

## 特集にあたって

日本の農業が変わりつつある。全国的に農業従事者の高齢化や離農が進展し、過疎地においては田畑が打ち捨てられるという事態に至っている一方で、特産品の地域ブランドを確立して消費者に直結したマーケティングを実施している産地や、輸出市場に新たな活路を見出そうとしている産地が多数見られるようになった。特に近隣アジア諸国では近年の経済成長に伴い日本の高品質な農産物への需要が高まっており、これを受けて全国各地で特産品の輸出促進に向けた独自の取り組みが進められている。

そこで本号では、今回の特集を「21世紀の農業」と題し、主に輸出市場を含めた農産物のマーケティングの側面から、農業の新たな可能性を論じていただいた。地域における基幹産業たる農業がさまざまな構造問題を乗り越えて「攻め」に転じ、再び元気になるためのヒントを提供できれば幸いである。

(編集責任者：丹羽由一)