江刺の稲

「江刺の稲」とは、用排水路に手刺しされ、そのまま育った稲。まったく管理されていないこの稲が、手をかけて育てた畦の内側の稲より立派な成長を見せている。「江刺の稲」の存在は、我々に何を教えるのか。土と自然の不思議から農業と経営の可能性を考えたい。

編集長 昆　吉則

イタリアと日本の農産物輸出

飼料米に次ぐコメ政策の目玉は輸出である。馬鹿げている。

圧倒的に世界一のマカロニ輸出国であるイタリアは同時に世界有数の小麦輸入国である。しかし、イタリアの小麦生産は1960年代と比べ面積は縮小してはいても、生産量そのものはそれほど大きく減少していないと以前にも書いた。

FAOの最新のデータを見ると、小麦の生産は面積が1961年の434万5000haから2016年では180万6000haに減少しているが、生産量は約8300万tから約697万tと61年の84%。しかし、単位収量が61年のha当たり1・9tから3・9tに増え、輸入量も245万tから16年では765万tと3倍以上に増えているのだ。

その理由は小麦加工品の輸出が増えているからだ。小麦加工品のうちのマカロニの輸出だけを取っても61年には数量にして2万3000tで582万ドルが16年には176万3000t、金額にすると19億6547万ドルと、数量にして77倍、金額にすると338倍にも増えているのである。

ブランドが確立されたイタリアでは仮に原料の輸入が増えても加工品の輸出増大が農業を守っているのである。EU諸国の多くがかつては原料農産物輸出の比率が高かったものが加工品輸出に変化しているが、それこそ先進国の姿なのである。

にもかかわらず、我が国で農産物輸出というと相変わらずコメを代表としてイチゴやリンゴなどの原料農産物輸出ばかりが語られ、その輸出振興が喧伝され続けている。農業界へのアピールがその理由であるが、どんなに品質が優れていようとも、現在の農産物価格水準ではたかが知れているのだ。

でもどうだろう。例えば、日本の食材を使った冷凍弁当やジャガイモ加工品などは、大いに輸出増大が期待できる。

今、年末になれば多くの家庭が冷凍品のお節料理を購入する。クリスマスケーキなども冷凍保存されてクリスマスイブに向けて販売されていることは誰でも知っているだろう。さらに高級ホテルのレストランで専門業者があらかじめ調理してそれを冷凍保存し、ホテルのキッチンで解凍してお客に提供されていることも珍しくはない。日本の冷凍技術は、必ずしも安物向けではなく、高級レストラン向けの技術になっているのだ。

それを考えれば、北海道をはじめとして日本中に外国人が訪れ、その食事を喜んで食べている時代だ。そのインバウンド需要をベースに、日本の食材を使った冷凍弁当を中国などのスーパーやコンビニで解凍して提供すればきっと人気が出るはず。さらには、コロッケはラーメンなどと同様、海外から入ってきたものだが日本食なのである。日本のコンビニで当たり前なように、中国のコンビニで日本のジャガイモで日本企業が作ったコロッケを中国のコンビニのフライヤーで揚げて提供すれば中国の若者の人気商品になるはず。

しかし冷凍コロッケのメーカーは、輸出どころか国内需要に向ける原料すら確保できていない。北海道のジャガイモ生産は高齢化のためと言われるが減産が続いているのである。将来的に極めて大きな需要が期待されるのにこの有様なのだ。

中国人は中国の農産物に不安を感じており、その一方で日本の農産物や食文化をブランドとして評価している。農業界向け政治宣伝として語られる原料農産物輸出振興はそろそろやめにしたらどうだろうか。