

# 愛産研 ニュース

愛産研ニュース

平成17年9月5日発行

No.42

編集・発行

愛知県産業技術研究所 企画連携部

〒448-0003 刈谷市一ツ木町西新割

TEL 0566(24)1841・FAX 0566(22)8033

URL <http://www.aichi-inst.jp/>

E-mail [info@mb.aichi-inst.jp](mailto:info@mb.aichi-inst.jp)

9 月号  
2005

- 今月の内容 ●食品製造業の現状と課題  
●大豆の健康パワー  
●乳酸菌の生産するバクテリオシン

## 食品製造業の現状と課題

愛知県の食品の工業品出荷額は、数年来約1.7兆円と横這いで、北海道に次いで第2位ですが、食品製造業の大部分は中小企業で、デフレ経済・ものあまりの中で大変苦勞しているのが実情です。

そこで、「食品業界の環境変化」「対応すべき課題」について少し考えてみます。

### 【食品業界の環境変化】

1) 食生活の質的变化：食の簡便化・外食化・国際化、健康志向、安全・安心追求、雰囲気重視傾向などがあります。2) 製造部門の空洞化：低コストを求め、製造拠点が原料・人件費の安い中国、東南アジアなどへ海外シフト。しかし最近では、安全安心、品質、原料の安定供給の面で懸念する声もあります。3) 製品のライフサイクルの短縮化：消費者ニーズの多様化、食のファッション化により、苦勞して新製品を発売しても長期間収益を期待できません。4) コピー商品の横行：売れ筋商品ではすぐに海外でコピー商品が出現し、市場を乱すと考えられます。5) 広告・宣伝への依存性の増大：質の高い情報を的確に、多量に発信できることが販売戦略上の競争力となっており、そのためには資本が必要です。6) 流通システムの変化：大型小売業傘下の在庫なし・リアルタイム納入、消費者による産地直接購入など製造業にとってかなりの努力を要するシステムが稼働しています。このようにいろいろな激しい環境変化が生じています。

### 【対応すべき課題】

1) 消費者ニーズへの対応：寡占化が進まず同種企業乱立の食品製造業ではマーケティングも難しいでしょうが、独自の消費者ニーズ察知法と尺度を持ち、いつも時代を読むことが大切です。2) 安全安心の確保：原料から製品流通までのトレサービリティの確認、表示の正確履行、危険要素の製品分析などを確実に実施すべきです。日本の消費者はこの問題に非常に敏感です。3) 環境への対応：製造環境の衛生的整備、廃棄物の減少・再資源化などの改善工夫と意識の向上を図ることが必要です。4) 技術開発の方向性の明確構築：人材・資金に乏しい場合には、自社所有技術のコアを確認して、技術の特化・強化を図りながら周辺に応用を広げて行くべきです。その際、低収益製品製造のアウトソーシング化も必要でしょう。あまり特徴のないものを大量生産してコストダウンしても道は開けないと思います。時には「わが社は〇〇を目指します。」と社会に宣言することによって、社内的なコンセンサスを高めることもよい方法であると思います。5) 競争力の強化：製品に機能的・品質的特徴を持たせることが必要です。例え同じような製品でも、少量・迅速に供給できる体制を構築すれば、そこに付加価値が発生します。また IT 活用などによる情報を添えた販売体制の構築を始めとするものづくりのソフト化も付加価値を生み出すと思います。

戦後の日本は、インフレ・もの不足状態であり、つくればどンドン売れ、経済も復興したのですが、今はデフレ・ものあまり状態ですから、社会が欲するものを工夫してつくることが重要と考えます。