

三井住友信託銀行

調査月報



時論

成長モードに移行するトランジション・ファイナンス.....1

経済の動き

高齢層の個人消費動向

～物価上昇と年金の目減りが高齢世帯の家計をひっ迫～.....3

ウクライナ危機に伴う商品価格急騰の影響

～アジアをはじめ新興国のリスク評価～.....9

産業界の動き

日本でも存在感が高まる「植物肉」.....15

時論

成長モードに移行するトランジション・ファイナンス

総額150兆円超。わが国のGX(グリーン・トランスフォーメーション)に必要な今後10年間の投資額である。経産省が5月の「クリーンエネルギー戦略中間整理」の中で見積もりを示した。年平均15兆円は名目GDPの2.8%、民間企業と一般政府の投資額の12.9%に相当する。これを受けた岸田首相の「新しい資本主義の実行計画」と「骨太の方針」には、民間投資の呼び水として政府が20兆円規模を拠出する方針を盛り込んだ。財源は新たな「GX 経済移行債(トランジション国債、仮称)」で先行調達する。2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、トランジション・ファイナンスへの期待がさらに高まりつつある。

グリーン成長に向けた投資計画で先行したのは欧米である。EU(欧州連合)は2030年GHG(温室効果ガス)排出目標▲55%の達成には毎年3,500億ユーロのエネルギー関連追加投資が必要と試算し、2020年に官民協調で総事業費1兆ユーロ超の「グリーンディール計画」を始動した。直近のウクライナ侵攻を受けエネルギー調達のロシア依存脱却を目指し、さらなる投資上乗せ計2,100億ユーロの対策案を打ち出している。米国も2021年に総額1兆2,000億ドルの「インフラ投資計画」を決定し、EV(電気自動車)普及や電力網整備を進めている。

一方、投資資金をファイナンスする方法論では日本が上回った。先行するEUでは2020年に企業の事業活動を色分けする「タクソミー(分類基準)」を導入し、サステナブル(持続可能な「グリーン」)事業を数値基準で厳格に特定した。グリーン事業への投融資を促進し経済全体の脱炭素移行を加速させる狙いであったが、意に反して、グリーン事業に該当しなかった「その他」事業がすべて非グリーン＝サステナブルではないとの誤解を招き、ファイナンスが目詰まりする懸念が高まる結果となった。

事態打開に向けて、3月に欧州委員会の専門家組織が公表した「タクソミー拡張案」の最終報告では、「グリーンか非グリーン」という二元論を脱し、信号標識を模して、サステナブルな「グリーン」、中間的な「アンバー(黄色)」、サステナブルでない「レッド」と、そもそも環境影響の少ない「無色」の事業に4区分する考え方を提示した。トランジション活動としても、従来はグリーン事業への移行だけしか認めていなかったものを、今後はより包摂的(inclusive)な形で早期のグリーン化が困難な高排出業種によるレッドからアンバーやアンバー内での排出削減なども含める方針である。これはまさに、現行のグリーン事業を静的に色分けする「グリーン特定タクソミー」から、新たに脱炭素への移行過程を動的に描写する「トランジション重視タクソミー」への方針転換を意味しよう。

対する日本は、元々CO₂排出量の多い製造業の割合が高いこともあり、すべての企業が一足飛びに脱炭素には移行できず、2050年のカーボンニュートラル実現には再生可能エネルギーなどグリーン事業への投資とともに、低・脱炭素に向かうトランジションを後押しする投資が不可欠との発想からスタートした。出発点は経産省の「クライメート・イノベーション・ファイナンス戦略2020」において、パリ協定実現にはグリーン、トランジション、革新イノベーションをバランス良く推進し適切にファイナンスすることが重要と指摘したことである。また、トランジションの進め方は各国・各産業の状況、当該企業の生産・技術環境に応じて異なることから、多様性(diversity)を考慮した柔軟な対応が必要なことを国際的な場でも主張してきた。その結果、最近のBIS(国際決済銀行)やNGFS(気候変動リスク等金融当局ネットワーク)のレポートでも、トランジションを重視したタクソミーを支持する方向性が明確になってきている。

トランジション・ファイナンスは GHG 高排出企業などが長期的な移行戦略に則って排出削減に取り組むことを評価し支援する新しい投融資の枠組みであり、当初インフラ構築が求められる。足元、わが国でも政府主導の市場整備策はほぼ出揃った。

第一が基本指針の策定である。ICMA(国際資本市場協会)のハンドブックを踏まえ、2021年5月に公表された。トランジション・ファイナンスに係る開示要件を定め、基本指針を満たした取組みは「トランジション・ボンドもしくはローン」というラベリング(名称表示)が可能となる。

第二がロードマップの策定である。3月末までに、経産省と国交省が所管する GHG 高排出業種の鉄鋼や化学、海運など合計9分野10件がリリースされた。企業がトランジション計画を策定する場合や金融機関が当該案件を適格かどうか判断する場合に参照することが想定される。

第三がモデル事業の選定である。トランジション・ファイナンスの普及に向け、基本指針に合致し好事例となる案件を公表するとともに、第三者評価費用の負担軽減(9割支援)を図るものである。2021年度はロードマップ対象7業種を含む8業種12件が選定され、調達額(予定込み)は約3,300億円を見込む。

第四が利子補給の実施である。事業所管大臣から計画認定を受けた事業者がトランジション・ファイナンスなどで調達する際、当初▲0.1%で目標達成時▲0.2%(未達時ゼロ)の金利減免を受けられる制度である。5月末では政投銀を始め、地銀を含む11行が取扱指定を受けている。

こうした施策が奏功し、日本のトランジション・ファイナンス市場は伸びが大きい。IIF(国際金融協会)によれば、2017年に始まったトランジション・ファイナンスは2021年10月末残高が73億ドル(120円/ドル換算で8,760億円)とサステナブル負債調達全体の0.2%に過ぎず黎明期にあるとされる。但し、日本では2021年3月の第1号案件以来わずか1年強で3,000億円台にまで拡大してきた。インフラ整備が一旦完了したこともあり、今後さらなる裾野拡大と発行増加が見込まれる。

もっとも、成長モードに移行するには課題も残る。基本方針とロードマップの磨き上げやトランジション・ウォッシュ懸念の払拭、中堅・中小企業の利用拡大などは当然として、最大のポイントは調達企業と金融機関の関係深化と市場全体での知見蓄積であろう。

ICMAのハンドブック冒頭に記載される通り、トランジション・ファイナンスは「調達企業の気候変動対応へのコミットとその実践に関する信頼性に依拠する」ことが基本である。日本流の進め方として、トップダウンのルール設定で適格事業を特定することなく、ボトムアップの積み上げで個別企業の取組みを見極める方式を採用した以上、トランジション計画を軸とした開示と評価、対話と理解を深めるエンゲージメントの質が問われる。そのプロセスを通じて、取引先が気候変動リスクを軽減できれば、金融機関も投融資ポートフォリオのCO₂排出量(ファイナンスド・エミッション)や座礁資産リスクを低減できるという「Win-Winの関係」を導き出すこともできる。気候変動対応によるお互いのビジネス機会の獲得も同様である。

先般、金融庁が公表した「金融機関における気候変動対応のガイダンス(旧検査・監督基本方針)案」では、顧客企業の気候変動対応に積極関与し、コンサル機能の発揮や成長資金等の提供に取り組むことが強調された。それを待つまでもなく、エンゲージメントを梃子にした取引先支援は本来あるべき金融仲介機能の発揮であり、主体的かつ能動的に取り組むべき課題である。その先にこそ、トランジション・ファイナンス市場の成長と、日本経済の脱炭素トランジションのパスウェイが展望できよう。

(専門理事 調査部 主管 井上 一幸)

※ 本レポートは作成時に入手可能なデータに基づく情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解ではありません。ご質問等はchosainfo@smtbjpまでご連絡ください。

高齢層の個人消費動向

～物価上昇と年金の目減りが高齢世帯の家計をひっ迫～

<要旨>

新型コロナウイルス感染症の拡大から既に2年以上経過したが、個人消費は依然として感染症拡大前の水準に戻っていない。個人消費の約半分を占める高齢世帯の消費動向をみると、感染症拡大以降、外食や旅行関連支出など対面型サービス消費の落ち込みがみられた。高齢世帯の消費を停滞させてきた感染症への警戒感が下押し要因として根強く残り続けるなか、今後は更に物価高と年金の減額による家計のひっ迫が高齢世帯の消費を下押ししよう。高齢世帯は現役世帯と比べ、足元価格上昇している食料や光熱費の消費支出全体に占める割合が高く、相対的に影響が大きいことから、高齢層の消費者マインドは顕著に低下している。物価上昇に対する消費量の感応度は、高齢世帯ほど負の影響が大きく、また過去の物価上昇局面よりもその傾向は強い。高齢世帯による消費の回復ペースはこれまで以上に緩慢なものとなり、わが国全体の個人消費回復の重石となろう。

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症が世界的に拡大して2年以上経過し、ワクチン接種が進展したにもかかわらず、4月の実質消費は依然としてコロナ前水準を下回っている(図表1)。今後は、コロナ禍で大きな打撃を受けた対面型サービスの回復が消費全体をけん引することが期待されるものの、個人消費の約半分を占める高齢者(60歳以上、図表2)は現役世代に比べて感染症への警戒感が強く、高齢者の外出抑制傾向が続けば、消費が伸び悩むことも予想される。本稿では、高齢者消費に焦点を当て、コロナ禍の消費動向を概観した上で、①雇用、②消費者マインド、③インフレ進行による消費行動の変化を整理し、今後の見通しを検討する。なお、本稿では統計の制約がない限り、60歳以上を高齢世帯(層)、59歳以下を現役世帯(層)としている。

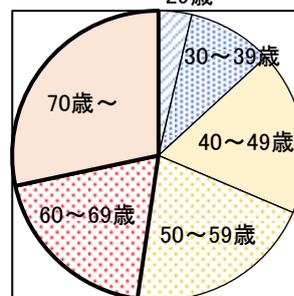
図表1 実質個人消費



(資料) 日本銀行「消費活動指数」

図表2 個人消費のシェア

(世帯主の年齢階層別、2021年)
(%)



(資料) 総務省「家計調査(総世帯)」

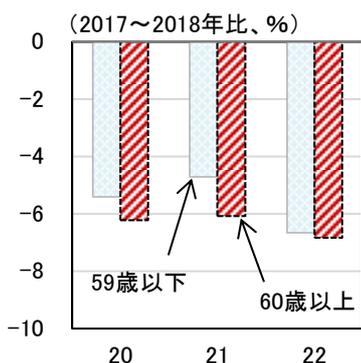
2. 高齢世帯の消費動向概観～対面型サービスを中心に落ち込み

感染症拡大以降の消費動向を確認するため、家計動向調査の年齢別データを消費者物価指数で実質化¹、消費増税による影響が含まれない 2017～2018 年平均と、コロナ禍の 2020 年、2021 年、2022 年1～4 月の水準を比較する。

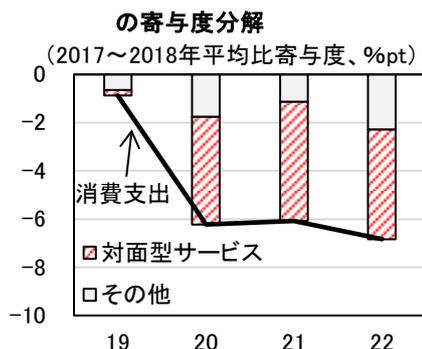
まず消費支出全体では、2020～2022 年通して高齢世帯の減少幅が大きい(図表 3)。次に高齢世帯の消費支出が減少した要因について、コロナ禍の影響が集中した対面型サービス(外食、交通、放送受信料とインターネット接続料を除く教養娯楽サービスの合計)とそれ以外に分けてみると、対面型サービスが消費全体の落ち込みの主因となっていたことが改めて確認できる(図表 4)。高齢世帯の消費支出に占める対面型サービス消費の割合は 1 割程度だが、感染症拡大以降 4 割以上低下したことで、高齢世帯の消費支出全体を大きく押し下げた。

対面型サービス消費は現役世帯でも大きく減少しているが、低下幅は高齢世帯の方が 10%pt 以上大きく、感染症に対する警戒感が対面型サービス消費の抑制に繋がったと考えられる(図表 5)。また、2022 年は現役世帯の対面型サービス消費の減少幅が改善に向かう一方、高齢世帯の反発は相対的に鈍く、感染症に対する警戒感が根強く残っていることが示唆される。

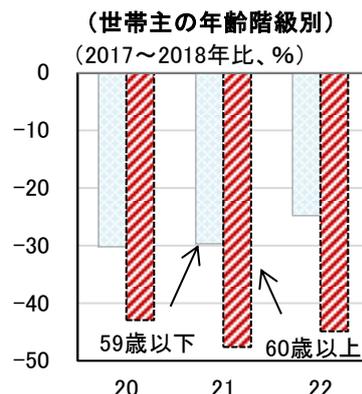
図表 3 実質消費支出の動向



図表 4 高齢世帯による消費(実質)の寄与度分解



図表 5 対面型サービス消費(実質)



(注)対面型サービスは、「外食」・「交通」・「教養娯楽サービス(放送受信料とインターネット接続料を除く)」の合計。22年は1～4月の2017～2018年同期比。

(資料)総務省「家計動向指数」、消費者物価指数

3. 雇用動向

高齢世帯の主な収入は年金や資産所得であり、現役世帯と比べ雇用動向の影響を受けにくい。近年高齢者の就業率は上昇傾向にあり、足元では高齢世帯のおよそ4分の1が勤労者世帯である(図表 6)。そのため、コロナ禍の雇用環境の悪化が、消費へ悪影響を及ぼした可能性も考えられることから、雇用動向について確認する。

雇用動向に関するいくつかのデータを、年齢別(60歳以上と59歳以下)に、コロナ前(2019年平均)と2022年1～4月

図表 6 勤労者世帯が占める割合

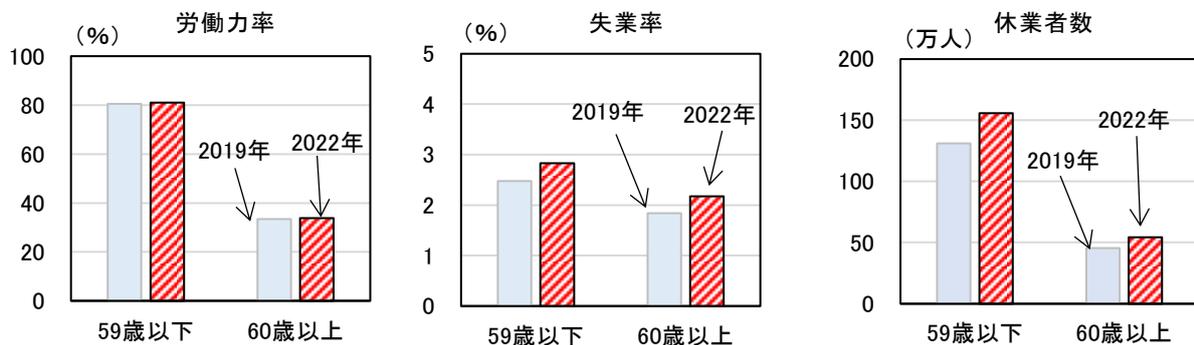


(資料)総務省「家計調査」

¹ 家計動向調査の実質値は 10 大費目、年齢計のみ公表されている。

を比較すると、労働力率は年齢に関わらずほぼ変化していない(図表 7)。失業率は 60 歳以上、59 歳以下ともにコロナ前よりもやや高い水準となっている。コロナ禍で一時急増した休職者数は全体でコロナ前比 2 割程度増加した状態が続いているが、高齢層と現役層で傾向に差はない。米国では厳しいロックダウン下で雇用者の解雇が急増したことが高齢層の引退を促したのに対して、日本では経済活動の制約が海外のロックダウン措置に比べると緩やかであったほか、雇用維持を重視した政策によりコロナ禍でも雇用悪化が相対的に軽微にとどまったことから、高齢層の雇用動向が目立って悪化するには至らなかった。これらのことから、高齢世帯の消費支出が現役世帯と比べ抑制的となった理由は雇用動向には見当たらず、やはり感染症への警戒の影響が大きかったと考えられる。

図表 7 労働力率・失業率・休業者数



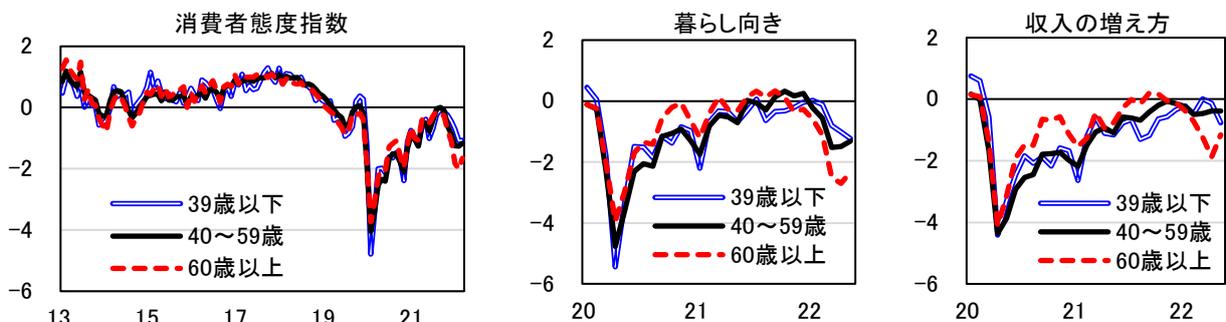
(注)2022年は1月～4月。調査部による季調値。
(資料)総務省「労働力調査(基本集計)」

4. 消費者マインド

コロナ禍以降、高齢世帯の支出を抑制してきたと考えられる感染症への警戒に加え、これまで改善傾向を示していた消費者マインドの悪化が新たな懸念材料として浮上している。

向こう半年間の消費者マインドを示す消費者態度指数は、2022年3月以降、どの年齢層も低下しているが、高齢層は他の年齢層と比べ低下幅が大きい(図表 8)。消費者態度指数の構成系列(「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」)別にみると、特に「暮らし向き」と「収入の増え方」で高齢層の落ち込みが目立っている。

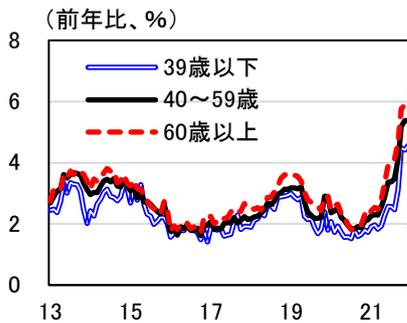
図表 8 消費者態度指数(基準化)



(注)「39歳以下」は「29歳以下」と「30～39歳」を単純平均。「40～59歳」は「40～49歳」と「50～59歳」を単純平均。「60歳以上」は「60～69歳」と「70歳以上」を単純平均。年代により指数の水準と変化量に差があるため、各系列の過去平均との各月の指数の乖離を1標準偏差で除して基準化したもの。
(資料)内閣府「消費動向調査」

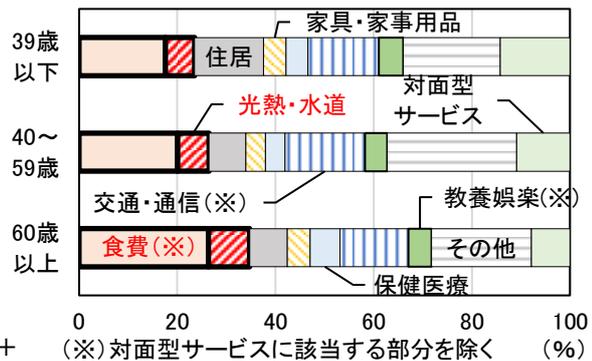
2022年入り後は世界的にインフレ率が高まるなか、ウクライナ危機の勃発で供給制約による食品やエネルギーなど身近な品目のインフレ圧力が長期化する懸念が高まったことが、消費者マインドを年齢に関わらず悪化させたとみられる。実際、マインド悪化は消費者の期待インフレ率の急上昇と共に悪化している(図表9)。そうした中で高齢者については、価格上昇が特に大きい食料や光熱費の消費支出に占める割合が他年齢層よりも高く(図表10)、これらの価格上昇が家計に大きな影響を与えたことが「暮らし向き」の一層の悪化につながったと推察される。

図表9 消費者の予想物価上昇率



(注) 回答結果について、「+2%未満」を+1%、「+2%以上～5%未満」を+3.5%、「+5%以上～10%未満」を+7.5%、「+10%以上」を+10%、「変わらない」は0%として加重平均(下落の場合はその逆)。
(資料) 内閣府「消費動向調査」

図表10 消費支出に占める各費目のウェイト

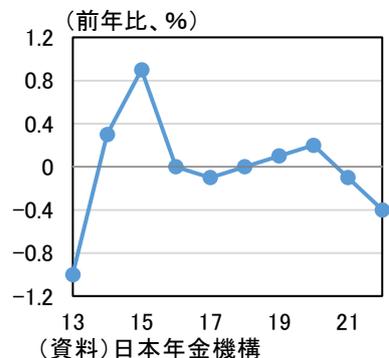


(注) 十大費目のうち、「被服及び履物」「教育費」はその他に含めている。
(資料) 総務省「家計動向指数」

「収入の増え方」が高齢層で特に低下した背景としては、年金改定の影響が挙げられる。足元で物価が上昇するなか、政府は2022年1月、2022年度年金額の引き下げ(前年比▲0.4%)を公表した。年金額は前年度も▲0.1%の引き下げがなされており、2年度連続での減額改定となる(図表11)。年金額の改定は、前年の消費者物価指数(以下、CPI)や実質賃金変動率(2～4年度前の平均)などを元に見直しが行われており、今回の減額はCPI・賃金変動率がともにマイナスであったことに基づく。高齢世帯の「収入の増え方」系列は年金の減額が公表された1月に低下し、減額適用が開始された4月²⁾に最も大きく低下した。具体的な減額幅は、「夫婦2人分の老齢基礎年金を含む標準的な年金額」で前年比月額903円減、年額10,836円減にとどまるが、物価上昇が続くと予想されるなかでの減額が、消費者マインドを大きく悪化させたとみられる。

なお2023年度の年金額は、2022年のCPI等を元の前年比プラスでの改定が見込まれる。ただし、2021～22年度に適用されず繰り越しの生じているマクロ経済スライドによる下方調整が適用される見込みであり、2022年のCPI上昇率を下回る改定率になると想定される³⁾。よって名目でマイナスとなった今年度に続き、来年度は実質ベースでのマイナス改定となり、来年度も年金の目減りが消費の下押し要因となる可能性が高い。

図表11 公的年金の改定率



²⁾ 年金は前2か月分がまとめて支給されるため、減額支給の開始は6月(4・5月分)。
³⁾ ニッセイ基礎研究所「基礎研レポート:2022年度の年金額は0.4%減額、2023年度は増額だが目減りの見込み」(中嶋邦夫)では、68歳以降の年金額について、2022年CPI上昇率+1.9%(想定)やマクロ経済スライドによる下方調整▲0.7%(含繰越分)等を踏まえ、年金額改定率+1.2%の見通しが示されている。

5. インフレによる消費行動の変化

消費者マインドを大きく悪化させた足元の価格上昇は、実際に消費行動の変化につながっているのか。以下では、販売価格の変化が消費行動に与える影響をみるために、家計調査の食料(外食除く28品目)について、各品目の物価上昇率と消費量(実質消費額)の関係を分析した⁴。

2022年1～4月の価格変化率(前年同期比)と同時期の高齢世帯による消費量の変化率(同)を品目毎に示したものが図表12である。油脂(食用油及びマーガリン)や生鮮魚介、生鮮果物など、価格上昇率の大きい品目ほど消費量が大きく減少しており、消費者が値上がり品目の購入を回避していることが窺われる。

図表12 物価上昇率と消費量(実質消費額)の関係(外食を除く食料・60歳以上・2022年) (%)

	価格の変化	消費量の変化		価格の変化	消費量の変化		価格の変化	消費量の変化
油脂	28.6	-17.9	生鮮肉	2.5	-4.4	他の野菜・海藻加工品	0.5	-1.0
生鮮魚介	12.4	-13.8	魚肉練製品	2.5	0.9	茶類	0.1	-2.2
生鮮果物	11.6	-13.5	他の魚介加工品	2.2	-1.3	乾物・海藻	0.0	-1.0
生鮮野菜	7.9	-7.6	他の飲料	2.1	2.7	乳製品	-0.4	-6.5
コーヒー・ココア	7.4	-8.0	菓子類	1.9	-0.6	牛乳	-0.4	1.5
パン	6.5	-5.8	大豆加工品	1.6	-4.7	酒類	-0.4	-3.4
塩干魚介	4.8	-7.7	麺類	1.6	-1.4	果物加工品	-2.8	-5.9
他の穀類	3.5	0.1	調味料	1.3	-2.7	米	-5.4	-3.5
他の調理食品	3.2	0.4	主食的調理食品	1.2	4.2			
卵	2.8	-3.0	加工肉	1.2	-9.2			

(注)家計調査と消費者物価指数で実質消費額が算出できる食料の全28品目について、物価上昇率と実質消費額(いずれも前年比)について関係性をみたもの。

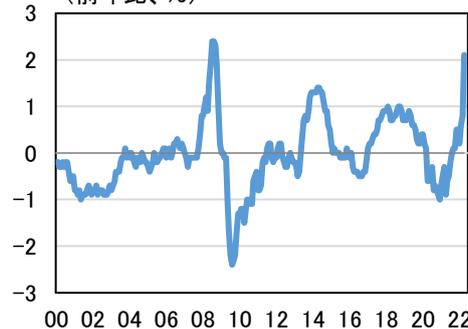
(資料)総務省「家計調査」、「消費者物価指数」

さらに物価上昇率と消費量の関係について、過去同程度(+1%以上、消費税除くコアCPIベース)の物価上昇が生じていた2008年2～9月(「2008年」と表記)、2013年11月～2014年3月(「2014年」と表記)についても(図表13)プロットしたのが次頁図表14である。

これによると、いずれの時期でも物価上昇率と消費量は負の関係を示しており、消費者が物価上昇品目を回避する傾向にあることがわかるが、負の傾き度合いは直近時点(2022年1～4月)が最も大きい。足元の予想物価上昇率は統計がさかのぼれる2013年4月以降で最高水準まで高まっており(前頁図表9)、各年齢層が今後の物価上昇を見据えて節約志向を高めるなか、これまで以上に物価上昇により消費行動が影響されやすくなったと推察される。

年齢層別で比較すると、物価上昇率と消費量における負の関係はいずれの年齢層でも確認出

図表13 コアCPI(増税影響除く)
(前年比、%)



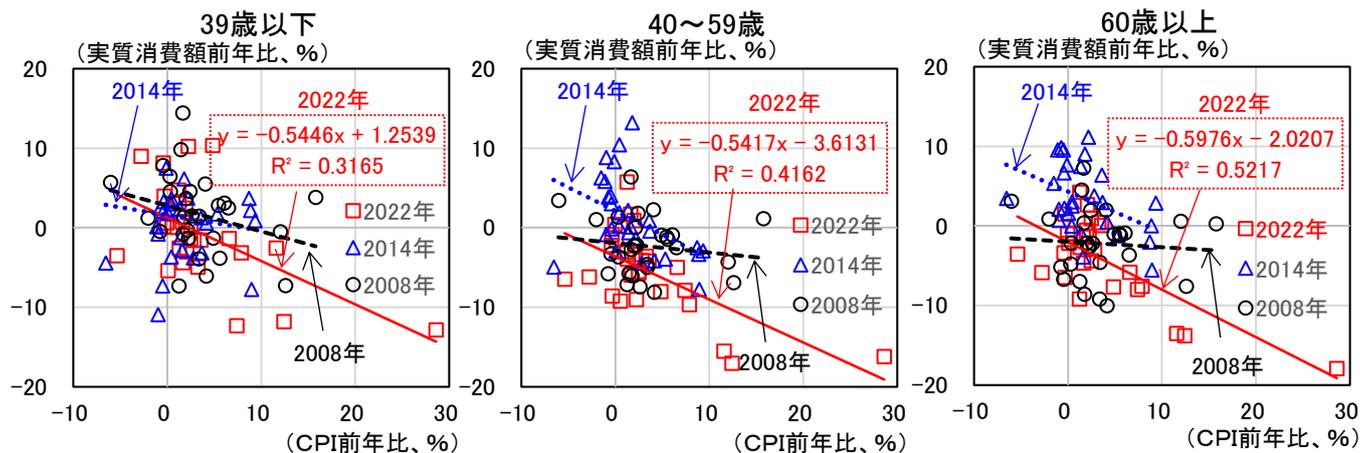
(資料)総務省「消費者物価指数」

⁴ 分析に当たって、当初CPIで実質化可能な74品目を対象としたが、購入頻度の低さから消費量変動が不安定な品目(自動車、家具、工事サービス等)や年齢層により消費量が大きく異なる品目(子供服、補習教育等)が散見された。そのため、ここでは対象を食料に限定した。

来るが、負の傾き度合いは高齢世帯で最も大きいことがわかる。高齢世帯では食料(外食除く)への支出割合が高いことから(前掲図表 10)、食料の価格上昇に対して相対的に敏感であると考えられる。特に足元では2022年1月に年金の減額が発表されたことも影響した可能性がある。

以上、本分析からは、過去に比べて消費者の節約志向が高まり値上がり品目を回避する傾向が強まっていることや、特に高齢層ほど物価上昇に対する感応度が高いことが確認できた。今後供給混乱や円安進行で食料や光熱費を中心としたインフレの長期化が見込まれるなか、節約志向を高める消費行動の変化が個人消費全体を下押しする可能性がある。

図表 14 物価上昇率と消費量(実質消費額)の関係(外食を除く食料)



(注)家計調査と消費者物価指数で実質消費額が算出できる食料の全28品目について、物価上昇率と実質消費額(いずれも前年比)について関係性をみたもの。2008年と2014年にコアCPI(消費税引き上げの影響を除くベース)が前年比+1%以上となったのはそれぞれ2008年2～11月、2013年11月～2014年8月であるが、リーマンショックや消費税引き上げの影響が消費行動に含まれると考えられるため、2008年10月以降と2014年4月以降は除外した。
(資料)総務省「家計調査」、「消費者物価指数」

6. まとめ

コロナ禍以降、高齢世帯の消費支出は対面型サービスを中心に停滞しているが、その主要因である感染症に対する警戒感、引き続き下押し要因として根強く残り続ける。今後は更に、①足元生じている食料・光熱費の上昇や年金の目減りに起因する消費者マインドの低下、ならびに②節約志向の高まりがもたらす消費行動の変化が、当面の高齢世帯による消費を下押しすることになる。消費ウェイトの高い高齢世帯による消費の回復ペースはこれまで以上に緩慢なものとなり、わが国全体の個人消費回復の重石となろう。

(調査部 経済調査チーム 竹川 隼人)

※ 本レポートは作成時に入手可能なデータに基づく情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解ではありません。ご質問等はchosainfo@smtbjpまでご連絡ください。

ウクライナ危機に伴う商品価格急騰の影響

～アジアをはじめ新興国のリスク評価～

<要旨>

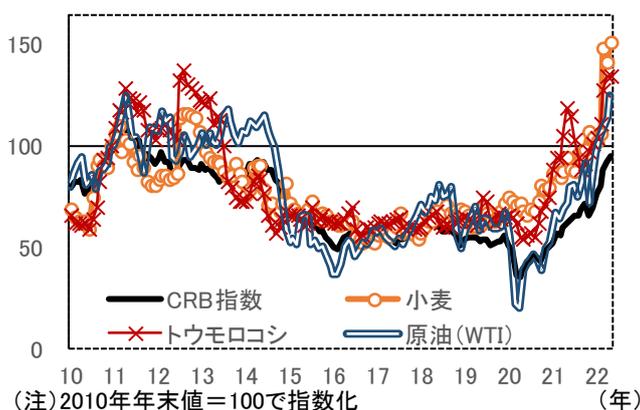
主要アジア新興国の7カ国は、エネルギーや食料の純輸入国が大半である。ウクライナ危機に伴う価格急騰で、食料危機に陥るリスクは小さいものの、インフレの昂進、景気の冷え込み、財政や対外収支の悪化などの影響が懸念される。中でも財政や対外収支面で弱みを抱えるインドの懸念が高く、次いでフィリピンとタイも悪影響を受けやすい。

より地域を広げ、新興国全般をみると、エネルギーよりも食料における純輸入国の割合が圧倒的に高い。食料の価格急騰は新興国に広範な影響を及ぼし、とりわけアフリカ諸国など低所得国のほうがより厳しい状況に陥りやすい。ウクライナ危機が世界の食料供給に及ぼす悪影響は、北米等の増産により幾分緩和される見込みであるが、ウクライナ産に依存する中東・北アフリカの国々は深刻な状況が続く。エネルギーや肥料価格の急騰も世界の食料生産の抑制要因で、穀物価格が今後さらに上昇し、低所得国を中心に飢饉や社会動乱など深刻な問題に発展することも想定される。

1. ウクライナ危機によるコモディティ価格の急騰

2022年2月に勃発したロシアによるウクライナ侵攻は長期化の様相で、短期的な終結は見通せない。エネルギーや食料など世界のコモディティ貿易において高いプレゼンスを持つ両国の戦争や、それに伴う厳格な対露制裁の導入を受け、関連商品の供給不安が台頭した。原油や穀物の先物価格が急騰し、2012年前後に付けた前回のピーク水準を更新している(図表1、2)。

図表1 原油や穀物先物価格の推移



図表2 ロシアとウクライナの輸出が世界の輸出全体に占める割合

(2020年)	エネルギー		食糧		
	石油 同製品 (世界順位)	天然ガス (世界順位)	穀物 同調整物 (世界順位)	うち小麦 (世界順位)	うちトウモロコシ (世界順位)
ロシア	11.9% (1位)	3.5% (10位)	5.9% (4位)	18.1% (1位)	2.6% (8位)
ウクライナ	—	—	5.2% (5位)	7.9% (5位)	13.1% (4位)

(資料)UNCTAD

エネルギーや食料の価格急騰による悪影響は、経済規模に照らし貿易バランスのマイナス幅が大きい国(=純輸入規模が大きい国、自給率が低い国)ほど深刻になる。また、所得水準の高い先進国と比べ、支出に占めるエネルギーや食料の割合が大きい新興国のほうが、より打撃を受けやすい。

本稿では、ウクライナ危機に伴うコモディティ価格の急騰が新興国に与える悪影響を取り上げ、主要アジア新興国を中心にリスク評価を行う。

2. 主要アジア新興国経済への影響

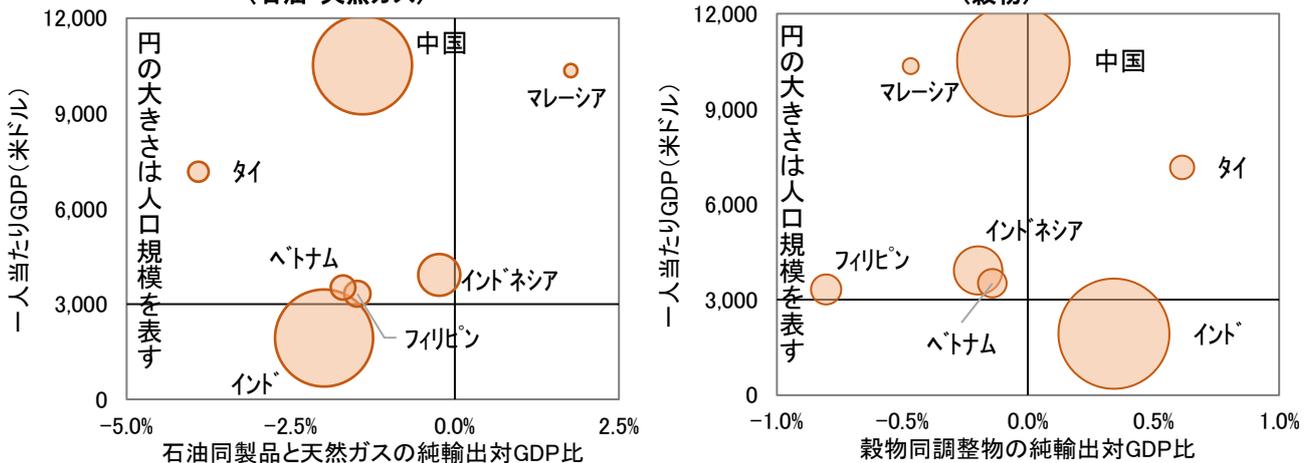
以下では、中国、インド、ベトナム、タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシアの7つの主要アジア新興国を対象に、ウクライナ危機に伴うエネルギー・食料の価格急騰による影響を考察する。

(1) 対象国の状況確認

まず、各対象国のエネルギーと食料の貿易バランスを確認する。

エネルギー価格の上昇は、インプットコストの増加を通じ企業の収益性を悪化させ、ガスや電気等の公共料金を押し上げることで家計を圧迫する要因となる。対象国のうち、マレーシアを除く6カ国は現在、石油・天然ガスの純輸入国である。中でもタイの自給率が最も低く、それに続くのは、自給率が低く且つ所得水準も相対的に低いインド、ベトナム、フィリピンで、これらの国はエネルギー価格の急騰から悪影響をより受けやすい(図表3、左図)。

図表3 主要アジア新興国のエネルギーと食料の貿易バランス状況
(石油・天然ガス) (穀物)



(資料)UNCTAD

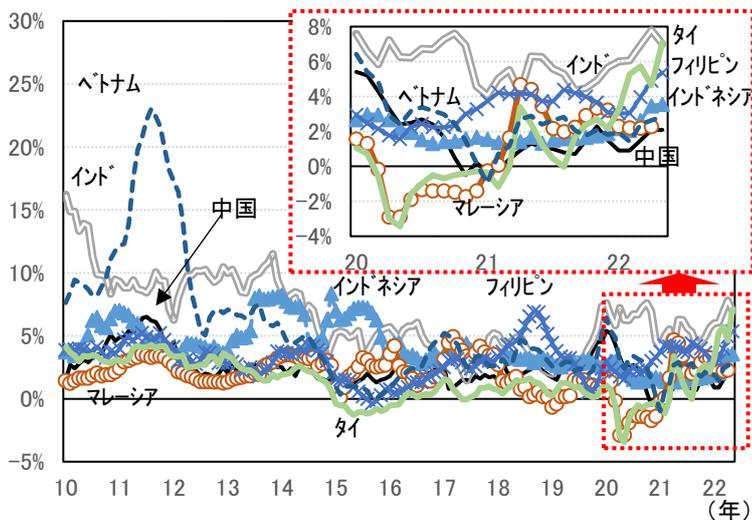
食料については、タイとインドが純輸出国であるのに対し、その他5カ国は純輸入国であるが、いずれも純輸入額はGDPの1%未満に留まっている。主要アジア新興国については、穀物価格の急騰が深刻な食料危機をもたらすリスクは限定的と言える。但し、対象国のうち食料自給率が低い上に、所得水準も比較的低いフィリピンは注意を要する(図表3、右図)。

次に、エネルギーと食料の価格急騰が消費者物価に与える影響を確認する。

マレーシアを除くと、対象国では消費者物価の上昇が足元加速しており、特にタイ(5月のCPI上昇率は+7.1%)、インド(+7.0%)、フィリピン(+5.4%)の物価上昇はより顕著である(次頁図表4)。また、各国のCPIバスケットに占める比重をみると、対象国のいずれも食品関連のウェイトが高く、エネルギー関連のウェイトを大きく上回っている。食品関連の比重が特に高いインド、タイ、フィリピンの物価上昇には穀物価格の急騰が大きく影響している。タイはまた、エネルギー関連のウェ

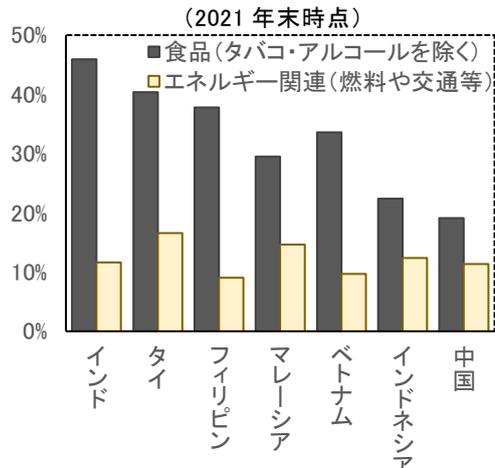
イトも相対的に高く、エネルギー価格の上昇も物価の押し上げ要因である(図表5)。

図表4 CPIの前年同月比伸び率



(資料)CEIC

図表5 CPIバスケットに占めるウェイト



(注)中国のエネルギー関連項目のうち通信費も含まれる。

(資料)各国統計局、CEIC

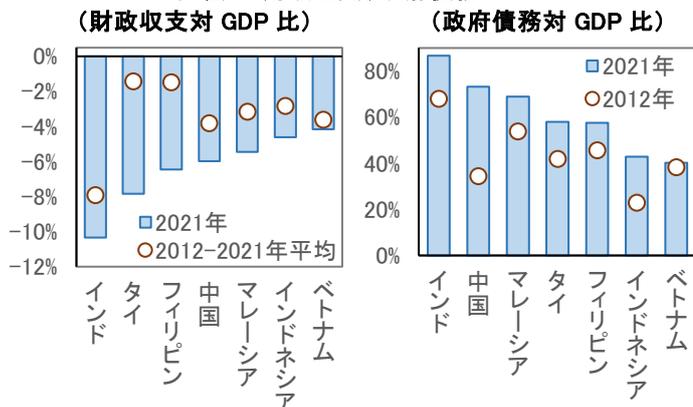
(2)対象国経済に与える影響

対象国のうち、エネルギーの貿易バランスがプラスのマレーシア、食料の貿易バランスがプラスのタイ等は、当該商品の価格上昇から恩恵が受けられる一方、その他の国は、商品価格上昇からネガティブな影響を受けやすい。以下では、価格急騰が対象国に与える影響について考える。

① 経済・財政面の影響

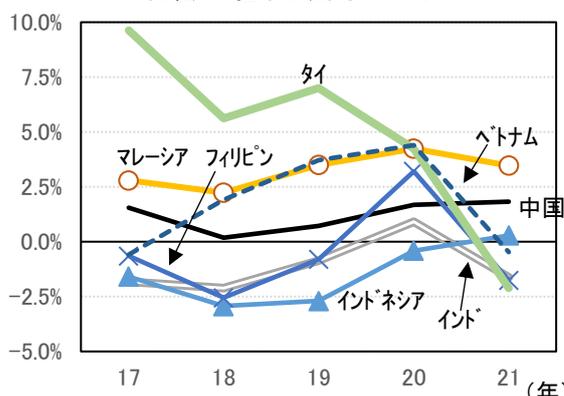
インフレの昂進は、家計の負担増や企業の収益性圧迫など景気の悪化要因である。インフレ抑制のためには利上げが有効な政策手段となるが、金利の上昇は家計、企業、政府にとって利払い負担の増大をもたらし、景気の冷え込み、財政の悪化につながる懸念される。また、インドをはじめ対象国の多くはエネルギーや食料関連の補助金制度を設けている。補助金は家計や企業の負担を補い、景気悪化を緩和させる効果を持つものの、財政の圧迫要因でもある。特に財政状況の悪い国では、ソブリン格付の引き下げ、国債調達コスト(=金利)の上昇や通貨安につながりかねず、一段の景気低迷、財政悪化を引き起こしかねない。対象国の財政収支はいずれも赤字基調で、ベトナムを除けば政府債務も増加しており、財政状況は芳しくない。特に、インドの状況が最も悪く、エネルギーの自給率が低いことも考慮すると悪影響を受けやすい(図表6)。

図表6 財政収支、政府債務



(資料)IMF

図表7 経常収支対GDP比



(注)2021年のタイとベトナムの赤字転落はコロナ禍の影響

(資料)IMF

② 対外収支面の影響

商品価格の急騰は、輸入コストを押し上げることで経常収支を悪化させ、それが通貨安を招き、さらに輸入コストを押し上げるという悪循環をもたらすリスクをはらむ。通貨安は輸入価格の上昇（輸入抑制）と輸出価格の低下（輸出促進）に作用し、時間とともに経常収支を改善させる効果があるものの、輸出産業が未成熟の国では通貨安による輸出促進効果は限定的である。対象国のうち、タイやマレーシア、ベトナム、中国は強い輸出産業を持ち、経常収支は黒字基調であるのに対し、輸出産業が相対的に弱いインド、インドネシア、フィリピンは赤字基調である。特に、エネルギーの自給率が低いインド、食料の自給率が低いフィリピンはより影響を受けやすい（前頁図表7）。

3. 対象国に関するリスク評価

以下では、これまでの分析結果を総括し、対象国のうち、特に懸念が高いと考える国について留意点を述べる（図表8）。

図表8 エネルギー・食料の価格急騰が対象国経済に及ぼす影響

	総合評価 (懸念度)	エネルギー価格の影響			食料価格の影響			ファンダメンタルズ評価								
		影響	石油同 製品と天 然ガスの 貿易 バランス (対GDP 比)	CPIバス ケットに 占めるエ ネルギー 関連の割 合	影響	穀物同 調整物 の貿易 バランス (対GDP 比)	CPIバス ケット に占め るエネ ルギー 関連の 割合	脆弱 性	経済・財政面				対外収支面			
									CPI上 昇率 (2022 年5月、 前年同 月比)	2012- 2021年 の最高 値	財政収 支対 GDP比 (2017- 2021年 平均)	政府債 務対 GDP比 (2021 年)	経常収 支対GDP比 (2017- 2021年平 均)	対ドル 為替の 年初来 変動率 (6月10 日終値)	2012- 2021年 の最安 値との 比較	
懸念高	マレーシア	低	小	1.77%	14.6%	小	-0.47%	29.5%	低	2.3%	4.9%	-3.4%	69.0%	3.2%	-4.3%	+2.2%
	インドネシア	低	小	-0.24%	12.9%	小	-0.20%	22.4%	低	3.6%	8.4%	-3.4%	42.8%	-1.5%	-1.6%	+13.9%
	ベトナム	低	中	-1.70%	9.7%	小	-0.14%	33.6%	低	2.9%	17.2%	-2.3%	40.2%	1.8%	-1.2%	+2.0%
	中国	低	中	-1.40%	11.3%	小	-0.06%	19.1%	低	2.1%	5.4%	-6.1%	73.3%	1.2%	-5.1%	+7.0%
	タイ	中	大	-3.91%	16.6%	小	0.61%	40.4%	中	7.1%	3.6%	-2.7%	58.0%	4.9%	-3.3%	+5.2%
	フィリピン	中	中	-1.48%	9.0%	中	-0.80%	37.8%	中	5.4%	6.9%	-3.2%	57.5%	-0.5%	-5.2%	+2.4%
	インド	高	中	-1.99%	11.6%	小	0.34%	45.9%	高	7.0%	11.5%	-8.6%	86.8%	-1.1%	-3.6%	-1.7%

(注) マレーシアのCPIは2022年4月値。

(資料) 各国統計局、UNCTAD、IMF、CEIC

懸念が最も高い国:インド エネルギーの自給率が低いほか、大幅な財政赤字や巨額な政府債務を抱え、対外収支面についても経常赤字基調で、通貨安による輸出刺激効果も期待されない。既にインフレ率は前年比+7%に上昇していることもあり、エネルギー価格の上昇はインフレの加速や経常赤字の拡大につながり、通貨安、景気低迷・財政悪化の悪循環に陥るおそれがある。

懸念が相対的に高い国:フィリピン、タイ フィリピンは食料とエネルギーの純輸入国であり、インドほどではないが、財政面や対外収支面には脆弱性を抱えている。タイは対象國中、エネルギーの自給率が最も低く、物価上昇率も既に過去10年間の最高水準に上昇している。商品価格の上昇により、この両国の経済が大きな打撃を受けることが懸念される。

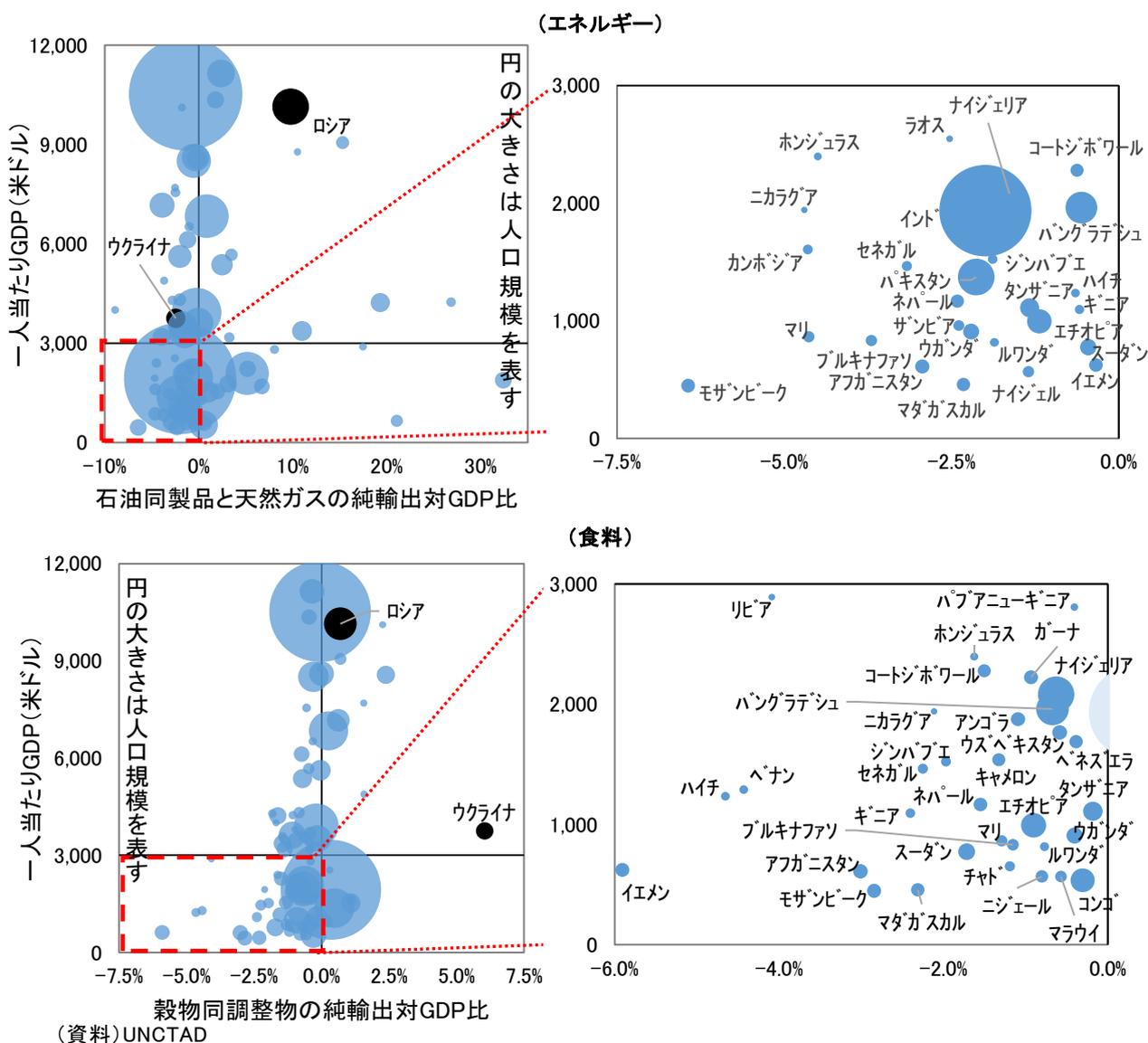
上記以外の4カ国については、エネルギーや食料の価格上昇による影響という観点で見ると、懸念は相対的に小さい。但し、これらの国もエネルギーまたは食料の純輸入国となるため、商品価格の急騰が長期化した場合、景気に与える悪影響が増大するおそれがある。

4. 新興国全般への影響

では、上で見た7カ国以外のより経済規模の小さい国も含めて見た場合には、何が言えるだろうか。以下では、一定の人口規模を持つ77の新興国¹の状況について確認する。

まず、石油・天然ガスの貿易バランスがプラスの国は23に対し、マイナスの国は54に上ることから、新興国の大半は石油・天然ガスの純輸入国で、エネルギー価格の急騰から悪影響を受ける国の方が多いことがわかる。とりわけ、一人当たりGDPが3,000ドル未満の低所得国が多くを占めるアフリカ諸国や一部中南米、南・東南アジアの国の状況はより深刻である(図表9、上段)。

図表9 新興国のエネルギーと食料の貿易バランス状況



¹ 世界銀行の分類で低所得国、低位中所得国、高位中所得国のうち、人口500万超の国・地域。

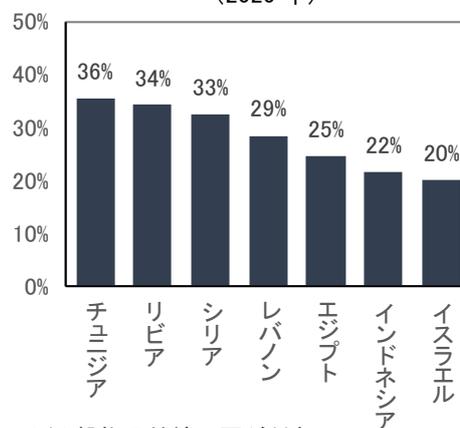
次に、食料をみると、純輸出国・純輸入国の数は15対62と、石油・天然ガス以上に純輸入国の割合が高い。このことは、エネルギーよりも食料の価格急騰が、より広範に新興国に悪影響を与えることを示している。食料問題は人命に直結するため、特に低所得国では、食料の価格急騰はときに飢饉や社会動乱を引き起こす。純輸入国のうち、一人当たりGDPが3,000ドル以下のアフリカ諸国や一部中南米、南アジアの国は特にその危険性が高い(前頁図表9、下段)。

米国農務省発表の世界農産物需給見通し(WASDE、6月)によれば、2022/23年シーズンの穀物供給量は前シーズンより▲0.9%減少し、在庫率(=期末在庫量/年間需要量)も28.2%に低下するものの、穀物価格が前回のピークを付けた2012/13シーズンの在庫率(21.0%)を上回る見込みである(図表10)。小麦は戦地となるウクライナからの供給が急減する一方で、カナダや米国の増産に加え、対露制裁に加わっていない新興国向けを中心に、ロシアからの供給も増えることで、ウクライナの減少分がある程度補われると見込まれることがその理由である。

図表10 米国農務省発表の世界農産物需給見通し

		2022/23シーズン		2012/13 シーズン (実績)
		(予測)	前シーズン対比 (在庫率は差分)	
穀物 全体	供給(億トン)	27.7	▲0.9%	23.0
	需要(億トン)	27.9	▲0.3%	22.8
	在庫率(=在庫/需要)	28.2%	▲0.5%	21.0%
小麦	供給(億トン)	7.7	▲0.7%	6.6
	需要(億トン)	7.9	▲0.7%	6.8
	在庫率(=在庫/需要)	34.0%	▲1.4%	26.6%
トウ モロ コシ	供給(億トン)	11.9	▲2.5%	9.0
	需要(億トン)	11.9	▲1.0%	8.8
	在庫率(=在庫/需要)	26.2%	0.2%	16.5%

(資料)米国農務省、農林水産省

図表11 穀物輸入に占めるウクライナの割合
(2020年)

(注)穀物の純輸入国が対象

(資料)UNCTAD

とはいえ、2012年前後の食料供給減・価格急騰が中東・北アフリカ地域を席卷したいわゆる「アラブの春」の一因になった事実を踏まえると、今回の穀物価格急騰の影響も決して軽視できない。とりわけ、中東・北アフリカ地域の国がウクライナ産穀物に大きく依存しているため深刻な状況が続くことが懸念される(図表11)。

さらに、エネルギー価格の上昇や、肥料の主要サプライヤーでもあるロシアとウクライナの戦争を受けた肥料価格の急騰もあり、耕作コストの上昇は避けられない。それが世界の食料生産を抑制し、既に急騰している穀物価格を一段と押し上げることで、低所得国を中心に深刻な食料危機を引き起こすことも想定される。

シェン ショウイー

(調査部 海外調査チーム シニアエコノミスト 盛 暁毅)

※ 本レポートは作成時に入手可能なデータに基づく情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解ではありません。ご質問等はchosainfo@smtb.jpまでご連絡ください。

日本でも存在感が高まる「植物肉」

<要旨>

植物由来の原材料で作られる「植物肉」が欧米を中心に注目されている。欧米では大手ファストフード店や小売店が続々と植物肉製品の採用に踏み切っている。

こうした潮流の背景には、健康や環境等への関心の高まりがある。過去から、畜産肉の生産プロセスにおける環境負荷や欧米等での肥満率の高さ等を問題視する声はあり、これらを緩和・解決する期待感から、消費者が植物肉製品を受容れるようになったのだろう。

日本においても、大豆由来の植物肉製品を目にする機会が増えているが、「大豆ミート」等の植物肉として販売されるようになってからは日が浅く、植物肉製品に関する食品規格はなかった為、消費者に正しく認知してもらうことは難しかった。そうした中、2022年に大豆ミート食品類のJAS規格が制定された。これにより、企業による製品開発が進み、メディア露出も増えていくだろう。健康意識が高い、大豆に親しみがある等、日本には植物肉が受容れられる素地があり、今後も普及していくと見られる。

1. 欧米における植物肉市場の拡大

(1) 植物肉市場に参入する欧米企業

2021年8月、当時の内閣特命担当大臣であった河野氏は記者会見において、新技術食品やフードテックに関してコメントした。植物肉を含む代替肉の市場予測について、英国のバークレイズ銀行の試算を引用し、2029年には1兆4,000億ドルとされる食肉産業の10%相当が代替肉に置き代わる可能性があり、日本においても政府を挙げて食品規格等の整備に対応していく方針という主旨であった。

このように日本でも注目が集まる植物肉は、まず欧米を中心に広がりを見せてきた。米国では、多くの企業が植物肉市場へ参入している。特に、インポッシブルフーズとビヨンドミートの2社は米国を代表する植物肉企業として有名であり、市場を牽引してきた。

インポッシブルフーズは、2011年に設立され、2016年には植物肉「インポッシブルバーガー」を発表した。大豆の根粒や肉にも含まれる「ヘム」という成分に着目し、独自技術で複製、製造したヘムを用いることで、まるで牛ひき肉のような植物肉を再現している。2021年には、大手ファストフードチェーンのバーガーキングと提携する等、事業を拡大してきた。

ビヨンドミートは、2009年に設立され、2019年にNASDAQ市場に上場した。上場以降の売上高は、毎年2桁%以上で成長してきた。ビヨンドミートの植物肉は、エンドウ豆たんぱくが主原料であり、ビーツジュースを加えることで肉感を再現している。全製品が遺伝子組換え無しであり、大豆は不使用である。大手ファストフードチェーンのマクドナルドやケンタッキー・フライド・チキンと提携しており、植物肉市場を牽引するシンボル企業として米国外でも事業を展開している。

欧州においても、様々な企業が植物肉市場へ参入し、小売店や飲食店で植物肉製品の販売が増えている。図表1は、欧州で植物肉を扱う代表的な企業である。

図表1 植物肉を取扱う代表的な企業

業種	企業名	主な事業活動等
メーカー	ミートレスファーム	英国企業。主にエンドウ豆たんぱくを主原料とする植物肉を製造・販売している。英国の他、オランダ、ドイツ、デンマーク等のオンラインスーパーマーケットで製品を販売している。
	ムービングマウンテン	英国企業。主にエンドウ豆たんぱくや小麦たんぱくを主原料とする植物肉を製造・販売している。ピーツジュースを加えることで肉感を再現している。
外食	バーガーキング	米国に本社がある世界的なハンバーガーチェーン。2019年11月より、イタリアやドイツ、スペイン、ポルトガル等で、植物性パティを採用したハンバーガー等を販売している。2031年までにメニューの50%を植物由来製品とする計画を発表している。
	ケンタッキー・フライド・チキン	米国に本社がある世界的なハンバーガーチェーン。2020年1月より、植物性パティを使用したヴィーガンバーガーを英国等で販売している。オランダのロッテルダム市内では、畜産肉を完全不使用とした店舗を期間限定でオープンする等、植物肉の採用に舵を切る。
	グレッグス	英国の大手ベーカリーチェーン。2019年1月、ヴィーガンソーセージを発売し、これがヒット商品となった。2020年1月には、ヴィーガンステーキパイを発売する等、製品ラインナップの拡充を図っている。
小売り	アルディ	ドイツで最大のディスカウントストア。2019年5月より、植物肉「Mae's Kitchen Vegan」を発売している。米国にも多くの店舗を構えており、植物由来PB製品等を取扱っている。
	テスコ	英国の大手スーパーマーケット。ヴィーガン向け総菜製品の「Wicked Kitchen」シリーズや、植物肉製品の「Plant Chef」シリーズ等の植物性製品を販売している。
	ユニリーバ	英国の大手食品・日用品企業。2018年にオランダの植物肉ブランド「The Vegetarian Butcher」を買収し、世界30か国以上で製品の販売を行っている。

(資料)各種報道

ヴィーガン発祥地である英国の企業ムービングマウンテンは、エンドウ豆たんぱくや小麦たんぱく等を原料とする植物肉を製造しており、そこにピーツジュースを加えることで肉感を再現している。英国の大手小売チェーンのセインズベリーやアメリカ料理チェーンのハードロックカフェ等と提携することで、製品を多くの消費者に提供している。英国で2,000以上のレストランを有するベーカリー大手グレッグスでは、2018年に発売した「ヴィーガンソーセージ」が大ヒットし、2019年度の売上高は前年度比で約13.5%増加となった。

2019年の欧州委員会にて、2050年までに温室効果ガス排出の実質ゼロを目指す欧州グリーンディールが掲げられ、持続可能な食品サプライチェーンの構築等を目指す「Farm to Folk (農業から食卓まで)戦略」が発表された。この戦略では、家畜飼育環境の改善や畜産部門の温室効果ガスの削減、肥満率低下を目指した果物や野菜の多い食事への移行等に取り組む方針が示されている。こうした背景もあって、欧米での植物肉への関心は高まり、小売店や飲食店での取扱いが増えている。

(2)植物肉が注目される背景

欧米で植物肉が注目される背景には、環境や健康に対する関心の高まりがある。

環境については、過去から畜産プロセスにおける環境負荷が指摘されてきた。次頁図表2は、畜産肉や穀物1kg当たりの生産に使う水使用量であり、これを見ると畜産肉の生産には多くの水が必要であることが分かる。また、温室効果ガスであるメタンの排出量増加も深刻である。温室効果ガス総排出量の内、メタンは約15.8%を占めるとされ¹、人類の活動で生じるメタンの約3割が家畜由来のものであると言われる。農林水産省によると、世界の畜産物の需要は人口増加等を背景に拡大する見込みで、2050年には2010年比で約1.8倍に増加するとされており、今後のメタン排

¹ IPCC 第5次評価報告書で公表された2010年基準の数値に基づく。

出量の増大が懸念される(図表 3)。環境問題への意識が高い欧米を中心に、畜産肉生産プロセスの環境負荷を問題視する声は多く、その緩和に繋がる植物性製品に注目が集まっている。

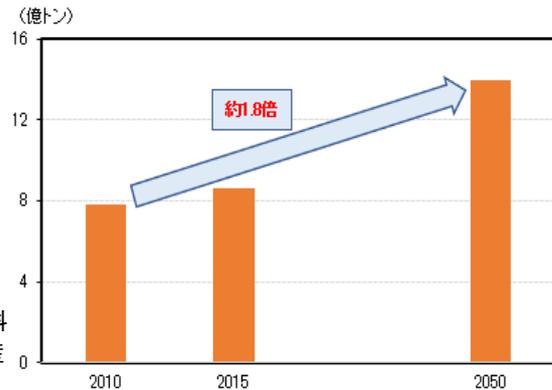
図表 2 生産過程で使用される水使用量

1kgの生産に必要な水使用量		
牛肉	豚肉	鶏肉
20.6t	5.9t	4.5t
大豆	さやえんどう	とうもろこし
2.5t	0.5t	0.4t

(注)Virtual Water 量の計算に基づく。Virtual Water とは、食料を輸入している国(消費国)において、もしその輸入食料を生産するとしたら、どれくらい水が必要となるかを推定したものの。

(資料)環境省

図表 3 世界における畜産物の需要量見通し



(資料)農林水産省

世界保健機関(WHO)の発表では、欧米における成人の肥満率は相対的に高いとされている。また、世界の死因は、肥満等の生活習慣病と関係性が強いと言われる狭心症等の虚血性心疾患が最も多いとされている。こうした健康問題を背景に、食生活の見直し機運は高まっている。

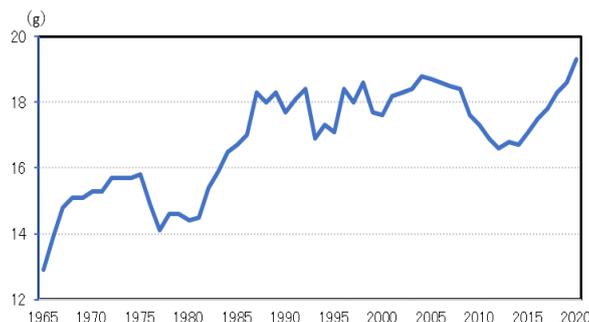
観光庁「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」によると、主要 100 か国・地域における動物由来の製品を制限するベジタリアン等の人口は、欧米諸国中心に毎年 1% 近くの増加が続き、2018 年には約 6.3 億人に達している。こうした背景には、環境や健康問題への関心の高まりや、欧米で進む動物愛護精神の広がり等があり、消費者の食に対する考え方が少しずつ変わること、植物肉等の植物性製品の購買意欲が高まっているのだと考えられる。

2. 日本における植物肉市場

(1) 注目される大豆由来の植物肉

植物肉は一般的に大豆や小麦、エンドウ豆等の植物由来の原材料で作られる。欧米ではエンドウ豆や緑豆、オーツ麦等、大豆以外の原材料が用いられることが多いが、日本では大豆が主流である。図表 4 は、1965 年以降の日本における大豆の消費動向を表しており、緩やかな増加基調で推移してきたことが分かる。日本において植物肉の主な原材料が大豆である理由として、大豆に親しみがあるため消費者の理解が得られやすいこと、また、大豆の消費量が多く、大豆ミートの原材料となる脱脂大豆が利用しやすい環境にあったこと等が挙げられる。

図表 4 1人1日当たりの大豆供給量(日本)



(資料)農林水産省

2010年代後半になると、スーパーや飲食店等で、大豆由来の植物肉が「大豆ミート」「ソイミート」「フェイクミート」等の呼称で販売されるようになった。ただし、大豆の他、原料に卵や牛乳、その他動物性の原材料が使用される製品もあり、食品規格が制定されていなかった為、消費者等が正確に大豆ミートとは何かを理解することは難しかった。こうした中、2022年2月、農林水産省は農林食品規格(JAS規格)を制定し、大豆由来の植物肉製品の定義を明確化した。

図表5 大豆ミート食品類のJAS規格

分類	原材料	加工方法	大豆たんぱく質含有率	アミノ酸スコア
大豆ミート食品	1次原材料から3次原材料までに、動物性原材料を使用しない	大豆ミート原料を用いて、製品特有の肉様の特徴を有するように加工する	大豆たんぱく質含有率が10%以上である	アミノ酸スコアが100である大豆ミート原料を使用する
調整大豆ミート食品	1次原材料から3次原材料までに、動物性原材料(乳及び食用鳥卵除く)およびその加工品(調味料除く)を原材料として使用しない	同上	大豆たんぱく質含有率が1%以上である	設定なし

(資料)農林水産省

本規格では、「動物性原材料を一切使用しない」「肉のように加工する」等の要件を満たした製品を大豆ミート食品類と定義し、さらにそれを大豆たんぱく質やアミノ酸の含有率等により、大豆ミート食品と調整大豆ミート食品の2つに分類した。2022年5月には、大塚食品が日本で初めて大豆ミート食品類 JAS の認証を取得した製品の発売を公表した。

(2) 日本企業の動向

日本においても、植物肉市場に参入する企業は増えている。食品メーカーに限らず、小売りや外食企業の参入が相次ぐ(図表6)。大豆ミート等の植物肉製品が発売されてから日が浅い日本では、まずは消費者に植物肉の魅力を知ってもらうことが、普及の第一ステップとなる。そうした中、植物性油脂や大豆を原料とした食品素材の開発・生産・販売等を行う不二製油グループ本社では、大豆ミート等を活用した食事のPRを行う為、「UPGRADE Plant based kitchen」のブランドのもと、大手百貨店やキッチンカー等で食事の提供を行ってきた。この取り組みはSNSでも取り上げられる等、幅広い層に好評であった。

図表6 植物肉を取扱う日本企業

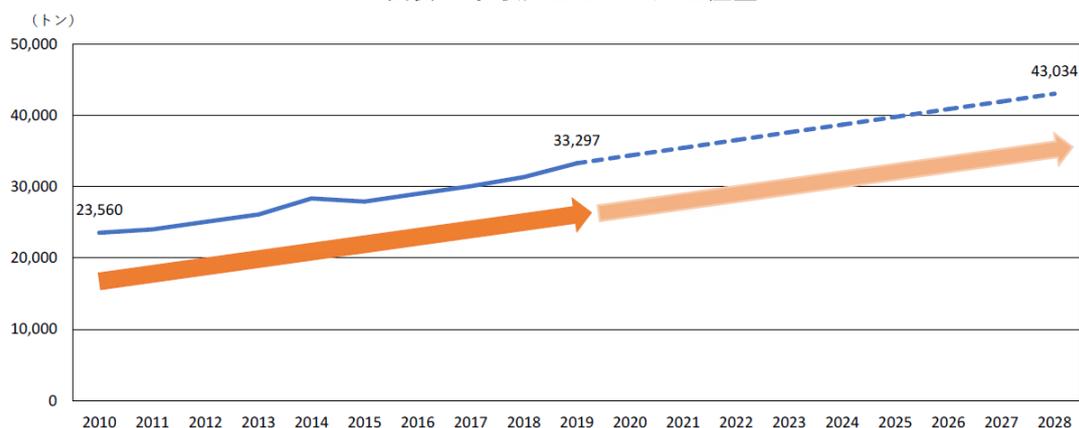
業種	企業名	主な事業活動等
メーカー	大塚食品	大豆由来の植物肉製品を製造・販売している。「ゼロミート デミグラスタイプハンバーグ」「ゼロミート チーズインデミグラスタイプハンバーグ」は、日本で初めて大豆ミート食品類JASの認証を受けた。
	不二製油グループ本社	大豆ミートの原材料となる粒状大豆たんぱくを製造・販売している。現在は約60種類もの粒状大豆たんぱくを扱う。「UPGRADE Plant based kitchen」ブランドのもと、大豆を使った食事の提供を行ってきた。
	伊藤ハム	大豆由来の植物肉製品を製造・販売している。「まるでお肉！」シリーズでは、ハンバーグやチキンナゲットの植物肉製品を販売している。
	日本ハム	大豆由来の植物肉製品を製造・販売している。ハムの味・食感を再現した「ナチュミート お肉を使用しないハムタイプ」等を販売している。
	DAIZ	発芽大豆を原料とした「ミラクルミート」を開発・生産・販売している。ミラクルミートの植物肉製品(ミンチ・チキン・ハンバーグ等)の他、業務用商品としてミラクルミートのツナを販売している。
外食	モスフードサービス	大豆由来のパーティを使ったメニューを取扱う。「グリーンバーガー」「グリーンバーガー<テリヤキ>」を販売している。
	ドトールコーヒー	ドトールコーヒーの店舗で、大豆ミートを使用した全粒粉サンドを提供している。
小売り	イオン	植物由来製品の「トップバリュVegetive」シリーズを展開している。DAIZのミラクルミートを採用したハンバーグ等を販売している。
	セブン&アイHD	「セブンプレミアム 大豆ミートと牛肉のハンバーグデミグラスソース」等を発売し、大豆ミートを使用した商品拡大に取り組んでいる。

(資料)各種報道

3. 日本における植物肉の展望

脱脂大豆を加工した粒状大豆たんぱくは、過去から食肉加工製品や水産練り製品等に使用されてきた。近年、粒状大豆たんぱくの生産は拡大基調であり、2010年から2019年にかけて生産量は約1.4倍となっている。(図表7)。この理由の一つには、大豆ミート製品の原材料として活用され始めたことが挙げられる。日本は欧米に比べ、ヴィーガンやベジタリアン等の動物由来製品を制限する層の数は少ないと言われているものの、健康意識の高い層は多く、大豆ミート等の植物肉製品が少しずつ受容れられ始めている。

図表7 粒状大豆たんぱくの生産量



(注)2010年から2019年の増加率を基に、2020年以降も直線的な成長を続けた場合の予測値
(資料)農林水産省

大豆ミート食品類の食品規格が制定されたことで、製品品質が保たれば、小売りや外食産業等での採用が進むことが期待される。農林水産省は、2021年に環境負荷軽減等への対応、持続可能な食料システムの構築等に向け「みどりの食料システム戦略」を発表し、健康・環境に配慮した食品産業の強化の一環として、代替肉(植物肉や培養肉等)分野を含むフードテックの展開を産学官連携で推進するとしている。このような政府の取組みは、企業の植物肉市場への参入を後押しする一助となるだろう。健康意識が高く、古くから大豆に慣れ親しんだ日本だからこそ、植物肉が消費者に受容れられる素地があり、今後も普及していくと見られる。

(調査部 産業調査第二チーム 辻 勇宇)

※ 本レポートは作成時に入手可能なデータに基づく情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解ではありません。ご質問等はchosainfo@smtbjpまでご連絡ください。