



西アフリカ

農産加工技術で地産地消に挑む

ジェトロ海外調査部中東アフリカ課 尾形 恵美

西アフリカの食料輸入の勢いが止まらない。農業が主要産業であるにもかかわらず、域内市場のニーズを満たせない西アフリカにおいて、日本の加工技術によって現地の農産物の付加価値向上を目指す企業の取り組みに注目したい。

都市ニーズで増える食料輸入

サハラ砂漠の南に位置する西アフリカの中で、コートジボワールやナイジェリアといったギニア湾沿いの国々は比較的雨量が多く、水資源に恵まれている。ここでは農業が主要産業であり、カカオ、果実、カシューナッツ、落花生油、パーム油、天然ゴムなどの農林産品が主要輸出品目となっている。にもかかわらず、同地域全体での食料輸入が増え続けている。

例えばコメの輸入は近年大きく伸びている(図)。特にナイジェリア、コートジボワール、セネガル、ベナン、ガーナの西アフリカ5カ国は、アフリカのコメ輸入総額の約6割を占める。コメの主要輸出国であるタイ、インド、ベトナムは、こうした西アフリカ諸国にとって、今や輸入相手先の上位国だ。また、トマトベースのソースやシチューがポピュラーな料理である同地域でよく使うトマトペーストについては、中国品

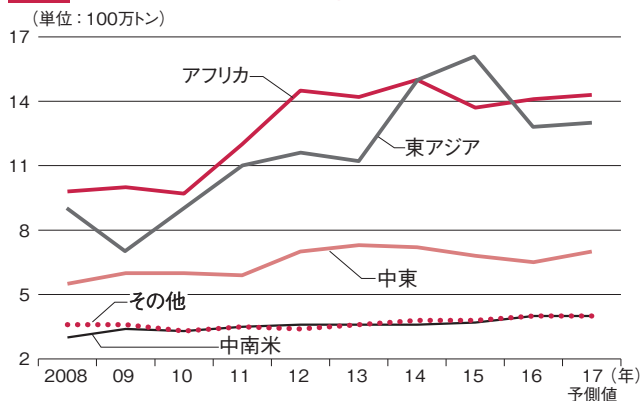
が市場を席巻している。中国のトマト加工品の輸出先第1位はガーナ。ナイジェリア、ベナン、トーゴ、コートジボワールも10位以内に入る。

西アフリカにおける食料輸入急増の理由は何か。都市人口が増え、経済成長に伴い所得が増えた結果、その都市住民の生活水準が高まり、食生活も変わったからだ。同地域の伝統的な主食であるキャッサバやヤマイモは収穫後の保存がきかない。ゆでてから餅状になるまでつく必要があり、調理に手間が掛かる。これに対し、コメは長期間保存できるし調理も簡単である。高価格でも都市住民のライフスタイルに合致した。トマト加工品の輸入も同じような理由から急増した。

とはいえ、コメもトマトも西アフリカで生産されていないわけではない。FAO(国連食糧農業機関)によれば、コートジボワールなど数カ国でコメは伝統的な自給作物であり、域内全体で商業生産も増えている。トマトは農村の至る所で商業用に栽培され、ナイジェリアの2014年のトマト生産量は世界第14位だった。

それでも需給ギャップは埋まらない。なぜか。国内農業が都市のニーズに対応できていないからだ。アフリカの農業に共通する課題だが、^{かんがい}灌漑設備がなく、零細農家が多いため肥料や農薬が投入されず、収量が低い上に収穫後のロスも大きい。FAOの食料ロス調査によると、先進国における食料ロスの4割が消費段階での廃棄ロスであるのに対し、アフリカではそのほとんどが生産から小売りまでの間に発生している。量が確保できないため価格が下がらない。加えて、生産地から都市までの物流事情が悪く、輸送コストが価格に上乗せされる。コメについては精米技術が低く、価格と品質の両面で輸入米に負けている。トマトに至っては、加工に適するトマトの質と量が確保できず、加工技術も低いいため、国内での加工はほとんど進んでいない。

図 地域別コメの輸入量の推移



出所: FAO「コメ市場モニター(16年12月)」

アグリビジネスで日本企業が活躍

こうした状況下でも、西アフリカで商機を見いだす企業はある。精米機メーカーのサタケは16年4月、同社英国法人の出先機関として、アフリカ初となる駐在員事務所をコートジボワールに開設した。同社は世界140カ国に精米機や製粉機、不純物除去のための精選機などを輸出する。2000年ごろからは、エジプト、南アフリカ共和国、ナイジェリアの各代理店を通じてアフリカ市場にも徐々に進出してきた。コートジボワールへの進出理由は何か。同国では堅調な経済成長が続き、都市部を中心に食料需要の拡大が見込まれると判断したからである。経済が低迷するアフリカ資源国とは一線を画する。また、コメなどの穀物用に加え、コーヒーやカシューナッツなどの農産加工設備でも、近代化・大型化の需要に期待が持てるとみたからだ。

カセム・ナメ駐在員事務所長は、「価格が安く質も良い国産米は、収穫後の乾燥と精米加工が適切にできれば、輸入米に勝てる」と強調する。サタケの強みは、コメ収穫後の全工程に対応できる設備・技術サービスの提供にある。だが同社は製品を中国、タイ、日本から輸入しているため、現地での販売価格は安くない。それでも欧州系の競合製品と価格差はない。「精米加工であれば当社製品の方が性能は上」とは同所長の弁。実際、ルイ・ドレフェスといった現地の欧州系大手農業法人もサタケ製品を購入している。

コートジボワールでは、同社製品に対する外資や地場農業法人の需要が見込まれるだけではない。メンテナンスを担当できる代理店の選択肢も多いようだ。農業関連の人材が豊富であるためだ。実は、ナメ所長はコートジボワール出身。自身が持つネットワークをフルに生かし、情報収集や代理店発掘、顧客ケアや政府機関との折衝の役割を担っている。一方、同所長は国内の農業開発がなかなか進まない点を懸念している。

トマト加工メーカーのカゴメは、JICA（国際協力機構）の支援を受け、15年4月にセネガルでトマト栽培・加工事業を行うための準備調査を開始した。「食」と直結する同社製品の市場として、以前から人口が増え続けるアフリカに着目していたという。セネガルを選んだ理由は、輸入トマトペーストの消費量が西アフリカで特に多く、気候や水資源の面でトマト栽培の適地であるからだ。栽培から加工までの工程で同

社の技術を生かせば、質・価格の両面で輸入品に勝るトマトペーストが生産できると踏んだ。

情報収集や事業体制づくりでは、グローバルに事業を展開する同社種苗子会社 United Genetics のネットワークの存在が大きい。セネガルには、少数ではあるが地場トマト加工メーカーやトマト生産農家連盟がある。こうした既存のプレーヤーの情報収集、彼らとの調整役になり得る現地パートナーの発掘にも一役買った。

人口約1,500万人にすぎない同国市場は小さい。だが、「トマトの一大産地となるポテンシャルはある」。そう語るのは、ポルトガルにある同社アグリビジネス研究開発センターのマネージング・ダイレクター中田健吾氏。輸出だけでなく、セネガル国内で産地形成・加工事業モデルを確立して近隣諸国に応用することで、西アフリカでの地産地消や農家の生計向上を目指そうとしている。

一方で、事業化に至るまでにはハードルもある。カゴメの当面の目標は、同国内の契約農家に対して栽培技術を指導し、彼らが収穫したトマトを全量買い取って現地一次加工業者へ販売すること。将来的には、現地企業と協力して買い取ったトマトをペーストに加工、国内外に販売する計画だ。しかし多くの農家は肥料や農薬を投入するといった手間を掛ける営農の経験がない。同社との契約があっても目先の利益目当てに仲買人に売ってしまう可能性もある。同研究開発センターの研究員が2、3週間おきにセネガルへ出張して指導しているが、中田氏は、農家の意欲を高め人材を育成し、組織的な営農を確立していくには、現地パートナーとの連携も一つの鍵となると強調する。また、同社製品は鮮やかな赤色で、輸入トマトペーストとの違いは一目瞭然。だが、現地では後者の黒みがかった色の方がおいしいと思われるという。消費者の啓発も、同社製品の販売促進にとっての重要ポイントとなりそうだ。

上述の2社ともに加工技術を強みに、現地ネットワークを持つ人材や組織を足掛かりにして活動を展開している。日本の加工技術でアフリカの農産物の付加価値を高めようとしている。現地ニーズに応え、農家の生計向上に貢献する企業の取り組みに対する西アフリカ各国政府や地元農業関係者の期待は高い。 