

農山漁村の活性化と食料の安定供給を支える

食品産業の変革と新たな展開



平成 2 1 年 1 1 月

農林水産省

目 次

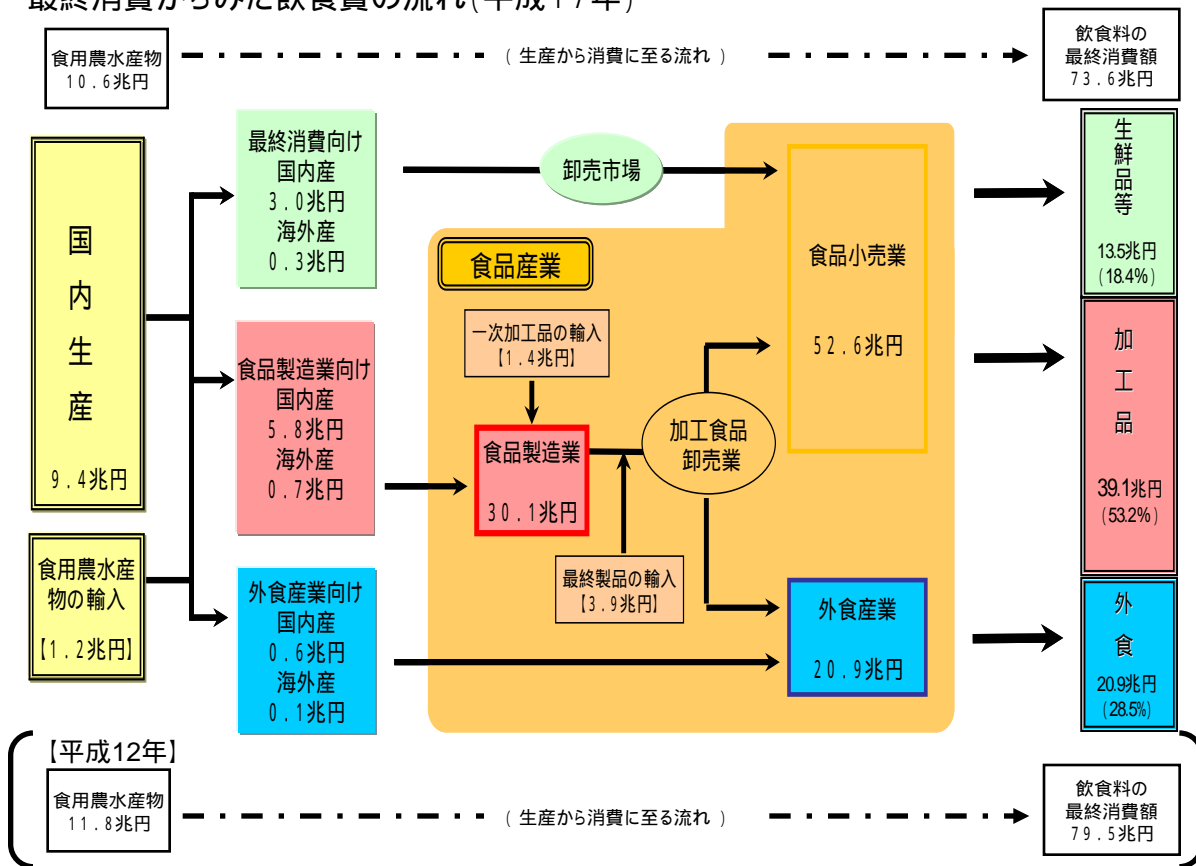
1	食品産業の現状と役割	2
2	食品産業をめぐる情勢と課題	4
3	食品産業における個別課題別の施策の方向	
(1)	食品産業と農業の連携	5
(2)	農林水産物等の「資源」を活用したイノベーションの促進	6
(3)	フードチェーンの一体的な取組による流通の効率化・高度化	7
(4)	新たなフードサービス産業(外食等)の創造と展開	8
(5)	高齢化等に対応した食料提供に資するビジネスの構築	9
(6)	食品の安全・消費者の信頼確保のための仕組みの構築	10
(7)	食品産業の海外展開	11
(8)	食品産業における環境対策	
	CO2排出量削減への積極的対応	12
	経営の効率化と持続的発展のための資源の有効利用の促進	13

1 食品産業の現状と役割

食用農水産物10.6兆円と輸入加工品5.2兆円を食材として、食品産業(流通業、食品製造業、外食・中食産業)は国民に対し食料を安定供給する役割を果たしており、国内の飲食料の最終消費額は73.6兆円。しかしながら、平成12年と比べ、その最終消費額は約6兆円の減少。

食品産業の国内生産額は約82兆円(全産業の約8%)、就業者数は775万人(全産業の約13%)であり、国内の産業及び雇用に大きな役割。

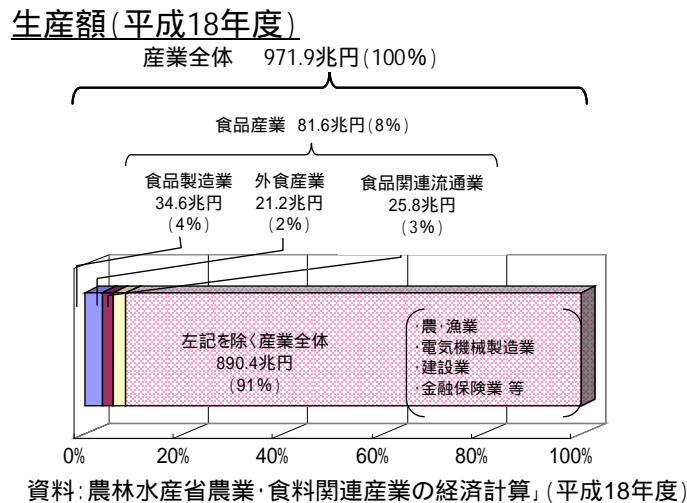
最終消費からみた飲食費の流れ(平成17年)



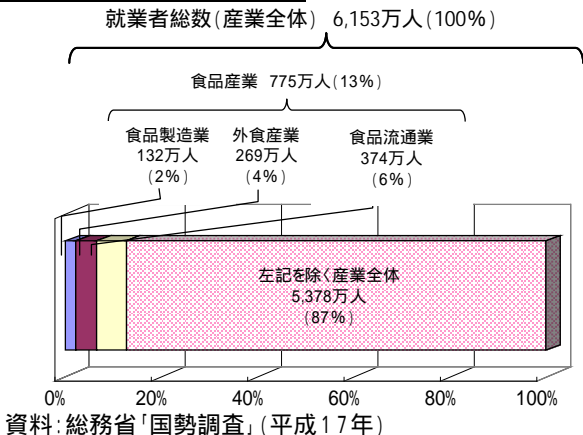
資料:総務省他9府省庁「平成17年産業連関表」を基に農林水産省で試算。

- 1: []内の数値は輸入分の数値。
- 2: 精穀(精米・精麦等)、と畜(各種肉類)及び冷凍魚介類は加工度が低いため、最終消費においては「生鮮品等」として取り扱っている。
- 3: 旅館・ホテル、病院等での食事は「外食」に計上せず、使用された食材費を最終消費額として、それぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上している。

生産額及び就業者数でみた食品産業の地位



就業者数(平成17年)

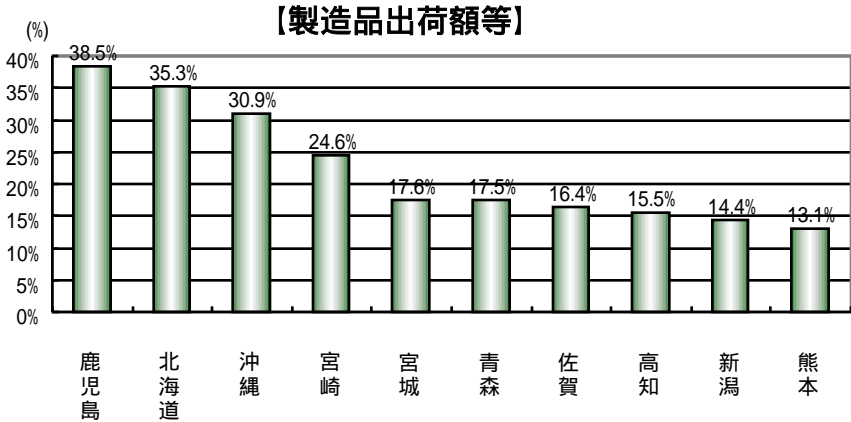


1 食品産業の現状と役割

食品産業は、地域経済において地場産業として大きなウエイト。特に、北海道、鹿児島、沖縄では製造品出荷額の3割以上、雇用の面では、製造業の従事者の過半近くを占めるなど、地域経済の安定に重要な役割。

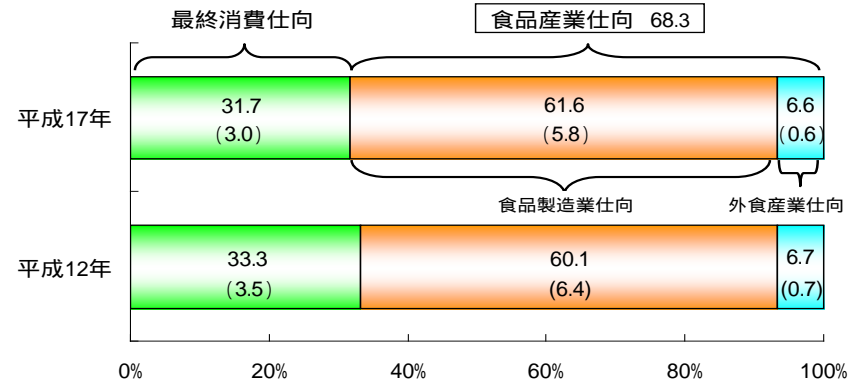
国内農水産物の2/3が食品産業仕向けとなっている。また、食品産業が利用する原材料(農水産物・加工品)のうち、7割強が国産農水産物となっており、食品産業は国内農水産物の最大の仕向先。

全製造業に占める食品製造業の割合が高い都道府県



資料:「平成19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。

国産農水産物の用途別仕向割合
括弧内は仕向額(兆円)

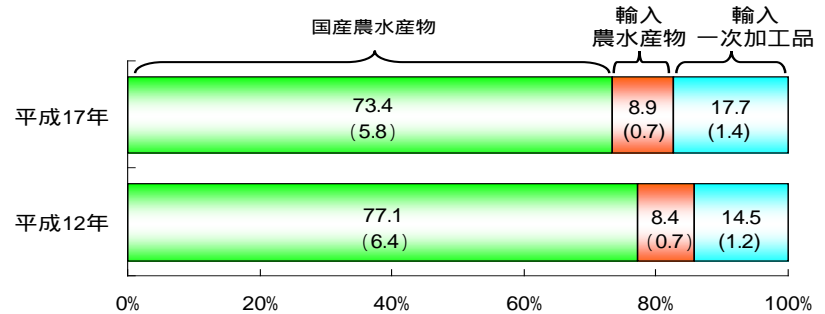


地方と都市圏の食品製造業の製造品出荷額、従業者数と全製造業に占める割合

		製造品出荷額		従業者数	
		金額(億円)	全製造業に占める割合(%)	人数(人)	全製造業に占める割合(%)
製造品出荷額の占める割合の高い都道府県	鹿児島	7,665 (全国12位)	38.5 (全国1位)	28,946 (全国14位)	37.8 (全国3位)
	北海道	20,269 (全国1位)	35.3 (全国2位)	87,156 (全国1位)	45.9 (全国2位)
	沖縄	1,730 (全国39位)	30.9 (全国3位)	12,484 (全国34位)	49.5 (全国1位)
三大都市圏	東京	7,479 (全国14位)	7.0 (全国29位)	36,505 (全国11位)	9.8 (全国39位)
	大阪	10,987 (全国9位)	6.1 (全国33位)	51,293 (全国7位)	9.6 (全国41位)
	愛知	18,475 (全国2位)	3.9 (全国44位)	70,543 (全国2位)	8.0 (全国43位)
		全国平均	8.4%	全国平均	14.3%

資料:経済産業省「工業統計表(酒類製造業を含み、たばこ、飼・肥料製造業を除く。)(平成19年)」
注:従業者4人以上の事業所の統計である。

食品製造業の加工原材料調達割合(国産・輸入)
括弧内は調達額(兆円)



資料:「産業連関表」を基に農林水産省で試算。

2 食品産業をめぐる情勢と課題

農山漁村の疲弊、人口減・高齢化などによる国内市場の成熟化、若年層の食料支出の低下、食の安全に対する消費者の関心の高まり、環境問題への対応の必要性の増大、東アジア等の近隣市場の拡大、原料農産物の中長期的なひっ迫傾向による調達リスクの高まり等、近年、食品産業をめぐる国内外の情勢が大きく変化。

このような情勢を踏まえ、食品産業においては、国内市場の再活性化による市場規模の維持・拡大、新たな市場開拓による国際競争力の強化、CSRの取組の推進に取り組んでいくことが必要。

上記のような課題を念頭に、食品産業の将来ビジョンを作成し、我が国の食品産業の競争力の強化を図り、これにより国産品の需要拡大と自給率の向上や食料の安定供給の確保が必要。

食品産業を取り巻く情勢の変化

国内	農業の低迷、農山漁村の疲弊
	人口減・高齢化などによる国内市場の成熟化
	若年層の食料支出の低下
	食の安全対応
国外	企業として果たすべき社会的責任（環境問題への対応等）
	東アジア等の近隣市場の拡大
	需給のひっ迫による調達リスクの高まり
	食品産業のグローバル化の進展

課題と展開方向

国内市場の再活性化による市場規模の維持・拡大

- ・ 農商工連携、イノベーションの促進、食品流通の効率化・高度化等による農山漁村の6次産業化の推進
- ・ 新たなフードサービス産業(外食等)の創造と展開
- ・ 高齢化等に対応したビジネスモデルの構築
- ・ 安全性の向上、品質管理の徹底、信頼性の確保

新たな市場開拓による国際競争力の強化

- ・ 東アジア等への事業展開の促進
- ・ グローバル規模の企業の育成
- ・ 原料の調達力の強化やリスクを低減するための対応の検討

CSRの取組の推進による経営体質の強化

- ・ 環境負荷の低減、資源の有効利用の取組の推進

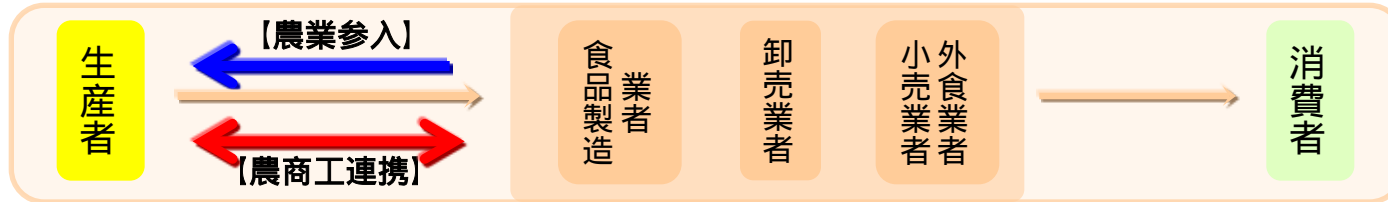
食料の安定供給の確保
国産品の需要拡大と自給率の向上

3 食品産業における個別課題別の施策の方向

(1) 食品産業と農業の連携

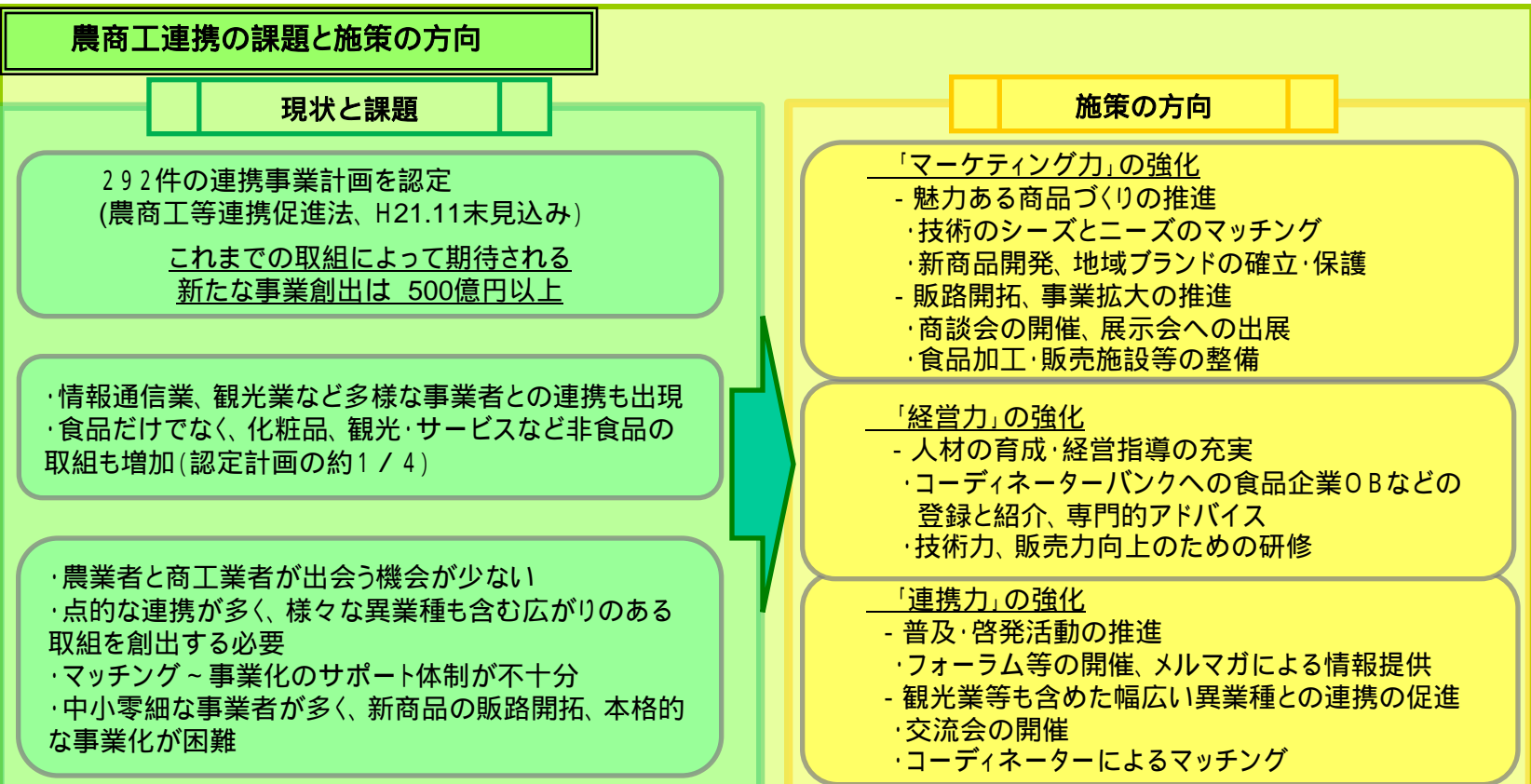
農業・農村の資源を活用した新規の需要・市場を創出し、農村の雇用確保と所得向上、国産農産物の利用を拡大するためには、需要側の食品産業(食品製造業、食品卸売業及び小売業・外食産業)と農業との連携を強化していく必要。

農地法の改正を踏まえ、食品産業の農業への参入(後方統合)を促進する。また、農商工連携の推進により、農業と食品産業の双方にメリットがある仕組みを構築。



食品産業事業者の農業参入の促進

- ・ 農地法改正の普及啓発
- ・ 農業参入に意欲的な食品産業事業者等に対して農業参入促進のための研修会、個別相談活動等を推進
- ・ 優良事例のPR



農商工連携の課題と施策の方向

現状と課題

292件の連携事業計画を認定
(農商工等連携促進法、H21.11末見込み)
これまでの取組によって期待される
新たな事業創出は 500億円以上

・情報通信業、観光業など多様な事業者との連携も出現
・食品だけでなく、化粧品、観光・サービスなど非食品の取組も増加(認定計画の約1/4)

・農業者と商工業者が出会う機会が少ない
・点的な連携が多く、様々な異業種も含む広がりのある取組を創出する必要
・マッチング～事業化のサポート体制が不十分
・中小零細な事業者が多く、新商品の販路開拓、本格的な事業化が困難

施策の方向

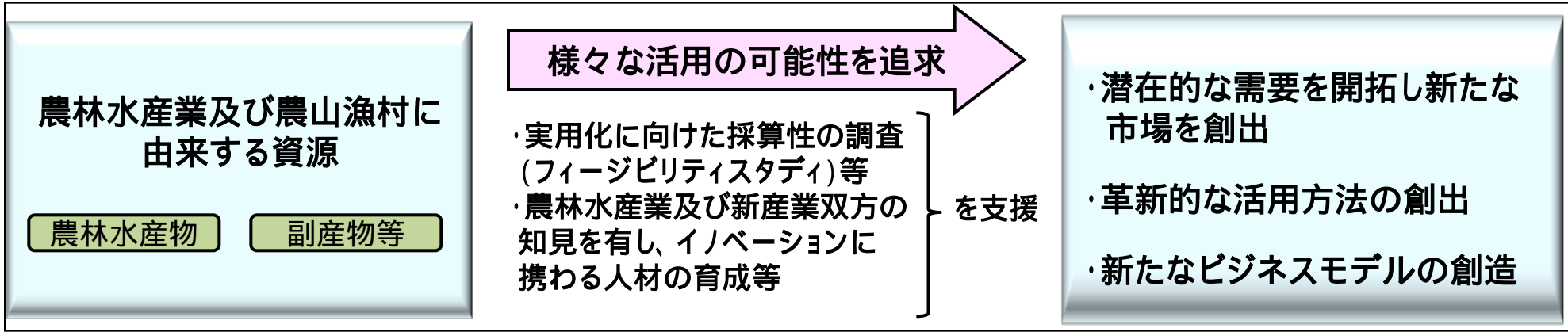
「マーケティング力」の強化
 ・魅力ある商品づくりの推進
 ・技術のシーズとニーズのマッチング
 ・新商品開発、地域ブランドの確立・保護
 ・販路開拓、事業拡大の推進
 ・商談会の開催、展示会への出展
 ・食品加工・販売施設等の整備

「経営力」の強化
 ・人材の育成・経営指導の充実
 ・コーディネーターバンクへの食品企業OBなどの登録と紹介、専門的アドバイス
 ・技術力、販売力向上のための研修

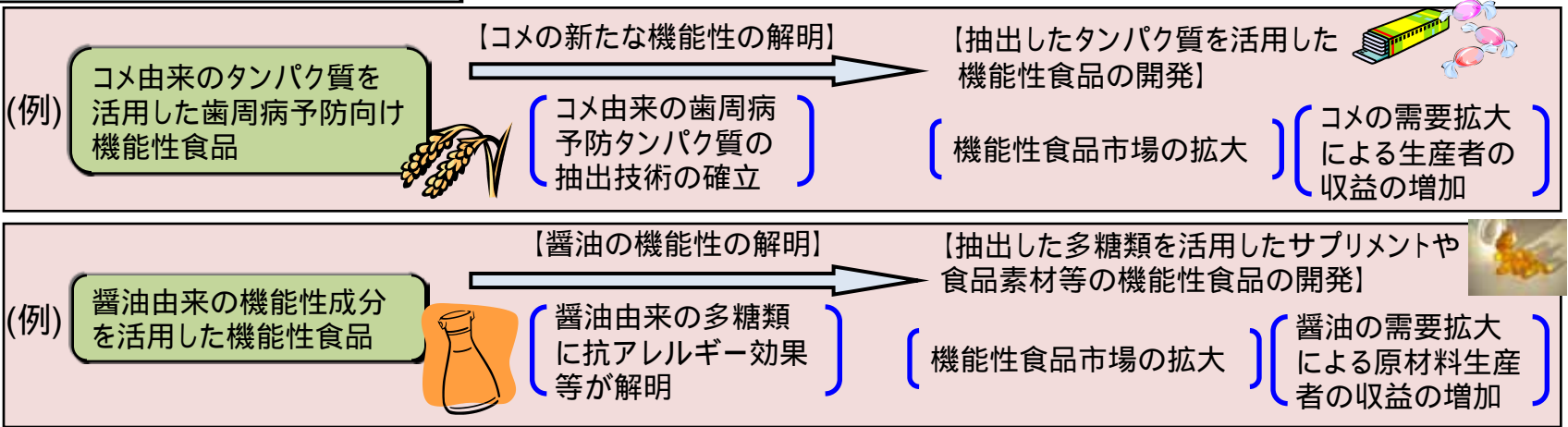
「連携力」の強化
 ・普及・啓発活動の推進
 ・フォーラム等の開催、メルマガによる情報提供
 ・観光業等も含めた幅広い異業種との連携の促進
 ・交流会の開催
 ・コーディネーターによるマッチング

3 - (2) 農林水産物等の「資源」を活用したイノベーションの促進

国内の農林水産業及び農山漁村に由来する農林水産物等の「資源」を効率的かつ最大限に活用していくため、農林水産物・副産物の他産業における革新的な活用方法の創出や、未利用資源を活用した新たなビジネスモデルの創造といった、いわゆる「イノベーション」を促進。
このため、技術実証や人材の育成等を総合的に推進。



農林水産物等の新たな機能に着目し新食品として活用



こうした農林水産物等の「資源」を活用した「イノベーション」の手法を食品産業以外にも拡大

農林水産業・農山漁村の潜在力を発揮し「資源」を活用することにより10〜20年後に食品産業以外の産業も含めて**新たに6兆円規模の産業を創出**

3 - (3) フードチェーンの一体的な取組による流通の効率化・高度化

低価格志向や食の安全の確保など消費側からの要請に応えつつ、産地側の利益を確保していくため、生産から消費に至る各段階の関係者の連携等による食品流通の効率化と流通機能の高度化を推進。

卸売市場は、生鮮食料品等の流通において、産地と消費者を結ぶ基礎的な社会インフラであり、その役割を明確化し、一層の機能強化を図ることが重要。このため、有識者から成る「卸売市場の将来方向に関する研究会」を開催し、幅広い議論を経て課題を明らかにした上で、食品流通をめぐる状況の変化に的確に対応した卸売市場のあり方等を明確化。これを踏まえ、卸売市場の一層の機能強化のための具体的施策を推進。

流通の効率化・高度化

生産から消費までのフードチェーンの各段階の関係者が連携して行う食品流通の効率化・高度化の取組等を支援。

(1) 食品流通の効率化

・集出荷・配送の共同化や情報化による在庫管理の適正化

集出荷・配送の共同化、情報化による在庫管理の適正化を通じ、食品流通を効率化

・新技術を活用した食品流通モデルの構築

IT技術の活用等による労働時間の大幅な短縮

(2) 食品流通の高度化

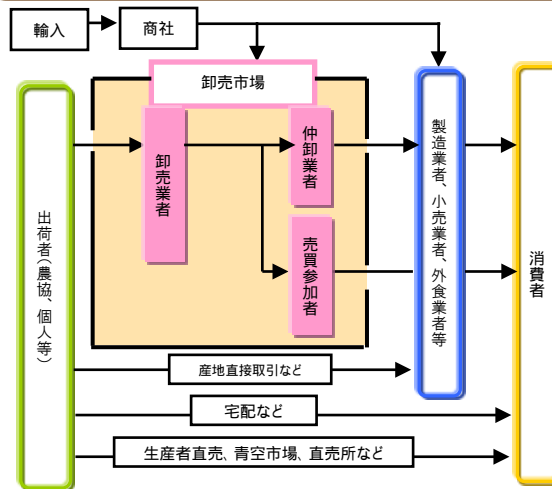
・一貫したコールドチェーン体制の整備などの品質管理の高度化

品質管理の高度化に必要な設備等の導入を支援。

消費者や実需者のニーズに応えた食品流通の実現

卸売市場の機能強化

卸売市場は生鮮食料品等の流通の基礎的な社会インフラ



主な役割

消費者へ安全な食品を安定的に供給
生産者へ安定的な販路を提供
小売業者へ安定的・効率的な仕入先を提供

主な機能

品揃え、集荷機能
価格形成機能
代金決済機能
情報受発信機能

卸売市場の将来方向に関する研究会の開催

・次期(第9次)卸売市場整備基本方針の策定に向けて、「卸売市場の将来方向に関する研究会」を開催し、卸売市場の機能・役割について評価・検証の上、**産地から消費までのフードチェーン全体を見据えた卸売市場の役割と将来方向、施策のあり方等について、総合的に検討。**
・平成22年3月を目途に報告を取りまとめ。

研究会における検討課題

食品流通をめぐる状況の変化

食の安全・安心に対する期待の向上
国民の食料消費の形態、内容の変化
環境問題への対応の必要性等

卸売市場の一層の機能強化

品質管理の高度化(低温卸売場の整備の加速化等によるコールドチェーンの確立等)
環境問題への対応(CO2削減への貢献等)
取引の合理化(IT等を活用した取引の円滑化、合理化等)等

機能強化を支える取組の確保

卸売市場の再編
適切な市場運営の確保
卸売市場関係事業者の経営体質強化

3 - (4) 新たなフードサービス産業(外食等)の創造と展開

外食産業は、中食産業(惣菜、べんとう等)とともに、国民の食料消費支出の約4割(約31兆円)を占め、国内で生産される農林水産物・加工食品等の主要な仕向先。また、我が国の雇用や地域経済を支える重要な産業セクター(従業員269万人)。近年は、経済の低迷等により売上高が横ばいで推移しており、新たなビジョン・戦略の下で、新たなフードサービス産業としての「付加価値」の創出、国産原材料の調達力の強化等を図り、産業の変革を促す必要。

現状と課題

〔市場とニーズの変化〕

国内市場の成熟化や需要減少に伴う価格競争の激化
「個食化」など多様化するニーズへの対応

〔食と農の連携〕

外食産業と農業との連携のための機会の提供
ロットや規格、納入時期等のマッチングが困難



〔海外展開〕

大手企業によるアジア進出が中心
現地の富裕層を対象とする
メニュー・品目に限定



〔消費者への啓発〕

正しい知識の不足に起因する食品ロス等の無駄の発生
食育、食生活・日本食文化に対する理解の促進や啓発が必要

今後の対応方向

新たなフードサービス産業としての「付加価値」の創出 (サービス・イノベーションの推進)

高齢者や条件不利地への宅配ビジネス、ネット・情報端末の活用、チェーン展開の新技术、店舗レイアウトの革新などサービス・イノベーションの推進
マーケティング能力向上のための人材育成やホスピタリティの向上による廃棄ロスの削減等を目指した経営手法の確立

国産原材料の調達力の強化

小ロット等に対応し易い「地産地消型店舗」の促進と中食事業者・一般飲食店・給食事業者による産地交流会開催
外食産業等の仕入・加工の実情に通じたコーディネータ確保・派遣(食品産業とも連携)による効率化
産地情報等を容易に検索できるデータベースの構築



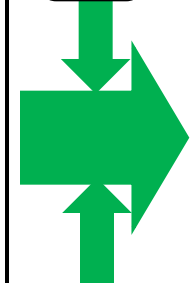
海外への戦略的プロモート

海外進出に際し、中小企業も利用できる衛生規範や日本食事情等の基礎的な情報の提供と先行事例の分析(食品産業とも連携)
海外で日本の食材・食品・食文化を戦略的にプロモート(これを通じて日本からの輸出を促進)

消費者との新たなパートナーシップの形成

外食産業の「社会インフラ」としてのポテンシャル(全国の店舗数:72万店、調理士:4.5万人)を活かし、「食に関する情報を発信・リード」する機能の発揮(家庭料理や製品に利用可能なヒットメニューの開発や食育等)
食品産業が一丸となった消費者等との意見交換(リスク・コミュニケーションを含む)の実現

新たなビジョン・戦略の策定



外食事業者や団体等の積極的な取組

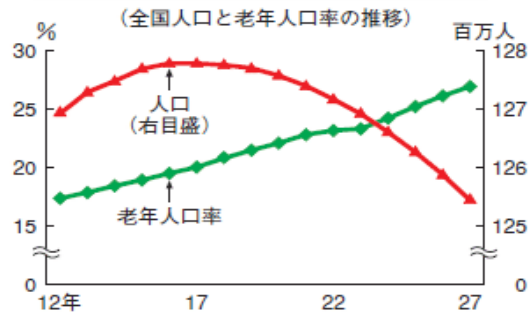
新たなフードサービス産業の創造と展開

3 - (5) 高齢化等に対応した食料提供に資するビジネスの構築

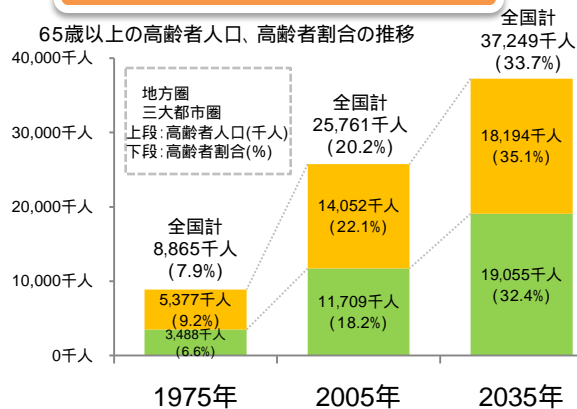
近年、高齢化の進展などにより、高齢者が徒歩圏内で食料品を直接購入又は飲食できる機会を失い、食料の確保が不安視される状態が顕在化している。過疎地域の住民においても同様な事態が生じている。また、高齢者が飲食しやすい食品についても、必ずしも多様な選択ができる状態にはなっていない。これらの状況や、今後の消費動向等を踏まえ、地域の安定的な食料提供のあり方を検討し、これに資するビジネスの構築を支援。

高齢化の進展

我が国の人口構造の推移と見通し



高齢者割合の推移



食品供給機能に与える影響

高齢化の進展等が国民の食料供給機能に与える影響を調査
(食料品消費動向調査 + ヒアリング調査)

予想される影響

(例)

- 地域別消費支出の格差の拡大
- 食品小売店・飲食店の廃業・撤退の増加
- 高齢者等の食料購入困難者の増加
- 宅配ビジネスの拡大(ネットスーパー、移動販売、生協、外食、通信販売等)
- コンビニによる生鮮食品販売の増加
- 高齢者向け新メニューや新商品の増加
- そしゃく・嚥下困難者の増加
- 家庭における介護者の負担増

対応方向

食料供給のビジネスモデルの提示

食料の購入や飲食が困難な者が発生している現状や、今後の消費動向等を踏まえ、
業態
(例:食品小売業、外食・中食等)
地域
(例:大都市、地方都市、過疎地域等)
等の別に、様々な食料供給のビジネスモデルを提示

既に取り組みされているモデルの例

- ・宅配サービス
- ・福祉サービス等との連携
- ・高齢者向け新商品・メニューの開発及び提供

3-(6) 食品の安全・消費者の信頼確保のための仕組みの構築

HACCP手法については、その導入には施設整備、人材育成が必要なことから、大規模層は相当程度導入が進んでいるが、大多数を占める中小規模層の導入率は低位にあり、零細規模層は極めて低位。HACCP手法の導入を促進するため、HACCP法の支援等に加えて、中小規模層での導入加速化、直ちにHACCP手法の導入が困難な零細規模層等に対する、HACCP手法の前提となる一般的衛生管理の徹底を推進。

食品のトレーサビリティは、食品事故発生時の製品回収や原因究明等を行うために有効な仕組みであることから、まず、米のトレーサビリティ(来年10月施行)をしっかりと定着させ、その実施状況を踏まえ、他の品目についても入出荷記録の作成・保存の取組を拡大していく方向。

食品産業は、消費者の生命・健康に直接かかわる食品を取扱う産業であり、消費者の信頼を確保したうえで、産業として健全な発展を図るため、個々の企業がコンプライアンス(法令遵守、企業内・社会倫理遵守等)の確立された体制を整備。

HACCPの取組拡大

食品製造事業者のHACCP手法の導入率

- ・中小規模層(1~50億円)は低位
- ・零細規模層(1億円未満)は極めて低位

HACCP手法導入上の問題点

- ・施設整備に一定のコスト
- ・人材不足

このため

目標: 中小規模層のHACCP手法導入率を
16%(H18年度)→50%(H24年度)に拡大

中小規模層でのHACCP手法導入を加速化

- ・工程管理の責任者養成研修の強化
- ・低コスト導入手法の構築・普及

HACCP手法導入が困難な零細規模層等への対策

- ・HACCP手法の導入の前提となる施設・設備、従事者の衛生管理など一般的衛生管理の徹底

食品のトレーサビリティの取組拡大

トレーサビリティとは

食品がどこから来て、どこへ行ったか分かること。
具体的には、各事業者が個々に食品の入出荷記録を作成・保存すること等により確保される。

「食品衛生法」において、全ての農林業業者、食品事業者を対象に、入出荷記録の作成・保存について「努力義務」が課されている。

米及び米加工品について、トレーサビリティを導入

- ・米トレーサビリティ法の趣旨、内容の関係事業者への浸透

H22.10~

米トレーサビリティの実施状況を把握

- ・施行上の課題、米以外の品目の取組実態の把握

トレーサビリティの取組拡大に向けた方策の検討

食品トレーサビリティの確立

食品業界のコンプライアンスの確立

コンプライアンスの確立のためには、各食品事業者における「企業行動規範」等の策定の取組が有効

I 食品関係団体

自主行動計画の策定
(全ての食品関係団体で策定済み)

指導

I 食品関係事業者

企業行動規範の策定
H22年度目標: 中小食品企業で7割以上
現状: 6割程度
更なる策定率の向上に向けた取組が必要

支援

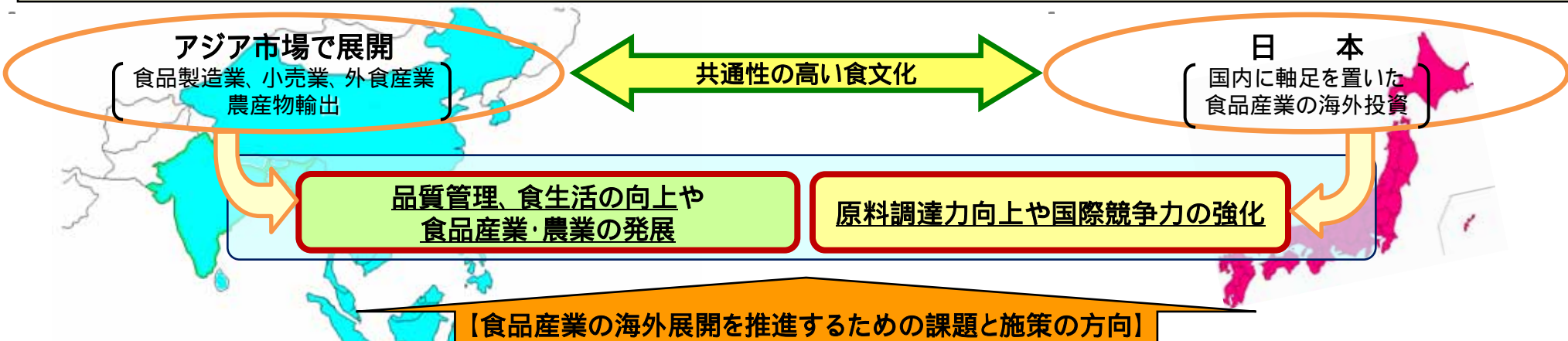
農林水産省

個別企業における「企業行動規範」等の策定率を向上させ、コンプライアンスの確立を図るため、
・実践的なセミナーを全国で開催
・食品関係団体の要請に応じたセミナー講師派遣
・コンプライアンス経営のメリットや優良事例の調査・紹介

3 - (7) 食品産業の海外展開

国内市場が成熟化する中で、経済発展に伴い拡大する近隣市場を中心に展開することにより、アジアにおける品質管理、食生活の向上と食品産業・農業の発展
グローバル規模の企業を育成することにより、原料などの調達力の向上と日本を始めとする大規模市場における日系企業のマーケットシェアの拡大等による国際競争力の強化を図り、我が国の食料の安定供給の確保に貢献。

食品産業の海外展開を推進するため、法規制や流通構造などの情報収集・提供、現地に適した商品を開発するための技術の改良や実証等の取組を推進。



主な課題

- 各国の食品の衛生規制、原材料である農林水産物の生産状況などの情報が不足
- 国内で開発された技術について、海外現地の製造・流通環境、原料の性質や消費者ニーズなどに対応させるには技術の改良が必要
- 知的財産侵害や法令解釈・運用などの阻害要因となる制度への対応については、個々の企業努力では解決が困難な場合有り
- 現地には食品の安全・安心の確保や製造に関する知識・技術を有する人材が不足

施策の方向

- 投資関連情報の収集・提供の強化**
 - 国別の食品関係法令・基準、原料農産物の生産状況、食品の物流システム、現地パートナーなどの情報の収集・提供
 - 現地の規制やマーケット情報、海外展開事例や展開上の留意点などに関するセミナーの開催
- 現地環境適合等のための技術改良・実証等**
 - 国内で開発された技術を使用環境の異なる海外で活用するための技術改良・実証、優良技術の普及
- 事業展開の課題や阻害要因の把握とその解決に向けた体制の構築**
 - 海外主要都市に連絡協議会を設置し、トラブルなどの相談対応を行うとともに、事業展開上の阻害要因に係る情報・要望の取りまとめとその課題解決するための体制を構築
- 現地スタッフの人材育成**
 - 食品の品質・衛生管理に関する知識・技術の取得などを目的としたセミナー・研修会の開催

3 - (8) 食品産業における環境対策

CO2排出量削減への積極的対応

我が国は、京都議定書に係る温室効果ガス排出量の6%削減約束の確実な達成に向け取り組む中、本年9月に国連気候変動首脳会合において、鳩山総理が「2020年に1990年比25%削減」との中期目標を明言。これを受けて、「地球温暖化問題に関する閣僚委員会」を中心として温暖化対策を検討。

今後、中期目標の達成に向け、食品産業分野においては、中小企業を中心としたCO2排出削減への取組や省エネ設備の導入などを積極的かつ強力に推進。

現状

CO2の全排出量が基準年と比較して1.9%増加する中、食品製造業は、**9.7%削減と貢献**。

課題

CO2排出量削減への取組は、企業の利益に直結しないため、独自の取組がなかなか広がらない。

環境問題への取組意識の低い企業や具体的な取組方法が分からない中小企業が多く存在。

施策の方向 中期目標(25%削減)の達成に向けて

【普及・啓発】

CO2排出抑制方策等に関する業種別セミナー等を開催。費用対効果を踏まえたCO2削減優良事例の収集と紹介。食品産業における「見える化」の促進。

【施設整備等】

関係省庁と連携した食品産業における省エネ設備等の導入推進。

【事業者等への働きかけ】

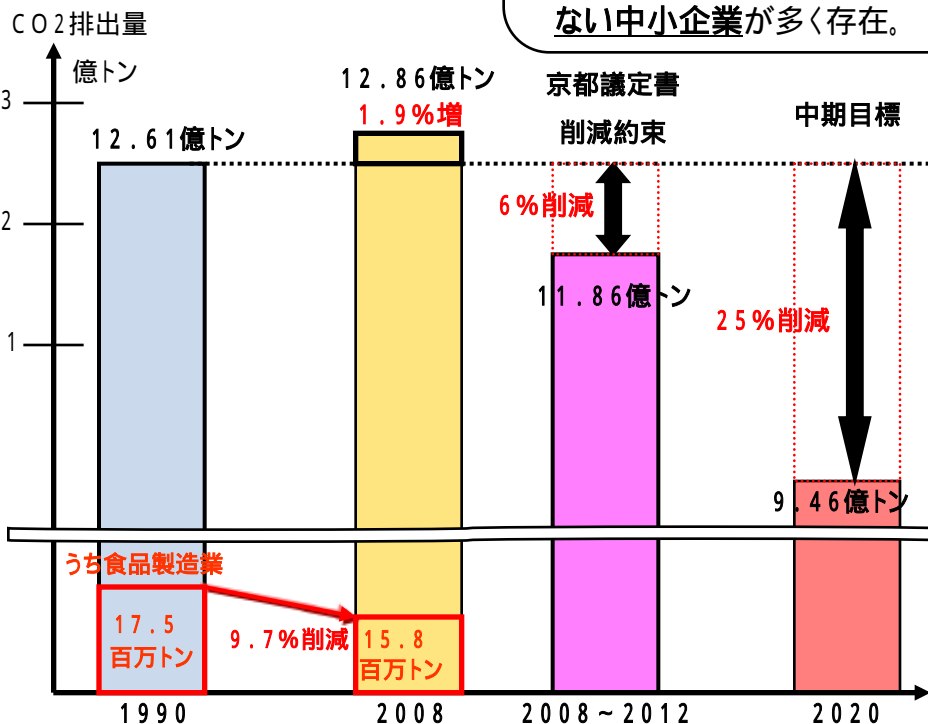
業界団体が策定する環境自主行動計画におけるCO2削減目標の着実な達成と更なる向上。

改正省エネ法(22年4月施行)を踏まえた事業者のエネルギー管理の判断基準の遵守徹底。

国連気候変動首脳会合において鳩山総理が中期目標を明言 (平成21年9月22日)

総理及び関係閣僚で構成する「地球温暖化問題に関する閣僚委員会」において、地球温暖化問題への取組を議論・調整
(第1回9月20日 第2回9月30日 第3回10月7日開催)

同閣僚委員会の下に「副大臣級検討チーム」を設置
25%削減に向けた具体的方策について3つの課題を中心に検討
中期目標の達成に向けた検討(目標達成に必要なコスト分析等)
途上国支援(鳩山イニシアティブ)の検討
国内排出量取引制度の検討



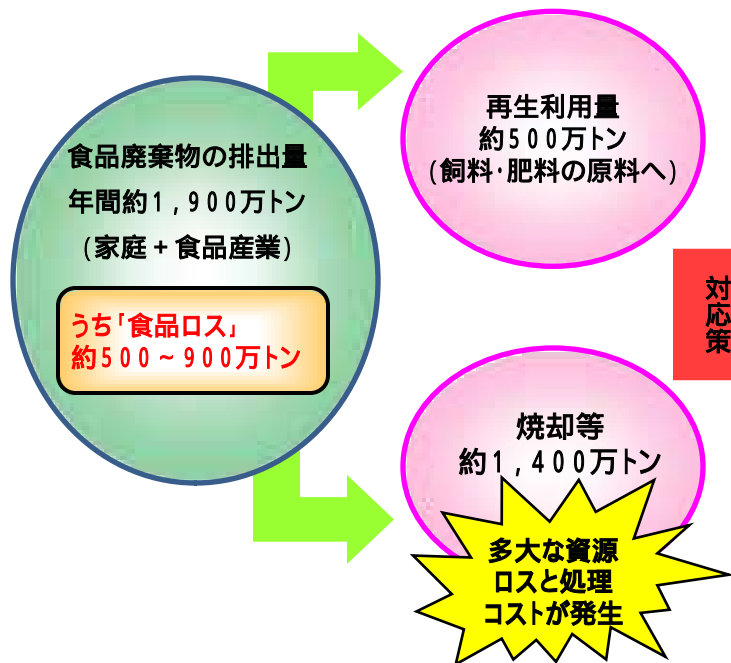
資料:実績値は、(独)国立環境研究所温室効果ガスインベントリ(2008年度速報値)より。

3 - (8) 食品産業における環境対策

経営の効率化と持続的発展のための資源の有効利用の促進

食料資源を無駄なく利活用するためには、食品ロスの削減と食品廃棄物を資源として効率的かつ最大限リサイクルすることが必要。このため、フードチェーン全体でのシステム構築と新たな用途へのリサイクルに資する技術の改良・導入を推進。

【現 状】



【目 標】

食品ロスを削減し、無駄を省くことにより、資源の適正利用と事業活動の効率化を実現

廃棄せざるを得ない製造副産物等は、効率的かつ最大限リサイクル

【具体的施策】

食品産業グリーンプロジェクトの推進

資源利用の最適化に向けたフードチェーン全体でのシステム構築

業種別の食品廃棄物発生抑制方策の検討
食品ロスを削減するための業種連携による製造・在庫数量の最適化
地域循環システムの構築
・食品リサイクル・ループの構築
（食品産業での肥飼料化設備の導入等）
・食品廃棄物の効率的な収集システムの構築
（分散した静脈物流（収集ルート）の共有化等）

食品リサイクル・ループのイメージ



新たな用途へのリサイクルに資する技術の改良・導入

技術の実用事例

- ・オカラからの大豆多糖類の製造
- ・しょう油粕のプラスチック強化剤への利用
- ・卵殻、卵殻膜のチョコレートや化粧品原料等への利用

食品リサイクルの比率(再生利用等実施率)

	実績 (19年度)	目標 (24年度)
食品製造業	81%	85%
食品卸売業	62%	70%
食品小売業	35%	45%
外食産業	22%	40%