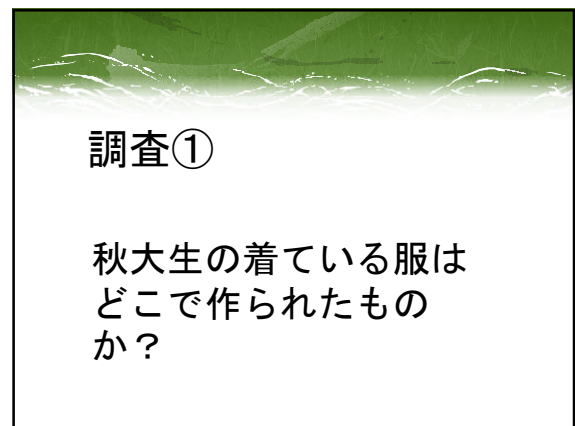
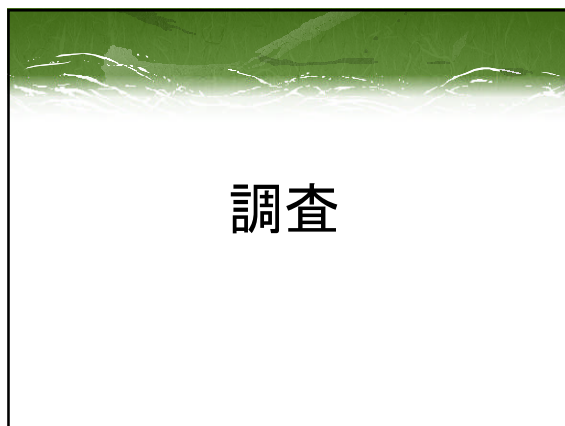
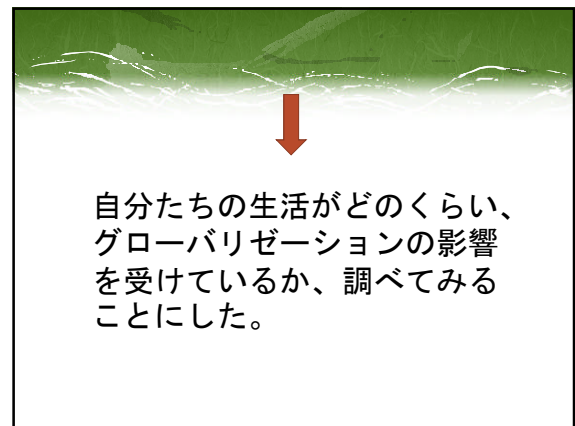
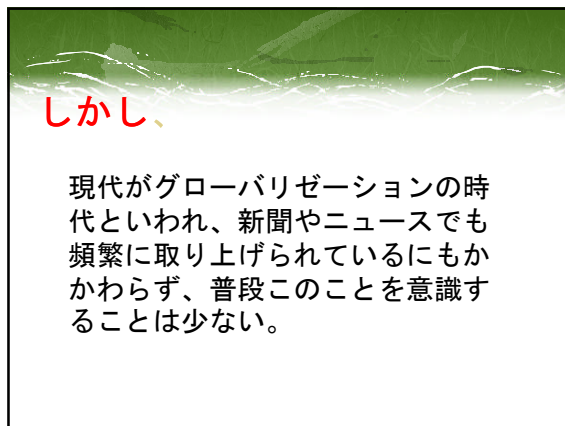
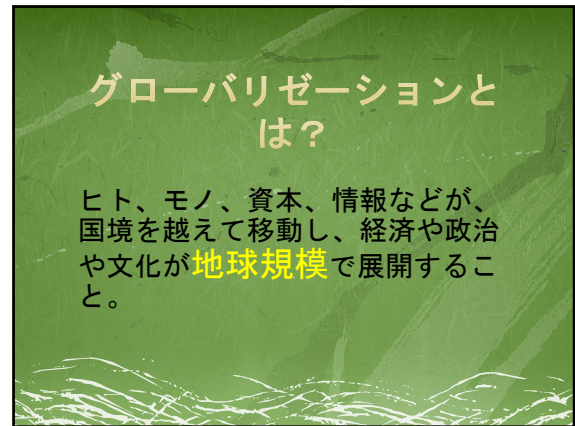
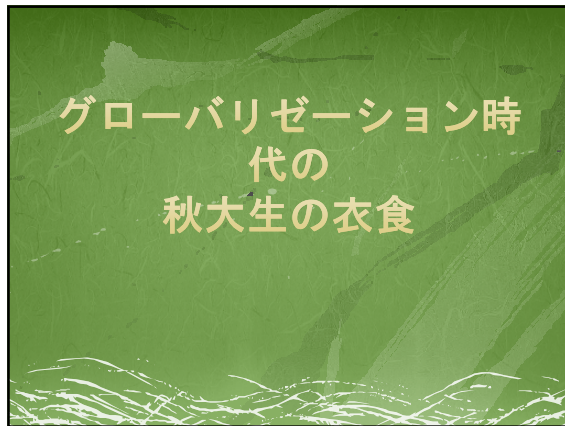


全体発表会用パワーポイント

分科会NO.5

グローバル化時代の秋大生の衣食



全体発表会用パワーポイント

分科会NO.5

グローバリゼーション時代の秋大生の衣食

調査方法

分科会メンバーとその友人の所有する衣服を調査し、原産国を調べる。



調査②

私たちの食べているものはどこで作られたものか？

調査方法

分科会メンバーが消費した食品の原産国を調べる（調査期間は2週間）。



調査結果

全体発表会用パワーポイント
分科会NO.5


グローバル化時代の秋大生の衣食

調査①の結果


秋大生の着ている服はどこで作られたものか？

(調査した衣服の数 859件)



第5位 **タイ**
4件 0.4%



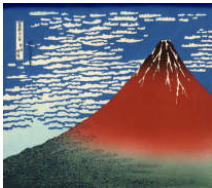
第4位 **ベトナム**
11件 1.2%



第3位 **韓国**
28件 3.2%

第2位 **日本**
75件 8.7%



第1位 **中国**
711件
82.7%




総調査件数 859件

国	件数	割合
中国	711	82.7%
日本	75	8.7%
韓国	28	3.2%
ベトナム	11	1.2%
タイ	4	0.4%
その他	30	3.8%

結論

秋大生の衣服はほぼすべて中国などアジアで生産されている。

アジアの割合
98.9% (849/859)

中国製の割合
82.7% (711/859)

全体発表会用パワーポイント
分科会NO.5

グローバル化時代の秋大生の衣食

調査②の結果

秋大生の食べているものはどこで作られたものか？

消費した食品の外国産と国内産の割合（金額ベース）

食物	外国産比率	国内産比率 (内、秋田産比率)
肉	16.0%	84.0% (25.0%)
魚	53.8%	46.2% (4.5%)
野菜	8.9%	91.1% (8.4%)
果物	16.3%	83.7% (70.4%)
穀物	12.5%	87.5% (50.0%)

わかったこと 1

意外と国産比率は高い。

肉・野菜・果物・穀物は
いずれも80%以上

特に野菜の国産比率は高い。

野菜の国産比率は**91.1%**



新鮮さが求められるため。
また冷凍輸送しにくい
ため。

一方で魚介類は国産比率が比較的低い。

魚介類の国産比率は
46.2% ↓

冷凍して運ぶことができる。
国内産だけでは足りない。



魚介類を多く食べる日本の食文化は、グローバル化によって支えられている。

全体発表会用パワーポイント

分科会NO.5

グローバル化時代の秋大生の衣食

これからどうなっていくんだろう？

チャイナ+1の進展

生産拠点を中国と中国以外のアジアの国に設ける動き。

例えば・・・

コレクティブ・ブランド（アメリカ靴販売）
→生産の一部を中国からインドネシアに移管。

ナイキ（アメリカ スポーツ用品）
→90年代から中国の他、ベトナム、インドネシアに生産拠点を分散。

ユニクロ（日本 衣料品）
→中国、ベトナムに加え、バングラデシュに生産拠点を建設。

TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）

TPPは高度な自由貿易協定。アメリカは今年末の合意を目指しており、それに向けて日本も参加を検討中。

TPPへの即時参加は不透明だが、貿易自由化拡大の流れは変わらないと思われる。

今後の課題

グローバル化が進んでいく中で、どのように生きていったらよいか？

雇用、農業、食の安全、環境はどうなっていく？秋田は？

全体発表会用パワーポイント

分科会NO.5

グローバル化時代の秋大生の衣食

