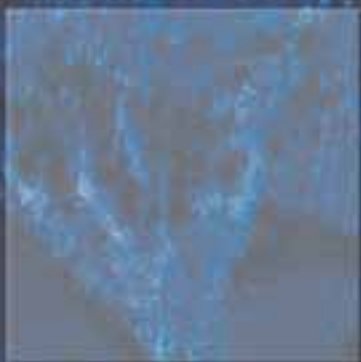


Primaff Review



- 巻頭言 研究所移転のご挨拶
新たな出発の時にあたって
- 移転特集 新庁舎のご案内
図書館の利用案内
- 動向解析 アメリカ2008年農業法と関連する諸問題について
食品安全性の危機と量販店による市場セグメント
— フランスの牛肉部門を事例に —

No. 30
平成21年1月

農林水産政策研究所



Primaff Review No.30

農林水産政策研究所レビュー

CONTENTS

-
- | | | | |
|---|-----|---------------------------|---------|
| 4 | 巻頭言 | 研究所移転のご挨拶
新たな出発の時にあたって | 所長 齊藤 登 |
|---|-----|---------------------------|---------|
-
- | | | | |
|---|------|---------------------|--|
| 6 | 移転特集 | 新庁舎のご案内
図書館の利用案内 | |
|---|------|---------------------|--|
-
- | | | | |
|----|------|--------------------------|--------------------|
| 10 | 動向解析 | アメリカ2008年農業法と関連する諸問題について | 食料領域 上席主任研究官 吉井 邦恒 |
|----|------|--------------------------|--------------------|
-
- | | | | |
|----|------|---|--------------------|
| 18 | 動向解析 | 食品安全性の危機と量販店による市場セグメント
—フランスの牛肉部門を事例に— | 国際領域 上席主任研究官 須田 文明 |
|----|------|---|--------------------|
-
- | | | | |
|----|-------------|----------------------|-----------------------|
| 28 | 講演会
概要紹介 | 講演会「21世紀はアグリビジネスの時代」 | 東京農業大学応用生物科学部教授 小泉 武夫 |
|----|-------------|----------------------|-----------------------|
-
- | | | | |
|----|------|----------------------------------|---------------------------|
| 36 | 政策情報 | スイスのFTA戦略から学ぶもの —日スイスEPA交渉の経験から— | 大臣官房国際部経済連携チーム 国際交渉官 作山 巧 |
|----|------|----------------------------------|---------------------------|
-
- | | | | |
|----|-----|-------------------|---------------|
| 42 | コラム | 「時代ト農政」の時代に関する一考察 | 政策情報分析官 杉下 茂雄 |
|----|-----|-------------------|---------------|
-
- | | | | |
|----|---------|--------------------------------|----------------|
| 43 | ブックレビュー | 『CSA地域支援型農業の可能性—アメリカ版地産地消の成果—』 | 国際領域 研究員 大山 利男 |
|----|---------|--------------------------------|----------------|
-
- | | | | |
|----|-----------------------------------|--|--|
| 44 | 農林水産政策研究に関連する学会等の紹介（2009年1月～3月開催） | | |
|----|-----------------------------------|--|--|
-



新たな出発の時にあたうて

— 研究所移転のご挨拶 —

所長 齊藤 登



農林水産政策研究所はこの11月1日付けをもって霞が関地区へ全面的に移転いたしました。新しい庁舎は農林水産本省にも近い中央合同庁舎4号館の一角を占め、関係他省の政策研究機関にも近く、至便の地と申せましょう。移転にともない今まで中央合同庁舎2号館に設置していた分室も統合され、業務の実施にあたって従来より効率的かつ迅速な対応が可能な体制となりました。今回の移転の実施にあたり、ご支援、ご尽力をいただいた関係の皆様方にこの場を借りて厚くお礼申し上げます。

平成13年の組織改組により、農林水産分野に関する政策研究を一元的に実施する機関として当研究所は位置づけ

られました。その後今日までの間、当研究所の政策研究の成果が行政部局における政策の企画・立案に一層活用さ



れるよう、いろいろな改革に取り組んでまいりました。具体的には、政策研究の枠組みの構築、政策研究課題の決定における関係部局との調整改善、グループ・チーム制による機動的な研究の推進などがあげられます。これらを踏まえて昨年12月には「農林水産研究所政策研究基本方針」を定め、その明確化を図ったところです。また、本年からは機関評価委員会が設置され、第三者による機関評価が新たに導入されたところです。今回の移転は、高度化、複雑化する現代の農林水産政策の課題に関連分野をも含む学際的な視点からも適確に応える研究を進めるとともに、国の内外により開かれた研究所を目指すこれらの改革の重要なエポックといえるものです。

皆様ご承知のとおり、当研究所は昭和21年11月に農業総合研究所として設立されて以来、60年を超える間、農林水産関係で唯一の総合的な社会科学分野の研究機関としてこの分野に貢献し

てきたところです。昭和34年以来、約半世紀にわたり、北区西ヶ原に本拠を置いて活動してきたわけですが、平成13年の農林水産政策研究所への改組、そして今回の移転を機に政策研究機関として新たな飛躍を目指して努力して

いかなければならないと考えております。

時はまさに農水省改革も含め農政改革が喫緊の課題として求められている状況にあります。事故米をめぐる一連の動き、W

せん。食料の安定供給、国内農業の体質強化、農山漁村の活性化、農林水産環境対策の各分野を当面の重点とし、農林水産省の行政担当当局との連携を従来以上に強化するとともに、関連する諸研究機関や大学との、より一層の交流・連携の強化を図っていかなければなりません。さらに諸外国の研究機関、大学やOECD、FAOなどの国際機関との関係強化も必要です。日中韓三国による定期的なシンポジウムの開催のような国際的なフォーラム機能を強化していくことは、これからの当研究所にとって重要な課題です。今後は、国際的にも農林水産政策分野の研究をリードする研究機関を目指してさらに努力していく必要があります。

当政策研究所では、研究所の新たな出発の時にあたり、また大きな農政の変革期を迎えつつあるこの時に、その使命を十分に果たしていくことができるよう、職員一丸となって努めていく所存です。関係の皆様方のご支援、ご鞭撻をこの機会に改めてお願い申し上げます。



北区西ヶ原旧古河庭園秋バラ（撮影 對馬裕子）

TOドーハラウンドの行方、さらにはこれから始まるうとしている基本計画の改訂など農林水産行政をとりまく情勢は大きく変化しようとしています。この変化に対応し、従来以上に、広範な研究の展開を図っていかなければなりま

移転特集 新庁舎のご案内

農林水産政策研究所は平成20年11月1日をもって中央合同庁舎4号館の一角へ全面的に移転し、新庁舎での政策研究活動を開始いたしました。

これまでと同様ご厚誼を賜りたくお願い申し上げます。

新住所

〒100-0013
東京都千代田区霞が関3-1-1
中央合同庁舎第4号館
TEL 03-6737-9000
FAX 03-6737-9600
ホームページ
<http://www.maff.go.jp/primaff>



ACCESS MAP



アクセス

地下鉄東京メトロ
丸ノ内線・千代田線・日比谷線
「霞ヶ関駅」A13出口 徒歩5分
丸ノ内線・千代田線
「国会議事堂前駅」4出口 徒歩5分
銀座線「虎ノ門駅」6出口 徒歩5分

中央合同庁舎4号館への入館方法

中央合同庁舎4号館（農林水産政策研究所）への入館には、ICカードが必要です。お持ちでない方は正面玄関（西門）にて受付手続きを行っていただきますよう、よろしくお願いします。

新庁舎案内図

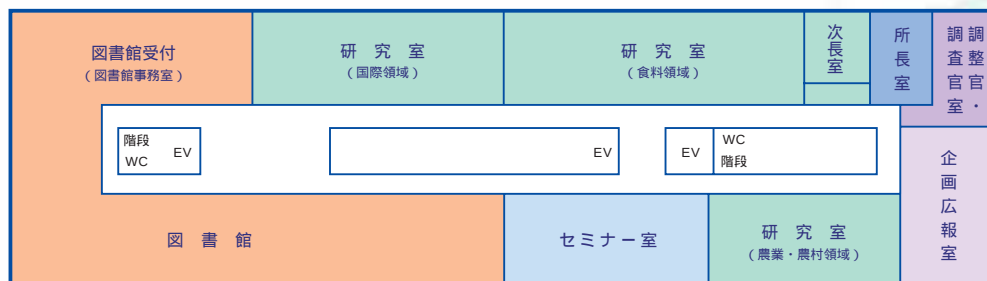
9階には、農林水産政策研究所の組織の大部分とセミナー室、図書館を配置し、12階には、総務部（庶務課、会計課）と情報分析官室を配置しています。

セミナーや定例研究会は、主に9階のセミナー室を会場に行う予定です。なお、図書館は9階のほか、12階、1階、地下2階（4室）にも書庫があります。

12F



9F



研究室



セミナー室



図書館受付カウンター



図書館内閲覧スペース

図書館の 利用案内

農林水産政策研究所の移転にともない、当図書館は設備をリニューアルし、平成20年12月1日より開館いたしました。皆様どうぞお気軽にご利用下さい。

1 図書館の概要

当研究所の前身である農業総合研究所は、昭和21年11月「農業経済上の諸問題の総合的調査研究」を担う農林水産省唯一の社会科学系研究機関として設立されました。平成13年4月には、「農林水産省の所掌事務に関する政策に関する総合的な調査及び研究を行う」国の研究機関として、農業総合研究所を改組して現在の農林水産政策研究所が新たに設置されました。

当図書館は、昭和21年の農業総合研究所の設立当初に設置されました。昭和49年3月には、国立国会図書館支部農林水産省図書館農業総合研究所分館に指定され、現在に至っています。

農林水産分野の社会科学研究に必要な情報を有

する専門図書館としての期待と要請にこたえるため、国内外の農業経済・関連経済・法律・社会学を中心とする図書、資料、文献を幅広く収集整備し、その充実・発展に努めています。

2 利用手続き等

農林水産省職員及び国立国会図書館資料相互貸出票を持参する各府省の職員の方は図書館力ウンターで身分証明書を提示して下さい。

一般の方は閲覧が可能です。図書館力ウンターで利用申請書に記入をお願いします。

なお、庁舎に入る際には身分証明書等が必要となります。

3 開館時間と休館日

開館時間・午前9時30分～12時まで
午後1時～午後5時まで

休館日・土曜日、日曜日、祝日、年末年始

4 閲覧

9階メインフロアの新着雑誌、統計書、和書については、開架方式で自由に閲覧できます。

その他の図書は閉架方式となっていますので、閲覧したい場合は図書館力ウンターに申し出て下さい。係の者が取り出します。

館内パソコンで所蔵資料の検索ができます。

また、図書館のホームページからも蔵書検索が可能です。

URL: <http://www.maff.go.jp/primaff/annai/library/index.html>

5 貸出・文献複写

一般の方は、閲覧はできますが貸出、文献複写は行っておりませんのでご了承下さい。

6 図書のフロア別配置

9階メインフロアの他に、9階、12階、1階、地下2階(4室)に各書庫があります。フロア別の図書の配架は次のとおりです。

■ 9階 (1,122 m² + 105 m²)

参考図書、新着雑誌(和265誌、洋137誌、中国16誌、韓国16誌、ロシア10誌)、新聞、統計書・和書(約10万冊)、洋書(約2万5千冊)、中国・韓国語図書(約7千冊)・製本雑誌(約1,400冊)、製本洋雑誌(約1万5千冊)、漢籍(600冊)ほか

■ 12階 (67 m²)

製本和雑誌(約7,600冊)

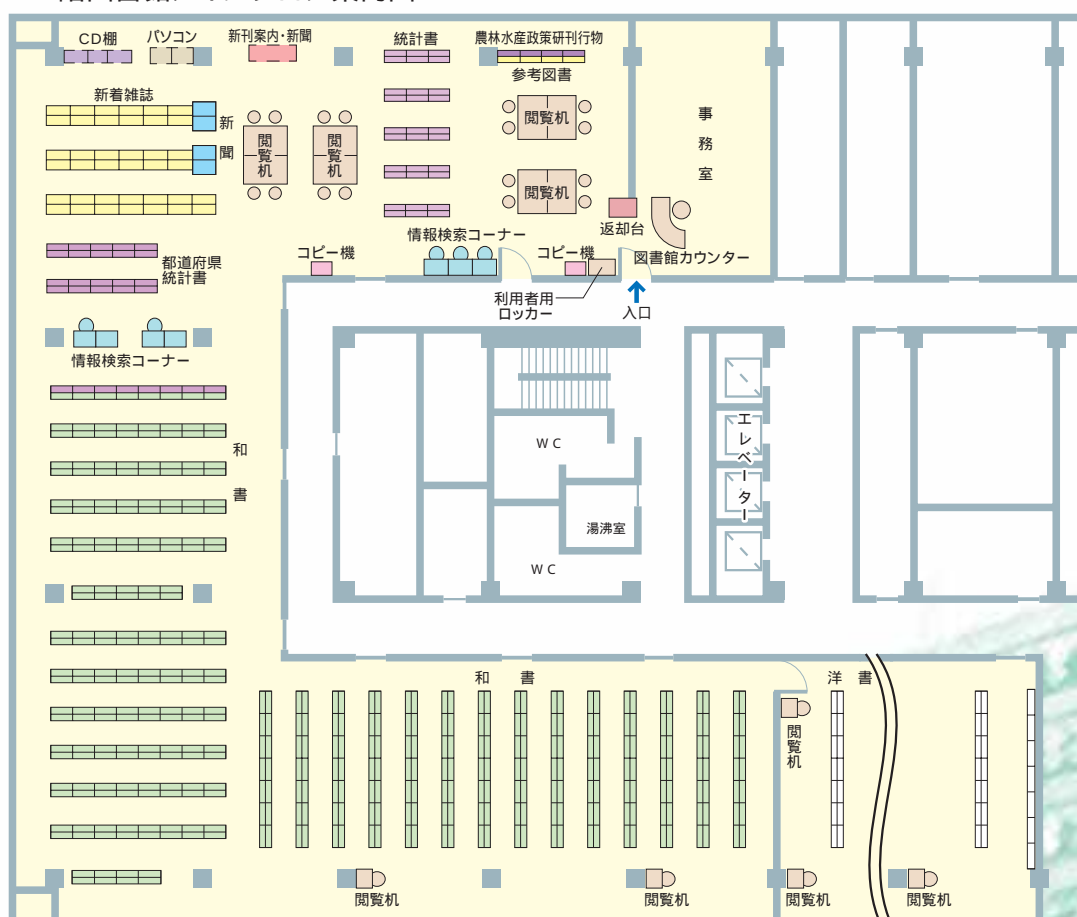
■ 1階 (67 m²)

特殊コレクション・東畑文庫(5,073冊)、エイメリー文庫(2,403冊)ほか

■ 地下2階 (54 m² × 4室)

製本和雑誌(約1万1千冊)、ロシア語図書(約7千冊)・製本雑誌(約2,500冊)、大学紀要(約9千冊)ほか

9階図書館メインフロア案内図



図書蔵書状況（平成20年11月末現在）

和 書 (NDC)	日本語	中国語	韓国語	洋 書 (DDC)	英語等	ロシア語
0 : 総記・哲学	1,117	363	4	0 : General Works	804	690
1 : 哲 学	144	27	0	1 : Philosophy, Esthetics	77	33
2 : 歴 史	2,089	975	4	2 : Religion	23	7
3 : 社会科学	40,398	3,177	158	3 : Social Science, Sociology	14,381	3,946
4 : 自然科学	2,180	139	3	4 : Linguistics	141	136
5 : 工学・技術	2,425	240	49	5 : Pure Science	352	78
6 : 産 業	51,969	1,925	235	6 : Applied Science	8,894	1,758
7 : 芸 術	6	4	0	7 : Arts and Recreation	20	3
8 : 語 学	350	51	2	8 : Literature	6	5
9 : 文 学	4	12	0	9 : History	1,144	718
計	100,682	6,913	455	計	25,842	7,374

日本語には漢籍を含む。特殊コレクションは除く。

英語等には仏語、独語等を含む。特殊コレクションは除く。

■ 問い合わせ先

中央合同庁舎4号館9階（ドア番号904）

電話：（直通）03-6737-9036

FAX：03-6737-9600

URL: <http://www.maff.go.jp/primaff/annai/library/index.html>

アメリカ2008年農業法と関連する諸問題について

食料領域 上席主任研究官 吉井 邦恒

1 はじめに

アメリカの2008年農業法(Food Conservation, and Energy Act of 2008)が旧法である2002年農業法の6度の延長及び大統領による2度の拒否権行使を経て、2008年6月18日に成立した。

アメリカ農業法は、一定期間(5年程度)におけるアメリカの農業政策の基本的方向を決めるものであると同時に、具体的なプログラムの規定や財源措置を含むものとして、一括法(omnibus law)方式で制定される。一括法の形をとることによって、議会、行政府、農業界等の主張を考慮しつつ、農業・食料政策に関わる今日的な課題を包括的な形で解決することができる。その代償として、農業界以外の利害関係者をも含めた調整に多くの時間が必要となる。2008年農業法も議会の審議開始から成立までに約1年間を要した。本稿では、新農業法制定までの経緯、経営安定対策(農産物プログラム)を中心とした新農業法の主なプログラム概要、新農業法の実施に関連する諸問題等について紹介する。

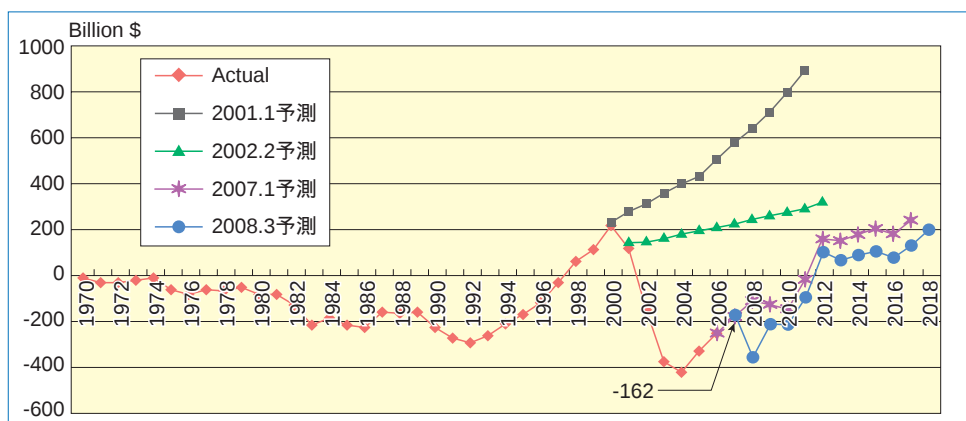
2 2008年農業法制定の経緯

(1) 新農業法審議と内外の事情

まずはじめに、財政状況、農家経済の状況、WTO交渉の進捗状況等、新農業法の審議に影響を与えた内外の事情についてみておこう。

財政状況については、第1図に示すように、財政赤字であった2002年農業法検討当時とは一転して、今回の農業法審議の前提としてかなりの期間財政赤字が継続すると見込まれていた。このため、議会で多数を占める民主党の主導によって、財政規律を守るために“pay as you go(PAYGO)”・ルール(支出を増加させる場合には増加分に見合う相殺財源を必ず確保する)が導入された。このPAYGOルールの下で、フードスタンプや環境保全等の世論の関心が高いプログラムを拡大するための財源をいかに確保するかが農業法審議における最大の課題となった。これまでの農業法が財源上の制約をあまり受けることなく、農業関係議員を中心とした超党派の支持により成立してきたことと比べると、今回の2008年農業法の制定過程は従来と様相を異にしていたといえよう。

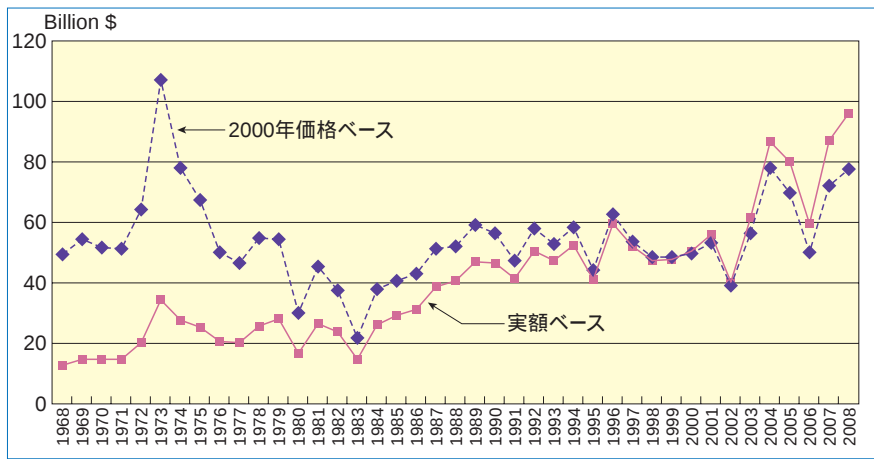
政府が厳しい財政状況に陥っているのに対して、バイオ燃料向けのほか世界的な需要の増加等により、農産物価



第1図 連邦政府の財政収支

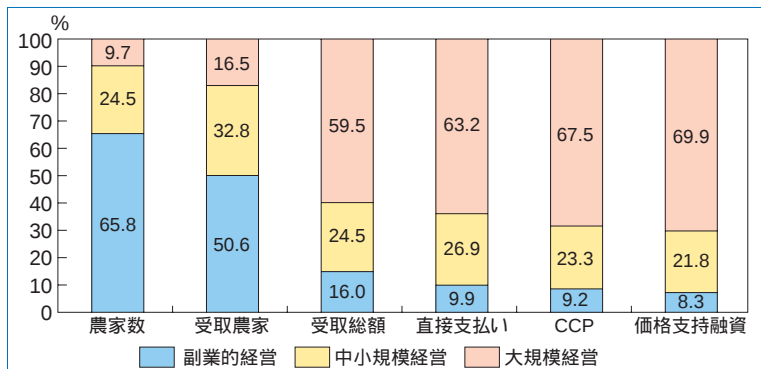
資料：アメリカ議会予算局。

格は高水準で推移しており、次ページ第2図に示すように全国ベースの農業純所得も2007年、2008年と史上最高の水準になると見込まれるなどアメリカの農家経済は好調を維持してきた。このように農家経済が好調な中で、農業界の外部だけでなく内部から



第2図 農業純所得の推移

資料：アメリカ農務省経済研究所。



第3図 経営類型別の政府支払額 (2005年度)

資料：アメリカ農務省経済研究所。

注：CCPは「価格変動対応型支払い」。

も、政府助成の公正さに関する問題点を指摘する声があがってきた。農産物プログラムによる政府支払いについて、農家戸数でわずか1割の大規模農家が支払総額の6割を受け取っていること(第3図参照)、そしてかなりの金額が大都市に住む不在地主に流れていることがマスコミ等に大きく取り上げられた。このため、高い農業所得をあげ

ている者や不在地主等への支払いを抑制するよう、政府支払いの受給資格を厳格化することが重要な検討課題に位置づけられた。作物別にみても、とうもろこし、綿花、小麦、米及び大豆の5作物の生産者が政府支払い総額の9割以上を受け取っているのに対して、耕種作物の生産額の半分以上を占める野菜や果樹等に対する政府の助成はわずかなものに過ぎなかった。新農業法制定に当たって、野菜や果樹の生産者団体も園芸作物への助成の拡大を求め

る活動を強力に推進した。

また、2002年農業法に基づく経営安定対策は、当時の農産物価格の低迷を反映して、価格低下による収入減少に対応することに主眼を置いて仕組まれていた。このため、主要な農産物価格が助成措置の発動水準を大きく上回っている状況に対応して、新農業法審議では、高水準の農産物価格の下での経営安定対策のあり方も重要な検討課題として取り上げられた。

国際的な情勢については、特にWTO農業交渉において、アメリカが手厚い国内農業補助を堅持する姿勢が交渉進展の阻害要因として批判を浴びてきた。また、ブラジルやカナダがアメリカの農業保護プログラムをWTOに提訴する等アメリカの農業政策は各国からのチャレンジを受けるようになってきている。このような国際的な観点から、国際交渉の最前線に立つ行政政府は危機感を持ち、議会に対してWTO交渉を阻害するような現行規定や提案の見直しを強く求めていた。

(2) 法案成立までの経過

2002年農業法が2007年9月30日で期限を迎えることから、当初は、議会の下院、上院ともに2007年9月中に「2007年農業法」を成立させる方針で審議のための準備を進めていた。立法権がない行政側の側も、議

会の動きに先立って2005年7月から11月の間にほぼ全州で農業法フォーラムを開催し様々な意見を取りまとめ、行政府としては前例がないほど詳細な農業法提案を2007年1月末に公表して、農業法の議論のたたき台を示した。これをうけて、農業界だけでなく、農業界以外の各方面からも様々な提案が発表された。しかしながら、肝心の議会の動きは鈍く、下院案は2007年7月27日に可決されたものの、上院案の可決は同年12月14日までずれ込んだ。これは、下院の審議において財源問題をめぐり農業法への超党派の支持という伝統が崩れたため、上院における審議が慎重に進められたためである。さらに、下院案と上院案を調整するための両院協議会における審議もなかなか進展せず、6度にわたって2002年農業法の規定を延長しながら審議を進め、2008年5月になつてようやく両院協議会の合意案がとりまとめられた。この間、行政府は大統領の拒否権発動の可能性を示唆しながら、財源問題、政府支払いの受給資格の厳格化、WTO交渉への配慮等を議会に対して強く働きかけた。議会も大きな影響力を持つ大統領の拒否権発動を回避するためある程度譲歩はしたものの、最終的な合意案は行政府の要求を完全に受け入れたものとはならなかった。

第1表 2002年農業法と2008年農業法の構成比較

章	2002年農業法	2008年農業法
1	農産物プログラム	農産物プログラム
2	環境保全	環境保全
3	貿易	貿易
4	栄養プログラム	栄養プログラム
5	信用	信用
6	農村開発	農村開発
7	試験研究	試験研究
8	森林	森林
9	エネルギー	エネルギー
10	その他	園芸作物及び有機農業
11		家畜
12		農業保険
13		商品先物
14		その他
15		貿易及び税に関する規定

第2表 2008年農業法による支出予測
(2008～2012年合計) (単位: 億ドル)

	ベースライン Y	支出予測 Z	増減(Z-Y)
農産物プログラム	434	416	- 17
環境保全プログラム	214	241	27
栄養プログラム	1,860	1,889	29
農業保険プログラム	257	219	- 39
その他	75	125	50
支出合計	2,840	2,890	50

資料: アメリカ議会調査局, "Farm Bill Legislative Action in the 110th Congress" の Table 1 を筆者が加工して作成。

注: ベースラインは、アメリカ議会予算局による2007年3月のベースライン予測(2002年農業法が継続した場合の支出予測)。

3 2008年農業法の概要

(1) 2008年農業法の構成と支出予測

両院協議会で合意された農業法案は下院及び上院を圧倒的多数で通過したが、ブッシュ大統領は同法案に拒否権を発動した。議会は拒否権を乗り越えるため、各院で3分の2以上の賛成によって法案を再可決し、5月22日に一旦2008年農業法(P.L. 110-234)が成立した。しかしながら、事務的なミスによって、大統領に送付された法案には1章分の規定が欠落していたため、下院及び上院で全章がそろった法案を新たに可決し、再度の大統領の拒否権発動を乗り越えて、6月18日に2008年農業法(P.L. 110-246)が成立した。

2008年農業法は、第1表に示すように、15章から構成されており、2002年農業法と比較すると、園芸作物及び有機農業(第10章)、家畜(第11章)、農業保険(第12章)、商品先物(第13章)、貿易及び税に関する規定(第15章)のあわせて5章が新たに追加されている。このうち、第15章には、農業法としては異例なPAYGOルールに基づき財源としての租税関係の規定等が置かれている。

(2) 農産物プログラム

既存の経営安定プログラムの継続
2002年農業法で確立された直接

では新たに制定された2008年農業法の下で、2008年から2012年までの5年間でどれくらいの支出が予測されたのだろうか。第2表は、議会予算局が作成した2007年3月時点でのベースライン(現行の2002年農業法が継続した場合の支出予測)と2008年農業法の施行による支出予測を対比したものである。これを見ると、2008年農業法の下では、5年間で2,890億ドルが支出されると予測されるが、PAYGOルールのため、農産物プログラムと農業保険の支出を削減して、栄養プログラム、環境保全プログラム等の財源を増加させた。また、2008年農業法に基づく5年間の支出額のうち65%がフードスタンプ等の栄養プログラム関係であり、問題視されてきた農産物プログラムへの支出は14%にすぎない。

第3表 目標価格とローンレート

	目標価格				ローンレート			
	2002年農業法	2008年農業法			2002年農業法	2008年農業法		
		2008年	2009年	2010-12年		2008年	2009年	2010-12年
とうもろこし(\$/bu)	2.63	2.63	2.63	2.63	1.95	1.95	1.95	1.95
小麦(\$/bu)	3.92	3.92	3.92	4.17	2.75	2.75	2.75	2.94
綿花(\$/lb)	0.724	0.7125	0.7125	0.7125	0.52	0.52	0.52	0.52
米(\$/cwt)	10.50	10.50	10.50	10.50	6.50	6.50	6.50	6.50
大麦(\$/bu)	2.24	2.24	2.24	2.63	1.85	1.85	1.85	1.95
大豆(\$/bu)	5.80	5.80	5.80	6.00	5.00	5.00	5.00	5.00
その他油糧種子(\$/cwt)	10.10	10.10	10.10	12.68	9.30	9.30	9.30	10.09

支払い⁽¹⁾、価格変動対応型支払い⁽²⁾及び価格支持融資制度⁽³⁾という3本柱からなる経営安定対策の基本的な枠組みは、2008年農業法においても継続されている。ただし、部分的な見直しは行われており、直接支払いの支払額が2009年から2011年までの3年間2%削減されるほか、第3表のとおり、価格変動対応型支払いの目標価格と価格支持融資制度のローンレートが麦等で引き上げられる等の調整が行われている。

政府支払いの受給資格

新農業法審議の際に重要な論点となつた政府支払いの受給資格については、2002年農業法では調整後粗所得(AGI: Adjusted Gross Income)が250万ドル以上で、かつ農業関係部分が4分の3未満の者に限り政府支払いを受給できなかった。言い換えると、AGIが250万ドル以上という高い所得を得ていても、農業関係に由来するものが4分の3を超えていれば、政府支払いを受け取ることができたのである。これに対して、新農業法では非農業によるAGIが50万ドル超の者はすべての政府支払い、農業によるAGIが75万ドル超の者は直接支払いを受給できないように受給資格を厳格化した。また、これとあわせて、法人格の利用等により限度額の2倍まで受給可能であったThree-entity ruleが廃止された。

ACREの創設

2008年農業法の農産物プログラムの一番の目玉は、平均作物収入選択プログラム(ACRE: Average Crop Revenue Election)が創設され、2009年から実施されることである。ACREは、農産物価格が高水準で推移していくことが予測される中で、価格変動対応型支払いが十分に機能せず、価格ではなく収入に着目した経営安定対策の必要性が高まったために導入されたものである。

農業者にとってみると、第4図に示すように、ACREの創設によって、従来の「直接支払い、価格変動対応型支払い及び価格支持融資制度」という組合せに代えて、「減額された直接支払い、ACRE及び減額された価格支持融資制度」という新しいパッケージも選択できるようになった。ただし、ACREを含むパッケージを選択すると、2008年の残りの期間(2012年度まで)、従来のパッケージに変更することはできない。

ところで、ACREは、作物ごとに、州ベースで設定される州収入保証額に州実績収入額が達しない場合に支払いが行われるプログラムである。州ベースの収入保証額は「当該州の過去5年3年平均収量に直近2年の全国市場平均価格を乗じて得られる額の90%」、州ベースの実績収入額は「州実績単収

従来通りのプログラムの組合せ	新たに選択可能になったプログラムの組合せ
直接支払い	直接支払い×80%
価格支持融資制度	価格支持融資制度 (ローンレート×70%)
価格変動対応型支払い	ACRE (Average Crop Revenue Election)

第4図 2009年度からの経営安定対策の選択パッケージ

に全国平均市場価格がローンレート×70%のいずれか大きい方を乗じて得られる額」である。

実は、農業者がACRE支払いを受け取るためには、州ベースの発動基準だけでなく、それに加えて、作物ごとに農業者ベースの発動基準―当該農業者の実績収入額が収入保証額を下回る―もクリアしていなければならない。

農業者の基準収入額は「当該農業者の過去5年3年平均収量に直近2年の全国市場平均価格を乗じて得られる額に当該農業者の農業保険の保険料を加えたもの」、農業者の実績収入額は「当該農業者の実績単収に全国平均市場価格がローンレート×70%のいずれか大

きい方を乗じて得られる額」である。州ベースと農業者ベースの両方の発動基準を満たした場合に、ACRE支払額

$$= (\text{州収入保証額} - \text{州実績収入額}) \times (\text{農業者基準単収} \div \text{州基準単収}) \times (83.3\% \times \text{農業者作付面積})$$

により計算される額が支払われる。このように、ACREの支払額はあくまで州ベースの支払単価を用いて計算されるのである。支払額の計算式の中で、「州収入保証額―州実績収入額」の上限は州収入保証額の25%であり、作付面積に乘じられている83.3%は、2012年には85%となる。ACRE支払額の上限は7万3千ドルであり、ACREには当該農業者が作付けしている全対象作物について加入する必要がある。

価格変動対応型支払いの代わりにACREへの加入を選択すると、価格と収量の変動による収入減少に対応することが可能になるが、直接支払いが20%減額され、ローンレートも30%引き下げて適用されることになり、これがACREによる保証を受けるためのコストに相当する。

2009年度にどの程度の農業者がACREを含むパッケージを選択するかについてはいろいろと議論があり、この点については4で述べることにしたい。

なお、ACREは、現在の作付面積と直近2年の平均市場価格に基づき支払いが行われるので、現行のWTO協定上は削減対象の政策に該当すると考えられる。

(3) 農業災害援助 トラストファンドの創設

新農業法では、新たに2008年から農業災害救済トラストファンド（5年間で38億ドル。第2表のその他の支出増加分の大半を占める）を活用した農業災害援助が実施されることになった。農業災害援助は、補完的収入援助プログラム（SURE: Supplemental Revenue Assistance）、家畜補償プログラム、家畜飼料災害プログラム、家畜・養蜂・養殖魚緊急援助及び樹木援助プログラムの5つのプログラムからなっている。樹木援助プログラムを除く4つのプログラムを合わせた支払額の上限は10万ドルである。

SUREは、災害指定地域において、農業保険等の加入者を対象に、自然災害による農作物被害に対する補償金の支払いを行うものである。

SUREにより対象者へ支払われる額は、「一定の算式で計算されるSURE保証額と農業者作物総収入額の差の60%」相当額である。

SUREによる支払額は、農業者作物総収入額が確定しないと計算できない。

い。農業者作物総収入額の計算には販売年度の全国平均市場価格が用いられており、この数値は収穫期から約1年後でなければ確定しないため、SUREの支払いは収穫のほぼ1年後となる（支払いが収穫後1年後になるのはACREの支払いの場合も同様）。

(4) その他主なプログラム 栄養プログラム

栄養プログラムの中で最もウエイトが高いのはフードスタンプへの支出である。2008年農業法では、フードスタンププログラムを補完的栄養支援プログラム（SNAP）に改名されるとともに、給付の引き上げ、対象基準の緩和等が行われる。フードスタンプの受給者は、2007年度で毎月2640万人であり、1家計平均受給額は月額で214ドルとなっている。

環境保全プログラム

環境保全プログラムは、農地休耕型（land retirement）プログラムと農地活用型（working land）プログラムに大別できる。農地休耕型プログラムは、農地で作物生産を行わない代わりに地代を支払う、あるいは農地を森林、草地、湿地等に戻すための補助事業を行うものであり、農地活用型プログラムは、農業者の農地管理行動を改善するための技術的・財政的な支援を行うものである。2008年農業法では、農

第4表 2008年農業法に基づく政府支払額
（2008～2012年平均）（単位：百万ドル）

政府支払額	2008年農業法 (ACREを除く)Y	2008年農業法 (ACREを含む)Z	増 減 (Z-Y)
直接支払い	5,131	4,657	- 474
価格支持融資制度給付額	293	256	- 37
価格変動対応型支払い	394	346	- 48
ACRE支払い	0	1,651	1,651
合計	5,819	6,910	1,091
作物別内訳			
とうもろこし	2,067	2,504	436
大豆	583	1,193	610
小麦	1,112	1,203	90
綿花	1,168	1,106	- 63
米	470	462	- 7
その他	419	443	24

資料：FAPRI, "The Food, Conservation and Energy Act of 2008: Preliminary Analysis of Selected Provisions"のTable2bを加工して作成。

4 FAPRIによる 2008年農業法の 影響予測

地活用型プログラムの方に重点を置いてプログラムの拡充が行われている。

アメリカの研究機関のFAPRI (Food and Agricultural Policy Research Institute) が2008年7月に、2008年農業法のうち、農産物プログラムとエネルギープログラムについての

み新たな規定の影響の予備的分析結果を公表した。本稿では、農産物プログラムへのACRE導入の影響予測に限ってみていくことにする。

ACREの影響を予測する上でACREへの加入率が重要な要素である。

FAPRIでは、各作物の価格の現状及び予測とACREへの加入コストに基づき、価格が高水準の作物はACREに加入することによって高い収入保証額が確保できるため加入率が高く、価格水準が比較的低い作物や直接支払い単価が高い作物は価格変動対応型支払いを選択するため加入率を低いと仮定している。たとえば、とうもろこしや大豆の加入率は75%、小麦、大麦等は65%を見込む一方で、綿花や米では加入率は10%としている。FAPRIによる作物ごとの加入率の仮定と価格・収量予測の下で、2008年から2012年までの年平均の政府支払額を求めると、第4表のようになる。

これを見ると、ACREの導入により、直接支払いが4・7億ドル減少し（ACRE加入者は受給額が2割減と

なるため、価格変動対応型支払いや価格支持融資からの受給額もそれぞれ減少する。一方で、ACRE支払額は16・5億ドルとなり、ACREの導入によって、政府支払額は差し引きで年間10・9億ドル増加する。なお、この試算における価格予測は2008年3月の結果に基づいており、その後の農産物価格の高騰や最近の価格低下が織り込まれていないことから、ACREに関する政府支払額は低めに見積もられていると考えられる。

作物別にみると、とうもろこしや大豆、小麦ではACRE加入により政府支払いが増加する一方で、綿花や米への政府支払額は減少すると見込まれている。これらの結果を地域別にみると、とうもろこし、大豆、小麦の主産地である北部の方が、綿花、米の主産地である南部よりも、ACREによる支払いが大きく、ACREは当面北部各州にとって有利なプログラムということになる。

5 2008年農業法の規定と実施に関する問題

2008年農業法を実施するため、アメリカ農務省は具体的な規則等を制定し順次、法律の履行を進めているが、経営安定対策に関連して議会と行政府側で見解が異なる事例を紹介しよう。

(1) 直接支払い等の対象に関する問題

2008年農業法では、「基本面積の合計 (sum of base acres) が10エーカー (約4ヘクタール) 以下の農業者に対して直接支払い、価格変動対応型支払い及びACRE支払いを禁止」という規定があり、この解釈をめぐる農務省と議会の間で対立が起こった。

農務省は、基本面積が10エーカーよりも小さな農地が複数ある場合に、それらの面積を合計して10エーカー以上となる農業者を直接支払い等の対象としないという方針で対応した。これに対して、議会は、当該規定は複数の農地を合計した面積が10エーカー以上の者に対する支払いを行うことを立法上意図している旨を主張した。結局、下院及び上院において2008年農業法の当該部分の効力を2008年度に關して停止する法案が可決され、大統領の署名を経て成立した。このため、農務省はこれまでの支払いを拒否してきた農業者に対して、改めて申請を行うように指導している。ちなみに、2006年には10エーカー以下の農業者は255千人おり、直接支払いとして23百万ドル (1人当たり90ドル) が支払われている。

(2) ACREの保証基準価格に関する問題

この問題が、現在のところ、2008年農業法の履行に関して最も大きな問題となっており、2009年度のACREの州ベースの収入保証額、農家ベースの基準収入額を決める際に用いる保証基準価格をめぐる、農務省と議会及び農業団体が激しく対立している。

2008年農業法の規定によれば、州ベースの収入保証額や農家ベースの基準収入額は、「直近2年間の全国市場販売価格の平均であつて農務長官が定めたもの」を用いることになっている。

農務省は、財政状況等を考慮して、2006販売年度と2007販売年度の価格を用いる方向を示した。これに対して議会側は、法の趣旨は直近の状況を反映させることを意図しており、2007販売年度と2008販売年度の価格を用いることを強く主張し、議員有志が農務長官に書簡の送付を行っている。

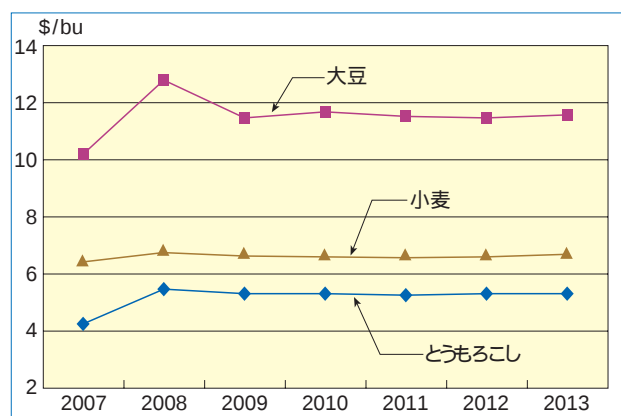
この問題に関して、FAPRIが試算を行い2008年9月に結果を公表しており、その価格予測とそれに基づく試算結果は第5図及び第5表のとおりである。これによると、2006年度と2007年度の価格を用いた場合には、2007年度と2008年度の価格を用いた場合に比べて、各作物の

第5表 FAPRIによるACREの支払予測
(単位: 百万ドル)

ACRE支払額	07年度+08年度 価格を使用 Y	06年度+07年度 価格を使用 Z	増 減 (Z-Y)
2009年度 保証基準価格	(\$/bu)	(\$/bu)	(\$/bu)
とうもろこし	4.85	3.65	-1.20
大豆	6.62	5.37	-1.25
小麦	11.48	8.29	-3.19
ACRE支払額			
2009年度	1,683	142	-1,541
2010	2,283	290	-1,993
2011	2,203	651	-1,552
2012	2,039	1,012	-1,027
2009~2012平均	2,052	524	-1,528

資料: FAPRI-MU Report No.10-08.

注: ACREの加入率の仮定は、2・3と同じ。価格予測は2008年8月版を使用。



第5図 FAPRIの主要農産物の価格予測

資料: FAPRI-MU Report No.10-08.

保証基準価格が20%から30%程度低くなり、結果として2009年から12年の年平均で15億ドル程度ACRE支払額が減少すると予測している。この予測における2009年度以降の農産物価格は、第5図に示すとおり高い水準が維持されると想定されていることから、現段階で評価すると、ACRE支払額自体はかなり少なく見積もられていると考えられる。

現農務長官は、2007年度及び2008年度を用いることに理解を示しているものの、財政上の影響が大きく、財政赤字が史上最大規模になると見込まれる中で納税者の理解が得られるかを懸念している。また、新政権への移行チームが公表されたことも考慮すると、農務省側からこの件に関する結論が近いうちに示されるのは難しいと思われる。一方で、ACREは2009作物年度から適用されることから、ACREを含む経営安定対策のパッケージの選択に関する農業者の意思決定時期とのかねあいもあり、早急に決着することが求められている。

6 金融危機と農家経済

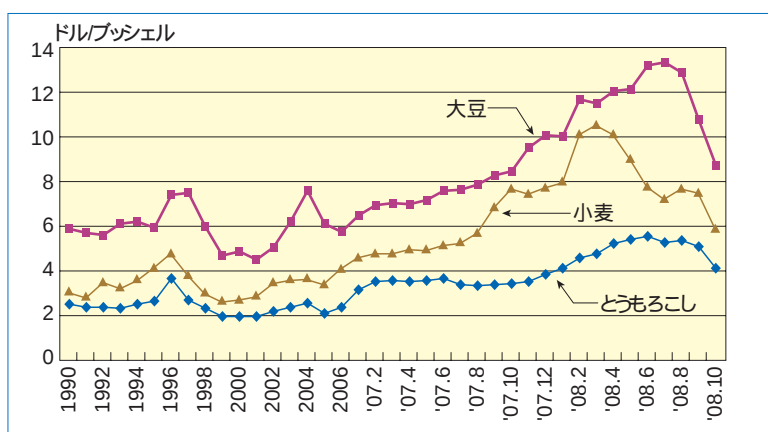
2007年のアメリカの住宅バブル崩壊、サブプライムローン問題に端を発し、2008年9月以降一挙に顕在化した金融危機による影響は、アメリカ

経済をはじめ世界各国に連鎖したが、アメリカの農家経済に限定した場合、短期的には影響が軽微であるとの認識が一般的である。

しかしながら、農家経済の先行きについては、楽観論と悲観論が入り交じっている。楽観論に立てば、世界的な食料需要は底堅く、中長期的に農産物価格は暴落しないとの見方になるが、生産費の上昇により利潤が大幅に低下するとともに、農業者の資金需要が高まるものの必要な資金が十分に供給されないおそれが出てくるという悲観論も根強い。歴史は繰り返すというが、アメリカでは農産物価格が高水準で農家経済が好調であった1980年代にもリセッションにより農業が深刻な不況に陥った経験があり、その再現を懸念する声も上がっているようである。

ところで、第6図に示すような2008年後半の農産物価格の低下に対しては、従来型の経営安定プログラムは発動されない。というのも、農産物価格が大きく低下しているが、依然として価格水準は近年に比べて高く、価格変動対応型支払いの目標価格や価格支持融資制度のローンレートを大きく上回る水準にあるためである。このような価格低下に対して、春先の高い農産物価格で保証が提供されている収入保険の加入者には、多額の保険金が支払われることになろうであろう。

2009年度以降も農産物価格の低下が続く場合であっても、農産物価格が価格変動対応型支払いの目標価格や価格支持融資制度のローンレートの水準にまで落ち込まない限り、依然として従来型の経営安定対策は発動されず、ACRE支払いにより影響の緩和が図られるであろう。そのときに、農務省と議会の主張のいずれかの適用で、農家経済への影響は相当程度異なるものになる。

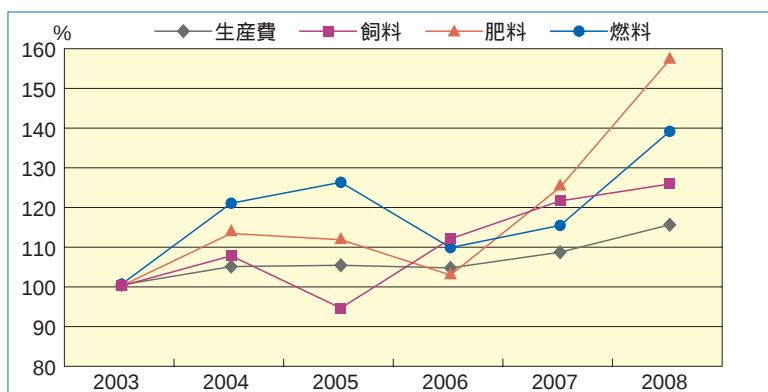


第6図 主要農産物の農家受取価格の推移

資料：アメリカ農務省農業統計局。
注：2006年までは年平均、2007年以降は月平均。

7 おわりに

2008年農業法は、財政資金の再分配によって、これまで政策の主流だった農産物プログラムを抑制し、環境保全や栄養等の新しい政策分野に重点をシフトさせることを意図したものとみることができる。そのような政策や資金のシフトは、高水準の農産物価格がある程度の期間継続し、農産物プログラムへの支出が少なくて済むような



第7図 生産費の推移 (2003年=100)

資料：アメリカ農務省経済研究所。

状況を前提にしていたと考えられる。しかしながら、よくながめると、2008年農業法には手厚い農業保護措置を規定した2002年農業法の農産物プログラムの規定がほぼそのままの形で残されており、さらにACREやSUREという新しい助成手段も付け加わっている。少なくとも農家経済が好調で農業保護の構造改革を行う好機であったにもかかわらず、2008農業法では農産物プログラムの改革にはほとんど踏み込めなかったといえる。この背景として、PAYGOルールのため議員が財源問題への対応に終始し、また、大統領選挙年という財政支出を縮小しにくい環境の中で、農産物プログラム改革について十分に議論を尽くせなかったことがあげられよう。第7図のように最近の飼料、肥料、燃料等の農業資材価格や地代の高騰による生産費の上昇が収益率の低下をもたらすことが強く懸念され、また、第6図で示すように高水準にある農産物価格も急落してきており、将来の農業収入・所得の不確実性が従来に増して大きくなってきた。

という見解が、ACREの導入に賛同する立場から提示されている。高い価格水準のときであっても価格に関係なく支払われる直接支払いに対して各方面から異論が出され、ACREはそれらの批判の受け皿となった感もある。しかしながら、ACREは保証基準価格が高く収入保証額が高い作物へ生産をシフトさせるという歪曲性を有しており、農産物価格が低下に転ずると莫大な財政負担を生み出す可能性を有している。現に、その懸念が2009年のACRE支払いから顕在化している。アメリカの経営安定対策がデカップルされた直接支払い型の政策から、「逆行」した形の生産と結びついた政策への指向を強めていくのかどうかについて、アメリカの農家経済の動向、2008年農業法の施行等を通じて、今後注視していく必要がある。

- 注(1) 過去の作付作物及び作付面積に基づき、一定の方式で算出された金額が毎年度支払われる制度。
- (2) 農産物を担保にした短期融資制度であり、市況低迷時には担保となる農産物を政府の商品金融公社(CCC)に引渡すことにより返済義務が免除される(融資額と市場価格の差は政府が負担)。このため、融資単価(ローンレート)が農産物の最低価格を保証する効果を有している。
- (3) 作物ごとに目標価格を設定し、市場価格または、ローンレートの高い方に直接固定支払い分を加えた額が目標価格を下回った場合、その差額を補てんする制度(直接支払いと同様、過去の作付面積に基づく支払い)。

合、その差額を補てんする制度(直接支払いと同様、過去の作付面積に基づく支払い)。

【引用文献】

- アメリカ農務省ウェブサイト(経済研究所、農業統計局) 最終アクセス平成20年11月24日
<http://www.usda.gov/wps/portal/usdahome>
- Congressional Research Service (2008), Farm Bill Legislative Action in the 110th Congress, RL33934.
- Food and Agricultural Policy Research Institute (2008), The Food, Conservation and Energy Act of 2008 : Preliminary Analysis of Selected Provisions, FAPRI-MU Report #08-08.
- Food and Agricultural Policy Research Institute (2008), Baseline Update for US Agricultural Markets : Projections for agricultural and biofuel markets, FAPRI-MU Report #10-08.
- Henderson, Jason (2008), Are Energy Prices Threatening the Farm Boom?, *The Main Street Economist*
- Westhoff, Patrick (2008), ACRE and Other Program Crop Provisions, *Breimyerseminar: Unpacking the 2008 Farm Bill*, Columbia, Missouri, September 3, 2008
- Zulauf, Carl R., M. Dicks and J. Vitale(2008), ACRE(Average Crop Revenue Election) Farm Program : Provisions, Policy Background, and Farm Decision Analysis, *Choice* 23(3) pp29-35.



食品安全性の危機と 量販店による市場セグメント —フランスの牛肉部門を事例に

国際領域 上席主任研究官 須田 文明

1 はじめに

1996年と2000年の2度にわたり生じた牛海綿状脳症BSE禍は、牛肉市場を直撃したばかりでなく、これが前例として機能することで、その後、食品問題が公的アリーナに登場する際の認知的フレーミングを構成することになった。BSE危機以降の相次ぐ食品スキャンダルを展開はまさに農産物・食品の品質全般にわたる危機と呼ぶにふさわしいものであった(須田2007)。こうしたスキャンダルが生じるたびに、各メディアはこぞ「何を信じていいかわからない」という消費者のコメントを取り上げるのである。

本研究ではBSE危機以降の農産物・食品の品質にかかるこうした危機において、主要な市場アクター、とりわけ量販店が消費者の信頼を回復するべくどのように食品の品質をシグナルし、消費者の商品選択を支える認知的な支え、「焦点」(シェリング)を提供するかに注目する(須田2008)。ここではとりわけフランスにおける量販店による牛肉の製品差別化を対象とするが、それは、この産品がBSE危機という、典型的な食品安全危機に見舞われ、そのために業界や量販店及び政府が低迷する牛肉消費を回復するべく取り組ん

できたからである。また量販店に特に注目するのは、牛肉の家庭での購入の8割が量販店でなされていることからわかるように、量販店が主要な市場アクターとなっているからである。

こうした量販店が採用する市場での戦略は、具体的には店舗の売り場における製品セグメントとして具体化される。これまで、牛肉や生鮮野菜・果物のような農産物は、差別化やセグメント化の対象とはなっていなかった。しかし食品安全危機を契機に、量販店はその製品の品質について消費者にシグナルするべく、プライベートブランドの開発を通じた積極的な製品差別化戦略を打ち出すようになった。こうしたプライベートブランドは、商品の仕入れにおいて単にサプライヤーに対する支配力を獲得するための手段ではなく、生産者との密接なコーディネートにより構築されることになる。他方で、国や国際機関の主導で進められた牛肉トレーサビリティや表示といった食品安全にかかる最小限品質基準の向上あるいは民間自主基準(Mandatory)の導入が量販店の製品差別化・セグメント化戦略にも微妙な影響をもたらすようになっていた。本研究で明らかにするのは、こうした安全性にかかわる最小限品質基準の向上が、食品安全性にかかる量販店のセグメント化の範囲を縮小させ、食品安全性とは異なっ

たセグメント化、すなわち「地域」的品質や環境的品質(有機農産物など)といった多様なセグメント化を促している実態なのである。

2 フランスにおける牛肉流通消費の現状

(1) 牛肉消費動向及び価格

フランスにおける牛肉消費動向は、第1表が示すように、フランス人の一人当たりの牛肉消費量は長期的に減少し、それに対し鶏肉の消費が増加してきた。1996年と2000年のBSEショックの影響は牛肉消費を一時的に急減させたが、現在、ほぼ従来の傾向に戻っている。こうした牛肉消費の長期にわたる減少傾向は、他の精肉に比べて、牛肉価格が相対的に高いことにもよる。たと

第1表 人口1人当たり食肉消費量 (kg/年)

	1980	1990	1995	1996	1997	1999	2000	2001	2002	2005	2006	2007
牛肉	32.8	29.8	27.4	25.8	26.2	27.1	25.8	25.1	27.7	26.8	26.1	26.2
豚肉	35.3	35.5	35.0	35.2	34.6	36.9	36.2	36.5	36.5	34.4	34.3	34.7
鶏肉	16.0	22.0	20.5	22.1	23.5	24.3	24.6	25.8	24.5	23.2	23.6	24.6

資料: Office de l'élevage, Agreste等をもとに筆者作成。

えば、2006年の牛肉価格がキロ当たり11・33ユーロであるのに対し、豚肉6・29ユーロ、鶏肉5・15ユーロなのである。

(2) 牛肉流通・消費に占める 量販店の位置

フランスにおける世帯の牛肉購入は、その78・8%が量販店でなされ、精肉店でのそれは15・1%にしか過ぎない(TNS・2007)。ちなみに果樹野菜の購入については、量販店が60・9%に対し、市場が18・2%を占め、朝市などで新鮮な野菜を求める世帯が多いことが知られている。

このように量販店での牛肉購入割合が多いのは、その価格によるところが大きい。量販店では牛肉の平均価格はキロ当たり11・0ユーロであるのに対し、精肉店では14・2ユーロなのである。

3 量販店によるセグメント化戦略の展開

(1) 量販店による 牛肉差別化戦略の実態

牛肉における製品差別化

量販店間での市場シェアをめぐる競争において、BSE危機を経た後にも、精肉売り場が戦略的位置を占めていることには変わりはない。2006年に、

消費者は年間53回の頻度で果樹・野菜売り場で買い物をしているのに対し、生鮮肉売り場では30回、鮮魚は13回であり、精肉売り場の集客力が量販店の競争力に影響を及ぼすと認識されている(GEB・2007)。またBSE危機が消費者に与えたショックが大きかっただけに、牛肉売り場は、当該の量販店がいかに食品安全に投資しているかを消費者にシグナルするためにつけていったのであり、かくして量販店はこぞって牛肉セグメント化に取り組むことになった。

BSE危機が勃発するまでは、牛肉部門における製品差別化は困難とされ、そのためにメーカーのナショナルブランドもCharalやSocopa、Jean-Polzeを除いてはそれほど見られなかった。というのも、牛肉価格が豚肉や鶏肉に比べてかなり高価な上、さらにこれを高付加価値化させても消費者が購入できず、差別化のコストを回収できないと考えたのである。

牛肉高級品セグメントの品揃えと価格

量販店での牛肉の高級品セグメントの品揃え状況と価格(サーロインステーキ)を示すと第2表のようになる。1998年に通常品のおかれている店舗数の23%でしか高級品が置かれていなかったのに対し、2006年ではその割合は50%に及んでおり、すでに多

第2表 牛肉品揃えと価格

(サーロインステーキ, ユーロ/Kg)

	1998		2000		2006	
	店舗数	価格	店舗数	価格	店舗数	価格
高級品	381	14.66	338	15.34	992	18.17
うちLR	59	15.59	84	15.93		
うちCCP	323	14.51	137	15.03		
うちAOC			84			
有機	41	16.62	90	19.74	179	23.2
通常品	1,629	13.31	1,865	13.96	1,991	16.83

資料: GEB(2007, p.8)。

くの店舗で、高級品セグメントが品揃えに統合されていることがわかる。この表は、2006年において、ラベルルージュをはじめとした様々な公的認証製品の他、地域や品種へのコミュニケーションを含んだ地獄的な品質をもった牛肉セグメントが普及していることを示している。

量販店における

牛肉セグメント化の変容

第2表で見たように、量販店での高

級品セグメントの品揃えは広く普及している。しかし次ページ第3表で見られるように、2006年時点で、BSE危機の効果は消失し、多くの量販店でセグメントの見直しが始まっているのである。

いくつかの量販店を事例にとつて牛肉セグメント化の現状を紹介しておく(GEB・2007)。

カルフルールCarrefourは現在に至るまで、高品質セグメントに広く取り組んでいる量販店であり、適合性認証COPのついたEQC(旧FQC)というプライベートブランドで二つの雌牛の高級セグメントを提供している⁽¹⁾。1997年には牛肉販売量の70%がFQCであったが、2006年にはその割合は50%に減少している。フランス産牛肉VBF(カルフルールの場合乳牛雌牛)が基本のセグメントをなし、これが販売量の30%を占め、安売り力テグりが20%を占める。

ルクレールLeclercは、その系列パツカーであるケルメヌ社Kermeneから販売量の15%のみを調達し、加盟店は残りを自由に仕入れている。ラベルルージュ牛肉の他、いくつかのCCP牛肉(伝統リムジン牛肉viande Limousine Traditionやロレーヌ品質牛肉LQV)を、1997年以降、私たちの地域の品種Les Races de nos regions、ブランド(Kermene社)と結合させて

第3表 量販店における牛肉セグメント化の変容

量販店名	97年 (枝肉トン)	97年セグメント割合 (販売量の%)	2006年のセグメント割合とコメント
カルフル Carrefour	70,000	・FQC (70%) ・VBF (30%)	・EQC (50%) ・基本セグメントVBF (30%)
オーシャン Auchan	55,000	・BSA (10-15%) ・有機 (2%) ・VBF (80-85%)	・基本セグメントVBF (25%) ・BSAの中断 ・高級品セグメントは2002年の20%から10%に半減 (うち有機2%)。 ・ラベル (Boeuf fermier de l' Aubrac, Limousin Junior, Blond d' Aquitaine) ・地域的CCP (Boeuf de pays Normand, Lorraine Qualité Viande) ・AOC Maine Anjou
ジェアン・カジノ Géant Casino	55,000	・公的品質表示ないし地域マーク (15- 20%) ・Filière Viande Bovine Origine France Casino (75-80%)	・基本セグメントVBF (70-80%) ・高級牛肉は02年の35%から12%に減少。 ・Terres et saveurs (CCP) からの撤退。 ・NBのCCP (Prince Bocage(Charal Sable), Bouef Passion(Mosnier), Charolais Prairie(SICAREV)) ・地域マーク Signe Poitou Charente
チャンピオン Champion	40,000	・Sélection Champion (20%) ・標準品 (80%)	・地域マーク Viandes de Champagne Ardenne, Charolais Gourmand de SOCOA ・Sélection Champion
システムUウェスト SystemeU-Ouest	20,000	・高級品 (60%) ・低価格品 (40%)	・Qualité Recommandée (CCP-BVP) (30-40%)
インターマルシェ Intermarché	110,000	・Jean Roze -La Viande (SVA) (80%)	・Jean Roze
ルクレール Leclerc	115,000	・店舗により異なる	・ラベルの減少
モノプリ・プリスニック Monoprix-Prisunic	15,000	・Monoprix Gourmet, Père Gourmet ・標準品	・Père Gourmetでのリムザン未經産牛 ・地域品種 (Aubrac, Salers)

資料：Sans et al., (2002), p.139及びGEB (2007), p.34より筆者作成。



シャロレ・ネヴェールにて (撮影：大山 利男)

販売している。またルクレールは「私たちの地域は才能がある Nos Régions ont du talent」というプライベートブランドにより、地域に特徴的な加工品や生鮮野菜・果物を積極的に販売しているが、牛肉はこのブランドでは扱われていない。また店舗により扱う品目は異なるが、2006年時点ではラベル・ジュ牛肉の取扱量が顕著に減少している。

地域の名称をつけた製品もしくはラベル・ジュが徐々に品揃えに入っている。例えば店舗によっては、「ノルマンディ地方の牛肉 Boeuf du Pays Norman」(CCP製品)、東部地方ではCCPのロレーヌ品質牛肉 LQV、西部の15の店舗では「AOCメーヌ・アンジュ Maine Anjou」を販売し、ローヌ・アルプ州の15の店舗では「リムジン・ジュニオール Limousin Junior (ラベル・ジュ)」、ラングドック・ルシヨン州の店舗では「オーブラックの地場産牛肉 Boeuf fermier de l' Aubrac」(ラベル・ジュ)、パリや南西部の売り場では「ブロンド・ダキテーヌ Blonde d' Aquitaine (ラベル・ジュ)」及びAOCメーヌ・アンジュ Maine



サレール・オーリャックにて (撮影：大山 利男)



シャロレ・ネヴェールにて（撮影：大山 利男）



サレール・オーリャックにて（撮影：大山 利男）

「Prime」を販売している。高級品セグメントは2002年の20%から2006年の10%（うち有機農業が2%）に半減している。

ハイパーマーケットのジェアン及びスーパーマーケットのカジノのグループGeant Casinoでは高級品牛肉が2002年の販売量35%から2006年の12%に減少している。この売り場はそのCCP付きのプライベートブランド「地域と味覚Terres et Saveurs」を2006年初めに断念した。この生産流通チェーン管理の費用が高つくさざると判断したのである。しかし高級品牛肉はハイパー全体とスーパーの30%の店舗に揃えてあり、これ以外のところでは、スペースが十分でないため

おかれていない。店舗の50%はラベルージュ牛肉を揃えている（2002年では60%）。ハイパーマーケットGeantの20%が2002年と同様の割合で地域表示製品を扱う（ポワトゥ・シヤントウ地方Poitou Charenteのようなど）。また12%が特定企業のナショナルブランドでCCPを揃え2002年では20%、例えばPrince Bocage（Charal社）、Boeuf Passion（Mosnier社）、Charolais Prairie（Sicarev社）の場合がそれである。

インターマルシェIntermarcheの場合、売り場の基本の80%は系列会社SVA社のブランドであるJean Roze「La Viande」を提供している。この量販店の場合、小規模のスーパーが多く、売り

面積が狭いために牛肉に二つのセグメントを設定できないのである。

以上のようにカルフルがその割合を減らしながらもCCPを維持しているのに対し、オーシャンはCCPから撤退し、さらには多くの量販店がCCPやラベルージュの取扱量を減らし、地域的セグメントを増加させつつあるように、量販店はかなり異なったセグメント化戦略を採用している。こうした違いは、量販店のそもその成り立ちの違い（チェーン店方式か、独立店舗のネットワークか）によるほか、BSE危機以降、行政や業種間組織が進めてきた原産地表示やトレーサビリティに関する規則に見られるような最小限品質基準の向上を量販店自身が行ったように評価し、それによつてどのように戦略を組み立てるかにもよるのである。おそらくこうした戦略にフロン・ベスト・ウェイは存在しないのであろう。

さてこのように、BSE危機の終息後、多くの量販店はそのセグメント化戦略を見直しており、それに併せていったん品質表示によるセグメントを確立したもの、これを活用しない事例も多くなっている。例えば、2004年において販売されている生鮮肉のCCPは90、ラベルージュは54あるが、表示を取得しているのに販売されていないのはそれぞれ40、8つある。

（CEES・2006）。ここにはサプライチェーンの管理コストが高い割には需要が見込まれないために、表示の使用をいったん休眠させていたり、今後の需要を期待して品質表示を獲得し、セグメントの数を増やしておくだけという経済オペレータの戦略が見て取れよう。

以下では、上述のような量販店のセグメント化について、二つの事例を取り上げることで具体的な考察を試みることにしよう。

（2）CCPによる品質セグメント化

EQCを事例に カルフルのEQC

さて、CCPを通じた量販店のセグメント化のメカニズムを考察するために、カルフルのプライベートブランドであるEQCを取り上げてみよう。これを取り上げるのは、第3表で見たように、多くの量販店がCCPから撤退を余儀なくされている中で、カルフルではこのセグメントがなお販売量の半分を占めているからである。カルフルでは、1991年以降、農業者及びと畜会社との三者間で、地方生産振興や持続的な関係構築を目的に緊密な協調的取組が始まった。すべてのパートナーの間でEQC（旧FQC）の製品の仕様書の署名によって、コンスタントな品質が可能となるという。

生産・流通のそれぞれの段階で独立機関による監視がなされ、生産段階では、肥料や作物ローテーション、家畜福祉、粗放的生産、自然資源の保全など多様な取組がなされる。フランス全体で、3万5、500人の生産者（チーズ、牛肉、カキ、魚、果樹、野菜）と、74の製品（うちフランスでの生産は47）が該当する（Carrefourホームページより、2008年7月24日接続）。なお、同ホームページでは生鮮肉9、魚介類15、チーズ11、果物13、野菜4の52品目が紹介されている。

準レントの配分の仕組み

さて、こうしたEQCの価格設定の仕組みはどのようなになっているのであろうか。つまりは、このような生産者と量販店との間の緊密な協調から生じる準レントの配分の仕組みを考えておきたいのである。量販店により支払われる最終仕入れ価格は、三つの部分を含んでおり、一つは生産者への支払いであり、次いでEQC生産者連合会への補償金、さらにと畜会社への支払いである（Maze・2002）。こうしたこの最終価格は以下の式で示される。

$$P = [X + PP] + [AC] + [SC + TC + M]$$
ここで、
・Xは、当該の家畜タイプについての当該地方市場もしくは全国市場の相場のインデックスである。例

えばノルマンディ品種のEQCである「ノルマンディ品種品質チェインFORN」では、基準となる家畜市場はラヴァル「レズ」やルーアン「ルー」等の各市場であり、基準価格は欧州枝肉規格RとOの雌牛の平均重量で計算される。

・PPは、生産者農家への価格プレミアムであり、キロ当たり0・10〜0・15ユーロである。このXとPPを加えた金額が農業生産者の取り分である。

・ACは、EQC生産者連合会により負担されているコストへの補償支払いである（キロ当たりおよそ0・2ユーロ）。

・SCは、実際の費用の計算に基づいて、と畜会社が負担すると畜コストである。

・TCは、EQC牛肉のために支払われる特別なトレーサビリティについて、と畜会社に支払われる補償金である（およそ0・02ユーロ）。

・Mは、と畜会社との交渉により決められたマージン率（2〜3%）から算定された金額である。こうしたSCとTC、Mを加えた金額がと畜会社の取り分となる。

このように、その地方の卸売市場の相場価格の週平均にインデックスされて、プレミアムをつけた金額がパートナに支払われることになる。量販店

は、こうして、市場価格が高いときにも、他へと牛肉が流れるリスクもなく、また相場の低迷時にも、競争相手の仕入れコストと同じ程度で、仕入れることができるのである。店頭での販売価格も、一般製品よりも10%ほど高くなっている。ここで見たCarrefourやローレヌ品質牛肉LQVといったCCPでは、農家へのプレミアムが支払われるが、多くのCCPではこうしたプレミアムは存在しない。同じくCCP牛肉と比べても、経済アクターの間での関係に依りて、その性格は異なり、こうした性格の違いは、前述のような量販店のセグメント化戦略の相違を反映しているのである。

仕様書の内容

なおEQC牛肉の仕様書の主要な要素は次の表に示されている。こうした仕様書は当該の牛肉が以下のような品質基準に適合していることを消費者にシグナルしているのである。

・法規の遵守と完全なトレーサビリティ、製品の衛生的安全性、牛肉の官能的品質の保証。

第4表 仕様書の主要な要素

	カルフルEQC
品 種	肉用種（シャロレー、リムジン等）及び兼用種（ノルマンディ、モンベリヤール等）の6つ
飼 料	・離乳（5ヶ月以上） ・牧草中心で、補足飼料（決められたリスト） ・乳製品を除く動物由来タンパク質の禁止 ・年間5ヶ月以上放牧
枝 肉	・雌牛（28ヶ月〜12歳）、去勢牛（30〜48ヶ月） ・雌牛320kg以上（シャロレー、リムジン） ・形状：E,U,R, ・脂肪付着度：2,3
熟 成	12日
表 示	・X品種の牛肉 ・フランスで生まれ、飼育され、と畜 ・12日以上熟成

・特定の畜産品種、家畜飼養実践、給餌方法（経営での自給飼料の促進）、衛生基準。
・枝肉の厳格な選別（形状や脂肪付着度、年齢、重量、熟成期間）。
・これらの規格への適合性の第三者機関による監視。

第4表のような仕様書にもとづいて農業生産者、と畜会社、カルフルはそれぞれの役割を実行することになるが、カルフルの側の年間の仕入れ量はあらかじめ決められているわけではなく、生産者グループ自身が、店舗数や売り場における当該牛肉の割合などを考慮して生産量を決定する。しかし、



リムジン・リモージュにて（撮影：大山 利男）

生産される家畜が仕様書に適合していたとしても、そのすべてがEQCマークで販売されるわけではない。量販店により最終的に仕入れられ、販売されるのは年間生産量の6割ほどであるという(Sans et al., 1999)²⁾。この差は次のように二つの要因から生じることになる。まず一つには、ほぼ2割の牛肉が技術的に基準を満たさない。二つ目には、量販店の需要変動を吸収するために、自発的に過剰生産が行われている。こうした過剰部分は、最終的には通常品の市場価格で販売される。これにより量販店は、過剰を抱え込まず、また品切れを被ることなく、市場動向に柔軟に対応できることになる。

(3) 地域マーケティング オーシャンのAOC牛肉を事例に

背景

フランス在来種のMancelleと英国原産のDuchan品種との交雑で誕生したメーヌ・アンジュ Maine Anjou（現在の品種名Rouge des Pres）は、今日、その生産量の90%がペイ・ド・ラ・ロワール州でなされている。Maine-Anjou（以下MAと略）は農業近代化及び乳用種と肉用種への専門特化の結果、顕著に減少した。こうしてシャロレCharolaise品種が肉用種の41%を占めているのに対し、ホルスタインは乳用種の67%を占めているのである。肉用種の中でも、シャロレCharolaise、リムジンLimousine、ブロンダキテーヌBlonde d'Aquitaine以外では、1980年代までにその頭数は急減した。肉用種においては大量生産・大量消費に即したフォーディーズム農業の下で、「重さの文化」が支配していたのである。ここで2005年にと畜された雌牛の平均重量を示せば次の通りである。すなわち乳用種のホルスタイン314kg、ノルマンディ353kg、肉用種のシャロレ407kg、リムジン376kg、ブロンダキテーヌ454kgである。こうした肉用種の少数品種への集中化という生産力主義的傾向から脱却する試みとして、畜産品種振興団体（UPRA）のてこ入れもあり、多くの肉用種は頭

第5表 フランスの肉用種の頭数の変遷

品 種	頭数(2002年)	1988-2002変化率	1970-1988変化率
Charolaise	1,668,021	16.8	75.7
Limousine	886,241	57.4	50.5
Blond d'Aquitaine	441,701	72.5	87.2
Salers	191,653	17.0	-22.4
Aubrac	107,611	98.7	-45.6
Maine-Anjou	50,765	-41.6	-46.8
Parthenaise	23,930	238.6	-75.4
Gasconne	20,992	17.1	-75.1
Bazadaise	2,223	5.9	-59.1

資料：Noury, de Fontguyon, 2004, p.2.

第6表 サプライチェーンの差別化
(Maine Anjouのチェーン、2003年)

	呼称地帯	AOC Maine Anjou組合			
農 家	雌牛4万頭、 1,000人	AOC可能・170人		(AOC化不可・166人)	
集 荷		Ter 'Elevage(40%)、CAM(18%) 家畜商(30%)			
と 畜	SVA	SOVIBA		SABIM	Banchereau
流 通	その他の流通 (Intermarche等)	15 Auchan (50%)	3 Cora (35%)	3 Geant (15%)	直販
	Rouges des Pres	AOC Maine Anjouチェーン			

資料：Noury, de Fontguyon(2004)

数を回復したが、MAのみが減少し続けたままであった（以下Noury, de Fontguyon・2004を参照）。かくしてペイ・ド・ラ・ロワール州で、1979年に肉用種の45%を占めていたMAは、2002年にはもはや12%しか占めていないのであった（第5表）。このような背景の下で1995年以降UPRAの内部で、公的品質表示を通じた生産振興の試みが始まったのである。MAについては、当初、ラベル

ルージュの申請が予定されていたが、AOCとして登録することが決定された。その背景には、すでにラベルルージュ（1986年）（後に欧州の地理的表示保護PGIを取得—1996年）のBoeuf Fermier du Maineが当該地区に存在しており、広範に重なり合う地帯での二つのラベルルージュの共存が忌避されたのである。なおこのラベルルージュではMA（現Rouges des Pres）へと品種名を変更し種を含むすべての

肉用種と交雑種が対象となっている。このように、農業団体がこのAOCのセグメント化のイニシアチブの基礎にある。我々の考えでは、メーヌ・アンジユAOC牛肉の事例は、希少な家畜品種の遺伝資源を農場で保全・管理し、高付加価値化することで地域経済振興をすすめるヒントを示しているように思われる。

サブライチエーン

このAOCの生産から流通に至るサブライチエーンを説明しておこう(第6表)。2003年時点でのこのAOCが該当する地帯で、Rouge des Besses品種は雌牛4万頭、1,000人の生産者がいる。AOC組合の加盟者336人がいたが、AOCの生産基準を満たす生産者が170人ほどであったため、結果的に生産者も225人へと減少した。また伝統的にはSVA社がこの品種を取り扱っており、雌牛の50%はこのSVA社によって、その系列のインターマルシェIntermarchéに供給されている。このパッカーも量販店も、AOCはニッチとしては狭すぎると考え、肉の柔らかさや使用の簡便さを強調し、AOCではなく品種の名称で販売している。

またこの地域に拠点を持つ、フランスにおける業界三位のSOVIBA社は、1999年に東部のマツチMatc

やパリのCollasという量販店に対してメーヌ・アンジユの供給を開始している。メーヌ・アンジユは形状や切断時点の肉付き(枝肉重量)においてリムジン種やブロンダキテーヌ種に比して劣り、シャロレに比べてもさしたる利点もなかったことから精肉店からは歓迎されず、量販店での販売が追求された。Matcがシャロレにセグメントを絞り、2001年にメーヌ・アンジユから撤退するのに入れ替わりに、オーシャンがこれをサブライベートブランドBSAで販売することになり、それは2004年にこれがAOCになるまで続いた。このほか、SABIM社がその系列の量販店Géantにこれを供給している。

さて、消費者にとってメーヌ・アンジユの知名度は低かったものの、AOCの持つ希少価値が量販店の消費者コミュニティを強化させることになった。ところがその生産量の少なさが長所であると同時に短所でもあり、例えば量販店Monoprixもこれをその品揃えに入れようと考えていたが、同じく原産地の品質セグメントを確立するにしてもオーブラックアubeやサレルSales種のほうが、量的に入手しやすいためにメーヌ・アンジユを断念したという経緯がある。このように、高級品の牛肉を提示することだけではあれば、量販店は(よりフレキシブルな

市場での調達が可能なら)大量に出回っている品種でセグメントを構成することもできるであろう。しかしAOCという極度に希少価値を持った小規模なセグメントにより、より高い次元のセグメントを確立することができる。他方で、量販店は均質的な製品を、時間を通じて規則的に調達しなければならず、生産者との間で、いっそう緊密な関係が構築し、市場でのフレキシブルな調達を断念しなければならないことになる。

上述のように、我々はカルフルのEQCとオーシャンのAOCメーヌ・アンジユの事例を見てきたところであるが、こうした両者のセグメント化戦略の違いはどのように説明されるのであろうか。以下では理論的な検討を加えることにしよう。

4 理論的考察 最小限品質の向上と 差別化戦略の多様化

(1) 単純サブライベートブランドと サブライチエーンブランド

サブライベートブランドとは、量販店が製品特性と製造手法を規定した仕様書を定義し、当該の量販店のブランドで販売される製品である。こうしたサブライベートブランドは、これまでほとんどが中小食品企業が製造に関わり、



ブロンダキテーヌ、アジャンにて(撮影: 大山 利男)

その製品は、大手メーカーのブランドと比較して安価な価格で量販店に仕入れられることで、メーカーに対して量販店の交渉力を格段に向上させた(Rob Fontauyon, et al., 2003)。こうしたサブライベートブランドは加工食品部門では発展を見たものの、精肉や果樹、野菜といった生鮮農産物部門ではあまり見られなかった。こうした生鮮食品市場ではあまり製品差別化は見られず、加工企業もそれほど関与しないことからメーカーのブランドは存在せず、量販店も、その原産地や品質についての特別な識別なしに販売するのが常であった。その製品が強いオリジナリティを持つとしても、こうした製品特性は価格差別化には結びつかず、



サレール・オーリヤックにて (撮影: 大山 利男)

またこうした産品はスポット市場で調達されることが多かった。

ところがこれまで見てきたように BSE 危機以降、牛肉消費の回復を目指すべく量販店の私的イニシアチブが発展することになった。生鮮牛肉の生産過程、とりわけ給餌方法についての不確実性を除去するような取組と、こうした取組についてシグナルするため手法、製品差別化が量販店により取り組まれることになったのである。またこうした製品差別化を可能とするためには、農場から量販店に至るサプライチェーンの追跡可能な管理が必要となった。このようにして例えばカルフルによるプライベートブランド EQC として、「適合性認証製品」CCP

の牛肉が販売されているのである。ここではこのようなプライベートブランドを、上述のような単純なプライベートブランドと区別するために、サプライチェーンブランドと呼ぶことにしよう。こうして、このブランドは、サプライチェーンのそれぞれの段階で、製品の品質を消費者にシグナルすることが可能となる。量販店は、市場調達のフレキシビリティを失う代わりに、家畜の生産条件について消費者コミュニケーションを展開することができる。家畜の生産条件こそは、最も不確実性が高く、情報の非対称性が生じる要素だったのである。このようなサプライチェーンブランドは、単純なプライベートブランドのようにサプライヤーとの力関係を修正することを目的とするというよりも、製品セグメント化を主たる目的とし、標準産品よりも高い品質と価格に位置づけられるセグメントを確立するのである。

こうした製品を導入することで、量販店は二つの製品の品揃えを可能とする。一方では、川上の農業者との特別な協調無しに仕入れられ、低価格帯に位置づけられる標準産品があり、他方には差別化された仕様書に基づいて生産された高級品セグメントがある。場合によってはさらに、有機農業やラベルルージュ、さらには AOC といったより高級なセグメントを持つこともあ

るうし、顧客層や店舗の規模によってはたまた一つのセグメントから売り場が構成される場合もある。

(2) サプライチェーンブランドにより創出される価値の配分

一般的に、AOC や有機農産物といった製品差別化の度合いが高い製品であるほど、生産者側の交渉力は強くなり、量販店の品揃えは少量となる。また生産者及び量販店が有する、他の販路及び他の仕入れ先の選択肢があるかどうか、双方の交渉力に大きな影響を及ぼす。このような高品質産品の「最適な」セグメント化はどのように決定されるのであろうか。差別化の度合いが高いほど、それに伴う費用も増加し、従って最終製品価格が上昇する以上、これに割り当てられるべき売り場面積は縮小することになる。こうして二つの意思決定の間で、選択がなされることになる。一方では、標準的産品に対する品質差別化の度合いが低く、従って一般的製品に対してそれほど割高ではない製品がある。こうした製品はそれほど高くない品質のために単価としてはそれほど利益をもたらさなくとも、売り場の広範な面積を占めることになる。他方で、品質差別化の度合いが高く、標準産品に比してかなり高価でありながらも売り場のきわめて狭小な面積を占めるに過ぎない製品

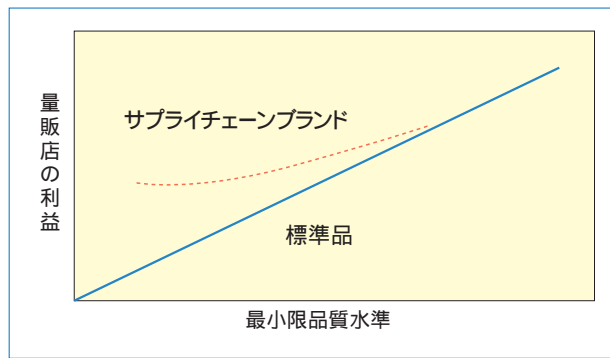
セグメントもある。

こうした二つの戦略は、上述の例ではそれぞれカルフルの EQC と、オーシャンによる AOC メーヌ・アンジユの品揃えに対応している。すなわちカルフルは、売り場面積の重大な部分 (50% 以上) を投じ、その良好なトレーサビリティと衛生的安全性をもたらす量販店のイメージを消費者に与えようとした。オーシャンは逆に、標準産品の安全性面での品質がすでに十分であると考え、自らの売り場の製品について追加的に安全性を保証する必要はないと考えた。したがってオーシャンは、より狭く (10% 15%)、しかし基本セグメント (販売量の 25% で「フランス産牛肉 VBF」乳用種雌牛) に対して強く差別化されたセグメントを確立するのであり、このことが例えば AOC メーヌ・アンジユを選ばせることになったのである。

かくして、de Fontguyon et al (2003) も指摘するように、少なくとも理論的にはサプライチェーンブランドの場合、もっとも価値を創出する戦略は、中程度の品質格差と中程度の価格差で、広範な売り場面積にこのブランドのセグメントを位置づけることにありそうである。上の事例でのカルフルに見られるようにこのブランドの品揃えを 50% 70% とし、一般的製品との価格差は 10% 程度とするのである。

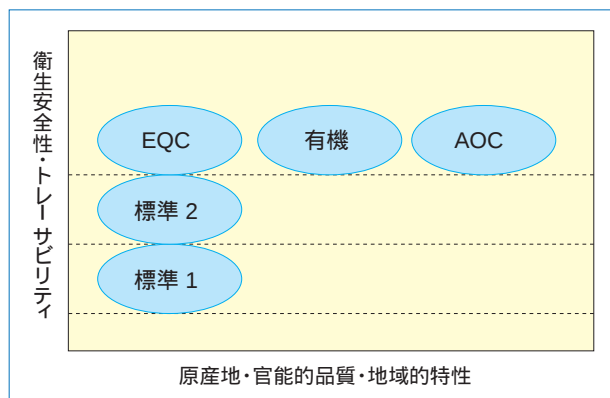
(3) 最小限品質基準と サプライチェーンブランド

しかし、こうしたサプライチェーンブランドは持続的であろうか。上で見たようにオーシャンのBSEAをはじめとした多くのCCP付きのサプライチェーンブランドが廃止ないし縮小されている現在、こうしたブランドの持続可能性ないし頑強性について検討することが必要であろう。その際、こうしたサプライチェーンの品質の最適な位置づけが、通常産品の品質水準に依存していることを確認しておこう。つまりサプライチェーンブランドは、最小限品質基準が低いほど、その差別化の



第1図 最小限品質の向上と量販店の利益

資料：De Fontguyon et al., 2003, p.15より。



第2図 最小限品質標準の向上が
EQCとAOCに及ぼす影響

資料：Noury, de Fontguyon, 2004, p.22より筆者作成。

利点が大きい。公的規制に示される最小限品質基準（原産地表示やトレーサビリティに関する規則等）の向上や民間自主基準（MeatGap等）の導入により、サプライチェーンブランドは、ますます高品質セグメントに移行しなければならぬが、他方で、その差別化費用およびその最終製品価格が上昇し、その売り場面積も縮小し、ついに差別化費用が高くなりすぎる時点で消失する。また最小限品質基準が高いほど、量販店の利益は増加する。通常産品の品質向上に伴う超過費用を生産者のみが被り、この生産者同士の競争から量販店は利益を引き出すからである（第1図）。こうして第3表で見たよう

な量販店のサプライチェーンブランドが消失する傾向にあるのは、牛肉の安全性に関する公的な品質基準が向上したためと考えることが自然である。

このように最小限品質の標準のレベルが、量販店と生産者との間のコミットメントを強めれば弱めもするものである。フランス産牛肉VBFのロゴやトレーサビリティ規則などにより標準の品質が向上し、そのために、セグメンテーションの可能性が制限されることになった。このため上述のようにカルフルはEQCの割合を70%から50%に削減させ、農家への需要量も削減されることになったのである。他方オーシャンが積極的に展開しているAOCメニュー・アンジュは、そのトレーサビリティや衛生的安全性によって差別化されるよりも、むしろそのオリジナリティと「地域」的品質により差別化されている（第2図）。こうして最小限品質をめぐる標準の向上によって（第2図の標準1から標準2への）、EQCの差別化の度合いは削減するが、AOCメニュー・アンジュや有機農業のそれは維持される。

5 おわりに

ここでは、BSE危機という未曾有の食品安全危機に見舞われた牛肉部門を中心に、こうした食品安全危機によ

る需要と供給の突き合わせの困難から脱却すべく量販店が行った多様なセグメント化戦略を検討の対象とした。危機直後は、当然のことながら、食品安全性をシグナルするべく、とりわけ家畜飼養条件について消費者コミュニケーションを行うためにCCPとプライベートブランドとを結合した戦略が採用されていた。しかし様々な公的規制ないし業界の自主的取組により、最小限品質基準が向上すると、こうした食品安全性は「焦点」として機能しなくなり、量販店は別の焦点を通じて製品差別化を行うようになった。このようにして、多くの量販店が「地域」的なセグメントをその品揃えの中に投入し、オーシャンはAOC牛肉を自らのセグメントの一つとしているのである。

さて、ここで論じてきたような量販店の行動の分析は、我が国における現況に照らしてどのような示唆を与えてくれようか。我が国においてはとりわけ輸入農産物の食品安全面での問題が、しばしば調達を中断させており、量販店は生産者との緊密な協調関係（ハイブリッドなガヴァナンス）を超えて、自ら農業生産に着手するような事例（ヒエラルキーによるガヴァナンス）が報告されている³⁾。このような背景においてプライベートブランドはどのようなセグメントをとることになるのだろうか。またこうした量販店による農

業生産への取組は持続的であり得るのである。さらに我が国における輸入食品への監視強化や食品安全性をめぐる規制強化は、こうした量販店の戦略にどのような影響を及ぼすことになるのか。また希少な在来種の遺伝資源（作物および家畜について）をシンバンクではなく、農場で保全・管理し、さらにこれをブランド化することで地域経済振興を図るために、量販店はあるのか。どのような貢献をなし得るのか。本研究での検討はこうした課題に対して理論的知見を与えることができるであろう。

注(1)「製品適合性認証CCP」は、2006年の農業基本法までは統制原産地呼称AOCやラベルージュと並ぶ公的品質表示をなしていたが、とりわけCCPの性格が曖昧であるという批判があったことから、2006年1月5日の農業基本法が農事法典1・640-2を以下のように修正する。ラベルージュの公的品質表示を整理する。食品は、すなわち「農産物もしくは林産物、食品は、共同体規則に矛盾しない限りにおいて、以下の三つの高付加価値化様式modes de valorisationを受けうる」とである。第一に「品質及び原産地の識別表示」があり、これには以下の三つがある。「ラベルージュは高級品質を保証し」、「原産地呼称及び地理的表示保護」、伝統的特性保証は「原産地もしくは伝統と結合した品質を保証し」、「有機農業表示は環境的品質を保証する」。第二に「高付加価値表示 mentions valorisantesの様式があり、これ

は「山地」表示及び「農場産」表示、「地ワインvins de pays」表示である。最後に「製品の認証アプローチ」が存在するといふものである。このようにそれぞれの表示は製品の品質についての異なった考え方に基づいている。すなわち統制原産地呼称AOCは特徴的な価値を称揚し、ラベルージュは高級品質を、有機農業は環境的品質を保証するのである。フランス法ではそれぞれの公的表示はそれ自身の目的を有している(NGO・2007・p.18)。

(2) 公的品質表示産品の牛肉全体で見ると、仕様に適合する家畜数は、飼養農家の生産の1/10ほどにしか過ぎない（とりわけ脂肪付着度や年齢、枝肉のpH等の点で）、（この指摘もある(Gary, Sans・1999)）。

(3) 取引費用理論によるこうしたガヴァナンス分析については須田(2002)を参照。

【引用文献】

- De Fonugyon, G., et al. (2003) "Qualité des produits alimentaires et marques de filières", *Sociologie du travail*, no. 3.
- Gary, F., Sans, P. (1999) "Les nouveaux défis de la filière viande bovine française", *Bulletin des GTV*, no.3.
- GEB, Institut de l'Elevage, (2007) Boeuf, Veau, Agneau dans la grande distribution, *Le Dossier Economie de l'Elevage*, no.369.
- Maze, A.(2002) "Retailer's Branding Strategy: Contract Design, Organisational Change and Learning", *Journal of Chain and Network Science*, vol. 2., pp.33-45.
- NGO, M. -A. (2007) "Quel avenir pour les labels au regard de la libre circulation des marchandises?", *Revue de Droit Rural*, pp.17-21.

Noury, J.-M., de Fontugyon, G. (2004) Forces et faiblesses de la filière AOC Maine Anjou, *Cahier*, no.2004-06.

Sans, P., de Fonugyon, G. (2002) "Stratégies de démarcation par la qualité: quelle place pour les viandes bovines limousines dans les lineaires de la grande distribution?", *INRA Prod. Anim.*, 15(2), pp.135-145.

Sans, P., de Fonugyon, G. (1999) "Choc exogènes et évolution des formes organisationnelles hybrides: Les effets de la <crise de la vache folle> sur la filière viande bovine", *Sciences de la Société*, no.46, pp.173-190.

SCEES (2006) *Agriste primeur*, no.182.

須田文明(2000)「事物と装置―構築主義的社会経済学の宣揚―」、『経済学雑誌』第106巻第1号 pp.19-36.

須田文明(2007)「食品リスクをめぐる科学的専門知と公共討議：フランスを事例に」、『研究論集 第4集』河合教育文化研究所、pp.153-169.

須田文明(2002)「フランスの公的品質表示産品におけるガヴァナンス構造：競争規則によるラベルージュ家畜肉の扱いを中心に」、『農林水産政策研究』第3号



講演会 概要紹介

21世紀はアグリビジネスの時代

講師：農林水産政策研究所客員研究員

（東京農業大学応用生物科学部教授）

小泉 武夫氏

日時：平成20年10月8日 13:00～15:00

農林水産政策研究所は、環境問題、食の安全・消費者の信頼の確保、人口減少・高齢化問題といった新たな複雑な研究課題に総合的に助言をいただくため、客員研究員をお迎えしております。

この度は講師に東京農業大学応用生物科学部教授であり、また、当研究所の客員研究員でもある小泉武夫教授に、アグリビジネスという視点から、いろいろな地域で行われている取組をご紹介します。



見直される日本の食文化

― 全国で広がる

アグリビジネスへの取組―

私はここ10年間、大学で食文化論という講義をやっています。民族と食の研究が中心で、様々な国の食の文化とか、子ども達の食生活ですとか、国の農業の形態もいろいろ見て参りまして、様々なことを著作などで発表してきました。

3、4年くらい前からは、農水省母体の全国地産地消推進協議会というところで中心のことをやってきました。昨年からは、食料自給率向上推進協議会の会長もしています。一昨日、食の安全が非常に大きな問題となっているということで、新しく発足された食料自給率向上実行委員会のメンバーにも

加わりました。実は、日本の食料自給率は下がる一方だったんですが、今年度やっと1%上がったんです。たった1%と思うかもしれませんが、これは非常に大きな事なのです。たとえば今から17年前には、日本とイギリスはほぼ同じ自給率でした。ところが、今イギリスは71%まで回復しました。その時の1%というのは非常に大きかったです。今回の1%がなぜ伸びたのかというと、国民の公民運動と、食育という取組があったからでしょうか。和食回歸現象が増えてきたんですね。国民が米をちよつとでも食べると自給率がポンとあがるんです。それと小麦や大豆の生産が順調に伸びています。特に北海道では、大豆と小麦の生産に力をいれています。ほかに宮城県、古川などで大豆生産の重点地区をつくり、

これからもっともつと自給率を上げようといういろいろな施策をしております。さて、アグリビジネスと言いますと、現在中心的なものはF1種子ではないでしょうか。種子がひとつの花形じゃないかとみなさんは考えておられますが、それだけではないアグリビジネスが、これからいっぱいできます。アグリビジネスは農業の世界だけでなく、水産や発酵、食といったものもアグリビジネスの世界にはいつてきます。21世紀はアグリビジネスの時代、ではなくて、常に人間が生きている間はアグリビジネスの時代なんです。ただ、それがこれからどのようにアグリビジネスとなっていくか、ということが大変なことだと思うんですね。それにはハードばかりでなく、ソフトも必要になってくるのではないかと思います。

先日、「日本酒を如何に売るか」というシンポジウムが東京であり、私も講演しました。日本酒が一番売れていたのは、昭和36、46年で、その時代は（年間）900万本と、今の大体7倍の量を飲んでました。その時の社会背景としては日本人は100%、日本のものを食べていたので、自給率は非常に高かったんですね。もう一つは炭水化物の大半がご飯でした。このように、民族の食の形態が戻ると民族の酒も戻ってくるという可能性があるということです。また、日本酒の世界は対比文化というのが非常に多いんです。たとえば「わび」と「さび」とか、「あ」「うん」ですとか。そういう世界の中から、たとえば「酒」と「肴」だとか、「注ぎ手」と「受け手」とか、そういうのがいっぱい隠れています。そういう哲学



全国地産地消推進フォーラム2007授賞式((財)日本特産農産物協会提供)



会長賞を授与される相可高校((財)日本特産農産物協会提供)



「いのちをはぐくむ農と食」
(岩波ジュニア新書)

的な立場からの日本酒のこれからの展開をお話ししてきました。
先月「いのちをはぐくむ農と食」という本を岩波新書から出しました。そこで、みんなに一番関心が深かった事例はどれかと聞いたら、三重県の相可

高校の学生の取組という人が多かったのです。相可高校では、高校生がアグリビジネスに取り組んでいて、売り上げが単年度で2億円を超すといっています。相可高校は家庭科や畜産科などの学科を持っています。その畜産科の学生の

作った松阪牛はセリで一頭数千万円になったりします。家庭科の学生はレストラン「まごの店」の経営をしています。生産経済科の生徒が作った農作物を使って家庭科の生徒がそれを料理して、レストランをやっている。高校

生でさえ、今、こんなことをやっているわけです。3年前から私は全国地産地消推進協議会の会長を拝命しておりますが、2年前、偶然にこの相可高校が会長賞を私からもらっているんですね。その頃からものすごい売り上げをしているんですね。

これから必要なもの、 大切なのは、心に訴えるケア

私の大学の例を言って申し訳ありませんが、今この大学も少子化ということで受験生がどんどん減っています。前年比で70%減なんてところもあり、受験生はどんどん減っています。しかし、一昨年、うちの大学に受験生が殺到いたしました。前年比168%という、異常な数値を示したのです。それは何故かというところ「バイオセラピー学科」というまったく新しい学科を作ったのです。病院や施設など介護の世界に生物を入れたいと考えたのです。植物を育てることを喜びにする高齢者の方などはとても多い。また、犬とかがさきとが生きているものに触れることをものすごく喜ぶ。それをビジネスにし、動植物を介護に使うかと思いい、その学科を作ったものすごい受験生が集まってきました。また今の若い人たちは、ボランティアが非常に重要な社会活動として評価されるんですね。そのため高校生達がよくボランティアに行く

んです。そのボランティアに行った気持ち・心を学問に結びつけようということがあって、おかげさまでバイオセラピー学科はものすごく人気を持っています。

また、熊本市に、「泥武士」という変わった名前の料理屋があるんですけども、そこに行くといつても若い女性を中心に午後6時の開店から閉店までずっと流行っている。その理由は一体何かと調べたら、そこは全部地元有機野菜だけで料理を作っているんですね。有機野菜をどんどん作って、それを出しただけで熊本では非常に流行ったわけです。そこだけでは入りきらないからということで、私の知り合いの先生の助言もあり、熊本ではなく東京の一等地に店舗を出しました。名前は「AEN(あえん)」。なんで「AEN(あえん)」かというと、日本人は亜鉛不足で、有機野菜には亜鉛がいっぱい入っているからだそうです。その後2号店、3号店と出店を続け、熊本の小さな居酒屋が東京に4店舗も構えることになり、どこもとて繁盛しています。

私の友達に、年商1億円近くを稼いでいる者がいます。それは自分の車で有機農業をしている農家を訪ね、その有機産物を買ってきて、彼を通して東京のレストラン、ホテルなどにどんどん流す。今、どこのレストランやホテルでもおいしい本物の有機野菜がほし

いのです。今はレストランや料理店をやるときには、「早い、安い、うまい」だけじゃお客さんは来ないです。必要な物は何かというと、「心に訴えるケア」がないと。あそこに行くのと体に良いものが食べられるとか、そういうようなことがとても大切になっている。それを有機野菜として提供する。そういうようなことが流行ってきていると思います。

海の中は バイオビジネスの宝庫

最近アグリビジネスでは水産が非常にクローズアップされてきている。まだほとんど水産には手が出されていないですね。水産関係でアグリビジネス的に考えて成功している例は実は結構ある。それから、海の資源というのは、たとえば微生物転換、酵素転換によつてはまったく新しいものがでてくる可能性がある。私の研究室では今、海藻と特殊な微生物を使ってβ-ヘキサグルカンという自然の制ガン剤を作ろうと試みています。また、ケルプという長さが7mくらいになる大きな昆布があるんですが、以前、静岡県立大薬学部の先生が、なんで7mまでケルプが伸びるのかという研究をしてたんですね。そこで、どうして昆布に又メリがあるんだろう、と考えたんです。理由は二つあるという。一つは波など

の影響で昆布同士が絡んだ時、又メリがなかったら切れてしまつたろうから、自分を保護するためにあるんだと。そしてもう一つは、又メリの中でいろんな栄養を摂っているのだと。先生は研究の上で又メリを全部取り除いてみたんですね。すると又メリをとったケルプは全然伸びない。その又メリを顕微鏡でみたら、すごいバクテリアがいて、そのバクテリアがケルプが大きく育つためには絶対必要なビタミンB12を作つてるといふのがわかつたんです。バクテリアは昆布から多糖類の一部をもらつてるのでしょう。そしてそのバクテリアが今度は昆布にビタミンB12とか、昆布の成長に必要な物をあげてるんだらうということがわかつた。それから昆布の成長にははつきりとしたバクテリアとの共生関係があるんだといふのがわかつてきた。このように、海の中の生命現象のなかには、ほとんどまだ知られていないバイオビジネスになるような宝庫がいっぱいあるつてことです。

また、北海道の佐藤水産という会社が最近道内で有名になっていきます。こは鮭という魚一つです。すごいアグリビジネスをやつてるんです。この会社は本社は札幌ですが、札幌の郊外に近い石狩にサーモンファクトリーという大きな工場を作りました。そこでは鮭が上がつてくると、まず頭をとって内蔵をとって加工していきます。頭から内

蔵まで捨てるものは何もない。全部商品にしてとことん鮭を使っている。これはとても立派なバイオビジネスだと思えます。それで鮭を使つて何を展開していくかというと、自分のところで作つた鮭や筋子を具にした北海道米のおにぎりを作つて、それを札幌ドームで売つたら一気に売れて、いま札幌ドームのおにぎりは100%佐藤水産が作つてる。また千歳空港でもものすごい勢いで売れています。

二番煎じはだめ 発想を豊かに

—身近なところにチャンスはある—

アグリビジネスをこれから真剣にやつていくには、調査するというのは非常に大切です。たとえば北海道は人口が560万人いる。ヨーロッパに行ったら大きな国です。ノルウェーは470万人しかいないから、北海道の方が約100万人も多い。ところが北海道のそれだけ大きいところに、お酢屋さんが一軒もないんです。そこで北海道で酢をどのくらい使つか調べたところ、消費量が年間120億円。ところが誰も酢を作っていないかった。しかし北海道には麦もあれば米もある。最近北海道の米は非常においしいです。これだと米酢や麦酢ができるんじゃないか、ビジネスチャンスだ、ということと計画して、ついに北海道産の素晴らしい

酢ができた。

今、地球規模の温暖化が進んでおりますが、ある農業関係の研究所が、10年後の日本農業をシミュレーションしたんですね。そしたら10年後の北海道に茶畑とミカン畑ができるようになるとのデータができました。今の状態でできるわけです。となると、北海道はひよつとしたらバイオビジネス、アグリビジネスの一つの大きなチャンスになってくるのではないかと思います。

この間は北海道に企業誘致しようという集まりがありまして、北海道庁に頼まれて、大阪会場で私が、東京会場で寺島実郎さんが、「北海道のこれからのアグリビジネスチャンス」という講演をしたんです。そしたら4社が北海道に行きたいと名乗りあげてきました。今、北海道は自給率が200%を超えている。ところがそれは平均したらの話です。たとえば十勝の一番大きな農業地帯の自給率をはかつてみたら2000%です。東京から300万人そこに連れて行つて都市型農業をしたらみんな生きていける。その話を前首相の福田さんに首相官邸に呼ばれた時にしましたら、びっくりしていました。

とにかくビジネスチャンスは北海道以外にもいっぱい残つてる。自治体の中で非常に財政が豊かで、農業産出額が一軒当たり1000万円を超すところは全国で二カ所あるといわれています。一つは長野県の川上村。もう一つは大



平成18年7月台北市で開催されたPRイベント（川上村提供）



台湾の店頭で販売される川上村レタス（川上村提供）

分県日田市の旧大山町。川上村の場合、村長さんのアイデアが非常にうまくいったんです。川上村というのは冬でもハウスでレタスを作る、日本一のレタス村です。その村長さんが何年前かに上海と香港に視察に行った時、レタスを食べたくなって注文したら、持ってきたのはキャベツだったんです。香港にレタスはないと言われた。人口1000万人を超える都市にレタスがどうしてないのかとびっくりしたそうです。上海でも同じだったんです。そして中

部国際空港ができた途端に、川上村は香港と上海にレタスの出荷を始めた。向こうでレタス1個いくらすると思いますか。800円から、高いときは1200円。でも珍しいからどんどん売れる。なんといつてもすごいのは、パンに挟んで食べられるということ。そしてレタスは海外にどんどん検疫を通して出て行つたんです。これで村の財政が一気に良くなりました。こういうような一つの発想、これが非常に重要なんです。

アグリビジネスをやるときには、まず何をしなきゃいけないかというと、まず発想を豊かにすること。それから二番目に、二番煎じ（真似事）は絶対だめです。自分の新規性があつてやらなきゃだめ。三番目は、はっきりとした受け皿、買ってくれる人や乗ってくれる人を作り上げる。そのためにはいろんなノウハウがあると思います。

先日、バンクーバーに行った時、大変アメリカで成功している食品会社の社長と偶然会いました。なんで彼が成功したかという、もやしを口サンゼルスで作つて売つたんです。1店舗ではとても間に合わなくて2号店を作つた。会ったときに話を聞いたら、カナダでもやし工場がないからカナダでも作るうと思つてんだと。なんでアメリカでもやし売れるかというと、アメリカは今、ヘルシー志向になつた方が良いだろうと思つてるようですね。

寿司だとか日本食ブームがものすごい。さきほどもしお話ししましたが、先日行われた日本酒のシンポジウムのテーマが「海外における日本酒の現状」でした。今、日本酒は焼酎に押されてまったく力がないです。焼酎の方が生産量も販売量も多い。ところがアメリカでは日本酒がものすごい伸び方をしていきます。毎年20%くらいずつ伸びてる。今、月桂冠、宝酒造、大関酒造など日本の大きな会社に向こうで日本酒を作ってますが、売り切れ続出だそうです。どういふことかというと、アメリカは日本の食文化が急激に浸透し始めている。シアトルにもバンクーバーにも、普通のレストランに日本の食べ物がいっぱいあるんですね。これはすごいなと思いました。

ついでに、どうして焼酎の販売量が多くなつてきたかと言つてのお話しておきますと、健康志向説もありますが、これはビジネスにも関係してきます。この40年間で日本人の油の消費量は3・7倍、肉の消費量は2・8倍になりました。これだけ多くなつてくると、必然的に甘い日本酒はあんまり合わないんですね。焼酎は今のブームだつていうけど、私からすれば定着です。これを日本酒が巻き返すには並大抵の事じゃない。中国は食文化の中に油断敵というのがあるんです。油を断つのは大敵だ。中国では白酒、バイチュウ、黄酒（ホアンチュウ）、という、在来

の昔からある焼酎を飲んでるんです。白酒6・黄酒4です。7・3という説もありますが、とにかくそれだけ焼酎を飲んでる。それは何故かというと、あれだけ油の多い料理に甘い酒ではとてもダメなんですね。だから辛い酒がどんどん売れてる。ここから大いに期待するのは、鹿児島島の芋焼酎です。米焼酎とか麦焼酎とかはあまり強い香りがしない。ところが芋焼酎は非常に芋の香りがします。あれが中国人にはたまらない。私は何度も中国で芋、米、麦、蕎麦の焼酎を持っていって、いろんな層にアンケートしたことがあるんですけど、9割以上は芋焼酎が良いと言つてました。なのでこれからのビジネスチャンスとしては、芋焼酎を造つて中国に売れば相当売れますよ。こういう身近なところにビジネスチャンスがありますね。

ビジネスチャンスは無限大 —微生物の世界—

それから、大きなバイオビジネスの世界の一つに、発酵という世界があります。これは発酵と言っても様々な発酵があるんですね。たとえば医薬品の発酵。たとえば京都にマルキン醤油さんの研究所があります。その研究所は25年も自分たちの研究費だけでやっていけた。それはたつた一つの微生物を見つけたからです。そのくらい大き



農林水産省講堂にて行われた講演会の様子

なビジネスチャンスというのが実は微生物にあるんです。極端なことをいうと、とんでもなく効く制ガン剤をつくる菌が見つかったら、左うちわどころが大変なことになりますよ。

実は我々の身近にはいっぱいそういう菌がいるんです。一番ビジネスチャンスがあるのは微生物の世界かもしれません。私の研究室で、ネズミに大きなガンを作って、それがある特殊な菌を培養して投与すると、ガンがきれいになくなる。また、アガリクスとかメシノコブとかサルノコシカケとかが有

名ですが、キノコはガンの細胞を抑制するという力を持っている。それは非常に複雑な物質で、βヘキサグルカンというんですが、キノコ類はそれを作る。医学的にも生理学的にもβヘキサグルカンはガン細胞を抑制することはいろんな本に書いてある。私のところでやり始めたのは、キノコのDNAはどこから来たのかと考えたんです。キノコが何から出来ているかという、実はカビなんです。キノコはご存じのとおり微生物なんです。目に見えない。目に見えるものはキノコの菌糸が固まっただけで、キノコの本体は孢子で目に見えない。だから微生物です。だってほだ木に椎茸菌をボンと植えて付けてもその時はなにも見えない。それがどんどん増殖して菌糸ができてキノコができるんです。ただ、キノコを栽培すると相当時間がかかる。うちの研究室には昔からカビのコレクションがあったので、その中にβヘキサグルカンを作るカビがあれば48時間でできちゃうわけです。タンクの中でそのカビを液体で培養すると4〜5株の中に非常に大量の、アガリクスと比較しても7〜14倍のβヘキサグルカンができた。その培養液をガンを作ったネズミに投与するとガンが消えてしまっただけです。

私のところでやってるのはもう一つ、動物性の脂を植物性の油に変える微生物が見つかったんです。これもカビの

一種です。私が去年書いた「発酵は錬金術である」(新潮選書)にも書いてます。豚の脂の固まりにその菌の培養液をつけておくと豚の脂が溶けていきます。豚の脂は常温では溶けない。ところがこのカビがつくと液体になる。どういふことかという、台所にある植物油は冬でも固まらない。これは飽和脂肪酸、不飽和脂肪酸の違いで、牛肉と豚肉は飽和脂肪酸で融点が高いため、脂が溶けないんです。ところが、大豆の油・トウモロコシ油・菜種油などの植物油は、とても融点が高い不飽和脂肪酸ですから、いつまでも固まらない。つまり、豚の脂が液体になったということは、動物性の脂が植物性の油に変わったと言うこと。変わった原因は何かというと不飽和化酵素「desaturase」(デサテュラーゼ)です。

動物性油脂の処理に困っている品川の畜肉処理場などで、それらをすべて植物油に変えることができる。その酵素の力をコントロールすると、植物油というよりむしろ健康志向としての錠剤に入れてもいいような油が自由にできるでしょう。もつと自然界から不飽和酵素を作る菌を大量に生産することができれば、一変して動物性の脂が植物性の油に変わることになるでしょう。それが成功したときには私は実験台になって、自分の腹のまわりの脂を溶かそうかと思っています。

注目される「匂い」のビジネス

― 廃鶏から安くてうまい 天然調味料 ―

天然調味料

それから、ビジネスの中で値段の高いものとしては「匂い」があげられます。特に天然フレーバーはかなり高価です。現在、研究室で注目しているものとして、バニラフレーバーを発酵させた商品があります。これは高砂香料も興味を示しておられます。3年前にインドに行った際、目が飛び出るほど高価だったのは本物のサフランやバニラビーンズだったんです。本物のバニラビーンズはとっても甘くて、甘美、官能的な香りでした。これがとてもいい香りなので、なんとか発酵生産させたいと思いました。私のライフワークの中の一つに微生物フレーバー、天然フレーバーを作るといふことがありますが、これは自然界の中には、いくらでも目的の果物や花の匂いを作ることができる菌がいるんだということ。日本の農芸化学会という学会で発表しましたが、ブドウ糖から薔薇の花の匂いを作り出せるものがあり、培養していると研究室に薔薇の花の匂いが充満するくらいのもあります。ほかに、梅の花の匂い、ラ・フランスの匂いなどの香りを作る菌もあります。必ずしも天然の花の匂いを作る時には、植物からでなくても、微生物でもいいんです。

リンゴ・バナナ・メロンの匂いなども作ることができる。他にも、香りのデザイン研究所長の吉武さんとともに、お線香を粉にして、米ヌカをちよつと混ぜ、水を加えて麴カビをつけてみました。40時間が過ぎて、培養が終わってそのお線香に火を付けると、人間が嗅いだことのない匂いがする。カビをつける前の線香とまったく違う香りのする線香ができたんです。カビというのは微生物の中でもすごい物質転換が早いんです。お線香の芳香成分がカビによって変化していくんですね。微生物を使ったビジネスというのはそういうマジック的なものが非常に多いんです。

私が最近一番賞賛している仕事のひとつとしては、鶏節があります。これはすごいビジネスです。今、鰹の漁獲高が少なくなつて、鰹節の値段が高くなつて本物が手に入りにくい。そこで、捨てるものを原料にして作つたら鰹節とかわりないものができた。それはブロイラー、廃鶏です。肉にしてももう固くて食べられない二束三文の廃鶏を集めてきて解体してお湯で煮て燻す。それに鰹節菌をつけて鶏節を作った。動物性のタンパク質にカビをつけることで、天然の旨みを抽出して、それを売のことを考えた。本当にうまいアイデアですね。その会社は売り上げを伸ばし、毎年右肩上がりの成長をみせていますね。今、安くてうまい天然調味

料の時代になつてきた。そうなるべくとその時流に合わせたアグリビジネスのアイデアが当然でてくる。その鶏節の天然エキスを使つて作つたラーメン屋も、現在東証の一部に上場するくらい成長したんです。

また、日本海側を中心にして400店舗くらいあるラーメンチェーン店の店主に秘訣をきいたところ、人に、また食べたい、と思わせるラーメンを作る最大の秘訣は、匂いにあるという。それは最大のノウハウ的ビジネスチャンスを引き出すことができるものです。中華鍋で油(ラード)を熱し、液体にして、そこに魚屋さんから廃棄されてしまふ海老の殻を入れて揚げ、焦げ始めた頃に殻を掬つて取り除き、海老殻を揚げたラードを冷蔵庫で冷やす。すると、海老の香ばしい香りが移つたとても香ばしいラードができます。同様に熱したラードにんにくのスライスを入れてきつね色になったところで掬い取れば、にんにくの香ばしいラードができます。ラーメンにこれを使うと、また食べたいと思わせるラーメンにな



るのです。最近は粘菌でイグノーベル賞を取るなど、様々なユニークな発想から新たなビジネスチャンスが創出されています。去年は牛糞からバニラフレーバーを取り出した若い日本人女性研究者がイグノーベル賞を取りましたが、これはすごい発想ですね。昔、私の若い頃、人間の糞尿などを発酵させ、田んぼに撒いていた。人間の糞尿にはインドール系の物質とかが入っています。紫外線の多い春に撒いて3日過ぎると、とんでもなく鼻をくすぐる香水になる。最高級の香水にはインドール系などの素晴らしい匂いが入っているんです、と吉武さんが言っていました。悪臭をこうした技術によってよい香りに変える技術は大きなビジネスチャンスとなり得るでしょう。その他、「海を見つめるジョニー」という劇中の海のシーンで、海の匂いを作つて、劇場に流して匂いを嗅がせ、観客をひきつけるという試みをしたことがありました。これはカニなどの甲殻類をつぶして、ワカメ・昆布も入れて放置し、腐敗させてから、一定の温度で腐敗臭をとばすとアミン系統・アンモニア系統の匂いが抜けて海の匂いだけが残る。それを濃縮しエタノールに溶かして、匂い発生装置で会場に流したら、観客は皆、カニの腐敗臭とは知らず、海の匂いだと感じて、それが評判を呼び、新聞等にも取り上げられ、さらにお客を呼び込む結果となりました。こうし

た人を惹きつけるテクニクは、立派なバイオビジネスといえます。

逆転の発想で難点も ビジネスチャンスに変える

―焼酎廃液から堆肥を作る―

集客のためには、逆転の発想がよい結果を生む場合もあります。たとえば滋賀県の永源寺町にあるヒトミワイナリーでは、5、6個の大きなタンクに大量の白ワインを作つたものの、まったく売れないでいたんです。6年前のある時、そのタンクを見学に行きタンクを上から見てみたところ、タンクいっぱい沈殿物(澱)が入っていたんです。それをグラスに掬ってみると、ワインは濁っていて、むしろ側が見えないほどでした。売れなくて2年半もおいてたというが、これは売れるぞと思つて、にがりワインとして売ったんです。坂口謹一郎先生が「世界の酒」という本を岩波書店から出しています。が、ワインというのは実は濁っているものが一番うまいと書いてます。味噌汁もそうです。上澄みだけ飲むとおいしくない。濁っている物質(コロイドの物質)というものが、美味しさを感ずる舌の味蕾(ミライ)に付着し、うまいと感じさせるのです。どぶろくだってそうです。ちょうど連載していた日経新聞に、それまで日本人は透明に澄んだ、きれいなワインを飲む

ことが主流でしたが、濁りのワインの美味しさを紹介したところ、翌日にはワイナリーに問い合わせが殺到し、売れなかつたワインが爆発的に売れはじめました。今でもそこだけが濁ったワインを作っています。

私がもし、醤油屋の社長をしていたら、とんかつソースやマヨネーズなどドロドロが大好きな最近の若者好みの新しい醤油（ドロドロした醤油）を作ってみますね。そうしたら若者はどのような食べ物にもドロドロした醤油をかけるようになるのではないかな。また、たとえば平安時代には4種類の醤油を作っていたんですが、一つが穀醤（こくびしお）という穀物の醤油、もう一つは魚醤（魚の醤油（うおびしお））、消えた二つは、肉醤（肉の醤油（にくびしお））と草醤（草の醤油（くさびしお））です。草醤は野菜で醤油を作っており、甘味のある美味しい醤油です。これを掘り起こして作ってみたら、現代の若い人にも好まれ、とてもよいビジネスになるのではないのでしょうか。

重要視される 環境への配慮と進む研究

これから非常に重要になってくるのが環境関係のビジネス。特に、生ゴミをいかに有効資源とするかということが、とても大切になってくると思います。たとえばある商品ができあがるま

でに、地球温暖化の原因となるCO₂がどれだけ量、排出されたのかを表示していくというような動きが考えられています。そうなってくると大変なのは焼酎業界です。焼酎・蒸留酒業界は製造過程で必ずCO₂を排出します。なぜなら石油を使って、蒸留しないことには焼酎（蒸留酒）は製造できないためです。そうなってくると、環境を考える人たちにとって、商品イメージはかなり悪いものとなってしまいます。しかし、この難点を逆にビジネスチャンスととらえ、「焼酎作りは、環境作りである」ということを先に掲げて進めていくことも方法の一つです。焼酎は蒸留廃液が必ず出ます。これをただ投棄・埋め立て・焼却することで処分するのではなく、それを発酵させて土にかえすということを装置化して行い、

その土を周辺の山・畑に撒き、植樹する提案をしています。その焼酎廃液を発酵させることでできた土を堆肥にして撒いたところには、木が生え、山は潤ってくる。その結果、CO₂はO₂に変わり、CO₂排出量からO₂を差し引くことができます。そうすると焼酎作りは蒸留してはいるが、蒸留することでも出たCO₂を山を緑化して出たO₂と酸素量で相殺することができれば、たいした問題ではなくなることになります。今、そうした視点から焼酎廃液をいかに所集めて、堆肥化することが非常に求められています。

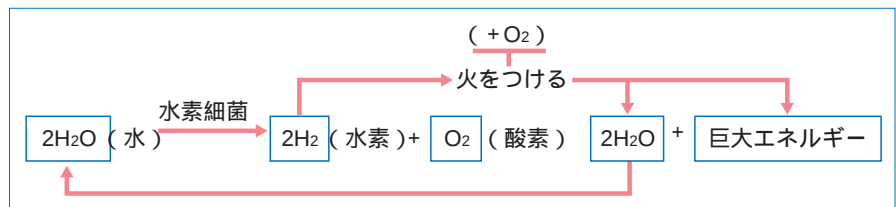


図 水素細菌によるエネルギーの作り方

酸化力が非常に強い菌であるので、還元するのはよくないんです。だから水を吹き飛ばす。酸素が欲しい。水素に火をつけると、水素と酸素が融合し巨大なエネルギーを作ることが出来ます。自然界では、核分裂をさせて作る原子エネルギーの次にこの水素エネルギーが大きなエネルギーなのです。その発見によって水素爆弾も作られました。

また、新しいエネルギーを作ることは簡単なことではないように思いますが、自然の中からエネルギーを作ろうとすればたくさんできます。たとえば、装置さえあればメタン発酵などいくらでもできます。また今、非常に重要なエネルギーとして考えられているものの一つは、水素細菌なんです。水素細菌はとても面白い細菌です。水を体の中に持っている。この水素細菌は

環境優先の農業方法で四つの ビジネスチャンスを創出

福島県須賀川市に、吉田一郎さんという人が三風という会社を立ち上げました。周辺から出てくる大量の生ゴミを全長400mの発酵槽を作って堆肥にし、地域の環境のためにがんばりながらビジネスチャンスを掴みました。今、東京都の食品会社の産業廃棄物処理はトン当たり1万6〜7千円以上で処理されてるそうです。釧路でも1万5〜6千円だそうです。ところが吉田一郎さんのところでは、畜産廃棄物についてですが3千円で引き取るんです。だからみんな持っていくんです。でも彼のところで処理するのに全然お金はかからない。槽内の微生物を92で発酵させ処理させてますから、餌も何も要らないし、十分採算は取れている。



質問に答える小泉武夫教授

今すごい勢いで作っていて、全然臭いがでてこない。毎日のように何十トンという堆肥ができ、それを近隣の地域農家に分け与えてます。発酵した有機性廃棄物を立派な商品にかえた。一つの仕事で三つのアグリビジネスをしたんです。一つは畜産廃棄物を格安で引き受けてトン当たり3千円で処理を行うとともに、二つ目は毎日何十トンも出る非常に肥沃な堆肥「コンポスト」を売ること、三つ目は農家に堆肥を無償提供することです。この堆肥を使うとまったく無農薬で、非常に質の良い農作物が出来上がるんです。データも出ており、農林水産省本省や東北農政局も注目しています。彼は今の農業のやり方は間違っていると云います。堆肥

を田んぼにただばらまいたり、苗の周りに撒くのではなく、土壤診断をした上で表土を削り堆肥を撒き、そこに表土を戻すと収穫がアップするといった。彼はまた米も需要も見込まれるため、この堆肥で育てた米も提供していきたいと言っています。

このように、たった一つのコンポスト（堆肥）を作る仕事を装置化しただけの（）から環境も破壊せず、環境を優先した農業方法で四つものビジネスチャンスを生み出したということで大変注目されています。

■質疑応答

Q 生ゴミの堆肥化について、堆肥化することと欧州でやられているバイオガスを作する方法とどちらがよいでしょうか。

A 堆肥です。バイオガスの場合、装置産業になってしまうこと、細菌のコントロールが難しいことが挙げられます。堆肥の場合、一定の菌が住み着いてしまえば同じ品質のものが継続して作れるため簡単です。堆肥は、入れた畑だけを守るのではなく、雨が降れば、堆肥の有効成分が川にも流れ込み海に達し、川や海も豊かになります。

Q 熊本の泥武士の話で、オーナーは畜産農家でしょうか？ また、料理屋に

肉を出している農家はかなり収入があるのでしょうか。

A オーナーは畜産との関係はなく、昔からの居酒屋の主人です。この店ではあまり肉は出しません。すべて高品質の有機野菜です。また、関東一円の農家と契約をし、料理を安く提供しています。

Q 牛乳や卵は結構な値段で売られていますが、農家のもうけは非常に少ないので、第一次産業に従事している者でも、第二次・第三次産業にも携わるべきだと思っています。農家さんに元気になって欲しいと思っています。

A そのとおり。大分県大山町の農家は小麦をそのまま売らず、クッキーやパンとして売っています。付加価値を付けることで農家がよみがえってきます。農林水産省は地産地消を推進していますが、ただ農協に持つて行っても売れないので、流通を整備してから地産地消をしないといけないと思います。兵庫県では、農協、漁協、森林組合、生協の4者が集まり、農産物を農協を通して生協で売るようにしたところ、商品がスムーズに流れるようになりました。これも立派なバイオビジネスです。

Q 生ゴミの肥料化について、塩分がかなり入っている家庭の生ゴミも混ぜてコンポストを作っているでしょうか。

このような品質のもので、農作物への影響はないのか教えてください。

A 須賀川市の例では、生ゴミ処理のレーンはおからなどを原料とする無塩のレーンと家庭ゴミのレーンを分けています。塩分の多いものは扱っていません。ただし、塩分も微生物がミネラルとして使います。適量の塩分は栄養源だとお考えください。

Q 病院患者のために、有機農業の生産物のみ宅配のお弁当を作ってきましたが、農家が少なくなり、まわりはマンションばかりとなってしまいました。このままでは農家も有機野菜も不足してしまいます。どうすればよいでしょうか。

A この方は、日本で初めてアグリビジネスを始めたと言えるヨシケイという会社の創設者で、渡辺虎雄さんという25年来のおつきあいをしている方です。ご質問に対する回答の一つを例として挙げますと、大分県日田市大山町では、「我々はプロフェッショナル農業集団」、「はじめに土有り」というスローガンを掲げて農業をしており、農家平均1、000万円以上の売り上げがあります。これにより若者が町に戻ってきており、農業のさらなる発展が見込まれます。全国で有機農業を行っている地域を、企業は育てていく必要があります。

スイスのFTA戦略から学ぶもの

―日スイスEPA交渉の経験から―

農林水産省大臣官房国際部経済連携チーム国際交渉官 作山 巧

はじめに

2007年5月に開始された日本とスイスとの経済連携協定（Economic Partnership Agreement、以下「EPA」と言う）の締結交渉は、2008年9月の第8回会合で大筋合意に至り、1年半に渡る交渉が事実上終結した。筆者はこれまで、WTO農業交渉やOECD関係業務において、多面的機能フレন্ズやG10諸国との調整を担当し、農業の多面的機能への配慮を重視する仲間としてスイス政府関係者と接する機会は多かった。今回のEPA交渉では、農林水産省での担当交渉官として、その開始から妥結に至るまで一貫してこの交渉に従事し、特に物品貿易分野の交渉では、農林水産品に関する合意の取りまとめに深く関与した。

EPA交渉を進める上では、交渉相手国の関心品目やセンシティブ品目の事情を把握することが極めて重要な

る。WTOにおける多国間の貿易交渉では、まず関税等の削減約束の指針となる共通ルール（モダリティ）の合意が前提となり、その後の二国間での譲許表交渉は、モダリティに沿って短期間で終了することが想定されているため、こうした必要性は乏しい。これに對して、二国間で行われるEPA交渉のモダリティは、概して協定発効後10年間に貿易額ベースで90%の関税を撤廃するといった大まかなものであり、二国間で濃密な協議を重ねることにより、テーラードメイドの合意を作り上げることになる。この際には、相手国側の攻めや守りの背景にある国内の事情や制度の理解が極めて重要であり、その成否が交渉の進捗度合いや合意内容にも大きく影響することになる。

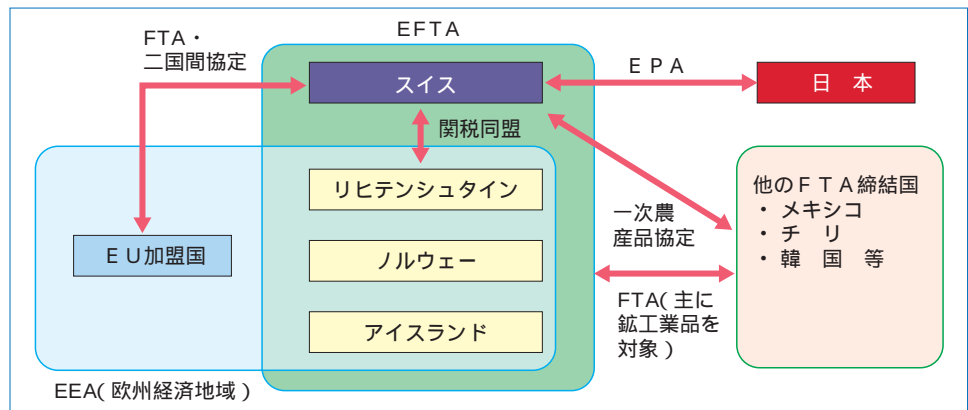
このような背景から、交渉の相手方という従来とは正反対の視点からスイスを捉え直し、そのFTA戦略や農政改革等を巡る事情について改めて検証

してみると、日本との類似点よりも相違点が目に付くように思われた。その最たる例は、FTAへの積極的な取組であり、スイスは既に日本の倍以上の国や地域とFTAを締結している。本稿では、以上のような筆者の経験を踏まえて、WTO農業交渉におけるG10のメンバーとして、農産物貿易に関しては日本と立場が近いと考えられているスイスが、それとは一見相容れないFTAに積極的に取り組んでいる背景を明らかにした上で、今後日本がEPAを推進していく上で、スイスの経験から学ぶべき教訓を導き出すこととしたい。

スイスのFTA政策

スイスが締結したFTAは、[第1図](#)に示すような3つの階層から成っている（平澤、2007b）。第1は、ス

イスにリヒテンシュタイン、ノルウェー、アイスランドを加えた4カ国からなる欧州自由貿易連合（European Free Trade Association 以下「EFTA」と言ふ。）であり、その域内では鉱工業品の関税は撤廃され、農水産品の関税は二国間協定に基づいて一部が撤



第1図 スイスのFTA締結相手国との関係

資料：平澤(2007b)の第1図に筆者が加筆。

第1表 FTA締結相手国の比較(2008年12月時点)

地域	相手国	日本	スイス	備考
アジア・大洋州	シンガポール			
	マレーシア			
	タイ			
	インドネシア			
	ブルネイ			
	フィリピン			
	アセアン全体			
	ベトナム	○		
	韓国	×		
	インド			
米州	豪州			
	メキシコ			
	チリ			
	カナダ		○	
	コロンビア		○	
	ペルー			
欧州	米国		×	スイス単独
	リヒテンシュタイン			関税同盟、EFTA加盟国
	ノルウェー			EFTA加盟国
	アイスランド			EFTA加盟国
	欧州連合(EU)			スイス単独
	フェロー諸島 (デンマークの自治領)			スイス単独
	マケドニア			
	クロアチア			
中東	トルコ			
	イスラエル			
	パレスチナ			
	ヨルダン			
	レバノン			
	湾岸協力会議(GCC)		○	
アフリカ	モロッコ			
	チュニジア			
	エジプト			
	南部アフリカ関税同盟(SACU)			
	アルジェリア			

資料：EFTA事務局ウェブサイト、スイス連邦経済省ウェブサイト。
注：は発効済み、○は合意済み、は交渉中、×は交渉中断。

廃されている。また、リヒテンシュタインとは関税同盟を締結している。第2は、EFTAを単位として第三国とFTAを結ぶ形式であり、スイスが締結したFTAはこの方式が大半を占める。この場合、FTAで统一的にカバーされるのは鉱工業品や加工農産品に限られており、一次農産品の扱いはEFTA各国が個別に締結する協定に定められている。第3は、スイスが単独で第三国と締結するFTAであり、日

本とのEPAはこれに該当する。これまでは、欧州連合（以下「EU」と言ふ。）とデンマーク領フェロー諸島との2例しかない。次に、スイスが締結したFTAの相手国を日本と比較したのが第1表である。まず、締結数で見ると、日本が締結または合意済みのEPAは、スイスを含めて11であるのに対し、スイスは日本を含めて24の国・地域に上っている（EUは1地域としての扱い）。ま

た、相手国の分布については、日本が東南アジア諸国とのEPAを重点的に進めてきたのに対し、スイスの場合には、アジア・太平洋地域のカバレッジが相対的に薄いものの、近隣の欧州から中東、アフリカ、米州に至るまで、幅広く多様な国々とFTAを締結している。特に、国内の農業団体の反発によつて結局は中断されたものの、一旦は単独で米国との交渉を開始し、また最近ではカナダとの交渉を妥結させる

第2表 スイスが締結したFTAにおける農水産品の譲許率(タリフラインベース)

相手国	EFTA	EU	メキシコ	チリ	韓国
発効年	1960年	1973年	2001年	2004年	2006年
譲許率	18.5%	8.3%	21.1%	28.1%	36.5%

資料：農林中金総合研究所(2007)の表3-15(135頁)。

第3表 スイスの農政改革の推移

計画名	対象期間	基本理念	内 容
第7次 農業報告	1993～ 1998年	環境保全のための デカップリング	・生産から切り離された直接支払いの導入 ・価格の引下げ ・特定の環境サービスに対するインセンティブ ・国境保護の見直し(WTO対応)
農業政策 2002	1999～ 2003年	市場指向のための 規制緩和	・価格と販路の保証を廃止 ・酪農市場介入組織の廃止 ・直接支払いの環境保全要件
農業政策 2007	2004～ 2007年	競争力のための 規制緩和	・牛乳割当の廃止(2009年) ・肉の輸入割当における入札 ・構造改善と社会政策の強化
農業政策 2011	2008～ 2011年	農業の競争力の 強化	・財源の再配分(市場支持→直接支払い) ・輸出補助金の廃止、市場支持半減(WTO対応) ・一律の耕作支払い ・差別化(表示・呼称)

資料：平澤(2007a)の第2表に筆者が加筆。

等、農産物の輸出国とのFTAにも果敢に取り組んでいる点が注目に値する。このようなスイスの積極的なFTA政策の背景にあるのは、貿易への高い依存度である。スイスの人口は2006年末時点で約750万人であり、国

内市場の規模は日本の6%に過ぎない(EFTA・2008)。これを反映して、2005年の輸出依存度(国内総生産額に対する輸出額の割合)は、日本が14%なのに対しスイスは49%に達しており、スイスの高い所得水準は輸出に大きく依存している(OECD・2008b)。この中でも純輸出額が多いのは、化学品や時計・精密機械等といった付加価値の高い工業製品であり、貿易相手国の市場アクセスの改善や、スイス企業と競合するEU等のFTA締結に伴う第三国市場での競争条件の劣後防止の観点から、FTAの推進は死活的な重要性を持っている(Daiss・2006)。

B スイス農政の対外適応

鉱工業品やサービスの輸出に大きく依存するスイス企業は、WTO交渉と並んでFTAの推進に大きな期待を寄せているが、ガットの第24条の規定によつて「実質的にすべての貿易障壁の撤廃」を求められるFTAの締結は、スイス農業にとつては困難な課題である。東西冷戦下での中立維持の観点から、食料の自給を重視し、高率関税による国境保護、生産制限を含む国内市場への介入、補助金による価格支持、食料の備蓄等から成る統制色の強い農業政策を維持していた1980年代末

では、農産品の大半をFTAから除外することで折り合いを付けてきた。第2表に示すように、1960年代及び70年代に締結されたEFTA及びEUとのFTAにおける農水産品の譲許率は、極めて低い水準に止まっている。しかしながら、その後のスイス農業を取り巻く内外の状況変化によつて、農業政策の大胆な改革が不可避となり、それが結果的にFTAへの対応力を高めてきている。

こうした状況変化について、まず対外的な要因についてみると、東西冷戦の終結に伴う食料自給による安全保障の必要性の低下、WTO農業協定の発効によるガット上の自由化義務免除特権(ウェーバー)の放棄、今後のEU加盟時の農業政策統合を見据えた価格調和の必要性、が挙げられる(樋口、2006)。また、国内的な要因としては、価格支持と生産性向上に伴う供給過剰と財政負担の増大、生産の集約化による環境負荷の増大、食料価格の低いEU加盟国への食料の買出し(フードツーリズム)による国産品の需要の減少、が指摘される平澤、2007b)。このような内外の状況変化に対応するためには、EU加盟国との内外価格差を縮小すべく、国内農業の競争力の強化と関税から直接支払いへの農業保護構造の転換が不可欠

となっているのである。

スイスの農政改革への取組は、第3

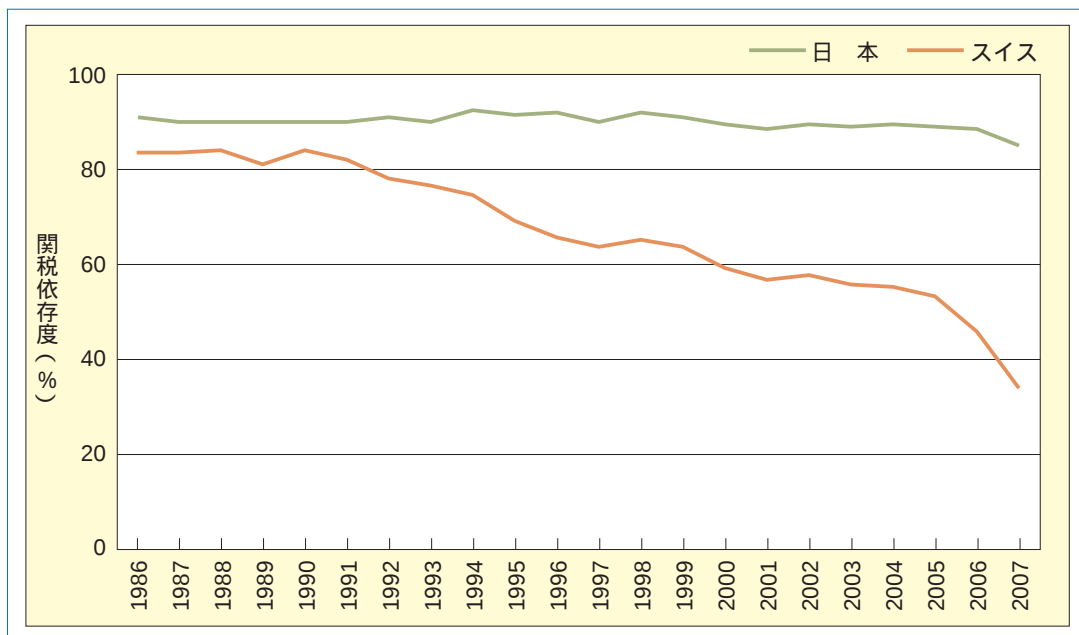
表に示すように、中長期的な視点に立つて段階的かつ着実に進められてきた（平澤、2007a）。まず、1993年を起点とする第1段階では、生産から切り離された直接支払いの導入、WTOに対応した国境保護措置の再編、価格水準の引下げ等が行われた。次に、1999年以降の第2段階（農業政策2002）では、価格と販路の保証が廃止され、直接支払いの環境保全要件が導入された。更に、2004年から始まる第3段階（農業政策2007）では、牛乳の生産量割当による生産調整の廃止が決定され、食肉の輸入割当に入札が導入された。更に、2008年からの第4段階（農業政策2011）では、WTOドーハ・ラウンドの合意を見越した輸出補助金の廃止と市場支持の半減、それらの直接支払いへの財源再配分を主な内容としている。こうした改革の結果、農業政策2011の最終年には、農業財政に占める直接支払いの割合は9割近くに達すると見込まれている。

4 スイスのFTA戦略から学ぶもの

以上を踏まえて、スイスのFTA戦略から日本にとっても参考になると思われる教訓を抽出すると、以下の3点に要約されよう。まず、交渉戦略に関しては、スイスのFTAは、自国の鉱工業品の関税は原則として即時撤廃し、例外品目のみを譲許表に明記する「ネガティブ・リスト方式」を採用する一方で、農産品については譲許した品目のみを明記する「ポジティブ・リスト方式」とするという、農工分離方式を特徴としている。鉱工業品については、最大の貿易相手国であるEUとのFTAで撤廃している以上、他国に対する即時撤廃オファーは容易であり、こうした鉱工業品での強い立場を梃子として、農産品に対する圧力を減殺するとの戦略は示唆に富んでいる。これに対しては、スイス経団連から、「農業分野で柔軟性を示せないために、鉱工業やサービス分野の利益が犠牲になっている」との不満が出ているのも確かである（Kunig, 2006）。しかし、日本とスイスが共にFTAを締結済みのメキシコとチリに対する譲許率を比較すると、日本の農林水産品の譲許率はおおむね5割程度なのに対し、スイスは第2表に示すように2割台の譲許率で

交渉を妥結させており、概して鉱工業品の関税撤廃に困難を有する開発途上国に対しては、こうした戦略の有効性が裏付けられていると考えられる。

次に、交渉体制に関しては、交渉窓口が一元化されつつも、農業分野の利害が交渉ポジションにしっかりと反映されている点が特筆に値する。スイスの場合には、連邦経済省の外局に農業庁が置かれているが、貿易交渉の権限は経済省の経済事務局に一元化されている。交渉窓口の一元化は、一般論としては少数派の利害軽視につながりかねないが、スイスの場合には、永世中立国としての食料確保の必要性や、観光に欠かせない農村景観の維持に果たす農業の重要性に関して、政府内でも認識が一致している模様であり、農工分離方式を活用



第2図 農業保護における関税依存度の推移

資料：OECD (2008a)。

注：関税依存度(%) = (市場価格支持 / 生産者支持推定量) × 100。

体制は、WTOやEFTAにおけるマルチの貿易交渉の経験者を要所に配置しており、その中でキャリアパスを通じて専門知識と経験が蓄積されるよう配慮されている。また、専門性を有する法律家等の中途採用や抜擢人事も行われており、ふさわしい知見を有する少人数に権限を与えて交渉するという体制は示唆に富むものと考えられる。

最後に、より長期的な見地からの農政の対外適応という観点からは、計画的に農政改革を推進してきたスイスの姿勢には学ぶべきものが多いと考える。こうした農政改革の成果は、第2図に示した農業保護における関税依存度に関する図に表れている。この図は、OECDが算出する農業保護の水準を示す指標である「生産者支持推定量」(PSE)が、関税に由来する「市場価格支持部分」(品目ごとに内外価格差に国内生産量を掛け合わせて合計したもの)と「それ以外の補助金部分」から成ることを踏まえ、市場価格支持のPSEに対する割合を「関税依存度」と定義し、日本とスイスについて1986年以降の推移を示したものである。これによれば、1986年の時点では、関税依

存度は日本が90%、スイスが83%と大差がなかったが、2007年では、日本が85%とほぼ不変なのに対してスイスは34%と大幅に低下させている。これは、価格支持から直接支払いへの転換によって、FTA交渉における関税削減の自由度が高まっていることを意味するものであり、第2表において、スイスが最近締結したFTAでは、年々譲許率が向上していることも整合している。

要約と政策的含意

これまでの議論を要約すると、スイスによる積極的なFTA締結を可能としている要因は、次の2つに要約される。第1は、輸出依存度が極めて高く、輸出市場を維持する上で貿易自由化を求める経済界から強い要請がある中で、農業を取り巻く内外の情勢変化に対応すべく、長期的に自由化への適応力を高めるような農政改革を進めていることである。他方で第2の要因として、FTAにおける譲許率の低さに示されるように、農業分野で過度に野心的な約束を追求せず、国内の農政改革で対応可能な範囲に収めていることである。輸出市場はしっかりと確保するという「実利主義」と、国内農業維持

の観点から越えられない一線は守るという「現実主義」の組合せが、スイスのFTA政策の大きな特徴である。更に、スイスはこれまでの農政改革による関税依存度の低下を活用し、EUとの間で農業・食料分野の大幅な貿易自由化を進める新たなFTA交渉を準備中であり、その結果を将来は第三国とのFTAにも適用しようとしている。このため、スイスによるFTAの自由化水準は、中長期的には格段に向上する可能性があると見ておくべきであろう。

日本とスイスを比べると、農産品について「守るべきは守る」という現実主義的な部分は共通しているが、長期的な農業保護構造の変革という面では違いが大きいと言わざるを得ない。スイスにおいて、対外適応を念頭に置いた農政改革を促進する要因としては、貿易依存度の高いヨーロッパの小国として、長期的にWTOやEUへの適応が避けられないという共通の認識、政府と利害関係者の事前協議、国民投票、国家による補償といった合意民主体義の仕組み、小国ゆえの国内調整の容易さ、が挙げられている(平澤、2007a)。これに対して日本の場合には、国内市場が相当に大きい、農業政策を他国と調和することが求められている訳ではない、周囲を海に囲まれており、内外価格差を維持し

た関税依存型の農業保護が維持可能である、といったように、スイスとは与件が異なる面もある。

それでもなお、日本として、引き続き積極的なFTA締結の推進が求められる要因も多い。一例を挙げれば、FTAは特定の国同士が排他的に関税撤廃を行う約束であるため、WTO交渉が停滞する中で、日本企業と競争関係にある国が第三国とのFTA締結を進めれば、競争条件の回復を目指して当該国とのFTAを求める誘引が働き、更にそれによって被害を受ける国が同様に反応することとなり、FTA締結競争の連鎖を招きかねないことである。更には、日本の輸出依存度は1995年から2005年の10年間で9%から14%へと上昇しており、人口減少等に伴う国内市場の縮小によってこうした傾向が続けば、輸出市場を確保するための梃子として市場開放圧力が高まる可能性がある。このような中長期的な視点に立てば、短期的には国内農業に影響しない範囲内でFTA交渉をまとめつつ、長期的にはWTO・FTAにおける貿易自由化に対応できるような農業保護構造の変革を着実に進めるといったスイスの取組から学ぶことは多いと考えられる。

【引用文献】

- 樋口修(2006)「スイス農政改革の新展開―
「農業政策2011」政府草案を中心として―」
『レファレンス』第660号、79～94頁。
- 平澤明彦(2007a)「スイス農業政策の対外
適応と国内調整―農政改革にかかる国民合意
と96年の憲法改正―」『農林金融』第60巻第6
号、14～26頁。
- 平澤明彦(2007b)「スイス農業政策のEU
対応―EFTAから農産品FTAまで―」『農
林金融』第60巻第7号、44～53頁。
- 農林中金総合研究所(2007)『平成18年度自
由貿易協定情報調査分析検討事業報告書(対
象国スイス)』農林中金総合研究所。
- Deiss, J. (2006) 'EFTA's Free Trade Policy: EFTA
Free Trade Agreements and Swiss Foreign
Economic Policy', *EFTA Bulletin: EFTA Free
Trade Relations 2-2006*, EFTA Secretariat.
- EFTA (2008) *This is EFTA 2008*, EFTA Secretariat.
- Kundig, G. (2006) 'Stakeholders' Views :
Economiesuisse', *EFTA Bulletin: EFTA Free Trade
Relations 2-2006*, EFTA Secretariat.
- OECD (2008a) *PSE/CSE Database 1986-2007*
OECD.
- OECD (2008b) *National Accounts of OECD
Countries Volume I: Main Aggregates 1995-2006*,
OECD.
- EFTA事務局ウェブサイト
<http://www.eftaint/>
- スイス連邦経済省ウェブサイト
<http://www.evdl.admin.ch/>



「時代ト農政」の 時代に関する一考察

政策情報分析官
杉下 茂雄

1 「時代ト農政」の概要

柳田国男の「時代ト農政」が出版されたのは、一九一〇年二月のことである。これは、一九〇六〇九年に各地で行った講演をまとめたもので、序文にあたる『開白』に続き、次の六編を収録している。

- 『農業経済と村是』
- 『田舎対都会の問題』
- 『町の経済的使命』
- 『日本における産業組合の思想』
- 『報徳社と信用組合との比較』
- 『小作料米納の慣行』

このうち、では、中農を養成すべしとして、町村による農地の再配分政策を求める、現在の構造政策を先取りした考えを示

している。では、農本主義者が憂慮していた農村から都市への人口流入（都会熱）が必然的なものであり、むしろ、農地の取得を容易にして都会人が農村に流入しやすくした方がよいとしている。では、工業の地方分散のほか、町村単位の小市場を育成するという現在の地産地消の推進に近い主張が注目される。

また、とでは報徳社の信用事業の近代性を批判しつつ、購買、販売、生産事業も行える、中小農を含む近代的な産業組合を育成することの重要性を説いている。

更に、小作料金納化により生産改良の効果を小作農に帰することが、生産性の向上につながるとした上で、農家の保護という名の下に課せられる保護関税は、これを高くしても永遠に防衛できるか疑わしく、逆に「農家の発達」を阻害することがあるとして、地主も広い視点から金納化を受け入れるべきことを主張する。は、水田の小作料米納が当然のこととされていた時代にコペルニクスの転換ともいえる考えを示したものである。

しかし、これらの柳田の主張は、農業界の意見を地主層が代表するという当時の状況では、あまりに急進的であり、同調者を得るには至らなかった。現実をみて、柳田が農村の貧困解消の大きな柱としていた産業組合は過半の町村で設立されていたものの、農民の一刻ほどしか加入しておらず、地主層が中心だったという。

2 地方改良運動と報徳社

日露戦争後の世相を見た場合、農村や都市での貧困が社会問題化する中で、社会主義運動が勃興しつつあり、他方で、個人主義的、享楽主義的な考え方が広まってきた。こうした中で、一九〇八年一月三日、

全国民が上下一致し、華美を戒め、勤儉力行して、国富増強につとめるよう強調した「戊申詔書」が発せられ、これをうける形で、内務省主導による地方改良運動が活発化した。地方改良運動の目的は、日露戦争後疲弊していた地方自治体の財政を補強し、農村における自治活動を強化することであり、部落有財産の一元化による基本財産の強化（併せて、町村一社を目標とする神社合祀が実施された）、町村是の作成を通じて勤業の推進、勤儉貯蓄の奨励、青年団の形成を通じて自治体制の強化等が図られた。

また、戊申詔書で示され、地方改良運動のスローガンともなった勤儉精神の徹底のために活用されたのが報徳社であった。

実は、一九〇九年七月の第一回地方改良講習会での講演が、である。こういうと、地方改良運動に柳田が協力的であったかのようだが、彼の本心としては、地方改良運動のような上からの運動については、『開白』に「少なくとも彼等（筆者注・農民）の本然に反した思遣りのない統一政治では、永遠に彼等を納得させて新時代に導き出すことが難からうと思ふ」とあるように、批判的な見解を有していたようである。

また、柳田は、の報徳社の事業に言及する件で、「昔の貧乏と云へば、放蕩其他自ら招いた貧乏か、又は自分の家に現はれてきた一時の大なる災害不幸で稀に起ることでありましたが、現代では此外に真面目に働きつゝ尚少しづつ足りない」と云ふ一種の不幸が現はれてきました。是は金銭経済時代の特色であります。昔から貧民はあるが、今日の貧窮は自覚しつつ、防ぐに術の無い苦しい窮乏であります」と述べている。精神主義では、農村の貧困問題は解決しないと考えていたのである。

3 結語

一九一〇年当時、五月の長野県での爆弾製造所持の摘発をきっかけに、全国の社会主義者数百名を検挙、幸徳秋水、菅野スガ等二六名が大逆罪で起訴された大逆事件が起きている。柳田の場合、後の朝日新聞の論説委員としての活動や中野重治との交遊をみると、思想的にはリベラルな側面がみられるが、国家統制色を強めようとする時代の動きを敏感に感じ取っていたのではなからうか。一官僚として、政治的な領域に踏み込まざるを得ない農政と本書を機に訣別したのは、このためにも思える。また、こう考えると、『開白』末尾の「も」とせの後の人こそゆかしけれ今の此世を何と見るらん」という歌も、単に将来の人に自説の是非を問うというのとは別の含意が浮かび上がってくる。

エリザベス・ヘンダーソン、ロビン・ヴァン・エン著、山本きよ子訳

『CSA 地域支援型農業の可能性』

「アメリカ版地産地消の成果」

国際領域 研究員 大山 利男

本書は、米国における「CSAのバイブル」としてよく知られる『シェアリング・ザ・ハーベスト』の邦訳である。初版は1999年の発行であるが、本書は2007年改訂版（Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture）を翻訳したものである。

CSA（Community Supported Agriculture）は、すでに日本でもしばしば紹介されており、平成14年度『農業白書』のコラムでも紹介されたことがある。日本で言うところの、農業者と消費者が共同で取り組む「産消提携」や「地産地消」のイ

メージにちょうど重なる。ただし、共通するところもあれば、共通しないところもある。いずれも多種多様な取組だからである。本書は、そのCSAの多くの事例にふれた情報の宝庫であり、米国内の実態と展開状況をj知るうえでまさに決定版となっている。

CSAは、ごく形式的にみれば、有機農法やバイオダイナミック農法に取り組む農場が、そこで生産した生産物を地元消費者に直接供給し、消費者はそれを消費するということである。このような取組は、ときに流通チャネルやマーケティングの問題としてとりあげられるが、著者は生産者と消費者との積極的な関わりとその関係性を重視しており、そこにCSAの特質があることを強調する。たしかに直接販売ということであれば、ファーマーズ・マーケットやファーム・スタンド（農場直売所）も同様である。そちらの方がむしろ一般的かもしれない。しかし、

それらは不特定の消費者を相手に販売するものであり、それに対してCSAは、特定の生産者と消費者が結びつき、その関係に基づいて生産され、供給されるものである。生産物の供給量や品目、価格、運送・分配方法等をあらかじめ合意し、消費者は栽培シーズンのはじめに代金を前払いしなければならない。この事前契約の単位は「シェア」と呼ばれ、一株とか一口といった意味であるが、生産者と消費者の「分かち合い」というニュアンスが色濃い。原著タイトルのとおり「収穫の分かち合い」である。程度に差はあるが、農場経営と作柄の豊凶リスクの分かち合いをも含意する。実際、農場と消費者とのより強い結びつきを求めるCSAでは、農場経営（作付計画等）の意志決定や農作業等への協力にも積極的である。

少し視点を変えると、CSAは農業者と消費者のパートナーシップに基づいたオルタナティブな農場経営

モデルの試みでもある。消費者グループによる共同農場と言えるような取組もある。そのような場合、新規の農地確保や経営資金の調達、農業技術の習得等といった課題も浮上する。まさに試行錯誤である。こういった試行錯誤のコストと利益を分かち合おうとする人たちの「コミュニティ」がそこにはある。

現在、米国で農学系の学部をもつ大学（とくにランドグラント大学と呼ばれる大学）は、その多くがローカル・フードシステムのカリキュラムを開講している。さらにその付属農場や普及組織では「CSAプロジェクト」に取り組むところが少なくない。地元市民への地産地消の実践と普及啓発の推進役を果たしているのである。市民レベルではもちろん、大学教育や農業普及においてもローカル・フードシステムの重要性、CSAへの期待の高いことがうかがえる。

家の光協会、2008年2月
原著はElizabeth Henderson and Robyn Van En, 2007, Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture, Chelsea Green Publishing Company.

農林水産政策研究に関連する学会等の紹介

(2009年1月～3月開催)

開催学会等	主催	開催年月日	開催場所
人文地理学会 第96回 地理思想研究部会	人文地理学会 共催；大阪市立大学 地理学教室	2009年1月10日(土) 14:00～17:00	大阪市立大学文化交流センター 大セミナー室 (大阪市北区梅田1-2-2-600 大阪駅前第2ビル6階)
日本都市計画学会 第32回 都市計画セミナー	日本都市計画学会	2009年1月27日(火) 早稲田大学国際会議場 28日(水) (東京都新宿区西早稲田1-20-14)	
日本オペレーションズ・リサーチ学会 2009年春季研究発表会	日本オペレーションズ・ リサーチ学会	2009年3月17日(火) 筑波大学つくばキャンパス春日地区 18日(水) (茨城県つくば市春日1-2)	
日本水産学会 平成21年度日本水産学会春季大会	日本水産学会	2009年3月27日(金) 東京海洋大学品川キャンパス ～3月31日(火) (東京都港区港南4-5-7)	
日本地理学会 2009年度春季学術大会	日本地理学会	2009年3月28日(土) 帝京大学 ～3月30日(月) (八王子市大塚359)	
日本農業経済学会 2009年度大会	日本農業経済学会	2009年3月28日(土) 筑波大学つくばキャンパス春日地区 ～3月30日(月) (茨城県つくば市春日1-2)	

平成21(2009)年1月8日 印刷・発行

PrimaFF Review

農林水産政策研究所レビュー No.30



編集発行 農林水産省農林水産政策研究所
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-1-1
中央合同庁舎第4号館
TEL 03-6737-9000
FAX 03-6737-9600
URL <http://www.maff.go.jp/primaff>

印刷・製本 株式会社 美巧社

Primaff Review

