

第4回 シルクロード沿線諸国の農業ビジネス 拡大可能性と日本企業の事業機会



谷口麻由子



石本 仰



植村哲士



日下瑞貴

CONTENTS

- I シルクロード沿線諸国に見られる農業分野の特徴ある取り組み
- II 各国の農業の特徴
- III 日本とシルクロード沿線諸国の農業ビジネス拡大におけるポイント
- IV 日本への原材料供給地として魅力的な中央アジア・コーカサス地域の活用を

要約

- 1 シルクロード沿線諸国は、近接する国でありながら、文化や気候など異なる特徴を持っている。これらの国では農業は観光と並ぶ基幹産業となっており、経緯は異なるものの、各国においてあらためて強化されている。
- 2 各国では、ソ連時代に単一作物を大規模に生産していたが、近年、各国の特徴を活かした農業へ転換が進んでいる。
- 3 ウズベキスタンでは、ロシア向けの輸出に再注力し、コーカサスの国々は新しいマーケットの開拓を進めている。また、中央アジアと欧州を直結する整備中の物流網を活用したり、オレンジワインブームなどの新しいトレンドに乗り新規市場を開拓したりしている。
- 4 一方で、現地生産者と海外事業者をつなぐきっかけが不足しており、認知度の低さもあり、十分な成果が得られているとはいえない。
- 5 これらの地域は、品質のよい果実や乾燥帯に自生する漢方薬原料、ユニークな歴史を持つワインなど、ほかの地域では手に入らない魅力的な農産物が多く、今後の取り組み次第で、さらなる発展が期待される。

I シルクロード沿線諸国に見られる 農業分野の特徴ある取り組み

旧ソビエト連邦共和国（旧ソ連）に所属していたウズベキスタン、アルメニアなどのシルクロード沿線諸国は、1991年の旧ソ連崩壊後に独立し、政治経済体制の変化を経験してきた^{文献1}。

農業においても、旧ソ連崩壊後、顕著な変化が見られる。旧ソ連諸国では、連邦内諸国の地形や気候など異なる環境に応じて、異なる産業が配置された。農業においても、ウズベキスタンでは綿花栽培、フェルガナ盆地ではメロンやチェリー、カザフスタンは小麦が、コーカサス地方では茶やブドウ、アプリコット、シトラスが栽培された。また、農産加工品も、ジョージアのワイン、アルメニアのコニャックなど分業が徹底されていた。

これらの旧ソ連のシルクロード沿線諸国を取り巻く環境は異なるが、農業分野においても、近年、各国において新たな取り組みが見られるようになってきている。具体的には、ウズベキスタンにおいてトマトなどのハウス栽培に代表される園芸作物の栽培増加、野菜・果実の生産増、ロシアへの輸出増^{文献2}が実現している。アルメニアは海に面していない二重内陸国である上に、隣国のトルコやアゼルバイジャンと紛争関係にあるため、輸出ルートがジョージアやイランに限られる中、果実の缶詰加工やドライフルーツ製造、ハーブや花を使用した化粧品などの開発を行うなど加工度を上げることで、農産物の鮮度を維持することが難しいデメリットの克服と付加価値化の両立を実現している。

石油産業で有名なアゼルバイジャンは、狭

い国土に9つの気候区分があることを利用し、柑橘類やタバコ、茶、米（インディカ種・ジャポニカ種）の栽培と輸出に取り組んでいる。ジョージアは、8000年ともいわれるワイン醸造の歴史を活かし、周辺のロシア、トルコから米国、カナダ、中国、日本へとマーケットを拡大している。

本稿では、シルクロード沿線諸国の農業のうち、顕著な特徴や変化が見られるウズベキスタン、アゼルバイジャン、ジョージア、アルメニアについて、直近の農業の状況や各国の戦略を紹介し、日本企業としての事業機会について論じる。

II 各国の農業の特徴

本稿で紹介する4カ国における農業の概要を示したものが表1である。いずれの国においても農業は主力産業になっており、農業就業比率は高くなっている。また、いずれも農業国でありながら、農産加工品などを含む食料品の輸入が多くなっているのも特徴的である。旧ソ連時代によって特化した作付け作物を栽培する慣習がいまだに尾を引いている。今回紹介する各国は、この特化した栽培作物をさらに強化する（コーカサス諸国）か、今までとは異なる栽培作物を選択する（ウズベキスタン）かで異なる戦略をとっている。

以降、各国の農業の概要について説明する。

1 | 園芸作物への作付転換と 農産品の輸出が進む ウズベキスタンの農業

ウズベキスタンは、中央アジアのシルクロ

表1 ウズベキスタン・アゼルバイジャン・アルメニア・ジョージアの概要

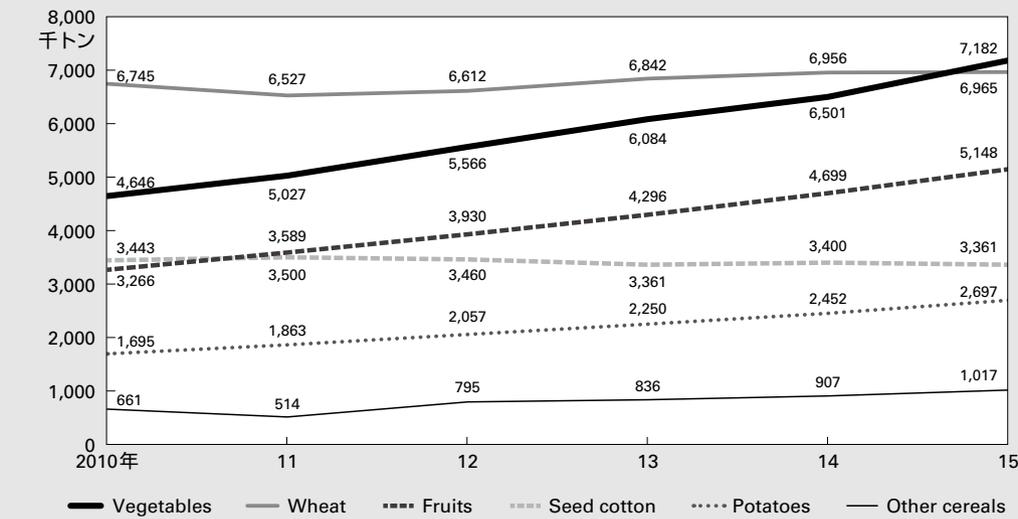
	ウズベキスタン	アゼルバイジャン	アルメニア	ジョージア
国土面積	約45万km ²	約9万km ²	約3万km ²	約7万km ²
農地面積	約370万ha	約400万ha	約150万ha	約250万ha
人口	約3,200万人	約1,000万人	約300万人	約390万人
農業就業比率	約29%	約20%	約10%	約55%
農業生産額	N/A	約56億USD	約15億USD	約10億USD
主要産業	綿繊維産業、食品加工、機械製作、金、石油、天然ガス	石油・天然ガス、石油製品、鉄鉱	農業、宝石加工（ダイヤモンド）、IT産業	農業、食品加工、鉱業
主要農作物	綿花、小麦、果実、野菜	小麦、果実、タバコ	トウモロコシ、果実	果実、ナッツ
GDP	約480億USD	約407億USD	約115億USD	約151億USD
GDPの農業・農産加工品比率	約17%	約10%	約15%	約8%
主要輸出品目	石油・ガス・石油製品、綿繊維、食料品、鉄・非鉄金属	鉱物性燃料、石油および同製品、青果・ナッツ類	銅鉱、たばこ、アルコール飲料、貴金属、ダイヤモンド、アルミニウム	銅鉱、合鉄金、自動車、ワイン、医薬品
主要輸入品目	機械・設備、化学製品、食料品、鉄・非鉄金属、石油製品	ボイラー、機械類、鉄鋼、電子機器	石油ガス類、石油製品、医薬品、ダイヤモンド、輸送用機器、通信用機器	石油・石油ガス、自動車、医薬品、銅鉱
貿易額（輸出）	約139億USD	約138億USD	約22億USD	約27億USD
貿易額（輸入）	約130億USD	約88億USD	約41億USD	約80億USD
主要貿易国（輸出）	ロシア、中国、カザフスタン、トルコ、アフガニスタン	イタリア、トルコ、イスラエル、ロシア、チェコ	ロシア、ブルガリア、スイス、ジョージア、ドイツ	EU諸国、ロシア、アゼルバイジャン、トルコ、アルメニア
主要貿易国（輸入）	中国、ロシア、韓国、カザフスタン、トルコ	ロシア、トルコ、中国、米国、ウクライナ	ロシア、中国、トルコ、ドイツ、イラン	EU諸国、トルコ、ロシア、中国、アゼルバイジャン

(出所) 世界銀行、Azerbaijan Statistical Service、Armenia Year Book、Geostat、The state committee of THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN、CIS投資委員会、各国農業省・経済省などへのヒアリングにより作成

ード沿線に位置し、首都タシケントやサマルカンドなどの主要都市は、古来より肥沃なオアシス都市として繁栄してきた。一方で、ソ連時代からの大規模灌漑の影響で、アラル海が干上がり、乾燥地帯で水不足・土壌の塩害

などの営農上の課題も生じている。ウズベキスタン政府の取り組みや日本を含む海外からの節水農業・塩害対策への支援によって、現在のところ、農業は概ね順調に発展している。このため、ウズベキスタンにおいて

図1 ウズベキスタンにおける主要農産物の生産量推移



出所) FAOSTATより作成

GDPに占める農業の割合は17%、農業の就業人口は総人口の29%であり、食品加工業、繊維産業などを合わせると、農業および農業関連産業はウズベキスタンの基幹産業であるといえる。

ウズベキスタンの主要作物は、伝統的に小麦と綿花である。耐塩性が高く、大規模生産が可能な商品作物として、旧ソ連時代にソフホーズとして大規模栽培が推奨された。ソ連崩壊後に、ソフホーズはフェルメルと呼ばれる単位に再編成され、継続して小麦・綿花の栽培を行ってきた。

また、ウズベキスタンにおいて、果物・野菜などの園芸作物も重要な産品であり、国内消費だけでなく、中央アジアの周辺国やロシアなどへ多く輸出されてきた。特に、最近のロシアへの生鮮野菜・果物の輸出拡大は、ウズベキスタン農業にとって追い風となっている^{文献2}。

近年、ウズベキスタンでは従来の小麦・綿

花栽培を中心とする農業から、より高付加価値の園芸作物への転換を、国家政策として推進している。その結果、2015年には、野菜の生産量が小麦の生産量を超え、園芸作物の生産量は堅調に増加している(図1)。

16年の政権交代によってシャフカト・ミルジヨエフ大統領が就任して以降、園芸作物への作付け転換の動きはさらに加速している。今後5年間で、ウズベキスタン国内で8万haの農業用温室の導入計画が策定されており、ブハラの自由貿易地域(Free Economic Zone: FEZ)へ農業関連の対外直接投資と外資企業の誘致が行われている。これらの政策の推進や、ロシアなどの国外輸出市場の拡大により、ウズベキスタンにおける園芸作物の生産は、今後も成長が期待される。

ウズベキスタンでは、乾燥地帯に特有の高付加価値植物の生産も可能である。たとえば、アラル海方面のウズベキスタン西部では、漢方薬・甘味料の原料となる甘草が多く

自生している。アイズプラント²¹などの塩生植物や、漢方原料のニクジュウヨウ²²については、まだ栽培が行われていないが、今後、栽培と出荷が期待される。また、南東部のタジキスタン・アフガニスタン国境付近の地域では、甘味料の原料であるステビアの生産が奨励されている。

また、ウズベキスタンの肥沃な土壌で収穫される果物（メロン、スイカ、チェリーなど）は品質が高く、生鮮果物はウズベキスタンの主要輸出産品となっている。近年はロシア・CIS諸国のほかにも、フランス、オランダなどの欧州諸国への輸出も始まっている。アジア向けには、ナボイにおいて大韓航空がウズベキスタン航空と空輸ターミナルを共同経営し、生鮮チェリーを多く輸出している。

果物は生鮮のほかにも、ジュース、ドライフルーツなどの加工も行われている。ウズベキスタン製の果物ジュースは、ロシア市場において3～4割のシェアを占め、加工食品の品質が高いことも知られている。

甘草、ステビアなどの乾燥地帯特有の高付加価値産品について、日本は現在、主に中国経由で一次加工品・完成品を輸入している。日本の漢方薬原料の約8割²³を中国に依存している²⁴現状を改善するためにも、日本とウズベキスタンの乾燥地域の農業の結びつきを強めていくことが必要である。

2 | タバコ・シトラス・茶・コメに 注力するアゼルバイジャン

アゼルバイジャンは、石油やガスの産出国であり資源国として知られているが、国土の約半分が農業用地となっている農業国である。1993年～2003年の約10年で農業改革が行

われ、農地の私有化を実現し、300万人以上の農民が農地を所有することとなった。さらに、最新の農業技術や資材を投入するために、国家が中心となって農業機械や農薬、肥料、育種などの支援や資金支援を取り組んだ。16年に国家戦略²⁵で各産業の強化が設定されており、農業分野に関しては農業者の所得拡大策が盛り込まれている。

アゼルバイジャンは、狭い国土でありながら9つの気候区分があり、米や綿花、ナッツ、柑橘類、ブドウをはじめとする果実、茶、タバコなど多様な農作物が生産されている。また、東部のカスピ海沿岸、ロシアとの国境沿いの北部のコーカサス山脈、中央平原など異なる地形や、灰色土、褐色森林土、黄土など異なる土壌が存在する。さらに、植生も乾燥地域であるステップ、砂漠、高山草原、広葉樹林など多様な植生が存在している。

アゼルバイジャンでは、農地制度改革で小規模農家が増加した。また、綿花、茶、タバコ、果実など手間のかかる農作物の栽培が多いため、農家の経営規模は小さい。農業事業体のうち小規模農家の比率は99%に達する²⁶。一方で、旧ソ連時代から穀物やジャガイモの生産を強化してきたことから、小麦の生産量に関して、単位当たり収量は世界平均、ドイツやフランスよりも高いといわれる。これらの穀物に関しては、国の買い取り制度や農業の大規模化が検討されてきた。

一方で、16年の農業改革では、タバコの作付面積の拡大や品種選定の変更により、1ha当たりの収穫量増加と農家の所得拡大の効果があつた。日本のたばこ会社であるJT Internationalは、喫煙者の多いコーカサス各国でたばこの販売拡大をするためにアゼルバイ

ジャンに拠点を設置しているが、タバコの産地であるアゼルバイジャンから原材料の調達を行っているわけではない。アゼルバイジャンでは、国内でタバコの加工はしておらず、輸入品の上位に紙たばこが入っている。JTグループも、コーカサス地域でさらなるたばこの販売促進を進めていく上で、アゼルバイジャンの農家からタバコの葉の調達を行うことが期待されている。

3 | ブランド化された農産加工品に注力するアルメニア

アルメニアは、ノアの箱舟の山といわれるアララト山の隣接地であるアルメニア高原上に立地しており、国土の大部分が山地である。

降水量の少ない地域が多いことや、アゼルバイジャンとの紛争により農地として活用できる土地が限られており、さらに周辺国との紛争などの影響も多く、自給自足の生活が強いられてきたことから農業が主産業となっている。

また、アルメニアは、海のない内陸国である。隣り合うトルコやアゼルバイジャンとは紛争中であり、貿易のための輸送ルートは、ジョージアの黒海に面したポチ港を通じた輸出が主たる輸送ラインになる。このため、加工度を上げて日持ちするような商品を製造して輸出する工夫がされてきた。たとえば、地中海性気候を活かして栽培されている果物・トウモロコシ・豆類は、缶詰、瓶詰め（ジャム含む）、ドライフルーツなどに、また、ブドウは、ワインやコニャックに、さらにはハーブや花や岩石などを色素として利用し、医療や美容向けに活用したり、化粧品として輸出したりしている。

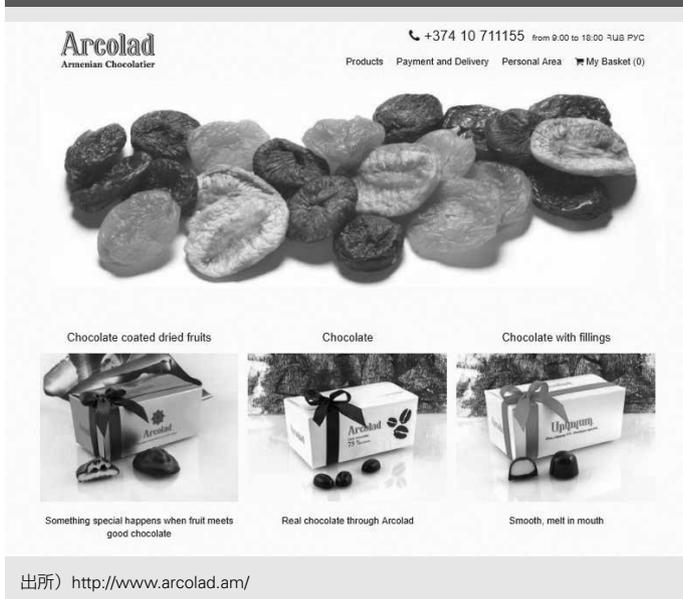
図2 化粧品ナイリアンの販売Webサイト



例として、「NAIRIAN（ナイリアン）」では天然由来の成分を活用した化粧品をブランド化し、純オーガニック化粧品として各国に輸出している。この化粧品は、「食べられる化粧品」というキャッチフレーズの下、欧州を中心に輸出されており、アルメニアを観光で訪れる女性がエレバンでしばしば足を運ぶ有名店となっている（図2）。

アルメニアのりんごと呼ばれ、アルメニアを代表する果物であるアプリコットは、コンポートやドライフルーツなどに加工して輸出されている。アルメニアの高級チョコレートで知られる「Arcolad（アルコラッド）」では、アプリコットやナッツを使ったチョコレートを製造販売しており、空港でも人気のアルメニアを代表するお土産品となっている。日本ではアプリコットのドライフルーツは、トルコからの輸入品が多いが、Arcoladの高級ドライアプリコットは、ネット販売向けの小売単価でも400g約1800アルメニアドラム

図3 ArcoladのWebサイト



(約400円弱)とリーズナブルである(図3)。

アルメニアでは、コンポートやドライフルーツの生産を強化しており、国家の政策として多くの中小企業に対して食品衛生の認証であるHACCPやISOの取得を推奨している。また、歴史の古いアルメニアでは、観光強化の一貫として、主に地方都市で、農業観光の強化を実施している。果物の収穫体験、ワインやウオツカ作り、民泊やレストランなど日本という6次産業化の取り組みが既に始まっており、地方部の雇用創出や観光立国としての農産物を使ったお土産品開発などが進んでいる。

4 | ワインを中心に展開する ジョージアの農業

ジョージアは小規模農家が多く、大規模農家はほとんどない農業国である。農業の中でも主要産業であるワイン製造においても、多くのワイナリーは中小規模のワイナリーとな

っている。労働就業率の約55%が農業従事者、農業はGDPの約8%と小規模零細農家がこの国の農業を支えている。

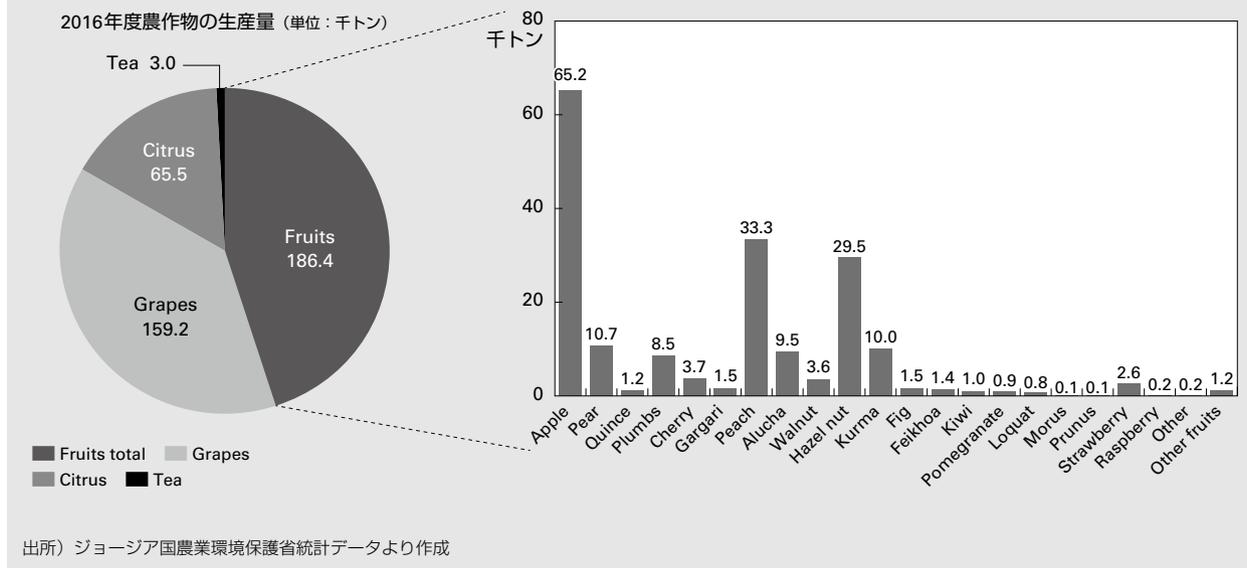
ジョージアでは、2005年に農地改革を実施し、国有地の約25%を民営化した、さらに約30%を国が賃貸しており、民間の所有する農地は半数を超えた。ほかの産業でも民営化に力を入れてきたジョージアであるが、自由競争でビジネス環境が活発化するほど発展していない農業分野は、発展するための工夫が必要である。現在、多くの農家は小規模な家族経営となっている。農業生産量のほとんどが果実であり、生産に手間のかかる農作物が多い。そのため、生産した果実は、国内マーケットとロシアへの輸出が多く、ワイン生産を除き、加工せずに出荷している(図4)。

ジョージアで地方部を訪れると目にとまるのは、ブドウ畑とヘーゼルナッツ畑である。

ブドウに関しては、多品種少量栽培が特徴であり、多くはワイン向けである。ジョージアワインは、8000年の歴史を持ち、ロシアのラストエンペラーであるニコライ2世に献上された歴史を持つ(図5)。クヴェヴリという素焼きの甕を土に埋めて醸造する伝統的なワイン製法は、13年12月にユネスコの世界遺産に登録された。

ワイン産業は、農業省傘下にある国家ワイン庁(National Wine Agency)の管轄となっており、技術指導やプロモーション、統計も管理されている。450以上の土着品種のブドウにより個々のワイナリーがワインを醸造し、ロシアを最大のマーケットとして輸出してきたジョージアであるが、06年にロシアが政治的な理由によりジョージアからのワインとミネラルウォーターの輸入を禁止したこと

図4 2016年度のジョージアのフルーツ生産量



により、新たなマーケットの開拓が必要となった。さらに、北西部のアブハジアに関するロシアとの紛争の後に、西部で生産量の多いナッツや柑橘類の生産は大幅に減少した。このため、ワイン産業のさらなる強化と輸出先の拡大を重点的に取り組んでいる。

ワイン産業のさらなる強化策として、ジョージア政府は、ブドウ生産者に低利での融資を行ったり、ブドウ畑の認証システムを改革したり、生産地ごとの収穫量の規制を設けたりするなど、ワインの品質改善を主導する取り組みも導入している。この結果、ワインやブランデーなどのアルコール飲料は輸出商品リストのトップ10に入り、全体の輸出量の約5%を占めている。

ジョージアワインは、現在中国向けの輸出が急成長している⁷。日本向けに関しても18年では、対昨年比50%超の増加となっており、まさに輸出拡大が始まったところである^{8, 9, 10}。日本におけるジョージアワイン

図5 ジョージアワイン



出所) 国家ワイン庁 (National Wine Agency)

のマーケティング活動として、ジョージア国家ワイン庁や在京ジョージア大使館¹¹は、1976年から開催されアジアで最も大規模な展示会の一つである「FOODEX JAPAN」に出展している。ジョージア側は、ワインの新たなマーケット開拓に積極的であるが、日本

の消費者の間でジョージアワインの認知度がいまだに低い。伝統製法のジョージアワインやブドウをベースとしたリキュールのチャチャなど日本ではまだ流通が活発ではない。日本ではなかなか味わえないブドウの品種で醸造されたワイン、ワイナリーごとに異なるブレンドがされており多種の味を楽しむことができるジョージアのワインやアルコール飲料の日本での普及が期待される^{注12}。

Ⅲ 日本とシルクロード沿線諸国の農業ビジネス拡大におけるポイント

日本とシルクロード沿線諸国の農業分野のビジネス拡大のためには、多くの課題が存在する。第一に、シルクロード沿線諸国の農産物に対する日本側の需要をいかに喚起するかということである。実際には中国経由で入ってきているシルクロード沿線諸国産の農産物を直接取引に変える（第Ⅲ章1節）、世界的なブームに関連するシルクロード沿線諸国産品をブームに乗せて日本国内で販売することが考えられる（同2節）。第二に、シルクロード沿線諸国と日本の取引費用を低減することで、取引を促進することが考えられる（同3節）。また、輸送費を低減するために、現在の輸送方法の空き容量の有効活用も考えられる（同4節）。さらに、日本の中小規模の需要とシルクロード沿線諸国の中小の供給能力をマッチングさせる機能の強化も必要である（同5節）。これらについて、次に詳述する。

1 | 間接的に仕入れている原材料の直接取引

ウズベキスタンで収穫される甘草やエンド

ウ豆は、現在、中国で加工され、農産加工品として日本に輸出されている。これを日本とウズベキスタンの間で直接取引することが、第一歩といえる。このためには、ウズベキスタン側で、生産や一次加工の品質管理能力を育成する必要がある、日本側も協力する必要があると考えられる。

2 | ブームをきっかけとするニューマーケットの開拓

現在、世界中でオレンジワイン^{注13}のブームが到来している。ジョージアを含むコーカサスのアルメニアやアゼルバイジャンでも、素焼きの甕であるアンフォラを地中に埋め込み、そこでブドウを醸す伝統製法でワインを醸造してきた。この伝統的なワイン造りのスタイルにインスピレーションを得たフランスやイタリアの著名なワイナリー、特にイタリアのラディコンやグラブナーの素晴らしいワインがオレンジワインのブームを巻き起こした。ヨーロッパの各地、フランスやオーストリア、ドイツ、そして世界中のワイン産地でオレンジワインが造られるようになり、ブームが巻き起こっている。

オレンジワインのブームの効果もあり、日本では、ジョージアワインが知られ始めた。日本航空では、オンラインショッピングでソムリエがこだわり抜いたワインを販売しているが、オレンジワインとしてジョージアワインが初めて紹介された。

3 | 関税軽減や通関手続きの簡素化による輸入ビジネス機会の増加

ジョージア政府は、隣接するアゼルバイジャンやアルメニアに加え、EUとの自由貿易

協定（FTA）など、対外貿易を強化してきた。2018年5月1日にジョージアとすべてのEU諸国はFTAの締結を完了させ、欧州自由貿易連合（EFTA）加盟国とのFTAが発効した。また、インド（交渉中）、イスラエル（共同調査中）、米国（交渉開始に向け準備中）とのFTA締結を目指している。ジョージア政府はFTA締結後に国家ワイン庁と大使館が連携し、相手国でワインや食のイベントに参加するなど、積極的にジョージアワインのプロモーションと輸出拡大に取り組んできた。

日本の税関手続きに必要な検疫手続きに関して、検査が可能なジョージアの4研究所が日本側で登録されたことにより、手続きが大幅に簡素化される予定である。日本で実施していた手続きが簡素化されることにより、コスト面も軽減されて価格に反映されるため、日本人がジョージアワインを手に取りやすくなると見られる。

日本とアルメニアの間では既に投資協定が締結されている¹⁴が、FTAは締結されていない。また、ウズベキスタン、ジョージア、アゼルバイジャンともFTAを締結できていない。シルクロード沿線諸国との農産品の取引を増加させるためには、日本との間でFTAや投資協定（BIT）などの締結が期待される。

4 | 既存貨物便の空きスペースの活用

日本とアゼルバイジャンの間にシルクウェイ航空が貨物便を運航している。バクー・小松空港便が週2便、バクー・関西空港便が週1便の計3便（2018年12月現在）であり、旅

表2 大韓航空のナボイ空港発貨物便ダイヤ

曜日	便名	時刻	機材
月曜日	KE9526	5:55	B777F
水曜日	KE596	1:35	B747-8F
木曜日	KE9526	5:45	B777F
土曜日	KE596	1:35	B777F
土曜日	KE9526	8:10	B777F

出所) ナボイ国際空港時刻表より作成
<http://www.navoi-airport.com/>

客便の直行便のないコーカサス地域であるが、貨物便の往来は頻繁である。

しかし、日本からアゼルバイジャンへ輸出する商材は多いが、アゼルバイジャンから日本への搭載品は少ない。この日本への復路便の空きスペースを活用することで、アゼルバイジャンだけでなく、日本との直行便を持たないアルメニア¹⁵の農産品やジョージアの農産品やワインを日本に輸入することが可能になると考えられる。

また、ウズベキスタンなどの中央アジア諸国は、大韓航空がナボイとインチョンの間で貨物便を週5便運航しており（2018年12月24日現在）、インチョンで積み替えることで中央アジアの農産品を日本に持ってくることは可能である（表2）。

5 | 中小規模の供給側・需要側の双方をとりまとめる商社機能の拡充が必要

シルクロード沿線諸国の農業生産者と日本の消費者を結ぶ課題の一つが、供給側、需要側とも中小規模であり、単体では輸送コストが高くつき、ビジネスとして成立しにくいと

いうことである。

現在、日本の中小のワインインポーターや、ワインのブティックショップ、ロシア料理・コーカサス料理店では、新しいジョージアワインを仕入れて試飲会を開くなど、生産者と事業者をつなぐ取り組みが増加している。ただし、これらの取り組みだけでは、中央アジアやコーカサス地方の農産品が日本で存在感を得ることは難しいであろう。

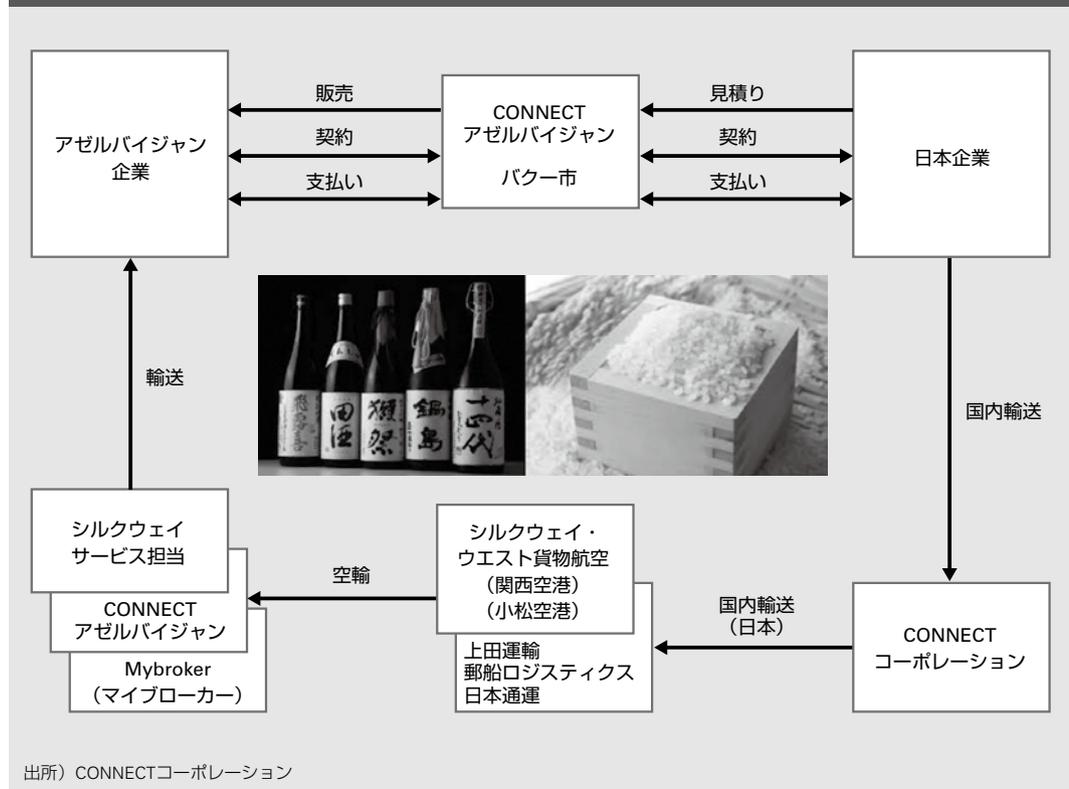
これに対して、日本の物流会社のCONNECTコーポレーション^{注16}が、アゼルバイジャンと日本との間で、同国の航空フォワーダー（シルクウェイ航空）提携することで貿易・物流事業を拡大した（図6）。同社は、輸出入を目的とした幅広い商材のテストマーケティングを行っており、その一環として、

日本企業を集めたEXPOを2017年と18年に開催している。さらにCONNECTコーポレーションは、データセンターやタバコ栽培などに投資するだけでなく、本格的な和食レストランを開業するための準備を行っている。中央アジア・コーカサス地方の農産品と日本市場を結ぶためにはこのような需要と供給をそれぞれとりまとめ、マッチングするような機能の強化が必要である。

IV 日本への原材料供給地として魅力的な中央アジア・コーカサス地域の活用を

人口減少に悩む日本は、農業分野での人手確保にも悩まされている。既に、日本に輸入されている冷凍野菜や果物などの農産品・農

図6 日本—アゼルバイジャンにおける貿易事業の市場開拓イメージ



産加工品の多くは、中国や東南アジア、南米などから輸入されている。

ウズベキスタン、アルメニア、ジョージア、アゼルバイジャンなどの中央アジア、コーカサス諸国には、糖度の高い^{注17}干しぶどうや高品質で多種のナッツなど、日本の食品メーカーが求める食材が多くある。果実の場合、生産適地か否かで品質の7割が決まるといわれており、中央アジアやコーカサス諸国は、これらの品種にとって生産適地である。しかしながら、高品質で付加価値の高い新たな商品を探している日本の食品メーカーや料理人、インポーターも、中央アジア・コーカサスに目を向ける人は少数である。近年ようやく、種苗会社や漢方薬メーカー、大手百貨店のバイヤーや著名な料理人、エアラインの機内食や販売部などが中央アジア・コーカサスに注目し始めた。日本から見て農産物原料の原料供給地として、中央アジア・コーカサスの農業について事業機会を探索していく時代に入りつつあるといえる。

注

- 1 ナミビアのナミブ砂漠原産のサラダなどに使われる食用植物である
- 2 https://jifpro.or.jp/wp-content/uploads/2018/03/04_Cistanche_JIFPRO.pdf
https://jifpro.or.jp/wp-content/uploads/2018/03/05_Cistanche_oisca.pdf
- 3 日本漢方生薬製剤協会（2016）「原料生薬使用量等調査報告書（4）」<https://www.nikkankyo.org/serv/pdf/shiyouyou-chousa04.pdf>
- 4 日本漢方生薬製剤協会（2018）「漢方の将来ビジョン2040——国民の健康と医療を担う」<https://www.nikkankyo.org/action/pdf/vision2040.pdf>
- 5 Strategic Road Map for the manufacture and processing of agricultural products in Azerbaijan,
- 6 http://www.maff.go.jp/j/kokusai/renkei/fta_kanren/attach/pdf/kb_chosah26-16.pdf
- 7 2018年は中国マーケットへの強化をしており、ジョージアワインの輸出拡大のみならず、中国に進出し販売を強化するワイナリーもでてきている
- 8 国家ワイン庁によると2013年のジョージアワインの出荷は、国内消費・海外輸出合わせて300万ジョージア・ラリ（約200億円）、輸出量は4460万本で。前年12年の2330万本から約倍増している。17年のワイン輸出は、1億7000万ドル（約2000億円）、7670万本で、過去30年間で最高を記録した。13年と比べ、輸出額は10倍、輸出量は約2倍に伸びている。ジョージア国家ワイン庁によると、16年に比べ、輸出額は49%、輸出量は54%増加した。世界53カ国に輸出しており、上位5カ国は4778万本のロシア、850万本のウクライナ、758万本の中国、332万本のカザフスタン、267万本のポーランドである。また、伸び率が大きかったのは、フランスの178%（9万9000本）、イスラエルの150%（21万本）、モンゴルの82%（16万本）など、世界各国に向けてジョージアワインの輸出を拡大している。18年1月1日からジョージアと中国の自由貿易協定（FTA）が発効し、関税が撤廃された。中国向けのワイン輸出量は16年比43%増だったが、18年はさらに延びることが予想され、中国でのワインのイベントを強化している。また、18年1月から10月の10カ月で、既に輸出額は6万8300万ユーロ（約900億円）に達した。17年同様に53カ国に輸出されており、輸出量は全体で12%伸びている
- 9 日本は、ジョージアワインの戦略的市場として強化されており、2018年の1月～10月の10カ月で、約20万本のワインが輸出されている
- 10 ジョージアワインのアンバサダーであるワインマスターの大橋健一氏や日本ソムリエ協会副会長の石田博氏は、2018年11月にジョージアワインの著名な産地である東部カヘティにインポーターやソムリエなどと20以上のワイナリーやフ

- ファミリーセラーを訪問し、ジョージアワインの輸入を増やすことを目指している
- 11 2018年12月にジョージアをモデルにした映画『葡萄畑に帰ろう』が公開された。在ジョージア日本大使館も日本映画をジョージア人に無料で公開するなど、ジョージアと日本の友好の強化を図っている
 - 12 2018年11月26日にジョージアの伝統あるワイナリーMukadoWines（ムカドワインズ）の11代目Lado Uzunashvili（ラド・ウズナシュヴィリ）氏が東京農業大学の醸造科学科と連携し、研究を開始することを発表した。多くのジョージアのワイナリーがこの取り組みに期待している。認知度の向上や生産者と日本の事業者がつながるきっかけとして期待されている
 - 13 オレンジワインとは、白ブドウを使って、赤ワインの製法で作られたワインのことである。通常のヨーロッパ製法の白ワインは、ブドウの皮や種などの部分に多く含まれている渋味や色味などが抽出されるのを防ぐために、白ブドウの皮や種を取り除き、果汁のみを使って発酵・醸造する。一方、赤ワインは、白ワインの際に取り除いていた皮や種を果汁と一緒に漬け込み、十分に渋味や色味成分を抽出して発酵・醸造を行う。オレンジワインは、白ブドウの皮や種を果汁と一緒に漬け込み、発酵・醸造したワインである
 - 14 https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_005654.html
 - 15 アルメニアはアゼルバイジャンと紛争中であるため、バクー空港を利用する場合は、ジョージア経由で、ジョージアで加工することなどで原産地を変える必要があると考えられる
 - 16 <http://www.connect-corporation.co.jp/index.html>
 - 17 食品メーカーの専門家の意見によると干しブドウなどのドライフルーツに使う果実の糖度は2倍以上あるとのこと。最大輸入量を誇るカリフォルニアレーズンの代替として注目され始めた

参考文献

- 1 アンドレイ・P・ロジオノフ、植村哲士「シルクロード沿線諸国の近年の政治経済変化と市場としてのポテンシャル」『知的資産創造』2018年11月号
- 2 アンドレイ・P・ロジオノフ、植村哲士、アリーナ・D・イリーナ、谷口麻由子「ウズベキスタンの政治経済の変化とビジネスチャンス」『知的資産創造』2019年新春号
- 3 日本漢方生薬製剤協会「原料生薬使用量等調査報告書（4）」
<https://www.nikkankyo.org/serv/pdf/shiyouyou-chousa04.pdf>
- 4 日本漢方生薬製剤協会「漢方の将来ビジョン2040——国民の健康と医療を担う」
<https://www.nikkankyo.org/action/pdf/vision2040.pdf>

著者

谷口麻由子（たにぐちまゆこ）

野村総合研究所（NRI）金融コンサルティング部副主任コンサルタント

専門は地域創生（観光・農業・6次産業化など）、国内・海外（特にロシア・CIS地域）における観光・農業・医療、食品などの輸出戦略、経営戦略・マーケティングなど

農業経営アドバイザー

石本 仰（いしもとあおぐ）

野村総合研究所（NRI）グローバルインフラコンサルティング部コンサルタント

専門は国際通商・産業政策、製造業・食品産業における海外ビジネス展開戦略など

植村哲士（うえむらてつじ）

野村総合研究所（NRI）グローバルインフラコンサルティング部上級研究員

専門は人口減少時代のインフラ整備や公共財の管理、インフラの海外輸出、インド・インドネシア・ロシア・イランなどの新興国・資源国における地域開発・事業戦略など

Ph.D. (Geography)、日本証券アナリスト協会検定会員 (CMA)、Project Management Professional (PMP)、Certified Business Analyst Professional (CBAP)、Certified Asset Management Assessor (CAMA)、専門地域調査士

日下瑞貴 (くさかみずき)
野村総合研究所 (NRI) 社会システムコンサルティング部コンサルタント
専門は農業、食品産業における海外展開戦略、グローバルSCM改革など