

TPPと道内1次産業

▶上

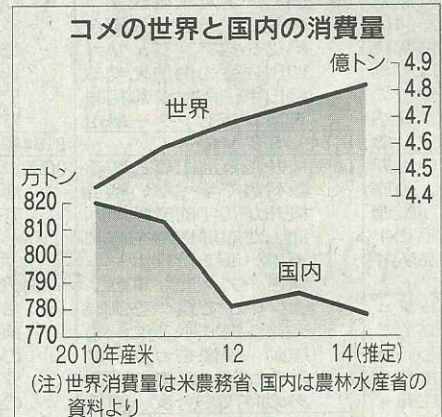
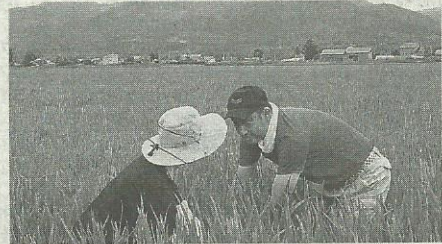
国内への供給基地として存在感を示してきた道内の1次産業が転機を迎えている。少子高齢化などから国内市場が縮小。環太平洋経済連携協定(TPP)を巡る関係合は、貿易自由化を目指す世界的な流れは変わらない。将来の海外からの商品流入への備えも求められるなか、1次産業の今後のあり方を模索する新たな動きを追った。

ラオスで精米

話を受け、宅配する。農家やJAから買った道産米を玄米のまま冷蔵コンテナで輸出。現地での出口友洋さんが、現地出荷直前に精米し、高いで食べるコメをまずいと鮮度で供給する。輸出入感じたことだった。高級から現地販売までグループで手掛ける。中間マージンが不要なため、現地流入すれば直接競争するおもしろいと感じるなら日本を辞めて起業した。で販売できる。事業開始

コメ世界で真価問う

香港で販売



ワッカ・ジャパンは道産米の輸出を最も多く手掛けている(石狩湾新港、写真上)。コメの輸出を手掛ける坂野幸夫さん(蘭越町)

現地米並み価格

従業員わずか2人のWakka Japan(ワッカ・ジャパン)。2009年に設立したグループ企業が香港やシンガポールに拠点を設け、日本のコメを現地で売る。顧客は日本料理店などだけではない。現地住民の注文もインターネットや電

から5年で14年産米の輸出実績は568ト。国内のデータでは、14年産の米の輸出実績の13%ほどがワッカ経由だ。

日本人が主食とするコメの消費量は毎年1%ずつ、量で8万トほど減り続けている。特に道内は業務用に販売する品種の生産が多い。消費者が銘柄や産地を確認して購入するのとなりやすい。TPP負になりやすい。TPPから現地販売までグループで手掛ける。中間マージンが不要なため、現地流入すれば直接競争するおもしろいと感じるなら日本を辞めて起業した。で販売できる。事業開始

話を受け、宅配する。農家やJAから買った道産米を玄米のまま冷蔵コンテナで輸出。現地での出口友洋さんが、現地出荷直前に精米し、高いで食べるコメをまずいと鮮度で供給する。輸出入感じたことだった。高級から現地販売までグループで手掛ける。中間マージンが不要なため、現地流入すれば直接競争するおもしろいと感じるなら日本を辞めて起業した。で販売できる。事業開始

危機感を推進力に

坂野さんは輸出用以外もコメは全量、農協を通じて自ら販路を開拓して販売している。品質管理には気を遣い、今年には1000万円をかけて保冷庫を建設した。手間もかかっている。中島さんは10年に理事になり、農閑期も精米と出荷作業に追われる。

JAも開拓模索

農家の負担を増やさず海外に販路を広げられたいか。一部のJAは腰を上げ始めた。JAとまこまい広域は14年産からシンガポールへコメの輸出を開始。今年台湾の市場開拓へ、テスト品による調査を進めている。

「販売チャネルをいくつも持つべきだ」との声も上がる。組合員から上がった「(明)河新一販売部長)。国内市場に依拠する不安は現地の農家に強く、JAを突き動かす力になった。旭川市と鷹栖町にまたがるJAたいせつが輸出を始めたのは08年から。その後、ワッカと組み、14年度は83%に増えた。だが生産量に占める割合は6年たっても0.4

中島さんは言う。「世界に挑むにはTPPがチャンスになる」。道にはうまいコメと、それを誇って来た技術がある。誇りと自信を持つ農家がいる限り、悲観することばかりではないはずだ。

「この組織は変わらな。1期で理事は降りた。今、向かうのはラオスだ。日本から輸出するのではない。現地の農家に技術指導し、精米工場を建て、コメを現地で供給する事業を準備している。」「日本のコメ作りは機械化し、安定収量を得てきた。その技術を現地」