TPPと油脂産業

~日本のライフスタイル普及による輸出促進~

一般財団法人 油脂工業会館 ライフスタイル産業プラットフォーム研究会

目 次

序	文				1
-	1 - 1	日本の財政状況と「国際展開戦	略」	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 2
		日本のFTAへの取り組み	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 4
-	1 - 3	TPPとは	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •		. 8
-		- 1 1 1		• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	
	1 - 4	4-(1) 油脂産業への影響	•••••	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 1 0
	1 - 4	4-(2) 日本への影響	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 1 6
-	1 – 5	TPPによる問題点	•••••	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 1 9
第 2	2 章 🛭 🖹	日本の油脂産業 輸出促進へのア	プローチ ・・・・・・・		• 2 0
4	2 - 1	各国の輸出入バランス			• 20
		各国の取り組み			• 2 3
4	2 - 3	日本における農業輸出強化策	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •		• 2 7
第:	3 章 [日本のライフスタイルの普及によ	る産業活性化		• 29
ć		油脂産業の戦略			• 3 0
	3 - 2	日本のライフスタイルの普及活	·動 ······		• 3 2
ć	3 - 3	ライフスタイル産業プラットフ	オームの立ち上げ	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 3 5
おれ	つりに	•••••••		• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• 3 7
添作	寸資料	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •			• 38
参表	* 資料	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •			• 4 1

序文

2010年10月に当時の菅直人首相が、TPP (Trans Pacific Partnership:環太平洋パートナーシップ)協定への参加を示唆してから既に4年半が経過していますが、2015年3月時点では未だに妥結に至っておりません。

これは元々「守るべきもの」が少ない「小国」間のFTA(Free Trade Agreement:自由貿易協定)/EPA(Economic Partnership Agreement:経済連携協定)として交渉が始まったTPPに、その後21世紀型貿易を目指すアメリカや日本といった経済「大国」が加わったことにより、交渉の内容が多様化・複雑化し交渉が難航しているからと思われます。

TPPは世界中で数多くあるFTA/EPAのひとつであり、日本は既に 14 のFTA/EPAを発効しており、更に交渉中・研究段階のものが、本TPPを含めて 10 存在します。

そのTPPが、なぜ自由貿易の急先鋒のように取り上げられ、「今、TPP交渉に加わらなければ日本は沈む。」という賛成派の意見と、「TPPに参加すれば日本の農業は壊滅的な打撃をうける。アメリカ政府の政治的圧力に迎合し、国益に反する。」といった反対派の意見が、真っ向からぶつかり合う状況となっているのでしょうか。

TPPと従来のFTA/EPAの違いは、アメリカという超大国の存在、自由化率の高さ、FTAAP(Free Trade Area of the Asia-Pacific:アジア太平洋自由貿易圏)につながる可能性など、今までのFTA/EPAにはない特色を持つ重要な協定であると言えます。

このような状況の中、平成 26 年度の研究会テーマとして、「TPPと油脂産業」が取り上げられました。業界各社から参加された研究会メンバーは、「TPPとは何か」という勉強から始め、日本の油脂産業や他の産業に与える変化や影響、油脂産業として貢献できる点、などを議論・検討し、その成果としてこの報告書を作成しました。

今回参加されたメンバーの熱意とご努力に心から敬意を表します。

この報告書が油脂産業だけでなく、日本の各産業に携わる方々にとって、TPP交渉並びに自由貿易のあり方、輸出振興などについて考えていただくきっかけになれば幸いです。

平成27年3月

一般財団法人 油脂工業会館 理事長 藤重 貞慶

第1章 TPP参加の背景とその影響

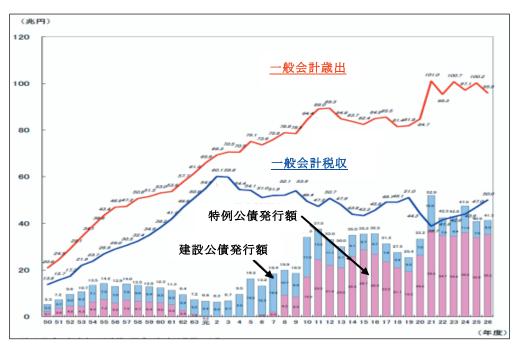
1-1 日本の財政状況と「国際展開戦略」

日本の財政は図1-1に示すように、1965年度以降恒常的に歳出が歳入を上回る状況が続いている。この不足を補うために国債を発行しているが、債務残高は年々増加の一途をたどり、2014年度末には780兆円(借入金や地方債務を加えた長期債務残高でみると、日本の借金は1,010兆円)、対GDP比で230%に達する見込みで、G7で比較しても突出した状況となっている(図1-2)。

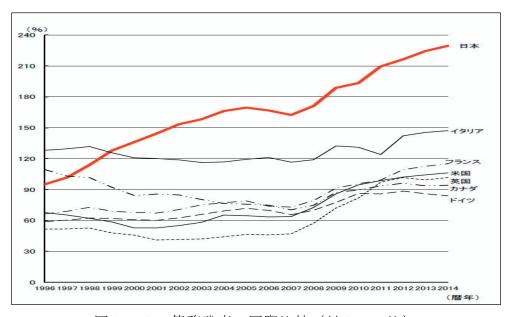
こうしたなか、政府は「日本再興戦略」(2013年6月14日閣議決定)を策定し、以下の目標を掲げ、財政の健全化を図ろうとしている。

- ① 2015年度までに2010年度に比べ財政赤字の対GDP比を半減
- ② 財政を 2020 年度までに黒字化
- ③ その後の債務残高対GDP比の安定的な引下げ

この目標を達成するために「日本再興戦略」では「日本産業再興プラン」「戦略市場創造プラン」「国際展開戦略」という3つのアクションプランが策定されているが、そのなかの「国際展開戦略」は主に貿易収支を改善することで、財政の健全化を目指すものである。と言うのも、図1-3に示すように、近年化石燃料の輸入増加や工場の海外移転などにより大幅な貿易赤字が続き、我が国の経常収支はかろうじて黒字を確保している状況だからである。



<u>図1-1:一般会計における歳出・歳入の状況</u> (出所:財務省 日本の財政関係資料 2014年10月)



<u>図1-2:債務残高の国際比較(対GDP比)</u> (出所:財務省 日本の財政関係資料 2014年10月)

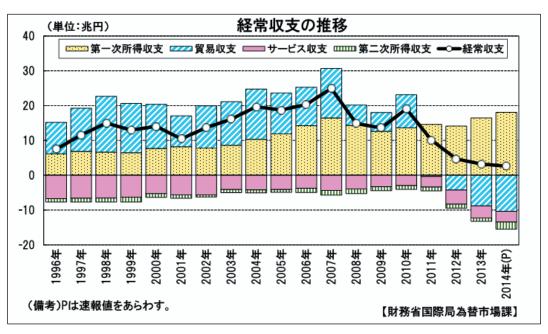


図1-3:経常収支の推移 (出所:財務省)

そこで、政府は「国際展開戦略」のなかで、FTA比率(当該国の全往復貿易額に占めるFTA締約国との往復貿易額の割合)を2012年の19%から2018年までに70%へ、2020年までに中堅・中小企業等の輸出額を2010年(3.7兆円)比2倍に伸ばすなどのKPIを設定し、戦略的な通商関係の構築と経済連携を推進することで経常収支の改善を図ろうとしている。

以下に『「日本再興戦略」2013 三. 国際展開戦略』の抜粋を示す。

「日本再興戦略」2013 三. 国際展開戦略 (抜粋)

1. 戦略的な通商関係の構築と経済連携の推進

グローバルな経済活動のベースとなる経済連携を推進し、貿易の<u>FTA比率を現在の19%から、2018年までに70%に高める</u>。このため、特に、TPP(環太平洋パートナーシップ)協定交渉に積極的に取り組むことにより、アジア太平洋地域の新たなルールを作り上げていくとともに、RCEP(東アジア地域包括的経済連携)や日中韓FTAといった広域経済連携と併せ、その先にあるより大きな構想であるFTAAP(アジア太平洋自由貿易圏)のルールづくりのたたき台としていく。また、上記の取組に加え日EU・EPA等に同時並行で取り組むこととし、各経済連携が相互に刺激し合い、活性化することにより、世界全体の貿易・投資のルールづくりが前進するよう、重要なプレーヤーとして貢献していく。

2. 海外市場獲得のための戦略的取組

②潜在力ある中堅・中小企業等に対する重点的支援

高い技術力を持っていたり、販路等優良なビジネスモデルを確立している世界市場で十分に勝負できる「潜在力」を持つ中堅・中小企業等(サービス業を含む。)の輸出額を2020年までに、2010年比で2倍に伸ばすため、業態や企業規模にかかわらず、進出前から進出後まで一気通貫で支援する本格的な体制を整備する。

1-2 日本のFTAへの取り組み

では、なぜ日本は経常収支改善の手段のひとつとして、FTA・EPA(自由貿易協定・経済連携協定。EPAはFTAより広い分野を含む協定と定義されるが本論文では同義とし、FTAを用いる)推進を選択したのであろうか。それはWTOの行き詰まりとともに各国の動きがFTA推進へと移っていったことによる。

従来WTO重視だった日本が大きく舵を切るに至ったのも、そうした流れのなかで下記のような推進によるメリット(推進しない場合のデメリット)を見出したためである。

(イ) 貿易創造・市場拡大効果

関税・非関税措置の撤廃・削減による幅広い市場の一体化達成と輸出入市場の拡大。

(ロ) 競争促進・経済活性化効果

FTAによる安価で良質なモノ・サービスの輸入、域内での企業間の競争や提携の促進とより効率的な産業構造への転換、規制改革を含む構造改革。

(ハ) 競争条件の改善(貿易転換効果への対応)

FTAは原則締約国(地域)以外の第三国には差別的な枠組みであるため、他国の FTA構築による日本企業の不利益の解消。

- (二) ルールに基づく紛争処理(政治摩擦の最小化) FTAによる紛争処理メカニズムの構築。
- (ホ) 制度の拡大・ハーモナイゼーション

FTAを通じての自国(地域)ルール・制度の世界への普及。

(参考資料:外務省 「日本のFTA戦略」 2002年10月)

企業にとっては、(イ) 貿易創造・市場拡大効果は機会創出、(ロ) 競争促進・経済活性化効果は環境変化、(ハ) 競争条件の改善(貿易転換効果への対応) は他国同業者への防御と言える。

(イ) 貿易創造・市場拡大効果については、これまで日本が結んできた既存FTAの発効年と翌年の貿易額を比較してみると、交渉前から多くの鉱工業製品の関税が削減・撤廃されていたシンガポールや 2008 年のリーマンショックのような景気変動の影響を受けた国々もあるが、概ね増加していることがわかる(表1-1)。

また、現在の取り組み状況は発効済み 14 ヶ国・地域、未締結 10 ヶ国・地域である(図 1-4)。

表1-1:既存FTAの協定発効翌年の貿易推移

相手国	発効年月日	翌年の輸出額 (対前年比)	翌年の輸入額 (対前年比)
シンガポール	2002年11月30日	97%	100%
メキシコ	2005年04月01日	141%	117%
マレーシア	2006年07月13日	115%	114%
チリ	2007年09月03日	154%	86%
タイ	2007年11月01日	101%	100%
インドネシア	2008年07月01日	67%	60%
ブルネイ	2008年07月31日	81%	66%
フィリピン	2008年12月11日	74%	69%
スイス	2009年09月01日	116%	102%
ベトナム	2009年10月11日	118%	110%
インド	2011年08月01日	96%	103%
ペルー	2013年03月01日	82%	74%
オーストラリア	2015年01月15日		

^{※2008}年9月15日 リーマンショック

※日アセアンFTAは各国の発効時期が異なるため割愛

(参考資料:財務省 貿易統計)

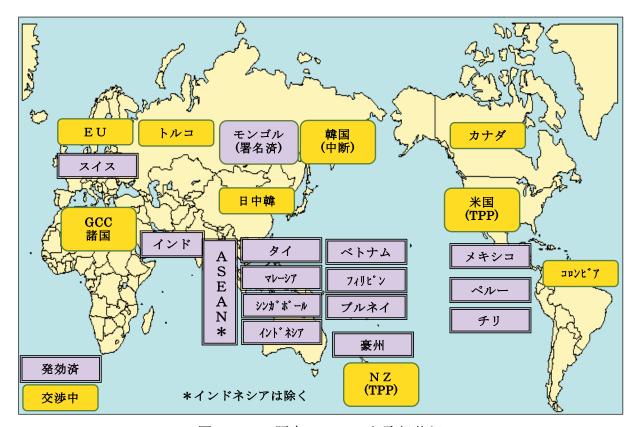


図1-4:既存のFTAと取組状況 (参考資料:ジェトロ 世界貿易投資報告 2013年版)

防御としての(ハ)競争条件の改善(貿易転換効果への対応)については顕著な例として、タイが輸入するフラットロール製品(HS Code 7225.30. 合金の熱間圧延製品で巻いたもの)の輸出国シェアの変遷が挙げられる。図1-5に見られるように2010年までほぼ日本製品の独占状態だったものが、2010年に中国製品・韓国製品の輸入関税が先行して5%から0%に撤廃されると、2011年には両国製品のシェアが日本製品に並ぶ程になり、2012年には中国製品が日本製品を抜いてトップとなる。そして今度は2013年4月に日本製品の輸入関税が5%から0%に撤廃されるやその年のうちに日本製品がトップに返り咲いている。

これはジェトロ(日本貿易振興機構)により紹介されているFTA活用の成功事例のひとつであるが、忘れてならないのは、このケースでは中国・韓国からの輸入関税が日本より約3年早く撤廃され、その間に驚くべきスピードでシェアが逆転してしまったことである。日本製品の輸入関税撤廃までの機会損失と巻き返しのために払った労力は企業が負うしかない。しかし関税撤廃までにさらに時間がかかる(またはそもそもFTAを締結していない)という状況であれば最悪その国での市場を失うという可能性もあり、これは一企業だけでは如何ともしがたい。

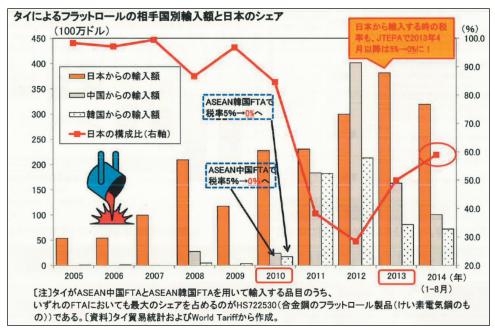
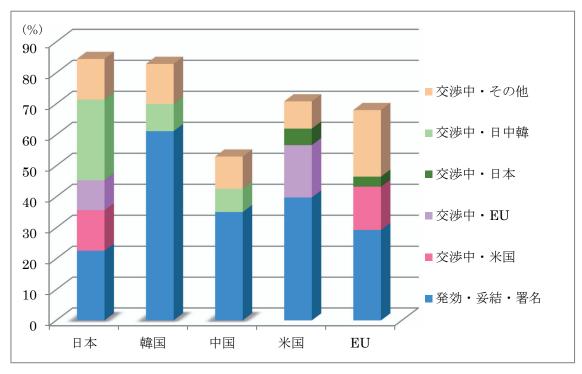


図1-5:タイによるフラットロールの相手国別輸入額と日本のシェア (出所:東京税関セミナー資料 2014年12月11日)

もちろんFTA締結だけですべての問題が解決し、国際間の競争において絶対的な優位にたてるわけではないが、非常に重要なファクターであることは確かである。

こうした点を踏まえて改めて日本のFTA比率を、隣国であり輸出先国や輸出品目が競合することが多い韓国や中国、経済規模の大きい米国やEUと比較してみる(図1-6)。



※2015年1月15日に発効の日豪FTA、2月25日に仮署名の中韓FTAを加味して作成

図1-6:各国のFTA比率 2013年 (参考資料:経済産業省 通商白書 2014) 日本のFTA比率は22.6%であり、韓国61.2%、中国35.1%、米国39.8%、EU29.3%に大きく水を開けられている。また、日本が締結済みの14のFTAも、シンガポール・メキシコ・スイス・モンゴル以外は韓国・中国が先行(詳細は添付資料1-1参照)しており、いまだ遅れをとっているのが実情である。こうした企業にとって不利益をもたらす状況の解消のためTPPをはじめとするFTA推進を求める声がある。

一方、すでに締結されたFTAについて日本企業の利用度が低いという問題点がある。とくに輸出の利用率では大企業が47.6%、中小企業が21.0%と、企業の規模の違いによる差が大きい(表1-2)。利用に際して生じるコストや労力、経営リソースがその原因とみられている。

資本金規模	企業数	輸出企業数 (社数)	輸出FTA 利用率	FTA利用を 検討中の比率
1000万円以下	754	277	13.0	9.4
1000万円超~5000万円以下	1152	515	18.1	12.2
5000万円超~1億円以下	566	334	26.0	7.8
1億円超~3億円以下	211	135	30.4	10.4
3億円超~10億円以下	241	159	39.0	7.5
10億円超	547	370	47.6	11.4

表1-2:輸出における日本のFTA利用率(資本金規模別) (%)

[注]「企業数」は日本が2013年12月時点でFTAを締結していた13カ国のいずれか1カ国・地域以上にそれぞれ輸出を行っている企業数。

1,790

27.7

10.2

3,471

(出所:ジェトロ 世界貿易投資報告 2014年版)

また、企業の規模を問わずFTA利用上の問題と感じているものには、①輸出のたびの証明書発給申請の手間、②原産地基準を満たすための事務的負担、③品目ごとに原産地判定基準が異なり煩雑といった点が挙げられている。

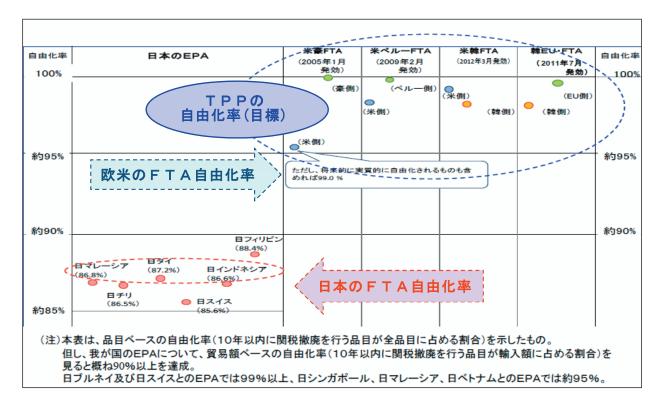
(参考資料:ジェトロ 世界貿易投資報告 2014年版)

対外的にはさらなるFTA推進、対内的にはより利用しやすい制度・環境整備が望まれる。

1-3 TPPとは

全体

さて、FTA推進の必要性についてみてきたが、従来のFTAは交渉が大詰めになるとニュース等で話題になる程度であるのに対し、TPPについては、2010 年 10 月に交渉参加を検討する旨が表明されて以来、参加の是非を巡って議論が続いている。ひとつには図1-7にあるようにTPPが物品関税の撤廃・削減の100%近い自由化率を目指すもので、従来自由化率約 $85\sim90\%$ のFTAを結んできた日本にとって未経験で高いハードルとなるからである。他にもサービス貿易の自由化や投資、競争、知的財産、政府調達等の非関税分野におけるルールづくりなど21分野(表1-3)について、ハイレベルの市場開放が求められており、国内産業や国民生活へ及ぼす影響への懸念が反対の主な理由である。



<u>図1-7:日本と米・EU等のEPA/FTAの自由化率比較</u> (参考資料:農林水産省 TPP交渉の現状 2014年1月)

表1-3:TPP交渉の作業分野

TPP交渉で扱われる分野 TPPの基本的考え方 (出典:2012年9月に発出された「TPP貿易閣僚による首脳への報告書」等) 高い水準の自由化が目標 アジア太平洋自由貿易圏(FTAAP)に向けた道筋の中で実際に交渉が開始されており、アジア太平洋地域における高い水準の自由化が目標。 非関税分野や新しい分野を含む包括的な協定 FTAの基本的な構成要素である物品市場アクセス(物品の関税の撤廃・削減)やサービス貿易のみではなく、非関税分野(投資、競争、知的 財産、政府調達等)のルール作りのほか、新しい分野(環境、労働、「分野横断的事項」等)を含む包括的協定として交渉されている。 (1)物品市場アクセス (作業部会としては、農業、 繊維・衣料品、工業) (2)原産地規則 (3)貿易円滑化 (5)TBT(貿易の技術的障害) 関税の減免の対象となる 「締約国の原産品(=締約国 で生産された産品)」として認 貿易規則の透明性の向 上や貿易手続きの簡素 化等について定める。 食品の安全を確保したり、 動物や植物が病気にかか らないようにするための措 安全や環境保全等の目的から製品の特質やその生産工程 等について「規格」が定められ 物品の貿易に関して、関税の撤廃 や削減の方法等を定めるとともに、内国民待遇など物品の貿易を行う められる基準や新田制度等 置の実施に関するルール について定める。 ることがあるところ、これが貿 易の不必要な障害とならない について定める 上での基本的なルールを定める。 ように、ルールを定める。 (8)知的財産 (7)政府關達 (9)競争政策 サービス (6) 貿易救済(セーフガード等) (10)越境サービス 知的財産の十分で効果 的な保護、模倣品や海賊 版に対する取締り等につ ある産品の輸入が急増し、国内 中央政府や地方政府等に 貿易・投資の自由化で 産業に被害が生じたり、そのおそ よる物品・サービスの調達に 得られる利益が、カルテル 国境を越えるサービスの提 れがある場合、国内産業保護のために当該産品に対して、一時的に とることのできる緊急措置(セーフ 関して、内国民待遇の原則や 等により書されるのを防ぐ 供(サービス貿易)に対する無差別待遇や数量規制等の貿 入札の手続等のルールにつ いて定める。 ため、競争法・政策の強化・改善、政府間の協力 いて定める。 易制限的な措置に関するル ガード措置)について定める。 等について定める。 ルを定めるとともに、市場アク セスを改善する。 (14)電子商取引 (16)環境 (15)投資 サービス (11)一時的入国 (12) 会融サービス (13) 電気通信 電子商取引のための環 境・ルールを整備する上 内外投資家の無差別原 則(内国民待遇、最恵国 貿易や投資の促進のために 環境基準を緩和しないこと等を 貿易・投資等のビジ 金融分野の国境 電気通信の分野に 待遇)、投資に関する紛争 解決手続等について定め る。 を越えるサービス の提供について、 金融サービス分野 ついて、通信インフ ラを有する主要な サービス提供者の義 で必要となる原則等につ ネスに従事する自然 人の入国及び一時的 定める。 な滞在の要件や手続 に特有の定義や 務等に関するルールを定める。 等に関するルールを 定める。 -ルを定める。 (17) 労俸 (19)紛争解決 (20)協力 (21)分野横断的事項 (18)制度的事項 貿易や投資の促進のため 協定の運用等について当事国間 協定の解釈の不一致等 協定の合意事項を履行 複数の分野にまたがる規制 あたいらる事項を履行 するための国内体制が不 十分な国に、技術支援や 人材育成を行うこと等につ で協議等を行う「合同委員会」の設置やその権限等について定める。 による締約国間の紛争を解決する際の手続きにつ いて定める。 (2011年12月内閣官房資料より)

(出所:内閣官房TPP政府対策本部 TPP協定交渉について 2014年6月)

しかし、日本がTPPをはじめとするFTAを締結せず、他国(ここでは主として韓国)がFTA推進していった場合、「自動車」「電気電子」「機械産業」主要工業3業種の実質G DP10.5兆円の減、81.2万人の雇用機会が減少するという試算にもみられるように、推定される影響にも看過できないものがある。

(参考資料:内閣官房 関税撤廃した場合の経済効果についての政府統一試算2013年3月) また、TPPは開かれた協定であるため現在交渉中の12ヶ国からさらに増える可能性があり(すでに韓国、台湾、タイ、フィリピン、ラオス、コロンビア、コスタリカが関心表明)、そうした動きがFTAAP(アジア太平洋自由貿易圏)やそれ以外の国々を含めた新しい自由貿易圏への発展につながるかもしれない。加えて、米国はTPPでの考え方をTTP(環大西洋貿易投資パートナーシップ)交渉へも反映させる意向を持っており、これがさらに日EU協定等のメガFTAへ反映される可能性もある(図1-8)。日本がこうした完成度の高いルールメーキングに参加することにも意義があるという見方も存在する。

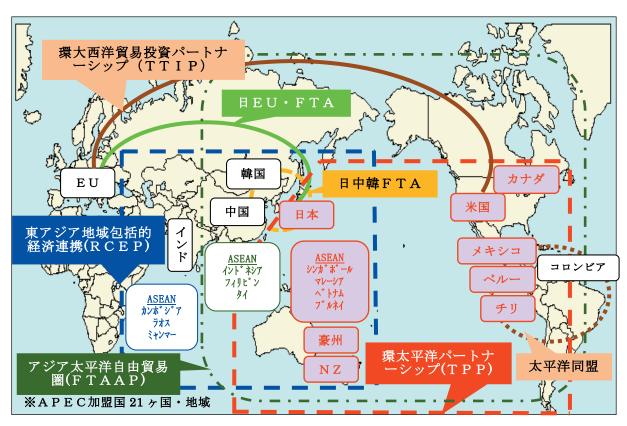


図1-8:世界のメガFTA

(参考資料:ジェトロ 世界貿易投資報告 2013年版)

1-4 TPP参加による影響

それでは、TPPへの参加により、我々油脂産業は、そして日本はどのような影響を受けるのであろうか。もっとも影響を及ぼす要因として考えられる貿易の自由化、つまり関税が撤廃された場合について考えてみた。

1-4-(1)油脂産業への影響

油脂産業が製品や原料として取り扱う品目に関して、輸出面と輸入面そして原料調達面で受ける影響について述べる。

油脂産業が輸出している製品としては界面活性剤、シャンプーやリンス、石鹸等からなる香粧品、高級アルコール、脂肪酸が主なところである(図1-9)。それぞれ 2013年の輸出総額は界面活性剤が 529億円、香粧品が 202億円、高級アルコールが 176億円、脂肪酸が 139億円で、そのうちTPP参加予定各国への輸出額と各国の輸入関税率は表1-4のとおりである。なお各々の輸出総額に占めるTPP参加予定国への輸出額の割合を図1-10に示した。関税撤廃により、それぞれ輸出の拡大が期待できるが、その中でも輸出額が大きい米国向けの界面活性剤や、現在高い関税が掛っているベトナム向けの香粧品等は油脂産業としては魅力的であり、海外拠点とのバランスを取りながら、海外勢との競争を有利に展開するチャンスであると考える。

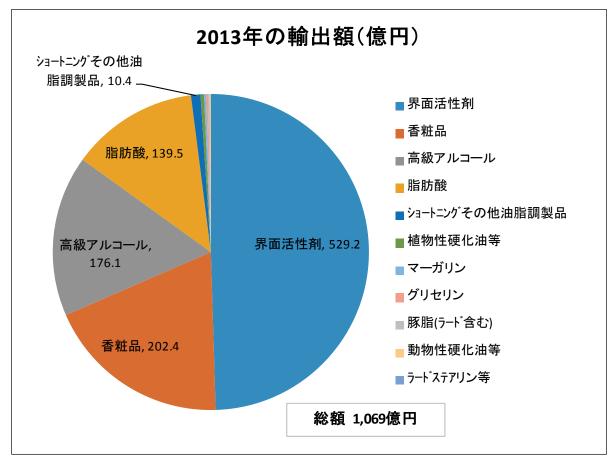
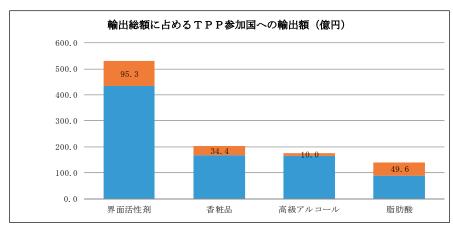


図1-9:油脂産業関連品目の輸出額(2013年) (参考資料:財務省 貿易統計)

表1-4:TPP参加予定国への輸出状況(2013年)

	HS⊐−ド	輸出先国	輸出量(トン)	輸出額(億円)	輸出先国の 輸入関税
		米国	12, 136. 3	50.0	$3.7\sim6.5\%$
		シンカ゛ホ゜ール	2, 366. 4	15. 4	0%
		ベトナム	2, 421. 0	12.0	0~8.0%
	3402.11-000		1, 998. 1	11.3	0%
	3402. 12-000		1, 845. 5	3.4	5%
界面活性剤	3402. 13-000		156. 5	1.5	5%
	3402.19-000		53. 4	0.6	6.5%
	3402.90-000		71.5	0.5	0~10.0%
		ペルー	95. 2	0.5	6.0%
		チリ	8.4	0.1	6.0%
		合計	21, 152. 3	95. 3	
		米国	902.4	13.4	0%
		シンカ゛ホ゜ール	810.0	8.6	0%
		マレーシア	445.3	4.7	0%
	3305. 10-000	***************************************	559.7	4.4	6.5%
香粧品	3305. 90-090		105.6	1.6	5.0%
百 7江 00	3401.11-000	ベトナム	160. 4	1.1	$15.0 \sim 20.0\%$
	3401. 19-000	メキシコ	27. 1	0.5	10.0~15.0%
		ニューシ゛ーラント゛	6. 1	0.1	5.0%
		ペルー	0.1	0.0	6.0%
		合計	3, 016. 9	34.4	
		米国	3, 205. 6	9.2	2.0~5.5%
	2905. 16-000 2905. 17-000	マレーシア	113.6	0.3	0~5.0%
		シンカ゛ホ゜ール	92.3	0.3	0%
高級アルコール		ベトナム	31. 2	0.2	0~5.0%
	2905. 19-000 3823. 70-000	ニューシ゛ーラント゛	14.0	0.0	0%
	3623.70-000	豪州	6.8	0.0	0~5.0%
		合計	3, 463. 5	10.0	
		米国	5, 388. 4	18.6	2.3~5.0%
	2915. 70-000	マレーシア	1, 145. 5	2.6	0~5.0%
	2915. 90-000	シンカ゛ホ゜ール	344. 6	1.8	0%
111年 11分	2916. 15-000	ベトナム	396. 6	1.4	0~10%
脂肪酸	3823. 11-000	豪州	157.0	0.4	5.0%
	3823. 12-000	メキシコ	10.3	0.1	0~5.0%
	3823. 19-000	カナダ	2.4	0.0	0%
		合計	7, 444. 8	24.8	

(参考資料:財務省 貿易統計)



	界面活性剤	香粧品	高級アルコール	脂肪酸
a)輸出総額 (億円)	529. 2	202. 4	176. 1	139. 5
b) T P P参加国への 輸出額(億円)	95. 3	34. 4	10.0	49.6
c)比率 b)/a)	18.0%	17.0%	5.7%	35.5%

図1-10:輸出総額に占めるTPP参加国への輸出額(参考資料:財務省 貿易統計)

また、油脂産業の製品には界面活性剤や香粧品のように直接製品として輸出しているものだけでなく、樹脂や塗料などの様々な工業品の添加剤として使用されているものも多い。これら樹脂や塗料は日本が得意とし、日本の輸出品の筆頭となっている自動車や自動車部品にも幅広く使用されている。自動車関連産業については、現地生産が多くなったとはいえ、韓国等との激しい販売競争を演じている現状では、米国の2.5%の輸入関税撤廃は日本の産業に大きなインパクトを与えるものと期待されており、我が国がTPPへの参加を表明した大きな要因ではないかと考える。当然、油脂産業もこの恩恵を受けることになるが、新興国の台頭が著しい昨今の世界情勢において、原材料メーカーに対する価格面での圧力は予想できるものであり、生産性の向上、製品の高機能化の速度を上げていく必要があるのは言うまでもない。

次に輸入面で影響を受ける製品としては、輸入関税が高いバターやマーガリン、ショートニング等が挙げられるが、それ以外は関税撤廃の影響は小さいと考えられる。表 1-5 に油脂産業への影響度別に分類してみた。パーム系油脂やヤシ油、脂肪酸、高級アルコール、界面活性剤、香粧品類等は既に、輸入関税が掛かっていないものが多く、TPP参加による関税面での影響はないと考える。また原料油となる、だいず油やなたね油は、8%前後ある輸入関税が無くなることで、輸入量の増加と価格の低下が見込まれるが、原料の購入価格の低下に伴う顧客からの価格協力要請を考慮すると、メリットは少ないと考えられる。

表1-5:日本の輸入関税と関税撤廃後の油脂産業への影響度

輸入関税	油脂産業への 影響度	品 目
無税	なし	油糧作物)大豆、菜種 植物油脂)パーム油、ヤシ油、パーム核油 動物油脂) 牛脂 化学品・調製品) 脂肪酸、グリセリン、高級アルコール、有機界面活性剤 消費者製品)香粧品(シャンプー、リンス、石鹸)
	小	植物油脂)だいず油(約8%)、なたね油(約8%)、ひまわり油(約5%) 動物油脂) 豚脂(4~7%)
有税	大	乳製品) バター(alic輸入: 35%、通常輸入: 約260%) 加工油脂) マーガリン(29.8%)、ショートニング(12.8%) 調製品) 調製食用脂(関税割当 25%)

- ・無税: 基本税率、最恵国税率(MFN税率)または一般特恵税率のいずれかで無税適用
- ・有税: 従量税から百分率に換算したものは、関税率を概数または幅記載で表示
- ·alic: 独立行政法人 農畜産業振興機構
- ・バターと食用調製脂は、関税割当制度対象

一方、バターや、加工油脂であるマーガリンやショートニングについては油脂産業への 逆風が予想される。特に、バターの関税撤廃は日本の消費者意識に大きなインパクトを与 え、我々油脂産業にもその影響が及ぶ可能性がある。

バターは主に牛の生乳を原料とした乳製品の一つで、ビタミンAなどの脂溶性ビタミンやミネラル分などの栄養素を豊富に含み、特有の豊かな風味をもつため、パンや洋菓子、

ソースの材料などに幅広く使用されている。高級感やナチュラル感など本物志向として好む根強いファンもおり、製菓・製パンメーカーなどは、これらの顧客を取り込むために「○ ○産バター使用」や「バター入り」を前面に出した商品開発も行われている。しかし、国内酪農家の保護という観点から、これまで高い関税が掛っており、バターを使用した製品は価格面での競争では不利な立場に立たされていたという側面も併せ持つ。またバターは生乳生産量によって供給量が決まるため、すぐに供給量を増やすことが出来ず、安定供給に不安があるという欠点もある。2014年、国産バターの不足を補うために政府が、同一年内に異例の2回、バターの緊急輸入を実施したのはまさにその象徴的な出来事といえる。世界的な需給を見た場合も、乳製品の生産量に対する輸出量(貿易率)は約6%と、穀物や畜肉類に比べて極端に低く、今後中国やインドなど新興国での需要の増加が見込まれており、バターを含む乳製品は供給力不足による国際価格の高騰が起こるとも言われている。

油脂産業が製造するマーガリンは 19世紀末のナポレオン3世の時代にフランスで、まさにバターの安価な代用品として誕生したという歴史がある。経済分野でも、バターの価格が上昇すれば、マーガリンの需要が増加するという「代替財」の例として引用される関係にある。マーガリンを代表とする加工油脂は現在、様々な素材との組み合わせや配合技術で、バターでは成しえない機能性を提供しており、我々が日々食している「やわらかく」美味しいパンは、加工油脂抜きでは語れない。また、日本人の厳しい要求に対し各社が凌ぎを削ることで、機能性だけでなく、風味面でもバターに見劣りしないものとなっており、今やバターの代替品ではなく、全く異なる機能をもつ独自の製品に位置づけられてもおかしくはない存在である。しかしながら、高い関税が掛かっているのにもかかわらず、現在でも「バター」需要が存在し続けるところに油脂産業は認識を強くする必要がある。

表1-6:輸入バターの価格試算とマーガ	ソ	ッ	_	/ 1四 ヤ	子 Vノ	11世
---------------------	---	---	---	--------	------	-----

輸入バター価格試算		①alic輸入	②通常輸入	3関税撤廃	業務用マーカ・リン類
バター価格(外価)(*1)	USD/mt	3,590	3,590	3,590	
為替(円)		120	120	120	
バター価格(円価)	円/mt	430,800	430,800	430,800	
海上輸送料金	円/mt	30,000	30,000	30,000	
CIF価格	円/mt	460,800	460,800	460,800	2013年販売高(見込)
					78,700百万円(*3)
一次関税		35%	29.8%	0%	
二次関税	円/kg		985		2013年生産高
関税込価格	円/mt	622,080	1,583,118	460,800	176,506 ^۱ ر (*4)
手数料		5%	5%	5%	
輸入諸掛	円/mt	20,000	20,000	20,000	
マークアップ(*2)	円/kg	730			
価格	円/kg	1,403	1,682	504	446 (*5)

- *1 2015年1月のニュージーランドバター価格
- *2 2014年10月バターSBS入札の輸入価格と売り渡し価格の差額
- *3 Mpac 市場調査データ(富士経済研究所調)
- *4 日本マーガリン工業会調(加盟社計)
- *5 2013年販売高(見込)/2013年生産高

表1-6は現在のバター価格と関税が撤廃された後のバター価格、現在のマーガリン価格を比較したものである。バターは独立行政法人 農畜産業振興機構(alic)が一元管理しており、輸入した一定数量に対し競争入札を行うカレントアクセス輸入(表中①alic輸入)と、高額な二次関税が掛かる通常輸入(表中②通常輸入)があるため、現在の輸入価格には若干の差はあるが、関税が撤廃されると、約3分の1程度の価格に下がるこ

とが予想される。

安価な輸入バターの流入は、マーガリン等の加工油脂の原料として安く入手できるようになる反面、バターそのものが加工油脂の競合相手になり得る。比較しているマーガリンの価格は販売高と生産高から計算した単純平均であり、実際には原料や機能により違いがあるが、関税撤廃後の輸入バターは十分に競合する価格帯となり、先に述べたバターの供給安定性を差し引いても、「バター」ファンの需要喚起を促すことは覚悟しておく必要があると考える。図1-11にバターと加工油脂類の関係を概略図として示す。表1-7にはバターとマーガリンを比較した場合の各々の強み・弱みをまとめた。油脂産業各社もバターや乳脂肪を配合したマーガリンを開発し、ユーザーからの評価は得ているものの完全に「バター」というブランドの壁を乗り越えているとは言えないのが現状である。油脂産業各社は表中の食感、安定供給という強みをさらに強化しつつ、国内産業ならではの市場やニーズに合わせたこまめな製品開発を行っていく必要があると考える。また、その取り組みが、輸入マーガリンやショートニングに対する防御にも当てはまる。現在マーガリンの輸入関税率は29.8%、ショートニングが12.8%であり、関税撤廃が輸送・保管コストをどこまで吸収できるかにもよるが、安価な輸入品との競合にさらされる可能性は無視できない。

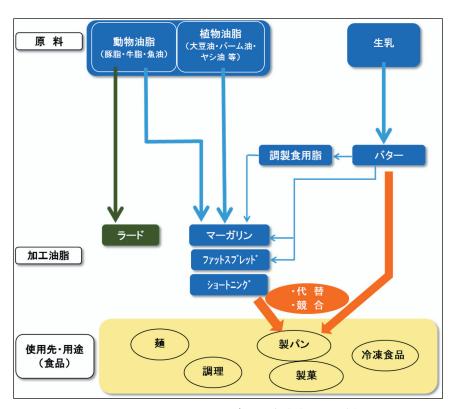


図1-11:バターと加工油脂類の関係図

表1-7:バターとマーガリンの比較

	バター	マーガリン(業務用)
原料	生乳100%	動・植物油脂、調製食用脂、バター、 脱脂粉乳、乳化剤、香料、色素等
味・風味・イメージ	0	△~○
味・風味・イメーン	本物、自然	代替品、加工品
	×	0
機能性(食感等)		機能性の付与が可能 パンのソフトな食感が長持ち
使い易さ (硬さ等)	Δ	0
使い勿さ (候さ寺)	温度に敏感	配合調整でコントロール可能
安定供給	Δ	0
女是贵柏	供給元が限られ、生乳生産量に依存	原料の選択肢が多く代替が可能
tree 16	$\times \rightarrow \bigcirc$	0
価 格	関税撤廃で価格低下	原材料の組み合わせで 幅広いバリエーション
用途・主なユーザー	製菓・製パン、調理、 洋菓子店、リテールベーカリー、 製菓・製パン中大手	製菓・製パン、調理、 製菓・製パン中大手、学校給食、 バター不足時には洋菓子店、 リテールベーカリーも増

また、関税撤廃による原料調達面での影響も予想される。調製食用脂はこれまで、一定数量の範囲内で低税率を適用することにより加工油脂や製菓・製パンの業務用実需者に、バターよりも安価な原料の供給を確保できる「関税割当制度」があったが、TPPによる関税撤廃により、輸入枠を確保していたメーカーはその利用メリットを失うことになる。また、豚脂(ラード)は現在多くは国産品で賄われているが、TPPにより豚肉の輸入増、畜産農家の撤退が進むと考えた場合、国産原料の供給力低下が予想されるため、海外品も含めた、サプライチェーンの確保が重要になると考えられる。

1-4-(2)日本への影響

TPP締結による油脂産業への影響は先に述べたとおりである。一方、日本全体についてはどうであろうか。TPP締結による影響については、それぞれの立場によってその見方は異なる。海外市場での日本の遅れを取り戻せる絶好の機会と歓迎する経団連などの意見がある一方、農業の衰退、それに伴う食料自給率の低下、農業の多面的機能(持続的な食料供給、水資源涵養などの環境への影響、地域社会の形成・維持)の低下、食の安全性低下、医療の質低下などを不安視する意見がある(表1-8)。

(参考資料)

- ・JAcom農業協同組合新聞「TPPについての団体の意見」 2012年5月28日
- ・TPPから日本の食と暮らし いのちを守るネットワーク 「考えてみようTPPのこと」

表1-8: TPPについての団体の意見(内閣官房まとめ 2012年5月25日)

	赤字の団体は 反対(18) 紫字の団体は 懸念(14) 黒字の団体は 賛成(14)					
書号	団体名	意見				
1	経済同友会	TPP協定交渉に早期に参加するべき				
2	主婦連合会	消費者のメリットが一向に見えてこないことから反対				
3	食品産業センター	食品産業が空洞化し、市場を失うことになる				
4	製粉協会	TPPに反対するしかない				
5	精糖工業会	原則関税撤廃とするTPP参加に断固反対				
6	全国漁業協同組合連合会	TPPへの参加は反対				
7	全国消費者団体連絡会	TPP参加に反対の姿勢を貫きたい				
8	全国中小企業団体中央会	TPP交渉への早期参加を求む				
9	全国製粉協議会	TPPへの参加については基本的に反対				
10	全国乳業協会	TPPへの参加には賛同できず、慎重な対応を国に求める				
11	全国農協乳業協会	TPPへの参加には賛同できず、慎重な対応を国に求める				
12	全国乳業協同組合連合会	TPPへの参加には賛同できず、慎重な対応を国に求める				
13	全国農業会議所	TPP交渉参加撤回を求める				
14	全国農業協同組合中央会	TPP交渉参加に断固反対する				
15	全日本病院協会	国民皆保険制度は守るといいながら、どこまで守れるのか危惧				
16	電子情報技術産業協会	TPP協定交渉への早期参加を求める				
17	中央畜産会	TPP交渉に参加することは断固反対する				
18	日本医師会	TPP交渉参加自体に反対の立場である				
19	日本医療機器産業連合会	TPP交渉参加を基本的には前向きに捉えている				
20	日本医療法人協会	国民皆保険制度は守るといいながら、どこまで守れるのか危惧				
21	日本看護協会	医療保険制度を大きく変えるような変更はするべきではない				
22	日本甘蔗糖工業会	TPPは ··· 参加に断固反対				
23	日本機械輸出組合	TPP協定交渉に早期に参加するべき				
24	日本行政書士会連合会	関心・危惧を持ちつつ動向を注視してい				
25	日本経済団体連合会	TPP協定交渉に早期に参加するべき				
26	日本公認会計士協会	その得失を十分に考慮した上で、慎重に検討されたい				
27	日本産業機械工業会	TPP協定への交渉参加推進に期待す				
28	日本歯科医師会	歯科医師会 … はTPPについて慎重				
29	日本自動車工業会	TPP協定の早期実現に向け … 積極的に取り組んでほしい				
30	日本商工会議所	TPP交渉参加への早期参加を強く求める				
31	日本生活協同組合連合会	情報開示や国民的議論をしっかりと進めるべき				
32	日本精神科病院協会	国民皆保険制度は守るといいながら、どこまで守れるのか危惧				
33	日本製薬団体連合会	関心・危惧を持ちつつ動向を注視している				
34	日本税理士会連合	税理士制度の存在意義そのものを損ねる可能性 … 大変危惧				
35	日本繊維産業連盟	早期の交渉参加をお願いしたい				
36	日本鉄鋼連盟	TPP交渉に早期参加することを強く求める				
37	日本電機工業会	TPP協定交渉に早期に参加してほしい				
38	日本農業法人協会	基本的には反対				
39	日本ビート糖業協会	原則関税撤廃となるTPP参加に断固反対				
40	日本病院会	国民皆保険制度は守るといいながら、どこまで守れるのか危惧				
41		会員の中に … TPP協定交渉へ早期に参加するべき、との意見				
42	日本分蜜糖工業会	TPPは ··· 参加に断固反対				
43		TPP交渉への早期参加を求める				
-	日本薬剤師会	薬価制度を例えば米国等の制度に変更されてしまうのではないか				
-	日本労働組合総連合会	意見交換を維続すべき				
46	林産物貿易対策協議会	TPPへの参加は反対				
		資料は 内閣官房「TPPに関する意見取りまとめ」(2012.5.25)より http://www.ppu.go.jp/policy/policy/90/4t/20120525/20120525.1 pdf				
		http://www.npu.go.jp/policy/policy08/pdf/20120525/20120525_1.pdf				

(出所: JAcom農業協同組合新聞 2012年5月28日)

国はこれらの意見に対して、「TPP協定交渉について」などを通じて、国民の理解が得られるよう、TPPの概要、交渉状況、影響試算、各種団体の意見、Q&Aを公表している。

(参考資料:内閣官房TPP政府対策本部 「TPP協定交渉について」 2013年6月) 経済効果の試算については、内閣官房による政府統一試算以外にも様々な機関がそれぞれの算定基準で試算している。図1-12に政府統一試算によるマクロ経済効果を、表1-9にTPP締結による経済試算比較を示した。

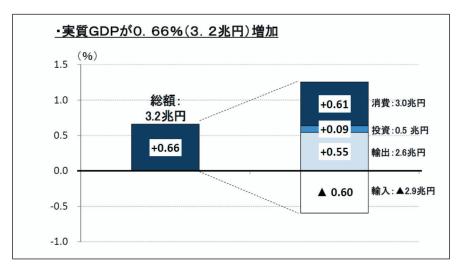


図1-12:関税撤廃した場合のマクロ経済効果

(出所:内閣官房 関税撤廃した場合の経済効果についての政府統一試算 2013年3月)

2010年 2013年 内閣官房(政府統一試算) TPPに反対する大学教員でつ 内閣府(*1) 農林水産省(*2) くる影響試算作業チーム(*4) (*3)GDP增加 2.4~3.2兆円 3.2兆円 農業(農林水産業) ▲約2400億円 ▲4兆1000億円 ▲3兆円 ▲3兆1232億円 への影響 (農業GDP▲4.8%情報より) (生産減少額) (生産減少額) (生産減少額) ▲340万人程度 ▲146万人程度 就業機会への影響 (農林水産) (農業) GTAPモデルによる試算 主要農産品19品目が全世界 GTAPモデルによる試算 農業に関連する 第二次産業:▲3兆8000億円 に対し関税撤廃の場合。 農業GDP減少4.8%は過小 (農業の多面的機能の喪失 第三次産業:▲5兆2000億円 ※東京財団コメント(*5) 額:▲3.7兆円→合計▲7兆 2010年同様の計算方式では ▲3.4兆円 合計で11兆円超の減 9000億円) (後日追加の林水産物:▲ 備考 0.4兆円→合計▲8兆4000億 農業の2011年GDPは4.7兆 円。関連含め▲7.9兆円は過

表1-9: TPP締結による経済試算比較

(参考資料: $(*^{1})^{(*^{2})}$ 内閣官房 EPAに関する各種試算 2010年 10月、 $(*^{3})$ 内閣官房 関税撤廃した場合の経済効果についての政府統一試算 2013年 3月、 $(*^{4})$ 大学教員の会試 算 (JAcom農業協同組合新聞 2013年 5月 24日、2013年 7月 19日)、 $(*^{5})$ 東京財団 TPPの経済効果についての試算を比較する 2013年 1月)

大。1兆円が妥当か。 ※東京財団コメント(*5)

複数のTPPの経済効果試算を見てみると、2010年はGDP全体が2.4~3.2兆円増加するなか、農業への影響として主要農産品の生産額は0.24兆円~4.1兆円の減少、2013年はGDP全体が3.2兆円増加するなか、農林水産物の生産額は政府、民間ともにおおよそ3兆円減少となっている。2010年の農業への影響度については、内閣府は過小に、農林水産省は過大に試算しているとの意見もあり、1兆円程度が妥当との見方もある(東京財団上席研究員、早稲田大学政治経済学部原田教授)。立場や計算方法、その前提の置き方などにより試算結果にある程度の違いが出るのはやむを得ないと思われるが、こうした評価の難しさがTPPに対する意見の賛否が分かれる一因と考えられる。

ただし、共通しているのはいずれの試算でも、TPPへの参加によって農業は少なからずダメージを受けると想定している点である。特に、内閣府が試算する国内の農林水産物の生産減少額 3 兆円の内、日本が主張する重要 5 品目(米、麦、牛肉・豚肉、乳製品、サトウキビなど甘味資源作物)で約 8 割の 2.35 兆円を占め(図 1-1 3)、高い関税(牛肉、豚肉を除いて $200\sim800\%$)撤廃により競争力が低下すると予測しており、農林水産省の試算では約 340 万人が就業機会を損失するとしている。

(参考資料:自治総研通巻392号2011年6月号「TPP問題と日本農業」石原健二)

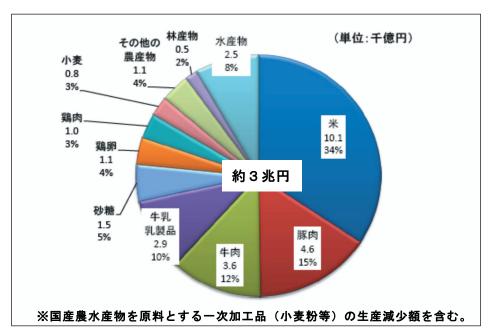


図1-13:農林水産物の生産減少額

(出所:内閣官房 関税撤廃した場合の経済効果についての政府統一試算2013年3月)

1-5 TPPによる問題点

以上のように、日本のTPPへの参加により、我々油脂産業も少なからず逆風の影響を受けることが予測される。また同時に、農業に代表される一次産業のマイナスを工業が補い、全体的にはプラスになるという構図が成り立つことに改めて気付かされる。つまり、農業で生活できなくなった人々が工業分野で職を得ることも可能であるかもしれない。しかし、農業に誇りと生きがいを感じてきた人々にとって、それが幸せといえるのであろうか。我々は、関税の撤廃により同じく影響を受ける産業の一員として、立場の違いによって幸不幸が共存する日本の産業のアンバランスさを問題と考えた。

第2章 日本の油脂産業 輸出促進へのアプローチ

TPPへの参加によって我々が所属する油脂産業への影響はマーガリンなど一部の分野に限られ、農業に代表される一次産業では大きな影響を受けることが懸念されていることは前章既出のとおりである。

そこで、国も農業改革に本腰を入れ始めている。2014年6月に改定された安倍内閣による「日本再興戦略」の中の「農林水産業・地域の活力創造プラン」では、今後の日本の農林水産業について、i)生産現場の強化、ii)国内バリューチェーンの連結、iii)輸出の促進等、iv)林業・水産業の成長産業化等、の施策が掲げられており、農業を成長産業にするための動きが始まろうとしている。これら施策の中で、「輸出の促進」は、1章で触れた貿易赤字の改善に直接効果を発揮し、我々が問題提起した日本の産業のアンバランスさの改善につながると考えた。

本章では農産物輸出が良好である国、日本と国情が似ている国での農業政策への取り組みを比較・参照することにより、我々油脂産業が農業の輸出促進にどのように関わっていけるか、その活路を探ることとした。

2-1 各国の輸出入バランス

図2-1と図2-2は、各国の工業品と農産物の輸出額・輸入額をプロットしたものである。図2-1では、右下に位置するほど工業品輸出依存傾向が強く、逆に左上ほど農産物輸出依存傾向にあることを示す。

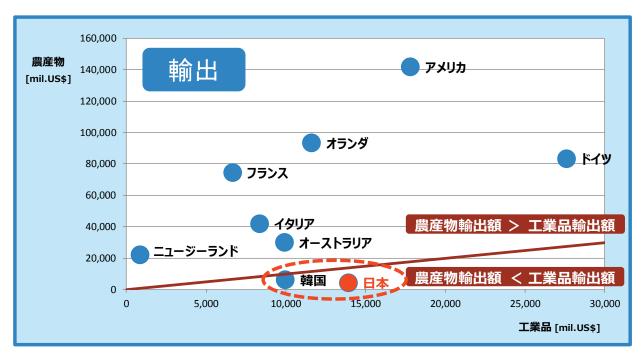


図2-1:2013年度 工業品と農産物の各国輸出金額 (参考資料:グローバルノート - 国際統計・国別統計専門サイト)

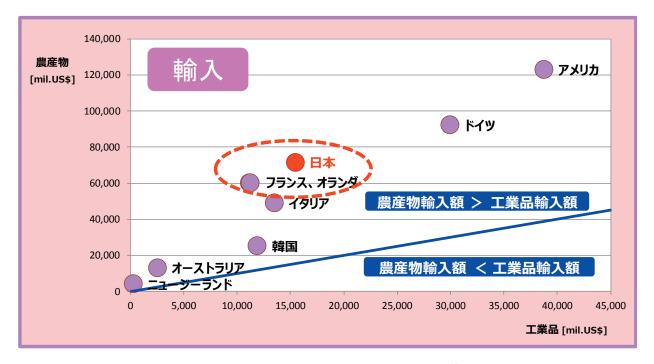


図2-2:2013年度 工業品と農産物の各国輸入金額 (参考資料:グローバルノート - 国際統計・国別統計専門サイト)

これら2つの図から読み取れる各国の特徴をまとめると、以下の3つのことがうかがえる。

(1) 輸出と輸入のバランスがとれているアメリカ

アメリカの2013年度における工業品と農産物の輸出金額合計(1,596億ドル)は、同年度の輸入金額合計(1,616億ドル)に近似している。TPPによってアジアとの関与を強化しながら、欧州との緊密さをFTAで強化するだけではなく、オバマ政権は2009年から5年かけて輸出倍増計画としてNEI(国家輸出戦略)を推進しており、国際貿易交渉力を駆使することにより結果として輸出入の均衡につながっている。

(参考資料:ジェトロ 世界貿易投資報告 2014年版 米国編)

(2) 農産物の輸出比率が高い欧米各国

農産物輸出額が工業品輸出額の何倍に相当するか、その比率を例に取ると、フランスが11.16と最も高く、次いでオランダが8.04、アメリカが7.96、イタリア5.04となっている。ドイツにおいては、農産物輸出額もフランス・イタリアと肩を並べる水準である傍ら、知られているとおり欧州では自動車産業をはじめとする堅実な工業国であるゆえ工業品輸出額は突出しているものの、同指標は3.02であり、まだ農産物輸出額の方が高い。

日本においては0.33と、農産物と工業品の輸出額が逆転した状況である。

(3) 工業品輸出への依存度が高い日本と韓国

アジア圏に目を向けてみる。韓国は同指標が0.62と、日本の0.33と良く似た事情であることがわかる。日本や韓国のように、消費財、工業品、金融サービス、ITなど究極的に無くても生活できる製品や商品に偏っていると、世界金融危機や経済クラッシュに対してより脆弱であると言えるのではないか。

日本の輸出が工業品輸出依存傾向にあることは明白であり、輸出規模はやや少ないが韓国もよく似た状況にあることがグラフ上のポジショニングからもうかがえる。また、輸入について言えば、日本はグラフのやや左上に位置しており、農産物輸入依存傾向であることがわかる。

日本の輸入額合計 (872億ドル) に近いポジショニングの国としては、イタリア (626億ドル)・フランス (716億ドル)・オランダ (713億ドル) が挙げられる。フランス・オランダの農産物においては輸入額を上回る輸出額を示しており、日本が農産物輸入に大きく依存している実状とは正反対の様相を呈している。同様の状況はオーストラリア・ニュージーランドのオセアニア 2ヶ国でも見られ、農産物輸出が牽引して輸出額が輸入額を大きく上回り、定常的な貿易黒字化が実現できている。

図 2-1 および図 2-2 において、日本の輸入規模と近いながらも農産物輸出額が高い「オランダ」・「フランス」、日本より小さな国土面積で 4 倍以上の農産物輸出額を示す「ニュージーランド」、そして日本のポジショニングと近い「韓国」の 4 ヶ国について、国土面積・産業人口(第 1 次・第 2 次・第 3 次)・耕地面積・農産物輸出額などを比較してみる(表 2-1)。

	日本	オランダ	フランス	ニュージー ランド	韓国
国土面積 [平方km]	377, 960	37, 354	551, 500	270, 467	100, 148
人口 [単位1,000人/2012年]	127, 515	16, 730	63, 556	4, 433	50, 345
第1次産業人口	3.8%	2.5%	2.9%	6.8%	6.2%
第2次産業人口	25.9%	15.4%	21.7%	20.2%	24. 5%
第3次産業人口	70.3%	82. 1%	75.4%	73.0%	69.3%
農地用面積〈a〉 [平方km]	45, 610	10, 780	193, 900	5, 420	16, 980
農産物輸出額 [mil.US\$/2013]	4, 618	93, 321	74, 553	22, 047	6, 202
輸出農産効率〈b/a〉 [日本を1.0とした場合]	1.0	85.5	3.8	40.2	3.6

表2-1:日本の位置づけと傾向が似た各国の農地統計データ比較

(参考資料:農林水産省 主要輸出国の輸出促進体制調査報告書、帝国書院 第1~3次 産業人口、帝国書院 雇用労働者産業別割合 2012年)

耕地面積に対する農産物輸出額を「輸出農産効率」として計算し日本を1.0とした場合、 各国における数値は表の最下段に示すとおり、オランダは86倍も効率よく輸出農産物のための耕地利用ができている。また、フランスや韓国は日本の3倍強となっている。

世界的に見て日本は国土が狭く、農地の7割が集約化などの規模拡大が難しい山間地であること、農家1戸あたりの平均農地面積が小さいこと(アメリカは日本の104倍、オーストラリアは1,591倍)による生産性の低さなどが理由として挙げられることもある。

しかし、日本より国土面積が小さくとも、農産物輸出が良好な国があることも表からわかる。

2-2 各国の取り組み

つぎに、これら各国における農産物貿易への取り組みについて探堀りしてみよう。

① オランダ - IT農業「スマートアグリ」技術で効率農業を開拓

確保もしやすくなるという好循環も生まれている。

オランダの国土面積は日本の10分の1である。平坦な土地が多いが、それでも耕地面積は日本の7分の1に過ぎない。また、農業従事者の総人口に対する比率では2.5%と日本と同規模だが、農業人口は日本の305万人に対して、オランダは43万人と日本の7分の1以下の規模である。かつ低温で日照時間にも恵まれない。にもかかわらず、農業輸出は680億ドルでアメリカに次ぐ世界第2位である。これは日本の30倍に相当する。オランダは世界最高の250億ドルの黒字。小さくても世界で稼げる農業を実践している。このオランダの成功を後押ししたものがハイテク農法である。ここではセンサー技術やビッグデータなどの情報通信技術を活用して生産性を上げることが実用化されており、ほとんどの農作業が自動化されている。温度、湿度、養分、光量など、農業の技術がIT技術によって蓄積され、センサーネットワークとの連携や省エネ再生可能エネルギーの利用も加味しながら、徹底的に管理されている。さらに、害虫でさえも繁殖する前にその天敵の虫を放ち、農薬を使わずに駆除している。このようにオランダは、植物にとって常に最高の環境を維持し、質の高い作物を効率よく栽培できるハイテク農法を武器に、世界有数の農業国の地位を築いている。また、ハイテク農法の導入により、農業が肉体労働のイメージからホワイトカラーのような労働環境になることで、就労者の

オランダがこのようなハイテク農業国になった背景は、1985年EC(EU欧州連合の前身)に農業大国スペインとポルトガルの加盟が決まったことに遡る。両国の安い農産物が大量に押し寄せ、オランダ農家は崖っぷちに立たされたが、農家が独自に始めた「スマートアグリ」という革命によって、『海外に負けない農業競争力』を身につけるためにたどり着いたのがハイテク農法の導入であった。TPPによって農業への影響が危惧されている現在の日本はまさに30年前のオランダの状況に似ており、学ぶべき点が多いと考える。

2014年3月には安倍首相もオランダを訪問しハイテク農法の視察を行っており、このオランダ農業をモデルとして、日本が農業輸出国へ転換するよう目指す模様である。

しかしながら、欧州圏の農業における特徴として、各国が陸続きであることを背景に、 近隣国と農産物品種が重複しないような工夫が図られ、自国に有利な栽培品目の選択と 集中を行うことができる点が強みになっている事実を見逃さないようにするべきであ ると考える。このことは研究開発、施設建設、栽培、輸送そして販売に至るまでのバリ ューチェーンのすべてにおいて、コスト低減効果を生んでいるが、四方を海で囲われた 日本は、その特殊性を考慮すべきである。

(参考資料)

- ・NHK クローズアップ現代 農業革命 "スマートアグリ" 2013年5月20日
- ・農林水産省 EUの農業政策

② フランス - 食文化を紹介することで自国加工品の輸出を牽引

フランスは米国、オランダ、ドイツに次ぐ世界第4位の農林水産物・食品輸出国である。品目別には、飲料・アルコール(主にワイン)が約22%と最も多い。次いで穀物(主に小麦・コーン・大麦)が12%弱、酪農品が10%強、次いで食肉が6%強、穀物調製品

が5%強と続いている。これに大きく貢献しているといわれるのがフランス食品振興会 (Societe pour l'Expansion des Ventes des Produits Agricoles et Alimentaires - SOPEXA:ソペクサ) である。

SOPEXAは1961年にフランス食料農業漁業省によって設立された農水産物輸出促進のための団体で、2008年に完全民営化され、各種農業関連団体や企業等が株式を保有する株式会社となった。

その活動は、フランス産のワインを筆頭にスピリッツ、各種加工品、フルーツ・野菜、食肉、乳製品など食品・飲料に関するあらゆる販売促進や広報プロモーションを行うものである。具体的には、ホームページを通じてのフランス食文化の広報活動や、世界中の食品・飲料展示会への出展企画などを行っている。食品見本市としては世界で2番目の規模を誇るパリ国際食品見本市(SIAL)への出展企画はその代表的なものである。またこれらプロモーション活動はいずれも、「Food, wine & lifestyle connections」をコンセプトとして、フランスという「ブランド」や「イメージ」の浸透や活性化が図れるよう企画されており、「フランスの食文化」は海外各地の消費者を魅了し、ライフスタイルに結びつけている。

以上述べたように、SOPEXAは、フランスの食文化輸出において、食品のプロモーション活動、すなわち、「コトづくり」を担い、フランス食文化の輸出を成功に導いた重要な組織である。

また、SOPEXAはプロモーション活動の他にも、顧客団体/企業に対してはEUの輸出促進補助金取得のための提案書作成支援や、対象市場における活動についての戦略的なアドバイスをするなどの活動も行っており、フランスのいわば「食文化プラットフォーム」といえる。

SOPEXA活動内容の概念図を示す(図2-3)。

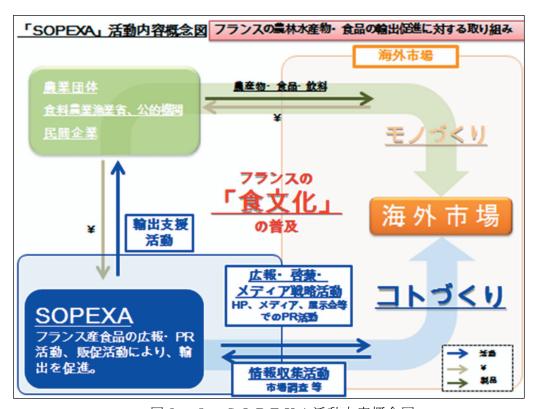


図2-3:SOPEXA活動内容概念図

③ ニュージーランド - 酪農産品輸出額では世界トップクラス、農産物ブランド化も推進ニュージーランドは、全土が西岸海洋性気候に含まれる。湿度が低く涼しい夏と比較的温暖な冬は、羊、牛等の飼育に適しており、「英国の海外農業」として羊毛と乳製品の輸出を基盤として発展してきた。

ニュージーランドの国土面積は日本の4分の3であるが、人口は日本の3.5%の446万人に過ぎず(2012年時点)、国内市場が小さいため、国内生産量に対する輸出の割合が高いことが特徴である。特に乳製品については、生産量の9割以上が輸出に振り分けられ、世界最大の輸出国となっている。

乳製品以外の主要輸出品目として、海産物・果物(キウイフルーツなど)・野菜・麦・大麦・ワインなどが挙げられ、ニュージーランドの輸出品の内、およそ50%が食品で占められている。その中でもキウイフルーツは、世界規模の輸出産業に育成され成功を収めている。1997年に立ち上げられたゼスプリ社は、オーストラリア以外の諸外国へのキウイフルーツの輸出を「ゼスプリ」(Zespri)という統一ブランドで行っている。ゼスプリ社は、海外への輸出を一元的に管理し、また生産者に対して厳しい品質管理基準を課すとともに、高品質なキウイフルーツ(糖度、硬度、色など)に対して各種のインセンティブを支払い、高品質産品の生産を促進するしくみを導入、輸出先に一定品質の産品が安定的に供給できる体制となっている(図 2 - 4)。

かつて、カリフォルニアのグレープフルーツなどの柑橘類が「サンキスト」(Sunkist) という統一ブランドで日本に普及したことを思い出すが、このゼスプリ社もまた、農産物のブランド戦略としては特筆に値するのではないか。日本ではまだゼスプリというブランド名は普及しているとは言えないが、キウイフルーツといえばニュージーランドというブランド連想は、多くの日本人の頭のなかにできあがっていると思われる。

日本の農業の産業化にもこのニュージーランドのゼスプリ社によるブランド戦略が 参考になるのではないかと考える。

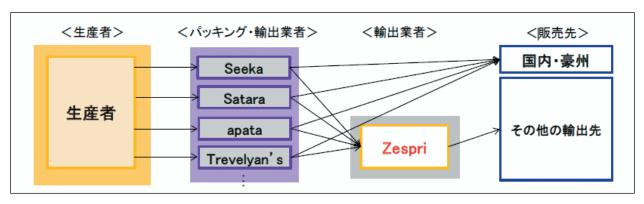


図2-4:ニュージーランド キウイフルーツ業界の構図の概要 (出所:農林水産省 主要輸出国の輸出促進体制調査報告書)

④ 韓国 - 国/地方の全面的な産業支援で輸出を促進

最後に、図2-1のポジショニングが日本に近く、TPP参加の意向を表明している韓国の農産物輸出強化策について触れておこう。第1章で述べたように、韓国はいち早く各国とのFTA交渉を進め、工業品を中心とした輸出強化を進めてきた。しかし、日本同様、各国とのFTAを進めるにあたり、農業の弱さがネックになっていた。

これに対し、韓国では、長期的には一品目を一事業者へ統合して輸出を独占させ、先

に述べたニュージーランドのゼスプリやアメリカのサンキストのような先進国型の力のある組織確立を目標としている。しかし、現時点においては、国の外郭団体(韓国農水産物流公社(aT))によるホームページを通じた広報活動はあるものの、国あるいは地方による補助金支給が輸出促進施策の中心となっているのが現状である。

例えば、韓国政府は輸出産品生産のための資材購入費、および海運や航空輸送等の物流費に対して補助金を支給する他、輸出拠点団地の育成、公費負担による輸出インフラ設備建設等、非常に手厚い政策支援・融資を行っている。また、地方政府も同様に、資材購入費や物流費、生産基盤造成への補助金など、金銭面での支援に力を入れている。

韓国農業の成功事例として有名なパプリカも、初期段階には国の助成によってガラス温室が建てられた。そこで、温度や換気状況など、生育状況をコンピューター管理するオランダ式農業を実践することによって高い生産性を実現し競争力をつけたようである。その結果、10年間で生産数量は3倍にも達し(図2-5)、今や、日本が輸入するパプリカの7割近くが韓国産となっている(図2-6)。

韓国政府は現在、輸出用の共同ブランド「フィモリ」を立ち上げ、パプリカを含め梨やキムチなど6品目を、戦略市場で集中的に販促、広報を行うことによって、安全で高品質な高級ブランドイメージを確立することを目指し始めているが、ここでも参加事業者への手厚い補助金支給政策が中心となっている。

(参考資料:プロマーコンサルティング 平成23年度輸出倍増リード事業 主要輸出国の輸出促進体制調査)

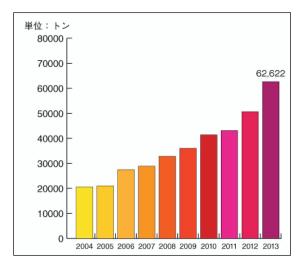


図2-5:韓国産パプリカ生産量

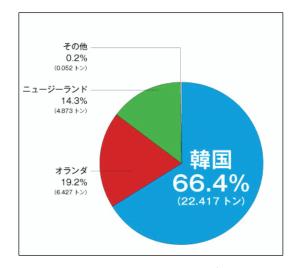


図2-6:日本のパプリカ輸入状況

(出所:韓国農水産食品流通公社 2013年)

以上、列挙した各国の取り組みを表2-2のとおりまとめ、油脂産業として参考となり そうかどうか判断した。

各国の取り組みは、日本の農産物・食品の輸出振興にも非常に参考となるが、未加工の 農産物が中心のオランダや乳製品が中心のニュージーランド、補助金による産業支援が中 心の韓国などの取り組みは、油脂産業としての接点を見出しにくい。

日本の油脂産業として連携可能かどうかという視点で見ると、食文化を紹介することで 自国の農産物加工品の輸出を促進しているフランスのSOPEXAのような機構が参考に なるのでは、と我々は考える。

表2-2:比較対象各国の農産物輸出への取り組みと油脂産業活路の検討

	オランダ	フランス	ニュージー ランド	韓国
特長	グリ」技術で効率農	とで自国加工品の輸	酪農産品輸出額では 世界トップクラス、 農産物ブランド化も 推進	産業支援で輸出を促
農産物輸出を支援する しくみや方法	ラーイメージ化によ		安定な産品を提供する品質管理体制とし くみの構築	
油脂産業活路の見極め	輸出対象品が農産物	日本にも独特の食文 化・生活習慣あり	輸出対象は乳製品が 中心	貿易赤字の日本によ る支援・投資は非現 実的
油脂産業として参考と なりそうかどうかの判断	Δ	0	Δ	×

2-3 日本における農業輸出強化策

日本政府もフランスのSOPEXAのような機関の重要性を認識しており、日本の農業輸出強化策として「グローバル・フード・バリューチェーン」の構築と「ジャパン・ブランド」の推進を掲げている。

政府が考える「グローバル・フード・バリューチェーン」の構築とは、官民が連携して、 品質・健康・安全等の日本の「強み」を活かした食を基軸とする付加価値の連鎖をつくる ことである。つまり、農林水産物の生産から製造・加工、流通、消費に至る各段階の付 加価値を高めながらつなぎあわせるしくみを構築することであり、そのための予算が 計上されている。

一方、「ジャパン・ブランド」の推進はフランスのSOPEXAが行っている食文化のブランド戦略化をイメージしたものである。内閣の産業競争力会議ではこれを推進する方法として「和食」国際展開プラットフォーム<仮称>を提唱している。図2-7にそのプラットフォームの概念図を示す。

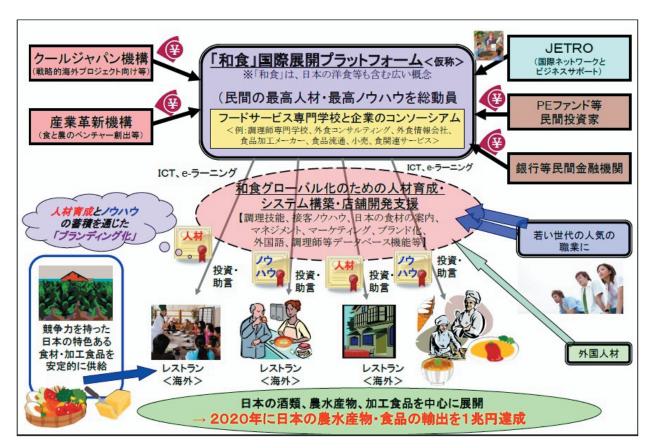


図2-7:「和食」国際展開プラットフォームの概念図 (出所:産業競争力会議 農業分科会 2014年4月)

このプラットフォームは、食品加工メーカー、食品流通、小売などの民間人材から構成され、銀行や民間投資家などから資金を調達すると共に、ジェトロからビジネスサポートを得る。そして、海外のレストラン等に対して和食を普及させるために調理技能や接客ノウハウをもった人材の育成の他、システム構築・店舗開発支援などの投資・助言を行う組織である。

政府は、このプラットフォーム活動によって、2012年に約4,500億円であった日本の農水産物、食品の輸出額を2020年までに1兆円規模に拡大することを目指している。特に、味噌、菓子類、レトルト食品、麺類といった日本ならではの加工食品の輸出には特に期待をかけており、2012年輸出額1,300億円を2020年には5,000億円に増やす戦略を立てている。

以上、本章では、貿易の特性や規模が日本と近い国々が進める農業施策とその効果を検証し、また日本政府が進めようとしている輸出振興施策を確認してきた。

そして見えてきたのが、政府が進めるグローバル・フード・バリューチェーンの構築、 ジャパン・ブランドの推進に対する、油脂産業の特長を活かした貢献の可能性である。そ れにより、日本の農業強化の一翼を担うことが出来るのではなかろうか。

そこで我々は、油脂産業が持てる力を最大限に活かせる新たなプラットフォームを提案 する。

第3章 日本のライフスタイルの普及による産業活性化

プラットフォームを核にした輸出強化策が日本でも検討されている状況において、我々は油脂産業が「ライフスタイル産業プラットフォーム」の実現に向けてイニシアティブを発揮することが、日本の輸出強化策成功のカギとなり、油脂産業の更なる発展につながると考えた。なお、我々が提案するプラットフォームは産業競争力会議が提唱する「和食文化の普及」だけでなく、世界が認める安心・安全、清潔といった日本の生活文化の良さを加えた「日本のライフスタイルの普及」を図ることを目的とする。

図3-1に「ライフスタイル産業プラットフォーム」の概念図を示す。

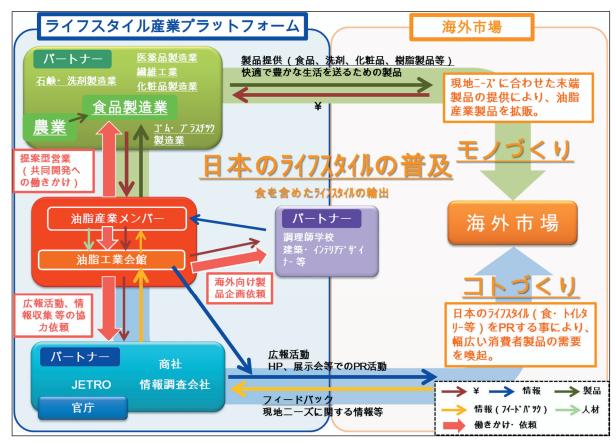


図3-1:ライフスタイル産業プラットフォーム概念図

プラットフォームは油脂産業と役割の異なる各パートナーから構成され、各矢印は人、物、金、情報、働きかけを示す。油脂産業が各パートナーに働きかけ、海外市場に対して、現地ニーズに合わせた消費者製品を提供する「モノづくり」と、日本のライフスタイルの価値・必要性を提案することにより消費者製品の需要を喚起する「コトづくり」の両面から推し進める。本プラットフォームをSOPEXA、「和食」国際展開プラットフォームと比較した概要を表 3-1に示す。他の 2つと大きく異なる点は、輸出促進の対象が、食を含めた生活産業全般である点と、輸出促進のために果たす役割として、上述のような「コトづくり」と「モノづくり」の両面からアプローチする点である。

表3-1:「ライフスタイル産業プラットフォーム」の概要

	SOPEXA	「和食」国際展開 プラットフォーム	ライフスタイル産業 プラットフォーム
目的	フランス食文化の普及	和食文化の普及	日本のライフスタイル の普及
アプローチ 方法	●コトづくり	●ヒトづくり ●店舗開発支援 等	●モノづくり ●コトづくり
普及対象	<u>食</u> (農産物、加工食品、 飲料)	<u>和食に携る</u> 人材や店舗	食を含めた 生活産業製品 (加工食品、洗剤・化粧品、 生活雑貨、建築資材、包装 資材 等)
メンバー	_	●7-ドサービス専門学校 ●企業(メーカー、流通、コンサ ルタント、サービス等)	●油脂工業会参加企業 ●各種パートナー

これによって、油脂産業だけでなく、連携する各産業のグローバル展開を図ることで、 農業から工業まで発展する社会の実現を目指す。

以下に、「ライフスタイル産業プラットフォーム」を構想するに至った経緯と、具体的な活動内容について述べる。

3-1 油脂産業の戦略

油脂産業が持てる力を最大限に活かせる新たなプラットフォームを考えるにあたり、表3-2のとおり、油脂産業のSWOT分析を行った。

表3-2:油脂産業のSWOT分析

【強み】 ○油脂産業の裾野の広さ ○優れた技術開発力 ・高品質化のための素材 ・日本ブランド力	【弱み】 ○原料であることが多く、単独で 消費者に価値を提供できない ○海外現地情報の入手困難
【機会】 ○アジア中間層、富裕層の拡大 ○海外での和食人気 ○和食文化の普及戦略 (農林水産省主導) ○巨大なHALAL市場 ○途上国の社会問題(健康、環境) ・健康志向の高まり ・食のグローバル化 ・外食文化	【脅威】 ○安価海外品流入による競争激化 (バター、マーガリン等) ・少子高齢化による国内市場縮小 ・労働人口低下

「機会」の中にあるアジア中間層とは、中国・香港・台湾・インド・インドネシア・タイ・ベトナム・シンガポール・マレーシア・フィリピンにおける、年間の世帯可処分所得が $5,000\sim35,000$ ドル (1 ドル 120 円として換算した場合 $60\sim420$ 万円)の所得層を指し、 2015 年 ~2020 年の 5 年間で約 5 億人増加すると見込まれている。この中間層の増加により、2020 年にはアジアの個人消費の規模は日本の 4.5 倍に達し、欧州を抜いて米国に並ぶとされており、世界の消費市場として魅力的である。

(参考資料:内閣官房TPP政府対策本部 TPP協定交渉について 2013年6月)

このアジア中間層は年間の世帯可処分所得によって下位中間層と上位中間層に分けられる。年間所得が5,000~15,000ドルの下位中間層は、貧困から脱しまさに市場経済に参入し始めたところであり、テレビ・洗濯機・冷蔵庫などを競って購入していく。一方、年間所得が15,000~35,000ドルの上位中間層は、市場経済を楽しみ、自家用車や高級家電製品の購入、医療、教育などのサービス支出を増加させる。

(参考資料:経済産業省 新中間層獲得戦略研究会 2012年7月)

すなわち、これらの中間層は、金銭的なゆとりが出始めたことにより、生活をより豊かにするサービスを求めていると理解できる。

油脂産業は、これらのアジア中間層が求める価値を提案することが可能と考える。表3-3は油脂産業の製品群が人々の生活にどのような価値を提供しているかを示したものである。加工油脂はパンやケーキといった加工食品に配合することで美味しさ(風味や食感)を向上することができ、健康面(栄養面)のみならず、美味しく食べられる楽しさを提供している。洗剤は体、衣類、食器の汚れを落とすという目的だけでなく、除菌により身の回りを清潔に保つ事で快適かつ衛生的な生活スタイルを提供している。化粧品は美しさの提供を通じて、まさに心の豊かさを提供している。また、樹脂添加剤は少量添加で加工特性、安全性等の様々な機能を発揮し、樹脂製品を通して生活の利便性、快適性、安全性を提供している。同様に、繊維、塗料、土木建築、合成ゴムなどの分野においても界面活性剤をはじめとする油脂産業製品は、高機能性、環境保護、途上国のインフラ整備に役立っている。このように、油脂産業は我々の生活の様々な場面で価値(豊かさ)を提供するという、他に類をみない裾野の広い産業である。

提供する価値 提供製品 (例) 趣味嗜好 美味しさ 健康 清潔 楽しさ 機能 対象 美しさ 環境保護 情報 食品 加工油脂 洗剤 石鹸・洗剤 \bigcirc \bigcirc \bigcirc 化粧品 化粧品 \bigcirc \bigcirc \bigcirc \bigcirc \bigcirc 医薬品、添加剤 \bigcirc 医療 \bigcirc 油脂産業 飼料、添加剤 \bigcirc \bigcirc \bigcirc \bigcirc 農業 \bigcirc \bigcirc 樹脂 添加剤 塗料 0 \bigcirc (界面活性剤等) \bigcirc \bigcirc \bigcirc IT産業 \bigcirc \bigcirc 0 自動車産業 0 \bigcirc

表3-3:油脂産業製品群が提供する価値について

※機能=耐燃性、可塑性、安定性など

この裾野の広さこそがSWOT分析で導かれた油脂産業の一番の「強み」であると我々は考えるのである。つまり、アジア中間層が求める生活全般における豊かさを提供するこ

とができるのではないかと考える。しかし、アジア中間層に日本国内の製品をそのまま供給しても成功しない場合がある。なぜならば、海外市場で成功を収めるには、現地の生活実態に応じた製品を提供する事が必須となるからである。すなわち、現地の生活習慣・衛生環境・気候風土を正しく理解して現地ならではのニーズを拾い上げることや、現地の経済事情に合った価格設定などが重要になる。つまり、日本製品の良さを一方的に押し付けるのではなく、現地に合うように工夫を凝らす事が必要であり、様々な顧客要求に対応してきた油脂産業にとって得意とするところである。こうした顧客の細かな要求に対応できる優れた技術開発力も油脂産業の「強み」と考える。

一方、油脂産業の製品は、洗剤や化粧品を除くと、製品中の一原料である場合が多い。例えば、加工油脂や樹脂添加剤などは製品の機能をコントロールする鍵となる原料であるが、単独では世の中に豊かさを提供できないという「弱み」をもっている。この弱みを克服するためには、他の産業と連携する必要があり、図3-1のプラットフォームは油脂産業が持てる情報収集力・発信力を駆使し、他の産業に働きかけることで、「日本のライフスタイルの普及」を目指す仕掛け作りが必要であると考えた。

3-2 日本のライフスタイルの普及活動

具体的に、プラットフォームの役割について、和食を中心とした日本文化の普及例で説明する。なお、本論文でいう和食とは、寿司、天麩羅といった和食の代名詞のようなものから、農林水産省が伸ばそうとしているパン、菓子、レトルト食品、麺類などの加工食品も含めたものである。

- (1) 加工油脂を利用した和食文化の普及
 - ・油脂産業は、ジェトロ、市場調査会社、商社などに、ターゲットとするアジア中間 層、富裕層の文化や嗜好の市場調査を依頼する。
 - ・次に、調理学校等に、ターゲット市場の嗜好にあわせてアレンジした和食の開発を 依頼する。当然、この和食には加工油脂の使用が必須である。なお、油脂産業は、 開発した和食が現地で美味しく食べられるよう、風味や機能を調整した製品開発を 行う。
 - ・続いて、油脂産業各社は、食品メーカーに上述の和食の製品化を提案し、和食の輸出を促す。
- (2)和食に適した衛生管理文化の普及
 - ・水質等の現地実情に合った洗剤を開発し、和食を楽しむのに必要となる清潔な食事 空間を提案する。「食器、台所の衛生管理」の大切さを情報発信し、衛生的な空間で 調理、食事する習慣を定着させる。
 - ・生食の習慣がない人々に対して、調理時、食事時の衛生管理の必要性について情報 発信する。例えば、除菌対策に関する情報を発信する。
- (3)和食に適した和空間文化の普及
 - ・和食レストランやホテルの従業員や客向けに、素材の味や香りを楽しむという和食の繊細さを損なわない化粧品等を開発する。
 - ・弁当箱を含む和食器文化を普及させる。
 - ・和食素材や加工食品の美味しさを保つための包装材料を開発し、美味しい素材を 手にできるような状況を作る。
- (4)(1)~(3)の製品や情報について、ホームページや展示会等でPR活動を行う。 なお、プラットフォームを活用した油脂産業各社の売上金の一部は、油脂産業がパート

ナーに支払う委託費用、広報活動等のプラットフォームの運用資金に充当する。 図3-2では、具体的な普及例として、健康的なイメージや見た目の楽しさから欧米でも 人気の高い弁当を切り口とした日本文化の普及について説明する。

弁当は、食品だけでなく、関連する製品の紹介やこれらの製品を効果的に使用するための情報提供が可能であり、新たな市場を産み出し、人々の豊かな生活に貢献する事が可能である。



図3-2:弁当文化を切り口とした例

このように、和食に関連するそれぞれの文化を普及させる手段は様々であり、各製品、各文化を各社が個々に普及させることも可能である。しかし、我々はこれらを連携させ、油脂産業が関与できるオール日本文化として普及させることによって、各製品の海外展開にシナジー効果を期待できるのではないかと考えた。これを実現する方法として、我々は、パートナーの協力を得ながら、各国の展示会やホームページで油脂産業の製品を使用した日本のライフスタイルを積極的にプロモーションすることが重要であると考えた。ライフスタイル提案のプロモーションイメージを図3-3に示す。



図3-3:日本のライフスタイルプロモーションイメージ

図3-3にある写真には油脂産業が扱う様々な製品が使用されており、プロモーションによって日本文化への認識が憧れに変わり、これら製品の需要拡大につながることが期待できる。また、このプロモーションでは、日本製品の良さや必要性、イメージを伝えるだけでなく、その中で油脂産業の製品がどのように関わり、役立っているかについても説明する。これにより、油脂産業製品についても理解を深めてもらう。

そして、油脂産業の持つ製品群を結集したプラットフォームの活動が、1章での問題提起に対する回答になると考える。すなわち、日本のライフスタイルの普及を推進することにより、間接的に或いは直接的に油脂産業製品の海外での需要が広がり、油脂産業の「脅威」である安価な海外バターやマーガリン等の流入による影響は軽減されるであろう。さらに、農業をパートナーとしてもつプラットフォームの活動は、TPPによる農業衰退という「脅威」に対しても一つの道標を示すことができるのではないかと考える。

なお、アジア中間層の食品を含めた生活産業の市場規模は、我々の試算では少なくとも数百兆円はあるものと推定する。日本のライフスタイルの普及と共に、図3-3に関連する油脂産業の製品売上が増加し、アジア中間層市場を取り込む事ができるであろう。(試算条件:アジア中間層人口14.5億人×中間層最低可処分所得5,000ドル×0.25(可処分所得0.25%を生活産業に消費すると仮定)=約220兆円)

3-3 ライフスタイル産業プラットフォームの立ち上げ

我々が提案するプラットフォームは(1)「モノづくり」の機能、(2)「コトづくり」の機能、を備えた組織である。これを実現するためには、油脂産業がイニシアティブを取り、他の産業に働きかけ、賛同を得る必要がある。そのためのアクションプランを以下のステップ $1 \sim 3$ で考えた。

ステップ1 / 油脂産業内での準備(人材確保、情報発信コンテンツの検討・収集)

ステップ2 / 油脂産業外との協力体制構築(他産業、国への働きかけ)

ステップ3 / プラットフォームの稼働

(モノづくり、コトづくりによるライフスタイルの普及)

続いて、ステップ1~3について詳細を述べる。

ステップ1:油脂産業内での準備

プロジェクトチームの設置

油脂工業会館に「ライフスタイル産業プラットフォーム」プロジェクトチームを設置し、以下の施策を講じることで、プラットフォーム構築の地ならしをするとともに油脂産業のプレゼンスを拡大する。これによって、ステップ2への移行を容易にする。

・ 人材の確保(人材マップの策定)

プラットフォーム実現には人脈、現地事情に精通した人材が必要となる。そのために、油脂産業各社で本提言をアピールし、定年後もキャリアを活かし働きたい人材を募る。その後、人脈、技術、語学などそれぞれが得意とする分野をまとめた人材マップを作成し、各取り組みの推進に活用する。

• 日本石鹸洗剤工業会のホームページの多言語化

日本石鹸洗剤工業会のホームページでは、様々な場面における洗剤の使用方法等、消費者に役立つ情報が数多く発信されている。日本石鹸洗剤工業会の協力のもと、アジアも視野に入れた多言語化を進める。ステップ3で展開予定の本格的なホームページの一部として活用する。

FTA利用マニュアルの作成

第1章で述べたとおり、日本企業のFTA利用率は低いため、FTA利用マニュアルを作成し、ステップ3での相談窓口設置に備える。

宗教、法規対応の勉強会開催

ハラール、コーシャ、化審法、食衛法等、海外展開に必要な各国の宗教、文化、法規の理解を深めるため、油脂工業会館で勉強会を実施し、本格的なプラットフォーム活動に備える。

ステップ2:油脂産業外との協力体制構築

プラットフォームが機能するように、関係する国や他産業への働きかけを行う。人材マップに基づく人脈を活用して、他産業に油脂産業のプラットフォーム構想、取り組みを説明しパートナーとの協力体制を構築する。

また、国に対しては、「日本のライフスタイルの普及」を目的とした交付金という形で 支援を得られるよう働きかけ、初期の立ち上げ活動に活用する。

ステップ3:プラットフォームの稼働

図3-1に示したように油脂産業がイニシアティブを発揮して「日本のライフスタイル

の普及」を推進する段階である。「モノづくり」では、製品開発のヒントになる情報を油脂産業が提供し、各社が技術力を競い合い、パートナーとともに海外の市場に受け入れられる製品を開発して供給する。一方「コトづくり」では、油脂産業各社とパートナーが連携して新たにホームページを立ち上げ、展示会とあわせ、世界に向けてプロモーションを展開する。

また、SWOT分析の「機会」で焦点をあてることができなかった健康問題(生活習慣病など)や環境汚染といった途上国の社会問題の解消という点でも、油脂産業の持つ技術開発力は活かされると考える。

なお、ステップ3の本格的なプラットフォーム活動はステップ1、ステップ2による約2年間の準備期間を経て始まる。そして、来る2020年東京オリンピックこそ、世界の眼差しが日本に注がれる時であり、油脂産業が総力を挙げて日本のライフスタイルを世界に向けて発信する最高の舞台となる。

このような油脂産業がイニシアティブを発揮したプラットフォーム活動が、油脂産業の発展だけではなく、日本の農業の輸出強化にも貢献し、ひいては日本の貿易赤字・財政赤字解消につながることを期待している。

おわりに

本論文を通じ、研究会各社が連携し新たな価値を創造することで、油脂産業だけでなく、社会全体の発展に積極的に貢献できるという提言を行いました。

本論文では、TPPという切り口で油脂産業の可能性を追求してきましたが、我々を取り巻く環境は、少子高齢化、エネルギー問題など対策の手を緩めることのできない様々な社会問題が累積しています。その中で、油脂産業ができること、油脂産業がイニシアティブを発揮し、社会に発信すべきことは尽きないと考えます。

本研究会は油脂産業の持てる力を再認識し、新たな可能性を発見できる貴重な場であり、 今後も発展的に継続していくことを希望すると共に、我々は油脂産業が益々社会から信頼 され必要とされるべく努力していくことに決意を新たにしています。

最後に、約1年間、異なる会社のメンバーが一つのテーマをきっかけに、様々な議論を 交わすことができました。それぞれの考え方、仕事の進め方を肌で感じることによって、 お互いに刺激を受けあい切磋琢磨できる仲間ができたことは、大変得るものが大きかった と感じております。このような貴重な機会を与えていただきました一般財団法人油脂工業 会館の関係者の方々に深く感謝いたします。

添付資料

添付資料1-1:日中韓のFTA取組状況の比較 -日本が展開中のFTAを中心に-

田夕	日本	韓国	中 国
国名	発効年	発効年	発効年
シンガポール	2002年11月	2006年03月	2009年01月
メキシコ	2005 年 04 月	交 渉 中	
マレーシア	2006年07月	研 究 中	———
チリ	2007年09月	2004年04月	2006年10月
タイ	2007年11月		
インドネシア	2008年07月	交 渉 中	
ブルネイ	2008年07月		
ACEAN	2008年12月	2007年06月	2005年07月
ASEAN	(除ID*)	2007年00万	
フィリピン	2008年12月		
スイス	2009年09月	2013年02月	2014年07月
ベトナム	2009年10月	2015年 03月	
	2009 平 10 万	仮署名	
インド	2011年 08月	2010年 01月	
ペルー	2013年03月	2011年 08月	2010年 03月
オーストラリア	2015年 01月	2014年12月	2014年11月合意
モンゴル	2015年02月署名		
T P P	交 渉 中	2012年3月	
(米国)		(米 韓)	
T P P	交 渉 中	2015年3月署名	交 渉 中
(NZ**)	大 砂 十	(韓 NZ)	(中 N Z)
E U	交 渉 中	2011年07月	
トルコ	交 渉 中	2013年 05月	
R C E P	交 渉 中	交 渉 中	交 渉 中
日 中 韓	交 渉 中	交 渉 中	交 渉 中
韓国	中断中		15 年 02 月署名
+++ []			(中 韓)
カナダ	交 渉 中	2015年01月	
コロンビア	交 渉 中	2013年 02月署名	交 渉 中
G C C	交 渉 中	交 渉 中	交 渉 中

^{*} I Dはインドネシアの略、**N Z はニュージーランドの略

添付資料1-2:関税の種類

旅付資料 1 - 2 : 関税の種類				
1)	基本税率	協定や別途法律で定めのない限り適用する原則的な税率。 関税定率法で定められている。		
		一時的に基本税率によりがたい事情がある場合に適用される		
2)	暫 定 税 率	税率。関税暫定措置法で定められている。		
	WTO加盟国・地域に適用される税率。WTO協定の譲許表で			
3) WTO協定税率		定められている。		
		WTO: World Trade Organization		
最恵国待遇税率		基本税率、暫定税率、WTO協定税率のうち、最も低い税率		
	(MFN税率)	Most Favored Nation treatment		
		開発途上国*から輸入される一定の農水産品・鉱工業産品に適		
	一般特恵税率	用される税率。一般の関税率よりも低い税率が適用される。		
4)	(GSP税率)	関税暫定措置法で定められている。		
	, , , ,	*97 ヶ国(2014 年 4 月時点)		
		GSP: Generalized System of Preferences		
		後発開発途上国(LDC)*から輸入される一定の農水産品・		
	特別特恵税率	鉱工業産品に適用される税率であり、税率は全て無税。		
5)	(LDC税率)	関税暫定措置法で定められている。		
	(LDC 佐平)	*47ヶ国(2014年4月時点)		
		LDC: Least Developed Country		
I de		日本と特定の国との間で結ばれた経済連携協定 (EPA)で定		
	h 는 # 士 A ☆	められた税率。当該国の「原産品」については、当該協定に基		
6)	協定特恵税率	づく関税削減・撤廃スケジュール(譲許表)に従って関税が削		
(EPA税率)		減・撤廃される。		
		EPA: Economic Partnership Agreement		
l.		関税割当制度とは、特定の品目について、一定数量以内の輸入		
		 品に限り、無税又は低税率(一次税率)の関税を適用して、需		
	関税割当制度	 要者に安価な輸入品の提供を確保する一方、この一定数量を超		
		える輸入分については比較的高関税(二次税率)の関税を適用		
		することによって、国内生産者の保護を図る制度である。		
		輸入の増加により、同種貨物、競合貨物を生産する国内産業に		
セーフガード (緊急関税制度)		生じた重大な損害等を防止・救済するために内外価格差の範囲		
		内で割増関税(緊急関税)を課すことが出来る。		
		課税要件は、以下の内容を満たすこととなっている。		
		予想されなかった事情の変化により特定の種類の貨物の輸入 増加があること		
		当該貨物の輸入の増加が本邦の産業に重大な損害を与え、又は		
		与えるおそれがあること		
		重大な損害等が特定貨物の輸入増加によって引き起こされた		
		という因果関係があること		
		国民経済上緊急に必要があると認められること		

○GSP税率対象: 特恵受益国及び地域 97 か国

アゼルバイジャン、アルジェリア、アルゼンチン、アルバニア、アルメニア、アンティグ ア・バーブーダ、イラク、イラン、インド、インドネシア、ウクライナ、ウズベキスタン、 ウルグアイ、エクアドル、エジプト、エルサルバドル、ガーナ、カーボヴェルデ、ガイア ナ、カザフスタン、ガボン、カメルーン、キューバ、キルギス、グアテマラ、クック諸島地 域、グルジア、グレナダ、ケニア、コートジボワール、コスタリカ、コソボ、コロンビア、 コンゴ共和国、サモア、ジャマイカ、シリア、ジンバブエ、スリナム、スリランカ、スワジ ランド、セーシェル、セルビア、セントクリストファー・ネーヴィス、セントビンセント、 セントヘレナ及びその附属諸島地域、セントルシア、タイ、タジキスタン、中華人民共和 国(香港地域及びマカオ地域を除く。)、チュニジア、チリ、トケラウ諸島地域、ドミニカ、 ドミニカ共和国、トルクメニスタン、トルコ、トンガ、ナイジェリア、ナミビア、ニウエ島 地域、ニカラグア、パキスタン、パナマ、パプアニューギニア、パラオ、パラグアイ、フィ ジー、フィリピン、ブラジル、米領サモア地域、ベトナム、ベネズエラ、ベラルーシ、ベリ ーズ、ペルー、ボスニア・ヘルツェゴビナ、ボツワナ、ボリビア、ホンジュラス、マーシャ ル、マケドニア旧ユーゴスラビア共和国、マレーシア、ミクロネシア、南アフリカ共和国、 メキシコ、モーリシャス、モルディブ、モルドバ、モロッコ、モンゴル、モンテネグロ、モ ントセラト地域、ヨルダン、ヨルダン川西岸及びガザ地域、リビア、レバノン

○LDC税率対象: 特別特恵受益国 47 か国

アフガニスタン、アンゴラ、イエメン、ウガンダ、エチオピア、エリトリア、ガンビア、カンボジア、ギニア、ギニアビサウ、キリバス、コモロ、コンゴ民主共和国、サントメ・プリンシペ、ザンビア、シエラレオネ、ジブチ、スーダン、赤道ギニア、セネガル、ソマリア、ソロモン、タンザニア、チャド、中央アフリカ、ツバル、トーゴ、ニジェール、ネパール、ハイチ、バヌアツ、バングラデシュ、東ティモール、ブータン、ブルキナファソ、ブルンジ、ベナン、マダガスカル、マラウイ、マリ、ミャンマー、モーリタニア、モザンビーク、ラオス、リベリア、ルワンダ、レソト

参考資料:

- 1) 「日本再興戦略」2013 日本経済再生本部(2013.6.14)
- 2) 「日本再興戦略」改訂 2014 日本経済再生本部 (2014.6.24)
- 3)「通商白書」2014 経済産業省(2013.6)
- 4) 「日本のFTA戦略」外務省 (2002.10)
- 5)「主要輸出国の輸出促進体制調査報告書」2011 農林水産省
- 6)「TPP協定交渉について」 内閣官房TPP政府対策本部 (2013.6)(2014.6)
- 7)「農林水産物・食品の輸出促進対策の概要」 農林水産省食料産業局輸出促進グループ (2015. 3. 26)
- 8)「新中間層獲得戦略化~アジアを中心とした新興国とともに成長する日本~」 経済産業省 新中間層各毒戦略研究会 (2012.7)
- 9)「第6回産業競争力会議農業分科会」 内閣府(2014.4.24)
- 10)「地方分権改革有識者会議 第7回農地・農村部会」内閣府(2014.7.8)
- 11)「ジェトロ世界貿易投資報告」2013年版 第1部総論編 日本貿易振興機構 (2013.8.8)
- 12)「ジェトロ世界貿易投資報告」2014年版 第1部総論編/第2部国・地域別編日本貿易振興機構 (2014.9.26)
- 13)「図解よくわかるFTA第2版 FTAとTPP」 嶋正和 日刊工業新聞社
- 14)「GATT・WTO体制と日本」 渡邊頼純 北樹出版
- 15)「ASEAN大市場統合と日本」 深沢淳一/助川成也 文眞堂
- 16)「TPP亡国論」 中野剛志 集英社新書
- 17)「GATT/WTO体制の概要とWTOドーハ・ラウンド農業交渉」 農林環境課 樋口修 レファレンス 国立国会図書館(2006.11)
- 18)「TPP問題と日本農業」 元立教大学特任教授 石原健二 地方自治総合研究所 自治総研通巻 392 号 (2011.6)
- 19)「TPP交渉の現状と課題―その背景と展望―」 慶應義塾大学教授 渡邊頼純 貿易と関税 日本関税協会 (2014.9)
- 20)「TPPと日本の通商政策」 東京大学教授 中川淳司 貿易と関税 日本関税協会 (2014.11)

24) 「報道発表 平成 26 年中 国際収支状況(速報)の概要」

- 21) 「TPPの真の意義とは何か」 大阪大学大学院教授 阿部顕三 貿易と関税 日本関税協会 (2014.12)
- 22)「企業のEPA活用事例について」 ジェトロ海外調査部・国際経済研究課・中南米課 水野亮 東京税関セミナー:知って得するEPA活用術〜経済連携協定(EPA)の利用支援 セミナー〜(2014.12.11)
- 23) 「日本の財政関係資料」
 - 一般会計における歳出・歳入の状況/債務残高の国際比較(対GDP比) 財務省(2014.10) http://www.mof.go.jp/budget/fiscal_condition/related_data/sy014_26_10.pdf
- 経常収支の推移 財務省 (2015.2.9)
 https://www.mof.go.jp/international_policy/reference/balance_of_payments/prelimi-nary/pg2014cy.htm

25)「内閣官房」

http://www.cas.go.jp/index.html

26)「EPAに関する各種試算」内閣官房 (2010.10.27) http://www.cas.go.jp/jp/tpp/pdf/2012/1/siryou2.pdf

27)「関税撤廃した場合の経済効果についての政府統一試算」内閣官房(2013.3.15) http://www.cas.go.jp/jp/tpp/pdf/2013/3/130315_touitsushisan.pdf

28)「【TPP】全産業で10.5 兆円減 大学教員の会試算」

農業協同組合新聞 J A c o m (2013.5.24)

http://www.jacom.or.jp/news/2013/05/news130524-20954.php

29)「関税撤廃、大都市圏も影響甚大 TPP試算」 農業協同組合新聞JAcom (2013.7.19)

http://www.jacom.or.jp/news/2013/07/news130719-21669.php

30)「TPPの経済効果についての試算を比較する」 東京財団上席研究員 原田泰 (2013.1.6)

http://www.tkfd.or.jp/research/project/news.php?id=1093

- 31)「EUの農業政策」 農林水産省 (2014.11.19)
- 32)「主要国の農業概況」 農林水産省 http://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/
- 33)「農業革命"スマートアグリ"」 NHK クローズアップ現代 (2013.5.20) http://www.nhk.or.jp/gendai/kiroku/detail_3349.html
- 34)「雇用労働者産業別割合 2012年」帝国書院 https://www.teikokushoin.co.jp/statistics/world/index05.html
- 35)「グローバルノート 国際統計・国別統計専門サイト」 http://www.globalnote.jp/
- 36)「韓国農水産食品流通公社」 http://www.atcenter.or.jp/



後列左より

第一工業製薬 (株) (株) 資生堂 ライオン (株) 竹内正一郎 船城俊一 田中 淳 舩城俊二 竹内正一郎 田中 淳

前列左より

ミヨシ油脂 (株) 日油 (株) 花王 (株) (株) ADEKA 五百藏賢一 林 正樹 大江真史 小松耕平

< 研究会メンバー >

リーダー 五百藏 賢一 (日油株式会社) サブリーダー 林 正樹 (花王株式会社)

> 大江 真史 (ミヨシ油脂株式会社) 小松 耕平 (株式会社ADEKA) 竹内 正一郎 (第一工業製薬株式会社) 田中 淳 (ライオン株式会社) 舩城 俊二 (株式会社資生堂)

> > 五十音順

TPPと油脂産業

一般財団法人 油脂工業会館

平成 2 7年 5 月 2 7日発行 東京都中央区日本橋 3-1 3-1 1

電 話:03-3271-4307 Fax:03-3272-2230

 $\underline{http:/\!/www.yushikaikan.or.jp/}$