

中国で浸透する「安全・安心」な日本産食品のブランド化

海外派遣県職員：寺崎 浩之

はじめに

今日、日本国内においても食品の産地偽装表示問題や事故米の不正流通など食に関する報道は後を絶たない状況ではありますが、日本が食糧依存をしている一衣帯水の国中国においては、メラミンで汚染された粉ミルクを飲んだ乳幼児が健康被害を受けるという粉ミルク事件等が発生し、国内の輸入食品に対する安全性への信頼感は著しく低下しています。




そのような中、国内では「安全・安心」を重視する消費者が増え、生産者の顔が見える地場製品の人気が高まり、生産から流通までを連携した地産地消の動きが活発化してきています。また、「安全・安心」を重視する動きは、中国においても活発化しており、中国の「安全」な国産食品のみならず、「安全・安心」な日本産食品にも注目が集まりつつあります。

中国国内の食品事情

一般に、中国では野菜を購入して調理する際、野菜に付着している残留農薬を落とすために、まず流水でしっかりと洗い、その後しばらく水に漬けて洗い落とさなければならないと言われており、また、スーパーには野菜や果物を洗うための専用の洗剤なども販売されています。このことから一般市民にも残留農薬の危険性については認識されているということが窺えます。

中国政府においても、粉ミルク事件が発生した際、衛生部がメラミンミルクの被害状況を発表し、ニュースになったことから、中国政府が食品に対する安全問題を大きな問題として捉えていることが窺え、改善が進みつつあるといえるのではないかと思います。

表1 認可食品の種類

	無公害農産品	緑色食品“Green food”	有機食品“Organic food”
品質基準	中国の一般的な品質基準	先進国の一般的な品質基準	国際的な基準 ※無農薬、無化学肥料
認証機関	農業部農産物品質安全センター ※農業部	中国緑色食品発展センター ※国家工商行政管理局商標局	例：中緑華夏有機食品認証センター（COFCC） ※独立機構
マーク			
備考	<ul style="list-style-type: none"> 食品の品質や生産環境に配慮を行った食品 緑色食品は無公害食品の基準をより厳しく、発展させた食品 		<ul style="list-style-type: none"> 食品の品質、とりわけ生産環境に十分配慮を行った食品

農産物等の食品のブランド化

中国では著しい経済発展に伴い、都市部で生活する富裕層が増大し、また物が豊富になるにつれ品質の向上が求められるようになり、食の安全についても重要視する市民が増加し、生産者側は消費者の安全意識の高まりに対応するために、安全を売り物にした食品を生産するようになってきています。

「無公害農産品」、「緑色食品」、「有機食品」といった食品がそれらにあたり、これらのブランドは中国国内において主な承認制度あるいはそれに準ずるものによって認可されたものであり、表1のとおりに分類することができます。

高級ブランドとしての日本産食品

一方、中国国内における日本産食品のイメージはというと、「安全・安心」な高級ブランドとして認識されており、中国の国産品と比較してもかなり高価であるにもかかわらず、富裕層からは贈答品や嗜好品として受入れられています。

昨今では、粉ミルク事件等の影響によって、中国の国産品の信頼性が大きく揺らぎ、「安全・安心」な日本産品がさらに注目を浴び、とりわけ日本製の粉ミルクなどは実用品としても人気を博しているようです。

日本政府、地方自治体等の取組み

近年、日本政府は、高品質で健康的な日本食が海外で人気を集めている情勢を鑑み、これまでは国内市場重視であった農産物や食品等を海外に輸出させるという取組みを促進させようとしています。

特に、発展著しい近隣のアジア諸国においては、これらの国を新たな市場として捉え、日本産農産物や食品等の販路の創出・拡大を目的とし事業を展開しています。

中国においては上海市で開催されたFHC China

に日本パビリオンを設置し、また、各地方自治体、企業等がこれに参加し、来場したバイヤーたちにPRを行いました。

地方自治体や企業等は、とりわけ中国経済を牽引している上海において、活発に百貨店等で物産展やフェア等を催し、特産品やブランドイメージの定着化、強いては物産展を活用し観光PR等に取り組んでいます。

おわりに

中国に駐在しているとどうしても気になってしまるのが自身の健康に対する問題です。この悩みは私に限らず中国に滞在経験のある方であれば、少なからず感じられたことがあるのではないのでしょうか。

中国は昔から健康に対する造詣が深く、中国人の性質としては本来こういった食の問題には敏感なのではないかと思います。経済発展に伴い物質が豊かになり、市民は精神的な豊かさを求めるようになりつつあり、今後、食に対する安全意識はさらに向上していくのではないかと思います。

中国という新たな市場を開拓するには、一歩先にブランド化に成功することによって、より大きなビジネスチャンスを掴むことができるのではないかと思います。

参考資料等

- 中国農業信息网「解读无公害农产品、绿色和有机食品」
※中華人民共和国農業部HP掲載の農業情報
- 平成19年度農林水産物等海外販路創出・拡大事業（海外展示・商談活動（中国（FHC CHINA 2007）））実施報告書