

平成 24 年度 生鮮取引電子化セミナー講演録【抄出版】

食品産業の将来ビジョンと現在の取組状況について

農林水産省 食料産業局 食品小売サービス課 企画調査班
企画係長 高嶋 宏樹

農林水産省では昨年 9 月 1 日に大きな組織再編があり、「食」や「農山漁村の資源・環境」に関連する産業を幅広く所管し、農山漁村の資源を活用した新しい産業を創出・育成するとともに、食や環境を通じて生産者と消費者の絆を強めていく、といった大きな課題を背負った組織（局）として「食料産業局」を立ち上げました。

この新たな局のもとで、今年の 3 月に今後の食品産業のあり方などを示した「食品産業の将来ビジョン」を策定しました。本ビジョンの構成は「食品産業に期待される役割」、「食品産業をめぐる状況変化」、「食品産業の目指すべき方向」、「食品産業の持続的発展に向けた共通の目標と具体的取組」、「フードチェーン当事者に期待される役割・分担」となっています。

本来、この将来ビジョンは平成 22 年度中に策定する方針でしたが、ご存知のように平成 22 年 3 月 11 日に東日本大震災が発生したことで、食品産業が抱える様々な課題が新たに明らかになりました。そのため、これらの課題にどう対応していくのかという観点から様々な議論がなされた結果、「東日本大震災の影響と課題」、「原発事故への対応と消費者の信頼回復」、「東日本大震災と食料供給ルートの確保」といったテーマをこのビジョンに追加したうえで、今回の公表に至りました。

1. 食品産業の将来ビジョンについて

I 食品産業に期待される役割

農林水産省は、従来、農林水産業や農林水産物に焦点を当てた政策を展開してまいりました。しかし、農山漁村には農林水産物だけでなく、太陽光や地熱、あるいは農村が持っている文化、農作業体験等の大きな資源があります。その資源をバリューとして、エネルギーや医療・福祉、観光といった分野にも展開していくことが重要です。すなわち、一次産業で発掘した資源を、二次産業、三次産業へと大きく育てていき、バリューチェーンの形成に貢献していくことが、今後の食品産業に期待されている役割であると考えています。加えて、食品産業だけではなく、他の健康医療分野や IT 産業といった異業種との連携を図ったうえで、イノベーションを誘発していき、その結果、農山漁村に雇用と所得をもたらしていく、というのが我々の大きな課題であり、食品産業に期待される役割でもあります。



食品産業に期待される役割

II 食品産業をめぐる状況の変化

ご存知のように、我が国の高齢化は大変進んでおり、2020年には65歳以上の人口比率が約3割を占めるようになり、2022年には団塊の世代がいわゆる後期高齢者と言われる75歳以上になってまいります。こうした高齢化に伴い、当然、国内市場の構造変化が見込まれます。また、国民1人1日当たりのエネルギー摂取量は、1980年には2,000kcalを超えていましたが、近年のダイエット志向や少子高齢化といった影響を受けて、現在では1,850kcal程度まで落ち込んでおります。加えて、核家族化もどんどん進み、夫婦二人子ども二人という従来のモデルが普通でなくなりつつある上、一人暮らしの高齢者の増加も予想されます。しかし、考え方を変えれば、これは新しいビジネスチャンスともいえます。実際、高齢者に対応した商品の販売やサービスの提供が増えてきており、例えば、スーパーやコンビニなどでは、食料品を小分けにしたり、少量パックの惣菜等の売れ行きが好調であるといった動きもみられます。

一方、食料品アクセス問題も近年話題になっています。大型商業施設が郊外に進出したことにより、駅前の身近な商店街がいわゆるシャッター通りになってしまい、その結果、自動車を運転できない高齢者の方にとっては、生鮮食品を中心とした食料品の購入が不便になってきています。農林水産政策研究所の推計によると、生鮮食料品店まで直線距離で500m(実質はほぼ1km)以上歩かないと辿りつけないうえ、かつ自動車を持たない人口は全国で約910万人となっており、そのうち65歳以上の人口は約350万人にのぼり、特に高齢者にとって買物が大きな負担になっているという結果が出ています。この結果を受けて、農林水産省が昨年の11月に、全国の市町村を対象として「食料品アクセス問題に関するア

ンケート調査」を実施したところ、何らかの対策が必要だと回答した市町村は約75%にのぼりました。また、その中で路線バスの拡充や商店街対策等、実際に何らかの対策を行っているのは6割弱にとどまる一方、何も対策を実施していない市町村は約3割にのぼり、実際に市町村の担当者に聞いてみると、「財源がない」ということに加えて、「何をしたらよいかわからない」という意見が多くみられました。そこで、食料品アクセス問題について、どうすれば効果的な対策が打てるのかを具体的に示していくため、現在、農林水産省では、いくつかの困っている地域（市町村レベル）に検討会を開催してもらい、そこで得られた解決策をモデルとして各市町村に普及していく、といった事業を実施しているところです。

また、海外に目を転じると、中国あるいはインドといった新興国の経済発展に伴う農産物需要の増大や、米国のトウモロコシやブラジルのサトウキビなど、今まで食料や飼料として扱われていた穀物がバイオ燃料に用いられることによって、原料農産物の国際価格が上昇しており、産地が限定される農産物等の調達が懸念されています。さらに、経済連携協定の提携等により、市場のグローバル化が進展しています。WTO（世界貿易機関）における農業交渉については、2001年にドーハラウンドが立ち上がりましたが、基本的に各国の合意が必要であるためなかなかまとまらず、結局、米国とインド等の途上国との対立が最後まで解消されずに、最終合意に至っておりません。そこで、WTOではなく、各国間交渉であるEPA（経済連携協定）あるいはFTA（自由貿易協定）を進める動きが多くなっており、我が国でも、アジアを中心に13の国や地域とEPAを締結し、また、豪州等と現在交渉を行っている状況にあります。

◆:交渉 ☆:署名 ★:発効

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	
締結	シンガポール	☆(1月)	★(11月)			見直し交渉(4月~)	★(9月)					
	メキシコ		◆(11月~)	(9月)★	★(4月)			再協議(9月~)		★(9月)	★(4月)	
	マレーシア			◆(1月~)	(12月)★	★(7月)						
	チリ					◆(2月~)	★(3月)	(9月)	再協議(11月~)			
	タイ			◆(2月~)		(8月)★	★(11月)					
	インドネシア				◆(7月~)		★(8月)	★(7月)				
	ブルネイ					◆(6月~)	★(6月)	★(7月)				
	ASEAN全体(注1)				◆(4月~)		(4月)★	★(12月)				
	フィリピン			◆(2月~)			★(9月)	★(12月)				
	スイス						◆(5月~)	(2月)★	★(9月)			
	ベトナム						◆(1月~)	★(12月)	★(10月)			
	インド						◆(1月~)			(2月)★	★(8月)	
	ペルー								◆(5月~)		★(5月)	★(3月)
	交渉中	韓国(注2)		◆(12月~)								
GCC(注3)						◆(9月~)						
豪州							◆(4月~)					
モンゴル											(6月~)◆	

(注1) ASEAN全体とのEPAは、2008年12月に日本とシンガポール、ラオス、ベトナム及びミャンマー、2009年1月にブルネイ、同2月にマレーシア、同6月にタイ、同12月にカンボジア、2010年7月にフィリピンとの間で発効。未発効国はインドネシアのみ。
(注2) 韓国とは、2004年11月以降交渉が中断。2010年5月の日韓首脳会談において、交渉再開に向けたハイレベルの事前協議を行うことで一致。これを受けて同年9月には交渉再開に向けた第1回局長級協議、2011年5月には第2回局長級協議を開催。
(注3) GCC(湾岸協力理事会)加盟国：バーレーン、クウェート、オマーン、カタール、サウジアラビア、アラブ首長国連邦。

我が国のEPA・FTAの進捗状況

そして、東日本大震災の影響（農林水産関係の被害状況）については、農林水産関係の被害額（平成24年7月5日現在）は、約2兆3,841億円となっています。内訳をしてみると、水産業関係の被害が約1兆2,637億円、農林業関係の被害が約1兆1,204億円となっています。なお、今回の震災では200社を超える食品メーカー等のご協力をいただき、食料2,584万食、育児用調整粉乳5.3万缶、飲料762万本を調達することができました。一方、今回の震災では、自社は無事であっても取引先が被災したため、原料や包装資材が調達できず、復旧までかなりの時間を要したという事例が数多くみられました。今後は、被災後も速やかに事業が再開できるように、事業継続計画（BCP）を事業者の皆様で作成していただく必要があると感じております。また、ペットボトルのキャップが典型例ですが、個別に調達していたために製品が被災地に届かない、あるいは出荷できないといった事例がみられましたので、包装資材等を標準化して、他のメーカーの製品でも代用できるといった体制を整備することが必要かと思っております。さらに、ある地域に災害が発生しても、別の地域で生産できる体制を構築していくことで、サプライチェーンが寸断されずに、被災地まで物資をしっかりと届けることができるよう、複数県にまたがるサプライチェーンの構築を推進していくことが、我々行政サイドに課された課題であると認識しています。

Ⅲ 食品産業の目指すべき方向

食品産業が目指すべき基本的な方向としては、従来の生産を起点としたプロダクトアウトの発想ではなく、需要サイドに立った新しい付加価値の提供（マーケットイン）により、国内市場を深掘りしていくとともに、経済発展が見込まれるアジアの新興国等の海外市場の開拓を戦略的に行うことが重要になると思っております。その際、食品産業事業者が自らの取組の方向性を定めるうえで、「消費者」、「地域」、「グローバル」の3つの視座を組み合わせ、今後の戦略を明確化することが必要と考えています。

消費者起点のライフスタイル提案による新たなマーケットの創出の例として、スーパー等が取り組んでいるミールソリューションが挙げられます。最近のスーパーでは、お客様である主婦に料理メニューを提示して、メニューごとの括りで食材や調味料等を販売しているケースが見受けられますが、ある調査によると、日本の主婦にとっては、三度三度のレシピを考えることが食事をつくることよりも負担になっているとのことで、このスーパーの事例では、まさにお客様である主婦の視点に立ってマーチャンダイジングを行っていることとなります。また、栽培した野菜等を首都圏のオフィスや工場に自ら出かけて行って販売するいわゆる出前産直をやっている企業もあります。これは、残業した帰りに買物をしている会社員等にはなかなか新鮮な野菜が手に入らない、という点にニーズがありました。この事例も消費者起点による事業展開といえるのではないかと思います。

また、大規模な企業にとっては、グローバルな観点での競争力の強化も重要です。ある程度財務基盤がしっかりしていて、人的資源も豊富な企業にとっては、国内外での企業統合や企業間連携を通じ、事業の水平展開、垂直展開等を具体化して、収益性が高く効率の

よい経営を実現することは、事業基盤を強化するうえで重要な着眼点となります。

とはいっても食品産業は中小零細企業が多いので、直ぐに海外展開できる企業はほんの一握りかと思います。そこで重要となるのが地域を起点としたビジネス戦略です。中小零細企業であっても、その企業が立地している地域の歴史や伝統、文化は非常に大きな武器となりますし、自分たちの地域に伝わる物語を付加価値として、その製品あるいはサービスに加えることによって事業を展開していくことは可能です。例えば、四国のある県では、過疎化が進んで共同体の存続が危ぶまれていた地域でも、古い民家を宿泊施設やカフェに改築したり、使われなくなった水車小屋を修築して水車祭りを開催したりすることにより、外から入ってくる交流人口を増やしているという事例があります。定住人口は下がっていく一方でこれを止めることは困難ですが、外からお客様を呼び寄せて何かを買ってもらったり、観光客として宿泊してもらうことで交流人口を増やしていくことは十分可能であり、ともすれば埋もれてしまいがちな、地域の資源を有効活用するという視点を活かして事業を展開していくことが重要だと思います。

また、将来的には、「国内外の市場でバランス良く収益を確保するグローバル企業の一翼を担う企業群が形成されている状態」と「我が国の多様な農林水産物や地域の食文化を背景とする独創的な食品及び食に関するサービスを生み出す中小企業の事業活動が活性化している状態」が並存していくことが期待されます。

IV 食品産業の持続的発展に向けた共通の目標

食品関連産業全体の市場規模の拡大にかかる目標については、食品関連産業の国内生産額を2009年の95兆円から2020年には120兆円まで増加させることを目標に掲げています。そのうち、農林漁業成長産業化について、6次産業の市場規模を2010年の1兆円から2020年には10兆円まで伸ばしていきます。また、現在は原発事故の影響で減少しておりますが、2020年までに農林水産物・食品の輸出額も1兆円水準まで増やしていきます。そして、農山漁村資源の新たな用途開拓や工業部門の技術等を農業に活かすことによって、農林水産業を基盤とした年間6兆円規模の新事業を創出していくことを目標としています。



V 食品産業の持続的発展に向けた具体的取組

食品産業が持続的に発展するための具体的な取組としては、まず、6次産業化への参画があります。そのためには、農林漁業者等をパートナーとする新たな事業体の立上げや、自らの販売ネットワークを通じた農林漁業者の経営安定への寄与が必要です。また、医療、介護、福祉等の関連異業種の事業者との連携による高齢者ビジネスやストレスケア事業の展開も考えられます。ストレスケア事業の一例としてケアファームという取組がありますが、これは障害者の方あるいは高齢者等が、農作業体験等を行うことによってリハビリの効果をあげたり、社会参加の意欲を持ってもらおうという取組で、現在、東北の被災地等でも実施されています。

加えて、健康・長寿社会に向けて、医療、福祉、教育、観光、IT等の関連異業種の事業者と連携し、需要を創出していくことも重要になります。例えば、食品流通業でいえば、インターネットを利用したネットスーパーが市場を拡大しています。また、若年層（20～30歳代、特に単身者）に多く見られる朝食の欠食は年間約56億食といわれており、1食300円で換算すれば1.7兆円規模の市場が残されていると考えられ、外食・中食業界では「朝食市場」の取込みが課題になっています。なお、IT等を活用した合理的なフードチェーンを構築するため、「流通BMS導入のための課題整理等を行う検討会の開催」や「生産者から小売・外食事業者までが参加した導入効果の検証」等を実施する事業について、農林水産省では来年度予算を要求しています。流通BMSは、流通ビジネスメッセージ標準(Business Message Standards)の略で、EDIの標準仕様の一種ですが、現在、経産省の主導で進められており、大手の量販店や流通団体も流通BMS導入に前向きに取り組んでいます。

VI フードチェーン当事者に期待される役割・分担

食品業界団体の皆様には、原料等の安定的調達のための共同購入・共同販促や食品の放射性物質等、食品安全の取組や環境問題への対応が求められています。食品の放射性物質については、消費者の皆様には正しい知識を身につけていただけるよう、行政も様々なツールを使って、例えば、食品小売業者にパンフレットやポスターを配布して安全性について分かり易く伝えるお手伝いをしているところです。

また、食品製造の機械メーカーや介護・福祉、観光業界といった関連異業種の事業者には、食品産業事業者との連携による新たな需要・市場の開拓が期待されています。例えば、介護食の提供のほか、地域文化や工場見学・試食をセットにしたツアーの導入等による外国人観光客の誘致促進等です。

農林漁業者には、よりよい農林水産物を作っていただくことはもちろんですが、どうすれば売れるのかというマインドをもっていただき、流通業や外食産業とも提携して地域のビジネスを活性化していただきたいと思います。消費者の皆様にも、産地や工場見学などを通じて食品産業事業者と対話する機会等を得ることで、食の安全・安心に対する理解を深めてもらうことが必要だと思います。

2. 現在の取組状況について

まず、来年度の概算要求についてご説明したいと思います。農林水産省では6次産業イノベーションの推進のため、農林漁業成長産業化ファンドの本格実施に向けて350億円の財投資金を要求しています。6次産業化については、ご存知ない方がまだ多いのですが、生産者という一次産業者が、二次産業である加工や、三次産業の販売まで射程において、自ら加工・販売に取り組んだり、メーカーや販売業者と連携して、自分達の作った商品の価値を大きく高めながらどんどんつなげていくというもので、農林水産省がもっとも力を入れている政策の一つです。また、ファンドについて申し上げますと、これまで農林漁業者からは、「せっかく良いものを作っても販売先の開拓が進まない」、「農林漁業者が自ら加工工場を持ちたくても、銀行から融資が受けられない」といった声をよく聞きますし、市町村等の自治体からは、「地元を企業を誘致したくても来てもらえず、逆に円高で工場が海外にいつてしまい、なかなか雇用が創出できない」という話もよく耳にします。このような状況に対応するため、農林水産省ではこれまで補助金や融資といったツールを用意してきましたが、これらは使い道が限定されていたり、全額補助は難しいため、1/2や1/3補助という形になっており、使い勝手という点では限界がありました。そこで、新たにファンドを作り、運転資金や人件費にも対応できる自由度の高い資金を供給し、民間の創意工夫に柔軟に対応していく、というのが本施策の狙いです。

また、農林水産省では、これまでも農商工連携（地域の基幹産業である農林水産業、商業、工業等の産業間での連携）の取組を進めてまいりましたが、農林漁業・農山漁村に関心を有する多様なステークホルダーが集い、知見の共有と連携・創発によってイノベーションを進める場（プラットフォーム）として、昨年12月に新たに「産業連携ネットワーク」を創設しました。産業連携ネットワークには、平成24年6月現在で約800の団体・企業にご参加いただいております。



産業連携ネットワークの概略図

さらに、農林水産省は、食品の輸出戦略の立て直しにも力を入れています。原発事故による放射性物質の影響で、海外に食品を輸出する際は、多くの相手国から日本政府の証明書が必要とされるなど様々な規制が設けられておりますが、国と民間が協力して粘り強く交渉することで、徐々に規制が緩和されてきております。また、日本の食文化を活かした戦略の一環として、来年、日本食のユネスコ無形文化遺産への登録を目指しています。加えて、2015年には「食」をテーマとしてミラノで国際博覧会が開かれます。ミラノ万博では、我が国の農林水産物や食品、食文化の魅力を発信し、食ビジネスの発展を加速することで、食品産業の皆様の輸出促進や海外展開の後押しができればと考えております。食に関する知的財産権の保護・活用についても、我が国の地域特産品となっている農林水産物や食品について、高付加価値化・ブランド化を一層推進し、農山漁村の活性化を図るため、地理的表示の保護制度の導入を目指します。例えば、パルマハムやトスカーナ・オリーブオイルは地名と商品名が不可分な形になっており、EUでは地域の原料や製法が厳格に定義されて、これを保護する強固な制度が確立されています。我が国でもそういった地域の表示を保護することによって、地域における伝統的なブランドとして一定の社会的地位を確立することが重要となります。

最後に再生可能エネルギーについてですが、農山漁村には太陽光や風力、バイオマスや地熱、小水力といった再生可能エネルギーが賦存しており、推計では4,250億kWh、年間総電力量の43%に相当するといわれています。これを活用するのは技術的に難しい面がある点は十分承知していますが、原子力発電がこのような状態になっている現在、地域分散型の発電システムを早期に確立することは、日本にとって重要な課題となっており、再生可能エネルギーの推進についても、農林水産省として積極的に進めていきたいと考えています。