

物流ニュース

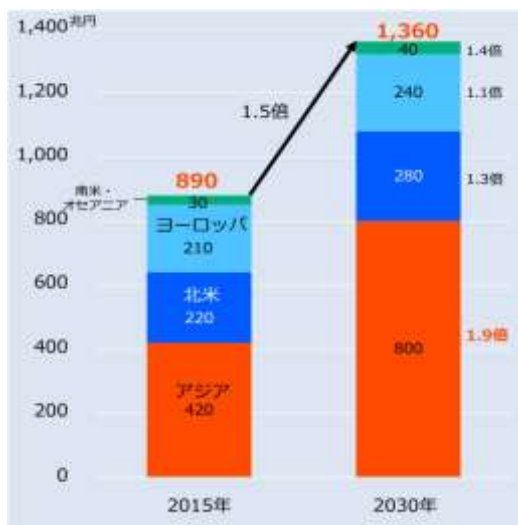
NO. 158

2022年11月

農林水産物・食品の輸出拡大を目指す政府の戦略と課題

1. 政府による農林水産物・食品輸出促進政策の背景

世界的に食料の安定供給とそのため農林水産業の国内基盤維持・強化は、国民の食生活を支えるという安全保障の観点から重要視されています。また、農林水産業は多くの自然資源と人的資源に関わっていることから、最近ではSDGsの達成に向けても注目されています。しかし現在、日本においては少子高齢化の進展など社会構造が変化していく中で、国内の食品市場規模は縮小する見込みであり、農林水産政策研究所が発表した我が国の食料消費の将来推計(2019年8月)によれば、2015年の食料支出総額を100とすると、2040年には加工食品が11ポイント増加するものの、生鮮食品は25ポイント減少、外食は5ポイント減少すると推計されています。一方で、海外ではアジアを中心に人口増加や経済成長に伴って市場規模も拡大することが見込まれており、農林水産政策研究所が発表した「世界の飲食料市場規模の推計」(2019年3月)によれば、対象34か国・地域(GDP上位20か国、EU加盟国5か国、環太平洋諸国10か国・地域)の飲食料市場規模は、2015年の890兆円から2030年には約1.5倍の1360兆円に増加すると推計されています。中でも1人当たりGDPの成長が大きいアジアでは、2015年の420兆円から2030年には約1.9倍の800兆円と大きく増加すると推計されています(下図参照)。このことから輸出は、農林水産物・食品の販路拡大および所得拡大ひいては生産拡大の環境整備につながる重要な手段として位置付けられてきました。



地域 (国・地域数)	国・地域名
アジア (13か国・地域)	中国、インド、韓国、トルコ、インドネシア、サウジアラビア、タイ、香港、フィリピン、シンガポール、マレーシア、ベトナム、台湾
北米 (3か国)	アメリカ、カナダ、メキシコ
南米 (3か国)	ブラジル、チリ、ペルー
ヨーロッパ (13か国)	ドイツ、イギリス、フランス、イタリア、ロシア、スペイン、オランダ、スイス、スウェーデン、ポーランド、ベルギー、オーストリア、デンマーク
オセアニア (2か国)	オーストラリア、ニュージーランド

図 世界の飲食料市場規模の推計結果
(出所 農林水産政策研究所)

2. 政府の輸出額目標と「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」とは

近年の農林水産物・食品輸出促進政策は、2005年の当時小泉内閣のもと輸出が農政の重要課題のひとつとされ、2006年に第1次安倍内閣のもと輸出額を1兆円まで成長させるという目標が表明されたことに遡ることができます。2013年5月には内閣総理大臣を本部長、内閣官房長官、農林水産大臣を副本部長として、関係閣僚を参加者に加えた「農林水産業・地域の活力創造本部」が設置（2022年6月に「食料安定供給・農林水産業基盤強化本部」へ改組）され、その後の輸出促進政策の方針を定めています。2016年には同本部の下に「農林水産業の輸出力強化ワーキンググループ」が設置（2020年3月に廃止）され、「農林水産業の輸出力強化戦略」が策定されました。同ワーキンググループで議論された取組の方向性を踏まえて、未来投資戦略2017では、「2019年に農林水産物・食品の輸出額1兆円を達成する。」ことが明記され、この目標に向けて政府は具体的な政策を推進することとなったのです。この目標については、水産物の不漁や一部の国との関係悪化によって輸出が落ち込んだことなどから2019年で9,121億円に留まり、残念ながら未達成ではあったものの、2021年にはコロナ禍による外食需要の減退を乗り越えて1兆2,385億円（少額貨物輸出額756億円を含む）となり、2006年以降初めて1兆円という金額を突破したことで大きく報道されました。時期を前後して政府では「食料・農業・農村基本計画」（2020年3月31日閣議決定）において、2030年までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする目標と、その中間地点として2025までに2兆円とする挑戦的な目標が新たに設定され、2020年12月には先述の「農林水産業・地域の活力創造本部」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」が決定されました。「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では基本的な考え方として、第一に日本の強みを最大限に発揮すること、第二にマーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押しすること、第三に省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服することを掲げ、この基本的な考え方に基づいて具体的施策を整理しており、毎年の改訂を経ながら関係府省庁による政策の軸とされています。（下図参照）。

このうち特に物流分野については、大ロットで経済的な輸出を実践するなど、輸出のための効率的な物流の構築が重要と挙げられており、輸出物流に関する有識者と行政側の企画実務担当者との意見交換の場として「効率的な輸出物流の構築に関する意見交換会」が設けられ、2021年4月にはその検討結果が取りまとめられています。

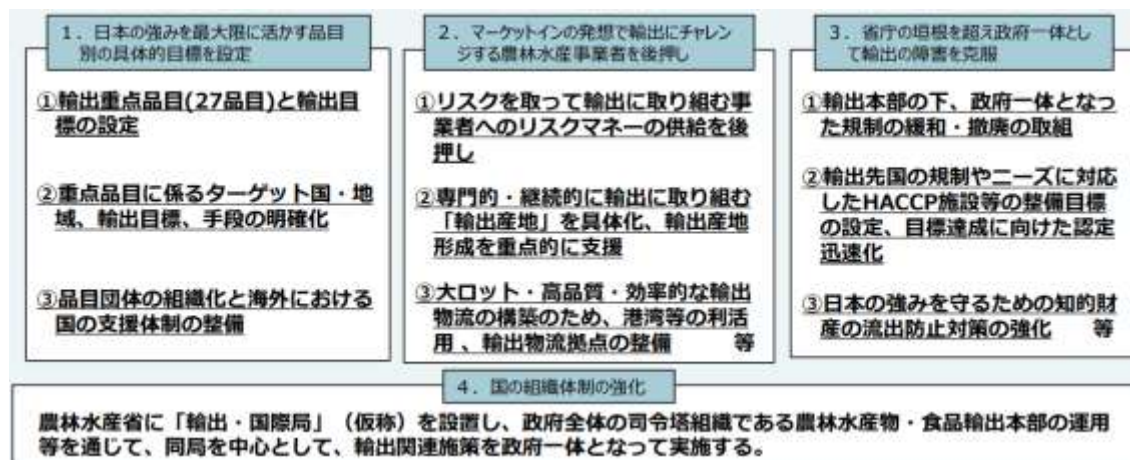


図 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略における3つの基本的な考え方と具体的施策の概要（策定時）
（出所 農林水産省）

3. 「農林水産業・地域の活力創造」に向けた物流分野における課題

もちろん、農林水産物の輸出額目標はあくまで各時点で目指すべき通過点として設けられたものであり、数値目標を達成すること自体が目的ではありません。農林水産業の国内基盤維持・強化（閉塞感の打破）という大目的が根底にあり、その上であらためて農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の具体的施策の課題を俯瞰すると、政府レベルで取り組むべき課題の他に民間レベルで取り組むべき課題が浮かび上がってきます。輸出先となる海外諸国の市場開放や関税対策、輸出手続の適正化などは貿易の前提となる非常に重要な事項ではあるものの、民間レベルで実施できることは現場実態についての情報共有や個別の陳情が主であり直接的な取組は政府レベルに委ねられるものと言えます。施策は広範にわたるため、ここでは特に物流分野において民間レベルで実施可能な取組に焦点を当てて簡単に整理してみます。先述の「効率的な輸出物流の構築に関する意見交換会」が取りまとめた「効率的な輸出物流の構築に向けて取り組むべき事項」では、物流分野の課題は①最適な輸送ルートの確立、②大ロット化・混載の促進のための拠点確立、③輸出産地、物流事業者、行政などが参加するネットワークの構築、④物流拠点の整備、⑤鮮度保持・品質管理や物流効率化のための規格化、標準化、⑥検疫等の行政手続上の環境整備、⑦包装資材・保持技術の開発・実装の7項目が挙げられています。このうち、③⑤⑥は官民が協力して取り組む性質のもので、①②④⑦は本質的には各社の営利活動として取り組む性質のもthingと言えます。前者は業界利益の観点から重要であり個社では取り組むことのできない内容で、引き続き官民連携のもと推進されることが望ましいですが、後者は本来生産者や商社の販路拡大や利益確保の取組の一環として取り組まれるべき内容であり、ここに「農林水産業・地域の活力創造」に向けた物流分野における課題が集約されていると言っても過言ではありません。日本産の高品質から優勢でいられた富裕層向け一部商品もその時代は過ぎ去り、諸外国産商品の価格と品質に対して熾烈な市場競争のもと現実の市場すなわちスーパーマーケット等の売り場・棚を確保していかなければ商品が物流に乗らず、物流の効率化を望むべくもありません。鶏卵論争に例える向きもありますが、輸送ルートもロット確保も技術開発も、やはりそれを支える需要が先に立たなければ後に続かないことは自明です。そのため既存の取組に加えて、海外市場で中間層や大衆層への販売数量を確保することに対して官民がより一層取り組むべきという意見が業界紙上や検討会等においても見受けられます。市場確保にあたっては、国内流通用の商品をそのまま輸出しようとしても輸送環境や売り場の棚に合わず、現地ニーズにも応えられない場合があるため、輸出用の商品開発は最重要と考えられます。同時に、現在のように同じ商品にも関わらず生産地別に海外で物産展を開催していても年間を通じて安定的な供給を確保できなければ売り場を維持できないため、“日本産”として商品価値を高める取組も不可欠と考えられます。また、これらを推進する上では単なる国内流通の余剰分を海外輸出に回すという旧来の生産体制から脱却し、商流と物流を両輪で見据えた取組が活性化することが期待されます。

KEY WORD

加工品の原材料調達先

農林水産物・食品の輸出金額を見ると加工品に占められる割合が最も高く、近年の輸出額の増加分においても加工品の寄与度が高くなっています。加工食品だけでなく、林産物においても素材（丸太）ではなく製材・加工材や積層木材などの方が輸出されており、現状ではその原材料の多くが輸入に依存していることから、今後第一次産業の持続可能性を議論する上では原材料調達先の内実もまた重要な情報です。