

競争激化するアジア市場

品質、価格韓越が攻勢

日本の農産物は高くても海外で売れる。こんな「期待」がアジア各地で崩れてきた。輸出量が拡大し、販売の対象がごく一部の富裕層から中間層まで広がる中、競争が激しさを増す。農産物輸出コンサルタントで、日本農業サポート研究所の福田浩一代表に、東南アジアの現場を報告してもらった。

果実、米…日本より安く



韓国産梨の販売促進活動が、スーパーの果実売り場で開かれていた（ベトナム・ハノイ市近郊で）

ベトナム・ハノイ市内にある高級スーパーと、同市郊外の外資系スーパーの果実売り場で昨年10月、丁寧に包装されたブドウの「シャインマスカット」を見つけた。包装には韓国国旗が付いていた。小売価格は600円当たり日本円で2000円ほど。日本国内で売られているものと同等だった。韓国の民族衣装「マ・チョゴリ」を着た販売員が笑顔を振りまいていた。試食してみると、日本国内で購入したものと変わらなず、おいしく糖度も十分だった。どちらの店内にも日本産「シャインマスカット」は見当たらなかった。

JAなどの農産物輸出支援のため、2011年から東南アジアを中心に販促活動が続いてきた。最近感じるのは、韓国産と日本産の農産物の競合が激しさを増していることだ。日本産は、おいしさや安全性など品質の高さが売り。各地で富裕層を中心にアジア市場を切り開いてきた。リンゴや米、ナガイモなどで販売が伸びた。ブドウや桃、イチゴへの関心も高い。韓国産は、日本産と同じく、現地の農産物に比べ高い品質を売りにしている。同時に日本産に比べて低価格で販売する事例が目立つ。リンゴや梨、イチゴで競争が激しくなっている他、日本が成長品目と期待する「シャインマスカット」でも、日本以上に素早く市場開拓をしているように見える。輸出振興を唱える以上、日本の農産物が持つ強みを簡単に手放さないということが大切な教訓だ。

手は韓国に限らない。冒頭のベトナムのスーパーで「コシヒカリ」の精米が複数のブランドで売られていた。いずれもベトナム国内産で、5kg1000円以下の値札がついていた。日本の店頭価格の半分だ。残念ながら日本から輸出された米は見当たらなかった。2年前に日本の精米をタイに試験輸出するプロジェクトを進めた。日本国内で同3000円水準の高級米である。輸送費などを加えると、現地の想定小売価格は6000円ほど。東南アジア内で生産される「コシヒカリ」に比べ、6倍以上の価格となる。もちろん、

「日本産は味や品質が違ふ」と訴えたが、現地の小売業者には受け入れられなかった。経済成長によってアジア各地で中間層が育っているものの、5kg6000円の米を売る層は極めて限られる。日本でも同じだろう。アジアで販促活動をする、日本産に対する関心が高まっている。

「日本産は味や品質が違ふ」と訴えたが、現地の小売業者には受け入れられなかった。経済成長によってアジア各地で中間層が育っているものの、5kg6000円の米を売る層は極めて限られる。日本でも同じだろう。アジアで販促活動をする、日本産に対する関心が高まっている。

心や期待の大きさを感じる。現地の研究者によると、ベトナムでは市場に出回る中国産農産物に対し、安全性への不安が高まっている。日本産に対する信頼感が高い。アジアで激しさを増す競争の中で、どのような層にどのような形で日本産を売り込むのか、明確な戦略が求められている。

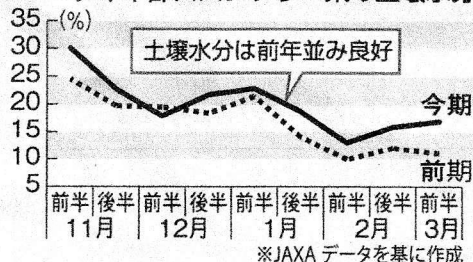
英、EU離脱まで1年

通商交渉 溝深く

【ロンドン時事】英国がこの間、メイ首相は総選が2017年3月、欧州連合（EU）に離脱を正式通告して29日で1年。この間、メイ首相は総選で事実上の敗北を喫し、政権基盤が弱体化しながらも、EUとの離脱交渉を

3月 雨期作 収穫平年並み

タイ中部スパンブリー県の土壌水分



早い。南部の一部地域では、乾期米の収穫が始まった。タイの乾期米は、適時の降雨や生育初期の状況はおおむね地域では、病虫害などの、全作が見込まれるインドネシア作付けした雨期米の収穫量は、年なら雨期米の月に完了するが雨状況で、まだい地域がある。各国・地域の調査するリモートグ技術センターの結果を基に