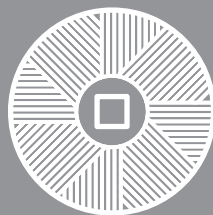
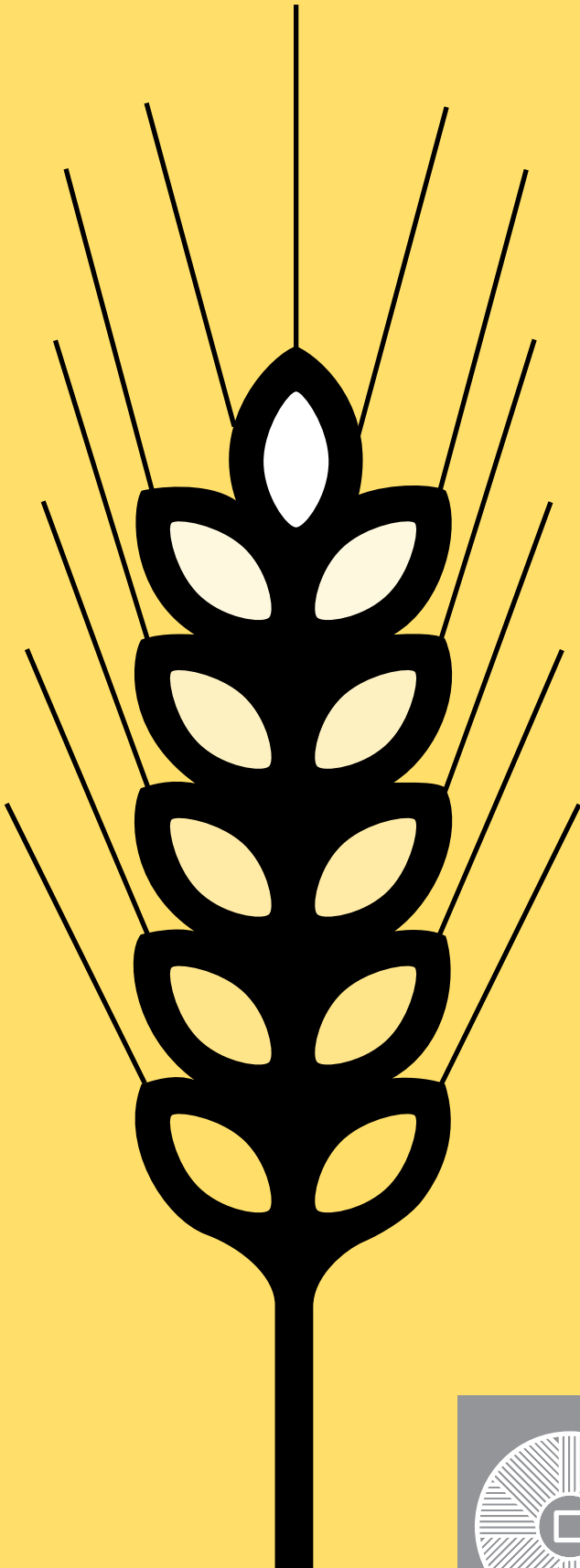


ISSN0913-8838

# 製粉 振興

2012  
No.545  
5



財団法人 製粉振興会

---

★目次

---

「食品産業の将来ビジョン」の策定とそれを  
踏まえた麦関連産業の課題への対応…………… 3

---

「食品産業の将来ビジョン」について…………… 5  
農林水産省食料産業局 食品小売サービス課  
企画係長 高嶋 宏樹

---

食品産業事業者における事業継続の取組について… 18  
農林水産省大臣官房 食料安全保障課  
食料安全保障専門官 秋山 憲孝

---

もう一度泡とおいしさ…………… 26  
昭和学院短期大学学長 お茶の水女子大学名誉教授 畑江 敬子

---

小麦粉のある風景  
昭和の小麦粉おやつ…………… 28  
食文化 ひらの あさか

---

世界の粉界展望…………… 31

---

業界ニュース…………… 30  
国内資料…………… 45  
編集後記…………… 51

---

# 「食品産業の将来ビジョン」の策定とそれを踏まえた麦関連産業の課題への対応

去る3月、農林水産省より公表された「食品産業の将来ビジョン」は当初、平成22年度中に策定するとされていたが、東日本大震災の発生を踏まえて、大震災対応を優先して策定が1年遅れることとなった。そして、大震災に伴い生じた様々な課題や昨年9月新たに設置された食料産業局が担う課題等も踏まえて、当初食料・農業・農村政策審議会食料産業部会で検討していた取りまとめ案が加筆、修正され策定された。

「食品産業の将来ビジョン」において、食品産業は農林水産業とともに発展し、我が国の経済成長を牽引する役割が期待されると位置付けられ、目標とする市場規模も示された。現在、食品関連産業全体の市場規模96兆円を2020年に120兆円まで拡大するとされている。その方策として、6次産業化の市場を現在の1兆円から10兆円にすること、食品の輸出を現在の4,500億円から1兆円にすること、消費者ニーズを踏まえ新しい付加価値を提供することにより6兆円規模で新事業創出をすることが挙げられている。政府として食品産業が今後も国内で成長していくという方向性を明確に打ち出したことは、今後それを支援していく政策が打ち出されていくこととなり、製粉産業としてもその大きな方針に沿って各社が企業運営していくこととなる。また、平成22年3月に決定された「食料・農業・農村基本計画」において、「食品産業の将来ビジョン」を踏まえて必要に応じて、麦関連産業など個別分野ごとにそれぞれ課題への対応方向等を明確化するとされており、今後製粉産業の方向性についても検討されると見られる。

この検討についての具体的なスケジュールは明らかになっていないが、製粉産業を取り巻く市場環境や課題を踏まえて、次の3つの視点で検討されることが望まれる。

1つ目として、この検討に際しては製粉産業が国内において海外との競争力を確保していくことが前提となることを改めて確認したい。「食品産業の将来ビジョン」において食品産業は国産農林水産物の3分の2の需要者として国内農林水産業を支え、食品産業なくしては、国産農林水産物は消費者に届かないとされている。つまり、食品産業が競争力を持って国内において産業基盤を確保できなければ、国内農産物は生産されても消費されることができなくなり、現在40%程度の食料自給率はさらに低下していくこととなる。同様に、製粉産業は国内産小麦の最大の需要家であり、今後も国の施策に沿って日本の自給率向上に貢献していく

ことが求められる。基本計画において政府は食料自給率を2020年までに50%に引上げる目標を設定し、その方策の大きな柱の1つとして小麦生産を180万トンまで拡大すると意欲的な計画を提示しているが、製粉産業が競争力を失って国内に存続できなくなれば、国内産小麦の生産拡大どころか、生産に大きな影響を与える事態が起こることを再認識したい。

2つ目として、製粉産業が競争力を有していくためには原料と製品の国境措置の整合性の確保が重要である。「食品産業の将来ビジョン」においても、グローバル化の進展に際して、食品産業は輸入品と国産品との競争激化により相当程度の影響が想定されるため、輸入原料の関税と製品関税との整合性に留意する必要があるとされている。現状、製粉産業においては、競合する二次加工製品には関税が課せられているのに対して原料小麦は割高なマークアップが徴収されている。こうした事態が長期化すると周辺国から小麦粉調製品、二次加工製品の輸入を拡大する機会ととらえられ、製粉産業だけではなく、国内産小麦の生産者、二次加工産業などあらゆる段階での国内生産が減少し、国内産業が空洞化するリスクとなる。マークアップの早期の引下げが望まれる。

3つ目として、輸入小麦に関する仕組みの検討に際しては、製粉産業の競争力の視点に加えて、小麦の安定供給確保の重要性も認識していくことが必要である。そして、安定供給は数量面の確保とともに、価格面での安定性も重要である。輸入小麦の政府売渡価格は相場連動制に基づき半年ごとに算定ルールによって決定されており、透明性が高い仕組みとなっている。しかしながら、相場連動制は末端まで価格反映されないと成り立たない仕組みでもあるにもかかわらず、実際には必ずしも十分に機能していない事態も起きている。政府として現在の仕組みの課題を把握し、関係者の意見を十分に踏まえながら見直ししていくことが望まれる。また、制度の検討においてSBS議論に終始し、SBS拡大の結論ありきとならないようにしなければならない。SBS方式は相場連動制以上に価格の不安定さを助長する仕組みであることに加えて、政府の関与が薄らぐ仕組みであり、国民の主要食糧の安定確保に支障が生じないか十分な検証が求められる。

「食品産業の将来ビジョン」において、食品産業と農林水産業は「車の両輪」として国民に対して安定的に食料を供給する役割を担っているとされ、また共に成長することで、経済成長を牽引し、日本を元気にするとされている。製粉産業は食品産業の中でも特に一次産業との距離も近く、今後、食料の安定供給と製粉産業成長という2つの視点で「製粉産業の将来ビジョン」の検討が進められていくことが望まれる。

# 「食品産業の将来ビジョン」について

高 嶋 宏 樹

## <はじめに>

円高、高い法人税率、貿易自由化の遅れ、労働規制、温室効果ガス抑制策、電力不足。これらは、巷間よく言われている日本企業を取り巻く「六重苦」の内容である。我が国の食品産業は、これらに加えて、デフレや原料調達リスクの高まり等、かつて経験したことのない困難な状況に直面しており、新たな転換期を迎えているといえよう。

このような状況を踏まえ、農林水産省では、去る3月30日に、我が国最大の産業セクターの一つである食品産業が農林漁業とともに成長し、日本経済を牽引していくため、食品産業のあり方や展開方向を明らかにした「食品産業の将来ビジョン」を策定したところである。以下にその概要を紹介する。

## 第1 食品産業に期待される役割

食品産業は、国民が「食」を通じた豊かな生活を享受するために、①国民に対する安全な食料の安定的な供給、②国民に対して良質かつ多様な食料を供給し、豊かな生活の実現に貢献、③国産農林水産物の最大の需要者として国内農林水産業を支える、④国民経済、特に地域経済の担い手、⑤資源の有効利用の確保及び環境への負荷の低減といった役割を果たしてきた。

他方、我が国の農林水産業は、所得の減少、担い手不足の深刻化や高齢化等の厳しい状況に直面しており、農山漁村も活力が低下し、地方経済は停滞している。

農山漁村は、様々な地域資源を豊富に有しているものの、1次産業と2次・3次産業の価値連鎖(バリューチェーン)を結合する仕組みが弱く、そのポテンシャルが十分活かされていない状況にある。このため、1次・2次・3次産業のバリューチェーンを形成し、各プロセスで価値(バリュー)を引き継ぎ、付け加えていくことにより、農林水産業と他産業との新たな連携を構築し、農山漁村にイノベーションを起こし、農林水産業を安定的に成長発展させる必要が生じている。

食品産業は、生産者と消費者との絆を強める架け橋として、バリューチェーンの形成に貢献することが期待されており、関連異業種の事業者を取り込みつつ、イノベーションを誘発することにより、新たな付加価値を生み出し、潜在的需要を喚起すること等が求められる。

## 第2 食品産業をめぐる状況変化

食品産業をめぐる最近の状況変化には、人口減少・高齢化等による国内市場の量的縮小や原料調達リスクの高まり等、今まで食品産業が国民生活において果たしてきた役割の持続性を揺るがしかねないものがみられる一方で、新興国の経済発展に伴う市場の拡大等、新たな価値創造の機会となることが期待されるものもみられる。

加えて、東日本大震災や原発事故への対応とともに、ITの発達等を背景とした事業変化の加速化、環境負荷低減や生物多様性への配慮等

の環境課題、コンプライアンス等の企業の責任ある行動に対する要請の高まりにも留意する必要がある、従来の枠組みにとらわれない変革が求められている。

## 1 国内外の市場構造等の変化

我が国経済全体として、需給ギャップが拡大しデフレが進行する中、食品をめぐる状況を見ると、人口減少・高齢化等により国内市場は量的に縮小傾向で推移している。将来人口推計(中位推計)によれば、2020年には総人口は12,410万人となり、65歳以上の割合は29.1%に増加する。また、高齢化の中身を見ると、2017年に後期高齢者(75歳以上)が前期高齢者(65歳～74歳)を上回り、2022年には団塊の世代が75歳になり、その後、後期高齢者の割合が急増する。このため、「自宅や施設で食品の供給を待つ消費者」を念頭に置いた商品内容や商品供給・サービス体系を構築することが必要となる。

他方で、海外の需要動向に目を転じると、新興国の経済発展に伴う市場の拡大はビジネスチャンスと捉えることができる。特に中国、インド等アジア諸国においては、今後10年間で中・高所得層が急速に増加するとともに、加工食品の需要増が見込まれており、これらの需要に的確に対応していくことが重要である。

また、原料等の供給動向をみると、国内では、農林水産業の弱体化により、国産農林水産物の供給力が低下している一方で、海外では、穀物等需要の増加や投機マネーの流入等を背景にした原料等の価格上昇・不安定化がみられる。

## 2 東日本大震災の影響と課題

東日本大震災は、我が国の食品産業が抱える諸課題を浮き彫りにした。例えば、生産面では、①被災した生産拠点について、修復までの間の

補完ができない、②自らは被災していないにもかかわらず、取引先の被災等により、原料調達、包装資材や燃油等の関連物資の調達ができない、③代替エネルギーが確保できず、または、計画停電により、減産、操業停止に追い込まれるなどが挙げられる。また、流通面では、①被災した物流網について、修復までの間の補完ができない、②ガソリン不足により輸送手段を確保できないなどが挙げられる。

これらの多くは、調達、生産、配送、販売等の各局面において、効率性を追求してきたことの反面として顕在化したものであり、今後、官民が連携してその要因等を分析するとともに、災害時でも機能する食品のサプライチェーンを構築することが求められている。

## 3 原発事故への対応と消費者の信頼回復

原発事故により、国内では、出荷制限の指示等に伴い、対象県の農林水産物等を敬遠するなどの広範囲にわたる買い控えが生じ、風評被害も発生している。また、海外では、日本食品の輸入規制や検査強化を行う国・地域が多数出てきているなど、日本食品への信頼は大きく揺らいでおり、「ジャパンプランド」への評価は崩れたと言っても過言ではない。

このような国内での風評被害や海外市場でみられる日本食品忌避の動きを打破するため、科学的根拠に基づき、政府が一体となって、国産農林水産物・食品に対する消費者からの信頼回復や国際的な信認の回復に向けた取組に万全を期さなければならない。

まずは、「食品衛生法上の基準値を超える農林水産物・食品は流通させない」ことを旨として、行政は農林水産物・食品の安全確認のため、適切な検査計画の策定や、必要となる検査機器の整備等により、的確に検査を実施するととも

に、基準値の考え方や設定方法、基準値以内の農林水産物・食品が安全であることを分かりやすく伝え、理解を促進するなど、適切に対応する必要がある。

また、原子力災害に加え、最近の円高も影響して、国産農林水産物・食品の輸出が落ち込んでいる状況にあることから、「農林水産物・食品輸出の拡大に向けて」(2011年11月25日農林水産物・食品輸出戦略検討会とりまとめ)における戦略に基づき、官民が協力して安全性確保に向けた取組等を情報提供し、輸入規制や検査強化を行う国・地域に規制の解除等を積極的に働きかけていく必要がある。

#### 4 グローバル化の急速な展開 (EPA交渉等)

国内外の市場構造の変化を加速する、あるいは、新たな変化をもたらす可能性のある要素として、貿易促進に向けた動きの急速な進展がある。

2010年11月に「包括的経済連携に関する基本方針」が閣議決定され、今後、世界の潮流から見て遜色のない高いレベルの経済連携を進めていくことが確認された。

また、2011年11月のAPEC首脳会議にあたって、TPP(環太平洋経済連携協定)交渉参加に向けて関係国との協議を行うことが発表された。

食品産業についてもこうした動きも踏まえて競争力強化に向けた取組を進めていく必要がある。例えば、農産物の関税削減等により輸入原料農産物の価格が低下するとともに、投資環境が整備され、海外市場への展開が円滑に行えるなどメリットがある一方、食品製造業は輸入品と国産品との競争激化等により相当程度の影響が想定されるため、輸入原料農産物の関税と製品関税との整合性の確保に留意する必要がある。

る。

### 第3 食品産業の目指すべき方向

我が国の食品産業が、直面している新たな転換期を乗り越え、期待される役割を果たし続けて行くためには、従来の枠組みにとらわれずに「革新」の思想をもって「イノベーション」を誘発し、新たな価値創造を図ることなどを通じて、事業活動の持続性を高め、日本経済を牽引していく必要がある。

#### 1 食品産業の目指す基本的な方向と望ましい構造

我が国の食品産業が将来にわたって持続的に事業活動を展開していくためには、従来の生産を起点とした発想ではなく、需要サイドに立った新しい付加価値を提供することにより、国内市場の深耕とアジアの新興国等を主な対象とする海外市場の開拓を戦略的に行っていくことが重要である。

その際、様々な規模、業種の食品産業事業者が自らの取組の方向性を定める上での共通の視座として、「消費者」、「地域」、「グローバル」の3つを組み合わせることで今後の戦略を明確化することが重要である。

我が国の食品産業の構造を他国と比較すると、中小企業が99%を占め、地元に着目した中小規模の事業者が食の多様性を支えていること、大企業が生産額全体の50%程度を占めていることは、我が国、EU、米国ともに共通している。他方、我が国では企業の利益率が全般的に低いこと、グローバルに展開する企業が少ないこと等が指摘されている。

このため、将来的には、

- ① 国内外の市場でバランス良く収益を確保するグローバル企業の一翼を担う企業群が形成されている状態

② 我が国の多様な農林水産物や地域の食文化を背景とする独創的な食品及び食に関するサービスを生み出す中小企業の事業活動が活性化している状態

が、食品産業事業者の事業活動の発展を通じて並存していくことが期待される。

## 2 3つの視座

### (1)消費者(ライフスタイル)起点

一つ目の視座は、「ライフスタイル提案による新たなマーケットの創出」である。

食品産業の事業活動を、単なる「物」の供給でなく、幅広いライフスタイルの提案として捉え、研究・商品開発力を強化し、消費者の嗜好の変化や実態等を正しく認識し、新たな付加価値を生む商品、サービスを開発することが重要な着眼点となる。

この視座は、国内外を問わず、付加価値の高いマーケットを開拓しようとする食品産業事業者にとって有効なものと考えられ、国内の潜在的な需要開拓のみならず、海外市場進出に際し

て、生活水準の発展段階に応じた新たな付加価値提案としてのポテンシャルも期待できる。

### (2)地域起点

二つ目の視座は、「自らが立地する地域の魅力をフル活用した事業展開」すなわち、農山漁村の資源を活用した事業展開と地域経済への貢献である。食料としての農林水産物はもとより、農山漁村の土地、水、風、生物資源等の豊富な資源や、歴史、文化等地域の魅力をフル活用した新しい事業を展開していくことにより、地域経済に一層貢献することが可能となる。

食品産業事業者が自らの強みを明確にし、独自性を発揮することによって、付加価値を高めようとする際に、地域性は重要な着眼点となる。各地域の気候、風土、伝統・歴史を反映した事業展開や地元産農林水産物を原材料として利用することによる物語性の付与等が想定される。

この視座は、地域に根ざして事業活動を展開してきた中小零細規模の事業者にとって、優位性を発揮しやすいことが特性である。

## ○3つの視座

### 地域起点

自らが立地する地域の魅力をフル活用した事業展開

地域に根差して事業活動を展開してきた食品産業事業者が、自らの強みを明確にし、独自性を発揮することによって付加価値を高めようとする際に、重要な着眼点となる。

#### 【例】

各地域の気候、風土、歴史、伝統を反映した事業展開や地元産農林水産物を利用することによる物語性の付与等

### 消費者起点

ライフスタイル提案による新たなマーケットの創出

食品産業の事業活動を、単なる「物」の供給でなく、幅広いライフスタイルの提案として捉え、新たな付加価値を生む商品、サービスを開発することが重要な着眼点となる。

#### 【例】

タイムリーに適切な温度帯で食品を供給する効率的なシステムや高齢者向け食品、医食農連携による新商品の開発等

### グローバル起点

グローバルな観点での競争力強化

国内外での企業統合や企業間連携を通じ、事業の水平展開、垂直展開等を具体化して、収益性が高く、効率のよい経営を実現することは、事業基盤強化として、重要な着眼点となる。

#### 【例】

製造、流通、外食産業が連携し、フードシステムとして海外に展開し、内食、中食、外食の需要を一体として取り込む等



### (3) グローバル起点

三つ目の視座は、「グローバルな観点での競争力強化」である。すなわち、グローバルな観点から企業競争力を高め、事業基盤強化を通じた原料調達力の強化や、新商品・サービスの開発のための研究、新たな市場開拓を推進することが重要である。

国内外での企業の合併・買収、資本参加、子会社化等の企業統合や企業間連携を通じ、事業の水平展開、垂直展開等を具体化して、収益性が高く、効率の良い経営を実現することは、事業基盤強化として重要な着眼点となる。この体質強化が、原材料調達力の強化とともに、新商品・サービスの開発のための研究や新たな市場開拓のための投資を可能にする。

大企業でも収益性が低い我が国の食品産業の現状からみて、この視座は、成長する新興国、特に「食」の親和性の高いアジア市場への展開を積極的に行おうとする食品産業事業者が、事業基盤を強化する際に不可欠のものである。

## 3 東日本大震災と食料供給ルートの確保

東日本大震災により浮き彫りになった課題の克服にあたっては、食品産業事業者の事業活動の持続性を高めていくとともに、食品の量的・質的両面での安定供給といった食品産業の役割を果たしていく観点から、効率性追求とバランスをとりつつ、リスク分散を図っていくことが重要である。

まずは、既に事業継続計画(BCP)を策定済みの事業者においては、今回の大震災を踏まえた見直しを行い、未だ策定をしていない事業者は速やかにこれを策定する必要がある。

次に、BCPを踏まえた国内外を視野に入れた調達、生産、配送、販売等の体制の見直しや本社機能の分散等の補完体制づくり、非常時を見

越した調達先の多角化やフードチェーン全体の中での適正な在庫の配置・確保等を検討することが求められる。

他方、食料の質的な面での安定供給を図る観点から、食品の安全性を確保し、消費者の信頼を回復していくことも忘れてはならない。東日本大震災により、国内外に対して信頼を失ってしまった国産農林水産物・食品について、安全・品質管理体制を構築する等により、官民挙げて早急に信頼を回復していく必要がある。

## 第4 食品産業の持続的発展に向けた共通の目標と具体的取組

最近の食品産業をめぐる状況の変化に的確に対応して、我が国の食品産業が目指すべき方向に発展していくためには、食品産業事業者はもちろん、関連異業種の事業者、農林漁業者、消費者等の食品産業事業者以外のフードチェーン当事者や行政も含めた関係者全員が適切に役割を分担し、連携して課題に取り組んでいく必要がある。

このような状況を踏まえ、食品関連産業全体の共通の目標を掲げるとともに、食品産業事業者が共通の目標を実現するにあたっての重点課題と対応方向を整理し、併せて行政が果たすべき役割を提示する。

### 1 食品関連産業全体の共通の目標

我が国の食品産業が、新たな転換点を乗り越え、国民への価値提供を持続、発展させていくためには、既存の枠組みを超えて、関連異業種の事業者を始め、フードチェーンのあらゆる当事者、更には行政も含め関係者との協働を強化することによって、我が国のフードチェーンの改革を目指すことが重要となる。

このため、共通の目標として、食品関連産業

全体の市場規模の拡大と農林漁業の成長産業化にかかる2つの目標を設定する。これらの目標は、現行の政府全体の成長戦略における政策努力目標である実質経済成長率2%程度(平均)を視野に入れつつ、食品関連産業が我が国産業の最大セクターの一つ(我が国全体の国内生産額(876兆円)の11%(96兆円))であることを踏まえ、設定した。

食品産業事業者は、「消費者」、「地域」、「グローバル」の3つの視座を組み合わせて、関連異業種の事業者を取り込みつつ、イノベーションを誘発するとともに、新たな付加価値をもつ、独創的で斬新な商品・サービス等を開発して、新たな市場や需要の開拓を行うことにより、国内市場の深耕を図ることに加え、海外市場、特に成長するアジア市場の需要を確実に取り込んでいくことが求められる。

そして、将来的には、我が国の食品産業総体として、グローバル企業の一翼を担う企業群が形成されるとともに、独創的な食品及び食に関するサービスを生み出す中小企業の事業活動が活性化している状態を目指していく。

なお、この共通の目標は、この「食品産業の将来ビジョン」が、2010年6月に決定された「新

成長戦略」の工程表に位置づけられていること等を踏まえ、2020年までの目標として設定する。

### (1) 食品関連産業全体の市場規模の拡大にかかわる目標

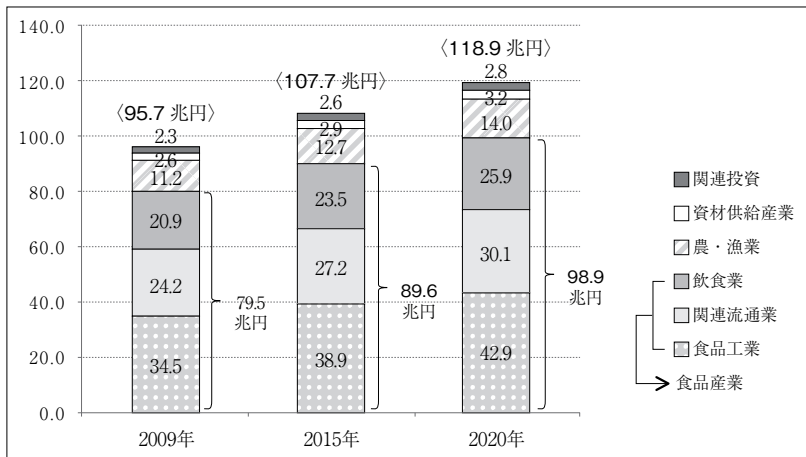
国内市場においては、健康・介護向け市場や朝食市場、訪日外国人市場等を主なターゲットとして新たな付加価値を生み出し、高付加価値商品・サービスに対する需要を掘り起こすこと等によって、その深耕を図る。加えて、海外市場においては、アジアの中・高所得者層の増加や食の外部化に対応した商品を開発・販売するなど、成長するアジア市場の需要を確実に取り込むことにより、食品関連産業全体の市場規模の拡大を目指す。

#### 【目標】

食品関連産業の市場規模(2009年度：95.7兆円)について、毎年、年率2%程度の実質経済成長率を続けることで、2020年までに120兆円に拡大する。このうち食品産業の市場規模は100兆円を目指す。

これにより、2020年までに100万人の雇用創出(5万人/兆円×20兆円(市場拡大分))=100万

○ 2020年における食品関連産業全体の市場規模(市場規模は国内生産額)



人)する。

※ 食品関連産業とは、農・漁業、食品産業(食品工業、関連流通業、飲食店)、資材供給産業及び関連投資をいう。また、「日本再生の基本戦略」(2011年12月24日閣議決定)において、政策努力目標として年率2%程度の実質経済成長率を設定している。

## (2) 農林漁業成長産業化の目標

国内市場を活性化させる際の具体的な手法として、地域の同業種、異業種の事業者、研究機関等のネットワーク化や地域資源のフル活用による研究開発、人材育成等を通じ、特に6次産業化の推進や国産農林水産物・食品の輸出促進、農林水産業を基盤とした新事業の創出等により、多様な国産農林水産物や地域の食文化を背景とする独創的な食品、サービスを生み出し、新たな需要を掘り起こすなど、農林漁業成長産業化を目指す。

### ① 6次産業化の市場規模拡大

#### 【目標】

6次産業の市場規模(2010年：約1兆円)を2015年までに3兆円、2020年までに10兆円に拡大する。

※ 2010年の6次産業の市場は、直接販売で0.6兆円、加工促進等で0.3兆円、輸出促進で0.5兆円、観光レストラン等で0.04兆円

### ② 農林水産物・食品の輸出額の拡大

#### 【目標】

農林水産物・食品の輸出額(2011年：4,513億円)を2020年までに1兆円水準に拡大する。

### ③ 新事業創出

#### 【目標】

2020年までに農林水産業を基盤として、新た

に6兆円規模の新事業を創出(緑と水の環境技術革命総合戦略)する。そのうち、素材分野で1兆円、医薬品分野で0.6兆円等を目指す。

これにより、2020年までに30万人の雇用創出(5万人/兆円×6兆円(市場拡大分) = 30万人)する。

※ 「緑と水の環境技術革命」は、農林水産業・農山漁村に関連する豊富な資源と他産業の持つ革新的技術との融合により、農山漁村地域における新産業の創出を目指すもの。

## 2 食品産業事業者の重点課題

### (1) 農林水産業とともに発展するための6次産業化への参画

食品産業事業者は農林漁業者等の対等なパートナーとして、新たな事業体を立ち上げ、農林漁業成長産業化ファンド(仮称)の支援を得つつ、6次産業化に取り組み、農林漁業の成長産業化に参画する。

また、医療、医薬、介護、福祉、教育、IT、建設、化学等の関連異業種の事業者との連携により、高齢者ビジネスやストレスケア事業の展開等のほか、農山漁村の景観や自然環境、文化等の多面的機能を活用した、外国人を含む観光客の誘致促進等による経済波及効果の取込も重要である。

さらに、地域の実情に適した形態で農業参入を行い、自ら農業生産の担い手となることも期待される。

### (2) イノベーションによる新たな需要・市場の開拓

食品産業事業者には、関連異業種の事業者と連携しつつ、革新の思想を持ってイノベーションの可能性を探り、新たな価値創造に挑戦することによって、新産業を創出し、国内外で新た

な需要・市場を開拓して行くことが期待される。

その際、食品産業の事業主体別にみると、例えば、次のような取組が有効である。

- ・製造業：医食農連携による病気予防食、介護食等の新製品の開発・販売等健康や介護向け市場への対応、アジア等の中・高所得者層のニーズにあった商品の開発
- ・流通業：総菜や調理食品、有機農産物等高付加価値商品の取扱の充実・拡充や、ネット販売、宅配、給食等の新たなサービスの提供、地域毎の特色ある「食」を尊重した地産地消商品の販売促進
- ・外食産業：薬膳レストラン等の新業態の出店や、年代に応じた新メニューの開発・販売による朝食・欠食等失われた市場、忘れられた市場の回復

他方、製造、流通、外食等が連携したフードシステムとして海外市場への展開を図るなど、新たなビジネスモデルの提案や、異業種と連携したバイオ等の研究開発型事業の立ち上げなど知識集約的な取組を行う。

さらに、国産農林水産物・食品の信頼回復のための安全・品質管理体制を構築し、日本の食文化の発信や普及推進を含め、輸出の促進に取り組む。

### (3) 食品の量・質両面での安定供給

#### ① 海外に依存する原料等の安定的な調達

原料等調達の安定化、多角化のための海外農業事情等の収集・分析を行うとともに、海外での契約栽培、長期取引契約、共同調達、農業投資等により調達方法の多様化を図る。

また、国内及び海外での輸送の共通化等、他企業との連携を推進するほか、価格変動、在庫等の多様なリスクを商品先物市場の機能を活用してヘッジする。

さらに、生鮮用や加工用など用途別ニーズに適合した規格の拡充を進めるとともに、未利用資源の活用、廃棄物の発生抑制等を促進することにより、原料等を使い切る取組を徹底する。

#### ② IT等を活用した合理的なフードチェーンの構築

輸配送の共同化や取引の電子化等により、一層のコスト削減を図る。また、フードチェーンの各段階の事業者が連携しつつ、商品の特性に応じた輸送容器の普及等の共通化や輸送機器等の合理化を進める。

さらに、現状の事業者あるいは商品別に区分されている物流の壁を乗り越えた総合物流体制の構築を図るなど、一層の物流の効率化に取り組む。

他方、消費者の多様なニーズに的確に対応するため、卸売市場を含むフードチェーンの各段階の事業者間でITを活用した情報伝達を円滑化させる。特に、商品情報の統一化とネットワーク化による一元管理の導入を図る。

また、卸売市場については、取引情報の一層の提供を図ることにより、価格形成の透明性を向上させ公正な取引を推進する。

加えて、食品の入出荷記録等の作成・保存を行うことにより、トレーサビリティの確保を推進する。

#### ③ 消費者への食料供給ルートの確保

東日本大震災によって浮き彫りになった課題に効果的に取り組むため、行政の支援を得つつ、東北地域をモデルとして、食品の供給網のバックアップ体制を構築するなど、サプライチェーン対策に取り組む。

また、不測の事態に備えて、BCPの策定・改善を進め、それを踏まえて、業務の補完体制づ

くり、調達先の多角化や適正な在庫の確保等の体制整備に取り組む。さらに、業界内やフードチェーン内での緊急連絡体制の整備や在庫を融通し合う協定の締結等を行い、相互協力体制を構築する。

他方、社会・経済構造の変化に伴う一部地域における食料品アクセス問題の顕在化を新たなビジネスチャンスと捉え、地域の実態を踏まえた食料品提供サービスを確保する。

#### (4) 食品の安全、消費者の信頼確保の取組の充実

食品中の放射性物質への対応、風評被害対策に取り組むとともに、危害分析・重要管理点(HACCP手法)の導入、コンプライアンス体制の一層の強化、消費者への正確で分かりやすい情報提供や食育の推進、農林水産省が食品産業事業者と協働で、消費者の「食」に対する信頼向上や透明性の高いフードチェーンの構築を目指す「フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)」の活動充実等に取り組む。

#### (5) 持続可能な資源循環型社会の構築

持続可能な資源循環型社会の構築に向け、いわゆる事業活動の「グリーン化」を図るため、農林漁業者との連携等、6次産業化の取組も活用し、食品廃棄物等や容器包装の計画的な再生利用等を進める。

一方、「MOTTAINAI(モッタイナイ)」に象徴される資源循環型社会形成のため、発生抑制も進めていく必要がある。特に、食品廃棄物等については、食品リサイクル法に基づく「食品廃棄物等の発生抑制の目標値」の設定を契機に、過剰生産・在庫、返品等の原因となる商取引慣行について関係事業者間で話し合い、その改善に努める。

これらと併せて、原発事故を受けたエネルギー政策の見直しや温室効果ガスの排出量削減の目標設定の動向を踏まえて、引き続き省エネや温室効果ガスの排出削減に計画的に取り組む。

#### (6) CSR・研究開発の推進、人材育成の充実

##### ① CSRの推進

安全な食料の安定的な供給を始めとするCSR(企業の社会的責任)を自らの経営の持続的発展のために不可欠な取組と位置づけ、組織内で意識を共有する。

##### ② 研究開発の推進

自らの研究・商品開発体制を見直し、研究・商品開発力を強化するとともに、食品の安全性向上のための技術、品質保持のための技術、食品廃棄物利用技術、物流の合理化を加速する技術等、行政と連携しつつ、関連業種と連携した食に関連する分野での技術、機械等の開発を進める。

また、研究分野の「選択と集中」、研究の共同化、外部資源の活用等を積極的に進める。

##### ③ 人材育成の充実

オン・ザ・ジョブ・トレーニング(OJT)、階層別・職種別等の研修、自己研さんを有機的に組み合わせることで人材育成スキームの整備に努めるとともに、食品安全・衛生・品質管理、CSR、研究開発、6次産業化、海外展開等の分野において、外部の各種研修、資格認定制度等も活用しつつ、専門知識を有する人材育成に努める。

#### 3 行政の果たすべき役割

行政には、食品産業事業者を始めとする民間が主体的に行動し、その創意工夫が発揮できる

よう、制度面も含め共通インフラの整備を行い、中小零細規模の事業者を含めた食品産業全体の課題克服に向けた取組を支援することが求められる。

### (1) 農林漁業の成長産業化に向けた取組

#### ① 農林漁業成長産業化ファンド(仮称)の創設

食と農林漁業が本来持つ潜在的な成長力を顕在化させるためには、1次産業側の努力により生み出された価値を、2次産業・3次産業へ大きく高めながらつなげ、消費者に提供していくことが重要である。

このため、官民共同で農林漁業の成長産業化ファンドを設立し、成長の源泉である1次産業が起点となって、2次産業・3次産業との融合を図る新たな事業分野を開拓するために、ファンドから資金を提供し、1次産業と2次産業・3次産業が対等な立場で資本提携することを促進していく。

#### ② 6次産業化の推進

農林漁業者等の6次産業化の取組を支援するため、6次産業化の先達・民間の専門家(ボランティア・プランナー、6次産業化プランナー等)による経営の発展段階に即した個別相談等を行う体制を整備する。

また、農林漁業者と食品産業事業者の連携や農業参入等の優良事例について収集・分析を行い、広く情報提供することによって、6次産業化の取組を促すとともに、健康・長寿社会に対応した新食品・新サービスの開発等を支援し、農林水産物等の地域資源の利用を促進する。

さらに、緑と水の環境技術革命プロジェクトを着実に推進し、農林水産業・農山漁村に関連する豊富な資源と他産業の持つ革新的技術の融合を図る取組を進める。

### ③ 新たな輸出戦略に基づく輸出の促進

国産農林水産物・食品の国際的な信認を回復し、需要の喚起を行うとともに、輸出環境を改善するため「農林水産物・食品輸出の拡大に向けて」(2011年11月25日農林水産物・食品輸出戦略検討会とりまとめ)に基づき、

- ア 原発事故の影響への対応
  - イ 国家戦略的なマーケティング
  - ウ ビジネスとして輸出を支える仕組みづくり
  - エ 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
  - オ 海外での日本の食文化の発信
- という5つの戦略の下、輸出を促進する。  
また、地理的表示の保護制度を導入する。

### (2) 食品の量・質両面での安定供給

#### ① 海外に依存する原料等の安定的な調達の支援

穀物等の原料農林水産物の主要産地の生産状況や価格動向等の関連情報の収集・分析を行うとともに、国内外での原料調達方法の安定化・多角化に関する優良事例の収集・分析を行い、広く情報を提供する。

また、商品先物市場の機能強化を進め、国際的な監視体制を構築するとともに、現物市場についても国際機関や国際商品協定等に積極的に参画する。

さらに、国内農林水産業の安定的な成長発展を通じた国内生産の活性化等により、海外に依存する原料農林水産物の輸入依存度を引き下げていく。

#### ② 消費者への食料供給ルート確保

東日本大震災により、食品の物流インフラ等が広範な被害を受けたことを踏まえ、物流ネットワークのあり方等を検証し、災害時でも円滑

な食料供給を可能とするため、複数県にまたがるバックアップ体制を構築するなど、食品のサプライチェーン対策を推進する。

また、食品産業事業者によるBCPの策定等、不測時に備えた社内、企業間及び業界全体におけるフードチェーンをつなぐための体制の整備を促すとともに、食品産業事業者との間での不測の事態に備えた情報提供・緊急連絡体制を強化する。

さらに、食料品アクセス問題に的確に対応するため、各地域における食料品へのアクセスの実態を定量的に推計する技術の開発をはじめ、優良事例等の共通情報基盤の構築等により地域の実態を踏まえた主体的な取組を推進する。

### (3) 食品の安全、消費者の信頼確保の取組の充実

原発事故の発生に伴う国産農林水産物・食品の安全確認については、関係機関が緊密に連携しながら、「食品衛生法の基準値を超える農林水産物・食品は流通させない」ことを旨として、適切な検査計画の策定や必要となる検査機器の整備等により、国産農林水産物・食品の放射性物質の検査を的確に実施する。

また、風評被害を防止するため、消費者や食品産業事業者等に対し、放射性物質濃度の調査結果や出荷制限要請等に関する情報、新基準値の考え方や設定方法、基準値以内の農林水産物・食品が安全であることなどの正確な知識を提供・発信するとともに、食品産業事業者等に対して科学的・客観的な根拠に基づく冷静な対応を要請する。

さらに、フードチェーンにおいて、農業生産工程管理(GAP)やHACCP手法等の科学的根拠に基づく取組を推進するとともに、食品産業事業者等と協働(プラットフォーム)の枠組みであ

る「FCP」を活用して消費者重視の姿勢、コンプライアンスの徹底のための取組を支援する。

### (4) 事業活動の環境整備

食品産業事業者が事業活動を行うに当たって、取引慣行の改善、知財保護、競争政策、市場整備等、食品産業事業者の創意工夫が円滑に発揮できる環境を整備するため、取引慣行の改善に関するガイドラインの周知徹底等を行う。

また、公正かつ効率的な取引を確保するため、規制の緩和の検討等を行うとともに、衛生管理、CSR、6次産業化等の業務分野に関する人材育成プログラムや資格制度の創設・普及を進めるなど、人材の育成を図る。

さらに、食品分野における国際標準化作業等に積極的に貢献するとともに、我が国の技術や基準・規格が国際標準となるよう積極的に発信・提案することにより、日本企業がより活動しやすい環境を作り出す。

### (5) 持続可能な資源循環型社会の構築

持続可能な資源循環型社会の構築に向け、食品リサイクル法及び容器リサイクル法に基づき、食品廃棄物等や容器包装の再生利用等の推進に努めるとともに、温室効果ガスの削減対策や生物多様性の配慮等地球環境の課題への対応を奨励する。

特に、バイオマスの利活用を進めていく観点から、植物由来プラスチック等への利用やメタン発酵等によるエネルギー利用等による資源の有効活用を推進する。また、食品廃棄物等の発生抑制については、製造・流通・外食分野の事業者が連携した取組等の調査・分析等を行うとともに、消費者の意識改革を促すための事業者の取組を支援する。

## (6) 協働の枠組み(プラットフォーム)の構築等

これらの施策に加えて、優良事例や国際的な動向の収集・分析、指標(ガイドライン)の策定、官民連携のキャンペーン、優良事業者の表彰等により、食品産業事業者の取組をより一層促進するとともに、パートナーシップの強化を図るため、「協働の枠組み(プラットフォーム)」を構築し、共通の課題を抽出して、標準化や必要な技術の開発・改良等の解決策を見出していく。

## 第5 フードチェーン当事者に期待される役割・分担

食品関連産業全体の共通の目標を実現するため、個々の食品産業事業者には、食品産業の目指すべき方向に則って、戦略的に事業活動を展開することが期待されている。また、併せて、業界団体、関連異業種の事業者、農林漁業者、消費者といった食品産業事業者以外のフードチェーン当事者についても、食品産業のプレイヤーとして様々な役割を發揮することが求められており、特に関連異業種の事業者には、技術革新を始め、新たな需要の開拓、事業資金の提供等の面で大きな役割を担うことが期待される。

### 1 目標達成に向けての役割・分担

#### (1) 業界団体

食品産業事業者は、一企業としては実践に限界があるため、

- ① 市場環境や食品安全等、業界全体に関する情報の共有・提供
- ② 市場拡大のための共同販促や原料等の安定的調達のための共同購入・国内外の主要産地との連携
- ③ 食品安全の取組や、食育、生物多様性等の環境問題への対応
- ④ 規範・規格・基準の策定・改定へのデータ

収集・意見集約・提案

- ⑤ 国による食品の安全性向上のための実施規範の作成への積極的な貢献とその実施規範の実行について業界内への周知・徹底
- ⑥ 業界の現状を踏まえたBCPやコンプライアンス等のガイドライン・自主行動計画等の策定・徹底  
等、同種の課題を抱える複数の企業が共同で取り組む場合には、業界団体の積極的な関与が期待される。

#### (2) 関連異業種の事業者

業種間の壁が低くなり、異業種間での様々な商品やサービスの組み合わせが新たなビジネスチャンスとなる今日、ライフスタイルの変化を捉え、食品機械・包材、運送・保管、家電・調理器具、IT、医薬、医療、介護、福祉、教育、観光、建設、化学等、あらゆる関連事業者においても、食品産業事業者と連携することにより、新たな需要・市場の開拓や課題解決に積極的に取り組むことが期待される。

#### (3) 農林漁業者

食品産業の重要なパートナーである農林漁業者には、食品産業事業者等を対等なパートナーとして新たな事業を立ち上げ、加工、販売等の6次産業化に取り組み、食品産業事業者が有する情報や技術、ノウハウを活用するとともに、新たな業態の創出等を推進し、地域ビジネスを活性化することが期待される。

具体的には、食品製造業との連携を強化し、加工用農産物の生産・販売等に取り組むことや、流通業と連携した高付加価値商品の販売を行うこと、外食産業と連携したメニューの提案を行うこと等が期待されている。



#### (4) 消費者

我が国の消費者の「食」に対する感受性が日本の食文化の礎となっているとの評価があるように、「食」を通じた新たなライフスタイルの確立に貢献することが期待される。

一方で、消費者の細かなこだわりが、食品の廃棄を招くこと等により我が国の食品供給における社会的なコストの増嵩につながっているとの指摘もある。消費者には、自発的な情報収集、産地や工場見学、食品産業事業者との対話等を通じて、情報の真偽を判断できる能力を高めつつ、「食」に対する意識や科学的根拠に基づく理解を深めることが期待されている。

また、消費者がその役割を円滑に発揮するためには、行政のみならず報道関係者等が科学的根拠に基づく正確かつ分かりやすい情報発信を行うことが重要であり、こうした関係者等の十分な貢献が期待される。

## 2 強固な事業基盤の確立と連携の強化

### (1) 事業基盤の強化

今後、食品産業がグローバル化を進めていく上では、競争力をさらに高める必要があるが、その際には、競争優位分野への重点化と競争劣位分野からの撤退等、選択と集中を意識的に行うことが重要になってくる。

企業における事業基盤の強化の度合いは、商品の種類や競合状況、業種、業態(製造業、流通業、外食産業)、原料調達等における行政的

関与も含めた枠組み等によって異なると考えられるが、企業合併・買収等、場合によっては従来の業態を超えた再編やグローバルな視点も含めて様々な選択肢を考慮に入れながら、スピード感を持ってその対応策を検討することが肝要である。

### (2) 関係者間の連携から協働へ

食品産業全体の共通目標を実現するには、行政を含め、フードチェーンの当事者が個別の「連携」を超えて、広く目的を共有し、それぞれの資源や特性を持ち寄って、協力して共に働く「協働」を目指すことが求められている。

現在、農林水産省が関与する「協働の枠組み」としては、消費者の「食」に対する信頼向上や透明性の高いフードチェーンの構築、消費者の信頼確保等に取り組んでいる「FCP」や、食品産業の海外展開を進める「アジア・フード・コミュニティ(AFC)」、食品産業を含む多様な産業分野と農林漁業、行政等との連携を促進する「産業連携ネットワーク」がある。

今後、これらの活動を一層充実させるとともに、持続可能な資源循環型社会の構築に向けた活動や技術革新の核となる研究開発、我が国の規格・基準の国際標準化等の他の分野でもこうした取組を進めていくことが肝要である。

( 農林水産省食料産業局食品  
小売サービス課企画係長 )

# 食品産業事業者における事業継続の取組について

秋 山 憲 孝

## 1. はじめに

「事業継続計画」又は「BCP (Business Continuity Plan)」という言葉聞いたことがあるだろうか。意味はどちらも同じだが、通常、おそらくは「呼びやすい」との理由で「BCP」と呼ばれることが多い。

農林水産省においては、緊急時であっても食料の安定供給を確保することが重要であるとの観点から、以前より食品産業事業者における事業継続計画(BCP)の策定を推進してきた。特に、東日本大震災の後、事業継続に対する関心は高まっていると実感しており、事業継続計画を保有している事業者が徐々に増えてきていると考えている。しかし、現状で十分ということはなく、事業継続計画について多くの人達に知ってもらい、さらに多くの事業者に事業継続計画を策定してほしいと考えている。

本稿では、事業者における事業継続計画の策定を推進し、食料の安定供給を図っていくという立場から、事業継続計画の考え方、当省の取組などについて説明していきたい。

## 2. 事業継続計画(BCP)とは何か

我が国は災害の多い国である。また災害以外にも事故の発生など事業者が事業を継続できなくなるような事態が発生する可能性は常に存在している。事業の中断がごく短期間で済む場合であればともかく、それが長期間にわたる場合はまさに事業者にとっての危機といえる。

最近発生した危機、特に事業者にとっての危

機というと東日本大震災が頭に浮かぶが、それ以外にも最近の例として図1のようなものが挙げられる。

このような事態が発生すると、企業自体の被災(設備の破損等)、従業員の出勤率の低下、商品・サービスの提供の途絶、経営の継続への影響といった問題が発生するおそれがある。しかし、企業はこうした状況にあっても、取引先等の利害関係者から業務を継続することが求められる。特に食品産業事業者はその取り扱うものが生命を維持するために欠かすことのできない食料品であることから、重要な業務を継続することは利害関係者のためのみならず、社会的な責務である。

事業者自らにとっても、重要業務中断に伴う顧客の他社への流出、マーケットシェアの低下、企業評価の低下などから自らを守る必要があり、事業を継続するための取り組みを進めることは喫緊の課題である。

この事業継続を追及するための計画が事業継続計画である。事業継続計画とは、こうした危機、例えば新型インフルエンザや大規模地震などの緊急事態が発生し、事業者が重大な被害を受けた際にも、特定された重要な業務を中断させず、仮に中断したとしても目標復旧時間内に復旧させるための計画のことを指す。

事業継続計画の概念図は図2のとおりである。

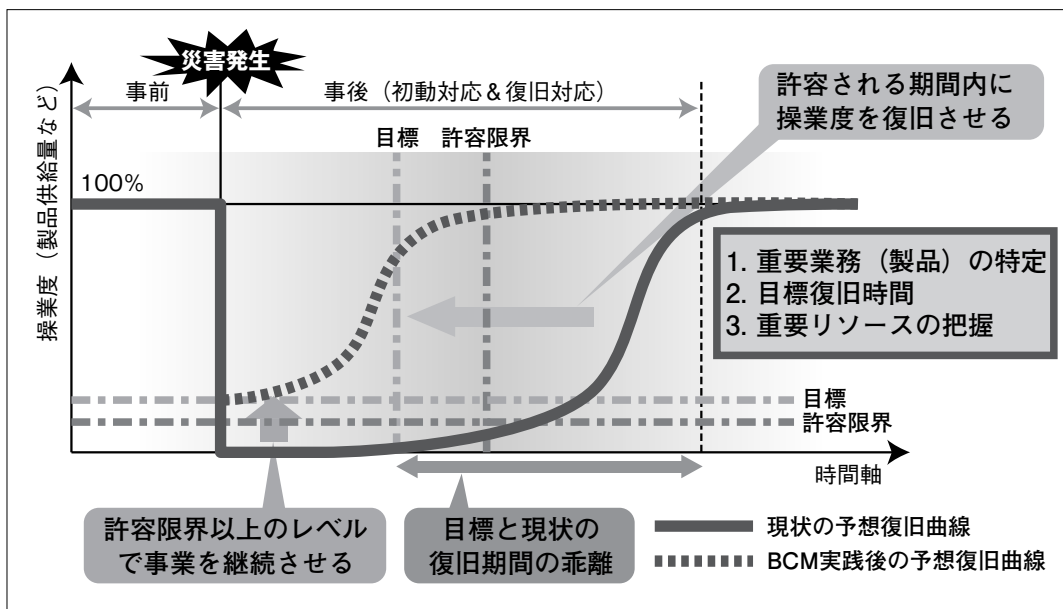
実線で示された曲線が事業継続計画を策定していない場合の予想復旧曲線を表している。災害発生前に100%であった操業度が、災害の発

図1 企業にとっての危機の最近の例

<b>地震</b>	<p><b>新潟県中越沖地震（2007年）</b> 自動車部品メーカーが被災、地震発生後1週間に渡って生産停止となったため、自動車メーカー12社が生産停止し、13万台以上の製造に影響した。また自動車メーカーの生産停止によって、他の自動車部品メーカーも生産停止となった。</p> <p><b>東北地方太平洋沖地震（2011年）</b> 原材料不足とキャップメーカーの被災により供給不足に陥り、飲料の品薄要因になった。</p>
<b>水害</b>	<p><b>東海豪雨（2000年）</b> 豪雨の影響により新幹線、道路、空港などが停止し部品生産や輸送に支障がでたことから、工場の操業停止や店舗休業を余儀なくされた。</p>
<b>感染症</b>	<p><b>インフルエンザ（H1N1）2009（2009年）</b> 感染予防策対応における混乱（通勤時のマスクの着用指示や株主総会等の対応等）や、感染した従業員が2~3日休むような事態が続出したため、通常の業務がスムーズに運営できなくなった企業があった。</p>
<b>火災・爆発</b>	<p><b>大手化学メーカー工場爆発事故（2007年）</b> メチルセルロース製造プラントで爆発事故発生。他社に供給の肩代わりを依頼したが、調達はほぼ困難な情勢となった。国内医薬品の生産に影響が生じる恐れが増大し、厚生労働省では同種の誘導体制剤による代替医薬品製造ができるように緊急措置を一定期間認める方針の局長通知を出した。</p>
<b>コンプライアンス</b>	<p><b>期限切れの原材料使用（2007年）</b> 内部告発によって、社内規定に定めた期限を過ぎた材料を使用して製造・出荷していたことが判明。社内の報告書に不適切な表現があることも発覚し、企業倫理の欠如や隠蔽体質があることを追及された。</p>

図2 事業継続計画とは

■どのくらい事業が中断しても許容されるか（許容限界）を見極め、重要業務の継続に不可欠で復旧の制約となりにかねない重要な要素（ボトルネック）を洗い出し、復旧目標を掲げて重点的に対処すること。



生により操業が停止し、復旧までに長い期間を要している。このような状態を改善するため、点線で示した曲線のように災害が発生しても操業を停止させず許容限界以上のレベルで事業を継続させるとともに、復旧に至るまでの期間を大幅に短縮して許容限界よりも早く復旧させることが必要となる。事業継続計画ではこれらに必要な事項を定めている。

「防災計画なら前々からもっている」という事業者も多いかと思われるが、事業継続計画は従来の防災計画とは異なる以下のような特徴を持っている。

- ① 事業に著しいダメージを与えかねない重大被害を想定して計画を策定する。
- ② 災害後に活用できる資源に制限があると認識し、継続すべき重要業務を絞り込む
- ③ 各重要業務の担当ごとに、どのような被害が生じるとその重要業務の継続が危うくなるかを抽出して検討を進める。結果としてあらゆる災害が想定される。
- ④ 重要業務の継続に不可欠で、再調達や復旧に時間や手間がかかり、復旧の制約となりかねない重要な業務(ボトルネック)を洗い出し、重点的に対処する。
- ⑤ 重要業務の目標復旧時間を設定し、その達成に向け知恵を結集し事前準備をする。
- ⑥ 緊急時の経営や意思決定、管理などのマネジメント手法の1つに位置付けられ、指揮命令系統の維持、情報の発信・共有、災害時の経営判断の重要性など、危機管理や緊急時対応の要素を含んでいる。

以上のように、従来の防災計画が被害の拡大防止等にとどまっているのに対し、事業継続計画は会社全体の経営の観点から重要業務を選び、そこに経営資源を集中して継続・早期復旧を図ることがポイントとなる。

### 3. 具体的な事業継続計画(BCP)の内容

ここまで事業継続計画の考え方などについて説明してきたが、これだけではなかなかイメージがわきにくいので、具体的に事業継続計画を策定するうえで必要な要素を説明していきたい。特に重要なリスクである地震と新型インフルエンザに対応した業務継続計画については個別に説明する。

#### (1)基本方針

事業者として、想定した災害、想定外の災害に“どのような心構え”で取り組むのかを具現化したものである。災害時対応の“拠り所”となるもので、判断や行動に迷った時にはこの基本方針に立ち返ることになる。

具体的には、例えば、以下のような方針が考えられる。

- 従業員および従業員家族、お客様の人命と安全を確保する。
- 社会的に供給が望まれる製品・サービスに関しては、優先的に供給を継続する。
- 自社の経営を維持し、従業員の雇用を確保する。
- 自社の利益のみにこだわらず、地域と協調した対応を実施する。

このように、会社として「何を守らなければならないのか」「何を果たさなければならないのか」という経営トップの意思を利害関係者に明確に発信するのがこの基本方針である。

#### (2)危機管理体制の構築

危機の発生に備えて、危機管理体制(対策本部)を構築しておく必要がある。通常は、以下のような体制を構築する。

- 本部長をトップとする対策本部を迅速に設置し、適切な初動対応、緊急事態への意思決定などを行うことが必要である。

- 対策本部には、事務局を設置し、それとは別に「社内支援」、「業務運営」、「社外連携」の3つの機能をもたせる。
- 「社内支援」とは総務関連(備蓄品の配布、要員の支援等)、人事関連(安否確認、感染者対応等)、情報システム関連(情報システム環境の整備、通信連絡手段の確保等)、「業務運営」とは重要業務の復旧・休止指示、関連設備・原材料等の被害状況の確認、取引先の被害状況の確認等、「社外連携」とは、行政・業界団体、地域との調整、広報関連業務等が含まれる。
- 本部長、副本部長、事務局の責任者を事前に決めるとともに、3つの機能それぞれの担当者(担当部局)及び代行者(代行部局)を決めておく。

### (3) 重要製品・業務の選定

大規模な災害などが発生した場合でも、優先的に復旧・継続すべき重要製品・業務を選定しておく必要がある。緊急事態発生時には、経営資源(ヒト、モノ、情報、資金等)が大幅に限定され、すべての業務を通常どおり行うことができないため必要となる作業だが、この選定が難しく、「どうやって選べばよいか分からない」という声をよく聞く。基本的には、経営資源が一定期間にわたって一部利用できなくなる事態を想定し、その事態が自社に与える影響を考慮(事業影響度を分析)した上で、重要製品・業務を選定する。まず優先的に供給する製品・商品・サービスを決め、その供給にかかわるすべての業務を洗い出し、それらのすべての業務の中でも、特に継続が必要な業務が重要業務となる。

通常は、社会的責任、サプライチェーン(フードチェーン)の維持(顧客、取引先等への影響)、自社の財務への影響を考慮し、人命にか

かわる業務、利益の大きい業務、生産量の多い業務、供給先に大きな影響を与える業務などから決定することが多いようである。

### (4) 地震の発生に対応した事業継続計画(BCP)

地震の発生に対応した事業継続計画を策定する際は、概ね、以下のような内容を記載する。

#### ① 被害状況の想定

まずは、被害状況の想定を行う。大規模地震の発生時には、自社の経営資源(従業員・建物・設備等)が被害を受けるだけでなく、インフラ(電気、通信、上下水道等)や公共機関(鉄道等)も被害を受けることが想定される。

(被害想定为例)

- 想定する災害は震度6強
- 周辺の被害状況の想定は以下のとおり
  - 電気(3日程度)、上下水道(2週間程度)、ガス(1か月程度)の停止
  - 固定電話(1週間程度)やインターネット(1週間程度)、携帯電話(つながりにくい)の機能停止
  - 高速道路等における緊急輸送車両以外の通行禁止、被害の少ない地域から一般車両の通行再開
  - 鉄道(3日間程度)の運行停止
  - 緊急輸送物資以外の輸送が困難、燃料の不足
- 自社の被害状況の想定は以下のとおり
  - 設備の移動・転倒等により従業員の一部が負傷
  - 耐震性の低い建物に、大破・倒壊等の被害が発生し、建物自体の被害がなくても、天井の一部の落下、蛍光灯・窓ガラスの一部の破損が発生
  - バックアップをとっていないデータが失われる

- 事業が停止した場合に収益が減少する。  
設備等の被災により、修繕、再調達費用等が発生する。

(近隣に自社の関連施設やサプライヤーが所在する場合は、同時に被災することも想定する。)

## ② 地震直後の初動対応

地震直後の初動対応については以下のような内容を含める。

### ○ 対策本部の設置

自社の拠点で震度5強以上の地震が発生した場合、社長もしくはその代行者が緊急に対応する必要があると認めた場合に対策本部を設置するといった、設置の考え方

### ○ 安否確認、従業員の帰宅／残留支援

安否確認の手段、来訪中のお客様の安否状況の確認の実施、従業員の帰宅の判断基準、事業所に残留する従業員に対する支援内容等

### ○ 被害状況の確認

拠点内の被害状況を確認するための確認事項

### ○ 二次被害の防止措置

二次被害発生の可能性のある箇所に対する二次被害発生防止措置の内容

### ○ 被害情報の収集

地震関連情報の収集、自社拠点の被害状況の確認・集約、取引先の被害状況の確認

### ○ 対外的な情報発信

顧客、取引先への自社の被害状況についての連絡(連絡手段を含めて)

## ③ 事業継続対応

被害の大きさによっては、業務を通常どおり継続することが困難になることも想定される。

その際は、事業継続計画を発動することが必要となるが、これに関しては以下のような内容を含める。

### ○ 事業継続計画の発動基準

従業員の不足、設備等の被害状況、電気・上下水道・通信等重要インフラの状況、取引先の状況を総合的に勘案して本部長が発動及び解除を指示

### ○ 目標復旧時間・目標復旧レベルの設定

社内・社外への影響を考慮して、自社の操業・営業停止が許される時間(許容中断時間)を把握し、それを基に、目標復旧時間・レベルを決定する。具体的には、社会的責任(製品、サービスが生活必需品である等)、サプライチェーンの維持(得意先からの要求、競合他社の存在、顧客企業被災の可能性、災害後の供給再開時間が定められている等)、自社の財務への影響(どの程度の期間まで、会社の資金繰りが耐えられるか)を考慮して決定することになる。

### ○ 事業継続戦略

被害の大きさ等により、基本的な戦略を決めておく必要がある。大きく分けて、以下の4つの戦略があるが、状況に応じて臨機応変に対処できるようにしておく必要がある。

- 現地復旧(職場が被災しても、担当者が出勤してそのまま復旧する)
- 自社他拠点での代替(非被災地の自社他拠点に担当者が移動して業務を行う、又は担当者は移動せず業務のみを移管する)
- 他社での代替(関連会社などに業務を移管する)
- 在庫の積み増し

#### ④ 重要業務継続のための対策

重要業務を継続するためには、平素からそれに備えた準備が必要となる。

このため、業務の継続に不可欠な経営資源(ヒト・モノ・情報・資金等)を洗い出し、洗い出したそれぞれの経営資源について、業務を継続するうえで望ましい状況となっているか確認する。さらに、十分な状況ではない場合、その対策を詳細に決定する。対策を検討する際は、以下の点に注意する必要がある。

- 対策に必要な労力・費用等を見積もり、実施可能性も検討する
- 他の事業者の協力が必要な場合、業務継続体制について協議・確認することが必要
- 同業者間での協力体制の協議も可能な範囲で実施

具体的な洗い出し、確認のポイント、対策の主な内容は以下のとおりである。

- 人的資源  
重要製品・業務の供給・実施に不可欠な従業員が出社できない場合に、代行できる従業員がいるか。
- 物的資源  
建物は、81年に改正された建築基準法に基づいているか、設備・什器類は固定されているか、ほかの拠点で重要業務を実施するのに必要な設備・機器等を準備しているか。
- 情報  
基幹システム、データサーバの耐震対策を実施しているか、必要なデータのバックアップをとっているか、ほかの拠点からシステムやデータにアクセスできるようになっているか、緊急時における顧客・取引先との連絡先について複数の連絡先を顧客と共有しているか。
- 資金

最低限必要な運転資金を確保しているか、設備等に被害が生じた場合に備えて、補修費用等を用意しているか。

#### (5) 新型インフルエンザの発生に対応した事業継続計画(BCP)

大規模地震ほどはイメージがわきにくいかもしれないが、季節性インフルエンザと異なり、新型インフルエンザの発生は危機管理対応が必要となる案件である。

図3に季節性インフルエンザと今後発生するおそれのある新型インフルエンザの違いを示した。事業の継続という観点からは、欠勤率が最大で40%になるということを意識する必要がある。

事業継続の考え方は地震発生時と基本的には同じだが、地震と違い、突然自らの事業所で発生するわけではなく、具体的な被害を受けるまでは時間がかかる、物的被害は少ない、全国的に(あるいは世界的に)同時に被害が発生する可能性がある、といった特徴があるため、対応も異なっている。次に、新型インフルエンザに対応した事業継続計画を策定するうえで必要な内容のうち、特に地震の場合との相違点について記載する。

##### ① 被害状況の想定

新型インフルエンザの場合、その流行の段階によって被害の発生状況が異なる。見込まれる欠勤率が最大で40%になることに加え、図4のような被害が想定される。

こうした被害の発生により、原料の調達から小売りに至るサプライチェーン全体が停滞するおそれがある。

図3 新型インフルエンザの特徴

	季節性インフルエンザ (Aソ連型、A香港型、B型等)	2009年流行の新型 インフルエンザ (インフルエンザ(H1N1)2009) <sup>※1</sup>	今後発生するおそれのある 新型インフルエンザ (H5N1等)
由来	不明	豚インフルエンザが変異 メキシコ	鳥インフルエンザの変異を想 定
症状等	●呼吸器症状、頭痛等 ●高齢者・妊婦等に重症化傾 向 ●致死率(0.1%以下)	●呼吸器症状、頭痛等 ●基礎疾患ある者・妊婦等に 重症化傾向 ●致死率(0.0004~0.4%程度 と推定(正確な値は不明))	●全身障害 ●致死率高い 【参考】今までに発生した鳥からヒト へ感染の場合、致死率は60%程度
感染予防策	手洗の実施、マスク、消毒、人込みの回避、ワクチン接種、体力維持等		
ワクチン	あり	あり	通常のワクチンはない <sup>※2</sup>
治療薬(タミフル等)	効果あり	効果あり	不明
事業継続への影響	小	●発症、看病による欠勤者の 増加	●発症、看病、職場放棄等に より、欠勤率40%~ ●感染症法による規制

※1 2011年4月から新型インフルエンザから季節性インフルエンザに変更となった

※2 新型インフルエンザが発生する前の段階で、新型インフルエンザウイルスに変異しやすい鳥インフルエンザウイルスを基に製造された「プレパンデミックワクチン」は存在している

図4 想定される被害状況

	第一段階 (海外発生期)	第二段階 (国内発生早期)	第三段階 (感染拡大期・まん延期・ 回復期)	第四段階 (小康期)
不安	■食品確保について不安が発生			
消費行動	■備蓄適正の高い食品の まとめ買いが始まる	■発生地域を中心にまと め買いが加速	■全国的にまとめ買い行 動が顕著化 ■食品の購入頻度が減少 ■外食の機会が減少 ■外出の機会が減少し、 一回での購入量が増加 ■宅配需要が増加	■第二波に向け、食品の まとめ買い行動が再発 ■栄養価の高い食品への 需要が増加 ■外食に対する需要が増 加
生産量 供給量	■備蓄適正の高い食品の 需要拡大を想定した増 産	■需要が拡大し始め、通 常時の生産量を上回る	■サプライチェーンの機 能低下により、一部地 域で供給量低下	

② 感染予防対策

地震発生時の初動対応と同様に、インフルエンザの場合は感染予防対策が重要である。衛生用品の備蓄、海外渡航の制限、帰国者への対応、公衆衛生対策(手洗い、うがい、咳エチケット等)の周知、来訪者への対応、感染者への対応、濃厚接触者への対応等について決める必要がある。

③ 事業継続対応

事業継続計画の発動等に関しては以下のよう

な内容を含める。

- 対策本部の設置  
新型インフルエンザが海外で発生した段階で対策本部を設置し情報収集を行うなど、国内での発生に備える。
- 事業継続計画の発動基準  
例えば拠点所在地域(例えば都道府県)に感染者が発生した段階などに本部長が事業継続計画の発動を指示する。



#### ④ 重要業務継続のための対策

地震のときと同様に、業務の継続に不可欠な経営資源を洗い出し、それぞれの経営資源について検証を行う。

##### ○ 人的資源

重要業務を行う従業員が感染等の理由で社できない場合に代行できる従業員がいるか、派遣社員・パート社員の対応を検討しているか。

##### ○ 物的資源

社内の衛生用品および重要業務従事者に対する備蓄品を備えているか。

##### ○ 情報

新型インフルエンザ流行時の情報システムの維持について社内及び業者と検討しているか。

##### ○ その他

取引先と新型インフルエンザ流行時に優先的に供給する製品・商品・サービスについて検討しているか。

#### 4. 農林水産省における取組

農林水産省においては従来、食品産業事業者における事業継続計画の策定を推進してきた。昨年度も、全都道府県で事業継続計画策定のための研修会を開催し、1,000社ほどの参加を得ることができた。各事業者における事業継続計画の策定は徐々に進んできたと考えているが、昨年度の事業を進める中で、ほとんどの事業者が取引先の事業継続計画がどのようになっているか知らず、緊急時に事業者同士の連携がとれない可能性があることが分かってきた。緊急時にあっても食料の安定供給を図るためには、個別の事業者が事業継続の体制を整えるだけでなく、サプライチェーン全体として機能が維持できるような取組を進めることが重要である。

このため、今年度の農林水産省の事業において、緊急時にサプライチェーンの上流から下流まで至る取引先同士の縦の連携、同業者同士の横の連携が図られ、サプライチェーン全体として機能が維持できるよう、事業者同士が緊急時に備えた協定を結ぶための指針を策定することとしている。

#### 5. 参考資料

事業者が事業を継続するための参考資料を以下に示す。

##### (1) 農林水産省 新型インフルエンザ関連情報

(<http://www.maff.go.jp/j/zyukyu/anpo/pdf/shiniful.html>)

特に食品産業事業者の事業継続に関する情報が掲載されており、「新型インフルエンザに備えるための食品産業事業者の事業継続計画策定のポイント」も掲載されている。

##### (2) 事業継続計画策定研修会(農林水産省委託事業)

([http://www.nksj-rm.co.jp/seminar/bcp/kenshu\\_learning.html](http://www.nksj-rm.co.jp/seminar/bcp/kenshu_learning.html))

昨年度委託事業として開催した研修会の資料を掲載するとともに、研修会の動画も掲載している。資料にはBCPのひな形もあり、動画を見ながら基本的なBCPを作成することができる。

※平成23年度委託事業を実施したNKSJリスクマネジメント株式会社のHPにリンクしています。

##### (3) 内閣府 企業防災のページ

(<http://www.bousai.go.jp/kigyoubousai/index.html>)

企業防災に関連する情報がまとめられており、「事業継続ガイドライン」も掲載されている。

( 農林水産省大臣官房 食料安全保障課 )  
食料安全保障専門官

# もう一度泡とおいしさ

畑 江 敬 子

ビールやシャンパン以外にも泡のある飲み物はいろいろある。エッグノッグ、ミルクシェーク、抹茶、コーヒーについて見てゆくことにする。

## エッグノッグ

調理書によれば、エッグノッグの材料は、卵、砂糖、牛乳、バニラエッセンス、白ワイン、氷である。卵白を泡立て、砂糖と卵黄を加え、さらに白ワイン、冷やした牛乳とバニラエッセンスを加えて良く混ぜ合わせ、氷を入れる、となっている。出来上がりは全体に泡立った飲み物である。即ち泡はメレンゲに由来する。

## ミルクシェーク(ミルクセーキ)

ミキサーに卵黄、牛乳、砂糖、バニラエッセンス、クラッシュアイスを入れ、攪拌し、グラスに注ぐ。

ミルクセーキには2種類あり、牛乳、卵黄、砂糖、バニラエッセンスを混ぜると、フレンチスタイル(フレンチ・ミルクセーキ)、卵黄の代わりにアイスクリームを混ぜると、アメリカンスタイル(アメリカン・ミルクセーキ)となる。日本ではどちらもミルクセーキといわれるとか。いずれにしても、攪拌して比較的粘性の高い、界面活性性の高い液体中に空気を取りこむことにより泡を生じさせることは同じである。

卵黄の代わりにバナナとレモン汁を入れると、バナナミルクセーキとなる。

エッグノッグも、ミルクセーキも氷を入れたり冷たい牛乳やアイスクリームを入れ

たりするので、冷たい飲み物であるが、大量の泡のために冷たさは緩和され、口当たりもソフトになる。

## 抹茶

薄茶は抹茶を器にとり、湯を注いで茶筌で攪拌して泡立てる。

私は日頃から、なぜ泡立てるのか疑問に思っているが、お茶を点てる人は疑うこともないようだ。単に抹茶を均一に湯に混ぜるためなら、泡立てる必要はないのではないだろうか。ただかき混ぜてもよいし、濃い茶の場合は、茶筌で練ってまぜているので、同じように混ぜてから湯を加えてはどうかと思うが、それでは味が変わるのだろうか。これは今後の実験の課題である。

ただし、流派によって、抹茶を茶筌で攪拌する際に、泡のたて方が異なるようである。たくさん泡を立てるのが裏千家、少なめに泡立てるのが表千家、もっとも泡が少ないのが武者小路千家という。

ビールの泡だけ集めて飲むと、非常に苦い。これはビールの泡にビール中の界面活性成分であるホップの苦味成分が吸着しているためである。そうすると、抹茶の泡にも同様の作用のある、何か抹茶中の特定の成分が吸着している可能性もある。泡だけ飲むとどんな味になるのだろうか。同じ量の抹茶に一定量の湯を注ぎ、泡立て方を変えると、お茶の味は変わるのだろうか。これも試さなければならない。

『コツと科学の調理事典(第3版)』(河野友美)は「抹茶はそのままで苦味が強い

で、味を柔らかくするためにあわ立てて用いている」とある。同書籍のコラムの部分には、抹茶の泡の効果として、「泡は水中に気泡が細かく入ったものである。このため、もとの液は空気の粒子により薄められたことになる。(液体が気体によって薄められるとは合点のゆかぬ話ではあるが)その結果、味覚細胞に直接味の成分が触れるときより、味の成分が薄められて感じられる。これが苦味などの強い抹茶では味をまるくする効果がある。したがって、泡を立てない抹茶は強い苦味が感じられる。また、泡は弾力があるので、口当たりも柔らかく感じるようになる」と書かれている。

なお、抹茶の原料は碾茶(てんちゃ)である。玉露も碾茶も高級なお茶であるが、茶の木の上に葎簀(よしず)と藁(わら)をかけて日光を遮り、葉のアミノ酸の量を多くしてうま味や味を濃く、また葉をうすくする。通常、玉露も煎茶、番茶も茶葉を蒸した後、揉捻という揉む操作を行ない、茶葉の細胞膜を破壊し、細胞内の成分を湯に抽出しやすくする。しかし、碾茶の場合は揉捻の操作を行なうことなく、乾燥させる。

この碾茶を刻み、葉柄、葉脈などを取り除いて葉の部分だけにし、粉末にする。

玉露や煎茶は茶葉から抽出した成分だけ飲むのに対して、抹茶は茶葉をすべて飲むところが、他と違う点である。

ところで、茶筌で泡だてて、お茶を飲むのは、なにも抹茶に限らず、日本の一部の地域には碁石茶や、ばたば茶という伝統的なお茶がある、というよりあったという方が正しいかもしれない。

富山県にはバタバ茶を飲む習慣があり、茶を茶筌で泡立てて飲むそうである。茶筌でバタバと音をたてて泡立てるところから、この名があるらしい。同様に沖縄

のブクブク茶、島根県のボテボテ茶なども、泡立てて飲むということである。実際に味わったことはないが、泡立てることによって味をまるやかにしているのだろうか。

## エスプレッソ

カップに注いだエスプレッソの表面は細かい泡の層で覆われている。この泡の効果は見た目を楽ませる、泡が覆っているのでコーヒーが冷めにくい、口当たりをソフトにする、などであろうか。

コーヒー豆にはやはり、界面活性作用のある成分が含まれているので、つぶれにくい泡を形成する。それが、カップに注がれたときに表面に浮いて泡の層を作ると考えられる。泡の中の気体は、焙煎時にコーヒー豆中に生成した二酸化炭素、コーヒーを挽いたときに混ぜられた空気等からなると考えられる。エスプレッソマシンで抽出を続けていると、初めは色の濃い泡の多い液体が出てくるが、段々色も薄くなり、泡の量も減ってくる。多分、コーヒー中の界面活性成分の抽出量が初めは多いが、だんだん少なくなっているのではないだろうか。後で出てきた液体は味も香りも良くないが、これは泡の量に依ると言うよりコーヒーの液体が薄くなるためと考えられる。一方ドリップコーヒーにおいては味も香りも優れている場合でも泡は立たないし、味もエスプレッソとはやや異なる。

ところで、エスプレッソは泡が多いほどおいしいのでしょうか？ 私はコーヒーを飲まないのでこの実験は誰か他の方にやっていただきたい。

( 昭和学院短期大学学長 )  
( お茶の水女子大学名誉教授 )

# 昭和の小麦粉おやつ

ひらの あさか

### アイスクリームの横に

その昔、デパートのお好み食堂でいただくアイスクリームは、カップ形の銀食器に丸く形を整えたバニラアイスクリーム、そしてその横には、最近ではめっきり見かけなくなったプレーンウエハースが添えられていました。

このプレーンウエハースの役割りは、冷めたいアイスクリームが歯にしみたり、お腹に刺激を与えないためアイスクリームと一緒に食べることで中和させるはたらきですが、またアイスクリームの冷たさで味の感覚がわからなくなってしまった舌を、ウエハースを食べることで感覚を元にもどしてアイスクリームをおいしく食べられるようにという効果もあったようです。実際、昭和40年代頃にうすいウエハースにアイスクリームをのせて食べていた記憶があります。

ウエハースは、日本では大正6年に森永製菓が発売したといわれています。下って昭和30年代頃に食べられていたウエハースは、消化がよいということで、病人や子どものおやつに用いられていました。何も挟まないプレーンウエハースをはじめ、2枚のウエハースの間にクリームなどを挟んだバニラウエハースなどがありました。作り方は、小麦粉、砂糖、牛乳、卵黄、ベーキングパウダー、食塩などに水を加えて生

地をつくり、焼き型に流し込んでうすい板状に焼いたものです。

今日になって見かけるウエハースは、お菓子というより鉄やカルシウムを強化したものや全粒粉を使った栄養機能食品だったり、「食玩(玩具つき食品)」と呼ばれている人気アニメのキャラクターのカードが入った袋の中にチョコレートを挟んだウエハースが入った人気菓子や、わかりやすいところでは、ご存じキットカット。何層かに重ねたウエハースにクリームを挟み、チョコレートでコーティングしたものです。

フルタ製菓の「セコイヤチョコレート」は、サクサクウエハースにクリームを挟み、チョコレートをコーティングしたチョコレート菓子です。形は北アメリカで世界有数の樹高を誇るメタセコイヤの木をヒントに、セコイヤの木のように子どもが大きくすくすくと育つようにという願いからその名がつけられたといえます。現在でもセコイヤチョコレートをコンビニエンスストアなどで見かけますが、思わず手に取ってしまうほど郷愁を誘う一品です。

### ウエハースのかなり親戚

上野風月堂の名物お菓子「ゴーフル」の名前は、フランス語で「蜂の巣」を意味する言葉。世に登場したのは、昭和初期のことで

す。小麦粉に卵白、バター、砂糖などを練り合わせた生地を鉄板に挟んでうすく焼くお菓子。直径15cmくらいの丸いうす焼き生地の上にバナナ、いちご、チョコレートなどの3種のクリームを挟んだゴーフルは、パリッとうすくて軽い口溶けの生地とやさしい味のクリームがうまく合ったやさしい味わいのお菓子です。

昭和40年代かなり上等な贈り物菓子で、ゴーフル1枚がかなりごちそうなおやつだったことを記憶しています。

北海道銘菓千秋庵の「山親爺」は、昭和5年(1930年)に生まれたうす焼きせんべい。小麦粉にバターと牛乳と卵を加えた生地をうすく焼いた小麦粉せんべいです。水をいっさい加えていないのが、特長とか。ミルクたっぷりの紅茶を飲みつつ、いただくのが格別です。山親爺の入った黒い缶は、山親爺を食べた後にほうじ茶を入れたり、保存用の容器になっていました。懐かしい昭和の情景です。

## 知る人ぞ知る小麦粉お菓子

今でも元気に残っているお菓子に「フィンガーチョコレート」があります。昭和36年(1961年)頃から、カバヤ食品から発売されているチョコレートスナックは、軽くつまめる大きさの小麦粉ペースの、それこそ指のように細いクラッカーに、チョコレートをコーティングされたものです。チョコブリッツが出る遙か前のヒット商品でした。

木村屋総本店の「たまごパン」は、小麦粉に卵をたっぷり使ったポーロ状の焼き菓子。

小腹が空いた時によく食べたおやつです。真ん中に切れ目があるところから、おしりパンと呼んでいた記憶があります。同

じく木村屋総本店の「切りあん」小麦粉ペースの和菓子でいえば栗まんじゅうのようなまんじゅうの生地にしあんを巻き込んで、ひと口サイズに切って焼いた和テイストの焼菓子です。

千鳥饅頭総本舗の「チロリアン」は、昭和37年(1962年)発売の洋風巻きせんべい。小麦粉、牛乳、バター、卵、砂糖などを合わせた生地をうすく筒状に焼いたロールクッキーにバナナ、コーヒー、いちごクリームを入れたもので、サクッと焼き上げた生地の軽い食感が斬新でした。

下って、昭和45年(1970年)発売のグリコ「コロロン」は、コロコロした形を表現するのに、コロロン(円柱)と命名。小麦粉ペース生地をサクサクとしたワッフル状の筒型に焼き、市販の箱型お菓子とは思えないほどやわらかい口どけのクリームが入っています。

今では、ご当地ものなどレアなコロロンを見かけるとついつい手にとってしまいます。

もうひとつ、アイスクリームの横にあったのが「ラングドシャ」。フランス語で「猫の舌」を意味するうすいクッキーです。室温にもどして柔らかくしたバターを練り、同量の砂糖と合わせ、小麦粉、卵白をしっかりと泡立てた生地をつくり、天板に細長い棒状に並べてオーブンで焼き上げたものです。サクとした食感と、軽くて口の中で溶けるのが特徴です。同じタイプのクッキーに、北海道の銘菓「白い恋人」があります。四角いラングドシャタイプのクッキーの間にチョコレート挟んだものです。(食文家)

## 参考文献

「まだある。」食品・おやつ編 大空出版

# 業界ニュース

## ★志賀 弘嗣氏 藍綬褒章



春の褒章において、志賀弘嗣氏(株式会社金トビ志賀代表取締役会長)は、永年に亘り、製粉産業、特に中小製粉企業の体質強化、育成発展に貢献された功績により、栄えある藍綬褒章を受章されました。

同氏は協同組合全国製粉協議会会長、中部製粉工業協同組合理事長、(財)製粉振興会理事をはじめ製粉関係団体の要職を歴任されて、現在も製粉業界の発展のために精力的にご活躍しておられます。

【東京・高橋】





世界 (1) 2012/13年度の小麦は生産が6億7,600万トン、消費が6億8,000万トンで、期末在庫は2

億600万トン。

国際穀物理事会(IGC)の2012/13年度小麦需給予測を[表1]に示した。生産は前年度比1,900万トン減の6億7,600万トン、消費は400万トン減の6億8,000万トン(うち、食用は500万トン増の4億6,600万トン)で、期末在庫は400万トン減の2億600万トンの見込み。主要輸出国の期末在庫は300万トン減る。

(IGC-GMR・421/12)

(2) 2011/12年度の小麦貿易量は前年度比1,390万トン増の1.396億トン。

[表2]はIGCが予測した小麦貿易量で、2011/12年度の総貿易量は前年度比1,390万トン増の1.396億トンになり、これまでの最高である。低及び中品質小麦供給量が多く、高価格のトウモロコシの代わりに飼料用に購入する国が多い。イランが輸入を280万トンに増やす。ロシアは年度前半に急ピッチで輸出し、後半にペースが落ちたが、2,100万トン輸出する。ウクライナの輸出は予想以下の500万トンだが、カザフスタンは生産量が多く輸送も順調なので900万トン輸出する。アメリカは2,730万トン、オーストラリアは2,150万トン輸出する。

(IGC-GMR・421/12)

(3) デュラム小麦の2011/12年度は、生産が前年度比160万トン増の3,650万トン、貿易が30万トン減の710万トンで、3大輸出国の期末在庫は210万トンに減少。

IGCによるデュラム小麦の生産量、貿易量、及び主要輸出国の需給を[表3]、[表4]、及び[表5]に示した。2011/12年度生産量は前年度比160万トン増の3,650万トンである。カナダが120万トン増の420万トン、アルジェリアが30万トン増の250万トン、カザフスタンが130万トン増の300万トンの他は、ほぼ前年度並みか減少する。貿易量はやや減の710万トンである。アルジェリアの輸入の減少傾向は止まり、150万トン輸入する。EUは200万トン輸入し、130万トン輸出する。アメリカは60万トン輸出し、55万トン輸入する。モロッコの輸入は前年度より17.5万トン減の60万トン、チュニジアも20万トン減の50万トンを入力する。3大輸出国合計では、生産と消費が減り、輸入が増えて輸出が減る。期末在庫は210万トンに減。世界の食用消費は40万トン減の2,930万トン、期末在庫は10万トン減の730万トンである。

(IGC-GMR・421/12)



アメリカ (1) 2011年の小麦粉消費量は減少。

合衆国農務省によると、2011年の小麦粉消費量は1,875.8万トンで、前年(過去最高)の1,894.5万トン比1%減、直近5年間で最少である。消費量は生産量1,867.7万トンに小麦粉・小麦粉製品輸入53.1万トンを加え、小麦粉・小麦粉製品輸出量(各28.6万トンと16.3万トン)を減じた値である。1人当たり小麦粉消費量は60.1キログラムで、前年の61.1キログラム比1.7%減、1989年の58.9キログラムに次ぐ少なさで、1997年の66.6キログラム比では10%も少ない。

約30%と推定される廃棄量も含むので、実消費量ではない。小麦挽砕量、小麦粉生産量、及び粉歩留りを[表6]に示した。2011年の小麦挽砕量と小麦粉生産量は前年を下回り、上昇傾向だった粉歩留りは少し低下した。

(MBN・91-3/12)

## (2) コナグラ社が家庭用にUltragrainブランドの白小麦全粒粉を発売。

ConAgra製粉は家庭用にUltragrain多目的小麦粉とUltragrain白小麦全粒粉を発売した。特別に選んだハードホワイト小麦を自然な状態で製粉したもので、他の粉よりフレーバーが弱くて甘く、ソフトで滑らかな食感になり、スペックが見えないという。多目的小麦粉には白小麦全粒粉を30%配合する。2、5、及び10ポンド詰めで販売。

(MBN・91-2/12)

## (3) コナグラ社がADM社を白小麦全粒粉の特許侵害で告訴。

ConAgra社は2011年9月13日に成立した「全粒穀粉とそれを含む製品」という合衆国特許No.8,017,172の保持者だが、ADM社がこの特許を侵害しているとして合衆国カンザス地方裁判所に告訴した。特許にはこの製法で製造された全粒粉は従来品と同じ栄養価と利点の他に、精製粉と同じ食感、味、及び最終焼成製品の品質を保持すると記されている。コナグラ社は製品の独占的製造、販売の権利を主張し、ADM社が発売したKansas Diamond White Whole Wheat Flourなどの製品は特許侵害だという。

(MBN・91-3/12)

## (4) 北米製粉協会が合衆国議会に小麦研究への継続的投資を要請。

3月29日に、北米製粉協会代表は研究者、生産者及び製パン業者と共に合衆国議会に向き、農務省農業研究局や国立食品・農業研究所が行う小麦研究への長期的投資を要請した。アメリカ小麦の利用性と品質向上には、気象変動への適応性と高い水や窒素利用効率を持つ品種を国と民間が共同で開発し続ける必要があると力説した。

(World-Grain.com・March 29/12)

## (5) ハンバーガーとホットドッグパンズは販売個数が3%減少。

SymphonyIIRIグループが調査したWal-Martを除く食品販売店、ドラッグストア及び量販店での2012年2月19日までの52週間のハンバーガーとホットドッグパンズの売上高上位5社を[表7]に示した。業界の総売上高は前年同期比2.0%増だが、販売個数は3.0%減だった。2位のMartin's Famous Pastry Shoppe社と4位のHostess Brands社は好調だが、Sara Lee Bakery、Bimbo Bakeries、及びプライベートラベルの販売個数は減少した。

(MBN・91-2/12)

## (6) 2012年3月の小麦生産者手取り価格は1年前より31セント安。

合衆国農務省発表の全小麦平均生産者手取り価格を[表8]に示した。3月は前月比14セント高の7.24ドル/ブッシェルで、前年同月比は31セント安。冬小麦は6.65ドル(前月比2セント安、前年同月比37セント安)だが、デュラム小麦は9.21ドル(前月比26セント高、前年同月比1.12ドル高)、デュラム小麦を除く春小麦は8.14ドル(前月比13セント高、前年同月比7セント高)と



高い。

(World-Grain.com・April 3/12)

#### (7) ビンボ製パンが3工場を閉鎖。

Bimbo Bakeries USA社は75工場のうちテネシー州Knoxville、アラバマ州Dothan、及びアラバマ州Mobileの3工場を5月末までに閉鎖する。リストラの一環である。

(MBN・91-3/12)



#### イラク 国営と民間の製粉工場の小麦粉を国民に配給。

1日の製粉能力が各1,000トンの2つの国営製粉工場(Al DoraとTaji)の他に、200の民間製粉工場(1日の平均能力は150~200トン)がある。国民の20%以上が貧困レベル以下なので、政府は3,200万人に毎月小麦粉を9キログラム、米を3キログラム配給する。西アジア乾燥地帯に位置し、小麦作は北部の一部を除いて灌漑に依存する。2010-11年度の小麦生産量は173万トン、消費量は450万トンなので、2012年には300万トンカナダ、ロシアなどから輸入する。2015年までに国内生産量を300万トンに増やす計画がある。

(WG・30-2/12)



#### イラン カザフスタンの会社が穀物エレベーターを建設。同国小麦の輸入量が増加か。

Kazakh National Food社は地元の会社と共同で、カザフスタンに近い州に穀物サイロを建設する。現在、Amirabad港経由でカザフスタン小麦を月に5~6.5万トン輸入しているが、サイロ完成後には月に20万トンの小麦を鉄道で輸入可能になる。

(World-Grain.com・April 4/12)



#### インド 小麦粉輸出を自由化。

政府は4月1日から小麦粉の輸出制限を撤廃する。

(IGC-GMR・420/12)



#### インドネシア オーストラリア小麦の品質にクレーム。

製粉業者は、最近輸入されたオーストラリア小麦の品質が契約規格を満たしていないとクレームをつけた。

(World-Grain.com・March 29/12)



#### オーストラリア (1) ウィルマー社がグッドマン・フィールダー社の株の10%を取得。

アジアの大手アグリビジネス会社であるWilmar International社(シンガポール)はGoodman Fielder社の株の10.1%を約1.15億オーストラリアドル(1.24米ドル)で取得した。株価は約2倍に急騰した。グッドマン・フィールダー社はオーストラリア、ニュージーランド、及び太平洋アジアにパン、食用油、酪農製品などの消費者向け製品を展開する大手食品会社である。

(MBN・91-2/12)

#### (2) 下院の農業・資源・漁業・林業委員会が小麦輸出自由化後の品質保証体制について意見聴取。

標記委員会は、小麦輸出自由化後の品質保証体制についての意見聴取を始めた。主要競争国のアメリカとカナダの体制を意識しているようである。意見提出期限は4月27日。

(World-Grain.com・April 3/12)

(3) グレンコア社がヴィテラ社を買収し、穀物市場のトップに。

Glencore社(スイスの一次産品大企業)がViterra社(カナダ・サスカチュワン州に本社)を61億カナダドルで買収した。その結果、オーストラリア穀物産業でのシェアが25%になり、カーギル社との2社で市場の半分を支配することになった。2009年にヴィテラ社がABB Grain社を16億米ドルで買収した時に取得した南オーストラリア州の貯蔵や輸送網はそっくりグレンコア社に引継がれる。これによってグレンコア社はカナダの穀物市場でも大きな位置を占めるようになり、両国でのシナジー効果が生産者にも利益になるという。なお、ヴィテラ社がカナダ国内に持つ農業用資材、農産物加工、末端の穀物エレベーターなどの一部はRichardson社とAgrium社に売却される。

(World-Grain.com・March 29/12,  
MBN・91-3/12)

(4) AWB社が2011-12年度小麦の推定プール収益を下方修正。

AWB社は3月29日に2011-12年度の基準銘柄小麦の推定プール収益(トン当たりFOB、除くGST)をA\$2~8下方修正した。APW小麦はWAプールでA\$263、SAプールでA\$257、東部プールでA\$258、WAプールのANWヌードル小麦はA\$276である。

(World-Grain.com・March 29/12)



オランダ Tate & Lyle社が低水分デンプンを発売。

Tate & Lyle社は水分が5及び7%の天然コーンスターチ、MERIZET 116及びMERIZET 118を発売した。非遺伝子組換えトウモロコシが原料で、オランダの工場で製造す

る。冷凍生地、凍結乾燥スープ、ヌードル、ソース、デザート、乾燥ミックスなど応用範囲が広いという。

(EB・120/12)



ガーナ シーボード社が製粉・飼料工場をリースで運営。

シーボード社の一部門であるSeaboard Overseas and Tradingグループ(カンザス州)はTema港にある製粉工場と飼料工場をリースで運営する。工場はガーナ政府、地元の投資会社、及びドイツとスイスがベースのIndustrie-Bau Nordグループの合弁会社、及びGhana-Agro Food Complex社の所有である。1日の製粉能力は約150トン、飼料製造能力は年に10万トンである。ビューラーの機械設備で、パン用粉、ビスケット用粉、及び地粉を製造している。Seaboard Overseas社はアフリカの14か国で製粉や関連加工産業に投資し、今回もその一環である。ガーナはアフリカで最も成長が大きい市場と見ている。

(MBN・91-3/12)



中国 製粉は設備過剰だが、新工場建設が相次ぐ。

製粉能力は約2.3億トンだが、使われているのは8,000~9,000トンで、競争が激しい。それでも、この10年間に毎年100の新工場が建設された。1日の挽砕能力別では、50~100トン工場が5,000、150~400トンが500~600、400~16,000トンが約200ある。IGCは2011/12年度の小麦生産量を1.179億トン(前年度比270万トン増)と予測している。冬小麦が作付面積の93%、2,430万ヘクタールを占め、アメリカ産のソフトレッドウインターまたはハードレッドウインターに似たタイプだが、品質は

劣る。ハードレッドウィンタータイプの蛋白量は12～15%である。北部8省が冬小麦作付面積の80%を占める。冬小麦地帯の約80%で灌漑が可能で、北部ではトウモロコシとの二毛作が一般的である。黒竜江省などの春小麦主産地で、収益率が高い稲作への作付転換が徐々に進んでいる。

(WG・30-1/12)



**フランス** (1) 2010年に製粉工場は32減、挽砕能力も11万トンの437万トン。小麦粉生産量は5万トン減の437万トン。小麦粉消費量は微減。

[表9]は製粉工場数と小麦粉生産量である。2010年に32減の422工場になり、小麦粉生産量は5万トン減の437万トンである。[表10]は製粉企業の営業範囲別企業数、工場数、及び挽砕量である。全国規模の4社が45工場を持ち、全体の57.9%を挽砕する。複数の地域圏で事業を展開する中型企業が11社あり、28工場で18.4%を挽砕する。県内だけで製造販売している小企業が284社あるが、挽砕量は6.2%と少ない。[表11]は工場規模別挽砕能力である。5万トン超の31工場の能力が59.3%で、1～5万トンの69工場の29.5%と合わせると挽砕能力は88.8%になる。1万トン以下の小規模工場が33工場減少した。[表12]は製粉産業の売上高で、国内市場は低迷している。[表13]は小麦粉の用途別消費量で、2010年の国内消費量は前年比微減である。パン用は0.5%減の64.9%、小袋は4.9%増の6.6%、各種食品用は0.3%増の27.1%で、飼料・でん粉・グルテン用は1.4%に減った。パンでは、手作りベーカリーの消費量が0.2%増えて59.2%だったが、工場規模ベーカリー(大規模を除く)が1.8%減の31.5%、大規模製パン工場も0.7%減の9.2%と低迷した。小麦粉輸出は3.7%減の

63.7万トンである。[表14]は2010/11年度の小麦需給で、国内需要は低迷したが、EU以外への輸出が増えたので、期末在庫は減少した。[表15]は小麦の用途別比率である。2010/11年度は輸出が56.0%になり、製粉用は15万トン減の565万トンで、比率も16.1%に下がった。

(IC・175/11)

## (2) 価格操作でフランスとドイツの製粉会社に罰金。

フランス競争委員会は、フランスとドイツの製粉会社が包装小麦粉の両国間の輸入を制限するカルテルを結んだとして、総額2.424億ユーロ(3.158億米ドル)の罰金を科した。さらに、フランスの製粉会社が包装小麦粉の価格操作、生産制限、及び販売割当の競争抑制的協定を結んだとして、総額1.469億ユーロ(1.918億米ドル)の罰金を科した。競争委員会はドイツ、オランダ及びベルギーの製粉産業と、フランスの製パン業界についても調査中である。

(MBN・91-2/12)



## モロッコ 小麦の輸入関税一時停止を延長。

政府は2月24日に、製粉用小麦とデュラム小麦の輸入関税の一時停止をそれぞれ4月及び5月まで延長した。

(IGC-GMR・420/12)



## ヨーロッパ連合 消費者は安定した良質のパンを求める。

Novozymes社がスポンサーでRetail Institute Scandinaviaが「2011年パン購入行動調査」を行った。地理的条件が異なるデンマーク、オランダ、スペイン及びロシアのベーカリーと消費者の両方に質問で調査した。消費

者にとって最大の関心事は「安定した良い品質（軟らかさと弾力）」で、ベーカリーもこれをトップにあげた。消費者はブランド、軟らかさ、弾力の3つを考慮して買うものを決める。デンマークではライ麦パンが多く消費され、スペイ

ンではソフトロールが好まれる。ロシアでは購入当日に食べるが、他の国は数日間で消費するなど、国による差もある。

(EB・120/12)

[表1] 世界の小麦需給

(百万トン)

	08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)	12/13(予測)
期初在庫	132	173	200	198	210
生産	685	679	654	695	676
供給計	817	851	853	894	886
消費計	645	652	655	684	680
うち飼料用	113	115	115	134	126
工業用	18	19	19	19	20
食用	447	452	456	461	466
期末在庫	173	200	198	210	206
前年度比	+41	+27	-2	+12	-4
主要輸出国*	69	77	71	76	73
貿易	137	128	126	140	135

(2012年4月26日現在)\*はアルゼンチン、オーストラリア、カナダ、EU、カザフスタン、ロシア、ウクライナ、アメリカ (IGC)

[表2] 世界の小麦貿易量

(百万トン)

輸 入 国		08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)
ヨーロッパ	アルバニア	0.2	0.3	0.3	0.3
	EU-27	7.9	5.1	4.7	7.3
	ノルウェー	0.3	0.4	0.3	0.3
	スイス	0.4	0.4	0.4	0.3
	その他	0.4	0.3	0.3	0.3
	計	9.2	6.5	6.0	8.6
CIS	アゼルバイジャン	1.6	1.0	1.3	1.4
	ベラルーシ	0.1	T	T	0.1
	グルジア	0.5	0.7	0.6	0.7
	ロシア	0.1	0.1	T	T
	ウクライナ	0.1	T	T	0.1
	ウズベキスタン	1.5	1.7	1.6	1.8
	その他	2.5	1.9	1.8	2.0
	計	6.4	5.5	5.4	6.1
北・中 アメリカ	キューバ	0.8	0.7	0.8	0.8
	メキシコ	3.3	3.1	3.4	4.4
	アメリカ	3.0	2.2	2.2	2.8
	その他	2.8	2.9	2.9	3.3
	計	10.0	8.8	9.3	11.3

輸 入 国		08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)		
南アメリカ	ボリビア	0.4	0.4	0.3	0.3		
	ブラジル	6.3	6.7	6.7	6.8		
	チリー	0.9	0.7	0.6	0.8		
	コロンビア	1.5	1.4	1.4	1.4		
	エクワドル	0.5	0.5	0.6	0.5		
	ペルー	1.4	1.6	1.8	1.7		
	ベネズエラ	1.4	1.5	1.4	1.5		
	その他	0.2	0.1	0.1	0.2		
	計	12.6	13.1	12.7	13.2		
近東アジア	イラン	8.9	3.0	0.1	2.8		
	イラク	3.9	3.9	3.4	3.7		
	イスラエル	2.0	1.8	1.4	1.9		
	ヨルダン	0.9	0.9	1.0	1.0		
	レバノン	0.5	0.5	0.4	0.5		
	サウジアラビア	1.3	1.8	1.7	2.4		
	シリア	1.5	1.8	0.5	0.9		
	トルコ	3.6	3.3	3.5	3.4		
	UAE	1.4	1.4	0.8	1.1		
	イエメン	2.8	2.7	2.6	2.6		
	その他	0.7	0.7	0.9	0.7		
	計	27.5	21.8	16.1	20.8		
極東アジア	太平洋アジア	中国	0.5	1.4	1.0	2.1	
		インドネシア	5.5	5.4	6.6	6.7	
		日本	4.9	5.5	6.0	6.0	
		北朝鮮	0.1	0.1	0.2	0.3	
		韓国	3.3	4.4	4.9	5.0	
		マレーシア	1.1	1.1	1.4	1.3	
		フィリピン	3.2	3.0	3.2	3.5	
		シンガポール	0.3	0.3	0.3	0.4	
		台湾	1.1	1.2	1.4	1.3	
		タイ	1.1	1.5	1.9	1.8	
		ベトナム	1.0	1.9	2.6	2.4	
		その他	0.8	0.9	0.8	0.8	
			計	22.9	26.9	30.3	31.5
		南アジア	バングラデシュ	2.7	3.5	3.4	3.0
	インド		T	0.3	0.2	T	
パキスタン	3.0		0.2	0.1	0.1		
スリランカ	1.0		1.2	1.1	1.1		
その他	2.3		2.2	2.1	2.4		
	計	9.0	7.3	6.8	6.6		
	計	31.8	34.2	37.1	38.1		

輸 入 国		08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)	
ア フ リ カ	北 ア フ リ カ	アルジェリア	6.3	5.1	6.4	6.3
		エジプト	9.8	10.2	10.4	10.5
		リビア	2.1	2.1	1.4	1.5
		モロッコ	3.7	2.3	3.9	3.5
		チュニジア	1.8	1.5	1.8	1.8
	計	23.8	21.3	23.9	23.6	
	サ ハ ラ 以 南	コートジボワール	0.4	0.6	0.5	0.5
		エチオピア	1.0	0.9	0.3	1.2
		ケニア	0.7	1.3	0.7	1.5
		ナイジェリア	3.6	4.0	4.1	4.1
		南アフリカ	1.5	1.6	1.7	1.6
		スーダン	1.7	1.8	1.6	1.9
		その他	5.9	6.2	5.5	6.3
	計	14.7	16.4	14.3	17.1	
	計		38.5	37.7	38.2	40.7
オセアニア	ニュージーランド	0.3	0.3	0.4	0.4	
	その他	0.3	0.4	0.5	0.5	
	計	0.6	0.7	0.9	0.9	
世 界 計		136.8	127.7	125.7	139.6	

注: 年度は7月～6月, Tは5万トン以下  
(2012年4月26日現在)

(百万トン)

輸 入 国	08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)
アルゼンチン	8.5	5.1	7.6	9.6
オーストラリア	13.5	13.7	18.5	21.5
カナダ	18.3	18.2	16.4	18.0
EU-27	24.5	20.8	22.1	16.8
カザフスタン	5.8	8.0	5.6	9.0
ロシア	18.3	18.8	4.0	21.0
ウクライナ	12.9	9.3	4.3	5.0
アメリカ	27.3	23.9	35.7	27.3
中国	0.2	0.4	0.4	0.5
インド	T	—	—	0.5
パキスタン	1.4	0.3	1.3	1.2
メキシコ	1.2	0.9	0.8	1.0
シリア	T	T	T	T
トルコ	2.2	4.0	2.4	3.6
その他	2.6	4.1	6.7	4.6
世 界 計	136.8	127.7	125.7	139.6

注: 年度は7月～6月, Tは5万トン以下  
(2012年4月26日現在)

(IGC)

[表3] 世界のデュラム小麦生産量

(百万トン)

国	08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)
EU-27	10.1	8.7	9.1	8.2
フランス	2.1	2.1	2.5	2.1
ギリシャ	1.4	1.3	1.3	0.9
イタリア	5.1	3.6	4.1	3.9
スペイン	1.2	1.4	0.9	0.9
カザフスタン	2.5	2.6	1.7	3.0
カナダ	5.5	5.4	3.0	4.2
メキシコ	2.0	2.2	2.2	2.2
アメリカ	2.3	3.0	2.9	1.4
アルゼンチン	0.2	0.2	0.3	0.2
シリア	1.2	1.8	1.6	1.7
トルコ	3.0	3.1	2.9	3.0
インド	1.1	1.0	1.0	1.1
アルジェリア	0.9	2.9	2.2	2.5
リビア	0.1	0.1	0.1	0.1
モロッコ	1.0	1.9	1.6	1.7
チュニジア	1.4	1.4	0.6	1.2
オーストラリア	0.5	0.5	0.5	0.6
その他	7.2	6.2	5.3	5.5
世界計	38.9	40.9	34.9	36.5

(2012年4月26日現在)

(IGC)

[表4] 世界のデュラム小麦(セモリナを含む)貿易量

(千トン)

国	08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)
EU-27	1,585	2,159	1,900	2,000
アメリカ	653	534	475	550
チリ	13	55	16	5
ペルー	60	136	120	150
ベネズエラ	333	349	400	400
日本	201	234	230	250
アルジェリア	2,131	1,534	1,400	1,500
リビア	105	25	10	10
モロッコ	563	548	775	600
チュニジア	728	476	700	500
ナイジェリア	85	115	170	100
その他/不詳	1,028	1,387	1,196	970
世界計	7,485	7,553	7,400	7,100
(その内のセモリナ)	277	263	360	300

国		08/09	09/10	10/11(推定)	11/12(予測)
輸 出	オーストラリア	296	246	230	300
	カナダ	3,516	3,675	3,100	3,300
	EU-27 (その内のセモリナ)	1,726	1,054	2,060	1,300
	メキシコ	277	200	200	200
	シリア	1,130	892	770	900
	トルコ	T	T	T	T
	アメリカ	T	428	20	50
		510	1,045	1,050	600

(2012年4月26日現在)

(IGC)

[表5] デュラム小麦主要輸出国での需給

(百万トン)

国	年度	期初 在庫	生産	輸入	供給 計	消費			輸出 <sup>a)</sup>	期末 在庫
						食用	飼料用	計		
カナダ (8月/7月)	2009/10	1.9	5.4	T	7.3	0.3 <sup>b)</sup>	0.4 <sup>c)</sup>	0.8	3.8	2.7
	2010/11推定	2.7	3.0	T	5.7	0.3 <sup>b)</sup>	0.5 <sup>c)</sup>	0.9	3.3	1.6
	2011/12予測	1.6	4.2	T	5.8	0.3 <sup>b)</sup>	0.6 <sup>c)</sup>	1.1	3.4	1.3
EU-27 (7月/6月)	2009/10	1.2	8.7	2.2	12.1	7.0	0.6	8.3	2.6	1.2
	2010/11推定	1.2	9.1	1.9	12.2	7.0	0.3	7.9	3.7	0.5
	2011/12予測	0.5	8.2	2.0	10.7	6.8	0.2	7.5	2.9	0.3
アメリカ (6月/5月)	2009/10	0.7	3.0	1.0	4.6	2.2	T	2.4	1.2	1.0
	2010/11推定	1.0	2.9	0.9	4.8	2.4	T	2.5	1.2	1.0
	2011/12予測	1.0	1.4	1.2	3.5	2.2	T	2.3	0.7	0.5
3大輸出国 計	2009/10	3.7	17.1	3.1	24.0	9.4	1.0	11.5	7.6	4.9
	2010/11推定	4.9	15.0	2.8	22.7	9.7	0.9	11.5	8.2	3.0
	2011/12予測	3.0	13.7	3.2	20.0	9.3	0.8	10.9	7.0	2.1
世界計	2009/10	7.1	40.9	7.6	48.0	29.5	2.9	37.9	7.6	10.1
	2010/11推定	10.1	34.9	7.4	45.0	29.7	2.7	37.6	7.4	7.4
	2011/12予測	7.4	36.5	7.1	43.9	29.3	2.2	36.5	7.1	7.3

注a)セモリナを含む, b)工業用を含む, c)廃棄分ときょう雑物を含む

(2012年4月26日現在)

(IGC)



[表6] アメリカの製粉実績

暦年	小麦挽砕量 (千トン)	小麦粉生産量 (千トン)	粉歩留り (%)
2011	24,365	18,677	76.7
2010	24,544	18,933	77.1
2009	24,387	18,809	77.1
2008	24,711	18,883	76.4
2007	25,140	18,998	75.6
2006	24,345	18,298	75.2
2005	24,061	17,916	74.5
2004	23,842	17,868	74.9
2003	24,200	17,972	74.3
2002	24,206	17,904	74.0
2001	24,876	18,349	73.8
2000	25,715	19,109	74.3
1999	24,978	18,687	74.8
1998	24,368	18,095	74.3
1997	24,109	18,332	76.0
1996	23,897	18,043	75.5
1995	23,658	17,631	74.5
1994	24,078	17,805	73.9
1993	23,716	17,573	74.1
1992	22,680	16,821	74.2
1991	22,016	16,434	74.6
1990	21,451	16,073	74.9

(USDA)

[表7] アメリカのハンバーガーとホットドッグバン売上高上位5社

順位	会社名	売上高		販売個数	
		ドル	前年比 (%)	個数	前年比 (%)
1	Sara Lee Bakery	179,942,100	2.5	70,932,260	-3.6
2	Martin's Famous Pastry Shoppe Inc.	122,874,300	5.4	37,849,600	1.0
3	Bimbo Bakeries	121,913,200	-1.4	42,898,720	-8.4
4	Hostess Brands, Inc.	81,114,350	11.0	41,640,150	13.2
5	Flowers Foods, Inc.	80,951,400	0.1	38,766,640	-3.5
	プライベートラベル	569,481,700	1.5	448,498,500	-4.1
	ハンバーガーとホットドッグバンズ総合計	1,351,446,000	2.0	772,855,700	-3.0

(Wal-Martを除くスーパーマーケット、ドラッグストア、量販店での2012年2月19日までの52週間のデータ)

(SymphonyIRI Group)

[表8] アメリカ小麦の生産者平均手取り価格

(ドル/ブッシェル)

月別	2012	2011	2010	2009	2008	2007
1月	7.04	6.69	4.90	6.20	7.96	4.53
2月	7.10	7.42	4.73	5.79	10.10	4.71
3月	7.24	7.55	4.70	5.71	10.50	4.75
4月		8.01	4.41	5.75	10.10	4.89
5月		8.16	4.34	5.85	8.87	4.88
6月		7.41	4.16	5.72	7.62	5.03
7月		7.10	4.49	5.17	7.16	5.17
8月		7.61	5.44	4.85	7.64	5.64
9月		7.55	5.79	4.48	7.43	6.76
10月		7.29	5.88	4.47	6.67	7.65
11月		7.26	6.10	4.79	6.28	7.39
12月		7.19	6.44	4.87	5.91	7.71

(USDA)

[表9] フランスの製粉工場数と小麦粉生産量

年	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
製粉工場数	523	511	488	476	471	451	454	422
小麦粉生産量(万トン)	438	435	433	441	447	442	442	437

(ANMF//FranceAgriMer)

[表10] フランスの操業中製粉企業の構造(2010年)

営業範囲	企業数	工場数	挽砕量	
			万トン	%
全国	4	45	323	57.9
複数の地域圏	11	28	103	18.4
地域圏内	60	65	97	17.5
県内	284	284	35	6.2
計	359	422	558	100.0

(ANMF/FranceAgriMer)

[表11] フランスの製粉工場の規模別工場数と挽砕能力

規模(トン)	工場数		挽砕能力			
			(万トン)		(%)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
1,000未満	191	171	6	6	1.1	1.1
1,000～5,000	123	120	31	30	5.4	5.4
5,000～10,000	41	31	31	26	5.4	4.7
10,000～50,000	67	69	157	165	27.6	29.5
50,000超	32	31	344	331	60.4	59.3
計	454	422	569	558	100.0	100.0

(ANMF/FranceAgriMer)

[表12] フランスの製粉産業の売上高

(万ユーロ)

年	国内市場	輸出	合計
2004	129	18	147
2005	123	15	138
2006	137	16	153
2007	173	17	190
2008	191	27	218
2009	169	21	190
2010	168	20	188

(ANMF/Douanes/Insee)

[表13] フランスの小麦粉用途別消費量

用途	2010年(暫定)			2009年 消費量(トン)	2010/09 %	
	消費量 (トン)	国内消費中の %	パン中の %			
パン	手作りベーカリー	1,550,760	38.4	59.2	1,547,381	0.2
	工場規模ベーカリー	825,366	20.4	31.5	840,146	-1.8
	大規模製パン工場	240,374	6.0	9.2	242,068	-0.7
	公共企業	1,324	0.03	0.1	1,392	-4.9
	計	2,617,824	64.9	100.0	2,630,987	-0.5
その他	小袋	267,809	6.6		255,196	4.9
	各種食品用	1,092,002	27.1		1,088,699	0.3
	飼料・でん粉・グルテン	58,485	1.4		60,938	-4.0
	計	1,418,296	35.1		1,404,833	1.0
国内消費計	4,035,119	100.0		4,035,820	0.0	
輸出	637,051			661,605	-3.7	

(Douanes FranceAgriMer)

[表14] フランスの普通小麦の需給

(万トン)

		2009/10	2010/11
供 給	期初在庫	345	342
	生 産	3,317	3,310
	輸 入	50	95
	計	3,712	3,747
需 要	輸出(EU向け)	731	650
	輸出(EU以外)	980	1,320
	バイオ燃料用	151	153
	製粉用	582	568
	飼料用	540	425
	でんぷん用	297	305
	その他	89	86
	計	3,370	3,507
期末在庫	342	234	

(ANMF/FranceAgriMer)

[表15] フランス小麦の用途

用 途	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
輸 出	45.1	51.0	51.0	56.0
製 粉	21.3 (581万トン)	18.6 (601万トン)	17.2 (580万トン)	16.1 (565万トン)
飼 料	17.4	16.2	16.1	12.2
でんぷん	9.9	8.2	8.8	8.7
その他	6.3	6.0	6.6	6.9
計	100.0 (2,730万トン)	100.0 (3,230万トン)	100.0 (3,370万トン)	100.0 (3,510万トン)

(ANMF/FranceAgriMer)

(単位：千トン、前年比%)

製粉工場における玄麦および小麦粉の月別需給動向(23年度)

年月	玄				麦				小				粉					
	買入数量	対前年比	加工量	対前年比	月末在庫	対前年比	生産量	対前年比	販売量	対前年比	月末在庫	対前年比	生産量	対前年比	販売量	対前年比	月末在庫	対前年比
平成17年度	6,039	98.3	6,030	98.9	461	102.2	4,623	99.1	4,615	99.0	282	102.9	4,615	99.0	4,615	99.0	282	102.9
平成18年度	6,271	103.8	5,982	99.2	751	162.9	4,599	99.5	4,594	99.5	287	101.8	4,594	99.5	4,594	99.5	287	101.8
平成19年度	5,901	94.1	6,037	100.9	616	82.0	4,684	101.8	4,677	101.8	293	102.1	4,677	101.8	4,677	101.8	293	102.1
平成20年度	5,748	97.4	5,848	96.9	517	83.9	4,564	97.4	4,575	97.8	282	96.3	4,575	97.8	4,575	97.8	282	96.3
平成21年度	5,802	101.1	5,916	101.4	405	78.2	4,612	101.1	4,620	101.0	274	97.1	4,620	101.0	4,620	101.0	274	97.1
平成22年度	6,559	113.0	6,041	102.1	924	228.1	4,725	102.4	4,690	101.5	308	112.6	4,690	101.5	4,690	101.5	308	112.6
22.4	505	116.8	543	102.0	368	87.7	428	104.1	425	103.8	277	97.6	425	103.8	425	103.8	277	97.6
5	534	105.4	489	100.6	413	93.9	385	101.2	372	99.5	290	99.9	372	99.5	372	99.5	290	99.9
6	466	104.9	493	102.2	386	97.1	388	104.5	388	102.0	289	103.1	388	102.0	388	102.0	289	103.1
7	524	97.7	490	100.5	419	94.1	382	100.8	385	100.3	286	103.8	385	100.3	385	100.3	286	103.8
期計	2,029	105.9	2,016	101.3	1,582	102.7	1,582	102.7	1,570	101.5	290	104.3	1,570	101.5	1,570	101.5	290	104.3
8	514	114.1	473	101.8	460	106.7	366	100.4	362	100.0	290	104.3	362	100.0	362	100.0	290	104.3
9	1,278	276.8	492	101.2	1,247	306.3	382	100.9	386	99.7	286	106.1	386	99.7	386	99.7	286	106.1
10	235	44.7	501	96.5	980	237.4	394	97.2	382	96.4	298	106.9	382	96.4	382	96.4	298	106.9
11	509	99.9	517	104.7	973	226.8	404	104.0	407	104.9	296	105.7	407	104.9	407	104.9	296	105.7
期計	2,536	130.2	1,983	101.0	1,547	100.6	1,547	100.6	1,537	100.2	289	105.6	1,537	100.2	1,537	100.2	289	105.6
12	479	88.9	549	102.6	902	208.7	428	102.7	435	102.8	304	102.2	435	102.8	435	102.8	304	102.2
23.1	426	95.6	461	100.0	867	208.0	361	99.7	346	102.3	309	105.9	346	102.3	346	102.3	309	105.9
2	564	127.0	479	106.4	952	231.8	373	103.1	368	103.1	308	112.6	368	103.1	368	103.1	308	112.6
3	524	102.7	552	107.0	924	228.1	434	107.6	435	103.1	308	112.6	435	103.1	435	103.1	308	112.6
期計	1,993	102.8	2,042	104.0	1,612	105.1	1,612	105.1	1,599	103.8	315	114.0	1,599	103.8	1,599	103.8	315	114.0
23.4	533	105.5	564	103.9	893	242.8	441	103.1	434	102.2	315	114.0	434	102.2	434	102.2	315	114.0
5	470	88.0	512	104.7	855	207.3	394	102.5	390	104.9	320	110.4	390	104.9	390	104.9	320	110.4
6	523	112.3	526	106.8	852	220.9	407	105.1	416	107.1	311	107.6	416	107.1	416	107.1	311	107.6
7	573	109.4	461	94.1	964	229.9	354	92.8	350	90.8	316	110.5	350	90.8	350	90.8	316	110.5
期計	2,100	103.5	2,060	102.2	1,597	101.0	1,597	101.0	1,590	101.3	302	103.8	1,590	101.3	1,590	101.3	302	103.8
8	720	140.0	455	96.2	1,229	267.0	351	95.8	365	101.0	298	103.2	365	101.0	365	101.0	298	103.2
9	580	45.4	499	101.5	1,309	105.1	384	100.6	387	100.4	298	104.2	387	100.4	387	100.4	298	104.2
10	600	255.4	497	99.1	1,412	144.1	385	97.7	387	101.2	297	99.5	387	101.2	387	101.2	297	99.5
11	507	99.5	523	101.2	1,396	143.6	354	101.5	401	98.6	306	103.4	401	98.6	401	98.6	306	103.4
期計	2,406	94.9	1,974	99.5	1,531	143.6	1,531	98.9	1,541	100.2	298	103.2	1,541	100.2	1,541	100.2	298	103.2
12	453	94.6	542	98.7	1,307	144.9	428	99.8	435	100.0	298	103.2	435	100.0	435	100.0	298	103.2
24.1	356	83.6	452	98.0	1,211	139.7	354	98.1	336	97.0	317	104.3	336	97.0	336	97.0	317	104.3
2	489	86.7	483	100.8	1,217	127.9	380	102.0	373	101.5	324	104.8	373	101.5	373	101.5	324	104.8
3	558	106.4	529	95.8	1,246	134.9	418	96.3	426	97.9	316	102.6	426	97.9	426	97.9	316	102.6
期計	1,856	93.1	2,006	98.3	1,580	99.0	1,580	99.0	1,570	99.1	316	102.6	1,570	99.1	1,570	99.1	316	102.6
年度計	6,362	97.0	6,040	100.0	1,246	134.9	4,708	99.6	4,700	100.2	316	102.6	4,700	100.2	4,700	100.2	316	102.6

(注) 1. 玄麦の買入・加工数量にはSBSでの買受分(19年度から)、大臣証明制度による輸出見返り分、納付金輸入分、民間流通麦及びその他国内産麦を含み、小麦粉の生産・販売量は、輸出分を除いた数量である。  
 2. 「製粉・精麦・麦茶工場需給実績報告」(総合食料局食糧貿易課)による。  
 3. 四捨五入の関係で内訳と計が一致しないことがある。  
 4. 24年3月分は速報のため、選って訂正がある場合があります。

小麦加工食品の輸入の推移

(単位：トン、金額：千円)

区分 年月	レート	小麦粉小麦(ひき割、ミール、バレット)			小麦グルテン			小麦粉調製品			ケーキミックス			マカロニ、スパゲッティ		
		数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額
平成16年	108	1,425	25.2	122,263	14,325	7.2	2,361,648	136,256	2.8	14,061,030	8,354	-6.3	677,825	111,527	3.5	12,657,910
17	110	1,919	34.7	166,340	16,066	12.2	2,709,751	139,802	2.6	15,475,698	9,520	14.0	824,083	109,603	-1.7	12,566,331
18	116	1,883	-1.9	169,522	14,729	-8.3	2,543,181	138,510	-0.9	16,460,930	5,888	-38.1	563,066	109,791	0.2	13,121,724
19	118	2,053	9.0	207,113	16,511	12.1	3,275,372	117,021	-15.5	16,465,390	6,398	8.6	721,609	104,411	-4.9	13,935,605
20	104	1,879	-8.5	243,243	16,876	2.2	3,789,469	100,161	-14.4	16,001,423	4,911	-23.2	702,387	127,254	21.9	22,355,355
21	93.5	1,991	6.0	214,244	15,543	-7.9	2,993,555	102,464	2.3	13,812,363	5,075	3.3	596,248	116,416	-8.5	16,000,437
22	88	1,889	-5.1	188,391	16,407	5.6	3,094,539	106,547	4.0	14,282,473	5,239	3.2	565,129	120,654	3.6	13,661,974
23	80	2,229	18.0	224,804	19,429	18.4	3,554,043	107,822	1.2	14,880,265	5,079	-3.1	580,681	134,470	11.5	14,539,296
24年1月	77	209	16.8	16,493	1,237	-24.3	213,897	7,880	-17.1	11,901,355	447	9.6	59,808	9,551	-7.5	1,024,573
2	77	217	21.9	18,108	1,460	9.7	268,314	8,039	17.0	11,105,524	448	6.5	51,763	10,082	14.1	1,067,015
3	81	207	11.3	19,871	1,536	-9.5	287,331	9,901	13.4	1,302,361	566	45.1	69,443	9,912	4.3	1,066,355
4																
5																
6																
7																
8																
9																
10																
11																
12																
24年1月～12月累計		633	16.6	54,472	4,233	-9.2	769,542	25,882	2.9	3,607,054	1,461	19.9	181,014	29,544	3.0	3,157,943
米	国	39	225.0	3,610	123	-61.5	29,892	1,474	-17.4	271,234	1,032	25.1	127,420	4,985	-3.9	636,866
英	国															
中	国															
仏	国	184	-2.1	19,351	317	-23.9	46,842	1,063	78.2	370,829				5	954.0	1,485
香	港													3	-69.3	1,117
イ	ン															
ト	ン															
ス	ウェ															
タ	イ															
独	国	13	225.0	1,671	363	-36.1	45,846	242	14.0	75,097	46	2,675.1	11,490	16	76.6	3,712
カ	ナ				448	-15.9	87,578	1,113	-17.2	76,892						
チ	ン															
レ	ン															
ス	ウェ				569	27.5	86,823	11,114	-0.7	881,123	368	-4.9	36,857	6,078	129.2	446,471
オ	ス				4	-80.0	779	160	65.1	17,940						
シ	ン															
ン	ガ															
ポ	ー															
ロ	ス	7	250.0	1,018	2,323	4.4	458,389	1,370	13.9	195,500	1		592	18	566.7	2,090
台	湾															
ベ	トナム															
ニ	ュ															
ウ	ェ															
ア	ラ															
ベ	ル															
ア	ル				58	0	10,258			31,015						
ス	ェ									6,917				9		1,539
イ	ン	372	28.7	27,658						6,917				16,921	-13.0	1,947,864
伊	タ	18	-62.5	1,164	11	-71.9	1,473	46	204.0	13,244	12		4,086	1,491	10.4	114,282
そ	の															

(次頁につづく)



年月	区分	レート	うどんおよびそうめん			その他のめん類			食パン、乾パン類			ビスケット			ふすま		
			数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額	数量	前増減率	金額
平成16年	108		1,521	-31.6	394,302	20,173	27.1	6,134,470	9,052	14.0	2,374,572	25,182	21.9	8,127,776	82,538	17.5	1,190,250
17	110		1,824	19.9	438,190	21,913	8.6	7,000,182	9,500	5.0	2,552,961	23,937	-4.9	7,996,474	100,493	21.8	1,544,012
18	116		1,681	-7.8	433,966	22,984	4.9	7,355,196	10,058	5.9	3,046,143	24,480	2.3	8,445,272	89,037	-11.4	1,462,153
19	118		1,775	5.6	425,814	22,960	-0.1	7,582,286	8,065	-19.8	2,715,392	23,105	-5.6	9,038,272	95,269	7.0	2,033,963
20	104		883	-50.3	281,946	23,119	0.7	7,594,585	5,562	-31.0	1,977,817	17,998	-22.1	8,023,862	117,781	23.6	3,100,764
21	93.5		688	-22.0	155,524	24,340	5.3	6,815,396	5,619	1.0	1,741,201	16,506	-8.3	6,706,094	110,350	-6.3	1,986,586
22	88		484	-29.6	131,503	23,950	-1.6	5,802,780	8,314	48.0	2,717,998	19,360	17.3	7,141,796	94,562	-14.3	1,764,462
23	80		340	-29.8	101,075	25,173	7.4	6,360,916	7,750	-6.8	2,141,934	22,128	14.3	8,016,545	99,433	5.2	1,928,846
24年1月	77		7	302.2	1,883	2,173	1.9	529,041	615	4.1	149,302	1,923	18.9	665,252	627	-62.5	14,673
2	77		20	20.4	4,002	1,395	20.7	362,160	633	23.1	161,005	1,548	20.5	558,846	7,687	34.7	146,108
3	81		25	-29.1	5,596	1,823	-12.1	483,625	833	39.1	290,885	1,846	-1.0	683,957	3,750	-50.6	79,015
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
24年1月~12月累計			52	-3.3	11,483	5,391	-9.6	1,374,826	2,081	21.9	601,792	5,318	11.6	1,908,055	12,064	-42.7	239,796
米	国								568	171.8	102,517	730	88.5	299,882	38	0	2,684
英	国		39	1,693.4	6,694	4,128	0.7	1,064,339	10	16.1	2,499	638	14.2	135,035	72	24.1	8,079
中	国					9	21.8	4,194	263	3.7	134,040	267	9.7	151,407	757		
香	港											2	-5.1	9,387	2,263	-32.6	135,242
インド	ネシア											0		241			
トル	コ																
ス	ラ					538	37.2	131,868	178	-40.8	35,099	317	14.7	176,999	3,393	-59.6	67,819
タ	ラ					66	-83.8	46,316	73	-29.7	21,275	46	112.8	28,280			
独	国					1	63.9	507	21	-78.9	5,135	169	38.3	53,874			
カ	タ								332	66.1	87,108	92	-11.5	44,316			
チ	ン								1	-82.9	347	59	-59.7	11,743			
ン	マ								13	-43.7	3,425	18	-42.5	32,838			
ス	ラ											47	107.6	16,698			
ア	ラ								1		250	155	-8.2	85,900			
シ	ン								7	-49.9	8,675	37	19.5	25,482			
ン	ガ								81	226.0	22,139	34	234.3	11,324			
ガ	ボ								5	-1.4	1,434	348	-49.5	74,870			
ボ	ール											1	-41.6	1,062			
ール	ア								27	-32.0	10,115	627	20.1	185,533			
ア	ス		13	-75.4	4,769				1	0	1,317	505	80.0	98,528			
ス	トラ											226	51.8	95,578			
トラ	リア																
リア	ム																
ム	ナ																
ナ	ム					60	-36.8	13,832									
ム	ド					196	-11.2	39,956									
ド	ニュー																
ニュー	ジー																
ジー	ランド																
ランド	ア																
ア	イ																
イ	リ																
リ	ビ																
ビ	ン																
ン	ギ																
ギ	ン																
ン	チ																
チ	ン					392	-44.8	73,611	23	183.9	8,106	154	364.9	30,842			
ン	ン								39	3.6	15,023	111	30.6	34,873			
ン	イ																
イ	ン																
ン	ス																
ス	ベ																
ベ	イ																
イ	ン																
ン	その他					2	-76.4	203	85	-0.4	23,786	196	-28.8	80,039			

(注) 財務貿易統計(全国分)品別国別表>輸入>月次)による。

小麦加工食品の輸出の推移

(単位：トン、金額：千円)

区分 年月	小麦粉・小麦(ひき割、ミール、ペレット)			小麦粉調製品(ケーキ・ミックスを含む)			マカロニおよびスパゲッティ			うどんおよびそうめん		
	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額
平成16年	304,465	-4.5	8,332,834	1,791	16.0	558,959	328	-20.0	45,188	7,719	17.3	2,008,637
17	289,911	-4.8	8,048,049	2,317	29.4	744,439	1,054	221.3	110,260	7,863	1.9	2,062,502
18	290,033	0.0	7,895,261	2,442	5.4	797,965	1,196	13.4	126,174	10,065	28.0	2,476,428
19	255,377	-11.9	7,725,611	3,151	29.1	1,043,144	1,150	-3.8	140,800	12,561	24.8	2,988,513
20	186,882	-26.8	8,338,085	3,377	7.1	1,242,742	743	-35.4	150,112	12,517	-0.3	3,227,623
21	185,229	-0.9	5,414,482	3,113	-7.8	1,150,484	822	10.6	150,825	11,947	-4.6	3,124,772
22	196,183	5.9	5,860,022	3,574	14.8	1,256,700	770	-6.3	139,835	12,492	4.6	3,214,545
23	191,480	-2.4	5,791,147	2,497	-30.1	917,040	607	-21.1	103,142	11,728	-6.1	3,005,454
24年1月	14,475	33.1	409,943	230	48.6	70,742	27	-44.6	4,911	693	-28.6	168,187
2	17,349	-13.5	458,367	174	-7.3	69,773	57	-4.7	9,112	832	-10.3	218,111
3	17,733	1.1	512,385	243	15.7	82,578	49	-20.8	8,920	1,139	14.5	293,223
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
24年1～12月計	49,557	2.3	1,380,695	647	17.1	223,093	134	-21.9	22,943	2,664	-7.9	679,521
区分 年月	ビスケット(スイート)			その他のベーカリー製品等			インスタントラーメン					
	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額			
平成16年	769	-26.9	720,628	9,328	13.5	7,104,285	8,288	-5.2	2,847,158			
17	719	-6.6	762,779	12,274	31.6	8,722,215	8,445	1.9	3,214,048			
18	762	6.1	804,131	13,120	6.9	9,755,783	9,091	7.7	3,586,187			
19	1,098	44.2	1,133,758	14,688	12.0	11,536,637	9,200	1.2	3,645,447			
20	1,198	9.1	1,270,762	14,672	-0.1	12,115,107	8,120	-11.7	3,507,616			
21	886	-26.1	993,506	11,972	-18.4	10,258,866	6,181	-23.9	2,919,649			
22	978	10.0	1,067,436	13,343	11.5	11,770,935	5,981	-3.2	2,825,812			
23	694	-28.4	801,032	11,967	-10.3	10,091,546	5,012	-16.2	2,146,062			
24年1月	66	-11.5	57,338	826	-3.9	714,876	324	-21.2	135,296			
2	46	-18.7	47,733	1,051	2.1	940,748	437	1.4	183,405			
3	119	69.4	100,397	1,080	5.4	990,731	476	9.5	221,982			
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
24年1～12月計	231	14.6	205,468	2,957	1.5	2,646,358	1,237	-3.1	540,683			

(注) ①財務省貿易統計(全国分>品別国別表>輸出>月次)による。  
 ②その他のベーカリー製品等は、スイートビスケットおよび米菓を除く焼菓子類並びにライススノーバー等をいう。



国際価格の推移

(単位：トン当たりドル、( )内はブッシェル当たりドル)

品名	年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
小麦 (シカゴ・SRW小麦No.2、 期近もの)	2004	(3.86) 142	(3.75) 138	(3.73) 137	(3.83) 141	(3.54) 130	(3.51) 129	(3.33) 122	(3.03) 111	(3.37) 124	(3.19) 117	(3.06) 112	(3.03) 111		
	2005	(2.98) 109	(3.00) 110	(3.68) 135	(3.09) 113	(3.06) 113	(3.23) 119	(3.49) 128	(3.49) 128	(3.16) 116	(3.23) 119	(3.39) 125	(3.07) 113	(3.19) 117	
	2006	(3.29) 121	(3.52) 129	(3.62) 133	(3.50) 129	(4.00) 147	(3.62) 133	(3.66) 134	(3.66) 134	(3.77) 138	(3.93) 144	(5.43) 199	(4.82) 177	(4.94) 182	
	2007	(4.64) 170	(4.55) 167	(4.61) 169	(4.88) 179	(4.97) 183	(6.07) 223	(6.02) 221	(6.02) 221	(6.97) 256	(8.46) 311	(9.53) 350	(7.78) 282	(8.55) 314	
	2008	(9.32) 342	(9.43) 378	(10.93) 426	(8.96) 329	(7.76) 284	(8.77) 322	(8.11) 298	(8.11) 298	(8.25) 303	(7.27) 267	(5.56) 204	(5.34) 196	(5.20) 191	
	2009	(5.69) 209	(5.36) 197	(5.44) 200	(5.22) 192	(5.78) 212	(5.75) 211	(5.35) 196	(5.35) 196	(4.82) 177	(4.71) 173	(5.05) 186	(5.39) 198	(5.37) 197	
	2010	(5.10) 187	(4.87) 179	(4.79) 176	(4.91) 180	(4.72) 173	(4.52) 166	(4.72) 166	(5.96) 219	(7.03) 258	(7.27) 267	(7.05) 259	(6.73) 247	(7.65) 281	
	2011	(7.73) 284	(8.40) 309	(6.68) 245	(7.44) 273	(7.36) 271	(6.73) 247	(6.95) 255	(6.95) 255	(7.13) 262	(6.96) 256	(6.23) 229	(6.33) 232	(5.79) 213	
	2012	(6.02) 221	(6.26) 230	(6.65) 244	(6.24) 229	(6.09) 224									
	とうもろこし (シカゴ、イエロー・ コーンNo.2、期近もの)	2004	(2.67) 105	(2.83) 112	(3.02) 119	(3.16) 125	(3.00) 118	(2.86) 113	(2.36) 93	(2.25) 89	(2.14) 84	(2.06) 81	(1.99) 78	(2.00) 79	
		2005	(2.00) 79	(2.00) 79	(2.14) 84	(2.08) 82	(2.08) 82	(2.22) 87	(2.37) 93	(2.37) 93	(2.15) 85	(2.04) 80	(2.02) 80	(1.93) 76	(2.02) 80
		2006	(2.13) 84	(2.23) 88	(2.24) 88	(2.37) 93	(2.45) 97	(2.38) 94	(2.44) 96	(2.44) 96	(2.30) 91	(2.42) 95	(3.03) 119	(3.56) 140	(3.70) 146
2007		(3.91) 154	(4.11) 162	(4.02) 158	(3.62) 142	(3.70) 146	(3.81) 150	(3.26) 128	(3.26) 128	(3.31) 130	(3.51) 138	(3.69) 145	(3.69) 145	(3.86) 152	
2008		(5.08) 200	(5.01) 203	(5.56) 215	(6.06) 239	(5.91) 236	(7.33) 288	(6.47) 255	(6.47) 255	(5.30) 209	(5.62) 221	(3.88) 153	(3.86) 152	(3.75) 148	
2009		(3.65) 144	(3.63) 143	(3.92) 154	(3.94) 155	(4.17) 164	(4.06) 160	(3.30) 130	(3.30) 130	(3.19) 126	(3.47) 136	(3.73) 147	(3.91) 154	(4.08) 160	
2010		(3.72) 146	(3.62) 142	(3.63) 143	(3.64) 143	(3.63) 143	(3.54) 139	(3.92) 154	(3.92) 154	(4.12) 162	(4.95) 195	(5.63) 222	(5.56) 219	(5.84) 230	
2011		(6.49) 255	(6.91) 272	(6.36) 250	(7.42) 292	(6.97) 275	(7.02) 276	(7.01) 276	(7.01) 276	(7.07) 278	(7.01) 276	(6.40) 252	(6.46) 254	(5.79) 228	
2012		(6.00) 236	(6.27) 247	(6.69) 263	(6.29) 248	(5.97) 235									

(注) 1. 小麦は、シカゴ相場による月央の終値である(2012年5月分は5月15日)。  
2. とうもろこしはシカゴ相場による月平均価格である。

輸入食糧小麦の入札結果(港灣諸経費を除く)の概要

(単位：トン、円/ドル当たり)

入札月および積月		平成23年7月入札分 (積月：9月積み)			平成23年8月入札分 (積月：10月積み)			平成23年9月入札分 (積月：11月積み)			平成23年10月入札分 (積月：12月積み)			平成23年11月入札分 (積月：1月積み)		
産地	銘柄	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格
アメリカ	WW	74,084	25,390	26,660	68,208	25,482	26,756	50,115	24,996	26,246	53,232	22,570	23,699	62,525	22,403	23,523
	SH	59,719	28,463	29,886	64,764	29,805	31,295	57,568	29,896	31,391	59,928	26,474	27,798	56,485	26,895	28,240
	DNS	114,453	36,336	38,153	75,336	34,690	36,425	66,944	34,717	36,453	42,672	34,658	36,391	41,719	34,899	36,644
	小計	248,256	31,176	32,735	208,308	30,156	31,664	174,627	30,338	31,855	155,832	27,381	28,750	160,729	27,225	28,586
カナダ	1CW	72,029	37,010	38,861	68,309	35,578	37,357	63,356	35,609	37,389	97,284	35,064	36,817	94,119	34,107	35,812
	小計	72,029	37,010	38,861	68,309	35,578	37,357	63,356	35,609	37,389	97,284	35,064	36,817	94,119	34,107	35,812
オーストラリア	ASW	74,984	37,186	39,045	69,003	32,546	34,173	53,938	29,980	31,479	58,400	24,171	25,380	58,510	23,770	24,959
	小計	74,984	37,186	39,045	69,003	32,546	34,173	53,938	29,980	31,479	58,400	24,171	25,380	58,510	23,770	24,959
	計	395,269	33,379	35,048	345,620	31,705	33,290	291,921	31,416	32,987	311,516	29,179	30,638	313,358	28,647	30,079

入札月および積月		平成23年12月入札分 (積月：2月積み)			平成24年1月入札分 (積月：3月積み)			平成24年2月入札分 (積月：4月積み)			平成24年3月入札分 (積月：5月積み、6月到着)			平成24年4月入札分 (積月6月積み、7月到着)		
産地	銘柄	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格
アメリカ	WW	63,476	21,408	22,478	73,185	22,405	23,525	56,035	24,273	25,487	68,282	26,340	27,657	50,850	25,953	27,251
	SH	67,495	24,936	26,183	96,900	25,043	26,295	56,492	26,626	27,957	71,301	28,887	30,331	73,629	26,998	28,348
	DNS	75,468	32,494	34,119	105,675	31,174	32,733	72,887	31,903	33,498	79,729	34,879	36,623	131,459	33,119	34,775
	小計	206,439	26,614	27,945	275,760	26,692	28,027	185,414	27,989	29,388	219,292	30,273	31,787	255,938	29,934	31,431
カナダ	1CW	74,256	32,202	33,812	105,580	31,257	32,820	92,262	32,349	33,966	73,996	34,318	36,034	74,298	33,620	35,301
	小計	74,256	32,202	33,812	105,580	31,257	32,820	92,262	32,349	33,966	73,996	34,318	36,034	74,298	33,620	35,301
オーストラリア	ASW	60,720	23,387	24,556	93,365	23,618	24,799	54,224	26,784	28,123	72,289	27,285	28,649	60,324	26,081	27,385
	小計	60,720	23,387	24,556	93,365	23,618	24,799	54,224	26,784	28,123	72,289	27,285	28,649	60,324	26,081	27,385
	計	341,415	27,255	28,618	474,705	27,103	28,458	331,900	29,004	30,454	365,577	30,501	32,026	390,560	30,040	31,542

(注) 上表の詳細は、農林水産省ホームページ「申請・お問い合わせ」を参照し、次に「調達・入札」の「調達情報・公表事項」を参照して、「契約情報公表」を参照し、「食料安定供給特別会計」を検索し(アドレス「http://www.maff.go.jp/i/supply/kouhyou/keiyaku/kyokyu.html」)、「米管理勘定・麦管理勘定」を参照し、「一般競争入札・指名競争入札(物品役務等)」を検索して輸入小麦に該当する箇所をご覧ください。  
(資料：農林水産省総合食料局(食糧貿易課))



## —「ソフト & ハード」(読者の欄)への投稿のお願い—

読者の皆様、当振興会の広報誌「製粉振興」の内容を、より親しみのもてるものにするために、次のような内容の投稿をお待ちしていますので、記事をお寄せ下さい。

また、この広報誌の内容の充実を図っていきたくて考えていますので、ご意見等がございましたらお寄せ下さい。

- ・テーマは、小麦や小麦粉製品についての随想、紹介等と考えていますが、小麦と関係のない趣味などの話でも結構です
- ・投稿者名は実名でも筆名でも結構です
- ・長さは1,200字程度(1頁)とします
- ・掲載分には薄謝を進呈します



「コナちゃん」

(マスコットの小麦粉の精)

## ★ 編集後記

- 今年も総会シーズンとなりました。去年は企業、団体等の総会において冒頭に「東日本大震災」の被災地に対するお見舞いと、亡くなられた方々へのお悔やみが述べられ、また一日も早く復旧、復興されることを心から祈った。あの震災から一年以上が過ぎましたが、漸く災害の瓦礫処分が進みだしたこと以外は、被災地の復興に進展が見られない。石巻市の場合、日和が丘から港や海岸方向を一望しても、いまだ野原と化した被災地しか見えない。他の地域でも多くの被災者が仮設住宅のまま将来の見通しが見えない。
- また全国の原子力発電所が点検と安全確認のため停止している。今年の夏も電力不足が予測される。そんな中ある電力会社のトップは、料金改定に際して「値上げは権利」と発言している。福島原子力発電所は修復されず、その周辺地域の郷里から離れ避難生活をしている人たちの復興も進んでいない。その状況での発言は良識が疑われる。
- 司馬遼太郎は本の中で夢と限界について、「大人とは現実の限界を知った者の称だ。子供とは、それを無視して華麗で壮大な夢を追うことの出来る者の称である」「釈迦にしろ、天才建築家、画家にしろすべて大人ではない。子供の精神を大量に持った者である」と。先の電力会社も目先の経済を追うのではなく、限りなく限界に挑み復興への夢を追い求める姿勢があれば、皆が応援するのではないか。その昔、演歌の大御所は「お客様は神様です」と口にしていた。
- 今年のある総会において、「東日本大震災」で受けた教訓、再認識した重要な関係について、「製粉にかかるサプライチェーンは重要なインフラである。緊急時に人々を助ける食品を供給しています」と言っていました。昨年災害を受けたある企業も、工場が復旧した際「工場が止まった時も私どもは全力で小麦粉を供給しました。そのとき関係者から助けられ協力いただいたことに心から感謝します。」と話していた。
- 今後TPP問題など重要な局面が予想されますが、関係者の強い結びつきは製粉産業の進展に強い支えになると考えられます。

製粉振興 5月号 (No.545)

発行/平成24年5月20日

編集発行人/落合通人

発行所/財団法人 製粉振興会

〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町15番6号  
製粉会館2階

Tel. (03) 3666-2712 (代表)

<http://www.seifun.or.jp>

Fax.(03) 3667-1883

E-mail:seifunshin@mri.biglobe.ne.jp

禁無断転載