

加工食品の製造・流通段階、外食段階における 食料供給コストをめぐる現状と今後の取組方向 (案)

農林水産省
平成19年3月

(目次)

	頁
加工食品の製造・流通段階、外食段階におけるコスト縮減の基本的考え方	
1 加工食品及び外食の産業連関表上の位置付け	1
2 「食料供給コスト」の検証についての基本的考え方	2
3 加工食品に係る食料供給コスト縮減の効果	3
食品産業を取り巻く状況とコスト縮減に向けた取組	
1 我が国の消費特性への対応	4
2 リサイクル等環境的制約への対応	6
3 食品製造業に対するアンケート調査結果	7
4 食品企業に対するヒアリング結果	8
コスト縮減の取組と今後の方向	9
国による支援の今後の方向	15
参考資料	

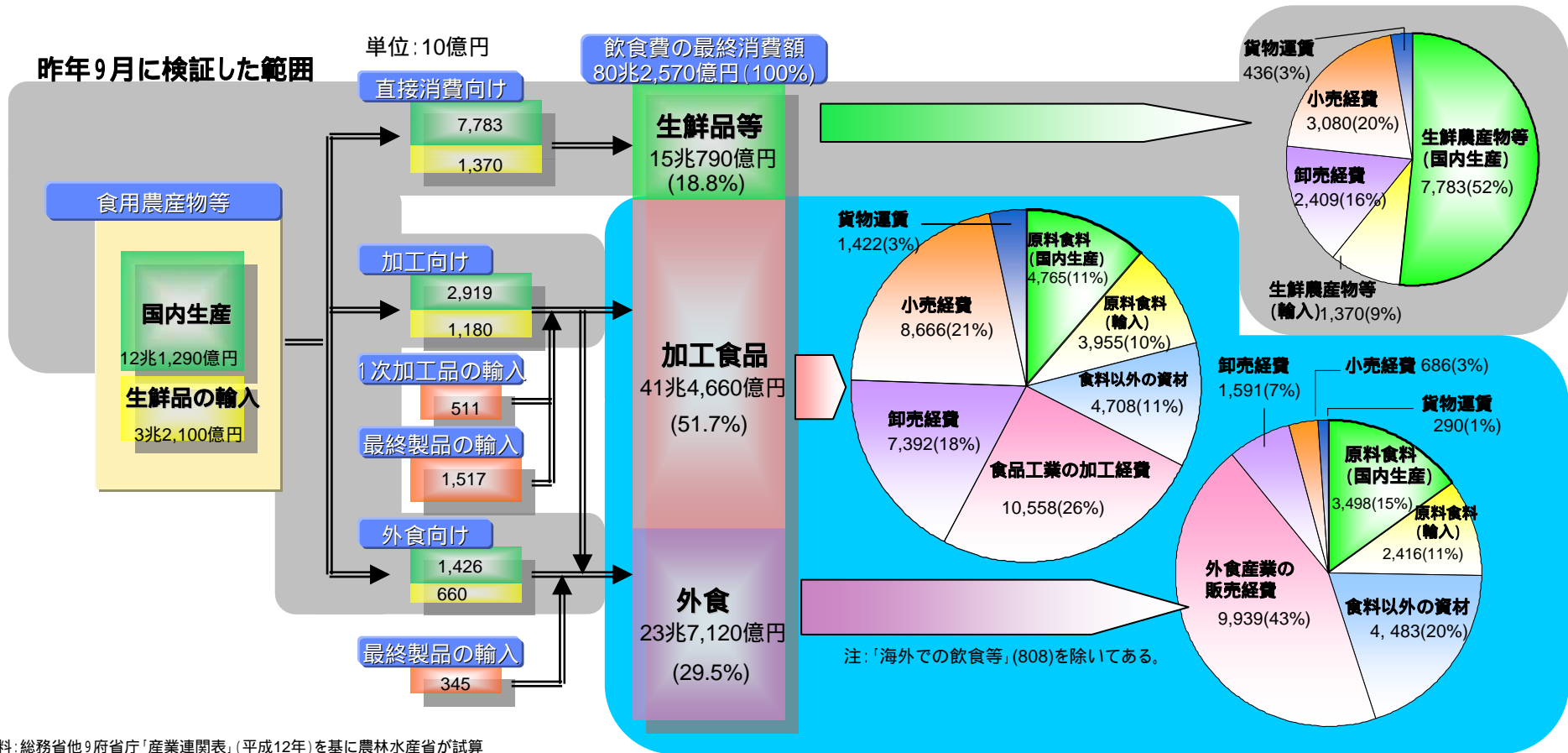
(事務局案の要約)

- ・ 「21世紀新農政2006」においては、国内農業の体質強化の観点から食料供給コスト縮減に取り組むこととされていることから、国産農産物を原料とする食品産業の供給コストを中心に検証。
- ・ 国産農産物の重要な供給先である食品産業は、食の安全等の消費者ニーズ、輸入食品との競合や食品環境対策上の課題に対応しつつ、厳しい競争にさらされながら、コスト縮減に向けた取組を継続的に行っているところ。
- ・ このような中、原材料供給の不安定性や中小零細な産業構造等という食品産業の特質に着目しつつ、
食と農の連携強化や企業の農業参入等による国産原料調達等の効率化
再編合理化やIT化等による経営基盤の強化
食品環境対策に対応した効率的な取組の推進
を通じて食品産業のコスト縮減に向けた生産性の向上等を図る。

加工食品の製造・流通段階、外食段階におけるコスト削減の基本的考え方

1 加工食品及び外食の産業連関表上の位置付け

- ・ 飲食費の最終消費額は約80兆円(平成12年)であるが、そのうち加工食品が約5割、外食が約3割。
- ・ 現行の「食料供給コスト削減アクションプラン」(平成18年9月公表、以下「アクションプラン」という。)で示された生鮮(加工用原料を含む)段階における取組に加え、今回新たに加工食品の製造・流通段階、外食段階における取組についても検証を行う。



資料:総務省他9府省庁「産業連関表」(平成12年)を基に農林水産省が試算

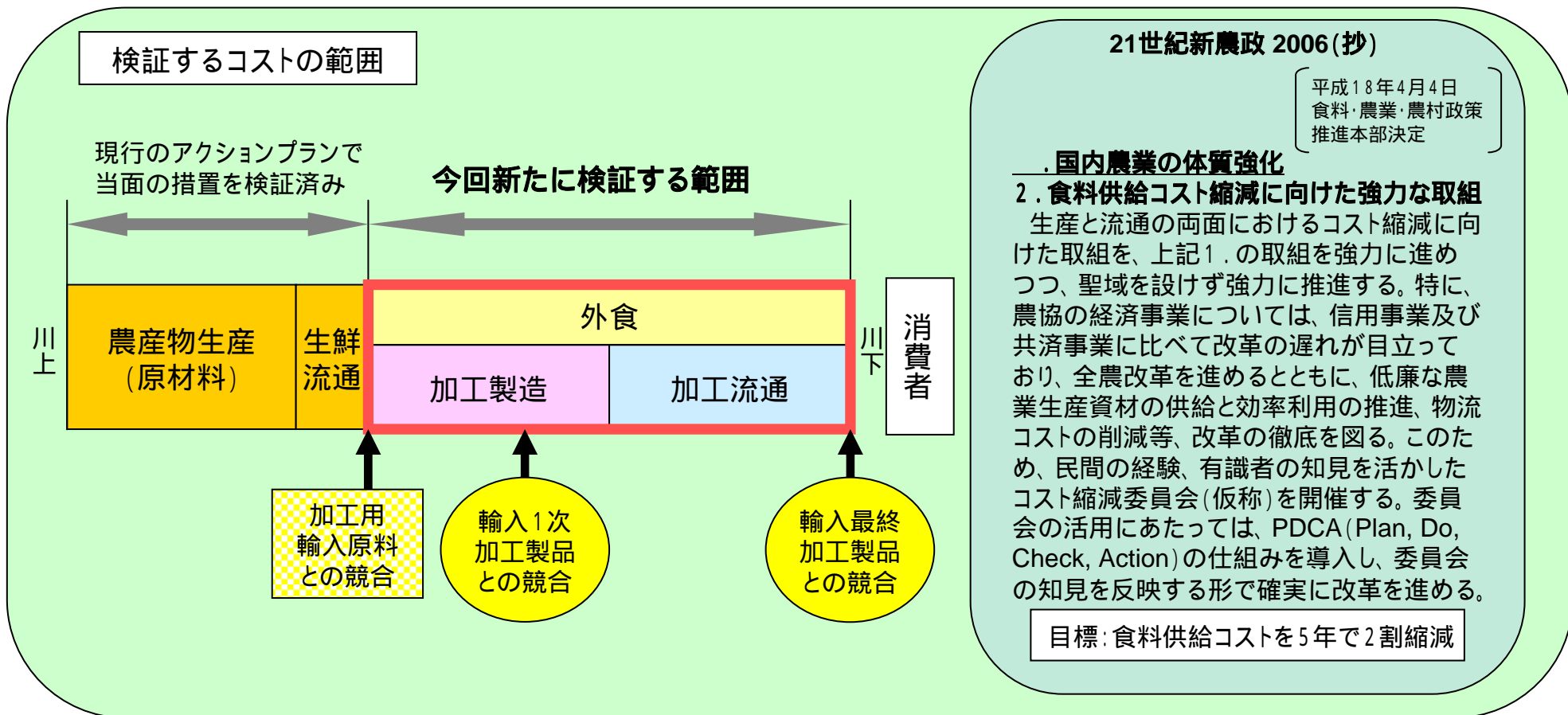
注1:ラウンドの関係で計が一致しないことがある。

注2:円グラフの経費等には利潤(又は損失)が含まれる。

注3:生鮮農産物等(国内生産)及び原料食料(国内生産)には集出荷経費も含まれる。

2 「食料供給コスト」の検証についての基本的考え方

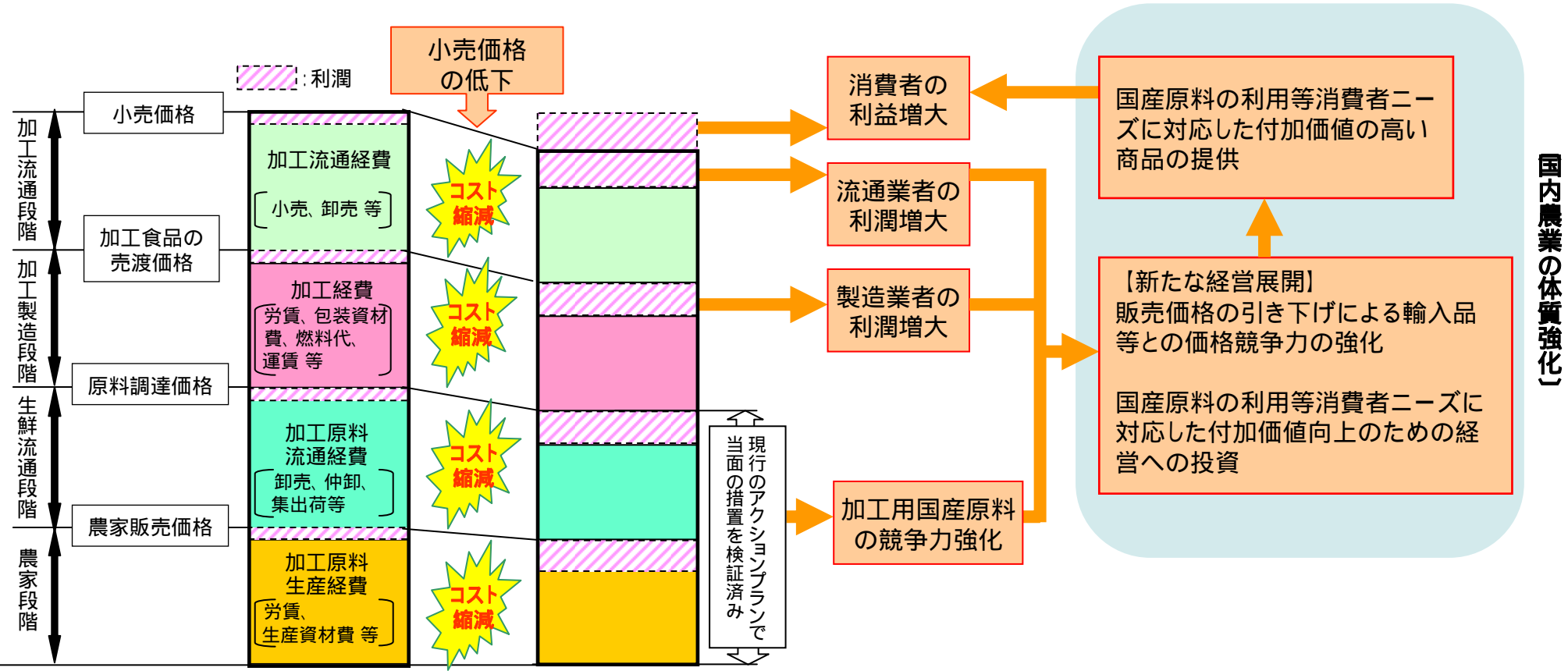
- ・ 「21世紀新農政2006」においては、国内農業の体質強化の観点から食料供給コスト縮減に取り組むこととされていることから、国産農産物を原料とする供給コストを中心に検証。
- ・ 加工食品の製造・流通段階、外食段階の検証に当たっては、食品産業が個々の民間企業の自由な経済活動を基本としていること、参入規制等がほとんどない中で、厳しい競争にさらされながら自らコスト縮減に取り組んでいること、食の安全確保への対応やリサイクル等環境的制約が存在していることと等に留意。



3 加工食品に係る食料供給コスト縮減の効果

- 加工食品に係る食料供給コストの縮減について、
 生産者にとっては、加工用輸入原料に対する競争力強化(現行のアクションプランにおいて当面の取組を措置済み)
 食品産業にとっては、輸入加工品に対する競争力強化
 消費者にとっては、最終的には、小売価格の低下あるいは付加価値の高い商品の提供
 等の効果が期待。
- 食品産業は、加工食品の供給元として、国民への食料の安定供給上重要な役割を有しており、食品産業におけるコスト縮減に向けた生産性の向上等は、生産段階における競争力強化と相まって進むことにより、「国内農業の体質強化」に寄与。

(例)加工食品のコスト縮減の効果

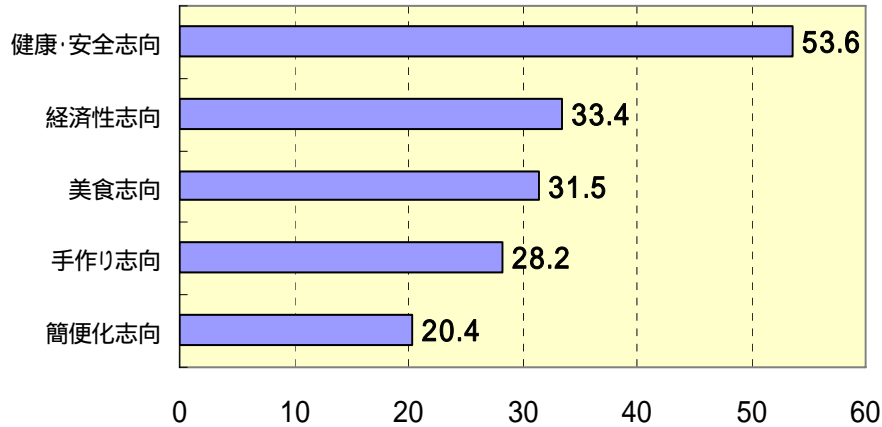


食品産業を取り巻く状況とコスト縮減に向けた取組

1 我が国の消費特性への対応

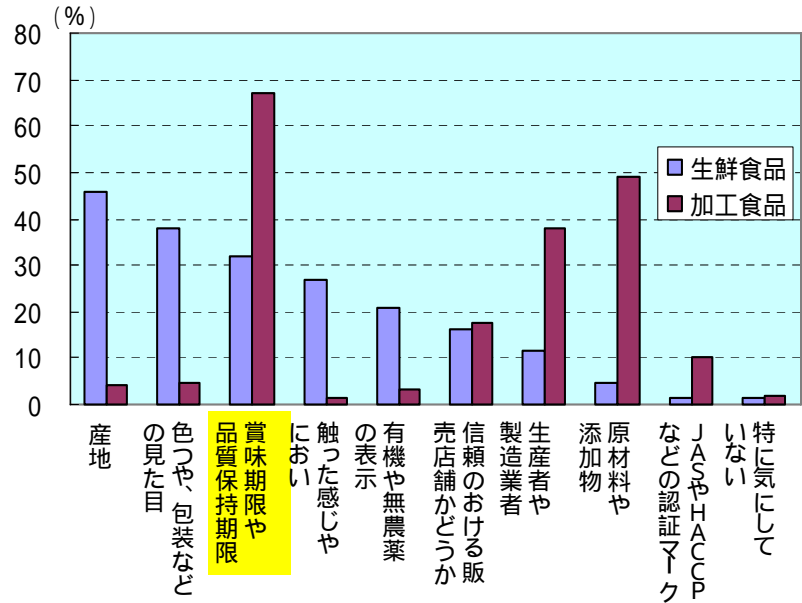
- 我が国の消費特性は、**健康・安全への強い関心**(賞味期限等により安全性を判断)、**経済性(低価格)志向**、**高付加価値化**、**女性の社会進出や単身世帯の増加等**を背景とした**食の簡便化志向**と**食の外部化**という傾向。

消費者の食に関する志向調査(複数回答)



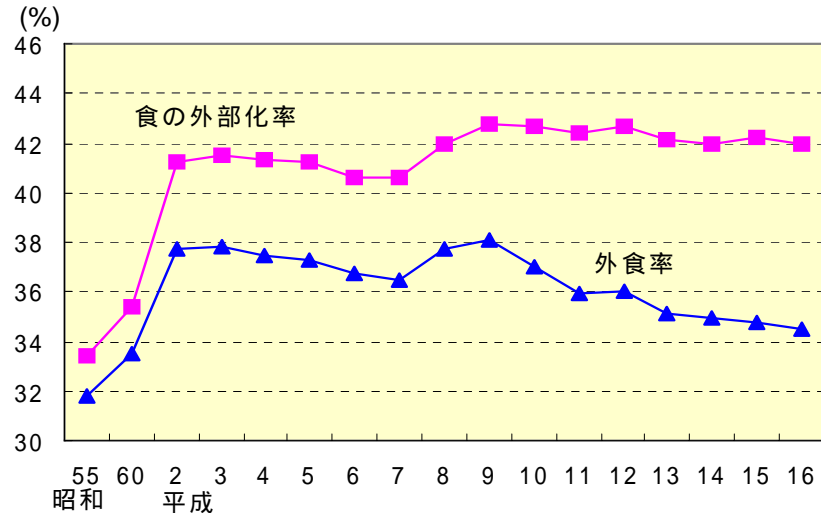
資料: 農林漁業金融公庫「食生活や食育に関するアンケート調査」(H16)

消費者が食品を購入する際の安全性の判断方法(複数回答)



資料: 農林漁業金融公庫「食品の表示に関するアンケート調査」(H14)

外食率、食の外部化率の推移



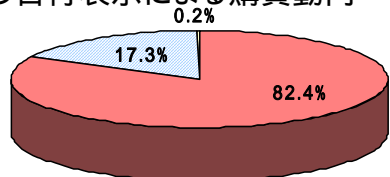
資料: (財)外食産業総合調査研究センター調べ

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

- 賞味期限については、その趣旨に則り適正に実施されるべきもの。
- 消費者は「日付が最も新しい食品」を選択する傾向があり、賞味期限への理解をより一層深める必要。
- 食品小売業においては、賞味期限が近づいた食品の値引き販売など廃棄抑制のための取組が行われているが、メーカーへの返品や賞味期限前の廃棄等の実態もある。また、期限表示の誤記等を原因とした食品事業者による自主回収が増えているとの調査もある。

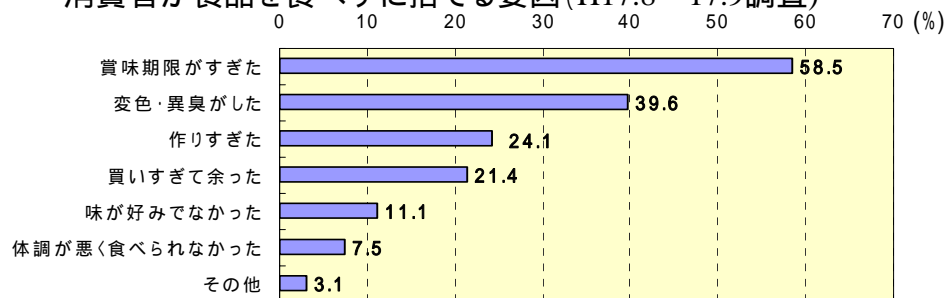
食品の日付表示による購買動向



- 日付表示が最も新しい食品を選ぶようにしている
- 日付表示を確認するが、日付が過ぎていると特に気にしない
- 日付表示を確認せずに食品を購入している

資料：内閣府「平成14年度国民生活モニター調査（5月実施）」
注：各都道府県の国民生活モニター2,300名のうち有効回答数2,249名

消費者が食品を食べずに捨てる要因（H17.8～17.9調査）



資料：兵庫県消費者団体連絡協議会「食品の廃棄についての消費者行動等アンケート」
注：調査対象は兵庫県内在住の消費者（回収数：2,585票）

食品自主回収の実施件数

	平成15年度	16年度	17年度
自主回収件数(全体)	159	225	249
うち期限表示関連	16	41	64
(全体に占める割合)	(10.1%)	(18.2%)	(25.7%)

資料：独立行政法人農林水産消費技術センター

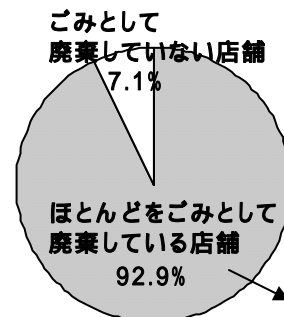
「食品事故・自主回収情報に関する調査報告書」

注1：実施件数は、新聞や食品事業者ホームページ等で公表された情報を収集したものであり、自主回収を行った全件数ではない。また、17年度の調査期間は、4月から12月の9ヶ月間である。

注2：自主回収の原因は、「期限表示」、「品質不良」、「アレルギー表示」、「異物混入」、「容器包装」等

販売期限()切れ食品に係る食料品小売業の行動(H17.12～18.1調査)

販売期限が切れた食品の処理方法

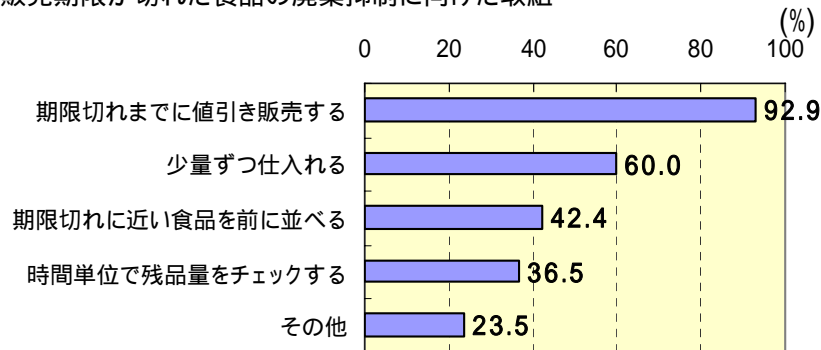


販売期限が切れた食品の一部は、

- ・ メーカーに引き取ってもらう
- ・ 飼料として利用
- ・ 従業員等に提供

注：「ほとんどをゴミとして廃棄している店舗」うち、100%廃棄が72%、50%以上廃棄が18%、その他が10%となっている。

販売期限が切れた食品の廃棄抑制に向けた取組



資料：兵庫県消費者団体連絡協議会「販売食品の廃棄・リサイクルについてのアンケート」
注：調査対象は兵庫県内に店舗をおく食料品小売事業者（回収数：85票）

「販売期限」は、賞味期限とは別にメーカーや小売業等が設定するもので、賞味期限と一致するものや賞味期限よりも短い期限のものがある。

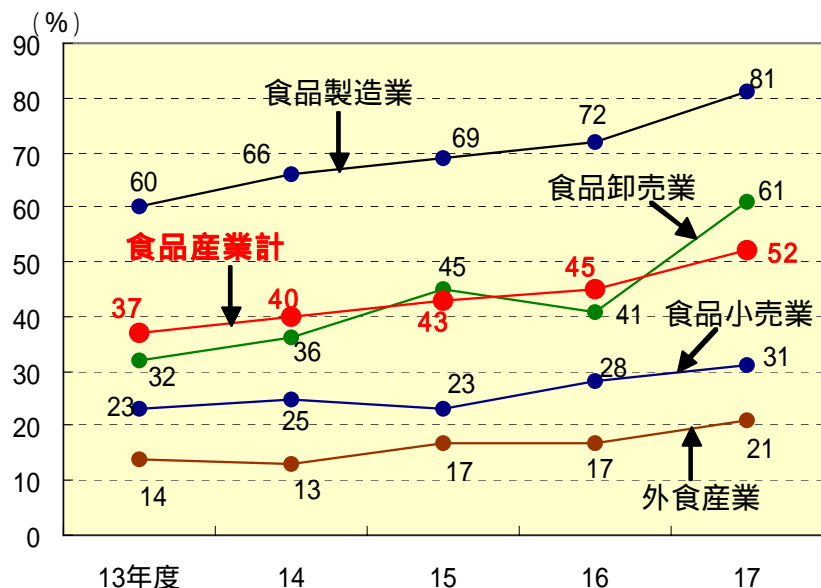
賞味期限の定義

定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるものとする。

2 リサイクル等環境的制約への対応

- 食品リサイクルについては、法施行後(平成13年)、食品産業全体の再生利用等実施率は上昇傾向にあるが、小売業、外食産業では比較的实施率が低い。容器包装リサイクルについては、市町村における分別収集が適正に取り組まれてきており、プラスチック製容器包装の再商品化費用負担が増加。

食品循環資源の再生利用等実施率の推移



資料:農林水産省「食品循環資源の再生利用等実態調査報告」により算出

世帯員構成別にみた食品ロス率

単位: %

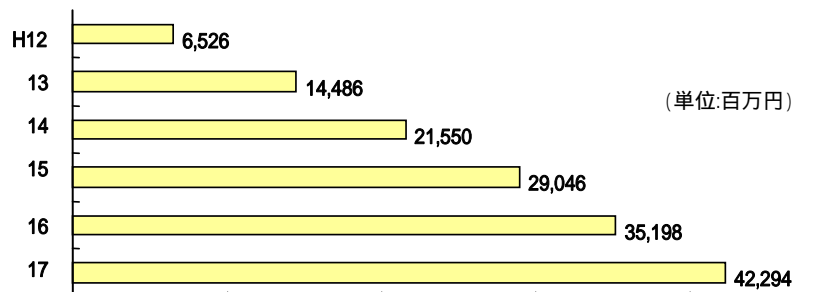
世帯員構成	食品ロス率				
	計	廃棄			食べ残し
		小計	過剰除去	直接廃棄	
計 (1000)	4.1	2.9	2.0	0.9	1.1
単身世帯 (41)	5.0	3.7	2.0	1.7	1.3
2人世帯 (321)	4.5	3.4	2.3	1.0	1.2
3人以上世帯 (638)	3.9	2.7	1.9	0.8	1.1
高齢者がいない (438)	3.7	2.5	1.8	0.7	1.1
高齢者がいる (200)	4.3	3.1	2.2	1.0	1.2

資料:農林水産省「食品ロス統計調査」(平成17年度)

注1:「高齢者がいない」は、65歳以上の者がいない世帯、「高齢者がいる」は、65歳以上の者がいる世帯とした。

注2:()は、調査客体数(世帯数)を示している。

容器包装リサイクル法の再商品化費用負担総額(プラスチック製容器包装)



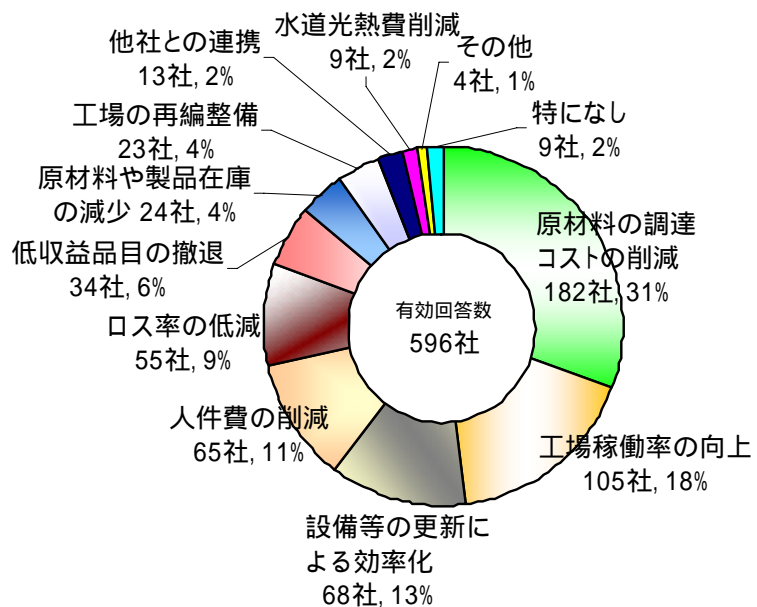
資料:財団法人日本容器包装リサイクル協会(指定法人)調べ

(参考)指定法人の市町村からの引取量(平成12年度:67千t 平成17年度:529千t)

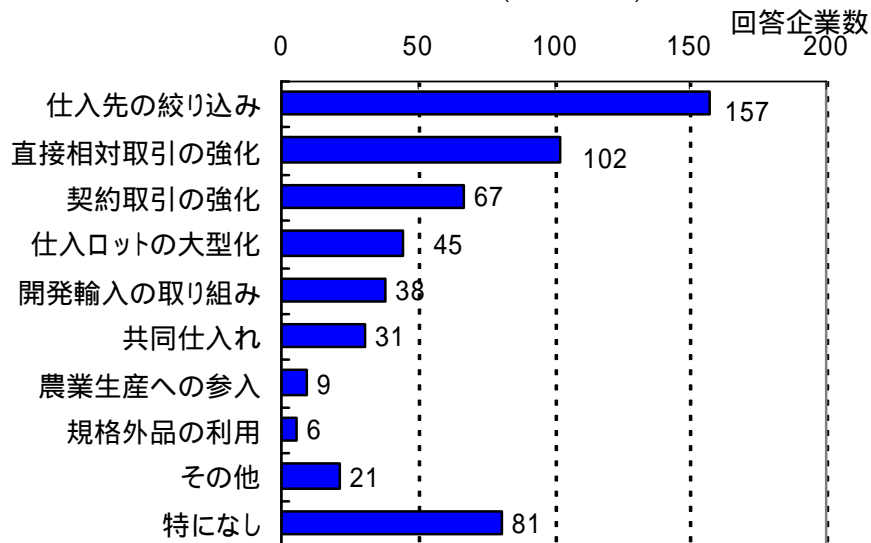
3 食品製造業に対するアンケート調査結果

- ・ 食品製造業にアンケート調査を行ったところ、609社から回答(回答率:約30%)。うち大企業(資本金3億円以上)は12%。
- ・ コスト削減に向けた取組は、「原材料調達コストの削減」(3割)、「工場稼働率の向上」(2割弱)、「設備等の更新による効率化」、「人件費の削減」、「ロス率の低減」(1割程度)。このうち、「原材料調達コストの削減」に向けた具体的な取組として、「仕入先の絞り込み」、「直接相対取引の強化」、「契約取引の強化」、「仕入れロットの大型化」。
- ・ コストの増加要因としては、「リサイクル等の環境対策」、「食品表示の対応」、「トレーサビリティの導入」。

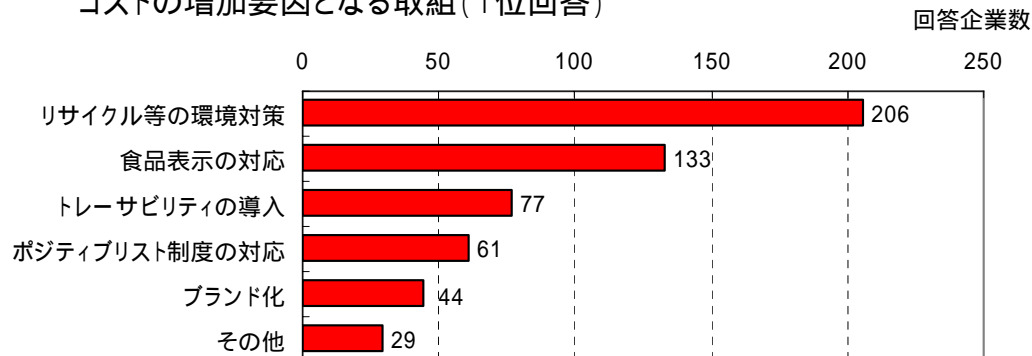
製造コスト削減に向けた取組(1位回答)



原材料調達コスト削減に向けた取組(1位回答)



コストの増加要因となる取組(1位回答)



資料: 食品製造業に対するアンケート調査(農林水産省総合食料局)
約2,000社を対象に郵送調査し552社から回答(回答率:約28%)

4 食品企業に対するヒアリング結果

- ・ 昨年11月～本年2月にかけて食品企業等約30社に対し、ヒアリングを実施。
- ・ 食品製造業では国際需給の逼迫による原料価格の上昇、消費者の低価格志向に対応する中で、生産性の向上や産地との連携等を実施。課題として、産地との連携と市場調達を組み合わせた原料の安定的調達等。
- ・ 流通関係では、物流効率化のため、配送センターの整備等の取組を実施。課題として、効率的な受発注のための流通システムの標準化、通い容器の普及等。
- ・ 消費者ニーズ、環境対策等への対応に関しては、消費者ニーズへの情報提供、食品廃棄物の再生利用等の取組を実施。

	【行っている取組】	【課題】		
流通経費	IT化等を通じた物流効率化による流通コストの縮減 <ul style="list-style-type: none"> ・配送センターの整備 (食品小売業者) ・情報システムへの投資により、需給情報の確かな把握 (有機食品販売業者) ・需給予測、受注、在庫、配送に関するデータの管理 (外食業者) 	<ul style="list-style-type: none"> ・配送センターの仕組みを多くの業種で活用できないか (食品製造業者) ・異業種提携による共同配送 (惣菜宅配業者) ・効率的な受発注や商品管理に必要な流通システムの標準化 (食材卸業者) ・日本全国での物流ネットワークを進められないか (惣菜宅配業者) ・通い容器の普及 (食品小売業者) ・電子タグの規格統一と普及 (食材卸業者) ・道交法の対応 (食品製造・卸業者) 	川上から川下まで一貫した取組によるコスト縮減 【行っている取組】	品質等に関する消費者ニーズや、環境対策等への効率的な対応によるコスト増の抑制 【行っている取組】
	製造工場の再編整備、設備の近代化、食品ロスの抑制等による製造販売経費縮減及び生産性の向上 <ul style="list-style-type: none"> ・労働集約 ・製造工場の再編整備 ・設備の近代化 ・相手先ブランドによる委託製造 (OEM) ・食品ロスの抑制 (以上、食品製造業者) 	<ul style="list-style-type: none"> ・景気回復下での労働力不足 (コンビニベンダー) ・中小企業のコスト縮減の努力はギリギリであり系列化や受託製造以外の方向が見出せない (食品製造業者) ・選別工程の機械化 (野菜卸業者) 	【課題】	【課題】
	安定的な原料調達、共同購入等による効率化 <ul style="list-style-type: none"> ・農家との直接契約 (食品製造業者等) ・量的な面での市場からの安定調達 (食品製造業者等) ・産地サポートセンターを経営し、農家の洗浄・選別・梱包の手間を肩代わり (野菜卸業者) ・スーパーと提携し、共同仕入れ等 (惣菜宅配業者) 	<ul style="list-style-type: none"> ・産地との直接提携と市場からの調達をうまく組み合わせる必要 (惣菜宅配業者) ・農業の後継者が減っているので将来的な原料調達に不安。企業として農業参入したい。 (青果物販売・野菜カット業者) ・農協との提携 (川下のニーズに対応するため農協等との緊密な連携) (野菜卸業者) ・規格外品の活用 (食品製造業者等) 	【課題】	【課題】
卸売経費			・POSの導入については、小売のPOSシステムはアイテム数が多いため卸で分析している。 (学識経験者) ・企業間での製品管理等のシステムの統一化 (コンビニベンダー)	・消費者ニーズや環境対策等への対応に伴うコスト増が負担 (食品製造・卸業者等) ・製造業とユーザー・消費者間の安全への意識のギャップは大きい。 (食品製造業者) ・特別栽培農産物等消費者の求める原材料の安定調達 (食品製造業者) ・環境に対する経費負担への理解 (有機食品販売業者)
原材料費				

コスト縮減の取組と今後の方向

加工食品の供給コストの構成と食品産業が行っているコスト縮減に向けた取組との関係(総括表)

< 加工食品 >

小売経費 [人件費、運賃 等]
卸売経費 [人件費、運賃 等]
包装資材費
加工代 [人件費、燃料代、修繕費等]
工場経費 [運賃、広告費 等]
卸売経費
原材料費

(3)IT化等を通じた物流効率化による流通コストの縮減

- ・物流の効率化(通い容器の標準化、電子タグ等IT技術の活用、インターチェンジ近隣等への物流拠点の再編やフルライン化、三温度帯一括配送や配送の共同化等)
- ・情報化を通じた企業間連携による取引の効率化(EDIの標準化、商品情報データベースの共通化等)

(2)製造工場の再編合理化、設備の近代化、食品ロスの抑制等による製造販売経費縮減及び生産性の向上

- ・製造工場の再編整備(業界の合理化に資する計画的な製造販売コスト縮減等に向けた取組)
- ・設備の近代化(食品産業向け融資による施設の更新・改良・新設等に係る長期低利融資等)
- ・技術開発・導入(IT化、競争的資金等を活用した技術開発、省エネルギー設備の導入等)
- ・情報化を通じた企業間連携による取引の効率化(EDIの標準化)
- ・生協、量販店等相手先ブランドによる委託製造(OEM)、製造工程一括請負
- ・労働力不足への対応及び高い技術力を有する人材の活用(団塊世代の活用等)
- ・食品ロスの抑制(需要に応じた在庫管理、食品廃棄物の有効利用等)
- ・外食店舗のオペレーションの見直し(調理工程の効率化、注文システムの効率化、メニューの体系の見直し等)

(1)安定的な原料調達、共同購入等による効率化

- ・安定的な原料調達(農業等と連携した食品産業が核となり、新たな食品を安定販売する食料産業クラスターの形成、加工業務用野菜に関する生産者と食品産業事業者のマッチングイベントの開催、食品産業の農業参入等)
- ・共同購入等スケールメリットの活用(業界における共同購買・配送・保管等の共同化、ダンボール等の資材購入)
- ・規格外品の利用

生鮮段階(加工原料用を含む)における食料供給コスト縮減アクションプラン(H18.9策定)の着実な推進

- ・低価格資材の供給や効率利用等による生産コストの縮減
- ・経営規模拡大、技術開発等による生産コストの縮減
- ・卸売市場改革や物流効率化等による流通コストの縮減
- ・品質や形状等に関する消費者ニーズ等への効率的な対応によるコスト縮減
- ・農協の経済事業改革の推進による生産コスト及び流通コストの縮減

(4)川上から川下まで一貫した取組によるコスト縮減

- ・食料産業クラスターの形成等による食農連携の構築
- ・サプライチェーンの構築(企業間の情報共有化による消費者ニーズに即応した商品の供給体制の強化や在庫管理の適正化等)

(5)品質等に関する消費者ニーズや、環境対策等への効率的な対応によるコスト増の抑制

- ・食品産業の事業活動に関する消費者とのコミュニケーションの充実
- ・消費者への品質等に係る情報提供の充実
- ・食品廃棄物の再生利用等の効率的な取組(食品リサイクルシステムの構築等)
- ・容器包装等資材の軽量化、薄肉化

< 外食 >

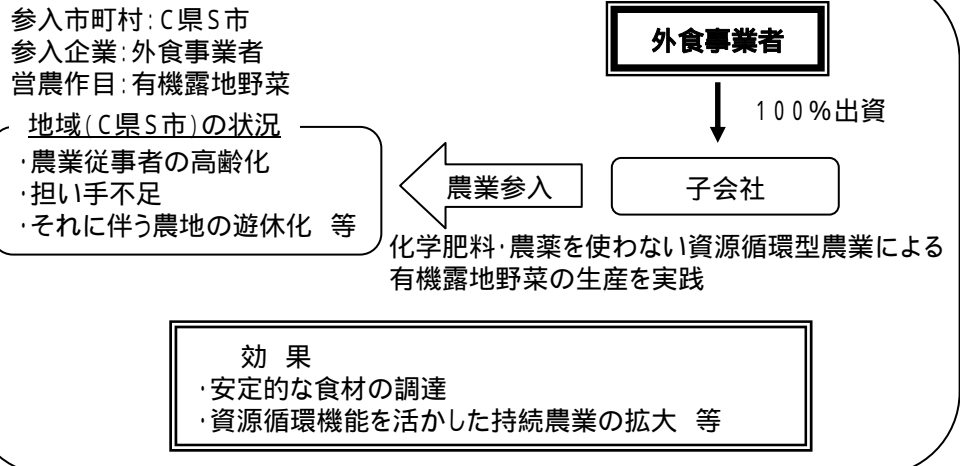
食料以外の資材 [光熱動力費、食器類、広告等]
販売経費 [人件費、設備投資費用等]
卸売経費
原材料費(食材費)

(1) 安定的な原料調達、共同購入等による効率化

食品産業と農業の連携強化や食品企業の農業参入等を推進することにより、安定的な原料調達や産地との直接取引等を行ったり、複数の企業による原材料の仕入れ、配送等の共同化を進め、原料農産物の生産・流通を効率化。

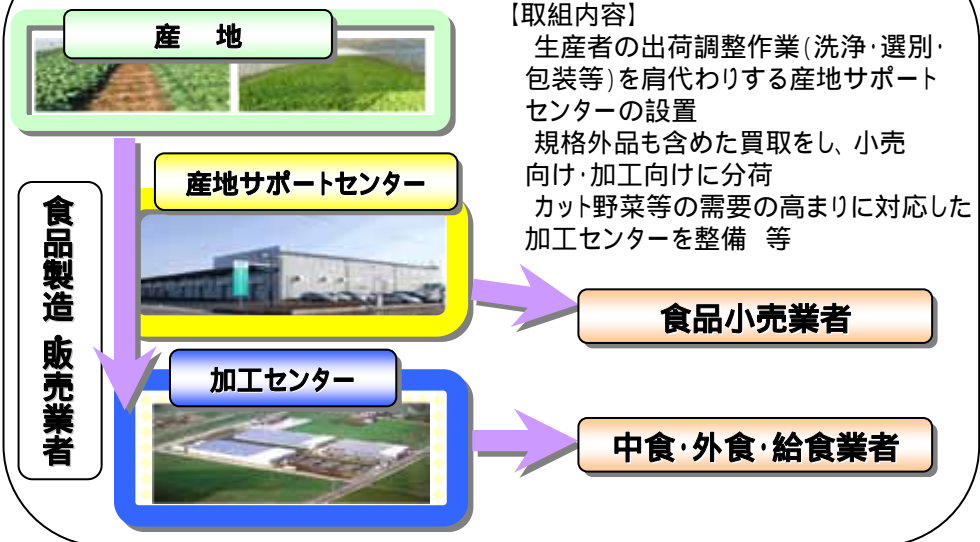
安定的な原料調達

外食事業者による農業参入例



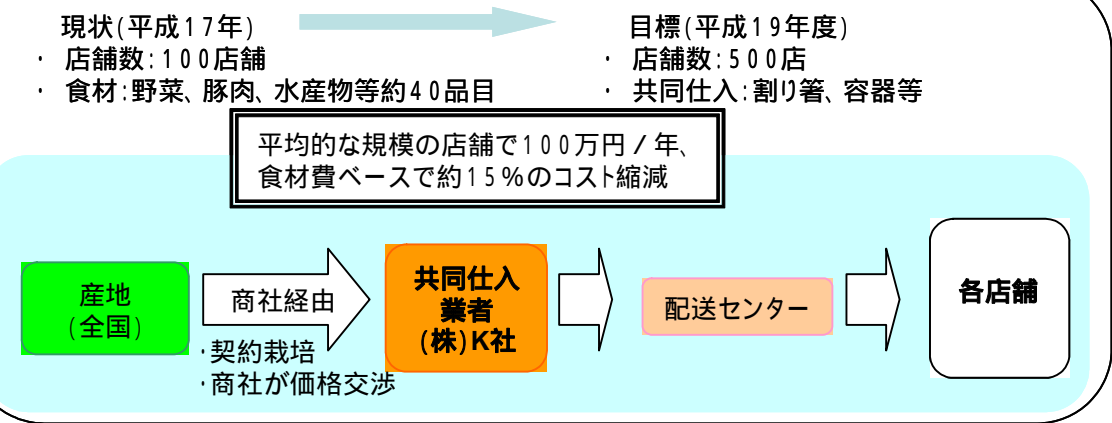
食農連携を通じた原料農産物の一括買入

民間企業等による産地サポートセンターの設置や無選別(畑買い)等の取組例



食品の共同仕入によるコスト縮減

中小外食事業者による食材の共同仕入・配送の取組例



(2) 製造工場の再編整備等による生産性の向上

食品製造業においては、製造工場の再編整備やIT化を含む設備の近代化を行ったり、資本提携や委託製造、取引システムの標準化等による企業間連携を進め、製造販売経費の縮減や生産性を向上。需要に応じた在庫管理や食品廃棄物の有効利用等により、食品ロスやリサイクルコストの増嵩を抑制。

製造工場の再編整備等

農林漁業金融公庫による融資事例

【牛乳・乳製品製造業】

A工場

工場の集約化

牛乳ライン、大型充填機、
包装設備等の増設など

B工場

廃止

C工場

設備の近代化により、売上高が2割増、販売管理費2割強削減

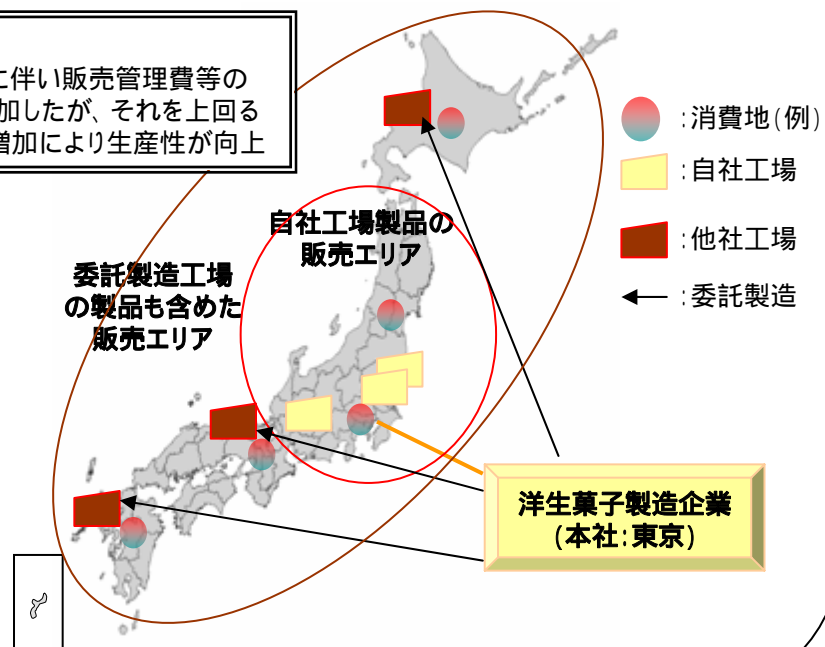
食品企業間の連携による効率化

民間企業による委託製造の取組例

各地に展開するチェーンストアの受注に対応するため、同業他社に製造を委託することで鮮度の良い製品を効率的に配送することが可能。自社ブランドの全国展開が図られるとともに、受託企業にとって開発費・広告宣伝費等の削減が可能。

【効果】

販売拡大に伴い販売管理費等のコストは増加したが、それを上回る売上高の増加により生産性が向上

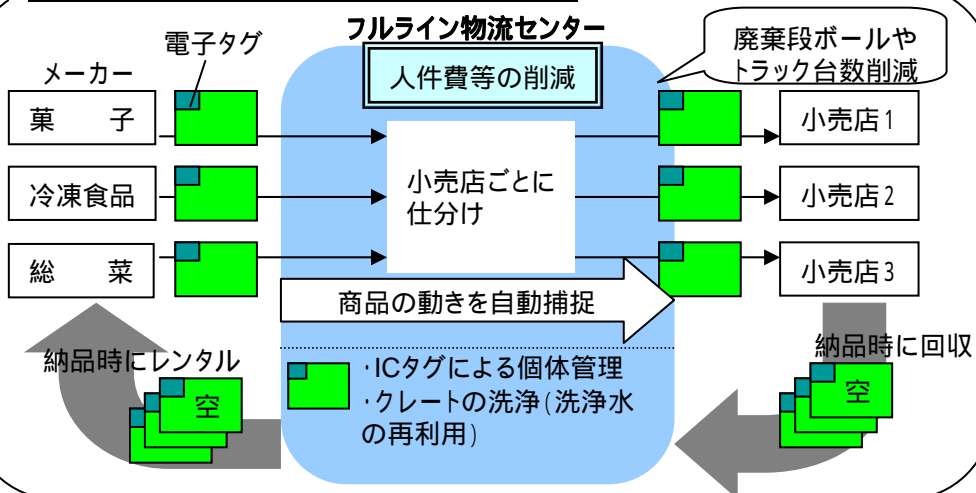


(3) 物流効率化による流通コストの縮減

食品流通業においては、電子タグ等IT技術の活用や通い容器の標準化を行ったり、配送の共同化等の企業間連携を進めることにより、物流を効率化。

IT化等を通じた物流の効率化

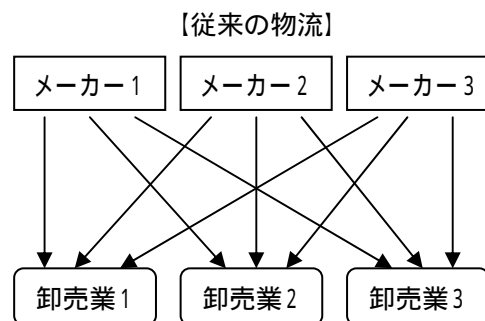
ICタグを活用した効率的な物流の取組例



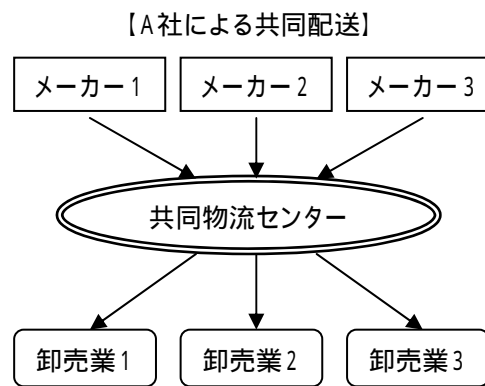
共同配送等企業間連携の取組

民間企業による共同配送の取組例

共同配送事業を行うA社は、複数の食品メーカーの商品を物流センターで預かり、食品卸売業者へ配送。



【課題】
配送ルートが多く輸送コストが大きく、荷受け側の負担も大きい。
個別の食品メーカーでは、休日の発注・配送は困難
卸売業者の発注がメーカーの希望ロットでの発注・配送とは限らない。
(多品目少ロット)



【システムの特徴】
納品リードタイムの短縮、未着遅延防止
312日(週6日)の入出荷・配送体制の実現
鮮度管理と日付逆転出荷防止のシステム化
専用Webサイトによる情報提供
オンラインパレット枚数管理によるパレットの流出防止
納品書のフォーマット統一化

小ロットの商品を扱う中小食品メーカーにとってメリットが大きく、中には、物流コストが最大で20%縮減できた例もある。

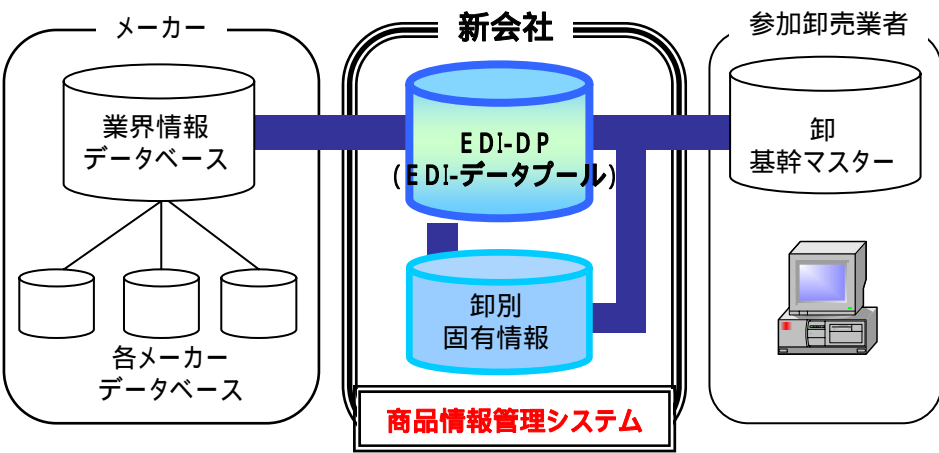
(4)川上から川下に至るサプライチェーン化によるコスト縮減

川上から川下に至る食料供給ルートについて、食農連携の構築を図るとともに、企業間の情報の共有化、効率的な情報交換の実現を通じて消費者ニーズに即応した商品の供給体制の強化や在庫管理を適正化等。

企業間の情報共有化、効率的な情報交換の実現への取組

食品卸売業者による商品情報共有化例

複数の食品卸売業者は、共同出資により新会社を設立し、各社の商品情報を一元的に登録するとともに、参加企業に広くシステム及びデータを提供。

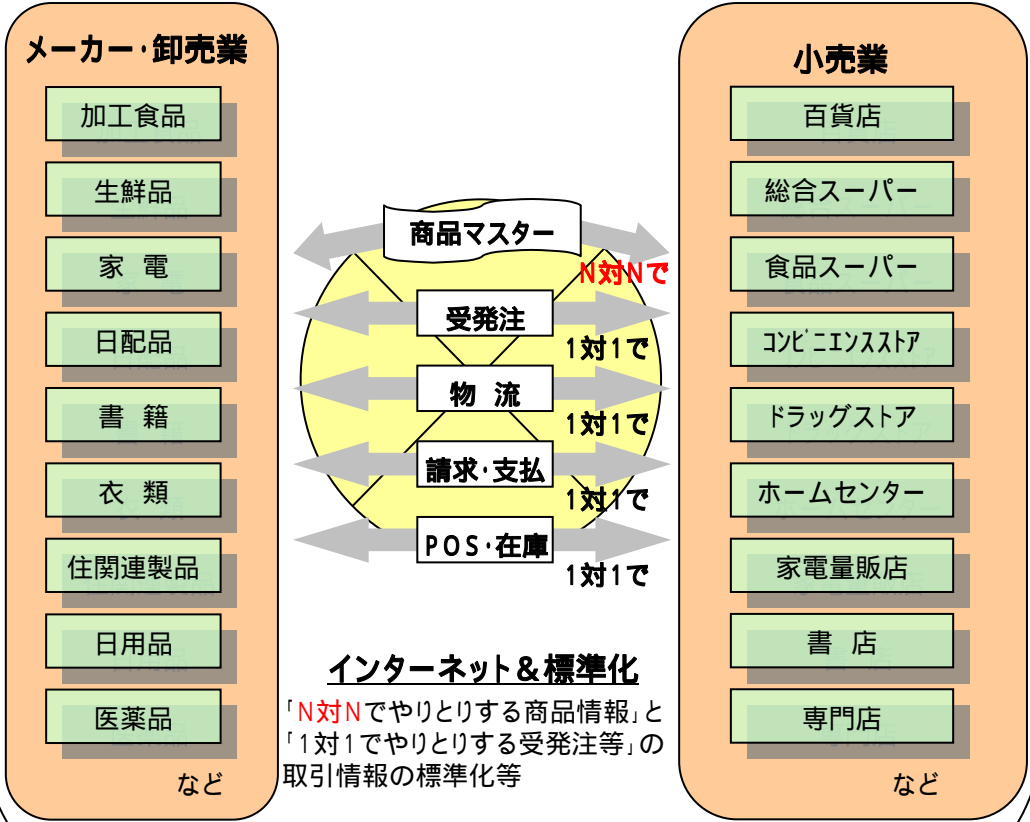


EDI
Electronic Data Interchange (電子データ交換)。異なる組織間で、取引のためのメッセージを通信回線を介して標準的な規約を用いて、コンピュータ(端末を含む)間で交換すること。

流通情報共有基盤の整備例

「流通システム標準化事業」(経済産業省)

各企業間で商品や取引に関する情報を低コストで効率的に交換・共有し、最適なサプライチェーンを構築するため、流通情報共有の基盤を整備。

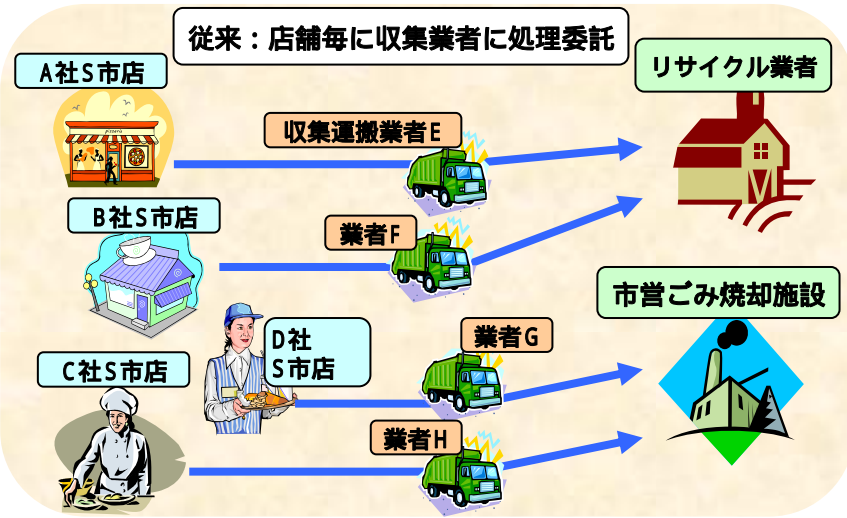


(5) 品質等に関する消費者ニーズや、環境対策等への効率的な対応

健康や安全に対する消費者の強い関心への対応として、食品の品質等に関する消費者への情報提供の充実等を図るとともに、環境対策等の社会的要請への対応として食品廃棄物の再生利用の効率的取組等を推進。

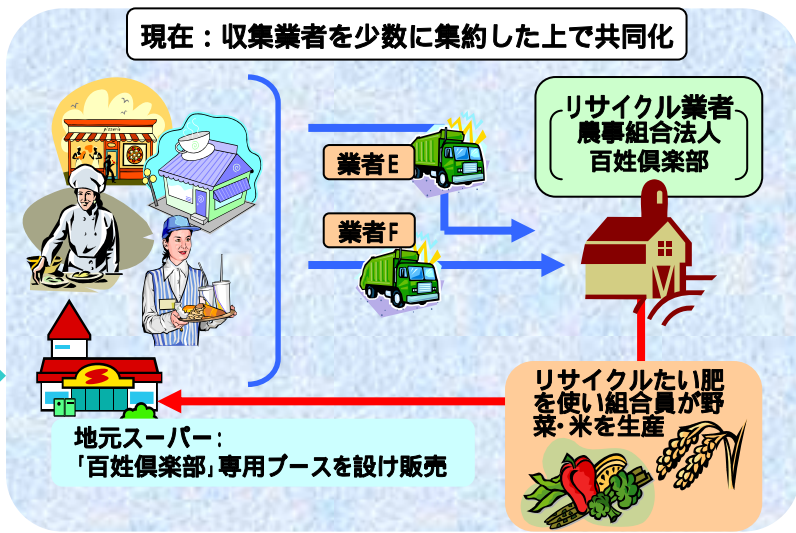
食品廃棄物の再生利用の効率的な取組

外食産業等における食品リサイクルの取組例



業界団体：
 ・事業の企画運営
 ・収集運搬業者の集約化
 ・全体調整

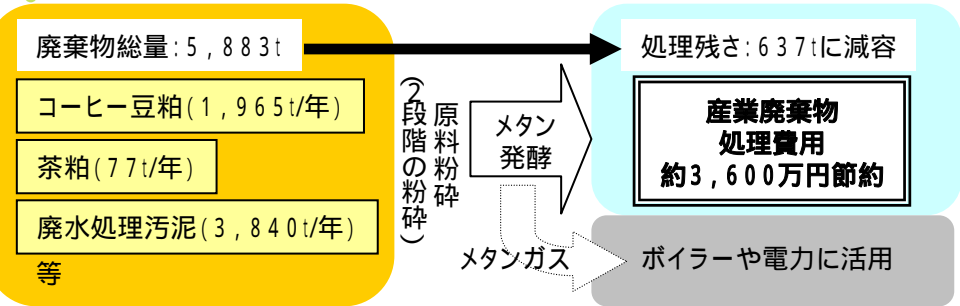
地元スーパーマーケットが参画



食品廃棄物の有効利用

バイオマス取組事例

飲料製品製造過程で排出するコーヒー豆粕・茶粕・廃水汚泥等をメタン発酵、バイオガス発電し発生蒸気と併せ工場エネルギー活用



資料：バイオマス交付金「バイオマス利活用優良表彰」

国による支援の今後の方向

- ・ 長引いたデフレの影響や輸入食品との競合が激化する中で、食品産業におけるコスト縮減の取組は、企業活動として日々継続的に実施。近年の食の安全に対する関心の高まりやリサイクル等食品環境対策上の課題への対応などによりコスト負担が増加する傾向。
- ・ 行政の主な支援対象としては、「原材料供給の不安定性を緩和するための国産原料調達等の効率化」、「中小零細性等を緩和するための経営基盤の強化」、「食品環境対策に対応した効率的な取組の推進」。「民間でできるものは民間で」を原則としつつ、最小限必要な政策支援を効率的効果的に実施。

官民一体となったコスト縮減に向けた総合的な取組の考え方

食品産業におけるコスト縮減に向けた継続的な取組

必要に応じて支援を活用

【行政の役割】

以下の観点から、予算措置、金融・税制上の特例措置を中心に食品産業を支援

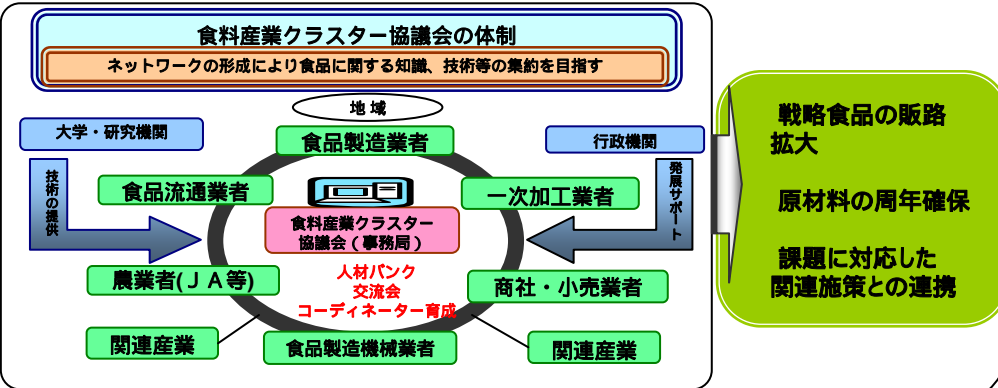
- (1) 原材料供給の不安定性を緩和するための国産原料調達等の効率化
食と農の連携強化、共同利用施設、リース方式による農地取得等に対する支援
- (2) 中小零細性等を緩和するための経営基盤の強化
再編合理化、設備の近代化、IT化、技術開発・導入等に対する支援
- (3) 食品環境対策に対応した効率的な取組の推進
食品リサイクルシステムの構築、容器包装廃棄物の排出抑制の促進等に対する支援

(1) 原材料供給の不安定性を緩和するための国産原料調達等の効率化

農林水産業と連携した食品産業が核となり地域おこしを行う「食料産業クラスター」の形成や、生産者や実需者が共同施設等を広域整備する取組への支援、食品企業等が円滑に農業参入できるよう農地情報の提供や農地利用の調整等に関する支援などにより、食品産業の効率的な国産原料調達を推進。

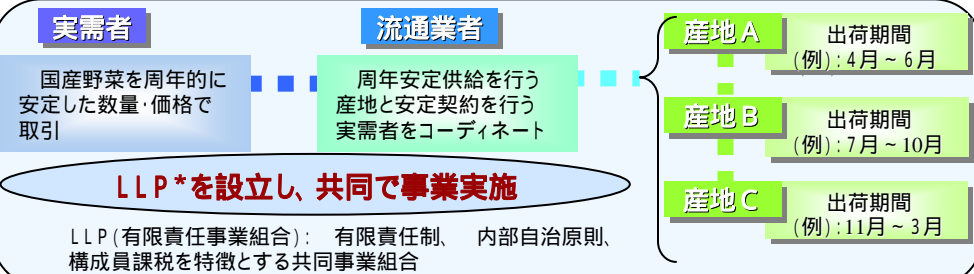
食料産業クラスター展開事業

地域食材を活用した新たな戦略食品を創出する「食料産業クラスター」を形成し、年間を通じた安定的な販売に結びつける等の発展を目指す。



野菜低コスト供給パートナーシップ確立事業

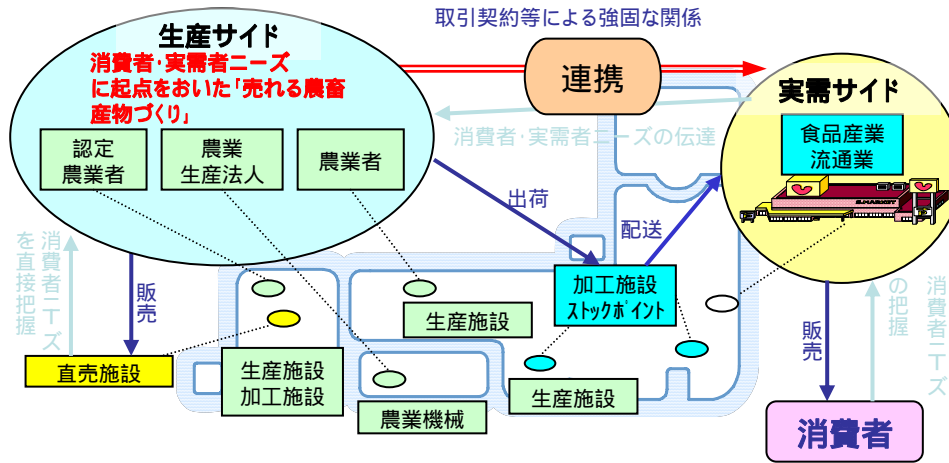
加工・業務用需要に対応できる野菜の低コスト生産・流通体制を確立するため、生産者・流通業者・実需者の連携の下、有限責任事業組合(LLP)等の枠組みを活用。



- ・ 実需者が求める規格・品質に対応した生産技術、
- ・ 高性能機械の産地間リレー利用、
- ・ 通いコンテナに対応した集出荷・加工施設の整備等により、モデル地区において、野菜低コスト供給システムの確立を推進。

広域連携アグリビジネスモデル支援事業

都道府県の枠を超えて行われる広域的なアグリビジネスの取組について、新たなビジネスモデルを創出する先駆けとして全国的な視点から支援。



- 生産者・実需者連携事業** 生産者と実需者が連携し、実需者の求める農畜産物等を安定供給するための加工、流通施設及び土地基盤等の整備を支援(事業実施主体:生産者サイド)
- 加工・流通拠点整備事業** 生産者と実需者が連携し、実需者の求める農畜産物等を安定供給するための加工施設、ストックポイントの整備を支援(事業実施主体:実需者サイド)
- 生産者連携事業** 生産者同士が連携し、高付加価値化した農畜産物等を生産、販売するための生産、加工、販売施設等の整備を支援(事業実施主体:生産者サイド)

(2) 中小零細性等を緩和するための経営基盤の強化

複数の中小企業が共同施設や企業の合同化(事業の集約化等)により経営革新を行う取組や、製造工場の再編合理化、中核事業への「選択と集中」等の取組に対し税制・金融上の支援。競争的資金等の活用による新技術開発への支援や、EDI()などIT化の推進。

() Electronic Data Interchange(電子データ交換)の略。取引企業同士が商品コード、通信手順などの「共通ルール」に基づいて、取引に関する情報の交換を通信回線を介して電子的に行うこと。EDIにより、従来電話やFAXが主流であった受発注や請求、納品など取引に伴う情報交換・処理業務を効率化・省力化できる。

中小企業が行う経営革新に対する支援

【中小企業新事業活動促進法のうち経営革新支援】

中小企業が新たな事業活動を行うビジネスプランを策定(経営革新計画)し、その経営の向上を図る経営革新への取組を支援。

新事業活動に係る
経営革新計画

(新事業活動)

- ・新商品の開発又は生産
- ・新役務の開発又は提供
- ・商品の新たな生産又は販売の方式の導入
- ・役務の新たな提供の方式の導入 等

税制・金融()上の特例措置、経営革新補助金等の支援等

「高度化融資制度」
組合等が行う設備投資等

集団化事業

施設集約化事業

共同施設事業

企業合同事業

チェーン化事業

設備リース事業

等

産業活力再生特別措置法

過剰供給
構造解消

過剰債務
構造是正

企業の選択
と集中促進

国内空洞化
への対応

共同事業
再編計画

経営資源
再活用計画

事業
再構築計画

革新設備
導入計画

複数事業者が共同で
事業集約、縮小・廃止

有効活用されていない
経営資源を活用

中核事業への
「選択と集中」

実証一号機設備を中核
とする製造拠点を国内
に整備

税制、金融、商法等の特例措置

食品産業向け融資による設備の近代化等(農林漁業金融公庫)

加工流通関係資金の平成17年度貸付実績は613億円となっており、とりわけ国内農業と結び付きが強い中小の食品企業の施設整備等に活用。

【主な融資制度】

目 的

特定農産加工資金

輸入に係る事情の著しい変化に対処するため、かんきつ果汁製造業、トマト加工品製造業等の経営改善を支援

食品流通改善資金

生産者と製造業者・販売業者が提携して一連の流通工程を改善し高品質な加工食品の安定供給等を支援

HACCP資金

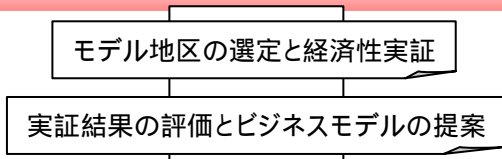
食品の製造工程の管理の高度化のため、HACCP手法の導入を支援

(3) 食品環境対策に対応した効率的な取組の推進

食品循環資源の広域的な一括収集による食品リサイクル・ループの構築や食品循環資源の経済的処理システムづくり、容器包装廃棄物排出抑制の促進等による環境負荷の低減、コスト増要因の抑制。

食品循環資源経済処理システム実証事業

地域の関係者が抱える課題を克服し、地域における利害調整を経て、排出事業者（食品関連事業者）、廃棄物処理業者及び地域行政が効果的かつ効率的な食品リサイクルシステムの構築を目指す。



期待される効果

食品小売業、外食産業等
・経済的かつ確実な食品リサイクルの実践

一般廃棄物処理業者
・共同化による投資等の負担軽減
・顧客ニーズに的確に対応したサービス
・リサイクル製品の都市部における販路の確保

地域の廃棄物行政
・行政コストの削減
・関係者の相互理解に基づく循環型処理システムの構築

容器包装リサイクル法制度円滑化推進事業

改正容器包装リサイクル法の定着・浸透を図り、容器包装廃棄物の排出抑制に係る取組等を促進する。

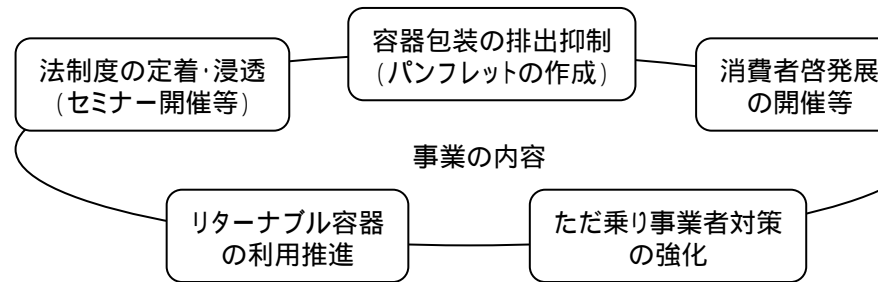
【主な改正内容】

容器包装廃棄物の排出抑制の促進（レジ袋対策等）

事業者が市町村に資金を拠出する仕組みの創設

再商品化の義務を果たさない事業者に対する罰則の強化

プラスチックの再商品化手法の見直し
（サーマルリサイクルの緊急避難的又は補完的な導入）



食品リサイクル・ループの構築

「食品リサイクル制度の見直しについて」(平成18年12月とりまとめ())

3(5)広域的・効率的なリサイクルの促進策のあり方

(略) 食品廃棄物を排出する食品関連事業者が、食品循環資源の再生利用を飼料化・肥料化事業者に依頼し、これらの飼料やたい肥を利用して生産された農畜産物を当該食品関連事業者が購入・販売するという、安定かつ確実な再生利用が維持・継続できるリサイクル・ループの構築を進めることが必要である。

()食料・農業・農村政策審議会総合食料分科会食品リサイクル小委員会
中央環境審議会廃棄物・リサイクル部会食品リサイクル専門委員会

參考資料

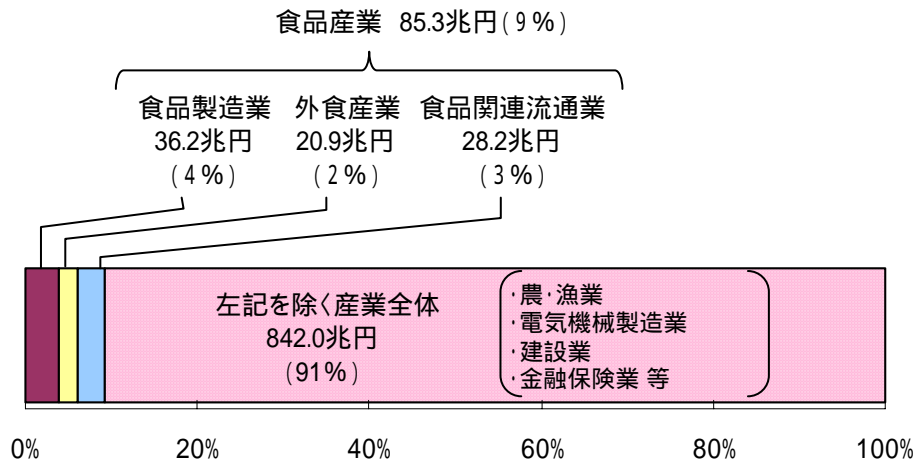
食品産業の役割、最近の動向

1 食品産業の役割

食品産業の位置付け

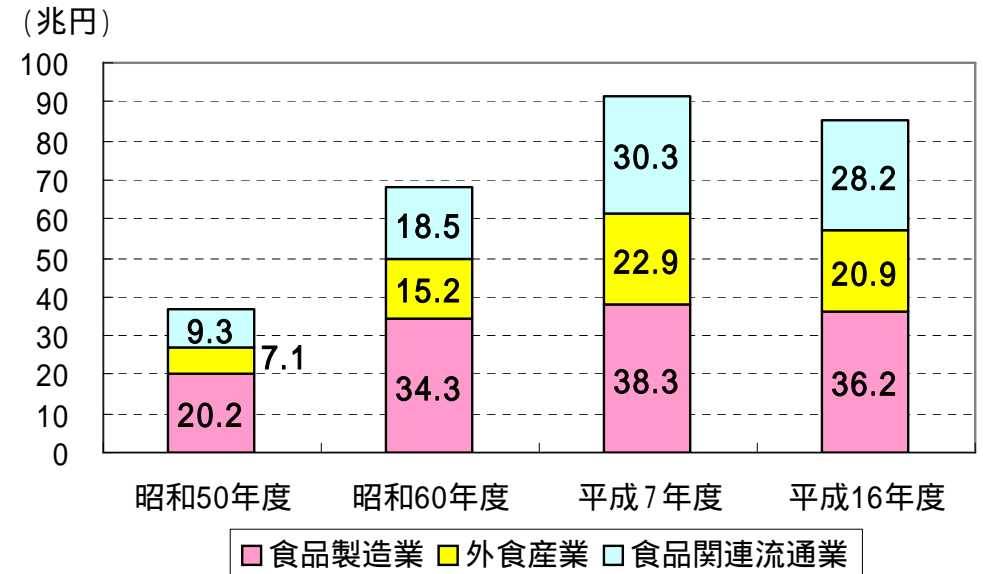
- 食品産業(食品製造業、食品流通業及び外食産業)の国内生産額は約85兆円(平成16年)で、全産業(927兆円)の約9%。
- 食品産業は、我が国の飲食費のうち8割を占める加工食品の製造・流通、外食のサービスを提供することを通じ、国民への食料の安定供給や食生活の多様化・高度化に貢献。

生産額でみた食品産業の地位(平成16年度)



資料:農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」

食品産業の国内生産額の推移

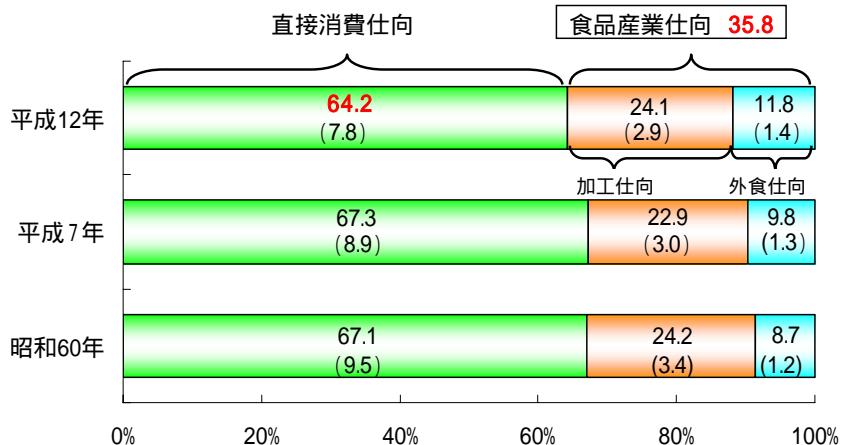


資料:農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」

食品産業と国内農業との関係

- ・ 国産農水産物の3分の1強が食品産業仕向けであり、かつ、食品産業が利用する原料の6割強が国産農水産物である等、**食品産業と国内農業は相互に強く関連**。また、食品製造業は、伝統的に地域の農林水産業との結びつきが強く、**地場産業としての位置付け**。
- ・ **消費者は、加工食品や外食に国産原料の使用を期待しており、食品産業にとって国内農業との連携は重要な課題**。

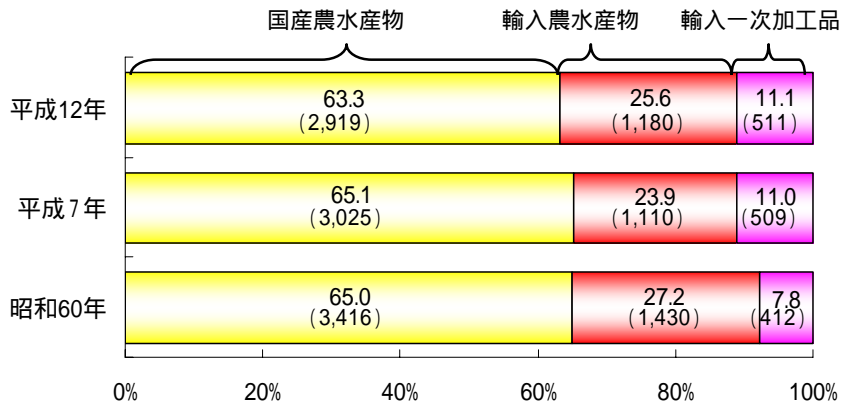
国産農水産物の用途別仕向割合 (括弧内は仕向額(兆円))



資料:「産業連関表」を基に農林水産省で試算

食品製造業の加工原材料調達割合 (国産・輸入)

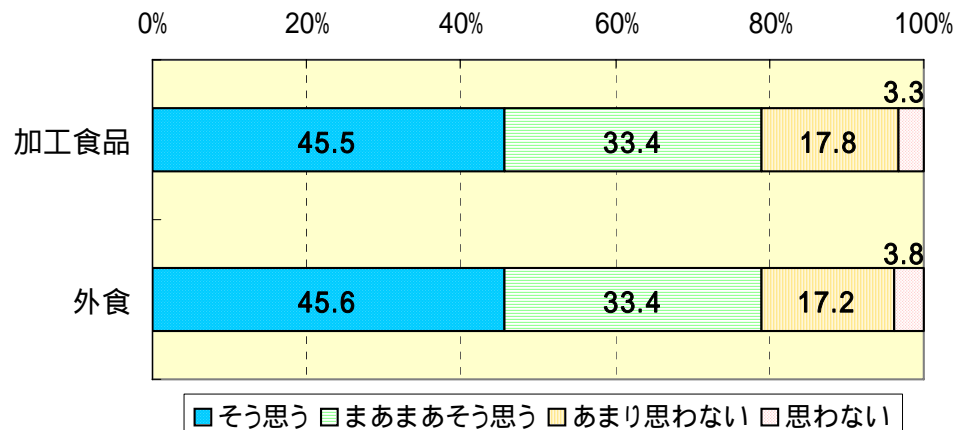
(括弧内は調達額(10億円))



資料:「産業連関表」を基に農林水産省で試算

加工食品、外食の国産農水産物利用への消費者ニーズ

(設問)加工食品や外食メニューに地元産農畜水産物を使用してほしいか



資料:農林漁業金融公庫「地元農畜資産物への意識や購入に関するアンケート調査」
(平成16年2月 調査対象:各年代層から無作為に1250名を抽出し、回答791名
(回答率63.3%))

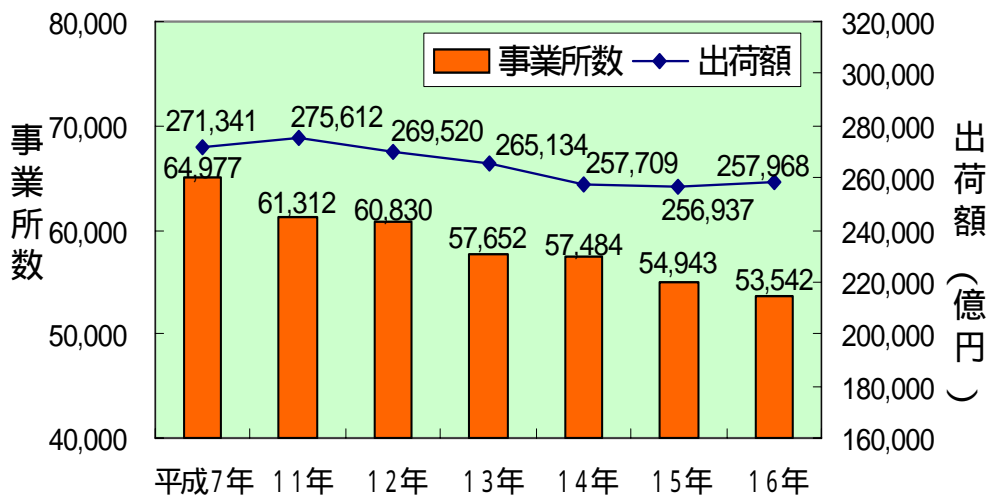
2 食品産業の構造と最近の動向

(1)加工食品の製造・流通段階

食品製造業の構造

- 我が国の食品製造業において、中小企業の割合は8割(出荷額ベース)を占めているが、従業員数100人以上の企業の割合が緩やかに増加している状況。

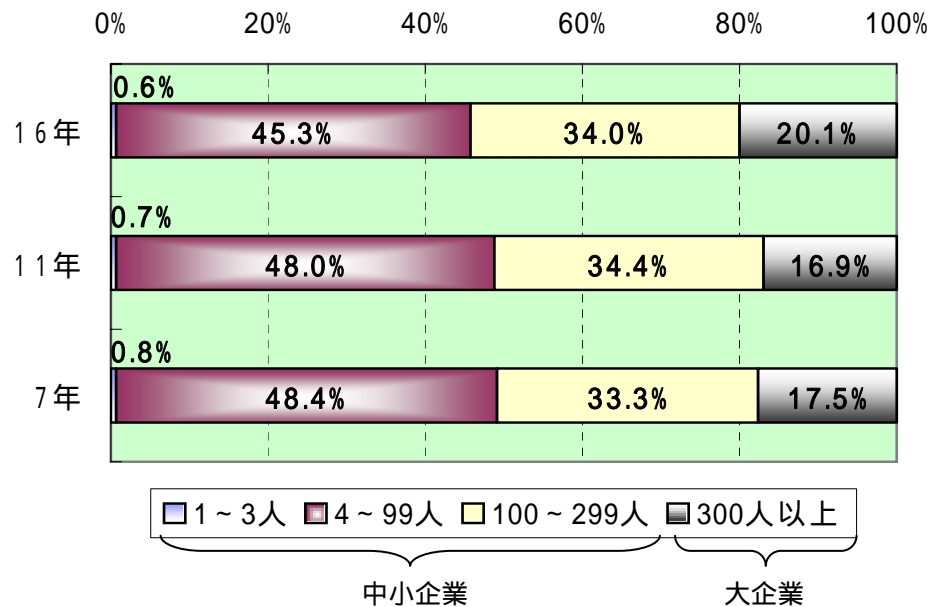
食品製造業の事業所数、出荷額の推移



資料: 経済産業省「平成16年 工業統計表」を基に推計

注: 食品製造業とは、日本標準産業分類上の「食料品製造業」に「清涼飲料製造業」及び「茶・コーヒー製造業」を加えたもの

食品製造業の規模別出荷額シェアの推移



資料: 経済産業省「平成16年 工業統計表」を基に推計

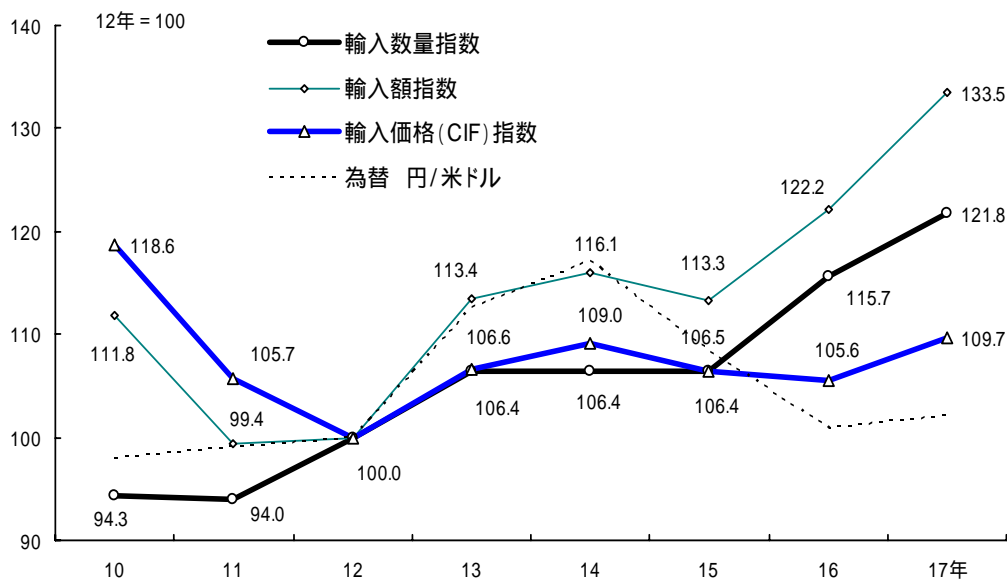
注1: 「茶・コーヒー製造業」は、規模別で集計できないため「食品製造業」から除いている。

注2: 「中小企業」は従業員数299人以下、「大企業」は従業員数300人以上の事業所としている。

加工食品の輸入増加

- 加工食品の輸入動向は、数量ベースで見ると直近5年間で2割の増加。
- 輸入食品との競合が激化する中、国内の食品製造業は、国産志向の消費者ニーズに対応して国内農業との関係を深めようとする意識が高まっているが、原料の周年確保が困難、内外価格差の存在等から原材料が割高等の課題があり、食農連携等の取組が必要。

加工食品の輸入数量、輸入額、輸入価格の推移

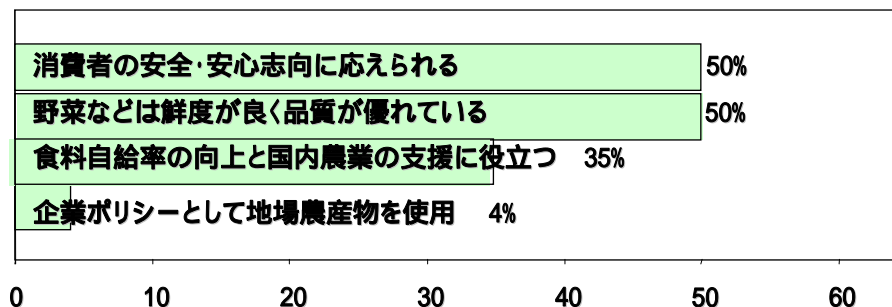


資料: 財務省「貿易月表」より作成

国産農産物を利用するメリット・デメリット

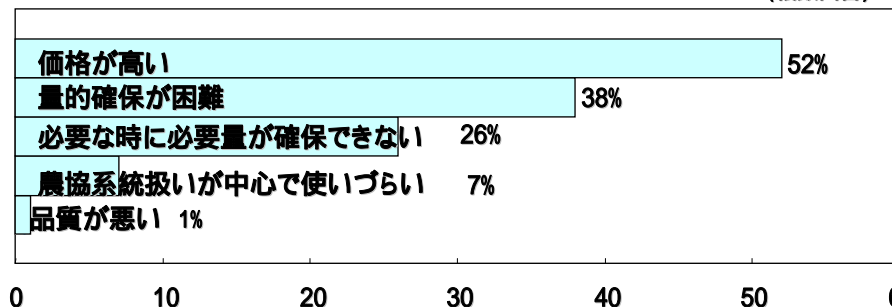
【メリット】

(複数回答)



【デメリット】

(複数回答)

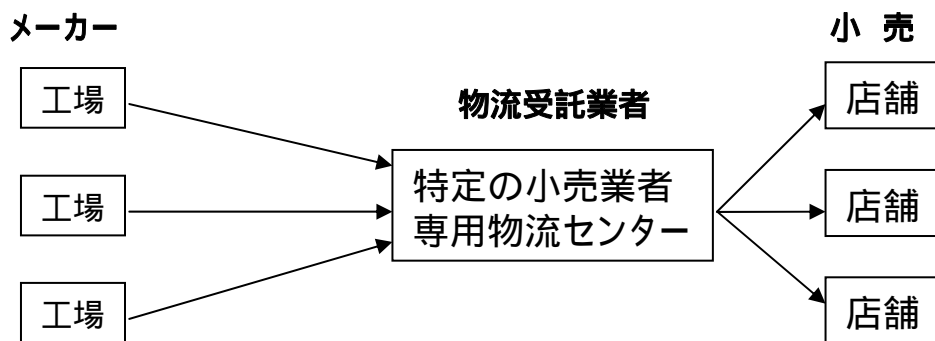


資料: 農林水産省総合食料局調べ(平成16年5月)

食品製造業における最近の対応

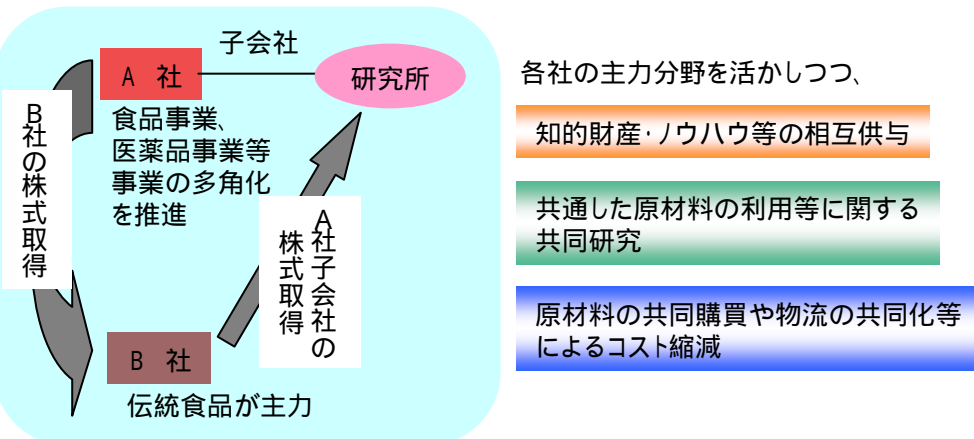
- 近年、食品製造業は、大手食品小売業(チェーンストアやコンビニエンスストア等)と連携して「小売業の専用商品」(プライベートブランド)の開発に取り組む動き。これは食品製造業にとって、広告宣伝費の抑制や売上げ拡大等のメリットがある一方、自社ブランドへの影響や連携する小売業の業績への連動リスクも伴っており、商品の企画開発力の維持向上が重要。
- 食品製造業においては、生産・物流面での共同化や事業の多角化等業務提携の動き。他方、食文化の多様性等から各地域で様々な食品が少量単位で消費されている実態もあり、中小企業が必ずしもスケールメリットの追求を図ることなく、商品の企画開発や地域ブランドにより競争力を維持する状況も見られるところ。

食品製造業と食品小売業における直取引(例)



共同化や事業多角化等に向けた業務提携例

【同業種企業2社による資本・業務提携(例)】



食品の地域ブランド化

地域団体商標化の取組

※2006年4月1日開始

地域団体商標 = 「地域名 + 商品(サービス)名」

小田原蒲鉾
(地域名) (商品名)



一定範囲の周知性があれば文字のみで登録可

地域ブランドの保護により地域経済を活性化

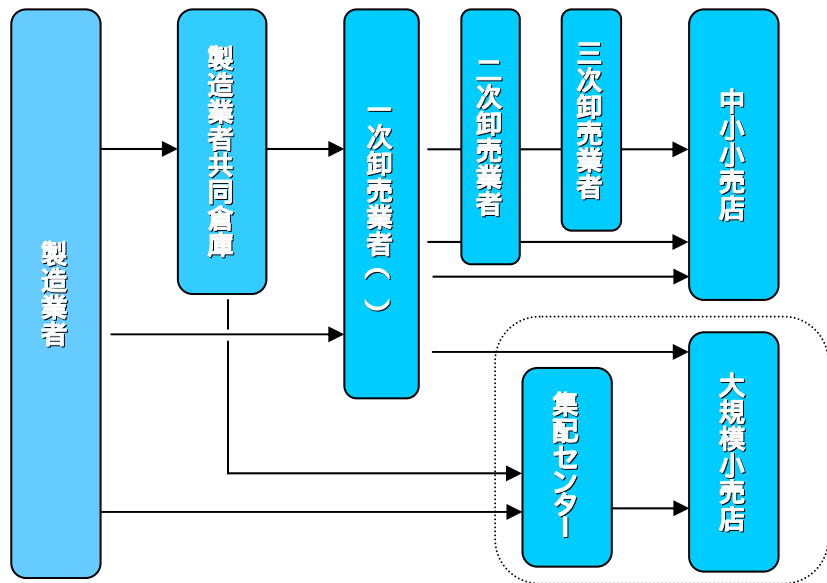
(加工食品の代表例)

- 「加賀みそ」(石川県味噌工業協同組合)
- 「飛騨ヨーグルト」(飛騨酪農農業協同組合)
- 「京あられ」(京都米菓工業協同組合)
- 「紀州みなべの南高梅」(みなべいなみ農業協同組合)
- 「神埼そうめん」(神埼そうめん協同組合)
- 「かごしま知覧茶」(南さつま農業協同組合)
- 「沖縄そば」(沖縄生麺協同組合) 等

加工食品流通業の構造

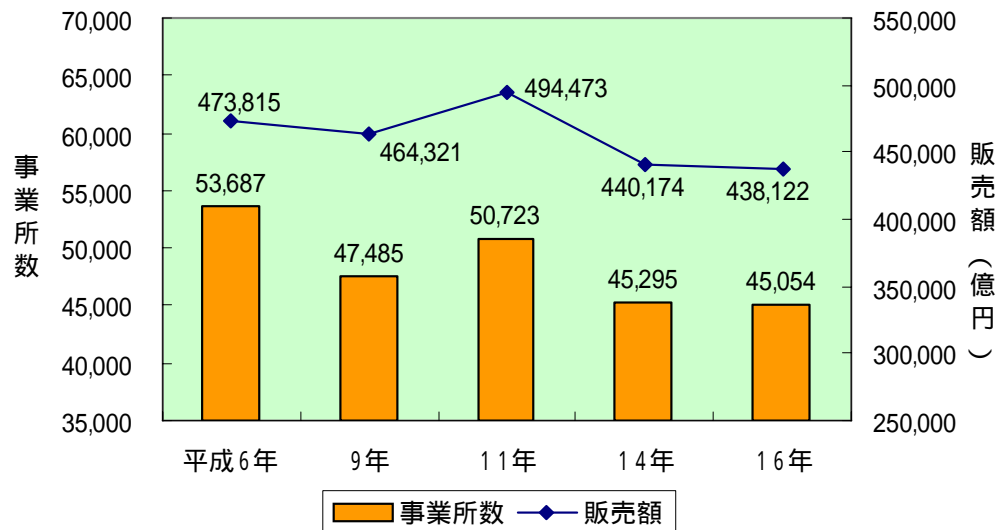
- 加工食品の流通は、複数の卸売業者の介在や共同倉庫、集配センターの経由等多様なルート。
- 加工食品卸売業、食品小売業は、事業所及び販売額が減少傾向。

加工食品の主要な流通経路



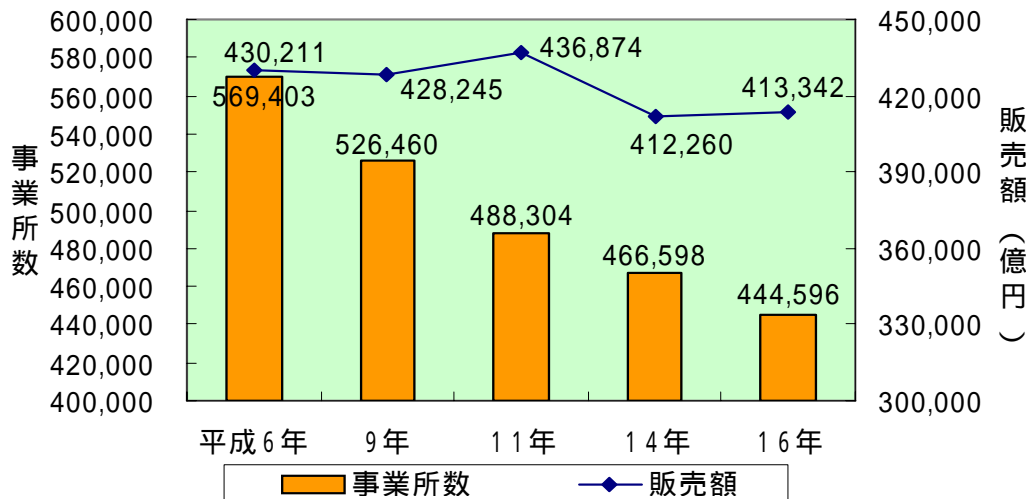
商品は直接二次卸売業者に納品されることもある(その場合、一次卸売業者を経由するのは商流のみ)。

加工食品卸売業の事業所数、販売額の推移



資料: 経済産業省「商業統計表」

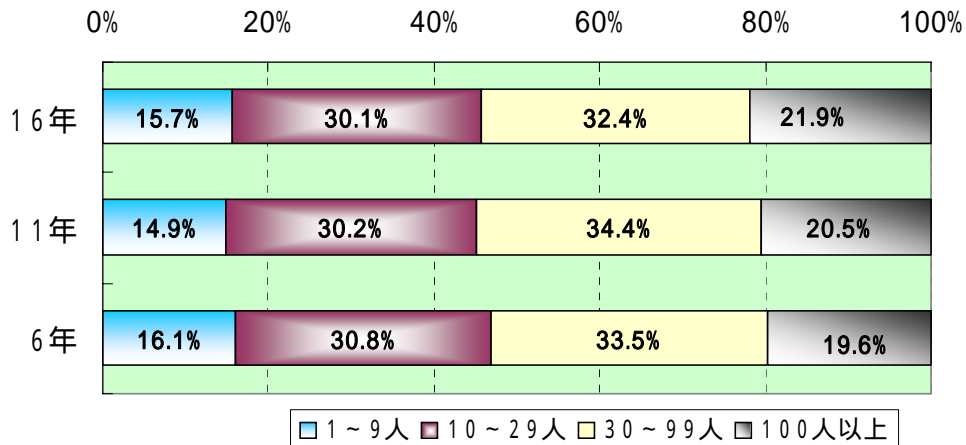
食品小売業の事業所数、販売額の推移



資料: 経済産業省「商業統計表」

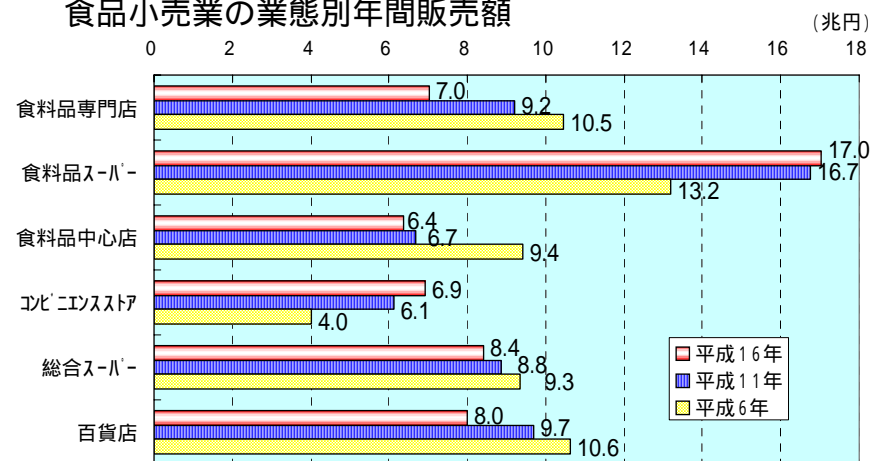
- 加工食品卸売業は、中小の事業所が依然として販売額の8割弱を占めているものの、大規模の事業所の割合が緩やかに増加。
- 食品小売業は、食料品スーパーやコンビニエンスストア等の販売額が増加し、食料品専門店の販売額が減少している。

加工食品卸売業の事業所規模別販売額シェアの推移



資料: 経済産業省「商業統計表」

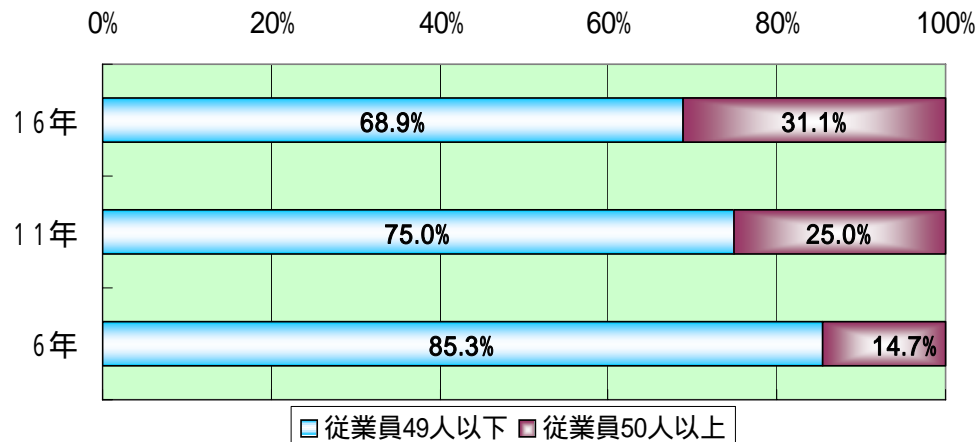
食品小売業の業態別年間販売額



資料: 経済産業省「商業統計表」より作成

注: 「食料品専門店」は取扱商品のうち食料品が90%以上、「食料品スーパー」は同70%以上、「食料品中心店」は同50%以上、「総合スーパー」は衣食住各種商品を小売しそのいずれかが小売販売額の10%以上70%未満で従業員が50人以上の小売店

食品小売業の事業所規模別販売額シェアの推移



資料: 経済産業省「商業統計表」より作成

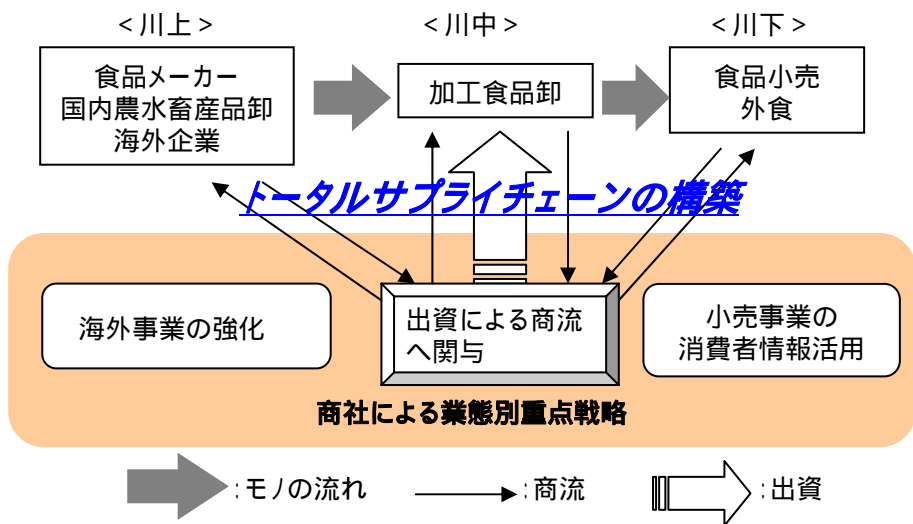
加工食品流通業における最近の対応

- ・ 需要の飽和化等に伴う競争状態が強まる中で、食品流通業は統合再編や総合商社との業務提携が進展。
- ・ 消費者に直接対面している食品小売業は、多様化・高度化する消費者ニーズに対応し、独自のプライベートブランド商品の開発や中食の充実、生鮮コンビニ等の新業態の展開に取り組んでいる。
- ・ こうした中で、食品小売業と加工食品卸売業、メーカーとの垂直的な連携関係の下、IT技術の導入等による情報の共有化、「顧客情報」や「需給予測」に基づくタイムリーな品揃え等の在庫機能を持つ専用物流センターの設置といった取組も見られるところ。
- ・ また、加工食品卸売業は、商品の発掘・開発など品揃えに関する「マーチャンダイジング機能(1)」、棚割提案(2)などの「リテール(小売)サポート機能」を強化。

(1) 消費者の欲求を満足させ、かつ、利益の期待できる売り上げに結び付くように、製品やサービスに関する計画をたてること。

(2) 多種多様な商品を分類・整理し、商品を効果的に組み合わせ、陳列位置を決めること。

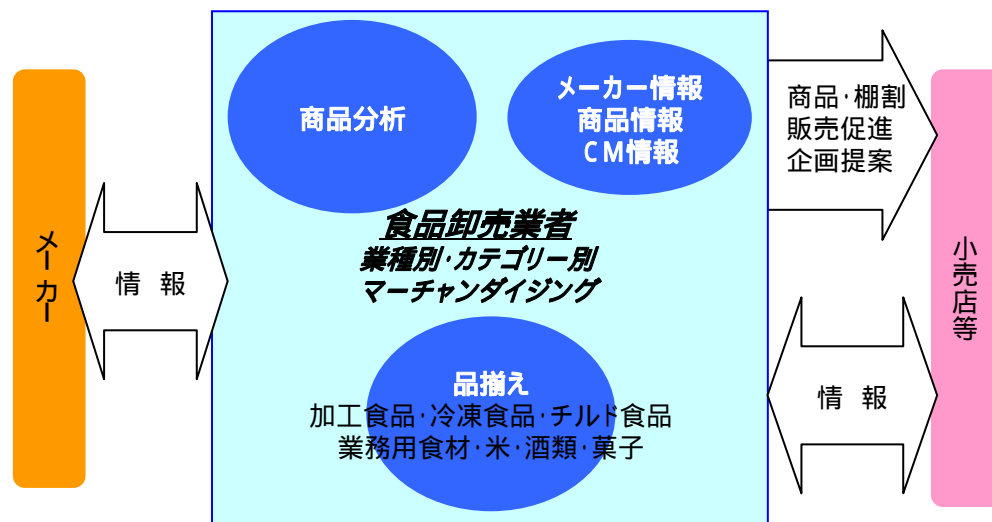
商社を介したトータルサプライチェーン戦略例



資料:みずほコーポレート銀行産業調査部「総合商社の食料部門における中間流通戦略」(2004年3月)を基に作成

食品卸売業におけるマーチャンダイジング機能(例)

適確な商品を適確な場所へ提供するため、小売店等との販売データをもとに業態別・カテゴリー別のマーチャンダイジングを実施。

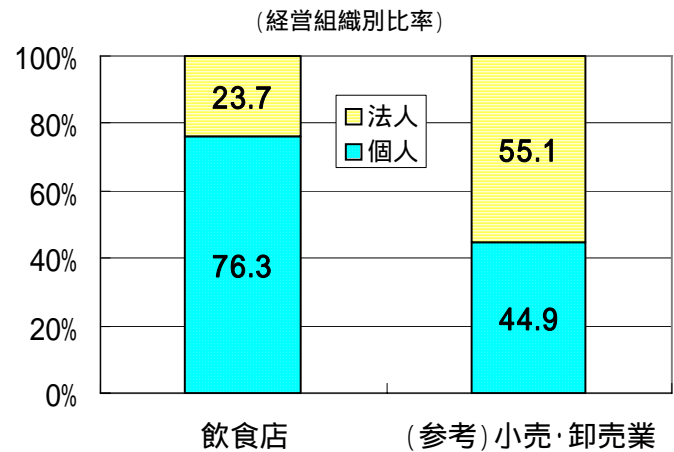


(2) 外食段階

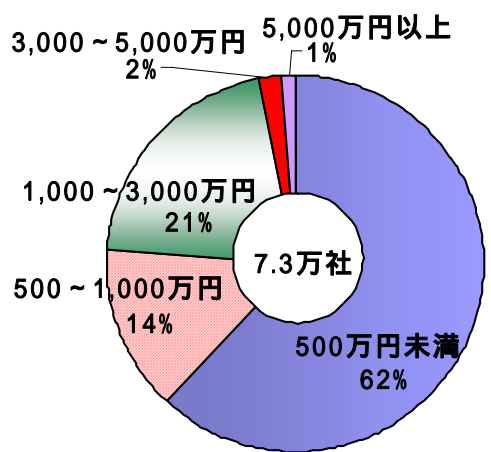
外食産業の構造

- ・ 外食産業は、個人経営が約8割を占め、また、法人経営においても中小・零細事業者(資本金5千万円以下)の割合が99%。
- ・ 外食の市場規模は、平成17年で約24兆円となっており、ピーク時の平成9年と比べ16%減少。
- ・ コンビニエンスストア等の中食産業との競合も激化。

外食産業における経営組織別事業所比率等(平成16年)

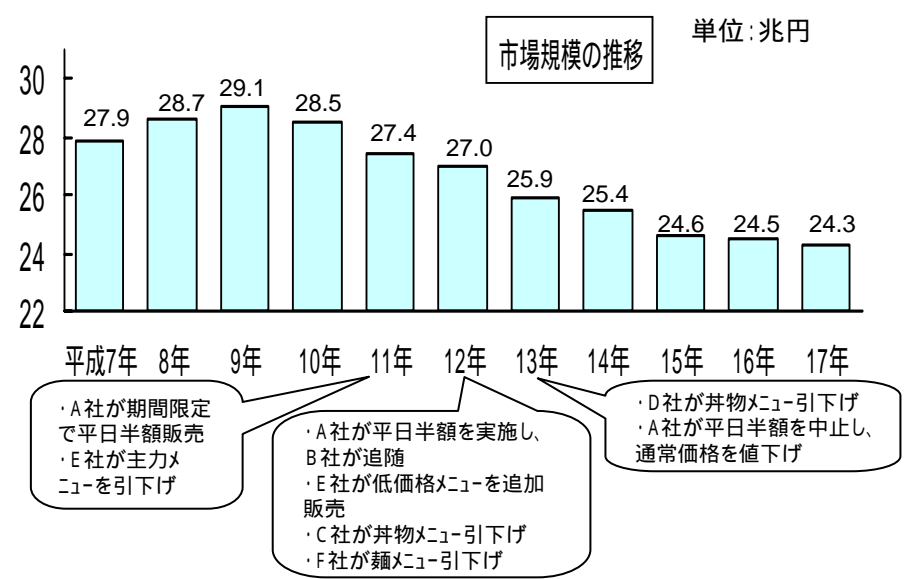


(法人の資本金別割合比率)



資料:総務省「事業所・企業統計」

外食産業の市場規模の推移

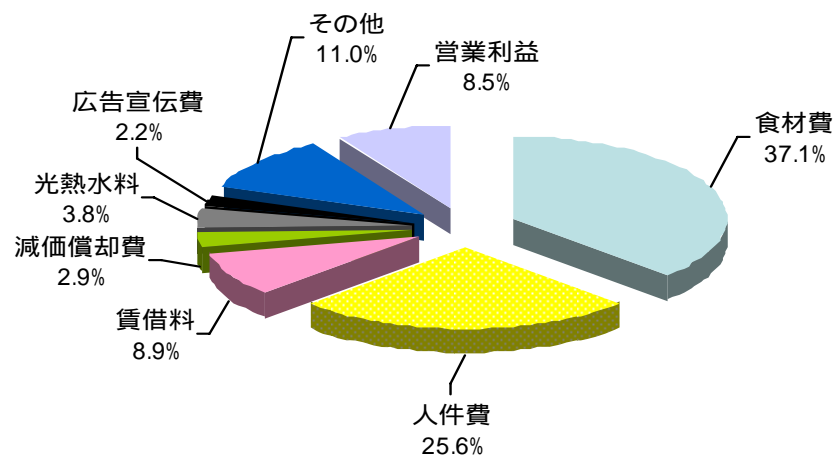


資料:(財)外食産業総合調査研究センター発表資料を基に作成

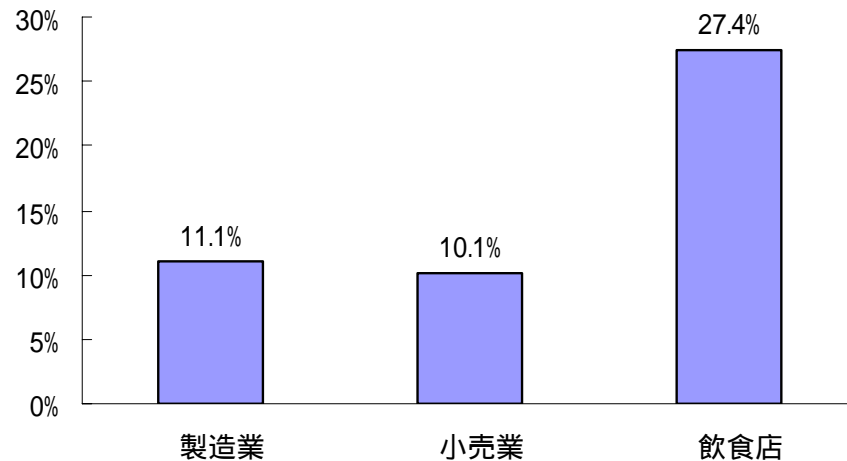
外食産業における最近の対応

- ・ 外食産業のコスト構成をみると、「食材費」が約4割弱、「人件費」が約3割弱。
- ・ 製造業、小売業等他産業と比べ労働集約型の産業。
- ・ 外食産業においては、接客にあたる従業員の育成確保が重要な課題であるが、景気の回復等により労働者の不足感が強まる一方、賃金も上昇傾向。
- ・ 外食事業者においては、個々の企業レベルでの食材のスペックや調達方法の見直し、厨房機器の改善、作業の見直し等のほか、企業の枠を超えた食材の共同仕入等の取組がみられるが、他方で、人件費等のコスト上昇分を企業努力では吸収できないとしてメニュー価格を引き上げる例もみられるところ。

外食の売上高に占めるコスト構成



売上高に占める給与総額の割合



資料:日本フードサービス協会「外食産業経営動向調査報告書」(平成17年3月)

資料:経済産業省「平成17年企業活動基本調査報告書」(平成16年度実績)
注:調査対象は従業員50人以上かつ資本金3,000万円以上の企業である。