

スイス

有機食品の消費は世界一

ジェトロ ジュネーブ事務所 所長 江藤 学
 ナタリー・コルニエ

農業適地が少ない山岳国スイスでは、有機農業による高付加価値化が進む。国民の高い環境保護意識もまた有機農業振興を支える。

国を挙げて環境を守る

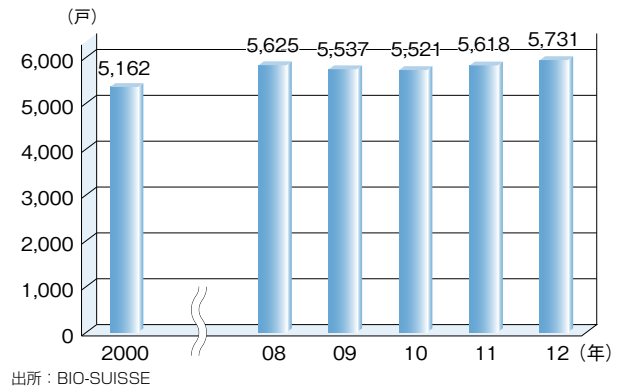
スイスは今年も世界経済フォーラム（WEF）の世界観光競争力ランキングで第1位。景観や環境を守ってきたことの証である。

環境維持はスイスのあらゆる政策の根幹を成す。国民投票でダム建設を禁止し、高速道路の大型車通行を制限し、最近では別荘の建設にも制限を設けた。景観と環境保持への姿勢は、農業政策にも反映される。1996年の国民投票の結果、「環境維持を重視し、動物虐待を禁じつつ持続的成長を実現することが農業政策の基本」と憲法に書き加えられたのだ。これにより、例えば、鶏を1羽ごとのケージ内で飼育することは動物虐待とされることになった。スイスの鶏は庭を駆け回る自由を与えられなければならないというわけだ。

このような厳しい規制は、農業適地が少ないスイスでは農家にとって厳しい制約となることは言うまでもない。実際、2000～11年の間に、国内の農場は18%減少し、そこで働く農業従事者も19%減少した。そもそもスイスの農業は、国内総生産（GDP）のわずか0.7%を占めるにすぎない。しかもその大半が酪農だ。そんな厳しい環境下で、農業を高付加価値化する取り組みが進んでいる。その原動力が有機農業だ。

有機農業は、化学肥料や農薬を使用しないで作物や動物の飼料を育てる農業をいう。遺伝子組み換え作物の利用や、胚移植による畜産増殖も禁じられている。こうしたところから、有機農業は、植物や動物の免疫機能を増強し、生態系のバランス保持に役立つとされる。しかし、難点は手間とコストが掛かること。つま

図1 有機農場数の変化（BUD 認証）



り、生産性が下がるということだ。にもかかわらず、スイスでは近年、有機農業の実践農場が増加している。12年には前年に比べ113カ所増え、5,731カ所になった（図1）。

なぜなのか。その秘密をとく鍵が有機農業の認定機関ビオスイス（Bio Suisse）による有機農産物の高付加価値化を証明するBUDラベル制度だ。

ビオスイスとBUDラベル

ビオスイスは、有機農業振興を目的に1981年に設立された有機農家による非営利組織。この団体は、政府に対し行う有機農業振興のためのさまざまなロビー活動とともに、スイス有機農業研究所（FiBL）と共同で幅広い有機農業研究を行う。スイスの有機農場の90%が、ビオスイスが認定した“バイオ農場”であり、食品企業800社以上が、ビオスイスが求めるBUD基準に則した食品を生産する契約を結んでいる。

ビオスイスが求める有機農場認定基準は、欧州で最も厳しい基準の一つとされる。有機農業への転換を決めた農家は2年ほどかけて、準備に取り組む。

農家はビオスイスが持つデータベースからさまざま

な情報を得て、FiBLの指導を受けながら有機農業を習得する。化学肥料・農薬は一切使えない。酪農家の場合、全ての飼料を同じ農場内で自給しなければならない。さらに、ビオスイスが認める有機農業製品として生産物を販売するためには、農場全体が有機農場化されていなければならない。例えば、条件を満たした有機ニンジン販売しつつ、旧来方式の酪農により生産された牛乳を販売することはできない。これら厳しい要件を全て満たした上で、ビオスイスが指定するビオ・インスペクタ (bio.inspecta) またはビオ・テスト (Bio Test) といった認証機関の認証試験に合格して初めて、ビオスイス認定農場を名乗ることができる。

ビオ農場に認定されると、生産品にBUDラベルを貼付することができる。加工食品の場合は、加工を行った企業がラベルを貼付する。

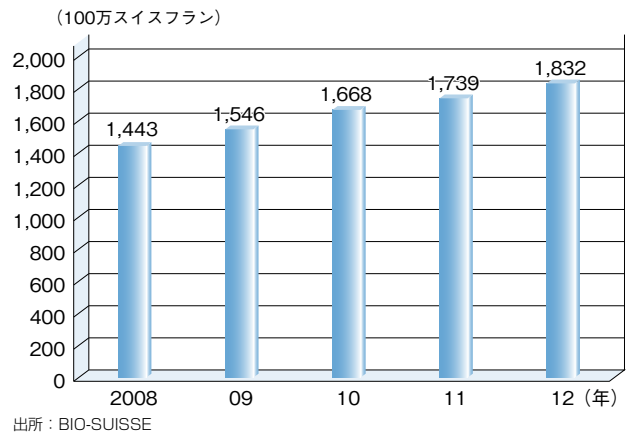
BUDラベルには3種類ある。最も価値が高いのは、「BIO-SUISSE」で、原料の全てが有機製品で、かつ、その90%以上がスイス産でなければならない。次が「BIO-BUD」。スイス国外産の原料を10%以上含む製品に付けられる。その場合、原料が調達できないものに限り近隣欧州から調達、欧州内で調達できないものに限っては欧州以外の国・地域から調達する、という条件付きだ。12年7月には、有機食品を生産できる国のリストに日本も追加された。これにより有機JASマークが付された有機農産物はBIO-BUDの原料として使われる可能性も出てきた。また、有機農業に挑戦中の移行期間には「BUD Conversion」(BUD移行中)と書かれたラベルも準備されている。



有機食品の消費動向

世界有機農業最新版^注 (The World of Organic Agriculture 2013)によると、世界の農地面積のうち有機農業が行われているのはわずか0.86% (11年)。うち29%が欧州にある。国土の農地の10%以上が有機農地であるのは、リヒテンシュタイン (29.3%)、オーストリア (19.7%)、スウェーデン (15.2%)、エス

図2 スイスの有機食品市場の規模



トニア (14.8%)、スイス (11.7%)、チェコ (10.7%)、ラトビア (10.4%) の7カ国。

有機食品市場規模が大きいのは米国、ドイツ、フランスなどだが、人口当たりで見ると有機食品消費の世界一はスイスだ。12年の売上高は前年比5.3%増の18億3,200万スイスフラン (1スイスフラン=約105円)。1人当たりの消費額は230スイスフランとなっている (図2)。特に最近では、肉や魚の有機食品が増えており、12年は前年度比13.8%増だった。

スイスで有機食品がよく売れているのはなぜか。国民が食品の品質に対する信頼性・透明性を重視しているからだが、それだけではない。小売り最大手のコープ (Coop) が有機食品を積極的に取り扱っていることも大きいようだ。国内の有機食品のうち47.5%がコープで販売されている。

だが注目すべきは消費者の購買意識や購買動機だ。FiBLの調査によると、スイスの消費者が有機食品を買う目的は、第1に環境の保護、第2に動物の保護、そして健康のためという理由は3番目だった。このことから、スイス国民の環境保護・動物愛護意識の高さが読み取れよう。有機食品は、通常と同製品より平均して25%ほど高いが、国民の63.2%が月に数回有機食品を購入しているという。

最近発表された今後5カ年のスイスの農業政策でも、環境の保護と有機農業の推進は中心課題に位置付けられている。スイスおよび欧州の有機農業は、市場の要求に応じてますます成長していくだろう。

注: FiBLと有機農業運動国際連盟 (IFOAM) が共同発行している。