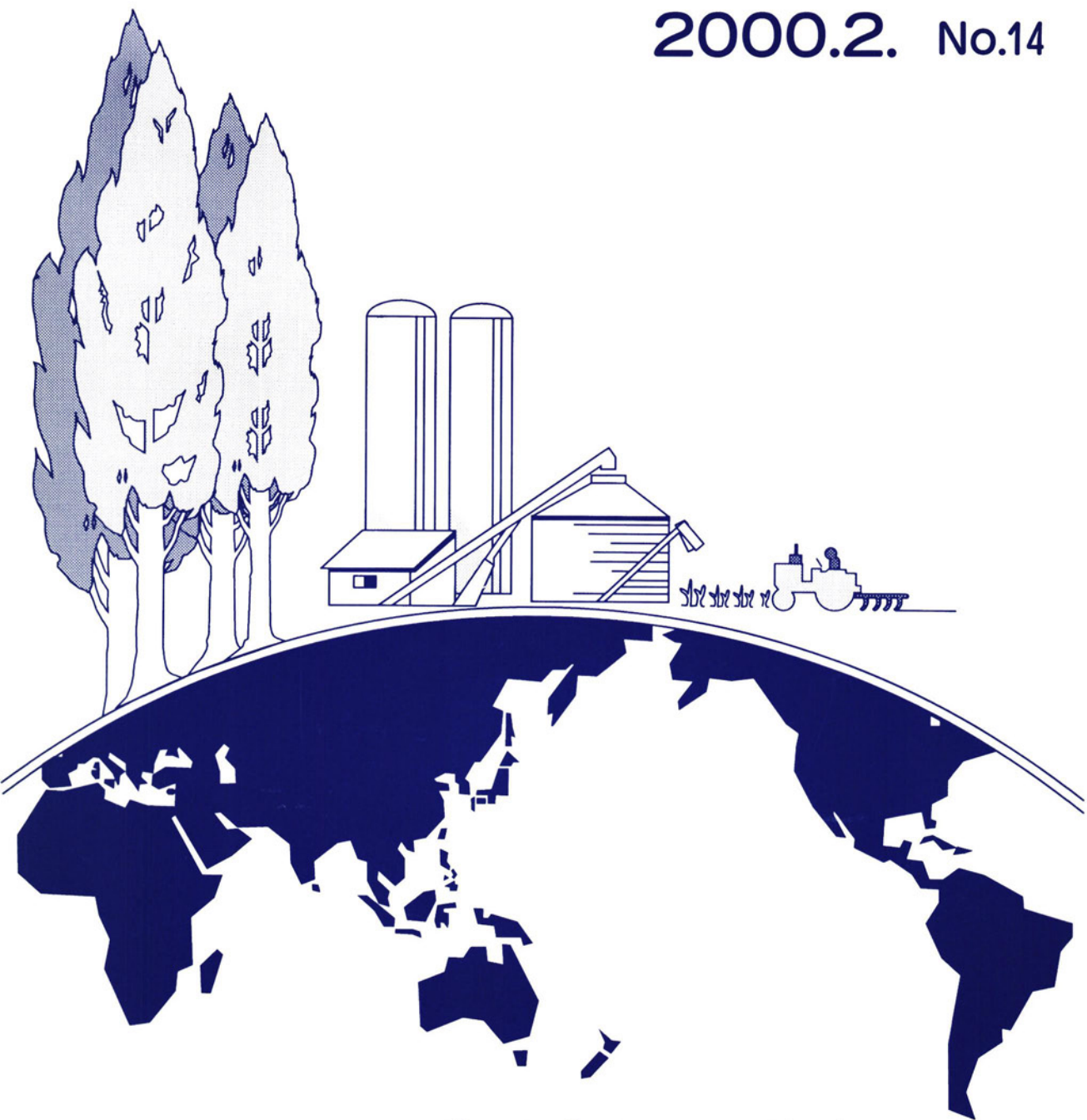


海外農業投資の 眼

2000.2. No.14



社団法人 海外農業開発協会

100° E

タイの「プエラリア」

学 名：*Pueraria mirifica*.

[マメ科：LEGUMINOSAE]

タイ名：Kwaw Khrua

18° N

タイ北部の落葉樹林のなかに自生するクズの一種。
ミャンマー、ラオス国境近くの山岳民族、特にモン族
は古くから美容と長寿の目的で塊根を食してきた。日本
では「葛粉」、漢方では「葛根」として利用されるクズ
(*Pueraria lobata*) と同属である。

最近、「豊胸効果」で加熱気味の広告が一部で見られるが、
タイ方医学では「食において薬となす」との思想から、民間伝
承薬として古くから使われていた。

(第一事業部 井佐彰洋)



◆ 焦点

遺伝子組換え食品の表示について…………… 1

農林水産省食品流通局品質課食品表示対策室
表示企画班課長補佐 川村 和彦

◆ 現場第一線は語る

パラグアイでのヒメマツタケ試験栽培事業…………… 3

岩出菌学研究所イグアスキノコセンター
代表 川出 光生

◆ 活躍する世界の農畜産企業を見る

3 「ダノングループ」…………… 8

(社)海外農業開発協会 第一事業部

◆ セミナー・シンポジウム

投資対象としての中国の食品産業……………13

中国農業大学 副学長 李 里特

◇ JICA開発投融資事業に係る活性化策の実施について ……21

農林水産省 国際協力計画課事業団班

◇ 海外農業開発協会（OADA）の民間支援活動 ……23

焦点

遺伝子組換え食品の表示について

1. 検討経緯

遺伝子組換え食品の表示のあり方を検討するため、農林水産省において、食品表示問題懇談会遺伝子組換え食品部会を平成9年から開催し、平成11年8月に取りまとめを行ったところである。

2. 「遺伝子組換え食品の表示の内容及び実施の方法」の骨子

本とりまとめの前提となる表示の目的は、現実に流通し、利用されている遺伝子組換え農産物は、政府により安全性の確認が行われたものであり、このことを前提として、消費者の商品選択のため、遺伝子組換え技術の使用、不使用に関連する情報を提供するものとされた。

表示は、消費者の商品選択上重要な情報であり、信頼性、実行可能性のある情報提供を行うため、遺伝子組換え表示食品を科学的な性質に応じ、3分類し、指定品目を明確にした上で、それぞれについて表示方法を定めた。

一つは、組成、栄養素、用途等に関して従来の食品と同等でない遺伝子組換え農産物及びこれを原材料とする加工食品であり、厚生省において安全性評価が申請中の高オレイン酸大豆などがこれにあたるが、このようなものについては「大豆（高オレイン酸・遺伝子組換え）」等の表示を義務付けるというものである。

二つ目は、従来のものと組成、栄養素、用途等は同等である遺伝子組換え農産物が存在する作目に係る農産物及びこれを原材料とする加工食品であって、加工工程後も組み換えられたDNA又はこれによって生じたタンパク質が存在するものについてである。これらには、豆腐や納豆、味噌、コーンスターチや植物タンパク

を主な原材料とする食品等がある。なお、ここでいう主な原材料とは、当該加工食品の全原材料のうち、原材料の占める重量の割合が上位3位までのもので、かつ、原材料に占める重量の割合が5%以上のものである。この場合、遺伝子組換え農産物を原材料とする場合は「大豆（遺伝子組換え）」等の義務表示、遺伝子組換えが不分別の農産物を原材料とする場合は「大豆（遺伝子組換え不分別）」等の義務表示、生産・流通段階を通じて分別された非遺伝子組換え農産物を原材料とする場合は「大豆（遺伝子組換えではない）」等の任意表示又は表示不要というものである。

三つ目は、従来のものと組成、栄養素、用途等は同等である遺伝子組換え農産物が存在する作目に係る農産物を原材料とする加工食品であって、組み換えられたDNA又はこれによって生じたタンパク質が加工工程で除去・分解等されることにより、食品中に存在しないものについてであり、これらには、醤油や大豆油等がある。表示は不要で任意表示は可能というものである。

3. 本報告に示された内容についての国際的な比較

アメリカ、カナダは、既存の食品と比較して著しい成分変化があったり、アレルギーの誘発などの健康リスクが増加する場合等を除いて、任意表示はよいが、表示の義務付けは必要ないとしている。

一方、EUは、平成9年に新規食品規則を施行し、遺伝子組換え食品の表示を行うこととし、更に平成10年9月には、大豆、トウモロコシについては、組み換えられたDNA又はそれによっ



農林水産省 食品流通局品質課食品表示対策室
表示企画班 課長補佐 川村 和彦

て生じた新しいタンパク質が検出されれば表示を義務付けるという規則が施行された。表示が不要なネカティブリストが明らかになっていないこと等から、いまだ円滑な実施はされていないが、義務表示を必要としている。

また、オーストラリア及びニュージーランドにおいても、DNA又はそれによって生じた新しいタンパク質が存在する遺伝子組換え食品に表示を義務付ける方針を最終決定した。韓国においても、遺伝子組換え食品の表示を義務付けることを法律で定め、表示対象品目等を検討中である。

遺伝子組換え食品の表示については、国際的にもいろいろな議論、取組みがなされているが、その中にあっても、報告書で示された表示のあり方は、表示制度としての合理性、実施可能性を十分に備え、かつ、消費者に対する適切な、信頼性のある情報提供という面で、全く遜色のないものであると考えている。

遺伝子組換え食品の表示についての国際的な検討は、国際連合食糧農業機関(FAO)及び世界保健機関(WHO)が合同して設けている食品規格委員会(コーデックス委員会)において、平成9年から開始されているが、今回の報告書で示された考え方をベースに、我が国の立場を主張し、この問題に関する国際的な議論に積極的に参画していきたいと考えている。

4. 品質表示基準(案)の作成

農林水産省としては、報告書で示された遺伝子組換え食品の表示を改正JAS法に基づく品質表示として実施することとし、品質表示基準の原案を作成して平成11年11月に公表し、広く国民等から意見・情報を募集(パブリックコメン

ト)したところである。

その内容については、高オレイン酸大豆は安全性評価が終了していないことから、品質表示基準(案)では規定しないこととした以外については、品質表示基準(案)の内容は、食品表示問題懇談会報告と同様である。

遺伝子組換え食品に関する品質表示基準については、WTO通報、JAS調査会における審議等の所要の手続きを経て、平成12年4月を目途に告示ができるよう作業を進め、適切な猶予期間(1年間)を経て平成13年4月を目途に実施していく予定である。

5. おわりに

遺伝子組換え食品については、表示制度の整備と平行して、遺伝子組換え農産物の安全性や遺伝子組換え技術の有用性に関する国民的議論を展開し、それを通じた理解の醸成を進めることが必要である。

農林水産省としては、このような表示制度の整備と平行して行うべき取り組みや表示制度を円滑に実施するための諸課題につき、関連対策を実施してまいりたいと考えている。

食品の表示は、食品の生産、製造、流通、消費に関係する皆様の努力と理解があって初めて、信頼性のある表示とそれを通じた適切な商品選択が実現するものである。遺伝子組換え食品の表示制度の導入に伴い、表示を実施する立場の方々には、信頼性のある表示の実現に努めていただくことをお願いしたい。また、消費者の方々には、遺伝子組換え食品について正しく理解していただくとともに、その理解の上になつて、表示を商品選択に役立てていただくことをお願いしたい。

パラグアイでのヒメマツタケ試験栽培事業

◇ 沿革

本事業の推進母体である株式会社岩出菌学研究所は、元三重大学農学部教授の岩出亥之助によりキノコ栽培普及と菌類の研究を目的として1962に年設立され、シイタケ、ヒラタケ、ナメコ、エノキタケ等の優良種菌の提供を行なうとともに、広く海外にも目を向け有用キノコの開発に取り組んできました。

わが社が「ヒメマツタケ」とかかわることになるには次のような経緯がありました。

1965年、サンパウロ郊外の町、ピエダージ (Piedade) で日系農家の一人が採取した天然自生のキノコが、ブラジル在住キノコ研究家の古本隆寿氏の手に移りました。古本氏は旧知の岩出にこのハラタケ属のキノコを送り、その栽培・研究を依頼したのです。

日本ではこのキノコはまったく知られておらず、岩出にとっても未知の存在だったので、当時の滋賀大学名誉教授本郷次雄博士を通じてハラタケ属分類学の権威者ハイネマン氏に同定を依頼した結果、“*Agaricus blazei* Murrill”であることが判明しました。そして、和名は岩出により「ヒメマツタケ」と命名されたのです。

その後、岩出は10年の歳月をかけて

1975年、ヒメマツタケの人工栽培に成功しました。1980年には周年栽培の技術も確立し、国内で本格生産を開始したのです。わが社は当初、このヒメマツタケを食用キノコとして普及・販売しようと試みましたが、当時の市場にはなかなか受け入れられませんでした。

しかし、食用ではなく薬用としての効果を見出せたことで新たな展開が生まれたのです。各種キノコに含まれる抗腫瘍性物質を研究されている三重大学医学部の伊藤均博士グループと共同で研究を重ねた結果、「ヒメマツタケ」は高い抗腫瘍性と幅広い抗癌スペクトル、その他多岐にわたる生理活性物質を含有していることが確認され、この研究結果を日本癌学会、日本細菌学会、日本薬理学会で報告したのです。

こうして薬用としての効能が認められた「ヒメマツタケ（乾燥キノコ）」は、日本各地で栽培されるようになりましたが、需要の増加に生産が追いつかず、供給量が不足してきました。そこで、我が社は消費者に安定的に、しかもできるだけ安価で「ヒメマツタケ」を供給することを新たな目標と定め、他社の協力を得ながら共同で海外生産に着手しました。残念ながら海外進出の第一歩として踏み出したインドネシアでの生産は成果が得られず、事業を中止せざるを得ませんでした。

しかし、海外生産基地の形成は社是でしたから、距離的には遠いのですが天然の「ヒメマツタケ」が分布している南アメリカの亜熱帯地域に目を向けたのです。80年代後半からブラジル、パラグアイ、ボリビアの3ヵ国を候補地として事業地の選定、投資環境およびインフラ等の調査を実施しました。最終的にパラグアイに絞込み、基本方針を決定した上で国際協力事業団（JICA）の民間投融資制度の対象案件として審査いただき、「ヒメマツタケ試験栽培事業」が開始したのは1997年のことです。

◇ 現地法人設立から事業立上げまで

岩出菌学研究所は、100%出資の現地法人：イグアスキノコセンター [Centro de Hongos Yguazu S.A.: CHYSA] を1997年、同国東部のイグアス市内に設立し、生産農場と種菌製造、収穫後処理などの施設からなる事業地は同市の郊外に建設しました。現地法人の設立、施設建設資材の輸入に当たってはPROPARAGUAY（パラグアイ輸出投資促進機関）の指導、助言を受けながら効率的に進めることができました。ただし、法制度の形は整っていても行政の末端の窓口、実務担当者までが内容、実務を熟知しているわけではなく、戸惑いを感じることもありました。

事業を始めてから約2年が経過しますが、「何故、パラグアイで始めたのですか？」、「どうして、イグアスを事業地に定めたのですか？」とよく質問されます。

イグアスには日系移住者が170家族程住んでおり、農業協同組合や日本人会が

組織されていて活発に活動しています。日系移住者はパラグアイ側から同国の発展に貢献したとして高い評価を受けており、戦後の農業発展を牽引する役割を果たしてきたといっても過言ではありません。今では輸出農産物のひとつとして定着したダイズの不耕起栽培を中心とした大規模農業経営が行われています。JICAの農業試験場が移住地の中にあって土壌、気象などのデーターもよく整備されていますし、日本人専門家が派遣されています。近くにはグアラニー空港（国際空港）があり、交通の便も良いところです。

私はおおむねこのような話をして、だから「ヒメマツタケ」生産の事業地をここに選定したのだと答えています。

実際に事業を始めてみて、日系二世の優秀なスタッフとパラグアイ人の労働力の質の高さは仕事をしていく上で頼りになると感じています。

施設建設は日本で考えていたように計画どおり進まない点にいらいらさせられました。人夫は雨が降ると休みです。晴れても雨が続けていたからレンガが焼けないと言っては休み、河川が増水して砂が取れないと言ってまた休む、といった具合で、建設工事は遅々として進みません。資材のほとんどは輸入品ですから、こちらが発注し、代金を支払って初めて資材購入に走っていきます。国民性の違いをひしひしとを感じるのですが、仕事は中途半端、クギであれガラスであれなんでもかんでもその場に捨ててしまいます。曲がりなりにも竣工式の日取りまでに工場完成にこぎつけたのは、発注した建設会社の社長がパラグアイ在住40年の日本人であったからだと考えています。

事業地寸描

ヒメマツタケ栽培用堆肥作り



露地栽培



スミ散水による給水





ヒメマツタケの発生



キノコ収穫



キノコ洗滌

◇ 問題を積み残しながらの事業開始

〈コンポストができない〉

98年6月からコンポスト(堆肥)の製造が始まりました。バガスを主な材料としましたが、日本で使っていたものと組成が異なるためか計画どおりに発酵しないのです。1ヵ月経過後も2ヵ月経過後も発酵が進まないのが苦労しました。

〈水が足りない〉

98年、工場建設期間中は降雨が多く、工事の遅れを心配したものでしたが、いざ栽培の時期となると、ラ・ニーニャの影響で夏期は乾燥が続く、時々降る夕立も栽培地をよけて通り、天を仰いで雨を待つ日が続きました。

〈気温が高い〉

夕立さえ降れば気温は一気に低下するのですが、雨が降らないため、99年夏のイグアスは特に暑く、かつ例年に比べ期間が長かったのです。地元の大豆の作柄にも大きく影響したと聞いています。

〈その他〉

燃料の品質の悪さからくる機械のトラブル、国際空港はあっても輸出業務を行っていない不便さ、停電の多さ。次から次へと様々な問題が起きては、一つひとつ解決していかなければなりません。

◇ 国内各地の日系移住地に栽培普及

試験栽培事業の拠点はイグアスに定めました。将来的には国内各地の日系移住地に生産拠点を配置していく予定です。安価に、しかも大量に生産するためには施設を利用せず、自然条件を活かした露

地栽培を前提としますが、その場合、栽培地を分散することが重要だからです。その理由は、一つは経営上のリスク分散、もう一つは自然条件の異なる地域で生産することで、結果、周年生産体制が実現されるのです。そのためには、各地の気象条件、土壌条件に適応した地域ごとの適正栽培技術を確認することが必須の要件となります。

98年から99年にかけては、イグアス域内でも降雨量にバラツキが多く観察されました。ラ・コルメナ、アスンシオン近郊は、イグアスに比べて冬期の気温が比較的温暖なため冬作に適した地域と考えられます。一方、アマンバイは標高約700mで夏作の適地であろうと考えています。

各移住地の生産農家にとって、価格の安定したヒメマツタケ栽培は安定的な収入源となり、現在、メルコスールの中で農産物価格が激しく揺れ動く不安定な農業経営をより安定化する福音となることを期待しています。また、ヒメマツタケの栽培に不可欠のコンポストを農地に還元することで疲弊した地力を回復・向上させ、他作物の栽培にも好影響を及ぼすはずです。

◇ CHYSAの生産目標

現在、乾燥ヒメマツタケ50トン(生茸で500トン)の生産目標を掲げて事業を推進しています。コンポスト製造能力を向上させ、品質管理を徹底した上で各日系移住地の方々と協力体制を確立していけば、短期間で目標を達成できるものと確信しています。



活躍する



(社) 海外農業開発協会 第一事業部

世界の農畜産企業を見る

3 ダノングループ

○ 異業種からの出発

今や世界 8 位の食品メーカーであるフランスの「ダノン」は、ヨーロッパをはじめ世界各国でも著しい発展を続けているが、40 年近く前は全く食料・食品とは無縁の企業であった。“風吹きゃ桶屋が儲かる”の例えは、進行過程をこじつけの連続で結論へ導くところに面白さがあり、もとより説明がなければ次のシナリオを読み取るのは難しい。ダノンをこの例えになぞらえるわけではないが、日本企業にはみられない経営判断とそれに基づく事業展開をしていることから、出発点から今日までの沿革は、まさに聞かなければわからないといえる。ただ、いくつもの異なる業種企業を時代背景に合わせ、買収・合併し、それらを事業戦略に組み込むといった手法は、欧米の企業によくみられる姿である。

冒頭からこのような記述をすると、“ダノン”の足跡は“風吹きゃ…”とは違う、それこそ“風吹きゃ…”式の無理なこじつけと読者のお叱りを受けかねないので、本題に入る。

○ 起点となった飲料瓶と車の窓ガラス製造会社の合併

今日への第一歩は、二つの製造会社が1966年に合併したときであった。一社はリヨン地域を営業基盤として大小の飲料瓶、産業容器、ガラス製の食器類を製造していた「スション・ヌヴェセル (Souchon-Neuvesel)」、もう一社は北フランスを拠点に建物や自動車の窓ガラスを製造していた「グラス・ド・ブゾワ (Glaces de Boussois)」である。

両社にとっての合併のネライは、拡大する共通市場に相應できる規模と競争力を備えた企業に発展させることであった。特にスション・ヌヴェセルの方は、当時、瓶市場でのシェアの拡大戦略を作成する以前に、それまで飲料の入った瓶代が預託金として値段に組み込まれ、瓶を返却した段階で戻すといった制度変更への対応が必要であった。つまり、「預託金なし、返却不要」になることで、予想される瓶市場におけるニーズ変化への対応を迫られていたのである。合併で誕生した新会社は、「ブゾワ・スション・ヌヴェセル (BSN :

Boussois-Souchon-Neuvesel)」と命名され、初年度は10億フランの売上を記録した。

BSNが新たな企業戦略に基づく企業活動を展開しはじめるのは、合併後3年目をむかえた69年といえる。まず、この年の1月にフランス最大手のガラス製造会社「サン・ゴバン (Saint-Gobain)」の株式を市場買い付けしたのに引き続き、食・飲料分野の「エビアン」(同社はブランド名として『バドワ (Badoit)』のほか、『ジャックメール (Jacquemair-e)』、『ファリ (Fali)』を所有していた)、翌年には「クロネンブルグ (Kronenbourg)」と「ヨーロッパ・ブリュワリーズ (European Breweries Company)」の各社を傘下に入れる。

BSNは飲料産業で使われていたガラス瓶に占める自社製品の割合が、将来、プラスチック、ボール紙、金属などを原材料とする容器の開発で、頭打ち、あるいは下降線をたどると予想していたが、瓶に代わるこれらの容器を開発・生産する石油化学産業、林業、鋼鉄産業との結びつきがないに等しく、これら産業との連携強化への関心も薄かった。

BSN社が容器の製造だけに固執しなかったのには、それなりの理由がある。この時期、すでに発展戦略として容器となる瓶に加え、その中身をも生産する事業への転換を考えていたのである。瓶と食・飲料を一緒に作る組み合わせで生産し、新たな事業分野を拓くというのが事業骨子で、この計画にしたがい1970年にビール、ミネラルウォーター、ベビーフード(乳幼児用食品)の生産を開始する。当時、フランス国内では容器と中身の食・飲料を合体して事業展開する企業は皆無に等しかったので、BSN社はこの分野の先導企業としての役割も果たしたといえる。

○ フランス最大の食料品会社が誕生

BSNの事業拡大は続く。1973年に「ジェルベ・ダノン (Gervais Danone)」との間で数ヶ月に及ぶ合併協議を行い成立させる。BSNがジェルベ・ダノンに合併の働きかけをした背景には、ジェルベ・ダノン側がこの時点でヨーロッパをはじめ世界各国での事業を急成長させ、さらなる発展・加速を望んでいたこと、この年の10月に勃発した第4次中東戦争が、石油価格を高騰させ、フランスの多数の企業に被害を与えたことが関係する。伝えられるところでは、両社ともに被害を受けるが、特にBSNのガラス製造部門への打撃は、同製造部門の収益をもってグループ全体の事業開発資金を調達していたので深刻であった。

こうした時期にフランス最大の食料品グループ企業として「BSNジェルベ・ダノン」は誕生するのだが、新会社は石油価格の高騰が西側ヨーロッパ諸国の経済に大きなマイナスをもたらせた対応策として、積極的な事業内容の見直しを進める。

経営陣は、中東戦争が経済に与えたオイルショックを一時的な現象とみず、高度成長はしばらく見込めないとの判断から、事業活動の中心を食料品分野に移す。具体的には、まだ稼働を続けていた板ガラス製造部門を縮小し、1981年に他社へ売却することで、同部門から完全に撤退する。

以来、グループは既存、新規の双方を視野に入れ、パスタ、インスタント食品、生鮮食品および飲料を主力製品とした市場参入に力を入れる。その結果、1979年の総売上げはおよ

そ16億5,000万フランまで拡大した。

○ ヨーロッパの国外市場はイタリア、スペインから

市場の開発は大きくは世界各国・地域を対象にはいたが、1980年代初頭はヨーロッパ地域での事業展開に重点が置かれた。この戦略は1980年代をむかえる時期の西側ヨーロッパ諸国の全人口がおよそ3億2,000万を超え、単一市場が形成されつつある状況を見据えてのものという。域内の国別選択では、第一段階でスーパーマーケットならびに巨大スーパーマーケットチェーンが密集していないイタリアとスペインの2カ国を優先する一方、フランスはもとより、イギリス、西ドイツ（当時）をはじめ南ヨーロッパ全域に順次業展開する方針を打ち出す。

これらの動向のなか、1986年に西ドイツ、ベルギー、フランス、オランダ、イタリアの企業間ネットワークをもつ「ジェネラル・ビスケット（Jeneral Biscuit）」を買収したのを手始めに、89年にフランス内のナビスコの子会社「ベラン（Belin）」、イギリスの「ジャコブス（Jacobs）」、イタリアの「サイフ（Saiwa）」を買収し、クッキー生産量を急増させる。89年はBSNが食品分野への事業転換した1970年から数えて19年目にあたるが、20年弱でフランス、西ドイツ、ベルギー、スペイン、イタリア、ルクセンブルグ、ポルトガルなど、ヨーロッパ域内では第3位の売上げを記録する食品会社になる。この年までの食品総売上高は同社の公表では487億フラン。

○ ソ連の崩壊で新たな市場が生まれる

1989年11月に世界を驚愕させたソ連の崩壊は、東ヨーロッパに新市場を形成する経済環境を作り出すきっかけとなるが、この事態の変化に向けたBSNジェルベ・ダノン社の対応は早かった。同社は間髪を入れず東ヨーロッパの国別市場調査を行い、西ヨーロッパで同社が生産している乳製品、クッキー、ミネラルウォーターの試験販売に着手する。また、後の現地生産を視野に入れ、地元の乳製品会社と合弁事業契約を結ぶ一方、クッキー製造会社であるロシアの「ボルシェビキ（Bolshevik）」とチェコの「ココラドブニー（Cokoladovny）」の2社に資本・技術面でのテコ入れを約束する。

ソ連・東ヨーロッパが新たな市場に加われば、ヨーロッパ市場はおのずと拡大する。BSNダノン社がこの時期に、クッキー、ミネラルウォーター、乳製品を生産しているギリシャの「パパドポロス（Papadopoulos）」、アイルランドの「ジャコブ（W&R Jacob）」、フランスの「ボルビック（Volvic）」ならびに「モン・ドール（Mont Dore）」、スペインの「ダノン（Danone SA）」各社を傘下におさめていくのは、時の市場変化に合わせたヨーロッパでの事業統合を意図してのものであった。

○ 輸出部門の独立

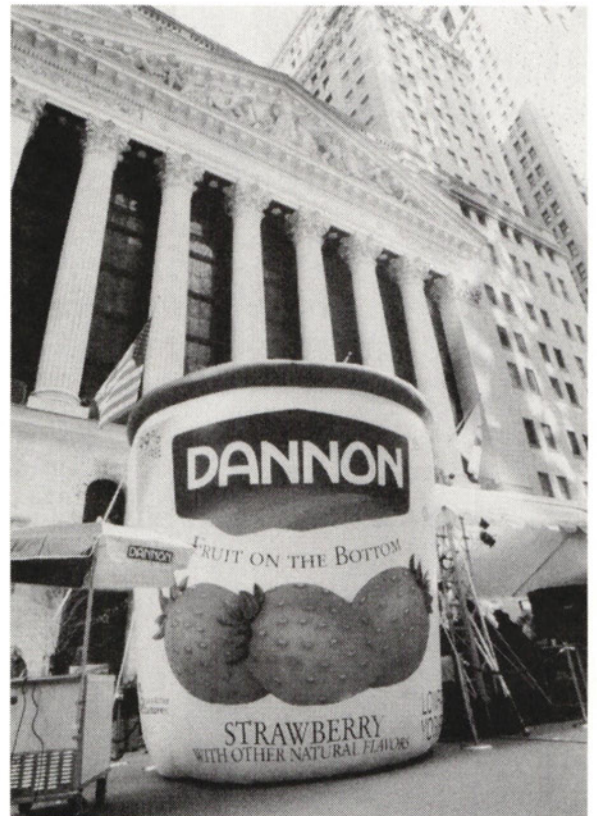
本社機構のなかに輸出を専門に扱う独立した事業部を設置したのは1993年である。この事業部設置の主な目的は、国際的にどのブランドが消費者に支持されているかを調べることと、どの国の市場調査から始めるかの順位づけを行うことの2点であった。しかし、輸出事業の進展にともない、アジア、ラテンアメリカ、南アフリカといった全体で数10億の消費者を見込める新興市場の開発戦略として、関連企業の買収・出資まで手掛けるようになる。当初目的とした事業範囲を大きく超える事業部門への発展は、輸出事業から現地生産へとウエイトを移行する過程でもあった。中国、日本、インドネシア、アルゼンチン、ブラジル、メキシコ等の各国でヨーグルト、ビール、ミネラルウォーター、クッキーが生産され始めたのがそれで、「BSN ジェルベ・ダノン」製品の技術水準は、世界的にも高く評価されるようになっていく。1994年時点で『ダノン』ブランド製品を生産する国は30カ国に達し、総売上高はグループ全体の4分の1を占めるまでになる。

○ 社名を「DANONE」に変更後、ニューヨーク証券取引所に上場

＜社名の変更＞

1994年6月に「BSN ジェルベ・ダノン」は、自社製品の知名度が国際的に広まり定着したとの判断から社名の冒頭を綴る「BSN」を削除し、「DANONE Group」へ変更する。「BSN」の名は、“過去”の輝かしい業績を示してはいても、“未来”のさらなる発展を保障するものでないとの前提に立ち、消費者に親しまれている名称にしたという。また、シンボルを遠くの星を見つめる少年にしたのも、常に将来を見続ける企業をイメージしてのものという。以来、『ダノン』が同社グループの標準ブランドとなり、それまで様々なブランドで売られていたクッキー、ミネラルウォーター、ベビーフードなどの製品は『ダノン』に統一される。同社側が公表した1996年の総売上高は、839億フランである。

NY証券取引所前で上場を祝うダノングループ
(AFP時事)



〈ニューヨーク証券取引所に上場〉

社名を変更してから3年後の1997年11月20日は、これまでの足跡とは異なる意味での大きな節目の日となる。世界最大のニューヨーク証券取引所に上場している15のフランス企業の仲間入りをしたのである。当日はウォール街の一角に大きな天幕が張られ、同証券所に出勤してくるサラリーマン、OLにシンボルである“遠くの星を見つめる少年”の意味も合わせ子供たちが自社製品のヨーグルト、ミネラルウォーターなどを配り上場を祝ったため、ウォール街はさながらダノンの街になったとマスコミは伝えている。

○ 自社製品のブランドを三つに分ける

1997年5月にダノンは、諸外国での市場競争力を強化するため、主力製品を3事業部門に分け、①乳製品を『ダノン』、②クッキーを『LU』、③飲料を『エビアン』ブランドにした。こうした方向づけの背景には、すでにこの3事業部門がグループ全体売り上げの85%を占めるまでに成長した実績に基づくが、この年の下半期から1998年にかけては、パスタ、調味料、ソースなどの3事業部門以外の製品も大きく売り上げを伸ばしている。

一方、グループの製品に使う容器の製造部門では、ドイツの一流ガラスメーカー「ゲルシェイマー (Gerresheimer)」との技術提携を決めている。

翌1998年の総売り上げ高は97年比4.6%増の129億3,500万ユーロに達し、同社のブランドは世界的にさらに広まる。この勢いによって、2000年末までにヨーロッパを除く地域での純売上高を全体の3分の1を占めるまでに引き上げるとしている。この目標値は多少時間に遅れがあったとしても、ここ数年、同社グループが生産するクッキー、ミネラルウォーター、乳製品がラテンアメリカやアフリカ、アジア市場で大きな成長を続けている状況からみると、達成される可能性は高い。97年と98年にはブラジルのクッキーメーカーである「カンピネイラ (Campineira)」を買収し、トルコではミネラルウォーターと乳製品の一流メーカーである「サバンシ (Sabanci)」と販売提携をしたほか、南アフリカの乳製品市場に大きなシェアをもつ「クローバー (Clover)」およびチュニジアの乳製品メーカーである「メッデブ (Meddeb)」との取り引き契約を結ぶなど、これら地域での事業展開の基礎固めが急速に進んでいるとみられるからである。また、マスメディアを使った広報予算も年々増大基調にあり、世界の多くの国でテレビ放映されるスポーツイベントであるワールドカップの公式サプライヤーとして名を売りだしたのもこの1998年であった。

* ダノンと日本の企業・市場

日本市場へ先発欧米各社に伍して本格的に参入するのは、1980年の「味の素」との業務提携からといえよう。また、92年には「味の素」の傘下に入る以前から提携していた「カルピス」(97年9月にカルピス食品工業から現社名に変更)との関係を強化している。乳酸飲料に実績のあるカルピスとダノンのノウハウを合わせ乳酸飲料の新たな開発を行い、これに日本国内ならびにアジア地域に販売網をもつ「味の素」の協力を得るといった図式がダノンのアジア地域での商品開発・販売戦略になっている。

セミナー・シンポジウム

本稿は（社）海外農業開発協会が中国中部地域農業投資促進セミナー（対象地域：山西省、河南省、陝西省）を去る1月26日に開催（JAビル第一会議室）したおりの講師の一人である李里特氏のテーマ「農業投資の実情と展望～ポテンシャル分野を考える～」を収録したもの。（文責編集部）

中国農業大学

副学長 李 里特

投資対象としての中国の食品産業



講演中の李 里特氏

皆さん、こんにちは。私は中国農業大学から参りました李里特と申します。今日は中国における農産物の生産、流通、加工の現状と展望、さらには投資面についての話をいたしたく考えております。内容につきましては時間の制限がありますので、食料生産の現状、食品の流通体制と食品貯蔵・加工・流通の現状、緑色食品、遺伝子組み替え作物について駆け足ながらご説明し、もし、時間が残るようでしたら中国の農業と農産物の行方について、私個人の意見を述べさせていただきます。

◇食料生産の現状

ご存知のように中国の人口は世界最多ですが、都市面積の方は人口の割に極めて狭いのが実情です。農業生産は90年代に入ってからそれまでの不足状況を脱し、著しい伸びを示しております。

中国の食料生産は、食料、肉類、鶏卵、水産品、果物、野菜と並ぶなか、多くが世界の平均を上まわり、日本の水準に接近しております。しかし、ミルクは年間消費量で一人当たり7キ

口しかありません。これはこれまでミルクを飲まなかった中国人の習慣が主な原因といえます。現在、政府はそれを改善し、ミルクの消費を増やす計画を進めております。

食料は全体的に需要を供給が上まわり、結果、食料が売れなくなってきましたが、農家の方では野菜と果物はまだ売れるとの考えから、生産を減らそうとしません。野菜と果物は生産農家にとり唯一の経済作物ともいえますが、ここ数年は供給過剰で価格は下降線をたどり、一昨年あたりからは畜産物についても同様の傾向がみられるようになりました。肉類や鶏卵の値が下がれば消費者は歓迎ですが、そのぶん生産者は苦しくなります。

主な食品の生産量を公表されている統計で見ますと、この10年間で植物油は5倍、肉類は6.1倍、砂糖は3.1倍、ソフト飲料は40倍、乳製品は12.1倍、酒は11.5倍、ビールは47倍に増えるなどの数字が示すとおり、90年代は食料不足を解消ただけでなく、一気に飽食状態を作り出すまで需給関係を変化させました。私は1988年に日本での留学を終え帰国したのですが、その時の食糧はまだ配給制でしたので、食堂では例えお金をもっているでも食券がなければ食べられない状況でした。それが僅か7年後の1995年には農産物は供給過剰で売れにくくなり、値段もどんどん下がりますのですから、帰国時の食糧事情を振り返りますと隔世の感を抱きます。こうした結果をもたらしたのは、中国の農業技術の向上、すなわち灌漑設備、育種、農薬、化学肥料、マルチ栽培などの高い技術の応用に加え、農村が人民公社から個人経営に転換したなどの要因が挙げられます。また、外貨保有高の増加と世界各国との交流促進が相乗効果を発揮し、多量の輸入をも可能にしました。

国民の平均一人当たり穀物消費量がアメリカの800キロに対し400キロと半分しかないのに売れないのは、国民の80%を占める農民が自給自足に近い生活を営んでいるからにほかなりません。一般に農家は自己消費量を越えた穀物を保存にまわしますので、現金での食糧購入者は極めて少ないといえます。私がいくつかの農家を対象に調査したところでは、2年から3年分の食糧が保存されておりました。例えば陝西省の北部です。ここは干ばつの多い地域で、今年訪れたおりは過去2年間も収穫がなかったのに、しっかりと食糧が保存されていたため、飢餓が起こる心配はありませんでした。

しかし、中国の農業生産を安定的に維持・発展させるには、こうした状況が続くことは望ましくなく、営農への構造転換を図るとともに流通体制の整備、さらには国際化への対応が必要になります。

◇食品の貯蔵・加工・流通の現状

従来の農産物の流通は、ご存知のように日本とは違って、いくつかの部（省）が所轄してきました。農産物と食品加工業は国内貿易部に属し、農産物流通は供銷総社（供給・販売を行う組織）ならびに食糧備蓄局が担当、ほかに部分的ながら農業部や外資企業、農村（郷鎮）企業が担ってきました。

食品製造をする食品工業は、元の軽工業部、現在の軽工業総局の管轄ですが、軽工業総局の統計には、タバコの製造や飼料も含まれております。計画経済から市場経済へと転換してからまだ年数が浅いこともあって、加工と貯蔵、流通システムは十分な発展段階には至っておりません。

生産農家は小規模な生産をしているため、農



写真－１ リンゴの路端売り（陝西省洛川県）

産物の規格や品質についての意識が低く、結果、品質の優れた外国産が輸入される新たな状況が生まれてきております。例えばパン作りに必要な小麦は、プロテインの含有量が高い外国産への依存率を下げられずにいます。国内産小麦の品質にバラツキがあるのは、規格ができていないことに加え、農産物の貯蔵と輸送の施設やシステムの大きな立ち遅れが主原因といえます。各地では選別、洗浄、予冷、乾燥施設、保冷車などの絶対的不足に加え、農産物を出荷する組織機能が育っておりません。日本では流通企業と生産農家との間を結ぶパイプができているのに対し、中国の場合はケンタッキーやマクドナルドのような数少ない例を除くと、生産農家が企業に対しポテトやトマトなどを供給する体制ができておりません。

次に、私が最近見てきたいくつか現場の状況をご紹介します。まずは中国の中西部に位置する陝西省北部です。リンゴの産地としては世界一の適地と断言する国内の調査報告があるところで、国連の援助を受け、“紅富士”に代表

されるいくつかの有名品種を栽培しております。私が訪れたおりは収穫量に見合った需要がなく、道路端で日本円換算でキロ15円ほどで売られていました（写真－１参照）。

陝西省はリンゴの栽培面積が25万ヘクタールあり、生産地の集まっている地域では、車で数100キロメートル走る間、道の両側に多くのリンゴ栽培園をみることができます。

青果物・果物の消費が下降線をたどっていないのは、これらの成分が90％水分であるため、他の食品より弾力性が特段に高いからだと判断されます。

陝西省北部の干ばつ地域では、食料作物の生産をとりやめ、簡易温室でナツメを生産しております。ナツメは国内はじめ東南アジアの華僑が漢方原料に使いますので、今後もある程度の需要増が期待できます。同省のある地方に所在する国内有数のナツメ加工企業の工場でナツメを選別している現場を視察しました。ここでの作業のほとんどは包装も含め人手でしたが、それでもこの辺りでは最も進んだ工場で、種々の

ナツメを素材とする食品開発が進められておりました。周辺ではここが唯一の組織だった企業なのですが、加工技術面ではまだこれからといった印象を受けました。

陝西省北部に所在するアンズの種を缶詰にする工場も極めて簡易な設備で、皮剥きも人手で行われておりました。アンズの種は栄養価に富む機能性の高い食品のなかに入ります。私は現地の県知事と一緒にここを訪れたのですが、面談した企業側の幹部は、新たな生産性の高い工場を建設するうえで、国内外企業との合作を強く望んでおりました。

同じく陝西省内の県に所在するアンズの殻から活性炭を作る工場を訪ねましたが、ここは県内で利益をあげる数少ない工場であるとともに、税金を収められる企業ということでした。

今回、私が陝西省内でいくつかの企業の工場を見る機会を得たことは、現在、どのような農産物を加工しているのか、また、設備の水準はどの程度なのか等を知るモデルのようなものでして、県によっては工場が全くないところもあります。

山東省では多くの県が発展計画の柱の一つに青果物を置いており、なかでもリンゴとナツメ栽培に力を入れております。ナツメの加工については外国の投資に期待を寄せておりました。内モンゴルは、食糧から野菜生産へと栽培対象を変えつつあり、収益性を上げるために韓国からビニールハウスを導入する生産者が増えております。砂漠周辺に近代的な温室を建て、先端設備を駆使して花卉と特別な野菜、生薬の栽培・開発に力を入れているところのほか、ジャガイモ、カボチャといった一般的な作物を栽培している現場にも足を運びました。内モンゴル各地には、近代温室を使うような高い栽培技術

の導入をしたいとの強い要望があり、また、台湾資本が輸出用の花卉栽培に投資し、すでに商業ベースにのせ、高い収益を上げているとの説明を受けました。当地ではトマト産地へも足を運びました。国内でトマトを栽培するには、新疆ウイグルと内モンゴルが最も適するといった中国専門家の調査報告もありますが、すでに台湾メーカーが契約栽培という形で集荷し、大量のケチャップを生産しております。

◇青果物流通の現状

貯蔵と流通の分野はまだこれからといった段階です。貯蔵庫は多くが本来の役割を果たしておりませんが、最近是比较的良好な貯蔵庫が作られるようになってきております。内モンゴルでも同様の傾向が見られます。農家はインゲン豆を馬車で集めてこの貯蔵庫に入れ、南部の広東省にトラックを使って出荷しております（写真－2参照）。貯蔵庫の内部に布団のようなものがたくさん積まれているのを見たとき、私は用途がわかりませんでした。説明によると、冬の寒い時期にトラックで農産物を卸売り市場へ運搬するさい、保冷用に使うとのことでした。

北京市にある大鐘寺は、農産物の卸売り市場として国内では有名ですが、東京の大田市場とは異なり、市場内に農産物を置いて売るといったスタイルです。近郊の農家が自らの畑で収穫した農産物を小型トラックで運んできて直接売りますが、値段は他の場所より安くなっております。

次に流通面について、大鐘寺卸売り市場で見た例を挙げます。河南省の開封市からトラックで運ばれてきた5トンほどのピーマンの多くは潰れ、臭いを発するまでに変化しておりました。800キロもの輸送距離があったことが原因です。



写真—2 広州商人によるインゲン豆の買い上げ（内モンゴル）

冷蔵車でなければ、せっかく運んでも商品としての価値をなくしてしまう典型です。やはり遠隔地から10トンを積んできた生産者に聞いたところ、4分の1にあたる2.5トンを傷ませてしまったといいます。彼の場合、産地値は1キロあたり0.2元（約3円）でしたが、仲買人から1キロあたり1.5元以上になるとの情報を得、2,000元の売り上げを予想して運んできたそうですが、実際は0.4元でも売れず、ガソリン代も出ないと泣いておりました。

青果物の小売りは、大鐘寺卸売り市場で個人販売者が買い、市内の各地域に三輪車で運ばれます。大鐘寺市場からおよそ3キロ離れた私の大学の傍らの市場では、大鐘寺市場の2～3倍の値段で売られており、売れば販売者の儲けとなりますが、生産農家の取り引き値とは無関係です。

◇「緑色食品」誕生の背景・経緯

近年、国内では「緑色食品」という言葉が盛

んに使われるようになってきましたが、どういう食品を指すのか、また、これを発展させる目的、定義、基準はどうなっているのか、といった点について触れます。

緑色食品が誕生する背景には国内の環境汚染や農薬の乱用からくる問題の深刻さがあります。消費者は食料不足の時代には量をいかに確保するかが最優先課題でしたが、今日では汚染のない身体に安全な食品を求める指向が強まっております。

1989年12月に農業部の農墾司は、国営農場の発展5ヵ年計画を作成したさい、安全性のある重点食品作りが必要であるとの決定に従い、これらの食品を「緑色食品」と名づけました。この名称は健康なイメージを与えるようにとの考えから生まれたものです。農墾司に所属する国営農場の大部分は、新疆ウイグル、東北部、海南島などの辺鄙なところに所在することから、生産される作物は工業化からくる汚染度が少なく、他地域に比べクリーンな環境を維持してお



中国緑色食品発展センターが定めた認証マーク

ります。そのため、農懇司は農村環境保護センターの設立に続き、1990年5月に緑色食品開発事務室を設置し、ここを国が認める緑色食品の格付け機関としました。以来、緑色食品の規格・基準を満たしていると認められた食品は、「緑色食品」のマークが付けられるようになりました。この規格・基準は91年に有機農業国際連盟（IFOAM）の基準を参考に修正されております。

緑色食品は、農業の生態環境を保護し、食品の持続的な生産と健康食品のニーズに応じるだけでなく、生産農家と食品メーカーの利益を確保し、農産物の輸出を促進するといった多くの役割を担っております。

これらを実現するには、最低次の3点を強化する必要があります。

第一は、産地の良好な生態環境を守り、原料産地と周辺環境を厳しく監視して、緑色食品の生産に支障を与えないようにする。

第二は、製品の品質確保の見地から産地と食卓をつなぐ過程を厳密に管理する。

第三は、法律で定めた格付け制度と認証マークを管理し、良質食品を消費者に提供する。

今日、各食品メーカーが自社製品に緑色食品

マークを付けたいと望むのは、それにより製品に対する消費者の信頼度が高まるからです。しかし、今日の状況をみますと、緑色食品のマークが付いてさえいれば、すべてが良いものと無批判に受け止める人々が、消費者の側に多くなっている感がありますので、今一度「緑色食品」誕生の背景、目的について問う必要があると、私は考えております。

「緑色食品」は諸外国では有機食品、生態食品、日本では自然食品と呼ばれるなど、国により名称は異なりますが、いずれも資源節約と環境保護を図る生産管理システムをもって有機生産・加工をするという点で共通しております。

中国の緑色食品は、外国の有機食品と比較・区別ができるように、1994年にAA級とA級に分けられました。AA級は国際的な有機食品の基準、すなわち生産・加工過程で有害な化学肥料、化学農薬、動植物用の成長促進剤、食品用の化学添加剤、そのほか環境や人間に有害な一切の物質の使用を禁止する、という規定に従って生産された食品です。

これに対しA級は、生産・加工過程で、安全性の高い原料であれば、化学・合成物質であっても使用できるとしております。しかし、両者ともに遺伝子組み替え生物の使用は禁止しております。

現在、「緑色食品」を管理する機関は農業部に属する中国緑色食品発展センターで、その下部機構として各地に38ヵ所の支部を置くとともに、海洋は海面環境の監視・検査を行う機関を56ヵ所設置しております。緑色食品の規格の格付けは法制化されていきますので、規格検査に合格しなければマークの使用はできません。また、合格後も有料の定期検査を受ける義務づけがされております。その検査で規格外と判定されれば、

認可済みであってもマークの使用権を失います。罰則の詳細を私は承知しておりませんが、関係当局から聞いたところでは法律に基づき処罰するそうです。

1998年末時点で緑色食品のマーク使用ができる品目は、統計によりますと全国で1,018を数え、総生産量は840万トン、原料作物の作付け面積は225万ヘクタールに達しております。また、これら緑色食品を手がける製造企業数は619社に及び、総売上高は285億元まで増大、うち80%ほどの企業が製品開発とマークの信頼度をもって利益を確保しているようです。青果物分野の緑色食品は、果物が129品目、野菜が144品目です。

◇有機食品の現状

WTOへの加入をま近に控え国際競争力の強化が至上命題になっているなかで、沿海各省は輸出向け農産物の発展に努めております。特にヨーロッパは有機食品のニーズが高いので、この地域の市場を開拓するには、有機食品の生産水準が今のままでは対応できません。政府はこの点を視野に入れ、現在、国家環境保護総局の下に有機食品発展センターを設置、「緑色食品」と同じように環境に重点を置いた格付け制度を設け、検査で合格したものに限りマーク付けを認めております。山東省など沿海都市には有機食品の協会も設立されています。

現状にみる有機栽培は原始的といってもよいほどの技術水準にとどまっておりますので、有機栽培を行えば収量が減るだけでなく、形も見劣りするなど改善点が多く、国際市場に出すまでには、もう少し時間を必要としましょう。中国の有機栽培は緒についたばかりですが、中長期的な観点に立てば新たな発展分野になると予

想されますので、今後は生物肥料、生産技術、環境科学などの分野で、先進国の高度な技術協力を得ての発展が期待されます。

◇遺伝子組替え作物

中国がバイオテクノロジーと遺伝子組替え技術に取り組みはじめたのは80年代前半です。当時、ハイレベルの技術発展計画は「863計画」と呼ばれていましたが、そのなかに遺伝子組替え技術が新たに重点プロジェクトとして加わったわけです。1996年までに研究されている遺伝子組替え植物は47種類、関係する遺伝子は103個ですが、現在、商品として強化されているのは6種目しかありません。貯蔵性の高いトマト、北京大学が作ったウイルスへの耐性ピーマンとトマト、病虫害に強い綿(抗虫綿)、アメリカの遺伝子に転換した綿などがそれです。これらのなかでは、抗虫綿の栽培面積が一番多くなっております。

中国の遺伝子組替え技術の発展計画は次の五つにまとめられます。

- (1)積極的に世界の遺伝子研究に参加する。特に重要な作物の機能的遺伝子に着目する。
- (2)従来の育種法と並行した研究の取り組みをする。
- (3)効率的な遺伝子交換・再生システムを確立する。
- (4)遺伝子組替え植物の安全性の評価を強化する。特に食用作物には慎重な対処をする。
- (5)日本とヨーロッパの市場を注視する。ヨーロッパは遺伝子交換を嫌うので、中国も急激な発展をさせない。

◇農業・農産物の将来

現在、中国人が日々食している食品のなかで加工食品が占める割合は15～25%の範囲にとどまっておりますので、産業としての食品加工分野は先進諸国に比べ大きな発展余地を残しているとみられます。

国内の食品市場の潜在力は非常に大きいのですが、実際の市場になるには科学技術の高度な発展に応じる優秀な技術者の育成、加工技術の改善、施設や包装、保存や輸送など、近代化に欠かせない多くのハードルを越えなければなりません。

分野としては、食品と飼料、特に畜産分野の発展潜在力が高いとみて間違いのないでしょう。私が行った調査を基に総合的な判断をしますと、外国からの投資は、現代農業のモデルとなる農業と農産物をつないだ形で、企業経営ができるか否かがポイントになります。花卉を含む青果物の生産および流通・加工はその一例です。

大豆については、すでに国として発展計画を作っておりますので、豆を含む雑穀の利用など、農産物の高度利用と環境改善の技術が必要になります。機能性の高い食品材料の生産と加工に必要な技術は多くの地が求めているものです。また、観光農業や現地パートナーを養成するための事業も潜在力が高いので、一つの投資分野になるかもしれません。

次に今年1月はじめに開かれた農村工作会議で決まった中国農業の新たな推進計画の要点をまとめてみます。

- (1)すでに農産物の量の不足は克服されているので、今後は農産物の品質を全面的に向上させる。
- (2)畜産を発展させる。米やトウモロコシは、貯蔵倉庫が満杯になるほどの余剰状態が続いて

いるので、飼料にまわせる余裕がある。

- (3)農産物の加工を発展させる。農家は付加価値の高い作物を作る必要がある。
- (4)農業地域の産業構造を合理化する。沿海や大都市近郊に比べ中西部の多くは生態や自然環境に恵まれないので、林、草地、湖をみがえらせ、林業や畜産を発展させ、生態系を改善する必要がある。
- (5)国内人口の80%は農村住民であることから、農村の労働力の需給構造を調整し、第2、第3次産業への転換を促進する。

これらの新しい計画に基づき、全国各県では今年から外部資金を導入するための準備を始めています。最近、私は浙江省で外資を誘致するための農業科学技術招商大会に招かれて出席しましたが、そこには台湾、香港、日本の講師が招かれておりました。このような外資誘致のための会議は省レベルにとどまらず県レベルでも多数開かれるようになってきております。また、今一番注目を集めている事業に西部地域の大開発計画がありますが、この計画と農業投資の関係について触れるのは与えられた時間の関係で、次の機会に譲ることとします。

最後になりますが、皆さまがたが中国での投資をお考えになるようなおり、何かお役にたつのであれば、いつでもご協力する考えであることをお伝えし、私の話を終わらせていただきます。ご静聴ありがとうございました。

JICA開発投融資事業に係る活性化策の実施について

農林水産省

国際協力計画課事業団班

TEL：03-3502-8111(内線2849)

1. 趣旨

- (1) JICA（国際協力事業団）開発投融資事業における担保措置については、従来銀行保証（銀行が連帯保証を行う）に限定していましたが、昨今の金融情勢の影響を受け、銀行保証の取付けができないために事業の申請を断念する事例が増えています。一方、銀行と同等以上の信用格付けを有する企業等も多く存在しています。
- (2) また、近年の民間企業の海外進出は、現下の経済情勢を反映して伸び悩んでおり、試験的な事業又は公共性の強い事業は、実施されにくい状況にあります。
- (3) このような状況下で民間企業の海外進出を促進するとともに本事業の活用を図っていくために、下記のとおり貸付条件の緩和を平成11年4月1日から実施しています。（別表参照）

2. 担保措置の緩和

従来融資に際しては、原則として銀行保証が必要でしたが、今般、保証人を銀行以外の企業等にも拡大しました。又、物的担保（国債等）のみによることも可能となりました。

3. 貸付条件の緩和

- (1) 最優遇金利（年0.75%）の事業規模枠が拡大されました。
 - (イ) 試験的事業：3億円以下 → 5億円以下
 - (ロ) 関連施設整備事業：20億円以下 → 30億円以下
- (2) 最優遇融資比率（100%）の適用枠が拡大されました。
 - (イ) 試験的事業：3億円以下 → 5億円以下
 - (ロ) 関連施設整備事業：4億円以下 → 7億円以下
- (3) 融資比率がアップされました。
 - (イ) 試験的事業：3億～15億円以下75% → 5億～20億円以下85%
 - (ロ) 関連施設整備事業：4億～30億円以下70% → 7億～45億円以下85%
- (4) 特別関連施設整備事業が新設されました。
 - ①施設整備後に相手国政府等に無償で譲渡されるもの、②相手国政府等の所有する施設の改修事業、③環境保全型造林事業及び④環境負荷の軽減を図るための施設整備事業（当該国の環境基準を上回るもの）：45億円以下 融資比率100% 金利0.75%

国際協力事業団開発投融資事業貸付条件

平成11年4月1日

事業区分	事業規模	融資比率	融資限度額	金利	償還期限	据置期間	備 考
試験的事業	5億円以下	100%	5億円	0.75%	20年以内 ※1 (30年以内)	5年以内 ※1 (10年以内)	(1) 20億円を越える事業又は先進国で行う事業については、個別協議。
	5億円超～20億円以下	85% ※2 (100%)	17.75億円 ※2 (20億円)	2.5 ～3.5%			(2) ※1の条件は、基盤・造林及び環境保全型造林事業について適用。 (3) ※2の条件は、環境保全型造林事業について適用。
関連施設整備事業	一般	7億円以下	7億円	0.75%	20年以内	5年以内	(1) 45億円を超える事業については、個別協議。 (2) ※3の条件は、施設整備後に相手国政府等は無償で譲渡されるもの、相手国政府等の所有する施設の改修事業、環境保全型造林事業及び環境負荷の軽減を図るための施設整備（当該国の環境基準を上回るものに限る。）について適用。
		7億円超～30億円以下	26.55億円				
		30億円超～45億円以下	39.3億円				
	特 別 ※3	45億円以下	45億円	0.75%	30年以内	10年以内	

(注) 環境保全型造林事業とは、途上国の緑の回復に資する目的で実施される事業です。

* 融資に際しては、本邦銀行やその他企業等の保証又は物的担保（本邦の国債等）が必要です。

海外農林業開発協力促進事業

(社)海外農業開発協会は昭和50年4月、我が国の開発途上国などにおける農業の開発協力を寄与することを目的として、農林水産省・外務省の認可により設立されました。

以来、当協会は、民間企業、政府および政府機関に協力し、情報の収集・分析、調査・研究、事業計画の策定、研修員の受入れなどの事業を積極的に進めております。

また、国際協力事業団をはじめとする政府機関の行う民間支援事業（調査、融資、専門家派遣、研修員受入れ）の農業部門については、会員を中心とする民間企業と政府機関とのパイプ役としての役割を果たしております。

海外農林業開発協力促進事業とは

多くの開発途上国では、農林業が重要な経済基盤の一つになっており、その分野の発展に協力する我が国の役割は大きいといえます。そのさい、当協会では経済的自立に必要な民間部門の発展を促すうえで、政府間ベースの開発援助に加え、我が国民間ベースによる農業開発協力の推進も欠かせないとの見地から、昭和62年度より農林水産省の補助事業として「海外農林業開発協力促進事業」を実施しております。

当補助事業は今日までの実施の過程で、開発途上国における農林産物の需要の多様化、高度化などを背景とする協力ニーズの変化および円滑な情報管理・提供に対応するための拡充を行い、現在は次の3部門を柱としております。

1. 優良案件発掘・形成事業（個別案件の形成）

農業開発ニーズなどが認められる開発途上国に事業計画、経営計画、栽培などの各分野の専門家で構成される調査団を派遣して技術的・経済的視点から開発事業の実施可能性を検討し、民間企業による農林業開発協力事業の発掘・形成を促進します。

民間ベースの開発途上国における農林業開発事業の企画・立案に関して、対象国の農林業開発、地域開発、外貨獲得、雇用創出、技術移転などの推進に寄与すると期待される場合、有望作物・適地の選定、事業計画の策定などに必要な現地調査を行います。

相談窓口

民間ベースの農林業投資を支援

2. 地域別民間農林業協力重点分野検討基礎調査（農業投資促進セミナーの開催）

農業投資の可能性が高いと見込まれる地域に調査団を派遣して、当該地域の農業事情、投資環境、社会経済情勢を把握・検討し、検討結果に基づく農業開発協力の重点分野をセミナーなどを通じて民間企業に提示します。

セミナーでは、農業投資を検討する上で必要となる基礎的情報とともに、現地政府関係機関および業界各方面から提出された合併等希望案件を紹介します。

これまでに、①インドネシア、②ベトナム、③中国揚子江中下流域、④中国渤海湾沿岸地域、⑤中国揚子江上流域、⑥中国南部地域（雲南省、広西壮族自治区）、⑦中国北部地域（内蒙古自治区、寧夏回族自治区、甘肅省、新疆ウイグル自治区）を対象にセミナーを開催しました。

3. 海外農林業投資円滑化調査（情報の提供と民間企業参加による現地調査）

投資関連情報の整備・提供を行うとともに、主に海外事業活動経験の少ない企業などを対象に、関心の高い途上国へ調査団を派遣し、当該国の農業開発ニーズ、農業生産環境などを把握します。

業界の団体、あるいは関係企業などの要望に沿った現地調査を企画・立案し、協会職員が同行します（毎年度1回）。現地調査では、現地側の企業ニーズ、投資機関などの開発ニーズを把握するとともに、事業候補地の調査および現地関係者との意見交換などを行います。参加にあたっては、実費（航空賃、宿泊費、食費など）の負担が必要ですが、通訳・車両用上などの調査費用は協会が負担します。

また、本調査の結果概要をはじめとする投資関連情報を提供するため、季刊誌を発行しています。

（社）海外農業開発協会
第一事業部
TEL：03-3478-3509

農林水産省
国際協力計画課事業団班
TEL：03-3502-8111（内線2849）

海外農業投資の



通巻第14号 2000年2月20日

発行／社団法人 海外農業開発協会 (OADA)

Overseas Agricultural Development Association

〒107-0052 東京都港区赤坂 8-10-32 アジア会館 3 F

○編集 第一事業部 TEL 03-3478-3509

FAX 03-3401-6048

E-mail oada@a1.mbn.or.jp



北米の 「ノコギリヤシ」

学名：*Serenoa repens*.

[ヤシ科：PALMAE]

英名：Saw Palmetto

90° W

アメリカ南東部ノースカロライナ州からフロリダ州、テキサス州、メキシコにかけて分布。葉の縁のギザギザが命名の由来。高さ1~2mに生長し、春に白い花をつける。

昔からインディアンは種子をすり潰し強壮剤として食したほか、膀胱・尿道疾患の治療に利用されていた。最近の研究で前立腺の不調緩和に効果が高いことが分かり、イタリア、フランス等ではすでに医薬品原料として利用されている。アメリカや日本では機能性栄養補助食品に利用されている。

(第一事業部 井佐彰洋)

30° N

OADA

Overseas

Agricultural

Development

Association