

東北地域における食産業（ビジネス）の未来を考える

経済産業省 東北経済産業局 地域経済部 製造産業課

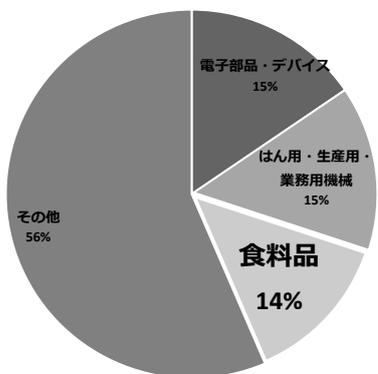
1. 東北地域の食産業の現状

東北地域は、豊かな食資源・食文化に恵まれており、第1次産業が盛んな地域である。まさに、「日本の食糧基地」の一つとして重要な役割を担ってきた。

また、第2次産業（製造業）の中では、食料品製造業が域内総生産の約14%、従業員数の約17%を占めるなど、付加価値や雇用の面から地域経済を支えている（図1、2参照）。

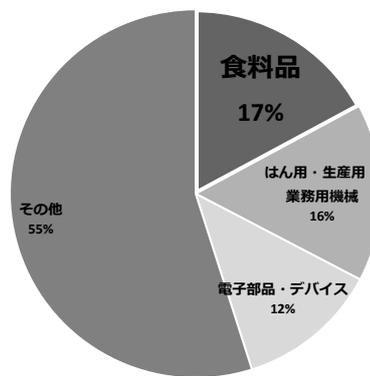
食料品製造業及びその関連産業（以下「食産業」）は、第1次産業から第3次産業まで裾野の広いサプライチェーン及びバリューチェーンを有しており、東北地域の重要な基幹産業である。

図1 東北地域製造業の域内総生産



出所：県民経済計算（2021年）

図2 東北地域製造業の従業員数

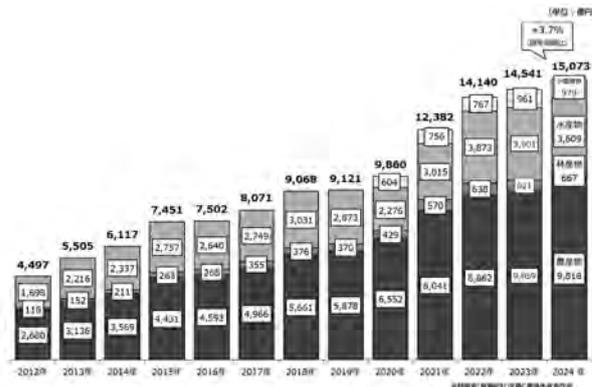


出所：2023年経済構造実態調査（製造業事業所調査）

2. 我が国全体の食産業を取りまく環境

我が国の食産業を取りまく環境は、海外における日本食レストランの増加やインバウンドによる日本食人気の高まりなどを背景に好調な外食需要が牽引する形で、堅調に推移している（図3参照）。

図3 農林水産物 食品輸出額の推移

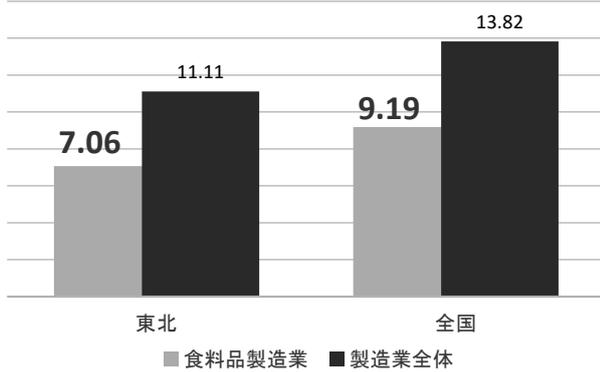


出所：農林水産省資料

一方、他産業と比較した生産性の低迷や人材不足、原料高、原料不足への対応など、複層的な課題を抱えている。特に、食料品製造業の一人当たりの付加価値額は製造業の平均と比較しても低く、大きな課題と考えられる(図4参照)。

図4 従業員一人当たりの付加価値額の比較

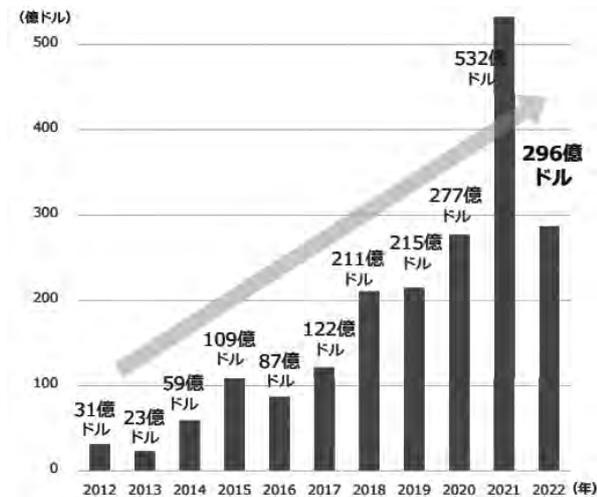
単位：百万円



出所：2023年経済構造実態調査(製造業事業所調査)

近年、世界的な人口増加に伴うタンパク質危機、食品の廃棄ロス、カーボンニュートラルなどに対応するため、フードテックに対する期待が高まっており、投資も年々増大している(図5参照)。

図5 世界のフードテック分野への投資額推移



出所：農林水産省資料

他方、我が国においては取組が十分には進んでおらず、もちろん特徴的なスタートアップや製品は生まれてはいるものの、市場形成、事業化等の課題を有している。

3. 東北経済産業局の取組

このような背景のもと、経済産業省 東北経済産業局(以下「当局」)では、東北地域の基幹産業である食産業に対する支援の在り方を検討するため、東北地域内外の企業・団体等へのヒアリングを実施した。

その結果、県域を越えた食産業ネットワークや課題共有の場の必要性に加え、原料調達や試作品開発、量産化等の課題に対し、企業同士の連携ニーズが確認された。

また、当局では、2025年3月、食産業分野の企業経営者や関係機関等を参集し、改めて現状の課題を整理し、フードテックを含めた今後有望な市場、分野、取組の方向性を議論するため、「東北の食産業(ビジネス)の未来を考える会」を開催した(写真参照)。

写真 東北の食産業(ビジネス)の未来を考える会



会議では、世界の食産業の潮流と、それを踏まえた日本、東北の食に関する可能性について活発な議論が行われた。

現在、世界の食産業でイノベーションが加速化している中で、日本の食産業、フードテック技術に対する関心も高まっている。その背景には、気候変動や健康問題をはじめとする様々な社会課題に食が深く関わっていることや、旅行やエンターテインメント、教育など、あらゆる産業領域において、食の多様な価値、可能性が広がっていること、などの要因がある。

東北地域に目を転じると、食品そのものの魅力や可能性に加えて、アップサイクルやサステイナブルなど、先進的な取組を行うプレイヤーも数多く存在する一方、地域としての支援体制や情報発信力の観点では大きな課題がある。参加者からこれらの問題意識が提起された。

また、食は消費者にとって最も身近なものだからこそ、プロダクトアウトではなくマーケットインの発想で取り組むことが重要である。東北の食産業を成長産業へ、次なるリーディング産業へ、産業界からも強い期待を頂いた。

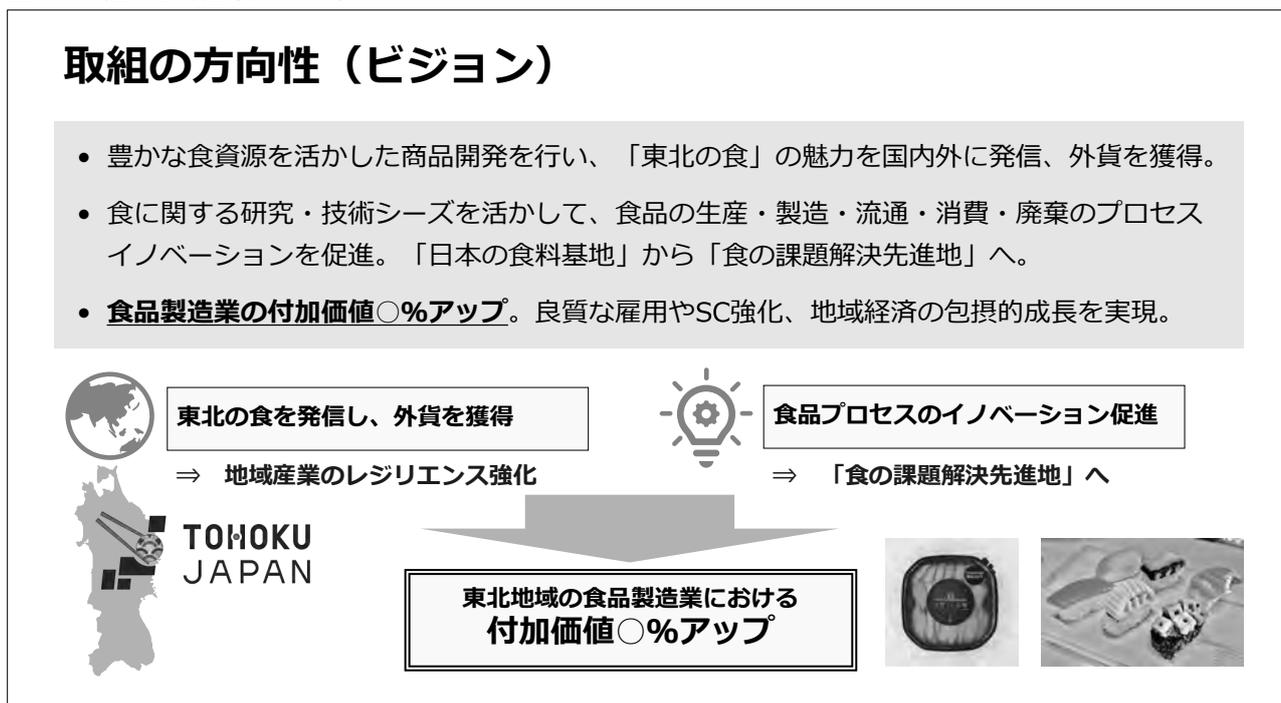
4. 今後の取組の方向性

今般、当局では地域内外の経済情勢や政策の方向性を踏まえ、「エリア価値の向上」や「企業競争力の強化」などの中期的に取り組む政策の柱と重点施策を取りまとめて公表したが、その重点産業分野の一つに食産業を位置付けた。これら産業を起爆剤として他地域から投資や人を呼び込み、魅力的で選ばれる地域・稼げる地域を目指していくことが重要である。

東北地域の食産業について、強みや有望分野を伸ばし、課題を克服し、持続的に成長し稼げる産業とするため、今後の取組の方向性として以下のビジョンを掲げて推進していく（図6参照）。

- A) 豊かな食資源を活かした商品開発を行い、「東北の食」の魅力を国内外に発信、外貨を獲得
- B) 食に関する研究・技術シーズを活かして、食品の生産・製造・流通・消費・廃棄のプロセス

図6 取組の方向性（ビジョン）



スイノベーションを促進し「日本の食料基地」から「食の課題解決先進地」へ

また、これらを実現するため、東北地域の食産業ネットワークを充実化させつつ、①アクセラレーション（事業化）、②マーケティング（販路拡大）、③スマート（生産性向上）の3点を共通テーマとした取組を想定している。

①アクセラレーション（事業化）

大学などの研究機関やスタートアップ企業の技術シーズなどを事業化するにあたり、ステークホルダーと情報共有、連携・マッチングの機会を創出する。

特に、タンパク質危機や食物残渣・廃棄ロスなどの社会課題に対応するフードテック領域において、研究開発・実証、資金調達、企業間連携を促進する。

②マーケティング（販路拡大）

東北地域の「食」の魅力、フードテックから生まれる「食」の新たな価値を発信・訴求し、市場受容性を高めるとともに、国内外のマーケットを創造、拡大する。

特に、食の機能性や多様性に着目した市場創出、輸出、観光・インバウンド等の取組を促進する。

③スマート（生産性向上）

生産年齢人口が減少し、企業の人材不足も深刻化する中、生産現場の自動化、IoT化、FA・ロボット導入を進めることで、労働環境の改善や品質安定にも寄与することが期待される。

この点において、2025年度から経済産業省が主導して開始する「全国ロボット・地域連携

ネットワーク（RINGプロジェクト）」と連携を図り、食品製造業におけるIoT活用、省人・省力化を推進する。

これらの取組により、東北地域の食産業の付加価値を向上させ、良質な雇用やサプライチェーン・バリューチェーンの強化、地域経済の包摂的成長を実現することが目標である。

5. 関係機関との連携強化

上記3テーマのうち、特に①アクセラレーション（事業化）及び②マーケティング（販路開拓）については、より解像度を上げた具体的な議論が必要であると考えている。

そのため、2025年度内に東北地域内外の食産業関係者を参集したワーキンググループ（WG）を開催し、複数回の議論を経て取りまとめを行う予定である。

今後、より実効性の高いアクションに繋げていくためには、東北地域の食産業に携わる多様なステークホルダー、関係機関との連携、共創が重要となる。

当局では、東北地域の産学官金との関係強化はもとより、経済産業省の全国ネットワークも最大限活用して取組を進めていく。地域の多様な意見に誠実に向き合い、その本質を理解するために努力し、地域や世代を越えてそれらを共有する役割を担い、Well-beingと成長・発展が共に実現できる地域経済社会を目指す。