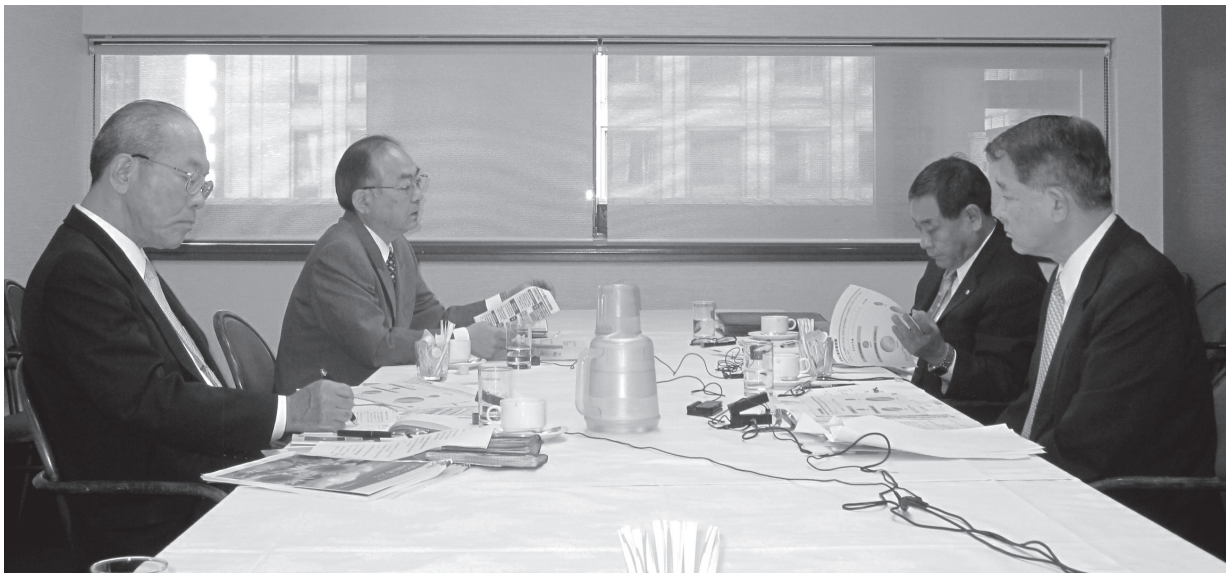
新　春　座　談　会

「食品産業の展望と課題」



出席者（順不同・敬称略）

今村隆郎	日清オイリオグループ株式会社	代表取締役社長
中野吉晴	雪印メグミルク株式会社	代表取締役社長
針原寿朗	農林水産省	食料産業局長
司会		
西藤久三	財団法人　食品産業センター	理事長

はじめに

司会　本日はご多用のところ皆様方にご参集賜り心から御礼を申し上げます。本座談会は、毎年皆様に「食品産業の展望と課題」ということで、そのときどきの食品産業を取り巻く課題と展望を中心にお話を承っております。

平成24年を振り返ってみますと、未曾有の大災害・原発事故から２年目で、２月に復興庁が立ち上がり、本格的復興に動き出した年でございました。また、長年の政策課題でありました社会保障と税の一体改革関連法案が成立し、消費税について現行の５％が2014年４月に８％、15年10月に10％に段階的に引き上げることになっております。原発の取り扱いなど、エネルギー・環境政策の先行きが不透明の中で、電力需給は厳しい状況が継続し、東京電力の電力料金が引き上げられました。

農林水産省では、針原局長の食料産業局が一昨年の９月に発足して２年目ということで、３月には食品産業の将来ビジョンが策定されましたし、政府全体、農林漁業分野などを重点項目とした今後目指すべき政策の大きな目標を示した「日本再生戦略」が７月に閣議決定されております。また、いわゆるファンド法、株式会社農林漁業成長産業化支援機構法が８月に成立し、支援の枠組みが整備されました。９月にはバイオマス事業化戦略が策定されております。

国際農産物価格は当初豊作が見込まれましたが、アメリカの干ばつ等から再び上昇に転じ、高止まりをして推移をしております。EU、米国などの経済動向が不透明な状況で、中国では不幸な騒動がありました。

復興需要、あるいはエコカー補助などから緩やかな回復基調にあった景気は、世界景気の減速などから年後半に弱い動きになっており、７－９月のGDPは年率で3.5％のマイナスになりました。年後半に調整がありましたが、年間を通じて円高が進行し、デフレが継続しました。消費者・関係者が経済性志向を強め、食品産業としては原料高の製品安と、総じて厳しい１年だったと感じております。

当センター　西藤理事長

そのような中で、TPP、EPA等海外政策のさらなる展開が模索されております。そのほか、食品安全委員会が10年目、消費者庁が発足４年目に入り、食品中の放射性物質についての新たな基準値が４月に施行されるとともに、BSE対策の見直しなどが検討されております。消費者庁では１年をかけた食品表示の一元化検討会報告書が８月にまとめられまして、新法の立法作業を進めております。そのほか、食品廃棄物の発生抑制など、環境問題への対応も引き続き大きな課題でございます。

そういう環境の中で、東日本大震災、原発事故への対応が、食品業界にとっても、２年目に入っているわけですが、引き続き大きな課題でございます。

その中で１つは食品の安全問題で、食品中の放射性物質について、４月から暫定規制値に代わる新たな基準値が適用されました。大変厳しい基準値ですが、政府、農林水産省、厚生労働省、消費者庁、食品安全委員会が一体となった説明、リスク・コミュニケーショ

ンの実施、体系的な検査の取り組みにより、昨年に比べ消費者の不安感は和らぎ、比較的冷静な対応になっているかと感じております。

他方、諸外国による日本産食品の輸入規制について、農林水産省から規制措置等の情報をご提供いただくとともに、各国に対して過剰な規制にならない要請をされており、輸入規制措置は徐々にではありますが緩和・撤廃されてきております。しかし、中国では検査証明書の様式が未定であるなど課題もあり、輸出は回復しているものの、依然として事故前の水準を下回って推移しております。

大震災、原発事故を踏まえて、中・長期的なエネルギー・環境戦略の見直しが進められております。政府のエネルギー・環境会議は、2030年代に原発稼動ゼロを可能とするように、グリーンエネルギーを中心に、あらゆる政策資源も投入するとされておりますが、先行きは不透明な状況にあります。

2012年の夏・冬は、電力制限令は発動されず節電で対応できましたが、東京電力では料金が引き上げられましたし、11月には関西電力と九州電力が電気料金の値上げを申請し、他の電力会社でも引き上げが検討されております。食品業界では、安全性の確保の取り組み、安定供給のための事業継続計画の見直し、省エネ、節電が大きな課題になっております。

こういう中で、農林水産省では、安定供給のための、いわば安全保障マニュアルの見直し、諸外国の規制への情報提供、あるいは過剰な規制とならないような要請、輸出拡大に向けての取り組み、バイオマス事業化戦略を策定するとともに、残念ながら成立しませんでしたが、農山漁村再生可能エネルギー法案の準備等に取り組んでこられました。

長々としゃべりましたが、そういう状況の中で、農林水産省のほうから、２年目に入った大震災についての取り組み状況等についてまずご説明いただければと思います。よろしくお願いします。

農林水産省
針原食料産業局長

東日本大震災・原子力発電所事故への対応

針原　震災、原発事故の影響をいかに払拭して、国民の皆さんに普段どおりの生活を送っていただくかというのは、私たち行政に課せられたファースト・プライオリティの課題だと思っております。

そういう中で、特に今お話がありました食品中の放射性物質に関する基準値につきましては、世界一厳しいものになったわけです。しかし、この基準値を国民の皆さん、消費者の皆さん一人ひとりにきちんと知っていただくことが重要であると思っております。このため、私たち農林水産省でも厚生労働省等の関係省庁と一体となり、新しい基準値の内容や、食料供給の現場である生産や食品加工の分野においてどのようなチェックを行っているのかなどについて、各地で説明会を行っております。また、それらに関するポスター、リーフレットなども広く配布しているわけでございます。

さらに、これらとは別に、農林水産省単独でも100回近く、消費者団体の方々をはじめ、

食品の流通や小売の方々への説明会を行ったわけでございます。一方で、この新しい基準値が設定される際には、どうしてもゼロリスクを求める声もございましたので、「この基準値というのはしっかりとした科学的根拠に基づいてやっているので、ご安心ください」ということを説明するための通知を出して、この新しい基準値の趣旨をご理解していただくための取り組みも実施したわけでございます。

また、この基準値につきましては、昨年４月から導入されたわけですが、米と牛肉については、６ヵ月間は暫定期間で10月から適用されるということで、10月以降の米、牛肉を使用した加工品についても基準値を守っていただくような呼びかけをしたわけでございます。

その一方で、ご紹介がありましたように、日本からの食品の輸出が落ち込んでおります。一昨年に比べますと上回る月が続いていますが、まだまだ回復しておりません。この要因は、中国などに見られるように日本産食品に対する輸入規制によって減っているものと、風評被害に起因するようなものがあると思います。前者につきましては、政府を挙げて規制緩和の取り組みをしており、農林水産大臣だけでなく、外務大臣や経済産業大臣など、関係閣僚が諸外国に訪問する際には、科学的根拠を示しながら、規制緩和のお願いをしているところであります。特に、諸外国に規制緩和を働きかけるためには、科学的な根拠に基づいて、そのデータを示すことが何よりも重要ですので、事務方としても、科学的根拠をきちんとお示ししながら、一つひとつの対応を行っているわけでございます。

また、風評被害につきましては、海外において「日本の食品は安全でおいしい」という評価が確立していますが、それが少し揺らいでいる部分がございます。これに対しましては、諸外国のバイヤーや、ディストリビューターの方々に、日本の食品安全に関する取り組みを紹介するとともに、消費者の方々に対しても、様々なメディアを通じて周知をしているところでございます。

日清オイリオグループ株式会社
今村代表取締役社長

このような一方で、国内でも同じような風評被害がございます。このため、私どもも政府一丸となって「食べて応援しよう！」という取り組みを展開しております。これは、各省庁の食堂や国会の食堂、それから地方自治体などで積極的に被災地の農林水産物を使用していただくという運動です。食品産業の皆様におかれましても、その趣旨をご理解いただき、福島産をはじめとする被災地産の農林水産物を使った加工品を製造して流通していただくなど、様々に取り組んでいただいておりまして、大変感謝しているところでございます。

このような取り組みはいつか終わるということではなく、継続的に取り組む必要があります。残念ながらこの放射能の問題は少し長くおつき合いするということで、とにかく真正面から向き合って対応していきたいと思います。

また、話題になりました不測時の食料安全

保障マニュアルですが、このマニュアルは平成14年に策定しておりますけれども、この震災・原発事故の教訓を将来に生かす観点から、このたび見直したわけでございます。見直しに当たりましては、農林水産大臣を本部長として、内閣官房、内閣府、消費者庁、外務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、防衛省の副大臣級を本部員とする関係府省会合で議論し、「局地的・短期的事態編」を追加するなどの所要の見直しをしまして、昨年９月28日に新たな指針として「緊急事態食料安全指針」を策定しております。

その中で、今回の応急用の食料の調達につきましては、食品産業の方々には本当に日夜ご協力いただいて、命をつないだ方々もたくさんいらっしゃいますが、私どもはその経験というのは初めてだった、どこにもマニュアルがなかった、そういう経験でございました。それを踏まえまして、実態的に役に立つマニュアルにしようということでその改定を行ったわけです。

具体的に申しますと、普通の災害であれば、地方自治体からの支援要請を受けて、農林水産省が食品産業の皆様に協力要請をして、いつまでにこういう品物を届けてほしいということをやりますが、これでは地方自治体の機能がなくなったときに全く役に立たなかった。実際に一昨年３月、４月にやったのは、「プッシュ型支援」ということで、地方自治体の支援要請がなくても、とにかくお弁当やパンを届ける、余ってもいいんだということで対応しました。まさに、こういう事態になった場合を想定して、その場合の対応をしっかり決めたわけです。どの程度のときならば、例えば３時間以内に担当者が役所に入り、どのような手順で食品産業の皆様に要請し、地方自治体の方々に連絡をとるか、輸送手段をどう確保するか、ガソリンをどう手配するか、こういう手順を決めているわけでございます。

雪印メグミルク株式会社
中野代表取締役社長

歴史的な対応をこの１年半にわたって行っていますが、「まだ十分ではない」と、常にそのような反省に立って不断の見直しを行っていきたいと考えている次第でございます。

司会　安全問題について関係者に信頼いただくことは大きな課題です。

今村　流通も、「東北の野菜や果物を食べましょう」というようなキャンペーンをかなりやっていましたし、国を挙げた取り組みに協力できたのではないかと思いますね。

針原　すばらしいことだと思いますね。

司会　安全問題ということで言うと、両社長のうちでも、中野さんのところのほうが、いろいろ経過もあり、ご苦労されたと思います。いま局長の話にあったように、理解を求める取り組みを継続していくしかなかなか方法がないということだと思いますが、中野さんのところで牛乳・乳製品の安全問題ということで、取り組みの現状をご紹介いただければと思います。ずっとやってこられていると思いますけれども。

中野　ご指摘のように、原発、放射能問題の影響に関して言いますと、食品業界の中でも酪農・乳業は大きな影響を受けたのではないかと思っています。

昨年の４月に食品の放射性物質に関する新たな基準値を制定された以降、牛乳乳製品では基準値を超えるものは出ておりません。これは行政、酪農生産者の皆様、私どもも確認しております。

私どもの会社では震災以降、毎週月曜日、放射能関連情報を共有するためのミーティングを今も続けておりますが、状況は刻々と変化するので、私も欠かさず出席するようにしています。それだけいろいろ状況も変わるし、影響も大きい問題だということです。今われわれのほうでも、局長の仰った通り、放射能の問題は長く対応していかなければならないと思っております。

当社は、原料から最終の製品に至るところまで、HACCPに近い考え方で、大事なポイントのところで定期的に検査をして国が定める基準値以下であることを確認することに取り組んできました。生産する製品だけでなく、原料乳や用水、主要原材料、包装材料についての放射性物質の検査をしています。また、製造環境においては、工場敷地、製造室、資材・製品保管庫の空間線量率、大気、排水汚泥についての放射性物質の検査を実施しています。

放射性物質が検出されていないというのは、酪農乳業界が連携し取り組んできておりますが、特に酪農生産者の方々の努力というのがやはり一番大きいと思います。

今も特に福島や東北の酪農生産者の方は大変苦しんでいるわけですが、大きな課題としては、やはり除染の問題があります。風評被害がある中で、最終的にはこの除染の問題が片づかない限り、酪農・乳業界の放射能の問題は解決したとは言えないと思っています。今は自給の牧草を食べさせないで、輸入等の購入飼料を与えています。そうしないと酪農がだめになるということでやっていますが、どこかの段階で、自給飼料の給餌や堆肥を散布できるような健全な酪農の形に戻さなければ、酪農経営が持続できません。自給飼料には健全な土が必要であり、除染の問題というのは、国の支援を含めて、早くやらなければなりません。

今は、官民上げて、リスク・コミュニケーションに取組んできた関係で、消費者の反応も比較的冷静になっており、当社のお客様センターへの消費者からのお問い合わせも減りました。

ただ、お問い合わせが減少したとは言え、風評被害を含めて、やはり今もかなり影響が残っており、放射能に対する不安は根深いものがあると認識しております。この放射能の問題というのは、10年、それ以上の長い期間、対応していかなければいけない問題だと思っています。

今の話は日本国内の問題ですが、国内でそういう問題がある以上、海外についてもおそらく同じような状況があると思います。海外は、われわれ個別の企業ではなかなか解決が難しいところがありますので、国のほうでご支援いただければと思います。

司会　安全ということで、確かに昨年４月に新たな基準値に移行して、しばらく心配もありましたが、厚生労働省と地方公共団体で月平均で２万件、多い月は３万５千件ぐらい検査されていますが、検査結果で基準値を超えたものの比率が、４月、５月が２％を超える状況でしたが、その後順次低下してきて、最近は１％を下回っている。10月、11月が若干増えているのは、野生のキノコ類がちょうど採取の時期になって若干出てきています。ただ、品目を見ますと、水産物とキノコと野生動物の肉などです。こういう検査結果が毎日厚生労働省から公表されています。

そういう点で、最近、皆さんは比較的冷静

に対応されるようになってきているのではないかと思いますし、われわれは理解を求める取り組みを継続しなければいけない。局長もおっしゃっているように、「息の長い取り組み」が必要だと思います。併せて、本問題も、ゼロリスクを求める動きについては、事業者だけではなかなか難しいところがありますが、食品安全委員会も含めて、そのリスク評価の科学的な中身について理解を求める取り組みを継続していただきたいと思っています。

安全問題は長く続きますが、大震災の関係では、安定供給ということで今村さんのところは、石巻の拠点が被災しましたし、倉庫もいろんな影響を受けたと聞いています。そういう点で、特に石巻は東北の拠点ということで、ほとんど全壊状態だったと聞いていますが、その後の状況と、事業継続計画、その辺も含めて現状をご紹介いただければと思います。

今村　私ども製油業界はほとんど海外から原料を輸入しており、その点では比較的影響は少なかった方ではないかと思います。一方で、ご指摘のように、地震については、横浜の事業場で自動倉庫が被災しましたが、その他にも石巻の臨海部にあるバルクのタンクヤードで、津波の影響を受け全壊しています。従業員は幸い助かりましたが、石巻エリアも甚大な被害を受けました。

石巻センターは東北エリアへの供給拠点ですが、他のメーカーさんと共同で運営していたこともあり、一緒に協力しながら立て直し、すでに新しい投資をして稼働しております。復旧の間は、横浜磯子事業場からローリーで運ぶというような応急処置をして何とか切り抜けました。東北に油を送る重要な拠点ですから、これから本格的に復旧させていきます。

もともと地震と新型インフルエンザを想定したBCPは2009年頃から策定していたものですから、基本的にそのBCPに則して対応しました。ただし、現実に起こってみると、特に油の供給をどう配分するのかという問題が起こりました。特に関西は震災の影響を受けていませんから、「優先的に納品してほしい」というような要望がかなりきました。その要望に対してどのように適正に配分していくのか、現実に、BCPのとおりにはいきませんでした。このことは、新しくもう一度BCPをつくり直す上で参考にしなければいけないところかと思います。

もう１つ、先ほどの自動倉庫について、自動倉庫を被災された食品メーカーも多いようですが、当社も高さ30mぐらいの自動倉庫で油が落下し、容器が破損して完全に油が飛び散ってしまいましたので、その後処理にかなり時間がかかりましたが、それでも全社的な応援体制で２ヵ月後の連休直後ぐらいで何とか復旧できました。

自動倉庫は生産ラインとも直結しており、いったん機能停止になると、生産も出荷もできないことになります。その反省もありまして、今回、外部在庫の内製化を契機に自動倉庫が使用できなくなったときに対応できるような、生産と直結した低層の倉庫を建設する予定です。

司会　リスクを分散するということでしょうか。

今村　そういう意味では、私どもは関東、関西の両方に工場がありましたので、関東が出荷不能でも、名古屋、水島、堺から応援体制がとれました。やはりリスク分散というのは必要です。これは地震だけではなくて、新型インフルエンザの問題もあります。そういうリスクにどのように対応していくのかというのが、われわれとしては非常に大きなテーマになるだろうと思っています。

司会　中野さんのところは、設備の問題、あ

るいは物流の問題等で特に課題があって、見直しされたような点は何かありますか。

中野　乳業会社としては、震災の後、一時的に商品を供給できなかったという忸怩たるものがあります。当然工場が被害を受けて操業をストップしたということは、各社とも一部ありますので、それは物理的な部分でやむを得ないにしても、他に計画停電等でヨーグルトが長い間供給できなかったことや、特に震災直後は、粉ミルクの供給が課題でした。今後に向けて、いろいろな課題があると思っています。

われわれが今、考えているのは、直接被害を受けたところにどのような対応をするかということと、それ以外の被害を受けていない地域による被災地へのバックアップ体制をどのようにしていくか、これを切り分けて対応していかなければいけないということです。

それともう１つ、商品の特性によって物事を考えないといけない。例えば、牛乳のように、酪農生産者の方々が毎日搾乳・出荷する生乳を使用しなければいけないものと、チーズなど乳製品のように比較的リードタイムが長く、在庫を持っているようなものは別に考えていかなければいけないと思っています。

今回の震災で特に学んだのは、あのような震災が起きた時には、われわれもそうでしたが、食品産業に携わる多くの方は、コストとか、そういう類の意識は関係なしに、いろんなことで「やれることはやろう」と自ら動いたことです。これはすばらしいことだと思いますし、ある意味で日本人の強さというものを非常に強く感じました。今後、次に何かあっても、そこはたぶんきちんとできていけるだろうと思っています。

それから私どもは、現在、３つの工場を閉鎖し、茨城県内で乳製品統合工場を建設していますが、震災後、社内でいろいろな議論を重ねました。改めて、耐震性や自家発電設備など震災への対応の見直しを徹底しておこなった結果、１年遅れとなりましたが、着工しています。

自家発電など自社でやれることは、いろいろなことを準備しています。しかし、自社だけでやれない部分があると思いまして、日本乳業協会という業界の団体があり、その中でも様々な議論をしております。

司会　会長をされていますね。

中野　ええ。農林水産省から震災の後、３つのアドバイスをいただきました。一つ目は牛乳・乳製品の安全性の確保をどうしていくか、これは先ほどの放射能の関連の話です。

二つ目は、牛乳・乳製品の安定供給の対策。特に粉ミルクの部分と牛乳等の安定供給をどのようにするかということです。

三つ目は、これはちょっとテーマが大き過ぎて日本乳業協会としては扱いにくいと思いますが、乳業工場の再配置、特に都市部に集中し過ぎているのではないかという課題です。これはリスク分散という課題で、例えば粉ミルクは、ほとんど関東、首都圏に各社の工場が集中していますので、震災等の際、どうするのかというような問題です。これはそれぞれ各社の経営の問題があるので、なかなか難しい問題です。

これらの課題の中で短期的な問題として、今、日本乳業協会でやっていますのは、震災等発生時に、工場の安定的な稼動をどうするか。これは、耐震性の強化や電力・燃料が不足した場合の対応の検討です。他には、震災などで工場や物流が止まってしまった際の粉ミルクの備蓄をどうするかということです。また、牛乳関係では、ペットボトルのキャップのように、共通の包材を使用できるようにすることを検討しています。当然消費者庁を始め関係機関の協力を得て表示の問題をクリ

アしなければなりませんが、共通包材をどのように取り組みするかを検討しています。

司会　震災時は表示問題も大きな課題でした。

中野　乳牛は生き物なので生乳は毎日搾乳・出荷されますので、生乳の受入工場が被害を受けてだめになったら、ほかの工場で対応しなければいけない。その時に、包材に工場の所在地などが書いてあるとどうしようもないので、共通包材でどこでも使えるようなものをつくって、それで対応していこうというようなことを考えています。

それから、例えばどこかの工場がダメージを受けた時に、「どこの会社が」ということではなくて、他社も含め、ここがだめになったら、こちらの工場で受け入れようとか、シミュレーションを含めて、いろいろなことを検討しています。今言ったことは、単独では絶対にできないことなので、業界全体として協力しなければいけないと思っています。

更に言うと、乳業者だけでやっていてもだめで、酪農生産者の方々と、こういうことになった時は、生乳はここへ持って行ってこういう態勢をつくるなど、連携の部分もあります。それから先ほどの共通包材の表示の問題とかになると、やはり国のバックアップも必要になります。

先ほどの粉ミルクについては、工場が関東に集中しているのであれば、関西を中心に一部在庫を備蓄として保管してはどうかということで、物量も含めて検討しています。ただ、金利、倉敷料が当然かかるので、それをどこが負担するのかということなど、農林水産省にも相談しています。

ですから、各社でやること、業界でやること、それから国の協力を得なければできないことなど、いろいろな角度で、次にもし震災があったらどうするかということを準備しておかなければいけないと思っています。

また、東日本大震災で流通やコンビニ、スーパーなどの店舗は、ライフラインの役割をきちんと果たしていたので、そことどのように連携できるのか。自分たちだけで全てやるのはなかなか難しいので、流通の人との連携も必要だろうと思います。あと、一番の制約になるのは、物はあっても運べないという、物流のインフラの部分です。ですから、そういう横断的な仕組みのところを、国などが中心となり何か指針を出していただければ、業界としても、一企業としても、やるべきことをやっていけると考えております。

節電、省エネ対応

司会　大震災を経験し、各業態によっての違いはあるかと思いますが、それぞれ生産・供給体制の見直しが進んできていて、かつまだ課題もありますが、それに取り組んでいくということです。この中で、リスクとコストの関係が共通の課題としてあると思いますが、それぞれ、今回の大震災をもとに前向きに取り組んでいただいていると感じました。

中野さんの話の中にもありましたが、エネルギー需給、電力需給ということで先々いろいろ課題がありますが、今村さんのところで、節電要請なり、エネルギーコストという観点で、何か新たな取り組みなり、問題点なりがあれば、ご紹介いただければと思います。

今村　まず、震災の後、契約電力のピークの15%削減という指導がありました。わが社の工場の中で一番電気を使うところは、搾油工程、それから船からの原料吸い上げですので、搾油の稼働と原料の吸い上げを同時にやらないような稼働計画を組みました。例えば原料を吸い上げているときには、搾油工程の一部を止めるなどの運用で乗り切りました。

司会　それは連続操業の中で一部止めることは可能なんですか。

今村　搾油工程には抽出ラインと圧抽ラインがあって、ラインは１つではないので、１ライン止めて１ラインのみを稼働させることで対応し、何とかピークは乗り切れたということです。

それから、事業場で節電のチームをつくって、事業場全員の節電意識の啓蒙と、具体的な取り組みを行い、昨年はそういう意味ではほとんど問題なく乗り切れました。

電力問題は、供給の問題もありますが、やはりコストが上がってきていますから、コストダウンという観点から、これは経常的に取り組んでいかなければいけない課題だと思っております。またこのタイミングで新しく自家発電の設備を入れたとか、必ずしもそういうことは行っておりません。ただ、名古屋の工場にあった使われていない自家発電を再稼働させて使うなど一部対応しました。基本的には特にこの地震の対応で新しい投資を行うことなく、何とか乗り切れたということです。

ただ、今後の状況によっては、より厳しい対応も必要だと思います。特に原発問題というのは、何も東京だけではなくて、関西もあるわけで、すでに電力料金のアップ等いろいろな影響が出てきていますから、どうやってコストを削減していくかというのが１つの大きな課題だと思っています。

司会　中野さんのところの節電なり省エネでの取り組みを紹介してください。

中野　食品産業界においても、国として取組む今後の電力政策は非常に影響が大きいと考えております。従前のように原発が稼動しない状況では、電力需給は当面逼迫傾向が続くでしょうから、節電、省エネといった取組みは、事業を進めていく上で前提として取組む必要があります。東日本大震災後の東京電力管内における計画停電や一昨年夏以降の節電要請等、社会インフラとしての電力についてその重要性の認識を新たにしたところですが、私どもとしても社会的責任として、節電に最大限の努力をしていく姿勢で取組んでいます。

一昨年夏の東京電力管内の節電目標だった2010年度使用に対する15％削減や、昨年の夏の北海道電力、関西電力管内等の節電目標に対しては、当社で複数保有するコ・ジェネレーション設備をフル稼働させ、また、各工場では生産時間の調整や、冷蔵倉庫の温度管理等を通じて、何とか各エリアのトータルで削減目標をクリアすることができました。

しかし、震災後に東京電力管内で計画停電が実行された際には、他の乳業メーカーもそうでしたが、関東地区の工場でヨーグルトの製造ができず、お客様に大変ご迷惑をおかけしてしまいました。先ほど、今村さんからも話がありましたが、工場では、製造を止められるものと止められないものがあります。ヨーグルトは、乳酸菌を増やすための醗酵工程というものがありますが、そこでは一定の温度で一定時間保持する必要があり、またその工程が終われば、続けて速やかに冷却しなければならない。つまり、加熱や冷却に電気は欠かせませんし、途中で止めることができないのです。私どもからの説明も十分でなかったと思いますが、なかなかこうした部分をお客様に理解いただけない状況にありました。それならば、必要な電気を自分でまかなえばいいではないか、という話にもなりますが、必要な場所に必要な能力の発電機等を設置することは、コストや設備管理等難しい現実があります。

電力を安定的に供給いただくことは、いま述べた通り乳業メーカーとしても非常に重要ですが、生乳を生産いただく酪農生産者にとっても搾乳や生乳の出荷までの冷蔵貯蔵等に欠かせないことです。今年の冬は、北海道電力管内でかなり厳しい需給状況が生じる事

態ですので、私どもも生乳を確実に受入れて加工していく中で、節電や使用のピークカットに最大限努力していきます。既に当社だけでなくあらゆるところで取組まれていますが、当社の工場でも照明を間引いたり、使わない部屋の照明の消灯を徹底する等地道な取組みをしてもらっています。今後に向けて、省エネのための投資も戦略的に取組みしていくことを考えなければなりませんが、並行して、皆で知恵を絞った地道な取組みも進めていきたいと思っています。

司会　食品業界全体としては、実はトータルのエネルギー及び電力消費ということで見ると、食料産業の全体のエネルギー消費量が、この20年間で、製造業全体はほぼ横ばいという状況の中で、約２割増えています。あるいは、電力で見ましても、食料品製造業は使用量が多いという状況ですので、今後、省エネは食料消費とも関連していると思いますが、トータルのエネルギー消費、電力消費という点で、コスト問題もからんで、今後引き続きの課題だろうと思っております。そういう点では、今回の事故はあらためて省エネ問題も提起しているということかと思います。

発足から２年目を迎えた、食料産業局の施策の方向

司会　次に２つ目の論点として、食料産業局が２年目を迎えたわけですが、一昨年末に輸出戦略の策定があって、さらに３月に食品産業の将来ビジョン、これはまさに食品産業の将来方向を提示されたものでしたし、７月に閣議決定された「日本再生戦略」では、重点分野として「グリーン」、「ライフ」、「農林漁業」が位置付けられていますが、「グリーン」も、「ライフ」も、「農林漁業」も、いずれも食料産業局に関連するものだと思っています。また、そういう流れの中で、ファンド

法は新しい政策手法として成立をしてきております。

一連の政策の流れと、支援策としてのファンド法の紹介、今後の予定等について、局長からご紹介いただければと思います。

針原　まず、事故米穀の不正規流通問題を受けて農水省改革の一環として組織自体を見直す中で、食料産業局というものが創設され、１年３ヵ月が経過したわけです。

その成り立ちとしては、産業行政をやっていた５つの局の小ユニットを合体して１つの局を創設したという形になっております。別々のカルチャーを持った部局を１つにして運営するということで、私がやったのは、そういう１つの局としての成り立ちづくりをまず手掛けたわけです。カルチャーが違う人たちが一つになるために、共通の目標なり、共通の考え方、拠って立つ理念、こういうものをまず作ろうと。会社で言えば創業理念みたいなものを作っておかなければいけないというところで、職員の皆さんと一緒になって新しい取り組みを開始したわけでございます。

その前提になるのは、食のマーケットは日本では縮小しておりますけれども、世界では広がっている。これはATカーニー社の試算ですが、食マーケットは世界全体で2009年には340兆円ありました。それが2020年には680兆円ぐらいになるだろうということで、340

兆円のプラスの拡大が見込まれています。この拡大を巡り熾烈な国際競争が行われています。この世界の成長を日本に取り込まないと、日本経済自体がどんどん縮小してしまう。

今まで食の産業というのは景気に影響される、景気が良くなれば高いものが売れる、買っていただける、景気が悪くなると売上が落ちる、このように景気に対しては従属的な産業であったわけですが、今後は、他の産業が伸び悩む中で、この世界的な動向、新興国の人口増加と経済成長による食生活の高度化による新しいマーケットを、日本の成長を牽引する原動力として活用することが、これからの日本の課題ではないかと思います。

したがって、食品産業が伸びることによって、国内の内需が拡大され、家電や自動車が売れる、それで不動産投資も行われて、鉄鋼も伸びる、このような新しい成長のモデルに持っていく必要があるのではないか。こういう共通認識で私どもは取り組んでいるわけです。

そのためのツールにつきましては、私どもは余り沢山のことをやるというのは虻蜂取らずになるので、２つの取り組みをやろうということで１年３ヵ月取り組んでいます。１つ目は100年前にヨーゼフ・シュンペーターによるイノベーション、２つ目は30年前にマイケル・ポーターが提唱したバリューチェーンであり、物の価値をつなぐ新しいイノベーション（新機軸）を誘発しようということで、『バリューチェーンイノベーション』を合い言葉に様々な政策を展開しているわけです。

日本の一次産業と二次産業、三次産業の間にはバリューチェーンが分断されているので、グローバルには成長する環境があるのに、なかなか成長できない。「バリューチェーンをつなぐ」というのが産業展開の基本であるとよく言われますが、今の状況を見れば、一次産業と二次産業と三次産業のバリューチェーンの連結が脆弱であるがゆえに、国内で価格競争が起こり、国内で体力を使い、外に展開できていないのです。だから、このバリューチェーンをつなぐことによって、外に対して日本の価値（バリュー）をお届けするというような展開をする必要があるのだろうということで、今、新しい取り組みにチャレンジをしているわけです。

具体的には、イノベーションをベースにして政策的な体系を総合的に見直し、今までの政策を洗いざらい、予算も、補助金も、全て再編成しています。共通の政策シーズとしては、ご紹介がありましたように、育成型のファンドを創設するということ、知的財産を戦略的に保護・活用することで、新しい取り組みが安心してできるような環境作りをすること、技術開発を推進すること等が挙げられます。このような政策シーズに基づいて、イノベーションの５つの分野の新結合を進めるため、それぞれ個別の政策を展開していこうとしているのです。

もともとこのイノベーションを日本に紹介した東畑精一先生は農業経済学の先生であり、農政、あるいは農業経営者に向けた言葉でした。しかしながら、20年ぐらい前にマスコミにおいて「技術革新」と訳してしまったために、日本のイノベーションが止まってしまい「失われた20年」になってしまったと思うのです。これは経営学の用語ですから、会社の社長さんが会社運営をやるためにどのように取り組むのかという言葉であったわけです。それが大学の研究室とか企業の実験室だけで取り組まれるような言葉になってしまった点が残念でならないのですが、本来であればこのことは農業の現場や食品産業の現場で実践していきたいと思っております。

新しい財貨に始まり、新しい生産方法、新

しい販路、新しい原材料、新しい組織、それぞれの分野で、今まで知らなかった方々が出会い、新しい取り組みを行う、新機軸を打ち出していく。そのようなぶつかり合いの中からバリューチェーンがつながって、新しい産業が生まれるというような取り組みを行っていきたいと思っています。

先ほどご紹介のありました「食品産業の将来ビジョン」につきましても、このバリューチェーンやイノベーションということをキーコンセプトに策定したわけでございます。消費者起点、地域起点、グローバル起点という３つの志向軸を軸に、食品産業の新展開を目指していこうと思っています。

消費者起点は全体に通じることですが、小さな地域のバリューチェーンをつなぐ新しい企業を育てるとともに、クロスボーダーやM＆Aも含めて、グローバルな志向でやっていかなければならない。しかもそれが地域、農村の現場に根差して、その行き先がグローバルな展開につながるのだけれども、地域起点を忘れないような、そういう取り組みとしたいと思っているわけです。

政策的な共通シーズの中で一番新しいものは、農林漁業成長産業化ファンドであり、今後、バリューチェーンやイノベーションを推進するための強力な機関として、株式会社農林漁業成長産業化支援機構を立ち上げることとしています。この機構につきましては、本年の２月初旬に発足したいと思っており、現在、設立の準備をしております。非常勤、無報酬で代表権のない取締役会長には、現在、株式会社ドリームインキュベータの堀紘一さんにお願いしております。また、代表取締役社長いわゆるCEOには大多和巌さんにお願いしておりまして、大多和さんは農林中央金庫副理事長を経て、現在、SMBC日興証券株式会社の顧問で、経済同友会の幹事をされております。このような方々のご指導を仰いで、24年度内にはサブファンドの募集を開始し、25年度には多くのサブファンドの組成を目指して、地域に根差した新しい会社作りをしたいと思っています。

それでは、どのような会社を作るかということですが、これまで地域の方々は、企業誘致ということで、大手の資本で色々な企業を農村に誘致し、雇用を生み出してきたわけです。ところが、今、そのような企業は外国に工場を移転するようなところが多く出てきています。このような中で、新しい企業誘致も進まないのであれば、その地域の資源を生かした企業というものを誘致ではなくて、企業立地しましょうという発想です。しかし、地方には資本金のコアになるようなお金が不足していますので、国策ファンドでそれを半分足しましょうということです。しかし、半分足すには要件がございます。それは、地域の農林漁業を中心に、そこで物の原価値を作り、その原価値を鎖でつなぐ取り組みをするために、パートナー企業の方々と合弁事業体を立ち上げてもらい、バリューチェーンをつなげてもらうことをお願いするわけです。つまり、バリューチェーンのつながったような会社に対して、国が半分資本金を上乗せしましょうというものでありまして、このような形の企業を作っていきたいと思っています。

私は、このような企業は３つぐらいに分類されるのではないかと思っています。具体的には、県内といった地域の食品企業と結び付いて、地域の農林水産物を地域で流通させるような小さな規模でのバリューチェーンのつながりを持つような会社、それから被災地と首都圏をつなぐような、日本全県的な、広域的な会社、そして、世界的にグローバルに販売するといった大きな取り組みをするような会社です。そのような３段階ぐらいの応援が

国としてできればいいなと思っております。

しかしながら、農林漁業が成長の源になると言うと、「11兆円の産業が500兆円の日本の経済を牽引するのか」ということで首を傾げられる方々もいらっしゃいますが、実はこの11兆円の原価値は食品産業の方々によって100兆円にまで膨れるわけです。その100兆円が日本を牽引する。そのようなことを目指して政策の再編成と新展開を行っているというような状況にございます。

１年３ヵ月経って、まだまだやるべきことはたくさんあるわけですが、ようやく政策の核になるようなものが形成されてきたかなと、そういう段階にあると考えています。

司会　一次産業、二次産業ですが、私どもは二次産業ですが、そういうふうにつながりながら、新しいバリューチェーンということでの展望ですが、一次産業とのつながりということで言えば、中野さんのところは、最初にお話がありましたように、一次産業を抜きには考えられない。もちろん今村さんのところも一次産業抜きでは語れませんが、素材をほとんど海外に依存している。

中野さんのところは国内の一次産業と密接に結び付いている状況で、新たな取り組みに対する期待なり、あるいは現実の何か課題なりということで、お感じになっている点があれば、ご紹介ください。

中野　確かに酪農・乳業は一次産業と二次産業がかなり密接に結び付いています。私どもの母体の旧雪印乳業は直接酪農のところから創業し、乳製品を普及させてきた歴史があります。今は、酪農生産者のところはそれぞれの地域に広域指定団体があり、酪農と乳業は分業したような形になっています、但し、酪農乳業は、いろいろな意味で一次産業と二次産業と連携がとれていると思っています。

私どもは、酪農と乳業は、いわば車の両輪であって、酪農がだめになれば、乳業会社もだめになると思っていますから、酪農の問題は自分たちの問題というように認識しています。

今、酪農を含む農業全体で、後継者不足の問題とか、あるいは将来になかなか希望が持てないとかというような大きな構造的な課題を多分に抱えていると思っています。そうはいっても、一方でTPPなど、いろいろな議論がある時に、食料自給率の問題や、農業の多面的な役割などを考え、農業、酪農というのをどのように位置付けるかということを、きちんと長期的な視点で整理をしなければいけないと思っております。

そうしたなかなか先行きが見えない中で、農林水産業を成長産業化しようということで、いろんなご提案をいただいていますが、これは酪農生産者の皆さまからすれば非常に希望が持てるところだと思います。ただ、酪農、果物、米など農産物によってそれぞれ事情が違いますので、これを活用する分野については、ある程度限られてくると思います。

ただ、ご指摘のように、日本の市場は人口が減少していきますが、隣の東南アジアを始め多くの国は成長しているので、輸出なども当然考えていかなければいけないし、われわれも考えていくつもりです。

現実の問題としては、乳製品で言えば、内外価格差の問題がありますので、輸出をすると言っても、「一部の富裕層を相手に」という形のところではビジネスができるかもしれませんが、それ以外は、すぐにはなかなか難しいかと思います。そうはいっても、世界の人口が2050年に90億人ぐらいになれば、絶対的に食料資源や乳資源が不足することも考えられますので、その段階でまた新たな日本発のいろいろなビジネスモデルができるのではないかと思っています。

ですから、私どもはいまの酪農・乳業の立場でこの問題にどういうふうに関われるかというと、なかなか難しい部分はありますが、日本の農業という全体として見れば、一つ夢が持てる大きなものだと思います。

細かい話になりますが、私どもは実際北海道で、道庁のほうから依頼を受けて、「手作りチーズ工房」を支援することもやっていますので、これからも地域のそれぞれ意欲のある人が元気になるようなことを、私どもとしてもできることはお手伝いしたいと思っています。

海外展開の展望と食品産業

司会　中野さんのお話にもありましたように、国内市場が成熟する中で、国内市場の深掘りというのももちろん大きな課題だと思いますが、もう一方、海外市場の展開ということが今後の我が国の食品製造業にとっての一つの大きな課題だと思います。

そういう点で、今村さんのところは、我が国の食品企業の中でも比較的早い時期から海外展開をされてきたと思いますが、いままでを総括していただきながら、今後の海外展開の展望についてご紹介いただければと思います。

今村　当社はもともと、発祥は中国の大連で、1907年に大連に工場をつくりました。第二次世界大戦で大連の工場は失いましたが、1988年に、当時の大連市長からもう一度大連に戻って来ないかという誘いを受けて工場をつくりました。本年がちょうど25周年になります。上海にも工場を持っておりまして、これは本年がちょうど20年。そういう意味では今年は大連も上海もちょうど節目の年になります。もう１つはマレーシアにパーム油をベースにした加工油脂事業の子会社を持っています。これは2005年に資本参加しました。

国内の市場がだんだん縮小化・成熟化・高齢化する中で、脂質の摂取量はどうしても減ってきますので、将来的に見ればやはり国内市場がシュリンクしていくのは避けて通れないと思います。

一方で、海外、特にアジアはこれから人口がまだまだ増えますし、中所得者層がものすごく増えてきます。そういう意味では食生活の向上も期待でき、市場としては非常に魅力的です。ただし、今後生産の拠点としてアジア、特に中国を考えるとなると、これは非常に難しいということです。

なぜかといいますと、海外に生産拠点を持って進出するというのは、まず原料が現地で供給できること、質の高い労働者がいること、それから日本の商品はきめ細かさを持っていますので、そういうところがうまく融合して、そこで消費者に受け入れられるというのが大前提です。

ところが、油の業界は、原料の油糧種子はいまほとんど海外の穀物メジャーに押さえられていて、そこがほとんど油糧種子を牛耳っていますし、仮に海外に行っても搾油という面では非常に難しいです。まずコスト競争力がないことです。特に中国には大規模な工場も多く、日本の10倍以上の生産能力を持っているわけです。

司会　それは生産単位ですか。

今村　ええ、工場１つが10倍以上の能力を持っているところもあります。中国というのは市場原理が働かず、需要と供給をあまりバランスさせません。要するに供給能力も「大きければいい」「フル稼働させる」という発想がまだあります。これは食品だけではなくて、紙とか鉄もかなり困っています。そういう意味では、アジアでは市場としては面白いけれども、なかなか生産面でのコスト競争に勝てないのが現状です。したがって、これか

ら海外に搾油の拠点を持つかというと、これはなかなか難しいと思っています。

ただし、市場として見た場合ものすごく魅力的ですから、例えば海外のパートナーと組んで海外市場や販路を開拓するという取り組みは十分あり得ると思います。

ただ、これから先を見ると、搾油の能力キャパオーバーの問題がおそらく出てくると思います。中国自体もいまそれを少し整理しようとして、再編統合させる方策を取っているのではないでしょうか。その影響は実は私どもの大連の工場に直接出てきておりまして、原料価格はものすごく上がっているにもかかわらず、製品価格が抑えられるという状況になっておりまして、これが収益を圧迫しています。国の政策で民間の企業はかなり影響を受けるということです。

ただ、これから加工油脂のような新しい加工食品素材市場の拡大の可能性はまだまだあると思います。これもいずれ価格競争に巻き込まれる可能性は十分ありうると思いますが、市場はまだアジアで育っていませんから、早く手を打ってブランドをつくるというのも一つの大きな戦略だと思います。例えば製菓・製パン関係の食品素材とか、チョコレート油脂とかまだ十分可能性はあり、そこに成長の芽をどうやって見出していくのかというのがこれからの課題だと思っています。

司会　そういう点ではマレーシアの工場は可能性があるということでしょうか。

今村　実はインドネシアが税制を変えて、パーム精製油の輸出税率を下げたことで、マレーシアの競争力が失われ、当社グループ子会社にも影響が出てきました。カントリー・リスクなのかもしれませんが、やはり国の方針の転換とか、そういうのが海外に進出している場合には大きなリスクになります。

また私どものマレーシアの会社はチョコレート用油脂で、カカオバターと競合します。要するにカカオバターが安くなると当然こちらも安くなります。いまカカオパウダーのほうが飲料向けに売れていまして、結果として連産品のカカオバターの供給が増え安くなっています。そういう影響もありまして、マレーシアの工場もかなり苦戦をしております。

では、われわれは今何をやろうとしているかというと、健康オイルとか、いわゆる付加価値オイルなどはアジアではまだありませんし、技術的に日本がかなり先行している領域なので、そういう付加価値オイル、当社の「ヘルシーリセッタ」のような体に脂肪がつきにくい機能を持った油などは、今後高齢化とともに生活習慣病も増え、市場として成長の可能性もあると思います。どうやって海外パートナーとうまく組みながら健康オイルの市場をアジアにつくっていくかというのが私どもの課題になっています。

司会　大連の工場は規模が大きいと聞いていましたけれども。

今村　当時は大きい規模でしたが、それよりはるかに大きい工場がどんどんできています。国営企業としてできているものもあるし、民営企業としてできているものも両方あります。国営企業は能力も巨大で、オーバープロダクションになりがちです。

司会　それは大変ですね。こういうのは、日中韓FTAなりRCEP（東アジア地域包括的経済連携）が動いていくと、何か改善の可能性はあるんでしょうか。国の政策によってかなり影響を受けているということですね。

今村　海外展開の難しいところは、各国の政策に大きく影響を受けるというところです。そういう国の施策としてどこまで続くのかと。中国は食べ物に対するインフレは意図的に抑えますね。

針原　今、今村さんや中野さんがおっしゃっ

ているのは、ここでの論点において非常に重要ですね。１つは、世界のグローバルマーケットが拡大するのはいいけれども、それを日本の地域の工場なり、所得の向上とどう結び付けるのか、そこのつながりが不明確ではないかということ、そして、言うほどにグローバルマーケットで競争するということは甘くないということ、この２つの問題だと思います。

これはどの産業であっても同じように直面する問題です。ですから、RCEPとか、日中韓FTA、EPAというようなことを政策的には進めようとしていますが、結局拡大するマーケットというのは熾烈な獲得競争であって、この拡大するマーケットをいかに自国の成長に取り込むのかというのが各国の政策であるわけです。グローバル展開というのは、他国の企業がそこにどう参加するかという、ある意味で成長の分け前、富の分配の論理だろうと思います。

ここでのキーワードというのが、いま今村さんからありました「パートナー企業」という言葉です。他の国ではかなり反発を受けながらも、外交力でもってかなり強引に市場を開けるわけです。一方、日本のやり方というのは、むしろ「パートナー重視」で、共存共栄の路線で展開するところがあります。これは日本のナショナリズムと他国のナショナリズムの調和をどう図っていくかという、そういうグローバル展開というものを重視しているのです。

幸いなことに、日本の食品産業というのはたぶん世界一これに手慣れている産業群、企業群ではないかと感じておりまして、そのようなところは今までの経験が非常に生きるということだと思います。

もう１つは、それをどう地域に結び付けていくかということです。これは非常に難しい

ことですが、これを解くカギは、「メイド・イン・ジャパン」と「メイド・バイ・ジャパン」の組み合わせだろうと思います。例えば、北海道の乳製品の「手作り工房」が自分の力で海外展開するというのはなかなか難しいことだと思います。ところが、大手企業が海外のパートナーと一緒に海外展開する中で、「メイド・バイ・ジャパン」の商品群を展開することで、そのトップ・バリューとしての「メイド・イン・ジャパン」というものがその上に乗るので、その土台が作られれば地域の取り組みが海外の成長の恩恵にあずかれる、そのようなところに持っていけるのではないかと思っています。

海外展開なり、国内においても海外の原料を使うオイリオさんでも、やはり日本式の企業管理、日本式のつくり方、品質管理をされていて、それは日本産の食用油として海外展開する。その上に立って、例えば北海道の菜種油が少量ですけれども海外に持って行けるような展開が考えられるのではないか。バリューチェーン理論というのは、そのようなことも含めてバリューチェーンを作っていきたいと思っています。

実際に岩手で現場の農家の方が取り組んでいる例を紹介しますと、Ｆ１の技術で大きなリンドウの花をつくる技術を長野の方が岩手

で開発しました。これを最初は日本で販売していて、次にヨーロッパに持って行ったら大変喜ばれるのですが、ヨーロッパではリンドウの花は10日でしぼんでしまい、３日間しか販売できない。それをもう少し観賞期間の長いようなものに技術開発しながら、輸送手段も開発して、店頭に長く置けるようにすることで、更に売れるようになったわけです。ただ、これは岩手だけだとある期間しか販売できないので、パテントを色々な国で取り、南米に生産拠点を作って、南米と岩手県でヨーロッパ市場に向けて季節を分けながらリレー出荷するというような大きな取り組みを行っているのです。

中野　当社は「基本的に国内に軸足を置きます」ということを明確に言っています。「何で海外をやらないのか」とか、いろいろなことを言われますが、少なくとも乳業会社として国内できちんとした軸足を持っていない限り、海外へ行っても戦えないと思っていますので、まずは国内の酪農・乳業において当社の役割をきちんと果たしていきます。

乳業会社というのは、一般の食品会社と比べて海外展開がずっと遅いわけです。当然私どもも遅い。この理由は、海外で何かやる場合、良質な原料乳を手に入れるのがなかなか難しいことがあります。では、原料を日本から持っていって生産するか、と言っても内外価格差があって、これもなかなか難しい。それからチルド流通の整備にも時間がかかる。

そういうことで、実際われわれ乳業会社がやっているのは主にドライ流通の粉ミルクであり、技術や品質など付加価値をつけた商品で展開しています。一方、チーズ等になると、チルド流通を始めいろいろな制約があり、なかなか難しい状況です。

ただ、これからの世界的な人口増加による食料の問題を考えたら、グローバルな視点で考えていかなければいけないので、１つは国内の酪農・乳業をきちんとやるということ、もう１つは食料資源とか食料自給の問題から乳資源を確保するという意味も含め、違った視点でグローバルなところもやる必要があると思っています。日本の人口が縮小していく中では、やはり海外も視野に置いたことをやっていかなければいけないと思っています。

その中で特にわれわれがイメージするのは、アジアなどがメインになりますが、われわれの持っている技術を活用し、いろいろなことをパートナーと手を組めばやれるだろうと思います。

司会　プロセスチーズの工場をインドネシアで立ち上げられたんですか。

中野　インドネシアでは常温流通のチーズをつくります、原料は日本から持って行くとコストが合いませんので、別の国から持って行きます。

司会　それはインドネシアの市場へ向けて販売するという形で、日本へ持って来るというわけではないですね。

中野　日本へは、関税もありコストが合わず持って来られませんから、インドネシア国内で展開します。将来的には東南アジア、中東などへの展開もある程度考えていますが、まずはインドネシアでやります。

今はいろいろな制約条件があって、原料を日本から持って行けませんが、乳製品は世界で７％くらいしか輸出に回っていなくて、輸出可能国もニュージーランド、オーストラリア、アメリカなどに限られている現状であり、将来的に世界人口が90億人になったら絶対的に足りなくなるのではと思っています。

ニュージーランドと北海道では生産コストに差がありますので、北海道の生乳を使用した乳製品は、今は輸出が難しいけれども、需給に応じて価格が変わることを前提に考えれ

ば、将来的には、国際的な乳製品価格は上昇する。そうすると北海道の乳製品でも十分戦える可能性は将来的にはあると思います。だから、もう少し中・長期の目線で見て、「今何をやっておくか」ということを考えないといけないと思っています。それが日本の酪農・乳業を守ることにつながると思っています。

司会　いろいろ課題はあるけれども、長期展望を見据えながら、それぞれ現実的にどういう工夫をしていくかということでしょうかね。

アジア各国も、中国だけではなくて、成長過程にあって、インドネシアでも２億4,000万人で、中国に比べれば小さいけれども、日本の倍いるという状況ですから、期待感もあるし、いろんな可能性をもある。それをどう現実のものにしていくかということですね。

針原　インドは一人っ子政策をやっていませんから、20年後はインドですね。そこに日本のチルド流通体系を持ち込めればと思います。日本の流通技術に対しては、インドからもそのような声がかかっていますね。

今村　インドネシアは、まだまだこれからどんどん成長する可能性がありますが、ただ、問題はインフラをどうやってつくり上げるかというところがあるでしょうね。インドもしかりでしょうけれども。

針原　インフラのほうは「メイド・バイ・ジャパン」で、地元資本と日本資本で整備ができれば、相当感謝されると思います。

今村　そこに日本が参入できる部分はいっぱいありますね。

針原　そのようにすると日本の家電が売れるようになり、日本のトラックが売れるようになります。食の産業というのは本当に裾野が広くて、それを含めて日本の成長を牽引できる要素があると思いますね。

国内の消費動向と対応

司会　次に、直近の国内の消費の動向なりを見ながら、それぞれどういう工夫がされており、あるいは人口の減少ということが先ほどから言われておりますが、長期的に見て国内のどういう生産供給体制を展望されているかというところに話を移したいと思います。

この１年間のGDPの推移については、実質の議論がよくされますけれども、実感としては名目のほうがいいのではないかと思います。要は、2012年の１－３月はプラスでしたが、４－６月、７－９月はマイナスになってきているという状況です。内需と外需の内訳で見ますと、１－３月ですでに外需はマイナスになっており、４－６月も若干のマイナス、７－９月はかなり大きくマイナスになってきております。だから、復興需要ということで内需を中心に引っ張っていましたが、海外経済の動向もあって、どうも芳しくない、７－９月期は内需もマイナスになっている。

それを国内での販売ということで見ますと、2008年のリーマン・ショック以降、百貨店でもチェーンストアでも食料品の売上が前年を下回って推移しています。コンビニだけが堅調に推移をしているという状況で、これはいろんな工夫があってのことだと思います。ただ、コンビニ全体の食料品の売上が５％前後伸びている状況になっていますが、これは店舗数が５％程度伸びておりますので、既存店の売上自体は横ばいないし微増という状況かと思います。

そういう中で、2012年の国際農産物価格の動向を見ると、年初は比較的落ち着いておりましたが、北米での豊作見込みから６月まで弱含みで推移しました。ところが米国の干ばつから上昇に転じ、トウモロコシは８月に大豆は９月に史上最高値を更新しました。その

後水準調整がありますが、高止まりして推移しています。

それから食料品の円ベースの輸入物価指数は、2011年平均で11％の上昇で、それに対して国内の卸売企業物価は2.6％しか上昇していなかった。2012年に入って月々を見ますと、国際相場の落ち着きと為替の動向等から、輸入物価はマイナスで推移し、企業物価もマイナスで推移していましたが、どうやら９月、10月とまた国際相場の高騰を反映して輸入物価が上昇するような状況にある。そういう点では、原料高というのが出てきているし、今後も続く可能性がある。

そういう中で、消費者の志向という点で見ますと、日本政策金融公庫が毎年２回2,000人を対象に消費者動向を調査していますが、健康志向、経済性志向、簡便化志向、手作り志向、安全志向という５つが11の中から選択されています。20～70代まで年齢階級別に分類すると、上の健康志向と手作り志向と安全志向の３つは年齢が高まるにつれ関心が高まる。逆に経済性志向と簡便化志向は若い層ほど関心があるという結果になっています。そういう点では、ベースとして経済性志向がある中で、健康、簡便化、安全志向というのがはっきりしてきているという状況かと思います。

こういう消費動向の中で、皆さん方それぞれ消費の動向を見ながら、そういうニーズに対応した取り組みを進めておられる。特に健康志向が強い、健康対応での紹介、あるいは世帯が小型化する中で、商品の小型化などへの取り組み等、各社で最近の消費動向をどう見ておられるか、その中でどういう取り組みをされているかということをご紹介いただければと思います。

中野　大変難しい話ですが、震災以降、消費者のマインドは多少変わったのかなと思っています。ただ、日本全体というフレームの中で流通自体がオーバー・ストアで、メーカーのほうもオーバー・ファクトリーだと思っています。われわれの業界は特にオーバー・ファクトリーだと思っています。需給のアンバランスなところはありますし、力関係の中で、特に量販店のバイイングパワーが強く、デフレがある意味で強制的に起こっている部分もあるのかなと思っています。

消費者ニーズは、多様化がどんどん進んできていますが、一方では、価格のところと品質やこだわりといった二極化はもう極端に進んできていると思っています。

食品の基本は、安全で安心して頂けることが大前提であり、それに加えて、おいしさと健康だと思っていますが、いろいろな消費者ニーズに合わせ、低脂肪、低カロリーとか、様々な切り口から提案させていただいています。一方で消費者のニーズにきちんとお応えしていくという部分と、あまりに消費者の目線に合わせ過ぎて、かなり無理とか無駄が一方では出ているのかなという気がします。そういう意味では、もう少し長い目で食品を１つの資源として見た場合には、別の切り口で、もう一回見直す機会でもあるのかな、そういうことも必要かなと思います。

特に乳業会社では、牛乳の工場は全国で500ぐらいあり、国内の縮小する市場の中で価格競争をおこない、足の引っ張り合いをしている。一方ではTPP等国際化の動きがあり、これで本当にいいのかなということもあります。

消費者の目線に合わせるということは大事なことなので、メーカーとして商品開発を含めてきちんとやっていきますが、一方では、違う視点の、もう少し中・長期を見た時の視点もわれわれとしては持っておかなければいけないと強く感じます。

司会　合わせ過ぎて、消費者の視点を重視するあまり、無駄が出てくるというのは、鮮度の部分とかで廃棄が出てくると。

中野　そうですね。それから商品も目先を変えて、沢山の新商品を出します。ラインも非常に多くなります。ですから、われわれ乳業メーカーでも、それぞれの工場を見たときには、空いているラインや足りないラインがあります。今回、当社は協同乳業様やよつ葉乳業様といろいろな取り組みをおこないますが、連携する中で効率化するような形にしないといけない。単独の企業だけでは無理・無駄というのが、おそらくいろいろなところで多く出てきていると思います。

司会　今村さんのところは、CSR報告書を見ますと、「おいしさ」、「健康」というのがキャッチフレーズになっていますね。

今村　「おいしさ」、「健康」は重要な価値ですが、一般論としてはもう当たり前のようになってきて、それはすでに前提の世界に入っていますね。今後はその価値をより高めるために何をすべきかの段階に入ってきています。

先ほどお話がありましたように、すでに65歳以上が3,000万人を超える超高齢社会に入っているわけです。そうすると脂質の摂取量はどうしても減っていくのはやむを得ません。したがって私どもは、需要は減っていくという前提でものを考えていかないと仕方がないのかなと思います。特に食用油の場合は、少子化よりも高齢化のほうが早く影響してきます。

もう１つのポイントは、量的に言いますと、家庭用の比率は２割弱で、ほとんど８割以上が加工食品メーカー向けのバルク販売や外食・惣菜向けの業務用です。要するに大口の加工食品メーカーに対して伸びないと、全体の需要は伸びません。雪印さんにも私どもの油を買っていただいておりますが、あとマヨネーズ業界やカップ麺などいろいろなメーカーがありますが、そのようなユーザーとこれからどうやって商品開発をしていくか、これは一社で考えるのではなくて、ユーザーと一緒になって活性化していかなければいけないと思います。

一方で、家庭用もやらなければいけない。家庭用で言いますと、「キャノーラ油」というのがいまメインですが、これが発売してから昨年でちょうど20年で、サラダ油はやがて90年経ちます。そういう意味では、食用油の世界は良い意味でも悪い意味でもライフサイクルが長い商品です。市場が右肩上がりの時は、それでむしろコストメリットがあってよかったんですが、こういう成熟時代になってくると、「この商品開発のサイクルでいいのか」は考えていく必要があります。　最初は利益が出ていても、どんどんコモディティー化していきます。ですから、利益が出ていて、落ちてきたところで、次の商品を出していくということで、家庭用も、業務用も、両方言えると思いますが、そういう取り組みをこれからやっていかないと、油の業界の国内市場は再活性化しないと思っています。そういう技術開発、商品開発したものを次に海外で展開していくというやり方でいくしかないのかなと思っています。

消費市場という意味では、もう１つ、油は本来必須脂肪酸の供給源であり、三大栄養素の１つとなる重要な食品ですが、最近は健康の敵みたいなネガティブイメージが出てきています。摂り過ぎはもちろんいけないですが、基本的なベースでは油を摂らないと、体の栄養素という意味では欠けてくるわけで、そこを業界としてどうやってPRしていくのか、必要なものはきちんと摂っていただくよう、どう発信していくのかが、これからの大きなテーマだと思います。

構造改善と供給体制の見直し

司会　先ほど中野さんのお話の中で、乳業という点で工場自体が国内でオーバー・ファクトリーという状況になっていると。いまの今村さんのお話でも、需要という点ではもうそろそろ……。いろんな工夫はもちろんありますけれども。

今村　大豆の搾油量はやはり減ってきていて、では何が増えているかといったら、菜種の搾油量とパーム油の輸入が増えてきています。トータルの可食油という意味ではそう大きくは減っていないと思いますが、ただ、これからマクロで見れば減っていく可能性は十分あります。

司会　乳業業界という点で見ると、今後の構造改善というか、中野さんのところも、協同乳業なりよつ葉さんとの連携という方針が示されておりますが、国内市場の需要の状況を見ながら、供給体制はかなり見直していかなければいけないというふうにお感じになっている状況でしょうか。

中野　平成21年に雪印乳業と日本ミルクコミュニティの経営統合を発表以降、工場を６つ閉鎖することを決定しました。乳製品工場を３つ閉鎖し、茨城に１つ工場を建設します。それから市乳の日野工場と富里工場を閉鎖し、海老名工場に集約します。その前に埼玉県の児玉工場を閉鎖しています。将来に向けた生産体制整備を進めています。

　メーカーとしてコスト競争力をつけるには、工夫の余地はまだまだいっぱいあるので、そこは自分たちできちんとやります。ただ、いろいろ考えていくと、自分たちの持っている経営資源だけですべての課題を解決しようとすると、コストや余剰の製造設備を保有するなど無理が生じます。端的に言えば、ラインで余っているものとか、足りないものがあったら、それを他社と組み合わせれば、単独でやるよりももっといい形でできるのではないかということです。連携してやれるところについては、積極的に進めていこうと考えています。そうしないと、なかなか次の展望が見えません。全て自分でやろうとしたら、難しいところが多くある。

司会　連携ということですかね。

中野　そうです。それをやることによって、またいろいろな新しい発想が出てくるし、今までできないと思っていたけれども、「あ、そういうことなら、こういうこともやれるんじゃないの」ということで、社内での活性化にもつながってくればいいなと思っています。

司会　今村さんのところは、植物油業界としては、私の印象では、ウルグアイ・ラウンドが終わった後から、かなり業界全体の構造改善という形で進んできていると思いますが、先ほどの話を聞いていますと、諸外国との比較ということで言うと、工場の規模なり何なりにまだまだ差があるというお話も出てきていましたが、そういう点で、中・長期的な生産供給体制という点で何かお話いただけることがあれば、お願いします。

今村　生産拠点の前に、背景を言いますと、油糧穀物の原料高というのは、今までは、ほぼ天候と為替で大体決まっていましたが、ここへきて完全に構造的になってきています。2007年頃だと大豆はブッシェル当たり大体７～８ドルで、今はもう14～15ドルで、ピークは17ドルを超えました。ですから２～2.5倍。恐らく、もう１ケタまで下がらないと見ておいたほうがいいと思います。このような状況下、販売価格がそれに連動するかというと、デフレ下の需要低迷の中で大幅な値上げはなかなか期待しにくい。そうするとやはり構造改革をしていかざるを得ないというふうに思っています。

もう１つ大きな要因は、大豆の搾油がものすごく減ってきている。もともと日本の製油産業の成り立ちが、大豆を搾って、ミール（油粕）を売って、その売値で油のコストが決まるという連産品のコスト構造になっています。大豆搾油が減り、ミールが減れば搾油マージンがとりにくくなるわけで、まさに製油産業そのもののあり方が問われているんですね。

そういう意味では、これから生産拠点のあり方全体を見直していかなければなりません。具体的に言うと、いままで大豆専用で搾っていたラインを菜種も搾れるような兼用ライン化を進めること。もう１つは、これから円高や関税との関係で、輸入オイルが入ってくる可能性が十分あり得ます。ですから輸入オイルの基地化等の対応も、これから先々を見据えて進めていかざるを得ません。

同時にそれは何かといえば、固定費の削減を意味します。私どもは国内に生産拠点が４ケ所あります。その中でミールの需要地、畜産飼料工場に比較的近い立地の生産拠点と油の消費地に近い拠点、それぞれの位置づけを明確にした上で生産物流拠点の再構築を進めていく必要があると思います。

司会　それぞれ担当されている分野によって違いがありますが、国内市場の動向をにらみながら、供給体制の見直しをしていかなければならないと、それぞれお感じになっているように思います。

局長のほうから何か感じなりコメントなりあれば、お願いします。

針原　供給過剰（オーバー・サプライ）というのは日本の産業全体に共通する問題ですね。経済成長モデルの中でずっと生き抜いてきて、結局伸びることを前提にどの産業も工場を作ってきた。ところが、伸びなくなってしまったので、構造改革をやるわけですが、今度は無駄を省くために、例えば、食品であれば「３分の１ルール」を見直すと、これがまたオーバー・サプライを促進することになるわけです。構造改革の一環で無駄を省こうと思ったら、それがまたそれを促進して悪循環になる。これらは需給調整の中で一度はくぐらなければいけない課題だろうと思います。

ただ、他の産業と違って、食品産業というのは、レイオフをしないでそれを乗り越える、今までそういう歴史があるわけです。ですから、それをどう乗り越えていくかというのは大きな課題だと思います。そのためにも、地域との連携とか、海外との連携とか、そのようなやり方で新しい展開を図る必要があるのではないかと思います。

それでは、健康志向が強いからといってそちらに向かうのか、深掘りできるのかというと、日本の食品はもともと健康にいいと消費者の方々は思っていますので、「健康にいい」ということだけでは製品の差別化にならないというのは、今村さんがおっしゃったとおりだと思います。それは当然であって「健康にいい」というのは価格には転嫁できないし、そうなると新しい分野というのはもう少し違った視点で見る必要があると思います。

その一環で、先ほど海外展開ということをご紹介しましたが、ニューマーケットとしては、長期的な備えとして、介護とか、医療とか、そのような分野が１つ考えられるとは思います。

私どもは３年ぐらい前から、医食農連携ができないかということで、研究会を立ち上げています。医学の分野では、西洋医学は「病気を科学（サイエンス）する」ということですが、インド、中国、日本の東洋医学は、食と医療というのは密接不可分ということで何千年もやってきているわけです。今では、西洋医学のほうが科学的に健康を見直すという

ことで、良いものを食べると遺伝子異常が起こりにくくなって癌になる確率が減りますよというように、遺伝子レベルまで研究が進んでいます。いわゆるヘルス・サイエンスです。

特に日本の食の産業では、「健康にいいもの」ということで、これは健康な人をマーケットにしているわけです。ところが、私の家族の経験からいっても、一番良い食べ物を供給したいのは、病院に入っている方々とか、介護を受けている方々とか、趣味をする体力もなくなった方々であり、このような方々は、三度三度の食事だけが楽しみ、生きる喜びになるわけです。そういう中で、病院食や介護食がそのニーズに応えているかというと、サーブする側の事情でサービスしているという状況で、そうはなっていないのです。このマーケットは拡大しているわけですし、それに対するサプライはまだオーバーフローはしていないわけです。

ですから私どもは「医食農連携の軸をつくる」ということで、今年早々、介護食の研究会も立ち上げたいと思っており、準備をしているところです。このような分野もイノベーションにおける新結合の分野として、ベースをしっかり作った上で、民間の方々にご活躍を期待するようなところもあると思います。

司会　人口減少が話題になっていますが、当面3,000万人の65歳以上の人口は4,000万人近くまでになる。全体は減りますが、高齢者の人口は増える。そのニーズに対応していくのに、各社それぞれいろいろな取り組みをされていますが、まだなかなか市場で目に見えるような形になってきていない。そういうところが今後の新しい大きな課題の１つだと思います。

針原　健康食はもう当然であって、未病食、介護食、病院食という分野で差別化が図れるのだと思います。

対外政策の展開と食品産業

司会　本問題も、そういう点では、新しい年に展開できる可能性のある分野だというふうに思います。

次に対外政策です。わが国ではすでに13の国と地域との間でFTA／EPAが動いております。TPP問題が大きな議論になっていますが、モンゴル、カナダ、コロンビアとの間で交渉が始まっていますし、更に本年から日中韓、東アジア地域包括的経済連携（RCEP）の交渉が開始されますし。EUとも交渉に入る見込みです。

そういう新たな展開がいろいろ模索されていますが、どうも先行き不透明な状況ですけれども、いずれにしろ本問題は国内政策の展開に大きく影響することになると思います。

先ほど来、海外展開との関係でもいろいろご意見が出ているかと思いますが、こういう経済連携の動きについて、お２人からご意見なり、あるいは要望があれば、承っておきたいと思いますけれども、いかがでしょうか。

今村　関税の問題については、製油業界には、原料もミールも関税がかかっていませんし、パーム油やオリーブ油もかかっていません。一方で大豆や菜種の原油には10円90銭／キロの関税がかかっています。製油業界からすれば、その関税の10円90銭というのは大きな影響があり、関税がなくなれば、安い輸入油が入ってくるし、入ってこなくても価格の下押し圧力になります。

もう１つは、TPPで畜産製品の関税撤廃となれば肉でそのまま輸入されたりすると、これは当然飼料需要に影響してきますので、やはり大きな影響が市場に出てきます。ミールが売れなくなる、あるいはミールの価格の下押し圧力になるという意味では、私どもにとってこのミールの問題も大きいと思います。

司会　対外政策の変更はいろいろな影響があります。中野さんのところは対外政策について模索をされている中で、何かございますか。

中野　TPPには日本乳業協会として賛同できないと表明しており、当社としても、基本的には反対です、ということを言っています。理由はいろいろありますけれども、ポイントは、日本の農業をどのように位置づけるかという視点で、日本の農業はどうあるべきかという整理が不十分だということです。一方では食料自給率とか、食料安保の問題があり、また、国土を守るといった農業の持つ多面的な機能をどのように見るかという視点も必要です。比較生産費などからいけば、コストが安いところに流れるという経済学の法則がありますが、ただそのような経済合理性だけでは計り知れないものがあるはずです。そこをどういうふうに見るかという、国全体としてのコンセンサスがとれていないという気がします。

日本として守るべきものは守らなければならないですし、守ろうとしたらどういう形で守るかということだと思います。国のほうからもいろいろな戦略が出されていますが、中身が具体的に見えないと、TPPのような無条件な関税撤廃という枠組みの中ではなかなか賛同できません。

ただ、一方では、国際化とか自由化の流れというのは、長い目で見れば、避けて通れないのではないかとも感じています。その流れへの対応をどのようにしていくかという検討も必要ではないかと思います。

乳製品は世界の７％しか貿易に回っていなくて、世界の人口が増えてくると、食料資源が高騰し需給も逼迫し、お金を出しても買えないようになる可能性もあります。農業の将来についてのしっかりとした議論が無いまま進む自由化によるダメージで、国内の今まで築いてきた酪農・乳業が壊滅的なダメージを受けるようなことは、私は絶対に避けなければならないと思っています。大きなダメージを受けないように、ソフトランディングをしながら、日本の酪農・乳業を競争力のあるものにどう変えていくか。では具体的に何をするのかといったら、なかなかイメージは湧きませんけれども、そういった議論、対応はわれわれもやっていかなければならないと思っています。

日本は1,200万トンの乳製品の市場を短期間につくりましたが、これは、一つの日本の文化だと思っていますので、日本の酪農・乳業というものをきちんと残したいと思っています。

司会　奇しくも共通したのは、一次産業の位置付けと、それに対する継続できるような枠組みをどう構築していくかということを抜きには方針も決まらないし、併せて、国産農産物を原料にして製品をつくるお立場からすれば、原料の国境措置と原料の国境措置がバランスしないと、食品業界としては課題が多いということなる。

一次産業をどうしていくのかということと、バランス論というところに落ち着くのかなというふうにお聞きしましたが、局長、この点では政策的にもなかなか難しい状況だと思いますが、何かコメントがあれば、お願いします。

針原　TPPの議論は別にして、EPAを各国と進めていくというのが政府の方針です。ただその際に、一次産業や地域がどうなってもいいのかというと、そのような議論はどこにもないわけで、これは国民のコンセンサスとして、将来とも日本人の食料は基本的には日本でまかなうのが望ましい、そしてどうしてもだめな場合は、海外に依存、そのような順番なのだろうということも20年前と違って最

近はコンセンサスが得られているわけです。

ですから、グローバル化を推進するに当たって、今村さんがおっしゃったように、全量を輸入原料に頼っている業界だけれども、副産物は畜産がお客様になっていて、畜産の力が弱ると困るから、そのような影響も考えていかなければいけないとか、このような影響も含めて、十分な議論をしながら、要はどのような守り方をするのか、どの程度守るのか、そういうことも踏まえて議論していかなければいけないと思います。

司会　一次産業をどう強くしていくかということも、裸で強くできるわけではないので、それは一次産業従事者の努力も要りますが、支援抜きには無理だと思うので、どうやるのかという議論をもっと真摯にしていいと思いますが、なかなか進まないのが食品業界から見ても残念という状況ではないかと思います。

食の安全・安心への取り組み

司会　次に食の安全・安心への取り組みというのは、BSE問題があって食品安全委員会ができて、冷凍ギョーザ事件と事故米問題などがあって、消費庁、消費者委員会が設置されるなど、安全対策、消費者行政が展開してきました。

直近を見ましても、食の安全に関する事案はいろんな形で継続しております。腸管出血性大腸菌に起因した浅漬けでの集団食中毒、ノロウイルスによる食中毒などが相次いで確認されております。加工食品に関わる食中毒というのは、浅漬け以外は、最近はほとんど出ていないような状況かと思います。

このような中でこの１年を振り返りますと、食品安全委員会は放射性物質の評価のほか、BSEの健康栄養評価、あるいは消費者庁は食品表示一元化検討会の報告と立法作業、あるいは消費者安全調査会の設置等が行われてきております。

ただBSEの問題にしても、科学的評価に基づいて報告されるものについても、いろんな形で異論が出てくる。ゼロリスク、あるいは消費者の不安を高めるような主張が一部あることに危惧を持っておりますが、安全というのは当然の話ですから、私どもが取り組むべきことは取り組み、それを情報開示していくということは基本的に重要であり、そのことによって消費者の理解を求めていくということだと思います。

各社で食品の安全について当然品質管理の徹底、安全性確保の取り組みということをおやりになっていると思いますが、１点目は特に最近取り組みでご紹介いただけるようなこと。２点目は、皆さんの品質管理、あるいは供給体制で、実はお客さま相談というのは非常に大きな位置付けになっているのではないかと思います。一つの大きな情報が入ってくるという点で、お客様相談の状況と、それを会社の中でどういうふうに処理されているのかというのを、関係者の理解を求めるという意味でも、ご紹介いただければと思います。

３点目は、食品安全委員会なり消費者庁はいろんな形で取り組んでおられますが、要望という形で何かありましたら、ご紹介いただきたいと思います。

品質管理の徹底、あるいはお客様相談ということで、当然大変重視されている分野だと思いますが、その取り組み状況について、今村さんのほうからお願いします。

今村　食品の安全について、わが社では1998年からISO9001をベースにした品質マネジメントシステムに取り組んでおります。お客様の満足を継続して改善する取り組みを一つ一つ積み重ねていくことが、真に重要なことだと思います。

食品の安全の問題については、本体だけで

はなくて、当社ですと持ち分連結の会社まで全て影響してくるので、品質保証の責任セクションは、子会社だけではなく、少なくとも持ち分連結企業までカバーしないと、何かあったときには必ず本体までその問い合わせがきます。ですからグループとして対応するように言っております。

お客様相談窓口には、いま年間２万5,000件ぐらいの問い合わせがあります。普段は、商品の特徴や使用方法、「賞味期限を過ぎた食用油は大丈夫ですか？」や「使い終わった油はどの様に捨てたらよいでしょうか？」とのお問い合わせが多く寄せられております。中には「商品を改善して欲しい」といった貴重なご意見をいただくこともあり、研究開発とか、商品開発に活かすような仕組みをつくっております。

「原料原産地」については、震災後など特定の環境下でお問い合わせが一時的に増えることがあります。主な原産国については、ホームページでの情報開示やお客様窓口でお答えさせていただいております。現状、わが社ではほとんど海外から輸入する原料が多く、商品名や賞味期限から、どこの原産地のもので、どういう製造プロセスをたどったか、そこはトレースバックできるような仕組みはつくっていますが、原産地別に原料や製品を分けた管理は行っておりません。サラダ油などの精製油は、いずれの原産国であっても一定の品質の製品を安定して供給することを念頭に置いております。例えばブラジルとかアメリカの大豆を区別して製造しませんから、油で原料を区別するというのはなかなか難しいし、まさにゴマは20カ国以上から来ていますから、そういうものをいちいち分けられない状況で、物理的にできないものがあります。

もう１つ、遺伝子組み換えに関する問い合わせを頂くこともあります。搾油に用いている大豆、菜種は“不分別”として国際的に広く一般的に流通しているもので、お問い合わせに対してはその旨回答を行っております。

一方、表示の観点ですが、油には組み換えられたDNAやたんぱく質は製造の過程で残っていないため、製品の分析結果から由来する原料を判別することはできません。製品で識別できないものについて表示を行うことは、それ自体が問題をはらんでしまい、現行の表示ルールである“表示の義務はない”との考え方は、その意味で妥当なものと考えております。

食品表示に関する検討も行われておりますが、物理的にもう限界のあるものや科学的に検証のむずかしいものについては、それはどうするのか、はっきりした方針を出して臨まないと、無駄な時間になってしまうのではないかと私は思っています。

司会　そういうことについては、お客様相談等で意見があれば、丁寧に現状をご説明いただくしかないのではないでしょうか。

今村　お客様相談窓口での対応やホームページできちんと情報発信することが重要です。

司会　中野さんのほうは、安全問題というのは当然のことで、品質管理にいろいろ取り組んでおられるし、CSR報告書で、お客様相談の苦情の中身、どういう苦情があったという

ところまでずっと公表されていますね。そういう点では、非常に熱心に取り組んでいただいていると思うので、その状況を少し紹介いただければと思います。

中野　当社は企業倫理委員会という組織があります。その委員長は社外取締役の日和佐氏で、弁護士、品質の専門家、企業倫理の専門家など外部の方々が委員となっており、私どもの労働組合の代表者、会社の代表も入ってやっています。ここが非常に機能していて、当社のガバナンスの特徴的な部分です。

その中に、品質部会、表示部会、消費者部会があります。品質部会は品質の専門家が何人もいて、全国の工場を全部回り、チェックをしていただいています。当然自分たちの品質保証のシステムは持っていますから、それを常に第三者的な外部の視点で見てもらっているところが特徴的です。

表示部会では、いろいろな外部の表示の専門家に来ていただいてやりとりしますが、最初はなかなか意見が合わないんです。「こういうことを伝えたいから、こういう表示にする」、「その根拠は何ですか」など、いろいろやりとりしていると、しばらく時間がかかりますけど、お互いの接点というのが見つかります。それを当社の任意表示マニュアルというような形でまとめ、それに基づいてやっています。いろいろな意味で、第三者の目線が入っている部分が非常に特徴的なことだろうと思っており、この仕組みはずっと続けていこうと思っています。

それからお客様センターでは、雪印の食中毒事件以降365日、夜７時までフリーダイヤルでお客様対応をしており、受けるほうは大変なところもありますが、これは継続していこうと思っています。「終了時間を早めたり、休日を設けても良いのでは？」という声もありますが、これは断固やり続けます。また、そこに入ってきた特に品質に関わるような情報は、毎日、私も含めて役員のところに情報が入ります。このような品質を含めた危機管理の体制の仕組みを機能させています。

お客様からいただいたいろいろな声は、品質、開発、生産部門で、「お客様満足向上ミーティング」と呼ぶ会議で、商品開発に活かすものは活かして、また、このように活かしましたとフィードバックしたり、消費者とのコミュニケーションをやっています。

ただ、先ほどの表示の一元化の問題とか、原産地表示の問題は、消費者サイドのニーズとわれわれメーカーとのバランスをとって、一番良い方法をどこで接点を見つけるかということが大切だと思っています。

例えば表示の問題でも、あまり細かいことをあれも書けこれも書けというと、それが逆に消費者にとってマイナスになることも大いにあると思っていますので、ぜひバランスをとった形でやっていただければと思っています。

司会　確かに知りたいことを表示するということになると、限りがないんですね。コストとの関係も問題が出てきますし、消費者庁の調査結果によれば、現行の表示制度について、４分３の人がもっと簡略化してくれ、わかりにくいという声があります。一方で一部には、強く、遺伝子組換えを含めて、情報を全部、知りたいことを教えろと。それはお客様相談なり、ホームページをご覧いただければ、関心のあることはわかる仕組みになっていると思いますが、それをどう整理をつけていくかというのは、新年も大きな課題の１つだと思っています。

安全行政、あるいは消費者行政で局長から何かあるでしょうか。

針原　一昨年、新しい局になったときに、うちの職員は、食品安全については別に消費・安全局という部署があるので、そこが食品安

全の担当という意識がまだちょっとありました。ところが、食品産業の基本というのは食の安全なわけですから、我々の職員も自らそういう意識を持った上で新しいイノベーションとか、バリューチェーンとかを言うべきで、食品安全を分からないものが新しいことを言ってはいけないんだということで、まず職員の中で食品安全に関する研修を１年間行い、食品安全、食品微生物学と食品化学、最近はそれに放射能というのを加えて、この基礎知識について、大学卒業程度のものができるような基礎講座を職場の研修制度として実施しているわけです。

もう１つは、定例的に局の幹部である課長以上で、ISO31000のリスクマネジメントの手法を取り入れて、食品安全に関する組織としてのリスクマネジメント、食品安全のマネジメントではなくて、チェック体制がどうかというような話を継続的にやって、対応として不十分な点や、連絡についても遅いかどうかということを必ずチェックするようにしています。

そういう中で、浅漬けの事件が北海道で起こりました。ここでわれわれに突き付けられた課題は、業界団体に入っている方々については、その業界団体を通じて、「こういう新しい基準ができました」、あるいは「事故が起こったら、きちんとやりましょう」というような話ができますが、浅漬けを製造している施設というのは5,500ぐらいあって、業界団体に属しているのは1,100社くらいあります。多くの小さな町工場や農家が浅漬けを作って供給していて、現に、業界団体に入っていなかった業者のところで発生してしまったわけです。

このような方々のところに行政としてどのようにアウトリーチするかという課題を突き付けられたわけです。いま地方出先機関である農政局や地域センターを通じて、まず全部の事業所を巡回しようということで対応しています。一方で、地方出先機関も人員がどんどん減らされているわけです。「せっかく国でいい基準を作っても現場にきちんと伝わらない」ということになると大きな問題で、実際にそういう小さな業者の事故が業界全体の評価になって、今年は浅漬けの売上が激減したという時期もあったわけですから、そこを行政としてどのように対応していくのかということを大きな課題として認識しています。

司会　食料産業局のほうで、どの課に属するということではなくて、横断的な課題について窓口をそれぞれつくっていただいておりますし、いま話題になった浅漬けの問題も、HACCPシステムについてすでに浅漬けとして整理をしていたものが、いかに現場の人に伝わっていないかということがはっきりしてきて、それで組織化も図られ、そういう周知徹底も図られてきていると。そういう点では、今年一つの問題提起があったかなという気がいたします。

針原　６次産業化を進めると、ニューカマーとしてどんどん小さな事業者が出てきます。その際に、食品の基本は安全だという、そこの意識が徹底しないまま産業化が行われると、これは非常に危険で、既存の業者さんまで巻

き込まれた大騒動になってしまうということなので、徹底しなければいけないと思っています。

司会　今度の浅漬の問題で言うと、依然としてまだ原因究明がなされていないですね。かつてのカイワレ大根のときもそうでしたが、O-157にからむ問題はなかなか最終的な原因究明ができないというのは、実は対策もこれでいいかどうかはわからないということになるので。これは主に厚生労働省の問題になると思いますが、ぜひ原因究明ははっきりしてほしいというところが、一番残された課題かと思っています。

本日はこのほかに、食品廃棄物の抑制、容器包装リサイクルなど環境問題、また、消費税引き上げについて、円滑な転嫁、低所得者対策など課題が多いのですが予定の時間になりました。

今年の抱負

司会　最後に、新年への期待、抱負をお聞かせいただければと思います。

中野　いま食品業界はいろいろな課題があって、不透明な状況です。たぶん本年もそういったものは続いていくだろうと思っています。

ただ、私どもの食品産業は、どんな状況にあれ、消費者の皆さまに安全で安心していただける食品を安定的に届けることがミッションだと思っています。都度々々の課題はいろいろあっても、そこをどうやって対応し、ミッションを全うしていくかということを精一杯やります。

先ほど来申し上げているように、これから食料資源が高騰し不足するような時代がくるかもしれません。食品を従来と違って資源として捉える見方もたぶん必要になってくるだろうと思っています。「３分の１ルール」の見直しなどへ、私どもの意見も出して、業界全体で議論し、協力していきたいと思っています。

私は食に携わる者として、高い使命感や倫理感を持って臨んでいきたいと思っていますし、またそれが誇りだと思っています。

今日申し上げたことをやっていく中で、自分たちの経営基盤をきちんと安定させて、社会全体のお役に立てるような、そういう会社にならないと、いくら理想論を言っていてもだめなので、まずは「強い会社」になりたいと思っています。

一口に食品業界といっても、業種によって抱えている問題は全然違いますので、われわれ自身、個別の企業として努力するところは努力をしますし、業界としてやるべきことはやります。その中で国や行政のいろいろなご指導やサポートをいただき、きちんと協力しながら、連携してやっていきたいと思います。

一番大事なのは、酪農生産者の皆さまも、われわれも、食に携わる者が、それぞれの業界で、将来の希望が持てるようにしていきたいと思っています。そのためには、われわれ単独でできないことについては、いろんな連携の中で問題も解決していきたいと思っています。

食料の自給率とか、食料安保の問題とか、６次産業化とか、国のほうからもいろいろ課題を提示されています。これは言い換えればわれわれ自身の課題でもあると思っています。そのためにわれわれもいろいろな投資などもやっていますので、ぜひ明るい年にしたいと思っています。

最後にもう１つだけ。放射能問題の根本的な解決は、繰り返しになりますが、酪農生産の現場の除染が進まない限り、根本的な解決にならないので、ぜひここは、国が取組みスピードを速めて対応をお願い致します。

今村　日本植物油協会は昨年がちょうど設立50周年で、次の50年にこれから向かうというところです。いまは本当に厳しい環境を迎えておりまして、穀物高の影響をダイレクトに受ける産業です。要するに川上産業ですから、穀物高をどうやって製品価格に適正に反映させていただけるのか、ここがまず１つ大きいです。

コストダウンとか、そういう問題は一方で進めていかなければいけませんけれども、いまの原料高というのはそれをはるかに越えていて、次元が異なる環境下にきている。そういう意味では、わずか数年で原料は急騰しています。そこをきちんと認識して、業界全体が危機意識を持って臨まないといけないと思います。

したがって、価格是正はやっていかないといけないので、地道に、粘り強くやりますけれども、一方で製油業界全体が構造改革に進んでいかざるを得ない。原料が構造変化しているわけですから、メーカーも構造改革をしていかざるを得ない。これはかなりいろいろな軋轢を生むし、厳しい局面も出てくると思いますが、これは避けて通れないと考えています。私は今、日本植物油協会の会長をやっていますが、そういう中でこれは訴えていかないといけないと思います。まだ赤字になっていないものですから、そこの危機意識が多少弱いんですね。製油業界もこのまま放置すると赤字になる可能性は十分あり得ると思っています。

もう１つは、構造改革だけではなくて、成長戦略をどうやって描くのか。成長戦略は、私は１つは技術だと思います。従来の大豆・菜種の分野でも、パーム油でもまだまだ技術で掘り起こせる潜在需要はあると思っています。もう１つは海外展開で、アジアは所得水準の向上で消費市場が広がっていくわけで、日本の製油技術はトップレベルだと自負していますから、そこにどうやって日本の製油の技術を活用していくのか、これに尽きるのではないかと思っています。

司会　局長、新年を迎えるに当たって特に食品業界に「これは」ということがありましたら、お願いします。

針原　厳しい環境の中ですが、日本の食品産業というのは、利益率を少し我慢してでも、社会貢献とか、地域貢献とか、そのようなことをお考えになるような企業群であり、かつ、それが持続性の源になっているのだろうと思っています。ですから、苦しい状況ですけれども、ぜひ頑張っていただきたいと思いますし、私どもがお役に立てることなら、できるだけたくさんやりたいと思っています。

とりあえず私どもは震災と原発事故からの復興をまず考えなければいけないわけですし、食品の安全をベースに行政を展開するということも継続的に行うわけです。

バリューチェーンとイノベーションを核とする政策の新展開については、まだ成果は出ていませんが、ファンドも今年から発足することになりますので、ぜひ今年はそういう新しい政策が少しずつ成果を出せるように、そして食品産業の皆様のお役に立てるように努めていきたいと思っております。

司会　最初に話題にしました被災地の復興が進み、また諸々の課題が継続になっておりますが、そういう課題解決、少なくともその方向付けがされ、農林水産省の新しい政策の枠組みが具体的に進行し、そういう中で内外の経済環境が改善し、明るい将来が展望できるような年になってほしいという願望を込めて、本日の座談会を終了させていただきます。どうもありがとうございました。