられる。①と②は比較的主体性の高い導入の動機であり、③と④は比較的主体性の低い動機である。本研究が扱う有機農業は、Michida et al. (2021) が示した環境・食品安全施策のケースには含まれていないが、主に欧米で先進的に取り組まれている農業・環境・気候措置や有機農業などの環境親和的農法の普及政策が農村振興策として注目を集め、有機食品貿易の拡大、有機認証の国際的広まりを通じて、グローバルに広まっている現状を受け、政策の国際的波及に関する分析枠組みを参照した。有機農産物・有機食品の生産は新興国・開発途上国を含む全世界に普及している一方、有機食品の消費者・市場は先進国に偏っているといえる。この枠組みに基づくと、フォロワーと位置づけた、欧州以外の国における有機農業政策の追従的導入の動機は主に③競争や④強制であり、有機食品の国際市場におけるプレゼンスの向上のための輸出を促進し、輸出相手国（リーダーの国など）の有機認証基準などを満たすための様々な施策がとられている。

- (4) 第1図の作成に用いた指標は以下のようなものである（FAOSTAT の定義）。農業総生産額（Gross Production Value）は、2014年～2016年固定1,000国際ドル。有機農用地面積（Agricultural area under organic agri., 単位1,000ha）は、認証取得済みの有機農用地と有機農業へ移行中の農用地を含む。認証には、政府・民間認証を含む。第1図において、ロシアの有機農用地に関するデータが2007年以降のみ入手可能性であったため、2007年と、最新データである2019年の値を示す。ただし、ドイツ、フランス、オーストラリアなどの主要な国においては2010年代後半に大きく有機農用地が拡大したことから、第1図は、国際的に有機農業が拡大する前と後の状況を表しているといえる。

〔引用文献〕

- 飯田恭子(2019)「ドイツにおける農村振興政策：持続可能な農村振興にむけた施策」農林水産政策研究所『プロジェクト研究[主要国農業戦略 横断・総合] 研究資料 第10号』。
- 伊藤紀子(2021)「グローバル化と各国の農業・農村振興」農林水産政策研究所『プロジェクト研究[主要国農業政策・貿易政策]研究資料 第8号』 第1部 横断的・地域的研究 第1章 農村振興政策の各国横断的研究: 3-6.
- 香坂玲・石井圭一(2021)『有機農業で変わる食と暮らし：ヨーロッパの現場から』岩波ブックレット No.1044, 岩波書店。
- 戸川律子(2021)「フランスの有機農業」農林水産省 省内ミニ報告会資料。
- 日本学術会議(2001)『地球環境・人間生活にかかわる農業及び林業の多面的な機能の評価について』。
- 久野秀二(2019)「オランダ農業モデルの多様性：フードバレーの現実と多面的機能を活かした農業の可能性」『経済論叢』193 (2): 1-38.
- 久野秀二(2020a)「オランダにおける多面的機能型農業・市民的食農システムの可能性と課題」京都大学大学院経済学研究科ディスカッションペーパーシリーズ No. J-20-001: 1-14.
- 久野秀二(2020b)「市民的食農システムの可能性：欧米諸国の経験からポストコロナ時代を展望する」『農業と経済』86 (11): 154-167.

矢部光保(2014)「多面的機能の定義, 政策措置及び経済評価」矢部光保編著『草地農業の多面的機能とアニマルウェルフェア』筑波書房.

FAOSTAT, HP (<https://www.fao.org/faostat/en/#home>)

Michida, E., J. Humphrey and D. Vogel (eds.) (2021) *The Diffusion of Public and Private Sustainability Regulations: The Responses of Follower Countries*, Edward Elger Publishing.

OECD (2001) *Multifunctionality: Towards an Analytical Framework*, OECD.

Schaack, D., Rampold, C., Willer, H., Rippin, M. and von Koerber, H. (2011) *Analyse der Entwicklung des ausländischen Angebots bei Bioprodukten mit Relevanz für den deutschen Biomarkt*, Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI), Bonn.

Stolze, M. (2018) 講演「ヨーロッパにおける有機セクターの展開状況と農政改革の潮流」, 国際シンポジウム『農業の持続可能性評価の試みと有機農業』基調講演, 立教大学及び講演後のインタビュー.

4. インドネシアの有機農業：輸出志向農業拡大と多様なオルタナティブ農業

（1）有機農業の概要

インドネシアの有機農用地面積は2001年の4万haから2019年には約25万haに拡大した⁽¹⁾。2019年の有機農用地面積が全農用地面積に占める割合は、0.40%である（FAOSTAT）。有機農用地面積の多くは、コーヒー（23%）、コメなどの穀物（21%）、ココナッツ（17%）などの生産に向けられている。特にコーヒーとココナッツの有機農用地面積は大きく、世界5位・2位の水準にある⁽²⁾。その他の主要な品目は、薬用・芳香植物、ナッツ、果物、カカオなどである（FiBL Statistics）。

（2）政府の関与の有無

政府はインドネシアを世界有数の有機食品輸出国とすることを目標に、2000年に「Go Organic 2010」という有機農業振興10か年計画を開始し、公的認証制度を整備してきた。2002年、有機農産物生産、ロゴマークなどの国家規格SNI（Indonesian National Standard）が制定され、関連書籍発行、有機肥料などへの補助、食品加工や輸入食品の扱いのガイドラインの整備が進み、2011年時点で国内に7つの国家有機認証機関が設けられた⁽³⁾。政府は2014年から、全国に1,000の「有機村」（*Desa Organik*）を建設するプロジェクト（有機農業の普及を通じ、地域社会・環境・健康の持続的改善を図る総合的農村開発の取組）を実施している。貿易省は今後、野菜、コーヒー、紅茶など有機食品輸出を拡大する方針を示している。また、政府のみならず、企業、NGO、国際開発機関などの関与が、フェアトレードや小農への認証費用補助などを通じ、有機農業の普及に重要な役割を果たしてきた（Effendi Andoko and Edyta Zmudczynska, 2019）。

（3）有機食品の国内消費・貿易

インドネシアの有機食品の国内市場の形成は遅れている。有機食品の市場規模は約1,400万USドル（世界全体の0.02%）、1人当たり支出額は0.05USドルにとどまり、売上げが大きい品目はコメやコーヒーなどに限られている（2019年、Global Organic Trade Guide）。ただし、都市の富裕層の間では健康志向の高まりにより有機食品需要が増加し、有機食品輸入は増加している⁽⁴⁾。また、インドネシアからEUへの有機食品輸出量は2018年7,468MT、2019年7,848MT、EU輸入全体に占めるインドネシアのシェアはいずれの年も0.2%であった（FiBL and IFOAM, 2021：147）。なお、インドネシアの有機食品の輸出・輸入の総量や総額に関する情報は、みつからなかった。

（4）インドネシアにおける有機農業の特徴

インドネシアには、以下のような異なるタイプの有機農業が普及してきた。

1) 有機農業の「メインストリーム化」と輸出志向の有機米生産

ジャワ西部の農村を中心に、地方政府や外国企業が主導する有機米輸出が拡大している。1990年代以降、ボトムアップの方式で環境親和的な有機米生産技術を普及してきた農家協同組合は、外国企業と契約を結び2009年に有機米国際認証・フェアトレード認証を取得した。地方政府や企業の支援を受け、ジャワ島、スマトラ島などの16州において有機米の国際認証が取得され、輸出が拡大してきた。有機米販売は一部の農家の所得増加に貢献しているが、農家は厳しい国際認証基準を遵守し全ての生産米を販売しなければならなくなり、伝統的に生産米の一部を近隣住民が分かち合ってきた慣行が衰退した。また、コメの自家消費ができなくなり、生産と消費の乖離が進んだ(伊藤, 2021)。このように、「オルタナティブな農業」として導入された有機農業は、農業の経済的価値向上を目指す政府や外国企業による上からの普及過程に統合され「メインストリーム化」していった。

2) 「オルタナティブな農業」の性格を持つ多様な有機農業システム

ジャワ西部の地方都市では、近隣農村で農薬や肥料を使わず生産された「ローカルフード」(根菜類など)⁵⁾を、小農がファーマーズ・マーケットで消費者に直接販売している。地方都市でも健康志向や「自然な」方法で生産されたローカルフードへの需要は高まっているため、ローカルフードの取引は、地域資源を活用しつつ、取引関係者の間に信頼関係を構築し、小農の所得向上ももたらす(Dodi Widiyanto, 2020)。ただし多くの地域では、小農の知識や費用の不足、手続きの煩雑さ、有機農産物の買取先が保証されないなどの理由で、多くの小農にとって有機認証取得が困難である。

こうした中、国際機関や生産者組合の主導で地域の農家と消費者などの参加によって有機農産物の直接取引・信頼関係を確立し、認証表示情報・品質に保証を与えるシステム「参加型認証」(Participatory Guarantee System : PGS)が、インドネシアなど開発途上国で広がっている(IFOAM)。インドネシアのPGS取得済み生産者数は295、取得中の生産者数は425、合計農用地面積は8万3,323haである(FiBL and IFOAM, 2021 : 163)。PGSの参加コストは安く、地域の多様な主体が認証過程に参加し連携できる。こうした活動は、コミュニティ形成、地域経済支援など多面的に地域社会に資すると期待される。

(5) まとめ

インドネシアは、グローバル化チームの中でも持続的農業への移行の流れにおける「フォロワー」と位置づけられる(総論参照)。当初は「オルタナティブな農業」として導入された有機農業は、未成熟な国内市場より海外に市場を求め、経済性・輸出を志向する「メインストリーム化」した有機農業へと性格を変化させながら拡大してきた。こうした変化は、地域住民の参加、国内の消費者の食の安全性の改善には、必ずしも貢献してこなかった。今後、有機農業の普及を通じて国内の有機食品市場を拡大し、地域社会へ多面的に貢献しうる持続的農業・農村振興を図るには、ローカルフードやPGSを活用した多様な形態の「オルタナティブな農業」の性格を持つ有機農業の振興が必要であると考えられる。

伊藤 紀子

- 注 (1) 「有機農用地面積」(Organic area) は、政府・民間の認証取得農地を指す。慣行農法から有機農法へ移行中の農用地面積を含む。インドネシアの有機農産物生産者数 (Organic producer) は 2001 年の 4 万 5,000 から 2019 年には約 1 万 8,000 へ減少しているが、この生産者数には企業、プロジェクト、組合などのそれぞれが複数の農家を含む組織数を含んでいる (FiBL Statistics)。
- (2) 有機認証を取得していないコーヒーを含めると、過去 10 年間のコーヒー貿易は輸出超過であった。認証コーヒーには、フェアトレード認証、オーガニック認証などがあり、トレーサビリティ、環境や経済性において持続可能であること、社会的に受け入れられるものであることが求められる (Effendi Andoko et al., 2020)。
- (3) 国内で販売される有機食品は国家の有機認証 (*Organik Indonesia*) のロゴを表示する必要があるとされるが、表示は義務化されておらず、流通制度は整っていない。輸入有機食品には、国家認定委員会の認定を受けた有機認証機関が発行した取引証明書、原産国機関からの証明書を添付する必要がある。インドネシアから EU へ有機食品を輸出する業者は、欧州連合の規制を遵守し、欧州委員会が認めた有機認証機関から認証を受ける必要がある (Effendi Andoko and Edyta Zmudczynska, 2019)。2010 年までの調査において、認証取得の費用は 900US ドル以上、検査費用は 200US ドル以上であったとされている (Rochayati et al., 2011)。
- (4) 国内の有機食品の売上げが大きい会社は、Kampung Kearifan Indonesia PT (国内売上額の 24.0%)、UD Padi (15.3%) である。これらはコメやコーヒーを販売し、国際認証を取得した欧米への輸出も行っている。インドネシアのアメリカからの有機食品 (生鮮品) 輸入金額は、リンゴ (122 万 US ドル)、酢など (31 万 US ドル)、オレンジ (13 万 US ドル) など、合計約 190 万 US ドルであった (2019 年, Global Organic Trade Guide)。
- (5) Dodi Widiyanto (2020) はインドネシア・ジョグジャカルタでの調査で、地域資源や社会経済との関わりに注目し、特定地域で生産され地元で取引される根菜類を操作的に「ローカルフード」(local food) と定義した。

[引用文献]

- Dodi Widiyanto (2020) *Geographical Study on Local Food Activities in Indonesia*, Doctoral Dissertation, Graduate School of Environmental Studies, Nagoya University.
- Effendi Andoko and Edyta Zmudczynska (2019) A Review of Indonesia's Organic Agriculture Development. *FFTC Agricultural Policy Articles*.
- Effendi Andoko, Edyta Zmudczynska and Wan-Yu Liu (2020) A Strategy Review of the Coffee Policies and Development by the Indonesian Government. *FFTC Agricultural Policy Articles*.
- FAOSTAT (<https://www.fao.org/faostat/en/#home>)
- FiBL and IFOAM (2021) *The World of Organic Agriculture*, FiBL and IFOAM.
- FiBL Statistics (<https://statistics.fibl.org/index.html>)
- Global Organic Trade Guide (<https://globalorganictrade.com>)
- IFOAM (<https://www.ifoam.bio/our-work/how/standards-certification/participatory-guarantee-systems>)
- 伊藤紀子 (2021) 「インドネシアの有機農業と農業政策」農林水産政策研究所『[主要国農業政策・貿易政策] 研究資料』第 8 号』第 1 部 横断的・地域的研究 第 1 章 農村振興政策の各国横断的研究: 13-15.
- Rochayati, S., Irawan and Husnain (2011) Current Status of Organic Farming in Indonesia, <https://balittanah.litbang.pertanian.go.id/> (2021 年 12 月 21 日参照).

5. タイの有機農業：仏教僧の先駆的な活動から輸出振興のための政策支援へ

(1) 有機農業の概要

タイの認証された有機農用地面積は2019年で188,451ha（総農用地の約0.9%）であり、有機農業生産者数（個人または企業・グループ等）は118,985である⁽¹⁾。面積と生産者数は、2017年から急速に増加しており、2016年と比較すると2019年には、面積は約13万ha増加して、3.3倍に、生産経営体数は10万3,000経営体増加して、約7.6倍になっている。この有機栽培面積と生産者数の急速な増加は、主に有機米の生産増加によるものである（FiBL and IFOAM, 2021：334）。

(2) 政府の関与の有無

政府は2008年から2012年を実施期間として、最初の国レベルの有機農業の振興政策を実施した。その後期間が空くが、第2次国家有機農業開発戦略（2017-2021）が発表された。この戦略では多くの政策テーマが掲げられている。列举すると、有機農業のための人材育成、生産者の健康問題、有機農業データベースの構築、代替技術の研究開発、有機農業インフラの整備、有機農産物の新規創出、関係する企業のネットワークの確立、農民や企業の資金調達、国及び地方レベルでの監督・支援システム等である（国立有機農業開発委員会, 2017）。またこの期間において100万ライ（1ライは約0.16ha）有機米プロジェクトが実施された⁽²⁾。

この第2次戦略は、農地・生産者の数量的な拡大、国内市場の充実などに関する具体的な数値目標を設定している。このうち、2021年までに、60万ライ以上の有機農地、3万以上の有機農業経営者という目標は達成されている。一方、有機農産物の販売については、国内市場のシェアを40%まで増大させるという目標が示されているが、信頼できる有機農産物の貿易データが発表されていないため、この国内市場のシェア増大という目標の達成は確認できない。

(3) 有機食品の国内消費・貿易

Global Organic Trade Guideによると2019年において、タイ国内の有機食品の市場規模は約2,020万USドル（世界市場の0.04%）と小さく、1人当たりの支出は0.29USドルにすぎない。ただし、2019年から2024年におけるタイの有機食品の市場成長の予測値は年率で8.5%と高く、世界全体で第10位にランクされている。国内市場は米の加工流通輸出業者のCapital Rice Co Ltd（シェア45.6%）、有機食品の販売業者であるGreen Net Coop（同16.2%）や、Nature's Path Foods Inc（同2.2%）などが大きなシェアを占めているが、新規参入者の増大により、有機食品の価格は低下している。

(4) タイにおける有機農業の特徴

タイには、「統合型有機農業」と「単作型有機農業」という、2つのタイプの有機農業が

存在している（Hnin Ei Win, 2017:3, Mingchai, C., and Yossuck, P., 2008）。前者は多品目を栽培し、低投入型で、自給自足志向であり、生産物は、地元の品質基準で地元の市場で販売される。一方、後者は、単品目栽培で、有機農業による農業収入の増加を目的とされ、地元の品質基準ではなく、国際的な基準を満たす有機農産物を大量に生産・輸出する。前者は1980年代から開発僧と呼ばれる仏教僧が取り組んできた開発活動を継承するものである。また市場志向の強い後者でも、「足るを知る経済（セタギットポーピアン）」のような仏教的な考え方が存在し、影響力を持っている（鶴田, 2015:72）。また、政府の第2次戦略でも、有機農業の開発は、「足るを知る経済」の哲学の下で行われることが記されており、政策面でもこうした仏教的な哲学が影響していることは興味深い。

1) 有機農業の「メインストリーム化」と輸出志向の有機生産

タイにおける有機農業のメインストリーム化には2つの種類がある。

統合型有機農業は、1980年代にオルタナティブな農業として導入された。しかし現在では、有機米生産の現場では、フェアトレード認証も取引上の単なる方策になっている（鶴田, 2015:72）。こうした有機生産者と消費者の関係性の変化は、オルタナティブ農業のメインストリーム化が進展していることを反映している。

一方、単作型有機農業は多くの場合、元々輸出指向であり、域内の流通はあまり指向されていない。そのため販売先に関しては、オルタナティブ農業としての性格には乏しかった。こうした単作型有機農業のシェアが拡大することで、全体としてメインストリーム化が進展している。

2) 多様なセクターとの連携による新たな有機農業の動き

サンプランモデル^③のように、観光セクター（リゾートホテル）が地元の有機農業グループと連携して、エコツーリズムに取り組む例もある（井上, 2017）。このモデルでは、有機農業部門は、地域内流通に限定され、またフェアトレードによる販売であることから、オルタナティブ農業の性格が強いが、観光セクターとの連携を通じて市場適応が図られている。新型コロナのパンデミックにより、観光セクターは大きな影響を受けているが、このモデルの潜在的な可能性は高いと考えられる。

（5）まとめ

タイ国内の有機農産物市場は未発達であり、持続的農業に向かう世界的な潮流における「フォロワー」と位置づけられる。2017年以降の有機農用地や有機生産者数の急速な増加は稲作部門に集中している。有機米の輸出は、国際的な認証基準を満たすことが求められ、大手の流通資本との取引が多く、当初からメインストリームの中で拡大している。

国内の消費市場や、伝統的な地域農業と隔絶して、輸出市場を指向する「飛び地的発展」は、地域の農業を持続的に振興するという視点からは望ましくない。そのため現在では、有機農産物の国内市場の拡大が政策課題になっている。

井上 荘太郎

- 注 (1) FiBL Statistics のデータでは、有機農用地面積 (Organic areas) は「認証された有機農用地面積」を指し、有機農法に転換中の面積も含んでいる。これは転換中の面積を区別したデータを利用できない国が多く存在するという制約の他に、転換中の農用地では有機農法が実際に行われているためである。また有機農業生産者 (Organic Producers) には、小規模生産者の他に、複数の農家を含む企業、プロジェクト、生産者グループの数が含まれている。
- (2) 有機米生産促進プロジェクト 2017-2021 (「100 万ライ有機米」プロジェクト) では、農協省の有機米基準にしたがって農民グループが有機米を生産することを促進する。米穀局からの審査に合格した場合、1 年目の収入を補償するための補助金として 1 ライ当たり 2,000 バーツ, 1 人当たり 15 ライ以下または、1 人当たり 30,000 バーツ以下の補助金が支払われる。2 年目は、有機米基準によるグループシステム認証を通過すると、「転換期間」として認証され、補助額は 3,000 バーツ/ライになる。3 年目は年間 45,000 バーツ以下として、4,000 バーツ/ライの補助を受けられる。この補助額は、ターンセタギット紙の 2019 年 12 月 28 日付記事「100 万ライ有機米プロジェクトは失敗した」による。
- (3) サンプランモデルはスアンサンプランというリゾートホテルを中心とした有機農業事例 (以下を参照 : <http://www.cai.ku.ac.th/download/Sampran-Model.pdf>)。

[引用文献]

- FiBL and IFOAM (2021) *The World of Organic Agriculture*, FiBL and IFOAM.
- FiBL Statistics (<https://statistics.fibl.org/index.html>)
- Global Organic Trade Guide (<https://globalorganictrade.com>)
- Hnin Ei Win (2017) Organic Agriculture in Thailand. FFTC Agricultural Policy Platform (FFTC-AP)
- 井上 莊太郎 (2017) 「タイの経済思想と農業開発の新潮流」『農林水産政策研究所レビュー』76:4-5.
- 国立有機農業開発委員会 (2017) (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ 2560) 「国家有機農業開発戦略 2017-2021」 (ยุทธศาสตร์การพัฒนเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564)
- Mingchai, C., and Yossuck, P. (2008) Organic farming: Effectiveness of Policy Implementation in the North of Thailand. In GMSARN International Conference on Sustainable Development: Issues and Prospects for the GMS (pp. 12-14).
- 鶴田 格 (2015) 「タイにおける有機農産物のフェア・トレードと仏教思想」『白山人類学』18 : 57-75.

6. 中国の有機農業：巨大な国内市場と経済発展を背景に「ビジネス」として急速に発展する「緑色」化

（1）有機農業の概要

中国は、第2表のとおり、既にかなり存在感のある「有機農業国」といえそうだ⁽¹⁾。

第2表 中国有機農業の国際的地位

有機栽培面積全体	221.6万ha	（世界第7位）	0.4%	1位：豪州
穀物	81.0万ha	（世界第1位）	0.81%	2位：ドイツ
豆類	7.0万ha	（世界第3位）	2.5%	1位：フランス
柑橘類	1.2万ha	（世界第4位）	0.4%	1位：イタリア
温帯果実	11.6万ha	（世界第1位）	2.0%	2位：イタリア
熱帯果実	3.4万ha	（世界第1位）	1.1%	2位：ドミニカ共和国
ブドウ類	1.4万ha	（世界第6位）	1.8%	1位：スペイン
油糧作物	46.6万ha	（世界第1位）	2.3%	2位：ロシア
野菜類	5.5万ha	（世界第3位）	0.2%	1位：米国
有機綿	1.9万ha	（世界第3位）		1位：インド

資料：FiBL(2021)に基づき筆者作成。

注：栽培面積(世界の中の順位)，栽培面積に占める比率，面積上位国

しかし、有機食品の発展の歴史はまだ浅く、1980年代、改革開放の進展とともに、先進国の有機農業・有機製品の市場の発展により、中国有機製品への需要が引き出される形で、海外の認証機構が中国に進出するところからスタートし、1990年代には欧米や日本等、海外への輸出に向けた生産がほとんどで、21世紀に入り、中国経済社会の発展、国民生活水準向上に伴い、国内の需要が急速に増加し、法令整備も急ピッチで進んだ(産業情報, 2021)。

（2）政府の関与の有無

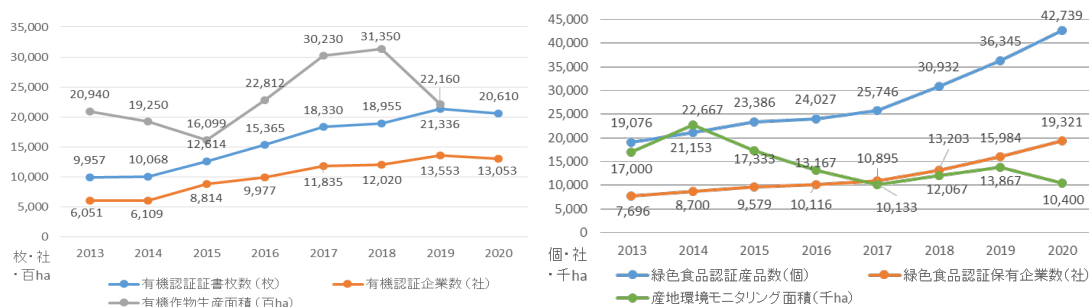
他分野でも同様だが、有機農業に関しても、中国の場合、かなり初期段階から、中国共産党と中央・地方政府の関与が非常に強い。中国国家環境保護局⁽²⁾の南京科学研究所が1989年、中国農業部⁽²⁾の中国緑色食品発展センターが1993年に、それぞれIFOAMに加入し、各々の下部組織としての認証機関が2000年代初めに設立されるなど、両部局が中心となって有機農業の発展をリードする一方、両部局とは独立して中国国家認証認可監督管理委員会⁽²⁾（現在は、国家市場監督管理総局内の一組織）が食品以外も含む「有機製品」の認証に係る行政をつかさどるほか、普及・PR活動⁽³⁾も行っている。

なお、農業部では、有機製品とは別に、「緑色食品制度」⁽⁴⁾を1993年にはスタートし、農業部と同センターは、前者より後者に軸足を置いて制度運営を図ってきた傾向が強い。

国の政策文書等では、2021年からの「国民経済と社会発展の第14次5か年計画」や、共産党中央・国務院2021年「一号文件」⁽⁵⁾等で、「緑色食品」と「有機食品」を並列する形でその発展を掲げ、また、「全国農業緑色発展計画」⁽⁶⁾では、「緑色、有機、地理的表示農産品の認証産品数を6万件以上、生産企業総数を2.7万社に到達させる」という、緑色食品、有機製品等を一まとめにした政策目標が提示されている。

省や市のレベルでも、有機製品に特化はせず、緑色食品と並記、あるいは緑色食品の方

が主眼のものとして、様々な助成制度を設けるほか、農業農村部と地方政府が連携した特定地域の「基地化」等の動きもみられ、また、税制上の措置の対応もされている⁽⁷⁾。



第2図 有機認証証書, 企業, 面積の推移 (左) 緑色食品産品数, 企業, 面積の推移 (右)

資料：左は、証書枚数と企業数は市場監管総局（2021）、生産面積はFiBL(2021)より筆者作成。

右は、中国緑色食品発展センター（2021）より、筆者作成。

（3）有機食品の国内消費・貿易

2020年の中国有機産品の推計小売販売額は804億元（約130億ドル）、うち国内産が701億元⁽⁸⁾、海外産（輸入）が103億元で、国内産は大半が加工品、海外産はほとんどが乳幼児用の乳製品や穀物製品である。輸入先は、アイルランド産が大きく（42億元（約6.5億ドル））、2位オーストリアの5倍以上である。輸出は、豆類や穀物類の加工産品が多く、額ではドイツ（5.5億ドル）、フランス（2.7億ドル）が目立つ（中国市場監管総局、2021）。

巨大な国内消費市場を反映し、国内市場規模では「世界有数」の有機産品消費国といえるが、消費者一人当たりの消費額は世界平均（約11ユーロ）の3分の1程度（約4ユーロ）と小さく、高価な有機食品を購入できる消費者は、富裕層や一部中間層に集中し、「価格に敏感な」特性を持つ一般消費者への浸透は非常に弱く、しかも、（2）に記したような経緯からも、「緑色食品」に比べた「有機」の知名度も弱いといわれる（山田、2019）。購買ルートは、外国系スーパー等に加え、北京、上海等の富裕層の多い大都市等を中心に専門店や生産者直営店も伸びており（徐・岩元、2013）、近年、ネット販売の伸びが大きい。

ただし、元来非常に健康志向の強い国民性であり、まだまだ一般食品への不信感（特に乳幼児向け）が強いことから、国民所得の増加とともに、潜在的ニーズはより大きくなると考えられる。現在、2021年から習近平政権が改めて掲げた「共同富裕」の旗印の下で、中間層の成長や農村部の所得、消費の拡大が進めば、より浸透していくものと考えられる。

（4）中国における有機農業の特徴 ―有機「ビジネス」の現状と問題―

中国の有機農業・有機産品は、特に国内市場の発展により、少数の企業がけん引する「ビジネス」としての色合いを強めており、「オルタナティブな農業」としての意識や、一般小農や消費者を巻き込んだ運動論、すそ野の広がりには弱い⁽⁹⁾ように見受けられる。

また、中国国内における環境や自然に対する国民の意識、ニーズの高まりを反映して、「緑色」の語を冠した取組が政府や社会各層に広がっており、「有機産品」に対する「緑色食品」優位の傾向はますます強まるのではないかと考えられる⁽¹⁰⁾。

（５）まとめ

中国の有機農業は、短期間の間に急速に、輸出主導から、巨大な国内市場主導への変貌を遂げ、実績ベースでは世界有数の「有機農業国」となっているものの、ビジネスとしての実利や、高価でも安全な食品を求める富裕層のためのものとの色彩が強いとみられる。

「緑色」重視の党・政府の政策展開の中で、「オルタナティブな農業」としての展開に向けた政府や国民意識の変化や、すそ野の広がり、国際的協調意識が育ってくるのか等、今後の展開が注目される。

百崎 賢之

- 注（１）このほか、品目別の生産量では、穀物ではトウモロコシ、水稻、野菜類ではイモ類、瓜類、果実ではリンゴ、ナツメ、その他、大豆等が上位を占める。有機認証証書発行枚数は、20,610枚、認証企業数が13,318社（畜産、水産等含む）となっている。（いずれも中国市場監管総局，2021）
- （２）現在の組織名は、国家環境保護局が生態環境部、農業部が農業農村部、国家認証認可監督管理委員会が国家市場監督管理総局内の一つのセクションとなっている。
- （３）毎年9月に、「有機産品認証宣伝ウィーク」開催など。
- （４）「緑色食品」は、「優良な生態環境から産出され、規定された技術規範に基づき生産され、全過程において品のコントロールがなされ、緑色食品マークの使用権を得た、安全・優良品質の食用産品と関連産品」とされている。ここで「技術規範」とされる「緑色食品標準」は、農業農村部が、「科学技術の原理を応用し、緑色食品の生産実践と結びつけ、国内外の関連標準を参照して」制定した標準とされている。「先進農業技術、理念と（中国の）国情が完全にうまく結合したもの」（中国緑色食品発展センター，2021）とも説明されている。緑色食品は、A級とAA級に区分され、後者は、ほぼIFOAM基準の有機産品と同等レベルとされている。
- （５）文件名は、「郷村振興を全面的に推進し、農業農村の現代化を加速させることについての意見」。
- （６）「国民経済と社会発展の第14次5か年計画」と同一期間につき、その細部計画として公表。
- （７）具体的には、助成制度としては、認証取得に対する補助、農作物病虫害の「緑色」防除補助、業者のライブコマース等の広告宣伝活動補助、緑色・有機食品企業の店舗開設（ネット上店舗を含む）補助等。「基地化」等としては、農業農村部と省政府が連携して特定の地域を「緑色有機農産品基地」（緑色食品原料や有機農産品に関し、政策、プロジェクト、資金等を重点的に投入して生産モデル圃場や産業チェーンのモデル地区等の形成を行うもの）や、「現代生態循環農業特区」等として発展させる取組。税制面では、増値税（付加価値税）の税率引下げ実施など。
- （８）これに対し、「緑色食品」の国内小売額（2020年）は5,075.7億元（中国緑色食品発展センター，2021）。なお、（１）との関連で、2020年の緑色食品認証保有産品数は、42,739個、認証保有企業（事業体）数は19,321社（同上）。認証有効期間は、有機産品が1年に対し、緑色食品は3年。
- （９）一方で、大きな動きとはいえないが、2005年スタートの中国版コミュニティ支援農業（CSA）の取組も続いており、市民の自発的動きは弱いと評されるが、引き続き注目する必要がある。
- （10）中国共産党・政府は、近年、あらゆる行政分野の政策において「緑色発展」を強調する傾向がある。ただし、これが使用される分野や組織、場面によってその意味合いは異なっており、自然、生態（エコ）、環境保全、低公害、安心・安全など多義的に使い分けられていると考えられる。ある意味では、その「あいまいさ」を活かして各政策のイメージアップを図っている面もあると考えられる。今後、低炭素社会化に向けて、「2030年までに炭素排出量ピークアウト、2060年までにカーボンニュートラル実現」という習近平国家主席自らの国際的な公約（2020年9月22日国連総会演説）もある中で、世界的にも「グリーン」重視の流れが高まっていることと、最近の中国が「強国」を自負し、政治、社会全般について自国中心の独自路線を歩む傾向を強めていることとの間の接点が見いだしやすい「緑色」食品は、中国社会における受容可能性が高いと考えられる。他方、農産物・食品の海外市場の獲得に向けては、「ビジネス」としての有機産品は増加が継続する可能性が高い。

【引用文献】

【日本語文献】

- 山田七絵（2019）「中国の有機農業ビジネス—現代の「四千年農夫」をめざして」日本貿易振興機構・アジア経済研究所『IDE スクエア』，
https://www.ide.go.jp/Japanese/IDESquare/Analysis/2019/ISQ201910_001.html
 徐 屹暉・岩元泉（2013）「中国有機農業の発展と有機認証システムの構築」鹿児島大学農学部学術報告63号（2013年3月），<https://agriknowledge.affrc.go.jp/RN/2030892591.pdf>

【外国語文献】

- 産業情報（2021）産業情報網「2020年中国有機食品産業発展現状分析」2021年7月1日，
<https://www.chyxx.com/industry/202107/960497.html>
 中国緑色食品発展センター（2021）「2020年 緑色食品統計年報」，
<http://www.greenfood.agri.cn/ztzl/tjnb/lssp/>
 中国市場監管総局（2021）「中国有機産品認証と有機産業発展（2021）」，
<https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404685630314512551>
 FiBL（2021）「The World of Organic Agriculture 2021」，
<https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1150-organic-world-2021.pdf>

7. ドイツの有機農業：メインストリーム化とオルタナティブの拮抗

(1) 有機農業の概要

本研究を実施したグローバル化チームの調査対象国のうち、ドイツは有機農業の「リーダー」に位置づけられる（総論参照）。ドイツの有機農業は1996年から2020年までに、経営数も、農用地面積も約4.8倍に拡大した。2020年現在、35,396経営⁽¹⁾（農業全体の13.5%）が約170万ha（同10.3%）で有機農業を営む（BMEL, 2018, 2020）⁽²⁾。有機農用地の内訳は永年草地52%、耕地46%⁽³⁾などである（Destatis, 2021）。近年は、耕地の増加率が高く（BÖLW, 2021:12）⁽⁴⁾、マメ科の青刈と緑肥の兼用が重視されている（BW, 2021）。

(2) 政府の関与の有無

ドイツでは、農業による環境汚染と生物多様性の危機が深刻だった（Reichholf u. Steinbach, 1989）。1989年に農業粗放化の施策で有機農業の支援が始まった⁽⁵⁾（Nieberg et al., 2011）。公的・民間の有機認証があり、いずれもEU有機農業規則に基づいている。

EU共通農業政策下で有機農業が支援されており、例えば、2014年-2020年期中にヘッセン州では、農業環境・ランドスケープ保全プログラムにより、有機農業の直接支払⁽⁶⁾、認証費用の助成⁽⁷⁾、農産物の加工・販売への支援が行われた。また、州は農家に有機農業への転換、生産技術、品質確保、経営に関する指導を行った（HMKULV, 2018a, 2018b）。

(3) 有機食品の国内消費・貿易

ドイツで有機農業が拡大した背景には、国内の有機食品の市場拡大があった（Stolze, 2018）⁽⁸⁾。寒冷地の多いドイツは農産物の輸入国でもある。有機食品に関しても、温暖なスペイン、イタリア、フランス、アフリカ諸国や南米から、また、近年に有機農業が急拡大した東欧からの輸入が多い（戸川, 2021；飯田, 2019；Schaack et al. 2011）。

有機食品の販売に関しては、1990年代まで、ドイツでは、農家での直売、都会の専門店での販売が主流だった。2000年代には、200平方メートル超の売場面積のある有機専門のチェーン店等が次々と開店し（2007年現在では450店舗、BÖLW, 2008:18）、一般のスーパーマーケットとディスカウントストアでの有機食品の販売も広がった。Stolzeによると、有機食品の流通システムが構築されて流通コストが削減され、有機食品の価格は低下した。一方、有機農業の生産者受取価格は再生産価格を維持している（Stolze, 2018）。

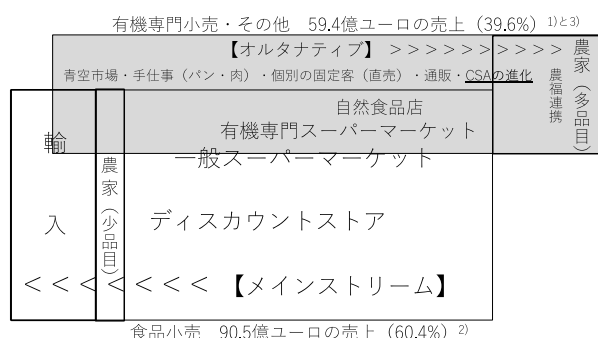
有機食品の購買層に関しては、2004年のWippermann & Hübsch（2007）による消費者調査とSinus Milieuの分析では、「ポスト・マテリアル層」という、上流・中流の社会階層のうち、世の中の新たな方向性を模索する層で、有機食品の購買頻度が最も高かった。一方、1980年代には観察されなかった、上流・中流の「保守層」と「パフォーマー層（若手エリート）」による有機食品の購買も確認された⁽⁹⁾。筆者がSinus Milieuを参考にドイツの小売店の様子を振り返った限りでは、2010年代に中流・下流の「伝統層」と「大衆層」も購買層に加わり、定着し、有機食品が「メインストリーム化」したと思われる⁽¹⁰⁾。

(4) ドイツにおける有機農業の特徴

ドイツでは、有機農業経営の半数が有機農業連合会に所属している（BÖLW, 2021）⁽¹¹⁾。
廉価な有機食品の流通に対抗して、連合会では、農家間の摩擦⁽¹²⁾や出荷制限⁽¹³⁾があった。

地域支援型農業（CSA）として有機農業を支える動きも進化した。例えば、ユネスコ生物圏保存地域ロエンでは、飲食店と農家、加工業者が、在来種の羊などの地産地消し、山岳の放牧地と生態系、「遠くまで広がる大地」と呼ばれる農風景を保全してきた。1990年代にNPOが設立され、2008年には地域名商標とともに有機農業用の地域名商標も登録された。2019年以降、第3セクターが商標を管理している（Klüber-Wibelitz, 2019）。

環境先進都市フライブルクでは、2006年に市民が「地域の価値株式会社」(Regionalwert AG Freiburg)を設立し、有機農業に特化して、地産地消、農業経営への投資、後継者のいない経営の購入、農用地の取得と営農委託、経営者探し、経営助言をしている(HiB, 2014)。Oschatz (2015)によると、「開かれた」・「グリーン」など、フライブルクの「地域イメージ (Ipsen, 1997)」⁽¹⁴⁾が、市民の社会イノベーションを後押しした。2020年には、ドイツ西部の LEADER 地域でも⁽¹⁵⁾、同様の会社が設立された (Regionalwert AG Münsterland)。フライブルクの経営モデルはドイツに広がり、2021年、7地域に各社がある。7社合計で3,900の出資者が1,300万ユーロ出資し、130の有機農業経営が参加し、販売額が年間3億ユーロある。さらに4地域で設立中、8地域で検討中である(Rech. 2021)。



第3図 ドイツにおける有機農業・食品のオルタナティブとメインストリームの拮抗

資料: 飯田恭子と戸川律子が文献・現地調査に基づき作成。BÖLW(2021:26)を参考に 1)2)3)を配置。数値は 2020 年。

- 1)「有機専門小売」(37 億ユーロ売上げ、売上げ全体の 24.7%) には、税抜 50,000 ユーロ以上の商品を仕入れる農家の直売店を含む(とりわけ卸売業者からの仕入れ)。
- 2)「食品小売」(90.5 億ユーロ売上げ、売上げ全体の 60.4%) には、ドラッグストアを含む。
- 3)「その他」(22.4 億ユーロ売上げ、売上げ全体の 14.9%) には、パン屋、精肉店、青果店、青空市場、農家の直売(店舗なし)、定期購入ボックス、通信販売、ガソリンスタンド、自然食品店を含む。

(5) まとめ

ドイツでは、一部の有機農業と有機食品輸入が流通と結びつき、購買層を開拓し、「メインストリーム化」した。一方、「オルタナティブ」な有機農業の CSA も広がりつつある。戸川は、フランスの有機農業は「地元産」に舵を切ったと示した（フランス稿参照）。香坂・石井（2021）は、オーストリアでも「原風景、故郷の景観と有機を結びつけた」とし、「有機産品の市場規模拡大」と「地元・地域を大切にするという有機農業のルーツを失う」ジレンマを有機農業の普及過渡期に考察した。ドイツの有機農業のメインストリーム化とオルタナティブの拮抗に関して（第3図）、今後も動向を観察したい。

飯田 恭子

- 註 (1) 農地が 5ha 未満の農業経営を含む (BMEL, 2020)。5ha 以上の農地がある有機農業経営は、2020 年現在、26,100 である (Destatis, 2021)。
- (2) 有機農業経営当たりの農地面積は平均で約 48ha であるが、地域差が大きい。南部のバーデン・ヴュルテンベルク州では 25ha から 36ha 程度、北部のメクレンブルク・フォアポンメルン州では 250ha 以上である (Destatis, 2021)。東部には、大規模な集団経営を由来とする有機農業の農場もある。
- (3) 耕地のうち、穀物は 48%、青刈飼料は 32%、豆類は 9%、その他は 11%ある (Destatis, 2021)。
- (4) 2019 年前年比の面積増加率は、永年草地 6.4%増、ワイン用ブドウ園 14%増であった。耕地では、穀物 15%増・飼料 13%増であった (BÖLW, 2021:14-15)。
- (5) 助成金の総額は 1997 年に 6,500 万ユーロ、2014 年に 1 億 5,900 万ユーロと拡大した (BMEL, 2021a:16)。
- (6) 直接支払の 1ha 当たりの単価は (2014 年)、多年生作物 (果樹園、ワイン用ブドウ園、造園用樹木園) は 750 ユーロ、野菜は 420 ユーロ、耕地は 260 ユーロ、草地・放牧地は 190 ユーロであった。
- (7) 有機認証費用では、1ha 当たり 50 ユーロが、経営体当たり 600 ユーロを上限に補助された。
- (8) 有機食品とは、有機農産物、加工食品、飲料を含み、その売上は 2017 年に 100 億ユーロを超えた。
- (9) 消費者調査が専門の GfK 研究所が 2 万世帯にバーコードスキャナーとコードブックを配布して有機食品の消費行動を調査。Sinus Sociovision 研究所が Sinus Milieus® (ジューズ・ミリュー) という社会階層 (上流・中流・下流) と志向のマトリックス (伝統・近代/現代・新たな方向性) で購買層を分析。2021 年現在、ドイツに 10 種のミリュー (価値観・ライフスタイル) の人々がいるとされる。
- (10) 連邦食料・農業省の委託調査結果では、調査対象者の 20%が地域産品を、15%が有機食品を、新型コロナのパンデミック以前よりも頻繁に購入した (BMEL, 2021b)。
- (11) 連合会の認証基準は、EU 有機認証基準を満たしつつ、連合会ごとに独自にハードルを上げている。
- (12) 会員数が最多で、物質循環と生物多様性の保全に熱心な有機農業連合会のビオランドが、ディスカウントストアと契約した際には、少品目と多品目生産の会員農家間で摩擦が起きた (Linz, 2019)。
- (13) ルドルフ・シュタイナーの有機・自然農法を継承する有機農業連合会のデメターは、小売店に厳しい出荷要件を示し、ディスカウントストアへの出荷が実質的に制限された (bio verlag, 2016)。
- (14) Ipsen (1997) によると、「地域イメージ Raumbilder」には時代性が反映されている。地域の繁栄と衰退には、地域イメージの変遷が伴う。Oschatz (2015) は、フライブルクの地域イメージを「開かれた、グリーン、特別、観光、堪能、農業、多様性」として、市民株式会社の取組を考察した。
- (15) LEADER 事業では地域の人々と組織がローカル・アクション・グループを組織し、地域振興する。

[引用文献]

- 飯田恭子 (2019) 「ドイツにおける農村振興政策」農林水産政策研究所『プロジェクト研究 [主要国農業戦略横断・総合] 研究資料 第10号』: 17-18.
- 香坂玲・石井圭一 (2021) 「有機農業で変わる食と暮らし-ヨーロッパの現場から」岩波書店.
- 戸川律子 (2021) 「フランスの有機農業」農林水産省 省内ミニ報告会資料.
- bio verlag (2016) Vertriebsstrategie: Demeter-Ware ab 800 Bio-Artikel, bio Verlag, Aschaffenburg.
- BMEL (2018) Betriebe und Fläche des Ökologischen Landbaus in Deutschland.
- BMEL (2020) Ökologischer Landbau nach Verordnung (EG) Nr. 834/2007 i.V.m. Verordnung (EG) Nr. 889/2008 in Deutschland im Jahr 2020, 2020 年 12 月 31 日現在, Statistisches Bundesamt より.
- BMEL (2021a) *Ökologischer Landbau in Deutschland*, Stand Februar 2021, Tabelle 2: Betriebe und Flächen des ökologischen Landbaus in Deutschland, Bonn : 16.
- BMEL (2021b) *Öko-Barometer 2020*.
- BÖLW (2008) *Branchenreport 2008*, Berlin:18.
- BÖLW (2021) *Branchenreport 2021*, Berlin:12.
- BW; Baden-Württemberg (2021) Starkes Wachstum der ökologischen Landwirtschaft.
- Destatis; Statistisches Bundesamt (2021) Deutlicher Zuwachs an Ökobetrieben und ökologisch bewirtschafteten Flächen im letzten Jahrzehnt, Pressemitteilung Nr. N040.
- Hiß, C. (2014) *Regionalwert AG*, Verlag Herder, Freiburg i.Br.
- HMKULV; Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz - (2018a) *Ökologischer Landbau*, Wiesbaden.
- HMKULV (2018b) *Ökologischer Landbau, Jetzt umstellen und Chancen nutzen!*, Wiesbaden.
- Ipsen, D. (1997) *Raumbilder, Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung*, Pfaffenweiler.
- Klüber-Wibelitz, M. (2019) Dachmarke Rhön, Rhön GmbH, Geisa. インタビュー, 2019年11月20日.
- Linz, P. (2019) ドイツの有機農業と農福連携, 農林水産政策研究所. インタビュー, 2019年1月29日.
- Nieberg, H., Kuhnert H. u. Sanders J. (2011) *Förderung des ökologischen Landbaus in Deutschland*, Sonderheft 347, Johan Heinrich von Thünen-Institut, Braunschweig.
- Oschatz, R. (2015) *Soziale Innovationen aus räumlicher Perspektive*, Books on Demand, Norderstedt.
- Rech, C. (2021) Gründungsvorbereitung für die Regionalwert AG Münsterland im Projekt regionaler Wertschöpfungsraum, Green Deal in LEADER - Teil II, DVS, Bonn. 2021年4月13日ライブ配信.
- Reichholf, J. u. Steinbach, G. (1989) *Feld und Flur*, Mosaik Verlag, München.
- Schaack, D., Rampold, C., Willer, H., Rippin, M., von Koerber, H. (2011) *Analyse der Entwicklung des ausländischen Angebots bei Bioprodukten mit Relevanz für den deutschen Biomarkt*, AMI, Bonn.
- Stolze, M. (2018) 講演「ヨーロッパにおける有機セクターの展開状況と農政改革の潮流」, 国際シンポジウム『農業の持続可能性評価の試みと有機農業』基調講演, 立教大学及び講演後のインタビュー.
- Wippermann, C. & Hübsch, H. (2007) Bio-Käufer in den Sinus-Milieus®, Eine Studie von Sinus Sociovision und GfK Panel Services Deutschland, erstellt für bio verlag u. BioFach 2007.

8. フランスの有機農業：地元産のダイナミズム

（1）有機農業の概要

フランスでは、1920年代以降、オーストリア、ドイツ、スイス、英国、日本で発展したオルタナティブな農業に影響を受けた複数の農業者が代替農法を発展させ、地元での直売を通じて草の根的に拡がり、他方で、専門店が消費者ニーズを発掘する販売チャネルとして出現した⁽¹⁾。その後、慣行農業による問題が顕在化し代替農業の必要性が叫ばれ、1970年代にフランス有機農法の基礎が確立した⁽²⁾（Viel, 1979）。その仕様書が1980年代に承認され、フランス政府は代替農業を「有機農業（Agriculture Biologique）」として法制化し⁽³⁾、世界で初めて有機認証制度を開始した（石井，2021）。その普及については、他のEU諸国と比べ遅延していたが、2018年より急速に拡大した有機農用地面積は、2020年にEU域内最大（255万ha）となり、農業経営数は53,255（前年比13%増）である（Agence Bio, 2021）。

（2）政府の関与の有無

フランス政府の有機農業への本格的な関与は、欧州共通農業政策において環境問題が提起された1990年代である。フランス政府は、1998年より複数年に渡る有機農業計画を開始し⁽⁴⁾、「2005年までに有機農用地シェア3%」目標を掲げた。しかし2007年「環境グルネル会議」を契機として、その停滞が明確となった（Vinçon, 2017）。一方、農業経営数が年々減少し農用地が集約する中、2000年以降に食の安全性や環境問題に関心を持ち始めた消費者側では、消費社会を担う大型小売業を批判し、生産地との近接性を第一条件に、環境意識の高い小規模農家を支持する動きが活発化した⁽⁵⁾（戸川，2020）。フランス政府は消費者の動向に対応し、消費者の求める流通経路とそのアクセス整備を開始し、有機農業を推進した（DGCCRF, 2019）。また2018年に策定されたフランス新農業・食品法では、集団給食に有機食品の利用が義務化され、自治体は地元産を奨励した。「2022年までに有機農用地シェア15%」目標を掲げたフランス政府の有機転換支援総額（2018年～2022年）は11億ユーロに及ぶ（MAA, 2018）。

（3）有機食品の国内消費・貿易

EUにおける有機食品市場は、2020年に480億ユーロ（前年比6.1%増）に達し、10年間で約3倍に成長した。国別の割合は、1位ドイツ（150億ユーロ）、2位フランス（132億ユーロ）、3位イタリア（43億ユーロ）である（Agence Bio, 2021）。

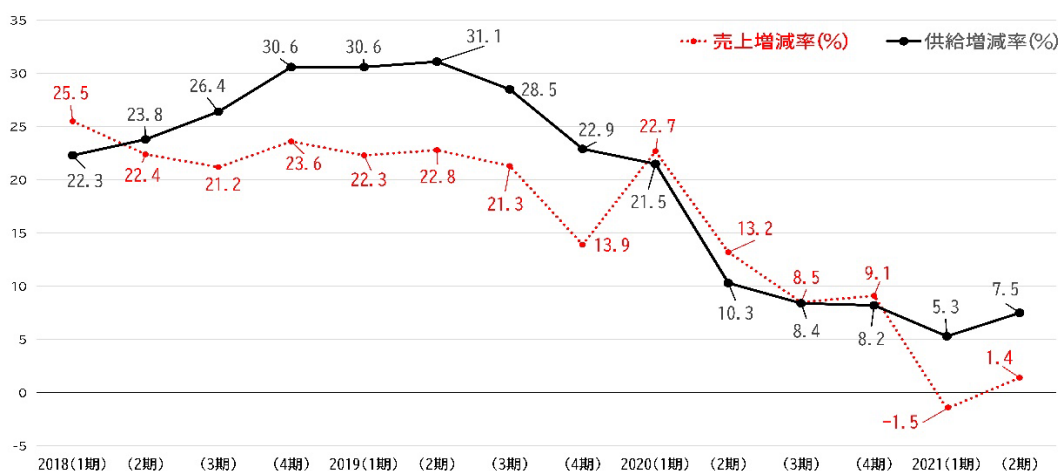
フランスの有機食品貿易は主にEU域内で行われ、国内有機農業の普及が進むとともに輸出は伸びを示し、2019年度は、輸出額約8億3千万ユーロ（2017年度7億ユーロ）である。中でも、輸出額全体の6割以上を占めるワインは第三国にも輸出している。一方、国内市場は内需が国内供給を上回る状況にあり、主にスペイン、イタリアから生鮮野菜と果物、オリーブ等を輸入し、加工食品、ノンアルコール飲料、フルーツジュース等は、第

三国からも輸入している。それらの販売チャネルは主に大型流通小売業であるが、有機食品の輸入量割合は2017年から減少傾向にあり約33%にとどまっている。なおフランス食文化として定着している有機のカカオやコーヒー豆、トロピカルフルーツなど、国内生産が困難な「特定食品」は、常に輸入量全体の15%程度を占めている (Agence Bio, 2020)。

(4) フランスにおける有機農業の特徴

フランスにおける有機農業の特徴は、直売割合がEU諸国の中で最も高いことが挙げられる (Agence Bio, 2019)。しかしCOVID-19の影響下、2020年3月14日に生活必需品を除く公共施設閉鎖 (伝染病警戒レベル3) が宣言され⁽⁶⁾、直売の野外市場等はその対象とされた。全国営農組合連盟 (FNSEA) は、直ちに市場再開と地元産の供給強化を政府に呼びかけた⁽⁷⁾。また接触を避けるため、電話や電子メールによる受注と「置き配⁽⁸⁾」を開始した有機農業組織 (FNAB) の地元産直売グループは注文が急増した⁽⁹⁾。

一方、閉鎖を免れた大型流通小売業では、一次都市封鎖期間 (2020年1期) に、有機食品の売上増減率が22.7%と上昇を示したが、2021年1期の売上増減率が初めてマイナス1.5%に転じた (第4図参照)。コロナ禍の有機食品市場の一時的な需給バランスの崩れが要因か、輸入有機食品に対する消費意欲が勢いを失い始めたか、継続的な考察を要する⁽¹⁰⁾。



第4図 フランスの大型流通小売業における有機食品の売上げと供給の増減率の推移

資料：LSA (2021) より筆者作成。

注 1) ハードディスカウントスーパーは除く。数値は、対前年同期増減率。

2) 都市封鎖期間：一次 2020/03/16～04/12、二次 2020/10/30～12/01、三次 2021/04/03～05/02。

(5) まとめ

マクロン大統領は、第一次都市封鎖宣言の演説において、環境と健康そして食料不足への懸念を強めた国民に対し、輸入依存を高めてきた食料供給は今後脅威となると訴えた⁽¹¹⁾。コロナ禍に農業および食料政策の帰路に立ったフランスは、欧州最大の農業国としての地位を取り戻す戦略の一つとして、高い環境価値の有機農業を産業として発展させる一方、国内需要に応える地元産の食料供給を中心に位置づけた地域経済社会の実現が課題である。

戸川 律子

註

- (1) 1948年パリに創業した自然食品店ラヴィ・クレールが最初の専門店とされる。創業者 Henri-Charles Geffroy は、1946年から健康に関する雑誌「ラヴィ・クレール」をパリで創刊し、都市には少なからず需要があることを認識し専門店を開いた。
- (2) フランスの有機農業グループは、1972年に英国、スウェーデン、南アフリカ、米国の有機農業組織に国際有機農業運動連盟 (IFOAM) の結成を呼びかけ、フランス国内では、1978年に全国有機農業連盟 (FNAB) を創設し、全ての有機農業組織を対象としたネットワークがつくられた。
- (3) フランス農業基本法 (la loi d'orientation agricole de juillet 1980) にて、代替農業は正式に「有機農業」と明記され、以後 AB ラベルはフランス国所有。
- (4) 有機農業計画 (PPDAB) は、1998-2002 と 2004-2008。その後、Horizon 2012 は 2008-2012 の期間。
- (5) 1988年から2000年までの間に、農場数は35万以上の減少。一方農業用地面積には大きな減少は見られない (Agreste, 2019)。農業経営者 (自営業) が農業経営数の約70%を占めるが、そのうちの約38% (131,000の農業経営者) が月額400ユーロ未満の収入であり、小規模農家の経営維持が困難とされていた。環境意識の高い小規模農家を支持する消費者の動きについては、註 (9) を参照。
- (6) 特別外出文書の提示、1日1時間1km以内の移動可、罰則としての反則金等、厳しい外出制限。二次都市封鎖以降、移動範囲は緩和され10km以内。
- (7) 有機農産物に限らず国産農産物 (花き含む) の供給強化を訴えた (FNSEA, 2020)。
- (8) フランスでは、通常「ドライブ」と表現されるが、「ドライブ」は日本の「置き配」と非常に近いため、ここでは理解しやすい日本郵政株式会社の次の定義を踏襲し、「置き配」と表現した。「あらかじめご指定いただいた場所 (玄関前、置き配ボックス、宅配ボックス、車庫、物置など) に非対面で荷物などをお届けするサービス」。
- (9) 直売は、伝統的に農家が農場で販売する「農場直売」、野外市場 (マルシェなど) で販売する「移動直売」の二種類に大別される。それに加え、2000年以降は、有機農業者と消費者とを直接結ぶ役割を担うアソシエーションや協同組合、企業が出現し、それらが小規模有機農業者の経済的援助を目的に直売を促進してきた。それら事業者へのインタビュー調査によれば、都市封鎖期間の発注数は、通常の3倍から7倍となった (Schaub, 2020)。その有効性から、直近では2021年1月にフランス農業食品省による全国農業者プラットフォーム「Frais et local (新鮮そして地元)」が立ち上げられ、2021年3月時点で登録数12,000の農業者の連絡先とその「置き配」の場所が掲載されている。
- (10) フランスの有機食品市場は、Agence Bio (2021) によれば、2019年の対前年増減率は13.5%であったが、2020年は10.4%であった。その伸び率の鈍化要因については、COVID-19の影響で流通が滞り供給不足、またそれによる価格の高騰が大きいという分析結果が多い中、フランスの有機食品市場は成長のピークを越えたとの評価も見られる (FAM, 2020)。
- (11) 2020年3月12日にマクロン大統領がエリゼ宮殿から行った演説。当時、筆者はフランスに滞在。
<https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/12/adresse-aux-francais> (2021年12月25日閲覧)。

〔引用文献〕

- 石井圭一 (2021) 「有機農業の歴史性と検査認証制度はどのように両立するか? : フランスにおける経験から」『日本有機農業学会』13 (1) : 31-42.
- 戸川律子 (2020) 「フランスーEUにおけるフランス有機農業の位置付けと有機市場の現状」農林水産政策研究所『プロジェクト研究 [主要国農業政策・貿易政策] 研究資料 第5号』.
- Agence Bio (2019) *Les grandes cultures bio dans l'Union Européenne*.
- Agence Bio (2020) *Le marché alimentaire bio en 2019*.
- Agence Bio (2021) *Le Bio, Acteur incontournable de la souveraineté alimentaire*.
- Agreste (2019) *Graph'agri 2019*.
- DGCCRF (2019) *Produits alimentaires commercialisés en circuits courts*, le ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance.
- FAM; France Agri Mer (2020) *L'impact de la crise de la COVID-19 sur la consommation alimentaire en France : parenthèse, accélérateur ou élément de rupture de tendances ?*
- FNSEA (2020) *Confinement : la FNSEA appelle à manger local et français*, 21 octobre.
- LSA (2021) *Les influenceurs, ces nouveaux chouchous de la grande consommation*.
- MAA; Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation (2018) *Programme ambition bio 2022*.
- Schaub Coralie (2020) *Le boom des réseaux de circuits courts*, FNAB, avril.
- Viel Jeanne Marie (1979) *L'agriculture biologique: une réponse?*, Editions entente.
- Vinçon Philippe (2017) *DGER/SDPFE/2017-163*, MDDF.

9. ロシアの有機農業：企業が生産を担う新興国

(1) 有機農業の概要

FAOSTAT によれば、2019 年におけるロシアの農用地 (Agricultural land) の総面積 2 億 1,549 万 ha、耕地 (Cropland) の総面積 1 億 2,344 万 ha に対し、有機農業地域 (Agriculture area under organic agriculture) の総面積は 67.4 万 ha である⁽¹⁾。

第3表 ロシアの農用地、耕地及び有機農業地域の面積の推移

(単位：千 ha)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
農用地	215,494	215,494	215,494	215,494	215,494	215,494	215,494	215,494	215,494	215,494
耕地	123,442	123,442	123,442	123,442	123,442	123,442	123,442	123,442	123,442	123,442
有機農業地域	44	127	146	144	246	385	315	657	607	674

資料：FAOSTAT

また、Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)によれば、2019 年のロシアの有機農用地 (Organic agricultural land) の総面積は 674,370ha であり (FAOSTAT の有機農業地域の総面積と一致)、同年のロシアの農用地総面積に占める有機農用地面積の割合は 0.3%といまだ限定的であるが⁽²⁾、2014 年以降有機農用地面積の増加が加速している。有機農用地面積を作物別に見ると、穀物、油糧種子、乾燥豆が大半を占めており、2019 年の値は、それぞれ 241,130ha、214,894ha、58,464ha である。いずれも、ロシアの農業経営体の分類では農業組織や農民経営といった企業的な経営体が担う大規模な畑作で生産される品目である⁽³⁾。ドロブィシエフスキー・シニーツィン (2021) は、これら品目は欧州諸国向けの加工原料であるとしている⁽⁴⁾。

第4表 ロシアの有機農用地の総面積及び主要作物別面積

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
有機農用地総面積 (ha)	44,017	126,848	146,251	144,254	245,846	385,140	289,890	656,933	606,975	674,370
有機農用地面積割合 (%)	0.02	0.06	0.07	0.1	0.1	0.2	0.1	0.3	0.3	0.3
うち穀物 (ha)		4,772	3,304	9,889	10,415	150,272	12,836	156,619	119,753	241,130
油糧種子 (ha)		724	985	170	170	7,214	31,680	114,575	114,882	214,894
乾燥豆 (ha)					850	1,684	2,674	26,447	29,596	58,464

資料：FiBL & IFOAM, The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends, 2012 - 2021.

(2) 政府の関与の有無

1) 法令の整備

有機農業に係る基準としては、FAO/WHO Codex の基準 (CAC/GL 32-1999) に基づき、2016 年にユーラシア経済連合共通の品質規格である GOST に「GOST 33980-2016 有機生産の生産物—生産、加工、証票の表示及び販売に係る規則」⁽⁵⁾等が定められている。そ

の後、有機農業に関する法律として2018年8月3日付けロシア連邦法第280-FZ「有機生産物及びロシア連邦諸法令の改正について」⁽⁶⁾（以下「有機生産物法」という）が定められ、2020年1月1日から施行されている。

同法に基づく有機生産物生産の適合性認証（法第5条）は、有機生産物生産者からの申請に基づき、認証機関が上記GOST規格等に基づき審査・認証する仕組みである。主な認証機関は、①オルガニック・エクスパート、②オルガニック・セルティフィケートツィヤ、③ロシア品質システム「ロスカーチェストヴォ」の3つである⁽⁷⁾。当該認証を受けた有機生産物生産者は国家統一登録台帳（法第6条）に掲載されることとなっており、2021年12月15日時点で同台帳に掲載されている有機生産物生産者は、重複掲載を除いて75、内訳は、有限責任会社52、農民経営・個人企業10、株式会社9、農業生産協同組合2、政府系法人2であり⁽⁸⁾、農業生産者だけでなく加工業者なども含まれている。ほとんどは規模の大きい企業的な生産主体とみられる。

なお、有機生産物法とは別に2021年6月11日付けロシア連邦法第159-FZ「改善された性格の農産物、農産原料及び食品について」が制定され、2022年3月1日から施行されるが、同法は報道では「グリーン農産物法」等と呼ばれ、内容的に有機生産物法と類似していることから、今後両法の役割分担等について注視していく必要がある⁽⁹⁾。

2) 助成措置

有機生産物法においては、有機生産物生産に対する国の支援措置の確保が規定されており（第9条）、連邦及び一部の連邦構成主体において、有機生産者に対する認証料金の助成や生産資機材の購入費用の助成等の支援措置が講じられている⁽¹⁰⁾。

（3）有機食品の国内消費・貿易

ロシアの有機食品の国内消費や貿易に係る公的統計は見当たらない⁽¹¹⁾。

（4）ロシアにおける有機農業の特徴

ロシアの有機農用地面積の動向や有機農業に係る法令の整備状況などからは、ロシアで官民ともに有機農業への取組が本格化したのは2010年代後半以降と考えられる。有機農業の公的認証を受けている農業生産者は、組織形態や作目から考えると、ほとんどが規模の大きい企業的な生産主体とみられる。ロシアは、有機農業については文字どおり新興国であり、有機農業の性格という面では、消費者と生産者の結びつきといった運動的な性格よりも、規模の大きい企業による事業活動としての色彩が強いことが特徴である。

（5）まとめ

ロシアは有機農業の新興国であるが、土地資源等の面で潜在力があり、政府・業界関係者の輸出への関心も高い。今後、更に生産・輸出を拡大させる可能性があり、注目したい。

長友 謙治

- 注(1) FAOSTAT では、有機農業地域面積は2004年以降、うちロシアは2007年以降の数値が掲載されている。
- (2) FiBL は、農用地総面積に占める有機農用地面積の割合(2019年0.3%)を、FAOSTAT の Agricultural land の総面積を分母とし、同じく Agriculture area under organic agriculture(=FiBL の Organic agricultural land) の面積を分子として算出している模様。FAOSTAT のロシアの Agricultural land の総面積は、2008年以来2億1,549万haで固定されており、その値はロシアの土地地目区分の сельскохозяйственные угодья(農用地)の総面積(2008年1月1日現在2億2,057万ha。ロシア土地白書2007年版191頁)に近い。FAOSTAT はロシアの Cropland の面積(2008年以来1億2,344万haで固定)も示しているが、この値は、ロシアの「農用地」のうちの「耕地」(пашня)の面積(2008年1月1日現在1億2,157万ha。ロシア土地白書2007年版191頁)に近い(農用地の内訳は、耕地、休耕地、多年生樹木植栽地、採草地、放牧地)。ただし、ここでいうロシアの「農用地」、「耕地」等はあくまで「地目区分」(=登記上の用途)なので、耕作放棄地等も少なからず含まれている。2019年1月1日現在のロシアの耕地面積1億2,275万haに対し、同年の耕種作物の総播種面積は7,988万haなので、地目「耕地」のうち4,000万ha程度は、実際には利用されていないと考えられる。そうすると、ロシアの有機農用地面積の割合は、実際に使われている耕地の総面積(近似値として耕種作物の総播種面積7,988万ha)を分母として計算した0.8%程度と考えることが可能である。それでも広大な耕地面積の中では限定的である。
- (3) 農業組織、農民経営等のロシアの農業生産主体については長友(2021)参照。
- (4) ドロブィシェフスキー・シニーツィン(2021:38)。なお、著者は、ロシアだけでなくユーラシア経済連合加盟国(アルメニア、ベラルーシ、カザフスタン、キルギスタン、ロシア)共通の傾向として指摘している。
- (5) ГОСТ 33980-2016 ПРОДУКЦИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА Правила производства, переработки, маркировки и реализации.
- (6) Федеральный закон от 03.08.2018 г. № 280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
- (7) ロシア語表記は、①ООО «Органик Эксперт», ②ООО «Органик-Сертификация», ③Российская система качества «Роскачество»である。①, ②は民間の有限責任会社, ③は政府系機関である。
- (8) 有機生産物生産者国家統一登録台帳の掲載内容はロシア連邦農業省の下記サイトで公表されている。
<http://opendata.mcx.ru/opendata/7708075454-organicprod>
- (9) Федеральный закон от 11.06.2021 г. № 159-ФЗ «О сельскохозяйственной продукции, сырье продовольствии с улучшенными характеристиками».
- (10) ロスカーチェストヴォ(2021)
- (11) Зер-Эвья(2020)は、ロシアの全国有機連盟(Национальный органический союз)の推計として、ロシアの有機生産物生産額2018年190百万ドル(2020年予測値250百万ドル)、同輸出額2018年150百万ドルとの数値を示している。

[引用・参考文献]

【日本語文献】

長友謙治(2021)「ロシアー農業におけるグローバル化と生産主体の構造変化ー」農林水産政策研究所『プロジェクト研究「主要国農業政策・貿易政策」研究資料第8号』。

【ロシア語文献】本文中では「日本語訳の著者名(刊行年)」又は項目末尾に示す【】内の略称で引用。

Зуева Л. (2020), Органика - российского ли поля ягода?, *Агроинвестор*, 2020.4, С. 24-28. (Зер-Эвья(2020)「オーガニックベリ畑はロシアのものか?」『アグロインヴェストル』2020年4月号:24-28.)

Дробышевский А. и Силицын А. (2021), Органик union, *Агроинвестор*, 2021.6, С. 36-40. (ドロブィシェフスキー・シニーツィン(2021)「オーガニック・ユニオン」『アグロインヴェストル』2021年6月号:36-40.)

Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель в Российской Федерации в 2007 и 2018 годах. 『ロシア連邦における土地の現状と利用に関する国家報告』【ロシア土地白書】2007年版及び2018年版。

Роскачество(2021), *Органический атлас России 2021*. ロスカーチェストヴォ(2021)『ロシア有機農業アトラス2021』。 https://roskachestvo.gov.ru/upload/organic_atlas_r2021.pdf

【英語文献】

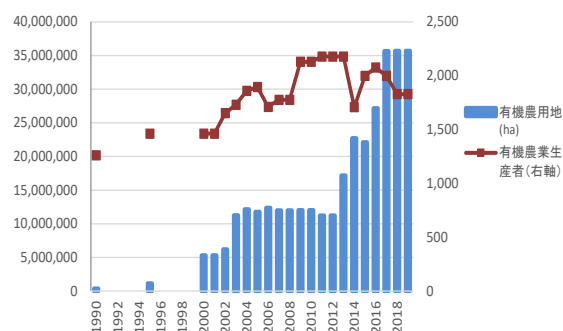
FAOSTAT, <https://www.fao.org/faostat/en/#home>

FiBL & IFOAM, The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends, 2012-2021.

10. オーストラリアの有機農業：市場・輸出志向での拡大

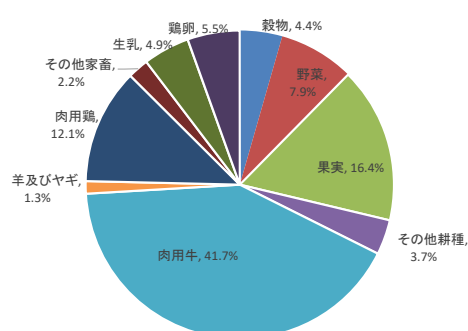
（1）有機農業の概要⁽¹⁾

オーストラリアの有機農用地面積は1990年代から2003年にかけて拡大した後、約10年間伸びが止まり、2013年から再び急拡大した。2019年の有機農用地面積は、約3,600万haとなり全農用地面積の9.84%を占め、有機農業生産の事業者数は1,800余りである（FiBL Statistics）（第5図）。有機農用地面積の99%が放牧地である（FiBL and IFOAM, 2019）。耕種の面積は1%にとどまる上、2010年以後拡大していない（FiBL Statistics）。生産額は、肉用牛、果実、肉用鶏、野菜等が大きく（第6図）、畜産全体で777百万豪ドル、耕種全体が372百万豪ドルである。生産全体に占める有機割合は、鶏卵（8%）、鶏肉（5.1%）、牛肉（4.2%）、果実（3.3%）等で高く、穀物は0.5%にとどまる（2015-16年度の金額ベース（FiBL and IFOAM, 2019））。



第5図 有機農用地面積及び
有機農業生産者数の推移

資料：FiBL Statistics, Wynen（2019）等から筆者作成。



第6図 有機農産物の品目別
出荷額割合（2015-16年度）

資料：FiBL and IFOAM（2019）から筆者作成。

（2）政府の関与の有無

政府による有機農業に関する政策は、規制・制度にほぼ限られ、生産振興、認証や加工・流通に対する補助・助成は、研究開発に対し事業者と折半で資金拠出する程度である。

有機と表示して農産物等を輸出する場合、農業省が指定する民間認証機関による認証を受ける必要がある。この認証には政府が1992年に採用した全国基準（National Standard）が用いられる。輸出に関する義務的認証制度が整備された背景には、欧州で有機基準等の整備が進む中で輸出市場を失うのを懸念したことがあるとされる。他方、国内流通する有機産品は認証を受ける義務がなく、基準や表示も統一されていない。国内向けに2009年に作成され準公的基準とされるオーストラリア基準（Australian Standard）はあるが、民間認証機関がそれと同等以上の水準の独自基準を作って認証することも可能である⁽²⁾。

（3）有機食品の国内消費・貿易

消費者の間では、有機農産物・食品は農薬等を使わず健康や環境に良いとの認識が広まっ

ており、3分の2程度の人が有機の意味や認証マークを認識し、7割弱に有機食品の購入経験がある。ほぼ有機食品だけを購入する消費者はわずかで、非有機を主としつつ、若干の有機を購入するという購買パターンである。購入先としては、青果や食肉の専門店、健康食品店等もあるが、スーパーマーケットが最も一般的である。乳製品、生鮮野菜・果実、非アルコール飲料、パン類、鶏卵、缶詰、朝食用シリアル購入頻度が高い (Australian Organic Ltd., 2017)。

有機産品全体の小売業販売額は2000年代初頭から約10倍に拡大して2019年12億2,300万ユーロで、1人当たり有機支出額は48ユーロと、欧州の一部の国と肩を並べる水準になっている。輸出額は4億3,300万ユーロ、輸入額が1億700万ユーロである (FiBL Statistics)。重量ベースでは、北米 (35%) 及び東アジア (34%) を筆頭とし、欧州 (12%)、東南アジア (11%) への輸出先が多い。国別では米国、韓国、中国、香港、シンガポールの順であり、品目としては牛肉、果実・野菜・ハーブ、乳製品、ワインが上位である。有機牛肉・ラム肉の輸出は、その9割以上が米国向けである (Australian Organic Ltd., 2017)。

(4) オーストラリアにおける有機農業の特徴

オーストラリアには世界の有機農用地面積の半分以上が集中している。しかし、そのほとんどは放牧地であって、耕地に関しては世界の有機耕地面積の0.3%を占めるにすぎない。また、国際的な有機農業の組織が、2030年までにオーストラリアの有機放牧地は2倍以上に増加するのに対し、有機耕地は全く増えないと予想している (FiBL Statistics)。

オーストラリアでも1940年代からオルタナティブの農業として有機生産が行われてきた (Paull, 2013)。しかし、近年の有機農用地面積の急拡大は、放牧地に集中しており、もともと農薬・化学肥料を使わない粗放的な放牧地について認証を受けているのであって、積極的な有機農法への転換ではないと考えられる⁽³⁾。生産者についても、従来必ずしも有機とは縁のなかった者が、輸出向け認証制度が整備されたのを受け、米国等での有機牛肉・ラム肉需要の拡大に対応して、輸出産品の高付加価値化やビジネス機会を追求すべく有機農業に参入している状況だと考察する。生産、流通の規模が拡大しメインストリーム化に向かう状況にあるものの、近年の有機農業の拡大は、従来からの有機生産者がオルタナティブな農業の性格を維持しながら点から面へと広がっていく取組とは異なる文脈である⁽⁴⁾。

(5) まとめ

有機農用地面積の突出した大きさからリーダーのようにも見えるオーストラリアだが、実態は異なる。有機関連の制度整備は、輸出確保のため外国での有機市場拡大や制度整備に追随したものであり、現状ではフォロワーと位置づけるのが相当であろう。他方、有機産品の国内市場も、スーパーマーケットの積極的取組等もあって拡大している。オーストラリアでのオルタナティブとしての有機農業の歴史は古く、実際の出回り量の拡大もあいまって、消費者・国民の間で、有機についての認識・認知が広く浸透している。今後の国内向けの政策対応や生産者、消費者の動向が注目される⁽⁵⁾。

玉井 哲也

注(1) オーストラリア政府は、通常の統計業務の中で有機農業のデータを集めていない。本稿では、民間団体、研究者等の示すデータを用いているが、出典によって数値に大きな差がある場合もあり厳密な分析に用いるのは不適切である。数値についてはおよその規模や傾向を示すものとして捉えていただきたい。

(2) ただし、有機の実態を欠くものに有機表示すると消費者保護や公正競争の観点から政府が取り締まる。

(3) 粗放的な放牧地が生産方式を特に変えることなく、認証を得て有機となっていることは、有機放牧地の急拡大に加え、放牧地全体に占める改良放牧地（improved pasture。人工的に、植生を自然の状態から家畜放牧向けに改変した牧草地）の割合は6分の1に達するのに（ABARES, 2016）、有機放牧地全体に占める有機改良放牧地の割合は30分の1にすぎない（Wynen, 2019）ことから推察される。

(4) オーストラリアにはコミュニティ支援農業（CSA）の成長・啓発を図る団体「CSA Network Australia New Zealand」がある。同団体に所属するCSA農場の中で内容を確認できた30のうち2割が「認証有機」であることを明示し、他に4割余りが「有機」としている。このようにCSAは、オルタナティブの有機生産者が地域社会に密着した性格を維持しながら、農家や関係者のネットワークを点から面へと広げていく取組になると考えられる。ただしオーストラリアのCSAは新しい運動で、上記農場の大部分はCSAを数年前に開始したとされており、上記団体も2018年に発足したばかりである（Wilkes, 2019）。

(5) 2009年のオーストラリア基準作成の背景には国内での有機の流通の拡大があったと思われる。政府は最近、国内市場の規制について本格的な検討を進める姿勢を示し、有機農産物等の国内規制（表示の義務付け等）に関する提案について、2021年12月以降、一般からの意見を求めることとしている。

<https://www.awe.gov.au/agriculture-land/farm-food-drought/food/organic-biodynamic/organic-industry-advisory-group#why-is-there-interest-in-reviewing-the-current-regulatory-system>(2021.12.10 参照)

[引用・参考文献]

ABARES (2016) *Land Use of Australia 2010-11*.

Australian Organic Ltd. (2017) *Australian Organic Market Report 2017*.

FiBL Statistics HP (<https://statistics.fibl.org/index.html>)

FiBL and IFOAM (2019) *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends*.

Paull, John (2013) *A history of the organic agriculture1 movement in Australia*. Mascitelli, Bruno & Lobo, Antonio 編著 Organics in the Global Food Chain, Connor Court Publishing 第3章.

Wilkes, Bronwyn (2019) A snapshot of Community Supported Agriculture in Australia and Aotearoa New Zealand 2018, ANU Research Publications.

Wynen, Els (2019) Organic agricultural production in Australia: 2010-11 and 2015-16, OTARE Research Paper No.1901.