

OPINION

中部経済新聞

昨秋のJICA(国際協力機構)の研修コースで来日した参加者からの第3弾。

ブータンは手つかずの自然環境と持続可能な農法で知られるが、キヌアを特産品として売り出す野心的な旅に出た。有機農法への強力なコミ

ナヒゲーター

ットメントと国際的な競争力を得るためのビジョンから、ブータンは国際キヌア市場に重要な足跡を記すための準備ができたところである。

「ブータン・ニュートリキヌア」ブランドで、5年間で千トンのキヌアを産出すること

期待の日本へ 世界各地から

其 127

健康志向の市場に向けて

を自指している。初年度の2025年には250トンを目標とする。29年までには自然栽培で、化学肥料を使わないで育てたキヌアを日本、タイ、シンガポールといった主要市場に向けて輸出し始める計画である。

ときに「スーパーフード」として崇められるキヌアは、南アフリカのアンデス地方を原産とする。国際的な認知を得るのは高い栄養価、グルテンフリーであること、さまざまな気候に合わせて元気に生育する強靱さによる。キヌア

ブータンのキヌア(上)

の可能性を認識し、ブータンは農産物の多様性を高めるため、そして食糧安全保障を改善するための一環としてキヌアを導入し、輸出の機会を窺っている。

キヌア導入は、有機農業と持続可能な農業の展開というブータンの広範囲なビジョンにそつものである。栄養豊富な土壌、清潔な水資源、伝統的農法など、わが国は合成化学物質や農薬を使用しない高品質のキヌアを栽培する理想的な環境を提供できる。政府は、国際連合食糧農業機関

の可能性を認識し、ブータン(FAO)などの主要関係機関との協力で生産計画とその拡大を徐々に図っている。キヌアの作付面積を増やし、国内需要および輸出に必要な水準に見合うようにしながら生産能力を増強しようとしている。

での買い手となる日本、タイ、シンガポールをターゲットとする。

市場として日本、タイ、シンガポールを候補とするのは、戦略的な見地からである。これらの国々では有機農法による作物、健康を意図した食品に対する高い需要があり、ブータン産キヌアの輸出先として理想的である。

日本は、消費者の健康志向が世界で最も高い国のひとつであり、有機キヌアによる利益が確保できる市場だ。植物由来のたんばく質志向へのシフトと、グルテンフリーの需要増加が、ブータンへの需要増加のけん引役として日本市場への参入を後押しする。

25年にはまず250トを生産し、サプライチェーンと販路の確立を目標とする。26年から28年にかけては栽培農家を増やし、面積当たりの収量を増やせることで生産能力を増加を図ること。生産能力を徐々に拡大。29年にはキヌアの国際市場に参入、高価値帯

【カルマ・ツァーリング、リム中産連】

(月曜日に掲載)