

(2) 農業団体の取り組み

戦前は農業団体が窓口となり海外へも多数みかんを輸出していたが、現在はリスクが大きすぎるということから、海外市場の新規開拓については、あまり積極的な取り組みは行っていない（注7）。

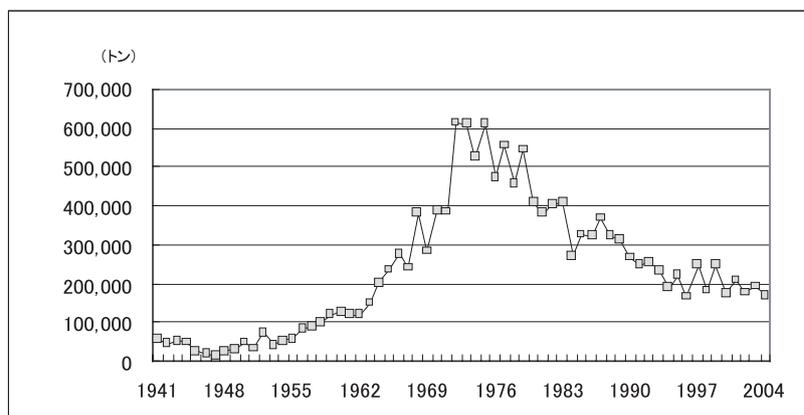
愛媛県の温州みかん生産量は1972年の613,000トンでピークに、2004年には170,200トンまで減少している（図4）が、戦後はみかんの国内需要が旺盛で大量のみかんを出荷したため供給過剰となり、国内市場の需給バランスが崩れてしまった。そこで国内市場の需給バランスの安定を図り価格の暴落を避けるために、過剰みかんの海外輸出を再開したという経緯がある。現在カナダ向けに輸出しているみかんも、国内市場への過剰供給による価格の暴落を避けることが大きな目的となっており、そのため輸出みかんの品質はどちらかといえばグレードの低いものが対象となっている。もちろん高品質みかんを輸出しても外国為替相場は円高で推移しており、採算が取れなくなってきたことも否めない。しかし、現在FTA交渉の進展などで海外市場がグローバル化していることは十分理解しており、農業団体も海外市場の新規開拓の重要性を否定しているわけではない。

全農愛媛県本部では次のように話している。「新しい市場開拓として海外にも目を向けて、どうすれば輸出促進ができるのか検討していく必要がある。また海外の在留日本人だけを対象にしたのではマーケットは限定されてくるので、より多くの人をターゲットとして捉え、コ

マーシャルベースで輸出できる方策を考えていきたい。」さらに、「愛媛県のほか佐賀、長崎、熊本、福岡、和歌山、静岡、神奈川などで現在輸出しているカナダ向けみかんは「サンブランド」として輸出窓口を日園連に一本化しているように、アジア諸国への輸出についても、愛媛みかんではなく日本産みかんとして、窓口が統一できないかということも検討していく必要がある。何故なら海外では愛媛県産、或いは和歌山県産ということはあまり関係なく、「日本産みかん」ということで十分であり、各県が独自のブランドみかんを売り込むのではなく、例えば台湾にはこのブランドみかんを輸出するというように、日本ブランドとして輸出していけばよい。しかし、当然ではあるが、日本産ブランドとして輸出していく以上は、産地に関係なく同じ品質、規格のものでなければならない。」とも話している（注8）。

各県がそれぞれ独自のブランドみかんを輸出するのか、日本産ブランドとして統一したみかんを輸出するのかはともかく、愛媛県として或いは産地を絞り込むことも含めて、東アジア諸国への輸出に今後どう取り組んでいくのかということを考えていかなければならない。今回のテスト輸出での課題を行政とも共有するとともに、課題解決のためにはどうすればよいのか、また、どこまで取り組めるのかということも検討していく必要がある。農業団体は、今までにも国際見本市にみかんを出品するなどPRにも努めているが、見本市などのイベントにおいて

（図4） 愛媛県の温州みかん生産量の推移



資料：1995年までは愛媛青果連五十年史、1996年以降は農林水産省データより作成