

<雑感>

## 米国で実感した日米貿易摩擦

—牛肉, オレンジ問題を中心として—

森 宏

### 1 はじめに

昨年(1983年)の4月15日まで、専修大学の在外研究制度で資金援助を受け、アメリカのニューメキシコ州立大学(NMSU)に1年間行ってまいりました。

この大学を選びましたのは、昭和39年から41年まで農林省におりましたときに、アメリカのインディアナのパデュー大学に2年ほど留学いたしましたが、そのときに一緒に仕事をしましたゴーマン教授がいまニューメキシコ州立大学で、かなりの実力者になっており、彼とはその後もずうっと研究の関係でコンタクトをとっておりましたので、同教授をたよって行ったわけです。

行く前に、彼から、牛肉の問題をやらないかという話があり、55年に『牛肉問題と日本の風土』という本などを書いて、多少牛肉に関心がありましたので、牛肉のとくに日本に対する輸出の問題を勉強しようと思ったわけです。

それとは別に、発ちますちょっと前に、『エコノミスト』誌上で4回にわたり、牛肉とオレ

## 目 次

### <雑感と研究論文>

米国で実感した日米貿易摩擦.....	森宏 (1)
オレンジ輸入自由化のわが国柑橘に及ぼす経済効果.....	森宏 グレッグ・ベイカー (15)
編集後記.....	(32)

ンジの輸入の自由化問題をめぐり、千葉大学の唯是教授のシミレーションの仕事に対して、農林省及び京都府立大学の藤谷教授などから反論がありまして、そこいらのやりとりに大変興味をおぼえておりましたので、オレンジの自由化問題も合わせてやろうということにしました。

きょうの話は結論的に申しますと、日米間の牛肉とオレンジの問題は、日本の新聞を見ている限りでは、ずいぶんアメリカで関心が高い問題にみえますが、あちらに1年いて実感した限りでは、どうもそうではない。行く前に、あちらにいくと方々から講演など頼まれて、変に言質をとられると困るなど心配していました。農林省の人なんかも、「先生、向こうじゃ言動にはくれぐれも注意してください」というようなことを言い渡されて行ったわけですけども、言動に注意しようにも誰も私の発言に関心をはらってくれませんので、注意のしようもありませんでした。

きょうお話するのは、牛肉・オレンジの貿易問題を研究しにいった私が、いかに徹頭徹尾無視されたか。逆にいうといかにアメリカでは、日本の新聞が伝えるほどには牛肉・オレンジの日本に対する輸出には関心がないかということです。この1年間にそのことについて4回ほど日本の新聞に投書いたしましたので、どういう経緯でそういう投書を書くようになったかという、そんなことを中心にお話できればと思っております。

わが国の牛肉及びオレンジの輸入や自由化の問題については、私自身かなりきちんとした仕事をし、ペーパーも4～5編つくってききましたけれども、それはまた別途ご要望がありましたら、お見せすることにしまして、きょうは現地の実態がいかに日本の新聞の報道とは違う状況にあるかということを中心に伝えすることにしたいと思います。

## 2 いくつかの新聞投書とその経緯

1983年8月15日に『朝日新聞』の「声」に次のような投書をいたしました。多少トーンダウンされたようですが、8月下旬の『朝日』に出ました。

「当地へ来て3カ月ほど、日本の牛肉輸入問題について書いたり、しゃべったりしてきましたが、畜産の盛んな当州の人たちでも、日本の牛肉輸入についての関心はがっかりするほど低いものです。日本の米国からの牛肉輸入は最近ふえたとはいえ、米国の牛肉総生産約1000万トンの0.4%前後、仮に自由化したとしても当面は15万トンぐらいでしょうから、それでは強い関心を持つはずがありません。

他方、自動車はどこに行っても4～5台に1台は日本車ですから、これではデトロイトの人たちが目くじらを立てるのも当然だと思います。仮に牛肉や、オレンジを自由化したとしても、自動車や、家電製品に対する風当たりが弱くなるとは思えません。」

どうしてそういうことを書くにいたったかといいますが、行きまして2カ月ぐらいしまして、「日本の牛肉産業、とくに牛肉の輸入を中心に」という論文を書きまして、関係方面に配ったわけです。本文だけを送って、統計表はいまタイプ印刷中、請求あれば後程送りますというようなことを書いて、農務省だとか、あるいはアメリカの肉牛生産者協会（NCA：ナショナル・キャトルメンズ・アソシエーション）などに送りました。数表の要求があれば、そのときに多少条件をつけ、少し旅費ぐらい取って、あちこちまわってやろうというような、そういうさもない気持ちを持ったわけです。ところが、送っても、どうもありがとうございました、そのうちにひまができたなら読ませていただきます。くらいのそっけない感じの返事しかこないわけです。

その牛肉関係の論文が終わりましたあとに、オレンジの輸入自由化のシュミレーションの仕事に対してペーパーをまとめました。とくに京都府立大学の藤谷氏は、自由化したら、日本のミカン及びばん柑類は潰滅的な被害を受ける、というシュミレーションの仕事を発表しているのですが、私はそんなはずはないだろうといった、どっちかといえばアメリカにとっては非常に都合のいい論文を書きまして、サンキストだとか、農務省とかに送りました。その仕事では、過去のオレンジの輸入量は非常に少ないから、単なるエコノメトリックなアプローチだけではだめで、もうちょっと直接に消費者に聞くとか、デルファイ法を使うとかというようなことをしないとまずい。といゝますのは、日本のミカンは250万トン前後あるわけですが、オレンジの輸入は昭和47年の1万トン強から50~52年の2万トン強、55年の7万トンにふえているものの、ともかく過去は非常に少ない。そういう少ないところを回帰して、今後の30万トンなり、40万トンのところを予測するというのは無理ではないか。別途、直接消費者調査などをする必要があるだろう、というようなことをなかに書いたわけです。

これで農務省なり、サンキストなりから研究費が取れば、消費者調査やデルファイ調査をNRCに依頼して、そのついでに日本に帰ってお寿司が食えるわいなんで、そういう下心があったんですが、これにもまた反応がない。ニューメキシコ州立大学にいつてから、3カ月ぐらいあれこれやっているうちに、これは私の英語がよくないとか、論文の書き方がまずいとか、あるいは私の知名度が低いという問題だけではなくて、どうもアメリカの関係者の間に日本市場に対する関心がないんじゃないかということを確認するにいたって、上記のような手紙を『朝日』に投書したわけです。

その後私の方にもかなりあきらめがでてきて、コンピュータだけは自由に使えますし、セクレタリーのタイプもいくらでもたのめるので、農林水産省、畜産振興事業団、あるいは日本の研究仲間から資料などを送ってもらいまして、牛肉とオレンジの問題を私自身のペースで

やってきました。

ところが、日本の研究仲間がデータを送ってくれるさいに、日本の新聞の切り抜きなども送ってくれるわけです。それを見ていると、どうも私がそれ迄アメリカにおいて半年ぐらいの間に感じていることと感触が違うわけです。そこで、11月1日に『読売新聞』の「気流」に次のような投書をいたしました。これは大体そのまゝのりました。

日本から送られてきた貴紙の10月13日の夕刊に、『牛肉・オレンジ最優先』の見出しで、「来年秋の大統領選挙を控え、選挙区では、牛肉・オレンジ問題が関心を集め、レーガン大統領訪日を前に、それらの輸入拡大に努力するよう強く求められている」の記事が出ています。

当地へ来て6カ月近く、主として日本の牛肉・オレンジの輸入問題について勉強し、発表してきましたが、州内だけで肉牛が日本と同じぐらいいるこの州の州立大学農学部の中なかでも、日本市場について積極的な関心を持っている人は、私の共同研究者を除いてほとんどおりません。

ところが、その奥さんにしてこうなんです。先日、南の国境を越えて、メキシコのある町へ行行ったときのこと、ある店で洗濯板を見かけ、学生時代にこれを使ったものだ、といったところ、彼女は私の家内に真顔で、日本には洗濯機がないのか、と尋ねたとのことでした。

彼女自身は、日本製の車に乗り、日本製のテレビをみカメラも日本製のものを持っております。そのくせに、なにかひよっとしたときに、日本には洗濯機がないのか、という質問が出てくるわけです。これが典型的なアメリカ国民とってそう間違いはないと思います。]

帰ってきました、「アメリカじゃ最近やたらと日本からの製品が入り込んでいるんで、かなり悪感情が高まっているんじゃないか」というようなことを聞かれたりするのですが、私は1年間そういう反感をもたれたことはありません。私の子供はニューメキシコ州立大学の経済学部に入っていたのですが、その子が、「どうもアメリカ人の頭の中には日本というのは2つあるみたいだ」ということをいうんです。

ひとつは、古くからのフジヤマ・ゲイシャ、最近でいえば“ショウグン”というような、そういうようなイメージです。もうひとつは、トヨタ、若い人たちではモーターサイクルのホンダだとか、ヤマハあるいはソニーだとか、キャノン、ニコン、その他その他。あるいはスーパーマーケットのレジなどにC. ITHO（伊藤忠）といったマークの入ったコンピュータの端末機があるわけです。そういうきわめて進んだ日本というのと、それからフジヤマ・ゲイシャという日本とが、ほとんど矛盾なく同居しているように思います。

彼らが私と接するときには、私の英語はあまり上手でないし、身体も小さい、風貌もあまり冴えないということから、どうしても後進国としての古い日本のイメージで見ようです。

同じような経験なんですが、休みにニューオーリンズにまいりまして、とあるジャズの店に入りました。演奏が始まる前に、リーダー格のプレーヤーがわれわれに、お前、どこの国だ、と聞いてきました。日本だ、という、もうちょっとうしろのほうにいた東洋人のグループに、お前たちも日本か、と聞きます。その人たちは、いや、われわれはインドネシアだ、といったわけですがそれに対して、そのリーダーが“close enough”といへ返しました。“クローズ・イナフ”というのは、十分に近いという意味で「まあ似たようなもんじゃないか」ということでしょうか。別に私、インドネシア人と同一視されたから不愉快に思ったわけではないのですけれども、考えてみますと、インドネシアと1人当りのGNPを比べますと、10倍ぐらい違います。距離的にもニューオーリンズとニューヨークよりはもっと離れているわけですね。文化的にも違う。ところが、恐らく日本製の楽器を演奏しているかもしれないし、あるいは使っているマイク、アンプやスピーカーも日本製の可能性が高いわけです。そういうことはよく知っていながら、インドネシアと日本が「まあ同じようなものだ」という、そういう感じ方というのはアメリカ人のかなりの人にあるのじゃないかという気がいたします。そのことについてのインプリケーションはあとから申し上げたいと思うのですが。

そんなこともあって、講演の依頼もないし、研究費もどこからも出ないので、まあ自分のペースで勉強していたわけです。ところが、ニューメキシコ州でも、59年3月に大阪で開かれるトレード・フェアに参加することになり、州知事が日本に行く。それを機会に、畜産の州ですから、日本に牛肉の輸出をふやしたいという知事のお声がかりがあったようです。そのため、12月にデンバーにある畜産振興事業団の出先と、シカゴにある日本の商社に関係者が行く、お前も一緒に行ってくれないか、と州政府から頼まれました。

私は行く以上は、デンバー1日、シカゴ1日では気が進まない。少なくとも2日ぐらい早くデンバーに行って少し資料を集めたい、シカゴでも商社の人に私のペースで話を聞きたいので、シカゴも2日ぐらいついでにしたい、ということをして、了解を得たつもりでいました。帰ってきて州の農務部に旅費の請求を出しましたところ、デンバーの2日と、シカゴの2日はお前の勝手なのだから、その分はお前の自弁でしろ、デンバー1日分とシカゴ1日分だけ払う、ところなのです。それは違う、あらかじめ、ちゃんと約束があったんじゃないか、というようなことでその間のやりとりのメモなんかも見せたんですけれども、金がないの一点ばりです。

それやこれやで、非常に不愉快な思いをしましたので、次のような投書を12月上旬に『朝日新聞』に出しました。これはのらなかつたようですが、次のような内容です。

「レーガン訪日で牛肉とオレンジの自由化問題が置き土産され、来年の大統領選を控え、米国からの圧力が一層高まるだろうと報ぜられています。畜産の盛んなニューメキシコ州でも、

知事のお声がかかりで、この州の牛肉の日本への輸出をはかるべく、牛肉生産者、バッカーなどの代表が先週、畜産振興事業団の出先（デンバー）と2～3の日本商社（シカゴ）を訪ねました。私は助言者の資格で同行しました。事業団及び商社の方々はいずれも熱心に説明されましたが、一行のなかでも誰もメモをとろうとする人はいません。私は、豪州のロングワース博士が最近出版された“Beef in Japan”と題する日本の牛肉市場に関するきわめて詳細な本（英文）を持参いたしましたが、旅行の途中、あるいは会議の前後にその本をペラペラとでもめくろうとした人はいませんでした。

自分たちは十分大きな国内市場を持っている。いろいろな面倒な手続きの要る日本へ無理して売ることもない。自分たちは世界で一番いい牛肉をつくっているんだから、ほしけりゃ買ってくればいい、というのが私が過去半年間会ってきた大半の牛肉関係者の自然の声であるように思われます。」私が接した限り、アメリカの牛肉関係者はニューメキシコ州の人達だけでなく、農務省も、デンバーでときどき日本の新聞で「日本に自由化をせまっている牙城」というようなことをいわれているNCAなども、口先ではけっこう何とかいうのですが、日本市場に対し真剣な関心を示したのを知りません。

そこで、私は日本人の読者だけではなく、アメリカ人にもひと言言ってやりたいと思ひまして、『ジャパン・タイムズ』に12月6日づけで投書をしました。タイトルは、

“Does the United States Need Spoon-Feeding?” です。

“スプーン・フィーディング”というのは、赤ん坊に、「これはおいしそうでしょ、これを食べると元気になりますよ、はい、お口をあけて」といった食べさせ方を意味します。

日本市場に対してもっと売り込みたいというアメリカ人に対して、アメリカ人の興味をそるるように、しかもわかりやすい英語で、日本市場のことを手取り足取りで教えてやる必要があるのかしらというのが手紙の趣旨です。『朝日』に書いたのと同じ内容ですが、終りのところを紹介しますと、

“Upon returning to my office in Las Cruces, I now wonder”

「ラスクルーセスの私の研究室にもどって、私はいまどうしようかと迷っている。」

“Whether I should write a detailed technical memo to advise these apathetic industry people here what they had better do to expand their beef exports to the Japanese market even under the present restricted import system.”

「現在の制限のきびしい輸入制度のもとでも日本の市場に対して、アメリカの牛肉の輸出を拡大するには、どういふふうにすればよいかを、これらの無関心のアメリカ人達にアドバイスすべく詳細な手引書を書くべしや否やということについて私はいまや迷っている。」

これは『ジャパン・タイムズ』はどうも出してくれなかったようですが、少なくとも牛肉に関する限り、ともかくアメリカ人が一貫して日本市場に無関心であり、そして多少でも関心を持ち始めた人でも、この英語じゃ読みにくいか何とかいう。帰国する間に、私は怒りまして、私はアメリカに関する勉強は殆どすべて英語でやってきた。あなたたちはいま日本に牛肉を売りたいとかなんとかいっているんだったら、私が日本語で書いたって、それを読んで理解する努力をすべきなのに、私の英語が多少まずいからなんていうのはとても許せない、といったことがあります。これは連中にも多少薬になったようです。

話が前後しますが、それでも結構一生懸命に日本の牛肉・オレンジ市場について分析を進め、なるべく気のきいた英語で発表しましたが、殆どといっていい位反響がありません。他方、送られてくる日本の新聞をみますと、アメリカは農産物の市場開放を強く求め、日本では大騒ぎしているようなことがのっている。そこで毎回同じような内容ですが、1月19日に『毎日新聞』に次のような投書を出しました。これはちょっとトーンダウンした形でしたが、1月下旬に印刷されました。

「米国牛肉の日本への輸出拡大策に関する調査結果を討議するためにデンバーに行ってきました。いつものことながら、米国内の牛肉関係者の日本市場に対する無知と無関心には腹が立ちます。

日本橋のデパートの極上和牛のステーキ肉とワシントン郊外のスーパーのステーキ牛肉を比べて、両国の価格の差は5～7倍もする。だから、自由化すればいくらでも売れるかに想定して日本側に迫っているようです。

私どもの調査によりますと、現在、米国から日本への輸出されている牛肉は、穀物肥育の『高級牛肉』というものの大半が牛井や、挽肉用の安物部位が大半で、日本市場での評価はオーストラリアからのチルド（冷蔵）牛肉に比べると2～3割方低いと見られます。

そのよしあしは別として、霜降り指向の強い日本市場に対して、いかにすれば日本人の嗜好に合うように付加価値の高い牛肉を輸出できるかといったことに対する研究意欲はまったく感じられません。

牛肉自由化に対する米国通商代表部の強い姿勢は、米国内の牛肉関係者の強い関心を背景にしているとは到底思えません。牛肉や、オレンジで無理をいって、自動車や、鉄鋼の輸出規制を引き出そうとしていると見るのは勘繰り過ぎでしょうか。」

よく“H.Q.B. (high quality beef), 高級牛肉”といわれているのですが、日本でもアメリカでも高級牛肉といったとたんにその言葉がひとり歩きしているように思われます。アメリカからくる高級牛肉というのは、おもにステーキだとかロースト・ビーフ、そういうものに使われ

ているというふうに考えられているようです。しかし、おもにステーキなどに使われているのはアメリカから輸入されている4万トンぐらいの牛肉のうちの3000トンのホテル枠で入っているものに限られ、総輸入の8割を占めている、畜産振興事業団が買い入れている牛肉は、4割までがショートプレートというバラの部分、スクエア・カット・チャックが2割5分、それから、ブリスケットとショルダークロッド、そういうのが3割強で、サーロインとか、テンダロイン、ストリップ・ロイン、リーブアイとかいう、いわゆるステーキの肉といわれるのは全体の5%前後しかありません。

ショートプレートというのは、ひとつは牛井の吉野屋などがかなり買っているようです。これは高圧ガマでガーッと煮て、食べさせる。それから、オーストラリアからのカウミートという、老廃牛の肉、それは赤身ばかりで脂身がないためにアメリカの脂味の多いショートプレートをまぜて挽肉をつくる。またブリスケットは、アメリカのスーパーではサーロインなどの3分の1の値段でしかない。ともかく大半はそうした安物部位で、ステーキ肉とかシャブシャブ用という高級なものとはかなり縁遠いものです。

ところが、アメリカの日本研究者たちにしろ、日本の一般の人たちは勿論、おそらく農林省の人たちも含めて、高級牛肉イコールステーキというふうな、そういう結びつけ方をして、それがそのまま固定観念になってしまって、高級牛肉とか、ハイ・クオリティ・ビーフとかというときに、それがひとり歩きしているようです。

そういう低価値部位ばかりでなく、どうすればもっと単価の高い部位を輸出できるか、さらには、アメリカの牛肉はオーストラリアのグラス・フェド（草飼育）に対してグレイン・フェド（穀物肥育）だといいますけれども、肥育期間は平均で120日～150日にすぎません。

他方、日本の牛肉は、松坂牛だとか、神戸牛といわれているものは、理想肥育といいまして、30ヵ月近くも穀物を食わしています。去勢和牛の弱齢肥育というものも20ヵ月弱、乳牛の去勢オスも、日本全体の平均で14ヵ月近くも穀物を食わしている。日本の農家は決してバカじゃありませんから、乳オスに14ヵ月も穀物を食わせるということは、そうしないと高く売れないからでしょう。アメリカと同じように4ヵ月なり、5ヵ月という肥育期間ですと霜降りが全然出ないというようなことから、まったく二足三文にしか買ってもらえない。そのために乳牛についても14ヵ月、和牛の弱齢肥育のものについても20ヵ月も穀物を食わしているわけです。

私もだんだんそういうことがわかってきまして、アメリカの牛肉も日本に輸出するのだったら、日本市場用に特別に穀物を与える期間を長くする、たとえばアメリカの国内市場向けの平均120日じゃなくて、240日とか、せめて180日ぐらいにしたらどうだ、そういうようなマーチャンダイジングをやって、日本で試験的に売ってみて、その結果どうすればいいというような、



そういう研究をやったらどうだ、ということ今年に入ってから提案してきました。しかしどうもそういったことに対する関心というのはもう一つ本物にならない。たとえば農務省の係官なども、ある研究会で私の話をきき、「そんなこととは知らなかった。それは面白い、ワシントンに帰ったらまた電話するから」とかいていましたが、その後1回も電話がかかってきませんし、手紙もきません。

そういうことで1年間無視され続けて、フラストレーションのかたまりになって帰って参りました。ところが帰国が時期的に日米間でオレンジ・牛肉の政治的合意がなされたときで、日本の新聞はそのことで大騒ぎです。最近の経済誌をみていて次のような一文をまとめ、『東洋経済』の編集部に5月2日付で出しました。

「昨年5月から約1年間、ニューメキシコ州立大学で米国の対日牛肉・オレンジ通商問題を勉強してきました。たまたま牛肉・オレンジの日米合意と帰国が時期的に一致しましたが、アメリカのマスコミの取扱いに比べ、日本の新聞の大々的な取り上げ方は誠に印象的でした。その点、貴誌が牛肉・オレンジの問題に陽表的にページをさいていらっしゃるのには、国民経済的に見た同問題の相対的重要性からして、編集部の優れたバランス感覚を示すものとして敬意を表します。

ただ、1月21日「今週の問題」の冒頭のE氏の発言はいただけません。(E氏というのは米国研究者)

「4年前と違い、今や日本がアメリカの国内政治に非常な影響力を持っている。大統領選というアメリカの一大政治ショーのなかで日本が主役をつとめているとっていい」には家族ともども首をかしげました。

田舎の大学でしたが、日本の貿易問題で農務省の研究者や、デンバーのNCA(全米牛肉生産者協会)とは連絡がありました。『ウォール・ストリート・ジャーナル』はほとんど毎日目を通し、テレビのニュースや、民主党の候補者指名関係の番組は見ていたつもりです。

一昨年から昨年前半にかけて確かに日本の自動車輸入はミシガンの人たちには重大関心事であったことでしょう。しかし、1年間、牛肉・オレンジの対日輸出問題をやっている、日本がアメリカの主たる関心を集めているとはただの一度も実感したことはありません。こちらはこれだけ思っているんだからあちらもそれだけ思っていてくれてもいい、いやそうに違いない式の一方的な思い込みが、何か日本の論調や、世論形成をミスリードしているような気がしてなりません。」

手紙の紹介は以上ですが、とりまとめ、あるいは私のこの1年間の体験の含意のようなものに移ります前にもう1言、2言つけ加えさせていただきたいと思います。

以上述べましたようなことを、NRCの梅沢さんと犬塚さん、さらには鈴木社長にも申し上げたのですが、「そんなものですかね」と半信半疑か、「あれだけ騒いでいるんだから、君、そんなはずはないだろう」といわれました。あるいは大学の同僚は「それは君の発表の仕方と、何といっても君の知名度の問題だね」とか、「田舎の大学じゃだめだね、やっぱりワシントンとか、ニューヨークにいなきゃ」とか、そういう話が返ってくるわけです。

そこで、「いくら森先生が力説しても誰も信用しないだろうから、『ニューヨーク・タイムズ』ぐらいを少し見てみたらどうだ」という梅沢さんのサジェスチョンで、本日の話のために息子に国会図書館に通わせて、今年の3月、4月の『ニューヨーク・タイムズ』を見せました。ただ、『ニューヨーク・タイムズ』はご存じかと思いますが1日分が100ページくらいあるそうです。『ウォール・ストリート・ジャーナル』はもっと少なく、4~50ページですけれども、従って1日分見るのに少くとも40分かかる。一生懸命やらせたんですが、3月の11日から4月の23日までしか拾えませんでした。

それはそれとして、1日平均2つ弱ぐらいは日本の記事が出ているようです。しかし、日本の記事が出ているといっても、たとえば3月11日にはバイオリンのヒロコ・ヤジマとか、4月18日には、ドールと第一企画が一緒になって、なんかベンチャービジネスを始めるとか、それから、4月21日には、日産の海外における生産量とか、4月23日には、電通は現在でも世界一とか、あるいはソニーが減益したとかという記事も多く、世界における日本、ないしアメリカに対する日本がどうというものではない。すなわち、ソニーでも日立でもIBMでもいろいろな記事がかなり多いわけです。

たとえば、「レーガンが日本の円安批判」（3月25日）、「日本の資本市場を開放せよ」（4月13日）といった日本プロパーというのは、本当に1週間に1ぺんくらい、その扱いても第1面というのは殆どないようです。牛肉・オレンジ関係だけをこの一月半ぐらい見た限りでは、3月の13日にDの17というところ（DのP17、Dはビジネス・アンド・ファイナンスということらしいんですが）で7行、「オーストラリアのビーフ関係の抗議」、アメリカがプッシュしているものですから、日本の割当てがオーストラリアに対しては少なくなるということだと思います。これが7行だそうです。

それから、4月の3日にDの20に65行「日本とアメリカは牛肉とオレンジ問題を討議の予定」、これはかなり大きい扱いですが、Dのうしろの方です。日本の1面トップにくらべると、扱いは小さい。

それから、4月7日に、「アメリカと日本の話し合いはつまづいている」というのが出て（P43、64行）、4月14日にアメリカと日本の通商協定に関する編集者に対する手紙がのっている。

それ以外に4月8日の日曜版にトップに、牛肉とオレンジの問題が出ているそうですが、それはまだ国会図書館に入っていないで確認できませんでした。

ともかく日米の経済摩擦に関する日本の新聞の扱い方の仰々しさに比べて、アメリカの扱いは質量ともに著しく小さいということは、私自身1年間『ウォールストリートジャーナル』を眺めていて実感していましたが、今回『ニューヨーク・タイムズ』をずうっと見るという仕事をして、かなり確認できたという感じがいたします。

### 3 いくつかの含意

以上を踏まえて、多少そうしたことの意味合いみたいなことを申し述べたいと思います。

ひとつは、こちらが思っているほどアメリカは日本のことを思ってくれてはいない。誰でも自分の会社を中心に世の中がまわっている、あるいは日本の国を中心に世界がまわっているというような気持ちになり勝ちです。日本の新聞をみているとどうもそういう気持ちになる。ところが、アメリカにいて牛肉・オレンジの対日輸出の問題をやっている、アメリカは日本を中心に考えてる訳ではない。せいぜい過剰農産物のはけ口くらいにしかみていない。

別のことでいえば、日本は今回の交渉で牛肉についてかなり譲歩したと私は思っています。輸入枠の拡大でかなりの痛みを感じた。たとえば子牛の値段がかなり下がったとかなんとかという、一時的なものにしろかなりの痛みが確かにあったと思います。これだけ痛んでいるんだから向こうもその痛みはわかってくれているだろうというふうに思うとすれば、それはどうも間違いのようです。日本の新聞じゃ、6000トン台と7000トン台の攻防、「7000トンになれば自民党は農民に顔向けできない」とかいうふうに取り上げられているんですが、『ニューヨーク・タイムズ』も、『ウォール・ストリート・ジャーナル』にもそんなデテールな話が出ていない。山村さんが来てどうしている、こうしている、なんていう話は全然伝わっていない。それもその筈で、6000トンから7000トンの1000トンはアメリカの生産量の0.01%にすぎません。

ともかくアメリカにとっては、「自由化するかしらないか」「すっきりオープンにするか。いつ頃するか」が重要なのでしょう。ですから、決着はした。しかし不十分な決着であった。日本は相も変わらず自分にばかり有利なようにするとアメリカ人は受けとめているだけで、日本の農民の、あるいは日本の払った痛みというようなものは全然感じてくれていない。ところが、むこうはそれを感じていてくれると思って、牛肉であれだけ譲ったんだから、今度は自動車なり、鉄鋼なり何なりで、お前の方が譲る番だ、というようなことを期待しても、それは向こうの人には通じないだろうと思います。

2番目の問題は、日本の商品のアメリカにおけるイメージに関するものです。先ほどアメリ

カ人のなかには2つの日本があると申し上げました。トヨタなり、キャノンなり、ヤマハ、カワサキとか、あるいはソニーは、大半のアメリカ人は、頭のどっかでは、これはメイドインジャパンというふうに思っているでしょう。しかし、その「日本」というのは、彼らがいま面と向かっているこの貧弱な日本人と同じ日本ではなくて、カルフォルニアのどっかにある、あるいはもしかすると火星のどっかにある日本なのです。そのような日本からトヨタなりソニーがきている。そんなかんじなのです。日本に牛肉なりオレンジをもっと買え買えと一方で言っているが、突然「洗濯機があるか」とか、「マヨネーズがあるか」などとたずねるのです。それが大学の先生の奥さん達です。

ある時、「キャノンのチーフエンジニアは僕の隣の人だ」といいましたところ、ひどくびっくりされました。お前の友達があんなキャノンなんかつくれるはずがあるか、というそういう反応なんですね。

ですから、日本の製品をアメリカで売る場合に、アメリカ人の日本に関するイメージをもっと現実的ないし現代的なものにする必要があるのかしらと思います。彼らが、いろいろ申しあげましたように日本をフジヤマ・ゲイシャ・ショーグンというイメージで思っているとしても、別にそのことは日本の商品を売るときにマイナスの作用をしていないのではないか、そんな気がするわけです。日本のイメージをもっと現実的のものにする、たとえばトヨタのカローラは俺の兄貴が設計したものだ、というようなことをいいましたら、じゃあ、このろくすっぽ英語もしゃべれないやつの兄貴がつくったんだから、どこか欠陥があるに違いない、というふうに思われかねないわけです。

ですから、そういうアメリカ人の持っている「2つの日本」のイメージをこわして、それを1つにして統合させるというようなマーケティングは別に必要ないんじゃないか。日本の商品はアメリカのなかではかなりニュートラルといいますか、無色の商品として通っている。それはそれでいいんじゃないか。こんなふうな感じがします。

3番目には、これはここでの話ではないと思いますが、米国とのネゴシエーションのあり方に関するものです。アメリカはブロックさんという人がひとりで牛肉・オレンジの問題もやりますし、自動車や、鉄鋼の問題もやります。日本の場合は、鉄鋼については通産大臣が行く、金融については大蔵大臣が行く、あるいは財務官が行く、オレンジ・牛肉については農林大臣が行くという形で省別、あるいは商品別になっているわけです。

そうしますと、たとえば山村さんが、かりにオレンジなり、牛肉で譲歩するときに、これは譲歩するけれども、まさか自動車の自主規制を来年以降も続けるとはいわないだろうな、という言質をブロックからとっているかという、恐らくとっていないでしょう。そんな大幅な枠

拡大は困る、困る、というだけで、それじゃこれでこれだけ譲るから何でどれだけお前のほうが譲れ、というようなそういう取引はしてないように思われます。

その点、交渉の窓口が一つのアメ리카の方が得しているんじゃないかと思うんです。

どうせ日本はのみっこないのを承知の上で、牛肉の自由化を強引に要求し、たとえば自動車の自主規制を引き出すといった具合です。但しこれは私のかんぐりです。

それから、とくにオレンジの交渉について感じたことですが、自由化は困る、困る、の一本槍じゃまずいんでして、もうちょっと科学的な研究結果を中心にネゴシエーションができないものか。たとえばアメ리카農務省は、オレンジの日本における需要の価格弾力性、値段がどれだけ下がったら需要がどれだけふえるかという価格弾力性を1から3というふうにみております。1から3というのは、たとえば自由化して値段が30%下がった場合に、需要は30%ふえるというのと、90%ふえるという風になりに幅があります。この場合に1に近い値をとるか、3に近い値をとるか、輸入のふえ方、日本の甘きつ類に対する影響の見通しも大きく違ってきます。そこいらの点を双方が共通の土俵の上で、すなわち科学的な研究をもとにつめていくという努力をしないで、片方は、ただそれでは困る、困る、の一方で、向こうは、もっと売れるはずだ、売れるはずだ、という形で角と角を突き合せるという格好になってしまうのはやっぱりよくないんじゃないか。ネゴシエーションにもうちょっと科学的なベースを導入したほうがいいのではないかと、そういうことを感じています。

最後に、日本のマスコミのあり方についての感想です。日本の新聞はたいして重要でないことを非常に誇大に、すごい勢いでやっているという感じがします。オレンジと牛肉問題だけに限ってみても、不必要な報道が多過ぎる、あるいは取り扱いがひどく大き過ぎるような気がします。不必要なことにいろいろエネルギーをさき過ぎているために、肝心の必要ところが抜けちゃっているように思われます。不必要にして不十分という、研究論文としては一番低い点数しかあげられないようなものになっているんじゃないでしょうか。

そのことは今回のソ連のオリンピック不参加に関するマスコミの取り上げ方でもはっきりしています。ソビエトが参加しないというのは見出しだけですが、5月9日の朝刊に、突然大きくでました。続いてその日の夕刊にはいろいろの記事がでて、そのあともずいぶん出ました。私、ここにこの3日間のオリンピック関係の切り抜きを持ってきていますが、1つの新聞だけでこの3日間にこれだけあります（切りぬきの束をしめす）。

新聞をさっと読んだ感じでは、いかにもある日突然ソビエトの指導者が心変わりをして、出ないとごね出した、といった印象を受けます。しかし、よく解説を見てみますと、この問題は去年の暮ぐらいから始まっているようです。とくに今年の3月はじめにソ連の五輪担当官にア

メロカへの入国査証が出なかつたとか、4月10日にソ連の五輪委員会が公式声明で、ソ連選手の亡命を助ける活動などの反ソキャンペーンに対して、「深刻な危ぐ」を表明したこともあります。さらには、ソ連の要望で4月24日にローザンヌでIOCの緊急理事会が開かれていますし、その前後にソ連と米国の間ではげしいやりとりが交わされていたようです。しかし、そういうのが全然報道されないままに、で、ある日突然パツと出てくるわけですね。もしソ連のオリンピック不参加がこんなにも大きなニュースなら、これ迄にもそれに至る経緯が応分に報道されていてもよかつたと思ひます。

日米の農産物交渉、金融の自由化、社会面では福島交通や宇都宮病院も大事な問題に違ひないのですが、取り上げ方が多少バランスを失して大き過ぎるように思ひます。どこかにエネルギーをつぎこみすぎると、どこか他の大事なところが抜けます。その結果「不必要にして不十分」というお粗末な内容になるのではないでしようか。

付記：本稿は、帰国後5月11日に株式会社日本リサーチセンターの業務連絡会で報告した速記録に多少手を加えたものである。同社の御了解を得て本号に転載した。