意見交換用
参考資料

資料2

# 食品製造業をめぐる情勢

平成29年5月

農林水産省
食料産業局

# 「食品産業戦略会議」の開催趣旨・進め方等

## 1.「食品産業戦略会議」の開催趣旨

我が国の食品製造業の持続的な発展のため、政府、食品製造事業者や関連事業者等の関係者が、食品製造業等の抱える課題、今後のビジョン、対応の方向について認識を共有し、戦略的な対応を進めていくため、提言「食品産業戦略（仮称）」を取りまとめることを目指します。

## 2. 検討の進め方

本日お集まりいただいた10名の委員の皆様には、今後、検討の全般に関わっていただくよう、お願いします。

第二回、第三回、第四回会合では、
①新規需要開拓（海外需要、健康需要、機能性・食文化等の訴求等）、
②生産性の向上（生産のスマート化、廃棄等のコスト低減、人材確保等）、
③安定供給の確保（フードバリューチェーンの強化、レジリエンス、関係事業者との連携・協働等）
等のテーマについて、専門委員から話題を提供していただきます。その後、専門委員の発表も踏まえて、それぞれのテーマに関する意見交換をお願いします。

委員の皆様には、自由闊達な意見交換をお願いし、そのプロセスの中から、食品製造業等の抱える課題、課題解決につながる論点の棚おろし等を行っていただき、さらに、それらを基に各々の関係者の対応方向について、意見交換を深めていただきたいと考えています。

# 「食品産業戦略会議」第一回会合の目的等

## 1. 第一回会合の位置付け

第一回会合は、今後、継続して意見交換をお願いする10名の委員の皆様にお顔合わせをいただき、

(1) 自己紹介等を通じて、お互いのバックグラウンドについて知っていただくことにより、ご発言のハードルを下げ、今後の自由闊達な意見交換の環境を整備すること。

(2) 食品メーカーご出身の委員の皆様から、それぞれの会社のお取組についてご紹介いただき、具体的なイメージを共有しつつ、今後の検討課題について御意見を頂戴すること(可能なものは、第二回以降の会合に反映)。

を開催の狙いとさせていただきます。

## 2. 自己紹介の際のお願い

第一回会合では、今後の自由闊達な意見交換の環境整備として、まずは、委員の皆様に自己紹介をお願いしております。

このため、ご自由に、委員の皆様ご自身のバックグランドやご経験、個人的に食に関して重視されていること(こだわり)、食品製造業の将来に対する期待などを、お話しいただければと存じます。

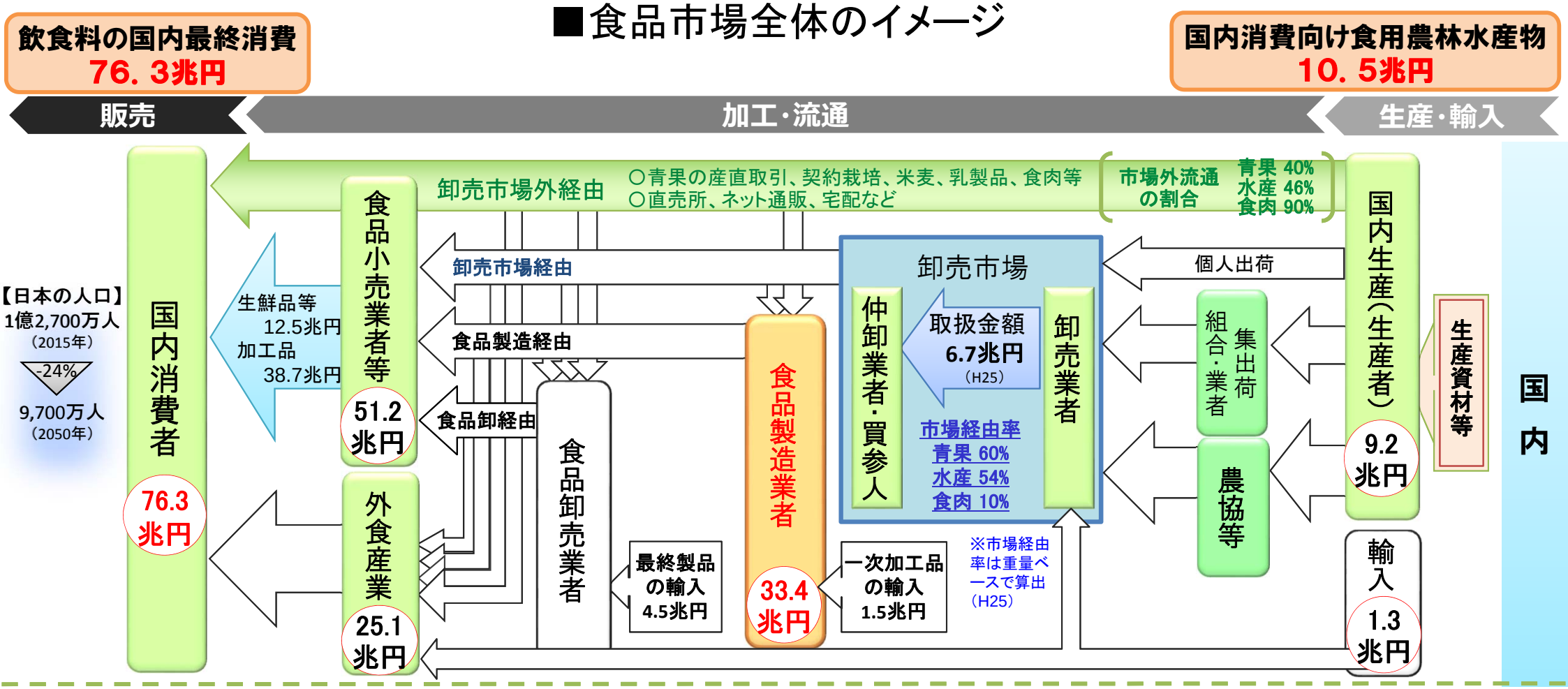
# 目　　次

1. フードチェーンにおける位置付け ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
2. 国内経済における位置付け ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
3. 国際的な位置付け ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
4. 食品の消費・需要の動向 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
5. 食品製造業の業界構造 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・15
6. 食品の安定供給をめぐるリスク ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22
7. 企業の長期的な成長のために重視される観点：ESG・・・・・・・・・ 23
8. 食品製造業の戦略的対応に向けた主要な論点（案）・・・・・・・・・ 24

# 1. フードチェーンにおける位置付け

○　我が国の食品市場は、国内生産の９.２兆円を含め、１０.５兆円の食用農林水産物に食品製造業（33.4兆円）等が付加価値をつけ、最終消費76.3兆円の市場を形成。

■食品市場全体のイメージ




※資料：農林水産省「平成23年農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」等を基に試算
本資料は年次や対象等が異なる複数の統計、調査等を組み合わせて作成したものであり、金額等が整合しない点がある。

# 2. ① 他産業との比較（雇用、売上高、付加価値額で占める位置）

○ **食品製造業は、全産業に対して、常時従業者数で4.2%（製造業の11.5%）、売上高で2.9%（同6.9%）、付加価値額で3.1%（同6.5%）を占める。**

■ 食品製造業と他産業との比較（常時従業者数、売上高、付加価値額）

| | 企業数（社） | | 常時従業者数（人） | | 売上高（億円） | | 付加価値額（億円） | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 全産業 | 28,553 | 100% | 14,315,315 | 100% | 6,930,223 | 100% | 1,232,683 | 100% |
| 製造業 | 12,807 | 44.8% | 5,256,923 | 37% | 2,875,200 | 41% | 595,914 | 48.3% |
| 食品製造業 | 1,469 | 5.1%（11.5%） | 606,989 | 4.2%（11.5%） | 199,259 | 2.9%（6.9%） | 38,579 | 3.1%（6.5%） |

資料：「平成28年企業活動基本調査速報（平成27年度実績）」（経済産業省）
本調査は、従業員50人以上又は資本金額若しくは出資金額3,000万円以上の会社を調査対象としている。

（参考）製造業のうち、工業分野の主要な業種について、全産業に対する割合は以下のとおり。

① 輸送用機械器具製造業

常時従業者数7.3%（製造業の20%）、売上高10.1%（同24.4%）、付加価値額11.5%（同23.8%）

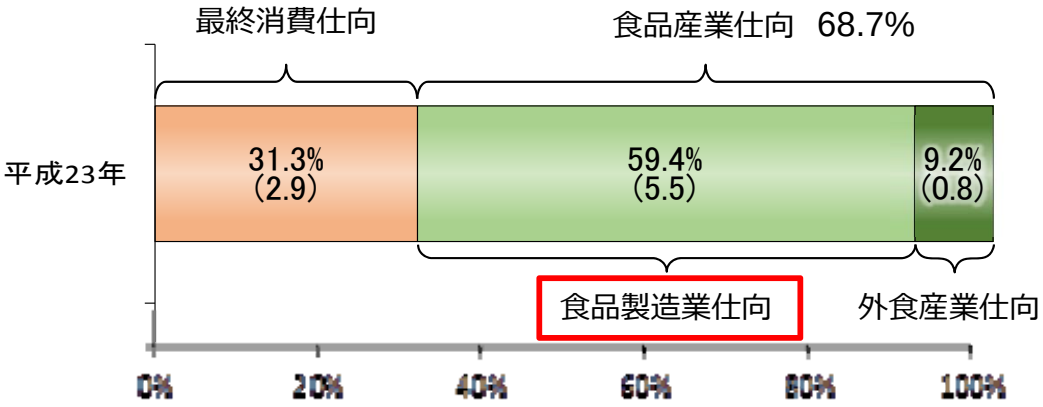
② 電気機械器具製造業

常時従業者数2.8%（同7.5%）、売上高2.6%（同6.2%）、付加価値額3.2%（同6.5%）

# 2. ② 国産農林水産物の最大の仕向け先、地域経済で重要な役割

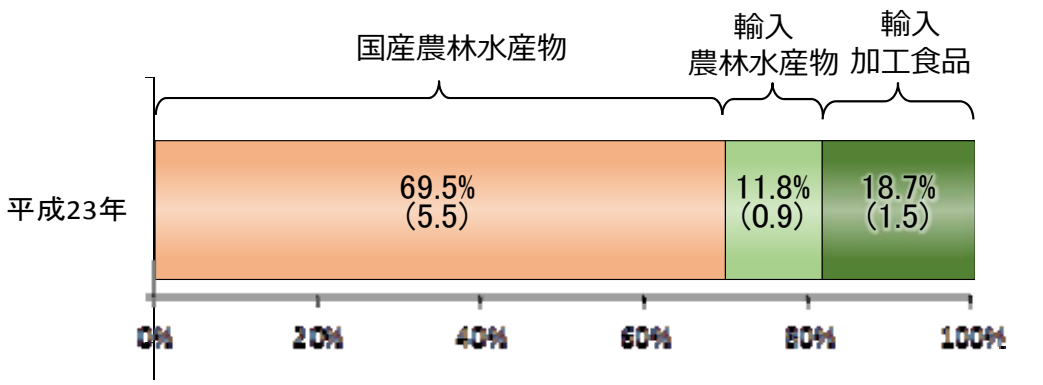
○ 国産農林水産物の仕向先の約６割は、食品製造業。
○ 地域経済において地場産業として大きなウエイト。特に、北海道、新潟、高知、佐賀、宮崎、鹿児島では製造品出荷額の第１位となるなど、地域経済の安定に重要な役割。

■ 国産農林水産物の用途別仕向割合 括弧内は仕向額（兆円）




■ 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：農林水産省「平成23年農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」
注：国内の食品製造業者が製造した食品製造業者向け加工食品は含まれない。

■製造品出荷額の都道府県別順位（平成26年）
（食料が1位の都道府県）

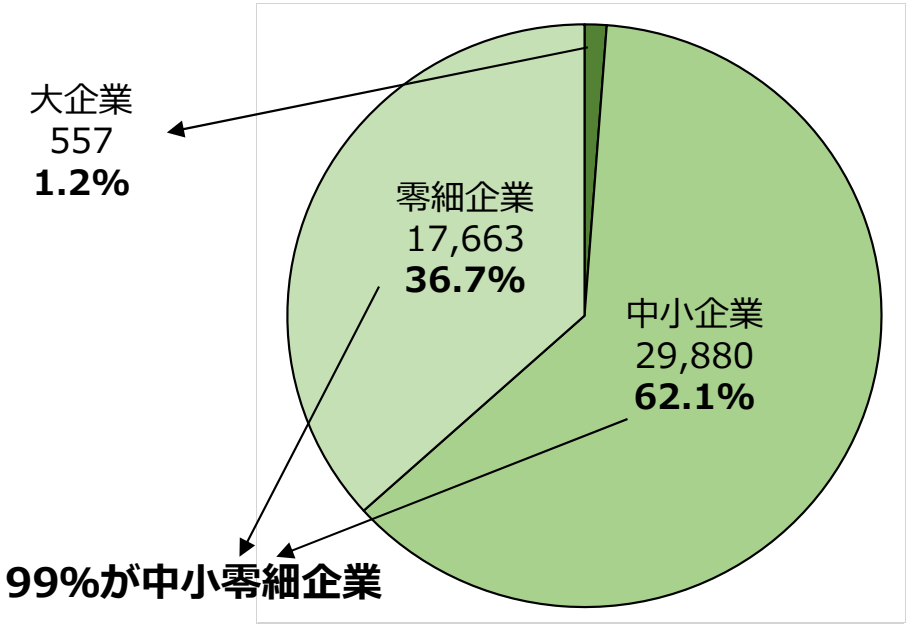
| 都道府県 | 金額（億円） | 1位 産業 | 1位 構成比 | 2位 産業 | 2位 構成比 | 3位 産業 | 3位 構成比 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 全国 | 3,051,400 | 輸送 | 19.7 | 化学 | 9.2 | 食料 | 8.5 |
| 北海道 | 66,728 | 食料 | 29.7 | 石油 | 24.2 | 鉄鋼 | 8.3 |
| 新潟 | 46,426 | 食料 | 15.7 | 化学 | 13.0 | 金属 | 11.3 |
| 高知 | 5,260 | 食料 | 14.6 | 紙パ | 11.1 | 窯業 | 11.0 |
| 佐賀 | 17,357 | 食料 | 18.7 | 輸送 | 11.6 | 化学 | 9.8 |
| 宮崎 | 15,276 | 食料 | 20.8 | 電子 | 10.6 | 飲料 | 10.4 |
| 鹿児島 | 19,128 | 食料 | 34.4 | 飲料 | 20.9 | 電子 | 13.0 |

資料：経済産業省「工業統計調査」
注：従業員4人以上の事業所

# 2. ③ 中小企業・零細企業の多い構造

**○食品製造業は、中小企業及び零細企業が99%を占めている。**

## ■ 食品製造業の規模別構造(平成26年)




資料:経済産業省「工業統計調査」
※ 従業員4人以上の事業所

資料:経済産業省「工業統計調査」
注1: 食品製造業は、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業(たばこ製造業、飼料・有機質肥料製造業を除く。)の合計である。
注2: 零細企業:従業者数3人以下の事業所
中小企業:従業者数299人以下の事業所、
大 企 業:300人以上の事業所

## ■ 品製造業の産業構造(日本・EU・米国の比較)

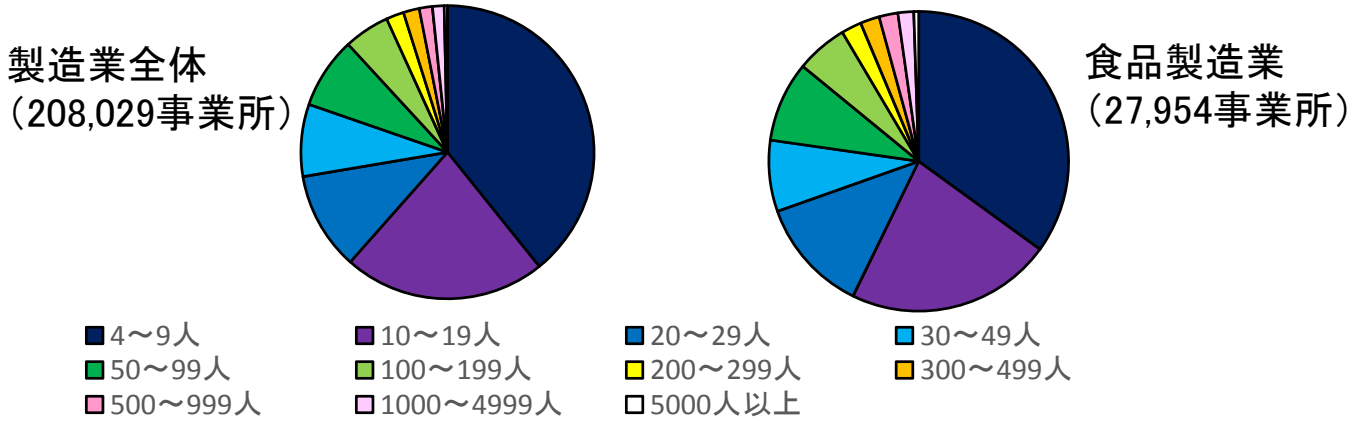
| | 日本 | EU | 米国 |
|---|---|---|---|
| 人口 | 1.3億人 | 5.0億人 | 2.9億人 |
| 産業規模 | 34.9兆円<br>(全産業の国内生産額の約4%) | 12,150億ドル | 5,730億ドル |
| 企業数 | 33,146 | 310,000 | 25,777 |
| 中小企業比率 | 99%<br>(従業員300人以下、資本金3億円以下) | 99.1%<br>(従業員250人以下) | 99%以上<br>(従業員500人未満(その他の要件もあり)) |
| 大企業比率 | 1% | 0.9% | 1%以下 |

資料:農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」、経済産業省「工業統計(企業統計編)」、EU食品・飲料産業団体連合会(CIAA)「CIAA Competitiveness Report 2010」、米商務省「Concentration Ratios:2002」、みずほ銀行産業調査部資料ほか
注:EU(欧州)、米国の産業規模は小売りチャネルのみ(外食等業務用チャネルは含まず)の販売金額

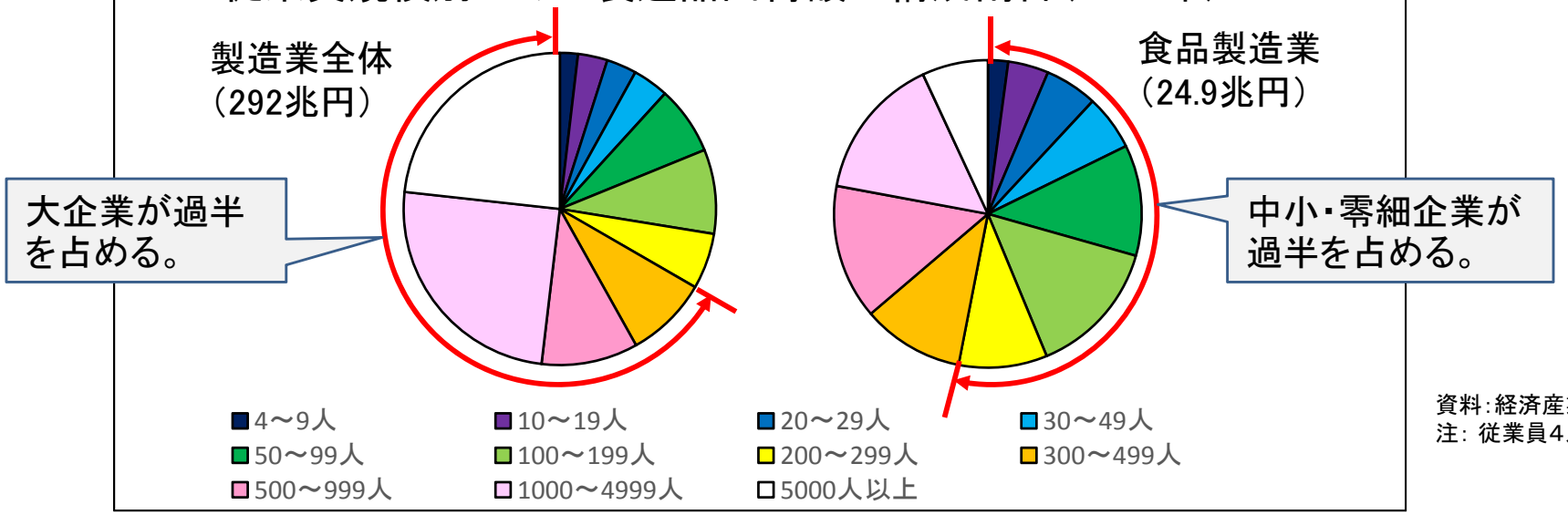
# 2. ④ 製造出荷額の過半を中小・零細企業が占める

○ 事業所数の過半は中小・零細。製造品出荷額は、食品製造業では、中小・零細企業が過半を占めている（製造業全体では、大企業が過半）。

■ 従業員規模別にみた事業所数の構成割合（2013年）




■ 従業員規模別にみた製造品出荷額の構成割合（2013年）

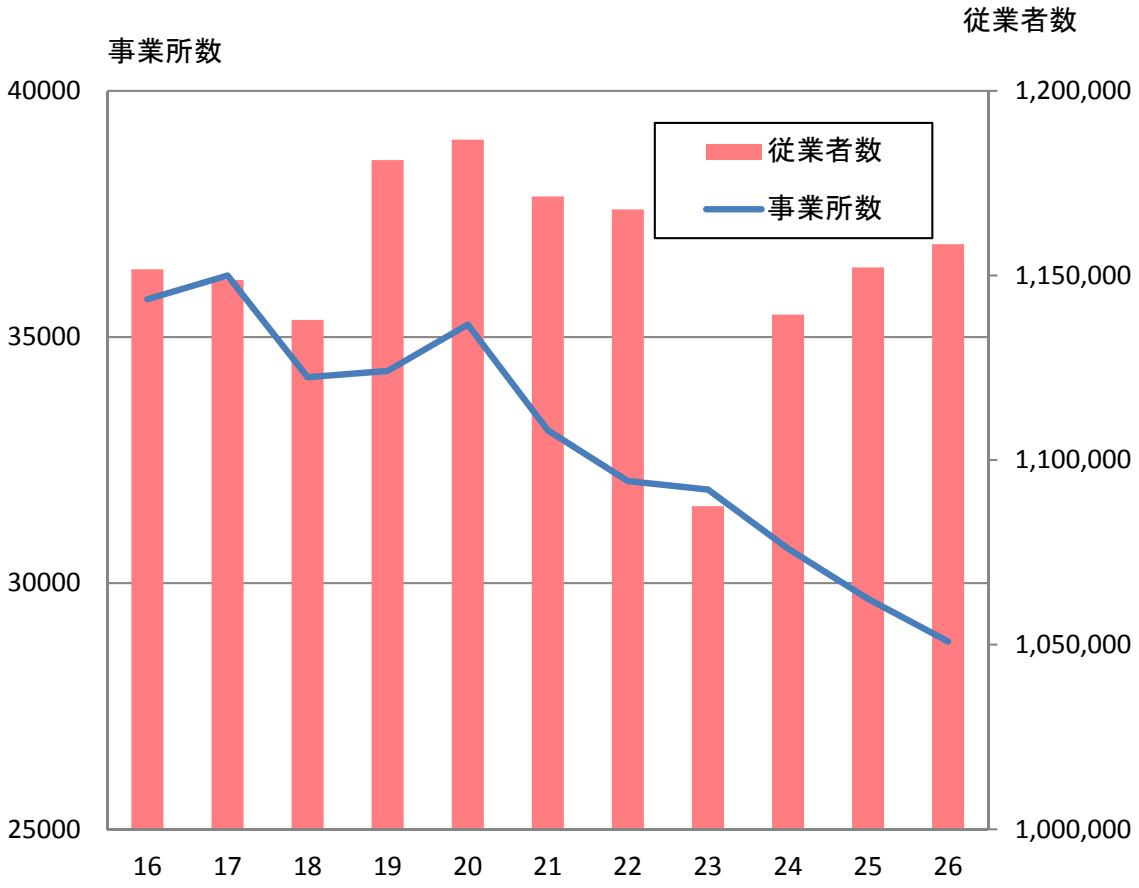



資料：経済産業省「工業統計調査」
注：従業員4人以上の事業所

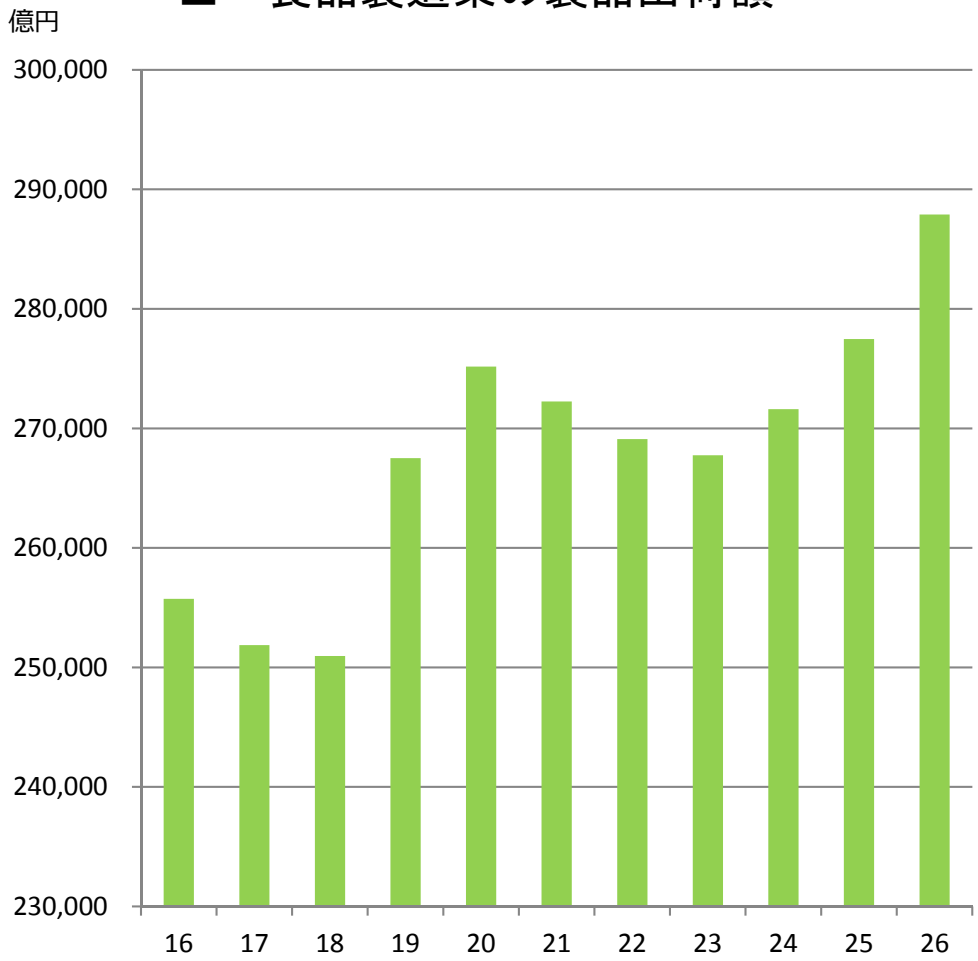
# 2. ⑤ 減少する事業所数、増加傾向の製品出荷額

○ 食品製造業の事業所数は減少傾向にある一方、製品出荷額は増加傾向。

■ 食品製造業の従業者数・事業所数




■ 食品製造業の製品出荷額




資料：経済産業省「工業統計（産業編）」
注1：「食品製造業」の「従業者数」、「事業所数」及び「製品出荷額」は、工業統計上の「食料品製造業」に加え、「飲料・たばこ・飼料製造業」のうち「清涼飲料製造業」及び「茶・コーヒー製造業」を加えたもの

# 3. ① 食品工業出荷額では上位であるが、輸出額に占める割合は低位

○ 日本の食品工業出荷額のＧＤＰ比率は７．０％（世界73カ国平均8.1%）。この比率は、他の先進国（米国5.2%、ドイツ5.6%、フランス6.8%）とほぼ同水準。

○ 日本の食品工業出荷額は3,210億ドルで、世界73カ国中、第３位、食品工業出荷額に占める食品製造業輸出額の割合は1.4%（世界平均15.5%）。

■ 世界主要国の出荷額及び輸出額（2014年）

| 国　名 | 食品工業出荷額（10億ドル）（A） | 食品製造業輸出額（10億ドル）（B） | 輸出比率（％）（B／A） | 食品工業出荷額対GDP比率（％） |
|---|---|---|---|---|
| 1 中国 | 1,556 | 33 | 2.1 | 15.0 |
| 2 米国 | 906 | 71 | 7.9 | 5.2 |
| 3 日本 | 321 | 4 | 1.4 | 7.0 |
| 4 ブラジル | 267 | 47 | 17.6 | 11.4 |
| 5 ドイツ | 216 | 70 | 32.4 | 5.6 |
| 6 フランス | 193 | 55 | 28.7 | 6.8 |
| 7 イタリア | 183 | 33 | 17.8 | 8.5 |
| 8 メキシコ | 163 | 13 | 8.2 | 12.7 |
| 9 インド | 153 | 22 | 14.1 | 7.5 |
| 10 ロシア | 151 | 12 | 7.8 | 8.1 |
| 世界（73カ国） | 6,047 | 936 | 15.5 | 8.1 |

資料：三井物産戦略研究所
注：食品製造業の定義は、国連の国際標準産業分類のセクターD15「Manufacture of food products and beverages」

# 3. ② 世界の売上高トップ50社中、7社が日本企業

○ 世界の食品メーカーにおける売上高 上位50社の業態をみると、様々な品目についてブランドを有する食品メーカー（ネスレ等：黄色）、多額の設備投資を要する飲料メーカー（ペプシコ等：水色）が多くを占める（赤枠が日本企業）。

■ 世界食品メーカー売上高 上位50社（2016年）

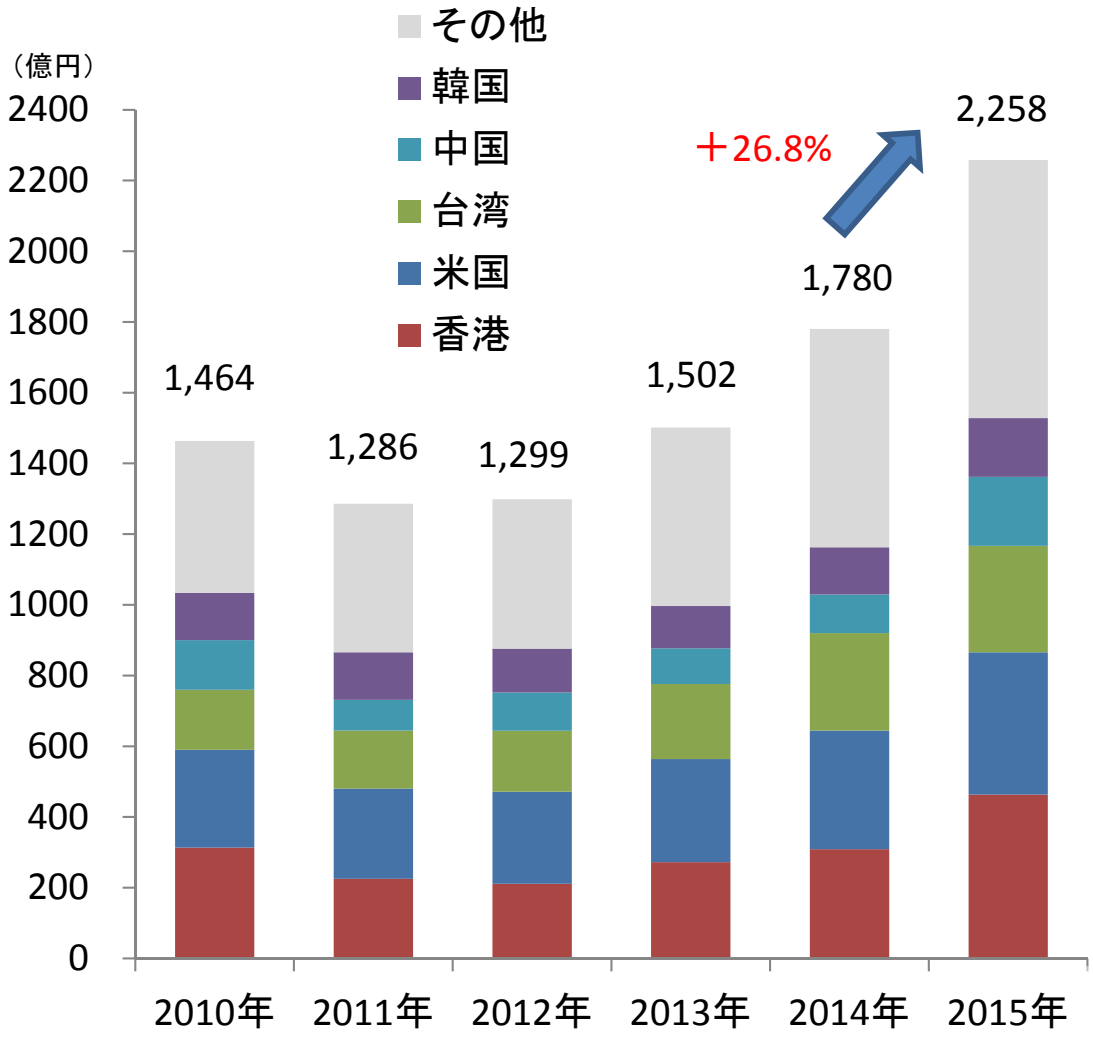
総合食品メーカー
飲料メーカー

| 順位 | 社名 | 食料品売上高（100万$） | 業態 |
|---|---|---|---|
| 1 | ネスレ（スイス） | 81,160 | 食品、飲料、菓子、調味料 |
| 2 | ペプシコ（米国） | 63,056 | 清涼飲料類、食料品 |
| 3 | JBS（ブラジル） | 61,110 | 食肉加工 |
| 4 | ザ　コカ・コーラカンパニー（米国） | 44,294 | 清涼飲料類、食料品 |
| 5 | アンハイザー・ブッシュ・インベブ（ベルギー） | 43,604 | 酒類（ビール） |
| 6 | タイソン・フーズ（米国） | 41,373 | 食肉加工 |
| 7 | ADM（米国） | 37,619 | 穀物、油糧 |
| 8 | マース（米国） | 33,000 | 菓子、飲料 |
| 9 | モンテリーズ　インターナショナル（米国） | 29,636 | 菓子、飲料、食料品 |
| 10 | カーギル（米国） | 28,900 | 穀物、オイルシード |
| 11 | クラフト・ハインツ・カンパニー（米国） | 27,447 | 食料品、飲料 |
| 12 | ユニリーバ（英国、オランダ） | 25,345 | 食料品、マーガリン |
| 13 | ダノン（フランス） | 24,655 | 乳製品、乳幼児向け食品、水、栄養食 |
| 14 | SABミラー（英国） | 24,149 | 酒類（ビール） |
| 15 | ディアジオ（英国） | 23,150 | 酒類（蒸留酒） |
| 16 | ハイネケングループ（オランダ） | 22,565 | 酒類（ビール） |
| 17 | サントリーホールディングス | 21,795 | 酒類（ビール、蒸留酒）、清涼飲料類 |
| 18 | CHS（米国） | 18,800 | 穀物 |
| 19 | ラクタリス・グループ（フランス） | 18,700 | 乳製品、乳幼児向け食品 |
| 20 | ゼネラル・ミルズ（米国） | 17,630 | 食料品、乳製品 |
| 21 | アサヒホールディングス | 16,620 | 酒類（ビール、蒸留酒）、清涼飲料類 |
| 22 | コナグラフーズ（米国） | 15,832 | 食料品、菓子 |
| 23 | ビンボー（メキシコ） | 15,650 | 食料品 |
| 24 | キリンホールディングス | 13,960 | 酒類（ビール）、清涼飲料類 |
| 25 | デイリーファーマーズオブアメリカ（米国） | 13,800 | 乳製品、清涼飲料類 |
| 26 | スミスフィールド・フーズ（米国） | 13,602 | 食肉加工 |
| 27 | ケロッグ（米国） | 13,525 | コーンフレーク、菓子 |
| 28 | フォンテラ（ニュージーランド） | 13,460 | 牛乳、乳製品、乳幼児向け食品 |
| 29 | ブラジル・フーズ（ブラジル） | 12,880 | 食肉加工 |
| 30 | フリースランド カンピーナ（オランダ） | 12,390 | 飲料、乳幼児向け食品、乳製品 |
| 31 | オーラム・インターナショナル（シンガポール） | 12,205 | コーヒー・ココア生産、乳製品 |
| 32 | 日本ハム | 11,218 | ハム、ソーセージ、食料品 |
| 33 | バンゲ（米国） | 11,817 | 穀物、油糧 |
| 34 | アーラフーズ（デンマーク・スウェーデン） | 11,290 | 牛乳、乳製品 |
| 35 | FEMSA（メキシコ） | 10,885 | 清涼飲料類 |
| 36 | フェレロ（イタリア） | 10,495 | 菓子、食料品 |
| 37 | カールスバーグ（デンマーク） | 9,685 | 酒類（ビール） |
| 38 | 伊利（いりー）グループ（中国） | 9,660 | 牛乳、乳製品、乳幼児向け食品 |
| 39 | 明治 | 9,650 | 菓子、牛乳、乳製品 |
| 40 | ペルノ・リカール（フランス） | 9,415 | 酒類（蒸留酒） |
| 41 | ホーメルフーズ・コーポレーション（アメリカ） | 9,264 | 食料品 |
| 42 | サプト（カナダ） | 9,160 | 乳製品、乳幼児向け食品 |
| 43 | ABF（英国） | 9,050 | 食料品 |
| 44 | Danish Crown（デンマーク） | 8,825 | 食肉加工 |
| 45 | 山崎製パン | 8,670 | パン、菓子、おにぎり |
| 46 | ディーンフーズ（米国） | 8,122 | 牛乳、乳製品、清涼飲料類 |
| 47 | キャンベル・スープ（米国） | 8,082 | スープ、菓子 |
| 48 | マルハニチロホールディングス | 7,855 | 水産品、缶詰、冷凍食品 |
| 49 | 蒙牛乳業（もうぎゅうにゅうぎょう）（中国） | 7,845 | 牛乳、乳製品 |
| 50 | JMスマッカー（米国） | 7,811 | 食料品、コーヒー |

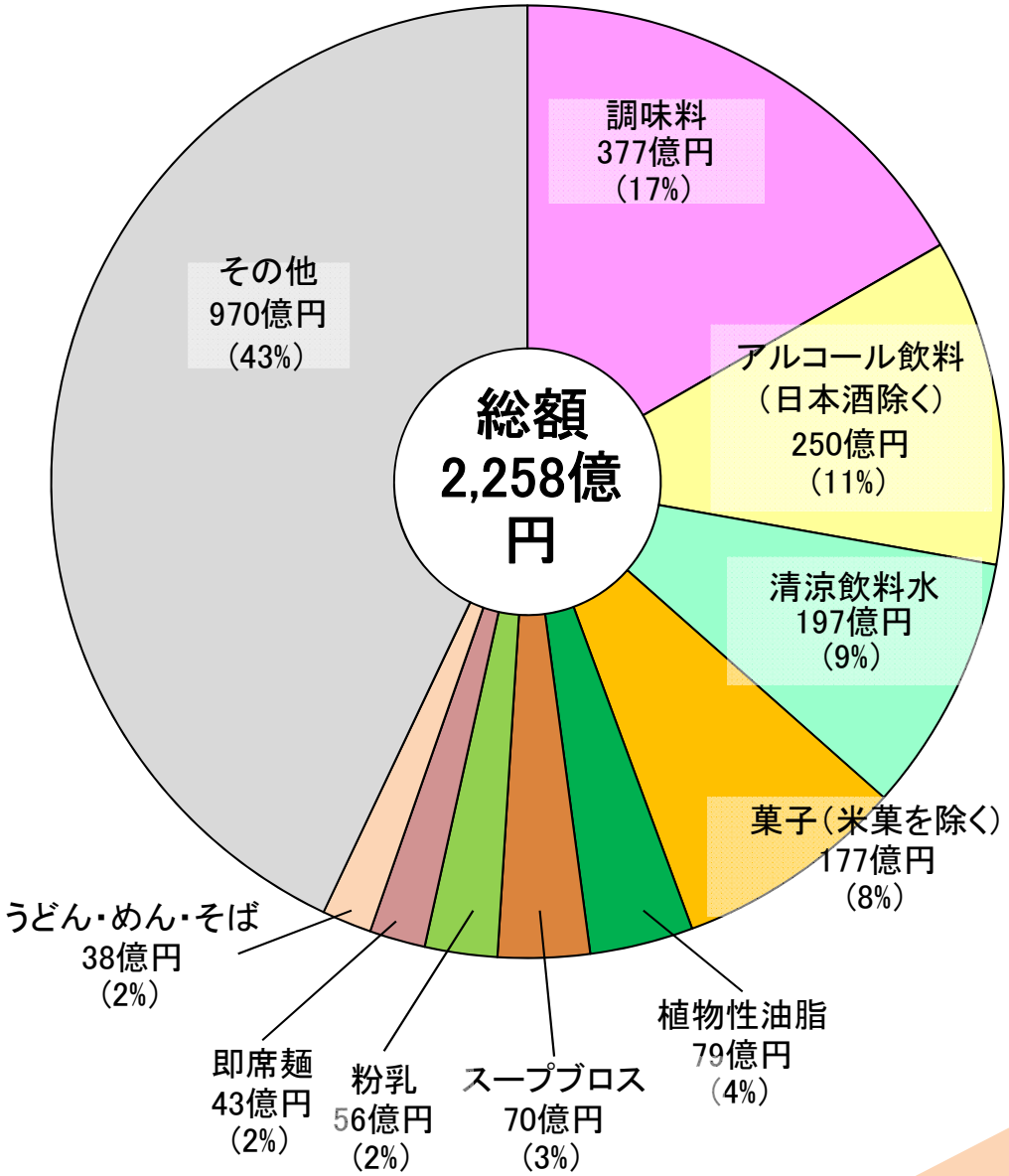
資料：“Top 100 Food & Beverage Companies“(Food Engineering,2016年9月）より引用。売上高は、2015年決算ベース（一部異なる場合がある）。

# 3. ③ 加工食品の輸出額は増加

■ 加工食品の輸出額の推移（国・地域別）

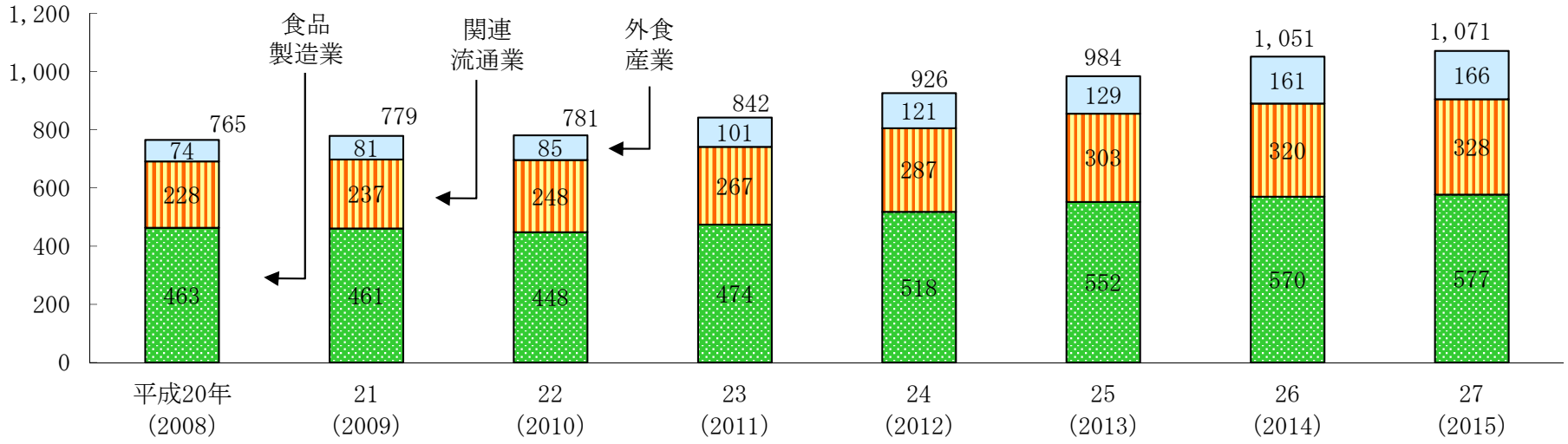



■ 加工食品の品目別輸出額（2015年）



# 3. ④ 食品産業の海外進出は増加

## ■ 我が国食品産業事業者の海外の現地法人数（業種別）




資料：東洋経済新報社「海外進出企業総覧2016」（平成27（2015）年10月時点）を基に農林水産省作成

## ■ 食品企業の全売上高に占める海外売上高の割合（東証一部上場企業）

単位：社

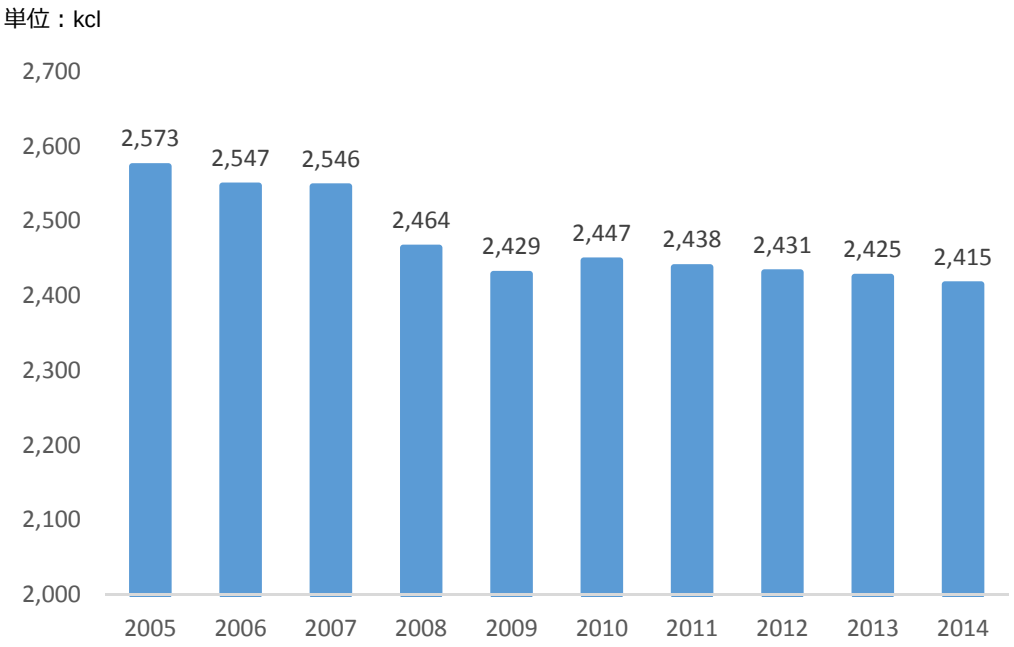
| | | 企業数 | 海外売上高1割以上 | 海外売上高2割以上 | 海外進出あり | 進出上位3か国・地域 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 食品産業 | | 160 | 32 | 16 | 96 | 中国56 | 米国51 | タイ31 |
| | 食品製造業 | 70 | 23 | 12 | 55 | 米国35 | 中国31 | タイ19 |
| | 食品小売業 | 45 | 5 | 3 | 17 | 中国13 | 台湾6 | 米国5<br>タイ5 |
| | 外食産業 | 45 | 4 | 1 | 24 | 香港13 | 中国12 | 米国11 |

資料：金融庁「金融商品取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示システム（EDINET）」、東京証券取引所「東証上場会社情報サービス」を基に農林水産省作成
注：業種区分は、東証一部上場企業のうち、
①「食品製造業」は、業種区分が「食料品」である78社のうち、主要セグメント（売上が最も多い部門）が、たばこ、飼料、ヘルスケア、電子商取引、食品企画・販売、外食である８社を除いたもの
②「食品小売業」は、業種区分が「小売業」である193社のうち、主要セグメントがコンビニエンスストア、食品小売、スーパーマーケット、百貨店、総菜である43社に、業種区分が「サービス業」であって主要セグメントが食品小売に該当する２社を加えたもの
③「外食産業」は、業種区分「小売業」である193社のうち、主要セグメントが外食である43社に、業種区分が「卸売業」であって主要セグメントが「外食産業」に該当する２社を加えたもの

# 4. ① 縮小する国内市場、拡大する海外市場

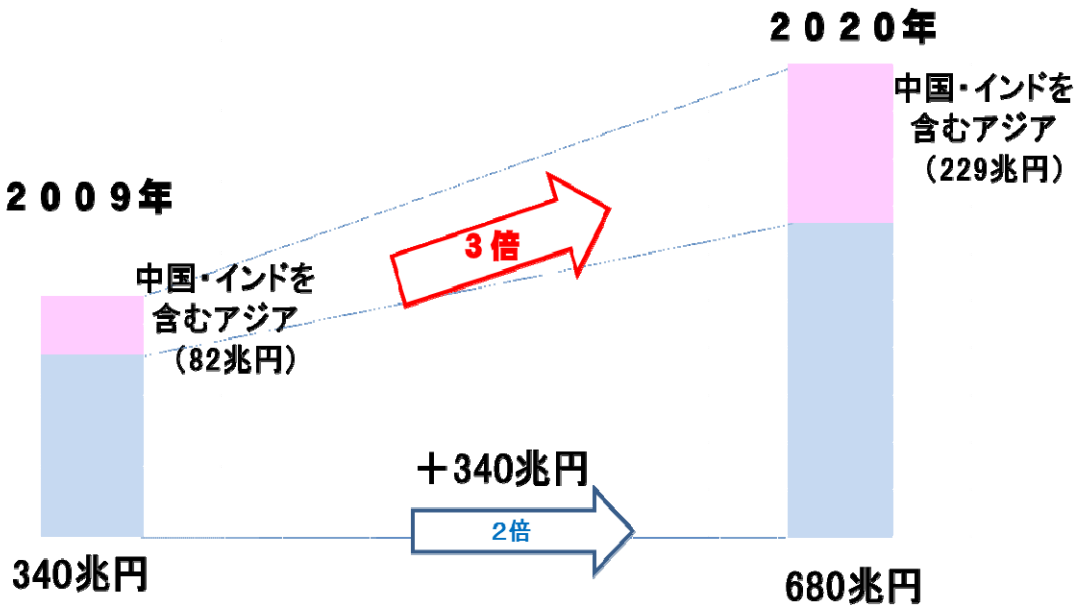
○ 我が国の一人当たりの食品消費量は減少傾向にある。
○ 他方、世界の食市場においては、人口増加と所得向上に伴い、世界の食市場は2009年の340兆円から2020年には680兆円と２倍になる見通し。

■ 国民1人・1日当たり供給熱量の推移




資料：農林水産省「食料需給表」

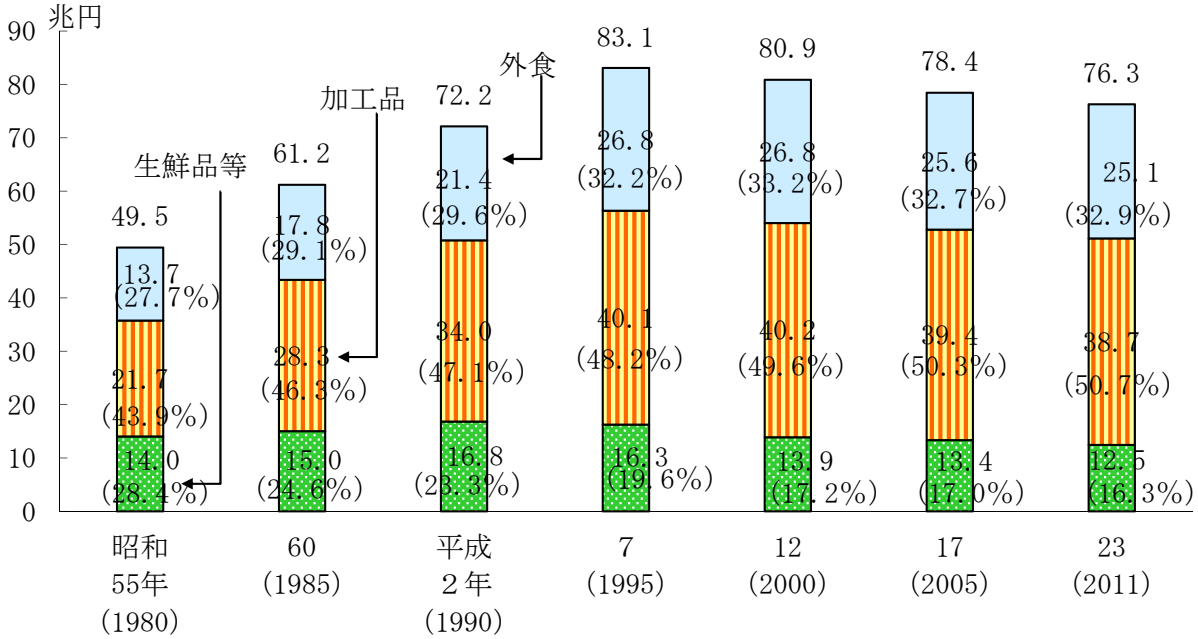
■ 世界の食市場規模




資料：ATカーニー社の推計を基に農林水産省作成
注1：2009年為替平均値である1ドル94.6円で換算
2：中国・インドを含むアジアとは、中国、香港、韓国、インド、ASEAN諸国の合計
3：市場規模に日本は含まない

# 4. ② 最終消費額の減少、エンゲル係数の上昇

## ■ 飲食料の最終消費額とその内訳




資料：農林水産省「平成23年（2011年）農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」

注：1）総務省等10府省庁「産業連関表」を基に農林水産省で推計

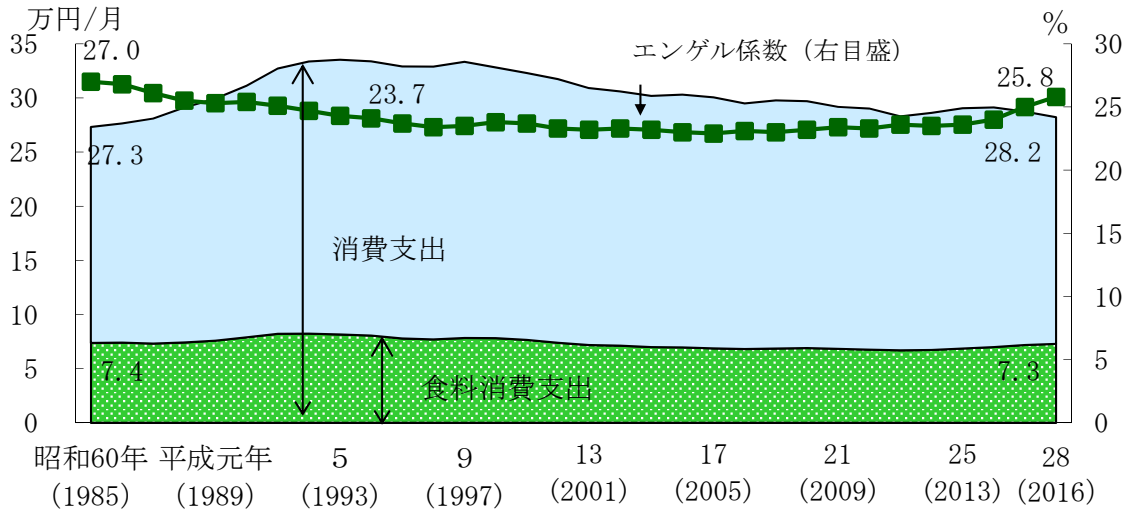
2）旅館・ホテル、病院等での食事は「外食」に計上するのではなく、使用された食材費を最終消費額として、それぞれ「生鮮品等」と「加工品」に計上している。

3）加工食品のうち、精穀（精米・精麦等）、食肉（各種肉類）、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。

4）平成17（2005）年以前については、「平成23年産業連関表」の概念等に合わせて再推計した数値

5）（　）内は、飲食料の最終消費額に対する割合

## ■ １世帯当たり１ヶ月間の消費支出、食料消費支出、エンゲル係数

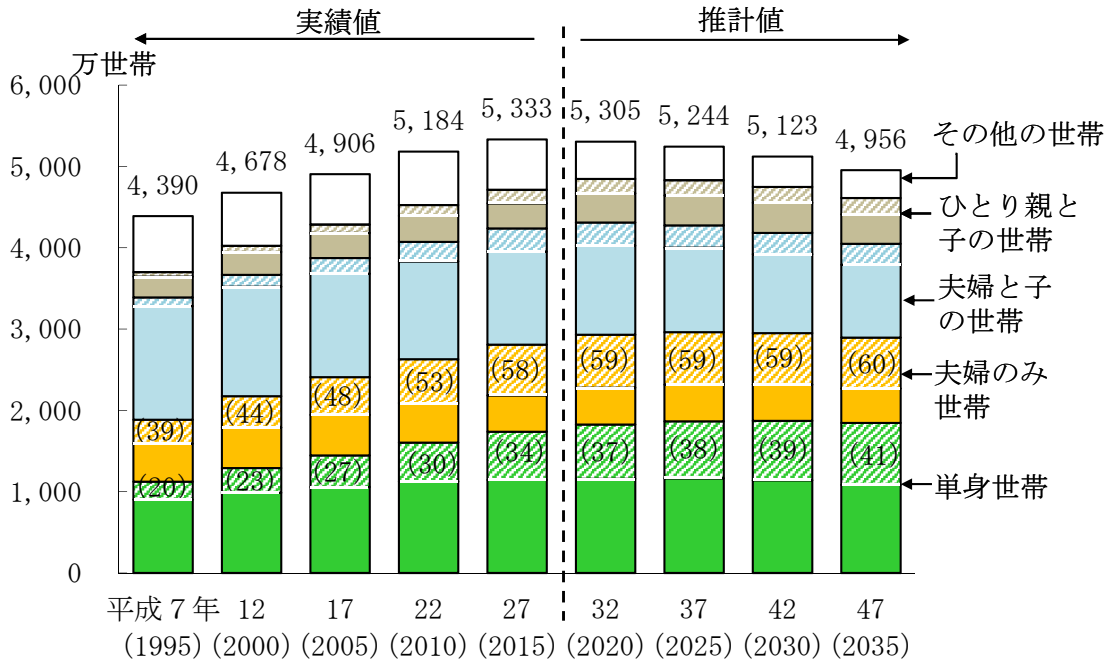



資料：総務省「家計調査」（全国・二人以上の世帯・用途分類）

注：平成11（1999）年以前は、農林漁家世帯を除く結果

# 4. ③ 単身世帯等の増加、食の外部化率の高まり

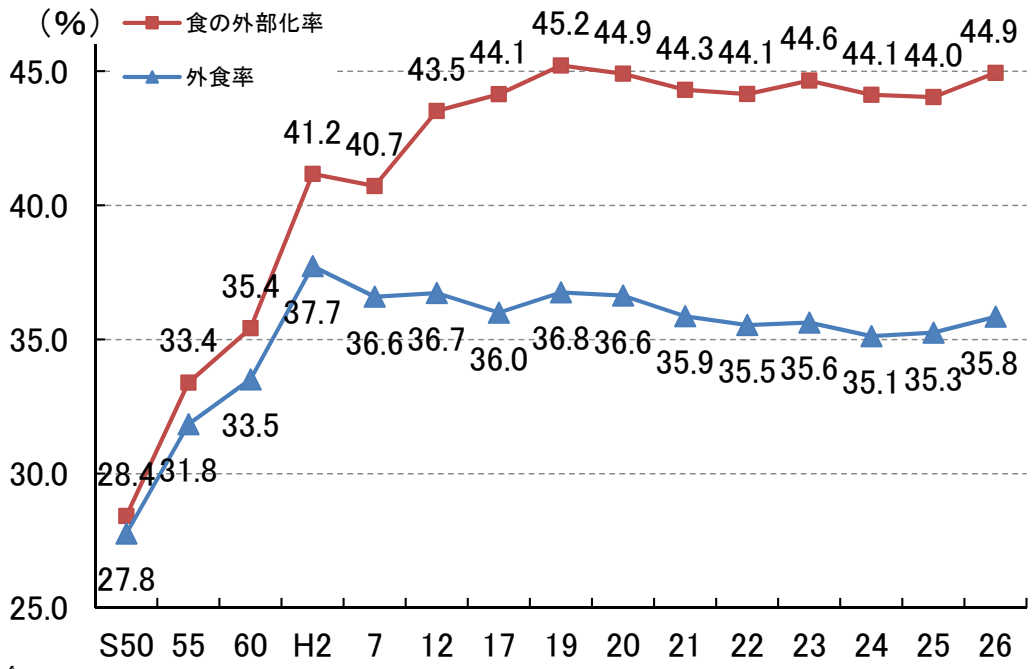
## ■ 家族類型別世帯数の実績と将来推計




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（全国推計）」（2013（平成25）年１月推計）

注：1）国勢調査における「単独世帯」を「単身世帯」と表記
2）平成17（2005）年までは旧家族類型の数値
3）平成22（2010）年、平成27（2015）年の「その他の世帯」には、家族類型不詳世帯、単身世帯の年齢不詳世帯を含む。
4）（ ）は各家族類型における世帯主が65歳以上の世帯の割合

## ■食料消費支出に占める外部化率の推移




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

資料：(財)食の安全・安心財団による推計

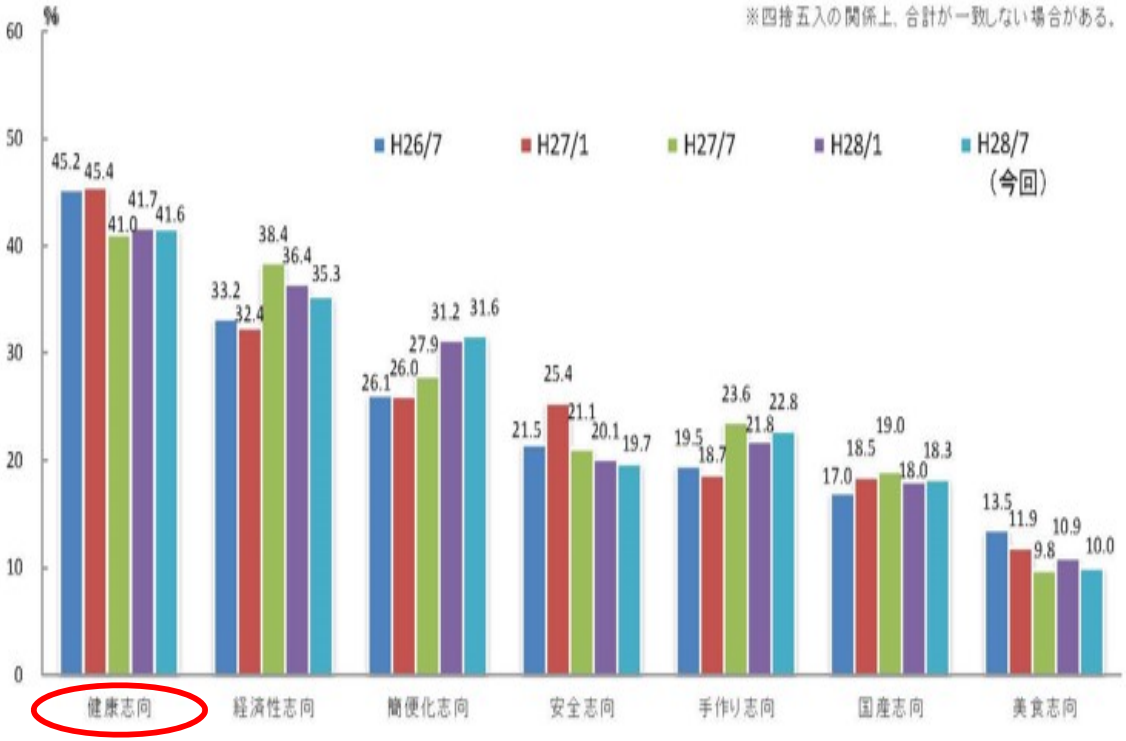
# 4. ④ 健康指向、和食への関心の高まり

○ 国内消費者の食の志向について「健康志向」との回答は、平成22年12月の調査以降、12半期連続で最多回答となった。

○ 日本食品に対する外国の意識調査においては、好きな外国料理として「日本料理」と回答する回答が最も多かった。また、海外における日本食レストランの数は、2015年には約8.9万店に上っている（2006年：約2.4万店）。

■ 消費者動向調査（日本政策金融公庫：平成28年９月１日）

図１ 現在の食の志向（上位）の推移/２つまで回答




● 外国人が好きな外国料理

**1位「日本料理」（83.8%）**

出典：日本貿易振興機構調査（2013年3月）
※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合
（自国の料理は選択肢から除外）

● 外国人観光客が
「訪日前に期待すること」

**1位「食事」（62.5%）**

出典：JNTO 訪日外客訪問時調査（2010年）

● 海外の日本食レストランの数

**2015年**

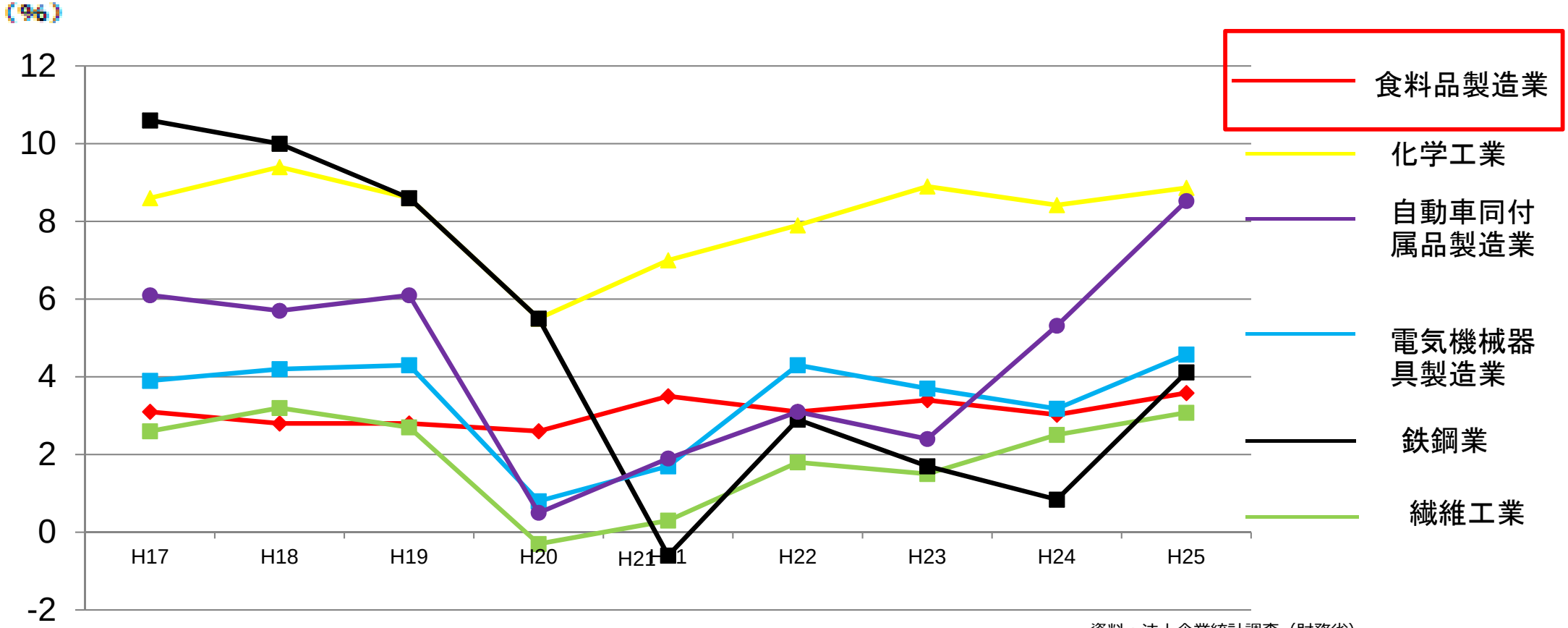
**約8万9千店**

（外務省調べ、農林水産省推計）

# 5. ① 他産業と比べ利益率は低い傾向にあるが、安定

○ 食品製造業の利益率は低い傾向にあるが、景気変動の影響を受けにくく安定。

■ 製造業の業種別経常利益率

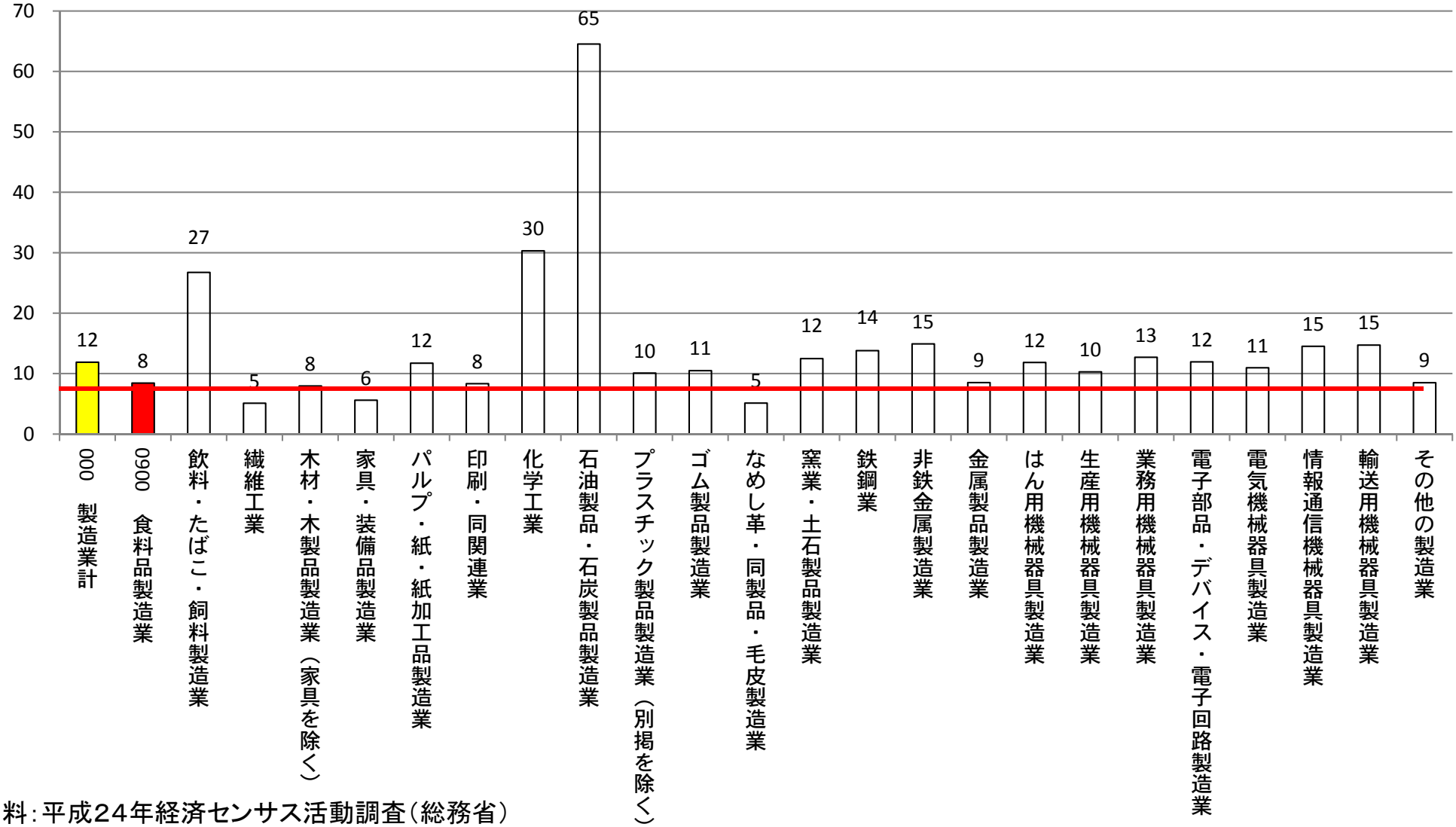



資料：法人企業統計調査（財務省）

# 5. ② 他の製造業との労働生産性の比較

○ 食品製造業は、製造業の他業種に比べて労働生産性（従業者１人当たりの付加価値額）は低い傾向。

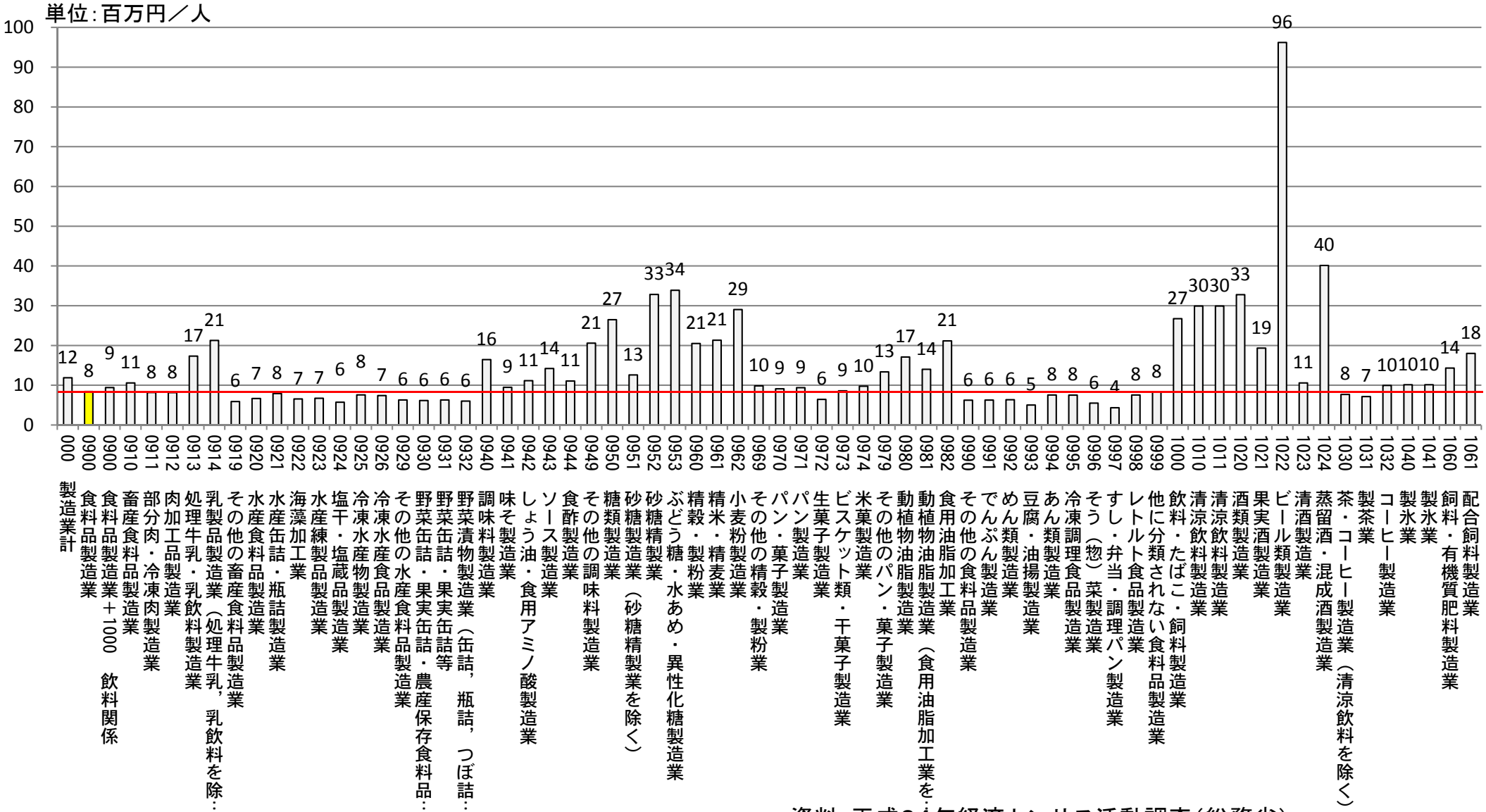
単位：百万円／人




資料：平成24年経済センサス活動調査（総務省）

# 5. ③ 多様な業種（素材型、加工型）間の労働生産性の比較

○ 素材型の食品製造業（精穀・製粉、植物性油脂等）の労働生産性は、加工型の食品製造業（水産食料品、パン・菓子等）よりも高い傾向。




資料：平成24年経済センサス活動調査（総務省）

# 5. ④ 労働生産性等は必ずしも規模に比例しない

○ 従業者一人当たり出荷額、付加価値額、現金給与額は、製造業全般で見ると、規模に比例して高くなる傾向にあるが、食品製造業の場合、必ずしも規模に比例していない。

■ 従業者規模別一人当たり出荷額・付加価値額・現金給与額

単位：万円

| | 全製造業 | | | 食品製造業 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 規模（人） | 出荷額 | 付加価値額 | 現金給与額 | 出荷額 | 付加価値額 | 現金給与額 |
| 4～9 | 1,344 | 604 | 287 | 985 | 384 | 184 |
| 10～19 | 1,771 | 719 | 325 | 1,532 | 535 | 228 |
| 20～29 | 2,136 | 818 | 346 | 1,836 | 635 | 249 |
| 30～49 | 2,595 | 869 | 366 | 2,308 | 684 | 273 |
| 50～99 | 3,079 | 1,000 | 386 | 2,788 | 795 | 284 |
| 100～199 | 3,641 | 1,185 | 423 | 2,751 | 887 | 293 |
| 200～299 | 4,950 | 1,494 | 458 | 2,693 | 930 | 295 |
| 300～499 | 6,039 | 1,506 | 491 | 2,490 | 890 | 285 |
| 500～999 | 5,982 | 1,616 | 542 | 2,142 | 884 | 284 |
| 1000以上 | 7,946 | 2,205 | 675 | 2,147 | 982 | 357 |
| 計 | 4,122 | 1,247 | 442 | 2,331 | 788 | 276 |

資料：経済産業省「工業統計調査」（2014年）

# 5. ⑤ 相対的に低い試験研究費

○ 食品製造業の試験研究費（平成27年度：2,195億円）は、全体の1.6%。売上高に対する試験研究費の比率は1.0%で、全産業（3.5%）と比べて低位。

■ 産業別の試験研究費及び売上高に対する試験研究費の比率

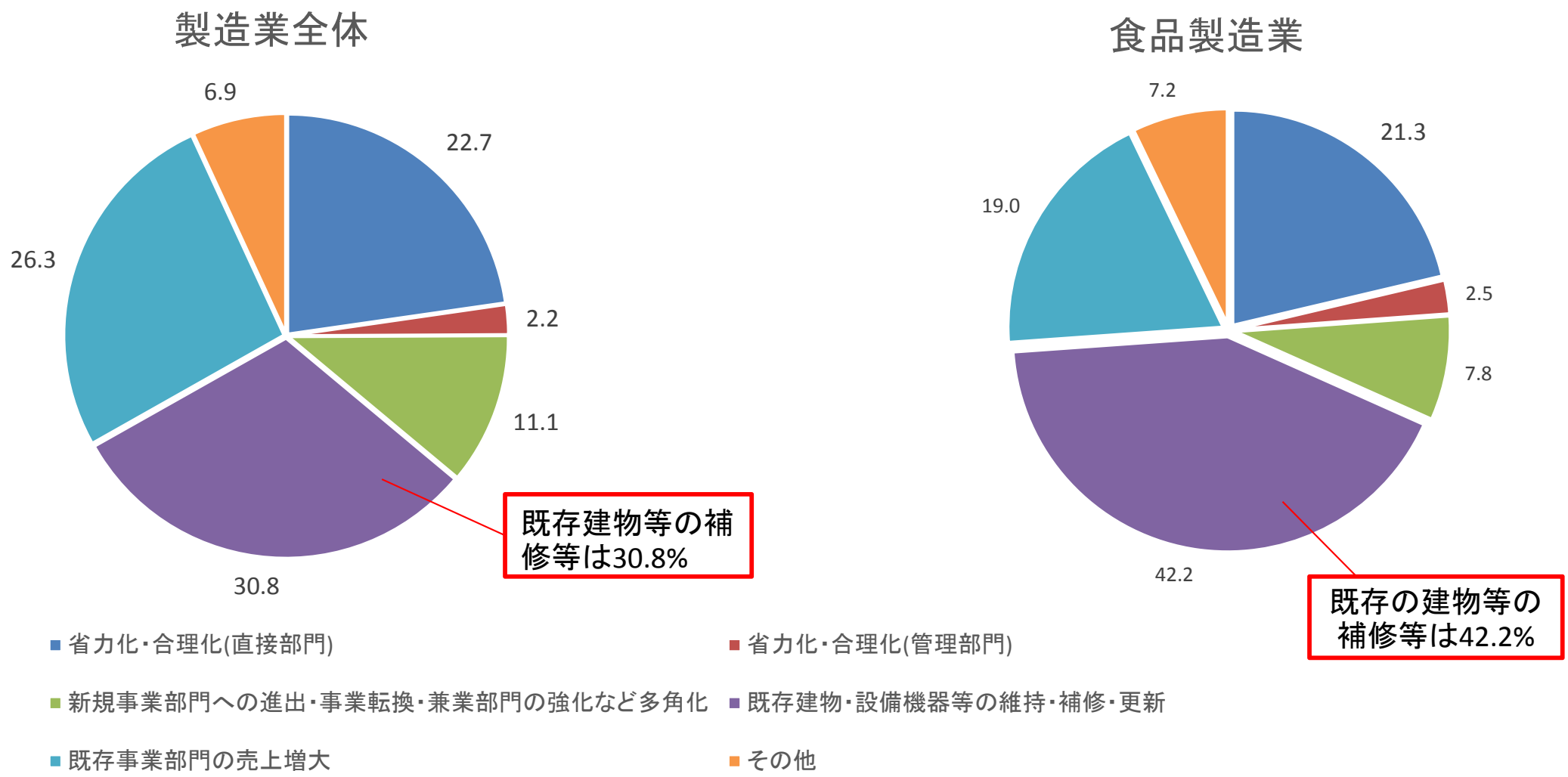
| 産　　業 | 研究費（億円） | 構成比（%） | 売上高に対する研究費比率（%） |
|---|---|---|---|
| 全産業 | 136,857 | 100 | 3.46 |
| 製造業 | 118,641 | 86.7 | 4.31 |
| うち食品製造業 | 2,195 | 1.6 | 1.02 |
| うち輸送用機械器具製造業 | 29,529 | 21.6 | 5.15 |
| うち電気機械器具製造業 | 11,569 | 8.5 | 6.02 |

資料：総務省 「平成28年科学技術研究調査」

# 5. ⑥ 相対的に既存の建物等の補修等への設備投資比率が高い

○ 食品製造業の設備投資額は、近年、増加傾向で推移している。投資目的別にみると、製造業全体と比較して「既存建物、設備機器等の維持・補修・更新」への投資比率が高い。

■ 投資目的別にみた設備投資額の構成割合（平成26年）




資料：中小企業庁「中小企業実態基本調査」

# 5. ⑦ 日本の食品企業のM＆A事例

## ■ 日本の食品企業の国内M＆A

| 年 | 当事者１ | 業態 | 当事者２ | 業態 | 形態 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2007 | 山崎製パン | パン | 不二家 | 洋菓子 | 資本参加 |
| 2007 | 味の素 | 調味料 | カルピス | 飲料 | 買収 |
| 2007 | 不二製油 | 製油 | J-オイルミルズ | 製油 | 資本参加 |
| 2007 | アサヒビール | 飲料 | カゴメ | 健康食品・飲料 | 業務・資本提携 |
| 2007 | 日本たばこ産業 | 食品 | 加ト吉 | 冷凍食品 | 買収 |
| 2008 | ロッテホールディングス | 菓子 | 銀座コージーコーナー | 洋菓子 | 買収 |
| 2008 | キッコーマン | 醤油 | 理研ビタミン | 調味料 | 出資拡大 |
| 2008 | キリンホールディングス | 飲料 | 協和発酵工業 | 医薬品 | 買収 |
| 2008 | 日本製粉 | 製粉 | 東福製粉 | 製粉 | 出資拡大 |
| 2009 | 明治乳業 | 乳業 | 明治製菓 | 菓子 | 合併 |
| 2009 | 日東富士製粉 | 製粉 | 増田製粉所 | 製粉 | 資本参加 |
| 2009 | 昭和産業 | 製粉 | 奥本製粉 | 製粉 | 買収 |
| 2010 | アサヒ飲料 | 飲料 | ハウス食品（ミネラルウォーター事業） | 飲料 | 事業譲渡 |
| 2010 | コカ・コーラ ウエスト | 飲料 | キューサイ | 健康食品 | 買収 |
| 2010 | アサヒ飲料 | 飲料 | カゴメ（麦茶飲料事業） | 飲料 | 事業譲渡 |
| 2011 | サッポロホールディングス | 飲料 | ポッカコーポレーション | 飲料 | 買収 |
| 2011 | 日清食品ホールディングス | 即席麺 | フレンテ | 菓子 | 出資拡大 |
| 2011 | 日新製糖 | 製糖 | 新光製糖 | 製糖 | 合併 |
| 2012 | アサヒホールディングス | 飲料 | カルピス | 飲料 | 買収 |
| 2012 | ダイドードリンコ | 飲料 | たらみ | 菓子 | 買収 |

## ■ 日本の食品企業による海外企業のM＆A

| 年 | 当事者1 | 業態 | 当事者２ | 業態 | 形態 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2007 | キリンホールディングス | 飲料 | サンミゲルフードオーストラリアＨＤ（豪） | 乳製品・飲料 | 買収 |
| 2007 | クノール食品 | 調味料 | ニュー・シーズン・フーズ（米） | スイートコーンパウダー | 買収 |
| 2007 | 日本水産 | 水産加工 | シテマリン（仏） | 水産加工 | 買収 |
| 2007 | 日本水産 | 水産加工 | 大明食品工業（台湾） | 冷凍野菜 | 資本参加 |
| 2008 | 大塚製薬 | 飲料 | アルマ（仏） | 飲料 | 資本参加 |
| 2008 | ナショナルフーズ(キリングループ) | 生乳 | デアリーファーマーズ（豪） | 生乳 | 買収 |
| 2008 | サントリー | 飲料 | フルコアグループ（NZ） | 飲料 | 買収 |
| 2008 | アサヒビール | 飲料 | キャドバリー・シュウェップス・オーストラリア（豪） | 飲料 | 買収 |
| 2008 | ロッテ、ロッテ製菓 | 菓子 | ギリアン（ベルギー） | 菓子 | 買収 |
| 2008 | キッコーマン | 醤油 | アレジー・リサーチ・グループ（米） | 健康食品 | 買収 |
| 2008 | ニチレイ | 冷凍食品 | 煙台北海食品（中国） | 冷凍野菜 | 資本参加 |
| 2008 | 日清食品ホールディングス | 即席麺 | アングルサイド（露） | 即席麺 | 資本参加 |
| 2009 | キリンホールディングス | 飲料 | サンミゲルビール（フィリピン） | 飲料 | 資本参加 |
| 2009 | アサヒビール | 飲料 | 青島ビール（中国） | 飲料 | 資本参加 |
| 2009 | サントリーホールディングス | 飲料 | オレンジーナ（仏） | 飲料 | 買収 |
| 2009 | 味の素 | 調味料 | P&Gグループ（米） | 骨粗鬆症治療剤 | 事業譲渡 |
| 2009 | ハウス食品 | 調味料 | マサングループ（ベトナム） | 調味料 | 資本参加 |
| 2010 | カゴメ | トマト加工 | セデンコ・オーストラリア（豪） | トマト加工 | 事業譲渡 |
| 2010 | キリンホールディングス | 飲料 | フレイザー・アンド・ニーヴ（シンガポール） | 飲料 | 資本参加 |
| 2010 | アサヒビール | 飲料 | ピー・アンド・エヌ・ビバレッジズ・オーストラリア（豪） | 飲料 | 買収 |
| 2010 | アサヒビール | 飲料 | 頂新ホールディングス（台湾） | 飲料 | 資本参加 |
| 2010 | 日清製粉グループ | 製粉 | ユーロジャーム（仏） | 製パン改良剤 | 資本参加 |
| 2010 | ミツカングループ | 調味料 | ワールドハーバー（米） | 調味料 | 事業譲渡 |
| 2010 | 日本水産 | 水産加工 | ネチューノアリメントス（ブラジル） | 水産加工 | 事業譲渡 |
| 2010 | 日本水産 | 水産加工 | シーロードグループ（NZ） | 水産加工 | 事業譲渡 |
| 2011 | ミツカングループ | 調味料 | ボーダーホールディングス（米） | 調味料 | 買収 |
| 2011 | キリンホールディングス | 飲料 | 華潤怡宝食品飲料（中国） | 飲料 | 資本参加 |
| 2011 | キリンホールディングス | 飲料 | トレード・オーシャン・ホールディングス（ベトナム） | 飲料 | 買収 |
| 2011 | アサヒグループホールディングス | 飲料 | チャーリーズ・グループ（NZ） | 飲料 | 買収 |
| 2011 | アサヒグループホールディングス | 飲料 | ペルマニス（マレーシア） | 飲料 | 買収 |
| 2011 | キリンホールディングス | 飲料 | スキンカリオール・グループ（ブラジル） | 飲料 | 買収 |
| 2011 | アサヒグループホールディングス | 飲料 | フレイバード・ビバレッジズ・グループ・ホールディングス（NZ） | 飲料 | 買収 |
| 2012 | UCCホールディングス | 飲料 | ユナイテッドコーヒー（スイス） | 飲料 | 買収 |
| 2012 | 江崎グリコ | 菓子 | キンド（ベトナム） | 菓子 | 資本参加 |
| 2012 | ニチレイ | 冷凍食品 | チョリメックス・フーズ（ベトナム） | 調味料 | 資本参加 |
| 2012 | 日本水産 | 水産加工 | ロヒタム（ドイツ） | 水産加工 | 買収 |
| 2012 | 日清製粉グループ | 製粉 | ミラー・ミリング（米） | 製粉 | 買収 |
| 2013 | 日清製粉グループ | 製粉 | グッドマン・フィールダー（豪） | 製粉 | 事業譲渡 |
| 2014 | 日清製粉グループ | 製粉 | カーギル（米）<br>ホライズン・ミリング（米）<br>コナグラ（米） | 製粉 | 事業譲渡 |

資料：レコフM&Aデータベースより引用

# 6. 食品の安定供給をめぐるリスク

○　地震や台風など自然災害時にも、事業を継続し、食品を安定供給する役割が食品製造業に期待されている。

■　平成28年熊本地震発生時の対応

平成28年４月16日の本震後、５月６日までの間、政府は、食品メーカー、物流業者等の協力の下、約263万食の食料を調達・供給。

【食料支援物資（263万食）の内訳】

| | |
|---|---|
| パン・おにぎり・パックご飯 | 約110万食 |
| カップ麺 | 約60万食 |
| レトルト食品 | 約33万食 |
| ベビーフード | 約１万食 |
| 介護食品 | 約１万食 |
| 缶詰 | 約36万食 |
| ビスケット | 約９万食 |

※　そのほか、米、水、清涼飲料水等を調達・供給

■　北海道台風による工場浸水・操業停止（スイートコーン）

コーン缶詰 来期も断念

冷凍中心、受け入れ半減

日罐十勝工場

契約農家には見舞金

【芽室】台風10号で浸水被害を受けた日本罐詰十勝（芽室町）で、主力のスイートコーン缶詰の製造が来年も行えない見通しになったことが31日、関係者の話で分かった。冷凍野菜などの加工が中心となり、受け入れ可能な面積は今年の半分程度にとどまる。今年、出荷できなかった農家に対して同社は見舞金を支払う方針でいる。

同社は十勝を中心に道内の農家と契約を結び、スイートコーンやカボチャ、ニンジンなどを加工している。中でもスイートコーンの缶詰製造は国内シェアの75％を占める。しかし、8月の台風で同工場は、増水した芽室川の水が流れ込み、施設が1・5㍍の高さまで浸水する大きな被害を受けた。スイートコーン加工の最繁期だったが、2割の進捗（しんちょく）で被災し、残りの受け入れ、加工を断念した。同社は製造を委託していたキユーピー（東京）は「アヲハタ十勝コーン・ホール」などの販売を休止した。

来期の方針は29日に町内で開かれた契約農家のブロック長会議で説明された。出席者によると、工場の復旧に時間がかかるため来年もスイートコーンの缶詰製造はできず、冷凍野菜やレトルトパウチのみの製造になる。今年は管内の農家を中心に約2500㌶で作付けしたが、来年は半分程度の面積しか受け入れできないという。面積の振り分けは今後調整する。

また、工場の被災によってスイートコーンが今年出荷できなかった農家には、同社は面積に応じて見舞金を支払う方針。会議では10㌃当たり1万8500円の金額が示された。

出席者の1人は「来年もスイートコーンを作りたいが、どの程度の面積が振り分けられるかは分からない。見舞金は生産コストに見合わず積極的に作らない。」と話していた。

缶詰製造は再来年の再開を目指すが、現時点で可能かどうかは不透明。同社は「現状と今後の計画を関係者に明らかにしたのは事実だが内容はコメントできない。11月末をめどに親会社の明治と（長期的な方向性を）決めたい」としている。

（安田琢巳、澤村昌理子）

資料：平成28年10月31日十勝毎日新聞

# 7. 企業の長期的な成長のために重視される観点：ESG

○　ＥＳＧとは、Environmental（環境）、Social（社会）、Governance（企業統治）の３つの頭文字をとったもの。

○　企業がESGの課題に適切に対応し、それを評価して投資する投資家の存在が、環境問題や社会的な課題の解決・改善等につながり、持続可能な社会の形成に寄与すると指摘されており、近年、経営戦略としてのESGに対する関係者の意識の高まりがみられる。

（参考）国連責任投資原則

「国連責任投資原則」とは、機関投資家の投資の意思決定プロセスや株式の保有方針の決定に**ESG**に関する視点を反映させるための考え方を示す原則として、2006年４月に国連が公表した６つの原則（ガイドラインであり、法的拘束力はない）。

原則１：私達（機関投資家）は、投資分析と意思決定のプロセスにESG課題を組み込みます。

原則２：私達は、活動的な株式所有者になり、株式の所有方針と株式の所有監修にESG課題を組み入れます。

原則３：私達は、投資対象の主体に対してESG課題について適切な開示を求めます。

原則４：私達は、資産運用業界において本原則が受け入れられ、実行に移されるように働きかけを行います。

原則５：私達は、本原則を実行する際の効果を高めるに、協働します。

原則６：私達は、本原則の実行に関する活動状況や進捗状況に関して報告（開示）します。

# 8. 食品製造業の戦略的対応に向けた主要な論点（案）

我が国の食品製造業の持続的な発展のために、以下のような論点について検討を深める必要があると考えます。5名の委員の皆様の御発表も参考に、どのような観点から意見交換を行うと良いか、今後の検討の視座についてご意見をお願いします。

**〇新規需要開拓**

- ✓ 海外需要
- ✓ 健康需要
- ✓ 機能性・食文化等の訴求　など

**〇生産性の向上**

- ✓ 生産のスマート化
- ✓ 廃棄等のコスト削減
- ✓ 人材育成　など

**〇安定供給の確保**

- ✓ フードバリューチェーンの強化
- ✓ レジリエンス
- ✓ 関係事業者との連携・協働　など