

天眼鏡

本格化する荒波に抗して生き残るために

TPP11 が昨年 12 月 30 日に発効したが、2 月 1 日には EU との EPA が発効した。TPP 加盟の 11 か国と EU をあわせると、世界の GDP の 4 割弱を占める巨大貿易圏が動き出した。

TPP では即時に農林水産物の 53%で関税が撤廃され、段階的に削減されるものも含めると最終的には 82%の農林水産物の関税が撤廃される。また日欧 EPA もほぼ同様に即時に農林水産物の 54%の関税が撤廃され、最終的には 82%の関税が撤廃される。

早速、新聞等では、スーパー等での安売り、あるいは先行しての販売による「消費者恩恵」の活字が躍る。イオンが TPP 発効に先立つ 12 月上旬には、豪州タスマニアビーフの価格を 100 g 当たり 20～130 円程度引き下げて売り出し、またワインでの「日欧 EPA 発効記念先取りセール」を行ったこと等が大々的に報じられている。

1 月 26 日付の日本農業新聞では、「牛肉輸入が加速」の見出しで、TPP の発効を受けて、牛肉の輸入量が急増していることを伝えている。1 月上中旬の TPP 参加国からの累計輸入量は 2 万 4 千トンを超え、前年同月の 1 か月分を 14%上回っているという。まさに国内農業への深刻な打撃が懸念され、TPP では米を含む穀物

や畜産物、日欧 EPA では豚肉、そして乳製品、ワイン、パスタ等の加工品への大きな影響は避け難い。これに最大の圧力を秘めるアメリカからの輸入増加が加わることは必至である。まさに日本農業は正念場に立たされつつある。

そこでどうしても示しておきたいのが下の図である。農産物を 5 つの要素に分けてこれからの生き残りのための取組み方向を示したものだ。生産条件からして価格で競争力のない日本農業は、飼料米等に代表されるような政策支援を受けて量で所得を確保していく方向か、品質・安心、コミュニケーション等（消費者との連携、食文化、景観等）で差別化していく方向しかない。政策支援に限界がある中、後者を目指していくことが妥当であるが、品質による差別化を戦略とする EU の攻勢を踏まえるとよりコミュニケーション等に力を入れていくことが生き残りを決することになる。国産を支持する消費者は限られており、これをグリップしていくことが緊急の最重要課題と考える（2 月 2 日現在）。

（農的社会デザイン研究所 代表 蔦谷栄一）

日本農業の方向性
～農業（農産物）の諸要素を踏まえて～

