

1 データ、資料等

目標①食品製造業の経営基盤の強化

<目標設定の考え方>

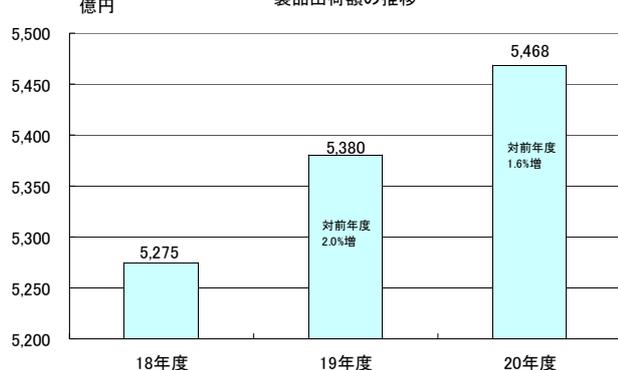
多様化・高度化する消費者ニーズ、国際化の進展等の中、消費者の多様な需要に的確に対応した安全な食料の安定供給という食品産業の役割を強化するため、地場の農産物、人材、技術等の地域資源を活用するなど特色ある取組を実施する食品企業の創出・実践を支援することにより、食品製造業の経営基盤の強化を図ることが重要である。

<目標値と実績値の推移>

【基本データ】

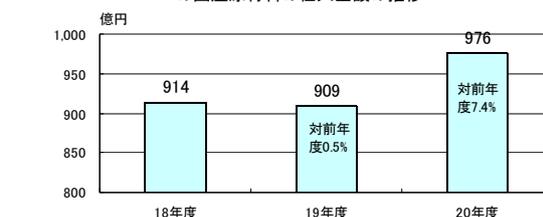
○ 食料産業クラスターに参画している食品製造企業の製品出荷額等

(1)食料産業クラスターに参画した食品製造業企業の製品出荷額の推移



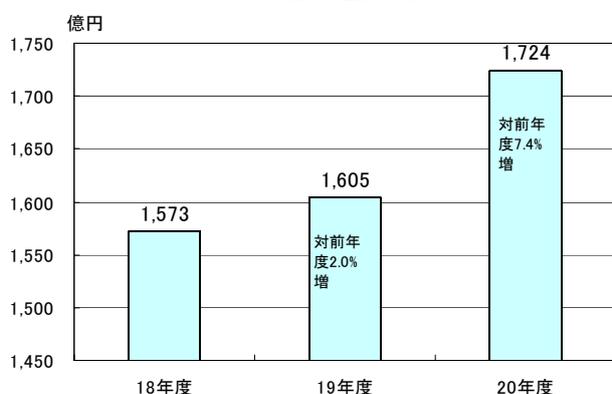
資料: 総合食料局食品産業企画課調べ

(2)食料産業クラスターに参画した食品製造業の国産原材料の仕入金額の推移



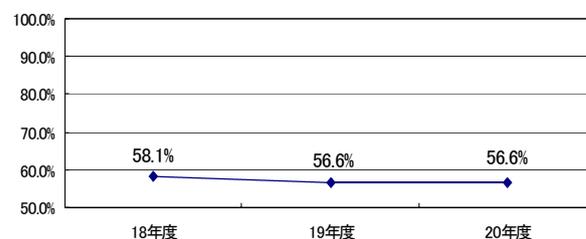
資料: 総合食料局食品産業企画課調べ

(3)食料産業クラスターに参画した食品製造業の総原材料仕入れ金額の推移



資料: 総合食料局食品産業企画課調べ

(4)総原材料仕入金額に占める国産原材料仕入金額の割合の推移

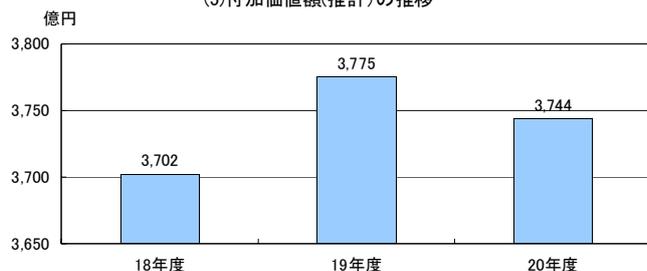


資料: 総合食料局食品産業企画課調べ

※総原材料仕入金額に占める国産原材料仕入金額の割合が低下している要因

①外国産穀物等の高騰により国産原材料が不足したこと、②中国産食品等の影響により国産需要が増え、国産原材料価格が高騰したため外国産へシフトせざるを得なかったこと、③前年度に仕入れた材料を使用したこと等が挙げられる。

(5)付加価値額(推計)の推移



※付加価値額が大幅に減少している要因
原油価格の高騰や、原材料価格の高騰などが大きな要因と推察される。

資料: 総合食料局食品産業企画課調べ

(注): 付加価値額(推計)を下記の算式により推計

付加価値額(推計) = 製造品出荷額 - 原材料使用額

※製造品出荷額: 1年間における製造品出荷額(売上高)

※原材料使用額: 1年間における原材料使用額(総原材料仕入額)

(把握の方法)

上記(1)～(5)のデータは、食料産業クラスター事業に参画している食品製造企業を抽出し、119社の過去3カ年にわたるデータを取りまとめたもの。(20年10月調査)

なお、全国における食料産業クラスター協議会の末端会員企業数は約3万社。

<目標達成状況の判定方法>

食料産業クラスターに参画している食品製造企業の製品出荷額等が前年度実績を上回るかどうかを基本としつつ、景気や需給等の動向を踏まえ総合的に判断する。

(主な参考指標)

食料産業クラスターに参画している食品製造企業における製品出荷額等 (抽出調査)

食品産業動向調査 (日本政策金融公庫)

目標②食品流通の効率化

<目標設定の考え方>

国民生活を営む上で最も基礎的な物資である食品を効率的に消費者に供給するため、卸売市場の整備や、電子商取引、ユビキタス・コンピューティング技術の活用など先進モデルの提示等を推進し、食品流通の効率化を図ることが重要であることから、以下の2つを指標として設定する。

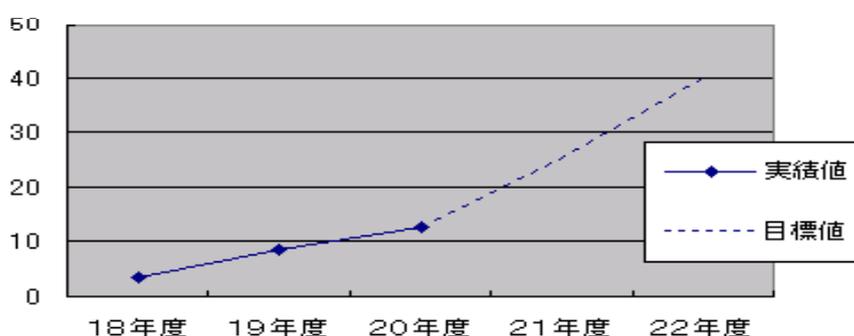
- 商物分離電子商取引は、取引業務や市場内の仕分け・搬送業務等にかかる経費削減により物流の効率化に資することから、平成22年度までに全中央卸売市場の40～50%の導入を目標として設定しており、これを指標としたところである。
- 青果ネットカタログ「SEICA」は、青果情報・生産者情報・産地情報の収集と蓄積により消費者ニーズに即した生産や食品流通が可能となり、コスト削減が期待されることから指標としたところである。

<目標値と実績値の推移>

【基本データ】

- 商物分離電子商取引を導入している中央卸売市場の割合（単位：％）

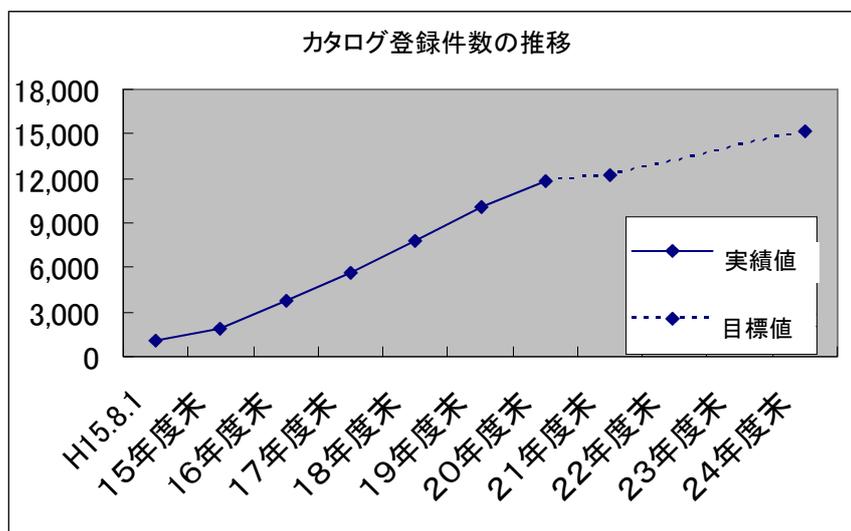
商物分離電子商取引導入市場の割合



注：22年度の値については割合を40%とし作成した。

- 青果ネットカタログ「SEICA」登録数（単位：件）

カタログ登録件数の推移



(把握の方法)

- 総合食料局流通課把握実績値による。
- 青果ネットカタログ「SEICA」上の登録数による。

<目標達成状況の判定方法>

商物分離電子商取引を導入している中央卸売市場の割合、青果ネットカタログ「SEICA」登録数を基本としつつ、景気や需給動向を踏まえ、総合的に判断する。

目標③食品産業の国際競争力の強化

<目標設定の考え方>

我が国食品産業の国際競争力の強化を図るため、東アジアと共に成長・発展するという視点に立ち、東アジア主要都市と日本国内のネットワークの構築や海外における人材の育成、技術開発等による東アジア各国への事業展開を支援することにより、我が国食品産業の東アジアへの投資促進を図ることが重要である。

21世紀新農政2006における東アジア食品産業活性化戦略の目標値は、「東アジアにおける我が国食品産業の現地法人の活動規模（売上高）を5年で3～5割上昇（平成17年度比）」としているが、平成20年度の当該売上高に係る統計データの公表時期が平成21年度末頃となり、平成21年6月に実施予定の平成20年度の実績評価で活用することはできない。

このため、東アジア食品産業活性化戦略の目標値を踏まえつつ、①現地法人数については、翌年度5月に「海外進出企業総覧（東洋経済新報社）」により把握が可能であること、②売上高は、現地法人数の増加にともない上昇する傾向にあることから、政策評価の目標値については、「東アジアに投資している我が国食品産業の現地法人数を3割増（平成22年度）」と設定。

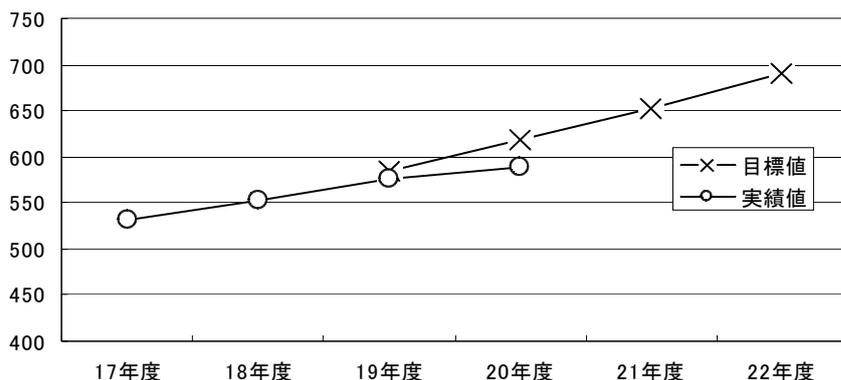
<目標値と実績値の推移>

【基本データ】

東アジアにおける我が国食品産業の現地法人数

	平成17年度 (基準)	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度
目標値	—	—	585	618	653	690
実績値	531	553	577	588		
達成率	—	—	85%	66%		

注) 海外進出企業総覧（東洋経済新報社）をベースに算出。



(把握の方法)

5月に「海外進出企業総覧（東洋経済新報社）」により把握。

<目標達成状況の判定方法>

目標達成率にて判定

$$* \text{目標達成率} (\%) = (\text{当該年度実績値} - \text{基準値}) \div (\text{当該年度目標値} - \text{基準値}) \times 100$$

Aランク：達成率90%以上（610法人以上）

Bランク：達成率50%以上90%未満（609法人～575法人）

Cランク：達成率50%未満（574法人以下）

(基本的な指標)

海外進出企業総覧（東洋経済新報社）

2 用語解説

注1 食品産業

食料の加工、流通、外食等のサービスを提供する産業（一次産業を除く）。

注2 食料産業クラスター

クラスターとは、もともとは「ぶどうの房」の意味で、群や集団を意味するもの。食品産業が中核となって農林水産業と関連産業を含めた連携ネットワークを構築すること。

注3 売上高動向指数

売上高について前年同期と比較して、食品製造業者の回答のうち「増加する」の構成比から「減少する」の構成比を差し引いたもの。

注4 電子商取引

受発注などの商取引に関する情報の全部又は一部を電子化し、コンピューターネットワークを用いて行う商取引をいう。

注5 ユビキタス・コンピューティング技術

至る所に存在するコンピュータ（パソコンや電子タグ等）がネットワークを形成し、利用者の周りの状況を把握・判断することで、利用者自身が意識しなくても物事を解決してくれる技術であり、いつでも、どこでも、誰でも簡単にコンピュータを活用できる技術。

注6 青果ネットカタログ「SEICA」

全国の青果物生産者が、栽培方法、特徴等の生産出荷情報について、インターネット上のSEICAホームページに登録することで、全国の流通業者をはじめとする実需者、消費者に商品情報、販売情報等を広く提供するシステム。

注7 電子タグ

ICチップとアンテナを内蔵したタグ。この中に個別の識別情報等を格納しておくことで、電波を利用し、接触することなく近接した距離において格納されたデータを読み書きすることが可能となる。

注8 通い容器

繰り返し利用が可能なプラスチックで作られた容器。複数回利用するため流通コスト・環境負荷の低減が図られ、引越しやパンの輸送等にも使われている。

青果物流通においては、①箱作りの労力が減少、②ダンボール処理の省力化、③荷傷みの減少、④商品の陳列・入替が簡便等の長所があるため、利用が進んでいる。

注9 HACCP手法

食品のすべての製造工程で、あらかじめ危害を予測し、危害防止につながるポイントで継続的に監視・是正することにより、問題のある製品の出荷を未然に防止する管理手法。

(注) 農林水産省政策評価基本計画

<http://www.maff.go.jp/j/assess/pdf/kihonkeikaku.pdf>