

外国から見た東日本の食品に対する安全・安心

－原産地効果(Country of Origin)を中心に－

宮城大学 都 世蘭

1. はじめに

原産地効果(Country of Origin) [1]を中心に外国から見た東日本の食品に対する安全・安心について考察する。最近、東日本原発による外国からの日本食品輸入規制[2]が強くなってきており、日本政府の安全検査合格証明書や原産地証明書の添付の義務化が求められている。

しかしながら、まだまだ国内・外からの消費者の安全・安心が確保されたとは言いきれない。東北・関東地方の農産物に限らず、日本食品全体への不安感の緩和のためには、「原産地効果」の重要性への自覚の必要性があると思われる。

2. 現状

1) 日本からの食品輸入規制

インド、EU、アメリカ、中国、韓国、香港、台湾、マレーシアなどからの現在の日本産の食品や農水産物への輸入規制が強化されつつある[3]。

また、サントリーホールディングス、日本コカ・コーラ、ハンバーガーチェーン大手のモスフードサービスなどの日本国内の食品・飲料業界においても安全性PRのため、企業独自の放射能検査に踏み切る動きが拡大されつつある。

2) 東アジア共同体の形成

2011年4月25、26の両日中国杭州で開かれた「日・中・韓賢人会議」で東アジアを巡る主な自由貿易構想の枠組み[4]が示された。食料、環境や

エネルギーの問題についての議論や協力のため東アジア共同体が議論された。また、食料共同備蓄や相互融通などについての日・中・韓協議体の形成が急がれている。そして、東アジアの国々とのTPP(環太平洋経済提携協定)、FTA参加なども求められていた。

3. 議論点

1) 東日本地域ブランドの復活

現在の日本産の食品や農水産物への輸入規制についての今後製品やブランド原産地(Country of Origin)の概念からの地域復活や地域ブランドそのものの復活の中・長期計画が必要になるだろう。製品やブランドの原産地効果に関する研究の重要性は、消費者がものを買う際に、原産地がどこかにより購買意思決定が左右されるからである。例えば、ソニーのテレビが日本で製造されずに、マレーシアで製造されたとすると、そのテレビの品質や値段にも影響が出てくることになる。

2) 日本産品全体への影響

いままでの「Made in Japan」、あるいは、「Neo Japanism」で高い品質のものであると認められてきている日本産の品が、東日本の地震の影響で、今後食品や農水産物以外にも他の製品まで影響が出てくる可能性がありうる。今後の日本国のブランドについての見直しが必要な時点にきていると思われる。

4. 課題と方向性

東北・関東地方の農産物に限らず、日本食品全体への不安感の緩和のために外国向けの輸出品のみならず、日本国内向けの商品にも同様、日本政府の安全検査合格証明書や原産地証明書の添付の義務化が必要であろう。また企業独自の放射能検査も拡散されつつある。その中で、消費者の購買選好度に重大な影響を及ぼす（e. g. フランスワイン、チーズ）「原産地効果」の主要性への自覚の必要性は大きいと思われる。

5. まとめ

今後東北・関東地方および日本産品に対する原

産地効果への打撃を最小限にすることが必要であろう。食品や農産物の安全・安心が確保できてからの価格政策、流通チャネル政策、プロモーション政策などの策定が可能になる。

参考文献

- [1] Al-Sulaiti, K.I. and M.J.Baker“Country of Origin Effects: A Literature Review”*Marketing Intelligence & Planning*, 16, 1998, pp150-199.
- [2] 農水省ホームページ2011.04.22 現在。
- [3] 農水省ホームページ2011.04.22 現在。
- [4] 日本経済新聞 2011.05.04、特集 19 ページ。