

第1章 食品製造業をめぐる市場経済動向

1 食品製造業をめぐる市場経済動向

- (1) 食品製造業の生産動向
- (2) 食品製造業をめぐる経済動向
- (3) 物価の変動
- (4) 食品産業の構造変化
- (5) 小売業の構造変化
- (6) 外食・中食産業の構造変化
- (7) 人口動態と世帯数の変化
- (8) 消費構造の変化

2 食品製造業の構造変化

- (1) 食品製造業の経営動向
- (2) 食品製造業の生産動向
- (3) 食品製造業の労働生産性

1 食品製造業をめぐる市場経済動向

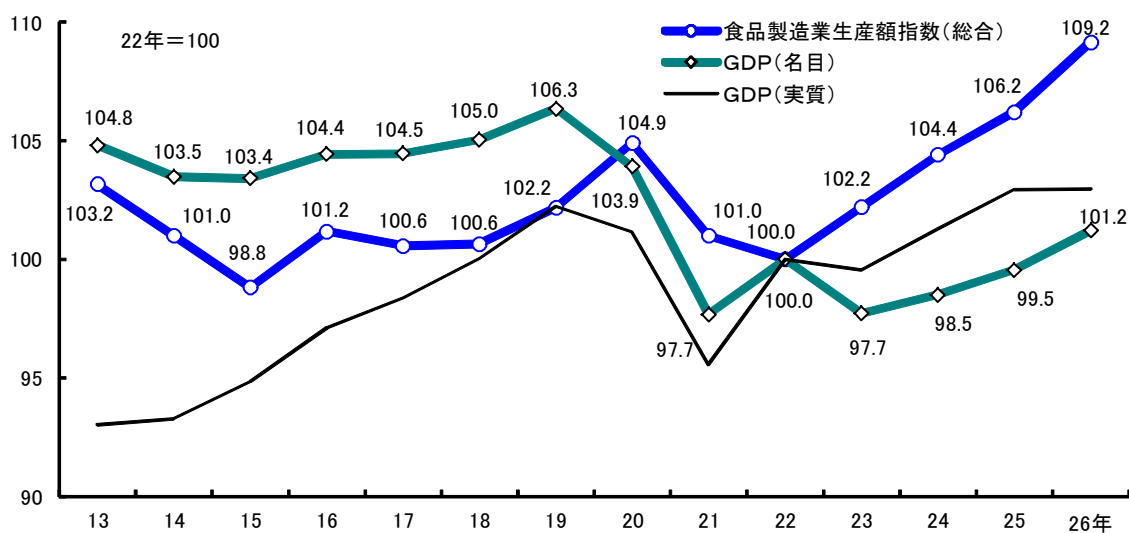
(1) 食品製造業の生産動向

平成26年の食品製造業生産額指数は対前年比2.8%とわずかに上昇、生産指数は同前年並み

平成26年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、109.2で、対前年比2.8%とわずかに上昇した。平成26年の生産指数は前年並みとなったものの、企業物価が上昇したことから、生産額指数は上昇している。平成23年以降、上昇傾向で推移している。

食品製造業の生産指数（総合、暫定値）は、102.9で、対前年比0.2%と前年並みとなった。加工食品のうち、水産食料品、調理食品、食用油・同加工品、菓子等が増加となっている。

図1-1 食品製造業生産額指数（推計）とGDPの推移

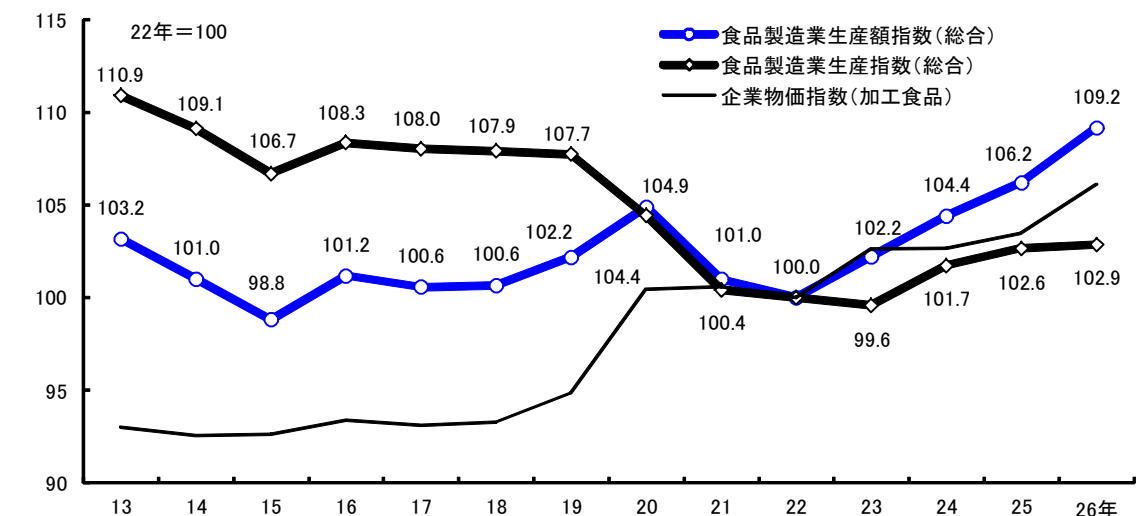


資料：内閣府「国民経済計算」より算出

注1：名目GDPおよび実質GDPは、22年＝100。

注2：生産額指数は、生産指数と企業物価指数（CGPI）から算出したもの。

図1-2 食品製造業生産指数及び生産額指数と企業物価指数の推移



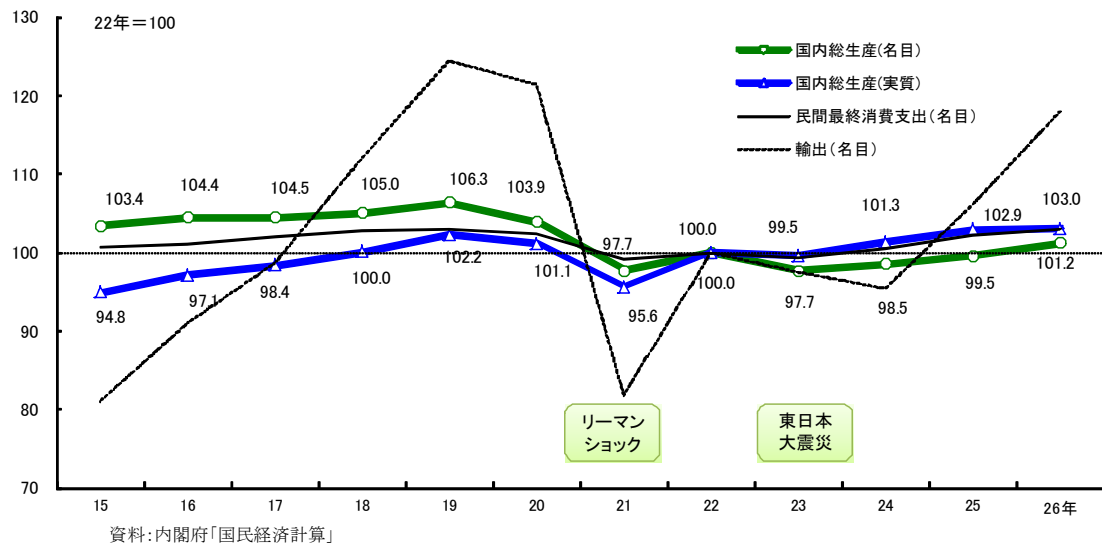
資料：日本銀行「企業物価指数」

(2) 食品製造業をめぐる経済動向

平成26年日本経済は雇用・所得環境の改善から回復基調。個人消費も底堅い動き

内閣府「国民経済計算」によれば、平成26年の日本の名目GDP（国内総生産）は488兆2,155億円で対前年比1.7%とわずかに増加となった。実質GDPは対前年比で0.0%で前年並みとなった。平成26年の日本経済は、消費税率引上げに伴う影響を受けつつも雇用・所得環境の改善に支えられ緩やかな回復基調を維持してきた。企業収益は高水準を維持し、賃金は底堅く推移するなど経済の好循環の動きが続いている。個人消費は、消費者マインドに弱さがみられるなかで、底堅い動きとなっている。

図1-3 名目GDPと実質GDPおよび民間最終消費支出の推移



<平成26年の日本経済>

- ・ 雇用・所得で続く改善傾向
- ・ 景気の緩やかな回復基調が続く一方、個人消費や生産に弱さ
- ・ 輸出は2014年4月以降総じて横ばい圏内の動き
- ・ 実質GDPは駆け込み需要とその反動の影響を受けて大きく変動
- ・ 個人消費の駆け込み需要の規模は、前回引上げ時と比べて大きめ
- ・ 反動減からの消費の回復には品目や業態によって差

資料：内閣府「日本経済2014－2015」より

<平成26年12月の経済月例報告>

- ・ 個人消費は、消費者マインドに弱さがみられるなかで、底堅い動きとなっている。
- ・ 設備投資は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 輸出は、横ばいとなっている。
- ・ 企業収益は、全体としてはおおむね横ばいとなっている。
- ・ 雇用情勢は、有効求人倍率の上昇には一服感がみられるものの、改善傾向にある。
- ・ 消費者物価は、このところ横ばいとなっている。

資料：内閣府「月例経済報告平成26年12月」より

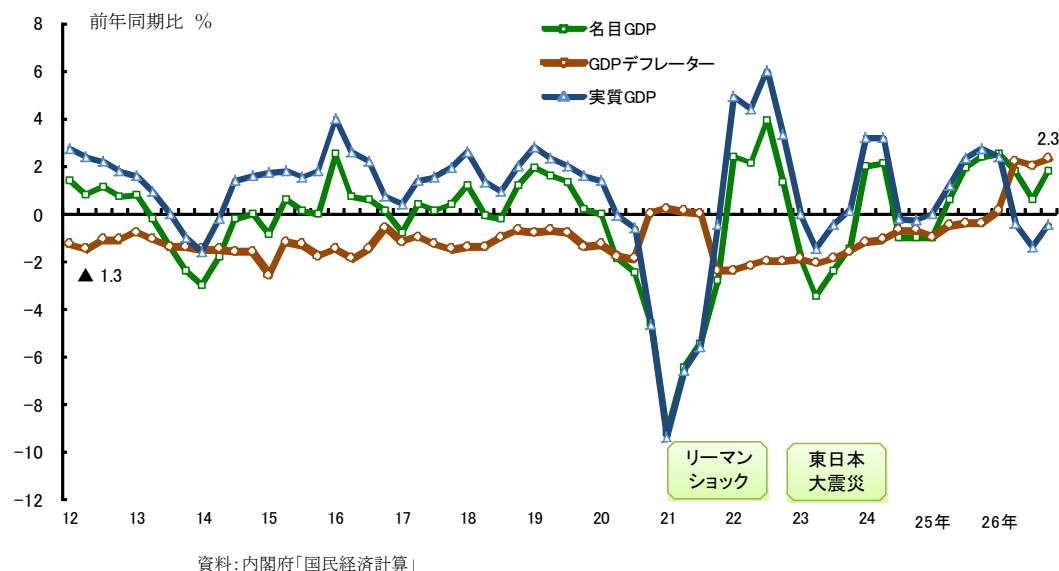
デフレ脱却に向けての動き

GDPデフレーターは、消費者物価だけでなく、公共投資や設備投資などを含む総合的な物価

を示す指標であり、名目 GDP を実質 GDP で除して算出される。

GDP デフレーターは、平成 21 年第 4 四半期以降、マイナスに転じて推移している。以降、米ドル安円高の進行による輸入物価の下落や景気悪化による需要の低迷などから、緩やかなデフレが長期間続いてきた。しかし、平成 22 年以降、マイナス幅は、縮小傾向で推移し、平成 26 年第 2 四半期以降はプラスに転じている。

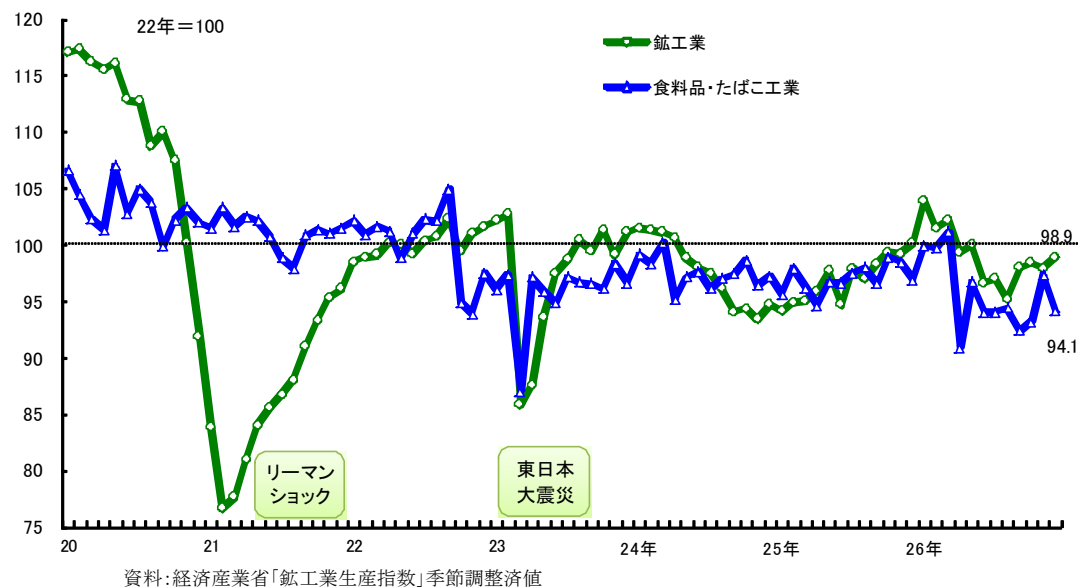
図1-4 名目GDPとGDPデフレータの推移



鉱工業の生産は26年は改善傾向で推移、うち、食料品・たばこ工業はわずかに低下

鉱工業の生産は平成 25 年末から、消費税引き上げ前の駆け込み需要などにより上昇するものの、その後、その反動から再び低下した。平成 26 年後半には持ち直している。うち、平成 26 年の食料品・たばこ工業の生産指数は、消費税引き上げの影響がみられたが、変動を繰り返しながら、対前年比ではわずかに低下となっている。

図1-5 鉱工業生産指数の推移

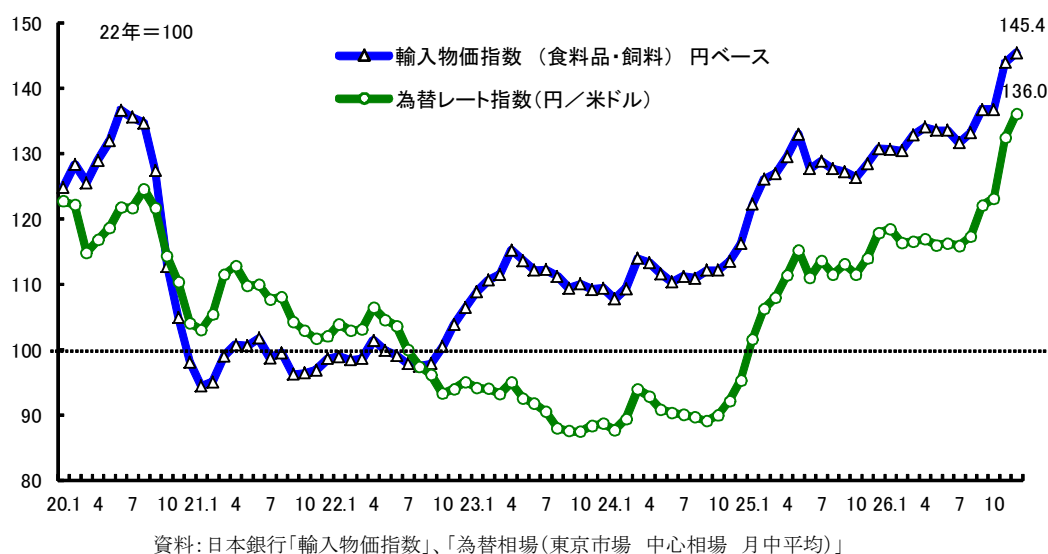


(3) 物価の変動

平成26年における食料品・飼料の輸入物価は対前年比5.7%とやや上昇

食料品・飼料の輸入物価は、平成24年から25年前半にかけて上昇するが、その後は主要穀物価格の下落などにより、低下している。しかし、平成26年後半以降、米ドル高円安の進行等を背景に著しい上昇局面に転じている。平成26年の食料品・飼料の輸入物価は、対前年比5.7%とやや上昇した。

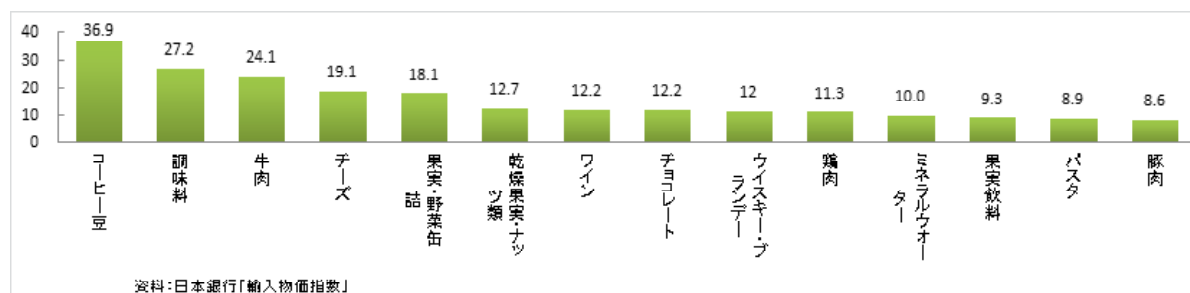
図1-6 加工食品の輸入物価指数と為替レート指数の推移



平成26年における食料品の輸入物価について上昇が著しい上位品目についてみると、コーヒー豆、調味料、牛肉、チーズ、精米、果実・野菜缶詰、その他農産物、調製甲殻類等の順となっている。

図1-7 平成26年輸入物価における主な食料品の価格上昇品目（対前年上昇率）

単位：%

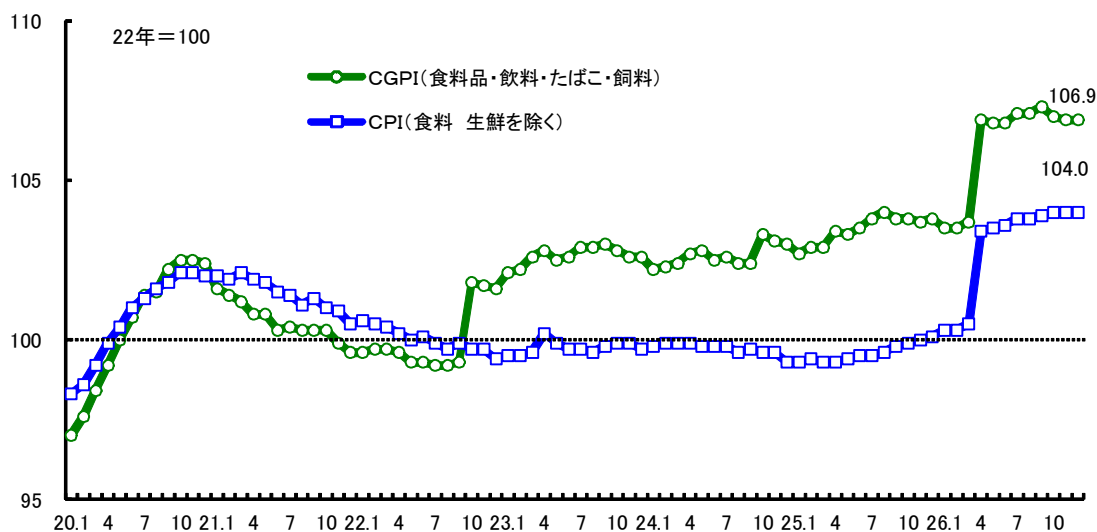


平成26年における加工食品の企業物価は対前年比2.6%の上昇、消費者物価は3.3%の上昇

平成26年における加工食品の企業物価は、消費税引き上げや輸入原料の上昇、また、食肉、乳製品、魚介類等の価格上昇などから、対前年比2.6%とわずかに上昇した。

一方、食料（生鮮を除く）の消費者物価指数をみると、平成25年後半以降、上昇局面に転じ、平成26年には消費税引き上げなどから、対前年比で3.3%とやや上昇した。

図1-8 食品の企業物価指数、消費者物価指数の推移

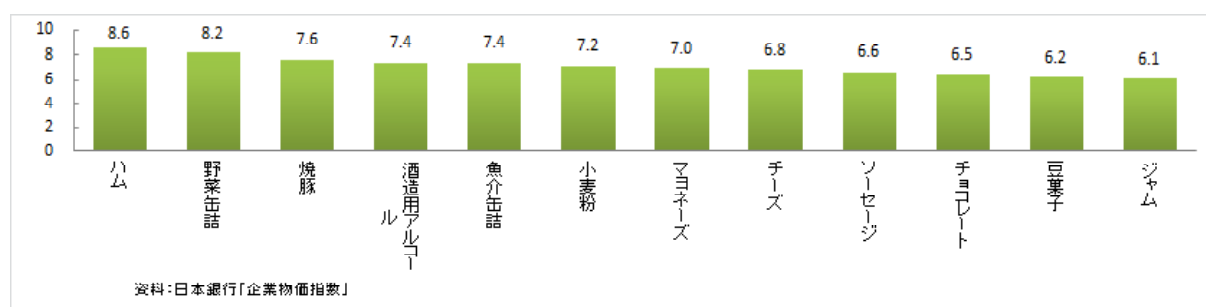


資料：総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

平成 26 年における加工食品の企業物価の上昇が著しい上位品目は、ハム、野菜缶詰、焼豚、酒造用アルコール、魚介缶詰、小麦粉、マヨネーズ、チーズ、ソーセージ等の順となっている。

図1-9 平成25年企業物価における主な加工食品の価格上昇品目（対前年上昇率）

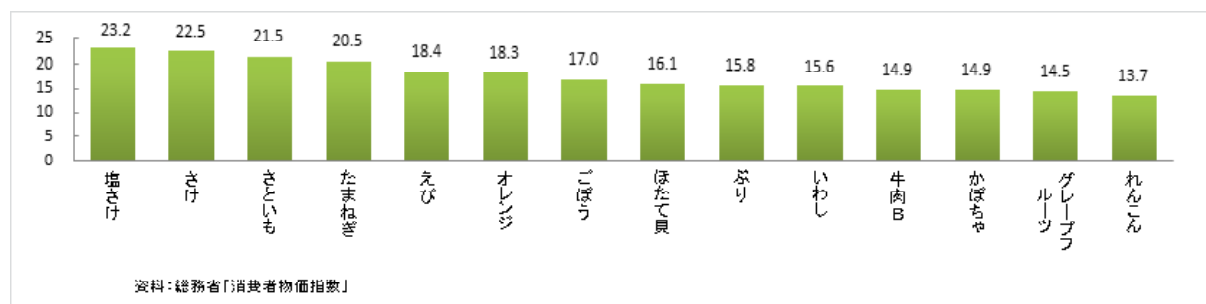
単位：％



平成 26 年における食料（生鮮を含む）消費者物価の上昇が著しい上位品目は、塩さけ、さけ、さといも、たまねぎ、えび、オレンジ、ごぼう、ほたて貝、ぶり、いわし等の順となっている。

図1-10 平成25年消費者物価における主な食料品の価格上昇品目（対前年上昇率）

単位：％

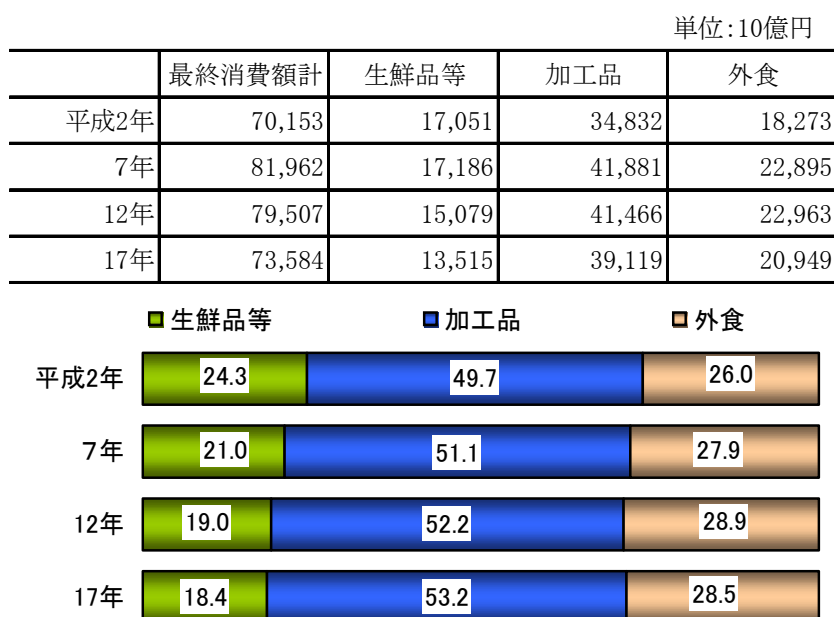


(4) 食品産業の構造変化

飲食費のフローからみた最終消費額は、生鮮食品が減少し、加工品が増加

農林水産省が産業連関表をベースとして5年ごとに試算した飲食費の最終消費額によれば、飲食費の最終消費額は平成17年は73兆6千億円で平成7年対比▲10.2%とかなりの程度減少している。平成17年の構成比をみると、生鮮食品等が18.4%、加工品が53.2%、外食が28.5%となっている。生鮮食品等は平成7年対比で▲2.6ポイントと低下している。一方、加工品は同2.1ポイント増加、外食は同0.5ポイント増加しており、食の外部化の進展がうかがえる。

図1-11 飲食費の最終消費額とその内訳



資料:総務省他9府省庁「産業連関表」を基に農林水産省で試算。

表1-1 最終消費から見た飲食費の部門別の帰属額及び帰属割合の推移

単位:10億円

	平成12年	構成比	平成17年	構成比	増減率 17/12年	構成比変化 17-12年
合計	79,507	100.0	73,584	100.0	▲ 7.4	
農水産物	11,782	14.8	10,638	14.5	▲ 9.7	▲ 0.4
うち、国産	10,611	13.3	9,426	12.8	▲ 11.2	▲ 0.5
うち、輸入	1,171	1.5	1,213	1.6	3.6	0.2
輸入加工品	4,611	5.8	5,236	7.1	13.6	1.3
食品製造業	21,687	27.3	19,188	26.1	▲ 11.5	▲ 1.2
外食産業	14,481	18.2	13,186	17.9	▲ 8.9	▲ 0.3
食品流通業	26,946	33.9	25,335	34.4	▲ 6.0	0.5

資料:総務省他9府省庁「産業連関表」を基に農林水産省で試算。

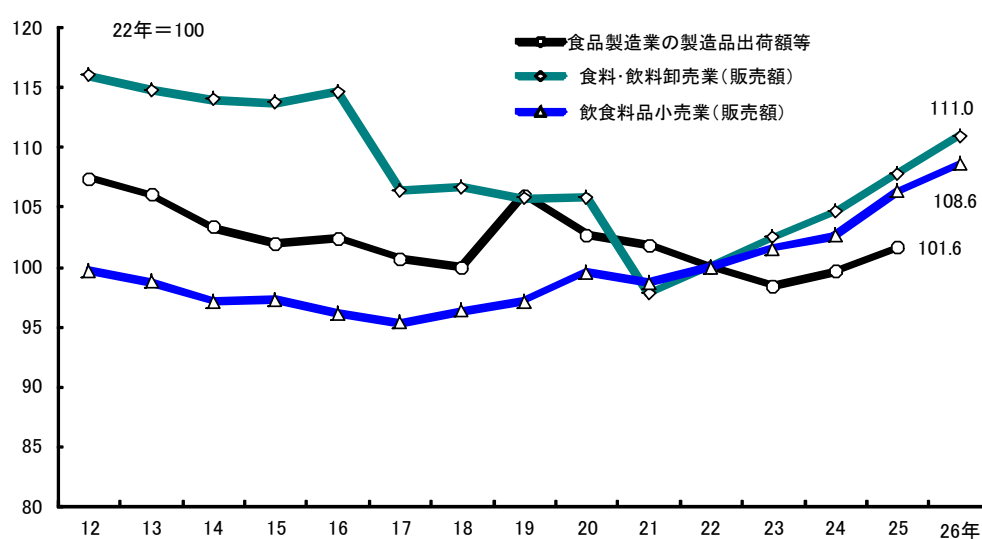
平成25年の食品製造業の出荷額はわずかに増加、平成26年の食品卸売業及び食品小売業の販売額もわずかに増加

食品製造業の製造品出荷額等は、平成 25 年が 29 兆 2 千億円で、対前年比 2.0 %とわずかに増加した。東日本大震災の影響が大きい平成 23 年以降、徐々に回復している。

食料・飲料卸売業の販売額は、平成 22 年以降、増加で推移しており、平成 26 年は 42 兆 6 千億円で、対前年比 2.9 %とわずかに増加した。特に加工食品、肉類、魚介類等の卸売価格の上昇が寄与したとみられる。

飲食料品小売業の販売額は、平成 22 年以降、増加で推移しており、平成 26 年は 45 兆 6 千億円で対前年比 2.2 %とわずかに増加した。特に加工食品、肉類、魚介類等の小売価格の上昇に加え、消費税引き上げが寄与している。

図1-12 食品製造業、食料・飲料卸売業、飲食料品小売業の販売額の推移



資料：経済産業省「商業販売統計」、「工業統計」

表1-2 食品製造業、食料・飲料卸売業、飲食料品小売業の販売額の推移

	出荷額及び販売額 億円			出荷額及び販売額の指数 22年=100		
	食品製造業	卸売業	小売業	食品製造業	卸売業	小売業
	出荷額等	食料・飲料	飲食料品	出荷額等	食料・飲料	飲食料品
15年	292,916	435,960	408,200	101.9	113.7	97.2
16年	294,140	439,580	403,450	102.4	114.6	96.1
17年	289,407	408,030	400,220	100.7	106.4	95.3
18年	287,239	409,140	404,470	100.0	106.7	96.4
19年	304,392	405,560	407,640	105.9	105.8	97.1
20年	295,045	405,780	417,810	102.7	105.8	99.5
21年	292,535	374,930	414,160	101.8	97.8	98.7
22年	287,374	383,500	419,750	100.0	100.0	100.0
23年	282,743	392,800	426,330	98.4	102.4	101.6
24年	286,224	401,010	430,640	99.6	104.6	102.6
25年	292,015	413,360	446,190	101.6	107.8	106.3
26年		425,550	455,900		111.0	108.6

資料：経済産業省「商業販売統計」、「工業統計」

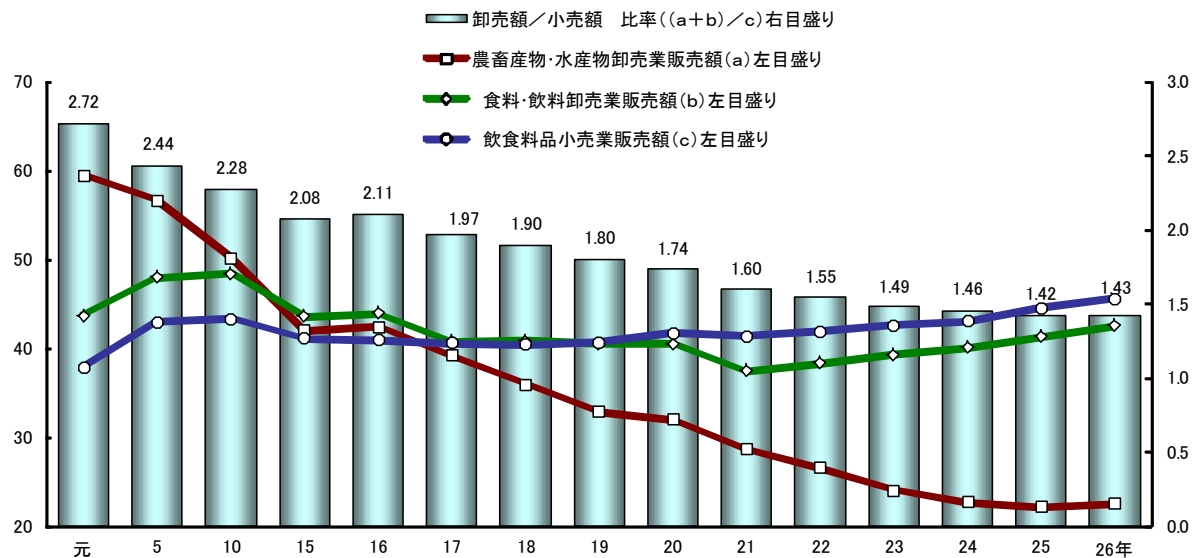
W/R比率が低下し、食料品の流通効率化が進む

ここでは、食料品卸売額（農畜産物・水産物卸売業販売額及び食料・飲料卸売業販売額）と食料品小売額（飲食料品小売業販売額）から、W/R比率を算出し、食品流通の効率化について検証したい。なお、W/R比率は数値が低いほど流通の効率性が高い。

食料品の卸売額／小売額の比率は、平成元年は 2.72 であったが、年々低下し、平成 26 年には 1.43 まで低下している。このことは総じて食料品の多段階流通が改善されていることを示唆している。近年、食料品の流通は、卸売業の再編淘汰が進み、また、食品製造業と需要者の直接取引の割合も増加している。輸入品については流通経路がシンプルであることも一因とみられる。

また、農畜産物・水産物卸売業販売額は、販売数量が減少し、単価が下落し、流通経路の短縮化が進んでいることが近年におけるW/R比率の低下に寄与している。生鮮食料品は、卸売市場経由率の低下が示しているように、生産者・農業生産法人、生産者団体などと需要者の直接相対取引が増加している。

図1-13 食料品の流通効率化の進展（卸売額と販売額の比率の推移）



注：W/R比率＝（農畜産物・水産物卸売業販売額＋食料・飲料卸売業販売額）／（飲食料品小売業販売額）により算出される。

資料：経済産業省「商業販売統計」

（５）小売業の構造変化

小売業の平成26年業態別販売額は百貨店がわずかに増加、スーパーがわずかに増加、CVSがやや増加、また、通信販売（平成25年）がかなりの程度増加

小売業のうち、百貨店、スーパーマーケット、CVS、通信販売の４つの業態の平成２５年の販売額合計は、経済産業省「商業販売統計」及び社団法人日本通信販売協会によれば、35兆円５千億円で対前年比３.０％とやや増加となっている。

業態別にみると、平成２６年度は百貨店が６兆８千億円で対前年比１.６％とわずかに増加、スーパーマーケットは１３兆４千億円で同２.４％とわずかに増加、CVSは１０兆４千億円で同５.６％とやや増加、また、通信販売の平成２５年販売額は５兆９千億円で同８.３％とかなりの程度の増加となった。近年における業態別の販売額は特に CVS 及び通信販売の売上拡大が顕著となっている。

図1-14 小売業４業態および通信販売における販売額の推移



資料：経済産業省「商業販売統計」、公益社団法人日本通信販売協会

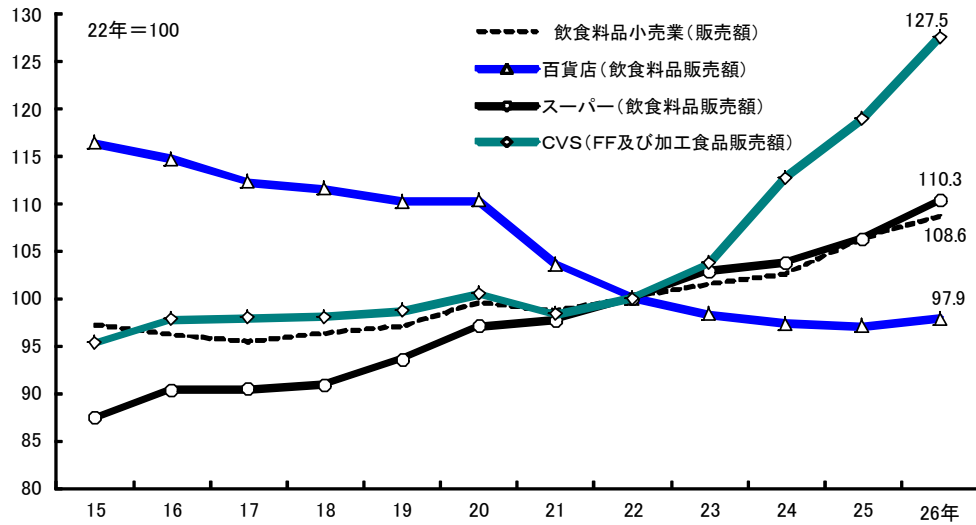
平成26年飲食料品の販売額は、百貨店が前年並み、スーパー及びCVSが増加

小売業販売額のうち、飲食料品についてみると、平成２６年が４５兆６千億円で対前年比２.２％とわずかに増加している。

うち、主要３業態における飲食料品販売額についてみると、百貨店（うち、大規模小売店）が年々減少で推移してきたが平成２６年が１兆９千億円で対前年比０.８％と前年並み、スーパーマーケット（うち、大規模小売店）は年々増加し、同９兆１千億円で３.８％とやや増加、CVS（日配食品及び加工食品の合計）が年々増加で推移し、同６兆６千億円で７.２％とかなりの程度増加している。このように飲食料品販売額は、百貨店に対してスーパーマーケット及び CVS の増加が顕著となっている。近年、CVS は品質志向型商品や生鮮食料品の品揃えを強化し、消費者の

支持を広げている。

図1-15 百貨店、スーパー、CVSの食料品販売額の推移



資料：経済産業省「商業販売統計」

注：百貨店及びスーパーは、大規模小売店の数値である。

表1-3 飲食料品小売業、百貨店、スーパー、CVSの飲食料品販売額及び指数の推移

	飲食料品の販売額 億円				飲食料品の販売額指数 22年=100			
	小売業計	うち、百貨店	うち、スーパー	うち、CVS	小売業計	うち、百貨店	うち、スーパー	うち、CVS
15年	408,200	22,920	71,892	49,159	97.2	116.4	87.5	95.2
16年	403,450	22,597	74,282	50,451	96.1	114.7	90.4	97.7
17年	400,220	22,109	74,336	50,570	95.3	112.3	90.4	98.0
18年	404,470	21,972	74,714	50,631	96.4	111.6	90.9	98.1
19年	407,640	21,708	76,961	50,939	97.1	110.2	93.6	98.7
20年	417,810	21,731	79,826	51,862	99.5	110.3	97.1	100.5
21年	414,160	20,408	80,298	50,771	98.7	103.6	97.7	98.4
22年	419,750	19,693	82,209	51,615	100.0	100.0	100.0	100.0
23年	426,330	19,357	84,576	53,527	101.6	98.3	102.9	103.7
24年	430,640	19,162	85,353	58,178	102.6	97.3	103.8	112.7
25年	446,190	19,120	87,349	61,387	106.3	97.1	106.3	118.9
26年	455,900	19,282	90,707	65,819	108.6	97.9	110.3	127.5

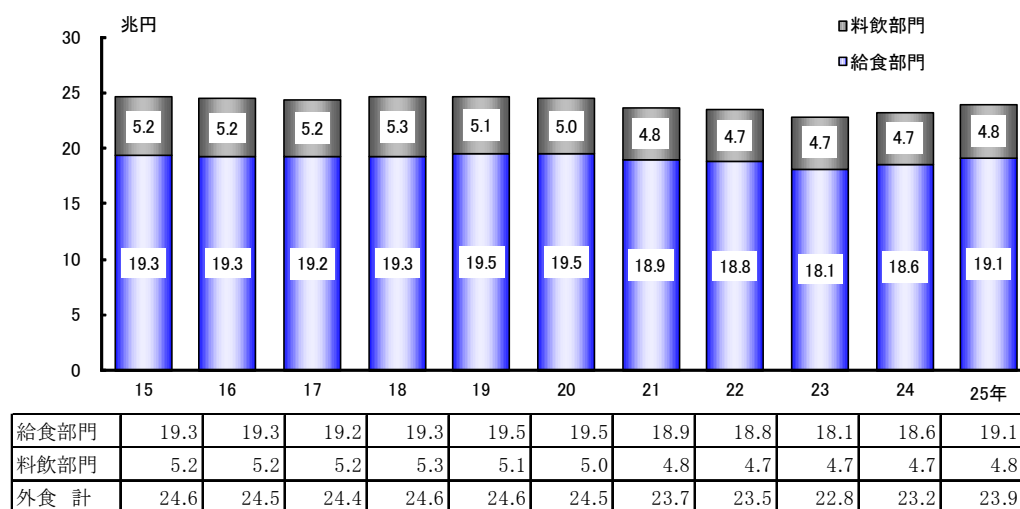
資料：経済産業省「商業販売統計」

（６） 外食・中食産業の構造変化

平成25年の外食産業市場規模は、対前年比でわずかに増加

平成 25 年の外食産業の市場規模は、公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」によれば、23 兆 9 千億円に対前年比 2.9 %とわずかに増加した。内訳についてみると、給食部門が 19 兆 1 千億円に対前年比 2.6 %とわずかに増加、料飲部門が 4 兆 8 千億円と同 3.9 %とやや増加している。平成 20 年から景気悪化を背景に客単価の低迷、中食（惣菜・弁当）市場の拡大などから減少に転じたが、平成 24 年以降は回復がみられる。

図1-16 外食産業の市場規模の推移



資料：公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」

平成26年の外食チェーンの売上は対前年比で前年並み

外食チェーン企業の平成 26 年度の業態別売上高は、一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業動向調査」によれば、全体では対前年比▲ 0.9 %と前年並みとなった。業態別にみると、ファーストフードが対前年比▲ 1.6 %とわずかに減少、ファミリーレストランが同▲ 0.1 %と前年並み、パブレストラン/居酒屋が同▲ 1.6 %とわずかに減少、ディナーレストランが同 1.9 %とわずかに増加、喫茶が同前年並み、その他が同 1.0 %とわずかに増加となっている。

表1-4 外食産業の業態別売上動向の推移

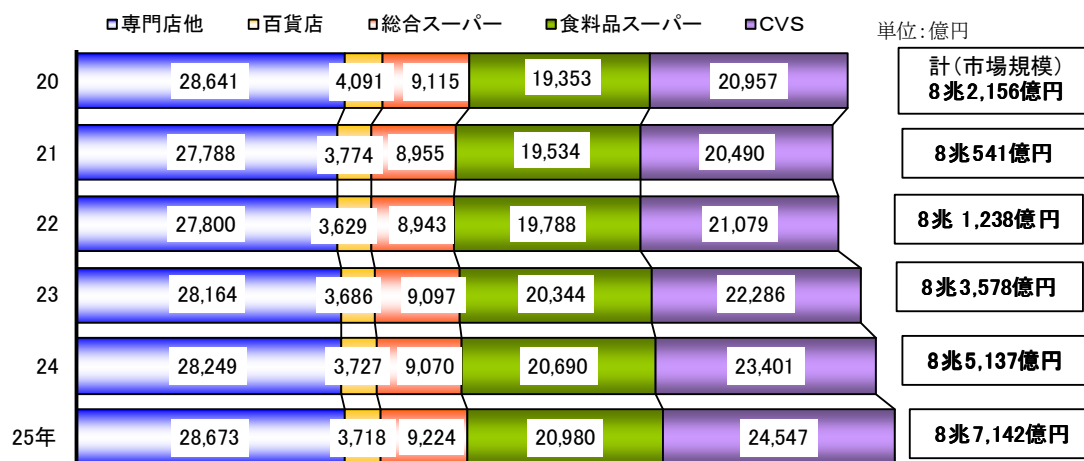
年次	売上高指数（22年=100）					対前年増減率 %				
	22年	23年	24年	25年	26年	22年	23年	24年	25年	26年
計	100.0	98.3	101.1	100.2	99.3	2.2	▲ 1.7	2.8	▲ 0.9	▲ 0.9
ファーストフード	100.0	97.9	99.0	97.5	95.9	2.2	▲ 2.1	1.2	▲ 1.6	▲ 1.6
ファミリーレストラン	100.0	99.1	103.4	104.0	103.9	1.7	▲ 0.9	4.4	0.6	▲ 0.1
パブレストラン/居酒屋	100.0	98.3	102.4	99.3	97.7	▲ 1.8	▲ 1.7	4.2	▲ 3.0	▲ 1.6
ディナーレストラン	100.0	99.9	106.7	103.4	105.4	0.2	▲ 0.1	6.7	▲ 3.0	1.9
喫茶	100.0	98.0	102.4	100.3	100.3	▲ 1.4	▲ 2.0	4.5	▲ 2.1	0.0
その他	100.0	100.4	108.6	110.2	111.3	▲ 4.6	0.4	8.2	1.4	1.0

資料：一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業動向調査」より作成

平成25年の惣菜市場規模は対前年比でわずかに増加

惣菜市場規模は、社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」によれば、平成25年販売額は8兆7千億円で対前年比1.6%とわずかに増加した。内訳についてみると、専門店他が対前年比1.5%とわずかに増加、百貨店が同▲0.2%で前年並み、総合スーパーが同1.7%でわずかに増加、食料品スーパーが同1.4%とわずかに増加、CVSが同4.9%でやや増加となっている。

図1-17 惣菜市場規模の推移（平成23年）



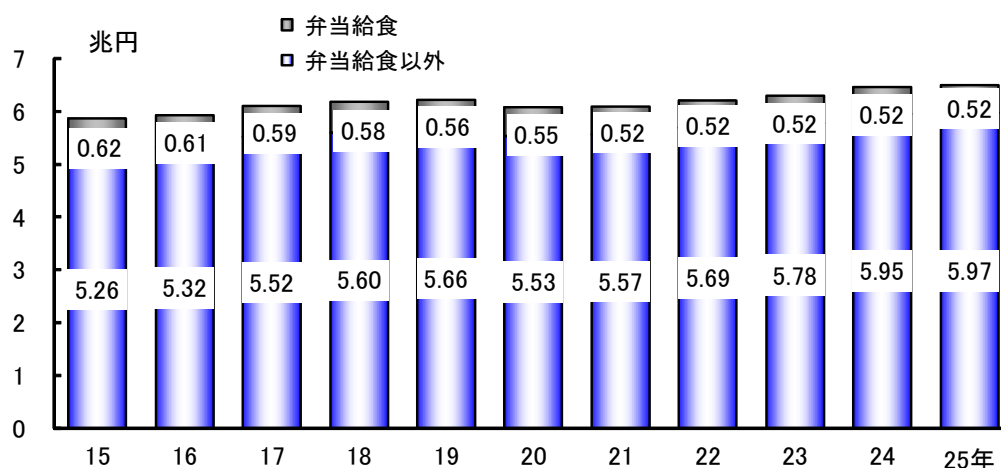
資料：一般社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」。平成25年は見込額

平成25年の料理品（惣菜・弁当）小売業販売額は前年並み

惣菜・弁当の料理品小売業平成25年販売額は、食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」によれば、6兆5千億円で対前年比0.4%と前年並みとなっている。うち、弁当給食以外が6兆円で対前年比0.5%と前年並み、弁当給食が5千億円で前年並みとなっている。

料理品小売業販売額は、平成20年の経済危機を背景に個人消費の低迷により減少したが、その後、緩やかに増加している。

図1-18 料理品小売業の市場規模の推移



資料：公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」

（７）人口動態と世帯数の変化

人口は平成22年をピークに緩やかな減少に転じており、世帯数は増加で推移

わが国の人口は緩やかに増加傾向で推移し、平成 22 年は 1 億 2,806 万人（国勢調査平成 22 年 10 月）でピークとなっているが、その後、減少に転じている。平成 27 年 1 月の人口は 1 億 2,702 万人となっている（総務省「人口推計月表速報」）。今後も緩やかな減少が続くものと予想されている。一方、世帯数は増加で推移しており、平成 26 年 1 月には 5,595 万世帯となっている。

図1-19 人口の推移

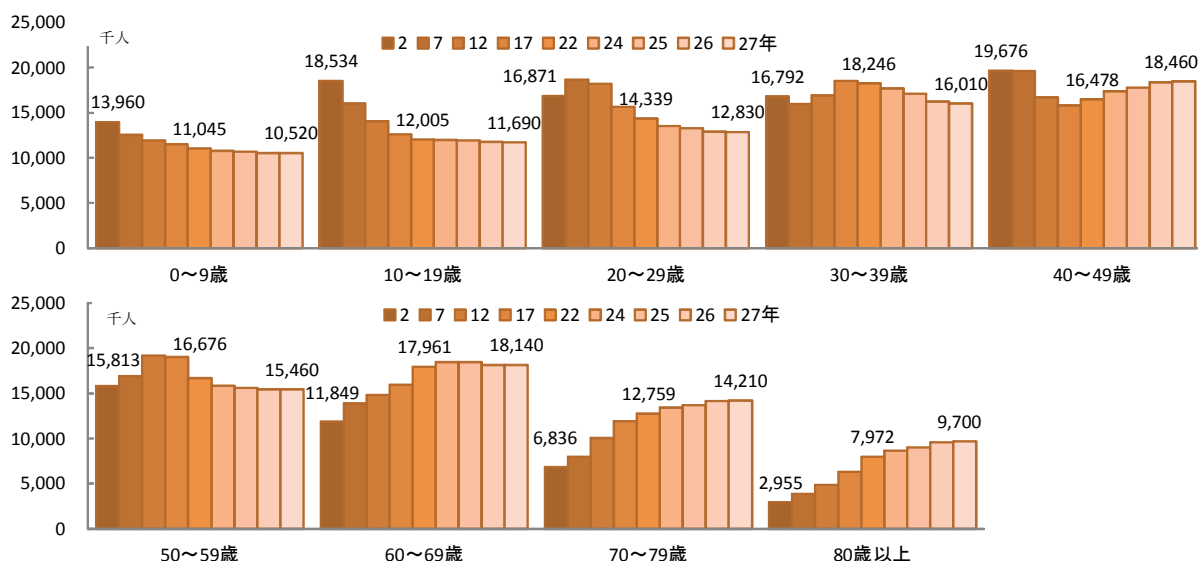


資料：総務省「国勢調査」、「人口推計月表」、「住民基本台帳」より作成。

若年齢層の人口が減少し、高齢層の人口が増加（少子高齢化が進展）

年齢階級別の人口の推移をみると、「30 歳未満」の各階層は人口減少が続き、一方「60 歳以上」の各階層は人口増加が続き、少子高齢化が進展している。平成 27 年 1 月についてみると、「0 ～ 9 歳」は対前年同月比▲ 0.2 %、「10 ～ 19 歳」が同▲ 0.6 %、「20 ～ 29 歳」が同▲ 0.7 %、一方、「70 ～ 79 歳」が同 0.4 %、「80 歳以上」が同 1.1 %となった。このような少子高齢化の進行は、購買行動や食生活に大きな変化をもたらしているものとみられる。

図1-20 年齢階層別人口の推移



資料：総務省「人口推計月報」より作成。各年1月1日現在の人口。平成27年は速報値。

人口が減少するなか、世帯数は増加、特に単身世帯が増加

一般世帯数（寮、寄宿舎、病院、社会施設などを除く）は、人口が緩やかに減少するなかで、引き続き増加している。平成22年は5,184万世帯で、平成17年対比5.7%増、平成12年対比で10.8%の増加となっている。将来もこの増加傾向は続くことが予想されている。

このうち、単身世帯は平成22年には1,679万世帯で、平成17年対比16.1%の大幅な増加となっている。さらに65歳以上の単身世帯数は平成17年対比で24.0%増、平成12年対比で58.0%の大幅な増加となっている。このような人口の緩やかな減少、少子高齢化の進展に加えて、単身世帯数の増加、とりわけ高齢者単身世帯数の増加は、消費者の食行動や購買行動に大きな影響を及ぼすことが予想される。特に食料品小売業では、ネットスーパーなど宅配事業を拡充する動きがみられる。また、CVSや弁当・惣菜製造小売業等でも宅配事業への参入がみられる。

表1-5 世帯数と1世帯当たり人員の変化

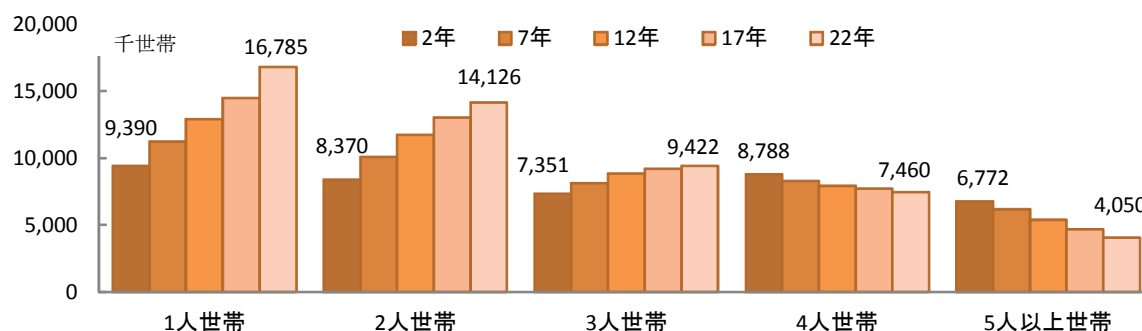
世帯の家族類型	実数（千世帯）				構成比（%）			
	7年	12年	17年	22年	7年	12年	17年	22年
総数	43,900	46,782	49,063	51,842	100.0	100.0	100.0	100.0
単身世帯	11,239	12,911	14,457	16,785	25.6	27.6	29.5	32.4
うち、65歳以上	2,202	3,032	3,865	4,791	5.0	6.5	7.9	9.2
核家族世帯	25,703	27,273	28,327	29,207	58.5	58.3	57.7	56.4
うち、夫婦のみの世帯	7,606	8,823	9,625	10,244	17.3	18.9	19.6	19.8
うち、夫婦と子供からなる世帯	15,014	14,904	14,631	14,440	34.2	31.9	29.8	27.9
うち、ひとり親と子供からなる世帯	3,083	3,546	4,070	4,523	7.0	7.6	8.3	8.7
その他	6,958	6,598	6,278	5,765	15.8	14.1	12.8	11.1

資料：総務省「国勢調査」

また、1世帯当たりの世帯人員数は低下傾向で推移している。内訳についてみると、単身世帯と同様に2人世帯も増加しており、平成17年対比で8.5%増、平成12年対比で20.3%の大幅な増加、3人世帯では平成17年対比で2.5%増、平成12年対比で6.9%の増加となっている。逆に4人以上の世帯では減少している。

近年、世帯員数の減少は、消費者の購買行動において、1世帯1回当たりの購買金額の減少、また量目の減少、少量パックへのシフトなど変化をもたらすものとみられる。

図1-21 世帯人員数別の世帯数の推移



資料：総務省「国勢調査」

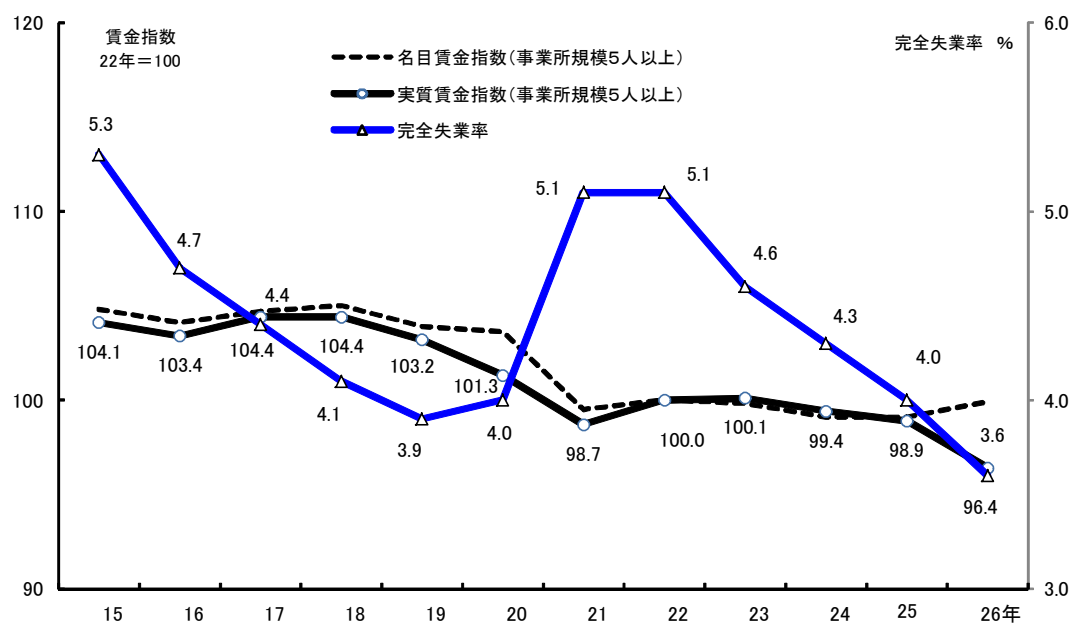
(8) 消費構造の変化

平成26年の完全失業率は3.6%と改善、実質賃金はわずかに低下

完全失業率は平成 20 年のリーマンショック以後の世界的な経済不況の影響から悪化したが、平成 25 年以降は金融・経済対策等により、徐々に回復し、平成 26 年には 3.6 %となっている。

また、名目賃金指数は対前年比 0.8 %と前年並みとなっているが、実質賃金指数は同▲ 2.5 %とわずかに低下となっている。

図1-22 賃金指数及び完全失業率の推移



資料：厚生労働省「毎月勤労調査統計」、総務省「労働力調査」

平成25年度の1人当たり供給純食料はわずかに減少

ここでは、農林水産省「食料需給表」から、1人当たりの主要品目別の消費量の変化についてみることにする。なお、国民1人・1年当たり供給純食料は、供給量ベースであり、この量からロスを引いたものが国民1人・1年当たりの消費量とみることができる。

国民1人・1年当たりの供給純食料は、年々減少傾向を示しており、過去3年間では22品目(部類含む)中、10品目において減少している。減少割合が高いのは、脱脂粉乳、バター、魚介類(生鮮・冷蔵)、みそ、魚介類、(塩干・くん製他)、しょうゆ、米等の順となっている。一方、増加している品目はチーズ、動物油脂、鶏肉、野菜、ばれいしょとなっている。

また、平成25年度についてみると、対前年度比で減少しているのは魚介類(生鮮・冷蔵)、ばれいしょ、果実、みそ等の順となっている。一方、増加しているのは、動物油脂、牛肉、米、砂糖類等の順となっている。

表1-6 国民1人当たり供給純食料

	1人当たり供給純食料							25-22 年度	前年度増減率						25/22 年度
	19	20	21	22	23	24	25年度		20	21	22	23	24	25年度	
	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg		%	%	%	%	%	%	
米	61.4	59.0	58.5	59.5	57.8	56.3	56.9	▲ 2.6	▲ 3.9	▲ 0.8	1.7	▲ 2.9	▲ 2.6	1.1	▲ 4.4
小麦	32.3	31.1	31.8	32.7	32.8	32.9	32.7	0.0	▲ 3.7	2.3	2.8	0.3	0.3	▲ 0.6	0.0
ばれいしょ	15.9	15.3	14.0	15.0	15.0	16.3	15.6	0.6	▲ 3.8	▲ 8.5	7.1	0.0	8.7	▲ 4.3	4.0
でんぷん	17.5	16.9	16.4	16.7	16.8	16.4	16.4	▲ 0.3	▲ 3.4	▲ 3.0	1.8	0.6	▲ 2.4	0.0	▲ 1.8
大豆	6.8	6.7	6.5	6.3	6.2	6.1	6.1	▲ 0.2	▲ 1.5	▲ 3.0	▲ 3.1	▲ 1.6	▲ 1.6	0.0	▲ 3.2
野菜	94.5	94.2	91.7	88.3	91.1	93.5	92.3	4.0	▲ 0.3	▲ 2.7	▲ 3.7	3.2	2.6	▲ 1.3	4.5
果実	41.2	40.1	39.3	36.5	37.3	38.3	36.7	0.2	▲ 2.7	▲ 2.0	▲ 7.1	2.2	2.7	▲ 4.2	0.5
牛肉	5.7	5.7	5.9	5.9	6.0	5.9	6.0	0.1	0.0	3.5	0.0	1.7	▲ 1.7	1.7	1.7
豚肉	11.6	11.7	11.5	11.7	11.9	11.8	11.8	0.1	0.9	▲ 1.7	1.7	1.7	▲ 0.8	0.0	0.9
鶏肉	10.7	10.8	11.0	11.4	11.4	12.0	12.0	0.6	0.9	1.9	3.6	0.0	5.3	0.0	5.3
鶏卵	17.1	16.8	16.5	16.6	16.6	16.7	16.8	0.2	▲ 1.8	▲ 1.8	0.6	0.0	0.6	0.6	1.2
飲用向け牛乳	34.9	34.2	32.7	31.8	31.6	31.1	30.8	▲ 1.0	▲ 2.0	▲ 4.4	▲ 2.8	▲ 0.6	▲ 1.6	▲ 1.0	▲ 3.1
脱脂粉乳	1.5	1.2	1.2	1.3	1.2	1.1	1.1	▲ 0.2	▲ 20.0	0.0	8.3	▲ 7.7	▲ 8.3	0.0	▲ 15.4
チーズ	2.1	1.7	1.9	1.9	2.1	2.2	2.2	0.3	▲ 19.0	11.8	0.0	10.5	4.8	0.0	15.8
バター	0.7	0.6	0.6	0.7	0.6	0.6	0.6	▲ 0.1	▲ 14.3	0.0	16.7	▲ 14.3	0.0	0.0	▲ 14.3
魚介類 (生鮮・冷凍)	13.3	13.4	11.3	11.7	11.4	12.0	10.3	▲ 1.4	0.8	▲ 15.7	3.5	▲ 2.6	5.3	▲ 14.2	▲ 12.0
魚介類 (塩干、くん製他)	17.3	16.7	17.4	16.5	15.9	15.3	15.3	▲ 1.2	▲ 3.5	4.2	▲ 5.2	▲ 3.6	▲ 3.8	0.0	▲ 7.3
砂糖類	19.8	19.2	19.3	18.9	18.9	18.8	19.0	0.1	▲ 3.0	0.5	▲ 2.1	0.0	▲ 0.5	1.1	0.5
植物油脂	13.4	13.0	12.3	12.7	12.7	12.8	12.8	0.1	▲ 3.0	▲ 5.4	3.3	0.0	0.8	0.0	0.8
動物油脂	1.0	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.1	▲ 20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5
みそ	3.8	3.6	3.5	3.6	3.6	3.4	3.3	▲ 0.3	▲ 5.3	▲ 2.8	2.9	0.0	▲ 5.6	▲ 2.9	▲ 8.3
しょうゆ	7.2	6.7	6.6	6.5	6.3	6.2	6.2	▲ 0.3	▲ 6.9	▲ 1.5	▲ 1.5	▲ 3.1	▲ 1.6	0.0	▲ 4.6

資料：農林水産省「食料需給表」

平成26年の勤労者世帯の食品消費は対前年比0.9%で前年並み、エンゲル係数も同前年並み

勤労者世帯の平成26年の1カ月当たり実収入は、総務省「家計調査」によれば、52万円で対前年比▲0.7%と前年並みとなっている。また、消費支出も年々減少で推移したが、平成24年は増加に転じ、平成26年には31万9千円で対前年比▲0.1%と前年並みとなっている。

うち、平成26年の食品消費は7万1千円で対前年比0.9%と前年並みとなっている。

また、平成26年の実収入、消費支出、食品消費は、東日本大震災前の平成22年対比ではそれぞれ、▲0.2%、0.1%、2.3%となっている。特に食品消費がわずかに増加している。

平成26年のエンゲル係数は、22.3%で直近5年間でみると最も高くなっている。

表1-7 勤労者世帯における1カ月当たりの実収入と食品消費の推移

	実収入	消費支出			エンゲル係数
			食品消費	食品以外	
10年	588,916	353,552	80,169	273,383	22.7
17年	522,629	328,649	70,964	257,685	21.6
20年	534,235	324,929	71,051	253,878	21.9
21年	518,226	319,060	70,134	248,926	22.0
22年	520,692	318,315	69,597	248,718	21.9
23年	510,149	308,838	68,420	240,418	22.2
24年	518,506	313,874	69,469	244,405	22.1
25年	523,589	319,170	70,586	248,584	22.1
26年	519,761	318,755	71,189	247,566	22.3

資料: 総務省「家計調査 勤労者世帯全国」より作成

平成26年の1世帯当たり支出額は対前年比で生鮮品、加工食品、調理食品がわずかに増加

平成26年の1世帯・1カ月当たり食料品・外食支出額は、総務省「家計調査」によれば、対前年比で生鮮品（穀類含む）が2.6%、加工食品が2.8%と、調理食品が2.9%とそれぞれわずかに増加、飲料が▲0.6%、酒類が0.7%、外食が▲0.2%とそれぞれ前年並みとなっている。

これらの構成比は、生鮮品（穀類含む）が31.7%、加工食品が28.8%、調理食品が12.4%、飲料が5.7%、酒類が4.6%、外食が16.8%となっている。

直近10年間の構成比の推移についてみると、生鮮品が低下し、外食が概ね横ばいとなっているなか、加工食品と調理食品が上昇しており、食の外部化が進展していることを示している。

図1-23 家計消費における食料品・外食支出額構成比の推移



資料: 総務省「家計調査(2人以上世帯)」より作成

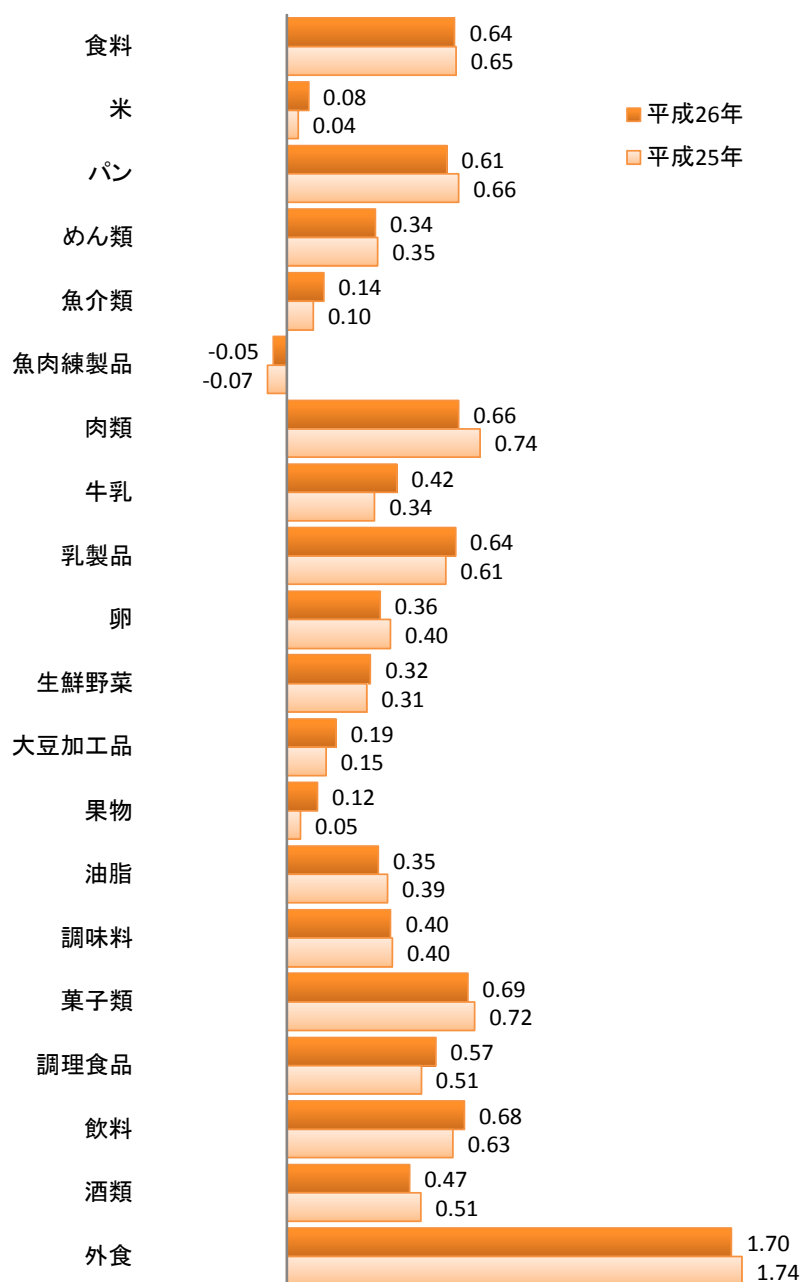
平成26年の食料品の支出弾力性が高いのは、外食、次いで菓子類、飲料、肉類、乳製品、パン類

平成26年の食料品の支出弾力性は、総務省「家計調査」によれば、0.64となっている。一般的に食品は1.00を下回ることから、基礎的支出（必需品）に分類されている。一方、外食のように1.00を上回り、弾力性の値が大きいものは、消費支出総額が増加するとき支出が大きく増加するものであり、選択的支出（贅沢品）に分類される。

品目別にみると、外食の値が最も大きく1.70、次いで菓子類が0.69、飲料が0.68、肉類が0.66、乳製品が0.64、パンが0.61、調理食品が0.57となっている。

一方、最も小さいのは魚介練製品で▲0.05、次いで米が0.08、果物が0.12となっている。

図1-24 食料品の支出弾力性



資料：総務省「家計調査(2人以上世帯・全国)」より作成

2 食品製造業の構造変化

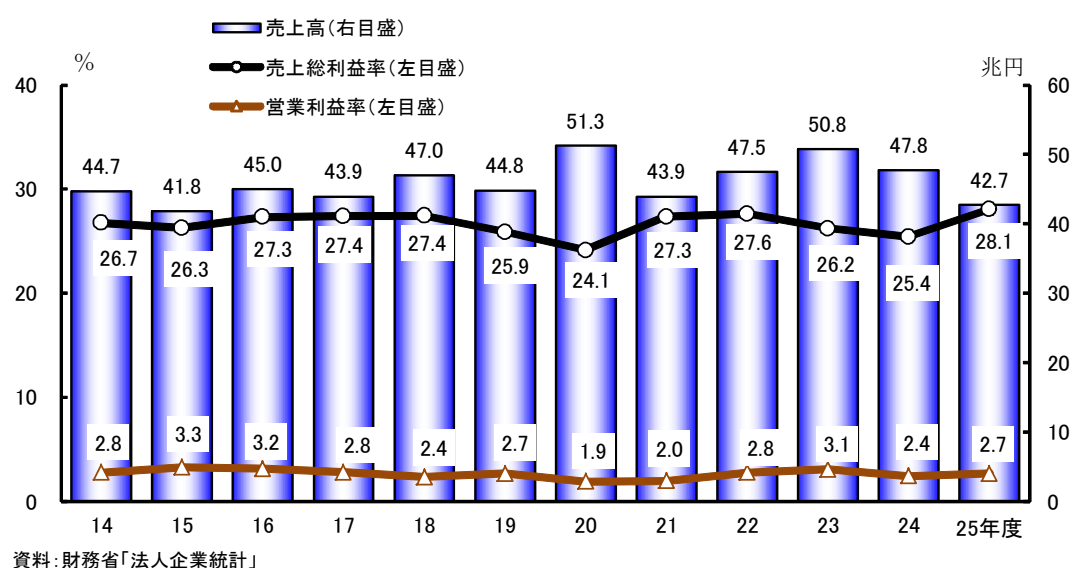
(1) 食品製造業の経営動向

平成25年度食品製造業における売上高は減少したものの、売上総利益率、営業利益率は改善

平成 25 年度の食品製造業の売上高は、財務省「法人企業統計」によれば、42 兆 7 千億円で対前年比▲ 10.5 %とかなりの程度減少し、2 年連続の減少となった。

売上総利益率は 28.1 %で対前年度比 2.6 ポイント改善した。売上高営業利益率も 2.7 %と対前年度比 0.2 ポイント改善した。

図1-25 食品製造業の売上高、売上原価、営業利益率の推移



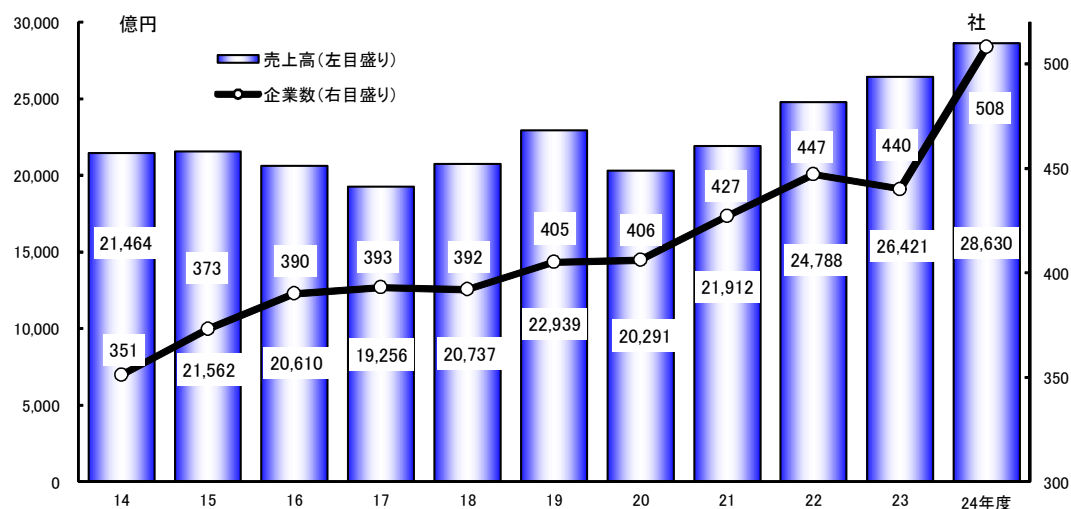
平成24年度海外現地法人における食品製造業の企業数、売上高は対前年度比で増加

平成 24 年の海外現地法人における食品製造業の企業数（回収数）は、経済産業省「海外事業活動基本調査」によれば、508 社で対前年度比でかなり大きく増加している。合計売上高は 2 兆 9 千億円で対前年度比 8.3 %とかなりの程度増加している。

食品製造業の合計売上高は、平成 20 年度は世界経済不況により減少したものの、平成 21 年度以降は順調に拡大している。食品製造業は、国内市場が人口減少・少子高齢化などを背景に縮小傾向にあることから、成長戦略を海外進出にもとめる動きが加速している。

国別の現地法人企業数は中国が 193 社で最も多く、次いで米国が 75 社、タイが 51 社、ベトナムが 23 社、イギリスが 20 社、インドネシアが 20 社、台湾が 14 社、オーストラリアが 13 社、シンガポールが 13 社等となっている。

図1-26 海外現地法人における食品の企業数と売上高の推移



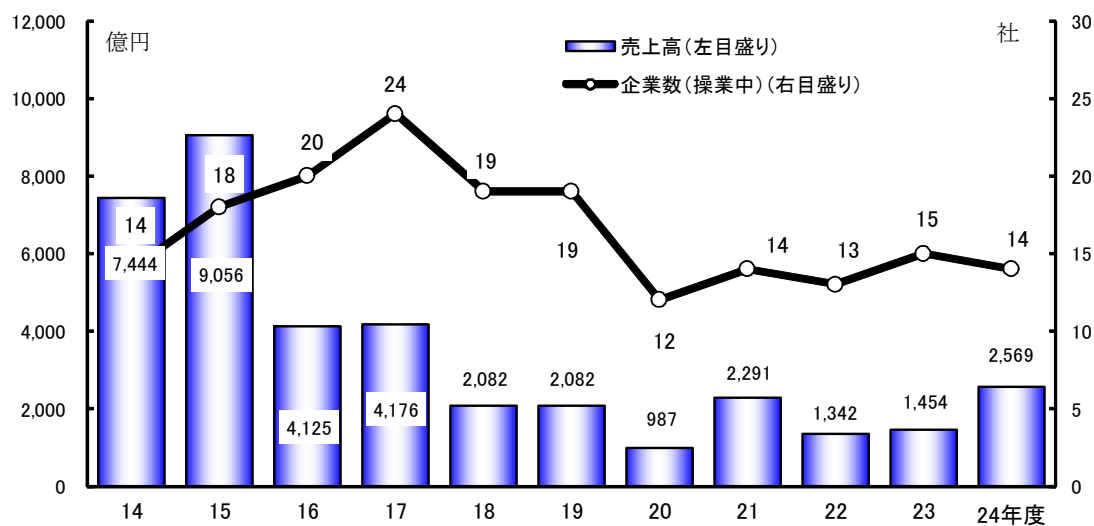
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」より作成

平成24年度食品製造業における外資系企業の売上高は対前年度比で大幅な増加

食品製造業における外資系企業の売上高は、経済産業省「外資系企業動向調査」によれば、平成16年度以降、低迷している。平成24年度は2,569億円で対前年度比で大幅な増加となった。

母国籍別企業数（回収数）は平成18年度以降、減少から横ばいで推移し、平成24年度は14社となっている。母国籍別外資系企業数は米国が6社、韓国が2社、その他オランダ、フランス、スイス等となっている。

図1-27 外資系企業（食品製造）における売上高と企業数の推移



資料：経済産業省「外資系企業動向調査」より作成

（２）食品製造業の生産動向

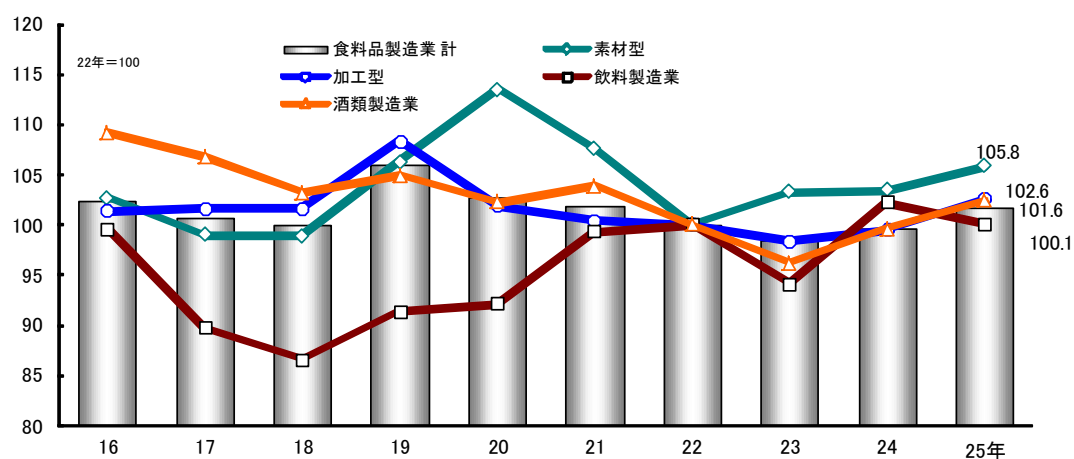
平成25年の製造品出荷額等は、29兆2千億円で対前年比2.0%とわずかに増加

平成 25 年の食料品製造業における製造品出荷額等（酒類・飲料含む）は、経済産業省「工業統計（平成 25 年概要版）」によれば、29 兆 2 千億円で対前年比 2.0 %とわずかに増加した。しかし、平成 25 年の原材料使用額等が 3.8 %とやや上昇したことから、付加価値額は同▲ 0.3 %となっている。

業種別にみると、畜産食料品製造業、糖類製造業、その他の食料品製造業、製穀・製粉製造業、動植物油脂製造業等が増加し、茶・コーヒー製造業、野菜・果実缶等製造業等が減少した。

4 区分業種類型別にみると、素材型は 4 兆 5 千億円で対前年比 2.3 %、加工型は 18 兆 6 千億円で同 3.1 %、飲料は 2 兆 8 千億円で同▲ 2.0 %、酒類は 3 兆 3 千億円で同▲ 0.8 %となった。

図1-28 食品製造業の製造品出荷額等の推移



資料：経済産業省「工業統計」より作成

表1-8 食品製造業の製造品出荷額等

単位:10億円、%													
業 種	区分・年次	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	対前年増減率					
	23年		24年		25年		20年	21年	22年	23年	24年	25年	
食料品製造業		28,274	100.0	28,622	100.0	29,201	100.0	▲ 3.1	▲ 0.9	▲ 1.8	▲ 1.6	1.2	2.0
素材型		4,423	15.6	4,433	15.5	4,535	15.5	6.8	▲ 5.2	▲ 7.0	3.2	0.2	2.3
調味料製造業		1,778	6.3	1,766	6.2	1,776	6.1	0.2	▲ 4.2	▲ 1.4	▲ 2.6	▲ 0.7	0.6
糖類製造業		514	1.8	492	1.7	526	1.8	▲ 0.1	15.6	▲ 14.5	8.5	▲ 4.3	6.9
製穀・製粉製造業		1,297	4.6	1,291	4.5	1,328	4.5	12.0	▲ 4.7	▲ 8.9	5.8	▲ 0.5	2.9
動植物油脂製造業		835	3.0	885	3.1	905	3.1	17.5	▲ 17.5	▲ 11.2	9.9	6.0	2.3
加工型		17,839	63.1	18,041	63.0	18,604	63.7	▲ 6.0	▲ 1.4	▲ 0.4	▲ 1.7	1.1	3.1
畜産食料品製造業		5,148	18.2	5,117	17.9	5,488	18.8	4.3	▲ 0.7	0.3	▲ 1.9	▲ 0.6	7.2
水産食料品製造業		3,156	11.2	3,005	10.5	3,023	10.4	▲ 0.3	▲ 5.1	▲ 3.1	1.1	▲ 4.8	0.6
野菜・果実缶等製造業		807	2.9	784	2.7	744	2.5	▲ 3.5	▲ 1.2	▲ 1.7	4.2	▲ 2.8	▲ 5.2
パン・菓子製造業		4,450	15.7	4,569	16.0	4,634	15.9	2.8	0.1	0.6	▲ 3.0	2.7	1.4
その他の食料品製造業		4,279	15.1	4,565	16.0	4,714	16.1	▲ 24.9	▲ 0.9	▲ 0.1	▲ 2.9	6.7	3.3
飲料		2,631	9.3	2,859	10.0	2,800	9.6	0.8	7.8	0.7	▲ 5.9	8.7	▲ 2.0
清涼飲料製造業		2,076	7.3	2,280	8.0	2,262	7.7	0.3	10.8	2.3	▲ 8.3	9.8	▲ 0.8
茶・コーヒー製造業		554	2.0	579	2.0	538	1.8	2.6	▲ 2.7	▲ 5.4	4.2	4.4	▲ 7.0
酒類		3,381	12.0	3,289	11.5	3,262	11.2	▲ 2.5	1.6	▲ 3.7	▲ 3.9	▲ 2.7	▲ 0.8
酒類製造業		3,381	12.0	3,289	11.5	3,262	11.2	▲ 2.5	1.6	▲ 3.7	▲ 3.9	▲ 2.7	▲ 0.8

資料：経済産業省「工業統計」より作成

表1-9 平成24年の食品製造業の生産概要

区分	事業所数	従業者数	原材料 使用額等	製造品 出荷額等	付加価値額
業 種	カ所	人	億円	億円	億円
食料品製造業	28,331	1,095,737	168,313	292,015	99,032
素材型	2,551	81,381	30,207	45,350	13,429
調味料製造業	1,530	49,744	9,348	17,762	7,565
糖類製造業	134	6,691	3,429	5,261	1,570
製穀・製粉製造業	688	15,073	10,756	13,282	2,238
動植物油脂製造業	199	9,873	6,674	9,046	2,057
加工型	22,496	932,849	112,983	186,036	65,898
畜産食料品製造業	2,525	148,337	39,062	54,883	13,994
水産食料品製造業	5,902	148,870	20,469	30,228	8,957
野菜・果実缶等製造業	1,730	48,480	4,459	7,440	2,717
パン・菓子製造業	5,429	258,557	21,458	46,341	22,550
その他の食料品製造業	6,910	328,605	27,535	47,144	17,680
飲料	1,766	46,417	17,030	28,005	9,750
清涼飲料製造業	566	28,384	13,149	22,622	8,419
茶・コーヒー製造業	1,200	18,033	3,881	5,383	1,332
酒類	1,518	35,090	8,093	32,624	9,955
酒類製造業	1,518	35,090	8,093	32,624	9,955
前年増減率	%	%	%	%	%
食料品製造業	▲ 3.3	1.2	3.8	2.0	▲ 0.3
素材型	▲ 1.7	▲ 3.1	1.5	2.3	4.3
調味料製造業	▲ 1.8	▲ 3.2	0.1	0.6	1.5
糖類製造業	3.9	3.7	0.9	6.9	19.9
製穀・製粉製造業	▲ 2.7	▲ 6.9	1.4	2.9	11.4
動植物油脂製造業	▲ 1.0	▲ 0.8	3.9	2.3	▲ 2.3
加工型	▲ 3.5	1.7	4.8	3.1	0.5
畜産食料品製造業	▲ 1.5	3.2	9.3	7.2	1.6
水産食料品製造業	▲ 3.2	▲ 2.4	1.7	0.6	▲ 2.6
野菜・果実缶等製造業	▲ 3.2	▲ 0.7	▲ 7.8	▲ 5.2	▲ 0.1
パン・菓子製造業	▲ 3.7	1.1	2.5	1.4	1.1
その他の食料品製造業	▲ 4.3	4.0	5.0	3.3	0.5
飲料	▲ 4.6	▲ 0.5	1.5	▲ 2.0	▲ 7.4
清涼飲料製造業	▲ 1.6	0.7	4.2	▲ 0.8	▲ 7.3
茶・コーヒー製造業	▲ 6.0	▲ 2.2	▲ 6.7	▲ 7.0	▲ 8.2
酒類	▲ 0.7	0.2	4.3	▲ 0.8	▲ 3.7
酒類製造業	▲ 0.7	0.2	4.3	▲ 0.8	▲ 3.7

資料：経済産業省「工業統計」より作成

（３）食品製造業の労働生産性

平成25年の食品製造業の労働生産性は、対前年比▲1.5%とわずかに低下

平成 25 年の食料品製造業における従業者 1 人当たりの付加価値額は、904 万円で対前年比 ▲ 1.5 % とわずかに減少している。平成 25 年の景気は回復局面で、個人消費も持ち直し傾向となり、食品製造業の出荷額もわずかに増加したものの、原材料使用額等が対前年比 3.8 % とやや増加したことが一因とみられる。

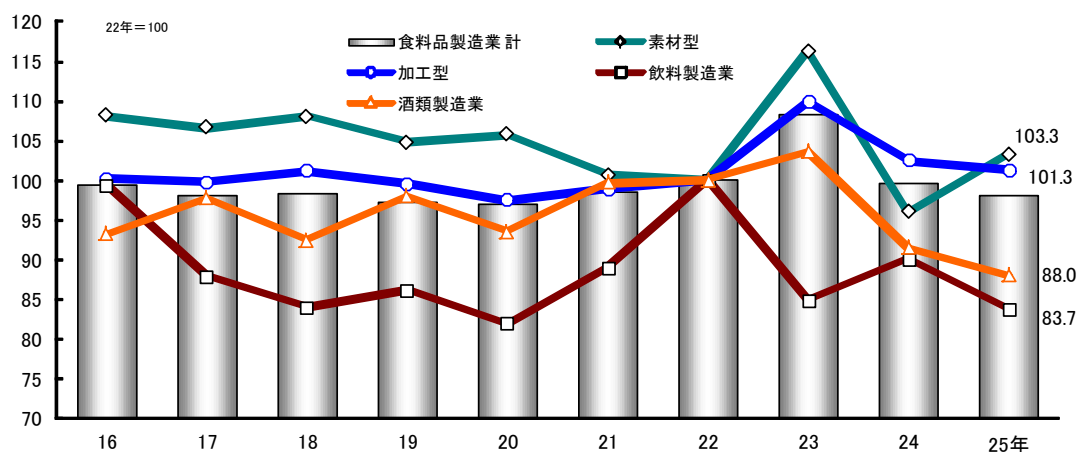
4 区分業種類型別にみると、従業者 1 人当たりの付加価値額は、素材型が 1,650 万円で対前年比 7.6 % とかなりの程度増加し、前年に比べて大幅に改善した。素材型は加工型と比べて、売上高に占める付加価値額の割合が低いものの、労働生産性が高いことが特徴である。

加工型は 706 万円で同 ▲ 1.2 % とわずかに減少した。加工型は素材型に比べて、売上高に占める付加価値額の割合が高いものの、労働集約型の産業であり、労働生産性が低い。

飲料は 2,101 万円で同 ▲ 7.0 % と前年に比べて悪化した。

酒類は 2,837 万円で同 ▲ 3.9 % と前年に比べて悪化した。

図1-29 食品製造業の従業者 1 人当たり付加価値額指数の推移



資料：経済産業省「工業統計」より作成

表1-10 食品製造業の従業者1人当たり付加価値額

単位:万円、%

区分・年次 業 種		金額				対前年増減率					
		22年	23年	24年	25年	20年	21年	22年	23年	24年	25年
食料品製造業		921	998	918	904	▲ 0.2	1.5	1.4	8.4	▲ 8.1	▲ 1.5
素材型		1,597	1,857	1,533	1,650	0.9	▲ 4.8	▲ 0.6	16.2	▲ 17.4	7.6
調味料製造業		1,467	1,700	1,451	1,521	▲ 5.4	▲ 2.9	1.5	15.9	▲ 14.7	4.8
糖類製造業		2,410	2,688	2,030	2,346	19.8	18.0	▲ 15.2	11.6	▲ 24.5	15.6
精穀・製粉業		1,580	2,116	1,240	1,485	13.0	▲ 3.7	▲ 1.5	33.9	▲ 41.4	19.8
動植物油脂製造業		1,885	1,722	2,116	2,083	4.3	▲ 28.4	6.4	▲ 8.6	22.8	▲ 1.5
加工型		697	766	715	706	▲ 2.1	1.5	1.1	9.9	▲ 6.7	▲ 1.2
畜産食料品製造業		931	1,060	958	943	▲ 2.4	1.9	2.8	13.9	▲ 9.6	▲ 1.6
水産食料品製造業		601	673	603	602	▲ 2.5	▲ 1.8	▲ 0.2	12.0	▲ 10.4	▲ 0.2
野菜・果実等製造業		566	622	557	560	▲ 5.5	2.8	▲ 0.2	9.9	▲ 10.4	0.6
パン・菓子製造業		845	928	872	872	1.2	1.3	1.0	9.7	▲ 6.0	0.0
その他の食料品製造業		535	570	556	538	▲ 10.4	2.1	0.5	6.4	▲ 2.3	▲ 3.3
飲料		2,509	2,129	2,259	2,101	▲ 4.9	8.5	12.5	▲ 15.1	6.1	▲ 7.0
清涼飲料製造業		3,539	3,022	3,221	2,966	▲ 0.4	9.0	14.8	▲ 14.6	6.6	▲ 7.9
茶・コーヒー製造業		850	812	787	739	▲ 17.5	3.9	▲ 0.9	▲ 4.5	▲ 3.2	▲ 6.1
酒類		3,225	3,342	2,951	2,837	▲ 4.6	6.6	0.3	3.6	▲ 11.7	▲ 3.9
酒類製造業		3,225	3,342	2,951	2,837	▲ 4.6	6.6	0.3	3.6	▲ 11.7	▲ 3.9

資料:経済産業省「工業統計」より作成

食品製造業の労働生産性は、総じて、従業員規模が大きいほど高い

平成 24 年の食品製造業の労働生産性は、経済産業省「工業統計（産業編）」によれば、従業員数が「100 人～199 人」までは、規模が大きくなるにつれて高くなっているが、「200 人～999 人」では伸び率が停滞し、「1000 人以上」で再び、上昇している。このような労働生産性の従業員規模による差異は、毎年、同様な傾向となっている。

食品製造業の労働生産性は、素材型や加工型により、また、業種別により差異がみられる。4 区分業種類型別にみると、酒類、飲料、素材型、加工型の順で高くなっている。業種別にみると、清涼飲料製造業、酒類製造業、動植物油脂製造業、糖類製造業、調味料製造業、製穀・製粉製造業、畜産食料品製造業等の順で高くなっている。設備投資型で工場の規模が比較的大きい製造業主体となっている業種が高い傾向にある。

業種別の労働生産性は変動が大きく低迷している。この要因として、近年、原材料調達コストの変動が大きいことがあげられる。また、長期間にわたるデフレが持続するなかで食品小売市場では価格競争が激化し、販売単価の下落や売上高の低迷が一因となっている。

図1-30 食品製造業の生産性（平成24年、従業員規模別）

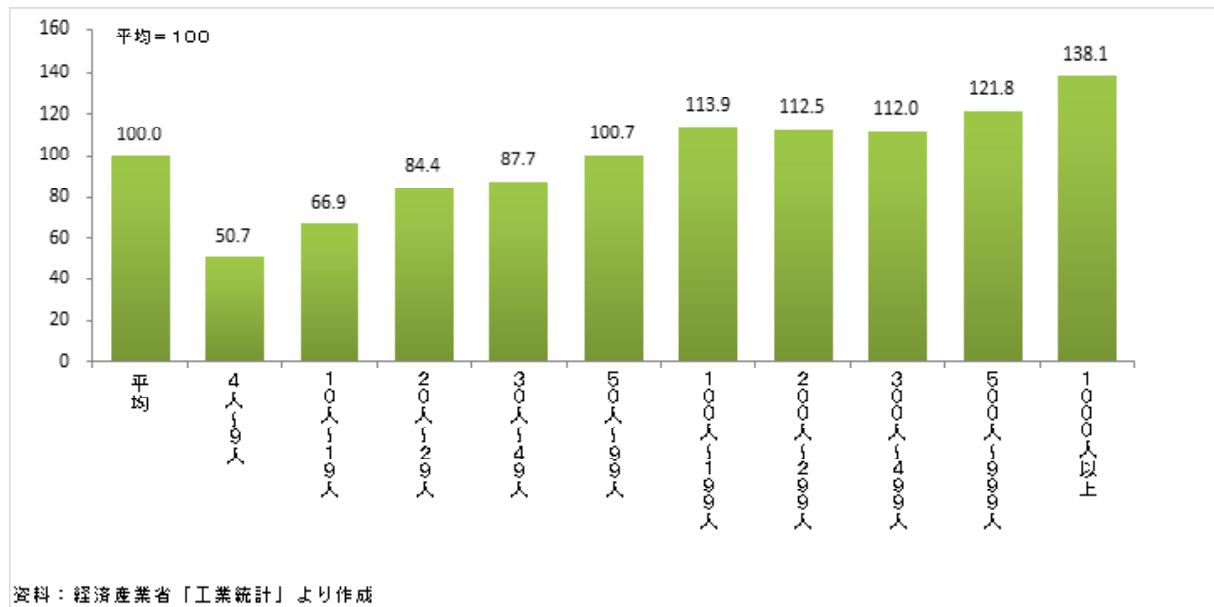
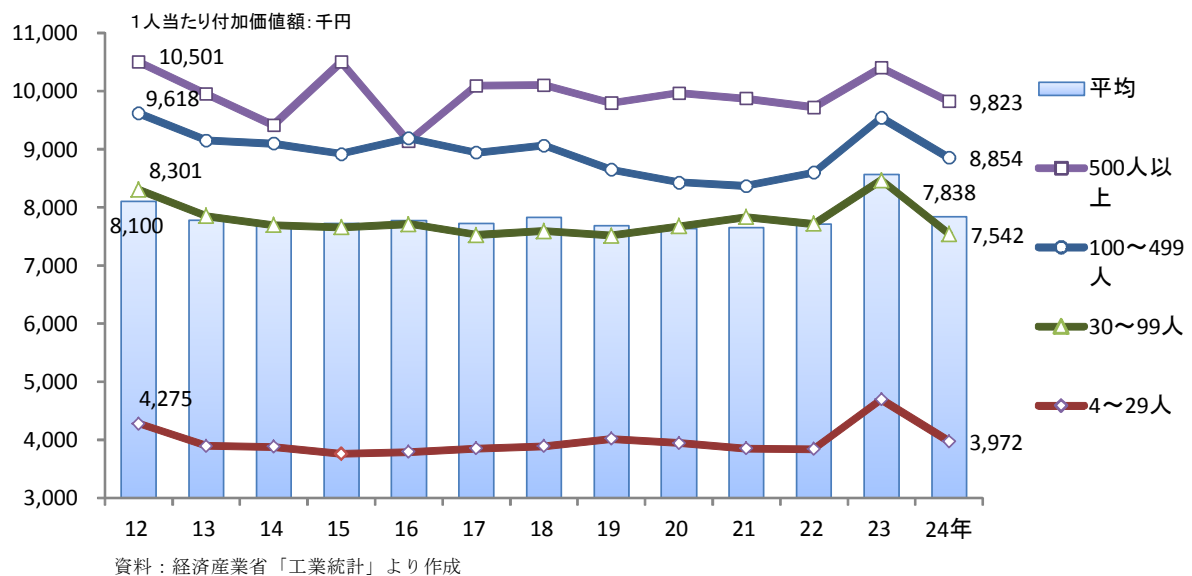
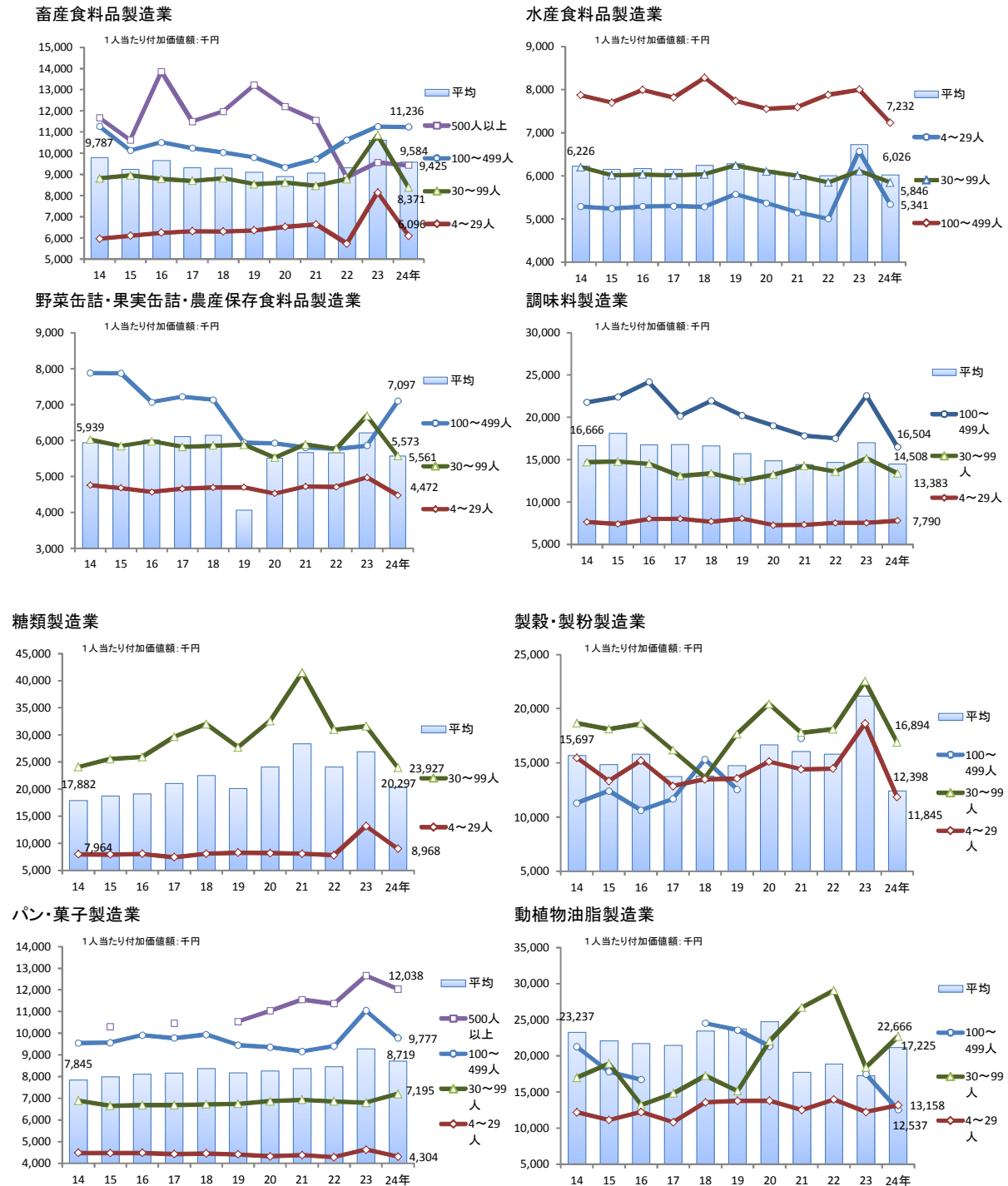


図1-31 食品製造業の生産性の推移



以下、業種別にみた労働生産性の推移は、次のとおり。

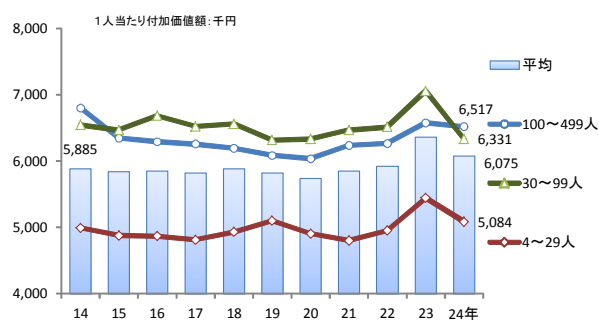
図1-32 食品製造業の生産性の推移（業種別）



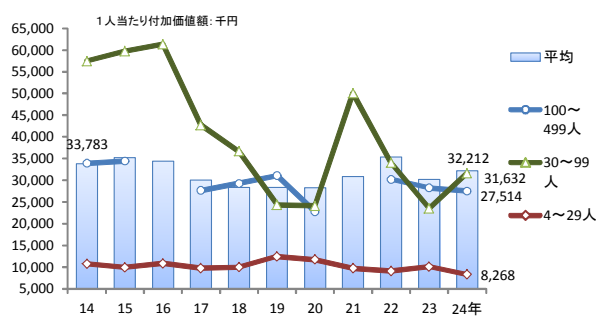
資料：経済産業省「工業統計」より作成

図1-33 つづき 食品製造業の生産性の推移（業種別）

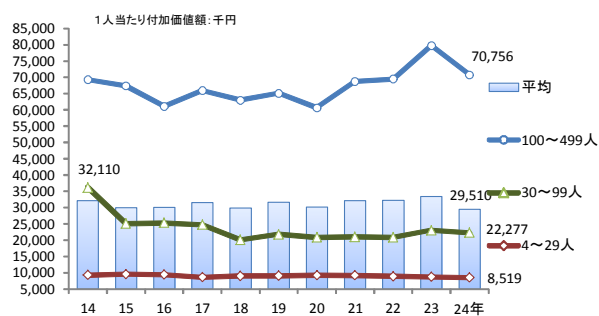
その他の食料品製造業



清涼飲料製造業



酒類製造業



資料：経済産業省「工業統計」より作成

注1：1人当たり付加価値額 = 付加価値額 ÷ 従業員数

注2：付加価値額（経済産業省「工業統計」参照）

（従業者30人以上）付加価値額 = 製造品出荷額等 + （製造品年末在庫額 - 製造品年初在庫額） + （半製品及び仕掛品年末価額 - 半製品及び仕掛品年初価額） - （消費税を除く内国消費税額 + 推計消費税額） - 原材料使用額等 - 減価償却額

（従業者29人以下）粗付加価値額 = 製造品出荷額等 - （消費税を除く内国消費税額 + 推計消費税額） - 原材料使用額等