

[注1] 「IMF世界経済見通し」2025年1月
<https://www.imf.org/ja/Publications/WEO/Issues/2025/01/17/world-economic-outlook-update-january-2025>

[注2] ベースライン関税とトランプ互恵通商法案が該当する。前者は全ての輸入品に対して一律の関税措置であり、後者は米国へ輸出する国が課している関税率と同率を米国輸入時にも適用する関税措置である。その他に中国に対する追加関税率の60%への引き上げや、メキシコに対する自動車の関税率の大幅な引き上げなども含まれる。

(株)大和総研 金融調査部 主席研究員

うちはやなり
 内野 逸勢



1990年慶応義塾大学法学部卒業。大和総研入社。企業調査部、経営コンサルティング部、大蔵省財政金融研究所（1998～2000年）出向などを経て現職（金融調査部 主席研究員）。専門は金融・資本市場、金融機関経営、地域経済、グローバルガバナンスなど。主な著書・論文に『地銀の次世代ビジネスモデル』2020年5月、共著（主著）、『Fin Techと金融の未来～10年後に価値のある金融ビジネスとは何か？～』2018年4月、共著（主著）、『JAL再生 高収益企業への転換』日本経済新聞出版、2013年1月、共著。IAASB CAG（国際監査・保証基準審議会 諮問・助言グループ）委員（2005～2014年）。日本証券経済研究所「証券業界とフィンテックに関する研究会」（2017年）



食べ物をおいしくする三つのことと消費者との関係の作り方

大泉洋さんや安田顕さんたちが結成した北海道出身の演劇ユニットTEAM NACS（チームナックス）の一人、俳優の森崎博之さんにお話を伺う機会がありました。森崎さんは出演するテレビ番組や舞台などを通じ、農業や農家を応援する活動に長く取り組んでいます。北海道ローカルで農業と農家を上げるテレビ番組に17年間にわたって出演し、700件以上の現場取材経験から農業の将来に危機感を持っているのです。

番組の中で採れた野菜のおいしさを知ってもらうため、トマト嫌いの子どもたちをトマト農家に連れて行き、もぎたてを食べてもらったことがあるそうです。どの子どもも「自分が知っているトマトと違う」と感じ、さらにそのうちの1人が「こんなおいしいものをつくれる生産者はかっこいい」と思って、その後農業高校から酪農関係

の大学へ進んで農業経営を学び、現在は地元の生産者支援の仕事に就いているそうです。つくられている現場を知り、実際につくっている人に話を聞いて食べる経験が、子どもたちのトマトへの苦手意識を払拭したといえるでしょう。

「野菜（食材）をもっとおいしく食べるために大事な三つのこと」を森崎さんは消費者に伝えたいと言います。それは「知ること」「感謝すること」「応援すること」で、「知ること」は、トマトならトマトで、どんな種類があるのか、どうやってつくられているか、どんな調理法があるか、どんな歴史や地域性があるかなど、モノ自体をもっと深く知ってもらうことです。

「感謝すること」は、それがどんな人によってつくられているか、どんな人がここまで運んでくれたか、どんな人が料理してくれたかなど、自分においしさと健康をもたらしてくれたヒトに思いをはせることです。三つ目の「応援すること」は、消費者自身が感じたおいしさや健康などの体験が広く次の世代へと受け継がれていくよう、食べることはもちろん、自分が経験したことを誰かに伝えるといった、つくり手を応援する行動を何か起こしてほしいということです。

この三つの要素を、広くモノやサービスを提供している“つくり手”側の目線でいえば、商品やサービスの良さを消費者に伝え、さらに商品やサービスが生まれて消費者に届くまでのストーリーもしっかり伝えることに相当するでしょう。三つ目の「応援する」は、消費者との関係を強めることを意味します。これは消費者自身が生産に関わるクラウドファンディングや、環境保護や事業支援などを目的としたエンカナル消費などの最近のトレンドと合致した考えです。つくり手の立場から、消費者を巻き込む、コアなファンづくり、インフルエンサー育成といった表現をされることもあります。

森崎さんは「農業の大変さや将来への不安が報じられますが、それはどの業種でも同じことが起きています」と言います。農業の課題は日本の産業全体の課題であるようです。

日経BP総合研究所 上席研究員
 渡辺 和博



日経BP総合研究所 上席研究員。1986年筑波大学大学院理工学研究科修士課程修了。同年日本経済新聞社入社。IT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の自治体・商工会議所などで地域活性化や名産品開発のコンサルティング、講演を実施。消費者起点をテーマにヒット商品育成を支援している。著書に『地方発ヒットを生む 逆算発想のものづくり』（日経BP社）。