

# 農林漁業の成長産業化に向けて

農林水産省 大臣官房審議官 櫻庭 英悦 氏

ただいまご紹介にあずかりました櫻庭でございます。よろしくお願いいたします。

きょうは「農林漁業の成長産業化に向けて」ということで、お話しさせていただきます。

## 1 農林漁業・農山漁村から日本を元気に

- 農山漁村は、農林水産物をはじめバイオマス、土地、水など様々な地域資源を豊富に有し、今後の経済成長へ向けた希少資源として、わが国の最大の強みのひとつ。
- しかし、1次産業と2次・3次産業の価値連鎖を結合する仕組みの弱さゆえ、そのポテンシャルが活かされていない状況。
- 農林漁業者と他産業との新たな連携を構築し、生産・加工・販売・観光等が一体化したアグリビジネスの展開や、先端技術を活用した新産業の育成、再生可能エネルギーの導入等により、農山漁村にイノベーションを起こし、農林漁業を成長産業化する必要。これにより、日本を元気にする。

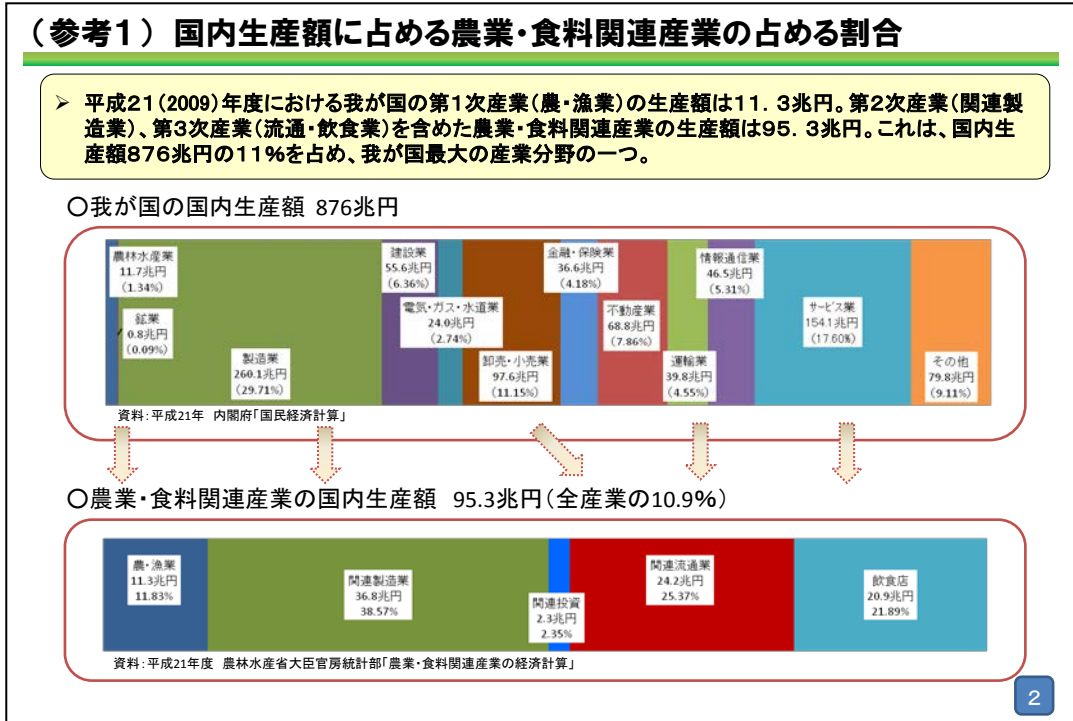


東大名誉教授の今村奈良臣先生が六次産業化を提唱しました。一次産業は農業、二次産業は加工、三次産業がサービス。いろいろ物議があり、1足す2足す3なのか、1掛ける2掛ける3なのか、いずれにしても6になるけれども、今村先生に確認したところ、ここはかけ算。足し算だと、一次産業がなくても二次、三次でいくことになり、農政をやってきた人間としては耐えられないので、掛け算にしなければいけない。一次がゼロになれば全てがなくなるということでした。

一次、二次、三次産業の連携は今まで分断されていました。例えば、農家がつくってきた生産物が消費者に届く間に、必ずしも価値が増しているわけではない。農協に出したとき1ケース 1,000円のトマトが、実は消費者のところへ行くと 800円くらいになったりする。普通の材であれば、鉄鉱石から自動車になるまでに数十倍、数百倍の価値が上がって

いく。ところが、農業の場合は価値が上がっていない。我々はまずその価値を高める仕事をしなければいけない。そのためには、どういう資源があるのだろうか。

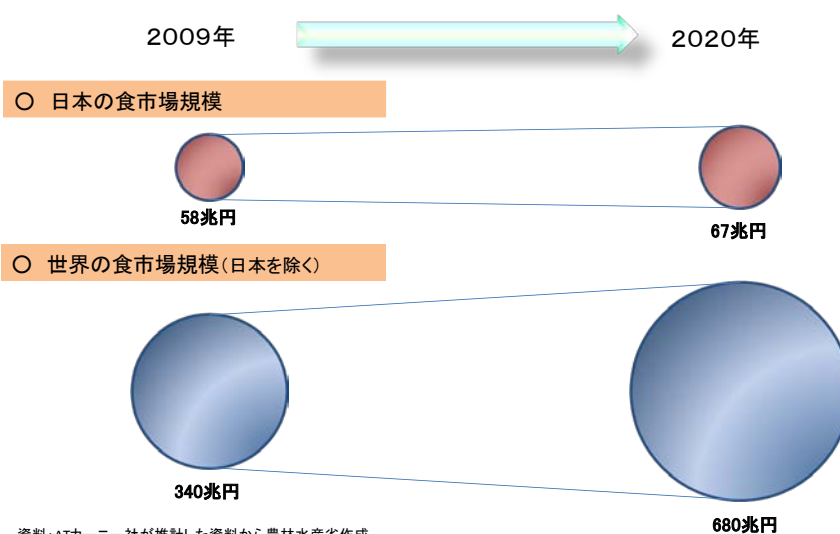
単純化してみれば、ここに農林水産物、バイオマス、自然エネルギー、風景、伝統文化もある。その周りにはいろいろな方々がいる。ここだけの発想でいくと、どうも手詰まり感がある。要するに、連携して一体化させるべきではないか。



基本的な理論の前にちょっと産業規模をみます。日本のGDPは 876兆円。農業は 11.7兆円ですから、1%、2%にも満たない。ところが、この中に入っている食関係の関連産業は、農漁業は 11.3兆円ですけれども、製造業は約 37兆円、関連投資は2.3兆円ですが、流通業は 24兆円、飲食店が 21兆円。これを全部足すと 95兆円になる。これを全部1つのセクターとすれば、95兆円ある産業はなかなかない。非常に大きな産業である。つまり、トータルの概念、マクロで捉えた施策を打っていないのではないかという反省がある。

## (参考2) 世界の食市場規模

➤ ATカーニー社の推計によれば、世界の食市場規模(日本市場を除く)は340兆円(2009年)から680兆円(2020年)へ拡大



3

アメリカのシンクタンクのATカーニー社の推計によれば、日本の食規模は2020年まで58兆円から67兆円しか伸びないだろう。ところが、世界は340兆円から680兆円、倍に伸びるといふ推計を出している。ここには載っていないが、インド、中国、東南アジアは3倍の伸びを示すといわれている。つまり、このプラス340兆円の市場を目指して、EPA/FTA、あるいはTPPの議論がある。つまり、市場がある。

私ども農林水産省、あるいは食品産業とすれば、この経済は成長する、人口は伸びるといふ東アジアを中心とした食の市場規模の中の幾らかの部分をやはり日本の技術、日本食のメリットを生かしながら入っていったらどうか。それが久しく日本の経済の成長エンジンになるのではないかと。この間の安倍総理の成長戦略第2弾の中に、食マーケットグローバル化、輸出、六次産業化というのはそういった意味合いがある。つまり、日本だけでは成長が望めない。だけれども、すぐ近くにはこんなに大きくなるマーケットがある。その一部に我々も参入していきたいというのが基本的な考え方です。

一昨年、局長と私は2人でいろいろ考えました。1つはイノベーション、もう1つはバリューチェーンという形で、この2つのキーワードを合い言葉にしました。

## 2 ソリューションのための2つのキーワード

1. **イノベーション**  
(ヨーゼフ・シュンペーター)
2. **バリューチェーン**  
(マイケル・ポーター)

4

イノベーションとは何か。とても有名な新聞社がイノベーションを新技術開発と訳したが、その瞬間、日本は終わったといわれている。つまり、単なる技術開発ということで概念をつくってしまったもので、何かをつくれれば世の中が変わると思ってしまう。でも、シュンペーターは、技術開発だけでなく、社会システム全体を変えることがイノベーション過程、イノベーションであると原典には書いてあります。

## 3 イノベーションとは？

### — 創造的破壊 —

5つの新結合により革新を誘発

新しい財貨

新しい生産方法

新しい販路

新しい原材料

新しい組織

5

北海道に非常にいい事例がありました。江別に江別麦の会というのがあり、春まき小麦の収量が安定しないので、初冬まきというやり方をした。これは1つの革新的な技術なのですが、ハルユタカという小麦の収量をアップさせ、安定させました。

麦の製粉は何トンという量を収穫しなければ採算がとれないのですが、江別製粉という製粉屋がバッチ処理システムを入れて、10キロ、20キロ単位で小麦をひけるという、これも1つの新たな新技術と結びついたシステムをつくった。そして、菊水というラーメン屋が100%地物でラーメンをつくった。そして、江別中のラーメン屋が江別ラーメンというネーミングでラーメンをつくった。これが全部つながったのです。つまり、新たな結合がそれぞれに生まれて、今、江別ラーメンはまちおこしになりました。

そういった意味で、内部だけではなく、いろいろな方々が出てくる。そのときに、このシュンペーターの5つの新結合、新しい財貨、生産方法、販路、原材料、組織は、やはりベースにして考えるべきではないかという形で考えた次第です。

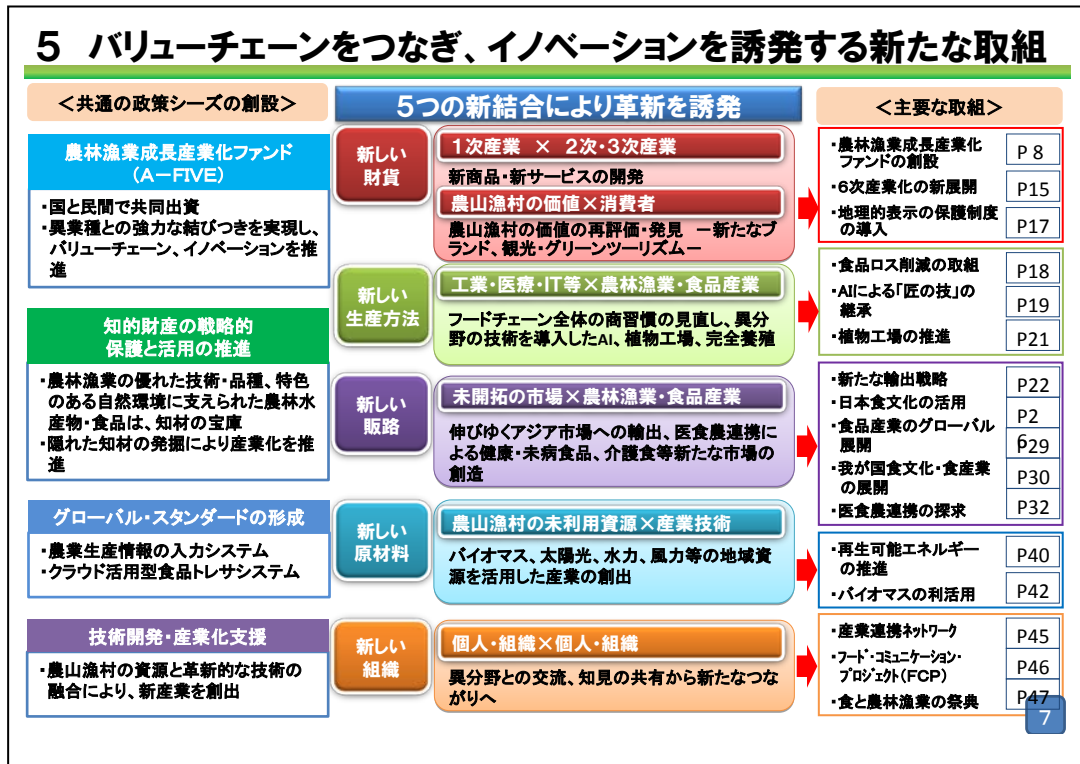
#### 4 バリューチェーンとは？

**企業が行う、製品の設計、生産、マーケティング・販売、物流、アフターサービス等の諸活動の価値の集合体。  
価値連鎖。**



それぞれの新しい財貨、新しい生産方法、新しい販路、新しい原材料、新しい組織は、やりたいことは何なのだろうとファンドをつくったり、知的財産の問題、グローバルスタンダード、技術開発、産業化支援といろいろ食品産業も視野に入れてやっているが、主な取り組みとして右側に個々の施策を置いた形で、全てこのバリューチェーンをつないでい

ノベーションを誘発するという世界で考えているところです。



例えばバリューチェーン、付加価値とは何か。たとえばお米だったら、お米で売るよりもおにぎりで売った方がよく売れた。大きなおにぎりを握って、食べませんかと売りに行く。総理がそのとき、付加価値とは一手間かけたおふくろの味といったのです。結局、消費者、実需者でも構いません。消費者起点があって、そのシーズは何か。それで、技術開発、生産して行って、また戻ってくるという連鎖にもっていくのがバリューチェーンだと思っています。

日本の 1970年代中ごろに、戦後の食料の増産のビジネスモデルができ上がった。それは、小さな農家が共同で資材を買って、共同で物を出荷する。それを市場が受け取って、大量に集めて、そこで決済して、スーパーや八百屋に渡す。ところが、そのビジネスモデルは果たして現在も通用するのだろうか。つまり、農協と市場に共通するのは手数料、委託販売なのです。自分の所有権ではない、自分のリスクは負わないという世界がある。でも、今の世の中、例えばある農家は有機栽培をしました。とてもすごいことをやりました。こちらの農家は今までどおり。それが同じ値段で取引される。同じ価値でいいのですか。

そういった意味では、チェーンがどこかで切れているという反省があります。つまり、バリューが繋がらないということ。出荷のときに 1,000円のトマトが 800円、400円の場合もあるというのがここでおわかりかと思います。バリューが繋がっていくというのが非常にポイントだと思っています。



成長戦略の1つの柱が、六次産業化。先ほど1掛ける2掛ける3と申しましたが、これも徐々に育ってきた概念。何をやりたいか、農村部に雇用と所得をつくること。

## 6 農林漁業成長産業化ファンドの創設 (1) 創設の趣旨

**【農林漁業・農山漁村をめぐる現状】**

◆ 農林漁業の就業人口の減少

- ・ 所得の低下
- ・ 高齢化
- ・ 景気後退等による地域産業の弱体化

➔

地域固有の資源を活用して雇用と所得を拡大していくことが喫緊の課題

農林漁業成長産業化ファンドは、地域資源を活用した農山漁村振興政策の一環として、補助、融資を含む各般の施策の充実とともに創設するもの

**【最近の取組】**

22年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「六次産業化・地産地消法」の成立、基本方針の策定</li> </ul>
23年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 6次産業総合対策の開始(予算額25.5億円) 【プランナーの活動開始、ハード施設整備等】</li> <li>・ 無担保・無保証の運転資金の融通開始(スーパーS資金)[貸付対象の拡大]</li> </ul>
24年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プランナー、ボランティア・プランナーの拡充 [1000人規模へ]</li> <li>・ ハード施設整備の拡充強化 【予算額の増額(6次産業総合対策:4次補正と合わせて90.4億円)とメニューの一元化]</li> <li>・ 株式会社農林漁業成長産業化支援機構法の成立。平成25年2月に機構が開業</li> </ul>

8

私は秋田の出身です。秋田はお年寄りの宝庫。元気なお年寄りが多い。しかしながら、コメに特化しており、コメもあきたこまち1つに特化している。そういうところであるにもかかわらず、全然信じられないくらい体力も学力も日本でトップクラス。でも、働く場がない。仙台とか東京へ出ていってしまうという状況です。

何をいいたいかという、高齢化等によって地域産業が弱体している。今の時代、食品産業が秋田県に工場を建てますか。そんなお金があつたら、ベトナムに建てます。インドネシアに建てます。原料は安い、製品は関税がほとんどかからない、人件費は安い。このままでいくと、毎年1万人ずつ人口が減っていく。大変な状況。本当に絶望的なのです。

誘致はできないけれども、ひょっとしたら農村の六次産業化という形で、例えば農家のお母さんたちが10人一緒になって、加工、直売という業は起こせる。それを10個、20個とつくるのはそれほど夢ではない。業をつくろうではないかというのが我々の基本的な考え方で、例えば秋田の資源、漬物の能力もあります。それで、雇用と所得を拡大していく。

## (2) 出資による支援の必要性

### 農林漁業者の声

- 販売先の開拓が進まない
- 2次・3次側の力が強く、農産物の価格が抑えられてしまう
- 事業拡大には資本増強が必要
- 運転資金や人件費にも活用できる自由度の高い資金が必要

等

### 市町村の声

- 農山漁村において雇用の場を確保しようとしても企業誘致が進まない
- 誘致した企業も円高等により、海外移転し、雇用の見通しが立たない
- 地元産品で地域興しをしたいが、資本力が弱く、大きな展開が望めない

等

### 補助金、融資制度においては次の点が課題

#### 【補助金】

- 運転資金や人件費の手当不可
- 使途限定あり
- 裏負担が発生
- 大型の施設整備が困難

#### 【融資】

- 償還負担が発生し、経営を圧迫
- 借入可能額に限界
- 使途限定あり

### 出資

- 既存の補助金や融資制度と併用でき、運転資金、人件費にも対応可能
- 財務体質が強化され、民間資金の呼び水になる

【自由度の高い資金を供給し、民間の創意工夫に対応】

#### ～企業誘致から企業立地へ～

➤ 農山漁村の強みを生かし、農林漁業者（JA等を含む）と地元を中心とした2次・3次の企業とが合併で地域の雇用に結びつく事業を行う際に、農山漁村に不足している資本力を出資によって補い、企業の立地を促進

➤ 農林水産物や生産活動の価値を2次・3次につなぎ、大きく高めていく取組を支援することで、農林漁業が持つ潜在的な成長力を顕在化させ、農山漁村における所得と雇用を拡大

【新しい地域興しの取組を推進し、地域の雇用に創出するとともに、地域の農林漁業の発展を後押し】

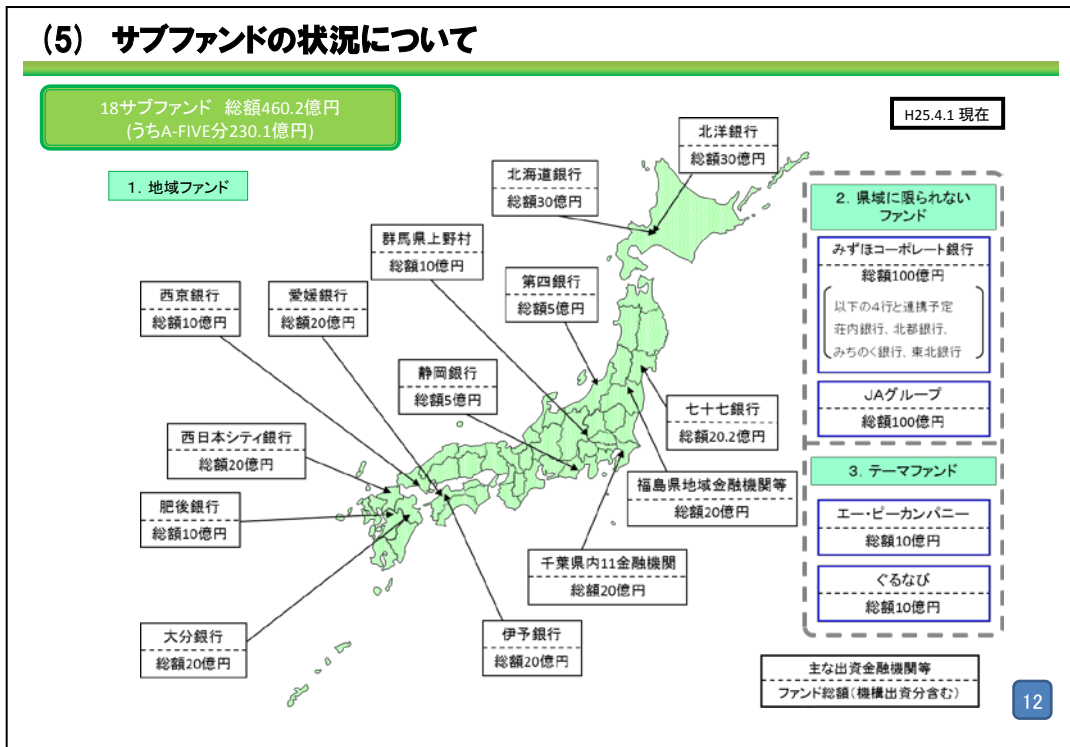
9

そのためにどうすることが必要か。今までの農政は補助金と融資でした。補助金は使途が明確化されており、運転資金、人件費はありません。融資は金融機関が介入します。銀行からみれば、必ず返金してもらおうというもの。そのために利子を減免したり、返済期間を長めたりというのは政策的にあります。基本的には返してもらおう。

例えばワインをつくりたい。ブドウの木を植えました。ワインができるまで4、5年かかる。その4、5年の間、どうすればいいのか。お金はありませんという形となる。法的に我々が考えたのは、出資というスタイル。つまり、会社に出資。ワインをつくる機械、建物に補助金を出すというのは今までありましたが、その会社に対して出資をする。出資ですから、取り崩していけば運転資金にも人件費にもなるという第3の手法をつくりました。それで、企業誘致から企業立地という形で業おこし、これが今の成長戦略の六次産業化の基本的な考え方。そのためにいろいろなサブファンドをつくっています。

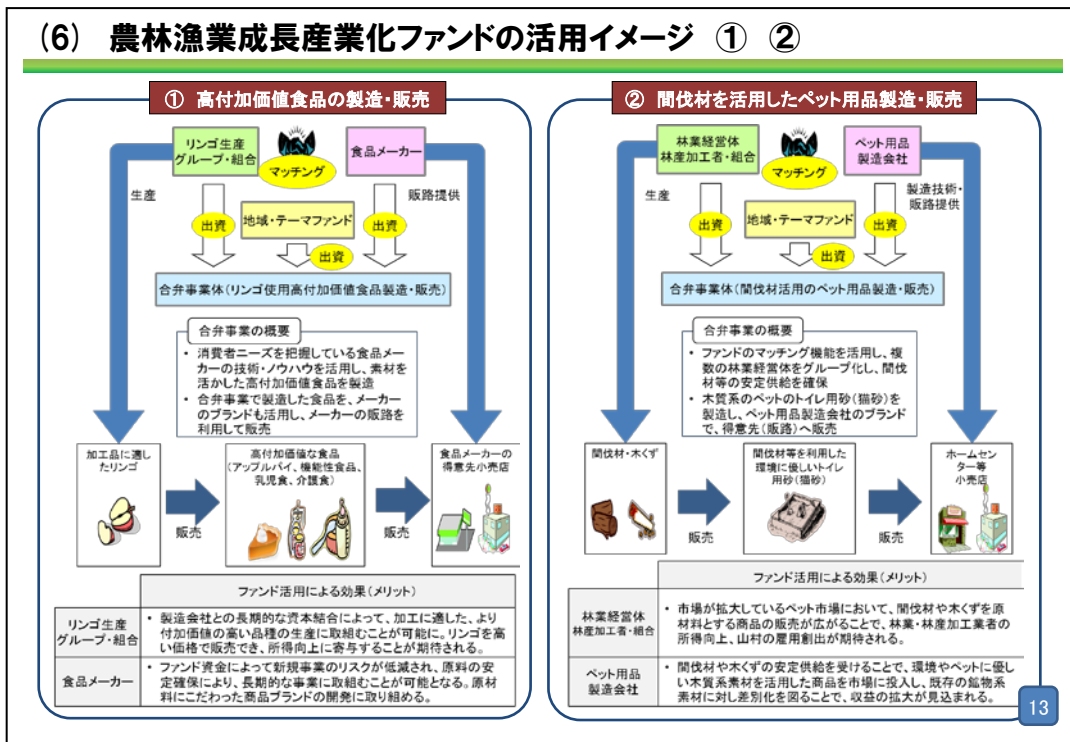


## (5) サブファンドの状況について



サブファンドは、ここでは18ですが、現在は20になりましたので、どんどん増えていくのではないかと考えております。

## (6) 農林漁業成長産業化ファンドの活用イメージ ① ②



具体的に何をやるのかというと、例えばペットの会社が扱っている猫砂という、ペット用のマンションなどで、トイレとして使う紙おむつをシート化したようなものです。基本的には産業廃棄物で、環境にはよくない。それを木くずとか間伐材でできないか。ここで

事業体をつかって、環境に優しい猫砂をつくった。彼らは製造のノウハウと、ホームセンターや小売店への販路をもっている。

今、農政で一番困っているのは販路がないということ。東北3県、大震災の被害を受けたが、植物工場や野菜工場をつくる等、いろいろなことをやっている。しかし販路がない。ですから、最初から販路を持つ方々とパートナーを組む。

その過程ですけれども、最初は補助金とか制度融資でいかなければいけない。基本的には、農業の生産基盤がしっかりしていないと、何をやってもだめです。なぜか。安定的に原料を供給してもらわなければ困る。日本の農林水産物、食料ですけれども、3分の2は食品産業が買っている。だから、食品産業が成長するという事は、一次産業を引っ張ってくれるという基本的な考え方です。ですから、農業がしっかりしていれば、食品産業は私たちの生産物を何とか買ってくれるのだという思い上がった気持ちでいると、これは大変なことになるということでございます。

## 9 食品ロス削減の取組について

➢ 世界で生産される食料が毎年大量に廃棄される一方で、世界の穀物需給が逼迫し、食料価格も上昇基調にある中、食品ロスの削減は我が国だけでなく世界的にも大きな課題となっている。

➢ 今般、平成24年4月から食品リサイクル法における「発生抑制の目標値」が設定され、食品事業者における食品ロスの削減に向けた取り組みを強化していくこととされたが、これを推進していくためには、フードバンクの活用など各企業の努力はもとより、フードチェーン全体で食品ロスの原因となっている商慣習を見直していくことが必要。

➢ また、関係省庁の連携によって、食品ロス削減のための消費者の意識改革に向けた取組を推進していくことも重要。

### ■ 発生抑制の目標値の設定

○ 食品廃棄物の発生抑制を推進するため、努力目標として「発生抑制の目標値」を設定。まずは、過剰生産・在庫及び返品等により発生する可食部分の廃棄処分が多い業種から先行して試行的に2年間、暫定目標値という扱いで実施。

主な業種の発生抑制の目標値の例【H24.4～H26.3】		
業種	業種区分	暫定目標値(努力目標)
食品製造業	肉加工品製造業	売上高百万円あたり 113 kg
	牛乳・乳製品製造業	売上高百万円あたり 108 kg
	ソーラ製造業	製造量1tあたり 59.8 kg
	パン製造業	売上高百万円あたり 194 kg
食品卸売業	豆腐・油揚げ製造業	売上高百万円あたり 2,560 kg
	冷凍調理食品製造業	売上高百万円あたり 363 kg
	そうめん製造業	売上高百万円あたり 403 kg
	食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものを除く)	売上高百万円あたり 4.78 kg
食品小売業	各種食料品小売業	売上高百万円あたり 65.6 kg
	コンビニエンスストア	売上高百万円あたり 44.1 kg

※ 上記以外に、「しょうゆ製造業」、「球根製造業」、「調味料製造業」、「菓子・パン小売業」がある。

### ■ フードバンク活動の取組

○ 包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品の品質には問題がないが、通常の販売が困難な食品・食料を、NPO等が食品メーカー等から引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動。

○ 日本ではNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模(2011年の食品取扱量は1,689トン)であり、同法人を含む全国の11団体がネットワークを構築し、活動を推進。

### ■ 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム(18名)

【目的】食品ロス削減のための商慣習について検討  
【構成】業界団体から推薦を受けた食品関連事業者、学識経験者  
【事務局】流通経済研究所(農林水産省補助事業)

【参加企業】	検討経緯
<b>■ 食品製造業 (9社)</b> ・味の素㈱ (風味調味料協議会) (全日本菓子協会) ・江崎グリコ㈱ (日本醤油協会) ・キッコーマン食品㈱ (全国清涼飲料工業会) ・コカ・コーラカスタマーマーケティング㈱ (全国清涼飲料工業会) ・サントリー食品 インターナショナル㈱ (日本即席食品工業協会) ・日清食品㈱ (全日本酪乳工業協同組合) ・ハウス食品㈱ (日本缶詰協会) ・樹乳マルハニチロ食品 (日本乳業協会) ・雪印メグミルク㈱ (日本乳業協会)	<b>(平成24年)</b> 10月3日 第1回WT開催 11月2日 第2回WT開催 業界の実態調査を実施 <b>(平成25年)</b> 1月18日 第3回WT開催 2月22日 第4回WT開催 3月5日 食品ロス削減シンポジウム(WT中間とりまとめ公表)
<b>■ 食品卸売業 (3社)</b> ・国分㈱ (日本加工食品卸協会) ・ニッ食食品㈱ (日本加工食品卸協会) ・樹山星屋 (全国菓子卸商業組合連合会)	
<b>■ 食品小売業 (4社)</b> ・イオンリテール㈱ (日本チェーンストア協会) ・イトーヨーカ堂 (日本チェーンストア協会) ・樹東急ストア (日本スーパーマーケット協会) ・ファミリーマート (日本フランチャイズチェーン協会)	

### ■ 消費者への対応

○ 消費者問題への迅速かつ的確な対応を図る観点から消費者政策担当課長会議の下に「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」を平成24年7月に設置、10月5日に第1回会合を開催。

○ 関係省庁の連携により、食品ロス削減のための消費者の意識改革に向けた取組を推進。

内閣府

消費者政策担当課長会議

消費者政策担当課長会議

消費者の意識改革に向けた取組

消費者政策担当課長会議

消費者への普及啓発

農林水産省 環境省 地方自治体等への周知

次に、食品ロス。日本の食べ残しというか、ロス、たしか世界中の穀物の援助量を上回っている。これは具体的な数字、500万トンか800万トンくらいは捨てられている。しかも、目に余るのが、3分の1ルールといって、行き過ぎた賞味期限、消費期限がある。残り3分の1を残したら返品とか、受け付けないとか、そういう問題がいろいろあります。

それをみんなで一回議論しましょうとあって、大きな量販店、卸、それから、製造業が入って、まず話し合いをされました。それで、3分の1ルールをもたないようにして、欧米

並みにやったらどういうことになるかという実験をやるのではないかと、今、機運が盛り上がっております。そういう場をつくるのも我々の仕事でございます。持続可能な社会をつくる上で大切な環境問題等に対して無頓着な会社には、投資家はもう投資しないという空気が大分出てきたからです。そういった意味では、この食品ロスの削減は飽食の日本においては重要な話だと思っております。

### (1) 原発事故の影響への対応

国内外における風評被害の払拭、輸出回復に向けたタイムリーなPR・プロモーション

- 香港・台湾・中国・韓国などのニュース番組、旅・グルメ番組、雑誌、CNN アジアにおけるCM放送やウェブなどを通じて日本産農林水産物・食品の安全性・魅力を発信
- 英国等の有力情報誌に日本食のイメージ広告を掲載
- 被災地(特に福島、宮城、岩手の3県)の農産物についてイベント等を通じたPR
- 海外消費者向け情報サイト「Japan Food Report」サイトを農林水産省ホームページ内に立ち上げ、日本産食品の魅力や安全性確保のための取組をアピール



CNNサイトへの記事掲載



英国Guardian誌の  
日曜版への広告掲載



「Japan Food Report」サイト

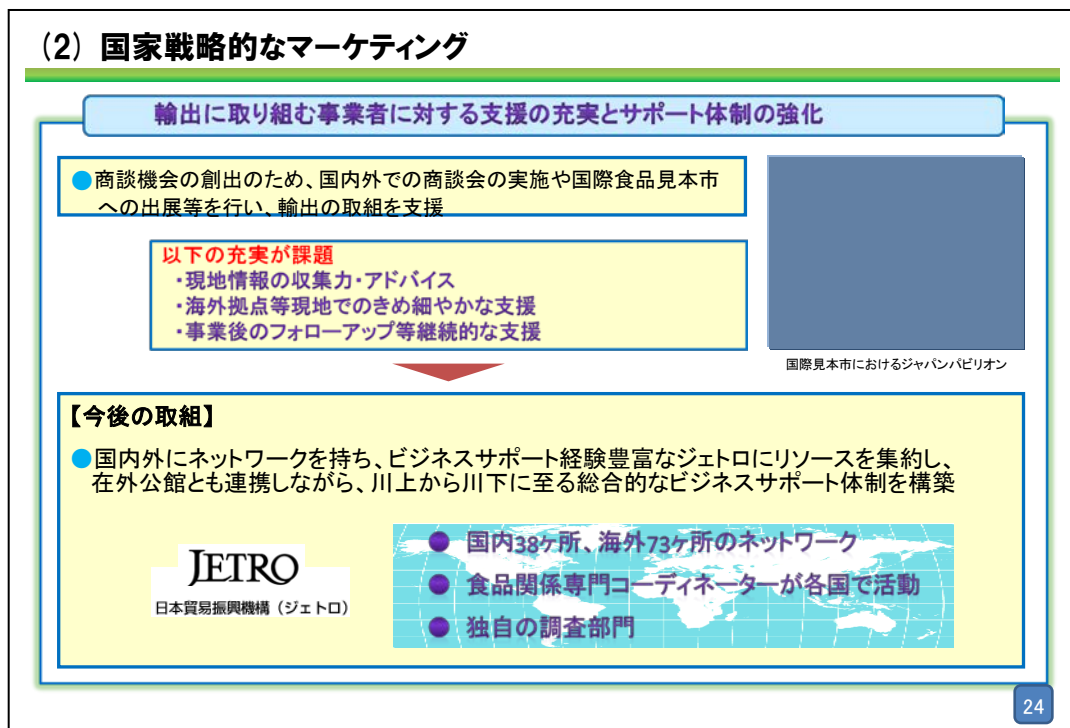
23

昔、福島県庁に2年間行っており、何回も福島に入っています。原発事故。これほど悲惨な事態がここから 300キロのところでは起こっていますが、一番重要なのは風化させてはいけないということ。世界中の人が日本を、特に福島を注目している。28年前にチェルノブイリの事故がありました。輸出とかいろいろな話になっていくと、日本の厚生労働省は周辺国から検査証明書、産地証明書をとりまします。ということであれば、これはやはり 30年、50年とつき合う話ではないか。

ここで一番重要なのは、科学的なデータに基づいて、いかに人間が行動するかということ。コーデックスではセシウム 1,000ベクレルですが、日本では 100ベクレル、乳幼児は 50ベクレル、飲料は 10ベクレルというような、世界で一番厳しい状況になっている。国によってはダブルスタンダードをやっています。日本から輸入するのは 100ベクレル以下、自国は 500だ 1,000だとやっている国もあります。そういった状況の中で、科学的なデータを蓄積して、またそれを出していく。

こういった悲惨な事故が出てから、やはり知見が出てきたのは、例えばキノコとかは何

でこんなに親和性があるって、吸収しやすいのか。コケとか泥もそうなのです。内水面のイワナとかヤマメはコケを食べるものなので、慎重に対応しなければいけないと思っております。福島県産だから買ったたきとか、置かないとか、現実にあるので、科学的な、客観的なデータを置きながら、不当なことはやらないでくださいと要請することしかできませんが、そのように進めているところです。



日本の輸出のためになってますが、JETROというのは世界各国に、そして国内でも各県にネットワークがあります。彼らに全てリソースを集約して、情報を集めてもらって、それをフィードバックしてもらおうという形で、輸出ビジネスのサポートを進めていくことを今年から始めました。

そこで、食文化の話になります。皆さんも、多分、職業柄、大学の中でも関心が高いと思いますが、現在、海外の日本食レストランは外国人が経営するものを含めて5万5,000店あります。松岡大臣在任中は2万店くらいでしたから、この6、7年で3万店くらい増えています。

日本食は世界各地ですごく評価されており、一番好きなものは大体日本食というJETROの調査もありますし、日本に来る旅行の目的は何と聞いたところ、やはり日本食を食べたいというものです。そういう意味で評価が高いけれども、それが輸出に結びついていないというのがあります。



### (3) 確かな安全性・品質の確保と貿易実務上のリスク等への的確な対応

#### ジャパン・ブランドの保全・向上

- ・中国・台湾等において日本の地名等が商標登録出願される事例が散見  
→ブランドイメージの維持が困難
- ・我が国の農林水産物に対する信用を高め、付加価値をつける必要

- 地理的表示保護制度の導入に向け、有識者による研究会を開催



我が国の地理的表示登録候補製品の例  
(鹿児島黒豚、伊勢本かぶせ茶)

- 農林水産知的財産保護コンソーシアム  
2009年の設置以来、商標監視や地方相談会の開催を通じて事業者を支援

- ① 中国・台湾における商標共同監視調査(9県)
  - ② 模倣品、産地偽装等の海外現地調査  
(アジア6ヶ国において農産物、水産物、茶、麺類を中心に実施)
  - ③ 海外における知的財産問題に係る相談会(20回実施)
  - ④ ホームページ、メルマガ等での会員向け情報発信(3回実施)
- ※( )内は2010～2012年度の実績

#### 農林水産知的財産保護 コンソーシアム



DNAシーケンサー

- 海外向け農産物のDNA品種識別技術、産地判別技術の開発・妥当性の検証

25

例えば、香港などに行ってみると、スーパーのバイヤーに日が変わりで各県がイベントを開いており、日本はアメリカ、あるいはオーストラリアみたいに国全体でマーケティングを考えていない、ばらばらだと香港の方に心配していただくような事態になっていて、A県のリンゴはこのくらいだったけれども、おたくはこんなに高いのかという形でいわれているのです。そういう意味では、その高い評価をできれば食文化、ジャパンプランドという形で出していきたい。

## 13 日本食文化を生かした戦略の展開

「日本食」は海外においても  
高い評価

- ・ 多岐にわたる外食企業が海外展開
- ・ 海外にある日本食レストランは、外国人が経営するものを含め約5万5千店

このように高く評価されている日本食が、世界中でさらに普及するとともに、国内でも次世代に受け継がれていくことが重要

#### 2015年のミラノ国際博覧会への公式参加

- 「食」をテーマに開催されるミラノ万博で、我が国の農林水産物や食品、食文化の魅力を発信し、食ビジネスの発展を加速。
- 日本館出展にあたっての基本理念・コンセプト及び建築・展示・行催事等の枠組みを定める日本館基本計画を策定。



#### 日本食文化のユネスコ無形文化遺産への登録

- 我が国が誇るべき食文化について、理解の促進とその魅力向上を図り、日本文化の発信につなげるため、ユネスコの無形文化遺産への登録を目指し、24年3月に申請(フランスの美食術、地中海料理、メキシコの伝統料理等が既に登録)。25年12月に登録可否が決定される予定。



#### 食と農林漁業の祭典を国内外で開催

昨年は祭典全体で35万人が来場(丸の内)

- 「食」を通じた生産者と消費者、日本と世界との「絆」を深めるため、海外を含めた消費者、産業界等の幅広い参加を得て「祭典」を国内外で開催し、日本の「食」と「農」のすばらしさをアピール。



26

今年から来年にかけて、2つの大きなイベントがあります。1つは、秋から冬にかけて、この12月だと思いますが、日本食のユネスコ世界遺産への登録（12/6登録決定）という形で今、審査をお願いしているところであります。もう1つは、2015年、ミラノで国際博覧会があります。万博は0と5の年が総合博覧会です。大阪の万博も名古屋の愛・地球博も0と5の年だったと思いますが、これが大きいもの。つまり、ミラノの前は2010年上海万博でした。今回は食をテーマにしております。

今まで万博というのは経済産業省の専管事項でしたけれど、食の万博というので今、共同幹事で農水省とやっております。我々は日本の食をどうやって発信するかという形で基本計画をつくり、これから進めていきたいと思っております。

実は、このミラノとかユネスコとかというのは、全部トータルでみて、当面ミラノで何を発信するかというムーブメントを起こしていきたい。そのために、これは丸の内の仲通りでいろいろなイベントを、昨年11月から12月の上旬までに、連続して毎週週がわりで実施しました。実は今年2月、3月、パリで月間を通して実施しました。海外でも好評で、我々だけではなくて、クール・ジャパンも、ビジット・ジャパンもみんな一緒になって日本のPRを、集中的に資源を投下してやったということです。

### （参考1）日本食・食文化の普及の事例（従来にない日本食・食文化の普及手法）

#### 1 主な取組

- 2012年
- 7月 **ロンドン五輪ジャパンハウスでのVIPレセプション**  
ロンドンTOPシェフによる日本食材の紹介と提供
  - 8月 **香港FoodEXPOジャパンパビリオンにて日本酒セミナー**  
日本酒の歴史や醸造方法、種類などの説明とともに日本酒の飲み方を提案
  - 9月 **サマーダボス会議のサイドイベント「ジャパンナイト」**  
和洋中の料理別に相性の良い日本の地酒を提供
- 2013年
- 1月 **ダボス会議のサイドイベント「ジャパンナイト」**  
欧州で注目されている弁当スタイルで酒と食をセットで提供
  - 2-3月 **フランスにおける日本食文化週間**  
現地フランス人の発案による日本食文化の総合的な情報発信



フランスにおける日本食文化週間  
現地フランス人視点での情報発信

2013年  
4月 **安倍総理と江藤農林水産副大臣が在露大使館において日本食を直々にトップセールス**

#### ロシア側要人に対して、日本食レセプションを開催



日本産食材をロシア要人に勧める  
安倍総理と江藤農林水産副大臣

ロシアにおける日本食レセプション  
BENTO Buffetスタイルでの提供

#### 2 発見した現場の宝

- ①<<イノベーションのポイント>>
- ・現地トップシェフを活用し、需要側である受入国の視点で日本食・食文化の魅力を発信する**新しい取組**。
  - ・食べ合せとして相性の良い料理とお酒の組合せを提案する**新しい提供スタイル**。
- ②<<イノベーションによる効果>>
- ・各国の食文化になかった、「新鮮、ヘルシー、UMAMI」をもつ日本食文化が紹介され、**驚きと関心をもって迎えられた**。
  - ・JETRO調査では、米国を除く全ての主要国において「**日本料理**」が**人気第1位**。

例えばロンドンのトップシェフに、大きいローストビーフをつくっていただき、銀座久兵衛の主人がこれを切って握りを出したところ非常に好評でした。



20年くらい前に中国に行ったとき、大体乾杯はビールだったけれども、最近はどここの都市でも乾杯するときは赤ワインですよ。この20年以内に中国の食生活、宴会が変わってしまったのです。それはフランスのSOPEXAがマーケティングをして、ワインを売り込み、乾杯を変えたからです。

実は、とても有名な某マヨネーズ会社が、中華料理のコースのデザートを変えようと長芋を短冊に切って、井桁に5つか6つ重ねて、そこにブルーベリージャムをかけてデザートとしてお出ししているが、大体浸透してきました。

ですから、息の長い努力をすれば大体広まるのかなという形で思っております。こういった形で世界を舞台にやっております。この間はロシアでこれをやったということです。中東でもやりました。アブダビとか向こうのほうは、やはりハラール問題がありますので、日本の宮崎牛をハラール仕様でちゃんともっていきまされたけれども、やはり輸出とか食文化交流のときは宗教も違うし、言葉も違うし、もし加工食品を販売するのだったら、基準認証制度が違うというのをしっかりわきまえてやらないと大変なことになります。

## 15 我が国食文化・食産業の展開

- ▶ 日本の食文化の普及に取り組みつつ、日本の食産業の海外展開と日本の農林水産物・食品の輸出促進を一体的に展開することにより、グローバルな「食市場」(今後10年間で340兆円から680兆円に倍増)を獲得。
- ▶ その手段として、国別・品目別輸出戦略を策定し、日本食を特徴づけるコンテンツ(水産物、和牛、日本酒等)の輸出による輸出拡大を目指す。

政策の展開方向


1. 品目別の農林水産物・食品の輸出額に係る数値目標、輸出環境の整備等に係る政策目標を設定。
2. 1.を実現する政策手法として、日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)、日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)の取組を一体的に推進

【日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)】

- ① **ビジネス環境の整備**  
(各国の基準・規則の改善働きかけ\*、国内規制の国際標準化、各国の基準規制に関する情報提供、模倣品対策等)
- ② **人材育成**(進出企業の協働による人材/バンク創設)
- ③ **出資による支援**(海外需要創出支援機構(仮称)の活用)

【日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)】

- ① **国別・品目別輸出戦略の策定**  
(重点品目、重点市場への支援の集中化、日本食を特徴付けるコンテンツ(水産物、和牛、日本酒、青果物等)を中心とした輸出モデルへの転換)
- ② **ビジネス環境の整備**  
(各国の基準・規則の改善働きかけ\*、国内規制の国際標準化、各国の基準規制に関する情報提供、模倣品対策等)
- ③ **出資による支援**(農林漁業成長産業化ファンドの活用)



有機的連携

【日本食材が世界を席巻(Made FROM Japan)】

- ・ 世界一のレストランとされた“エル・プリ”が“ゆず”の魅力を発見 → 世界中のシェフがメニュー化
- ・ 世界料理サミット G9で“くず”が注目 → “ゆず”に続く気配
- ・ 中華料理の高級食材として輸出されるホタテ(189億円)、乾燥なまこ(106億円)

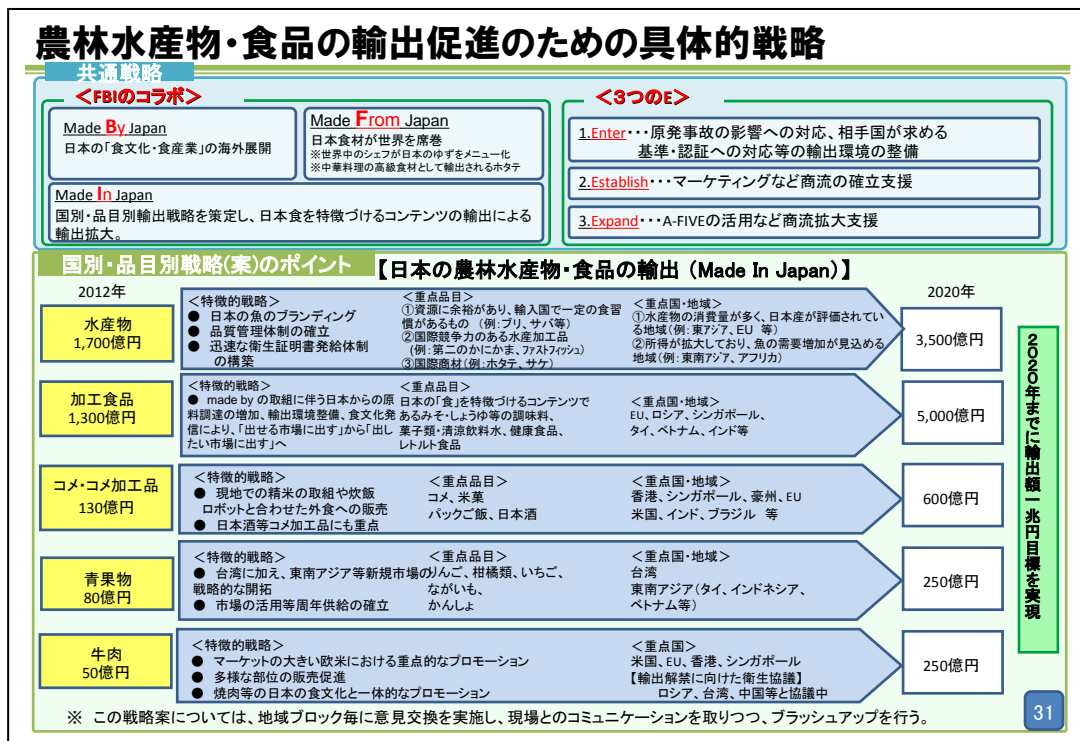
日本食材と世界の料理界とのコラボレーション

【日本食文化の普及】(日本食の普及を行う人材育成、メディアの効果的活用等を各省連携して実施)

※ 改善を求める基準・規則の例  
 ・原発事故による輸入停止措置の解除 ・牛肉の輸出先国の拡大 ・加工食品の輸出可能な市場の拡大  
 ・自由販売証明書等、輸出に必要な各種証明書の発行体制の整備

私どもとすれば、こういった日本食、食文化をどうやって普及するか。今までは単においしいでしょう、いいでしょう、珍しいでしょうとありますが、やはり総合的に出さなければいけない。そのためには、いろいろな知見をもった方々へ、シェフの交流の場で、学者のいろいろな学校関係の交流の場で等、いろいろな提供スタイルがあると思います。

ことしの3月、フランスでやったときに、一番びっくりしたのは、日本酒のカクテル、現地の方が日本酒ベースでカクテルをつくるのです。これがすごく好評だったと聞いています。そういうものもあっていいのではないかと。日本酒はこうやって飲むべきだというのがありますが、世界中いろいろな飲み方があっていいのではないかとという形で思っております。

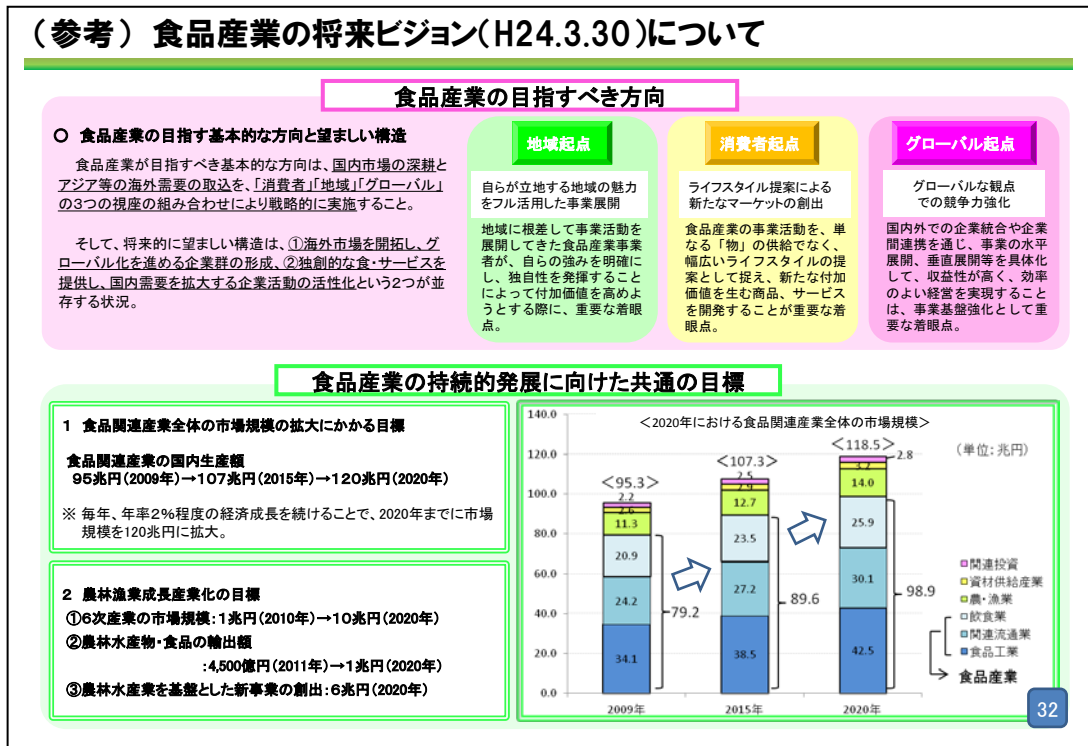


最近、FBI というのをやっております。Made By Japan、Made From Japan、Made In Japan と。我々は、輸出というのはこればかりやっておりました。日本のコメはうまいだろう、日本のリンゴはいいでしょう、1個 2,500円でも買うでしょうと。これはどうもうまくいかない。インフラがなかった。それでこの2つを考えたのです。Made By Japan、例えばあるメーカーが日本的なスタイルで海外でつくってしまう。原料は全部向こうのもので、日本式のものをつくって、日本スタイルでつくっていくというやり方。お菓子でもいいし、あるいは外食でも構いません。Made By Japan があっていいのではないかと。それから、次の Made From Japan、有名なのはゆずです。とても有名な三つ星シェフがゆずのソースを使ったら、世界中のフレンチのシェフが日本からゆずを調達に来たというくらい。つまり、そこに1品日本からのものが入っていく。

輸出のことを考えておりますけれども、ただ単にあれだこれだというよりも、Made In と Made By、それぞれやることはあるのです。Made By をやるときにはビジネス関係をどうやって整備するのか。そのための人、どうやって資金調達をするのか。Made In Japan

の場合はどうやって戦略をつくっていくのか。Made From というときには、そういったものをメニュー化していくとか。それから、今、ホタテが中国に非常に入っております。中華料理に実は生のホタテはほとんどなかったのです。中国ではとれません。中華料理、広東料理もそうなのですが、今すごい勢いでホタテがメインになってきている。189億円も中国に入っている、輸出できているという状況ですので、それは1品というのがあると思います。

日本のソースとといいますか、例えば北海道でいえば山ワサビみたいなものとか、秋田のしょつつるとか、そういった調味料みたいなものをどうやって入れ込んでオリジナリティーのあるソースをつくっていくか。その宝庫が日本だということで、特に海外のシェフの皆さんは、来られる方が多いようです。こういった形で、これを有機的に連携して我々はやっていきたいと思っております。





将来ビジョンとしての1つだけの売りは、ビジョンに対して3つ入れたということです。地域起点、消費者起点、グローバル起点。地域とグローバル、そして、消費者。生産者起点とどこにも書いていないのが、うちの局のやり方でございます。

## 16 医食農連携の探求について

- 平均寿命の延伸により高齢者人口が2,975万人(H23.10)と過去最高を更新し続ける中、農業については、食料の安定供給のみならず、健康寿命延伸の観点から食が健康に果たす役割を評価し、新たな切り口で施策を講じていくことが必要。
- 例えば、患者に対しては医学関係者による薬効の知見と食品関係者による食の機能性の知見を融合させた薬と食事のベストミックスを構築することで、未病者に対しては症状悪化を抑制する未病食を確立することで、将来的な医療費の削減にも寄与。
- このため、新しいスタイルの6次産業化を推進する医食農連携の形成に向けた取り組みを推進

### 新しいスタイルの6次産業化を推進する医食農連携の形成に向けた取り組み

現在の取組	新たな展開	目指すべき姿															
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 高度成熟社会の到来に伴い、高齢者等にどのように幸福を感じつつ生き生きと社会生活を送っていただくが重要な課題。</li> <li>○ この課題に向けては、食と農が健康に与える効果、疾病の予防、治療の分野での医と食の連携が果たす役割等について明らかにし、得られた成果を社会システムに反映していくことが効果的であるが、これまでの取組だけでは、科学的知見の蓄積は十分でなく、個別の研究成果も体系化されるには至っていない。</li> </ul> <p>＜これまでの取組＞</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 医食農ブランドデザインの検討</li> <li>② 農作業と健康のエビデンス把握</li> <li>③ これからの介護食品をめぐる論点整理</li> <li>④ 慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス研究所ヘルスサイエンスラボでの研究</li> <li>⑤ アグロ・メディカル・イニシアティブ研究会での研究</li> <li>⑥ シンポジウムを通じた食と健康に係る情報発信</li> <li>⑦ 買い物困難者対策に係る情報発信</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 産学官のコンソーシアム形成 医学、化学、情報、農学の関係者に食品産業界や行政が参加したコンソーシアムを創り、食と健康の関係の科学的知見の体系化を行い、ビジネスへとつなげていく。</li> <li>② 科学的エビデンスの確立 日本食と健康の関係について、一定規模以上の都市をサンプルとする疫学調査を実施し、医療費削減効果等についても検証する。</li> <li>③ 介護食品等機能性の高い食品市場の整備 介護食品等機能性の高い食品について情報発信のルール作りをすることで、高齢化社会に対応した新しい市場の整備を行う。</li> <li>④ バリューチェーンが運動した医食農連携の推進と食生活環境の改善 未病対応の新しい健康食品の開発等を進めるため、バリューチェーンが連携したモデルの取組を推進するとともに、食生活の環境を改善するため、6次産業事業者等との新結合による新たな需要の創出等を推進する。</li> <li>⑤ A-FIVEを活用した医療関連ビジネスの育成 A-FIVEを活用し、沖縄県の伝統野菜アワンソウの睡眠改善効果に着目した、クワンソウ茶、サプリメントの製造・販売等を推進する。</li> <li>⑥ 日本の食を広げるプロジェクトによるモデル地域の取組支援 市町村等の組織が策定した自主的な計画を農林水産大臣が認定、取組を支援、推奨し、全国に普及を図る。</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 食を通じ高齢者等の健康を維持・増進することによる健康長寿社会の実現</li> <li>○ 健康に着目した食市場の開拓・拡大による健康マーケットの創設</li> <li>○ 成熟社会における幸福国家のグローバルスタンダードの確立</li> </ul>   <table border="1"> <caption>主要国の高齢者（65歳以上）の人口割合の推移</caption> <thead> <tr> <th>国</th> <th>2010年</th> <th>2025年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本</td> <td>26.0% (10位)</td> <td>30.9% (10位)</td> </tr> <tr> <td>イタリア</td> <td>23.9% (18位)</td> <td>28.1% (18位)</td> </tr> <tr> <td>フランス</td> <td>18.9% (61位)</td> <td>22.7% (61位)</td> </tr> <tr> <td>中国</td> <td>12.7% (61位)</td> <td>17.2% (61位)</td> </tr> </tbody> </table>	国	2010年	2025年	日本	26.0% (10位)	30.9% (10位)	イタリア	23.9% (18位)	28.1% (18位)	フランス	18.9% (61位)	22.7% (61位)	中国	12.7% (61位)	17.2% (61位)
国	2010年	2025年															
日本	26.0% (10位)	30.9% (10位)															
イタリア	23.9% (18位)	28.1% (18位)															
フランス	18.9% (61位)	22.7% (61位)															
中国	12.7% (61位)	17.2% (61位)															

33

それから、最近取り組んでいることが医食農連携。これも今回の成長戦略の中に入っていますけれども、まだ煮詰まっておられません。今後皆様方からのお知恵なり、ご意見を拝借しながら、これは進めていきたいと思えます。

一言でいうと、食というのは何なのか、食べることは何なのかということ突き詰めていろいろな話を聞くと、やはり食と農が健康に与える効果、疾病の予防、治療、その後のリハビリ、いろいろな面でかかわってきます。今さら何をいっているのだ、当たり前だといわれればそれまでですが、政策、行政のテーマとして今まで上がったことはないのです。

我々が今、いろいろな試行錯誤をしていますのは、1つ目は、ここにある産学官のコンソーシアムをどうやって形成していくのか。科学的なエビデンスが分散している。それをどうやって収集して、研修していくのか。それから、岩元会長にお願いしていますけれども、介護食品は何なのかと。実は今、要介護がたしか 506万人いらっしゃいます。単純にいいまして、1日3食が介護保険で 1,380円掛ける 365日掛ける 506万人で2兆 5,000億円なのです。ところが、介護食品のマーケットは、今販売できているもので 1,000億円です。多分、半分くらいは特別養護老人ホームとか、施設の給食になっているのではないかと思いますけれども、残りは家族の献身ではないか、あるいはヘルパーの献身ではないかと思っております。

ところが東大病院の医者から聞きますと、大学で栄養学を習っていないというのです。



消化系、のど、食道、胃、小腸、大腸、それぞれの手術の状況によって何を食べさせていいのか自分たちは勉強していない。だから、そういう栄養チームをつくって病院の中で実践している。これは驚きもありました。

また、ある先生はいつていました。今、三度三度きちっとご飯を食べるのは、お年寄りだと。若い人は朝食はほとんど食べないけれども、お年寄りは三度三度食べる。でも、栄養失調なのだと。では、何で食べているのだろうと調べたら、薬を飲むために食べているというのです。つまり、栄養学とかそういうのから離れた世界で現実が動いているというのがわかってきました。これをどういう形で改善していくのかという課題を整理してもらっている状況です。

### (1) 次世代産業モデルの形成に向けた「医食農連携グランドデザイン」の検討について

- 医療等の分野で、食の「健康効果」に関する科学的知見の蓄積が進み、食生活の改善による健康管理に関する取組が広がっているところ。食と医療等が結びつくことで、農林水産業では高付加価値化が、食品産業では新サービスの提供や新たな価値の創出がそれぞれ可能となり、健康・長寿社会の構築にも寄与。
- 医食農連携による新たなビジネス展開を民間企業等が主体となって推進していけるよう、農林水産業を“医食農”という切り口からアプローチし、6次産業化の次世代ビジネスモデルの形成を図る「医食農連携グランドデザイン」を検討(25年度中に策定)。

#### 「賢食民度」向上運動

- ・健康長寿・未病対応に必要な栄養とバランスに関する正しい知識の普及
- ・消費者の理解と適切な食品表示理解の進展度を「賢食民度」と定義して、国民的な運動として提案

「医食農の見直し」中心は「健康長寿」未病対応

食事：家庭食はもとより、外食・中食の健康志向化、インスタント・レトルト食品等の健康度向上促進展開

健康長寿

睡眠

運動：健康活動の場と機会を提供はもとより、運動効果向上のための食開発、運動としての農作業、健康状況のモニター、健康増進地域・職場づくり

快適な寝具はもとより、快眠を促進する食やアロマテラピー等の促進展開

#### 食のスマートデザイン

- ・3.11以降、日用品と防災品を融合した商品・サービスを求める消費者
- ・いつもの「食」がもしもの病気を防ぐ
- ・「いつもの便利、もしもの備え、たまにの贅沢」が生活を豊かにする。」運動の提案

「食」のスマートデザインの運動

「3.11以降、日本の消費者の行動が変わってきたと言われる。日用品と防災品を融合した商品・サービスを求めるようになってきたのだ。(経産省デザイン下川局長談)」

つまり、「いつもの便利、もしもの備え、たまにの贅沢」が生活を豊かにするのだ。あるいは「日常と非常用をAND」で知る発想が求められているのかもしれない。

その発想を具体化することを「デザイン」と呼ぶならば、商品設計、事業設計を「スマートデザイン」として展開することは、日本の産業運動となり、また国際貢献になっていくのではないかと。

いつも

AND

もしも たまに

#### 次世代の6次産業化モデルの形成

- ・消費者・生活者の「健康・長寿」を中心として、生産・加工・流通の事業者と消費者の3活動の相互連携
- ・「消費者の視点」、「グローバルな観点」、「リサイクル視点」を組み込んだ新しい6次産業化モデルの提案

6次産業化論の第2世代(1-2-3-4-5-6)

事業者・消費者の食活動システム化

1 生産 2 加工 3 流通 4 消費

5 販売・給仕 6 調理

事業者・消費者間 国際相互連携 創発モデル

消費者の「健康・長寿」を基本的な観点として、生産・加工・流通の事業者と消費者との協働により、食の産業生態系を創発的に再構築し、グローバル市場を足踏した日本の「食」の価値を創出・提供・享受する

34

それから、医食農の連携と食生活。結局、対症療法というのが日本はお得意だと思えますが、疫学的といえますか、社会学的なアプローチは日本は非常に弱いのです。ですから、それをどう取り組むべきなのかというのを今必死に考えているところでございます。これは医食農連携グランドデザインという形で、いろいろな方からアイデアをもらっています。

農作業と健康という形で、農作業は軽度な労働負荷の問題もありますけれども、実際問題、病院の中ではリハビリに農作業を使っているところもあるのです。そういった意味ではいろいろな形は出てくるのかなと思います。

## (2) 農作業と健康についてのエビデンス把握について

- 市民農園等での農作業が健康に与える影響について、高齢者を対象に、アンケート調査を実施した。
- その結果、農作業をしている者は、農作業をしない者と比較して、「運動習慣」、「野菜摂取頻度」、「食事バランス」、「近隣住民とのつながり」等の項目において優れた状態にあることが明らかとなった。

### 検討委員会について

農作業は健康増進につながる可能性があるが、それを裏付ける科学的な根拠(エビデンス)は十分に蓄積されていない。

このため、厚生労働省との連携の下、有識者からなる検討会を昨年9月に設置し、エビデンス把握の検討のため、昨年12月にアンケート調査を実施し、分析。

### (委員構成)

浅野 勇	東京農業大学教授	(日本園芸療法学会副理事長)
櫻井 勇	(社)JC総研客員研究員	
神成 淳司	慶応義塾大学准教授	(ヘルスサイエンスラボ代表)
坪田 一男	慶応義塾大学教授	(ヘルスサイエンスラボ代表)
宮地 元彦	(独)国立健康・栄養研究所 健康増進研究部長	

### (アンケート調査の概要)

- 調査対象者: 全国の60歳~69歳の男女
- 回収数: 市民農園や家庭菜園等の農作業実践者500人  
非実践者500人
- 調査日: 平成24年12月6日
- 回答した農作業実践者の内訳: 市民農園利用者1/4  
家庭菜園利用者3/4

### アンケートの結果

農作業実践者と非実践者の回答の間に有意な差が認められたかどうかを分析した結果、以下の項目について有意な結果が得られた。(黄色:危険率1%確率、無色:危険率5%確率でそれぞれ有意)

分類	質問項目	結果概要
身体活動	運動習慣	農作業をしている人は運動習慣がある人が多い
	身体活動	農作業をしている人は身体活動習慣がある人が多い
	座って過ごす時間	農作業をしている人はセデンタリーではない人が多い
食	歩く速さ	農作業をしている人は歩くスピードが速い人が多い
	野菜摂取状況	農作業をしている人は野菜摂取量が多い人が多い
	食事バランス	農作業をしている人はバランスの良い食事をしている人が多い
心の健康	1日に米を食べる量	農作業をしている人は米を食べる量が多い
	生きがい(喜びや楽しみ)	農作業をしている人は生きがいを感じている人が多い
	近所づきあい	農作業をしている人は近所とのつながりが強い人が多い
農作業	友人・仲間の多さ	農作業をしている人は友人が多い人が多い
	農作業の健康効果に対する考え	農作業実践者の方が農作業の健康効果を高く評価している
	農作業の継続しやすさに対する考え	農作業実践者の方が農作業の継続しやすさを高く評価している

35

## (3) これからの介護食品をめぐる論点整理について

- 以下背景を踏まえ、有識者等で構成する「これからの介護食品をめぐる論点整理の会」で論点整理に着手。
  - 元氣な高齢者は、三食規則正しく食事をとることにより、1日に必要なエネルギーを摂取可能
  - 一方で、加齢に伴う身体機能の低下などにより、特に、在宅介護者などが栄養不足の状態にあるとの指摘
  - 介護食品は、利用者の介護の度合い等により用途が広く、種類が多いことに加え、介護と名のついた商品がないことから、定義が曖昧
  - 介護食品については、要介護者の支出推計額2.5兆円に対し、現時点の市場規模は約1千億円にとどまっている状態
- 本年2月から5回程度開催し、6月には介護食品のあり方に関する中間論点をとりまとめる予定(具体的な方策はさらに検討)。

### 「これからの介護食品をめぐる論点整理の会」について

- 将来を見据えた介護食品のあり方等に関する論点整理を行うため、学識経験者、医療、介護関係者等から構成する会議

岩元 睦夫	(社)日本フードスペシャリスト協会 会長
因 利恵	日本ホームヘルパー協会 会長
大越 ひろ	日本女子大学 家政学部食物科学科 教授
川崎 理子	日清医療食品(株)営業本部受託管理部業務課 係長
菅 いづみ	全国消費者団体連絡会
菊谷 武	日本歯科大学 教授(大学院生命歯学研究科臨床口腔機能学)
神山 かおる	日本歯科大学口腔リハビリテーション多摩クリニック 院長 (独)農食・食品産業技術総合研究機構 食品総合研究所 食品機能研究領域 上席研究員
迫 和子	(公社)日本栄養士会 専務理事
信太 英治	(財)食品産業センター企画調査部 部長
武見 ゆかり	女子栄養大学大学院教授 食生活学研究室 博士(栄養学)
東口 高志	藤田保健衛生大学医学部外科 緩和ケア講座 教授
深柄 和彦	東京大学医学部付属病院 手術部 准教授
福島 敦子	(株)日本食糧新聞社 取締役
増田 淳子	ジャーナリスト(元NHK報道局プロデューサー)

(五十音順、敬称略)

### 想定される主な論点

- 高齢者の食をめぐる状況に対する介護食品の対応策
  - 一部の高齢者が低栄養状態にあるとの指摘もあることから、高齢者の食事摂取のあり方について検討する必要があるのではないか
  - 介護食品は美味しくない等の声もあり、食味、見た目などを改善する必要があるのではないか
  - 介護食品でもバリエーション豊富な食事が可能となるよう、介護食品の商品数や種類を増やす必要があるのではないか 等
- 介護食品を利用しやすくするための取り組み
  - 介護食品というネーミングに抵抗感があるという声もあり、受け入れやすいネーミングを検討する必要があるのではないか
  - 各企業ごとに様々な基準の規格(固さ等)を整理する必要があるのではないか
  - 介護食品は非常に割高感があるため、利用しやすい価格設定にする必要があるのではないか 等
- 介護食品の普及方策
  - 介護食品がどこで売られているのかわからない等の声もあり、介護食品の認知度を向上させる必要があるのではないか 等

36

もう1つは、慶応大学の湘南藤沢キャンパスの方とヘルスサイエンスラボという形で研究をすすめております。食と運動と心をどうやっていくのか、農産物を科学的にどうやってアプローチして、健康増進を目的とした新たな食に転換できるかということでもあります。つまり、農業と医療、農業と福祉の新結合なのです。こういうのをやっていけないかとい

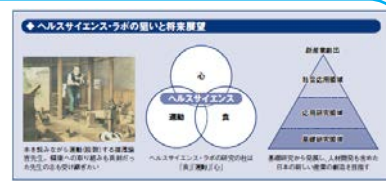


う形で今、神城先生なり、坪田先生とすすめているところでございます。

#### (4) 慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス(SFC)研究所ヘルスサイエンスラボについて

##### ヘルスサイエンス・ラボ(HSL)の概要

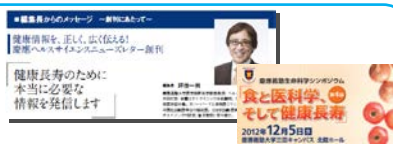
- 2011年10月、慶應義塾大学SFC研究所に設立された、健康維持・増進、病気予防をテーマに研究・教育を行う研究室。
- 日常生活を改善し予防を徹底することによって健康寿命と平均寿命の差を縮めるため、「食」「運動」「心」を三本柱として研究。
- 健康科学分野の研究のみならず、研究成果の社会適用のための人材教育、社会基盤の構築、産業化を視野に入れて活動。



資料:「慶應ヘルスサイエンスニュースレター 創刊号」

##### 食と健康に関する活動内容

- 【健康に資する栄養成分の高含有作物栽培手法の研究、並びにこれら作物のレシピ開発】など実社会フィールドへの適用を目指した研究開発。
- 無料メールマガジン【慶應ヘルスサイエンスニュースレター】やシンポジウムなどを通じた正しい健康情報の周知。



資料:「慶應ヘルスサイエンスニュースレター 創刊号」ほか

##### 農林水産省との連携

- HSLでは、長寿を支える日本食とこれを構成する農産物に科学的にアプローチすることで食を健康増進を目的とした「新たな食」へ高めることを目標としており、農業と医療、農業と福祉の新結合により価値を創出する施策の方向と一致。
- HSLの共同代表を務める坪田教授(医学部)と神成准教授(環境情報学部)は大臣官房政策課と連携して農作業の健康増進効果の検証にも参画。

それから、アグロ・メディカル・イニシアティブ。一言でいうと、農学、医学、工学、いろいろな学問分野が、縦割りではなくて、みんなでリンクできないか、連携してできないかということで、技術会議を一生懸命やっているところでございます。

#### (5) アグロ・メディカル・イニシアティブ(AMI)研究会について

- 2009年7月に京都府立医科大学、東京農工大学の教授らが中心となり設立。主な目的は以下の2つ。
- ① 農林水産物の持つ疾病予防と健康の維持増進の価値を検証するため、医学、農学、工学の密接な連携の下に、農林水産物の品質、機能性、安全性の科学的評価方法の構築
- ② ①で得られた成果を活用し、より優れた疾病予防と健康の維持増進効果を有する農林水産物の生産、加工、流通、消費が促進されるバリューチェーンを形成し、国民の豊かな食生活の実現、健康で安心できる社会づくりに貢献

##### アグロ・メディカル・イニシアティブ(AMI)の概要

###### アグロメディカルフーズの開発について

- 健康の維持・増進のための機能性が科学的エビデンスにより明らかとなり、生産プロセスから計画的に設計された農産物(アグロメディカルフーズ(AMF))の生産を拡大することが、国民の健康管理に重要。
- そのためには、①医学による生体調節機能(病気の予防に働く機能性)の実証、②AMFの安定的生産が可能となる生産技術の標準化、③AMFの機能性を測定し、市場へ流通させる機能性分析技術の標準化の研究を推進することが必要。

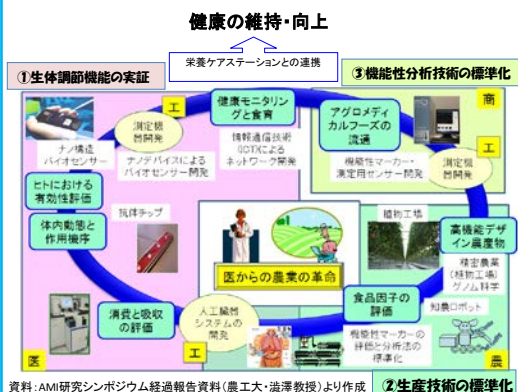
###### (事例)温州ミカンに高含有されるβ-クリプトキサンチン

- 柑橘系のなかでは温州ミカンだけに特異的に高濃度で存在。
- β-クリプトキサンチンの血中濃度が高い人ほど、アルコールによる肝機能低下、動脈硬化、骨粗鬆症等のリスクが低いという知見。
- 農研機構、大学、病院等が連携してβ-クリプトキサンチンの有用性をヒトレベルでの実証、高含有新品種の開発、果汁飲料中の濃度を高める技術の開発等を実施。

###### AMIの最近の主な活動

- 温州ミカン(β-クリプトキサンチン)、タマネギ(ケルセチン)、リンゴ・茶類(タンニン類)等の機能性効果のヒトレベルでの試験研究(技委委託研究)や機能性を高含有する栽培・育種方法の研究、昨年1月にAMI研究会シンポジウムでの経過報告会等を実施。

###### 農学、医学、工学等の異分野が連携して研究を推進



資料:AMI研究会シンポジウム経過報告資料(農工大・湯澤教授)より作成

ここで一番問題なのは生産技術の標準化ということです。また、そういう方々が日本の中にいるのかしらと。平均年齢 68歳の担い手の中でどうなのかという話になってきます。

やはりいろいろな企業の方々に農業に参入していただいたり、いろいろな形でやるしかなくはないかと思っております。これが多分、食料産業局という新たな局が出来たので、こんな取り組みができるようになったのではないかと思っております。

その他、国際シンポジウムを開いて、食と健康について、モンタニエ先生、ラオ先生を招いて講演会をやりました。食と健康というのは世界の共通の話題になってしまうのです。これはなかなか切り口としておもしろいと思っております。


### (6) 「食と農林漁業の祭典 国際シンポジウム」による食と健康に係る情報発信について

➢ 昨年11月～12月、生産者と消費者、日本と世界の絆を深めることで、我が国の農林漁業・食品産業・農山漁村がもつ素晴らしい価値を広く国内外に伝えることを目的として「食と農林漁業の祭典」を初めて開催。


➢ その一環として、昨年11月17日(土)にノーベル賞受賞者であるリュック・モンタニエ先生(フランス)をはじめ各国から著名な研究者を招聘し、「世界の食と健康について」をテーマに国際シンポジウムを開催。

<b>日時・場所</b> 2012年11月17日(土) 10:30～13:40、秋葉原	<b>テーマ</b> 「世界の食と健康について」
<b>出演者・講演内容</b>	

- ◆ **リュック・モンタニエ[仏](世界エイズ研究予防財団理事長、ノーベル医学・生理学賞受賞)**  
世界的にアルツハイマー等の神経変性疾患が増えている。この原因は大気汚染や喫煙等 様々な因子が活性酸素を発生させた結果、酸化ストレスを生じさせ、免疫が低下しているからと考える。しかし、活性酸素は抗酸化物質で中和されるため、野菜等の食物を通して抗酸化物質を多く摂取することが重要。
- ◆ **ラオ・ビンファン[中](国際食品科学工学連合理事長)**  
漢方薬の効用のように中国には昔から食に関して多くの知恵が受け継がれており、実験の結果これらは科学的にも説明可能であることが判明。まずは昔からの知恵を参考として、そこから新たな方法を試していけば科学の進歩は加速化するであろう。
- ◆ **V.プラカシュ[印](インド科学工業研究評議会 ジェネラルディレクター)**  
遺伝子は正直であり、食事から喫煙まで全て遺伝子は影響を受ける。遺伝子を改善していく答えの一つがスパイスであり、スパイスの摂取が疾病の予防となる。
- ◆ **メアリー・シュミーデル[米](アメリカ食品科学会前会長)**  
米国では肥満が深刻な問題であり、「食」は大きな原因の一つである。問題解決のためには1食分を調節することが重要であり、そのためには販売される1人前の量を少なくし、食品にカロリー表示をするなど政府や食品業界が一体となって取り組む必要。



(基調講演の様様)



(パネルディスカッションの様様)

39

それから、最後、高齢者は都会にもいるし、田舎にもいますが、買い物難民がいます。食べることに對して、買い物から調理から、いろいろな意味で高齢化問題は出てきております。例えば秋田でもそうですけれども、冬場になると雪で道路状況が絶望的になります。12月にたくさん雪が降ったのに、建設業者は全部三陸の復興に行っていて、除雪をする人がいない。幹線道路はやってくれるけれども、路地のほうはやってくれないとか、大変な状況がありました。

脳卒中、胃がんの宝庫は秋田県といわれておりますけれども、冬場というのは、しょっぱい漬物とかみそ汁と塩ザケとか、そんなのを食べるという食習慣があるからではないかと思えます。

ただ、行動経済学の世界からいうと、わかっているのにやめられないという人もいます。それを何とか、あなたたちが健康でぴんぴんしているときに日本の平和になるし、家族の

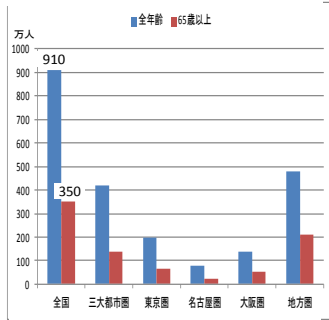
平和にもなるというのを突き詰めていければと思っています。

他に再生エネルギーとかバイオマスとか、いろいろなことをやっています。

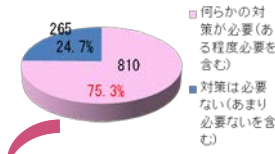
## (7) 買い物困難者対策について

- 飲食料品店の減少、大型商業施設の郊外化等に伴い、都市部においても、高齢者を中心に食料品の購入等に不便や苦勞を感じる「食料品アクセス問題」が顕在化。生鮮食料品店までの距離が500m以上、かつ自動車を持たない人口は910万人、うち65歳以上は350万人にのぼり、特に高齢者に大きな負担。
- 全国の市町村の約75%が現時点で「何らかの対策が必要」と考えており、そのうち対策を実施している市町村は、約57%。また、27%の市町村が対策の検討にさえ着手できていない状況。
- このため、農林水産省は、「食料品アクセス問題ポータルサイト」を開設し(H24年6月)、農林水産省の施策や調査結果等の紹介のほか、関係府省・団体の施策や取組等について、ワンストップでの情報提供を実施。
- 現在、関係府省や民間事業者等と連携し、課題を整理した上で、情報共有ネットワークやビジネスモデルの構築、異業種連携等、持続性の高い取組への支援策を検討。

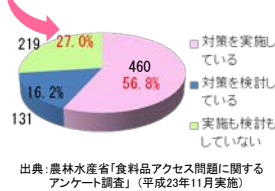
○生鮮食料品店までの距離が500m以上で、かつ自動車を持たない人口



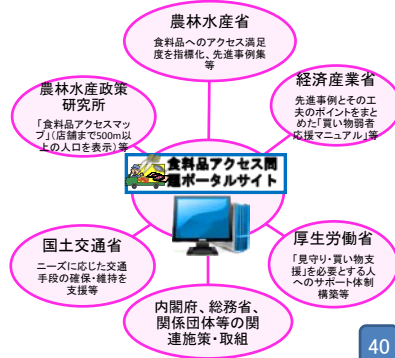
○対策を必要とする市町村の割合



○対策を必要とする市町村の対策の実施状況



○関係府省・団体の施策や取組についてもワンストップで閲覧可能に



40

## 17 再生可能エネルギーの推進 (1)再生可能エネルギーの最大導入可能量

- 発電電力量の約43%という農山漁村の再生可能エネルギー供給ポテンシャルを最大限引き出し(2050年頃)、2020年代初頭までに再生可能エネルギー比率20%の実現に貢献

再生可能エネルギーの最大導入可能量に関する一試算



41

# 18 バイオマスの利活用

## (1) バイオマスの事業化戦略 ~技術とバイオマスの選択と集中による事業化の推進~

<b>戦略1:基本戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 技術とバイオマスの選択と集中による事業化の重点的な推進</li> <li>■ 関係者の連携による原料生産から収集・運搬・製造・利用までの一貫システムの構築</li> <li>■ 地域のバイオマスを活用した事業化推進による地域産業の創出と自立・分散型エネルギー供給体制の強化</li> </ul>
<b>戦略2:技術戦略(技術開発と製造)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 技術ロードマップに基づき、事業化に活用する実用化技術とバイオマスを整理</li> <li>技術…メタン発酵・堆肥化、直接燃焼、固体燃料化、液体燃料化</li> </ul>
<b>戦略3:出口戦略(需要の創出・拡大)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 固定価格買取制度の積極的活用</li> <li>■ 投資家・事業者の参入を促すバイオマス関連税制の推進</li> <li>■ 各種クレジット制度の活用による温室効果ガス削減の推進</li> <li>■ 高付加価値製品の創出による事業化の推進</li> </ul>
<b>戦略4:入口戦略(原料調達)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ バイオマス活用と一体となった川上の農林業の体制整備</li> <li>■ バイオマスの効率的な収集・運搬システムの構築</li> <li>■ 高バイオマス量・易分解性等の資源用作物・植物の開発</li> <li>■ 多様なバイオマス資源の混合利用と廃棄物系の徹底利用</li> </ul>
<b>戦略5:個別重点戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①木質バイオマス                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 未利用間伐材等の効率的な収集・運搬システムの構築と木質発電所等でのエネルギー利用を一体的・重点的に推進</li> </ul> </li> <li>②食品廃棄物                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 分別回収の徹底・強化と、バイオガス化、他のバイオマスとの混合利用、固体燃料化による再生利用を推進</li> </ul> </li> <li>③下水汚泥                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域のバイオマス活用の拠点として、バイオガス化、食品廃棄物等との混合利用、固形燃料化による再生利用を推進</li> </ul> </li> <li>④家畜排せつ物                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ メタン発酵、直接燃焼、食品廃棄物等との混合利用による再生利用を推進</li> </ul> </li> <li>⑤バイオ燃料                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大規模製造プラントを有する地域での農業と一体となった地域循環型バイオ燃料利用の可能性について具体化の方策を検討</li> <li>・ バイオディーゼル燃料の税制等による低濃度利用の普及や高効率・低コスト生産システムの開発</li> <li>・ 研究機関の連携による次世代バイオ燃料製造技術の開発加速化</li> </ul> </li> </ul>
<b>戦略6:総合支援戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域のバイオマスを活用した産業創出と地域循環型エネルギーシステムの構築に向けたバイオマス産業都市の構築(バイオマスタウンの発展・高度化)</li> <li>■ 原料生産から収集・運搬・製造・利用までの事業者の連携による事業化の取組を推進する制度の検討(農林漁業バイオ燃料法の見直し)</li> </ul>
<b>戦略7:海外戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ アジア等における持続可能なバイオマス利用システムの構築</li> <li>■ 持続可能なバイオマス利用に向けた国際的な基準づくり等の推進</li> </ul>

最後になりますけれども、ホームページとかフェイスブックとか展開しておりますので、お気軽にアクセスしていただければありがたいと思います。

以上で終わらせていただきます。ありがとうございます(拍手)。

### 食料産業局に関する 更に詳しい情報はこちらから

#### 食料産業局ホームページ

こちらにアクセス!!

➡ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/index.html>

食料産業局ホームページ



農山漁村の6次産業化ページ



#### 食料産業局公式フェイスブックページ

こちらにアクセス!!

➡ [www.facebook.com/maff.shokusan](http://www.facebook.com/maff.shokusan)

食料産業局公式フェイスブックページ



#### 「食料産業レター」をメールで配信しています

こちらにアクセス!!

➡ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/letter/index.html>

「食料産業レター」トップページ

農林水産省



食料産業レター



## 講師プロフィール

### 【略歴】

氏 名 櫻庭 英悦 (さくらば えいえつ)

生年月日 昭和31年5月30日生まれ

出身地 秋田県

### 【職歴】

昭和55. 4 農林水産省入省

平成13. 1 総合食料局消費生活課物価対策室長

14. 10 大臣官房参事官

17. 7 総合食料局食品産業振興課長

20. 4 北海道農政事務所長

21. 7 大臣官房情報評価課長

23. 5 大臣官房審議官兼大臣官房国際部兼生産局

23. 8 総合食料局次長

23. 9 現 職