

## オーストラリア

## 潜在的供給能力は大

## 有機農産物の認証制度確立

消費者の健康、安全性に対する関心の高まりなどを背景に、豪州の有機農産物の生産、消費は確実に拡大している。豪州では有機農産物の認証制度が2001年3月に確立された。日本が改正JAS法の認証制度と同水準にあると認定していることもあり、日本のスーパーや輸入業者などからの関心も高まっている。しかしながら、拡大する需要に見合った供給量の安定確保ができていないのが実態である。このような状況を踏まえ、豪州有機連盟（OFA）は、昨年12月、有機農産物の生産拡大を目指した産業戦略計画を策定した。また、クイーンズランド（QLD）州などの一部の州政府は、有機農法の技術指導、有機認証制度や対日輸出促進のセミナーを実施するなど、有機農産物産業の育成に積極的になってきている。

## 認定組織は7団体

92年、有機農産物諮問委員会（OPAC）は、「有機およびバイオダイナミック農産物に関する全国規格」を策定し、主に輸出用の有機農産物に関する生産、加工、表示、検査などの基準を定めた。97年には、当該規格は、連邦法「輸出管理法」に基づく法的根拠が与えられ、違反者への罰則も定められた。また、日本では確立されていない有機畜産物に関する基準も含まれている。なお、国内向けの基準は未整備であることから、国内規制も厳しくすべきとの議論が起きている。

現在、NASAA、BFA、BDRI、OHGA、TOP、OVAA、OFCの七つの団体が、有機農産物認定組織として認定されている。これらは、全国規格をベースにそれぞれの規格を制定し、有機農産物の生産・加工業者の認定を行っている。

## 3年間で1.7倍に拡大した生産額

豪州の有機農産物は、野菜や果実が最も多く、その他、小麦、大麦などの穀物、畜産物、乳製品、ワインなど多岐にわたっている。

農業資源経済局主催の会議Outlook2001の資料によると、97年から2000年の3年間に、有機農産物の生産額は1億5,000万豪ドル（以下単にドル、1豪ドル＝約66円）から2億5,000万ドルと、1.7倍に拡大した。今後5年間は年間20%の成長が見込まれるとしている。現在、加工を含めた有機農産物の生産者数は約2,000人、作付面積は約765万ヘクタール。それぞれ全体に占めるシェアは小さく、2%にも満たない。

有機農産物の輸出先は、EUや日本が中心で、そのほか、シンガポール、香港、ニュージーランド、米国などである。輸出額は5,000万ドル程度と推定されている。

豪州の農業は、輪作体系が確立し、使用する農薬や化学肥料の量が相対的に低く有機に近い農法も多いことから、有機農産物の生産量が拡大する潜在力は大きいと思われる。一方で、有機農産物の収量や収入が不安定なこと、保守的な農家が多いこともあり、大きな成長は期待できないといった

生産現場の声も少なくない。

## 大手スーパーも有機農産物コーナーを設置

有機農産物の国内消費は、環境保全擁護者、経済的に余裕のある層など比較的特殊な需要に限定され伸び悩んでいた。しかし、遺伝子組み換え食品の本格的流通などを契機として、ここ1、2年、特に都市部において健康や食品の安全性に対する関心の高まりから、需要は急速に拡大してきている。ある民間の調査によると、半数以上の回答者が有機農産物にプレミアム価格を支払ってもいいとしており、有機農産物を買った経験のある人ほど、その傾向が強い。

このような需要に対応するため、食品スーパー最大手のコールズ（シェア31.7%）やウールワース（同36.5%）、高級デパートであるデビッド・ジョーンズでは、都市部の店舗に有機農産物コーナーを設けている。その取扱数量や品目数は増加傾向にある。

また、シドニー最大の有機食品専門店である「マルコフーズ」では、この1年間で売上が3倍に拡大した。生鮮野菜・果実、シリアル、うどん、そば、パン、乳製品、スナック、ジュースなど品ぞろえが充実している。有機農産物を使った小さなレストランも併設され、常時、客でにぎわっている。担当者によれば、野菜や果実が最も人気があり、乳製品やシリアル、フルーツジュースも人気が高まっているという。

豪州消費者協会（ACA）がスーパーなどで行った価格調査によれば、有機野菜や果実の価格は、通常商品に比べて70%高い。インターネット利用食品小売業者グリーングロッサー（www.greengrocer.com.au）でも、商品によりばらつきはあるが20～150%高くなっている。

## 安定供給の確保が課題

有機農産物の生産農家は全国に散在しており、取引単位が小さいことなどから、取扱業者の多くが中小企業で、業者数も取扱品目数も少ないのが現状である。このため、日本の企業から豪州の有機農産物への関心が増大しているものの、安定供給の確保が困難で、取引が成立しないケースも少なくない。

このような中、Foodex2001に出展したり、ホームページを活用して豪州の有機食品の対日輸出を積極的に展開しているのが、シドニー市内に本社を持つ現地企業、ストークグローバル（www.organicestate.com.au）である。同社は、有機食品の企画・開発・輸出の業務や、プライベートブランドの有機加工食品の委託開発を行っており、NASAAとBFAからの認定を受けている。現在、ジュースやクッキー、めん、ハーブティーなど20種類もの有機食品を日本に輸出している。ホームページでは、商品の紹介だけでなく、有機認証制度や有機農法・製法などについても、写真を用いるなどして消費者に分かりやすく説明している。

同社代表取締役社長の河野一郎氏は、豪州での有機生産農家の確保・育成と日本での有機畜産物の認証制度の早期確立を、対日輸出拡大を図る上での大きな課題としている。業務用のバルク製品や加工食品用の原料の需要は徐々に増加しつつあるが、大規模農家で有機農産物に取り組むところはまだ少ない。供給が需要に追いつくには時間を要するが、将来必ず価格や品質面で日本の消費者が満足するような有機食品の安定供給が可能になると、同氏は語っている。