

食品産業をめぐる情勢について ～食品産業の持続的发展に向けて～

SDGsで食品産業を
サステナブルに！



フード・アクション・ニッポン マスコットキャラクター
「こくさん」と愛犬の「ゴチ」

令和元年 7 月

無断転載不可

Today's Topics

I -1

- 世の中の変化

I -2

- SDG s × 食品産業

II

- 売り方の変化

III -1

- 働く人の変化

III -2

- 新たな外国人材の受入れ

IV

- 生産性、新市場、環境、食口ス

V

- 輸出

VI

- 事業再編・事業承継

I -1 世の中の変化 食品産業の持続的な発展に向けて

1. 課題

人口減少(国内)・
人口増加(海外)

生産性向上

働き方改革・関連法の施行

新時代の取引慣行へ

SDGsへの対応

HACCP対応

TPP11、日EU・EPAなど

IoT、Society5.0

etc

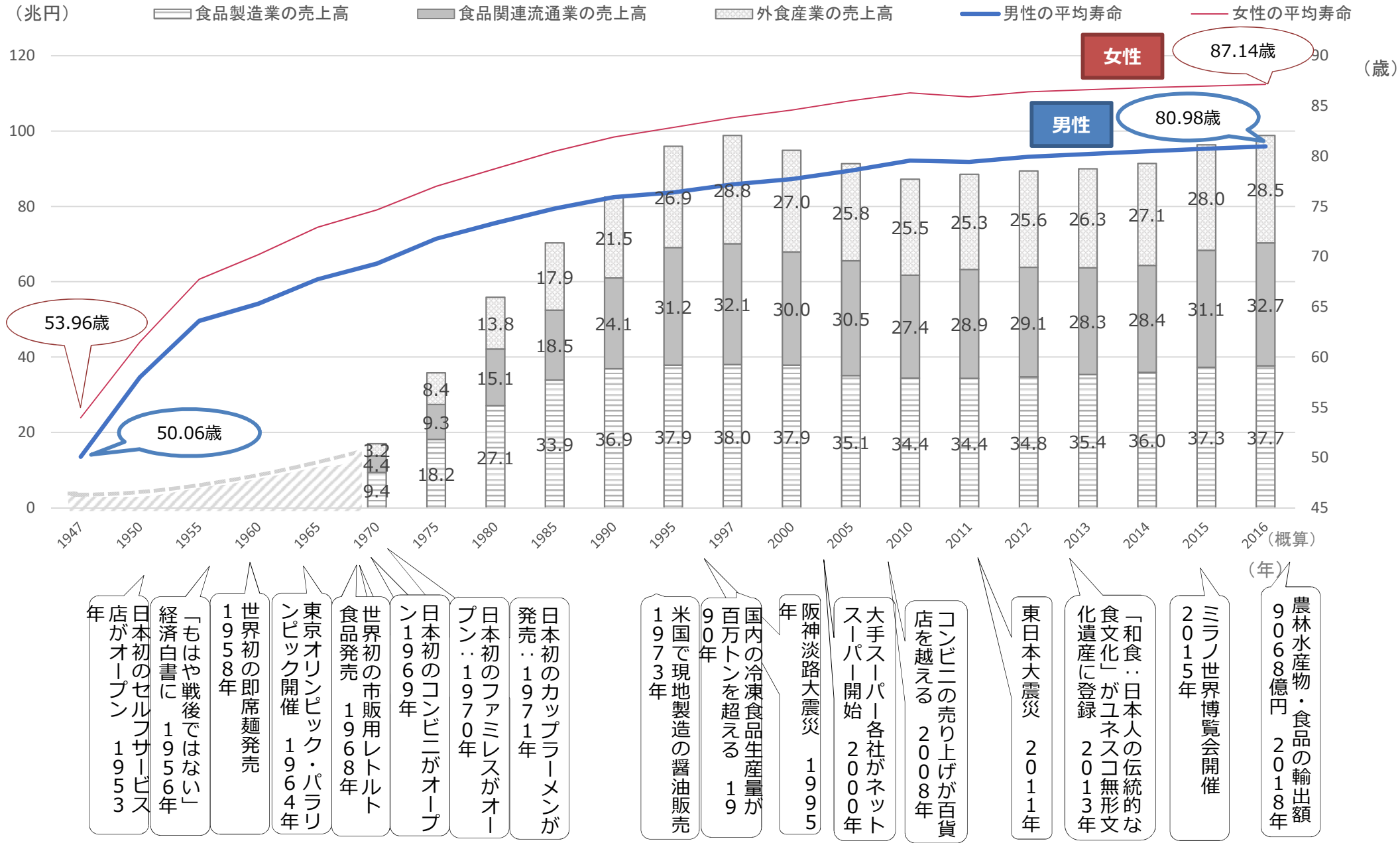
2. (P→)D→C→A?

PDCAサイクルという概念の問題点(桐蔭法科大学院教授・弁護士 中島肇先生)

1. 「PDCAサイクル」によってむしろ日本企業意思決定
2. なぜ日本的組織では「PDCAサイクル」が機能しないのか。
 - ・エリートの「無謬性の罠」・・・「C(チェック)」する者が修正を指摘できない。
 - ・日本陸軍の「無謬性の罠」・・・計画どおり進行しない作戦を修正する柔軟性を失った。
 - ・日本メーカーの「無謬性の罠」・・・「検査」部内が窓際族で予算がつかない

→未来が見えない時代にはまずDから始めてみるのも選択肢。
(間違っていたら修正する。失敗を糧にした回復力こそ重要。)

〈世の中の変化〉 食品産業の国内生産額と日本人の平均寿命の推移



資料：農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」、厚生労働省「完全生命表」「簡易生命表」
注)「農業・食料関連産業の経済計算」はS45年から調査を開始。平均寿命とは0歳の平均余命。

〈世の中の変化〉 平均寿命と健康寿命の国際比較

■ 日本は、世界有数の長寿国。

2016年平均寿命国際比較(男女平均)

順位	国名	平均寿命(歳)
1	日本	84.7
2	スイス	83.3
3	スペイン	83.1
4	オーストラリア	82.9
4	フランス	82.9
4	シンガポール	82.9
平均値		72

男 : 81.1
女 : 87.1

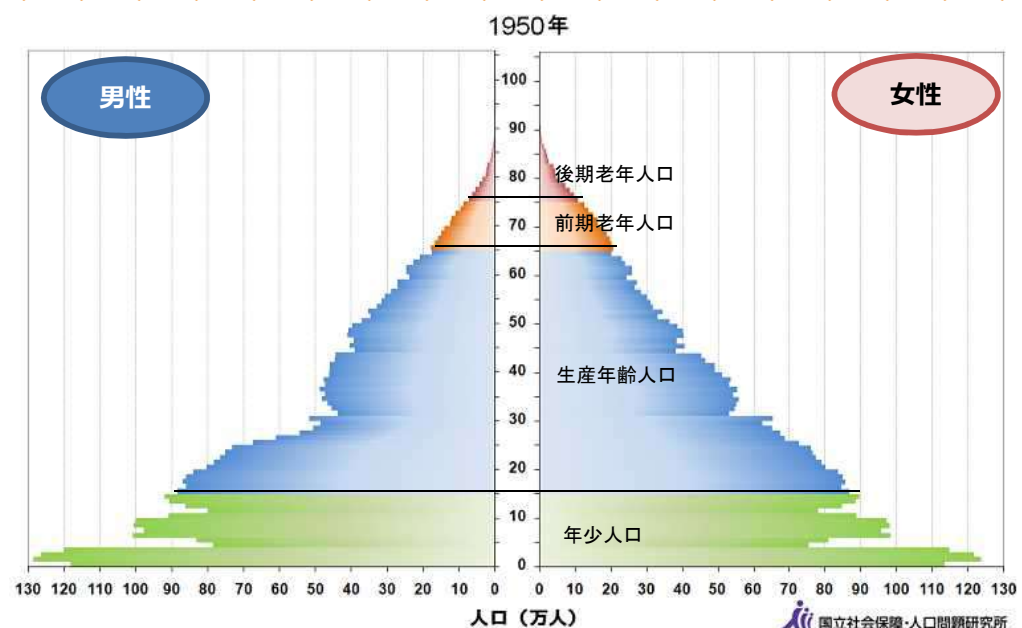
男 : 72.6
女 : 76.9

2016年健康寿命国際比較(男女平均)

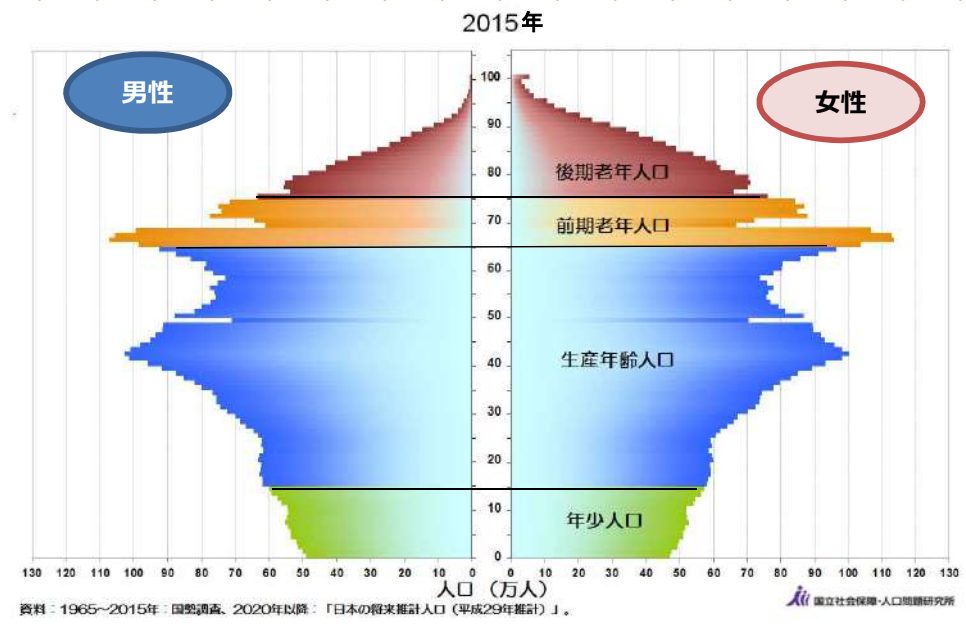
順位	国名	健康寿命(歳)
1	シンガポール	76.2
2	日本	74.8
3	スペイン	73.8
4	スイス	73.5
5	フランス	73.4
平均値		63.2

※健康寿命：健康の問題で日常生活が制限されことなく、生活出来る期間
出典：WHO（Life expectancy and Healthy life expectancy Data by country）

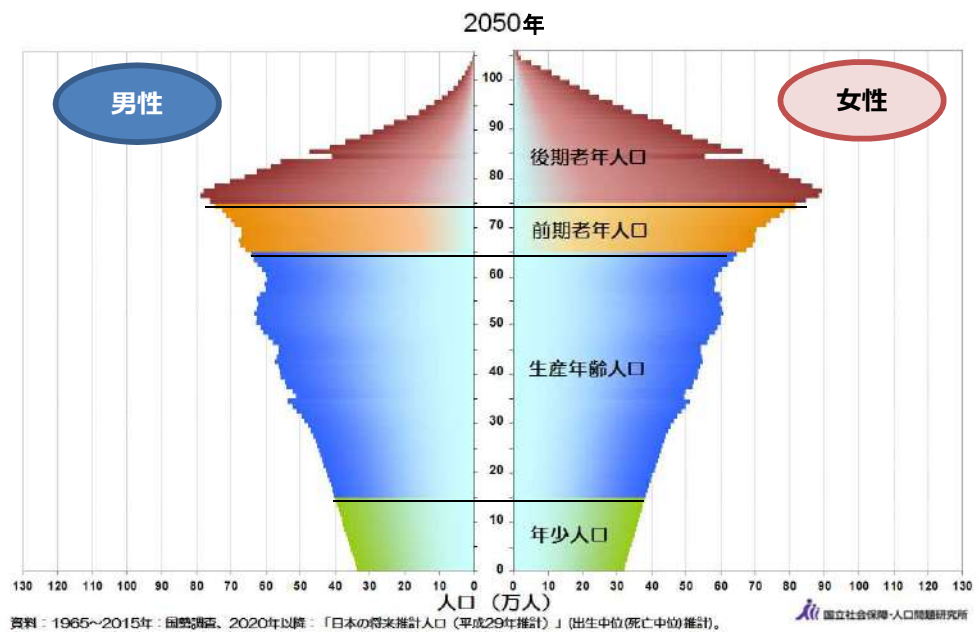
〈世の中の変化〉 人口構成の変化（1950年、2015年、2050年）



資料：1920～2010年：国勢調査、推計人口、2011年以降：「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」。



資料：1965～2015年：国勢調査、2020年以降：「日本の将来推計人口（平成29年推計）」。



資料：1965～2015年：国勢調査、2020年以降：「日本の将来推計人口（平成29年推計）」（出生中位(死亡中位)推計）。

〈世の中の変化〉 (参考) 仮に出生・死亡の状況が今後一定で推移した場合の将来人口

(万人)

140,000

120,000

100,000

80,000

60,000

40,000

20,000

0

1920 1940 1960 1980 2000 2020 2040 2060 2080 2100 2120 2140 2160 2180 2200 2220 2240 2260 2280 2300 2320 2340 2360 2380 2400 2420 2440 2460 2480 2500 2520 2540 2560 2580 2600 2620 2640 2660 2680 2700 2720 2740 2760 2780 2800 2820 2840 2860 2880 2900 2920 2940 2960 2980 3000

2013年
約12,700万人

2100年
約5,200万人

平成25（2013）年性、年齢別人口（総人口）を基準人口とし、平成25（2013）年における女性の年齢別出生率（合計特殊出生率：1.43）、出生性比（女性100に対して男性105.1）および生命表による死亡率（平均寿命男：80.21年、女：86.61年）が今後一定とした場合の将来の人口。国際人口移動はゼロとしている。

世界の将来人口

(10億人)

10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0

1950 2000 2050 2100 2150 2200 2250 2300

(年)

出典：United Nations "World Population to 2300" (ST/ESA/SER.A/236)

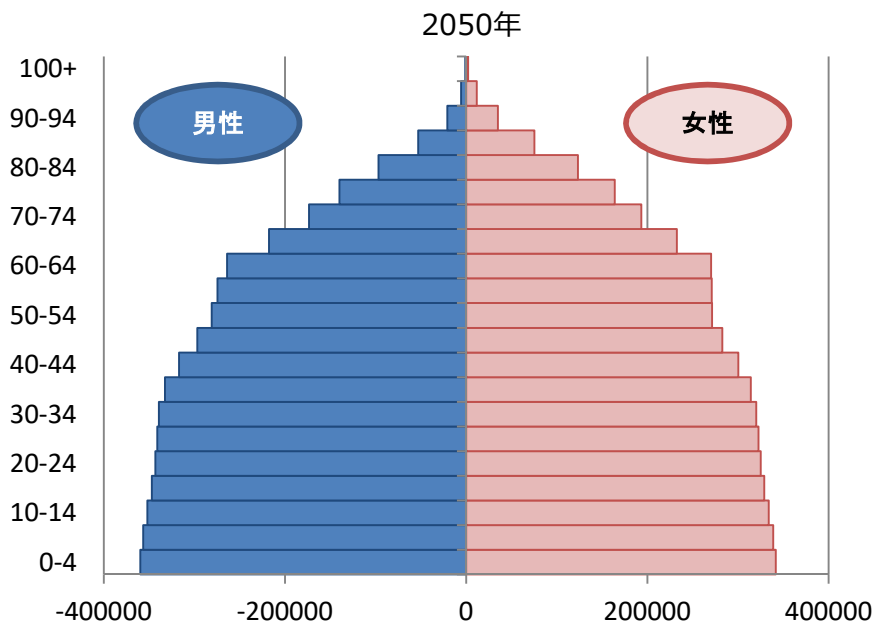
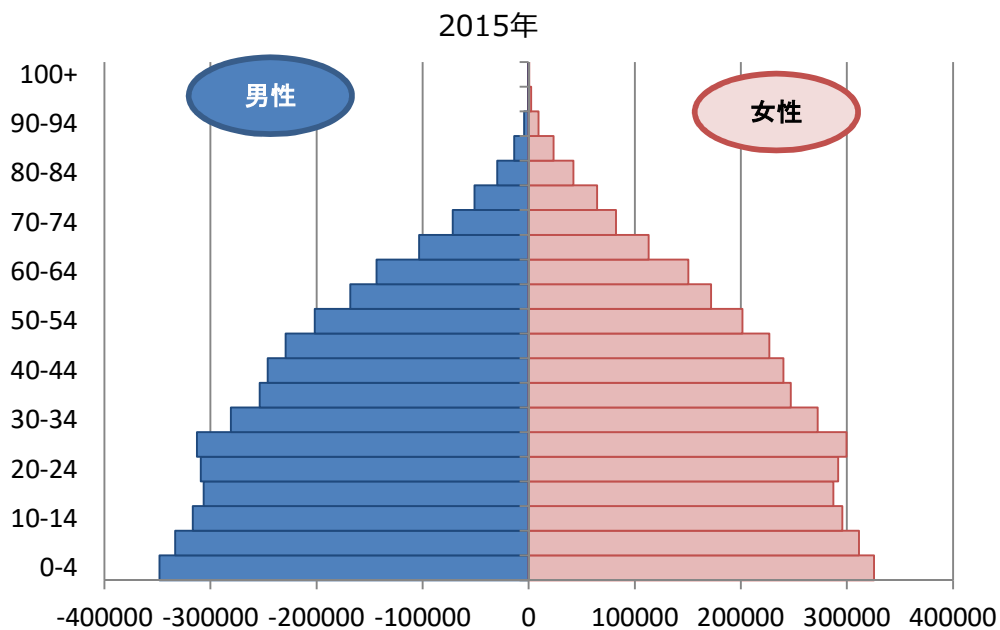
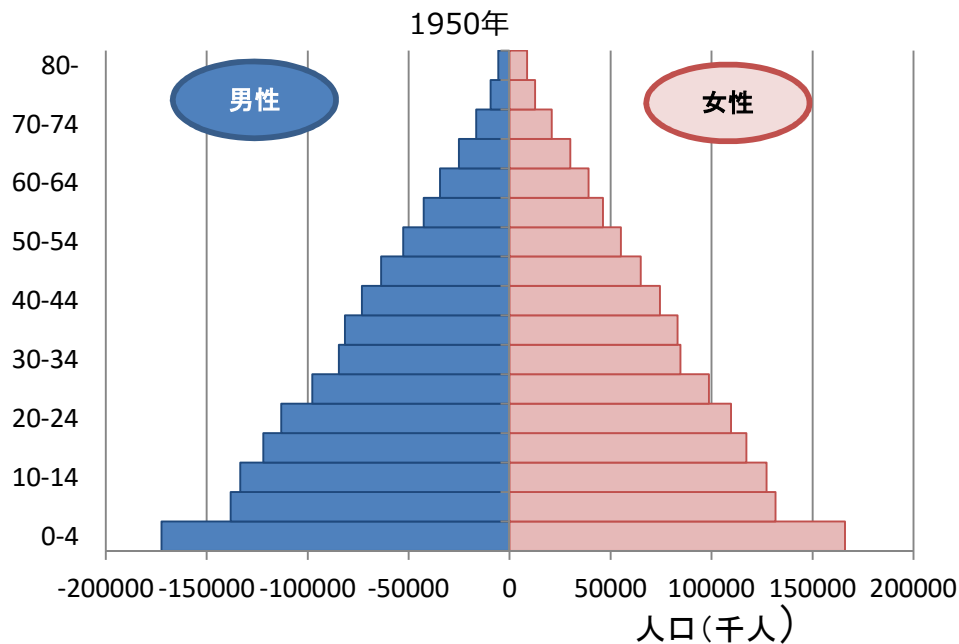
※「中位」シナリオによる予測

— 人口総数(実績)

● 人口総数(推計) 出典：国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2015)」より作成。

※ 上記はあくまでも今のままの出生・死亡状況との仮定を置いた単純な計算を示したもので、人口がこのようなことを予測するものではない。

〈世の中の変化〉
世界の人口構造の変化①（1950年、2015年、2050年）

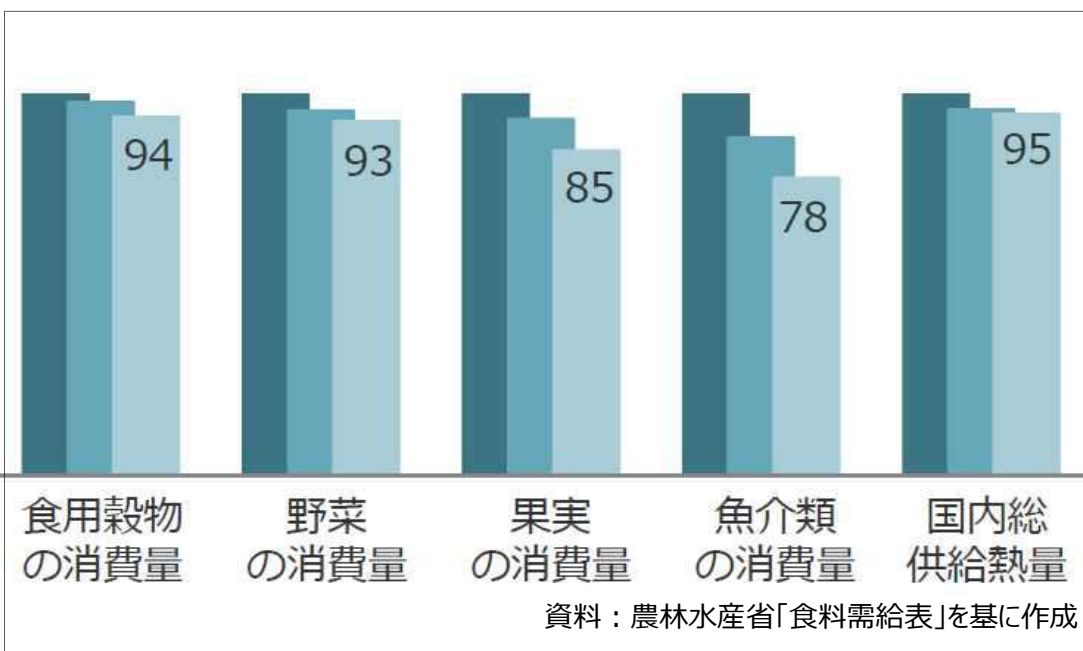


資料：国際連合「World Population Prospects 2017」より作成
※2050年に関しては中位シナリオを利用

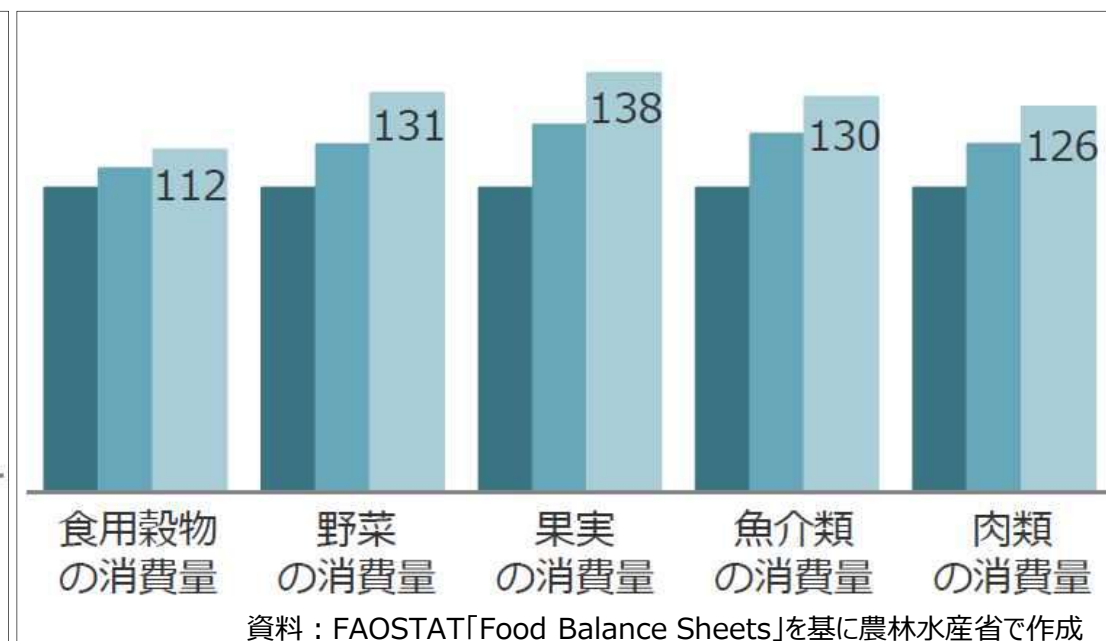
〈世の中の変化〉食料の国内・外需要

- 国内では約30年後の2050年の総人口は2016年比19.7%（2,501万人）減少の1億192万人となり、高齢化率は同比10.4ポイントの上昇の37.7%と推計。これを踏まえれば、食料の国内需要はこれまで以上の減少が進行するものと考えられる。
- 一方で世界に目をむけると、人口増加とともに経済成長も進み、2050年の穀物の消費量は2005年から2007年の3か年平均比で1.5倍に増加の見通しで、食料の世界需要は引き続き増加へ。

➤ 主要品目の国内需要（2006年度＝100の指数）
（左から、2006年度、2011年度、2016年度）



➤ 主要品目の海外需要（2006年度＝100の指数）
（左から、2003年度、2008年度、2013年度）

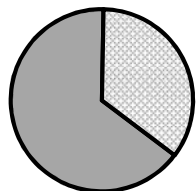


〈世の中の変化〉 少数世帯の増加

少数世帯の増加

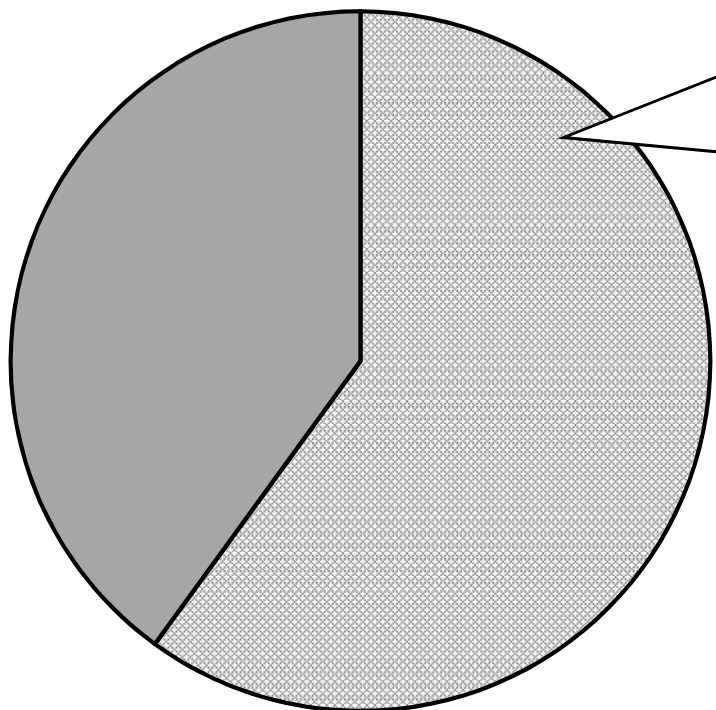


1980年



3,410万世帯中 約35%が単身/2人世帯

2015年



5,300万世帯中

約60%が単身/2人世帯



高齢単身 593万世帯
高齢夫婦 608万世帯

資料：総務省「昭和55年国勢調査」、「平成27年国勢調査」

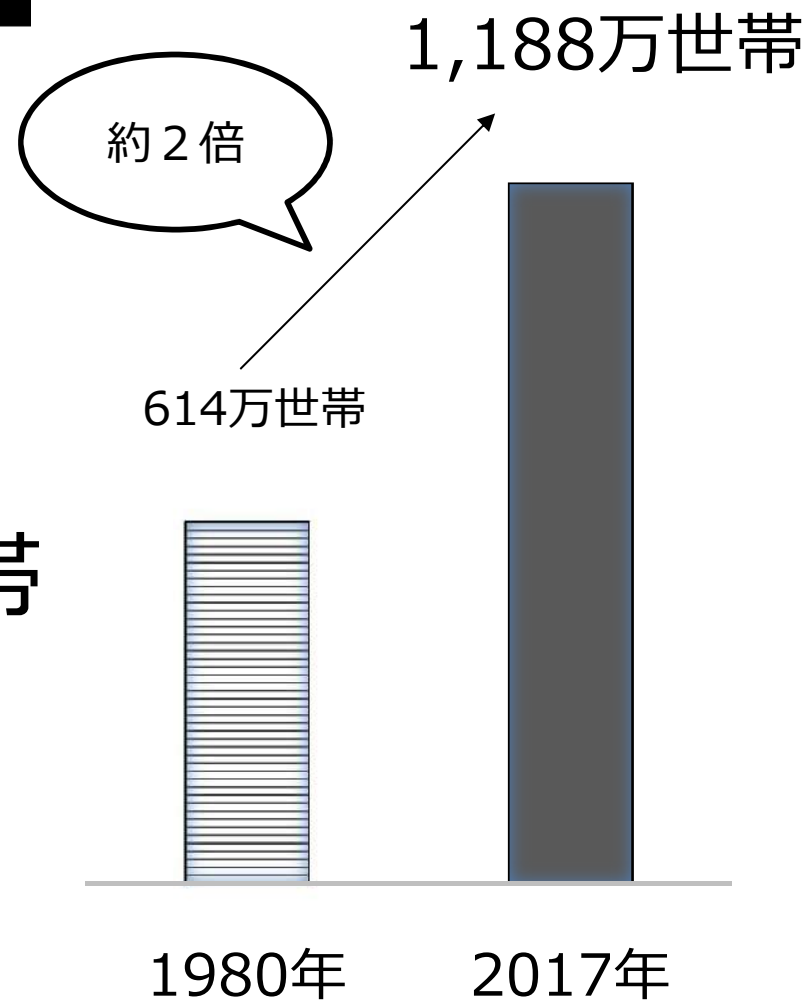
※2015年時点の2人世帯=夫婦のみの世帯、女親と子供から成る世帯、男親と子供から成る世帯の累計

〈世の中の変化〉共働き世帯の増加

共働き世帯の増加



1980年から約2倍
2017年の共働き世帯
1,188万世帯

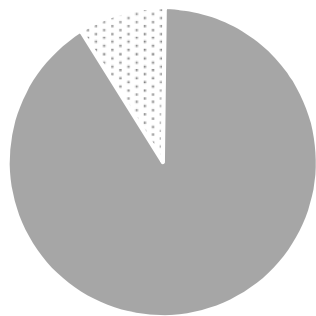


※2017年時点

資料：内閣府「平成30年版男女共同参画白書」

高齢化の進行

1980年

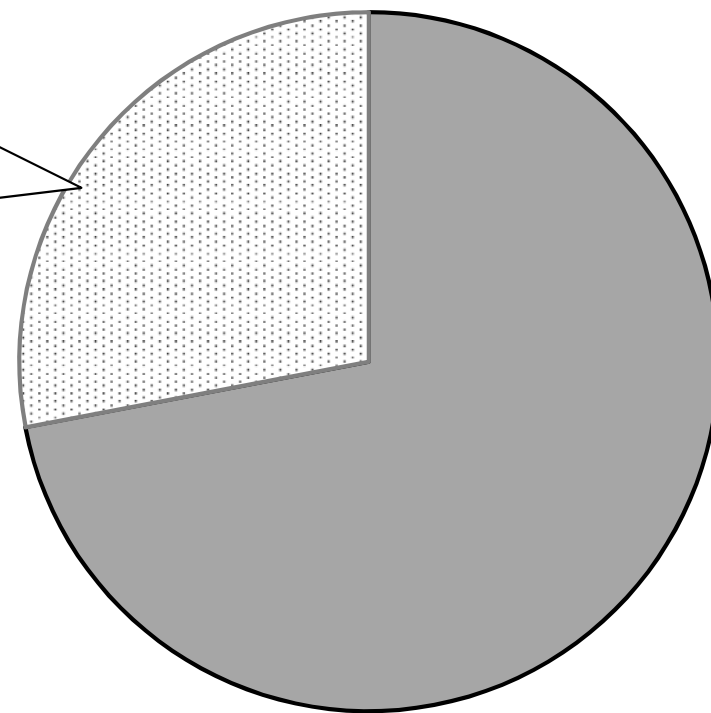


総人口に占める**高齢者人口**（65歳以上）の割合は**9.1%**

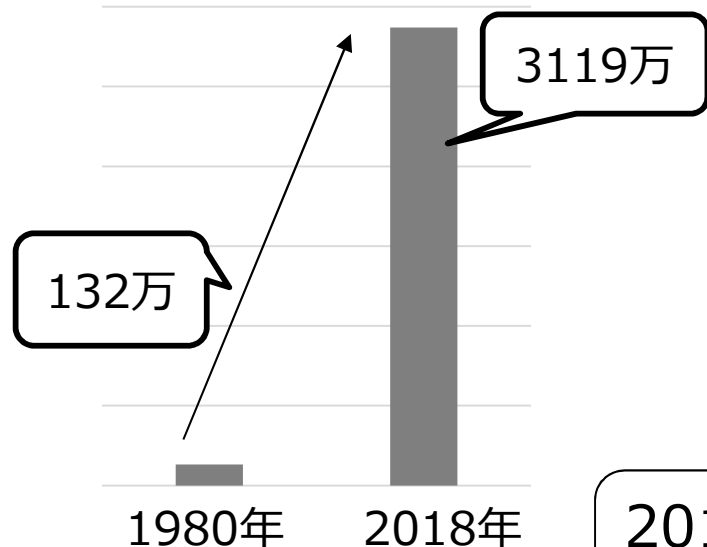
総人口に占める
高齢者人口（65歳以上）
の割合

28.1%

2018年



〈世の中の変化〉訪日客の増加



訪日客の増加

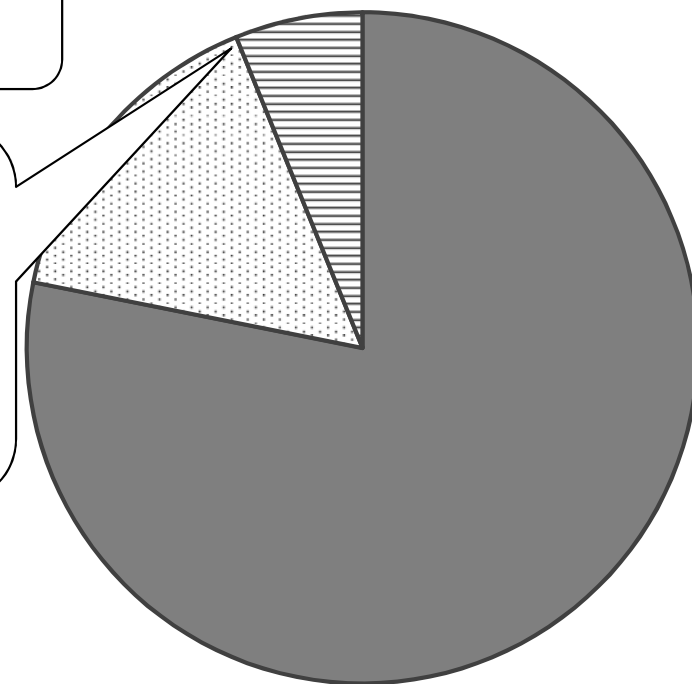
2018年の旅行者数

3119万人

2019年は、1月～3月累計
で800万人を超えたところ。

旅行消費額4兆5千億円のうち
食品消費

@国内 **9758億円**
(2018年)



※2019年1月時点

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局（J N T O）「統計データ（訪日外国人・出国日本人）」

I -2 SDG s ×食品産業

SDGsとは？

- SDGsとは、2015年9月の国連サミットで150を超える加盟国首脳参加のもと、全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた「持続可能な開発目標」のこと。
- すべての国の社会課題を対象とした**17のゴール**と、その課題ごとに設定された達成基準である**169のターゲット**から構成される。このゴールとターゲットによって、包括的で持続可能な社会の構築を目指す。
- SDGsでは、貧困や飢餓から環境問題、経済成長やジェンダーに至る広範な課題が網羅されており、**豊かさを追求しながら地球環境を守り**、そして**誰一人取り残さない**ことを強調し、2030年までに達成することが目標とされている。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



成長の限界に初めて気づいたのは1972年

「成長の限界」

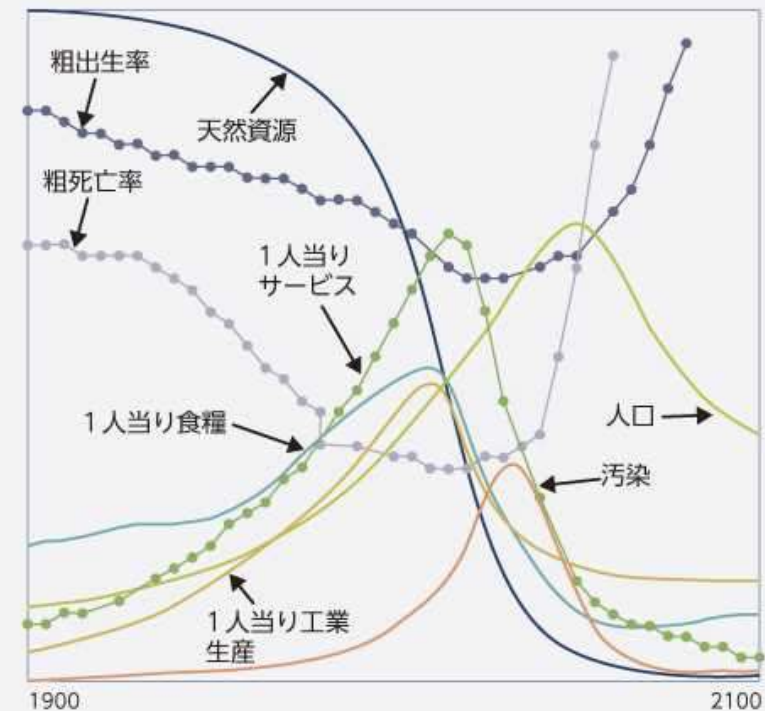
ローマクラブは資源と地球の有限性に着目し、マサチューセッツ工科大学のデニス・メドウズを主査とする国際チームに委託して、システムダイナミクスの手法を使用してとりまとめた研究で、1972年に発表された。

⇒「人口増加や環境汚染などの現在の傾向が続けば、100年以内に地球上の成長は限界に達する」

人は幾何学級数的（かけ算）に増加するが、食料は算術級数的（足し算）にしか増加しない

※ローマクラブ：イタリア・オリベッティ社の副会長であったアウレリオ・ペッチェイの考えに賛同した、世界各国の政治家、外交官、産業人、自然・社会学者、各種分野の学識経験者などが集まり、資源・人口・軍備拡張・経済・環境破壊などの全地球的な「人類の根源的大問題（The Problematique）」に対処するために設立された民間のシンクタンク。

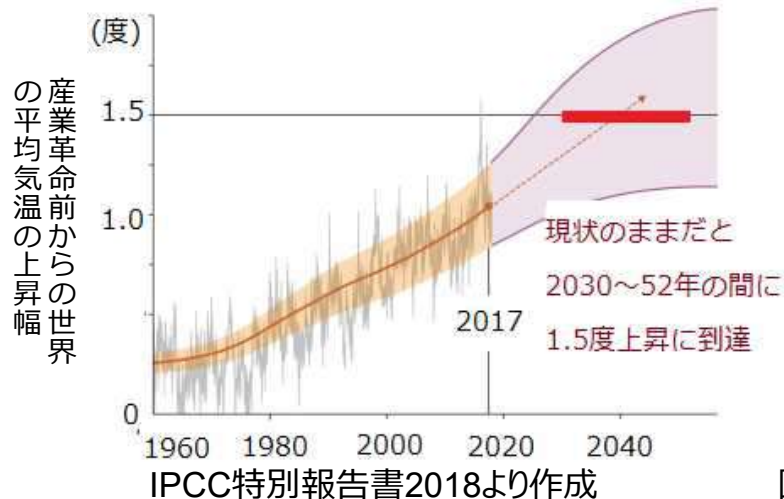
成長の限界で予測されたシナリオ



資料：「成長の限界」(D.Hメドウズら、1972)

2030年の地球と日本とSDGs

地球環境問題の深刻化



世界人口の増加

2015年
74 億人

↓

2030年
82~89 億人

国連:World population Prospects 2017

日本人口の減少

2015年
1.27 億人

↓

2030年
1.17~1.22 億人

国立社会保障・人口問題研究所推計2017

農産物の減収・品質低下
大規模災害の発生
生活・作業環境の悪化

資源の争奪戦

労働力不足
国内需要の減退

2030年はこれまでの人類が経験したことのない世界

大きな変化に耐えて、Sustain（維持）able（できる）
になるためには、「**変革**」が必要

SDGsに関する誤解

SDGsは開発途上国の問題



SDGsは国が主導



SDGsは慈善事業



SDGsは大企業がやること



SDGsに関心のある消費者は
いない



SDGsは一過性の流行



株式上場していなければESG
金融は関係ない



なぜSDGsが注目されるのか？ ～民間企業にとっての価値～

- かつては、環境問題や社会課題は国や国際機関が対処すべきもの、という考え方が一般的だったが、近年、世界的に深刻化する環境問題及び経済・社会問題に対し、**国や国際機関だけでは対処しきれない現実**が露わになっている。一方で、**企業の経済的・社会的影響力**が世界的に拡大しており、その影響力を企業自ら適切に行使することが求められている。
- 他方、**SDGsは、現在、企業に求められている様々な変革とイノベーションを先取り**しており、構造的な改革が求められる食品産業にとっても、極めて重要な取組になると考えられる。

～民間企業にとっての価値～

- ステークホルダーとの関係性の改善と発展

- 社会課題解決は巨大なビジネスチャンス

- SDGsを共通言語に、さまざまな主体との協働が実現

- 資金調達に益するESG投融資



特に企業の行動を加速化

企業の社会的責任へのコミットメントを

国連グローバル・コンパクト

1999年の世界経済フォーラム（ダボス会議）の席上で**コフィー・アナン**国連事務総長（当時）が提唱。
人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、そして腐敗の防止に関わる10の原則

"世界共通の理念と市場の力を結びつける力を探りましょう。民間企業のもつ創造力を結集し、
弱い立場にある人々の願いや未来世代の必要に応えていこうではありませんか"



更にコフィー・アナンは考えた～どうしたら企業を巻き込めるのか？

ESG投資と責任投資原則（PRI）

- 責任投資原則とは、2006年当時の国際連合事務総長**コフィー・アナン**が金融業界に対して提唱したイニシアティブ。
法的拘束力のない任意の原則。
- ESG課題【環境問題（Environment）や社会問題（Social）、企業統治（Governance）】を考慮する事が機関投資家にとって投資リスクマネジメント基準及び社会的責任になるとして、**持続可能な社会の構築に向けて貢献できているかどうかに着目して企業を選別する投資手法。**

従業員から見た企業：どんな会社で働きたいですか？

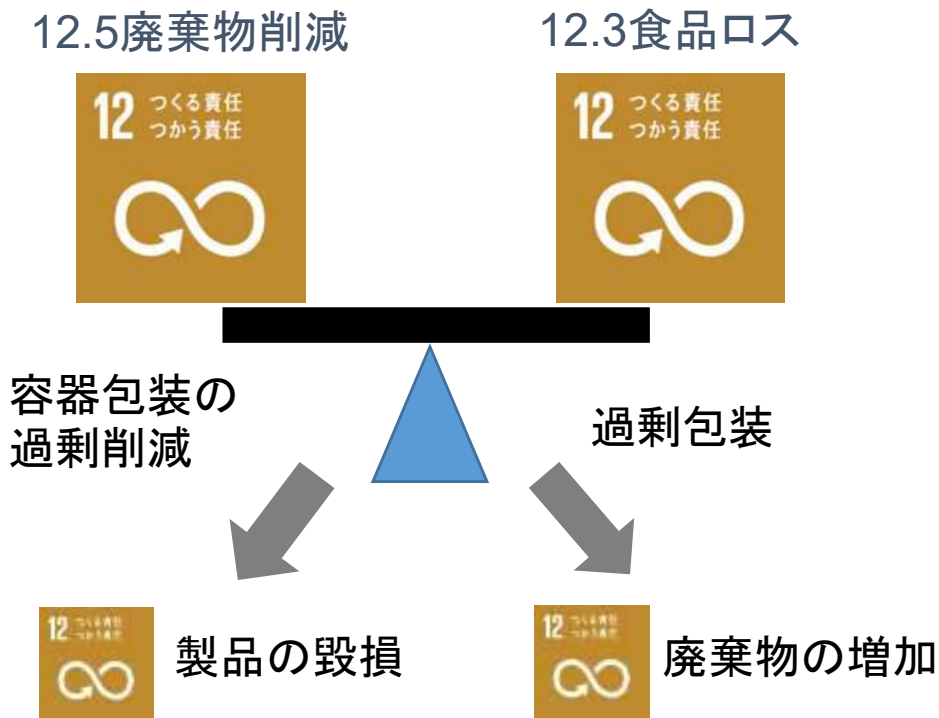
	A社	B社	C社
初任給	23万円	21万円	20万円
資本金	1 千億円	100億円	1億円
人材育成 働き方	➤ キャリアに必要な技能・知識を習得するための費用を補填。 ➤ 仮眠室にシャワーを完備。	➤ 徹底したオフィス改革により年間総労働時間1800時間以下。 ➤ 兼業を推奨。	➤ 等級別・階層別研修を実施。 ➤ 有期雇用を無期化。
女性活躍	➤ 女性登用やセクハラ防止のための社内研修を実施。	➤ 女性管理職比率25%。 ➤ 2025年までに30%をめざす。	➤ 社内保育所や各種制度の充実により「プラチナくるみんマーク」を取得。
原料調達 の考え方	➤ コスパの高い商品づくりをめざし、各国のサプライヤーと連携して、安価で高品質な食材を調達。	➤ 原料の生産によって、環境破壊や人権蹂躪がないことを確認する調達方針を策定し遵守。	➤ 地域食材にこだわり、地元農家と契約栽培。 ➤ 県内産原料比率 50% 国産比率 80%。
環境配慮	➤ 各種法令遵守を徹底。 ➤ ISO14001を取得。	➤ 植林により、工場で使用する水と同量レベルの水資源涵養を実現。	➤ 余剰在庫をフードバンクに寄付して食品ロスを削減。

このスライドはフィクションです。実在の会社とは一切関係ありません。

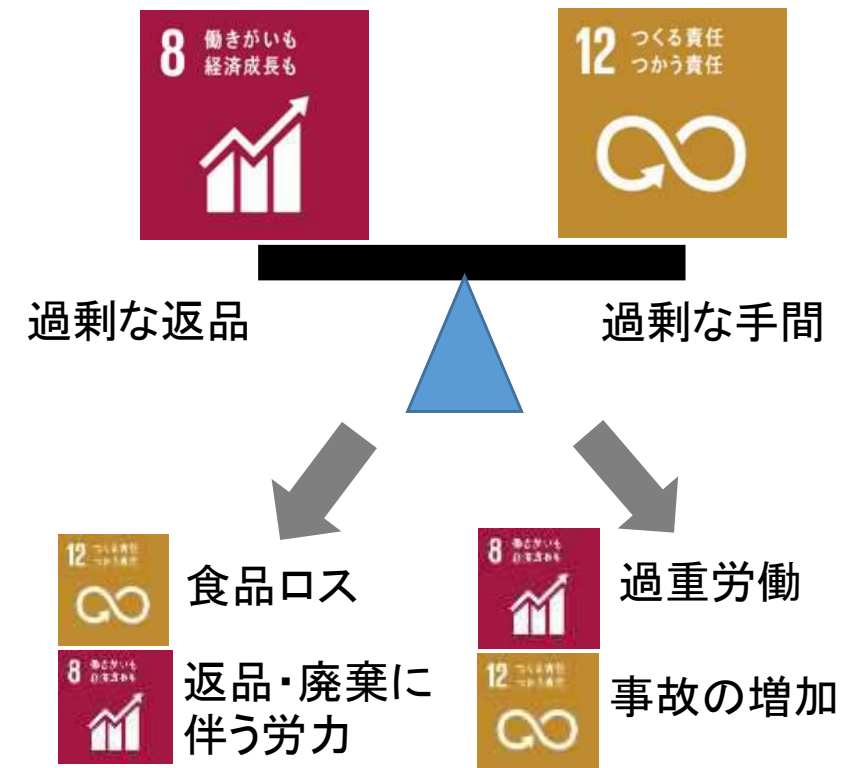
SDGsの3つの「いけない」～ひとつの目標だけを見てはいけない

目標同士がトレードオフの関係にあることも。バランスを欠いた場合には共倒れに。

容器包装の削減 vs 食品ロス



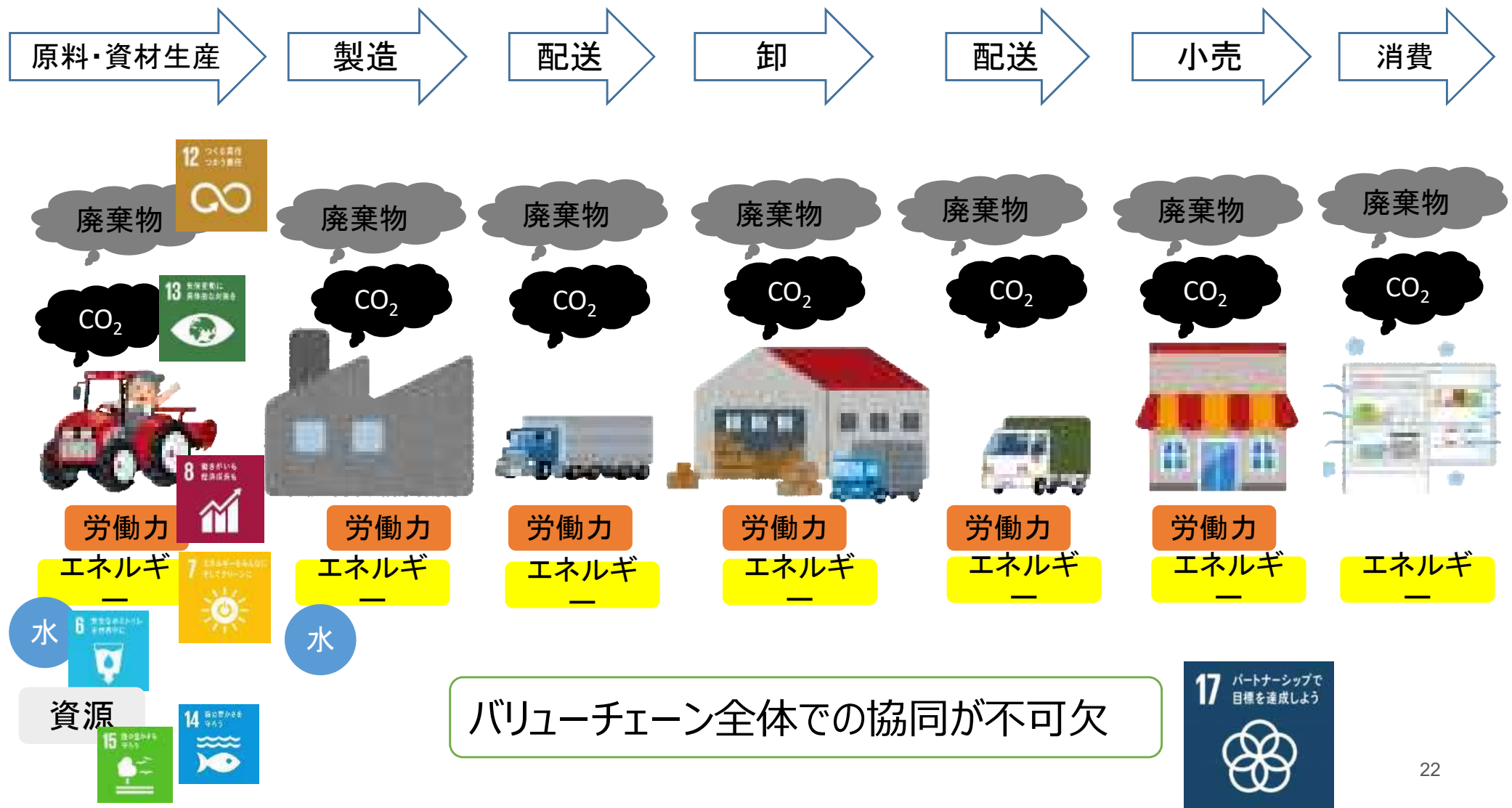
労力 vs 食品ロス



適正なバランスと、判断を助ける「ものさし」が不可欠

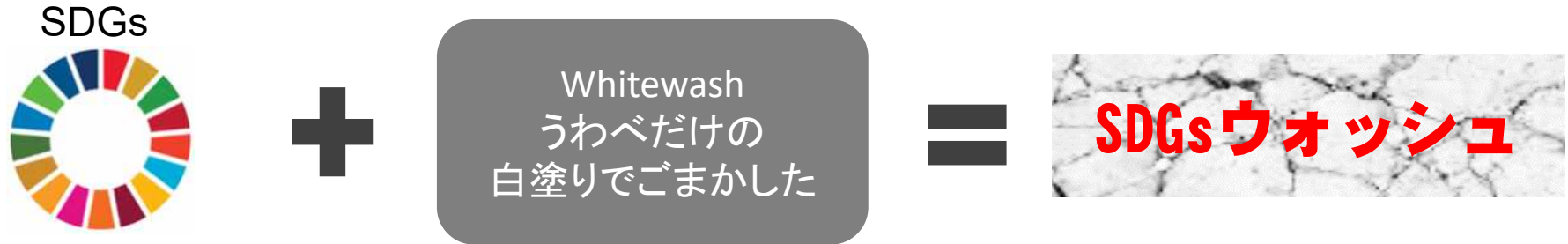
SDGsの3つの「いけない」～自分のことだけを考えてはいけない

負荷を他人に押しつけても、社会問題は解決せず、損失が増加。



SDGsの3つの「いけない」～ SDGsウォッシュではいけない

SDGsウォッシュとは：SDGsに真剣に取り組んでいないのに、取り組んでいるフリをすること



企業トップと社会とのよくある約束

「持続可能な開発目標（SDGs）」の活動などグローバルな社会問題に積極的に取り組み、世界が直面するさまざまな課題解決に貢献してまいります

事件は現場で起きている

全社的に問題を共有し、有言実行することが不可欠

- SDGsの17の目標ごとに背景や食品産業とのつながり、先行企業による事例を紹介。
- 企業がSDGsに取り組むアプローチや、取組によるメリットに関するインタビュー記事を紹介。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 食品産業

～持続可能な社会と食品産業発展のために私たちにできること～

17の目標と食品産業

SDGsとは?

食品産業にとっての価値

始まった食品事業者の取組

関連サイト

41社
64事例
を紹介!

2 飢餓を
ゼロに



敷島製パン
「国産小麦
“ゆめちから”
の特性を生か
したパンづく
り」



meiji



SUNTORY



不二製油



To Be Continued

13社のイ
ンタ
ビューを
実施!

Ⅱ 売り方の変化

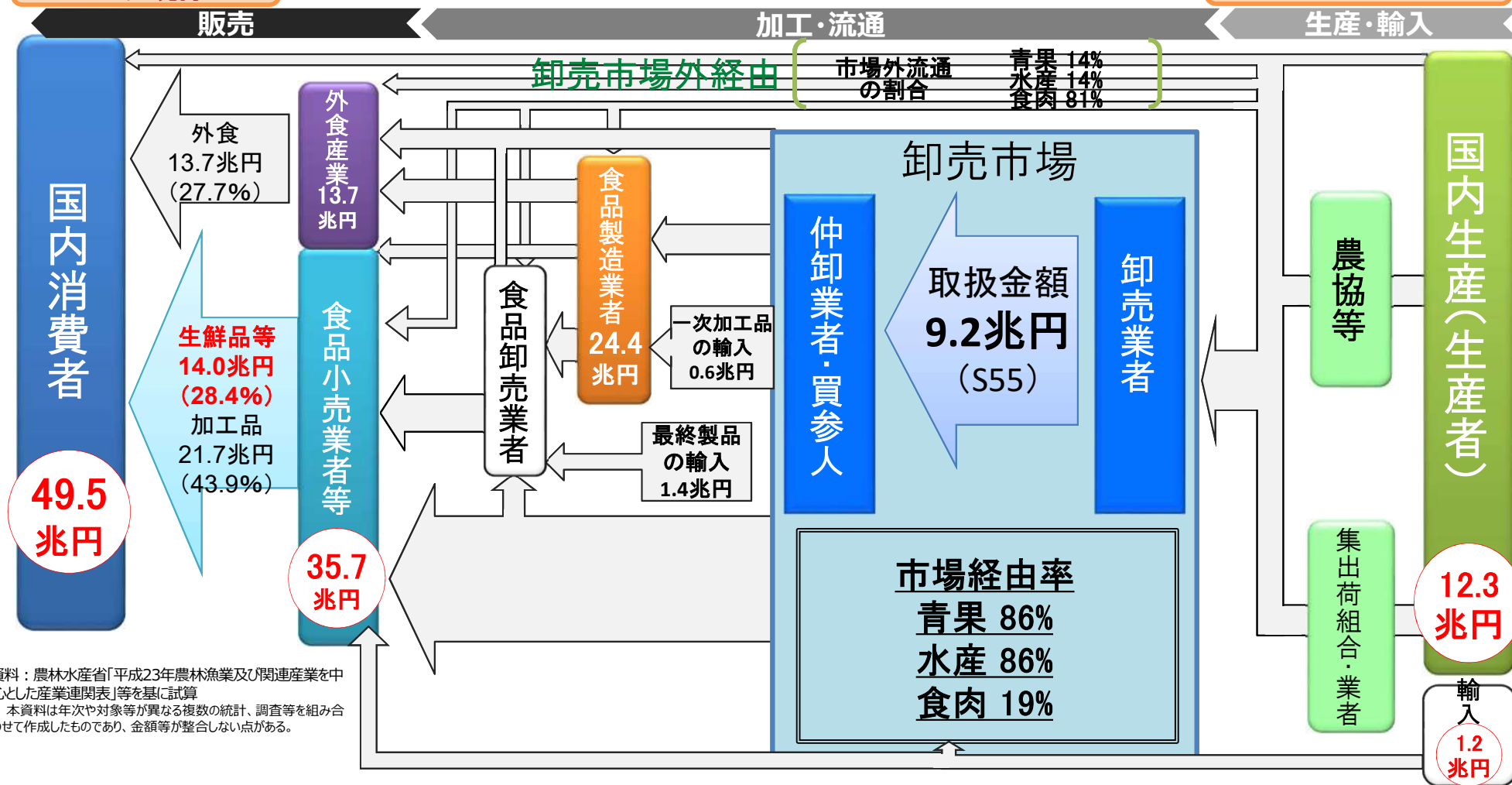
食品の流通構造の変化①

- 最終消費の形態における生鮮品の割合は低下。(28.4%→16.3%)
- 昭和50年代は、卸売市場流通が支配的なシェアを有していたが、現在は、市場取引のほか、産直取引、契約栽培、直売所、ネット通販など、多様な流通が行われており、また、市場取引の内容も実際に卸売市場に商品を持ち込まず(商物一致の例外) 市場の代金決済のみを利用するものもあるなど、大きく変化。

昭和50年代

飲食料の国内最終消費
49.5兆円

国内消費向け食用農林水産物
13.5兆円



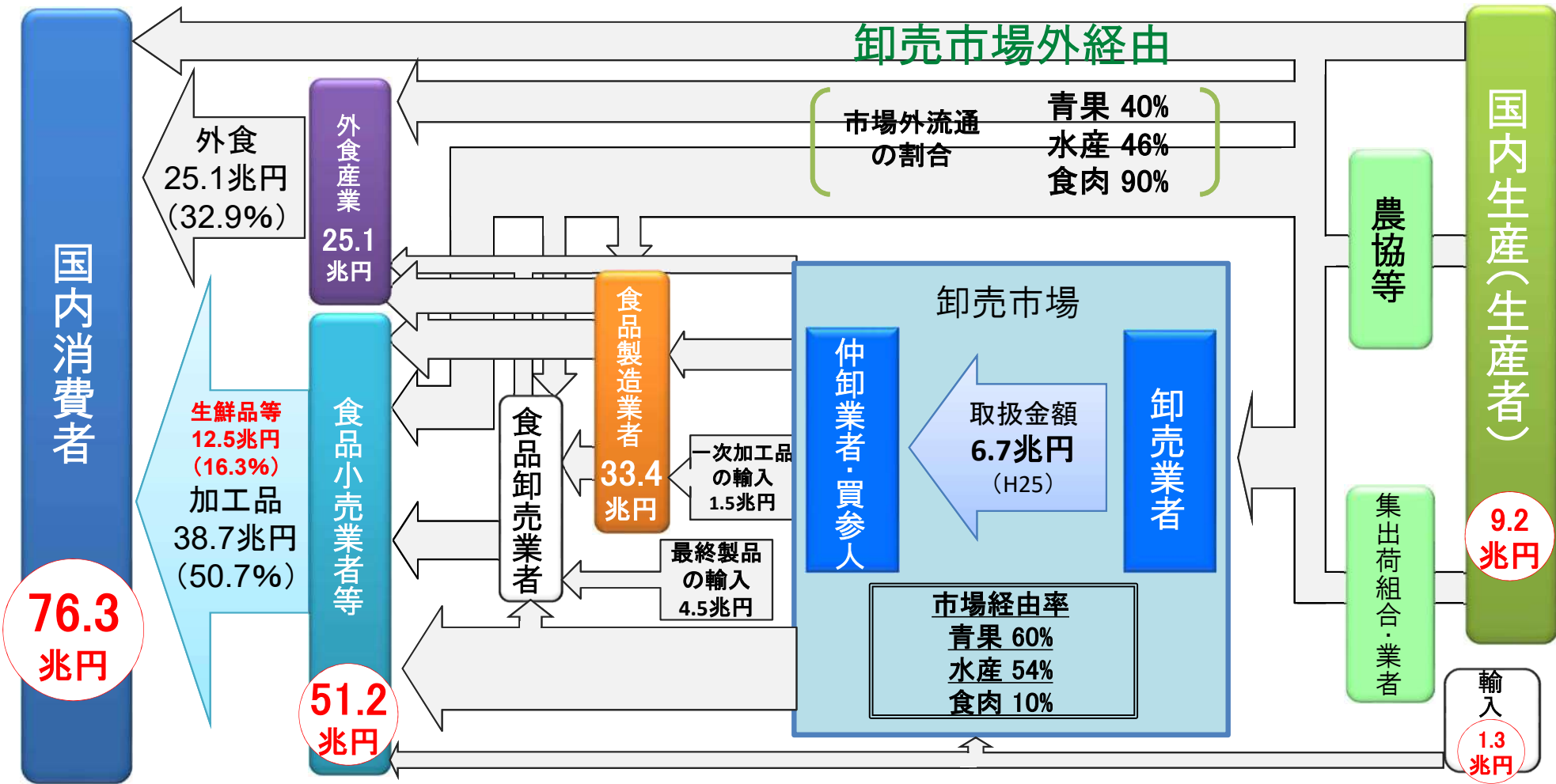
※資料：農林水産省「平成23年農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」等を基に試算
本資料は年次や対象等が異なる複数の統計、調査等を組み合わせで作成したものであり、金額等が整合しない点がある。

食品の流通構造の変化②

平成20年代
飲食料の国内最終消費
76.3兆円

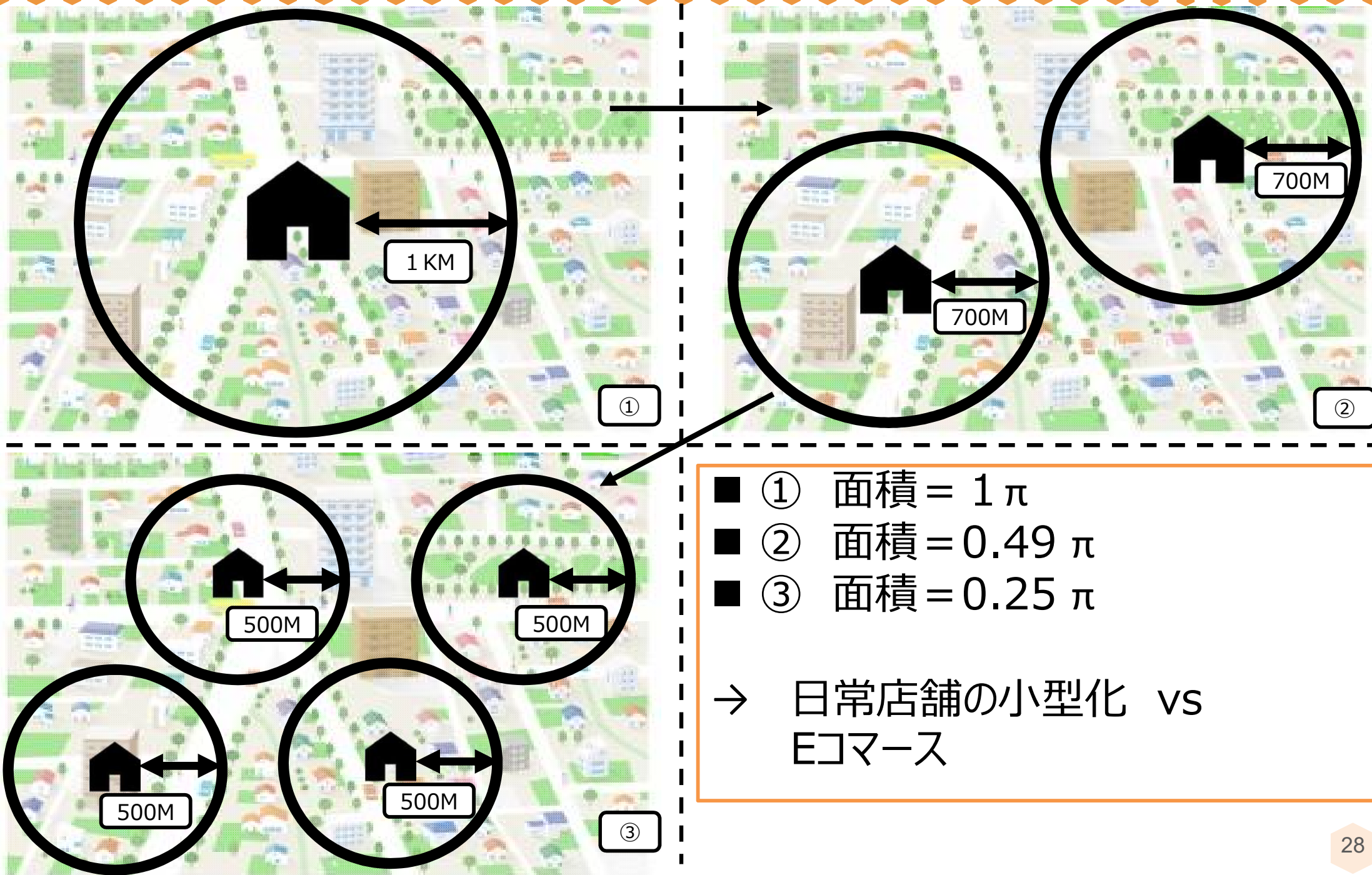
国内消費向け食用農林水産物
10.5兆円

販売 ← 加工・流通 ← 生産・輸入



※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。

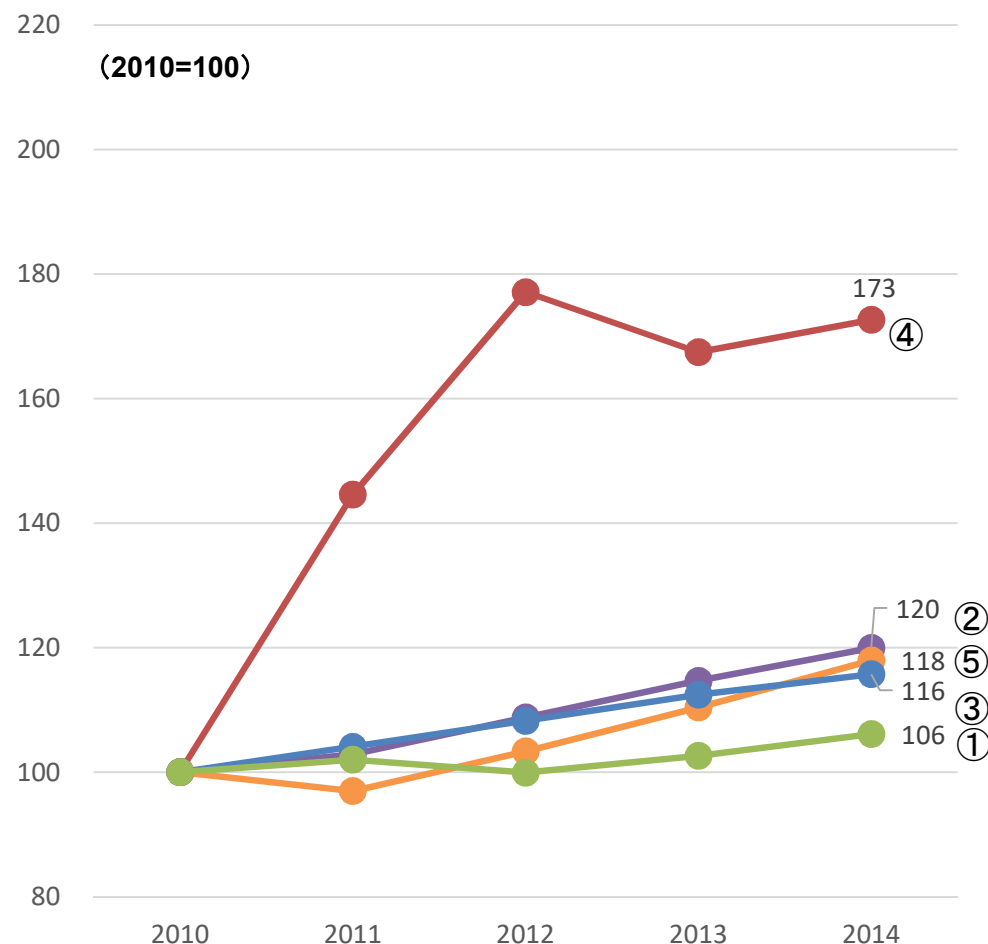
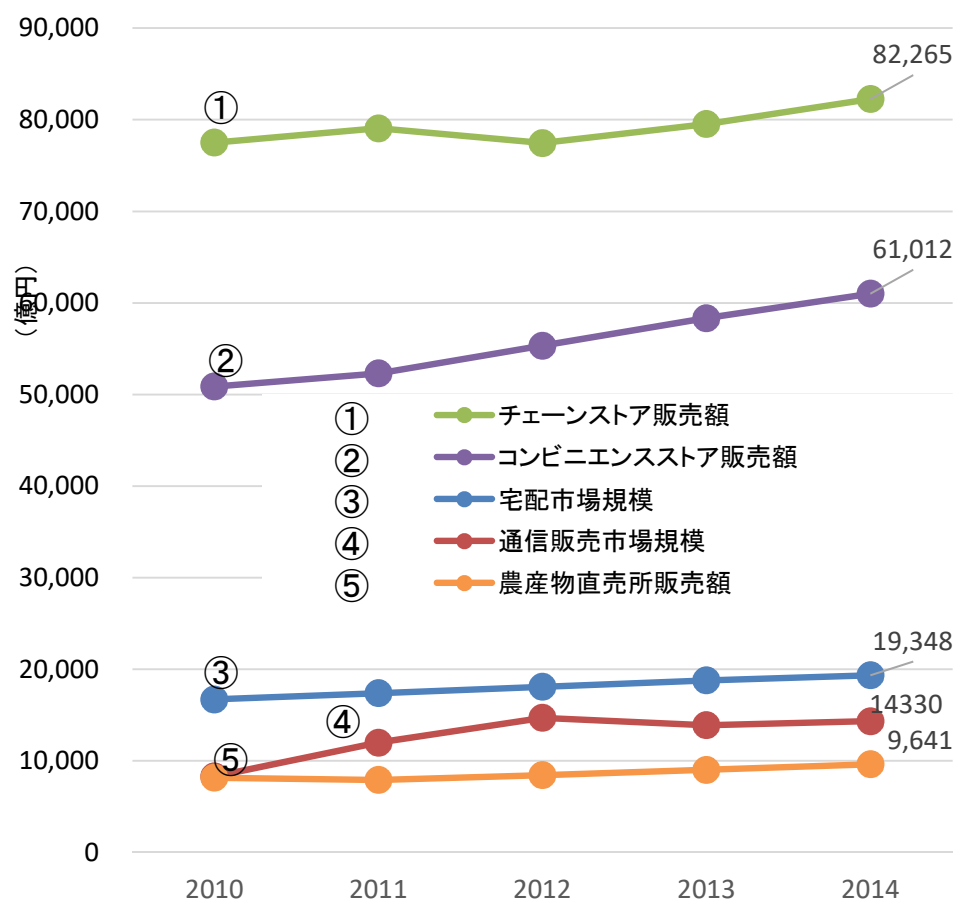
変わる商圈



販売チャネルの多様化

- 食品小売業において、大手量販店が最大の地位を占めるが、近年、通販、宅配、直売、コンビニなどの多様な流通形態が伸長しており、販売チャネルが多様化。
- 鮮度や簡便化などの消費者需要の多様化に加えて、ICT等の情報技術が大幅に進展したことにより、これらの多様な流通形態が伸長。

■ 食品の業態別販売額・市場規模の推移

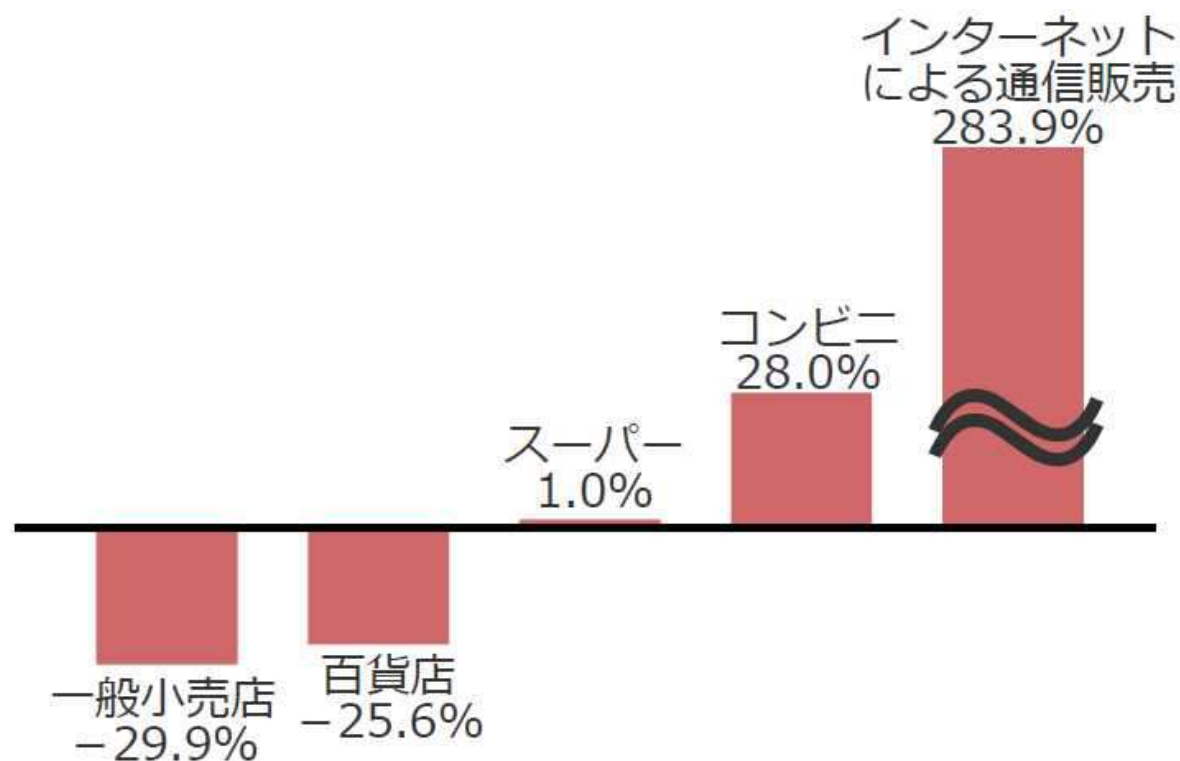


(出典) 宅配：矢野経済研究所「食品宅配市場の展望と戦略」、チェーンストア：日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」、コンビニエンスストア：日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計」、通信販売：日本通信販売協会「通信販売企業実態調査報告書」、農産物直売所：農林水産省「6次産業化総合調査」※2014年度は推計値

食料の購入先別の支出額の変化

- 食料の購入先は、直近10年間で、インターネットによる通信販売やコンビニが急増している一方で、一般小売店百貨店での購入は減少傾向にある。

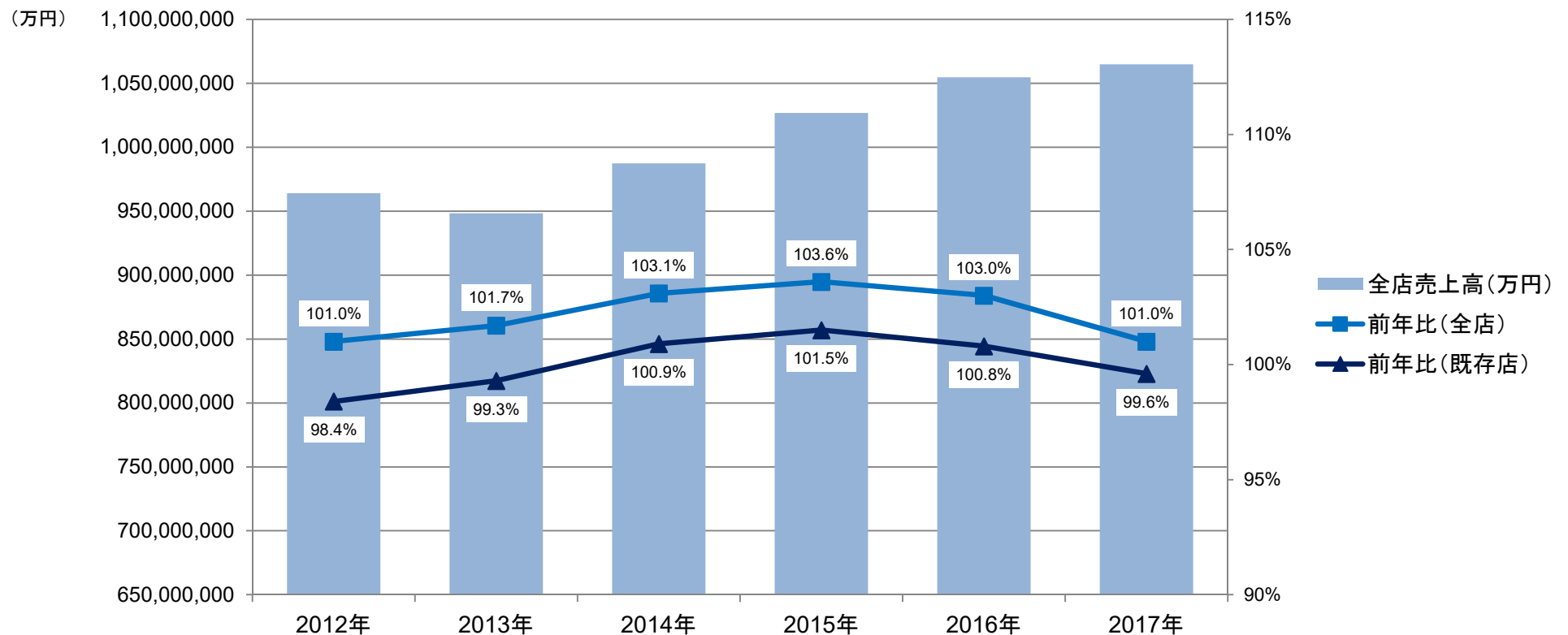
➤ 食料の購入先別の支出額の変化
(2004年から2014年にかけての増減率)



スーパーマーケット売上高

- 2016年以降、全店・既存店ともに、売上高の伸び率が鈍化。
- 2017年には既存店の売上高が前年比で100%を下回っている。

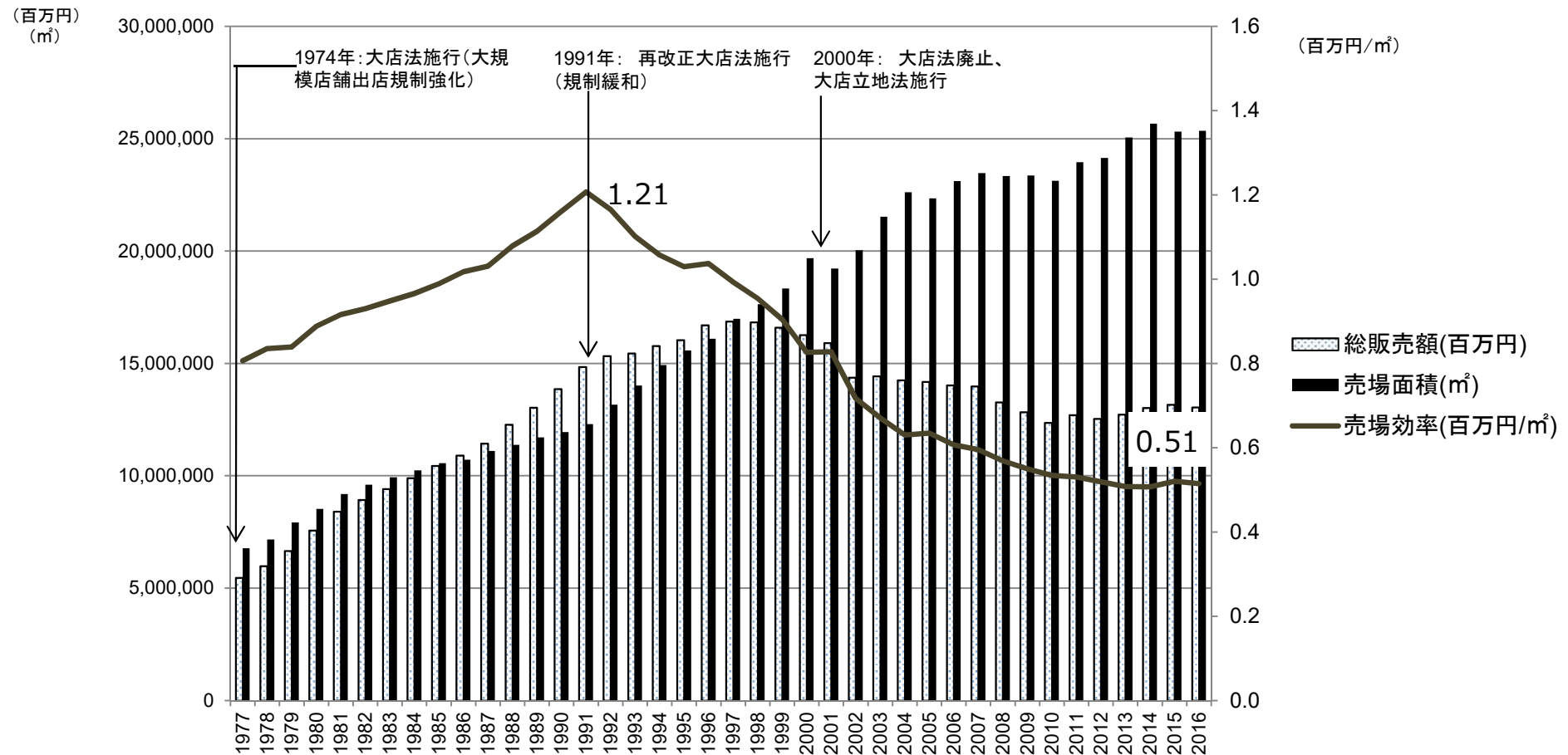
スーパーマーケット販売統計調査（2012～2017年）



（出典）日本スーパーマーケット協会・オール日本スーパーマーケット協会・新日本スーパーマーケット協会「スーパーマーケット販売統計調査」より作成。

スーパーマーケット売場効率

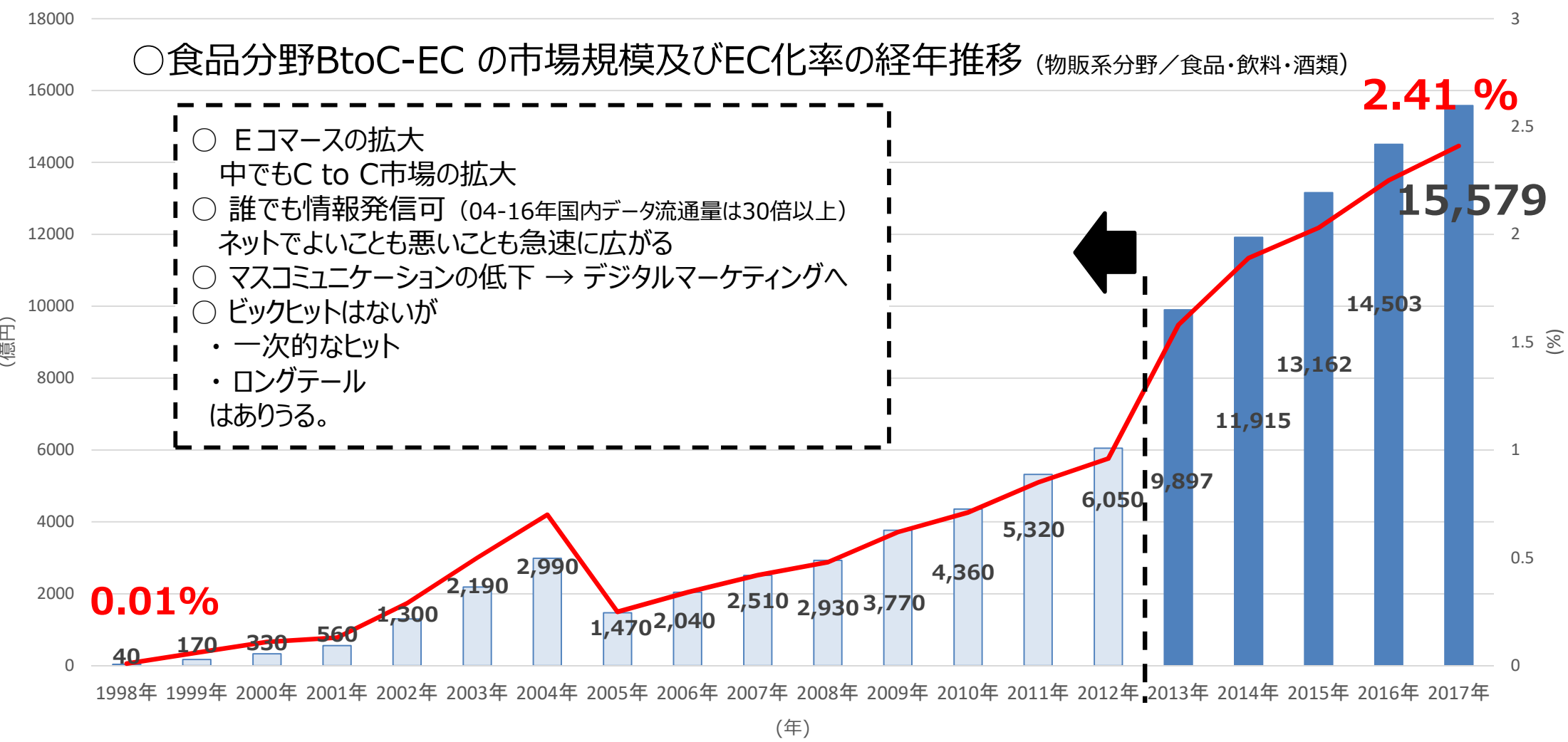
- 食品スーパーの売場効率（売場面積当たり販売額）は1990年の規制緩和以降、低下を続けており、現在はピーク時の半分以上になっている。
- 総合スーパーではすでに大量閉店の動きが始まっているものの、食品スーパーでは依然として首都圏中心に出店競争が続いている。



(出典) 日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」をもとに作成。

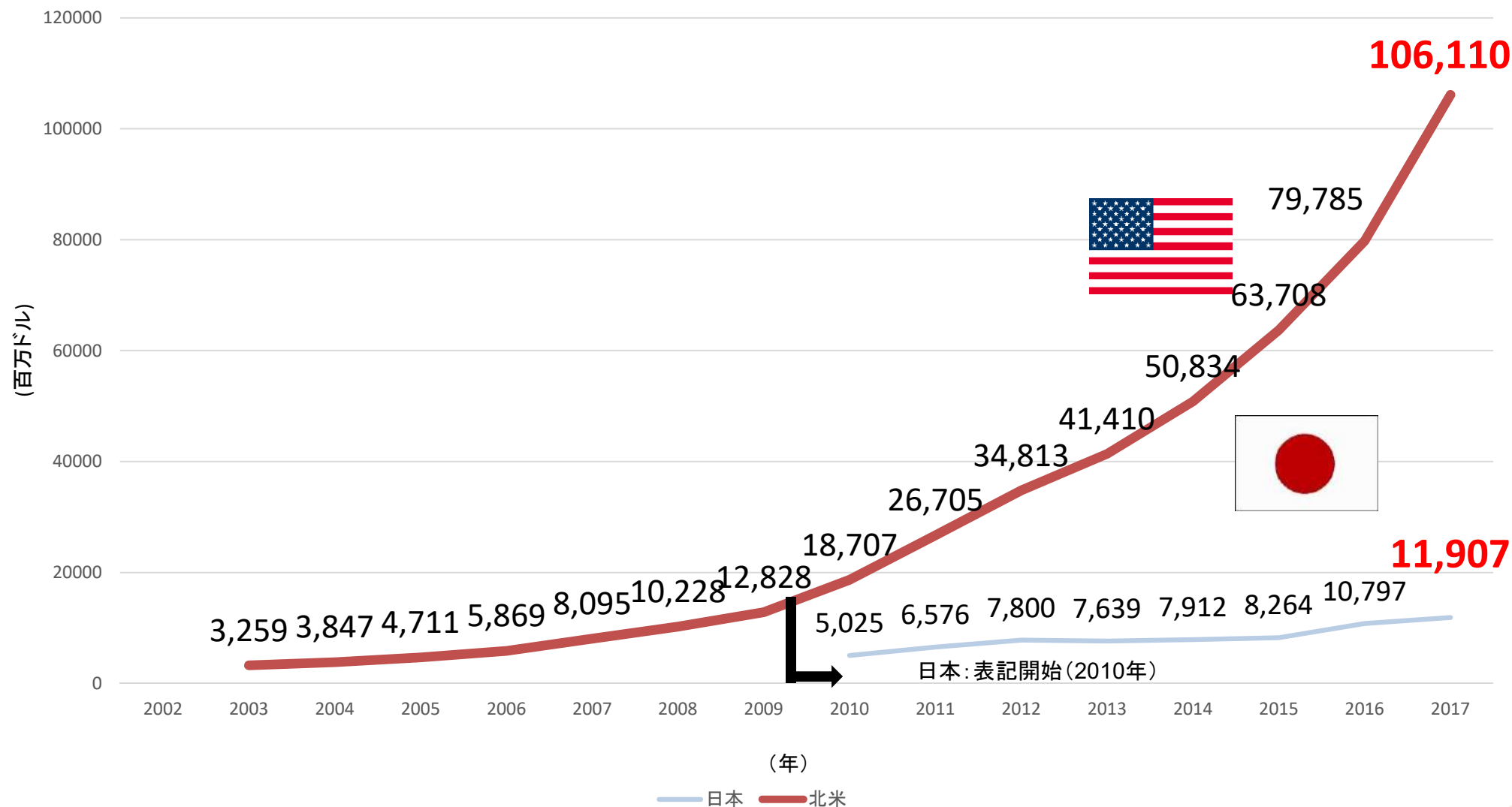
電子商取引の拡大

- 電子商取引（以下、EC）とは、コンピュータを介したネットワーク上で行われる取引。
- 2017年の物販系分野のうち、食品のBtoC EC市場規模は1兆5,579億円となり、対前年比で7.4%上昇。拡大傾向にある。
- GMS等の店舗型小売業者やネット販売に特化したネットスーパー、飲料専門事業者が売り上げの上位を占めている。



A社の事業別売上げ比較

- A社北米事業の2017年における総売上高は1061億1,000万ドル。
- A社日本事業の2017年における売上高は119億700万ドルであり、前期比10.3%増。（2016年の日本事業売上高107億9,700万ドルで、前期比30.6%増）



※北米事業はA社のウェブサービス（クラウドコンピューティング）を除いた額

出典：A社 Investor Relations

音声アシスタント

■ Google Homeは、Googleが開発したスマートスピーカー。Googleアシスタントが搭載されており、使用者が話しかけることでサービスを起動させる。2017年に日本で発売開始。



- 音声だけで操作できるスマートスピーカー
- 「OK Google」「ねえGoogle」と話しかけるだけで、音楽やビデオの再生、天気やニュース、予定の読み上げ、アラームのセットなど簡単に音声操作ができる。
- スマートホーム家電の操作も可能。
- Google Home以外に、Alexaを搭載したAmazon Echoも日本で発売されている。
- Google Homeの頭脳となるGoogleアシスタントはクラウドベースの音声サービス。話せば話すほど語彙が増えて、話し方や好みを学んでいく。

Google および Google ロゴは Google Inc. の登録商標であり、同社の許可を得て使用しています。

〈中国における新たな小売り形態の状況〉

1. 盒馬鮮生（フォーマーシェンション）

- 「盒馬鮮生」は、アリババグループ（中国ネット通販1位）が経営するオフラインの生鮮スーパー。
- 急成長するネット通販のあおりを受けて低迷する実店舗型小売業界において、生鮮食品についてオンライン（ネット通販）とオフライン（実店舗型小売）の融合を推進。
- 2016年1月に上海に1号店をオープンし、2018年3月時点で北京8店舗、上海15店舗等を展開。
- サービスを受けるためにはスマートフォン等に専用アプリをインストールする必要があるとともに、支払はアリババグループが展開する電子マネー「ALIPAY（支付宝）」のみ使用可能（現金不可）。



店舗入り口。専用アプリのインストールを促す店員。



専用アプリで電子値札をスキャンすると、値段、産地等の商品情報が表示される。



店内の商品は全て個包装されている。

消費期限を大きく明示。
（写真の「4」は木曜日を指す。）



無人レジ。電子マネー「ALIPAY（支付宝）」を使用して支払う。

〈中国における新たな小売り形態の状況〉

1. 盒馬鮮生（フォーマーシェンション）

- 実店舗型であるものの、専用アプリを使用してオンラインで購入することも可能（各店舗から半径3kmまでは30分以内の無料配達サービス有り）。
- 店内で購入した魚介類等をその場で調理してもらって食べることも可能。



専用保冷バック。



オンラインで注文が入ると、専門スタッフが陳列棚から商品を集めて専用クレーンに載せる。



天井に張り巡らされたレールを通して荷さばき場に集められる。



魚介類は生きたままのものも多く陳列されている。



店内で調理してもらい、イートインコーナーで食事が可能。



配達員による配送。

〈中国における新たな小売り形態の状況〉

2. 無人スーパー「X」

- 無人スーパー「X（エックス）」は、京東グループ（中国ネット通販2位）が経営するスーパーであり、2018年3月時点で大連1店舗、青島1店舗等を展開。
- 店舗運営費を削減するため、顔認証や電子マネー等の技術を導入している。

＜利用手順＞

①事前に京東のネット通販の専用アプリに顔写真も含め個人情報を登録。

②入口前方のカメラに顔を認証させると入口ゲートがオープン。

③購入商品を選定（商品にはICタグが貼られている）。

④出口は小部屋になっており、購入したい商品とともに入室。

⑤顔認証とともに商品のICタグを読み取り、電子マネーで自動決済。

⑥決済終了後、出口ゲートがオープン。



入口ゲート



入口の顔認証のためのモニター



店内の状況（約80㎡の店内に食品、生活用品が陳列）



商品に貼られたICタグ



出口の小部屋入口



小部屋内での自動決済モニター

〈中国における新たな小売り形態の状況〉

3. その他（7 FRESH、猿便利（ユアンビアンリ））

- 中国では各地で試行も含め、新たな小売形態が次々と誕生しているところ。成功する鍵は、結局のところ商品の魅力次第であるものの、新たな小売形態にチャレンジできる背景には中国企業の莫大な資金力と決断の速さがある（日系企業には驚異的）。
- 京東グループ（中国ネット通販2位）も、2018年1月に「7 FRESH」というオフラインの生鮮スーパーを開店（アリババグループが経営する「盒馬鮮生」とほぼ同様のシステムを採用）。
- 上海では、「猿便利」という半無人コンビニも多数展開されている。

7 FRESH



外観



果物コーナーの上部に、産地・糖度を表示したパネルが設置されている



支払は「京東支付」又は「微信支付」



店内天井に張り巡らされた配達用のレール

猿便利



外観



店内の様子



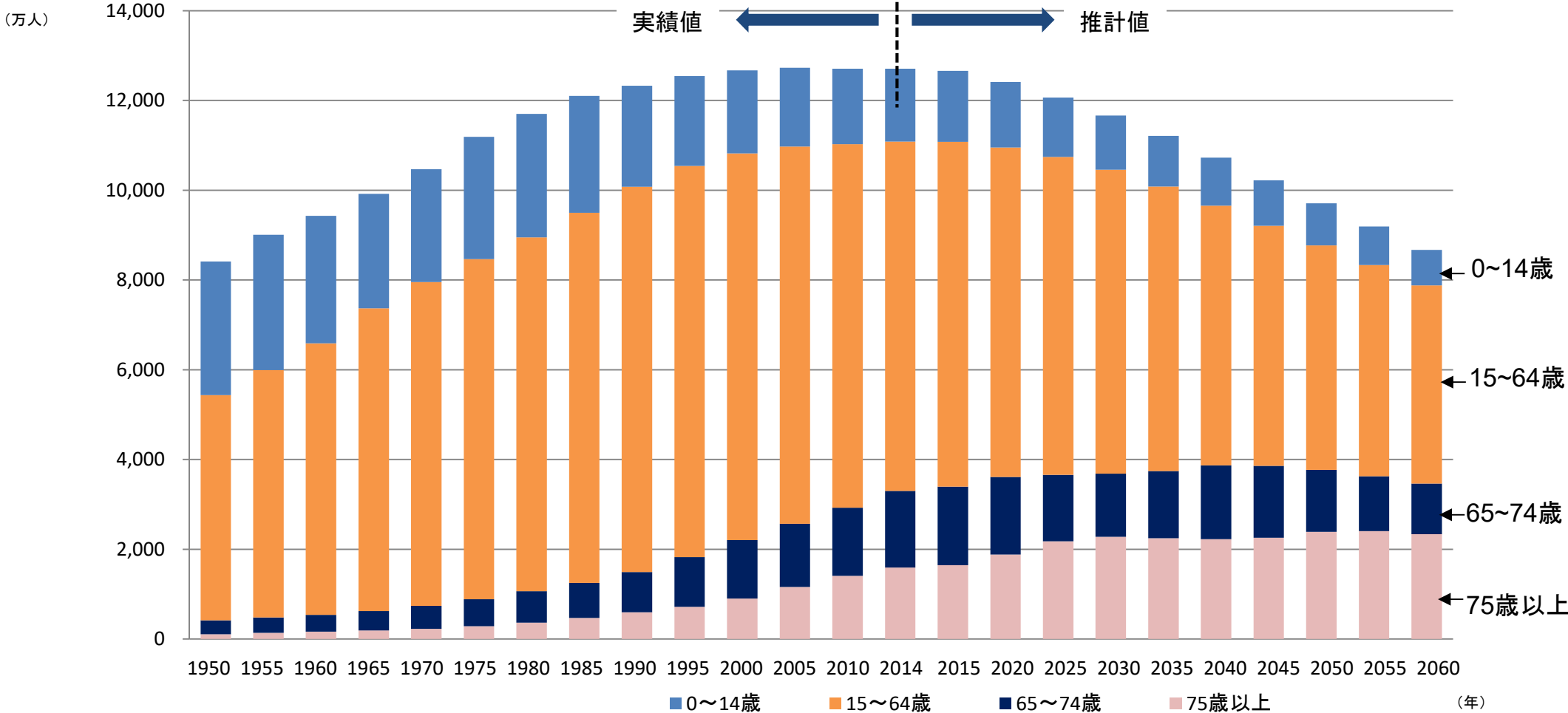
利用方法は、

- ①専用アプリをインストール
- ②商品ICタグをスキャン
- ③電子決済
- ④決済情報をスキャンすれば出口がオープン。
(顔認証システムはなし。)

Ⅲ-1 働く人の変化

生産年齢人口の減少

- 今後、我が国の人口は減少する一方で、高齢人口（65歳以上）割合は大きく増加。
- 15～64歳の生産年齢人口は2018年1月時点で7,484万人と、初めて全体の6割を切っており、今後の予測では2060年には4,418万人にまで大幅に減少することが見込まれている。

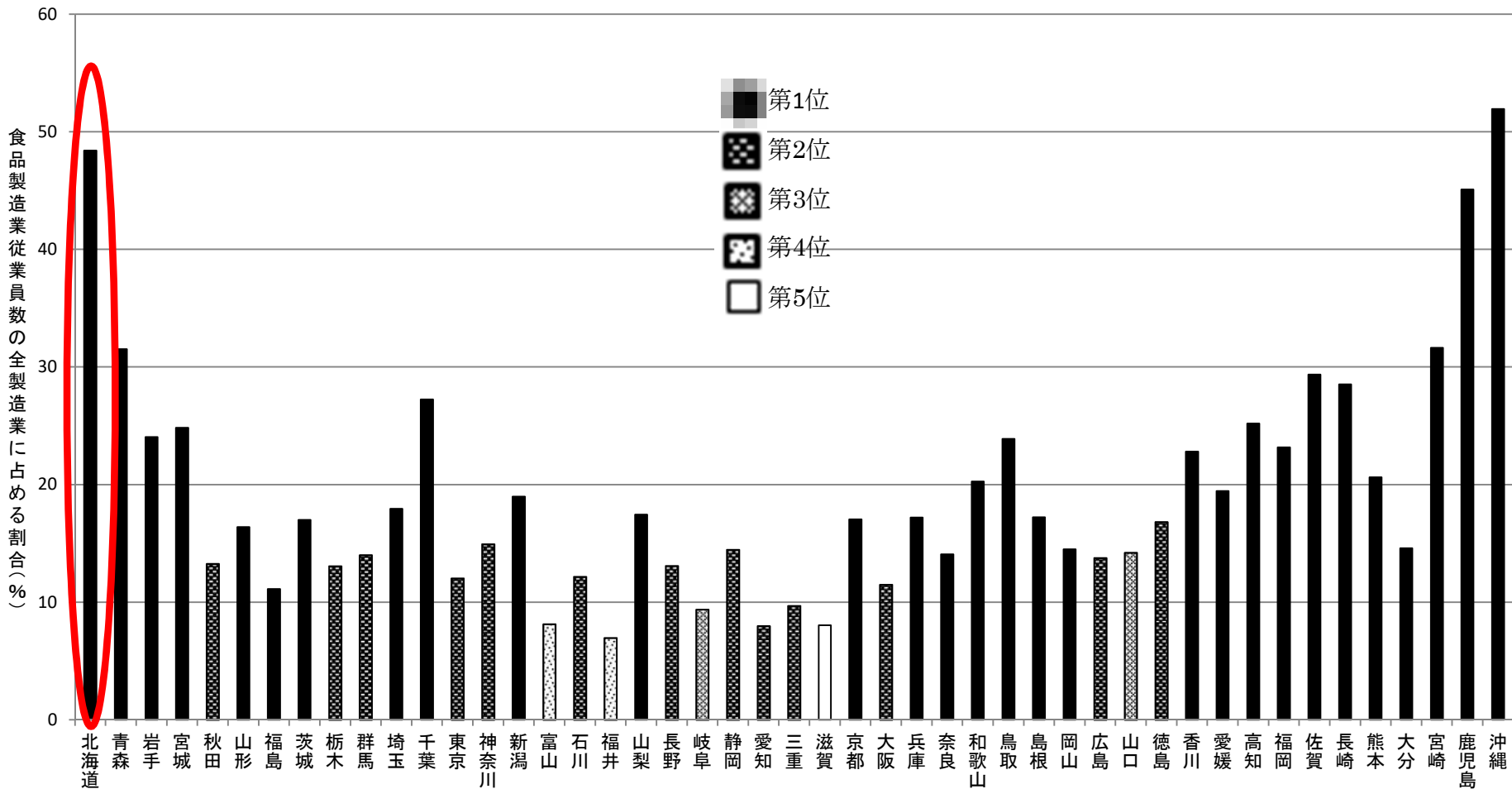


資料：2010年までは総務省「国勢調査」、2014年は総務省「人口推計」（平成26年10月1日現在）、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

各都道府県の食品製造業の従業員数の全製造業に占める割合

- 各都道府県の製造業の従業員数のうち食品産業のシェアを見ると1～3位が大半を占める。
- 1位（29道府県）と2位（13都府県）の都道府県が全体の89%。

各都道府県の全製造業における食品製造業の従業員数のシェア
(平成28年度)



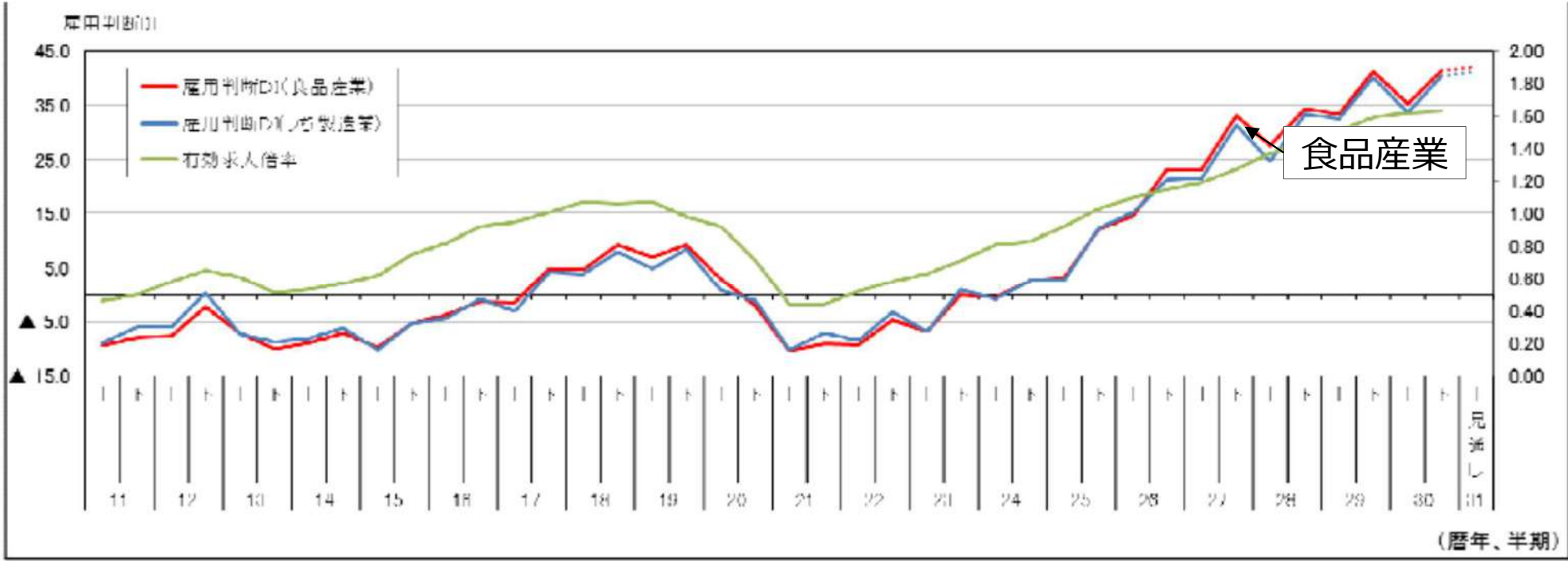
第1位

資料：経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」
※食品製造業は、飲料・たばこ・飼料製造業を含む。

食品産業の労働力不足

- 30年下半期の雇用判断DIは6.1ポイント悪化し41.3となり、労働力の不足感が高まっている。
- 31年上半期の雇用判断DIは0.7ポイント悪化し42.0となり、労働力の不足感は継続する見通し。

食品産業雇用判断DI（「不足」－「過剰」の割合）の推移



• DI（Diffusion Index = 動向指数）：DIは、前年同期と比較して、「増加する（良くなる）」と回答した企業の割合から「減少する（悪くなる）」と回答した企業の割合を差し引いた数値。

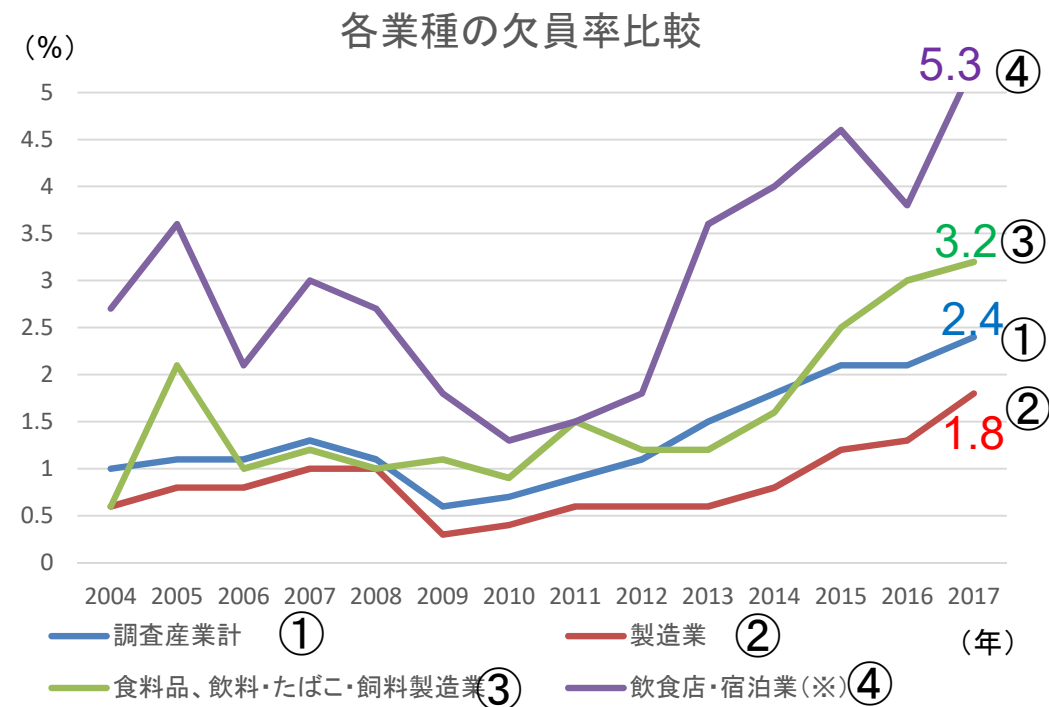
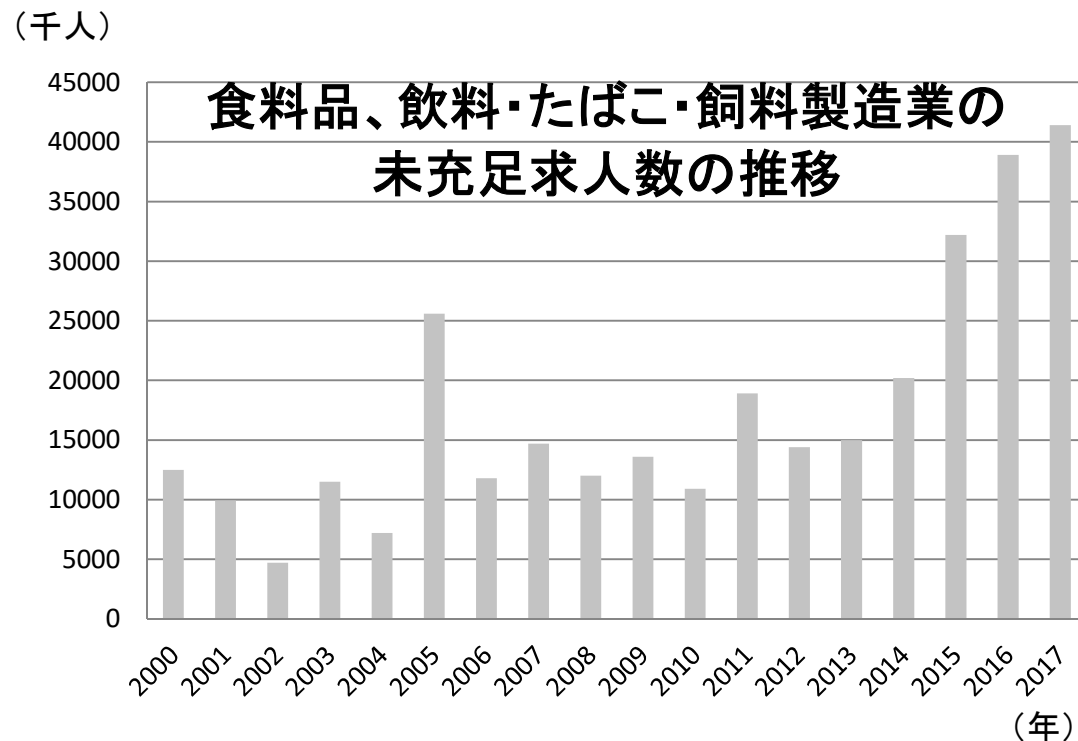
【平成31年1月調査】

- 調査時点 平成31年1月1日
- 調査方法 郵送により調査票を配布し郵送により回収
- 調査対象 全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業）6,918社 有効回収数 全体で2,426社（回収率35.1%）

資料：「平成31年上半期食品産業動向調査」（日本政策金融公庫 農林水産事業本部）

未充足求人数と欠員率

- 近年食品製造業の未充足求人数は増加傾向にあり、2017年は4万1,400人となった。
- 飲食店・宿泊業の欠員率は全産業と比べて2倍以上高く、食料品等製造業は製造業全体と比べて約2倍高い。



未充足求人数とは 6月末日現在、事業所における欠員であり、仕事があるにもかかわらず、その仕事に従事する者がいない状態を補充するために行っている求人をいう。

欠員率とは、常用労働者数に対する未充足求人数の割合をいい、次式により算出している。

$$\text{欠員率} = \frac{\text{未充足求人数}}{\text{6月末日現在の常用労働者数}} \times 100 (\%)$$

最低賃金の上昇

- 全国加重平均額26円の引上げは、最低賃金額が時給のみで示されるようになった平成14年度以降**最大の引上げ**
- 全国加重平均額は昨年度から**26円**引上げの**874円**

都道府県名	最低賃金時間額【円】		発効年月日
北海道	835	(810)	平成30年10月1日
青森	762	(738)	平成30年10月4日
岩手	762	(738)	平成30年10月1日
宮城	798	(772)	平成30年10月1日
秋田	762	(738)	平成30年10月1日
山形	763	(739)	平成30年10月1日
福島	772	(748)	平成30年10月1日
茨城	822	(796)	平成30年10月1日
栃木	826	(800)	平成30年10月1日
群馬	809	(783)	平成30年10月6日
埼玉	898	(871)	平成30年10月1日
千葉	895	(868)	平成30年10月1日
東京	985	(958)	平成30年10月1日
神奈川	983	(956)	平成30年10月1日
新潟	803	(778)	平成30年10月1日
富山	821	(795)	平成30年10月1日
石川	806	(781)	平成30年10月1日
福井	803	(778)	平成30年10月1日
山梨	810	(784)	平成30年10月3日
長野	821	(795)	平成30年10月1日
岐阜	825	(800)	平成30年10月1日
静岡	858	(832)	平成30年10月3日
愛知	898	(871)	平成30年10月1日
三重	846	(820)	平成30年10月1日

滋賀	839	(813)	平成30年10月1日
京都	882	(856)	平成30年10月1日
大阪	936	(909)	平成30年10月1日
兵庫	871	(844)	平成30年10月1日
奈良	811	(786)	平成30年10月4日
和歌山	803	(777)	平成30年10月1日
鳥取	762	(738)	平成30年10月5日
島根	764	(740)	平成30年10月1日
岡山	807	(781)	平成30年10月3日
広島	844	(818)	平成30年10月1日
山口	802	(777)	平成30年10月1日
徳島	766	(740)	平成30年10月1日
香川	792	(766)	平成30年10月1日
愛媛	764	(739)	平成30年10月1日
高知	762	(737)	平成30年10月5日
福岡	814	(789)	平成30年10月1日
佐賀	762	(737)	平成30年10月4日
長崎	762	(737)	平成30年10月6日
熊本	762	(737)	平成30年10月1日
大分	762	(737)	平成30年10月1日
宮崎	762	(737)	平成30年10月5日
鹿児島	761	(737)	平成30年10月1日
沖縄	762	(737)	平成30年10月3日
全国加重平均額	874	(848)	—

要介護（要支援）認定者数の増加

■ 高齢化が進展する中で、要介護認定を受けている方も増えており、仕事と介護の両立の必要性は、今後ますます高まります。（2017年 後期高齢者＞前期高齢者）

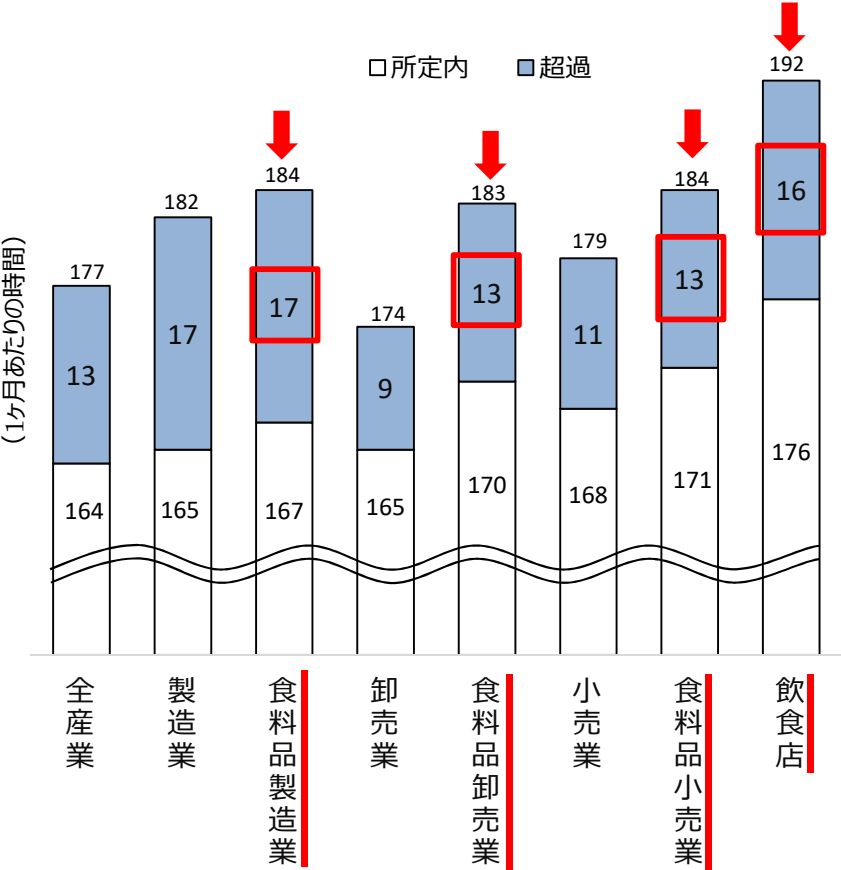


長時間労働と従業員の期待

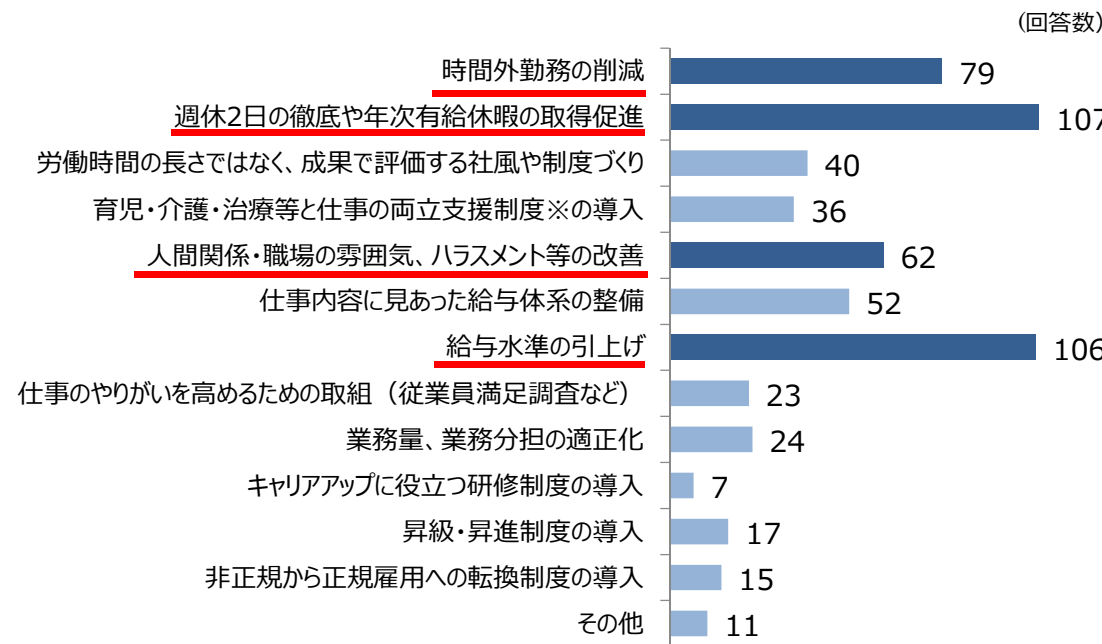
- 食品産業の働く時間は超過勤務時間を含め、他の産業と比較して長い傾向。
- 食品産業で働く人は、「週休2日の徹底や年次有給休暇の取得促進」、「給与水準の引上げ」に加え、「時間外勤務の削減」、「ハラスメント等の改善」等を期待。

食品産業の働く時間は超過勤務時間を含め、他の産業と比較して長い傾向

従業員においては「週休2日の徹底や年次有給休暇の取得促進」や「給与水準の引上げ」、「時間外勤務の削減」の期待が多い



●「働き方改革」において、お勤め先で今後取り組んでほしいこと、あるいは既に取り組まれているがさらに強化してほしいことはなんですか（3つまで選択可）。（従業員対象）



※短時間勤務、フレックス制度、テレワーク等

資料：働く人も企業もいきいき食品産業の働き方改革検討会
「食品産業における働き方に関するアンケート調査結果（2018）」
※従業員回答者数 N=600

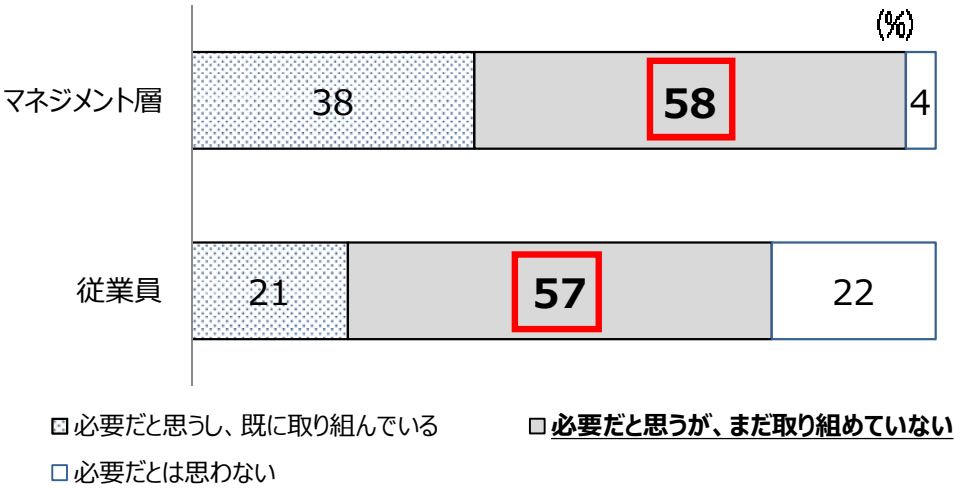
資料：厚生労働省「平成28年賃金構造基本統計調査」

働き方改革への意識のギャップ

- 食品事業者を実施したアンケートによると、6割近い方が「働き方改革は必要だと思うが、まだ取り組めていない」と回答。
- 取り組めていない理由の1位は、従業員では「トップの意識が低いから」、マネジメント層では「人材、設備、資金が少ないから」となっており、両者には深刻なギャップが存在。
- ヒト・モノ・カネが無いからといって働き方改革に取り組まないと、従業員の離職も防げず今後の採用も困難となりかねない。

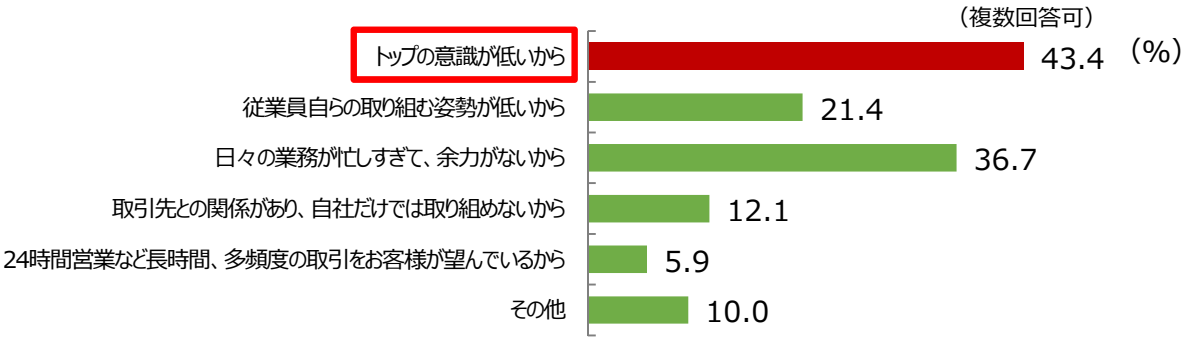
回答者の約 6 割が
「働き方改革は必要だと思うが、まだ取り組めていない。」

● 働き方改革は必要だと思いますか (1つだけ選択)

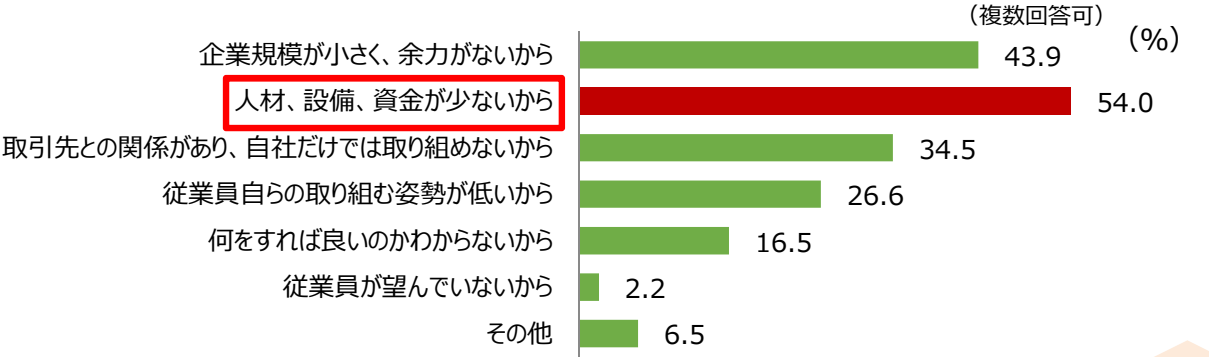


☐ 必要だと思うし、既に取り組んでいる ☐ 必要だと思うが、まだ取り組めていない
☐ 必要だとは思わない

取り組まれている理由1位は「トップの意識が低いから」(従業員対象)



取り組まれている理由1位は「人材、設備、資金が少ないから」(マネジメント層対象)



資料：働く人も企業もいきいき食品産業の働き方改革検討会
「食品産業における働き方に関するアンケート調査結果 (2018)」
※ マネジメント層回答者数 N = 239、従業員回答者数 N = 600

食品産業の働き方改革の推進

■農林水産省では、食品産業が働き方改革を進めていく上での「ヒント」や「きっかけ作り」に役立つチェックリスト等を盛り込んだハンドブックを作成・普及し、食品産業における働き方改革の取組を促進。

1 食品産業の働き方チェックリスト ～働く人や企業のために確認すべき12の項目～

Check List

企業の活動内容によっては、チェックにくい項目があるかもしれませんが、まずはチェックしてみましょう。

NOに○のつけた項目については、指定のページをご覧ください。

取り組める項目から始めましょう。

意識を変える

- | | |
|-----------------------------------|----------------|
| 1 職場の働き方や従業員の抱える問題について定期的に把握している。 | YES ・ NO・・・P.7 |
| 2 経営方針の中で「どのような働き方を目指すか」等を明示している。 | YES ・ NO・・・P.8 |
| 3 従業員から働き方改革の取組について提案がある。 | YES ・ NO・・・P.9 |

行動を変える

- | | |
|------------------------------------|-----------------|
| 4 従業員の労働時間を把握している。 | YES ・ NO・・・P.12 |
| 5 週休2日も取っており、年次有給休暇も取得しやすい。 | YES ・ NO・・・P.13 |
| 6 時間外労働について、仕事の仕方を見直すことにより減少傾向にある。 | YES ・ NO・・・P.14 |
| 7 突然の休みや柔軟な勤務時間に対応できる支援体制がある。 | YES ・ NO・・・P.15 |

従業員を守り、育てる

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 8 過去に発生した労働災害に学び、類似災害の発生が防げている。 | YES ・ NO・・・P.18 |
| 9 ハラスメントが発生していない職場である。 | YES ・ NO・・・P.19 |
| 10 ここ数年のうち、育児・介護を理由に離職した従業員はいない。 | YES ・ NO・・・P.20 |
| 11 パート・アルバイトが短期間で離職することなく、継続して勤務している。 | YES ・ NO・・・P.21 |
| 12 従業員が学び育つための仕組み・風土がある。 | YES ・ NO・・・P.22 |

食品産業の抱える課題に
関する12の項目を掲載

①まずはチェック！

自社の職場を見直すために、
各項目に対し**YES or NO**で評価



②解決に向けて取組を後押し

NOを選んだ事業者には、

- ・解決のためのヒント
- ・食品企業の取組事例 を紹介



自動車運送事業の働き方改革の実現に向けた政府行動計画

- 平成30年5月に「自動車運送事業の働き方改革に関する関係省庁連絡会議」(議長:野上内閣官房副長官)において、「自動車運送事業の働き方改革の実現に向けた政府行動計画」を策定。
- 自動車の運転業務への罰則付きの時間外労働の上限規制の導入に向け、政府を挙げて以下の取組を強力に推進。

I. 長時間労働是正の環境整備

(1) 労働生産性の向上

- ① **輸送効率の向上** 【警・農・経・国・環】
 - ・輸送分野別の取組の強化
 - ・長時間労働を是正するためのガイドラインの作成・見直し
 - ・トラック予約受付システムの導入促進(荷待ち時間短縮)
 - ・機械荷役への転換促進(荷役時間短縮)
 - ・高速道路の有効活用(走行時間短縮)
 - ・宅配ボックスの普及促進(再配達削減)
 - ・ダブル連結トラックの導入促進(車両の大型化)
- ② **潜在需要の喚起による収入増加** 【国】
 - ・インバウンド需要の取り込み
 - ・タクシーの配車アプリを活用した新サービス導入
- ③ **運転以外の業務も効率化** 【国】
 - ・IT点呼の更なる導入拡大

(2) 多様な人材の確保・育成

- ① **働きやすい環境の整備** 【厚・農・国】
 - ・女性ドライバー等が運転しやすいトラックのあり方の検討
 - ・中継輸送の普及促進(泊まり勤務を日帰り勤務に)
 - ・機械荷役への転換促進(力仕事からの解放)(再掲)
- ② **運転者の確保** 【警・厚・国】
 - ・第二種免許制度の在り方についての検討
 - ・大型一種免許取得の職業訓練の実施

(3) 取引環境の適正化

- ① **荷主・元請等の協力の確保** 【厚・農・経・国】
 - ・「ホワイ物流」実現国民運動(仮称)の推進
 - ・輸送分野別の取組の強化★(再掲)
 - ・引越運送における人手不足対策の推進★
- ② **運賃・料金の適正収受** 【国】
 - ・標準運送約款の改正趣旨の浸透促進★
 - ・トラック事業者・荷主のコスト構成等への共通理解の形成促進

II. 長時間労働是正のためのインセンティブ・抑止力の強化

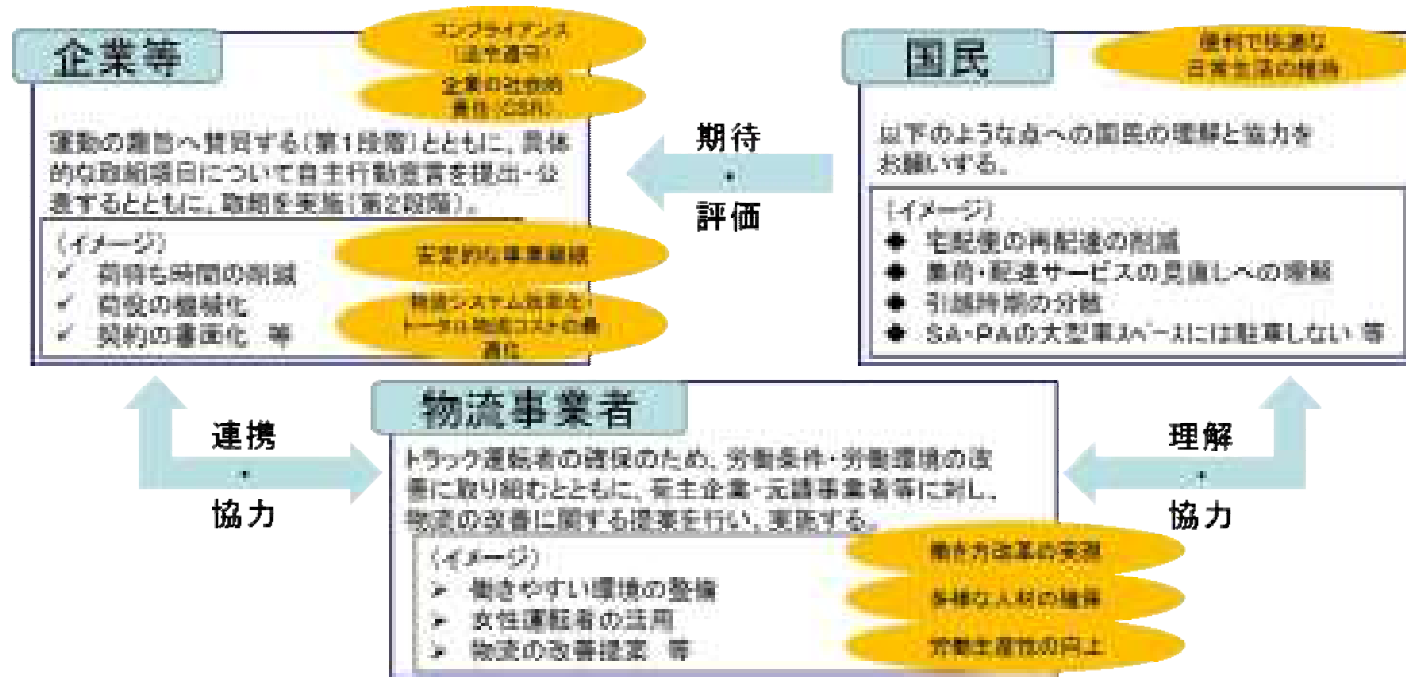
- ① **「働き方改革の実現に向けたアクションプラン」の実現支援** 【国】
事業者団体による取組を支援
- ② **ホワイト経営の「見える化」** 【国】
ホワイト経営に取り組む事業者の認証制度の創設
- ③ **労働時間管理の適正化の促進** 【国】
ICTを活用した運行管理の普及方策の検討・実施
- ④ **行政処分の強化** 【国】
新処分基準による行政処分の実施

「ホワイト物流」推進運動の概要

トラック運転者不足に対応し、我が国の国民生活や産業活動に必要な物流機能を安定的に確保するとともに、我が国経済のさらなる成長に寄与するため、

- ①トラック輸送の生産性の向上・物流の効率化
 - ②女性や高年齢層を含む多様な人材が活躍できる働きやすい労働環境の実現
- に取り組む運動を、関係者が連携し、強力に推進する。

推進運動のイメージ



「ホワイト物流」推進会議構成員

「ホワイト物流」推進運動の推進体制として、有識者、荷主や物流事業者の団体、労働組合から構成される「ホワイト物流」推進会議を設置。

(有識者)

野尻俊明 流通経済大学学長(座長)
 齋藤 実 神奈川大学経済学部教授
 高岡美佳 立教大学経営学部教授

(関係団体)

日本経済団体連合会
 日本商工会議所
 全国農業協同組合中央会
 日本農業法人協会
 日本ロジスティクスシステム協会
 全日本トラック協会
 日本物流団体連合会

(事務局)

国土交通省(主管)
 農林水産省
 経済産業省
 全日本トラック協会

(労働組合)

交運労協
 運輸労連
 交通労連

スケジュール

平成30年12月14日：第1回「ホワイト物流」推進会議
 「ホワイト物流」推進運動の趣旨と運動方針を決定
 平成31年2月：企業等や国民への詳細な呼び掛け内容等を決定
 平成31年3月末：賛同企業等の募集開始・広報活動の実施

企業に呼び掛ける事項（自主行動宣言の記載事項）

必須項目

（取組方針）

・事業活動に必要な物流の持続的・安定的な確保を経営課題として認識し、生産性の高い物流と働き方改革の実現に向け、取引先や物流事業者等の関係者との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組みます。

（法令遵守への配慮）

・法令違反が生じる恐れがある場合の契約内容や運送内容の見直しに適切に対応するなど、取引先の物流事業者が労働関係法令・貨物自動車運送事業関係法令を遵守できるよう、必要な配慮を行います。

（契約内容の明確化・遵守）

・運送及び荷役、検品等の運送以外の役務に関する契約内容を明確化するとともに、取引先や物流事業者等の関係者の協力を得つつ、その遵守に努めます。

推奨項目

※推奨項目リストを運動のポータルサイトで公表

A. 運送内容の見直し

- ・物流の改善提案と協力
- ・予約受付システムの導入
- ・パレット等の活用
- ・発荷主からの入出荷情報等の事前提供
- ・集荷先や配送先の集約
- ・運転以外の作業部分の分離
- ・リードタイムの延長
- ・納品日の集約
- ・検品水準の適正化

等

B. 運送契約の方法

- ・運送契約の書面化の推進
- ・運賃と料金の別建て契約
- ・燃料サーチャージの導入
- ・下請取引の適正化

C. 運送契約の相手方の選定

- ・契約の相手方を選定する際の法令遵守状況の考慮
- ・働き方改革等に取り組む物流事業者の積極的活用

D. 安全の確保

- ・荷役作業時の安全対策
- ・異常気象時等の運行の中止・中断等

E. その他

- ・宅配便の再配達削減への協力
- ・引越時期の分散への協力
- ・物流を考慮した建築物の設計・運用

F. 独自の取組

- ・独自の取組

Ⅲ-2 新たな外国人材の受入れ

新たな外国人材受入れ制度（①在留資格概要）

制度概要 ①在留資格について



- **特定技能 1 号**：特定産業分野に属する相当程度の知識又は経験を必要とする技能を要する業務に従事する外国人向けの在留資格
- **特定技能 2 号**：特定産業分野に属する熟練した技能を要する業務に従事する外国人向けの在留資格

特定産業分野：介護、ビルクリーニング、素形材産業、産業機械製造業、電気・電子情報関連産業、
(14分野) 建設、造船・舶用工業、自動車整備、航空、宿泊、農業、漁業、飲食物品製造業、外食業

(特定技能 2 号は下線部の 2 分野のみ受入れ可)

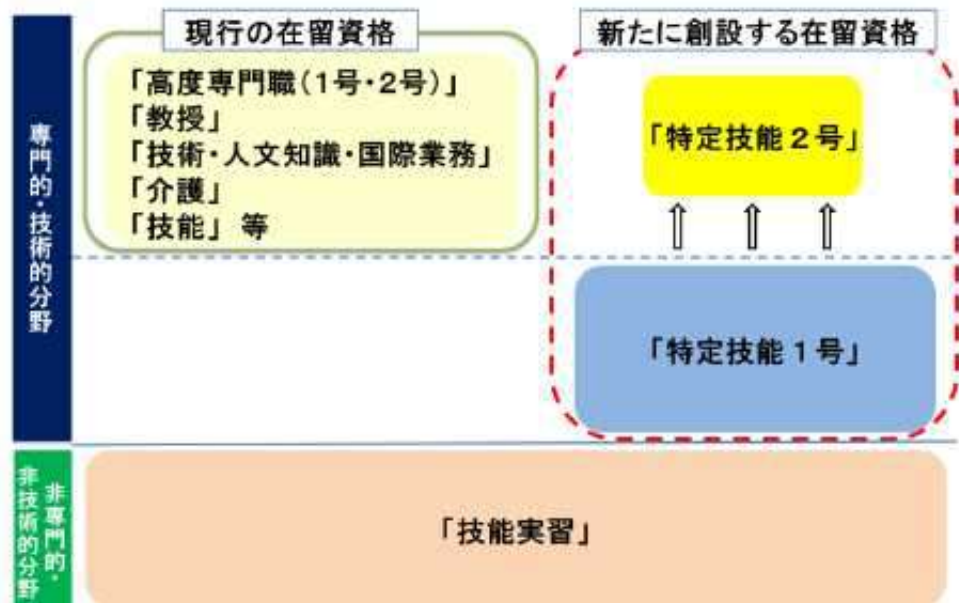
特定技能 1 号のポイント

- 在留期間：1 年、6 か月又は 4 か月ごとの更新、通算で上限 5 年まで
- 技能水準：試験等で確認（技能実習 2 号を修了した外国人は試験等免除）
- 日本語能力水準：生活や業務に必要な日本語能力を試験等で確認（技能実習 2 号を修了した外国人は試験等免除）
- 家族の帯同：基本的に認めない
- 受入れ機関又は登録支援機関による支援の対象

特定技能 2 号のポイント

- 在留期間：3 年、1 年又は 6 か月ごとの更新
- 技能水準：試験等で確認
- 日本語能力水準：試験等での確認は不要
- 家族の帯同：要件を満たせば可能（配偶者、子）
- 受入れ機関又は登録支援機関による支援の対象外

【就労が認められる在留資格の技能水準】



新たな外国人材受入れ制度（②受入れ機関）

制度詳細 ③受入れ機関

法案の骨子

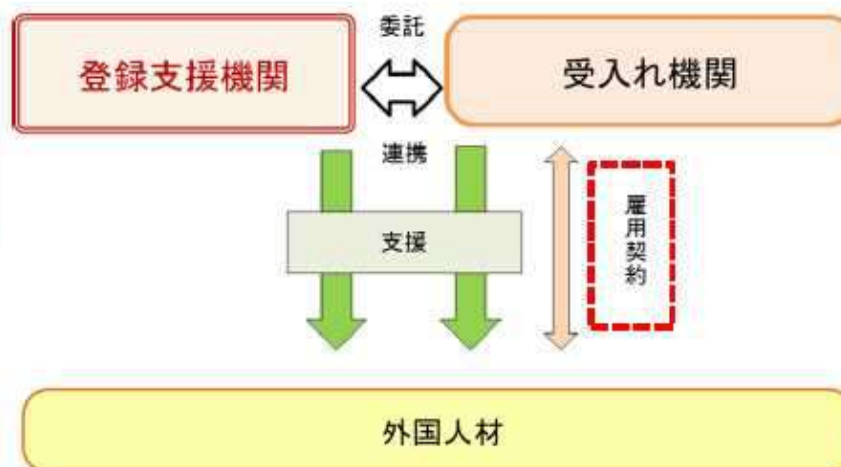
- 受入れ機関に対しては、報酬等を含め適切な雇用契約を締結するとともに、その適正な履行が確保されていることを求める【第2条の5第1項、第2項、第3項第1号及び第4項】
- 受入れ機関には、支援計画の適正な実施が確保されるための基準に適合することを求める【第2条の5第3項第2号】

①雇用契約の基準

- 報酬は、同一業務に従事する日本人等と同等以上であること
- 契約期間が満了した外国人の出国を確保するための措置があること
- 一時帰国を希望した場合、休暇を取得させること等

②雇用契約の適正な履行に関する基準

- 労働関係法令及び社会保険関係法令を遵守していること
- 特定技能外国人と同様の業務に従事する労働者を非自発的に離職させていないこと
- 行方不明者を発生させていないこと（帰責事由がない場合を除く。）
- 5年以内に出入国又は労働に関する法令に関し不正又は著しく不当な行為をしていないこと
- 欠格事由に該当しないこと（前科、暴力団関係等）
- 保証金を徴収するなどの悪質な紹介業者等の介在がないこと等



③支援体制に関する基準

- 中長期在留者の受入れを適正に行った実績や中長期在留者の生活相談等に従事した経験を有する職員が在籍していること
- 情報提供体制を確保していること
- 支援の責任者等が欠格事由に該当しないこと等

技能実習制度と特定技能制度の比較

在留資格	技能実習 (外国人の技能実習の適正な実施及び技能実習生の保護に関する法律)	特定技能 1 号 (出入国管理及び難民認定法)
目的	実習（実習生が特定分野の技能等を習得する）	就労（一定の専門性・技能を持つ即戦力の外国人材を労働力として受入）
在留期間	1号：1年 2号：2年（通算3年） 3号：2年（通算5年）	1年（更新により通算5年）
帰国	×（実習期間中は帰国不可）	○（在留期間中の帰国可）
転職	×（転職不可）	○（同じ特定産業分野で転職可）
対象職種 対象業種	技能実習 2 号の対象職種（食品製造関係） 缶詰巻締 食鳥処理加工 加熱生水産加工食品製造 非加熱生水産加工食品製造 水産練り製品製造 牛豚食肉処理加工 ハム・ソーセージ・ベーコン製造 パン製造 そう菜製造 農産物漬物製造	飲食料品製造業分野 食料品製造業 清涼飲料製造業 茶・コーヒー製造業 製氷業 菓子小売業（製造小売） パン小売業（製造小売） 豆腐・かまぼこ等加工食品小売業
関連業務 周辺業務	従事できる作業、関連業務・周辺業務の割合に制限あり。	日本人が通常従事している関連業務（原料受入れ、製品の納品、清掃、事務所の管理の作業等）に付随的に従事することも可能。
技能水準	—	「受入れ分野で相当程度の知識又は経験を必要とする技能」（一定の専門性・技能が必要） ※「飲食料品製造業特定技能1号技能測定試験」により確認。ただし、技能実習 2 号（3 年）を修了した者は試験を免除。
日本語能力 の水準	—	「ある程度日常会話ができ、生活に支障がない程度の能力を有することを基本」 ※「日本語基礎テスト」又は「日本語能力試験（N4 以上）」により確認。ただし、技能実習 2 号（3 年）を修了した者は試験を免除。

「特定技能」による受入れ業種及び技能実習について

○在留資格「特定技能」による受入れ業種 1 4 業種(5年間で)

業種	1号	2号	人数
介護業	○	—	60,000
ビルクリーニング業	○	—	37,000
素形材産業	○	—	21,500
産業機械製造業	○	—	5,250
電気・電子情報関連産業	○	—	4,700
建設業	○	○	40,000
造船・船用工業	○	○	13,000
自動車整備業	○	—	7,000
航空業	○	—	2,200
宿泊業	○	—	22,000
農業	○	—	36,500
漁業	○	—	9,000
飲食料品製造業	○	—	34,000
外食業	○	—	53,000

○食品関係の技能実習

業種	1号	2号	3号
缶詰巻締	○	○	○
食鳥処理加工業	○	○	○
加熱生水産加工食品製造業	○	○	○
非加熱生水産加工食品製造業	○	○	○
水産練り製品製造	○	○	○
牛豚食肉処理加工業	○	○	○
ハム・ソーセージ・ベーコン製造	○	○	○
パン製造	○	○	○
そう菜製造業	○	○	○
農産物漬物製造業	○	○	×
医療・福祉施設給食製造	○	○	×
めん類製造業	○	×	×
冷凍調理食品製造業	○	×	×
菓子製造業	○	×	×

飲食料品製造業における外国人労働者の状況

- 飲食料品製造業における外国人労働者は、ここ数年急増している。
- 在留資格別では、技能実習生が最も多い。

在留資格	2017年10月	2018年10月
①技能実習	36,799	45,739
②専門的・技術的分野の在留資格及び特定活動	2,647	3,646
③永住権等の身分に基づく在留資格	41,457	41,559
④資格外活動(留学生及び家族滞在)	25,557	28,412
⑤不明	7	4
総 数	106,463	119,360

資料：厚生労働省からの聴き取りを基に農林水産省で作成

(注) 飲食料品製造業分野の従業者数は140万人である

(出典：経済産業省「経済センサス」及び「工業統計調査」)

飲食料品製造業分野における新制度の概要

- (1) 受入れ見込み数（向こう5年間の上限）：3万4千人。
- (2) 人材の基準
以下の試験の合格者 又は 飲食料品製造業分野の第2号技能実習を良好に修了した者
 - ①技能水準（試験区分）
「飲食料品製造業技能測定試験」（（一社）外国人食品産業技能評価機構が実施）
 - ②日本語能力水準
「国際交流基金日本語基礎テスト」又は「日本語能力試験（N4以上）」
- (3) 人材のイメージ
飲食料品の製造工程でHACCPに沿った衛生管理ができる人材
 - ・主な食中毒菌や異物混入に関する基本的な知識・技能
 - ・食品等を衛生的に取り扱う基本的な知識・技能
 - ・施設設備の整備と衛生管理に関する基本的な知識・技能
- (4) 外国人が従事する業務
飲食料品製造業全般（飲食料品（酒類を除く）の製造・加工、安全衛生）
＊日本人が通常従事している関連業務に付随的に従事することも可能
- (5) 対象となる範囲
以下の日本標準産業分類に該当する事業者が行う業務
食料品製造業、清涼飲料製造業、茶・コーヒー製造業、製氷業、菓子小売業（製造小売）、パン小売業（製造小売）、豆腐・かまぼこ等加工食品小売業
- (6) 受入れ機関等の条件
「食品産業特定技能協議会」の構成員になり、必要な協力を行うこと
- (7) 雇用形態：直接雇用

飲食料品製造業技能測定試験

(1) 試験問題策定

一般財団法人食品産業センター

(2) 想定している出題範囲

- ・ 食品安全・品質管理の基本的な知識（食中毒に関する知識等）
- ・ 一般衛生管理の基礎（5S活動の取組の徹底等）
- ・ 製造工程管理の基礎（製造工程の管理と注意事項等）
- ・ HACCPによる衛生管理（HACCPとは等）
- ・ 労働安全衛生に関する知識（労働災害に関する知識等）

※正確な出題範囲につきましては、今後、公表予定の学習用テキストを御確認ください。（公表時期未定）

(3) 試験言語

現地語（日本国内試験は日本語）

(4) 試験実施主体

一般社団法人外国人食品産業技能評価機構（OTAFF）

(5) 実施方法

筆記試験（将来はコンピューター・ベースド・テスト（CBT）方式に移行予定）

(6) 実施回数

年おおむね10回程度を予定

(7) 開始時期

2019年10月以降に実施予定

（国内試験の実施地域、国外試験の実施国については検討中）

※試験の詳細については、農林水産省のウェブサイト等で決まり次第公表します。

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tokuteiginou.html>

【参考】 外食業技能測定試験

(1) 第1回試験

- ・日時
2019年4月25日（木）・26日（金）
- ・地域
東京及び大阪
- ・試験結果（総括表）

	受験者数（人）	合格者数（人）	合格率（％）
東京会場	2 8 0	2 0 8	7 4 . 3
大阪会場	1 8 0	1 3 9	7 7 . 2
合 計	4 6 0	3 4 7	7 5 . 4

※申込者数は、東京会場390人、大阪会場241人。

(4) 第2回試験日時及び地域

2019年6月24日（月）札幌、仙台、岡山
2019年6月27日（木）東京、名古屋、大阪
2019年6月28日（金）東京、名古屋、福岡

※いずれの会場も受験申し込みは終了しております。

※OTAFFの公表を基に農林水産省で作成

日本語能力試験

【日本語基礎テスト】

- (1) 能力水準：ある程度日常会話ができ、生活に支障がない程度の日本語能力
- (2) 実施主体：独立行政法人国際交流基金
- (3) 実施方法：コンピューター・ベースド・テスト（CBT）方式
- (4) 実施回数：年おおむね6回程度、国外実施予定
- (5) 実施スケジュール：2019年4月、5月及び6月 フィリピン（マニラ）で実施。
※なお、介護分野の技能試験の受験予定者が優先。
※フィリピン以外の国での実施については未定。詳細は以下のウェブサイトをご確認ください。
https://www.jpf.go.jp/j/project/japanese/education/jft_basic/index.html

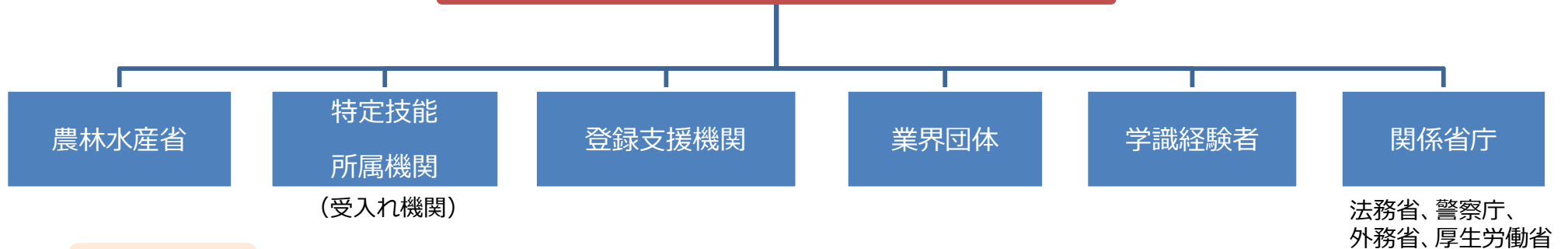
【日本語能力試験】

- (1) 能力水準：ある程度日常会話ができ、生活に支障がない程度の日本語能力
- (2) 実施主体
国外：独立行政法人国際交流基金
国内：公益財団法人日本国際教育支援協会
- (3) 実施方法：マークシート方式
- (4) 実施回数
国外：おおむね1～2回実施
国内：年2回実施（各都道府県で実施）
- (5) 実施スケジュール
2019年7月7日（申込終了）及び12月1日（申込受付期間8月20日～9月20日）
※国外では実施しないことがありますので、以下のウェブサイトに掲載されている現地の実施機関にご確認ください。<https://www.jlpt.jp/>

食品産業特定技能協議会

- 飲食料品製造業分野及び外食業分野における制度の適切な運用を図るため、食品産業特定技能協議会を設置。（2019.3.29設置済み）
- 協議会においては、構成員の連携の緊密化を図り、各地域の事業者が必要な特定技能外国人を受け入れられるよう、制度や情報の周知、法令遵守の啓発のほか、地域ごとの人手不足の状況を把握し、必要な対応等を行う。

食品産業特定技能協議会



活動内容

- 特定技能外国人の受入れにかかわる制度の趣旨や優良事例の周知
- 特定技能所属機関等に対する法令遵守の啓発
- 就業構造の変化や経済情勢の変化に関する情報の把握・分析
- 地域別の人手不足の状況把握・分析
- 人手不足状況、受入れ状況等を踏まえた大都市圏等への集中回避に係る対応策の検討・調整（特定地域への過度な集中が認められる場合の構成員に対する必要な要請等を含む）
- 受入れ機関の外国人労働者引き抜き防止の申し合わせ
- 受入れの円滑かつ適正な実施のために必要なその他の情報・課題等の共有・協議等 等

※協議会への入会申請は、1人目の1号特定技能外国人材の在留資格が許可された日から4か月以内に行ってください。

【参考】 特定技能所属機関による外国人労働者の引き抜き防止に係る申し合わせ (平成31年 3月29日、食品産業特定技能協議会)

飲食料品製造業分野については、幅広い業種から構成されており、企業規模も多様であるといった特性があるところ、今般の新たな外国人材の受入れ制度においては、H A C C Pに沿った衛生管理等の専門的スキルに着目した仕組みとすることで、業種や規模に関わらず業全体として幅広く利用できるようになっており、飲食料品製造業分野の範囲内であれば、企業間、業種間の転職が可能となっている。

他方、新たな外国人材の受入れ制度を施行することにより、大都市圏等特定地域に外国人が過度に集中することや大企業への偏在が生じることが強く懸念されている。特に、飲食料品製造業分野においては、技能実習 2 号対象職種（水産加工、食肉加工、惣菜製造等）とそうでない職種が混在し、受入れ機関の間で無秩序な外国人労働者の引き抜きが行われれば、業界内の雇用秩序を乱すとともに、大都市への過度な集中を助長する可能性がある。

こうした点を踏まえ、大都市圏等特定地域に外国人が過度に集中することを予防する観点から、他地域で雇用されている外国人労働者を積極的に引き抜き雇用することを自粛することを申し合わせる。

食品産業特定技能協議会の構成員である各特定技能所属機関は、安全で良質な食料を安定的に供給するという役割を担う食品企業の社会的使命を改めて認識し、本申し合わせを踏まえ、引き続き飲食料品製造業分野の健全な発展に資するよう努めていく。

【参考】在留資格に係る告示の改正・「特定活動」(本邦大学卒業生)

日本の大学を卒業した留学生の就職支援 ～特定活動告示の改正～



外国人留学生の就職支援に係る政府方針

日本再興戦略改訂2016

外国人留学生の日本国内での就職率を現状の3割から5割に向上させることを目指す。

骨太の方針2018

在留資格に定める活動内容の明確化や、手続負担の軽減などにより在留資格変更の円滑化を行い、留学生の卒業後の活躍の場を広げる。

外国人材受入れ・共生のための総合的対応策

平成30年度中に大学を卒業する留学生が就職できる業種の幅を広げるため、平成31年3月を目途として**在留資格に係る告示改正を行う。**

現状の在留資格制度下における取扱い

本邦の大学・大学院を卒業・修了した留学生については、専門的・技術的知識に加えて、高い日本語能力を有していることから、幅広い分野での活躍が期待されるものの、従事しようとする業務内容が現行の在留資格に当てはまらないとして、例えばサービス業務や製造業務等に専従することは認められていない。

特定活動告示の改正の趣旨

本邦の大学(四年制大学)又は大学院の課程を適正に卒業・修了した留学生は、我が国の文化に触れながら学んだ我が国の良き理解者であり、在学中に修得した知識や、日本語を含む語学力を活用する業務が含まれている場合、その就職を認めることとする。

要 件 ※特定活動告示で規定

- 常勤の従業員として雇用され、本邦の大学又は大学院において修得した知識や能力等を活用することが見込まれること
- 本邦の大学(短期大学を除く。)を卒業し、又は大学院の課程を修了して学位を授与されたこと
- 日本人と同等額以上の報酬を受けること
- 高い日本語能力を有すること(試験又はその他の方法により、日本語能力試験N1レベル等が確認できること)

【従事できない業務】

- 風俗営業活動
 - 法律上資格を有する者が行うこととされている業務(業務独占資格を要する業務)
- ※ また、大学・大学院において修得した知識や能力を必要としない業務にのみ従事することはできない。



IV 生産性、新市場、環境、食口入

海外ではこんなものが売れている

欧州
(イギリス、
フランス)で
ビン入りラムネ
が人気



中国、台湾で
イカ天
瀬戸内レモン味
が人気



中東 (UAE) で
高級菓子、健康食品
が人気

南米 (ブラジル) で
ねるねるねるね
が人気



アジアで
シャインマスカット
が大人気



東南アジア
(タイ、マレーシア)
でさつま芋、焼き芋がブーム





食品製造業

= 日本を代表する製造業

事業所数 1位 (14.3%)

従業員数 1位 (15.9%)

出荷額 2位 (11.0%)

付加価値額 2位 (11.1%)

食品製造業の現状

- 食品製造業は、我が国のリーディング産業とされてきた、自動車産業に次ぎ、電機産業や電子産業を上回る規模の産業。
- ただし、従業員数に比し、付加価値額が相対的に低い。
- 将来労働力人口の不足が確実視される中、食品製造業が持続的に成長していくためには、働き方改革や生産性の向上が急務。

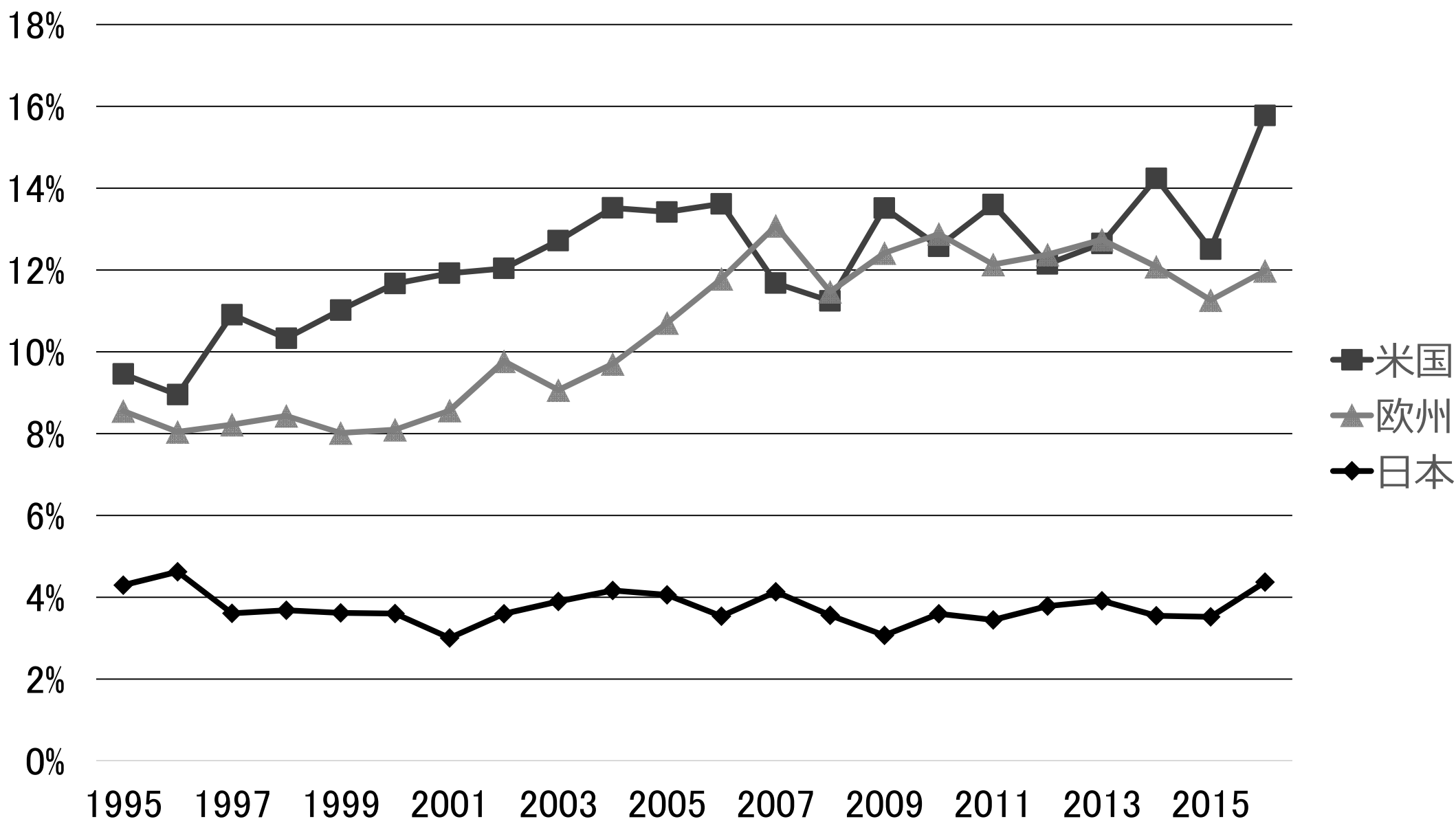
○ 食品製造業と他産業との比較（常時従業者数、売上高、付加価値額）

	企業数 (社)		常時従業者数 (人)		売上高 (億円)		1企業あたり 付加価値額(百万円)
全産業	28,715	100%	14,376,793	100%	6,621,822	100.0%	4321
製造業	12,870	44.8%	5,265,571	36.6%	2,713,399	41.0%	4661
輸送用機械 器具製造業	1,336	4.7% (10.4%)	1,060,825	7.4% (20.1%)	703,141	10.6% (25.9%)	10388
食品製造業	1,502	5.2% (11.7%)	616,542	4.3% (11.7%)	205,894	3.1% (7.6%)	2730
電気機械 器具製造業	763	2.7% (6.0%)	390,300	2.7% (7.4%)	169,422	2.6% (6.2%)	5137
電子部品・デバイス・ 電子回路製造業	640	2.2% (5.0%)	354,208	2.5% (6.7%)	181,317	2.7% (6.7%)	6480

資料：「平成29年企業活動基本調査（平成28年度実績）」（経済産業省）

本調査は、従業員50人以上かつ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。

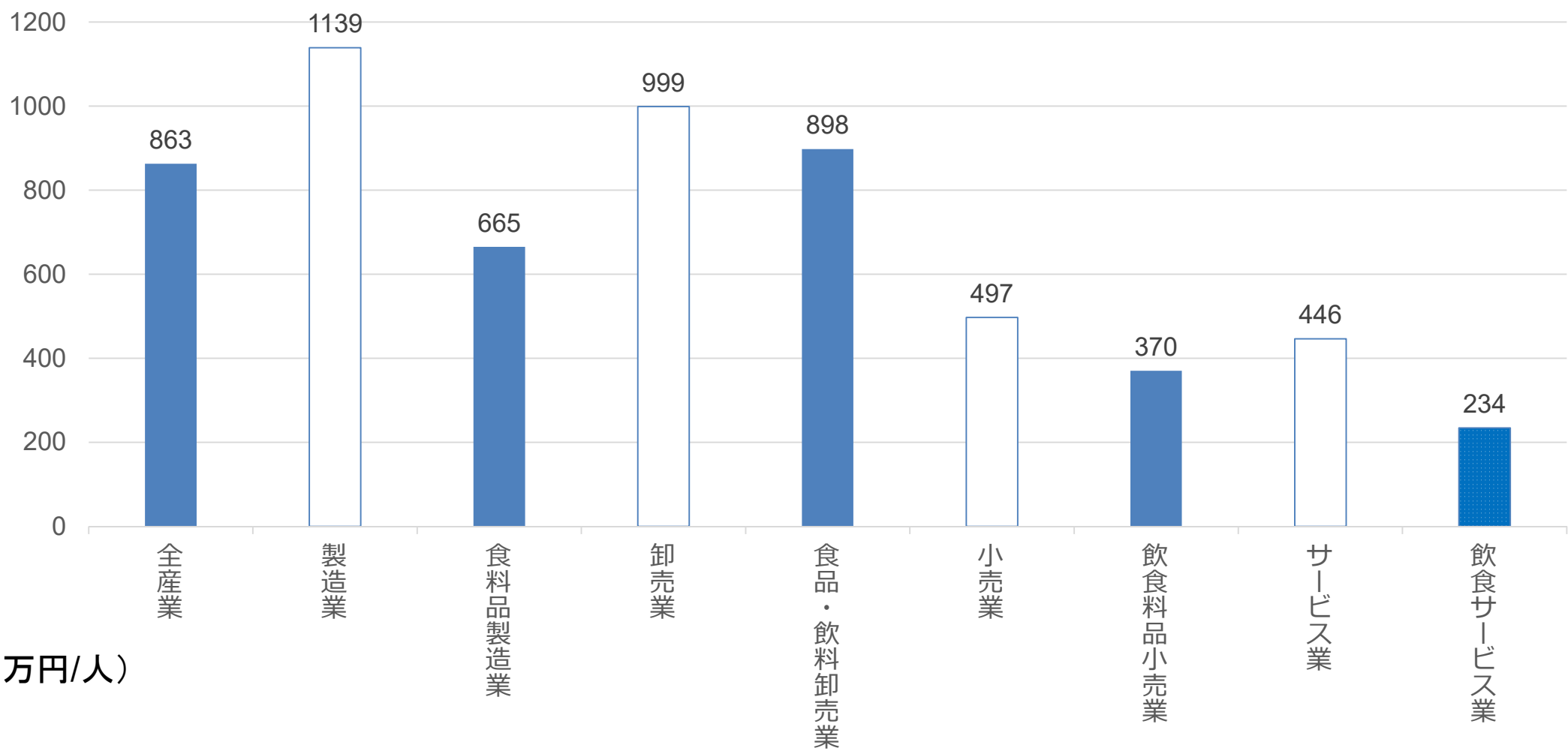
日米欧の大手食品メーカー営業利益率



食品産業の労働生産性



1人当たり付加価値額（平成28年度）



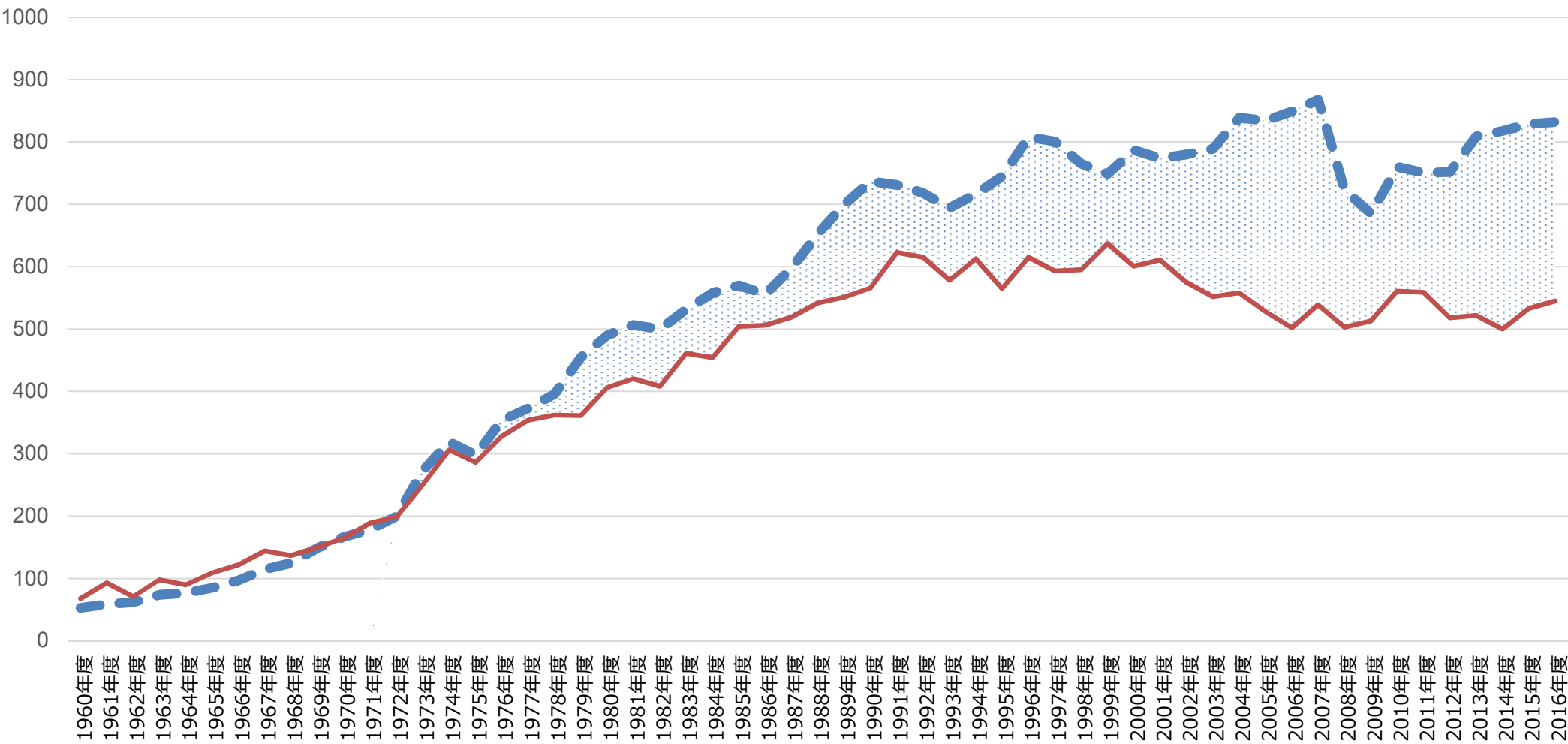
(万円/人)

資料：「平成29年企業活動基本調査（2016年度実績）」（経済産業省）
本調査は、従業員50人以上かつ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。

食品製造業の労働生産性の推移



(万円)

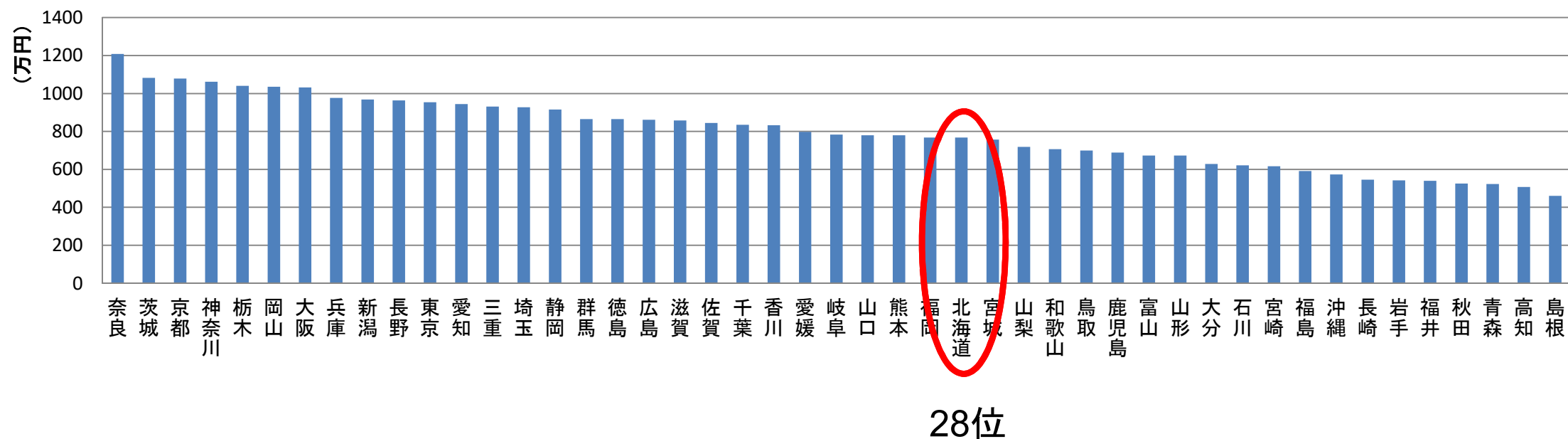


— 製造業全体 — 食品製造業

食品製造業の県別労働生産性

- 地域別に見ると、大消費地の関東や近畿で高く、北海道、東北、九州、沖縄で低いなど、立地環境による格差が大きい。
- 製造の効率化・合理化、価値の創造・提案による販売単価の改定、賃上げなどが労働生産性向上に向けての課題。

食品製造業の県別労働生産性(平成28年度)



食品製造業が直面する「機会」と「脅威」

「機会」

日本食への関心

機能性への世界的関心

電子商取引など流通の多様化

「脅威」

国内市場の縮小

人材確保難

「規格・認証」「安心」への関心

ESG（環境・社会・ガバナンス）

災害時の持続的供給

原材料争奪の激化

食品産業戦略の柱

価値創造

価値に見合った価格

技術開発

簡便化・外部化

機能性

プレミアム

包装・容器の高度化

新たな切り口

派生商品

生産性の向上

価値に見合った価格

「働き方改革」

物流の共同化

ロボット

賞味期限見直し・廃棄ロス削減

IoT・AI

危機管理と環境整備

災害時の安定供給

円滑な事業承継

取引の適正化

「食」に対する信頼確保

新たな市場の拡大

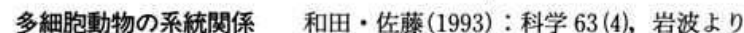
- 少子高齢化に伴い高付加価値な商品など、新しい市場が拡大。
(例) 紙おむつ、ミネラルウォーター、食品宅配サービス

○国内紙おむつの市場規模



資料：「ユニチャーム」

-



食品製造業支援策ガイド

農林水産省

平成30年度補正予算、令和元年度予算、令和元年度税制大綱から
食品製造業向けの支援策や食品製造業も利用できる支援策を紹介します。



食品産業イノベーション推進事業

農林水産省

食品製造現場におけるロボット、AI（人工知能）、IoT等の革新的で新規性のある技術の活用実証や食品事業者の生産性向上に対する意識改革やシステムインテグレーター（SIer）との接点作りの促進を目的とした研修会等の開催など、業界内で横展開する取組を支援します。

（研修会の開催時期等、詳細は未定。）

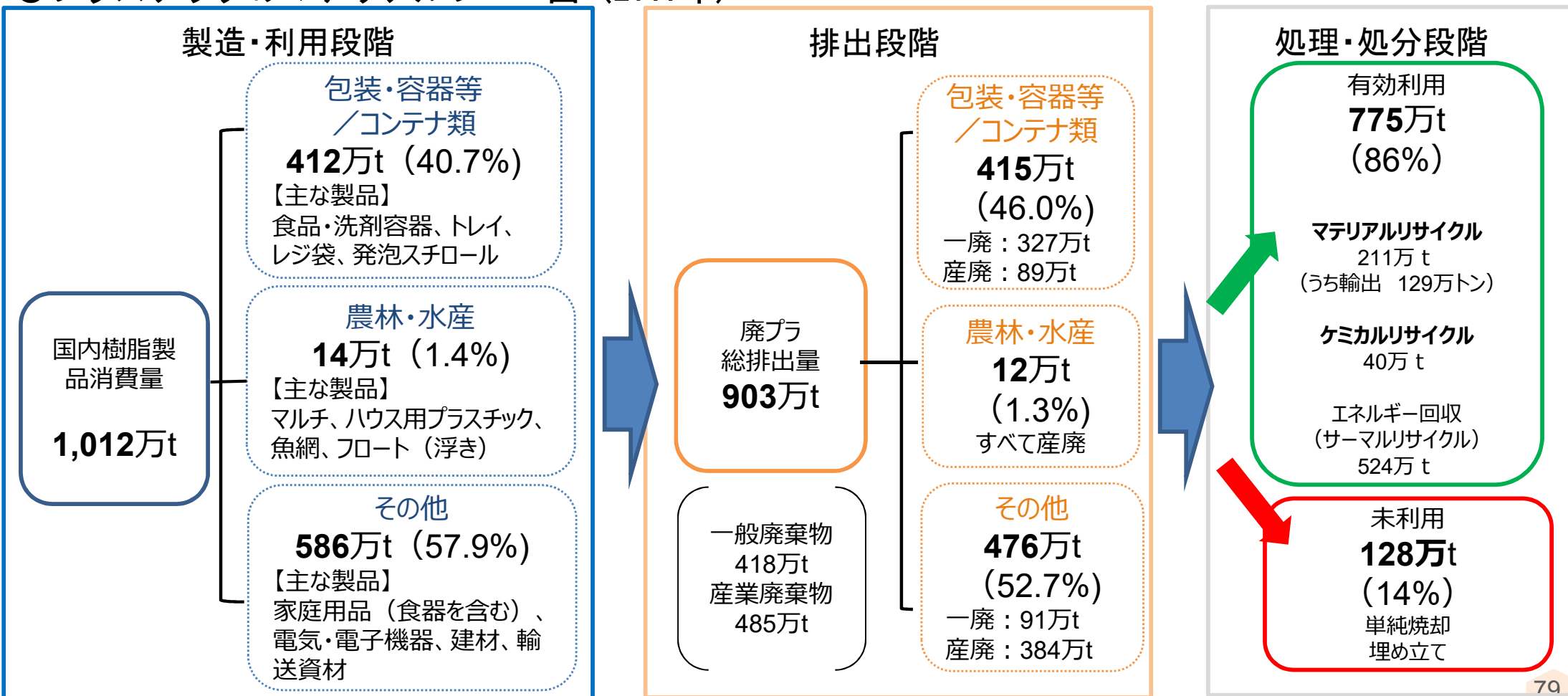
〔お問い合わせ先〕食料産業局食品製造課
(03-6744-7180)



日本におけるプラスチックの 製造・排出・処理等の状況

- 日本では年間約900万トンのプラスチックが排出（食品産業に由来するものは「包装・容器等／コンテナ類」と「その他」の内数）。
- 排出されたプラスチックはエネルギー回収（サーマルリサイクル）も含めれば、86%が有効利用（これに対し、世界の廃プラスチックは、14～18%がリサイクル、24%が焼却、残りは不法に投棄/焼却（環境省資料「OECDの環境総局/環境政策委員会 2018年5月 再生プラスチック市場に関する報告書」より）。

○プラスチックのマテリアルフロー図（2017年）



地球にやさしいプラスチックの資源循環推進会議

- 食品産業分野の各企業・業界団体に、プラスチック問題に対応した様々な自主的取組を広く促していくため、先ずはこの問題をめぐる現状と企業における先行的な取組を把握した上で、取組に当たっての課題及びその解決に向けた方策を検討するとともに、多様な事例を共有・発信することで、プラスチック問題に対応する自主的な取組の更なる普及拡大と、国における更なる対策に資するために平成30年10月29日から有識者懇談会を開催。

＜委員＞

- ・ 石川雅紀（神戸大学大学院経済学研究科教授）
- ・ 宮島香澄（食料・農業・農村政策審議会食料産業部会臨時委員）
- ・ 小島理沙（京都経済短期大学准教授）
- ・ 中田雅史（一般社団法人全国清涼飲料連合会専務理事）
- ・ 岩井正人（日本マクドナルド株式会社コーポレートリレーション本部CSR部マネージャー）
- ・ 池田三知子（一般社団法人日本経済団体連合会環境エネルギー本部長）
- ・ 古澤純一郎（NPO法人海さくら理事長）

＜関係省庁＞

農林水産省、環境省、経済産業省

※その他、民間企業・団体から参加いただき、取組事例について御報告いただいた。

10月29日 第1回 有識者懇談会

- ・ プラスチック資源循環を巡る状況
- ・ 農林水産省における食品産業への対応
（食品産業における企業・業界団体の自主取組の例）

10月30日

食品企業・団体の自主的取組の募集開始

11月27日 第2回 有識者懇談会

- ・ 募集した食品企業・団体の自主的取組の紹介
（中間報告）
- ・ 食品企業・団体の取組を促進するための方策

11月29日

食品企業・団体の自主的取組の公表（順次）

3月12日 第3回 有識者懇談会

- ・ 募集した食品企業・団体の自主的取組の紹介
- ・ プラスチック資源循環に向けた今後の取組方向

「プラスチック資源循環アクション宣言」の募集について



◆募集する自主的取組

プラスチック資源循環に資する自主的取組であれば、どのようなものでもかまいません。

また、自らが実施する取組のほか、共同で実施する取組も歓迎します。

◆募集対象

食品製造業、食品流通業、食品小売業、外食産業等の業界団体及び企業

◆応募様式

様式は自由です。現在実施中の取組を含め、今後、プラスチック資源循環にどのように取り組んでいくかを自由に記載してください。

◆プレスリリース(10月30日付)

農林水産省HPホーム> 会見・報道・広報> 報道発表資料> 「プラスチック資源循環アクション宣言」の募集について

<http://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/kankyoi/181030.html>



「プラスチック資源循環アクション宣言」の応募状況企業・業界団体一覧表 (平成31年3月12日現在)

No	企業等名称(応募順)	業 種	内 容				
			3R	研究 開発	国民 理解	国際 協力	その他
1	ユニー(株)	食品小売業	○				
2	一正蒲鉾(株)	食品製造業	○				
3	(株)セブン&アイ・フードシステムズ	外食産業	○				
4	(株)ファインテック	機械製造業					○
5	日本ハム(株)	食品製造業	○				
6	(株)いなげや	食品小売業	○		○		
7	国分グローサースチェーン(株)	食品小売業	○		○		
8	(株)セブン-イレブン・ジャパン	食品小売業	○				
9	公益社団法人食品容器環境美化協会	団体			○		
10	アサヒ飲料(株)	食品製造業	○		○		
11	ダイドードリンコ(株)	食品製造業	○				
12	キリンホールディングス(株)	食品製造業	○				
13	サントリーホールディングス(株)	食品製造業	○	○			
14	(株)伊藤園	食品製造業	○	○	○		
15	森永乳業(株)	食品製造業	○		○		
16	大塚製薬(株)	食品製造業	○		○		
17	日本コカ・コーラ(株)	食品製造業	○		○		

「プラスチック資源循環アクション宣言」の応募状況企業・業界団体一覧表 (平成31年3月12日現在)

No	企業等名称(応募順)	業 種	内 容				
			3R	研究 開発	国民 理解	国際 協力	その他
18	UCC上島珈琲(株)	食品製造業	○				
19	雪印メグミルク(株)	食品製造業	○				
20	農業用フィルムリサイクル促進協会	団体	○	○			
21	日清食品ホールディングス(株)	食品製造業	○				
22	(株)明治	食品製造業	○		○		
23	農業用生分解性資材普及会	団体		○		○	
24	(株)フジ	食品小売業	○		○		
25	ヤマサ醤油(株)	食品製造業	○				
26	日本マクドナルド(株)	外食産業	○				
27	日本肥料アンモニア協会 全国複合肥料工業会	団体	○	○			
28	一般社団法人日本植物油協会	団体	○				
29	日清オイリオグループ(株)	食品製造業	○				
30	(株)J-オイルミルズ	食品製造業	○				
31	(株)エフピコ	製造業	○		○		
32	(株)モスフードサービス	外食産業	○				
33	カゴメ(株)	食品製造業	○		○		
34	(株)ニチレイ	食品製造業	○		○		
35	(株)精工	製造業	○		○		

「プラスチック資源循環アクション宣言」の応募状況企業・業界団体一覧表 (平成31年3月12日現在)

No	企業等名称(応募順)	業 種	内 容				
			3R	研究 開発	国民 理解	国際 協力	その他
36	(株)セコマ	食品小売業	○		○		
37	ワタミ(株)	外食産業	○				
38	(株)悠心	製造業	○				
39	ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株)	食品製造業	○				
40	コープデリ生活協同組合連合会	団体	○		○		
41	生活協同組合コープみらい	団体	○				
42	一般社団法人 全国清涼飲料連合会	団体	○		○	○	
43	公益財団法人 海と渚環境美化・油濁対策機構	団体	○		○		
44	アイ-コンポロジー株式会社	製造業		○			
45	株式会社TBM	製造業	○	○	○	○	
46	株式会社 ヤクルト	食品製造業	○		○		
47	大分県漁業協同組合	団体	○				
48	Texchem Japan Inc.	製造業	○				
49	ヤマサちくわ株式会社	食品製造業			○		
50	山崎製パン株式会社	食品製造業	○		○		
51	太子食品工業株式会社	食品製造業	○		○		
52	株式会社だい久製麺	食品製造業	○		○		

「プラスチック資源循環アクション宣言」の応募状況企業・業界団体一覧表 (平成31年3月12日現在)

No	企業等名称(応募順)	業 種	内 容				
			3R	開 研 発 究	理 国 解 民	協 国 力 際	その他
53	株式会社ヨコタ東北	製造業	○		○		
54	PETボトルリサイクル推進協議会	団体	○		○		
55	全国野菜園芸技術研究会	団体	○				
56	一般社団法人日本花き生産協会	団体	○		○		
57	キッコーマン株式会社	食品製造業	○				
58	石川県漁業協同組合	団体	○				
59	全国農業経営者協会	団体	○	○			
60	株式会社ウッドプラスチックテクノロジー	製造業			○		
61	味の素株式会社	食品製造業	○				
62	多度津町高見漁業協同組合	団体	○				
63	株式会社平和化学工業所	製造業	○				
64	南あわじ市湊地区豊かな海づくり活動組織	団体			○		
65	室津地区豊かな海づくり活動組織	団体		○			
66	由良地区豊かな海づくり活動組織	団体			○		
67	炬口地区豊かな海づくり活動組織	団体			○		
68	神戸の浅場を守る会	団体			○		
69	兵庫運河の自然を再生するプロジェクト	団体			○		
70	全国農業協同組合連会	団体			○		

「プラスチック資源循環アクション宣言」の応募状況企業・業界団体一覧表 (平成31年3月12日現在)

No	企業等名称(応募順)	業 種	内 容				
			3R	開 研 発 究	理 国 解 民	協 国 力 際	その他
72	昭和産業株式会社	食品製造業	○	○			
73	岡山県漁業協同組合連合会	団体	○				
74	三重県漁業協同組合連合会	団体	○		○		
75	滋賀県漁業協同組合連合会	団体			○		
76	(一社)全国肥料商連合会	団体			○		
77	全国漁青連	団体			○		
78	全国漁協女性部連絡協議会	団体			○		
79	大阪府漁業協同組合連合会	団体			○		
80	佐賀県有明海漁業協同組合	団体			○		
81	大津漁業協同組合	団体			○		
82	敦賀市漁業協同組合	団体			○		
83	若狭三方漁業協同組合	団体			○		
84	美浜町漁業協同組合	団体			○		
85	広島県漁業協同組合連合会	団体			○		
	計	85	58	11	37	3	1

地理的表示

- 地理的表示は、それぞれの地域ならではの特徴的な産品を知的財産として保護する制度。2019年5月末までに37道府県等の計79産品を登録済み。
- 日EU・EPAにおいて、EU側GI71産品、日本側GI48産品をそれぞれ相互に保護することで合意。日EU・EPA協定に基づき、より高いレベルでのGI保護を適確に実施するため、2018年11月にGI法を改正。
→ 国内での登録拡大、諸外国との相互保護の促進に今後取り組む。

地理的表示のイメージ — 市田柿を例に —

生産地



○人的要因

- ・旧市田村発祥の「市田柿」のみ使用
- ・じっくりとした「干し上げ」、しっかりとした揉み込み

○自然的要因

- ・昼夜の寒暖差が高糖度の柿に
- ・秋～冬の川霧が干柿に絶好の環境

結び付き

産品の特性



- ・「市田柿」は特別に糖度が高い
- ・もっちりとした食感
- ・きれいな飴色
- ・小ぶりで食べやすい
- ・表面を覆うキメ細やかな白い粉化粧

地理的表示



市田柿

市田柿という名称から産地と産品の特性がわかる

登録産品の例



夕張メロン

(北海道)



十勝川西長いも

(北海道)



岩手木炭

(岩手県)



田子の浦しらす

(静岡県)



若狭小浜小鯛ささ漬

(福井県)



下関ふく

(山口県、福岡県)



琉球もろみ酢

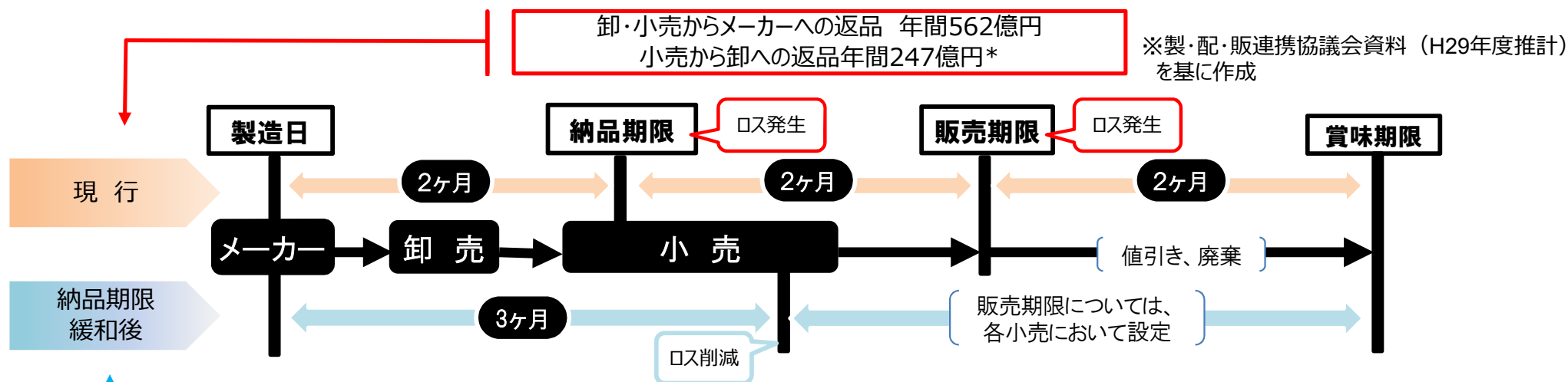
(沖縄県)



食品製造業、卸売・小売業における商慣習（3分の1ルール）

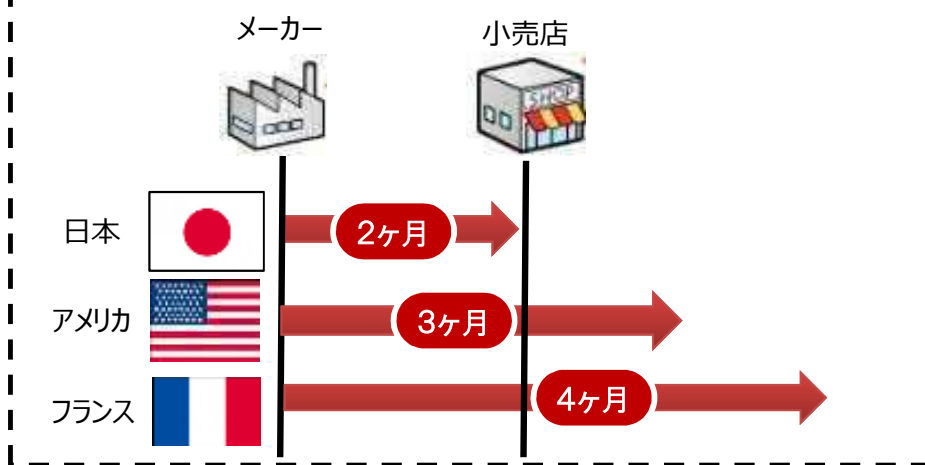
○小売店などが設定するメーカーからの納品期限及び店頭での販売期限は、製造日から賞味期限までの期間を3等分して商慣習として設定される場合（いわゆる3分の1ルール）が多く、食品廃棄発生の一つの要因とされ、フードチェーン全体での取組が必要。

※賞味期間6ヶ月の例



メーカー：返品、未出荷廃棄の変化
卸 売：納品期限切れ在庫、返品、
廃棄/転送の変化
小 売：販売期限切れ在庫の変化

※ 諸外国との納品期限に関する比較（賞味期間6か月の場合）



食品業界の取組（賞味期限の年月表示化）

- 賞味期限が3ヶ月を超える食品については年月表示も可能。
- 消費者に分かりやすい期限表示となるよう各社で工夫し、日付順に納入される流通段階でのロス発生を防ぐよう商慣習検討ワーキングチームで推奨。(2012年度～)
- 年月表示にしたとき、「日」が「切り捨て」となることから、納品期限が厳しいままでは取組困難。

【年月表示化の実施状況】

（菓子・カレー・清涼飲料・風味調味料の各団体への調査結果。2018年度流通経済研究所調べ(2018年10月末時点)）

カテゴリー	商品数	年月表示化済	今後年月表示化の予定
清涼飲料	2,004	1,095	12
菓子	11,727	3,827	229
カレー	158	25	0
風味調味料	98	0	0
合計	13,987	4,947	241

【事例1：日本醤油協会】

過度に厳しい日付管理が深夜・早朝操業や返品等の原因となっていたことから、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際、賞味期限が3か月超のものは、原則として年月表示。

【事例2：全国清涼飲料連合会】

2018年9月に「食品ロス発生抑止・削減に向けた賞味期限の年月表示に関する清涼飲料水自主ガイドライン」を公表し、業界全体としての年月等表示化を推進。

【事例3：全日本菓子協会】

賞味期限の延長と年月表示化について、毎年各社の進捗状況を調査しつつ実施を呼びかけ。

【事例4：味の素株式会社】

賞味期間1年以上の家庭用製品のうち、賞味期限の表示を「年月日」から「年月」へ変更する対象品目を2017年8月より拡大し、併せて賞味期限を延長。

2018/09/14



2018/08



食品業界の取組（賞味期限の延長）

- 製造過程における食品の品質保持技術の発展によって、賞味期限の見直しが可能。
- 科学的な知見で再検証を進め、消費者理解を得つつ賞味期限延長に取り組むことを商慣習検討ワーキングチームで推奨（2012年度～）。

【賞味期限延長の実施状況】

（菓子・カレー・清涼飲料・風味調味料の各団体への調査結果。2018年度流通経済研究所調べ(2018年10月末時点)）

カテゴリー	商品数	過去1年間に延長を実施	今後延長の予定
清涼飲料	2,004	161	57
菓子	11,727	122	303
カレー	158	0	0
風味調味料	98	31	0
合計	13,987	314	360

【事例：日本即席食品工業会】

- これまでの製造技術や包装技術の進歩から、賞味期限の延長が可能と結論を得、2013年6月に「即席めんの期限表示設定のためのガイドライン」を改訂。
- 2014年春より、賞味期限を1～2ヶ月延長したカップめんや袋めんが登場。



袋麺 6ヶ月
カップ麺 5ヶ月

従来



袋麺 8ヶ月
カップ麺 6ヶ月

現在

(参考) 小売店舗への納品期限緩和企業一覧 (総合スーパー)

- 総合スーパー各社において飲料・菓子等の納品期限を賞味期限の1/3から1/2へ緩和が実施されている。
- イトーヨーカ堂では、カップ麺、袋麺の納品期限も緩和予定である。

社名	内容	開始時期	実施地域
株式会社イズミ	加工食品・飲料・菓子等（賞味期限150日以上で納品期限を45%、150日以内で40%） 輸入品等（納品期限を50%）	2010年	全店舗
株式会社イトーヨーカ堂	酒類（主要メーカー2社のビール、納品期限を製造後1か月→3か月）	2012年2月	全店舗
	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1、販売期限を賞味期限6分の4残し→6分の1残し） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1、販売期限を賞味期限6分の4残し→6分の1残し）	2013年9月	全店舗
	カップ麺、袋麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年4月以降 緩和予定	
ユニー株式会社	飲料（主要メーカー5社のドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） PB（納品期限を3分の1→2分の1）	2013年10月	中京2セ ンターの 管轄店舗
イオンリテール株式会社 およびグループGMS6社 ^{*1}	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	イオンリテール (株)が2016年3月 開始。以降、各 社、順次開始	全店舗

*1 イオングループGMS6社：イオンリテールストア株式会社、イオン北海道株式会社、イオン九州株式会社、イオンストア九州株式会社、イオン琉球株式会社、イオンスーパーセンター株式会社

(出所) ワーキングチーム事務局（（公財）流通経済研究所）調べ。情報は2019年3月末時点。

(参考) 小売店舗への納品期限緩和企業一覧

(食品スーパー、ドラッグストア①)

○大手小売業グループの食品スーパー企業、地域の有力食品スーパー、生協、ドラッグストアにおいて、飲料・菓子等の納品期限が賞味期限の1/3から1/2に緩和されている。

社名		内容	開始時期	実施地域
イオングループ ^{*2}	マックスバリュ 8 社 ^{*1}	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	イオンリテール（株）が2016年3月開始。以降、各社、順次開始	全店舗
	アコレ株式会社	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2019年3月	全店舗
	イオンビッグ株式会社	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2019年9月中に緩和完了予定	
	カスミ株式会社	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2017年1月	全店舗
	株式会社山陽マルナカ	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2016年4月	全店舗
	株式会社レッドキャベツ	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	飲料2018年3月 菓子2019年2月	全店舗

*1 マックスバリュ 8 社：マックスバリュ北海道株式会社、マックスバリュ東北株式会社、マックスバリュ南東北株式会社（菓子は納品期限延長実施済。飲料は、2019年4月1日より納品期限延長実施予定）、マックスバリュ中部株式会社、マックスバリュ北陸株式会社、マックスバリュ西日本株式会社、マックスバリュ長野株式会社（ベンダー1社を除き完了）、マックスバリュ九州株式会社

*2 イオングループの株式会社光洋も、飲料（ドライ飲料、菓子（賞味期限180日以上）の納品期限を3分の1から2分の1への緩和にむけて準備中である。

（出所）ワーキングチーム事務局（（公財）流通経済研究所）調べ。情報は2019年3月末時点。

(参考) 小売店舗への納品期限緩和企業一覧

(食品スーパー、ドラッグストア②)

社名		内容	開始時期	実施地域
株式会社大阪屋ショッピング		加工食品・飲料・菓子等（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2005年時点で実施済	全店舗
セブン&アイ・ホールディングスグループ	株式会社ヨークマート	酒類（主要メーカー2社のビール、納品期限を製造後1か月→3か月）	2013年9月	全店舗
		飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1、販売期限を6分の4→6分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1、販売期限を6分の4→6分の1）	2013年9月	全店舗
	株式会社ヨークベニマル	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2018年3月	全店舗
株式会社東急ストア		飲料（主要メーカー5社のドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2013年8月	全店舗
株式会社ヤオコー		加工食品・飲料等の常温加工食品（米、菓子、酒類を除く。納品期限を3分の1→2分の1）	2019年4月開始	全店舗
生活協同組合コープさっぽろ		加工食品・飲料・菓子等（賞味期限60日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2016年4月	全店舗
生活協同組合コープデリ連合会		加工食品・飲料・菓子等（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2018年1月	全店舗
株式会社サッポロドラッグストアー		飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1） 菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2019年1月	全店舗

（出所） ワーキングチーム事務局（（公財）流通経済研究所）調べ。情報は2019年3月末時点。

(参考) 小売店舗への納品期限緩和企業一覧 (コンビニ)

○コンビニエンスストアでは、飲料、菓子、カップ麺等の納品期限が賞味期限の1/3から1/2に緩和されている。

社名	内容	開始時期	実施地域
国分グローサーズチェーン株式会社	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2018年8月	全店舗
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2019年10月	
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年10月	
株式会社セイコーマート	加工食品・飲料・菓子（賞味期限180日以上）・カップ麺等（納品期限を2分の1で運用）	2011年6月	全店舗
株式会社セブン-イレブン・ジャパン	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2014年11月	全店舗
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2014年11月	
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年8月	
株式会社ファミリーマート	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2015年4月	全店舗
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2017年11月	
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年3月	
株式会社ポプラ	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2016年4月	全店舗
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2017年9月	
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年10月	
ミニストップ株式会社	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2016年9月	全店舗
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2018年6月	
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	緩和に向け 検証中	
山崎製パン株式会社 デイリーヤマザキ事業統 括本部	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2015年4月	全店舗
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年3月	
株式会社ローソン	飲料（ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1）	2015年4月	全店舗
	菓子（賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1）	2017年9月	
	カップ麺（納品期限を3分の1→2分の1）	2019年10月	

（出所）ワーキングチーム事務局（（公財）流通経済研究所）調べ。情報は2019年3月末時点。

食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン

- 農林水産省、公正取引委員会、経済産業省で連携して、平成29年3月に豆腐・油揚げ、平成30年3月に牛乳・乳製品について「適正取引推進ガイドライン」を作成。
- 独占禁止法や下請法で「問題となり得る事例」と「望ましい取引実例」をわかりやすく掲載。

ガイドライン

<豆腐・油揚げ製造業>



ガイドライン

<牛乳・乳製品製造業>

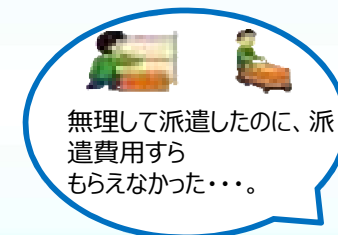


ガイドラインの内容の一例

11 従業員の派遣、役務の提供

<問題となり得る事例>

- 小売業者の要請で、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、派遣費用の支払いがなかった。



<望ましい取引実例>

- 小売業者は、派遣費用の支払いはもとより、曜日を含め製造業者が要請を受けいられるか十分協議の上で決定。

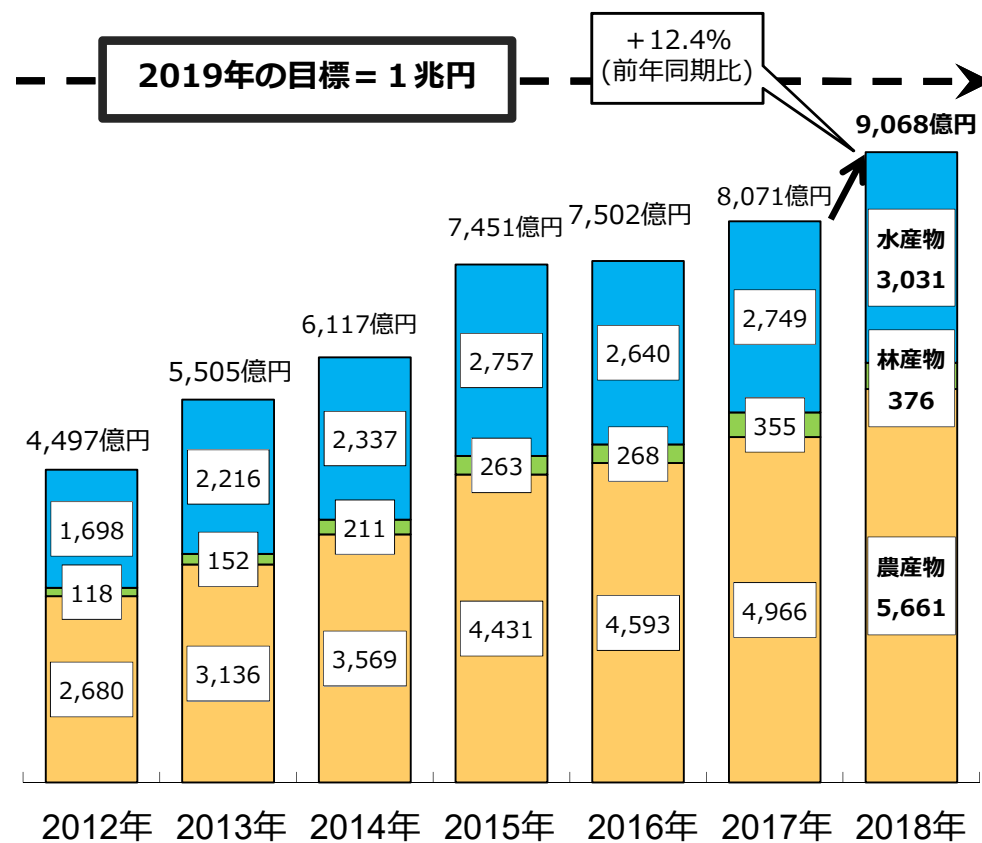
V 輸出

輸出拡大の必要性

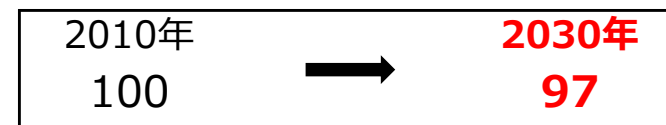
○人口減少下で、国内の食品市場規模は縮小する見込み。一方、人口増加や経済成長に伴い、世界の食料需要は2015年の890兆円から2030年には1,360兆円に増加する見込み。

○我が国の農林水産業が発展するためには、更なる輸出拡大が不可欠。

1 農林水産物・食品の輸出実績

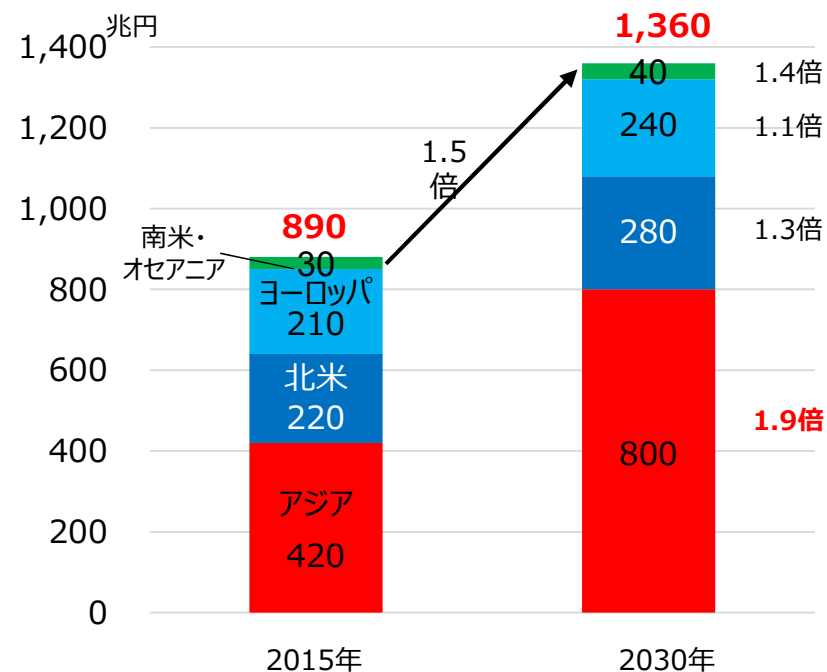


2 国内の食料支出総額の変化（指数）



出典：農林水産政策研究所「人口減少局面における食料消費の将来推計」（2014年6月）

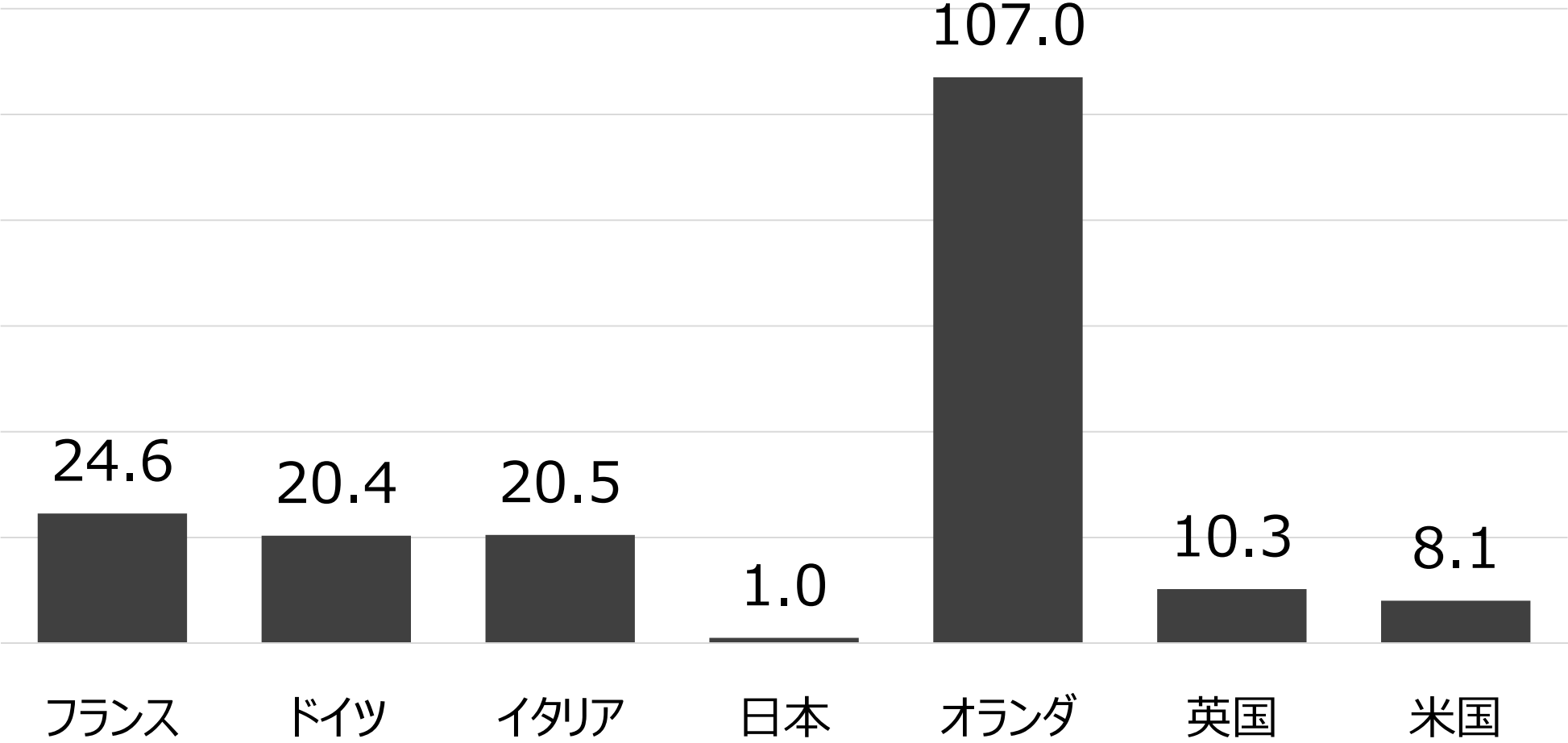
3 世界の飲食料市場規模（推計）



出典：農林水産政策研究所「世界の飲食料市場規模の推計」（2019年3月）

欧米より少ない輸出

名目GDPに占める食料品等輸出額の割合

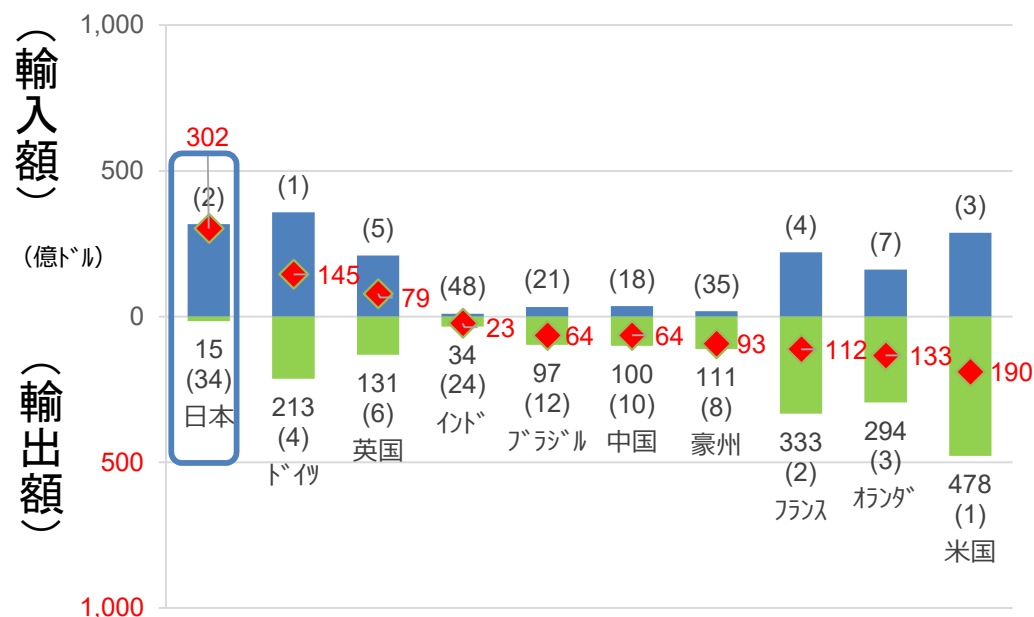


我が国及び諸外国の農産物の輸出入の状況

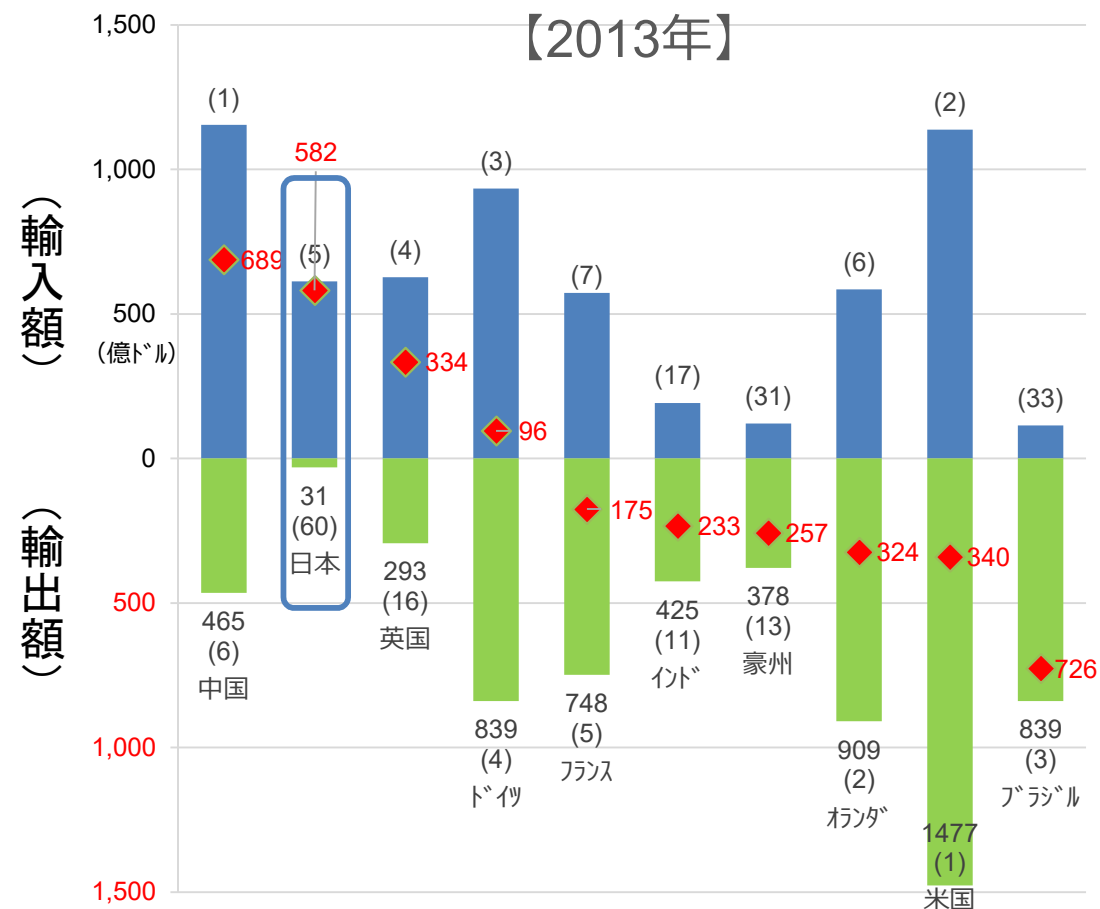
- 2013年までのわが国及び諸外国の輸出入の状況を見ると、諸外国においては、輸出入ともに金額を大きく伸ばしている国が多い。
- 一方、わが国は輸入に偏重しており、輸入においては金額の伸びが顕著であるが、輸出の金額は相対的に小額。

諸外国の輸出入のバランスの推移

【1993年】



【2013年】



資料：FAO「FAOSTAT」

注：括弧内の数値は各国の輸入額・輸出額の順位。
赤字部分は、「輸入額－輸出額」を示したものの。

食品産業の海外事業比率

- 食品産業の海外展開はアジア・米国市場を中心に進み、2015年に海外法人は1,701社で、売上高は6兆2,411億円に達している。
- 海外売上げ比率が30%以上の企業や利益の過半が海外を占める企業もあるなど、世界市場での収益を得られる環境。

➤ 海外事業の拡大

	H22 (2010)	H27 (2015)
法人数	781社	1,701社
売上高	2兆4788 億円	6兆2,411 億円

資料：農林水産省「食品産業戦略」

➤ 食品企業の全売上高に占める海外売上高の割合

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 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

〈農林水産物・食品の輸出の現状〉 2018年の農林水産物・食品 輸出額(速報値)品目別

品 目	金 額 (百万円)	対前年同期 増減率(%)
加工食品	310,139	17.7
アルコール飲料	61,827	13.4
日本酒	22,232	19.0
ソース混合調味料	32,539	10.0
清涼飲料水	28,170	15.0
菓子(米菓を除く)	20,364	11.8
醤油	7,727	8.0
米菓(あられ・せんべい)	4,425	5.7
味噌	3,518	5.5
畜産品	65,974	5.5
畜産物	44,600	18.8
牛肉	24,731	29.1
牛乳・乳製品	15,306	6.4
鶏肉	1,980	0.2
鶏卵	1,529	49.4
豚肉	1,055	4.2
穀物等	42,626	16.0
米(援助米除く)	3,756	17.5
野菜・果実等	42,324	15.6
青果物	29,085	15.9
りんご	13,970	27.6
ぶどう	3,267	11.0
いちご	2,531	40.7
ながいも	2,171	▲ 14.1
もも	1,780	10.9
かんしょ	1,379	42.0
なし	1,000	1.3
かんきつ	620	3.1

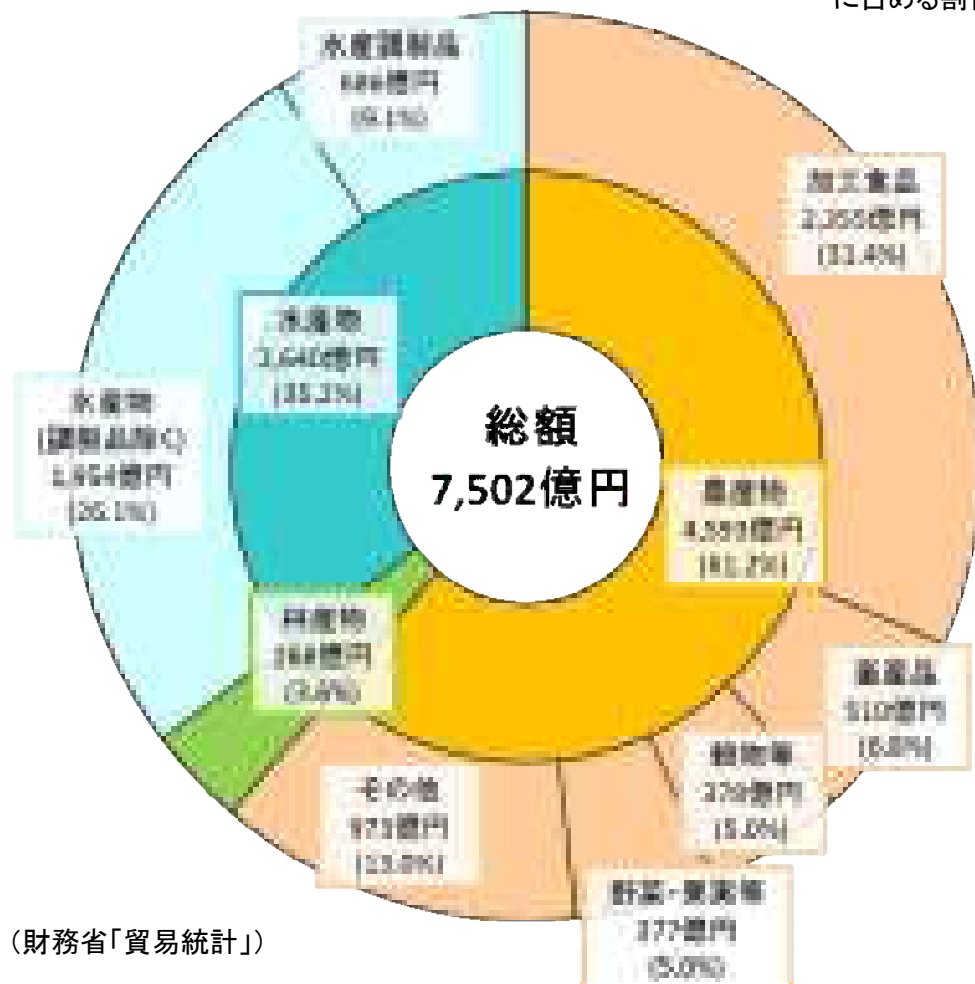
品 目	金 額 (百万円)	対前年同期 増減率(%)
その他農産物	105,043	8.1
たばこ	18,513	34.0
緑茶	15,333	6.8
花き	12,850	▲ 4.8
植木等	11,962	▲ 5.3
切花	888	3.0
林産物	37,609	6.0
丸太	14,806	8.2
合板	6,766	14.3
製材	6,046	12.3
水産物(調製品除く)	226,705	10.5
ホタテ貝(生鮮・冷蔵・冷凍等)	47,675	3.1
真珠(天然・養殖)	34,604	7.0
さば	26,690	22.0
かつお・まぐろ類	17,947	25.8
ぶり	15,787	2.6
いわし	8,310	56.8
さけ・ます	4,907	▲ 12.6
たい	4,655	49.6
すけとうたら	1,788	▲ 4.6
さんま	1,227	17.6
ほや	776	▲ 29.8
水産調製品	76,412	9.4
なまこ(調製)	21,070	1.6
練り製品(魚肉ソーセージ等)	10,667	12.0
ホタテ貝(調製)	9,588	1.9
貝柱調製品	7,789	23.4

〈農林水産物・食品の輸出の現状〉品目別動向

- 品目別にみると、水産物・加工食品のうちの特定の品目（ホタテ、アルコール飲料等）が輸出額増加を牽引している。
- 近年、水産物・加工食品の他に、りんごや緑茶、牛肉等農産物の輸出が増加。
- 今後、輸出先国の市場のニーズを捉えるとともに、日本食・食文化の普及と合わせて進めることで、輸出品目・輸出量を更に拡大し、付加価値を高めて輸出することが可能。

品目別内訳(2016年)

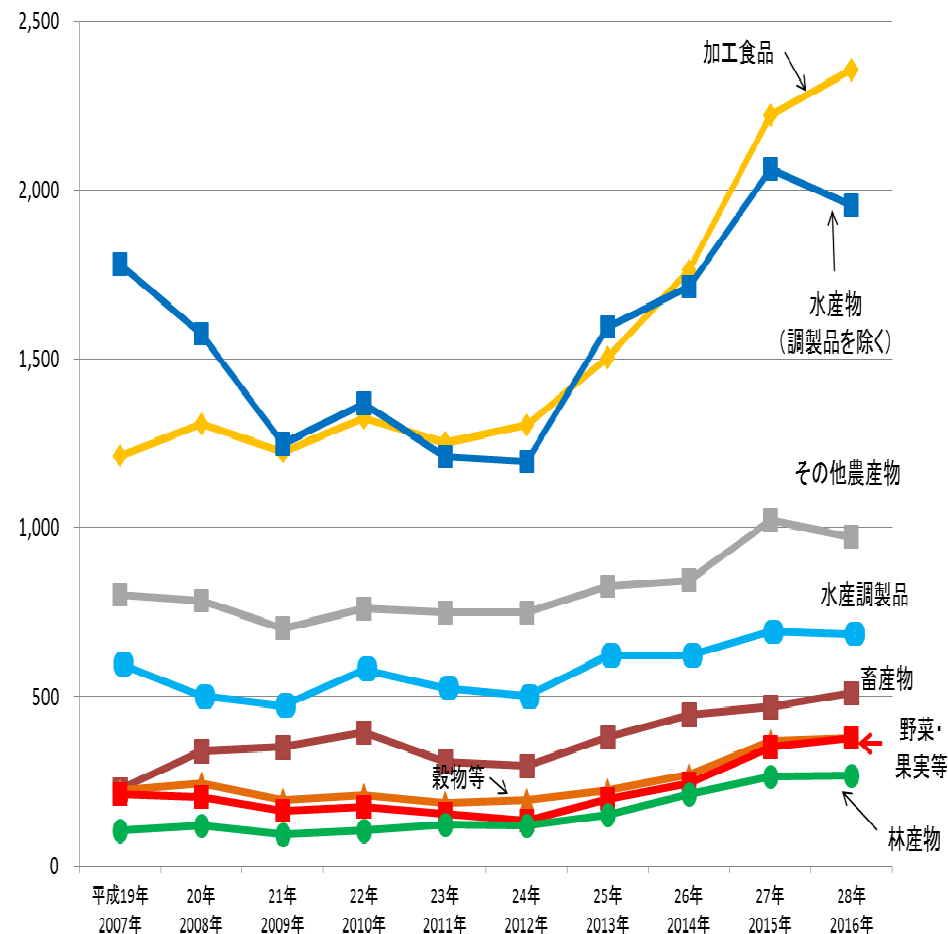
※カッコ内は輸出総額に占める割合



(財務省「貿易統計」)

品目別輸出額の推移

(億円)



(財務省「貿易統計」)

主要国の輸出動向① 農林水産業総生産額（GDP）上位10位

- 主要国の農林水産業総生産額（GDP）と農産物輸出額を見ると、日本は総生産額では10位である一方、輸出額では60位にとどまっており、輸出余力は高いものと考えられる。

国名	農林水産業総生産額（GDP） （2015年）	農産物輸出額 （2013年）
中国	10,103億ドル（1位）	465億ドル（6位）
インド	3,263億ドル（2位）	425億ドル（11位）
米国	1,752億ドル（3位）	1,477億ドル（1位）
インドネシア	1,165億ドル（4位）	349億ドル（14位）
ナイジェリア	1,020億ドル（5位）	12億ドル（87位）
ブラジル	791億ドル（6位）	839億ドル（4位）
パキスタン	640億ドル（7位）	52億ドル（46位）
ロシア	550億ドル（8位）	134億ドル（24位）
トルコ	547億ドル（9位）	166億ドル（23位）
日本	520億ドル（10位）	31億ドル（60位）

出典：国連統計（農林水産業総生産額（GDP））
FAOSTAT（農産物輸出額）

主要国の輸出動向② 農産物輸出額上位10位（+日本）

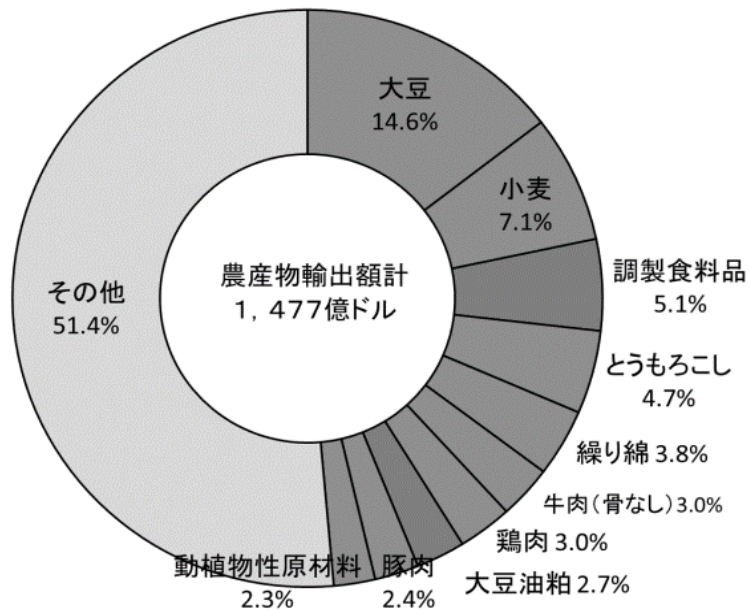
国名	農産物輸出額 (2013年)	農林水産業総生産額（GDP） (2015年)
米国	1,477億ドル（1位）	1,752億ドル（3位）
オランダ※	909億ドル（2位）	122億ドル（40位）
ドイツ※	840億ドル（3位）	192億ドル（28位）
ブラジル	839億ドル（4位）	791億ドル（6位）
フランス※	748億ドル（5位）	375億ドル（12位）
中国	465億ドル（6位）	10,103億ドル（1位）
スペイン※	457億ドル（7位）	277億ドル（23位）
カナダ	450億ドル（8位）	260億ドル（24位）
ベルギー※	442億ドル（9位）	30億ドル（88位）
イタリア※	433億ドル（10位）	368億ドル（13位）
日本	31億ドル（60位）	520億ドル（10位）

※EU加盟国は、域内貿易を含む。

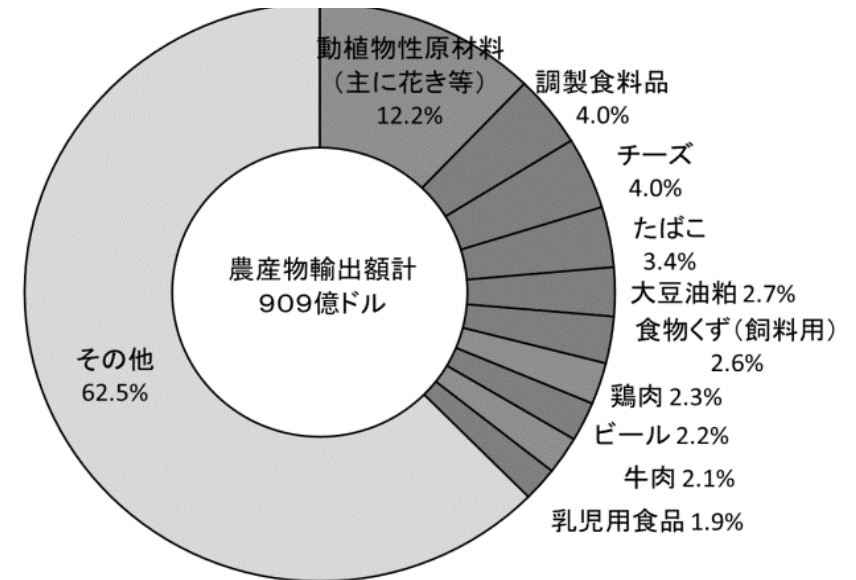
出典：国連統計（農林水産業総生産額（GDP））
FAOSTAT（農産物輸出額）

主要国の輸出動向③ 農産物輸出額上位10か国と主な輸出品目(2013年)

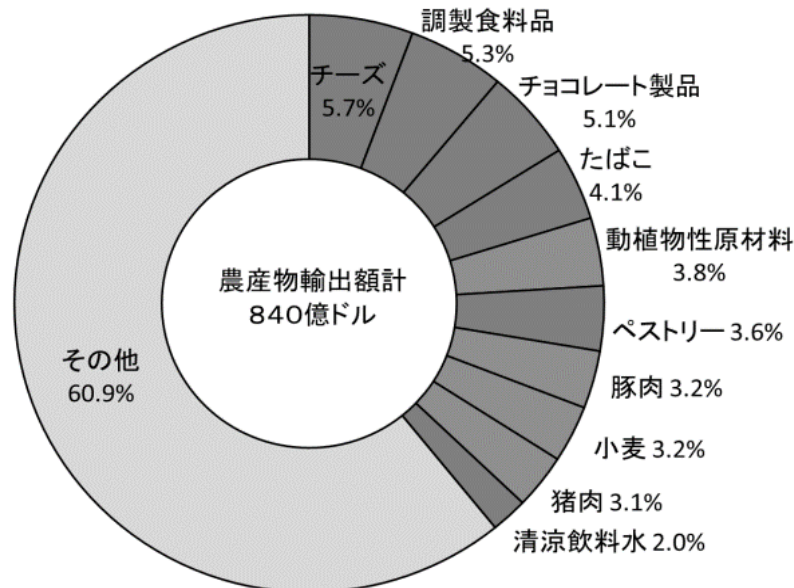
米国(輸出額世界1位)



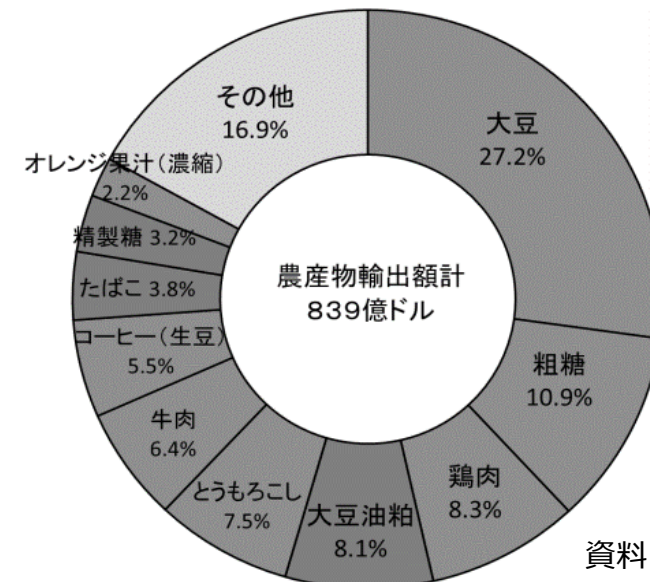
オランダ(輸出額世界2位)



ドイツ(輸出額世界3位)



ブラジル(輸出額世界4位)



資料：FAO統計より作成

(注)

生鮮品・原材料

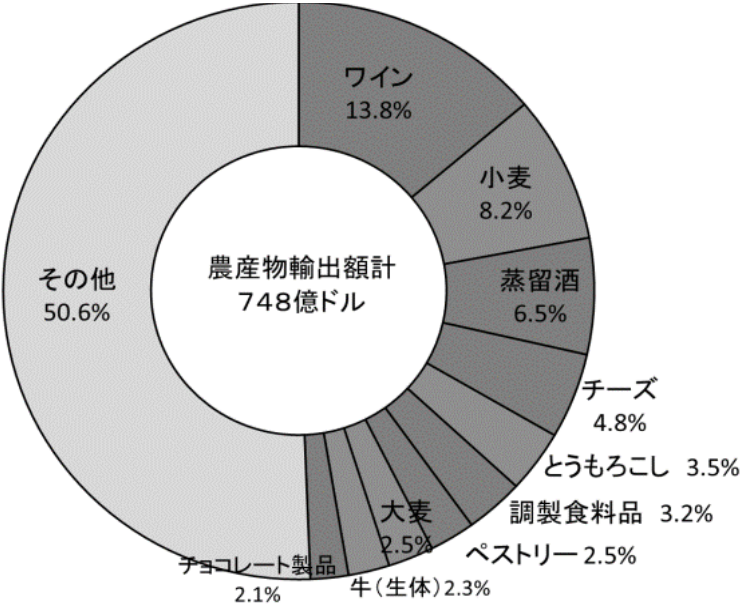
加工品

○調製食料品……スープ、ケチャップ、ソース類、ベーキングパウダー等

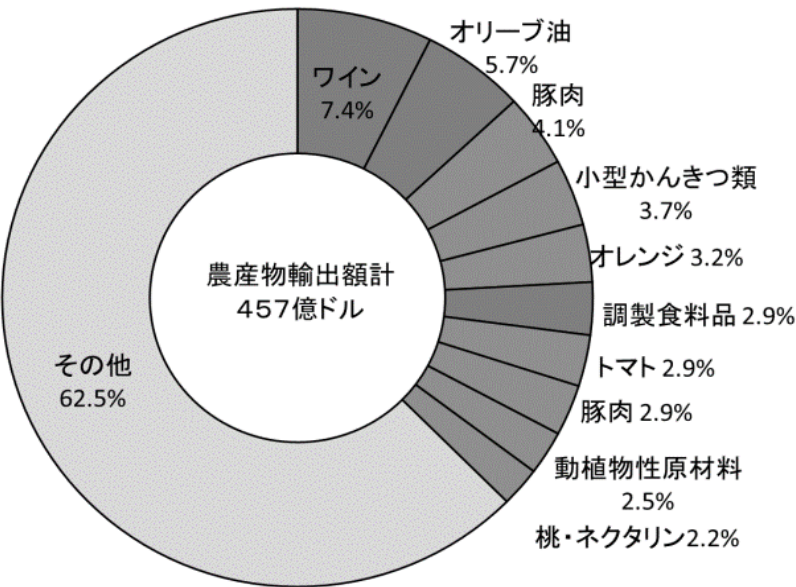
○ペストリー……パイなどの生地。

主要国の輸出動向④ 農産物輸出額上位10か国と主な輸出品目(2013年)

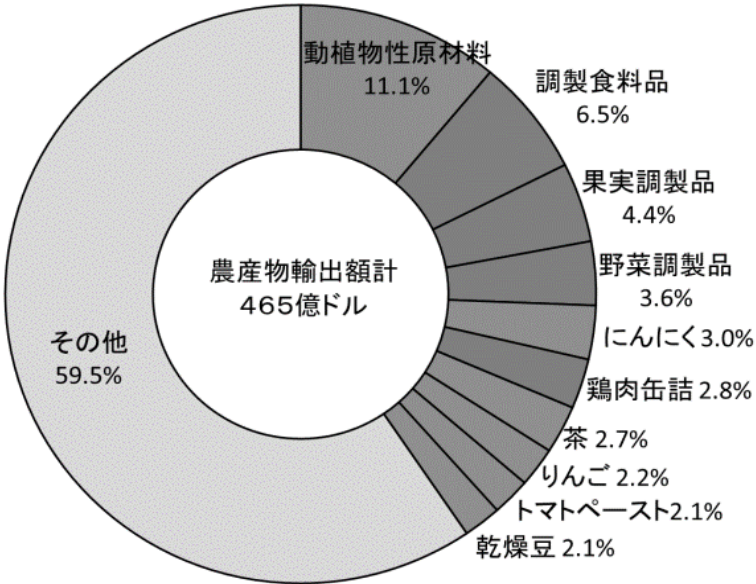
フランス (輸出額世界5位)



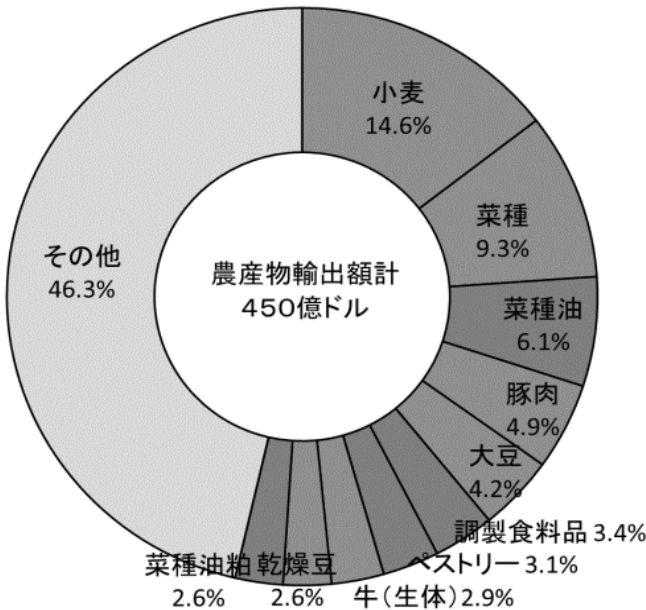
スペイン(輸出額世界7位)



中国(輸出額世界6位)

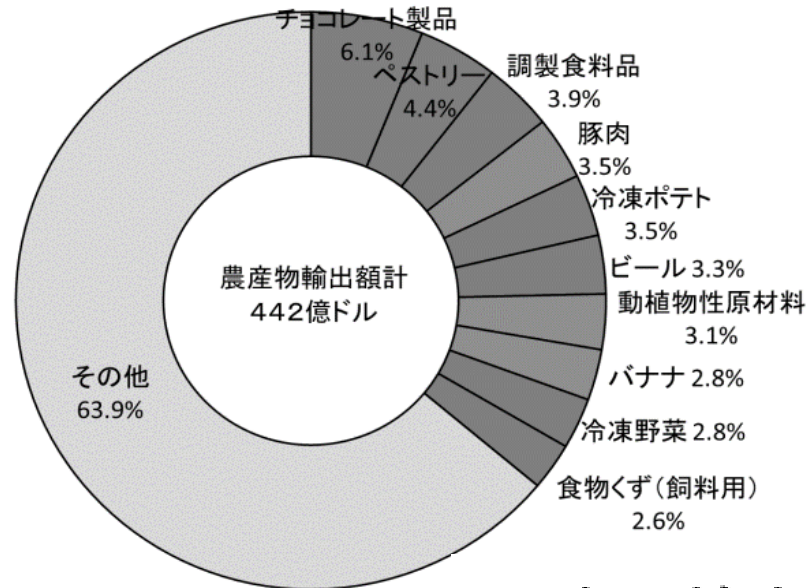


カナダ(輸出額世界8位)

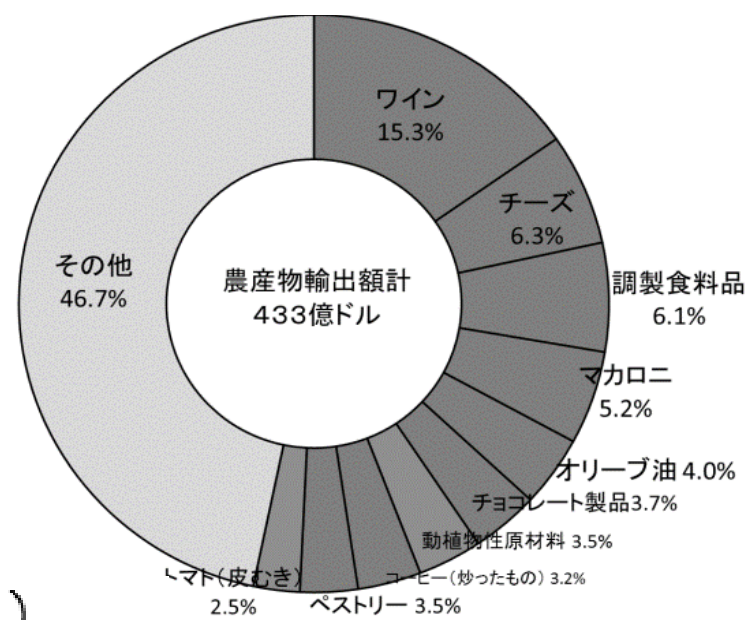


主要国の輸出動向⑤ 農産物輸出額上位10か国と主な輸出品目(2013年)

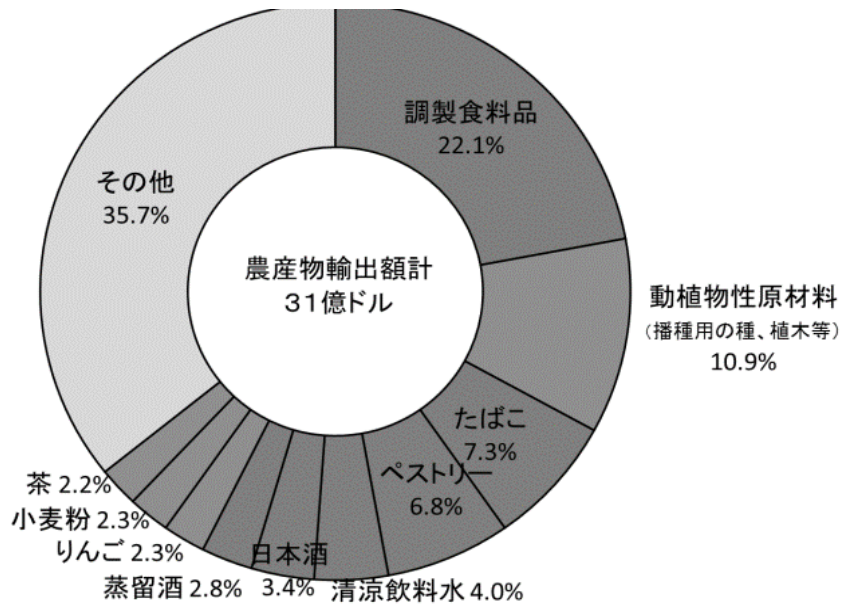
ベルギー(輸出額世界9位)



イタリア(輸出額世界10位)



日本(輸出額世界60位)



日本の食品 輸出EXPO

日本の農林水産物・食品を海外バイヤーにアピールする初めての大規模見本市「**日本の食品 輸出EXPO**」を平成29年（2017年）からリード エグジビション ジャパン及びジェトロが幕張メッセで共催。農林水産省が有力バイヤー招聘を補助。

	第1回 平成29(2017)年	第2回 平成30(2018)年	第3回 平成31(2031)年 【数値は目標】
会期	10月11-13日	10月10-12日	11月27-29日
出展者数	304	638	800
海外バイヤー	71カ国 2,860人	71カ国 3,008人	80ヶ国 3,500名
来場者総数	12,836人	14,677人	18,000人

お問い合わせ先：
食料産業局輸出促進課 輸出プロジェクト室
03-6744-7172

日本の食品 輸出EXPO 第2回（2018年10月10日～12日）の成果

1. 前回バイヤーの関心が高かった菓子(16社→57社)、水産物(20社→83社)の出展が増加。
2. 欧州(25%増の201名)、米国(50%増の105名)からのバイヤーが大幅増加。
3. 会期中に3万件の商談を実施。現時点で報告のあった商談金額は224億円。



GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト

GFP ジー・エフ・ピー＝Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project

1. 今年5月の農産物輸出促進対策委員会の提言を踏まえ、輸出に本気で取り組む生産者を登録してコミュニティ化し、支援するための**サイトを8月末に立ち上げ**。
2. スマホで登録すれば、無料で輸出の可能性を診断する**輸出診断**を受けられることとし、平成31年3月末までに1,120以上の登録。うち374件が輸出診断（訪問診断）を希望。



農林漁業者・食品事業者が受けられるサービス

- ◎農林水産省・農政局、JETRO地方事務所等が連携して無料で行う**輸出診断**の利用。
- ◎農林水産省と協力する100以上の輸出商社が海外需要に基づいて発信する「**商品リクエスト情報**」を直接メールで受信。
- ◎**輸出したい商品**を農林水産省を通じて輸出商社に発信。
- ◎輸出する産品も生産できる**産地づくりの計画策定や産地整備に対する補助**。
- ◎登録メンバー同士の**交流イベント**への参加。

お問い合わせ先：
食料産業局輸出促進課 輸出プロジェクト室
03-6744-7172

GFP 輸出診断の現場

1. 2018年10月から各ブロックで輸出診断を試行的に実施。
2. 地元の地方公共団体の視察や報道機関の取材があり、関心は高い。

WakkaAgri 長野県・コメ



マルイシファーム 神奈川県・野菜



レッドアップ 熊本県・トマト



GRA 宮城県・イチゴ



マルク農園 香川県・果樹加工品



丹波しのたろう 兵庫県・加工食品



V 事業再編、事業承継

農業競争力強化支援法とは

平成29年8月、「**農業競争力強化支援法**」が施行されました。

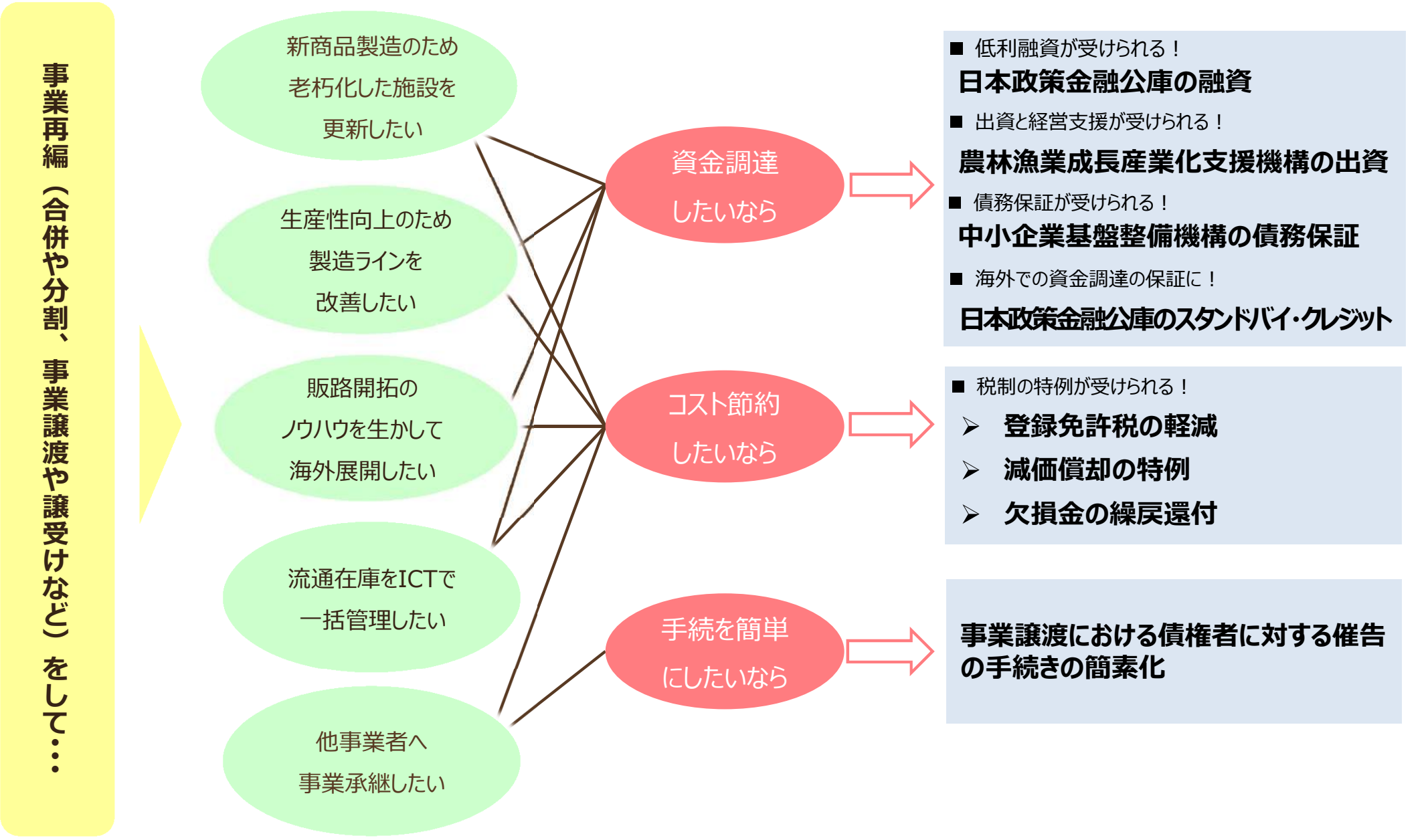
この法律は、農業者が自らの努力のみでは対応できない「**良質かつ低廉な農業資材の供給**」と「**農産物流通・加工の合理化**」を図るため、

- ① 国が講ずべき施策を定めるとともに、
- ② 農業資材・農産物流通等の事業者の事業再編等を促進するための措置を講ずることにより、農業の競争力強化を図るものです。



我が国で生産される農産物を1円でも高く売り、生産に要するコストを1円でも下げするために、農業分野のみならず、農業資材と農産物流通・加工といった関連産業での合理化が必要であり、金融機関への期待は大きくなっています。

〈農業競争力強化支援法〉 受けられる支援措置



〈農業競争力強化支援法〉 金融支援・税制特例・その他支援

支援措置			企業の規模		支援情報	支援対象となる事業再編の取組
			中小	大・中堅		
金融支援	1	【日本政策金融公庫】 低利融資	○※1	—	貸付限度額：負担額の8割 償還期限：20年以内 据置期間：3年以内 利率：年0.20～0.45% (H29.12.20)	① 施設の改良、造成もしくは取得または、それに関わる特別の費用の支出など ② 他事業者の株式の取得など
	2	【農林漁業成長産業化支援機構】 出資	○	○	出資比率：原則50%以下 投資期間：5～7年程度	事業再編に関わる幅広い取組で活用可能
	3	【中小企業基盤整備機構】 債務保証	○	○	保証割合：借入れの50% (25億円まで) 保証期間：5年または10年	運転資金や設備投資・設備廃棄等に必要な資金の借入れ等に対する債務保証
	4	【日本政策金融公庫】 信用状の発行 (スタンドバイ・クレジット)	○	—	保証限度額： 1法人当たり4億5千万円	① 海外現地法人と共同で、海外で事業再編を実施する場合における資金調達を支援 ② 海外金融機関に対し信用状を発行
税制特例	5	登録免許税の軽減	○※2	○※2	措置内容による※4	株式会社の設立、資本金の増加等に伴い行う登記などの登録免許税の軽減
	6	減価償却の特例	○※2	○※2	5年間普通償却限度額の40% (建物・建物付属設備・構築物は同45%) の割増償却	設備投資 (機械装置、建物、建物付属設備及び構築物の取得) に対する減価償却の特例
	7	欠損金の繰戻還付	○※3	○※3	還付請求できる法人税額 ＝前期の法人税額× $\frac{\text{当期の欠損金額}}{\text{前期の所得金額}}$	設備廃棄等により生じた欠損金 (その資産の帳簿価額や廃棄に要した費用) について、繰戻しによる前年度の法人税額の還付※5
その他	8	事業譲渡における債権者に対する催告の手続きの簡素化	○	○	事業譲渡による債務移転の際に必要な債権者の同意について、認定事業者が債権者へ一括で通知し、一定期間内 (1ヶ月以上) に返答がなければ、同意があったものとみなし、債務移転が可能となる。	

※1 (株)日本政策金融公庫の融資対象となる中小企業 (事業別)
 食品製造業： 資本金3億円以下又は従業員300人以下
 食品卸売業： 資本金1億円以下又は従業員100人以下
 食品小売業： 資本金5千万円以下又は従業員50人以下

※2 平成31年3月31日までに認定を受けた事業者

※3 平成32年3月31日までに認定を受けた事業者

※4 登記に係る登録免許税の特例税率について () 内は通常)
 株式会社の設立、資本金の増加の場合： 0.35% (0.7%)
 分割による株式会社の設立の場合： 0.5% (0.7%)
 法人設立時の不動産所有権移転の場合： 1.6% (2.0%)
 分割時の不動産所有権移転の場合： 0.4% (2.0%) など

※5 「6 減価償却の特例」と併せて活用することはできません。

で囲んでいる支援策は、産業競争力強化法にはない支援策です。

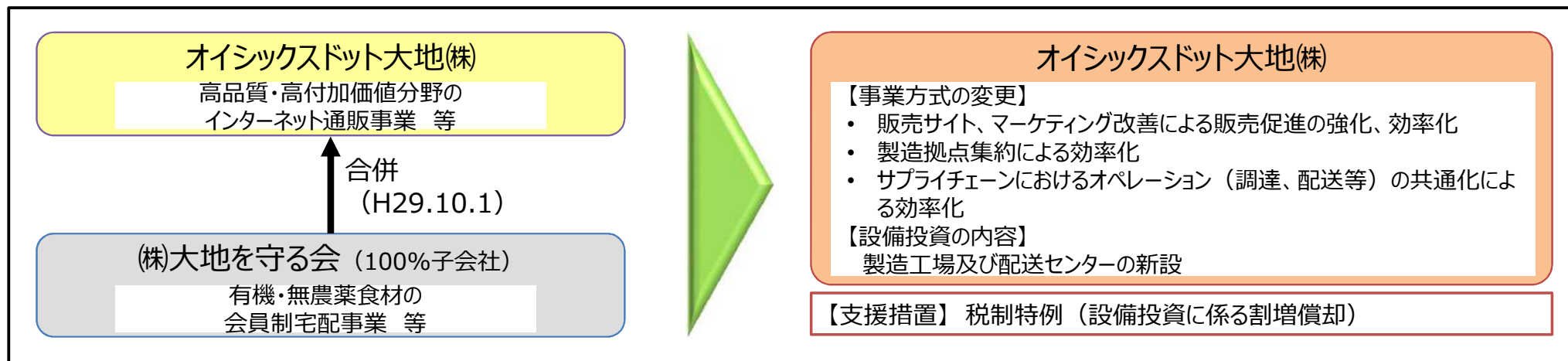
〈農業競争力強化支援法〉 認定事業再編計画一覧（流通加工分野）

	事業者名	認定日	業種	計画概要	支援措置
1	オイシックスドット大地(株)	H29.9.21	飲食料品の 小売事業	吸収合併による事業成長	設備投資に係る割増償却
2	(株)ピックルスコーポレーション (株)手柄食品	H29.11.22	飲食料品の 製造事業	会社分割と株式取得による事業成長	登録免許税の軽減 日本政策金融公庫による低利融資
3	中橋商事(株)	H30.2.9	米穀卸売事業	施設の再編による製造・出荷体制の効率化	設備投資に係る割増償却 日本政策金融公庫による低利融資
4	オーディエー(株)	H30.3.30	飲食料品の 卸売事業	株式取得及び吸収合併による物流体制・経営の効率化	登録免許税の軽減 日本政策金融公庫による低利融資
5	やさいバス(株)	H30.4.6	飲食料品の 卸売事業	青果卸売事業の譲受け、新たなITシステムの開発・活用による卸売事業と共同配送事業の一体化・効率化、増資による付加価値の高い新商品の開発・販売	登録免許税の軽減 A－FIVEからの出資
6	日本ビーンズ(株)	H30.4.6	飲食料品の 製造事業	新たな設備投資や採算性の高い商品生産への転換による生産体制の効率化	設備投資に係る割増償却 日本政策金融公庫による低利融資
7	(株)ユカシカド	H30.8.10	飲食料品の 製造事業	施設の再編による製造・出荷体制の効率化及び増資による製造・物流体制等の強化による事業成長	登録免許税の軽減 A－FIVEからの出資
8	(株)銀しゃり	H30.10.23	飲食料品の 製造事業	新工場の設立や製造ラインの効率化による米飯製造の高付加価値化及び生産性の向上	設備投資に係る割増償却 A－FIVEからの出資
9	花咲ふくい農業協同組合	H30.12.4	米穀卸売事業	施設及び設備の再編による作業の合理化及び米の品質向上	設備投資に係る割増償却 日本政策金融公庫による低利融資
10	森乳業株式会社	H30.12.25	牛乳・乳製品製造業、 その他の飲食料品の 製造事業	工場の新設や設備投資による製造・出荷体制の効率化及び高付加価値商品の開発・製造	設備投資に係る割増償却 日本政策金融公庫による低利融資
11	(株)ピックルスコーポレーション関西 (株)ピックルスコーポレーション西日本	H31.2.22	飲食料品の 製造事業	グループ内での製造・物流体制の再整備による効率化や、新たな設備投資による高付加価値商品の開発・生産	登録免許税の軽減
12	阪神米穀(株)	H31.2.27	米穀卸売事業	精米工場等の譲受け及び設備の再編による生産体制の合理化及び米の品質向上	登録免許税の軽減 設備投資に係る割増償却
13	株式会社坂ノ途中	H31.4.22	飲食料品の卸売事業、 小売事業	流通体制の効率化や認知度向上による有機農業者・新規就農者の販売機会の拡大	登録免許税の軽減 A－FIVEからの出資

〈農業競争力強化支援法〉 認定事例①

オイシックスドット大地株式会社の事業再編計画の概要（平成29年9月21日認定）

食品宅配市場における競争の激化が予想されるなか、自然派食品分野の売上規模第1位のオイシックスドット大地(株)と第3位の(株)大地を守る会が合併することにより、経営資源を結集し、高付加価値の食品・サービスを提供することで食品宅配市場全体を牽引することを目指す。



事業再編計画の主な内容

【農産物流通等の合理化】

- 販売サイトやマーケティングノウハウの共有等により大地を守る会のインターネット販売を拡大し、インターネット販売比率を60%台に向上させるとともに、両ブランド間の相互顧客誘導や新規顧客層の拡大により生じる多様な商品ニーズに対応するため、取引先の農産生産者の増加等を通じた生産者の販売機会の拡大
- 顧客の拡大等による時短ミールキット商品の需要増加に対応し、製造工場の生産力を2.5倍に増強する等により、付加価値のある商品の開発・生産及び販売の拡大を図り、農産物の調達量の増大等を通じた生産者の経営の安定・発展への寄与

【生産性の向上】

- 物流の共同化、配送センターのノウハウ共有等によりコストを削減
- 自社便配送車両の積載率を100%近くに向上

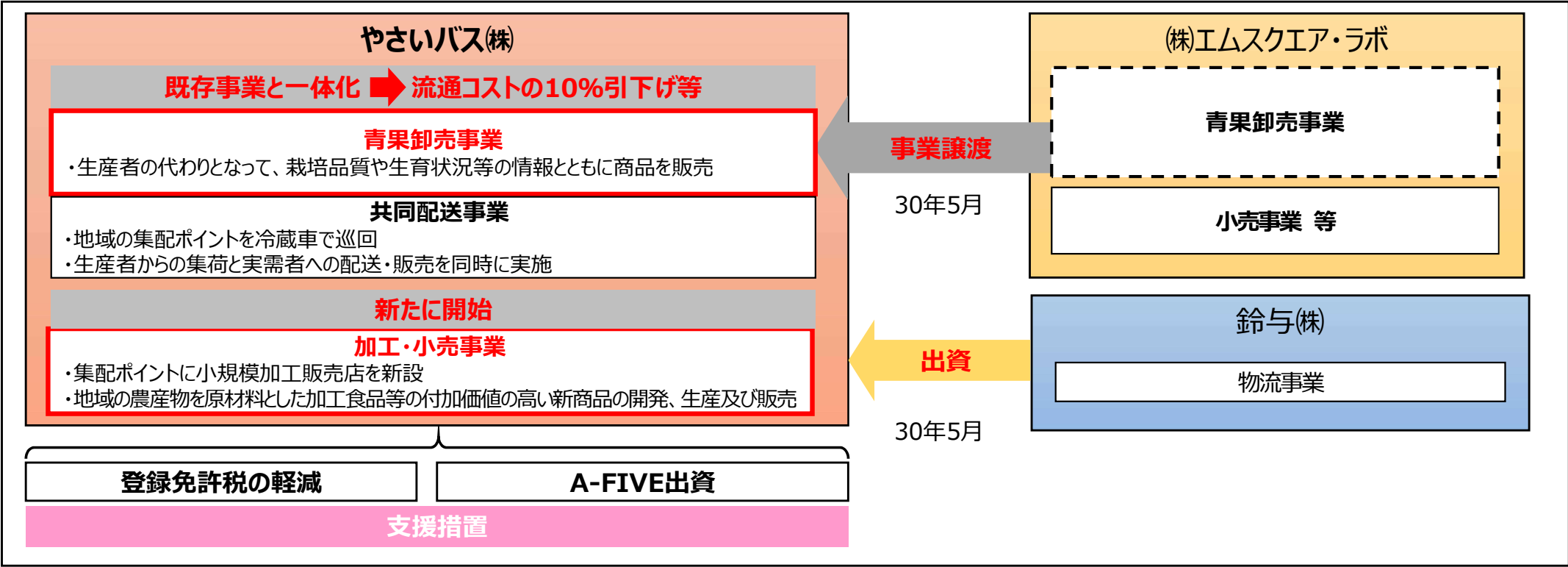
【計画の実施時期】 平成29年10月1日～平成32年3月31日

【労務に関する事項】 事業再編に伴う従業員の解雇等はない

〈農業競争力強化支援法〉 認定事例②

やさいバス株式会社の事業再編計画の概要（平成30年4月6日認定）

- 農産物の集荷・配送・販売の事業を行う「やさいバス(株)」は、
- ① 「(株)エムスクエア・ラボ」から青果卸売事業を譲り受けることにより、クラウド上での受発注を速やかに物流に反映させるITシステムを開発・活用し、青果卸売事業と従来からの共同配送事業を一体的かつ効率的に行うとともに、
 - ② 「鈴与(株)」を引受先とする増資等により、自己資本の増強を行い、集配ポイントに小規模加工販売店を新設し、地域の農産物を原材料とした加工食品等の付加価値の高い新商品の開発、生産及び販売を行う。



事業再編計画の主な内容

【農産物流通等の合理化】

クラウド上で受発注を可能とし、受発注を速やかに物流に反映させるITシステムを開発・活用することにより、**農業者が負担する流通コストを10%以上引下げ。** ⇒ **農業者の所得の増加、農業経営の安定・発展に寄与。**

【生産性の向上】 上記事業展開により、**従業員1人当たりの付加価値額を20%以上向上。**

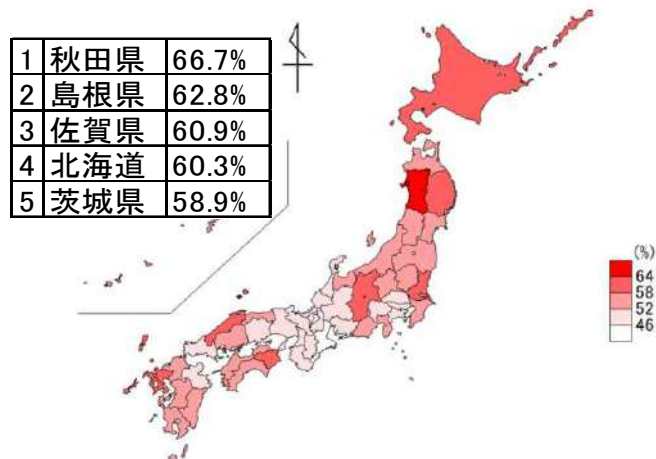
【計画の実施時期】 平成30年4月30日～平成33年3月31日

【労務に関する事項】 エムスクエア・ラボからやさいバスへの転籍 4 名、出向 1 名

事業承継問題の解決なくして、地方経済の再生・持続的发展なし

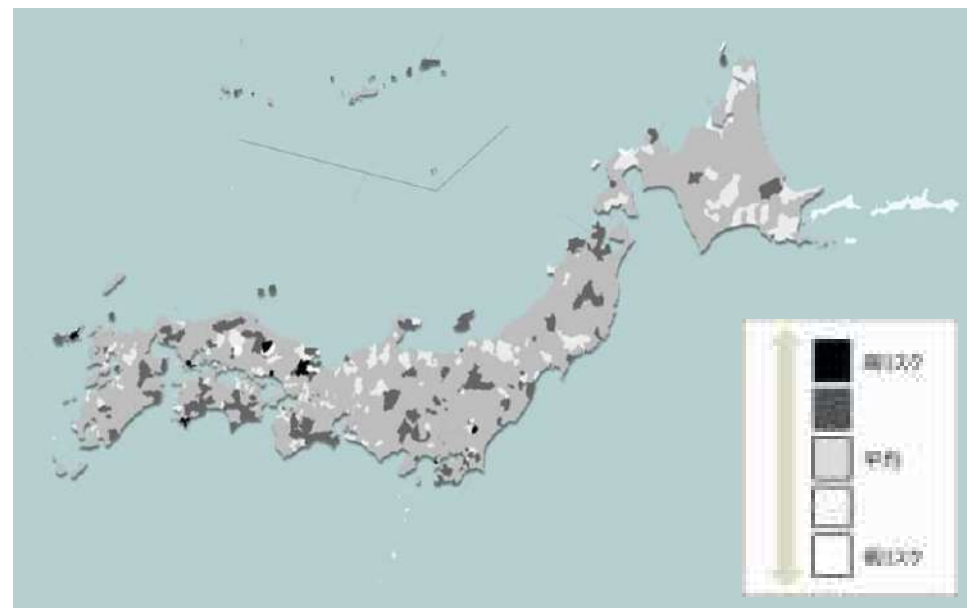
◆特に地方において経営者の高齢化は深刻

60歳以上の経営者割合（法人）



（出典）東京商工リサーチのデータを再編・加工
※3カ年以上財務情報があり、黒字の企業におけるデータ

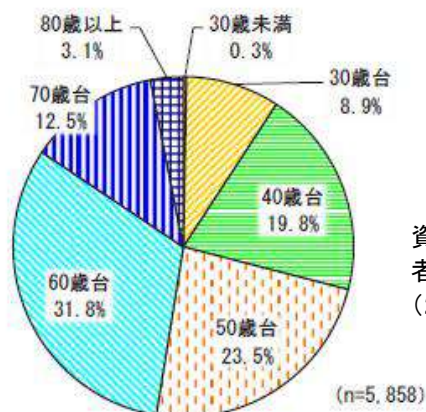
◆地方の市町村において休廃業リスクが高い



（出展）帝国データバンク、2016年

※代表者の年齢、後継者の有無、業績等から休廃業リスクを分析。

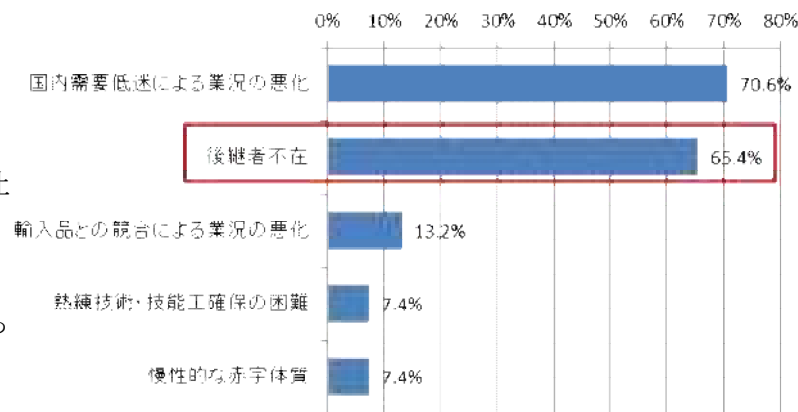
■中小企業経営者は、60歳台が最も多い



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」
(2015年1月)

◆全国各地の産地において 産地における倒産・廃業の理由(複数回答) 後継者不在による倒産・廃業が進展

（出典）日本総研株式会社
委託調査
※全国578の産地を対象にし、263の産地（西陣織、益子焼、川口鋳物等）からの回答を元に調査。



2020年頃に団塊経営者の大量引退期が到来

- 中小企業経営者の高齢化が進展（66歳の経営者が一番多い）。
- 2015年～2020年までに**約30.6万人**の中小企業経営者が新たに70歳に達し、**約6.3万人**が75歳に達する（母集団122万人を法人数172万社で割り戻して推計）。

中小企業の経営者年齢の分布（年代別）

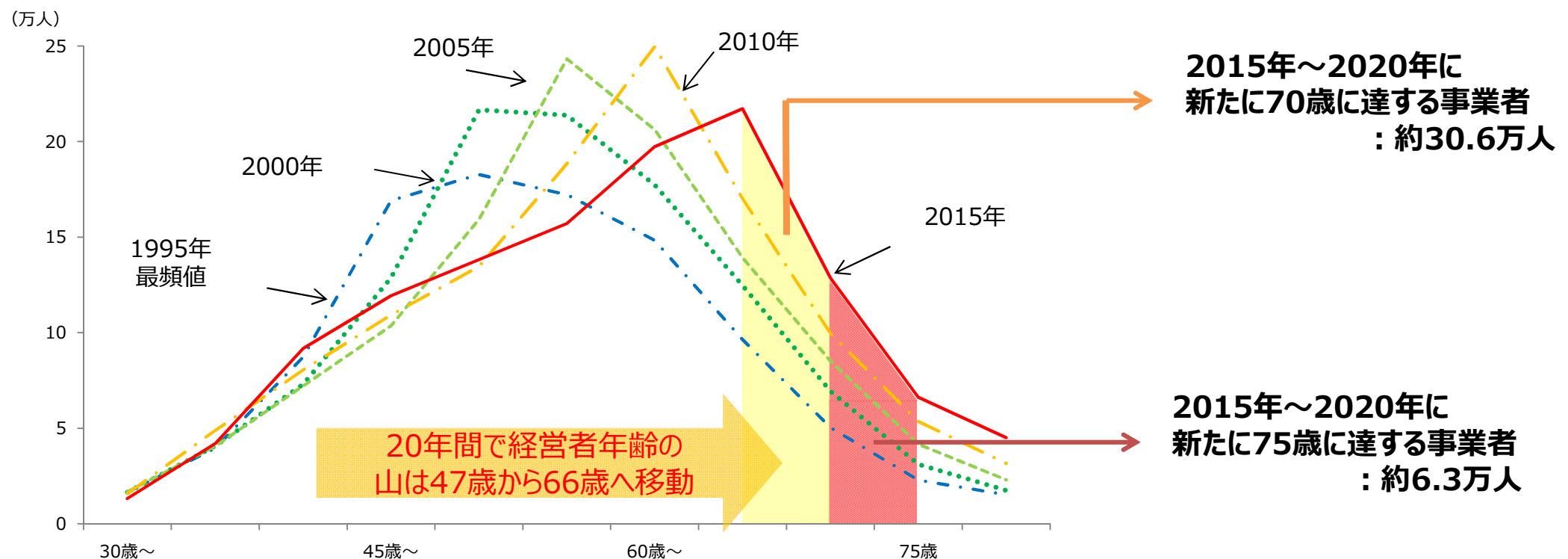


図1: (株)帝国データバンク「COSMOS2企業概要ファイル」再編加工
(注) 最頻値とは、各調査年で最も回答の多かった値を指す。

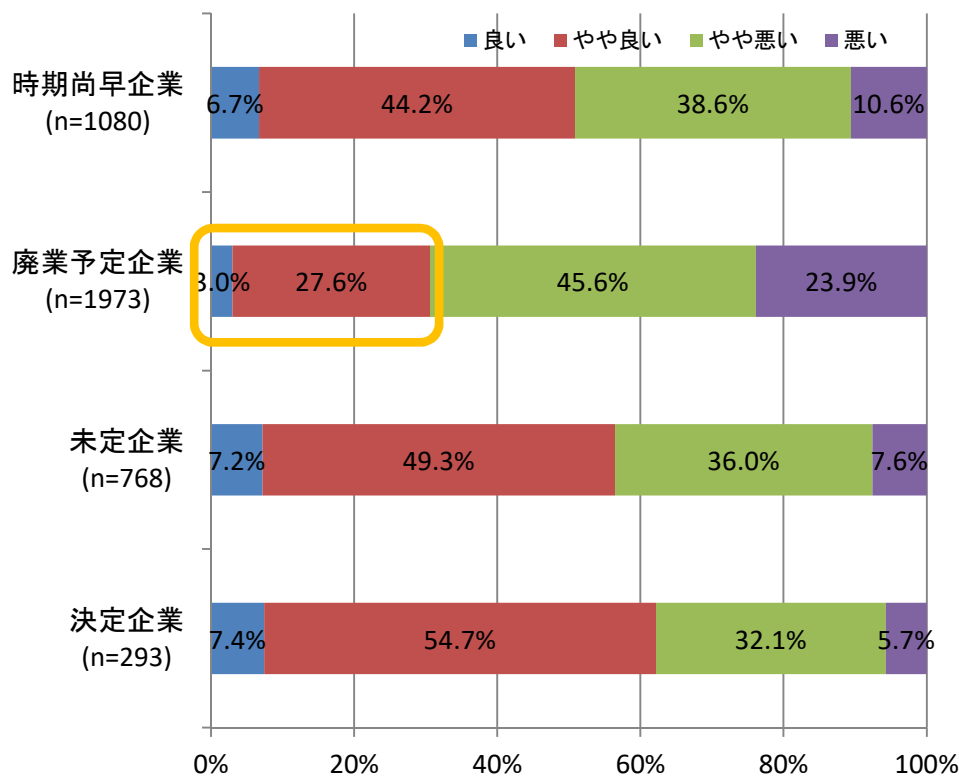
n=121万5997人(2015年)

引用元：中小企業庁「中小企業の事業継承に関する集中実施期間について」

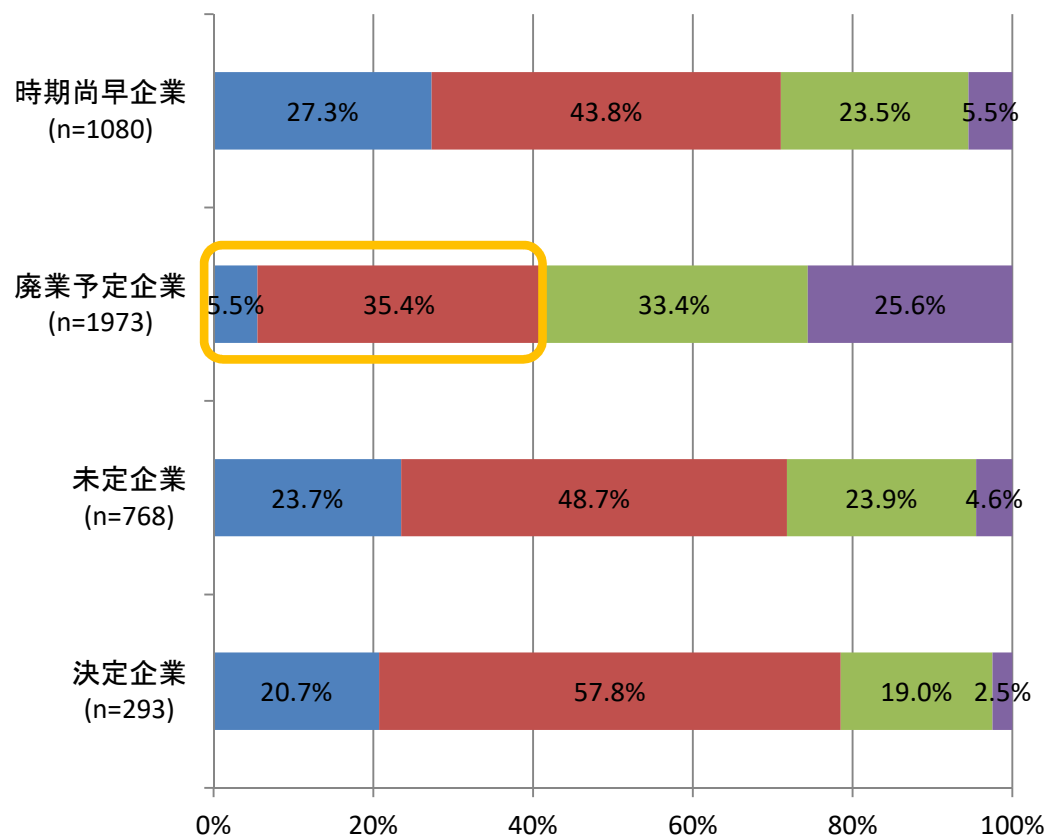
廃業予定企業の中にも好業績企業が存在

- 廃業予定企業であっても、3割の経営者が、同業他社よりも良い業績を上げていると回答し、今後10年間の将来性についても4割の経営者が少なくとも現状維持は可能と回答している。
- 事業者が事業承継を選択しない場合には、上記のような企業もそのまま廃業する可能性が高く、それにより当該企業が維持している雇用や技術、ノウハウが失われてしまう可能性が高い。

同業他社と比べた業績



今後10年間の事業の将来性



(出典) 2016年2月 日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」
(再編・加工)

引用元：中小企業庁「中小企業の事業継承に関する集中実施期間について」

- 成長が期待できる
- 成長は期待できないが現状維持は可能
- 事業を継続することはできるが、今のままでは縮小してしまう
- 事業をやめざるを得ない

<2018年度税制改正>

中小企業の引継を支援する税制措置（1）

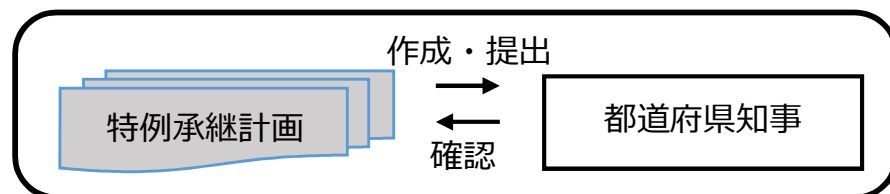
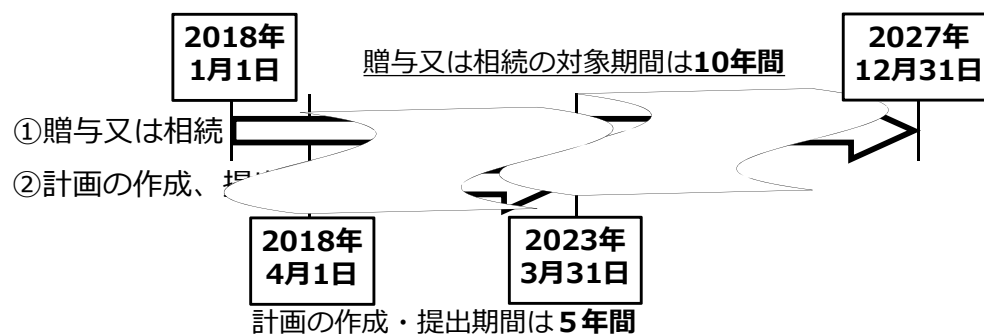
- 今後10年以内に後継者に非上場会社の株式を承継する場合に、承継した株式に課される贈与税・相続税の納税が全額猶予される税制措置があります。（ただし、5年以内に計画の提出が必要です。）

特例措置の対象は？



以下の期間内に

- ① 後継者に非上場会社の株式を贈与又は相続する（した）もので、
- ② 特例承継計画を作成し、都道府県知事の確認を受けたもの



特例措置の内容は？

	現行制度	特例措置
猶予割合	株式の53%まで※	全株式100%
猶予対象者	後継者1名のみ	代表権を有する最大3名の後継者
雇用要件	雇用の8割以上を5年間維持	維持できない場合でも猶予を継続（理由報告等が必要）
廃業した場合	承継時の株価を基に課税	売却額や廃業時評価額との差額減免

※ 相続税は53%（株式総数2/3×80%）、贈与税は67%（株式総数2/3×100%）

本特例措置は、中小企業における経営の承継の円滑化に関する法律に基づく制度です。

制度や手続きの詳しい内容は、各都道府県の申請窓口・お問合せ先又は税理士等へご確認下さい。



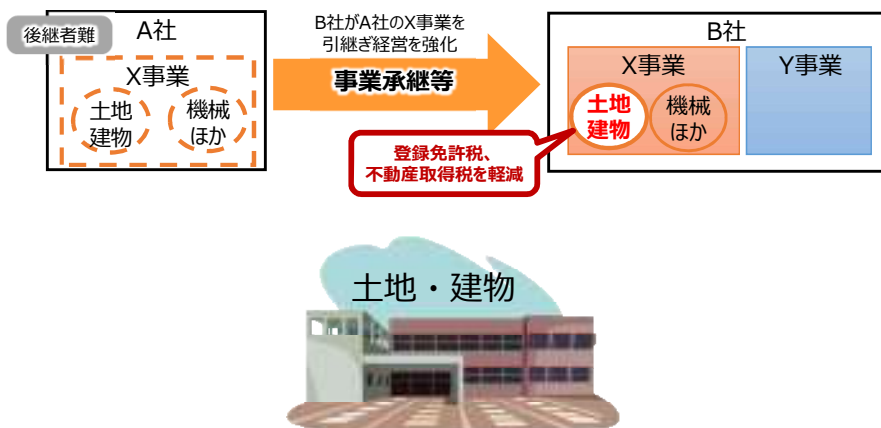
申請書類や申請窓口は上のQRコードからご確認ください。

<中小企業等経営強化法>

中小企業の引継を支援する税制措置（２）

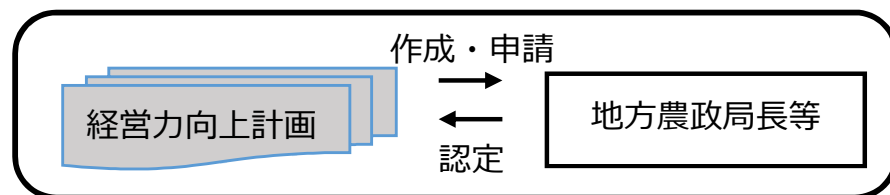
- 後継者が不在で事業の継続が困難な他の事業者から事業を承継する場合、経営力向上計画の認定を受けることで、**登録免許税や不動産取得税が軽減される措置**を受けられます。

特例措置の対象は？



2020年3月31日までに

- ①後継者が不在で事業の継続が困難な他の事業者から事業承継するもので、
- ②経営力向上計画を作成し、**地方農政局長等の認定**を受けたもの



特例措置の内容は？

<登録免許税の税率>

税額 = 固定資産課税台帳に登録された価格 × 下記の税率

		通常税率	計画認定時の税率
不動産の 所有権 移転登記 (売買) 事業譲渡	合併	0.4%	0.2%
	分割	2.0%	0.4%
	建物	2.0%	1.6%
	土地	1.5% ※1	-

※1 計画の認定を受けなくても2019年3月31日まで1.5%に軽減

<不動産取得税の税率>

税額 = 固定資産課税台帳に登録された価格 × 下記の税率

		通常税率	計画認定時の税率
不動産の 取得 (売買) 事業譲渡	合併や一定の 会社分割	非課税 ※2	-
	土地	3.0%	2.5% (1/6減額相当)
	住宅	4.0%	3.3% (1/6減額相当)
	家屋 住宅以外		

※2 計画の認定を受けなくても非課税

☆ 税制のほか、日本政策金融公庫の低利融資や信用保証協会の保証の特例もありますので、日本公庫または保証協会へご相談ください。

個人事業者の事業承継税制の創設

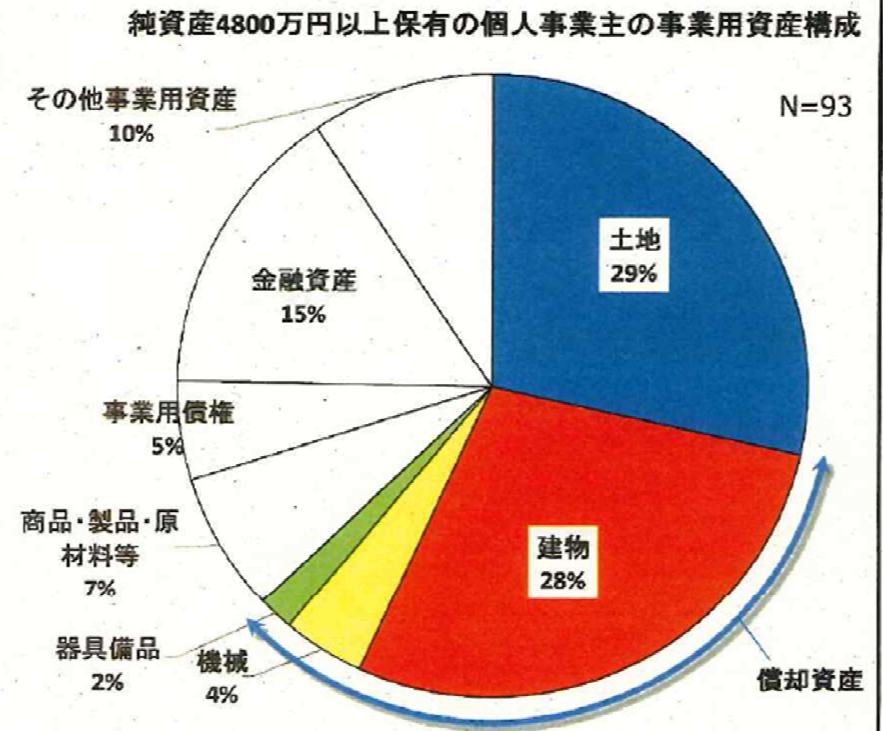
- 既存の事業用小規模宅地特例との選択適用を前提に、10年間の時限措置として、新たな納税猶予制度を創設する。
- 法人の事業承継税制と同様、承継計画を作成して確認を受ける仕組みとし、承継後は事業・資産保有の継続を定期的に確認。

- 事業用の宅地、建物、その他一定の減価償却資産※について、課税価格の100%に対応する額を納税猶予

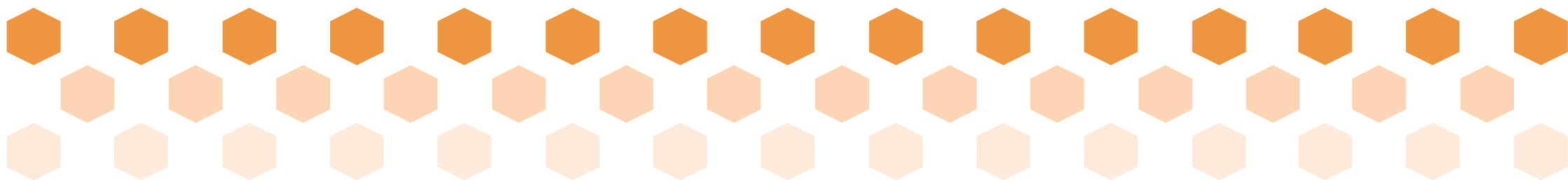
※ 建物以外の減価償却資産は、固定資産税又は営業用として自動車税若しくは軽自動車税の課税対象となっているもの等

- ・ 事業用宅地の面積上限（400㎡）と事業用建物の床面積上限（800㎡）を設定
- ・ 法人の事業承継税制と同様、担保を提供し、猶予取消しの場合は猶予税額及び利子税を納付

- 相続時・生前贈与時いずれにも適用可能とする



中小企業庁委託「個人事業主が所有する事業用資産及び事業承継に関するアンケート調査」(平成30年、(株)東京商工リサーチ)



本資料に関する問合せ先：
農林水産省食料産業企画課

本資料の掲載事項の正確性については万全を期しておりますが、農林水産省は、利用者が本資料の情報を用いて行う一切の行為について何ら責任を負うものではありません。