

食品照射専門部会(第6回)
資料第1号

食品産業をめぐる状況について

平成18年5月

農林水産省総合食料局

目 次

1. 食をめぐる現状と課題

(1) 食料消費構造の変化とその背景	頁
栄養バランスの崩れ	・・・ 1
食料消費をめぐる社会情勢の変化	・・・ 2
食の外部化・簡便化の進展	・・・ 3

2. 食品産業における現状と課題について

(1) 食品産業の現状	・・・ 4
(2) 世界における食品産業の状況	・・・ 6
(3) 食品産業における海外進出状況	・・・ 8
食品産業政策	
(4) 地域経済における食品製造業の位置付け	・・・ 9
(5) 食料・農業・農村基本法における食品産業政策	・・・ 11

(6) 食品産業における課題と今後の対応方向	・・・ 12
(7) 食品産業の経営体質の強化	・・・ 13
(8) 国内農業との連携の推進	・・・ 14
(9) 食料産業クラスターの目標となる事例	・・・ 15
(10) 環境問題への積極的対応	・・・ 16

3. 21世紀新農政2006のポイント

(1) 農林水産物・食品の輸出促進に向けた戦略的取組	・・・ 18
(2) 東アジア食品産業共同体構想	・・・ 19

1.食をめぐる現状と課題

(1)食料消費構造の変化とその背景

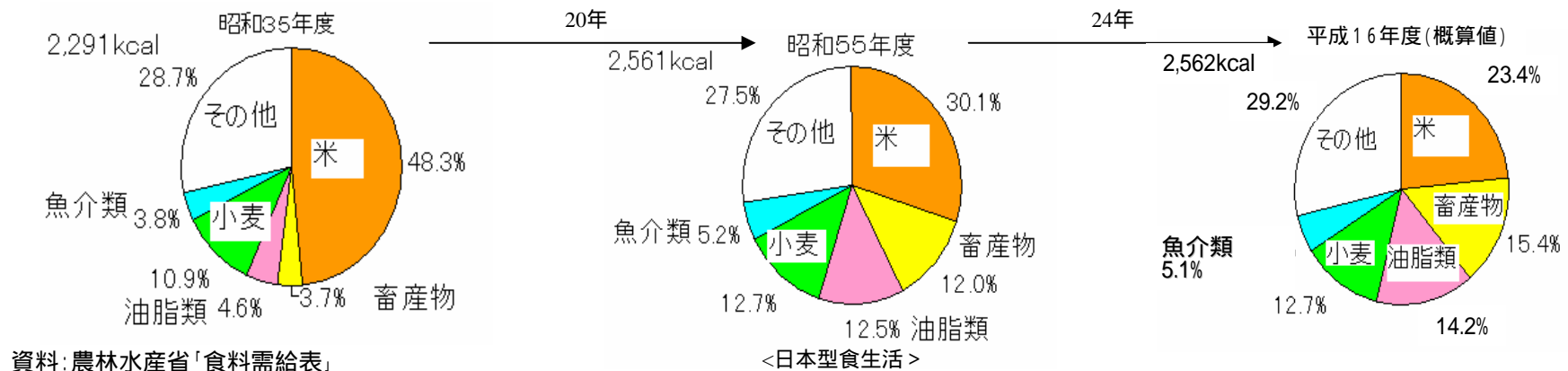
栄養バランスの崩れ

我が国の食料消費は、長期的には経済成長に伴う所得の向上等を背景とし、量的に拡大するとともに、食料消費の割合は、主食である米が減少する一方、畜産物、油脂等が増加するなど大きく変化。

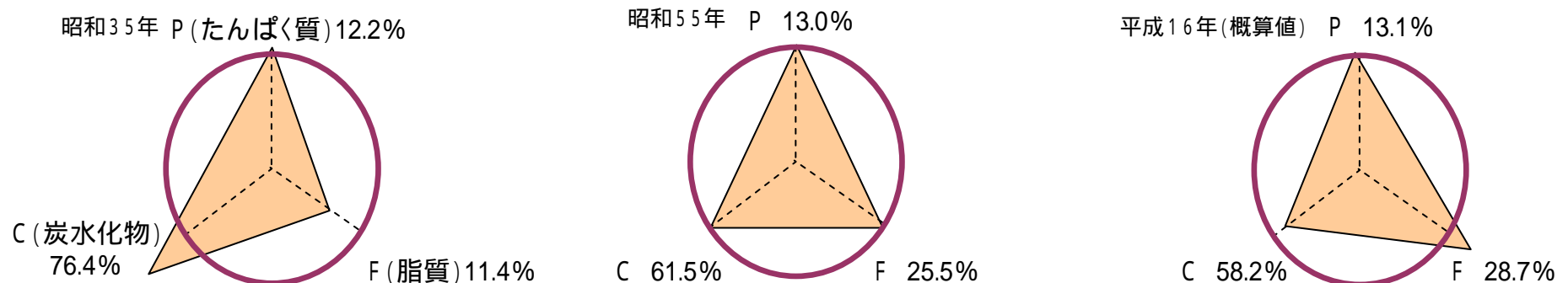
こうした中で、昭和50年代中ごろに、平均的にみて摂取する栄養素(PFC)の熱量バランスがほぼ適切で、主食である米を中心に水産物、畜産物、野菜等多様な副食品から構成されるいわゆる「日本型食生活」が形成。

しかしながら、近年の食生活を巡っては、量的に飽和状態にある一方、米の消費減少と畜産物、油脂の消費増加が続き、栄養バランスの崩れがみられる。

食料消費割合の変化(1人1日当たり:供給熱量ベース)



栄養バランスの変化



資料: 農林水産省「食料需給表」

注: 適正比率は、食料・農業・農村基本計画における平成22年度の目標値P(たんぱく質)13%、F(脂質)27%、C(炭水化物)60%

食料消費をめぐる社会情勢の変化

我が国の世帯構造は、「単独世帯」が増加しており、将来もこの傾向が継続する見込み。「単独世帯」については、65歳以上の高齢者の世帯が急激に増加。

女性の就労意欲の向上を背景に、女性の雇用者は、増加傾向。

「単独世帯」の増加

・単独世帯の増加

711万世帯 1,291万世帯 1,666万世帯
(1980年) (2000年) (2020年)

・65歳以上の単独世帯数

88万世帯 303万世帯 635万世帯
(1980年) (2000年) (2020年)

<参考>全世帯

3,582万世帯 4,678万世帯 5,027万世帯
(1980年) (2000年) (2020年)

資料:総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」(平成15年10月推計)

女性雇用者の増加

(万人)

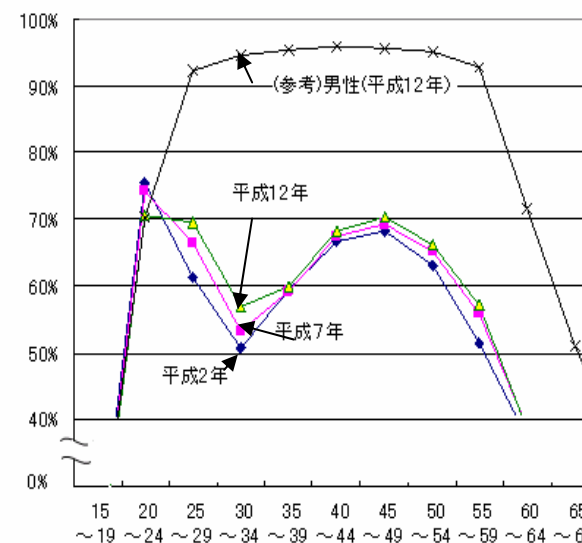
	平成2年	平成7年	平成12年
全就業者数(女性)(A)	2,536	2,614(3.1%)	2,629(0.6%)
うち雇用者(B)	1,834	2,048(11.7%)	2,140(4.5%)
(B)/(A)(%)	72.3	78.3	81.4

資料:総務省「労働力調査」

注:1. 平成7年の()内は、平成2年からの増加率、平成12年の()内は、平成7年からの増加率

2. 雇用者とは、会社、団体、官公庁等に雇われて給料、賃金を得ている者及び会社、団体の役員である者

<参考>年齢別にみた女性の労働力率の変化



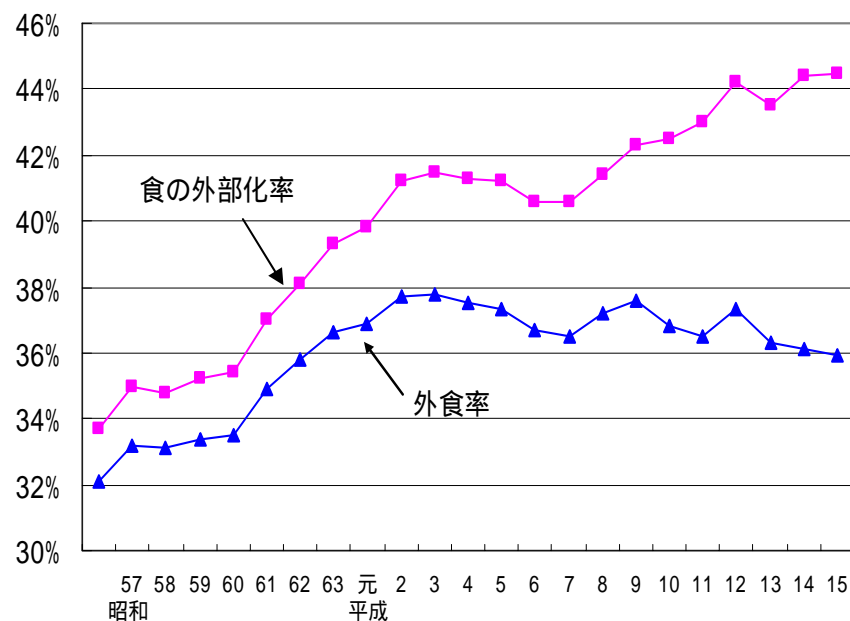
資料:総務省「国勢調査」

注:労働力率とは、15歳以上人口に占める労働力人口割合

食の外部化・簡便化の進展

単独世帯の増加、女性の雇用者の増加等社会情勢の変化の中で、食に関して簡便化志向の高まりや外部化が進展。日本型食生活の実現のためには、食料供給者として食品産業の果たす役割も重要。

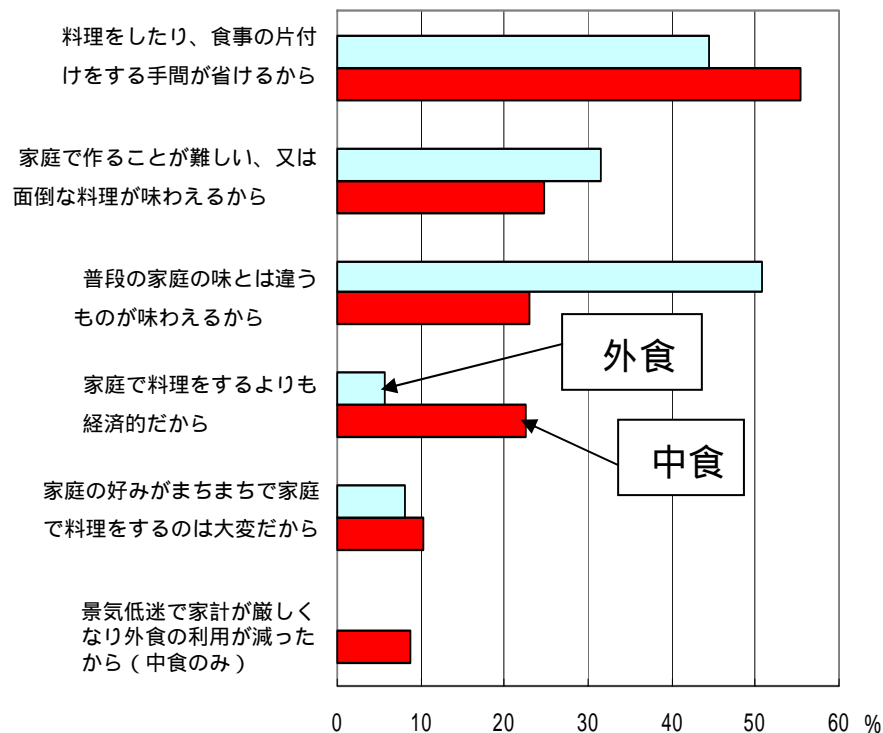
食料消費支出に占める外部化率の推移



(資料)内閣府「国民経済計算報告」、(財)外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模」、日本たばこ産業(株)資料を基に農林水産省で試算

(注) 外食率…食料消費支出に占める外食の割合
食の外部化率…外食率に惣菜・調理食品の支出割合を加えたもの

中食・外食の利用頻度が増えた理由



資料:農林漁業金融公庫「中食や外食の利用に関するアンケート調査」

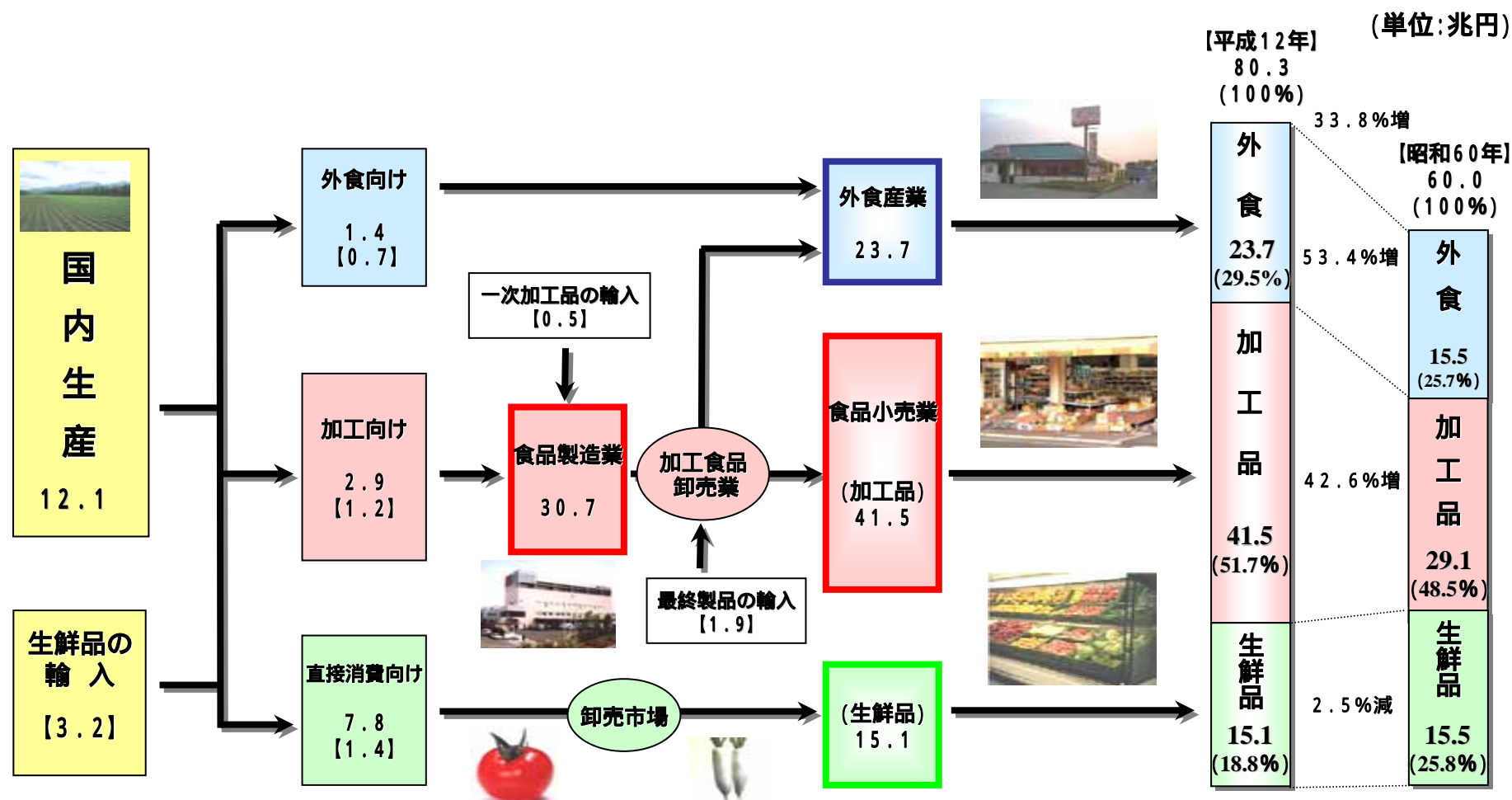
(平成15年6~7月調査)

注:全人口の年齢構成比に応じて無作為に抽出した1,250人を対象とする調査で、複数回答(2項目まで選択)の調査結果

2. 食品産業における現状と課題について

(1) 食品産業の現状

我が国、1億3千万人の国民が最終消費した飲食料費は80兆円であるが、昭和60年以降の15年間で、消費者の食の簡便化志向の高まりや外部化の進展を反映して、外食、加工食品が増加しており、最終消費額でみると8割程度がこうした加工度を高めた形態で消費されているところである。

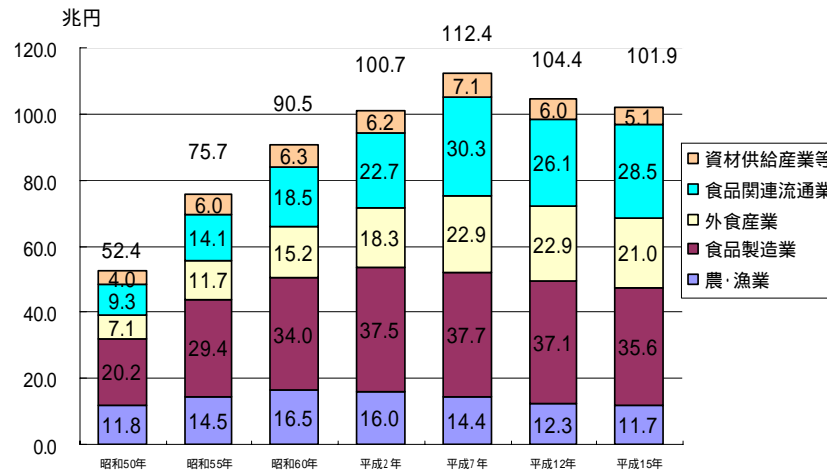


食料産業(農・漁業＋食品産業等)の国内生産額(平成15年)は約102兆円で、全産業(約918兆円)の約11%、この内食品産業(食品製造業、食品流通業及び外食産業)は約85兆円で、全産業の約9%を占めている。

食品産業の就業者数は800万人で、全産業の就業者総数(6,303万人)の約13%を占めている。

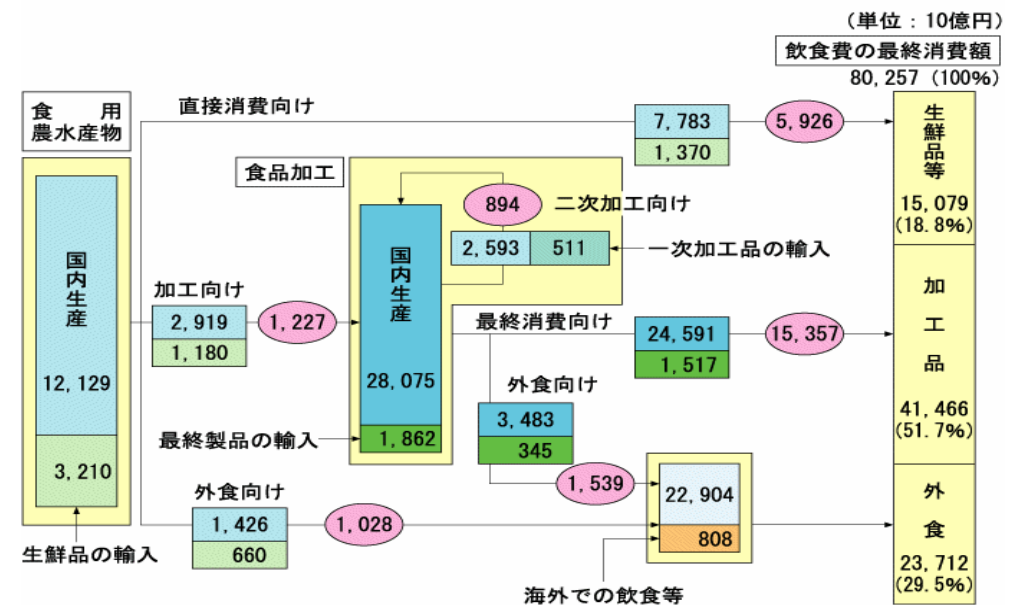
このように、食品産業は、国民経済的にみて重要な位置付けを有するとともに、食料の加工、流通、外食等のサービスを提供し、国民への食料の安定供給や、食生活の多様化・高度化を支えるという点で、農業とともに重要な役割を担っている。

農業・食品産業等の国内生産額



農林水産省「農業食料関連産業の経済計算」

最終消費から見た飲食費の流れ(平成12年)



就業者総数に占める食品産業の割合(平成12年)

食品産業				農水産業	就業者総数
	食品製造業	食品流通業	外食産業		
800 (12.7)	139 (2.2)	382 (6.1)	279 (4.4)	313 (5.0)	6,303 (100.0)

(資料) 総務省「国勢調査」(平成12年)

資料: 総務省他9府省庁「産業連関表」を基に農林水産省で試算。

注: 1) 飲食費の最終消費額80兆3千億円に至る流れを表している。

2) 内は、付随する流通経費(商業経費と運賃)である。

3) 食用農水産物には特用林産物(きのこ類等)を含む。

また、精穀(精米、精麦等)、と畜(各種肉類)、冷凍魚介類は食品加工から除外し、食用農水産物に含めている。

4) 飲食費の最終消費額は、旅館・ホテル等で消費された食材費(材料として購入)を含む。

(2)世界における食品産業の状況

食品産業においては、欧米企業が売上上位を占めており、国内においては飲料(ビール)メーカーが上位を占めている。

国内の食品製造企業の売上高順位(2003年)

(単位：億円)

順位	会社名	売上高
1	アサヒビール	11,069.7
2	キリンビール	9,618.3
3	サントリー	7,659.5
4	味の素	6,591.1
5	日本ハム	6,070.2
6	山崎製パン	5,659.9
7	明治乳業	4,987.5
8	森永乳業	4,568.1
9	サッポロビール	4,419.0
10	伊藤ハム	4,126.2
11	ニチレイ	3,961.4
12	東洋製罐	3,622.4
13	キリンビバレッジ	3,292.5
14	日本水産	3,219.1
15	協和発酵工業	2,858.6
16	マルハ	2,744.1
17	明治製菓	2,719.5
18	キューピー	2,689.6
19	日清食品	2,648.7
20	レオン	2,544.7

世界の食品製造企業の売上高順位(2003年)

(単位：百万ドル)

順位	会社名	国名	売上高	主製品
1	ネスレ	スイス	70,823	コーヒー、飲料
2	アルトリア・クルー・フ	米国	60,704	外食、乳製品
3	ユニリーバ	英・蘭	53,674	洗剤、紅茶
4	プロクター・&・ギャンブル	米国	51,407	洗剤、飲料
5	日本たばこ産業	日本	43,781	タバコ、塩
6	ブリタニヤ・アメリカン・コ	英国	43,071	タバコ
7	アーチャー・ダニエル・ミッドランド	米国	36,151	穀物加工品
8	クラフトフーズ	米国	31,010	乳製品
9	ペプシコ	米国	26,971	飲料
10	タイソンフーズ	米国	26,441	食肉、肉加工品
19	アサヒビール	日本	13,075	ビール
20	サントリー	"	12,323	酒類
26	キリンビール	"	10,882	ビール
27	味の素	"	9,840	調味料ほか
31	日本ハム	"	8,790	食肉
37	明治乳業	"	6,833	乳製品
38	山崎製パン	"	6,811	パン
43	森永乳業	"	5,353	乳製品
49	ニチレイ	"	4,701	冷食

国内の食品小売業の売上高順位(2004年度)

(単位：百万円)

順位	会社名	売上高
1	イトーヨーカ堂	4,195,843
2	ダイエー	3,623,554
3	ユニバーサル	1,833,818
4	ヤマダ電機	1,191,298
5	西友	1,102,390
6	高島屋	1,067,780
7	三越	1,026,353
8	大丸	887,782
9	伊勢丹	810,693
10		628,996
11	ヨドバシカメラ	580,853
12	丸井	556,213
13	コジマ	490,694
14	西武百貨店	472,968
15	ビックカメラ	456,603
16	そごう	443,845
17	エディオン	437,992
18	イズミ	426,437
19	ライフコーポレーション	386,732
20	阪急百貨店	385,674

資料：(財)食品産業センター「食品産業統計年報」(平成17年度版)

世界の食品小売業の売上高順位(2004年度)

(単位：百万ドル)

順位	会社名	国名	売上高
1	ウォルマート	米国	228,945
2	ホームデポ	米国	73,094
3	カルフル	フランス	60,803
4	ローカ	米国	56,434
5	テスコ	英国	52,034
6	ターゲット	米国	45,682
7	エデカ	ドイツ	40,755
8	アルバートソンズ	米国	39,897
9	メトロ	ドイツ	39,138
10	コストコ	米国	38,485
41	イオン	日本	17,582

資料：(財)食品産業センター「食品産業統計年報」(平成17年度版)

国内の飲食業の売上高順位(2004年度)

(単位：百万円)

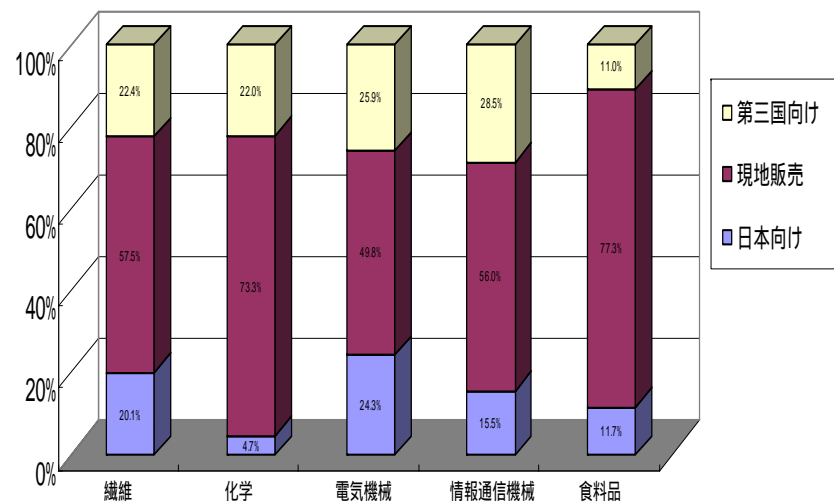
順位	会社名(主な店名)	売上高
1	日本マクドナルド	395,942
2	すかいらーく	281,906
3	ほっかほっか亭総本部(ほっかほっか亭)	195,235
4	日清医療食品	147,000
5	モンテローザ(居楽屋白木屋、のみくい処魚民、居楽屋笑笑)	131,406
6	日本ケンタッキーフライドチキン (ケンタッキーフライドチキン、ピザハット)	125,589
7	ダスキン(ミスタードーナツ)	125,000
8	本家かまどや	119,762
9	レインズインターナショナル(炭火焼肉酒家牛角・居酒屋土間土間)	112,616
10	ロイヤル(ロイヤルホスト)	111,196
11	モスフードサービス(モスバーガー)	109,000
12	デニースジャパン(デニース)	96,360
13	ドトールコーヒー(ドトールコーヒーショップ)	88,908
14	大庄(大衆割烹庄や)	78,547
15	吉野家ディー・アンド・シー(吉野家)	75,665
16	サイゼリヤ	72,458
17	エームサービス	67,000
18	西洋フードシステムズ	65,500
19	スターバックスコーヒージャパン	61,500
20	グリーンハウス	60,000

資料：(財)食品産業センター「食品産業統計年報」(平成17年度版)

(3) 食品産業における海外進出状況

海外進出企業(製造業)の食料品における現地販売・第3国への販売額は、約1.9兆円で、総売上高(約2.2兆円)の約9割を占め、海外での市場開拓が進んでいる。

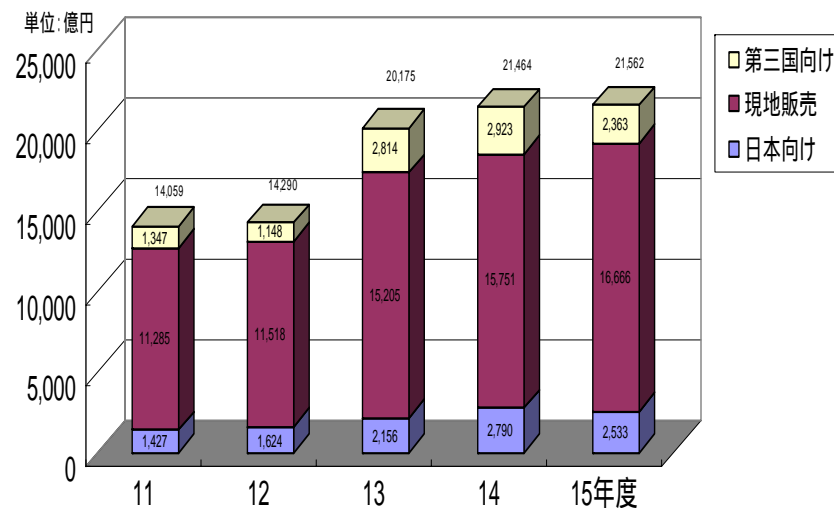
海外進出企業(製造業)の我が国への販売比率



備考：調査対象は、海外(全地域)に現地法人(海外子会社及び海外孫会社の総称)を有する我が国企業(金融・保険業・不動産業を除く)。

資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」(2003年度)

海外の製造業現地法人の日本への食料品販売額の推移



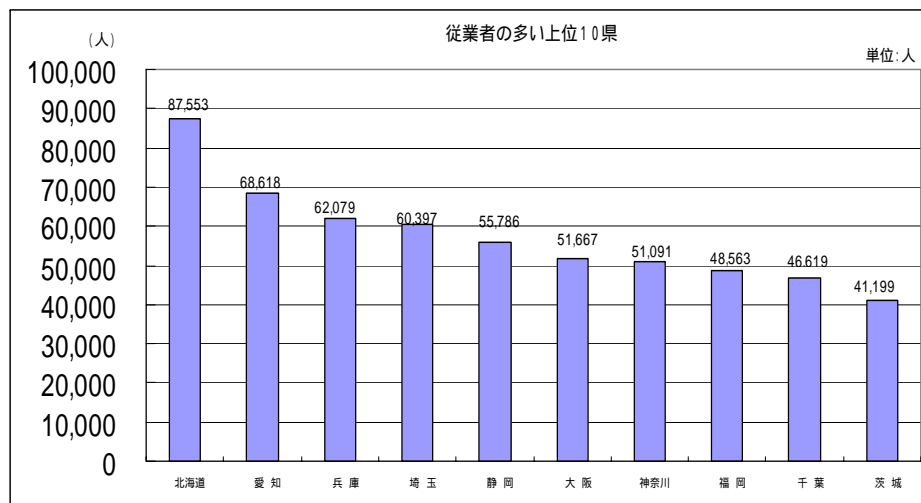
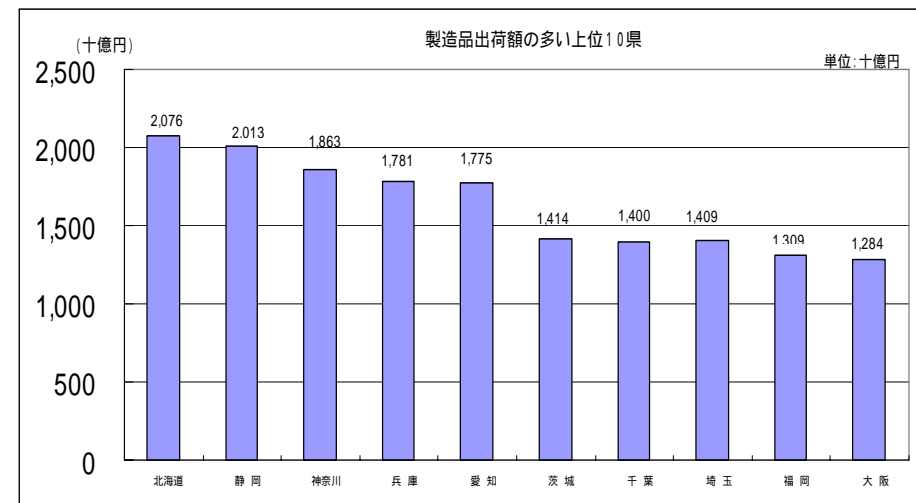
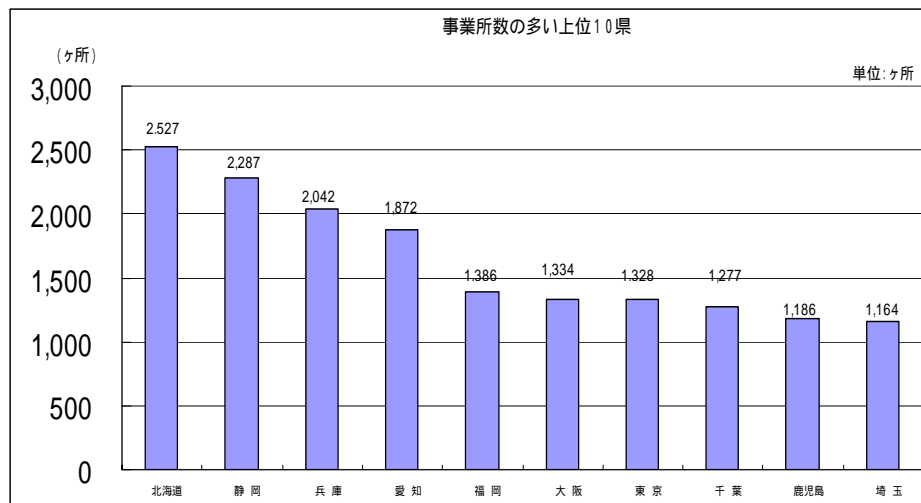
備考：調査対象は、海外(全地域)に現地法人(海外子会社及び海外孫会社の総称)を有する我が国企業(金融・保険業・不動産業を除く)。

資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」(2003年度)

(4) 地域経済における食品製造業の位置付け

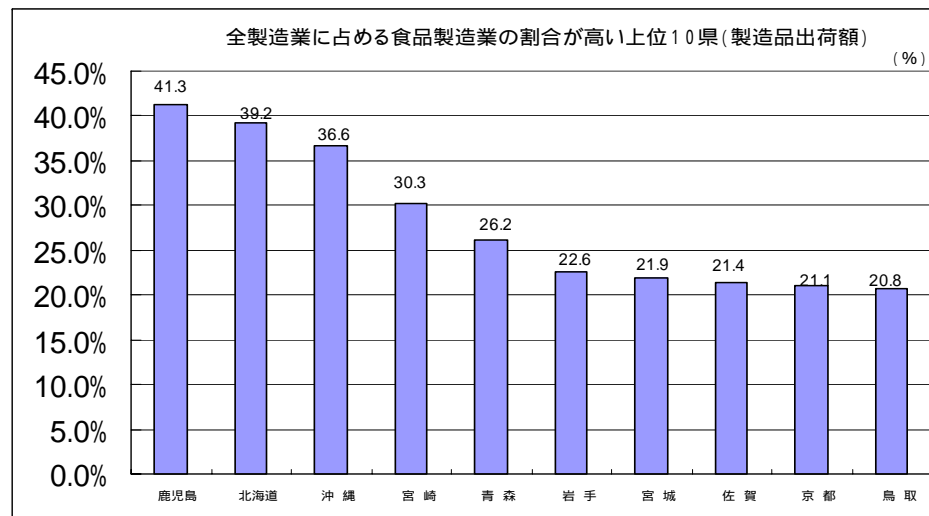
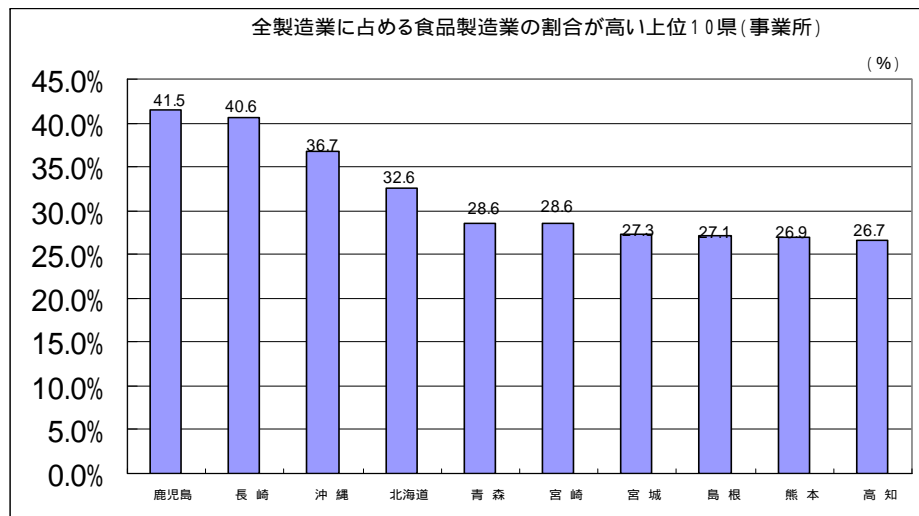
都道府県別に食品製造業の事業所数、従業者数及び製造品出荷額を比較すると、上位を占める県は主要大都市を抱える県と周辺県である。

事業所・従業者・製造品出荷額の多い上位10県(全事業所)

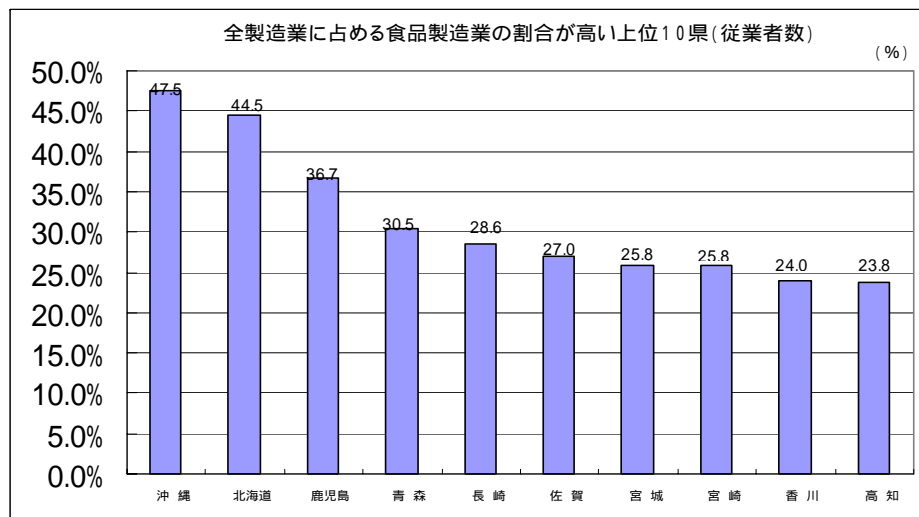


食品製造業が全製造業に占める割合が高い県は、首都圏から離れるほど高くなる。
また、食品製造業は、地域の農林水産業との結びつき等を反映し、地域経済において地場産業として大きなウエイトを占めている。

全製造業に占める食品製造業の割合が高い上位10県(全事業所)



資料:「工業統計表(平成15年)」



(5) 食料・農業・農村基本法における食品産業政策

食品産業が食料の供給等において重要な役割を果たしており、今後ともその役割を十分に発揮していくことが求められていることから、「食品産業の事業基盤の強化」、「食品産業と国内農業との連携の推進」、「食品流通の合理化」、「食品産業における環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保」等に必要な施策を実施してきている。

食料・農業・農村基本法

食料・農業・農村基本計画

基本計画を受けた主要施策

(食品産業の健全な発展)

第17条 国は、食品産業が食料の供給において果たす役割の重要性にかんがみ、その健全な発展を図るため、事業活動に伴う環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保に配慮しつつ、事業基盤の強化、農業との連携の推進、流通の合理化その他必要な施策を講ずるものとする。

第3の1の(5)食品産業の競争力強化に向けた取組

ア．食品産業の事業基盤の強化

- 産学官の連携や競争的研究資金制度の活用等を通じた研究開発の促進。

イ．食品流通の合理化

- 卸売市場の再編・合理化、出荷・物流コストの縮減及び農産物の直接販売等における流通経路の多元化等の多様な取組を推進する。
- 流通業務の効率化を環境負荷低減と一体的に促進。

ウ．食品産業における環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保

- 食品関連事業者による食品廃棄物等の発生抑制やリサイクルの推進等の取組を促進する。

第3の2の(5)経営発展に向けた多様な取組の促進

エ．食品産業と農業との連携の推進

- 農業・食品産業・関連産業等による食料産業クラスターの形成の推進、地域ブランドの育成保護等の取組を推進する。

第3の1の(1)食の安全及び消費者の信頼の確保に向けた取組

オ．外食における原産地表示の促進

- 外食における原産地等の表示のガイドラインを整備し、外食産業における自主的な表示の取組を促進する。

ア．事業基盤強化

- 製造段階における技術開発の支援
- 特定農産加工業の経営改善に対する支援
- 中小企業支援等業種横断的な施策の活用

イ．食品流通の合理化

- 卸売市場の機能・連携強化
- 食品小売業の活性化
- 食品流通の効率化
- 流通過程におけるCO2等温室効果ガスの排出抑制

ウ．食品産業における環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保

- 食品産業における循環型経済社会システムの構築
- 容器包装リサイクル促進対策

エ．食品産業と農業の連携の強化

- 食品流通構造改善促進法に基づく食品生産製造等連携事業への支援
- 連携を通じた産地ブランド育成

オ．外食における原産地表示の促進

- 外食における原産地表示に関するガイドラインの策定及び普及・啓発

(6) 食品産業における課題と今後の対応方向

国民のニーズに対応した食料の安定供給を確保し、食料自給率の向上に資するためには、農業及び食品産業の両者がそれぞれ課題を克服し、競争力の強化を図ることが必要である。

このため、食品産業サイドでは、海外産品との競合の進展や食をめぐる状況の変化等に対応して、新たなニーズに対応した技術開発や設備投資等を通じた事業基盤の強化、食品産業と生産者との連携強化や食品流通改革を通じたコストの低減や高付加価値化、食品リサイクルや地球温暖化対策等の推進による環境負荷の低減等を推進していくことが重要。

消費者（食をめぐる状況の変化）

- 単独世帯の増加、高齢化比率の上昇等の社会情勢の変化による食の外部化の進展
- BSE発生等を契機とした消費者の食の安全・安心志向の高まり
- 食料消費支出の減少（低価格志向）と外食及び調理食品の支出割合の増加

海外産品との競合の進展等

- 加工品・半加工品の輸入の増加
- 食品事故等の経営リスク、環境問題への関心の高まり

消費者の新しい
ニーズ

消費者の新しいニ
ーズに対応した農産物
の供給

国内農業

（改革の方向）
効率的・安定的な経営体が農業生産の大宗
を担う農業構造の実現
（新規参入の円滑化、担い手の幅広い育成確保等）

創意工夫を生かした農業経営の展開

需要に即した農業生産

消費者の新しい
ニーズ

消費者の新しいニ
ーズに対応した加工食
品・サービス等の供
給

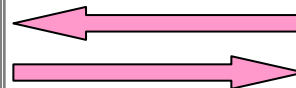
食品産業

（今後の対応方向）
新たなニーズに対応した技術開発や設備投資等
を通じた事業基盤の強化

食品産業と生産者との連携強化や食品流通改革
の推進を通じたコストの低減、高付加価値化

温暖化ガスの排出抑制や食品リサイクルの推進
等による環境負荷の低減・資源の有効利用

低コスト、安全・安心な
原材料を求めている農業
との連携・参入等



加工・外食等のニーズ
に応じた品質の農産物を、
より低コストで安定的に
供給

国民のニーズに対応した食料の安定供給の実現、食料自給率向上への寄与

(7) 食品産業の経営体質の強化

我が国の食品製造業は、製造業全体の1割を占めているものの、労働集約的な業種であり売上高営業利益率が低い。他の製造業に比べ技術開発への取組が弱く、多様化・高度化する消費者ニーズ、国際化・業際化の進展、また環境問題や安全問題等に対応するため、技術開発等への取組を強化することが重要となっている。

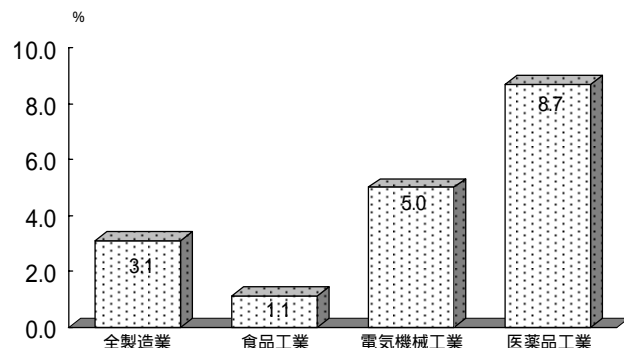
全製造業における食品製造業の地位

1. 輸送用機械器具製造業	5.0兆円
2. 一般機械器具製造業	2.6兆円
3. 食品製造業	2.9兆円
4. 化学工業	2.3兆円
5. 電気機械器具製造業	1.8兆円
6. 電子部品・デバイス製造業	1.7兆円
7. 金属製品製造業	1.3兆円
8. 情報通信機械器具製造業	1.3兆円
9. 鉄鋼業	1.2兆円
10. プラスチック製品製造業	1.0兆円
11. 上記以外の製造業	6.3兆円
全製造業	27.4兆円

資料:「平成15年工業統計表(4人以上の事業所)」

注:食品製造業には、たばこ製造業、飼料、有機質肥料製造業は含まない。

売上高に対する研究費の割合(平成16年度)



資料:総務省「科学技術研究調査報告」

資本装備率(2003年(平成15年))

従業者30人以上の事業所に関する統計表(従業者数・有形固定資産額)

	従業者数 合 計 (人)	有形固定資産額	資本装備率 = 有形固定資産 ÷ 従業者数 単位:千円
		年末現在高 (百万円)	
製造業計	5,689,719	70,319,286	12,359
食料品製造業	802,875	5,734,585	7,143

資料:「工業統計表」平成15年、経済産業省

食料品製造業・卸(小)売業・外食業における営業利益率(平成15年度)

業 種	範 囲	売上高対営業利益率
食料品製造業	畜産食料品、野菜漬物、水産練り製品等	3.3
(参考) 全 製 造 業 平 均		4.3
飲食料品卸売業	生鮮食料品卸売業、食料・飲料卸売業	1.5
各種商品小売業	スーパーマーケット、コンビニエンスストア	1.5
飲食料品小売業	食肉、鮮魚、野菜・果実、菓子・パン等	3.7
飲食店	食堂・レストラン、そば・すし店、料亭等	8.6

資料:「中小企業の経営指標」、中小企業庁

(8) 国内農業との連携の推進

国産農水産物の3分の1強が食品産業仕向けとなっており、また、食品産業が利用する原料食料(農水産物・加工品)のうち、6割強が国産農水産物となっているなど、食品産業と国内農業は相互に強い依存関係にある。

このため、国内農水産物の需要の拡大、地域農業の活性化と食品産業の健全な発展がバランスのとれた形で図られるよう、食品産業と国内農業の連携を積極的に推進しているところである。

食品産業の国産農水産物利用状況

	昭和50年		60		平成12	
	仕向額 (兆円)	割合 (%)	仕向額 (兆円)	割合 (%)	仕向額 (兆円)	割合 (%)
合計	9.4	100.0	14.3	100.0	12.1	100.0
直接消費仕向	6.4	68.1	8.9	62.3	7.8	64.5
食品産業仕向	3.0	31.9	5.4	37.7	4.3	35.5
加工仕向	2.2	23.6	4.1	29.0	2.9	24.0
外食仕向	0.8	8.3	1.2	8.7	1.4	11.5

(資料) 総務庁他9省庁「産業連関表」から試算

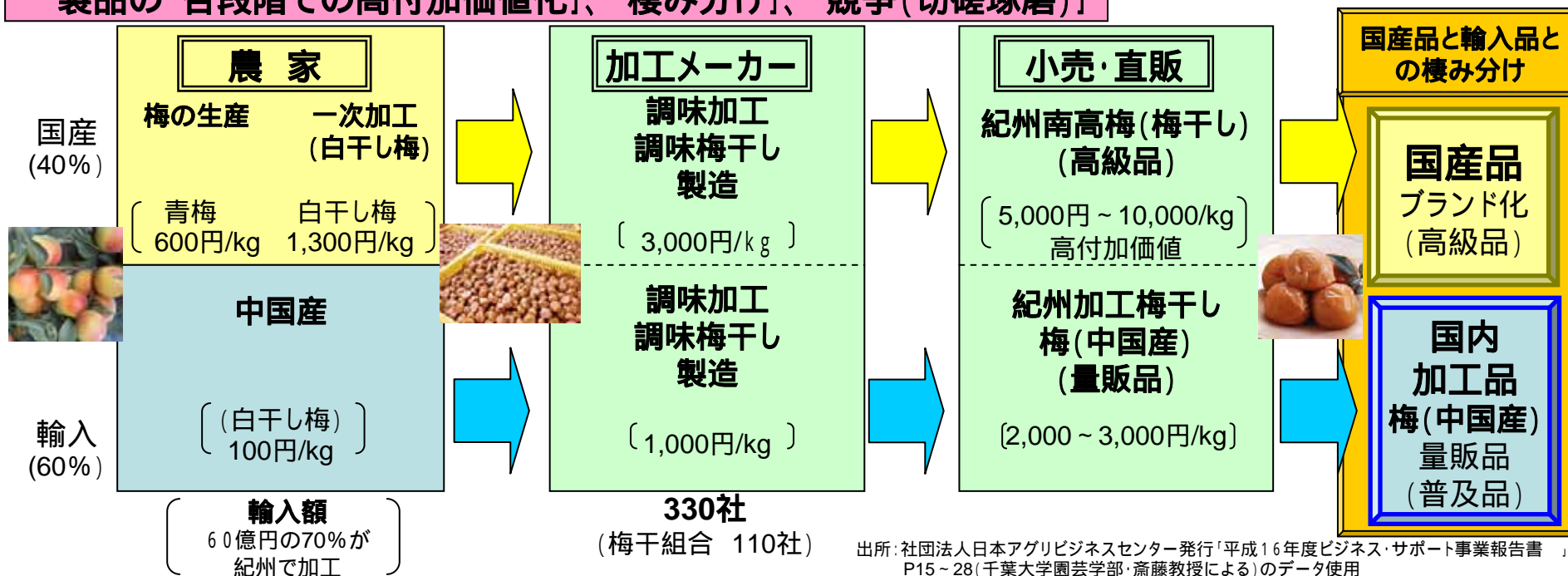
食品製造業の加工原材料仕向額 (単位:10億円、%)

	平成7年	平成12年	増減率 (%)
国産農水産物	3,025(65)	2,919(63)	3.5
輸入農水産物	1,110(24)	1,180(26)	6.3
輸入一次加工品	509(11)	511(11)	0.4
計	4,644(100)	4610(100)	0.7

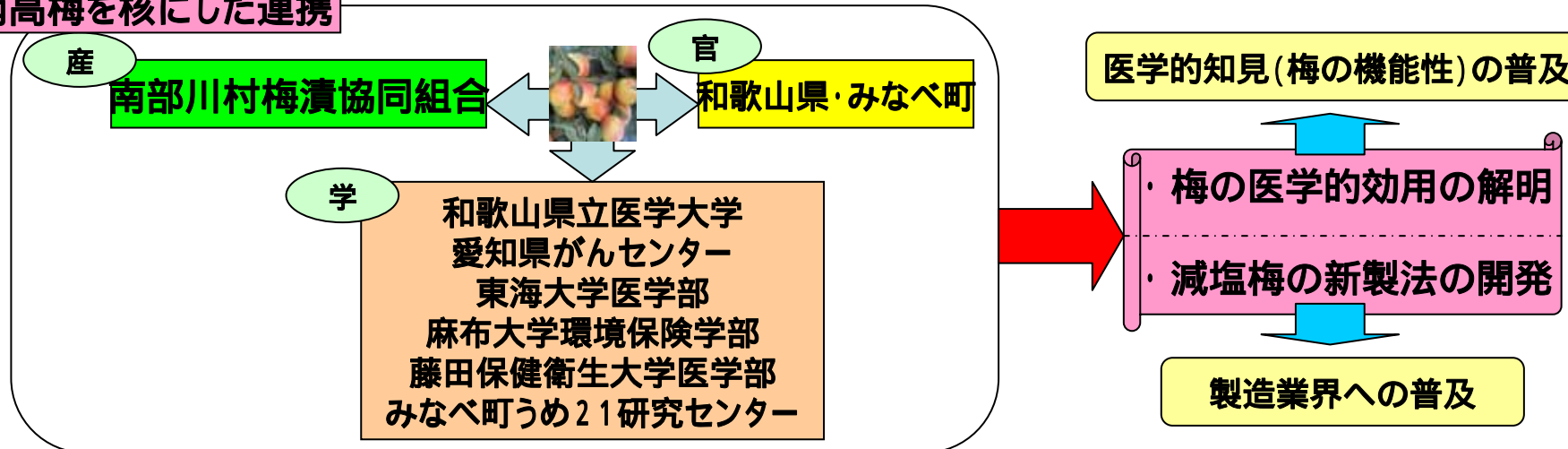
資料:「産業連関表」を基に農林水産省で試算。

(9) 食料産業クラスターの目標となる事例
(梅クラスター: 紀州(和歌山県みなべ)の梅産業)

製品の「各段階での高付加価値化」、「棲み分け」、「競争(切磋琢磨)」



南高梅を核にした連携



(10) 環境問題への積極的対応

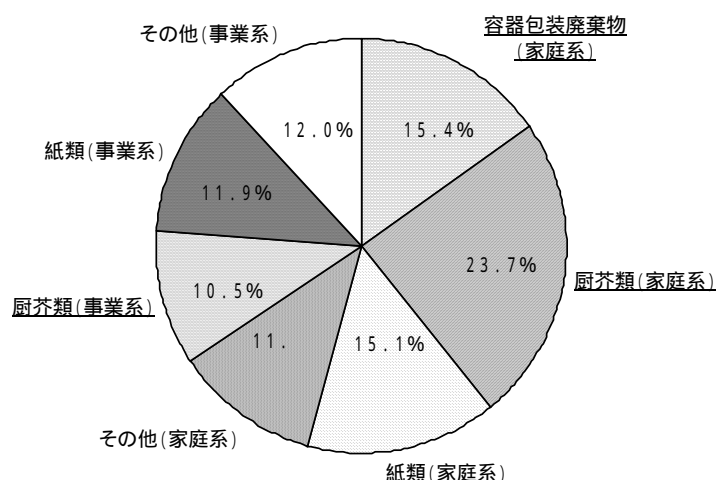
近年、地球温暖化や廃棄物問題等環境問題への関心の高まりの中で、環境関係法令の整備が進み、食品産業においても循環型社会形成のため、廃棄物の減量化及びリサイクルの推進、地球温暖化への対応等、事業活動に伴う環境への負荷の低減や資源の有効利用等に配慮することが求められている。

一般廃棄物については、家庭系ごみ(65.6%)と事業系(34.4%)ごみに分けられる。食品残さ等の厨芥類と容器包装廃棄物が、全体の約半分を占めており、その減量化への取組が必要である。

食品廃棄物問題については、「食品リサイクル法」が、平成13年5月から施行され、食品リサイクル促進の基本的な方向やその実施率目標(20%)を内容とする「基本方針」に即し、食品関連事業者は食品廃物のリサイクルや減量の取組を進めているところである。この基本方針は、5年ごとに見直すこととされており、実施率の向上に向けた課題、対応策や新たな実施率目標等について、平成17年から調査・審議を行っている。

また、容器包装廃棄物問題については、「容器包装リサイクル法」に基づき、リサイクルの推進等を図っているが、施行後10年(平成17年12月)を迎えたことから、関係各省の審議会等における取りまとめを踏まえ、事業者が市町村に資金を拠出する仕組みの創設や排出抑制に向けた取組の促進等を内容とする改正法案を第164回通常国会に提出。

一般廃棄物の組成(平成12年度)

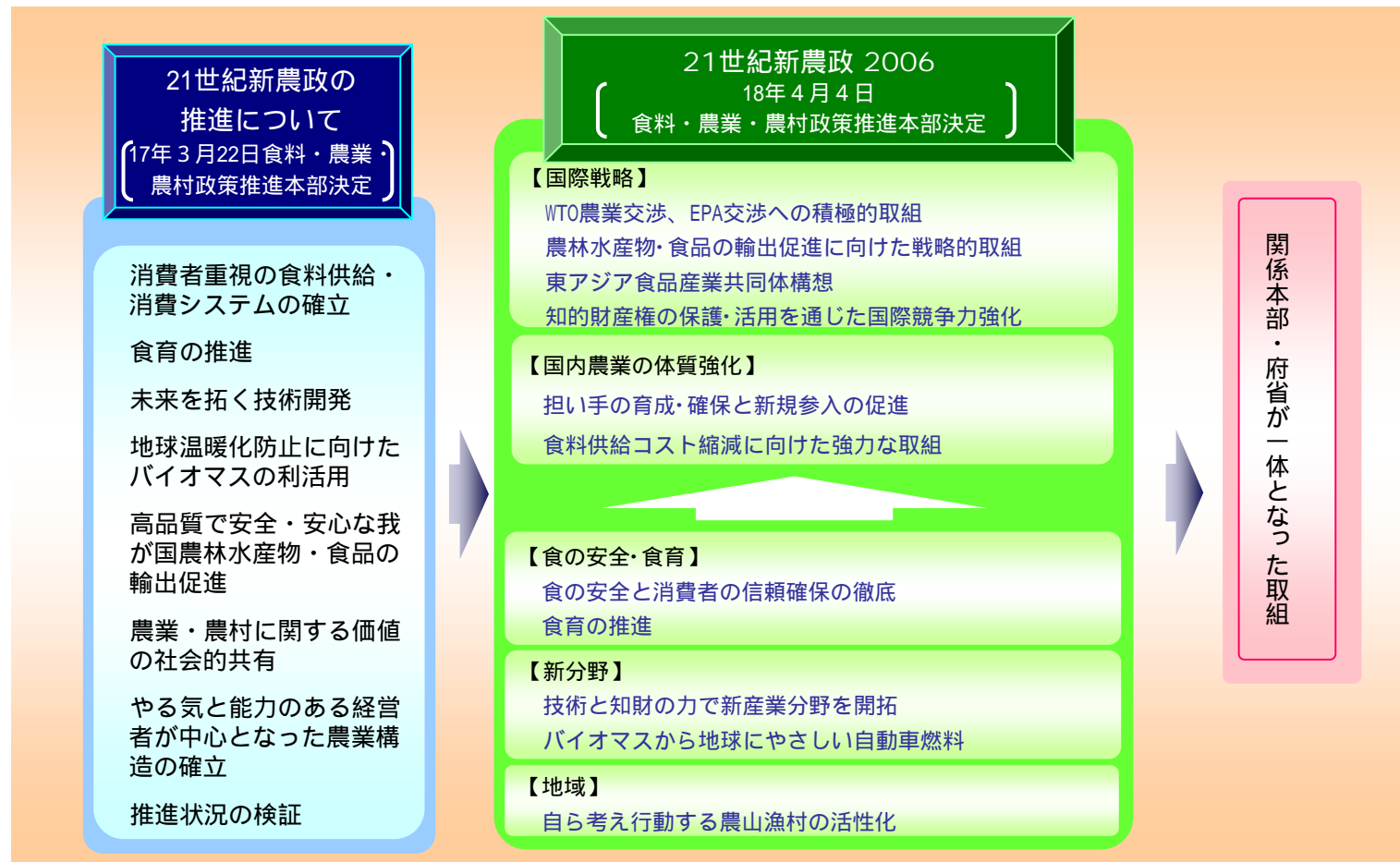


食品廃棄物の発生及び処理状況

	年 間 発生量 (万ト)	再生利 用等 の実 施率 (%)	発生 抑制 (%)	減 量 化 (%)	再生 利用 (%)	再生利用の用途別仕向割合(%)			
						肥 料 化	飼 料 化	メ タ ン 化	油脂及び 油脂製品化
食品製造業	487	6.9	4	3	6.2	52	45	0	3
食品卸売業	74	4.5	4	1	4.1	61	35	-	4
食品小売業	262	2.3	4	2	1.8	49	42	-	9
外食産業	312	1.7	4	2	1.0	40	47	-	13
食品産業計	1,135	4.3	4	2	3.6	51	44	0	4

(出典:「平成16年食品循環資源の再生利用等実態調査結果の概要」農林水産省統計部より計算)

3. 21世紀新農政 2006のポイント



平成18年4月
農林水産省

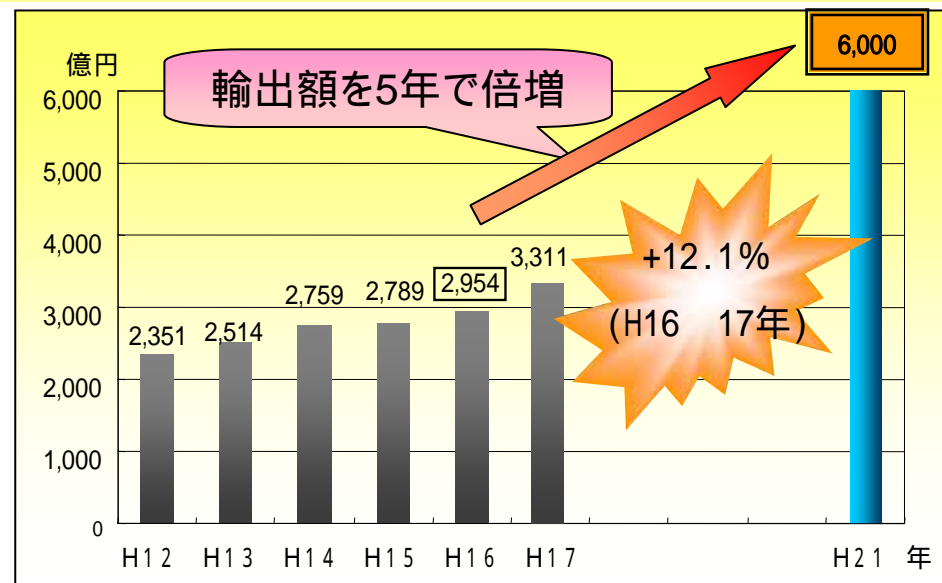
3.(1) 農林水産物・食品の輸出促進に向けた戦略的取組

農林水産物等輸出促進全国協議会

- ・ 民と官が一体となって取り組む体制整備
(平成17年4月設立)
- ・ 平成18年度農林水産物等輸出倍増行動計画を策定(5月頃予定)

新たに国別・地域別輸出戦略を策定

重点的に市場開拓を行う国・地域ごとの戦略を民と官の輸出戦略チームが策定(7月頃予定)



輸出先国でのサポート体制の整備
(現地大使館、JETRO、商工会、日本食レストランなど)

主な取組内容

日本食文化の海外普及

輸出戦略産品を中心とした
販売促進活動への支援

知的財産権やブランドの保護

輸出阻害要因の是正に向け
外交上積極的に対応

国別・地域別輸出戦略に
対応するための体制整備



3.(2) 東アジア食品産業共同体構想

日本国内市場の成熟化

人口減少、少子・高齢化社会を迎え、国内市場が量的飽和、成熟化

* 出生率の推移

1980年 1.75 2000年 1.36 2004年 1.2

9

* 65歳以上単独世帯数(単位:万世帯)

1980年 88 2000年 303 2004年 635

魅力的な東アジア圏

巨大市場

* 人口約20億人

世界人口約65億人のうちの3割強

* GDP約7.3兆ドル

世界のGDP約41兆ドルのうちの約2割

日、中、韓、ASEAN10ヶ国

[経済成長が続くインドも視野]

豊富かつ低廉な労働力・農林水産物資源

欧米と異なる独特の食文化

貧困による低位な所得水準

* 栄養不足人口約2.2億人

世界の栄養不足人口約8億人の約3割

* 拡大する都市と農山漁村の格差

流通等のインフラの未整備

(コールドチェーン等)

新段階のEPA推進戦略

・農林水産物の輸出や食品産業の海外進出の促進など、「攻めの農政」の姿勢を重視

東アジア圏「食」のネットワーク化

～東アジアは1つの市場～

産

(スピード重視)

- 実用技術の研究開発
- 人材の育成
- 進出先・周辺国からの原料調達
- 現地における雇用吸収
- 流通網の確保
- 販路の創出・拡大
- 各企業間の情報の共有化

<日本の食品メーカーの特徴>

ローテクからハイテク、素材型から高
度加工型まで、様々な対応が可能
高付加価値商品の研究開発実績

学

(中・長期的視点)

- 基礎的研究
- 新規領域の独創的研究
- 人材の教育・育成
- 研究成果の移転
- 各大学間の情報のネットワーク化

<日本の研究の特徴>

食品の機能性、ゲノム、ロボッ
ト等の先端技術
食育、栄養学、フードシステ
ム
安全性、バイオマス、環境技
術

産学間・各国間のネットワーク支援

官

- 日本食文化の海外普及
- 農林水産物・食品の輸出促進戦略との連携
- 知的財産権やブランドの保護
- 進出阻害要因は正に向け外交上積極的な対応
- 研究・技術開発支援
- 投資環境の整備 等

連携

目的

～Win・Winの関係～

進出先国における
食生活レベル、
消費レベル、
購買力の向上
に寄与

食品産業の経営体質、
国際競争力の強化

食品産業の活性化による
東アジアの農林水産業の
発展

目標

(平成22年度までの目標)

(現状)
H17推計

売上高
84億ドル

(目標)
H22

110～
125億ドル