

社会課題に配慮した食の需要について、 生活者1万人に調査

～「食料・農業・農村基本法」改正に伴う食産業への影響と、求められる対応～

2025.2.20

株式会社日本総合研究所



日本総研について

経営理念

知識エンジニアリング活動を通じて、
お客様・社会の新たな価値実現にパートナーとして貢献する

シンクタンク・コンサルティング部門

調査部

経済調査、政策提言に向けた
リサーチ

創発戦略センター

ビジネスモデル開発、事業立ち上げ
支援 等のインキュベーション

リサーチ・コンサルティング部門

企業・官公庁向けの
コンサルティング

未来社会価値研究所

将来世代が直面する課題に対する
外部と連携した解決策の提言発信

システム部門

SMBCグループ企業に対する
システム企画・開発、プロジェクト管理、
セキュリティ対策、DX推進 等の
ITソリューションの提供

シンクタンク・コンサルティング部門のパーパス

パーパス

次世代起点でありたい未来をつくる
傾聴と対話で、多様な個をつなぎ、共にあらたな価値をつむいでいく



自律協生社会の実現

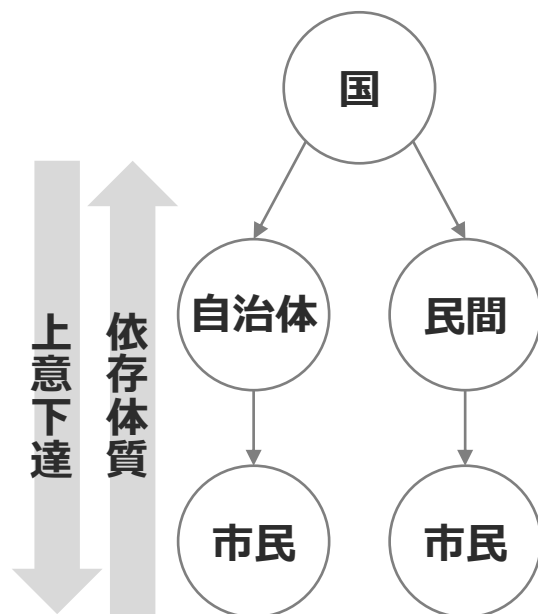
日本総研が描く「ありたい未来」の1つ

自律協生社会とは

これまで

受け身の社会

市民は画一的なサービスを享受する

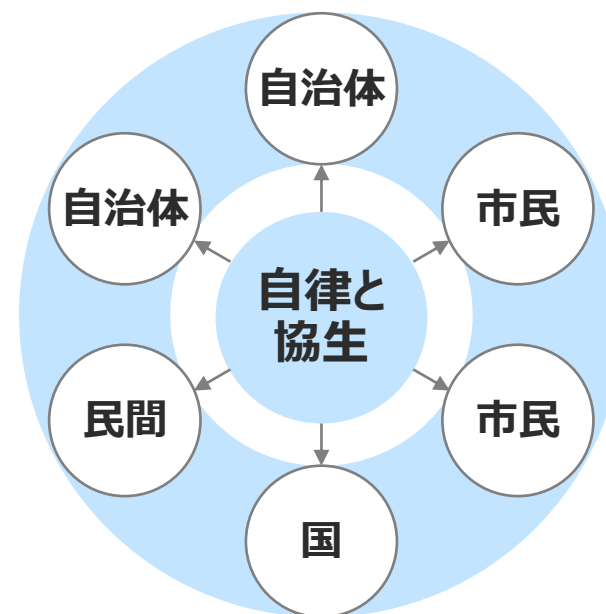


公共サービスの支え手が減少し、
必要な方にサービスが届きづらくなる

ありたい未来

自律協生社会

市民は多様なサービスから選択でき、
社会のために主体的に貢献する



各々が他者に提供できる価値を育み
提供・受領しあえている

環境と調和のとれた食料システムの確立が求められている

「環境と調和のとれた食料システムの確立」構築にあたってはフードチェーン全体をつなげる必要があるが、現状、連携事例は多くない。



現状

プレイヤーが個々に課題解決に向けた取組みを実施



生産者

農協・市場

食品加工

卸売

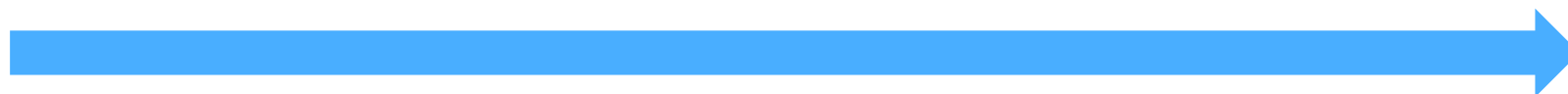
小売・外食



フードチェーン全体を通じた取組みが必要

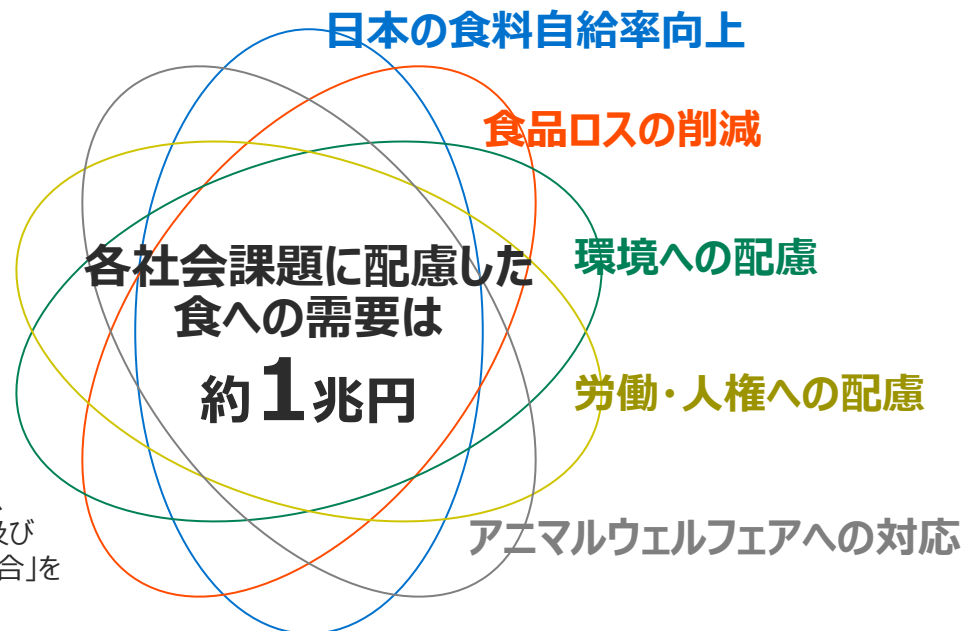


本来



社会課題に配慮した食の付加価値について、市場価値を試算

環境に配慮した食の付加価値試算は約6,500億円。2023年の機能性表示食品の市場規模に匹敵。
 社会課題に配慮した食が新たに生み出す付加価値総額は、約1兆円に上る。



※ 社会課題に配慮した食を選択する意向がある生活者の「普段の食事の市場規模」をベースに、「社会課題に配慮した食への置換意向割合」及び「社会課題に配慮した食への追加支払意向割合」を掛け合わせて算出。

(億円)	日本の食料自給率向上	食品ロスの削減	環境への配慮	労働・人権への配慮	アニマルウェルフェアへの対応
合計	8,287	4,539	6,551	6,225	5,735

重複も考慮すると全体でおよそ1兆円程度の市場と推計される

「食料・農業・農村基本法」改正の食農業界への影響 ～社会・環境の視点を中心に～

2025年2月

株式会社日本総合研究所
創発戦略センター チーフスペシャリスト
三輪 泰史

プロフィール【日本総合研究所 三輪泰史（みわ やすふみ）】



株式会社日本総合研究所 創発戦略センター チーフスペシャリスト（農業）
株式会社三井住友銀行 社会的価値創造推進部 部長【兼務】

研究員紹介ウェブサイト

<https://www.jri.co.jp/staff/detail/miwayasufumi/>

学歴・職歴

2002年 東京大学農学部国際開発農学専修卒業

2004年 東京大学大学院農学生命科学研究科農学国際専攻修士課程修了

同年 日本総合研究所入社

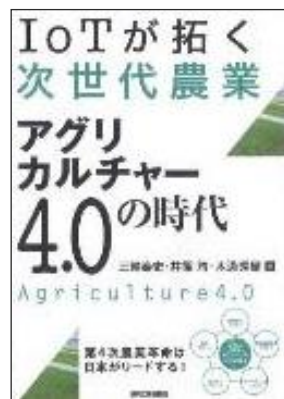
2008年 東京大学大学院農学生命科学研究科農学国際専攻博士課程単位取得退学

委員等

農林水産省委員（**食料・農業・農村政策審議会委員**、同審議会**基本法検証部会委員**、企画部会長代理・畜産部会長・甘味資源部会長・**農村振興整備部会委員**、**農業DX構想検討会座長**、食料生産地域再生のための先端技術展開事業（先端プロ）有識者委員、**食料安全保障アドバイザリーボード委員等**）

内閣府委員（戦略的イノベーション創造プログラム（SIP）【第1期】サブPD、戦略検討WG有識者委員、データ連携基盤サブWG有識者委員【第2期】戦略コーディネータ）、**農研機構アドバイザリーボード委員長**・経営評価委員・知財委員、IoP推進機構理事、NEDO技術委員、農林中央金庫アドバイザリーボード委員、アグロイノベーション委員、農学アカデミー委員等を歴任

主な書籍

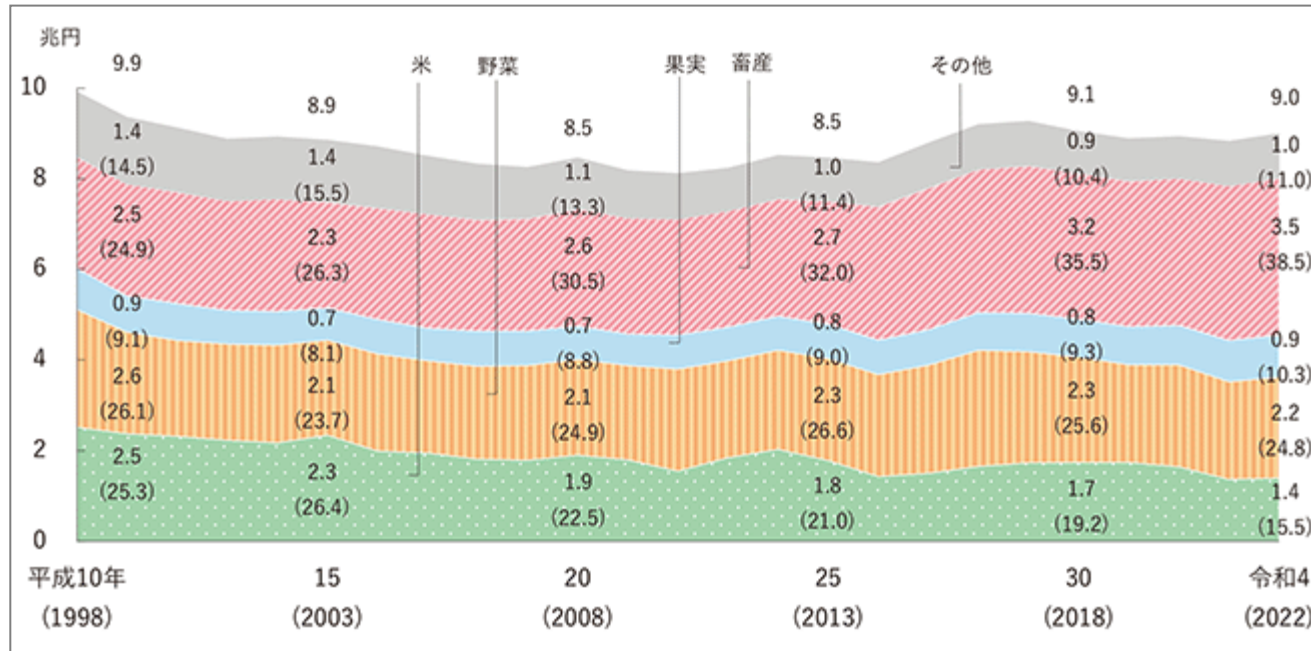


「よくわかる 実践！スマート農業」「よくわかるスマート農業－デジタル化が実現する儲かる農業－」「よくわかるフードテック入門」「よくわかるスマート水産業」「IoTが切り拓く次世代農業－アグリカルチャー4.0の時代－」「次世代農業ビジネス経営」(三輪泰史：日刊工業新聞社)、「植物工場経営」(井熊均・三輪泰史：日刊工業新聞社)、「グローバル農業ビジネス」(井熊均・三輪泰史：日刊工業新聞社)、「甦る農業-セミプレミアム農産物と流通改革が農業を救う」(井熊均・三輪泰史編著：学陽書房)、「図解 次世代農業ビジネス」(井熊均・三輪泰史編著：日刊工業新聞社)等

1. 農業・食品産業は大きな転換点に

- 現在の食料・農業・農村基本法が制定されて約25年が経過し、外部環境が大きく変化
- 農業総産出額は下げ止まりを見せるが、農業就業人口や農地面積の減少は歯止めがかからず。ここからV字回復できるかどうかの分水嶺に

農業総産出額の推移



新たなリスク

日本経済の停滞
 気候変動
 新型コロナウイルス
 国際情勢の不安定化
 経済連携協定
 など

出所：農林水産省「令和5年度 食料・農業・農村白書」

2-1. 食料・農業・農村基本法の改正

- 食料・農業・農村政策審議会での審議等を経て、改正法が成立。
- 食料安全保障やスマート農業などの当初からの重点テーマをベースに、審議会の議論の中から適正な価格形成や多様な農業人材といった新たなテーマが追加。

検討開始時の重点テーマ

スマート技術の活用による
担い手の育成

輸出促進

農林水産業のグリーン化

食料安全保障の強化

追加的なテーマ

適正な価格形成

多様な農業人材

農産物物流
(ファーストワンマイル、ラストワンマイル)

“平時”と“不測時”の食料安全保障

など

2-2. 食料・農業・農村基本法の概要

食料安全保障の抜本的な強化

- ① **食料安全保障を柱として位置付け**
 - ・国全体としての食料の確保(食料の安定供給)に加えて、国民一人一人が食料を手に入れることができるようにすることを含むものへと再整理
- ② **食料安定供給の基本的考え方を堅持し、輸入の安定確保に関する新たな位置付け**
 - ・食料安全保障の確保については、過度な輸入依存の低減の観点から、輸入・備蓄とともに行う国内の農業生産の増大が基本
 - ・食料安定供給に当たっての生産基盤の重要性の視点を追加するとともに、輸入相手国の多角化や輸入相手国への投資の促進など、輸入の安定確保について新たに位置付け
- ③ **農産物の輸出に関する政策的意義について位置付け**
 - ・農産物の輸出について、国内生産基盤の維持の視点を追加するとともに、増大する海外需要に対応し、農業者や食品事業者の収益性の向上に資する輸出の促進が重要である旨を位置付け
- ④ **生産から消費までの関係者の連携促進(「食料システム」という新たな概念の位置付け)**
 - ・食料供給の持続性を高めるため、生産・加工・流通・小売から消費者を含む概念として食料システムを新たに位置付け(同時に、関係団体の役割や食品事業者のより主体的な役割の明確化等)
- ⑤ **適正な価格形成の促進と消費者の役割の明確化**
 - ・食料の価格形成において、農業者、食品事業者等の関係者の相互理解と連携の下に、農業生産等の合理的な費用や環境負荷低減のコストなど、食料の持続的な供給に要する合理的な費用が考慮された適正な価格形成を促す視点を、消費者の役割も含め明確化
- ⑥ **円滑な食品アクセスに関する新たな位置付け**
 - ・幹線物流やラストワンマイル等の課題がある中で、円滑な食品アクセスの確保に関する施策を新たに位置付け

※上記のほか、農業生産に不可欠な生産資材の安定確保、食品事業者に関する施策の追加など必要な見直しを行う。

等

環境と調和のとれた産業への転換

- **環境と調和のとれた食料システムの確立を柱として位置付け**
 - ・食料供給が環境に負荷を与えている側面にも着目し、多面的機能に加え、環境と調和のとれた食料システムの確立を位置付け
 - ・その上で、環境等の持続性に配慮した取組の促進などについて明確化 等

人口減少下における生産水準の維持・発展と地域コミュニティの維持

- ① **生産基盤の確保に向けた担い手の育成・確保とそれ以外の多様な農業人材の役割の明確化**
 - ・担い手の育成・確保を引き続き図りつつ、農地の確保に向けて、担い手とともに地域の農業生産活動を行う、担い手以外の多様な農業人材も位置付け
- ② **農業法人の経営基盤の強化を新たに位置付け**
 - ・農業者が急速に減少する中で、食料供給に重要な役割を果たす農業法人の経営基盤の強化も位置付け
- ③ **将来の農業生産の目指す方向性の明確化**
 - ・食料の安定供給を図るためにも、スマート農業の促進や新品種の開発などによる「生産性の向上」、知的財産の確保・活用などによる「付加価値の向上」、「環境負荷低減」といった将来の農業生産が目指す方向性を位置付け
 - ・特に、より少ない農業者で食料供給を確保しなければならなくなる中で、サービス事業体の育成・確保を位置付け
- ④ **近年増大する食料・農業のリスクへの対応の明確化**
 - ・防災・減災や既存施設の老朽化への対応も視野に、農業水利施設等の基盤の整備に加え、保全等も位置付け
 - ・家畜伝染病・病害虫の発生予防・まん延防止の対応についても位置付け
- ⑤ **農村振興の政策の方向性の明確化**
 - ・農村との関わりを持つ者(農村関係人口)の増加や農村RMOの活動促進、多面的機能支払による「地域社会の維持」を位置付け
 - ・農泊の推進や6次産業化など地域資源を活用した産業の振興を位置付け
 - ・鳥獣害対策や農福連携などについて明確化 等

出所：農林水産省

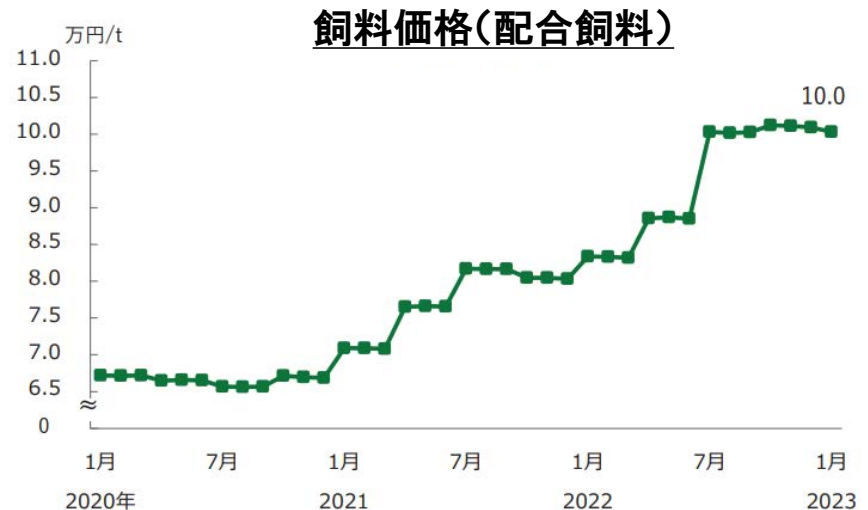
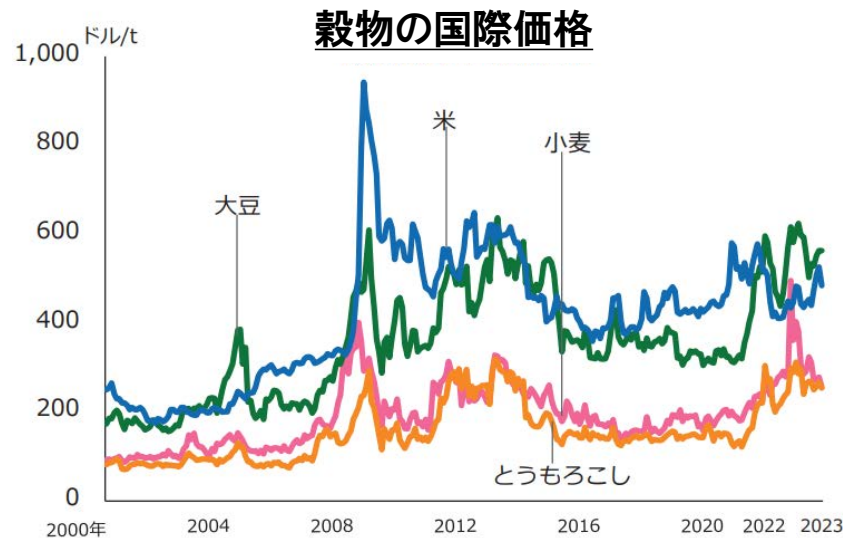
3-1. 顕在化しつつある食料安全保障リスク

- FAOの食料安全保障（フードセキュリティ）の定義は以下の通り。

全ての人が、いかなる時にも、活動的で健康的な生活に必要な食生活上のニーズと嗜好を満たすために、十分に安全かつ栄養ある食料を、物理的にも社会的にも経済的にも入手可能であること

出所：FAO、農林水産省

- 穀物や肥料でリスク（温暖化、ウクライナ侵攻など）が顕在化。緊急事態食料安全保障指針が改定、“早期注意段階”のステータス。
- 食料安全保障大綱を策定。需要に応じた生産、水田の畑地化、肥料国産化、耕畜連携などが重点政策に。

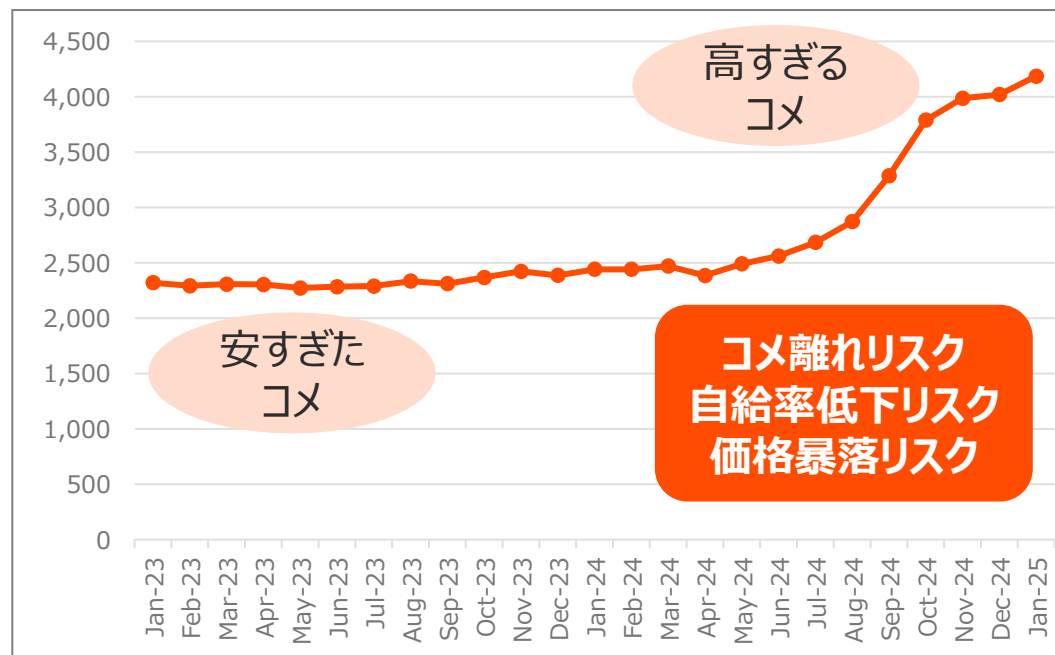


出所：農林水産省「令和4年度 食料・農業・農村白書」

3-2. コメに関する食料安全保障のリスク増大

- わが国の主食であるコメに関して、2024年夏～秋の品薄（令和のコメ騒動）に始まり、現在に至るまで異常な高値が継続。（店頭価格が約1.6～1.8倍に）
- 基本法で示された“平時の食料安全保障”の大きなリスクに。消費者のコメ離れや輸入米の増加の懸念もあり
- 備蓄米放出の仕組みを整備したことで、今後は価格低下が期待される

コシヒカリの店頭価格（東京都区部）



出所：総務省「小売物価統計調査」より発表者作成

備蓄米放出の効果



高値での販売を期待しての売り惜しみが解消
 （特に普段はコメを扱わない新規プレイヤー）

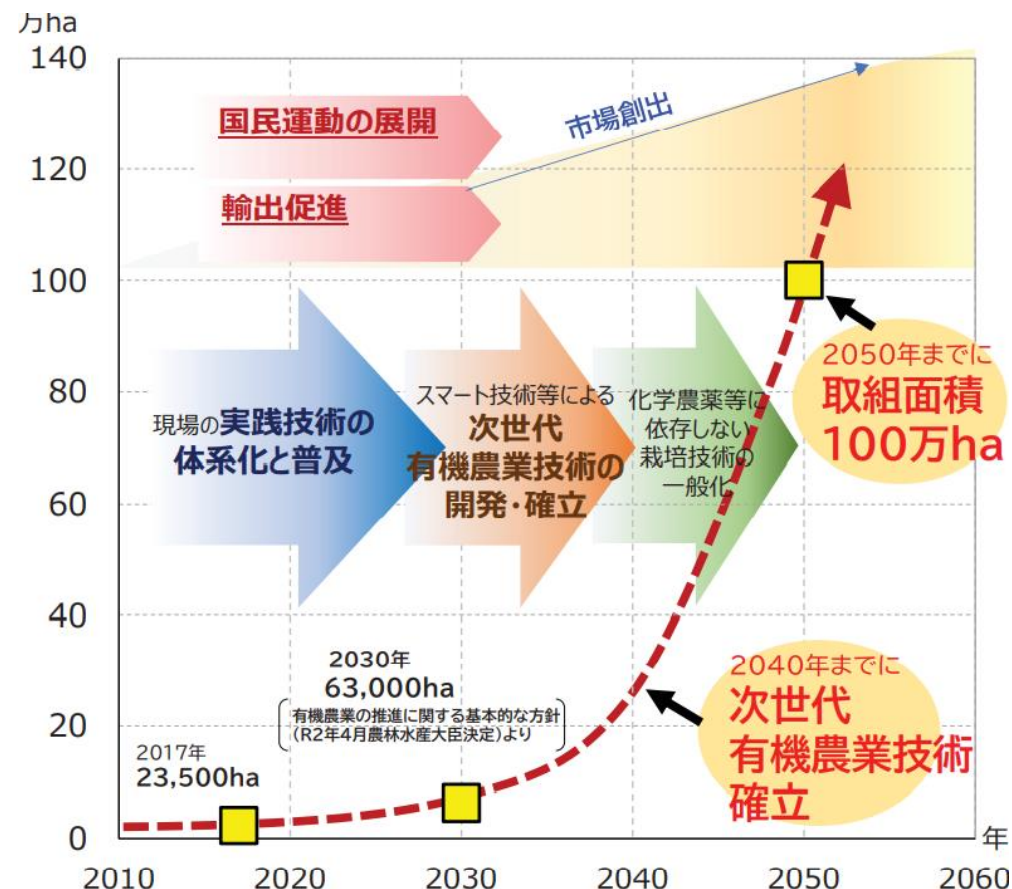
⇒数か月のタイムラグで、
 店頭価格も低下の見込み

4-1. みどりの食料システム戦略の概要

- 農林水産業におけるSDGsや環境への対応の重要性の高まりを受け、農林水産省は2021年5月に「みどりの食料システム戦略」を策定。
- イノベーションによる食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立を掲げている。

本戦略が掲げる目標（2050年、抜粋）

- ①農林水産業のCO2ゼロエミッション化の実現
- ②化学農薬の使用量をリスク換算で50%低減
- ③化学肥料の使用量を30%低減
- ④耕地面積に占める有機農業の取組面積を25%、100万haに拡大
- ⑤2030年までに持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現

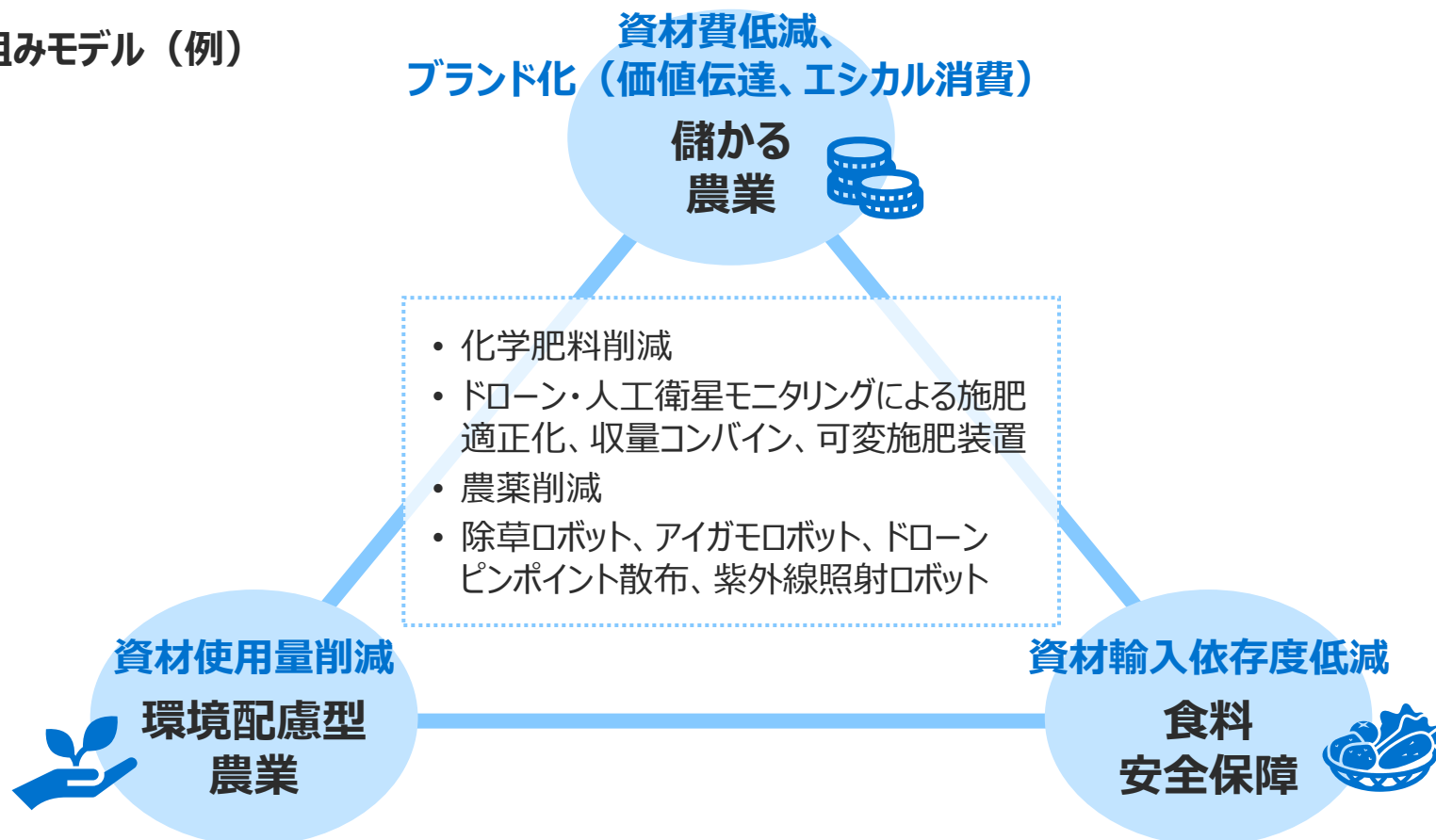


出所：農林水産省「みどりの食料システム戦略」

5. 基本法改正を踏まえた日本総研の視点 “環境に優しい＝儲かる”の実現

- 農業・農村の発展には、事業面、環境面、社会面の3つのサステナビリティの両立が不可欠。
- “環境配慮・社会貢献は儲からないが義務だから仕方なくやる”から、資材費高騰やSDGsへの関心増加に伴うエシカル消費の台頭で、“SDGsの取り組みによって儲かる”へ。

取り組みモデル（例）



5. 食料・農業・農村基本法で掲げた目標達成に向けたポイント

食料安全保障の抜本的な強化

- ① 食料安全保障を柱として位置付け
 - ・国全体としての食料の確保(食料の安定供給)に加えて、国民一人一人が食料を手に入れることができるようにすることを含むものへと再整理
- ② 食料安定供給の基本的考え方を堅持し、輸入の安定確保に関する新たな位置付け

食料安全保障の確保については、過度な輸入依存の低減の観点から、輸入・備蓄とともに行う国内の農業生産の増大が基本

食料安定供給に当たっての生産基盤の重要性の視点を追加するとともに、輸入相手国の多角化や輸入相手国への投資の促進など、輸入の安定確保について新たに位置付け
- ③ 農産物の輸出に関する政策的意義について位置付け

農産物の輸出について、国内生産基盤の維持の視点を追加するとともに、増大する海外需要に対応し、農業者や食品事業者の収益性の向上に資する輸出の促進が重要である旨を位置付け
- ④ 生産から消費までの関係者の連携促進(「食料システム」という新たな概念の位置付け)

食料供給の持続性を高めるため、生産・加工・流通・小売から消費者を含む概念として食料システムを新たに位置付け(同時に、関係団体の役割や食品事業者のより主体的な役割の明確化等)
- ⑤ 適正な価格形成の促進と消費者の役割の明確化
 - ・食料の価格形成において、農業者、食品事業者等の関係者の相互理解と連携の下に、農業生産等の合理的な費用や環境負荷低減のコストなど、食料の持続的な供給に要する合理的な費用が考慮された適正な価格形成を促す視点を、消費者の役割も含め明確化
- ⑥ 円滑な食品アクセスに関する新たな位置付け
 - ・幹線物流やラストワンマイル等の課題がある中で、円滑な食品アクセスの確保に関する施策を新たに位置付け

※上記のほか、農業生産に不可欠な生産資材の安定確保、食品事業者に関する施策の追加など必要な見直しを行う。

等

環境と調和のとれた産業への転換

- 環境と調和のとれた食料システムの確立を柱として位置付け
 - ・食料供給が環境に負荷を与えている側面にも着目し、多面的機能に加え、環境と調和のとれた食料システムの確立を位置付け
 - ・その上で、環境等の持続性に配慮した取組の促進などについて明確化 等

人口減少下における生産水準の維持・発展と地域コミュニティの維持

- ① 生産基盤の確保に向けた担い手の育成・確保とそれ以外の多様な農業人材の役割の明確化
 - ・担い手の育成・確保を引き続き図りつつ、農地の確保に向けて、担い手とともに地域の農業生産活動を行う、担い手以外の多様な農業人材も位置付け
- ② 農業法人の経営基盤の強化を新たに位置付け
 - ・農業者が急速に減少する中で、食料供給に重要な役割を果たす農業法人の経営基盤の強化も位置付け
- ③ 将来の農業生産の目指す方向性の明確化
 - ・食料の安定供給を図るためにも、スマート農業の促進や新品種の開発などによる「生産性の向上」、知的財産の確保・活用などによる「付加価値の向上」、「環境負荷低減」といった将来の農業生産が目指す方向性を位置付け
 - ・特に、より少ない農業者で食料供給を確保しなければならなくなる中で、サービス事業者の育成・確保を位置付け
- ④ 近年増大する食料・農業のリスクへの対応の明確化
 - ・防災・減災や既存施設の老朽化への対応も視野に、農業水利施設等の基盤の整備に加え、保全等も位置付け
 - ・家畜伝染病・病害虫の発生予防・まん延防止の対応についても位置付け
- ⑤ 農村振興の政策の方向性の明確化
 - ・農村との関わりを持つ者(農村関係人口)の増加や農村RMOの活動促進、多面的機能支払による「地域社会の維持」を位置付け
 - ・農泊の推進や6次産業化など地域資源を活用した産業の振興を位置付け
 - ・鳥獣害対策や農福連携などについて明確化 等

出所：農林水産省「食料・農業・農村基本法改正のポイント」

6-1. 環境価値の見える化に関する政策

- 農林水産省では環境価値を見える化し、消費者へ訴求するための取り組みを実施
- 農水省独自のラベル制度を展開。対象は、①温室効果ガス削減、②生物多様性保全、の2つ
- 全国で実証事業を展開。ただし、本格的な普及に向けての農業・食品事業者の動きは限定的。

温室効果ガス削減への貢献

栽培情報を用い、生産時の温室効果ガス排出量を試算し、地域の慣行栽培と比較した削減貢献率を算定。

$$100\% - \frac{\text{対象生産者の栽培方法での排出量(品目別)}}{\text{地域の標準的栽培方法での排出量(品目別)}} = \text{削減貢献率(\%)}$$

排出(農薬、肥料、燃料等)
ー吸収(バイオ炭等)

★ : 削減貢献率5%以上
★★ : " 10%以上
★★★ : " 20%以上



見る × 選べる
みえるらべる

対象品目：23品目

米、トマト(露地・施設)、キュウリ(露地・施設)、なす(露地・施設)、ほうれん草、白ねぎ、玉ねぎ、白菜、キャベツ、レタス、大根、にんじん、アスパラガス、ミニトマト(施設)、いちご(施設)、リンゴ、温州みかん(露地・施設)、ぶどう(露地・施設)、日本なし、もも、ばれいしょ、かんしょ、茶

出所：農林水産省（見つけて！農産物の環境負荷低減の取組の「見える化」～温室効果ガス削減への貢献と生物多様性保全への配慮～：農林水産省）

生物多様性保全への配慮

※米に限る

<取組一覧>

化学農薬・化学肥料の不使用	2点
化学農薬・化学肥料の低減 (5割以上10割未満)	1点
冬期湛水	1点
中干し延期または中止	1点
江の設置等	1点
魚類の保護	1点
畦畔管理	1点

★ : 取組の得点1点
★★ : " 2点
★★★ : " 3点以上

6-2. 環境価値の見える化に関する日本総研の取り組み（例）

グリーンマーケティングラボ (GML)



Sustana-Agri実証 (SMBCと協働)



出所：日本総合研究所、三井住友銀行



ご清聴ありがとうございました



持続可能な食料システムが生み出す新たな付加価値 ～付加価値獲得に向けた農業・食品産業での取組みについての考察～

2025.2.20

株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
ヘルスケア・事業創造グループ
フード&ライフデザインチーム

自己紹介

関 健太郎 せき けんたろう

株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
ヘルスケア・事業創造グループ
フード&ライフデザインチーム
シニアマネジャー



学歴

京都大学経営管理大学院ファイナンス・会計プログラム修了（MBA）

職歴

2011年 株式会社日本総合研究所入社
2017年-2023年 株式会社三井住友銀行コーポレートアドバイザー本部
ヘルスケア・食品グループ兼務出向

専門テーマ

- ・ 持続可能な食料システムの構築支援
- ・ 食・ヘルスケア領域における研究開発・新規事業戦略策定支援
- ・ エシカル消費/消費者志向経営に関する取組み支援

主なコンサルティング実績

- ・ 「IoT技術を活用したサプライチェーンの効率化及び食品ロス削減の事例創出」（経済産業省）
 - ・ 「食品企業における研究開発動向と取り組むべき研究開発構想作成支援業務」（農研機構 生研支援センター）
 - ・ 「新規事業戦略検討支援」（食品メーカー）
 - ・ 「次世代R&Dテーマ創出支援」（食品メーカー）
 - ・ 「砂糖税導入可能性を踏まえた事業検討支援」（食品メーカー）
 - ・ 「持続可能な原料調達戦略検討支援」（食品メーカー）
 - ・ 「バイオ技術を活用した新原料事業展開支援」（食品メーカー）
 - ・ 「健康食品分野における研究開発戦略支援」（食品メーカー）
 - ・ 「自社素材を活用した新規事業検討支援」（化学メーカー）
 - ・ 「健康食品分野における研究開発戦略支援」（食品メーカー）
 - ・ 「健康寿命延伸産業創出推進事業」（経済産業省）
- ほか多数

主な執筆記事・論文・著書等

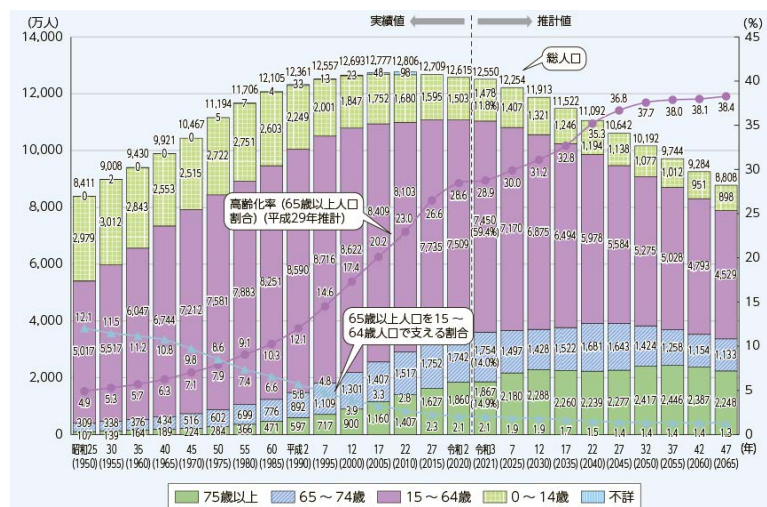
- ・ 「2025年の健康食品産業」（2025年 ヘルスライフビジネス誌 インタビュー記事掲載）
- ・ 「食品・農産物におけるダイナミックプライシング」（2024年 農産物流通技術2024 出稿）
- ・ 「アフターコロナで期待される食品の付加価値と市場 ～ウェルビーイングとサステナビリティの両立に向けて～」（2024年 健食原料・OEM展 講演）
- ・ 「加速するフードテックと社会課題への挑戦」（2022年 SSKセミナー 講演）
- ・ 「図解よくわかる フードテック入門」（2022年 日刊工業新聞社 共著）

持続可能な食料システムは食品産業に新たな価値を生み出すのか

- 付加価値向上と社会課題への配慮が別々に検討されている点が社会課題への対応が進まない要因の一つです。
- 社会課題に配慮した“持続可能な食料システムの構築”が付加価値に結び付けば取組みは促進されと考えます。

付加価値を生み出す新たなビジネス機会が必要

人口減少や高齢化によって国内の空腹を満たすための基本的な“食”市場の需要は縮小することが分かっているなかで、新たな付加価値を生み出すビジネス機会が必要とされている。



引用：内閣府「令和4年版高齢社会白書」

環境をはじめ社会課題への配慮が求められている

2024年の食料・農業・農村基本法の改正における「環境と調和のとれた食料システムの確立」が強く打ち出されたことで、これまで以上に農業・食品産業に対して社会課題に配慮した取組みが求められている。

法律の概要	
食料安全保障の確保	
(1) 基本理念として、	①「食料安全保障の確保」を規定し、その定義を「良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態」とする。(第2条第1項関係)
②国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要であることに鑑み、国内での食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない旨を規定。	(第2条第4項関係)
③食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者によりその持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようしなければならない旨を規定。	(第2条第5項関係)
環境と調和のとれた食料システムの確立	
(1) 新たな基本理念として、食料システムについては、食料の供給の各段階において環境に負荷を与える側面があることに鑑み、その負荷の低減が図られることにより、環境との調和が図られなければならない旨を規定。	(第3条関係)
(2) 基本的施策として、	①価格形成における費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進等を規定。(第20条及び第32条関係)
農業の持続的な発展	
(1) 基本理念において、生産性の向上・付加価値の向上により農業の持続的な発展が図られなければならない旨を規定。	(第5条関係)
(2) 基本的施策として、効率的かつ安定的な農業経営以外の多様な農業による農地の確保、農業法人の経営基盤の強化、農地の集約化・適正利用、農業生産の基盤の保全、先端技術(スマート技術)等を活用した生産性の向上、農産物の付加価値の向上(知財保護・活用等)、農業経営の支援を行う事業者(サービス事業者)の活動促進、農産物の伝達性向上・有価物の発生予防、農業資材の価格変動への影響緩和等を規定。	(第26条から第31条まで、第37条、第38条、第41条及び第42条関係)
農村の振興	
(1) 基本理念において、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られなければならない旨を規定。	(第6条関係)
(2) 基本的施策として、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動(農泊)の促進、障害者等の就業活動(農福連携)の環境整備、農産物対策等を規定。	(第43条から第49条まで関係)

引用：農林水産省「食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律の概要」

相反する取組みとして議論がされていることが多い

「持続可能な食料システム」の構築は両者を満たす打ち手となりうるのではないか

出所：日本総研作成

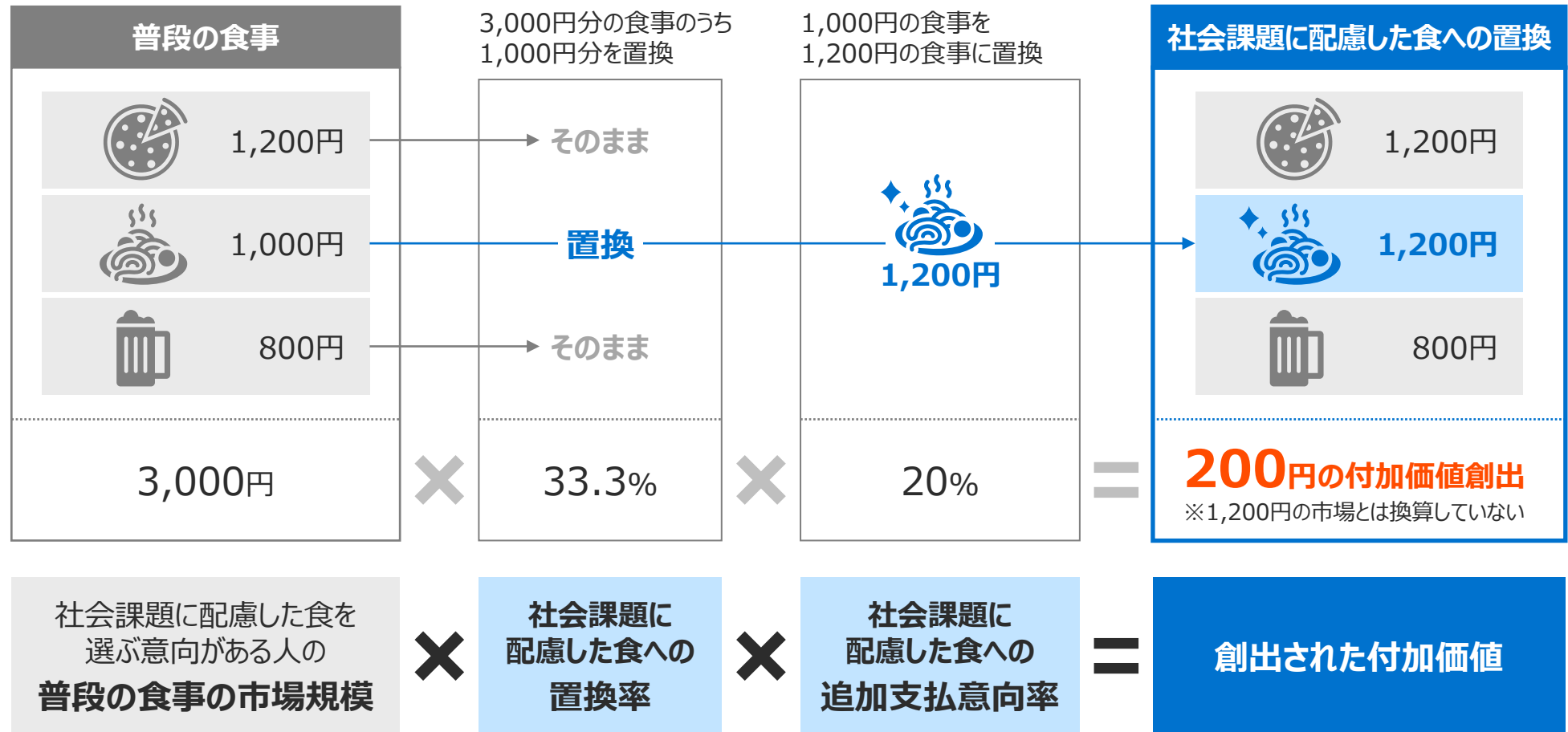
生活者10,000人に食に関するアンケート調査を実施

- 弊社では社会課題に配慮した食は生活者にとって付加価値となりえるのか、またその場合どのくらいの市場規模が見込めるのかを把握すべく、生活者10,000人にアンケート調査を行いました。 ※詳細HPLレポート参照

調査目的	国民の“食”を取り巻く社会課題に関する認知度と選択基準への影響等を調査し、 どういった「社会課題への対策を行っている“食”なら、現状、国民に受け入れられやすいのか、また、社会課題が選択基準に影響を与える層の受容度から、社会課題への対策を行っている“食”の付加価値規模を算出したい。
調査対象者	全国18－69歳の男女（本調査の対象：除く 全ての食カテゴリーで購入・利用しないことが多い人 または 食に関心がない人）
回答者数・割付	■ 本調査：10,000ss
主な調査項目	• 普段の食に対する関心や食の選択基準 • 社会課題に配慮した食への置換意向 • 置換時の追加での支払い意向
調査手法	インターネットリサーチ
調査時期	2024年12月20日（金）～26日（木）

社会課題に配慮した食が生み出す付加価値算出の考え方

- 社会課題に配慮した食を選択する意向がある生活者の「普段の食事の市場規模」をベースに置換意向割合と追加支払意向割合を掛け合わせることで算出しました。



出所：日本総研作成

(参考) 本調査で対象とした食に関する社会課題

- 食農業界で多く取り上げられている以下の5つの社会課題を本調査の対象としました。

日本の食料自給率向上

- 食料自給率とは国内で消費される食料のうち、どの程度が国内産でまかなわれているかを表す指標です。**日本はカロリーベースで38%と先進国の中でも低い値になっており、海外産の食料に依存しているのが現状です。**(農林水産省HP)
- 海外依存度が高いと世界情勢や輸入先の国の経済・社会事情や輸送障害などによって、**日本に十分な食料が届かなくなるリスクが高まるため、食料の安定供給を維持するためには自給率の向上が必要であるとされています。**
- 自給率向上のための取組みとしては**日本の自給率が高い米や野菜の有効活用、国産品・地域産品の積極的な活用**などがあげられます。

食品ロスの削減

- 食品ロスとはまだ食べられるにもかかわらず廃棄されてしまっている食品のことで、**日本では年間に約472万トン発生しています。**これは国民一人あたりに換算すると、**毎日お茶碗1杯分の食べ物を廃棄していること**になります。(消費者庁HP)
- 食料の生産にあたっては農作物の生産・収穫から食品製造まで多くの過程がありますが、**食品を廃棄するということは、この間に利用されている労働力やエネルギーを無駄にすることでもあります。**また、廃棄にも労働力やエネルギーがかかっており、食品ロスの削減は社会的な課題となっています。
- 食品ロス削減のためには**食品の鮮度を維持する容器の利用、規格外品の有効活用、賞味期限に合わせた値引き**などがあげられます。

環境への配慮

- 現在、世界の平均気温は産業革命以前と比較して約1.1℃上昇しているとされ、更なる上昇を食い止めるために温室効果ガス(GHG)の排出量を削減することが世界的に求められています。現状、**農業分野だけでも世界のGHG排出量の11%を占めており、問題視されている状況**にあります。
- 加えて、食品業界において多く利用されている**プラスチックは海洋ゴミの主要因とされており、海の生態系へ悪影響を与えています。**また、今後削減をしなければ2050年には海洋プラスチックが海にいる魚の量を上回るとも予測されています。
- これら環境に対する配慮として**GHG排出量を抑えた栽培・飼育法や食品加工法の利用、ペットボトルのリサイクルやラベルの廃止**などがあげられます。

労働・人権への配慮

- 労働量に見合わない非常に低い賃金や安全が担保されていない労働環境、適切な労働時間が守られない等の**劣悪な労働条件で働かせる職場の存在**は途上国に留まらず、米国などでも報告されています。食品を例にすると、チョコレートの原料であるカカオ豆の生産量第1位のコートジボワール、第2位のガーナにおいて、**18歳未満の児童労働者はおよそ156万人**いると言われています。
- こうした問題を撲滅させるため、食品加工業者は**食材の調達の際には調達先への入念なヒアリングや現地視察の実施、生産者はIT技術の活用などを含んだ労働環境の是正・生産効率の向上、更にそういった取組みを進めるための適切な食品の価格設定**が求められています。

アニマルウェルフェアへの対応

- アニマルウェルフェアと聞くと「動物性食品を食べてはいけない」といった極端な取組を想像される方もいるかもしれませんが、ここで言うアニマルウェルフェアへの対応とは「**畜産における適切な動物の飼育**」を意味します。現状、**日本の多くの畜産場は牛・豚・鶏を狭い小屋・檻で飼育し、扱いも非常に雑**だとされています。実際、国際的な機関による評価では日本の畜産における飼育環境は世界で最も低ランクと評価されています。
- アニマルウェルフェアへの対応の例として、**生産者としてはストレスのない十分な広さの飼育環境の整備や飼育動物への適切な対応、食品加工業者としてはそういった取組みを積極的に行っている生産者からの仕入れ、或いは金銭を含む生産者の取組みサポート**などが想定されます。

社会課題に配慮した食への置換意向

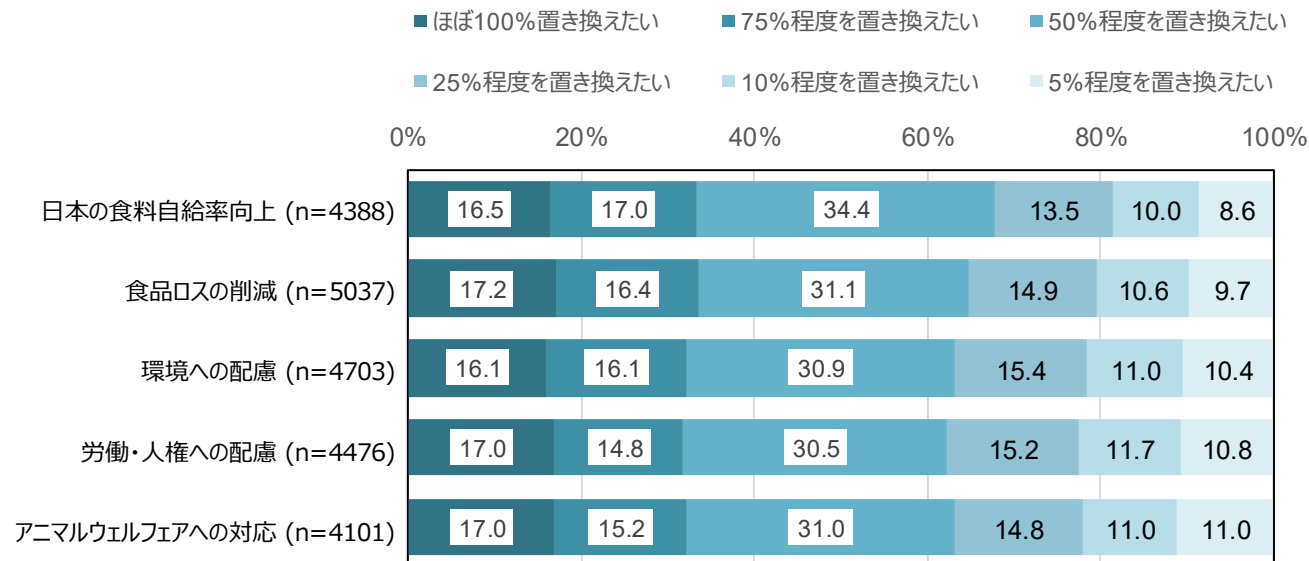
- どの社会課題に対しても近しい傾向となっており、**50%程度を置き換えたいとする意向が最も高くなっています。**
- また、100%置換えたいとしている生活者も2割弱存在しています。

※n数は10,000人のうち、「当該社会課題に配慮した食への置換意向がある」とした回答者のみを本設問の対象としているため差が生じています。

食品や外食を選ぶにあたっての社会課題に“取り組んでいる”ものがある場合の置き換え率

Q. 普段の食品・飲料や外食（宅配サービスを含む）を選ぶにあたって、次の社会課題について“取り組んでいる”ものと分かった場合、どの程度の割合を置き換えたいと思いますか。

※その他の味や量といった条件は同一という前提で、お答えください。



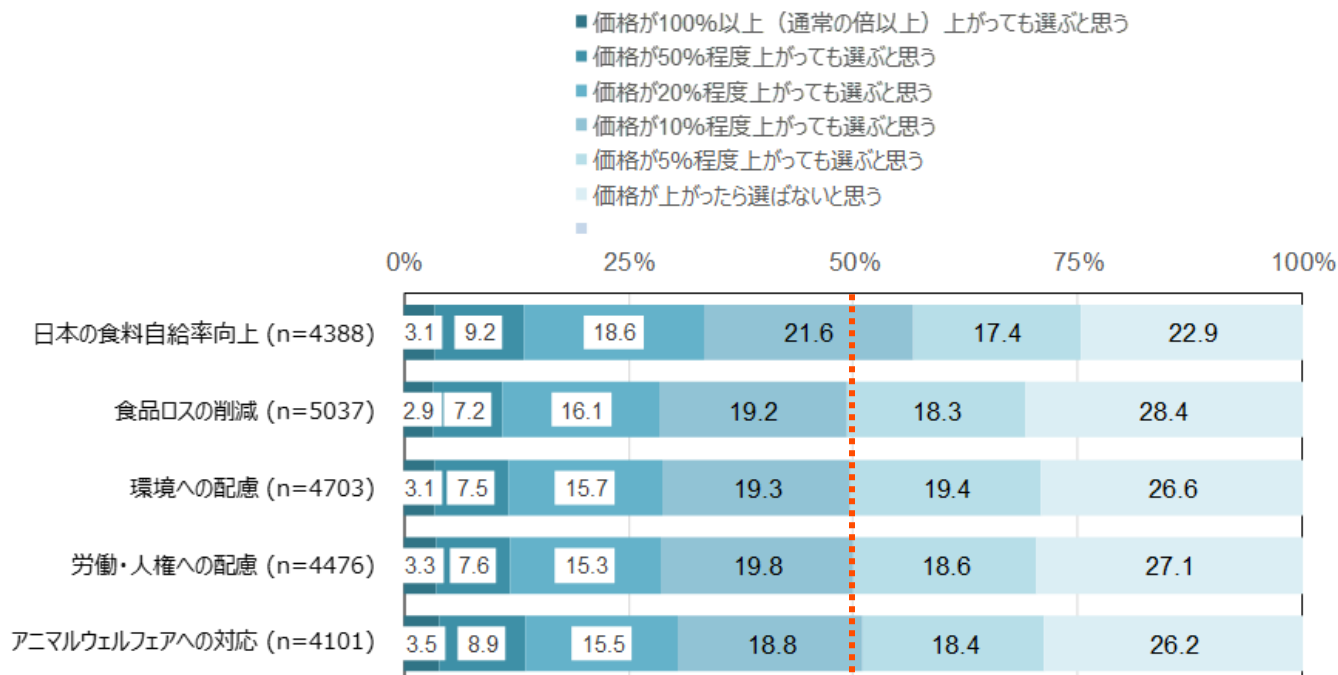
出所：日本総研作成

社会課題に配慮した食への追加支払意向

- どの社会課題においても、およそ**5～20%程度の値上げであれば許容するという生活者が半数**を占めています。
- 中央値で見ると「日本の食料自給率向上」「アニマルウェルフェアへの対応」に関しては約10%、その他の社会課題では約5%の値上げまでなら許容できるという結果になりました。

食品や外食を選ぶにあたっての社会課題に“取り組んでいる”ものがある場合の追加支払い率

Q. 普段の食品・飲料や外食（宅配サービスを含む）を選ぶにあたって、次の社会課題について“取り組んでいる”ものと分かった場合、どの様に思いますか。価格以外の他の条件は同一という前提で、お答えください。（単回答）。



出所：日本総研作成

社会課題に配慮することによる付加価値は1兆円

- 近年最も注目されている社会課題である「環境への配慮」による付加価値が約6,500億円と試算されました。これは2023年の機能性表示食品と同程度の市場規模であり、大きな市場機会と言えます。
- 更に他の社会課題も含めた社会課題に配慮した総額では約1兆円もの規模になることが分かりました。



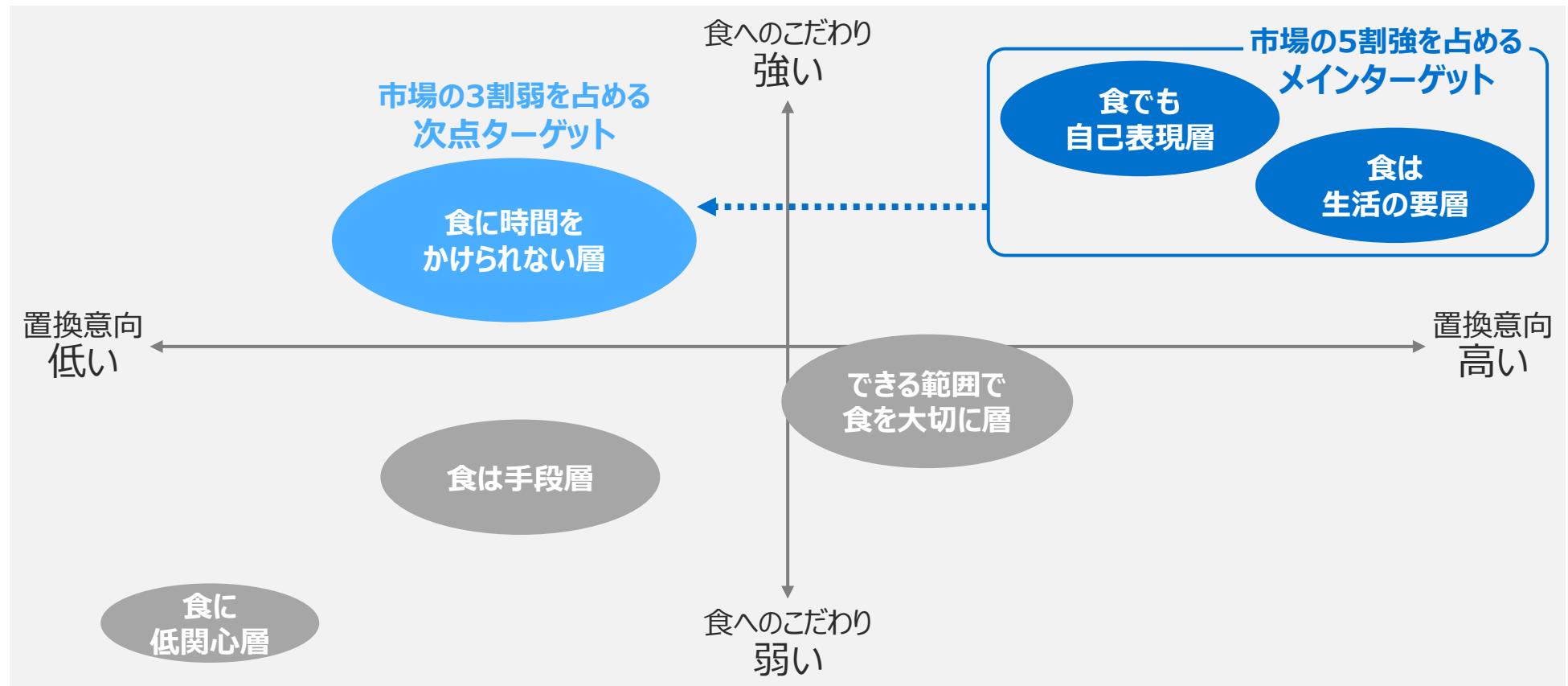
(億円)	日本の食料自給率向上	食品ロスの削減	環境への配慮	労働・人権への配慮	アニマルウェルフェアへの対応
三大都市圏	4,739	2,593	4,761	4,532	4,140
その他	3,549	1,946	1,790	1,693	1,595
合計	8,287	4,539	6,551	6,225	5,735

重複も考慮すると全体でおおよそ1兆円程度の市場と推計される

出所：日本総研作成

誰が付加価値に1兆円の対価を支払うのか（生活者セグメンテーション）

- アンケート結果を基に生活者を食に対する価値観で分類した結果、「食は生活の要層」「食でも自己表現層」が特に社会課題に配慮した食に反応することが分かりました。
- まずは彼らをメインターゲットとして取組みを進め、市場認知が高まっていくにつれて「食に時間をかけられない層」への展開を目指すのが想定される普及の流れになります。



出所：日本総研作成

(参考) セグメンテーションに用いた食の価値観因子

- アンケート調査のうち、食生活に関する行動や意識の設問から、食生活に関する価値観として6つの因子を抽出、これを基に生活者のセグメンテーションを行っています。

因子名	因子概要	構成設問*
“食”で体はできている因子	原材料から提供企業まで安全安心を求める	1.食品を選ぶ時、原材料を必ず確認する 3.添加物が入っていない食品を選ぶ 5.栄養を考えた食生活を送っている 4.常に身体によいかを考えて食品や外食先を選ぶ 2.信頼できる企業の食品や外食先を選ぶ 6.食の乱れは心の乱れだと思う 8.地元でとれる食材を極力食べる
“食”はトレンドが大事因子	新しいものや流行っているものを求める	17.食品や外食先のトレンドは分かっている 14.スーパーや外食先のお得情報には詳しい 16.新しい食品や外食先を試す 18.外食先で撮った料理の写真を周りの人やSNSで見せる
“食”はコミュニケーション因子	共食（食事を誰かとする）に価値を感じる	10.食事は友人や家族などとワイワイ食べたい 12.何を食べるかよりも誰と食べるかが大事だ 11.一緒に食事をすると仲良くなれると思う
“食”で社会貢献因子	地球や人に優しいものを求める	22.社会課題に取り組んでいる食品／外食先とその取り組み内容を知ったうえで、食品や外食先を選びたい 9.フェアトレード食品を選ぶ 7.地球環境に優しい食生活を送っている
“食”に手間暇かけない因子	すぐにさっと食べることを求める	19.料理をするより総菜を買ったり外食をしたりを好む 21.料理をするなら鍋に入れるだけなど簡単なものに限る 20.冷凍食品をよく利用する
“食”は安さが大事因子	とにかく安く食べることを求める	13.安さ重視の食生活を送っている 15.高すぎると思う食品や外食先は選ばない

*各因子において因子負荷量が高い順に項目を並べている。また、この設問は「あてはまる」「ややあてはまる」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」の4段階で回答。

出所：日本総研作成

(参考) 食は生活の要層 (全体の15%)

- 食に気配りができる余裕のある、子育て後の母親が多い。「食で体はできている」「食で社会貢献」などの因子が高く、例えば、「添加物が入っていない食品を選ぶ」は約9割。
- 社会課題に取り組んでいる食品へのスイッチ意向も高い傾向。

プロフィール

女性50・60代、専業主婦、夫婦2人世帯、
社会人などの子どもがいる割合が高い。
また、世帯年収は高めの傾向。

性年代 女性50・60代 職業「専業主婦」
37.7% (全体:23.2%) **21.8%** (全体:11.7%)

家族構成「既婚・子あり」 「子供が社会人など」
51.8% (全体:41.0%) **34.9%** (全体:29.2%)

世帯構成「夫婦2人世帯」 特に影響を受ける情報源*1位
32.7% (全体:22.9%) 「パッケージに記載された説明」

世帯年収 500万円以上 **20.0%** (全体:14.5%)
43.9% (全体:38.9%)

“食”に関連する社会課題の認知度が高い。

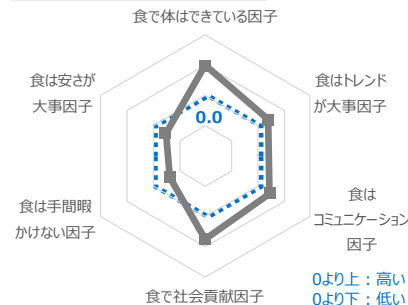
知っている計 知っている計
「日本の食料自給率向上」 「アニマルウェルフェアへの対応」
90.3% (全体:78.0%) **52.9%** (全体:39.2%)

食に対する価値観

記載なし：n=1,506 (全体 n=10,000)

「食で体はできている」「食で社会貢献」が高い傾向。
「食に手間暇かけない」「食は安さが大事」が低い傾向。

価値観の因子得点



〈傾向を表す具体的な調査結果〉

「食品を選ぶ時、原材料を必ず確認する」あてはまる計
85.9% (全体:35.3%)

「添加物が入っていない食品を選ぶ」あてはまる計
87.7% (全体:43.4%)

「料理をするなら鍋に入れるだけなど簡単なものに限る」あてはまる計
27.6% (全体:52.5%)

社会課題に“取り組んでいる”ものがあつた場合の対応

食品や外食を選ぶにあつた社会課題に“取り組んでいる”ものがあつて、「変えたいと思う」***

「日本の食料自給率向上」 「アニマルウェルフェアへの対応」
64.7% (全体:43.9%) **59.9%** (全体:41.0%)

食品や外食を選ぶにあつた社会課題に“取り組んでいる”ものがあつて、価格が20%程度以上上がっても選ぶと思う計***

「日本の食料自給率向上」 「アニマルウェルフェアへの対応」
42.9% (全体:30.9%) **38.2%** (全体:27.9%)
日本の食料自給率向上：n=975 (全体 n=4,388)
アニマルウェルフェアへの対応：n=902 (全体 n=4,101)

* 食品・飲料や外食（宅配サービスを含む）について聴取

** 加工食品（ハム、チーズ、豆腐、調味料、缶詰など ※除菓子）を選ぶ時に重視する点を上位5つまで聴取

*** 「変えたいと思う」かどうかは味・値段といった他の条件は同一という前提、許容する価格の程度は価格以外の他の条件は同一という前提で聴取

(参考) 食でも自己表現層 (全体の15%)

- 生活に余裕がある大学卒の若者が多いと推測。「食はトレンドが大事」「食は社会貢献」が高い点に特徴がみられ、例えば「新しい食品や外食先を試す」「フェアトレード製品を選ぶ」が高い。
- 社会課題の認知は言葉のみが高く、社会課題をトレンドとして重視している可能性もある。

プロフィール

18～29歳、大学卒、未婚もしくは幼児子どもありの割合が高い。また、世帯年収は高めの傾向。特に影響を受ける情報源はSNS。

年代 18～29歳

30.0% (全体:16.9%)

最終学歴「大学」

51.2% (全体:44.5%)

婚姻状況「未婚・子なし」

38.4% (全体:35.2%)

子どもあり 子どもの年齢「幼児」

20.4% (全体:13.2%)

世帯年収 500万円以上

44.1% (全体:38.9%)

特に影響を受ける情報源*1位

「SNS (X、Instagram、YouTube、TikTokなど) の投稿」

18.1% (全体:14.4%)

“食”に関連する社会課題は言葉のみ知っている割合が高い。「意味は知らないが言葉は知っている」

「日本の食料自給率向上」

40.8% (全体:36.2%)

「アニマルウェルフェアへの対応」

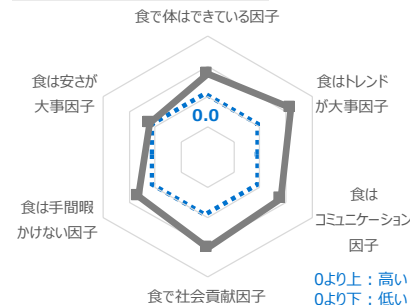
37.2% (全体:25.2%)

食に対する価値観

記載なし : n=1,467 (全体 n=10,000)

「食はトレンドが大事」「食で社会貢献」「食はコミュニケーション」「食は手間暇かけない」が高い傾向。

価値観の因子得点



〈傾向を表す具体的な調査結果〉

「新しい食品や外食先を試す」あてはまる計

77.0% (全体:35.2%)

「フェアトレード製品を選ぶ」あてはまる計

56.4% (全体:19.6%)

「何を食べるかよりも誰と食べるかが大事だ」あてはまる計

78.1% (全体:47.0%)

社会課題に“取り組んでいる”ものがあつた場合の対応

食品や外食を選ぶにあつた社会課題に“取り組んでいる”ものがあつて、「変えたいと思う」***

「日本の食料自給率向上」

57.2% (全体:43.9%)

「アニマルウェルフェアへの対応」

55.4% (全体:41.0%)

食品や外食を選ぶにあつた社会課題に“取り組んでいる”ものがあつて、価格が20%程度以上上がっても選ぶと思う計***

「日本の食料自給率向上」

37.3% (全体:30.9%)

「アニマルウェルフェアへの対応」

35.2% (全体:27.9%)

日本の食料自給率向上 : n=839 (全体 n=4,388)

アニマルウェルフェアへの対応 : n=812 (全体 n=4,101)

* 食品・飲料や外食（宅配サービスを含む）について聴取

** 加工食品（ハム、チーズ、豆腐、調味料、缶詰など ※除菓子）を選ぶ時に重視する点を上位5つまで聴取

*** 「変えたいと思う」かどうかは味・値段といった他の条件は同一という前提、許容する価格の程度は価格以外の他の条件は同一という前提で聴取

(参考) 食に時間をかけられない層 (全体の27%)

- 食品への購入関与が低い、忙しく働く男性が多いと推測。「食に手間暇かけない」が高い傾向で、手料理より中食・外食を好む傾向。「安さ重視の生活を送っている」は低い。
- 社会課題に取り組んでいる食品へのスイッチ意向は高くない状況。

プロフィール

男性、職業「営業・販売」などの割合が高い。
食品への購入関与は低めで、店頭の情報
参考にすることも少ない傾向。

性「男性」
53.7% (全体:48.0%)

職業「営業・販売」 「研究・開発・技術者」
10.3% (全体:8.6%) **9.7%** (全体:7.8%)

購入関与「意思決定に関与しないことが多い」
生鮮食品 加工食品
17.9% (全体:12.5%) **18.0%** (全体:13.2%)

参考にする情報源*
「店頭ポップ」 「パッケージに記載された説明」
19.6% (全体:24.8%) **15.5%** (全体:22.2%)

“食”に関連する社会課題の認知度は低め。

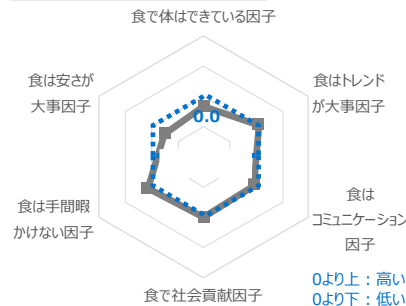
知っている計 知っている計
「日本の食料自給率向上」 「食品ロスの削減」
72.0% (全体:78.0%) **83.3%** (全体:89.2%)

食に対する価値観

記載なし : n=2,672 (全体 n=10,000)

6因子の中で「食に手間暇かけない」が最も高く、
「食は安さが大事」が最も低い傾向がみられる。

価値観の因子得点



〈傾向を表す具体的な調査結果〉

「料理をするより総菜を買ったり外食をしったりを好む」あてはまる計
47.4% (全体:40.1%)

「安さ重視の食生活を送っている」あてはまる計
40.6% (全体:59.5%)

「高すぎると思う食品や外食先は選ばない」あてはまる計
61.2% (全体:78.8%)

社会課題に“取り組んでいる”ものがあつた場合の対応

食品や外食を選ぶにあつた社会課題に“取り組んでいる”ものがあつて、「変えたいと思う」***

「日本の食料自給率向上」 「アニマルウェルフェアへの対応」
34.1% (全体:43.9%) **33.0%** (全体:41.0%)

食品や外食を選ぶにあつた社会課題に“取り組んでいる”ものがあつて、価格が20%程度以上上がっても選ぶと思う計***

「日本の食料自給率向上」 「アニマルウェルフェアへの対応」
31.8% (全体:30.9%) **26.7%** (全体:27.9%)

日本の食料自給率向上 : n=910 (全体 n=4,388)
アニマルウェルフェアへの対応 : n=881 (全体 n=4,101)

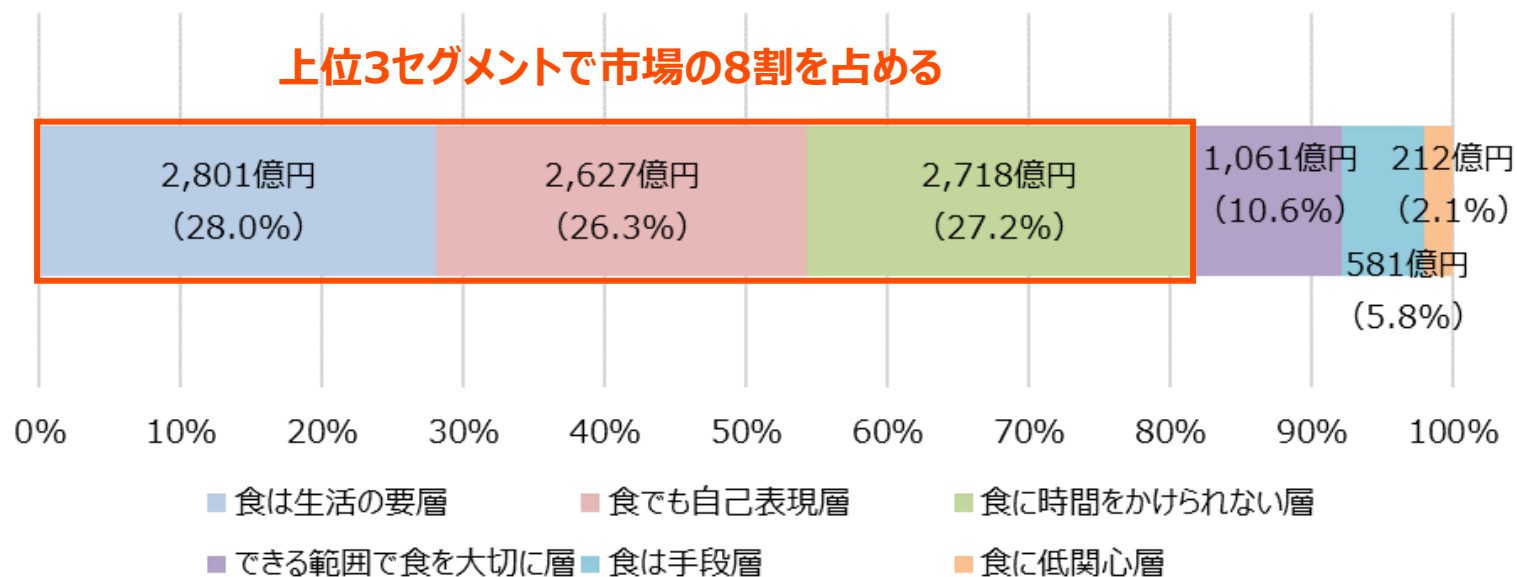
* 食品・飲料や外食（宅配サービスを含む）について聴取

** 加工食品（ハム、チーズ、豆腐、調味料、缶詰など ※除く菓子）を選ぶ時に重視する点を上位5つまで聴取

*** 「変えたいと思う」かどうかは味・値段といった他の条件は同一という前提、許容する価格の程度は価格以外の他の条件は同一という前提で聴取

(参考) 3セグメントで付加価値の8割を支払い

- 生活者セグメント別の付加価値割合を算出したところ、「食は生活の要層」「食でも自分表現層」「食に時間をかけられない層」の3セグメントで市場の約8割を超える結果となりました。



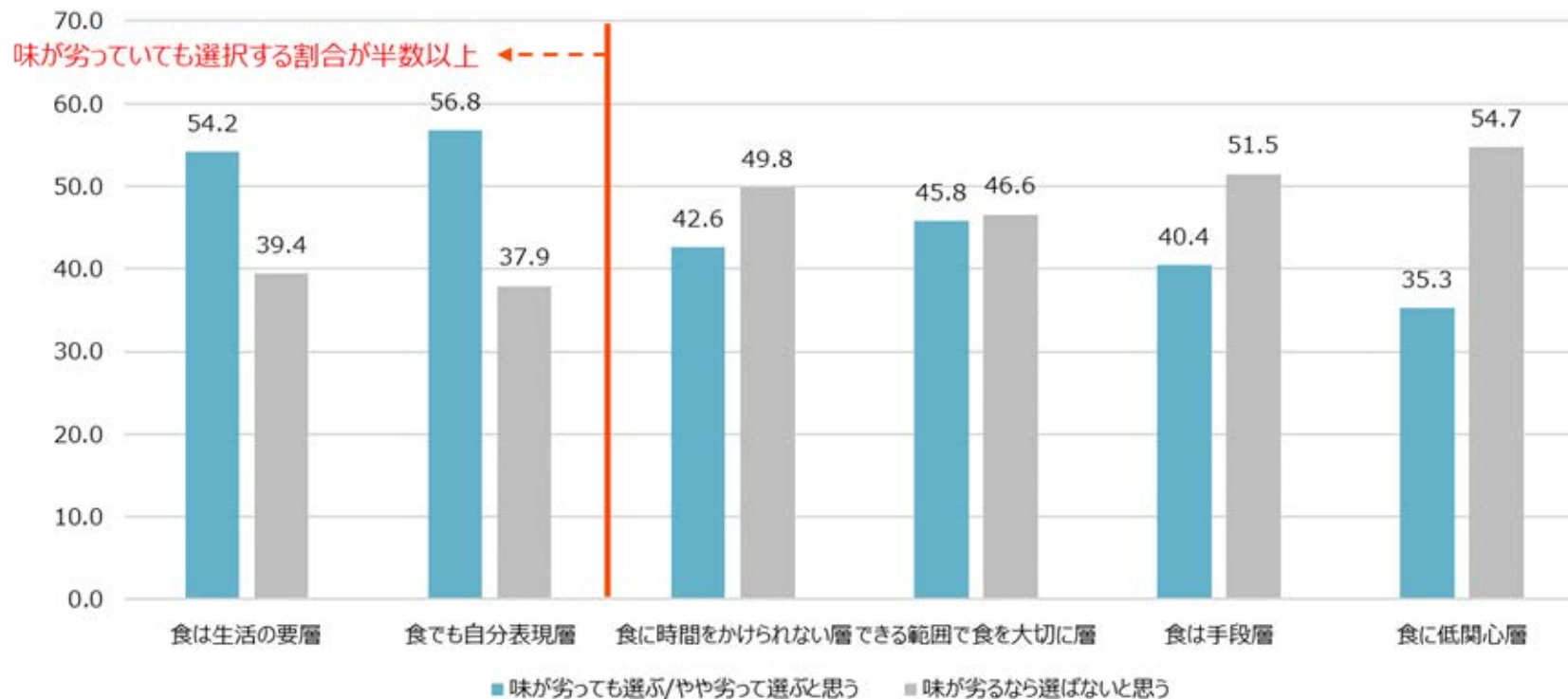
※図表内の金額は付加価値総額を1兆円とした場合のもの

上位2セグメントは味に対する許容度も高い

- 「食は生活の要層」と「食でも自分表現層」は**味が劣っても社会課題に配慮した食を選択する意向が半数以上**を占めました。一部の層に対しては味以上に社会課題への配慮という価値が訴求できるということが確認されました。

食品や外食を選ぶにあたっての社会課題に“取り組んでいる”ものがある場合の味に対する許容度

Q. 普段の食品・飲料や外食（宅配サービスを含む）を選ぶにあたって、次の社会課題について“取り組んでいる”ものと分かった場合、どの様に思いますか。味以外の他の条件は同一という前提で、お答えください。（単回答）。



出所：日本総研作成

社会課題配慮は食の新たな付加価値となり、生活者は食料システムを意識する

- アンケート調査の結果、生活者の中には社会課題に配慮した食に価値を感じ、対価を支払うことがわかりました。
- これは価値観として、単に**食品という製品**だけでなく**その背後にあるシステムが意識され始めている**とも言えます。

持続可能な食料システムの構築（酪農の例）

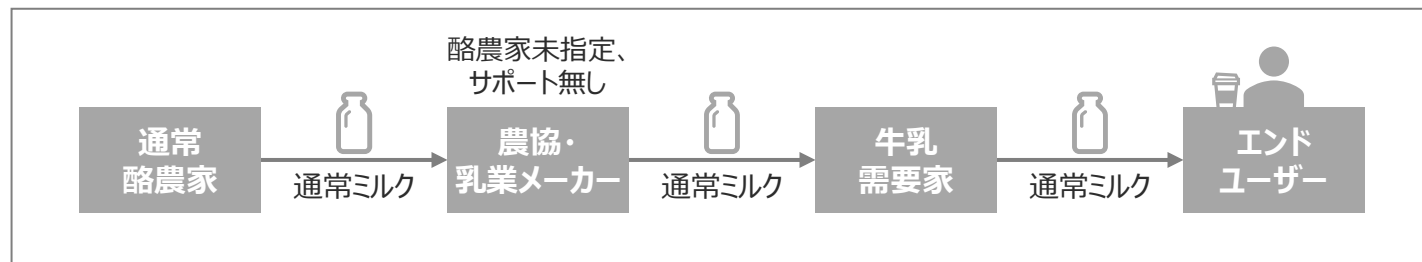
社会課題

- 飼料の海外依存
- 酪農におけるGHG排出
- 動物飼育環境に関する問題
- 酪農家の劣悪な労働環境

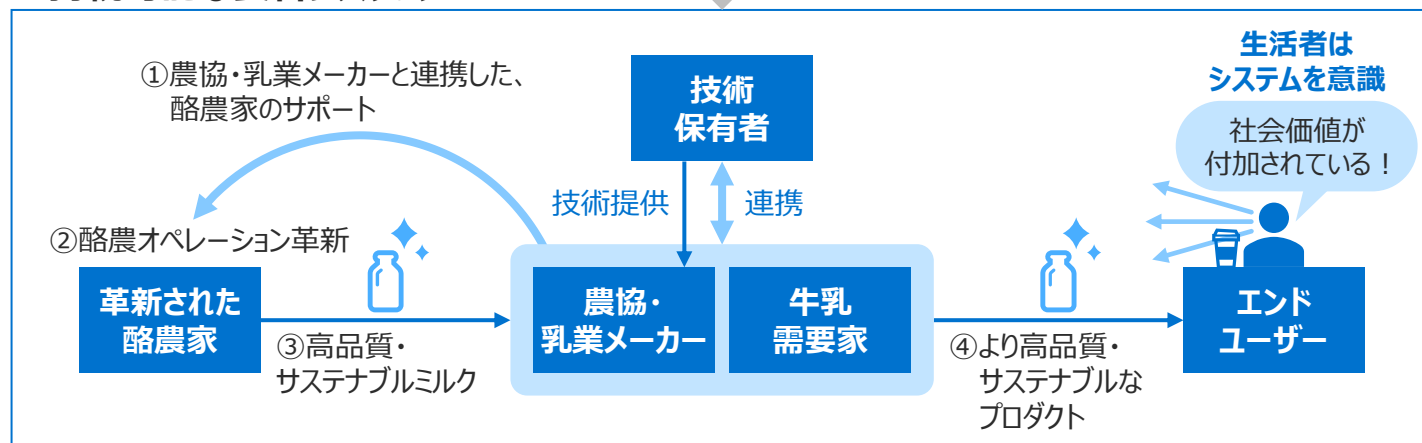
社会価値

- 酪農におけるGHG削減
- アニマルウェルフェア
- 産業の持続性（自給率向上）
- 酪農家の労働環境改善
- 特殊飼料技術の国内産業化

●従来型サプライチェーン



●持続可能な食料システム



持続可能な食料システムの構築を主導すべきは誰か

- 社会課題に配慮した食を提供するためのシステム構築にあたっては当然ながら各プレイヤーが個別に課題解決に向けた取組みを進めても上手くはいかず、**誰かが俯瞰した立場からフードチェーン全体をつなげる必要があります。**

【現状】

プレイヤーが個々に課題解決に向けた取組みを実施



【本来】

フードチェーン全体を通じた取組みが必要



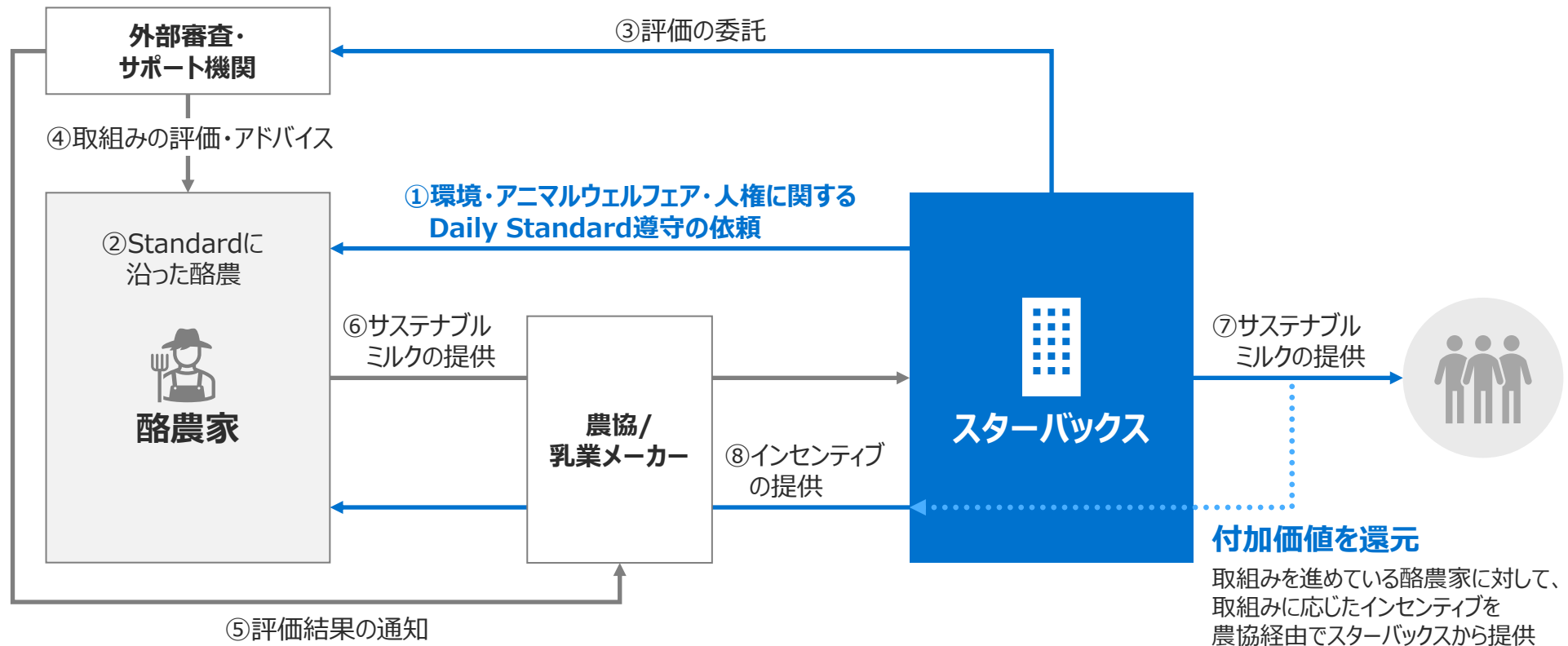
業界を俯瞰し、つなげるプレイヤーが必要

誰がここを担うのか

ケース：スターバックス：Sustainable Daily Program

- スターバックスは自社で扱うミルクをサステナブルなものにすべく、酪農家を支援する活動を全世界で展開しています。
- スターバックスが主導となって酪農家に社会課題に配慮した取組みを促し、対価としてインセンティブを支払います。

スターバックス：Sustainable Daily Programによる酪農家支援

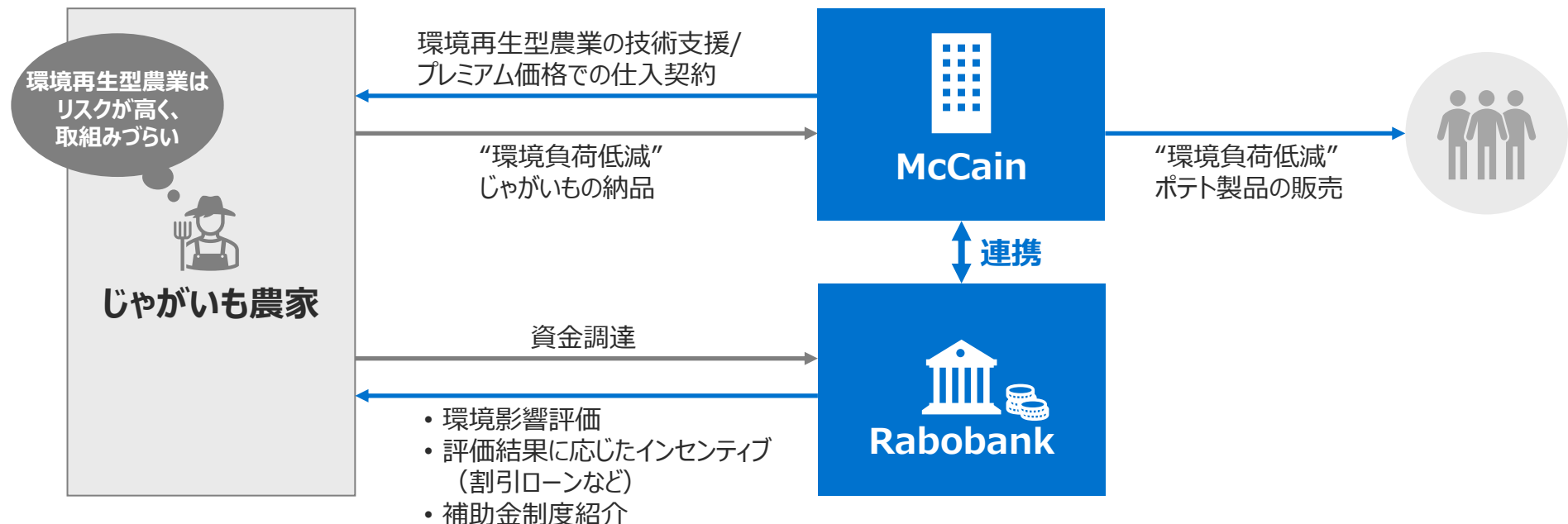


ケース : McCain × Rabobank

- ・メーカーが金融機関と連携して農家の取組みを支援するような事例も見られます。

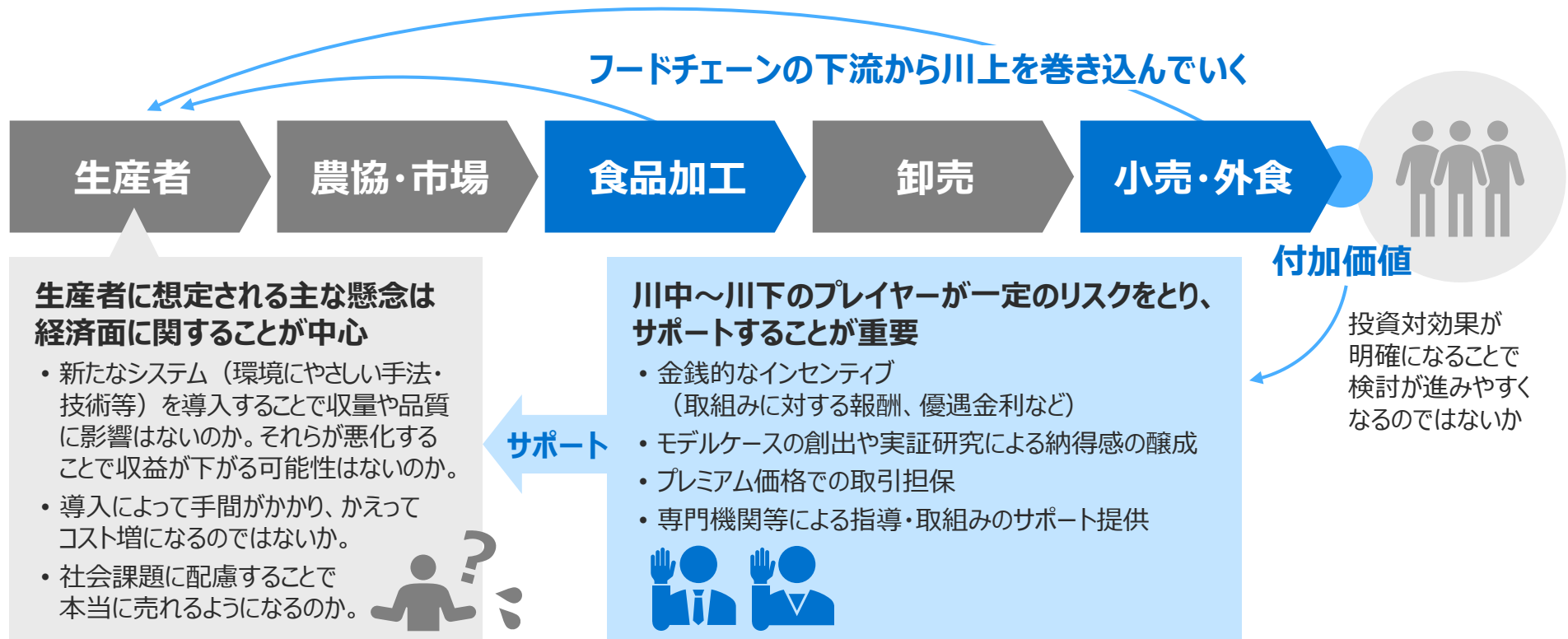
Rabobank : じゃがいもの再生型農業取組み農家支援

- ・じゃがいもの加工業者であるMcCain社がじゃがいも農家に対して環境再生型農業の技術支援を行い、合わせてプレミアム価格での仕入契約を行う。
- ・農家としてはリスクの高い環境再生型農業への転換を支援してもらえるだけでなく、農産物の買取まで補償されているため安心感が高い。
- ・またRabobank社としてもMcCain社が技術支援をしている先の農家との取引となるため、環境影響評価に伴う融資やインセンティブ付与のリスクも低い。
- ・結果として、**環境再生型農業を通じた“環境負荷低減”ポテト製品を消費者に対して提供**することが可能。
 (通常価格より高価なのか、消費者のニーズがあるのかは不明)



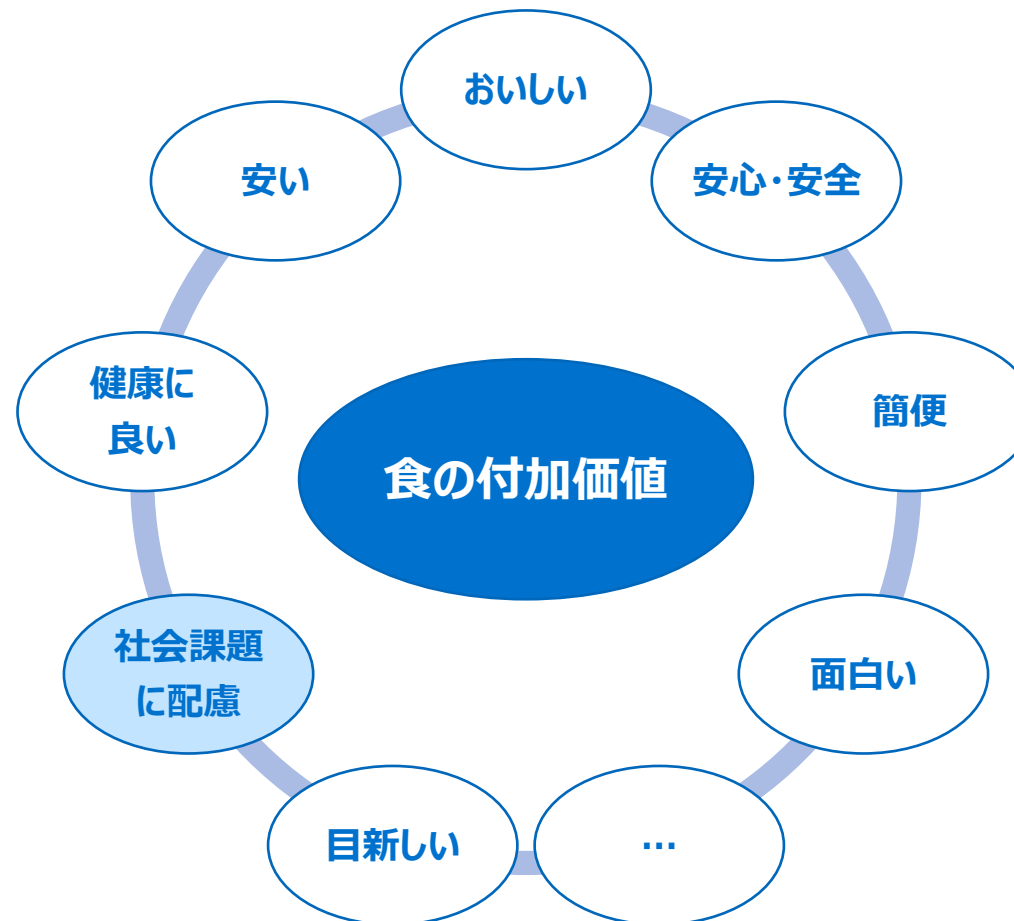
持続可能な食料システム構築にあたってのポイント

- 現状、生産者が自らシステム構築に向けて動くことは難しく、**川中～川下のプレイヤーが主導して生産者を巻き込むような取組みが主流**になると考えられます。その際、生産者は主に経済面での懸念を有することから、主導者には一定のリスクが求められます。
- 本調査によって市場の規模感や商品に上乘せ可能な付加価値の割合の目星がついたことで、投資対効果の想定がつくようになり、結果として検討が進むことを期待します。



最後に：社会課題への配慮は生活者に強制するものではない

- 弊社として”社会課題に配慮した食を誰もが常を選択すべき”ということを述べたいものではありません。
- 社会課題への配慮というのは味・価格・健康への影響などと同様、あくまでも**食を選択する際の基準の一つ**として提示すべきものであり、強制するものではないことは取組みを進める上でも注意が必要です。



出所：日本総研作成