

## 雑穀市場の創設

雑穀関連が数多くのメディアで紹介されており、「雑穀」の注目度、認知度は年々急速に高まっています。

また、消費者は雑穀にも明確に「国産」を求められておりますが、「雑穀」＝「国産」と思っている消費者も多いのではないのでしょうか。

2004年度の農業白書では農産物の国内産への関心は高まりが書いてあります。～食の安全・安心に対する消費者の関心が著しく高まった。安全性の知識が増えた消費者の5割は値段より安全性を重視 「割高でも国産品を購入する」が8割 不正表示など事件を起こした業者の商品は買わない～国産農産物の品質、安全、おいしさに対する消費者の評価は高い～日本農業新聞(5/21)より

しかし、「雑穀」流通は消費者の思いとはかけ離れたものになっています。

2002年発行の「食べるな、危険！」(日本子孫基金)には誇張があるようにも思えますが、「食用に消費されている雑穀は推定1万トンと言われているので、雑穀が国産である確立は0.2%くらいしかない。だから99%以上は輸入物だ。ところが、食用雑穀の輸入量は年600トン。消費量の6%しかない」と書かれています。

残りの94%は何なのか？鳥や馬の飼料用として輸入している関税の安い雑穀が食用として出回っているとした考えられないと訴えています。つまり、100円/kg以下で輸入される雑穀が1,000円/kg以上、場合によっては3,000円以上で流通しているのです。発行された2002年から、3年経っており、国産の雑穀の生産量は増えてますが、上記を賄えるほどの増加はありません。

現在は雑穀はブレンドすると加工食品扱いとなり、原産国表示の義務はありません。今後、表示義務になった場合の市場の混乱が心配されます。

問題点として、雑穀にはまだ、お米のように規格基準が無いため、価格だけで決められないため、そのあたりの整備も必要になってきます。

また、現在は国内産の需要が大きく、供給が間に合っていない状況ですが、今後減反対策などで、雑穀を栽培する産地が増え、供給が過剰になった場合の考え方を今のうちに整備することが求められてきます。

RIでは、雑穀の産地開発とともに、「産地ブランド」を作ることにより、生産から流通までを通して、「雑穀の市場」を確立して計画して活動しています。

次回のRIレポートは5月30日のお届けです。