

第2節 我が国の食料自給率の動向

食料自給率¹とは、国内の食料消費が国産でどの程度賄われているかを示す指標で、特定の品目の自給率を示す品目別自給率と食料全体について品目ごとに単位（供給熱量²（カロリー）又は生産額）を揃えて算出する総合食料自給率があります。

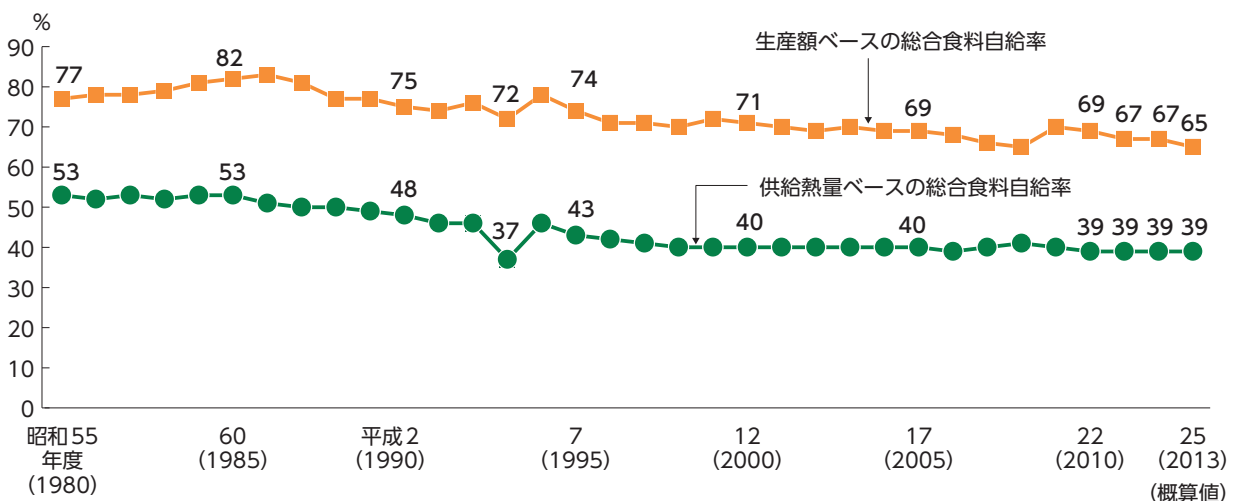
（我が国の食料自給率は近年横ばい）

我が国の食料自給率は、米の消費量が減少する一方で肉類の消費量は増加するなど食生活の大幅な変化や、農業就業者等の減少による国内生産力の低下を背景として、長期的に低下傾向で推移していましたが、供給熱量ベースでは平成9（1997）年度以降は40%前後、生産額ベースでは平成7（1995）年度以降は60%台後半から70%台前半で推移しています（図1-2-1）。

平成25（2013）年度の供給熱量ベースの総合食料自給率は、前年度と同率の39%となりました。これは、米について平成26（2014）年4月の消費税引上げ前の駆け込み需要等により国産主食用米の需要量が微増した一方、小麦や大豆の国内生産量が減少したこと等が主な要因となっています。

また、平成25（2013）年度の生産額ベースの総合食料自給率は、前年度に比べて2ポイント低下し65%となりました。これは、各品目を通じて円安方向への推移等により輸入単価が上昇したことに加え、果実等の国内生産額が減少したことが主な変動要因となっています。

図1-2-1 我が国の総合食料自給率の推移



（供給熱量ベースと生産額ベースの総合食料自給率の品目別構成割合の違い）

総合食料自給率は、食料全体の総合的な自給率を示す指標であり、供給熱量や生産額ごとに単位を揃えて算出されます。

1、2 [用語の解説] を参照

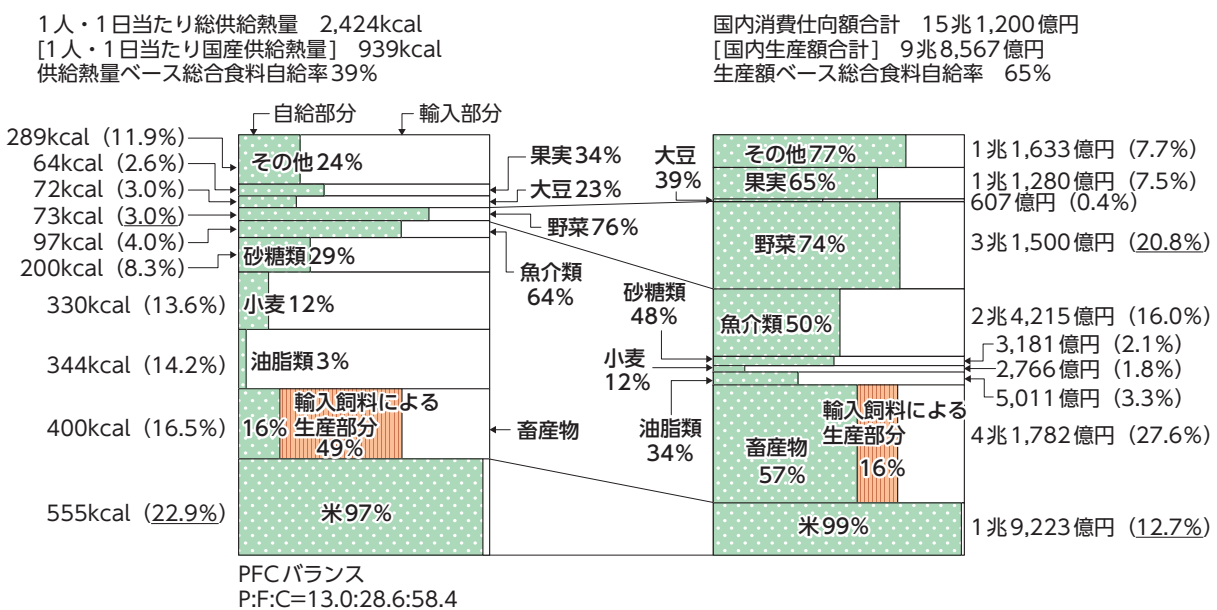
供給熱量ベースの総合食料自給率は、食料のエネルギーが生命と健康の維持に不可欠なものであるという観点から、栄養学的熱量（カロリー）に着目して計算したものです。

一方、生産額ベースの総合食料自給率は、熱量の比較的少ない野菜・果実、輸入飼料によって生産されるため国産供給熱量が低く算出される畜産物等の生産活動を反映させる観点から、経済的価値である生産額に着目して計算したものです。

このため、米と野菜について品目別の構成割合をみると、米の割合は供給熱量ベースで22.9%、生産額ベースで12.7%、野菜の割合は供給熱量ベースで3.0%、生産額ベースで20.8%となっています（図1-2-2）。

このように、供給熱量ベースの総合食料自給率と生産額ベースの総合食料自給率は、それぞれの観点の違いから、異なる意味合いを有する指標となっています。

図1-2-2 供給熱量ベースと生産額ベースの総合食料自給率（平成25（2013）年度）



資料：農林水産省「食料需給表」
注：平成25（2013）年度は概算値

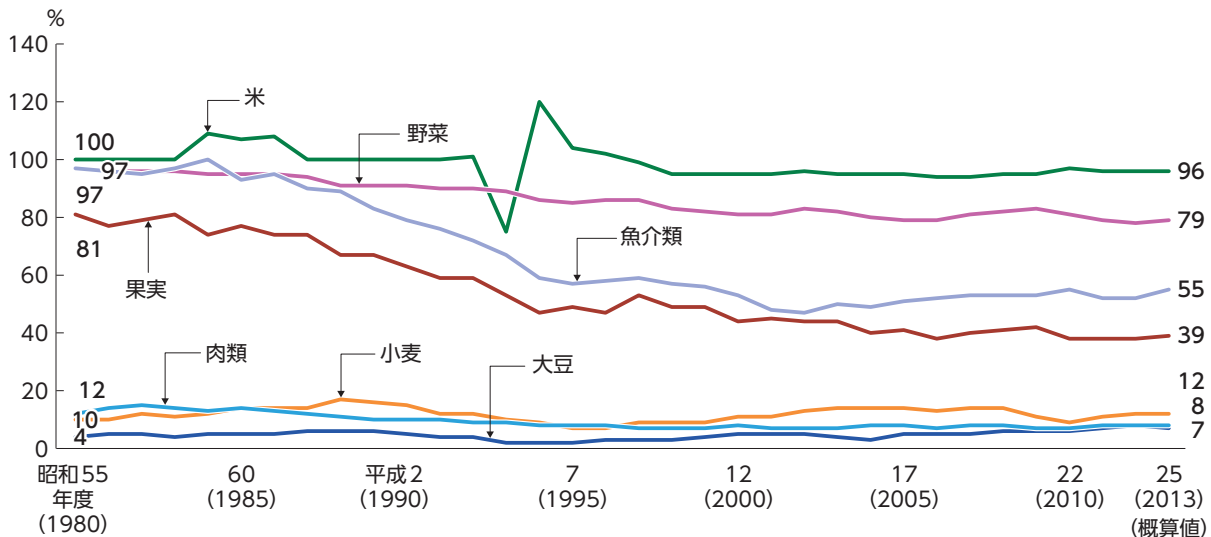
（大豆、小麦、肉類の自給率は低い水準で推移）

米、小麦といった特定の品目の自給率を示す品目別自給率については、最も計算しやすい重量ベースで算出されます。

各品目の自給率の推移をみると、国内での自給が可能な米の自給率が高い水準で推移している一方、大豆や小麦の自給率は低い水準にあります（図1-2-3）。

また、肉類については、我が国では飼料の多くを輸入に依存していることから、輸入飼料による生産部分を除いた自給率は、低い水準となっています。

図 1-2-3 我が国の品目別自給率の推移



資料：農林水産省「食料需給表」
注：肉類については、飼料自給率を考慮した自給率

(食料の潜在的な生産能力を示す食料自給力)

食料自給率のほか、農地・農業用水等の農業資源、農業技術、農業就業者、水産物の潜在的生産量、漁業就業者を構成要素とする、国内農林水産業生産による食料の潜在生産能力を示す食料自給力¹という考えがあり、新たな食料・農業・農村基本計画においては、食料自給力指標による我が国の国内の潜在生産能力とその動向が併せて示されました。

(食料自給率向上に向けた国産農林水産物・食品の消費拡大の取組)

平成20(2008)年より、農林水産省は、国、民間企業、団体、消費者が一体となって国産農林水産物・食品の消費拡大に向けた取組「フード・アクション・ニッポン」を推進しています。

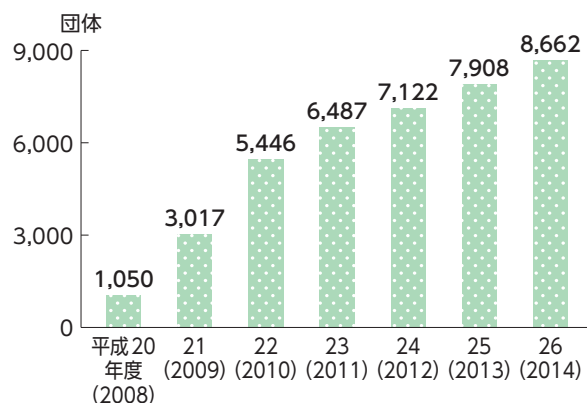
この取組の趣旨に賛同する企業・団体等は、「推進パートナー」として取組に参加し、国産食材の販売促進やイベントの開催等、国産農林水産物・食品の消費拡大に向けた活動を行っています(図1-2-4)。

「フード・アクション・ニッポン」では、その他にも、国産農林水産物・食品の消費拡大に寄与する優れた地域の取組を顕彰する「フード・アクション・ニッポンアワード」に取り組んでいます。

また、食品産業以外の異業種と連携し、国産農林水産物・食品の消費拡大を図ることが重要です。このため、農林水産省で

は、観光業界の企業や団体等と連携し、国産食材、特に地域食材を活用した食品の消費拡

図 1-2-4 「フード・アクション・ニッポン」の推進パートナー数の推移



資料：農林水産省調べ
注：各年度3月末現在の数値

1 [用語の解説]を参照。また、特集2「新たな食料・農業・農村基本計画」を参照

大に資する取組として「日本の食でおもてなし事業」を推進しています。具体的には、国内の宿泊事業者、飲食事業者、製造事業者等の各観光関連事業者に「日本の食でおもてなしパートナー」としての参加を呼びかけるとともに、ホームページ上で「日本の食でおもてなしパートナー」の地域食材や国産食材を活用した取組や施設を検索できる地図の公表、生産・製造・販売等の農林水産物・食品関連事業者と食材仕入れ企業のマッチングを図る商談会への出展、地域の観光関連事業者や生産者等が地域食材の活用方法を協議する会議の開催等を実施しました。



「日本の食でおもてなし事業」のロゴマーク