



探そう、あなたの
お客さんは世界中にいる

特集

後編

先月号に引き続き、今月号ではコメの海外輸出に関する特集をお送りする。今回の記事は前号から一転して、ミクロな視点を盛り込んだ。マイナー中のマイナークroppとはいえ、世界中に流通しているジャポニカ米がどのくらいの価格帯で売られているのか、さらに日本産米と米国产米、スペイン産米等はどのくらい価格差があるのか、さらにどのような食のスタイルの中でジャポニカ種は食べられているのかなどといったことについて、世界各国在住の日本人に協力を仰ぎ、調査を実施した。

さらに、すでに輸出を実現している農業経営者に、輸出実現にいたるまでの経緯と現状、さらには今後の戦略について話を聞いた。なお、取材時期と春作業の時期が重なったため、残念ながら今号では記事にすることができなかった輸出事例もいくつかある。それらは次号ないし次々号以降で掲載する機会を設けていく予定である。

海外に顧客を持つことは決して夢物語ではない。あなたにもできるコメ輸出の可能性をぜひ感じてもらいたい。

取材・文／橋本哲弥 まとめ／紺野浩二

世界各国における日本産米と外国産米

やっぱりみんなはあなたのコメを求めている？

価格面で国際競争力がないと言われている日本産米。ゆえに、輸送費や関税等の問題を差し置いて、コメなんか輸出しても無駄という意見が横行している。だが実際にはどうなのだろうか？ もしかしたら、多少であれば高くても食べたいと思う人もいるという事実を都合良く無視した思い込みかもしれないのか？ そのような観点から各国在住の日本人にアンケート協力を依頼し、日本産米、さらにはジャポニカ米が持つ価値について調査を行なった。

個別の回答は次頁以降に掲載しているが、価格は高いとはいえず、日本産米を入手したい日本人が少なからずいるという事実が分かった。今回のアンケート協力者の中には、現地で日本食文化を広める活動をされている料理研究者も複数おられたが、その方々からは日本産米がより普及するための建設的なアイデアをいただいたので、ここに紹介する。

「ドイツ人はコメを『炊く』のではなく、パスタのように『ゆでる』方法で料理することが多く、これでは日本のコメの美味しさが味わえません。きちんとした料理法を伝授する、日本の炊飯器と抱き合わせて普及さ

せるなどソフト面で考慮できる部分が多い」(ドイツ)

「ロンドンに住むおびただしい数の中国系移民(多くが富裕層の子息)に対し、日本産米を中国食材店経由で売って行く方が現実的のように思う」(英国)

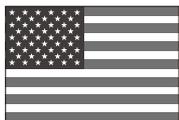
「パンでも全粒粉パンなんかを好む人もおり、ブラウンライス(長粒種の玄米)を注文する米国人もよく見かけますので、国産の玄米も市場がありそう」(米国)

「日本食＝寿司という固定観念を覆すような日本食メニューがもっと一般的になるように、プロモーションする必要かも」(イタリア)

各国在住の日本人に送ったアンケート

- Q1** : 日本から輸入された日本産米は現地にあるか？ またその品種・産地・価格は？
- Q2** : 日本産米以外のジャポニカ米の品種・産地・価格は？
- Q3** : あなた自身はどのようにして日本産米を手に入れているか？
- Q4** : 日本産米は現地に住む人の感覚として、高いか安い、それとも適当な値段か？
もし高いと思う場合は、どれぐらいの価格だったら魅力ある商品となるか？
- Q5** : 身近な外国人の友人の日本産ジャポニカ米に対する印象や評価はどのようなものか？





米国 (コロラド州).....

意外にも主要都市以外では日本産米を入手しにくい現状をどう見る？

A1：この辺りのスーパーには、中粒米のカリフォルニア米しか置かれていませんが、オーガニック食材を扱う専門店、ホールフーズ、スプラウトといったお店では、品種や産地などは書かれていませんが、ジャポニカ米が自分でビニール袋に入れて購入するというスタイルで売られています。中には、「寿司米」というて売られている場合もあり、総じてその場合は少し高めに設定されています。オーガニック食材は日本同様、特別にオーガニックにこだわる人のみでなく、価格も最近とてもお得に設定されており、利用者が増え、いわゆる一般消費者層のスーパーと同じようなところに位置しております。残念ながら、日本から輸入された日本産米というのは手に入らない様です。

A2：デンバーダウンタウンにある日本食材店では、オンラインでもジャポニカ種の販売を行なっています。15ポンド(6.8kg)で22ドル(約1,700円)前後で売られています。前回足を運んだ時には、50ポンド(20kg弱)で、70ドル(約5,600円)で売られていました。これは珍しいサイズです。前後というのは、これは『玉錦』という、3つ有るうちの中レベルのコメで、こしひかりと夢心地をかけたブレンドの、カリフォルニア産のお米となっていて、これより一つランク下の夢心地は『夢』という名前です。20ドル(約1,600円)、一つ上は『望』がありまして、こちらはコシヒカリのカリフォルニア米で、23ドル(約1,840円)ほどで売られています。同種のコメは、アジア食材店でも同じような値段で売られております。

A3：私はカリフォルニア産のジャポニカ米を購入するか、もしくはカリフォルニア米(中粒種)を購入しています。

A4：日本産米は手に入らない、入りにくい環境ですが、カリフォルニア産のジャポニカ米を考えてみて、値段の方は高くなってきたな、と感じます。周りの友人達も特に玉錦を購入する家が多いですが、錦という、中粒種を使っている友達も多いです。私自身は、今回、『夢』から『錦(中粒種)』にダウングレードしました。日本産のジャポニカ米としては、15ポンドで30ドル以下ならば購入を考えるとと思いますが、値段だけ比べてみて、他のお米が20ドルあたりで買えるとなると、そこを日本産米だから、とその10ドルを出すか、ということ、意見が分かれると思います。可能ならば、カリフォルニア産のこしひかりあたりと匹敵するくらいの値段(20ドル前後・約1,600円)ができれば、購入者はぐんと増えると思います。



イタリア (ローマ).....

コメ生産が盛んだが日本食の普及は遅れ気味。これからが狙い目か。

A1：ジャポニカ米は流通していますが、イタリアで純然たる日本産を手に入れるのは一般の人は難しい。

A2：中華食材店でイタリア産のジャポニカ米や交配米が数種売られていますが、産地はパダノ平野やロンバルディア、ピエモンテなど北イタリアなどです。価格は10kgパックで25～30ユーロ(約2,500～3,000円)ぐらい。

A3：イタリアは他の欧州主要国に比べ、日本食材を見つけるのが困難で普通のスーパーでは手に入らないので、中国食材店(日本食材も多少は置いてあります)で買います。中国食材店まで行けないときは、近くのスーパーにある日本産米に近いイタリア産米で間に合わせるときもあります。RIBE、ORIGINARIOという種類は丸くて比較的日本米に近いです。

A4：ジャポニカ米は多少高いですが、あまり大きな差ではなく、気にならない程度です。

A5：イタリアには米食文化があるので、ジャポニカ米に対する興味は大きいと思います。寿司が大ブームのため、家庭でもチャレンジしたいと思っている人は多く、それに適したコメのニーズはあります。



タイ (チェンマイ).....

経済成長で富裕層も増えつつある。米食文化の中での差別化が課題か。

A1：チェンマイでは日本からの輸入物は見かけないが、バンコクにはある。

A2：店頭に並んでいるのがササニシキ、あきたこまち、その他無記名のもの。いずれも産地はチェンライ(タイ北部)。価格は5kg 250～300バーツ(約625～750円)前後。「Rimping(リンピン：日本でいうところの紀伊国屋?!)」スーパーや「Tops(トップス)」、大型スーパー「Tesco Lotus(テスコロータス)」などで売られている。

A3：現地生産の日本米を買っている。上記のスーパーで簡単に手に入る。生産会社はいくつかあり、味にバラツキはあるが、それなりにおいしい。

A4：高い。ただし、和食は「高い」というイメージがあるので、多少高くても好きな人は買うと思う。

A5：日本食はもっちりしているので人気がある。中には「タイ米の方が香りが良い」という人もいるが、比較的好評。



カナダ (ビクトリア州)

日本食レストランが多いが、カリフォルニア米での代用が多い。

A1：日本産米はほぼ日本食材店にしかない。バンクーバーやトロントなどの大都市、また、中国系のスーパーなら1種くらいは輸入ものが置いてあるが、メジャーなスーパーにあるのも国宝ローズと錦という2ブランドで、いずれもカリフォルニアの中粒種。

A2：国宝ローズと錦がカナダでは2大ブランドで、産地はカリフォルニア、パッケージは1kg、2kg、5kgから10kgまであり、1kgのもので6ドル(約480円)。2kgのものでセールで10ドル(約800円)。

A4：高いですね。家計が厳しい時は、コメが切れても日本食材店で買うと高いので、スーパーで安い国宝ローズを買います。5kgで10ドルくらいだったら嬉しいですね。ちなみに上述の健やか玄米は5kgで20ドル(約1,600円)くらいします。

A5：ほとんど、国宝ローズか錦で済ませていると思います。実際に手巻きや散らし寿司などを作っているのでもない限り、日本人でも白米をわざわざ炊く人は少なくなって来ていると思います。日本食レストランの寿司でもこちらではブラウンライスで作られたものを好む人が多いですし……。



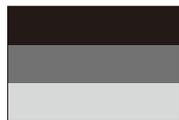
ハンガリー(ブダペスト)

東欧の中でも日本への関心が高い国だが、まだハードルは高いか。

A1：欧州では日本産米は、日本食材店か韓国食材店限定でしか売られておらず、山形のはえぬきかあきたこまち、あとは魚沼産こしひかりなどプレミアム米しか来ておりません。山形のはえぬきの場合、ブリュッセルの日本食材店で5kg 26ユーロ(約2,600円)程度。あとベルリンの韓国食材店ではあきたこまちが5kg 33ユーロ(3,300円)程度で売られています。

A2：日本食料品店ではカリフォルニア産の錦という無洗米、ひのでというイタリア米、その他スペイン産米が売られている。韓国食品店では韓国米とカリフォルニア米、中国食料品店では中国産の米が売られている。ジャポニカ米につきましてはイタリア産のものがトルコ食料品店や普通のスーパーマーケットではイタリア産のリゾット用ジャポニカ米が5kgで5ユーロ(約500円)。日本のお米に一番近い韓国人がカリフォルニアで作ったコメは10kg 28ユーロ(約2,800円)。

A5：一緒に住んでおります欧州人のパートナーの女性、その友人の例ではジャポニカ米に慣れると腹持ちも良くヘルシーなのでジャポニカ米なしでは生きて行けなくなっております。



ドイツ(キール)

食材として認知されている。多少食味が落ちる品種でも需要ありか？

A1：デュッセルドルフなどの日本人駐在員の多い都市は別として一般的なドイツの都市では日本産米は販売されていません。イタリアでジャポニカ種が多く生産されているというのが主な理由です。昨今の寿司ブームでもイタリア産短粒米が高級食料品店などで「スシ・ライス」として売られています。

A2：ドイツはジャガイモが主食と思われがちですが、ソースがたっぷりの料理を食べる時などはコメも多く登場します。これらメインの食事で用いられるのは長粒種。しかし、以前から「Milchreis(ミルクライス)」として短粒種も食される。これは日本で言うミルク粥。牛乳といっしょにコメをゆで、仕上げに砂糖とシナモンをふって食べるというもの。この短粒種の多くもイタリア産で、手ごろな価格でどんな小都市のスーパーでも手に入り、私も和食の際は、日本食材店で購入したカリフォルニア産のジャポニカ米と混ぜ、日本の炊飯器で普通に炊いて食べている。味・香り・歯ざわりなど違いはほとんどない。ドイツでは寿司はまだ特別な食事ととらえられており、ミルク粥用の短粒米で寿司ができることはあまり知られておらず、私が時々行っている日本食ワークショップでも紹介すると、実は身近な食材で寿司ができることを知り、みんな驚きます。これらの短粒米は500g～2kgのパッケージで販売され、1kgあたりの価格は2～3ユーロ(約200～300円)が平均価格。

A3：日本食材店でカリフォルニア産コシヒカリを購入、ごく普通のスーパー、または有機食材店にてイタリア産短粒米(ミルクライス用)を購入し、両方を混ぜて使用しています。ちなみに日本食材店では、アメリカから輸入するほうが安価と説明しています。アメリカ産のジャポニカ米のおおよその値段は5kgあたり17ユーロ～20ユーロ(約1,700～2,000円)。

A4：こちらで日本産米を見たり購入したりしていないので、値段の比較はできませんが、日本食材店の店主から聞いた話では日本産米を輸入したとしても送料・関税などの関係から高くつき、品質的にさほど変わらないカリフォルニア産の日本種米やイタリア産米との競争に勝てないのではないかとのこと。

A5：ドイツ人は何らかのかたちで短粒米を食べたことのある人が多いため、比較的たやすく受け入れられています。私の場合、来客があるときなど、和食をふるまうことが多いのですが、日本の炊飯器で炊いたご飯をみんな美味しく食べてくれます。もちろん寿司への関心は高く、さきごろキールに日本人と韓国人のオペラ歌手がオープンしたおしゃれな日本・韓国レストランは予約がなかなか取れないほどとか。



フランス（パリ）

.....
寿司に飽き始めた？ 新たな米食文化を早急に輸出する必要あり。

A1：日本からの輸入米ですが、5kg約40ユーロ～50ユーロ（約4,000～5,000円）。秋田県産のあきたこまち等です。魚沼産コシとかはもっと高いと思います。たまにセールで30ユーロ（約3,000円）位になる時もありますが、私には高いので買えません。日本ではコメを買う事が全くなかったので、この金額は私にはとても高い。パリの日本人街と呼ばれるオペラの日本食又は韓国食品を扱うお店で販売されています。

A2：日本産でないジャポニカ米は、イタリアカリフォルニア産が主です。数年前から販売されているイタリア産の「ゆめにしき」を買っています。これは日本人が稲作を教えにイタリアまで行って、そこで作付けなど1から指導して日本の方式で作られたものとか。金額は5kg20ユーロ（約2,000円）10キロで37ユーロ位です。先日はカルフォルニア産のコシヒカリを買いました。商品名は「金米」、6.8kgで24ユーロ（約2,400円）でした。

A3：私自身は日本食材店でイタリア産あるいはカリフォルニア産の日本品種米を買います。また、私はパリで日本料理教室を開いていますが、やはりイタリア産米を使っています。味がおいしいのはわかるのですが、やはり高いのがネックです。

A4：やはり高いです。フランスという国は（外食は高いですが）一般に農産物はかなり安いので余計そう思います。

A5：一般にフランスの人は「味の無いもの」を食べるの得意ではありません。また「粘る」もの食べるのも得意ではありません。寿司の場合は（酢飯になっているので）別ですが、白飯は彼らにとっては「味の無い」もの。また、フランス人は口の中で味を混ぜることができません（日本人はご飯とおかずを口で混ぜますね）。ですから、味がついてないものが本当に得意ではありません。したがって、白飯には、丼ものとかでない場合はヤキトリのタレなどをかけて食べます。それと白飯は彼らにとっては主食ではなく「野菜」です。日本風のお弁当屋さんで、コメを他の野菜と取り替えて、というフランス人も見かけます。

現状では、寿司のブームはフランスではピークはすぎたと思います。現在パリは淘汰が始まった感じですね。一時のようにネコも杓子も寿司という時期は終わりました。まわりの店はいっぱいなのにガラガラな寿司屋を沢山みかけます。それを考えると、日本産米が普及するのはフランスでは結構難しい。もっと早く、それこそ東日本大震災などが起こる前に戦略的に進出していれば、また事態は違ったのかもしれないが。



英国（ロンドン）

.....
コメを使ったデリの価格帯が形成されているが、これを打破すべし。

A1：東北地方の農家救済の意味も込めて、当地の日本食材店で直輸入米が販売されるようになっていきます。英国における日本食材オンラインショップの「TKトレーディング」での日本産米の価格は山形県産ひとめぼれ（編集部註・本誌読者である米シスト庄内の商品）5kgで約51ポンド（約5,200円）、魚沼十日町産コシヒカリ5kg約85ポンド（約10,450円）、秋田県産あきたこまち5kg約30ポンド（約3,700円）。

A2：イタリア産ゆめにしき5kg23.48ポンド（約2,885円）、米国産玉錦5kg29.40ポンド（約3,612円）、米国産あきたこまち10kg36ポンド（約4,423円）。

A3：日本産米は以前よりも入手しやすくなりましたが、まだまだ高いので、手が出せません。自宅から近い中国食材卸商でイタリア産ジャポニカ米もしくは、カリフォルニア産韓国品種米のいずれかを買っています。普段の暮らしでこれらをまずいと思ったことはありません。

A4：日本産米はカリフォルニア産、イタリア産などと比べ、価格が倍以上するため高いという印象が拭えません。しかし、ホームパーティーなどでわざわざご飯を炊いて手巻きなどを作る地元の人々はあえて「いちばん高くていいコメ」を買って参加者に振る舞うでしょうから、たとえ高くても普通に売れると考えます。

A5：お寿司がどこでも手に入るロンドンでは、もはやサンドイッチと同様の「軽めのランチ」の1チョイスになっています。自宅でお寿司などを好んで作る英国人も多く、ジャポニカ米は、幅広い世代に受け入れられているという印象があります。ピクニックにおにぎりや稲荷寿司を作って持って行っても、いつもとても評判がよいです。ロンドン五輪の会場でも「ベントウ」が売られるようです。ただ、英国における消費の実態を踏まえると、イタリア産やカリフォルニア産米を使ったおにぎりやお寿司のデリショップでの小売価格（値ごろ感）はほぼ確定しており、今のままで日本産米を使ったデリ商品を売るのは价格的に高くなりすぎて現実的に販売は難しいです。本企画の趣旨とは違いますが、ぜひとも近い将来メイド・バイ・ジャパニーズのコメを入手できるように希望します。また、ホームパーティーが浸透していますから、それ向けの商品として、巻き寿司キットとともに日本産米を販売するのが一つのアイデアかと思います。



取引先と顧客を海の向こうに見つけた

私たちがコメ輸出に取り組み始めた理由

2012年現在で、本格的にコメ輸出に取り組んでいる農業経営者は、各道府県に数人程度、となると間違いなく100人はいないはずである。しかし、10年先、20年先には国内消費市場が縮小していくかざるをえない。猫も杓子も輸出を始めようとなつてから、考えてももう遅い。そこでこの章では、すでに輸出を始めている農業経営者に、輸出を考えるようになったきっかけ、現在の取り組み、今後の展望について話を聞いた。ぜひとも参考にさせていただきたい。

Case 1 農業法人A社（宮城県北部） 輸出先は香港、インドネシア

宮城県北部にある農業法人A社（取材先都合により匿名表記）は、2008年から始めた香港への輸出を皮切りに、海外への売り込みに力を入れている。転作分の加工用米を新規需要米として登録し、新たな販路を見出した格好だ。

A社社長であるX氏は「転作カウントを取りながら、より多くの利益を得られる方法として輸出には魅力があった。将来は人口減による消費

減も目に見えている。いずれ日本の

コメは海を渡らざるを得ないだろう。ならばその前にいち早く海外へ売り込み、販売の拠点を築こうと考えた」と話す。

貿易業務や販路開拓は一任 自身は生産に注力

きっかけは宮城県主催の商談会での香港のバイヤーとの出会いだった。サンプルを食したバイヤーが大

変気に入ったため、X氏は自身の家に招待し、圃場を見せたり食事を共にするなど、生産するコメの魅力を伝えた。商談は成立し、バイヤーが貿易業務を行なう商社を紹介、現地での販路も開拓した。

結果、自社生産の平成20年産米約40t（特別栽培米）を香港へ向け輸出し、日系デパートなどでA社生産ササニシキが店頭に並んだ。X社長は年に1度視察のため現地を訪れるが、貿易関連の業務や販路開拓はバイヤーに任せているという。

未開拓の国へ積極進出し 将来への布石を打つ

A社のコメの価格は、香港でトッピングを誇るカリフォルニア米の1・5倍以上で富裕層にリーチする商品で極めてニッチな商品である。だが、それよりも大きな問題がある、日本産米の競合だ。香港においても、日本国内同様の産地間競争が行なわれているのである。

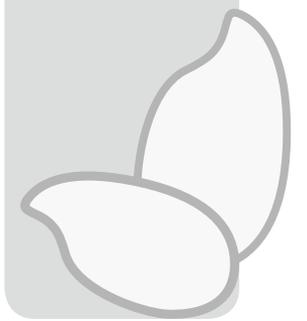
「現地での実績がほとんどない、当

社のような後発には香港での販路拡大は厳しいものがある」

そこでX氏は、まだ日本産米の流通が少ない国に目を向けた。候補として挙げたのはインドネシアだった。早速商社を介して現地の日本人バイヤーとコンタクトを取り、09年に約20tを輸出した。福島第一原発事故の影響で、インドネシアとの取引も現在停止しているが、今年も輸出できる見通しだ。X氏はインドネシアでは日本食レストラン向けの販売にターゲットを絞っている。

「意外に知られていないが、現地には日本食レストランが少なからずあり、大間のマグロや広島のカキなどジャパンブランドの食材を扱っている。ただ、コメだけカリフォルニア米という店が多いようだ。インドネシアは、いかなればかつての中国市場のようなものだ。経済成長著しく、人口増加率が高い。日本産米への信頼も厚い」

X氏は同様の理由でベトナムの邦人向けビジネスにも目を向けてい



顔を出したり、大した販促もせず最終的に農産物を投げ売りして帰る団体もある」と言われたこともある。先方は本気でビジネスをする相手を選んでくれる。こちらのやる気を試されている」

2年後には輸出が軌道に乗り始め、最大で月2tを輸出に向けている。内訳は特別栽培と慣行栽培が半々だ。現在、台湾の27の店舗で同会のコメが取り扱われている。

「海外の取引先は味に対しての評価がシビアだ。彼らの顧客である富裕層は舌が肥えており、手を抜くとすぐにわかってしまう。すると取引先は黙って注文量を減らしてくる。反面、良いものを作れば新しい取引先も紹介してくれる。取扱店が増えたのは評価の証だと思っている」

煩雑な輸出業務は委託 信頼できるパートナーを探せ

同会の輸出に必要な通関までの手続き、現地での取引先の開拓、代金回収などは横浜の貿易会社が代行している。

「輸出に際して原産地証明に必要な工程管理など生産現場での手間も増え、直接的な輸出業務には手が回らない。それらを委託することで我々はコメ作りや販促に集中できています。現在の業者は2社目で、もう5

年の付き合いになる。決済業務に滞りが無い良い企業だ。ビジネスパートナーとして非常に信頼している。貿易会社の中にも決済が遅く、対応も悪いところがあるので、パートナー選びは重要な要素だ」

現在、同会の輸出先は台湾60%、香港30%、オーストラリア10%。原発事故の影響でタイとの取引は停止し、取引量は最盛期の3分の1まで減少してしまった。しかし内山氏は現在もシンガポールや米国への売り込みや、ドバイの展示会への出品など攻勢の手を緩めない。貿易会社の仲介で積極的に現地を訪れ、販路開拓に努めている。

「高級から、少し高級へ」 顧客層を絞り込む

同会は個人店や百貨店、日本食レストランなど様々な業態と取引しているが、日本産米は値段が高く販路拡大のネックになっている。台湾では同会のコメは2kgあたり550台湾ドル（約1450円）、これは現地産高級米の2〜3倍の価格だという。そのために交渉時に品質は認められるものの、金銭面で折り合いがつかないことが多いこともしばしばある。

「もし当会が輸出量を増やすには、せめて現地の高級米の1.5倍程度

まで価格を下げる必要があるだろう。実際、台湾ではその価格帯のカリフォルニア産米が約10%のシェアを占めている。規模拡大、作業改善、技術革新を図れば、コストダウンは実現できる。具体的には会全体で面積を今の倍にする準備があるし、鉄コーティング種子の導入も進めている。価格をもう少し抑えれば、消費者が日本の米に乗り換える可能性は十分にある。今は輸出に当たっているのは総生産量の数%だが、将来的には40%まで高めたい」

一方で内山氏は過剰な値下げには苦言を呈した。日本産米の品質なら安ければいくらかでも売れるが、消耗戦になってしまうからだ。

「私たちは1俵1万円を切って売るつもりはない。他国のコメに価格競争で劣るならターゲットを絞る。私たちの場合は富裕層だけでなくアツパーミドルの顧客を持つ取引先だ。『高級から、少し高級へ』がこれからのテーマになるだろう」

内山氏は売り込むには現地へ赴き、取引先のバイヤーや重役たちと会うことが肝心だという。

「彼らのコミュニティに加わることも大切だ。そこで人的ネットワークを構築する努力が欠かせない。人の紹介がないと話してもらえない場合も多々あるからだ。海外におい

ても人と人との有機的なつながりがビジネスに結びつくのは変わらない」

内山氏は海外で日本のコメの評判を顧客の口から直接耳にし、まだまだ可能性のあるビジネスだと感じている。

「日本ブランドはまだ評価が高いが、途上国を始め海外の農作物の品質は年々向上しており、いずれ低価格高品質のものを輸出してくる。だがそれはもう少し先の話だ。輸出を成功させるには時間がかかる。日本の信頼があるうちに、輸出の実務を担うパートナーを見つけ、海外に出てネットワークづくりをすべきだ。今からでも決して遅くはない。チャンスはいくらでもある」

安心と安全を考える会（新潟県上越市）代表
有限会社内山農産 代表取締役社長

内山 義夫氏 (60)

1979年に本格就農。2000年より規模を拡大し、コメ専業に。代表を務める「安心と安全を考える会」では2005年に台湾への輸出を開始する。経営面積は31.2ha、うちコシヒカリ18ha、こしいぶき4ha、みずほの輝き1.5ha、わたぼうし4.8ha、こがねもち2.4ha等。年商約6,000万円。http://www.uchiyama-nosan.com/