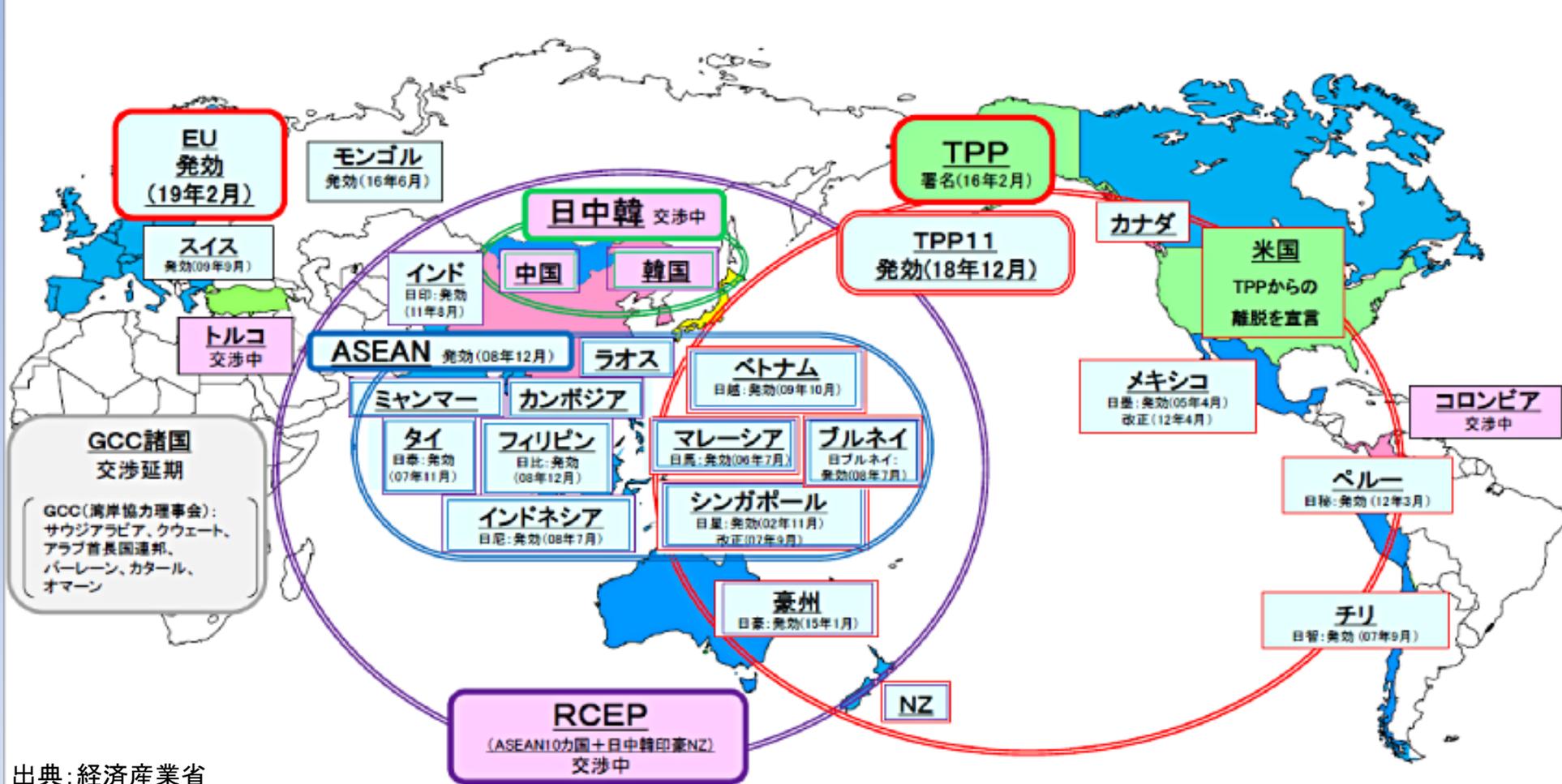


自由貿易時代の 日本の農林水産業

「保護」から「攻撃」へ
農林水産業と日本文化発信の融合

長友国際法律事務所
弁護士長友隆典

日本を取り巻く自由貿易の現状



出典: 経済産業省

https://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/epa/index.html

- ・発効済: アジア(シンガポール, マレーシア, インドネシア, ブルネイ, フィリピン, ベトナム, インド, モンゴル, ASEAN), ヨーロッパ(スイス, EU), アジア・環太平洋地域(TPP11), 大洋州(オーストラリア), 中南米(メキシコ, ペルー, コロンビア)
- ・交渉中: アジア(韓国, 中国, トルコ, 日中韓, RCEP, GCC), 北米(カナダ), 中南米(コロンビア)

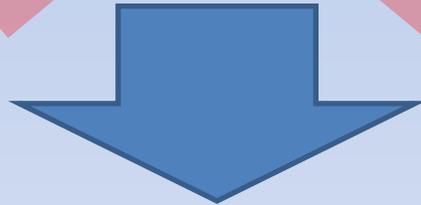
これに加えて, 世界的な自由貿易協定であるWTOがある。

我が国の農林水産業を守るには・・・

これまでの対応策

- 重要品目の除外（米，牛肉等）
- 高率関税化（こんにゃく芋等）
- そもそも自由化交渉に参加しない

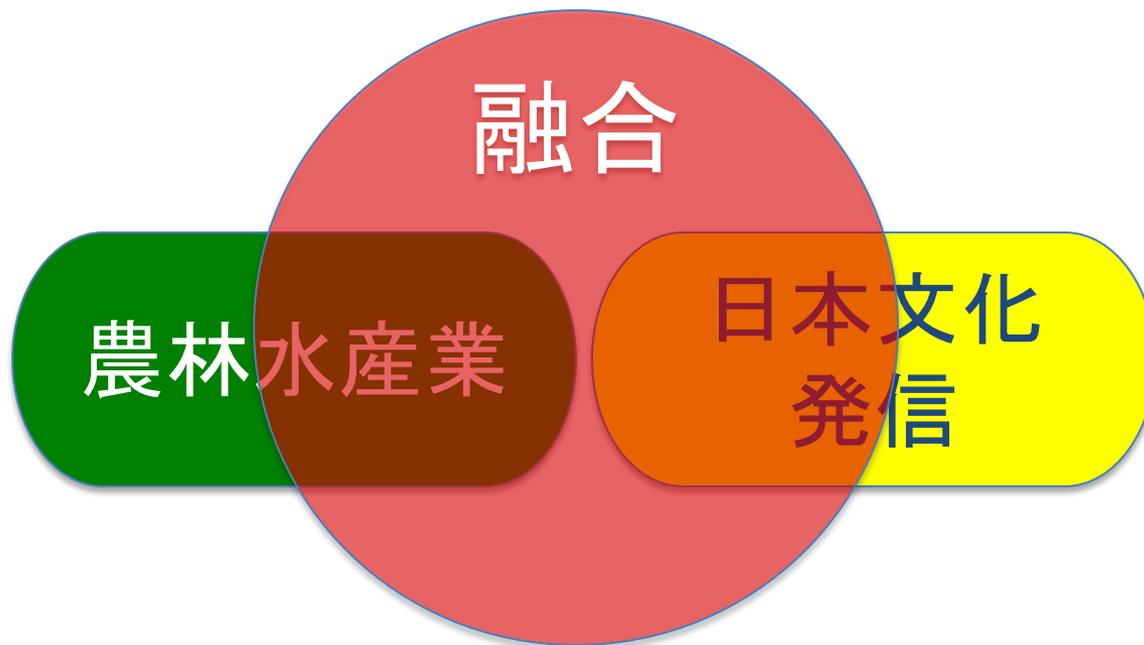
いかにして「保護」するか！



しかし，世界的な自由化の波は防ぎきれない！

「攻め」の視点から新たな対応策が必要ではないか！

「攻め」のための新しい視点



農林水産業と日本文化発信の融合

日本農林水産品の競争力強化・輸出振興

何故「融合」？世界の農産品貿易状況から考察

先進国は農業大国？

農林水産品輸出額 ランキング	
1位	アメリカ
2位	オランダ
3位	ドイツ
4位	ブラジル
5位	フランス
6位	中国
7位	スペイン
8位	カナダ
9位	ベルギー
10位	アルゼンチン

競争力はブランド力が決める！

	チーズ			ワイン		
	輸出額	輸出量	単価 (\$/トン)	輸出額	輸出量	単価 (\$/トン)
1位	ドイツ	ドイツ	4,478	フランス	イタリア	2,546
2位	オランダ	オランダ	5,503	イタリア	スペイン	1,331
3位	フランス	フランス	5,741	スペイン	フランス	6,486
4位	イタリア	イタリア	9,592	オーストラリア	チリ	2,546
5位	デンマーク	デンマーク	5,587	チリ	オーストラリア	2,761
6位	米国	サウジアラビア	1,297	ドイツ	米国	3,190
7位	アイルランド	米国	4,275	米国	ドイツ	3,276
8位	ニュージーランド	ニュージーランド	4,190	ポルトガル	南アフリカ	2,020
9位	ベルギー	アイルランド	4,695	イギリス	アルゼンチン	2,659
10位	オーストラリア	オーストラリア	4,524	アルゼンチン	ポルトガル	3,086

農林水産品の付加価値を高めるには

国家のブランド力を高めること

国家や文化に対する
「あこがれ」を強化すること

特に、日本食、日本食文化に対する
「あこがれ」、日本産食材を使うことに対
する「ステータス」を高めることが重要

農林水産業と日本文化発信の融合

日本文化

日本食
文化

日本文化の精力的な世界発信
日本食文化の拡散・周知

日本産農林水産品のブランド化

世界での日本食
レストランの増加

日本酒, みそ等
日本産食品の消費拡大

和牛等日本産農林
水産品の輸出拡大

日本文化発信を通じた農林水産業の振興

政・官・財・マスコミの協力による日本文化発信

政・官・財・マスコミの支援

日本文化・芸術・スポーツの
発信

テレビ番組・映画の輸出，スポーツ振興

日本企業（特に食産業）の進出

外食産業の進出，国産食品食材の輸出拡大

日本文化に触れる機会の充実

日本文化教室，ジャパンフェスタの拡充等

日本語を学ぶ機会の充実

日本版TOEFL創設，日本語教室の拡充等

ブランド強化

融合

基礎レベル拡充

自由貿易時代の日本の農林水産業

ありがとうございます。
Thank you!

