資料4

都内及び国内外の食品産業の状況

産業労働局

令和元年11月26日

人口減少と高齢化

✓**東京都の人口は、2025年を境に減少**に転じると予測されている。
✓高齢化が進んでおり、**特に東京23区では高齢化が急激に進む**と予測されており、2045年には高齢化人口が2015年比で137%になると予測されている。

日本の総人口推計と東京都の人口推計（単位：万人）

資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成２９年度推計）」、東京都HP「東京都男女年齢(５歳階級)別人口の予測－統計データ－」より東京都作成

都市規模別の高齢者人口（65歳以上）増加率

資料：「日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計」（国立社会保障・人口問題研究所）より東京都作成

世帯構造変化

✓高齢者の単独世帯が年々増加しており、総世帯数が２０３０年をピークに減少すると予測される一方、**高齢者の単独世帯は増加**し続けていくと予測されている。
✓**共働き世帯も年々増加**しており、平成８年頃から男性雇用者のみの世帯を上回り、以後も増加し続けている。

家族類型別一般世帯数の推移（東京）

出典：東京都産業労働局「東京の産業と雇用就業2018」

共働き等世帯数の推移（全国）

出典：内閣府「平成３０年度男女共同参画白書」

国内制度の変遷

✓国内の制度は、添加物・アレルギー表示のルール改善や、機能性の表示を可能にするなど、**消費者の意識やニーズの変化に対応するために、創設・改正**されている。

食品表示法の制定（平成27年４月施行）

【内容】
- ■ 加工食品と生鮮食品の区分がJAS 法に基づく区分に統一
- ■ 令和２年４月から、新表示に完全移行。消費者の混乱を避けるため、旧基準　表示と新基準表示の混在は、原則禁止に。
  - 添加物・アレルギー表示のルール改善
  - 栄養成分表示の義務化
  - 栄養強調表示のルール改善
  - 栄養機能食品のルール改善　　など

機能性表示食品制度（平成27年４月施行）

【内容】
- ■ 特定の保健の目的が期待できる（健康の維持及び増進に役立つ）という食品の機能性が表示可能に。
- ■ 生鮮食品を含め、すべての食品が対象に。
- ■ 国の定めるルールに基づき、販売前に消費者庁長官に届け出が必要。
- ■ 事業者は自らの責任において、科学的根拠*を基に適正な表示を行う必要。

＊ 科学的根拠
臨床試験又は研究レビュー（システマティックレビュー）によって
科学的根拠を説明。

食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年10月施行）

【内容】
- ■ 消費者、事業者等に対する教育・学習の振興、知識の普及・啓発等
- ■ 10月を食品ロス削減月間とする
- ■ 国・地方公共団体は、食品ロスの削減に向けて必要な施策を講じる

食品衛生法の改正（令和２年施行予定）

【改正内容】
- ■ 広域的な食中毒事案への対策強化
- ■ HACCPに沿った衛生管理の制度化
- ■ 特別の注意を必要とする成分等を含む食品による健康被害情報の収集
- ■ 国際整合的な食品用器具・容器包装の衛生規制の整備
- ■ 営業許可制度の見直し、営業届出制度の創設
- ■ 食品リコール情報の報告制度の創設
- ■ その他（乳製品・水産食品の衛生証明書の添付等の輸入要件化、自治体等の食品輸出関係事務に係る規定の創設等）

卸売市場法改正（令和２年６月21日施行）

【目的】
- ■ 新たな需要の開拓や付加価値向上につながる食品流通構造の確立のため、卸売市場を含めた食品流通の合理化と生鮮食料品等の公正な取引環境の確保を促進すること。

【改正内容】
- ■ 取引方法・条件や決済等に関する６つの共通ルールを設定・公表することで、中央・卸売市場として、認定される。
- ■ 従来原則一律禁止とされていた以下の事項も、公正な手続きを踏んだうえで、卸売市場ごとに設定可能となる。
  - 仲卸業者による産地からの直接集荷（直荷引き）の原則禁止
  - 商物一致の原則（農産物は卸売市場に持ち込んで取引すること商物一致）
  - 卸売業者による同一市場内の仲卸業者以外（第三者）への卸売は原則禁止

【食品事業者に起こり得る変化】
- ■ 輸出促進：輸出のための品揃えの充実と販路拡大
- ■ 産地直送：輸送時間の短縮による鮮度保持・物流の効率化
- ■ 市場間ネットワーク：他市場への転送等の効率化

資料：厚生労働省、農林水産省、消費者庁公表情報より東京都作成

食品製造業（事業所数、出荷額等）の状況

事業所数

✓都内の**食品製造業の事業所数は減少傾向**にあり、2000年と比べて約半分にまで減少している。また、従業員数も同じく減少傾向にある。
✓事業所の多くは区部に集中しており、**約７０%が区部、約２５%が多摩部、残りが島しょ部**となっている。
✓業種別の内訳として、**区部・多摩部では「パン・菓子」**が一番多い業種となっている一方、島しょ部では約半数が水産食料品の事業所となっている。

都内食品製造業の業種別事業所の特徴

業種	構成比	特徴
その他食料品	47.3%	内訳では「めん類」、次いで「豆腐・油揚」が多い
パン・菓子	25.8%	区部・多摩で最も多い業種
水産食料品	9.5%	島しょでは約半数が水産食料品

資料：2016東京の工業　経済センサス―活動調査（平成27年工業統計相当集計結果）

食品製造業（事業所数、出荷額等）の状況

出荷額等

✓出荷額は２０００年から比較すると減少しているが、**近年は横ばい傾向**にある。
✓出荷額でも**「パン・菓子」の業種が全体の２５％で最大**となっており、次いで畜産食料品となっている。

都内食品製造業の業種別出荷額等の特徴

業種	出荷額等	特徴
パン・菓子	1,935億円	・都内で出荷額等が最も多い業種 ・内訳では生菓子製造業の割合が多い
畜産食料品	1,680億円	・内訳では「処理牛乳・乳飲料」が畜産食料品の約半分を占める
その他食料品	2,462億円	・内訳では、「めん類」「すし・弁当・調理パン」が多い

資料：2016東京の工業　経済センサス―活動調査（平成27年工業統計相当集計結果）

全国の産業規模との比較

✓全国における食料品製造業では、事業所数、出荷額等ともに構成比が大きい。
（事業所数…１１％、出荷額等…９％）
✓**都内における食料品製造業は、出荷額等で大きな割合**を占めている。（９．１％）
✓都内の食品事業所数は全国で５番目に多くなっている一方、出荷額は全国で１１番目と、事業所数に比べると相対的に低くなっている。

	事業所数（所）		出荷額等	
１位	北海道	2,138	北海道	2.21兆円
２位	兵庫県	1,513	埼玉県	1.74兆円
３位	静岡県	1,397	愛知県	1.71兆円
４位	愛知県	1,397	兵庫県	1.60兆円
５位	東京都	1,219	千葉県	1.48兆円
11位	－	－	**東京都**	**0.8兆円**

注　出荷額等については、個人経営調査票による調査分を含まない集計結果。
資料：総務省・経済産業省「経済センサス−活動調査　製造業（産業編）」

業種別事業所数構成比（全国、東京）

業種別出荷額等構成比（全国、東京）

注　構成比5%以上の分類を掲載。出荷額等については、個人経営調査票による調査分を含まない集計結果。
資料：総務省・経済産業省「経済センサス−活動調査　製造業（産業編）」

国内における食品産業の状況

＜国内食品産業の主な特徴＞

✓リーマンショックの際、食品産業が受けた影響は小さく、出荷額の減少は製造業全体と比較して軽微であり、**景気から受ける影響は少ない。**

✓食品産業全体の構成として、**中小・零細企業が９割以上**を占めており、大企業はごく一部である。

製造業全体と食料品･飲食製造業の出荷額推移

出展：食品産業戦略（農林水産省）H30年4月

○食品製造業の構造

資料：経済産業省「工業統計表」(平成26年)
注1：零細企業：従業者数3人以下の事業所
中小企業：従業者数299人以下の事業所
大企業　：従業者数300人以上の事業所

労働生産性の推移（全国）

✓小規模事業者が多いことなどもあり、**労働生産性**は製造業全体の**平均を下回る**

製造業全体と食料品製造業との労働生産性の比較（全国）

出典：「工業統計表（産業編）」（経済産業省）を再編加工
註１：計算に用いた付加価値額は、GDP デフレーターを用いて実質化の処理を行っている。
註２：2011 年の数値は、「平成 24 年経済センサス－活動調査」を用いている。

出典：食品産業戦略会議（中間論点整理）

労働装備率の状況（全国）

✓労働生産性が向上しない要因としては、**労働装備率の低さ**がある。
✓食品製造業の中では、**野菜漬物製造業、あん製造業、パン製造業**などが**特に労働装備率が低く**、設備投資が進んでいない状況

業種別労働装備率（全国）

出典：財務省財務総合政策研究所「法人企業統計調査」（平成 27 年度）『従業員 1 人当たり有形固定資産』

食品製造業の業種別労働装備率（全国）

資料：経済産業省「工業統計調査」（平成 26 年度）『従業員 1 人当たり有形固定資産投資総額』
出典：農林水産省「第 2 回働き方改革検討会議　資料 1」
※労働装備率（従業員一人あたりの設備投資額）＝有形固定資産／従業員数

出典：食品産業戦略（農林水産省）Ｈ30年4月

拡大するグローバルマーケット

✓人口減少により今後国内の食市場は縮小する一方、**アジア等世界全体の食事業は拡大**する見通し
✓日本の**農林水産物・食品の輸出額**は**６年連続で過去最高を更新**し、１兆円を目前としている。

農林水産物･食品の輸出額

出典：農林水産省「平成30年度　食料･農業･農村白書」

今後の食品市場規模（国内、世界食市場の比較）

✓国内では人口減少に伴い、食市場の伸びは少ない
✓**世界全体**では、**人口増加と生活レベルの向上**により**大幅な市場拡大**が見込まれる
✓食分野の世界市場：**２０２０年に６８０兆円規模**
（１０年間で倍増のペース）

国内外の食市場の規模

国　内

	20年前（1995年）	現在（2015年）
人口	1.26億人	1.27億人
高齢化率（65歳以上の割合）	14.5%	26.8%
飲食料のマーケット規模	83兆円	76兆円

▲20%　2050年　1.02億人（2050年）

↓

人口減少に伴い、国内の市場規模は縮小

世　界

	20年前（1995年）	現在
人口	57億	73億人（2015年）
飲食料のマーケット規模	-	340兆円（2009年）

＋32%　2050年　97億人（2050年）

680兆円（2020年）

↓

世界の食市場は拡大

出典：食品産業戦略会議（中間論点整理）

構造変化～世帯構造変化がもたらす食の消費形態の変化～

✓単身世帯においては、調理食品費、外食費ともに割合が高い
✓二人以上の世帯のうち、共働き世帯は、調理食品費、外食費ともに割合が高い
✓単身世帯数、共働き世帯数ともに増加し、全体として食の外部化（惣菜・調理食品、外食の支出割合の増加）が進展する中で、社会における食品産業の果たす役割も大きくなっているといえる

単身世帯及び二人以上世帯の食料支出割合

資料：総務省「家計調査」より東京都作成

単身世帯数及び総世帯数に占める単身世帯数の割合推移

資料：総務省「国勢調査」より東京都作成

共働き世帯の１世帯あたり食料消費支出に占める費目別割合

出典：農林水産省「平成28年度食料・農業・農村白書」

共働き等世帯数の推移

出典：内閣府「平成30年度男女共同参画白書」

食品購入先の業態利用率

✓食品購入先は、スーパーマーケットが最も多い
✓弁当・惣菜では、コンビニエンスストアの利用率が高い
✓飲料・酒ではコンビニやドラッグストアの利用率が高い

出典：一般財団法人秋田研究所［あきた経済」
2018年11月号

食品購入先（業態利用率）

食に対する意識の変化

✓食の志向については、「**健康志向**」、「**簡便化志向**」、「**経済性志向**」のいずれも、**直近１０年で上昇**

食の志向（健康志向、簡便化志向、経済性志向）の推移

出典：日本政策金融公庫「消費者動向調査」

✓**食品の安全性**に対して、**消費者の意識は高く**、基礎的な知識を持って自ら判断していると考える人の割合は高い

食品の安全性について基礎的な知識を持ち、
自ら判断する消費者の割合

資料：内閣府「食育に関する意識調査」（平成２９年）より東京都作成

＜食品の安全性についての消費者の意識・行動＞
- ○食品を買うときなどに「消費期限」、「アレルギー表示」など容器包装に記載されている表示を確認する
- ○健康食品を選ぶ場合は、成分名、含有量、品質保証に関するマークなど表示されている内容をよく読み、自分に必要かどうか検討してから購入する　など

【参考】国内におけるＨＡＣＣＰの対応状況

- **・食べ物の安全性を確保**するには、その**工程・加工・流通・消費**という**すべての段階で衛生的に取り扱うことが必要**
- **・ＨＡＣＣＰシステム**は、食品製造行程中に**危害防止につながる重要管理点をリアルタイムで監視・記録**していくもの
- ・国連食糧農業機関（ＦＡＯ）と世界保健機構（ＷＨＯ）の合同機関である食品規格（Condex）委員会から発表され、各国にその採用を推奨されている

✓ＨＡＣＣＰの導入状況は、販売金額が小さい企業ほど進んでいない

資料：農林水産省「平成30年度食品製造業におけるHACCPに沿った衛生管理の導入状況実態調査」より東京都作成

国内バイオテクノロジー産業市場

✓国内バイオテクノロジー産業の市場規模は年々拡大（2003年から2015年で90%成長）
✓市場の内訳として、健康・医療分野が５０％以上を占め、次いで農業・食品分野が２５％となっている。

遺伝子組換え、医薬品、関連機器などのバイオ分野の中でもハイテク関連の市場規模
＜輸入込み＞

出典：経済産業省「バイオテクノロジーが生み出す新たな潮流」

食品分野での主なバイオ技術活用例

食品製造
・味噌 ・納豆 ・醤油 ・日本酒
・テンペ ・食品添加物・香料 ・機能性成分※ ・プロ・プレバイオティクス ・藻類及びその加工品
・植物肉 ・人工培養肉

※脂質・ペプチド・アミノ酸など

多様な志向（消費行動、環境問題意識）

✓自身の消費行動が社会に与える影響について、意識してサービスを選択しようと考える人の割合は高い
✓環境に配慮するなど、**環境問題に対して高い意識を示している人の割合は多**い

自身の消費行動が社会に与える影響に対する消費者意識

資料：内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」
平成２７年より東京都作成

消費者の環境問題に対する意識

資料：国立環境研究所「環境意識に関する世論調査報告書 ２０１６」（平成２８年）より東京都作成

環境に配慮した消費者の考え・行動例
- ○プラスチックごみに配慮して簡易包装のものを選択
- ○環境に配慮した生産、流通であることを示す商品を選択
  （ＭＳＣ，レインフォレストアライアンスなど）
- ○食品ロスに配慮して賞味・消費期限が近いものから購入など

Ⅴ　東京が有する強み・ポテンシャル

［都市としての魅力度］

✓**世界の都市総合ランキング**で、**東京は**ロンドン、ニューヨークに次いで**3位**

⇒ **「食事の魅力」**指標の評価が、全都市（44都市）中**トップ**

✓都を訪れる外国人旅行者は、平成24年度以降急増（平成29年は、平成24年の3倍）

✓**訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと**の1位：**「日本食を食べること」**

⇒ **外国人**は、**日本の食べ物に対して関心が非常に高い**
お土産の購入や**帰国してからの日本の加工食品の購入**なども**期待**できる

［内部環境］

✓中小零細企業が太宗で、フットワークが軽く、早い事業展開が可能

✓食品流通（卸・小売り）や外食等の事業者が集積

⇒ 中小企業者にとっては、プライベートブランドの普及も含め、B to B商品開発のニーズが高い

［外部環境］

✓**東京は、国内最大の消費地**

✓飲食料品小売事業所の約1割は東京

✓**中・小規模の事業所が多い（中小食品企業の取引先として期待大）**

✓需要の多様化（高齢者、インバウンド等）

✓他産業の集積（他分野の新技術連携がしやすい）

図表：飲食料品関連事業所数

	全国	東京都
卸売業	55,971	6,009
小売業	248,870	23,265

図表：従業者規模別飲食料品事業所数（東京都）

資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス　–活動調査　卸売業、小売業　産業編（都道府県表）」より東京都作成

図表：世界の都市総合力ランキング（総合）及び（分野別分析）

文化・交流分野ランキングの上位には総合ランキング上位の都市が数多く入っており、特にトップ5の構成は同じである。
しかしながら、各都市の強みは異なっている。
ロンドンは文化・交流分野の16指標のうち、13指標でトップ5入りという圧倒的な強さを誇っており、「世界的な文化イベント件数」や「歴史・伝統への接触機会」といった指標での評価が特に高い。ニューヨークは「アーティストの創作環境」や「劇場・コンサートホール数」、東京は「買物の魅力」や「食事の魅力」、パリは「美術館・博物館数」、シンガポールは「国際コンベンション件数」でそれぞれ全都市中トップの評価を得た。

出典：出典：「世界の都市総合力ランキング（Global Power City Index）2018」（森記念財団　都市戦略研究所）より抜粋

図表：訪都外国人旅行者の推移（単位：千人）

資料：東京都「訪都旅行者数等実態調査」（平成２９年）より東京都作成

図表：訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと（複数回答可）（単位：%）

資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 訪日外国人消費動向調査結果及び分析 平成２９年 年次報告書」（平成２９年）より東京都作成