



世界の農業・農政

フランス農政が直面する課題 ：有機農業と畜産を例に

国際領域 主任研究官 須田 文明

1. はじめに

本年6月8日にフランスの青年農業者連合会(JA)大会で、農相は同国農政が直面する課題について述べています。EU域内での農産物・食品貿易でフランスは著しく競争力を喪失しているため、とくに果樹野菜、生鮮肉部門での競争力を回復しなければならないとしました。また現在、準備されている農業基本法(「農業未来協定基本法PLOA」)について言及がありました。本稿では、農相が同大会で指摘した農政の課題の中から、とくに有機農業と畜産を取り上げます(須田, 2023)。

2. 有機農業の深刻な危機

フランス政府は2027年までに有機面積を全農地面積の18%にする、という意欲的な目標を掲げ、2022年の面積割合は10.7%であり、経営全体の14.2%が有機農業に取り組んでいます。しかし数年来、フランスの有機農業の成長は鈍化し、有力紙「ル・モンド」は「有機農業が深刻な危機に突入」、という記事を掲載しています(2023年6月1日付)。有機農業団体Agence Bioによれば2022年の有機農産物・食品への家計消費支出(外食除く)は120億7,600万ユーロで、前年比-4.6%です(Agence Bio, 2023a)。本年3月にフランス政府は有機農業緊急支援策として、財務困難に陥った経営に6,000万ユーロの援助を決定し、需要喚起策(「#Bioreflexeキャンペーン」)への追加支援、団体給食での有機産品20%以上を達成するための追加支援を決定しました。

有機産品の販売のうち外食向けは8%(うち団体給食5%)、家庭消費向けは92%で、家庭での有機農産物消費が決定的に重要です。また消費者向けの有機産品の流通ごとのシェアを見ると、2022年で量販店52.6%(前年比-4.6%)、有機専門店26.9%(同-8.0%)、精肉店等の商店7.7%(-2.6%)、直売13%(+13%)です。量販店のシェアが半分以上を占め、昨年来のインフレ下で消費者の有機離れが進んだ結果、量販店は有機産品の仕入れを中断するようになり、さらにそれが負のスパイラルをもたらし有機農業の低迷をもたらししているのです。なお有機専門店の割合の顕著な減少は、店舗の閉鎖が響いていますが、生産者による直売が増加していることは注目に値します(Agence Bio, 2023a)。地産地消的な有機の展望が開かれるからです。

家計が有機産品を購入している割合が高いのは生鮮卵であり、2015年には全世帯のうち30%が、2020

年には47.5%が年1回以上、有機卵を購入していましたが、その割合は2022年には43%にまで減少しています。それに対して戸外放し飼い卵のそれは2020年に82%で、2022年にも同じく82%です。家計での卵の購入量の割合で見ると、2018年に有機12.0%、戸外放し飼い34%、鶏舎内土の上4%、ケージ飼い43%などであったのに対して、2022年にはそれぞれ13%、40%、15%、24%となっています。ケージ飼い卵からの脱却という動物福祉の機運の向上を有機農業は取り込めていないようです。2022年の有機卵の購入額の割合は20%で、放し飼い卵44%の半分にも満たないのです。もちろん、2022年に有機卵が1個0.36ユーロに対して、非有機卵は0.22ユーロと、有機産品が割高なことも有機産品の伸び悩みの背景にあります(France AgriMer, 2023)。有機飲料乳の購入量も2018年に前年比+15%、2019(+12%)に対し、2020(+3%)、2021(-11%)、2022(-8%)と停滞気味です(同)。また生産者に支払われる有機生乳価格は2022年の4月に引き続いて、2023年4月にも慣行生乳価格を下回っています。酪農協や乳業は加盟する生産者の有機転換を中止したり、新規就農者だけに有機転換を認めたり、あるいは有機生乳を慣行生乳として買い取るなどして生産調整を行っているところでは、

有機農業消費の低迷は高インフレ下での消費者の購買力低下、という一時的な要因によるのでしょうか。それともそれは有機農業の構造的危機の現れなのでしょうか。Agence Bioが調査会社を通じた2022年の消費者インタビューによれば、「なぜあなたは有機産品を消費しないのですか」という問いに対して、「高価すぎる」(71%)と回答しているのは当然でしょうが、「それが本当に有機かどうか疑わしい」(57%、2021年は40%)との回答は、有機認証の厳格さに鑑みるに、意味深でありましょう。さらに消費者が有機産品は「マーケティングにしか過ぎない」(61%)と回答していることを考え合わせると、有機産品に対する不信感が蔓延しているようです。ここには有機農産物市場の飽和が示唆され、もはやこの危機は構造的危機を示していると言えます。また「買い物時にどの表示に注目しているか」との問いに対しては、「国産表示Origine France」(71%)、「栄養表示Nutri-score」(69%)、フランス有機表示(65%)、「残留農薬ゼロ」(62%)、「AOC」(61%)、「EUの有機表示」(59%)などとなっています(Agence Bio, 2023b)。さらに別の調査では有機産品消費者に対して「なぜ有機産品をそれほ

ど消費しないか」との問いに対しては、こうした消費者の40%は「自分はローカル産品を優先させているから」と回答しています。「この店であなたが最も選択するのはどの産品ですか」との問いに対しては、2017年と2021年とで、「ローカル産品」(46%、51%)、「国産」(37%、49%)、「有機」(30%、18%)となっています。コロナ危機は有機産品よりもむしろ地産地消、国産への意識を高めたようです(France AgriMer, 2023)。

現在、フランスで起こっている有機農業危機は、有機農業がたどってきた「慣行化」(Guthman, 2004)の当然の帰結でありましょう。ここで慣行化というのは、生産手段の集中、モノカルチャー化、消費者との距離の拡大などの意味です(Gillot, 2023)。さらに本年6月28日、フランス国務院は加温型ハウスで栽培された有機夏野菜について、毎年12月21日から翌年4月30日までの間の販売を禁止する措置の取り消しを勧告し、これを受け6月29日には有機農業を管轄する機関(INAO)がその販売を再認可しました。こうした措置は輸入品に対してフランス農業者を不公正な競争に晒す、として野菜作農協などが訴えていたものでした。有機農業団体は即座にこのINAOの決定を批判しています。有機農業は慣行農業へのオルタナティブとして浸透してきた経緯もあり、悩ましいところです。

フランス国立農業環境研究所INRAEの有機農業研究プロジェクトMetabio長のPevern氏が言うには、有機農業が発展するに応じて慣行的農業を全体としてアグロエコロジー化し、エコロジー的質を底上げすることができましようが、他方で近年ではアグロエコロジーが前面に出過ぎてしまい、有機農業が過小評価される傾向にあるそうです(Gillot, 2023)^(注1)。EU共通農業政策CAPにおいて有機農業は、その転換期間について支援を得られるものの、転換期間を経て有機農業の「維持」については市場が支払うもの^{ひんいん}と考えられてきました。ただし、農業の脱炭素化を牽引するためにも、有機農業支援は未来への堅実な投資であり、生態系サービスとして支援されるべきとの意見もあります。

3. 食料主権と畜産振興

現在フランスでは畜産が大きな課題となっています。フランスの会計検査院は5月22日に畜産についての報告書を提出し(Cour des comptes, 2023)、それによれば草地による炭素貯留は家畜による炭素排出を相殺せず、気候にとって畜産のバランスシートはマイナスであるとのこと。また週500グラム以上の赤身肉を食べないように、という栄養勧告に従うならば、家畜頭数削減は食料主権を妨げないとし、政府に対して牛の頭数削減戦略を策定するよう勧告しました。全国肉牛生産者連合会FNBは即座に反応し(FNBのプレス会見、5月25日)、農業の脱炭素化のための解決策は、畜産を破壊することではなく、輸入を削減することである、としました。現在、EUは自由貿易協定によりオーストラリ

アやニュージーランド等から牛肉の輸入を迫られているのです。

すでにフランスでは牛の飼育頭数が減少し続けており、2016年から2022年までに肉牛で49万4,000頭、乳牛で34万3,000頭減少し、国内の牛肉消費量に占める輸入牛肉の占める割合は2020年の18.8%から2021年(21.9%)、2022年(26%)と急増しているのです(Ministère de l'agriculture, 2023)。4月21日にはFNBは、量販店による安売りと、輸入増加について警告を発し、「量販店は就農を増加させるようなシグナルを送るべき」としていました。また家畜頭数が減少しただけではなく、2010年-2020年で、農業経営数は全体で年平均-1.3%減少したのに対して、乳牛部門では-2.9%、肉牛部門でも-1.6%減少しているのです。平野部では酪農や畜産経営から、より利益があり、労働もより過酷でない穀物部門への転換が進んでいるのです(Ministère de l'agriculture, 2023)。

(注1) フランス農業省はアグロエコロジーの要素として、カバークロップと輪作、気候変動、土壌、生物多様性、豆科作物、耕畜連携、受粉種、水管理、持続可能な種子などを挙げていますが(須田, 2022)、様々な農業団体、市民社会、大手農業資材会社の間で、アグロエコロジーについて多様な解釈がなされています。市民社会側は小農的有機農業を、農業資材会社は「生産力主義の新たな精神」(Fouilleux and Goulet, 2012)をアグロエコロジーに見出します。フランス政府としてはアグロエコロジーの定義を曖昧なままにしておくことで、農業の脱炭素化と国際競争力向上を同時に達成しようとするのでしょう。

参考文献

- Agence Bio (2023a) Les chiffres du Bio. Panorama 2022
Agence Bio (2023b) Baromètre des produits biologiques en France 2023
Cour des comptes (2023) Les soutiens publics aux éleveurs de bovins.
Fouilleux, È. and Goulet, F. (2012) Firmes et développement durable; le nouvelle esprit du productivisme, *Études rurales*, 190 : 131-146.
France AgriMer (2023) L'Évolution des achats de produits issus de l'agriculture biologique par les ménages française depuis 2015.
Gillot, L. (2023) Crise de la Bio. Arrêt sur l'image, *Sesame*, 13 : 38-43.
Guthman, J. (2004) The trouble with 'organic life' in California: A Rejoinder to the 'Conventionalization' Debate, *Sociologia Ruralis*, 44 (3) : 3-1-316
Ministère de l'agriculture (2023) Pacte et loi d'orientation et d'avenir agricoles: les synthèses des propositions <https://agriculture.gouv.fr/pacte-et-loi-dorientation-et-davenir-agricoles-les-syntheses-des-propositions>
須田文明 (2022) 「競争戦略としてのアグロエコロジー的移行とSDGs」木村・中村編著『持続可能な酪農: SDGsへの貢献』(中央法規出版)
須田文明 (2023) 「フランス農業・食品の最近の動向: 地政学的、市場的、環境的リアリティとのクラッシュ・テスト」『国際農林業協力』45 (4) : 33-43.