

1. はじめに

2013 年に、「和食」がユネスコの世界無形文化遺産に登録されたことは記憶に新しい。「和食」は世界で注目され、海外における日本の「食」に対する需要は拡大している。その一方で、日本国内に目を向けると、農産物・食品の多くを輸入に依存している現状がみられる。日本農業が直面している農業労働力の高齢化、労働力不足により、国内の農業生産の大幅な引き上げは困難といえ、食料の海外への依存は、今後も継続することが予想される。

世界の食料需要は、2000 年に約 45 億トンであったが、2050 年には約 69 億トンに増加する見通しといわれている^(注1)。世界的に食料需要が高まるなか、輸入に依存している日本において、食料の安定的な確保は重要な問題としてあげられる。本講義では、日々の生活における身近な「食」について、アジアとの関わりを中心に取り上げる。

2. 日本における農林水産物・食品貿易の動向

日本の農林水産物・食品貿易についてみると、2013 年の日本から世界への輸出総額は 7,192 億 486 万ドルであり、そのうち農林水産物・食品は 56 億 6,224 万ドル（輸出全体の 0.8%）、主な相手国は、香港（22.6%）、米国（14.9%）、台湾（13.4%）、中国（9.2%）、韓国（6.8%）等となっており、アジアの国・地域向けの輸出額が 7 割近くを占める。

次に、輸入総額については、8,388 億 8,908 万ドル、そのうち農林水産物・食品は、924 億 231 万ドル（輸入全体の 11.0%）、主な輸入相手国は、米国（18.3%）、中国（13.5%）、カナダ（6.6%）、タイ（6.0%）、オーストラリア（5.7%）となっている^(注2)。

近年、中国は、世界の農産物貿易における存在感が増大している。日本においても中国は、重要な農産物貿易の相手国であり、なかでも、生鮮および冷蔵野菜において中国の占めるシェアは高い。また、中国は、加工食品の主要な供給基地となっている。

3. 世界に注目される日本の「食」

近年、海外における日本食の人気が高まっている。外国人観光客に対する「訪日前に期待すること」というアンケート結果では、1 位に「食事」（62.5%）があげられた^(注3)。また、ジェトロが世界 13 の国や地域で実施した調査によると、「好きな外国料理」について、1 位に「日本料理」が選ばれている^(注4)。海外において日本料理が受け入れられている要因のひとつに、日本食における健康的なイメージの広がりがある。

海外における日本食レストランの数も増加傾向にあり、外務省と農林水産省の推計によると、2013 年 3 月時点で、いわゆる日本食レストランの数は、5 万 5,000 店あまりにのぼるといわれている。なかでも、アジア地域における増加が著しい。中国北京市には、市内に 1,000 店を超える日本食レストランがあるといわれており、多様な業態の日本食店が人気を博している^(注5)。

海外において日本の「食」に対する人気が高まる一方、日本国内では、食生活の栄養バランスは大きく変化し、米の消費は減り、油脂類の消費は増加している。

米の 1 人当たり年間消費量は、1962 年をピークに減少傾向にある。1962 年には 118 kg の米を消費していたが、2013 年には約半分程度の 57 kg にまで減少している。^(注6)。その他、「和食」に欠かせない調味料、味噌や醤油の国内の消費量においても減少傾向にある。

醤油についてみると、国内における醤油の消費量は減少しているが、海外への輸出や海外における生

産は拡大している。例えば、海外における生産量は、1975年と2011年を比較した場合、約25倍に伸びており、消費が増大していることがわかる。^(注7)。

4. 日系外食チェーンの海外展開

日本食の需要拡大にともなって、日系食品企業や外食チェーンのアジア地域への進出が本格化している。

中国は、経済成長とともに所得水準は上昇し、富裕層、中間層とも増大している。2010年の富裕層・中間層人口は、7億7,400万人あまりと言われているが、2015年には9億6,800万人、2020年には11億1,900万人に拡大すると予測されている。

ASEAN諸国においても、富裕層・中間層人口は、2010年の3億4,000万人から2020年には4億8,000万人あまりに増大する見込みという^(注8)。生活にゆとりのある層の拡大により、外食分野における、より高い品質、高いサービス、新しい味覚へのニーズの高まりが予想される。今後の成長から見て、アジア諸国は、日本の外食企業においてさらに重要な市場になると考えられる。

アジア地域を中心に、サイゼリアやCoCo壺番屋は、積極的に海外進出し、店舗拡大を行っている。愛知県に本社を置くCoCo壺番屋は、海外店舗は100を超え、中国、東南アジアをはじめ、世界10の国や地域に進出している。今後も更なる拡大が予想される。

5. 日本農業の衰退

海外で「和食」がブームになるなか、日本国内における「食」をめぐることは、農業の衰退という事態に直面している。周知のように、食料自給率（カロリーベース）は39%に留まり、海外からの輸入に大きく依存している。

総農家数は、1950年の618万戸から2010年には253万戸へと半数以下に減少している。農業の就業人口は、1960年には約1,454万人であったが、2013年には239万人あまりへと大きく減少している。さらに、2013年の農業就業人口239万人のうち女性は121万人を占めている。

なかでも、深刻な問題として、農業従事者の高齢化があげられる。農業就業人口のうち65才以上が占める比率は、6割を超え、平均年齢は66.2才となっている。新規就農者は、2012年には5.6万人、そのうち39才以下は、約1.5万人と全体の27%にすぎない。

こうしたことから、農業就業人口の減少、高齢化、後継者不足により、農業分野における人手不足は深刻である。人手不足の問題を解消するために、産地のなかには、海外からの研修・技能実習生なしでは農業生産がすでに成り立たない状況も発生している。日本農業の衰退は深刻であり、危機的状況に置かれている。

6. おわりに

ここまで、食料貿易、海外における日本食の広がり、日本農業の現状について各種資料、調査結果からみてきた。

「和食」が海外で評価され、食品企業や外食企業の海外進出が活発化する一方、日本農業は衰退の一途を辿っている。日本農業の現状から、今後も農産物・食品における海外への依存は継続することが考えられる。将来的に世界の食料需要の増加が予想されるなか、日本における食料の安定供給の確保について無関心ではいられない。大規模な自然災害や異常気象、水資源の制約等、世界の農業生産を取り巻く不安定性は増大している。長期的視野に立ち、日本の「食」、日本農業の維持について考える必要があるといえる。

【注】

(注1) 農林水産省『平成24年度版 食料・農業・農村白書』55ページ参照。

(注2) 日本貿易振興機構(2014)『アグロトレードハンドブック』3ページから7ページ参照。

(注3) 『JNTO 訪日外客訪問地調査2010』、日本政府観光局HP、
http://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/110126_houmonchi2010.html 参照。(2015年9月10日アクセス)

(注4) 日本貿易振興機構(2014)『アグロトレードハンドブック』11ページ参照。

(注5) 日本貿易振興機構(2013)『ジェトロセンサー5月号』38ページ参照。

(注6) 農林水産省「平成25年度食料需給表」農林水産省HP、<http://www.maff.go.jp/j/zyukyu/fbs/>参照。(2015年9月10日アクセス)

(注7) 「しょうゆ情報センターHP」<https://www.soyssauce.or.jp/>参照。(2015年9月10日アクセス)

(注8) 経済産業省『通商白書2013』88ページ参照

【参考文献】

大島一二(2007)『中国野菜と日本の食卓』芦書房

加藤弘之(2011)『現代中国経済論』ミネルヴァ書房

竹歳一紀・大島一二(2015)『アジア共同体の構築をめぐる』芦書房

西野真由(2015)「外食企業のグローバル化と海外戦略」大島一二・菊地昌弥・石塚哉史・成田拓未編著『日系食品産業における中国内販戦略の転換』筑波書房

丸川知雄(2009)『「中国なし」で生活できるか』PHP研究所

レスター・R・ブラウン(1995)『だれが中国を養うのか?—迫りくる食糧危機の時代』ダイヤモンド社