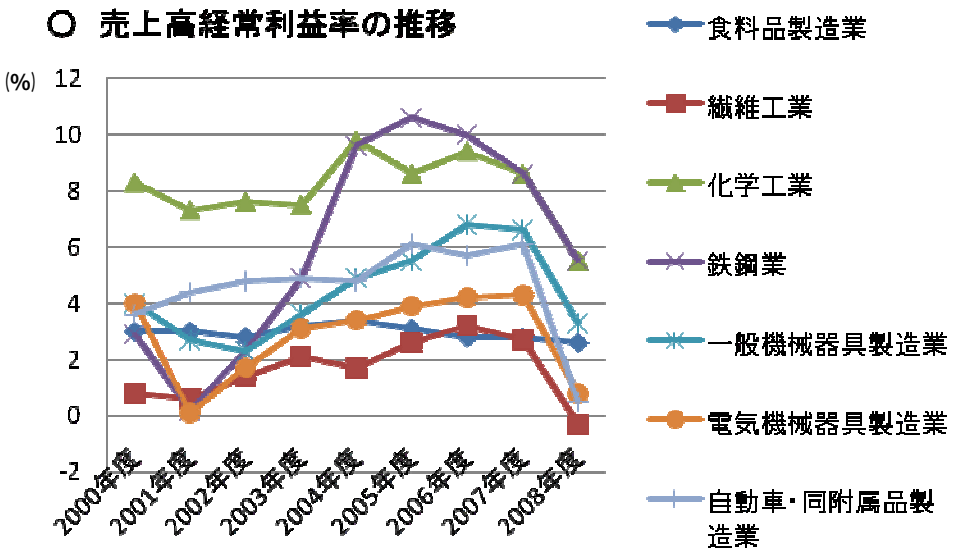
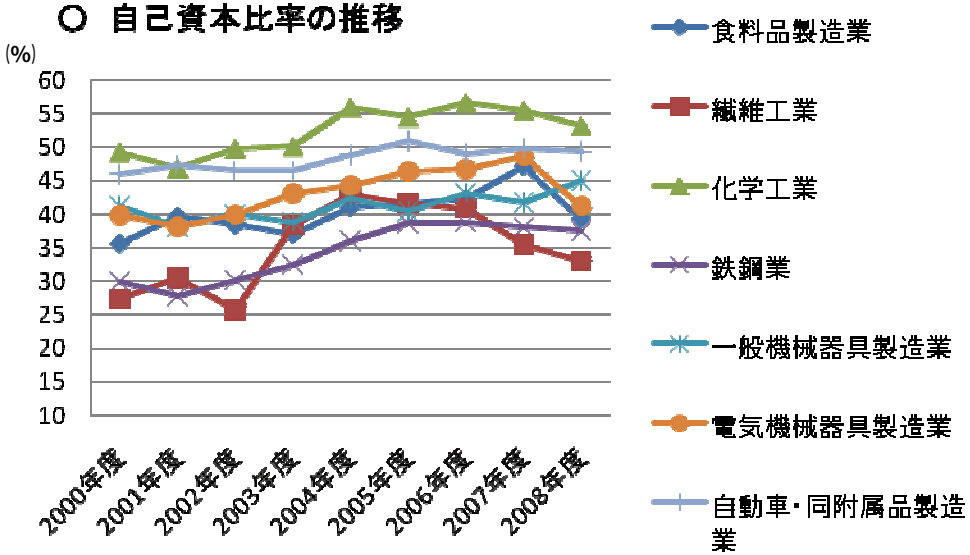
2　食品製造業の業種別構造①

○　食品製造業は安定的に利益をあげているものの、収益率は低く、過当競争状態にあると言われている。
○　法人企業統計調査（2008）によれば、売上高経常利益率は前年度よりも０．２ポイントの低下に留まっているが、自己資本比率は７．８ポイントも低下。今後は、交易条件や原材料価格の動向等を注視することが必要。

○　売上高経常利益率の推移



○　自己資本比率の推移



資料：法人企業統計調査（財務省）

○　日刊経済通信社の分類による企業数等の状況

分類	市場規模（上位１０社計）	上位１０社の生産・販売シェア	企業数
しょうゆ	603,660（キロリットル）	63.5%　（出荷量）	1,600
冷凍食品	7,701（億円）	66.9%　（販売額）	880
即席めん類	4,960（億円）	96.5%　（販売額）	58
製パン	7,076（億円）	81.3%　（販売高）	-
食肉加工品	432,500（トン）	80.6%　（販売量）	165
チョコレート	2,546（億円）	83.4%　（生産額）	-
小麦粉	4,083,000（トン）	83.7%　（販売量）	100
食用植物油脂	2,245,700（トン）	85.6%　（販売量）	-

資料：㈱日刊経済通信社調査部編「平成19年度　酒類食品産業の生産・販売シェア」
（注）製パンは8社、食用植物油脂は5社のシェアの数値。

2　食品製造業の業種別構造②

○　食品のカテゴリーの公的な分類の一つに工業統計表があり、食品関係では2桁分類が2、4桁分類が49、6桁分類が116。公正取引委員会の生産･出荷集中度調査は、この工業統計表の6桁分類を参考に区分しており、細かい分類であるため、集中度が高くなる傾向にある。
○　他方、食品市場全体でみると、諸外国と比べ上位企業の寡占度が低いというデータもある。

○　工業統計表における産業分類

2桁	4桁	6桁
食料品	部分肉・冷凍肉	部分肉、冷凍肉
	肉加工品	肉缶詰･瓶詰･つぼ詰…
	処理牛乳・乳飲料	処理牛乳…
	：	：
	水産缶詰・瓶詰	まぐろ缶詰…
	水産加工	海苔…
	水産練製品	魚肉ハム・ソーセージ…
	：	：
	野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品	野菜缶詰…
	野菜漬物	野菜漬物…
	：	：
	味そ	味そ…
	しょう油・食用アミノ酸	しょう油、食用アミノ酸…
	ソース	ウスター・中濃・濃厚ソース…
	：	：
	動物油脂	牛脂…
	植物油脂	精製糖…
	ぶどう糖・水あめ・異性化糖	ぶどう糖…
	精米・精麦	精米…
	小麦粉	小麦粉…
	その他の精穀・製粉	こんにゃく粉…
	パン	食パン…
	生菓子	半生菓子…
	ビスケット類・干菓子	ビスケット類・干菓子…
	：	：
	動植物油脂	大豆油…
	食用油脂	ショートニング油…
	でんぷん	でんぷん…
	めん類	即席めん類…
	豆腐・油揚	豆腐、しみ豆腐、油揚げ類…
	：	：
飲料・たばこ・飼料	清涼飲料	清涼飲料…
	果実酒	果実酒
	ビール類	ビール…
	清酒	清酒…
	：	：
	製茶	緑茶、紅茶
	コーヒー	コーヒー
	製氷	人造氷
2	49	116

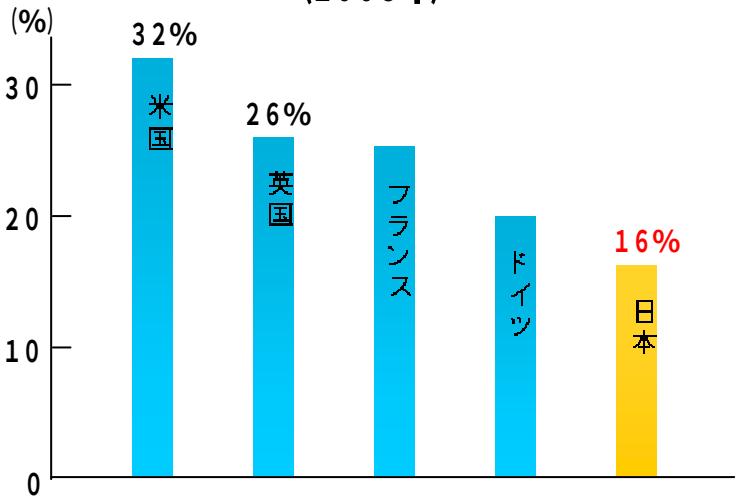
資料：経済産業省「工業統計表」
注）2桁の「飲料・たばこ・飼料」は4桁分類においてこの他に「たばこ」、「飼料・有機質肥料」を含むが、この表では含めない。

○　公正取引委員会の生産･出荷集中度調査における区分（食品関連品目：80品目）のうち、「競争を実質的に制限することとなるおそれが小さい」とされる基準（※）を超えている品目の一覧

マヨネーズ･ドレッシング類
ルウ類
カレールウ
シチュールウ
シチューミクスを除くシチュールウ
チューインガム
スポーツドリンク
ビール
発泡酒
ウイスキー
ビール風酒類
インスタントコーヒー

（注）　工業統計表の6桁分類を参考に、公正取引委員会にて区分したもの
（※）　「企業結合ガイドライン」が、「競争を実質的に制限することとなるおそれが小さい場合」として挙げている
①　企業結合後のHHIが2500以下
②　企業結合後の当事会社グループの市場シェアが35%以下のうち、①を基に「HHIが2500以下かどうか」を今回基準として設定
資料：公正取引委員会「平成19･20年生産･出荷集中度調査」

○加工食品市場における上位10社の寡占度（2008年）



（注）ユーロモニターのデータをもとにボストンコンサルティンググループが分析

資料：平成22年5月16日付日本経済新聞朝刊より抜粋

○　構造改革のメリット　―　利益ある成長へ

①　国内事業の競争緩和、②　商品開発力の向上、
③　価格交渉力の向上、④　収益性の向上、
⑤　国内基盤の安定･リスク分散、⑥原料調達力の向上

(参考)
○ 野村総合研究所の市場分類と分析

カテゴリー	主な製品例	上位4社のシェア合計 (2007年度)	市場規模 (2007年度)	構成比	市場の年平均成長率 (2003→2007年度)
アルコール飲料	ビール、焼酎、清酒、ウイスキー	76%	3兆9,280億円	18.4%	-1.30%
嗜好飲料	缶コーヒー、日本茶(リキッドタイプ)	66%	2兆310億円	9.5%	+2.63%
乳性飲料	飲用牛乳、乳飲料、乳酸菌飲料	45%	1兆1,800億円	5.5%	-1.08%
めん類	スナックめん、チルド中華めん、パスタ	44%	1兆330億円	5.3%	-1.08%
その他ステープル	パン、中華まんじゅう、栄養バランス食	66%	9,430億円	4.4%	+0.39%
畜産加工品	ハム、ソーセージ、チキン加工品	51%	8,470億円	4.0%	+0.14%
健康飲料	スポーツドリンク、薬系ドリンク、豆乳類	66%	7,230億円	3.4%	-0.61%
乳油製品	チーズ、マーガリン、バター	41%	6,180億円	2.9%	+0.17%
果実飲料	果汁飲料、野菜飲料	41%	5,910億円	2.8%	+2.75%
炭酸飲料	コーラフレーバー飲料、透明炭酸飲料	93%	5,290億円	2.5%	+1.67%
調味食品	インスタントカレー、レトルトカレー	44%	4,520億円	2.1%	+0.79%
フローズンデザート	アイスクリーム、冷凍ケーキ	54%	4,180億円	2.0%	+1.93%
チルドデザート	ヨーグルト、チルドプリン	59%	4,150億円	1.9%	+1.18%
その他飲料	国産ミネラルウォーター、輸入ミネラルウォーター	58%	2,780億円	1.3%	+12.89%
スナック菓子	ポテトチップス、コーン系スナック	64%	2,490億円	1.2%	+2.01%
冷凍調理済食品	冷凍ハンバーグ、冷凍ギョーザ	44%	2,290億円	1.1%	+3.36%
フライ類	冷凍水産フライ、冷凍コロッケ	51%	1,890億円	0.9%	-0.77%
スープ類	インスタントスープ、即席みそ汁	45%	1,480億円	0.7%	+3.92%
ドライデザート	和風デザート、ドライゼリー	42%	640億円	0.3%	-3.44%
調味料	食用油、しょうゆ、味噌、つゆの素	28%	1兆5,180億円	7.1%	+0.71%
農産加工品	漬物、豆腐、冷凍野菜	7%	1兆4,190億円	6.6%	-0.76%
菓子	チョコレート、米菓、キャンディ	36%	1兆1,870億円	5.5%	-0.06%
水産加工品	水産練製品、のり、水産缶詰	21%	9,550億円	4.5%	+0.07%
嗜好品	コーヒー、緑茶、ココア	29%	8,770億円	4.1%	-0.03%
米飯類	冷凍米飯類、レトルトライス、包装餅	39%	2,040億円	1.0%	+0.81%
チルド調理済食品	チルドハンバーグ、チルドギョーザ	39%	1,340億円	0.6%	-0.61%
その他調理済食品	卵焼き、うなぎの蒲焼、卵豆腐	29%	1,240億円	0.6%	-5.20%

出所:「2009年食品マーケティング便覧」((株)富士経済)よりNRI作成
(注)各カテゴリーの上位4社の市場シェアを合計した

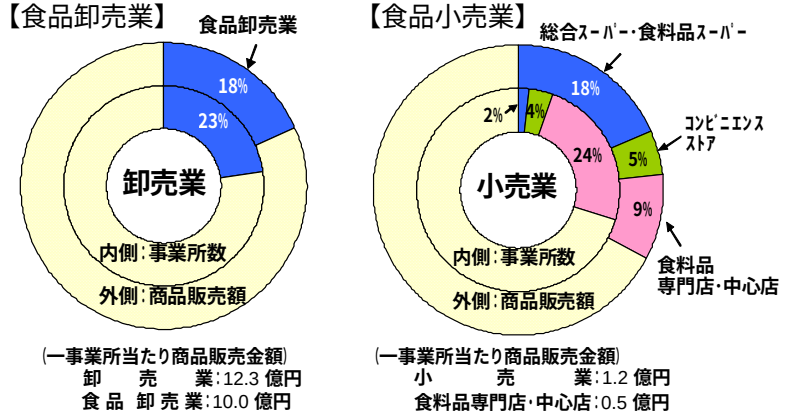
3　食品流通業の現状

(1)　食品卸･小売業の現状

○　食品卸･小売業については、消費者へ円滑に食料品を提供するための重要な役割を果たしているものの、業全体の中では、相対的に小規模な事業所が多数。

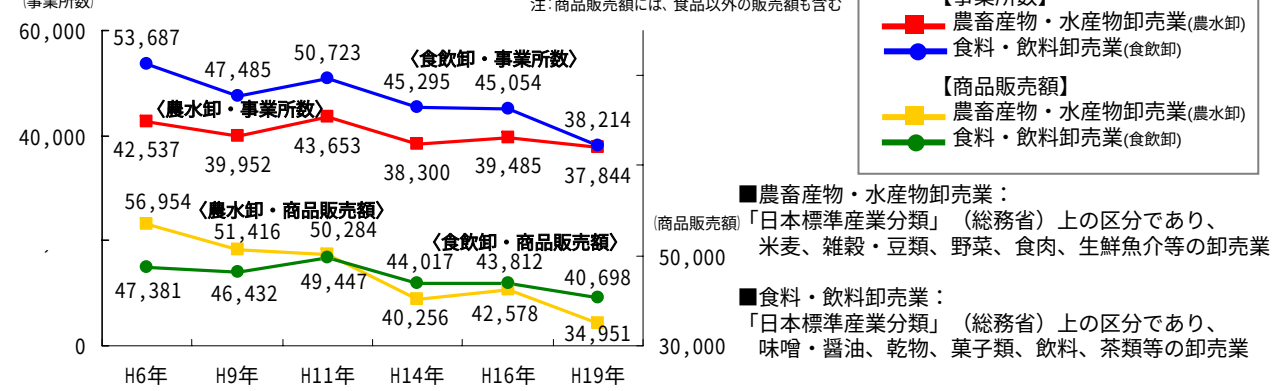
○　食品卸･小売業については、近年、事業所数･商品販売額とも、減少傾向で推移。特に、食品小売業については、コンビニエンスストアは増加傾向にあるものの、中小規模の食料品スーパーや食料品専門店･中心店においては減少傾向で推移。

○　業全体に占める割合（%）



注：平成19年のデータを利用。

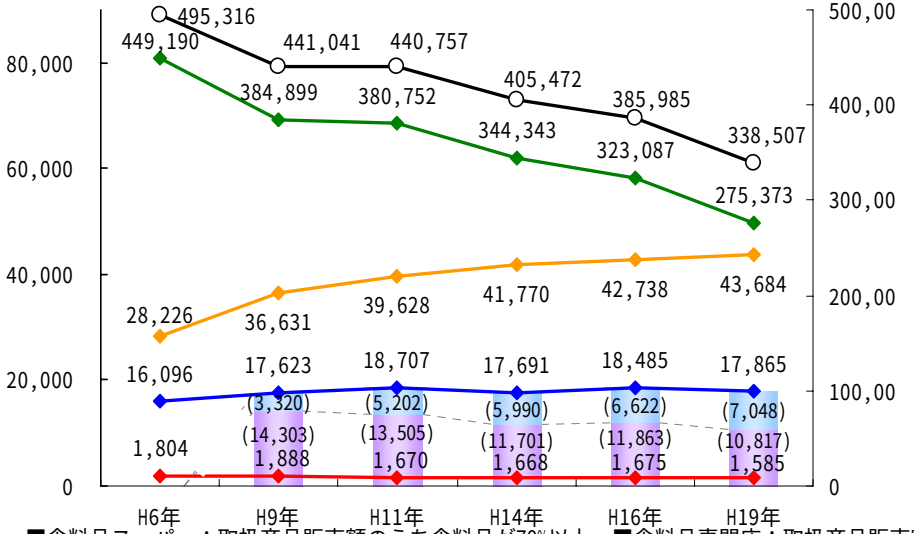
○食品卸売業：事業所数（カ所）、商品販売額（10億円）の推移



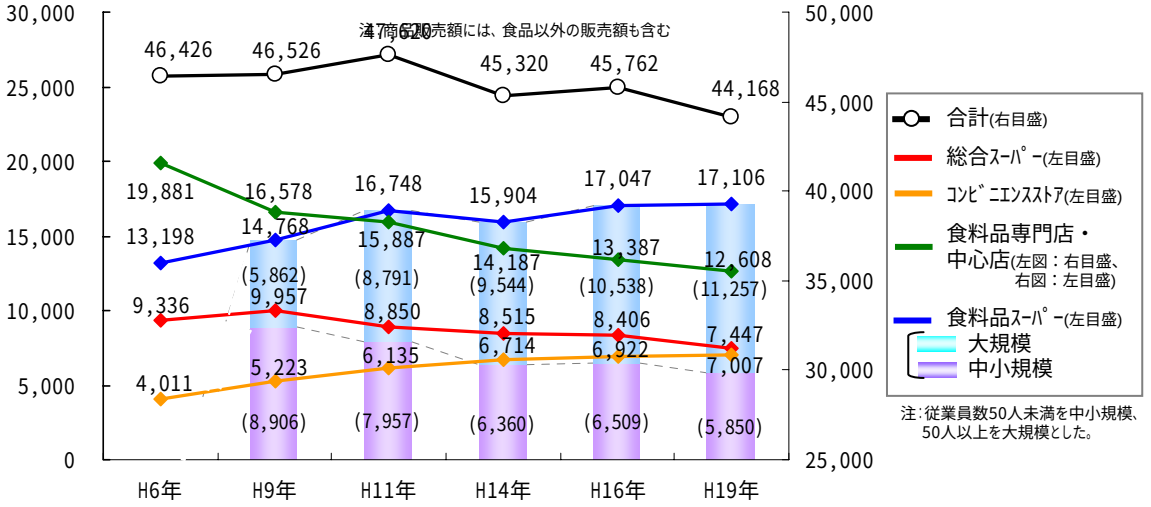
■農畜産物・水産物卸売業：
「日本標準産業分類」（総務省）上の区分であり、米麦、雑穀・豆類、野菜、食肉、生鮮魚介等の卸売業

■食料・飲料卸売業：
「日本標準産業分類」（総務省）上の区分であり、味噌・醤油、乾物、菓子類、飲料、茶類等の卸売業

○　食品小売業：事業所数の推移



○　食品小売業：商品販売額の推移（10億円）



注：従業員数50人未満を中小規模、50人以上を大規模とした。

資料：経済産業省「商業統計表」

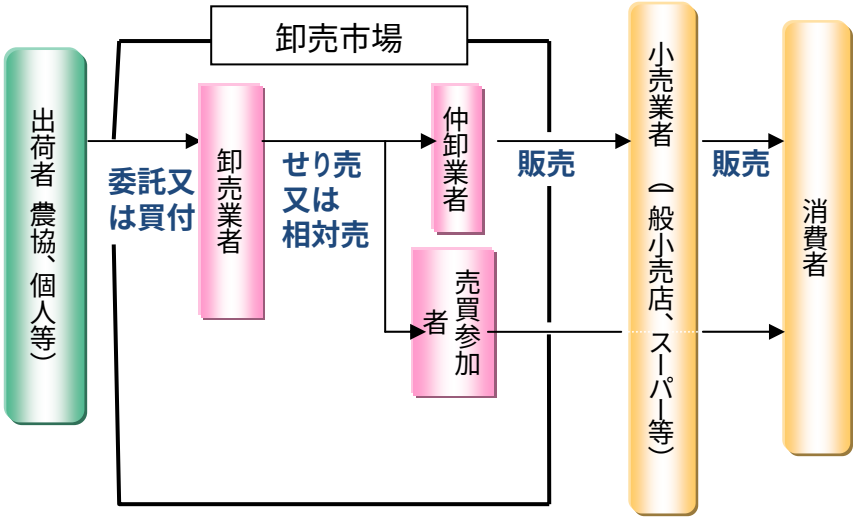
■食料品スーパー：取扱商品販売額のうち食料品が70%以上、■食料品専門店：取扱商品販売額のうち食料品が90%以上、■食料品中心店：取扱商品販売額のうち食料品が50%以上

(2) 卸売市場の現状

○ 卸売市場には、中央卸売市場と地方卸売市場がある。青果、水産物の6～7割程度が卸売市場を経由して流通されており、品揃え･集分荷機能、価格形成機能等の役割を果たしており、生鮮食料品等の流通上重要な拠点。

○ しかしながら、食料消費の変化等の状況を受け、輸入品や加工品の需要の増加による市場外流通の増大等により、卸売市場の市場経由率は減少傾向。

○ 卸売市場での取引の流れ



≪ 中央卸売市場 ≫

生鮮食料品等の流通及び消費上特に重要な都市（人口20万人以上の市等）及びその周辺の地域における生鮮食料品等の円滑な流通を確保するための中核的拠点として、農林水産大臣が認可

≪ 地方卸売市場 ≫

中央卸売市場以外の卸売市場で、都道府県知事が許可

卸売市場の役割

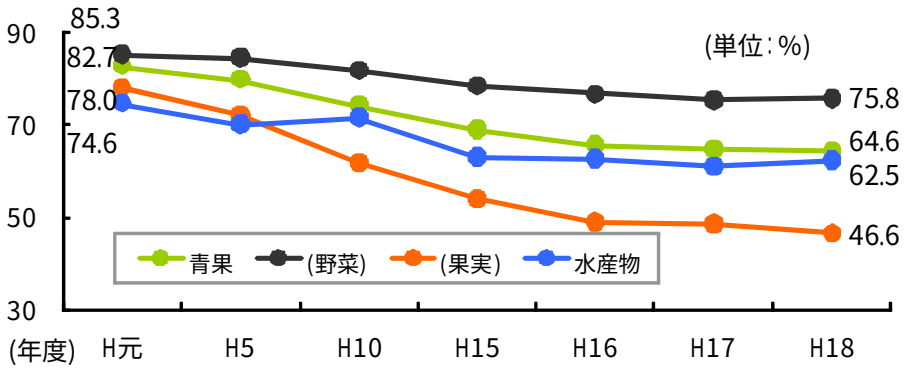
① 品揃え･集分荷機能：多種多様な品目の豊富な品揃えや大量単品目から少量多品目への迅速･確実な分荷
② 価格形成機能：需給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成
③ 代金決済機能：販売代金の迅速･確実な決済
④ 情報受発信機能：需給に係る情報を収集し、川上･川下にそれぞれ伝達

○ 卸売市場数、取扱金額、市場関係業者数

区分	市場数	取扱金額(億円)	卸売業者数	仲卸業者数	売買参加者数
中央卸売市場	76	45,762	221	4,600	39,046
うち青　果	61	20,294	86	1,763	18,234
水産物	48	21,107	84	2,625	7,143
食　肉	10	2,516	10	82	1,824
花　き	23	1,559	29	106	11,309
その他	7	286	10	24	536
地方卸売市場	1,207	35,457	1,454	2,361	145,210

資料：農林水産省流通課調べ
注：（中央）市場数:21年度末、卸売業者数：21年10月、他の業者数：19年度末、取扱金額：19年度
（地方）市場数、業者数：19年度当初、取扱金額：18年度

○ 卸売市場経由率の推移(推計)



資料：農林水産省流通課調べ