

フードテック

④新規食品

1. 現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状

- ① 現状
- ・食料、環境、栄養等をめぐる社会課題に対応するため、非動物由来たんぱく食品や機能性・栄養食品※等の様々な新規食品の開発が世界各地で進行。一方、コストや美味しさとの両立等の技術的な課題が存在。
 - ※健康に対する機能性を有する食品や、たんぱく質、脂質、炭水化物、ビタミン、ミネラル（五大栄養素）等をバランスよく含む食品。
 - ・我が国では、だし等の豊かな食文化を背景として、麴を用いた発酵技術、美味しさと栄養バランスを両立する調味技術、多様で高品質な農林水産物等を活用し、特長ある製品や、ノングルテン等の特徴のある米粉製品等の様々な新規食品が開発され、事業化が進められている。
 - ※新規食品（非動物由来たんぱく食品と機能性・栄養食品）の世界市場規模(予測)：4.4兆円(2025年)、8.1兆円(2030年)、29兆円(2040年)
- ② 取り巻く環境と構造変化
- ・気候変動等による食料生産の不安定化が進む一方、世界人口の増加や経済発展により世界の食料需要は増加傾向。特にたんぱく質需要の大幅な拡大に現行の食料システムで対処できない「プロテインクライシス」が危惧。海外ではハラル等の需要も増加傾向（国内では同様にインバウンド需要も増加）。
 - ・栄養面においては、国内では塩分過剰、先進国では過体重・肥満や慢性疾患、途上国では低栄養等の課題が顕在化。健康寿命延伸・医療費抑制等のため、これらの栄養課題は各国の関心が高い領域。
 - ・たんぱく質摂取や栄養改善に資する新規食品の需要が世界的に増加する一方、供給面では味・コスト・量産化等の課題のため事業拡大フェーズに至らないケースも多く、海外では同分野への投資が大幅に減少。
 - ・このように、新規食品、特に非動物由来たんぱく食品と機能性・栄養食品については、国内外で堅調な需要拡大が見込まれ、我が国にとっては好機と言える状況。
- ③ 経済的・戦略的な重要性
- ・経済的重要性：各国の食習慣や栄養課題に合わせた非動物由来たんぱく食品や機能性・栄養食品の国内外での販売や、外食産業によるこれらを活用したメニューの国内外での提供により、国産農林水産物等の需要拡大や健康・医療等の幅広い産業への貢献が期待。
 - ・戦略的重要性：非動物由来たんぱく質は、飼料穀物の需給や家畜疾病の影響を受けず、水や土地利用の点で生産における資源効率が高いなど、食料安全保障に貢献。機能性・栄養食品は、高栄養で調理が簡便・不要であり、災害時など不測時の対応強化に貢献。

(2) 目標

- ① 国内外で獲得を目指す市場
- ・我が国の独自性があり国内外で堅調な需要拡大が見込まれる新規食品（非動物由来たんぱく食品と機能性・栄養食品）について、2030年にかけて、国内市場のみならず、健康課題への関心が高い、あるいは持続可能性を重視する欧米市場を中心に、輸出や海外展開する外食産業でのメニュー提供により、市場を拡大。
 - ・新規食品の継続的開発による商品の多様化や国際標準化の取組と合わせて、大きな市場成長が見込まれるアジア等海外市場展開を更に進め、2040年にかけて国内外市場の売上3兆円を目指す。
- ② 達成すべき戦略的な目標
- ・国内外の食料安全保障の確保への貢献

2. 勝ち筋の特定と官民投資の具体像【道筋】

(1)基本戦略

① 勝ち筋

- ・我が国の食文化の中で培われた発酵技術や、美味しさと栄養を両立させる調味技術、多様で高品質な農林水産物等、安全・高品質・トレーサビリティなどの信頼性が我が国の強み。世界的に堅調な需要拡大が見込まれる非動物由来たんぱく食品や機能性・栄養食品について、こうした我が国の強みを発揮しつつ、国内外の市場を獲得。
- ・まずは、美味しさとともに機能性・栄養を訴求した高付加価値食品として、特に健康課題への関心が高い、あるいは持続可能性を重視する欧米市場を中心に展開するため、新商品開発・試験生産・実用化に向けた実証支援、海外市場開拓に関する支援、各国の食品規制への対応のための支援等を実施。その後、現地カスタマイズに向けた実証支援やスタートアップ等と大手食品企業との連携による価格低廉化・多様化を図るとともに、日本主導による国際標準の策定を目指しつつ、大きな市場成長が見込まれるアジア等にも展開。
- ・さらに、日系小売・外食企業との連携による外食メニューとしての提供等、健康・医療分野とも連携したサービス提供に加え、現地商流にも乗せることにより、市場獲得・拡大を目指す。加えて、例えば発酵用機械など、展開する新規食品の製造に必要な設備・機械を併せて輸出することにより、市場の一層の拡大を目指す。

② 我が国として構築すべき機能

- ・国内で構築すべき機能：スタートアップによる新商品開発能力、BtoC製品のテストマーケティング、日本の食文化の保護継承発信、発酵技術に関する研究・専門人材の育成、地域未来戦略に基づく産業クラスター
- ・海外の市場開拓で構築すべき機能：各国の規制への対応、現地パートナー開拓

(2)官民投資の具体像

① 投資内容

- ・新規食品の開発研究・実証（我が国の発酵技術・製品と美味しさの関係性の解明等を含む）
- ・商品開発・試作・スケールアップ実証
- ・海外展開における現地パートナーとのマッチング
- ・各国の食品規制への対応
- ・新規食品の品質に関する標準化
- ・投資主体は、企業（食品メーカー、外食、小売、商社等）、国、自治体等）

② 投資額

2040年度までで1.0兆円と想定

③ 定量的インパクト：投資による経済波及効果

2040年度までで18.8兆円と想定

3. 官民投資促進に向けた課題と政策パッケージ【政策手段】

(1) 投資促進に向けた課題

① リソース制約

- ・ 人材：商品開発・製造プロセスを含む製造管理・標準化を担う専門人材の不足

② 不確実性の要因

- ・ 事業・技術：原料差による再現性、スケールアップ時の歩留まり変動、海外企業による類似商品、海外販路の開拓
- ・ 市場：食トレンドの変化による陳腐化
- ・ 財務：初期投資・運転資金の大きさ、回収期間の長期化、設備更新リスクによる資金調達の困難性
- ・ 国際環境・政策：輸入原料の安定確保、各国の規制への対応や認証取得の負荷、国際標準化対応の負荷
- ・ 社会：新技術に対する国内外での消費者受容性

(2) 講じるべき政策パッケージ

① 国内投資支援

- ・ 新商品開発・試験生産・実用化に向けた実証支援、フィージビリティスタディ、マーケット調査、事業性の評価、特定生産性向上設備等投資促進税制、研究開発税制、各種補助金・制度資金等によるファイナンス支援、企業・研究機関による専門人材育成に係る環境整備、評価基準・品質規格等の整備

② 需要創出・市場確保・社会実装支援

- ・ スタートアップの育成：新商品開発・試験生産・実用化に向けた実証支援、スタートアップと企業の事業連携コーディネーター確保、自治体や大学等との連携を通じた地域の経済社会を担うスタートアップの創出、重要分野の最先端技術の事業化支援
- ・ 新規食品に対する消費者理解の醸成
- ・ 各国の食品規制への対応や認証取得のための支援
- ・ 海外市場開拓に対する支援（販路開拓・金融支援等）：事業会社の基盤強化に向けた出融資、設備投資の税制優遇、リスク軽減のための債務保証等、海外での市場調査、展示実証、展示会出展等でのプロモーションのための支援
- ・ 日本主導による国際標準の策定
- ・ 企業間連携等の促進：官民が連携したプラットフォームの活用促進（スタートアップ等と大手食品企業とのマッチングによる生産体制確保等）、日系小売・外食企業との連携促進
- ・ 公共調達の推進に向けた検討

方向性

現状認識、日本の強み

- 日本では、だし等の豊かな食文化を背景としつつ、麴を用いた発酵技術や、**美味しさと栄養バランスを両立する調味技術**、高品質な農林水産物、**安全性や高品質に対する信頼性**等が強み。これらを活用した特長ある様々な新規食品が開発され、事業化が進められている。
- 食料、環境、栄養等をめぐる社会課題に対応するため、**非動物由来たんぱく食品**や、**機能性・栄養食品**[※]等の様々な新規食品の開発が世界各地で進行。**国内外で堅調な需要拡大**が見込まれ、我が国にとっては好機と言える状況。
※健康に対する機能性を有する食品や、たんぱく質、脂質、炭水化物、ビタミン、ミネラル（五大栄養素）等をバランスよく含む食品。
- 一方で、既存食品と比較した場合のコスト課題や、特に非動物由来たんぱく食品における**味とコストとの両立のための技術的な課題**等が存在。

<非動物由来たんぱく食品の例>

- ①植物由来だし ②米由来たんぱく質等



<機能性・栄養食品の例>



美味しさに加え、栄養バランスも高度に調整したかつ丼

勝ち筋

主な課題

- ・ 研究開発フェーズの困難性、既存の食品と比較して高コスト・高価格
- ・ 消費者受容の不確実性
- ・ 各国における食品衛生等規制への対応の負荷
- ・ 海外展開時の企業単独での現地向けの商品開発やカスタマイズ、販路開拓等の困難性
- ・ 海外模倣品との差別化
- 等

講ずべき施策

- ・ **新商品開発・試験生産・実用化に向けた実証支援**
- ・ **消費者理解の醸成**
- ・ 各国の**食品規制への対応**のための支援
- ・ **企業マッチング、日系小売・外食企業との連携、海外市場開拓に対する支援**（販路開拓・金融支援等）
- ・ **日本主導による国際標準の策定**
- 等

目指すべき姿

- ✓ 非動物由来たんぱく食品や機能性・栄養食品について、まずは欧米市場を中心に展開し、その後、商品の多様化や価格低廉化等によりアジア等へ市場を拡大
- ✓ 日本の強みを活かした新規食品の国内外への展開を通じて、国産農林水産物等の需要拡大、食品産業の事業基盤の維持・強化を図り、**食料安全保障の確保に貢献**。加えて、**健康課題、地球環境の持続可能性の維持**といった社会課題の解決にも貢献

**国内外で獲得を目指す市場
2040年にかけて国内外市場
の売上額3兆円を目指す。**