

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

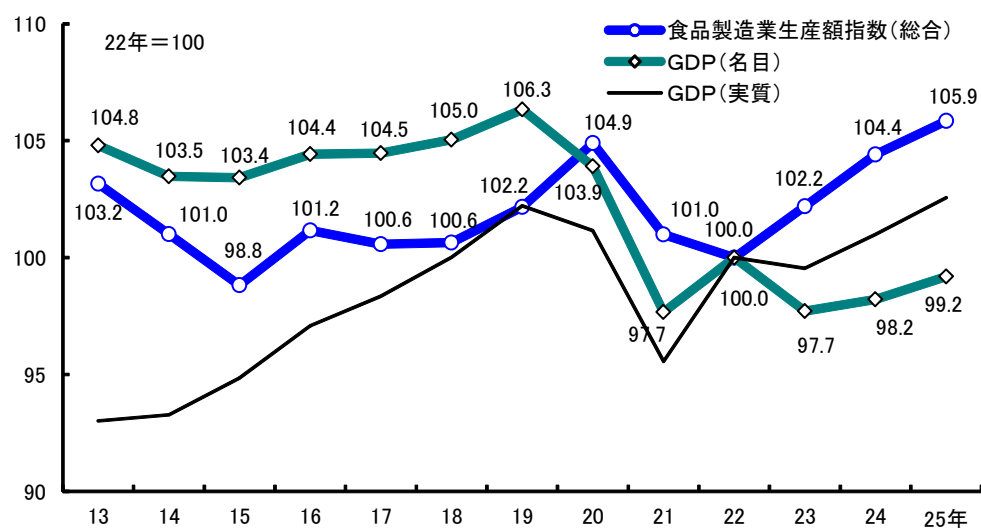
(1) 食品製造業の生産動向

平成25年の食品製造業生産額指数は対前年比1.4%とわずかに上昇、生産指数は同0.6%と前年並み

平成25年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、105.9で、対前年比1.4%とわずかに上昇した。平成23年は生産指数は減少したものの、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、わずかな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、102.3で、対前年比0.6%と前年並みとなった。加工食品のうち、調理食品、製穀粉・同加工品、水産食料品、食用油・同加工品が増加した。

図1-1 食品製造業生産額指数（推計）とGDPの推移

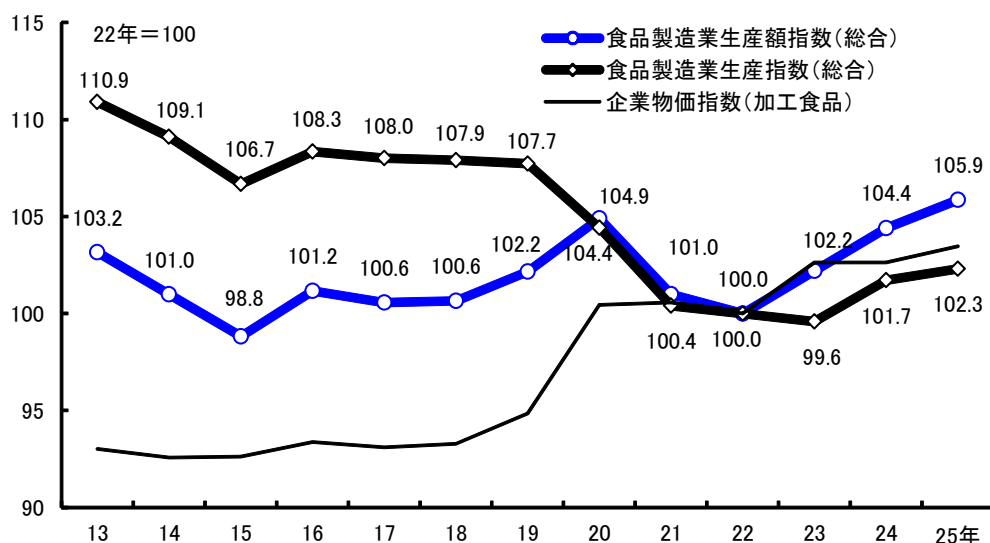


資料：内閣府「国民経済計算」より算出

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



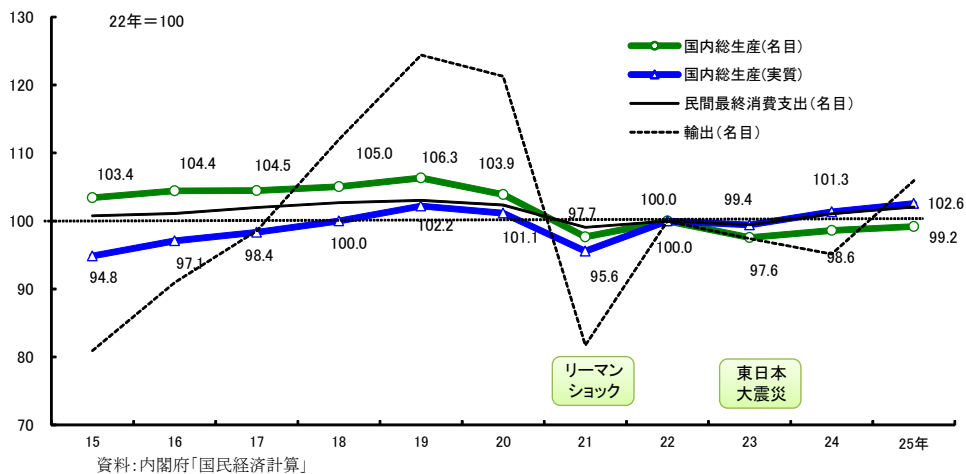
資料：日本銀行「企業物価指数」

(2) 食品製造業をめぐる経済動向

平成25年日本経済は輸出が回復し、個人消費も堅調な動き

内閣府「国民経済計算」によれば、平成25年の日本の名目GDP（国内総生産）は478兆448億円で対前年比0.6%と前年並みとなった。実質GDPは対前年比で1.2%の増加となった。平成25年の日本経済は、年前半は金融政策・経済対策等を背景に輸出が回復し、また、個人消費の改善にも支えられ、景気は回復局面に転じている。年後半は輸出が伸び悩んでいるものの、企業収益が改善している。雇用が改善し、個人消費も堅調となっている。

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25年の日本経済>

- ・ 25年の景気は回復局面に
- ・ 輸出は春頃まで持ち直してきたが、その後は弱含み
- ・ 一部の中小製造業では生産の回復に遅れ
- ・ 企業収益は円安方向への動きを背景に増加
- ・ 設備投資は弱含み
- ・ 個人消費は春頃にかけて大きく増加し、その後も持ち直し傾向を維持

資料：内閣府「日本経済2013－2014」より

<平成25年12月の経済月例報告>

- ・ 輸出は、弱含んでいる。生産は、緩やかに増加している。
- ・ 企業収益は、改善している。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 企業の業況判断は、幅広く改善している。
- ・ 雇用情勢は、改善している。
- ・ 個人消費は、持ち直している。
- ・ 物価は、底堅く推移している。

資料：内閣府「月例経済報告平成25年12月」より

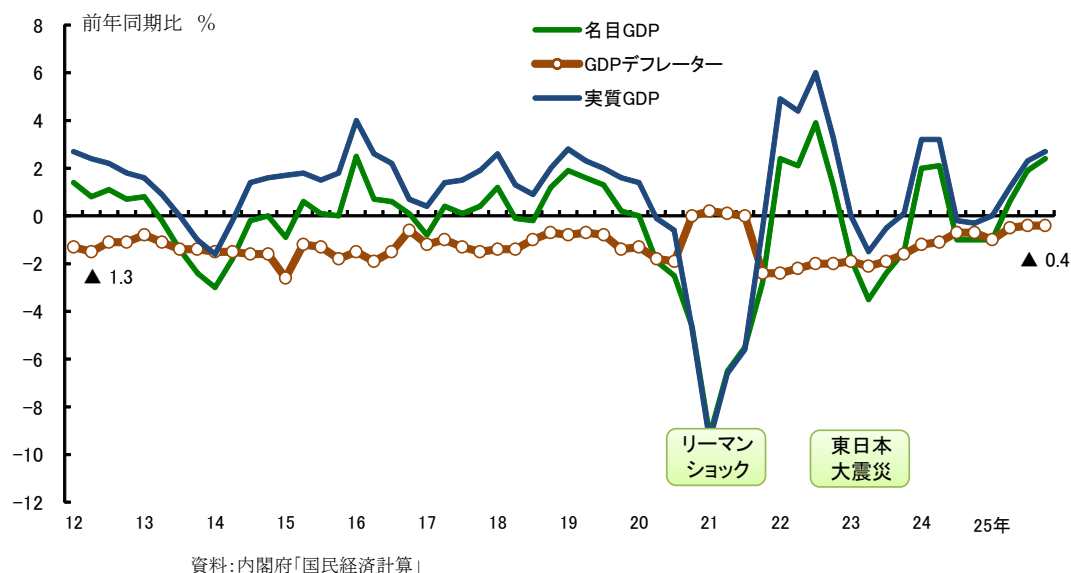
デフレ脱却に向けて動き

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いる。

しかし、消費者物価は、持続的な下落が止まり、年後半から上昇に転じている。平成 25 年における食料品の輸入物価や企業物価についてみると、対前年比で上昇している。また、生鮮品を除く、食料品の消費者物価は年後半には上昇傾向で推移している。

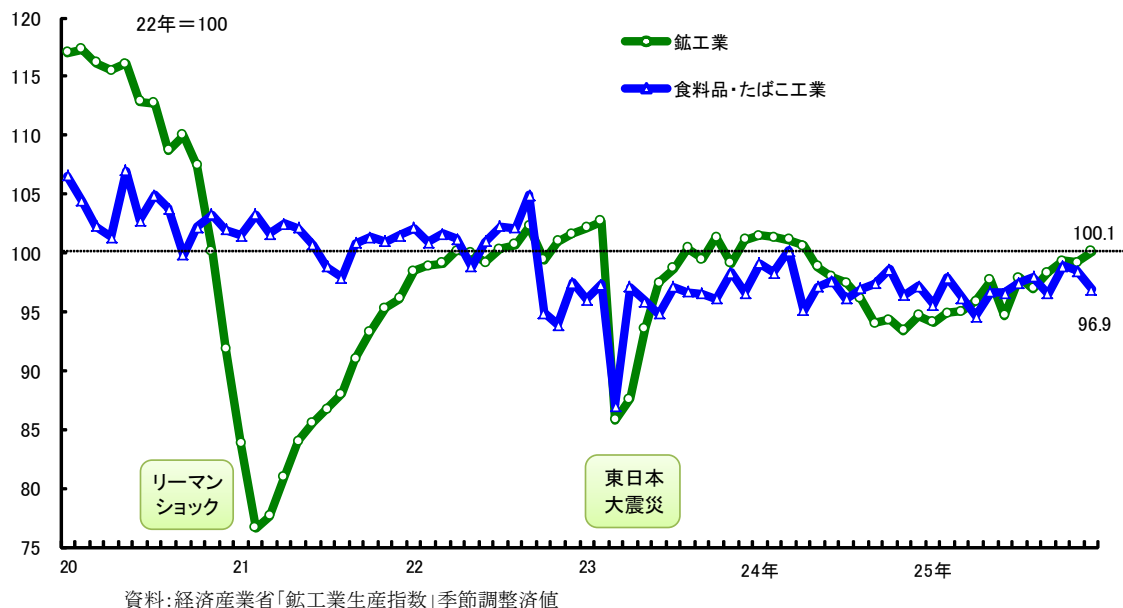
図1-4 名目GDPとGDPデフレータの推移



鉱工業の生産は25年は改善傾向で推移、うち、食料品の生産は概ね横ばい

鉱工業の生産動向によれば、平成 23 年の東日本大震災以降徐々に回復したものの、平成 24 年後半から、海外景気の鈍化などを背景に輸出が低迷し、低下した。平成 25 年に入り改善傾向で推移している。うち、平成 25 年の食料品・たばこ工業は、対前年比で変動を繰り返しながら概ね横ばいで推移している。

図1-5 鉱工業生産指数の推移

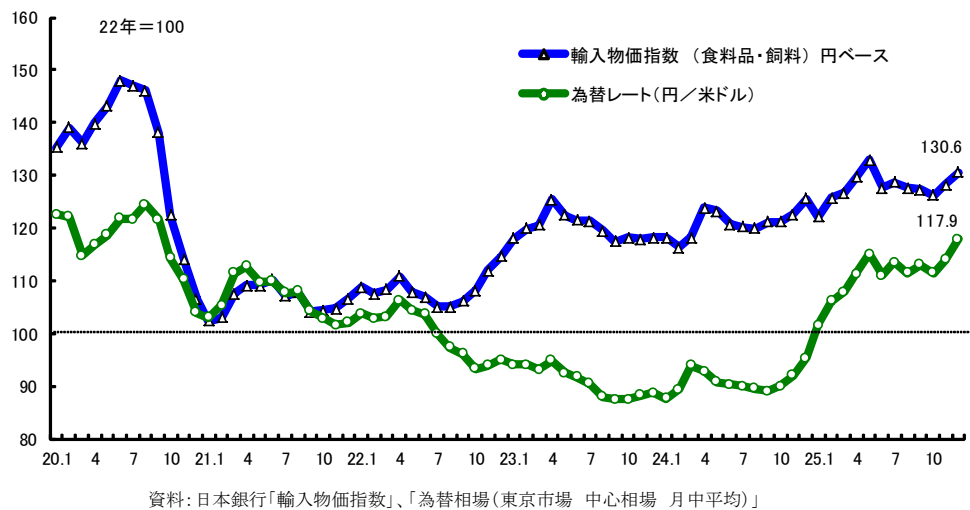


(3) 物価の変動

平成25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年に入り、上昇するが、その後は主要穀物価格の下落などにより、やや落ち着きをみせている。平成25年は横ばいで推移していたが、年後半には米ドル高円安を背景に上昇局面に転じている。なお、食料品・飼料の輸入物価は、平成24年が対前年比0.7%であったが、平成25年は同5.7%とやや上昇した。

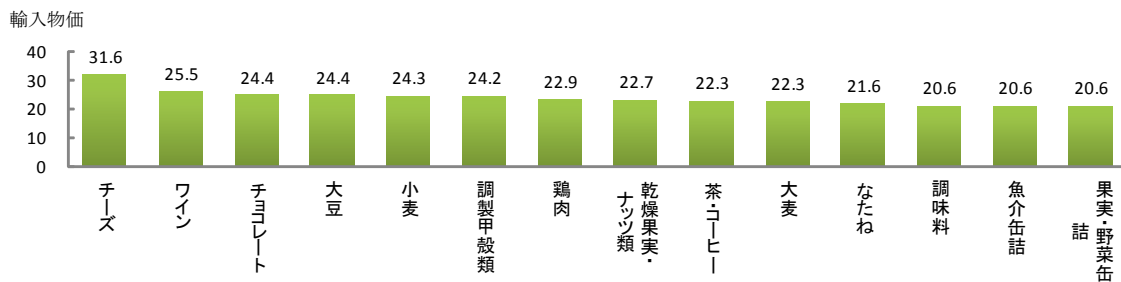
図1-6 加工食品の輸入物価指数と為替レート指数の推移



平成25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、チーズ、ワイン、チョコレート、大豆、小麦、調製甲殻類、鶏肉、乾燥果実・ナッツ類、茶・コーヒー、大麦、なたね、調味料、魚介缶詰、果実・野菜缶詰等の順となっている。

図1-7 平成25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：%



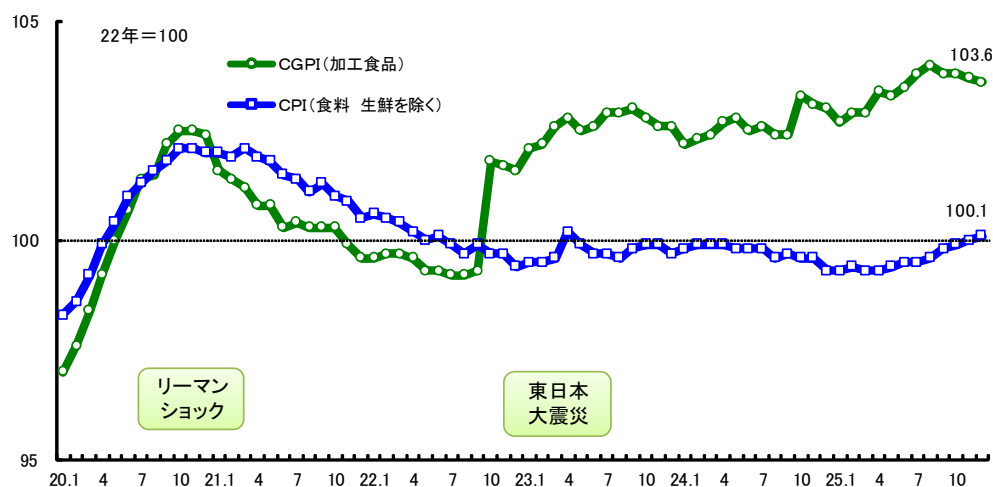
平成25年における加工食品の企業物価は横ばい、消費者物価は上昇傾向

近年、加工食品の企業物価は、米ドル高円安等を背景とした輸入原料の上昇、不漁等による魚価の高騰から上昇水準となっているものの、平成25年は対前年比0.8%で前年並みとなっている。

一方、食料（生鮮を除く）の消費者物価指数をみると、平成23年からは概ね横ばいで推移していた。平成24年後半から平成25年前半にかけて低下傾向で推移していたが、同年後半以降、

上昇局面に転じている。なお、平成 25 年は対前年比で▲ 0.1 %と前年並みになった。

図1-8 食品の企業物価指数、消費者物価指数の推移

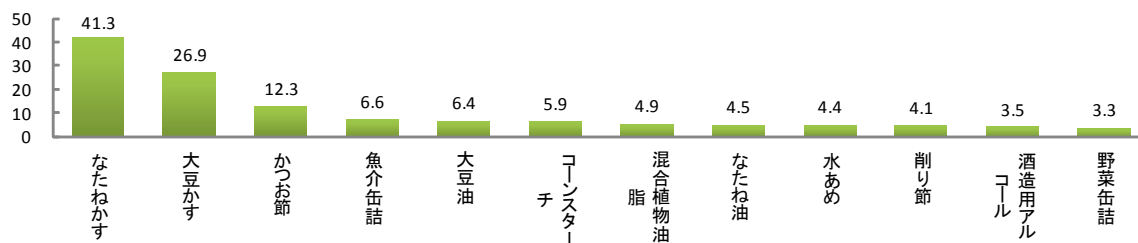


資料:総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

平成 25 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、なたねかす、大豆かす、かつお節、魚介缶詰、大豆油、コーンスターチ、混合植物油脂、なたね油、水あめ、削り節、酒造用アルコール、野菜缶詰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：%

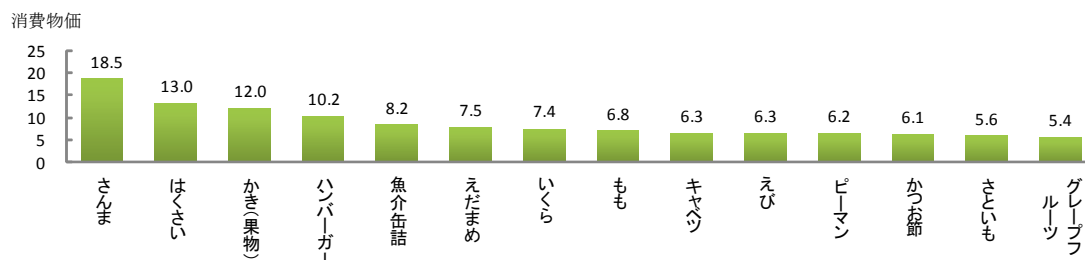


資料:日本銀行「企業物価指数」

平成 25 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、さんま、はくさい、かき（果物）、ハンバーガー、魚介缶詰、えだまめ、いくら、もも、キャベツ、えび、ピーマン、かつお節、さといも、グレープフルーツ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：%



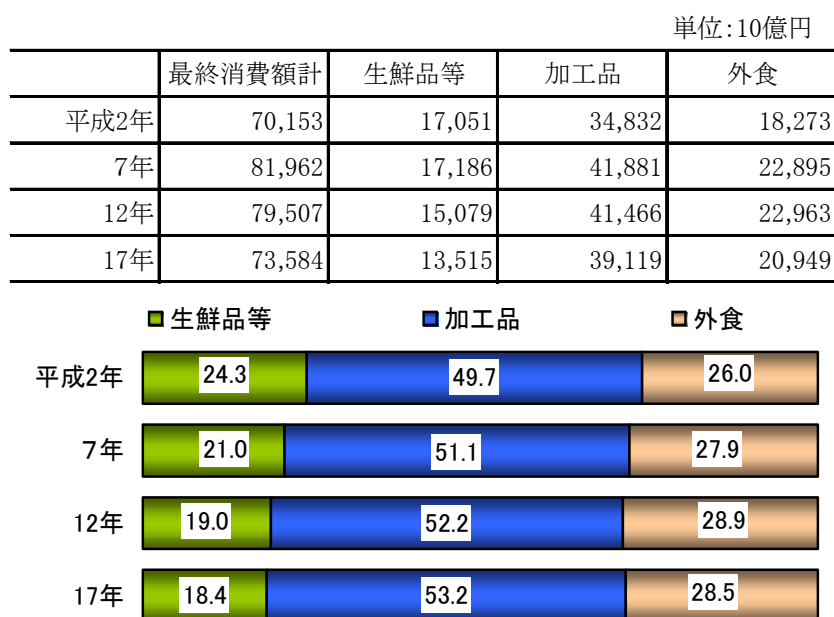
資料:総務省「消費者物価指数」

(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。

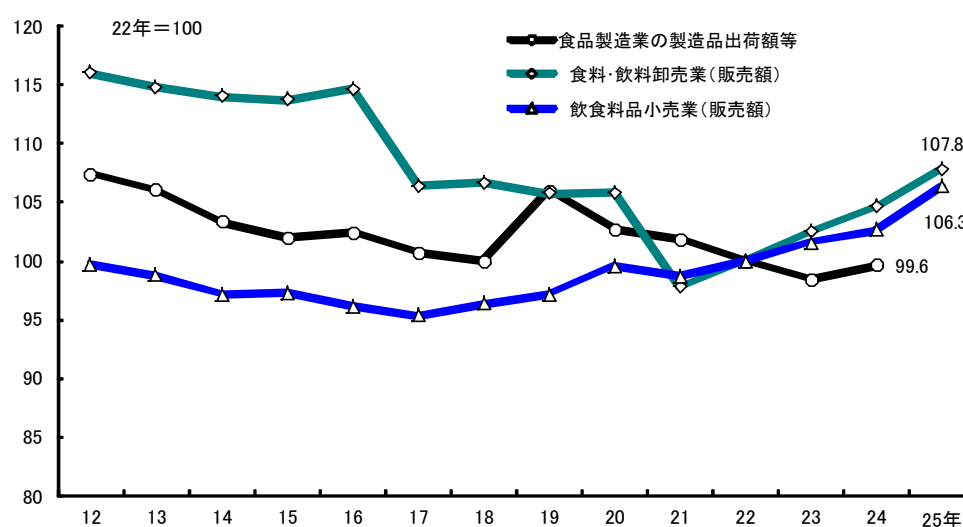
平成24年の食品製造業の出荷額はわずかに増加、平成25年の食品卸売業及び食品小売業の販売額はやや増加

食品製造業の製造品出荷額等は、平成 24 年が 28 兆 6 千億円で、対前年比 1.2 %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 年の 28 兆 2 千億円から、徐々に回復している。

食料・飲料卸売業の販売額は、平成 21 年以降、増加で推移しており、平成 25 年は 41 兆 3 千億円で、対前年比 3.1 %とやや増加した。特にコンビニエンスストア（以下、CVS という）の売上増加など小売業への卸売額増加が寄与しているとみられる。

飲食料品小売業の販売額は、平成 21 年以降、増加で推移しており、平成 25 年は 44 兆 6 千億円で対前年比 3.6 %とやや増加した。特に CVS の売上増加が寄与している。

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		413,360	446,190		107.8	106.3

資料：経済産業省「商業販売統計」、「工業統計」

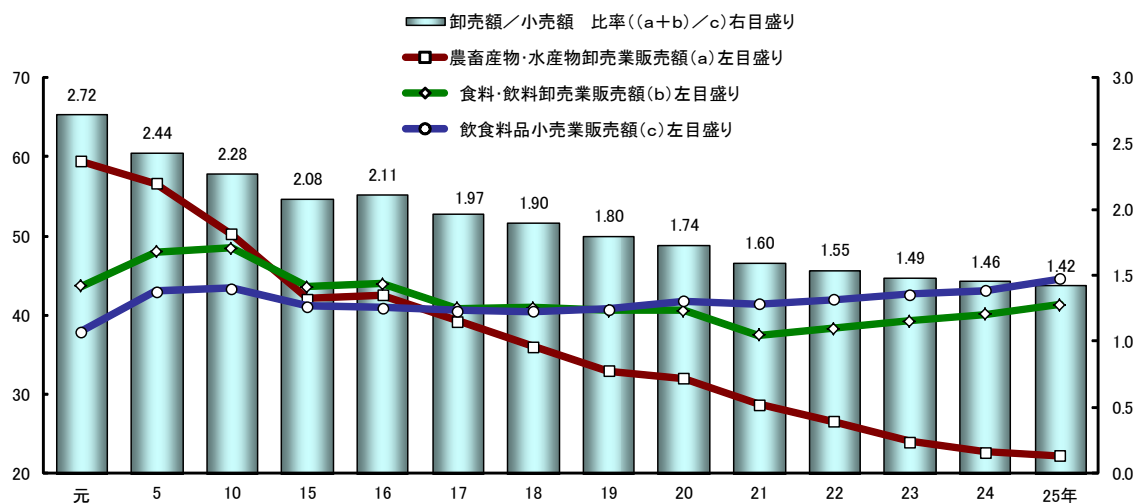
W/R比率が低下し、食料品の流通効率化が進む

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 25 年には 1.42 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。また、市場流通に比べて経路がシンプルである輸入品が増加してい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進行している。

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」

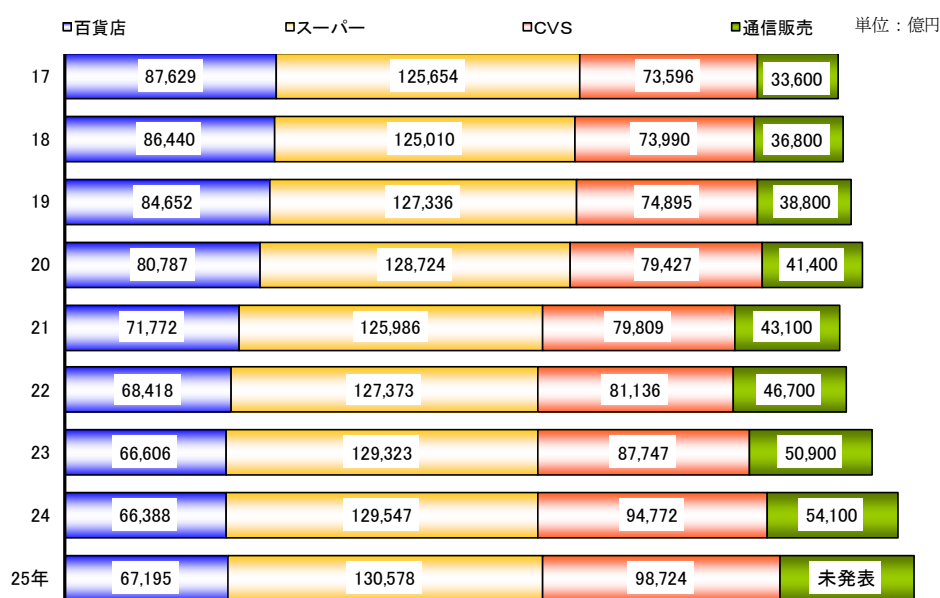
（５）小売業の構造変化

平成25年小売業のうち、４業態の販売額は百貨店がわずかに増加、スーパーが横ばい、CVS及び通信販売（平成24年）が堅調

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24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、34兆円5千億円で対前年比3.1％とやや増加となっている。

業態別にみると、平成25年度は百貨店は6兆7千億円で対前年比1.2％とわずかに増加、スーパーマーケットは13兆1千億円で同0.8％と前年並み、CVSは9兆9千億円で同4.2％とやや増加、また、通信販売の平成24年販売額は5兆4千億円で同6.3％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百貨店の低迷に対し、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３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」、社団法人日本通信販売協会

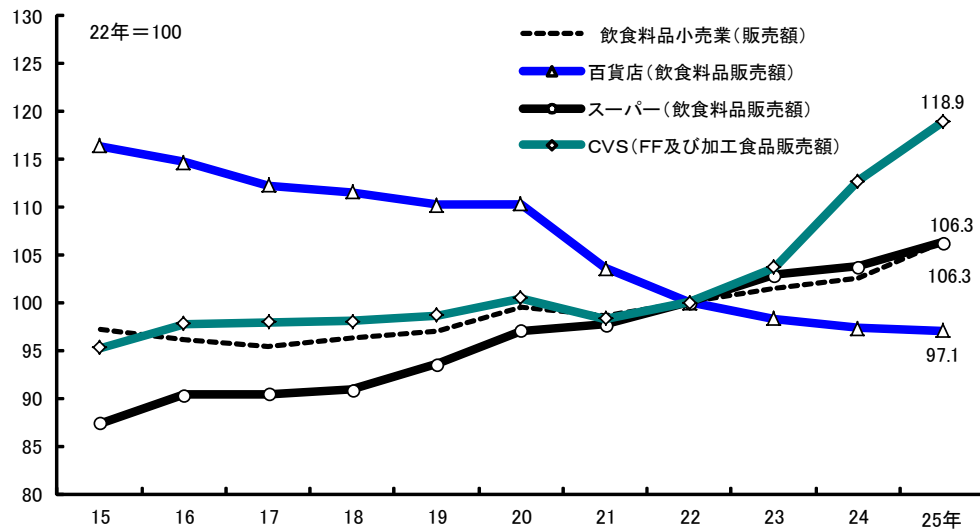
平成25年飲食料品の販売額は、百貨店が前年並み、スーパー及びCVSが増加

小売業販売額のうち、飲食料品についてみると、平成25年が44兆6千億円で対前年比3.6％とやや増加している。

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、平成25年が1兆9千万円で対前年比▲0.2％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8兆7千億円で2.3％とわずかに増加、CVS（日配食品及び加工食品の合計）が年々増加で推移し、同6兆1千億円で5.5％とやや増加している。このように飲食料品販売額は、百貨店及びスーパーマーケットと比較すると、CVSの増加が顕著となっている。近年、CVSは品質志向タイプ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、店舗数も増加している。

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の飲食料品販売額の推移

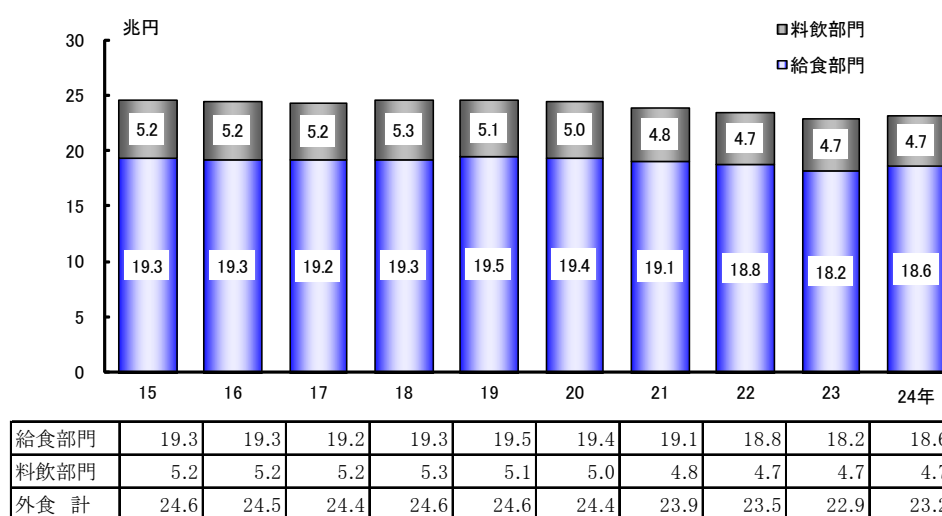
	飲食料品の販売額				飲食料品の販売額				22年=100
	小売業計	うち、百貨店	うち、スーパー	うち、CVS	小売業計	うち、百貨店	うち、スーパー	うち、CVS	
15年	408,200	22,920	71,892	49,159	97.2	116.4	87.5	95.2	
16年	403,450	22,597	74,282	50,451	96.1	114.7	90.4	97.7	
17年	400,220	22,109	74,336	50,570	95.3	112.3	90.4	98.0	
18年	404,470	21,972	74,714	50,631	96.4	111.6	90.9	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	
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24年の外食産業市場規模は、対前年比でわずかに増加

平成24年の外食産業の市場規模は、食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」によれば、23兆2千億円で対前年比1.5%とわずかに増加した。内訳についてみると、給食部門が18兆6千億円で対前年比2.1%とわずかに増加、料飲部門が4兆7千億円で同▲1.1%とわずかに減少している。平成15年対比でみると、外食市場規模は▲7.1%とかなりの程度減少している。近年における景気後退を背景とした客単価の低迷、中食（惣菜・弁当）市場の拡大などが要因とみられる。外食と惣菜の市場規模を比較してみると、外食は緩やかに減少しているのに対し、惣菜は緩やかに増加している（図1-16、図1-17）。

図1-16 外食産業の市場規模の推移



資料：財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」

平成25年の外食チェーンの業態別の売上は、対前年比で前年並み

外食チェーン企業の平成25年度の業態別売上高は、（社）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%と減少、ファミリーレストランが同0.6%と前年並み、パブレストラン/居酒屋が同▲3.0%と減少、ディナーレストランが同▲3.0%と減少、喫茶が同▲2.1%と減少、その他が同1.4%の増加となっている。

表1-4 外食産業の業態別売上動向の推移

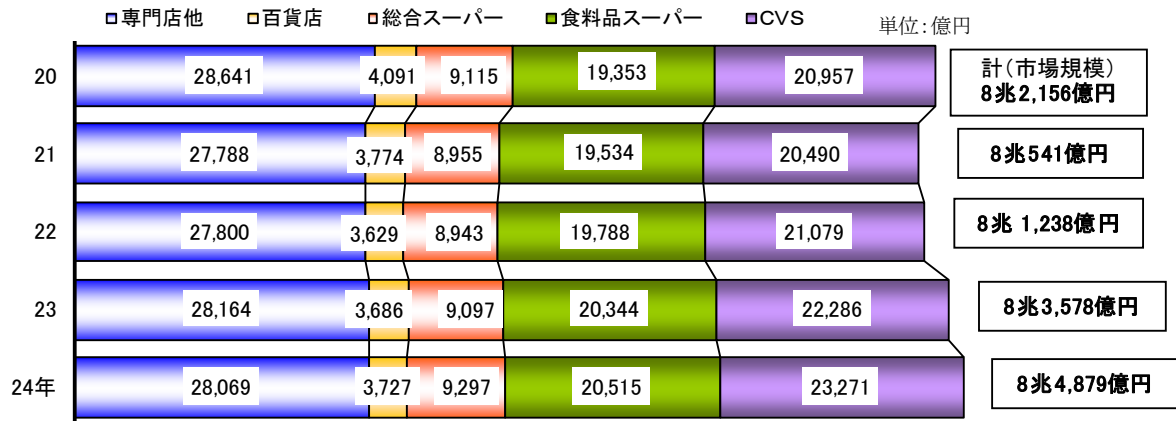
年次	売上高指数（22年＝100）				対前年増減率 %			
	22年	23年	24年	25年	22年	23年	24年	25年
計	100.0	98.3	101.1	100.2	2.2	▲1.7	2.8	▲0.9
ファーストフード	100.0	97.9	99.0	97.5	2.2	▲2.1	1.2	▲1.6
ファミリーレストラン	100.0	99.1	103.4	104.0	1.7	▲0.9	4.4	0.6
パブレストラン/居酒屋	100.0	98.3	102.4	99.3	▲1.8	▲1.7	4.2	▲3.0
ディナーレストラン	100.0	99.9	106.7	103.4	0.2	▲0.1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

資料：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24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24年販売額は8兆5千億円で対前年比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▲0.3%で前年並み、百貨店が同1.1%でわずかに増加、総合スーパーが同2.2%でわずかに増加、食料品スーパーが同0.8%で前年並み、CVSが同4.4%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）



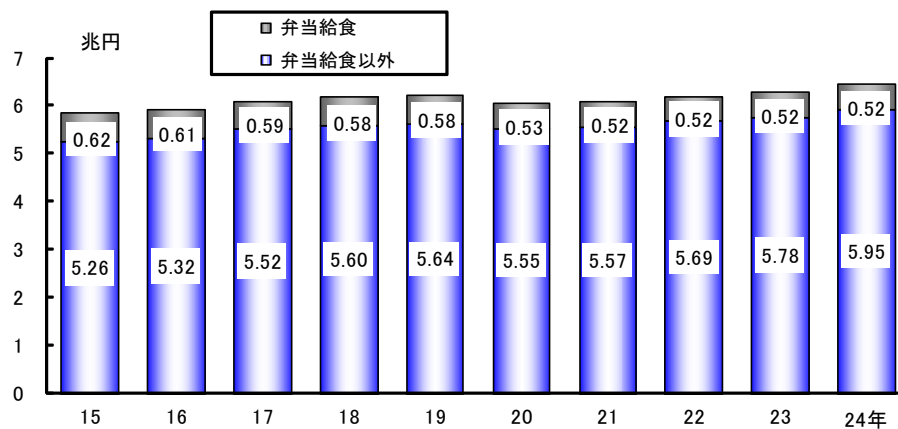
資料：社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」。平成24年は見込額

平成24年の料理品（惣菜・弁当）小売業販売額は対前年比でわずかに増加

惣菜・弁当の料理品小売業平成24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2.7%とわずかな増加となっている。うち、弁当給食以外が6兆円で対前年比2.9%の増加、弁当給食が5千億円で▲0.2%と前年並みになっている。

料理品小売業販売額は、平成20年以降、経済危機の影響による個人消費の低迷から減少したが、その後は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



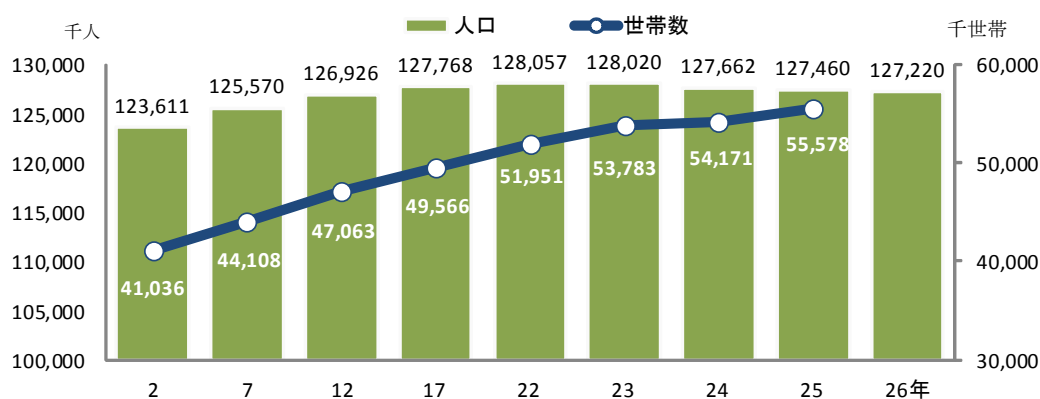
資料：財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」

（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、世帯数は急速に増加

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。しかし、それ以降、わずかな減少に転じており、平成 26 年 1 月の人口は 1 億 2,722 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、世帯数は急速に増加しており、平成 25 年には 5,500 万世帯を超えている。

図1-19 人口の推移

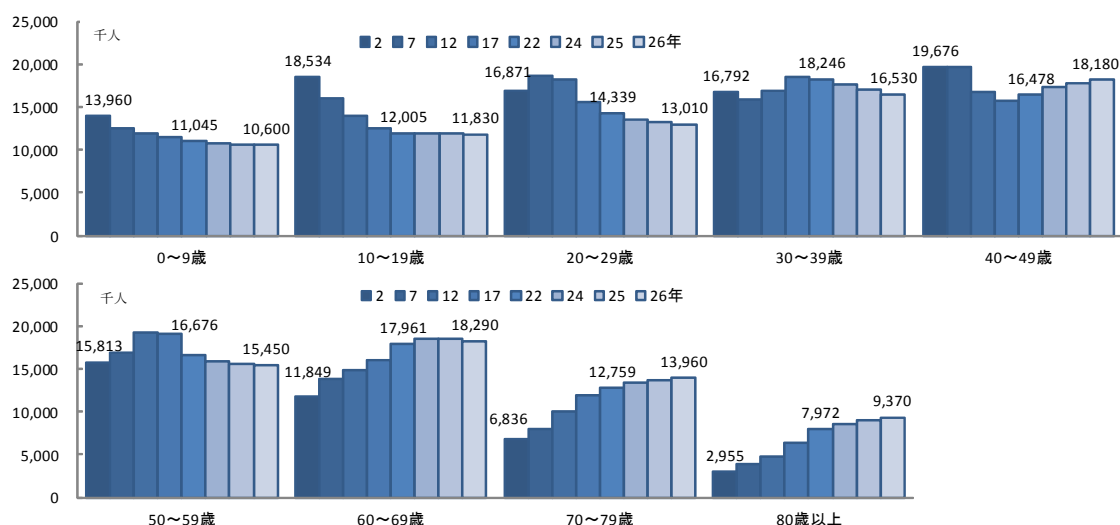


資料：総務省「国勢調査」、「人口推計月表」、「住民基本台帳」より作成。

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 25 年についてみると、「0～9 歳」は対前年同月比▲ 0.7 %、「10～19 歳」が同▲ 0.7 %、「20～29 歳」が同▲ 1.9 %と減少し、一方、「70～79 歳」が同 2.1 %、「80 歳以上」が同 3.8 %の増加となった。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25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、寄宿舍、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、弁当・惣菜製造小売業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

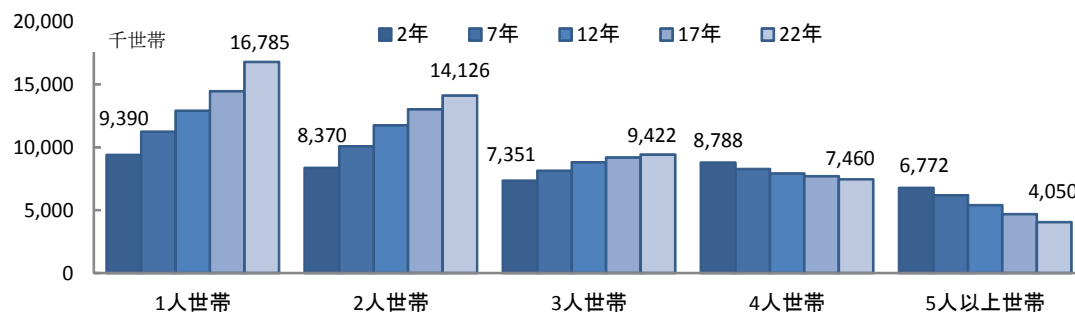
世帯の家族類型	実数（千世帯）				構成比（%）			
	7年	12年	17年	22年	7年	12年	17年	22年
総数	43,900	46,782	49,063	51,842	100.0	100.0	100.0	100.0
単身世帯	11,239	12,911	14,457	16,785	25.6	27.6	29.5	32.4
うち、65歳以上	2,202	3,032	3,865	4,791	5.0	6.5	7.9	9.2
核家族世帯	25,703	27,273	28,327	29,207	58.5	58.3	57.7	56.4
うち、夫婦のみの世帯	7,606	8,823	9,625	10,244	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24年度の1人当たり供給量は減少傾向

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、11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（塩干・くん製他）、しょうゆ、みそ、米、大豆、飲用向け牛乳、でんぷん等の順となっている。

また、平成24年度は、対前年度比で脱脂粉乳、みそ、魚介類、（塩干・くん製他）、しょうゆ、米、でんぷん、牛肉、大豆、飲用向け牛乳等が減少している。一方、増加したのはばれいしょ、鶏肉、チーズ、野菜、果実、魚介類（生鮮・冷凍）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									前年度増減率					
	17	18	19	20	21	22	23	24年度	24-22 年度	20	21	22	23	24年度	24/22 年度
	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	%	%	%	%	%	%
米	61.4	61.0	61.4	59.0	58.5	59.5	57.8	56.3	▲ 3.2	▲ 3.9	▲ 0.8	1.7	▲ 2.9	▲ 2.6	▲ 5.4
小麦	31.7	31.8	32.3	31.1	31.8	32.7	32.8	32.9	0.2	▲ 3.7	2.3	2.8	0.3	0.3	0.6
ばれいしょ	14.8	15.0	15.9	15.3	14.0	15.0	15.0	16.4	1.4	▲ 3.8	▲ 8.5	7.1	0.0	9.3	9.3
でんぷん	17.5	17.6	17.5	16.9	16.4	16.7	16.8	16.4	▲ 0.3	▲ 3.4	▲ 3.0	1.8	0.6	▲ 2.4	▲ 1.8
大豆	6.8	6.8	6.8	6.7	6.5	6.3	6.2	6.1	▲ 0.2	▲ 1.5	▲ 3.0	▲ 3.1	▲ 1.6	▲ 1.6	▲ 3.2
野菜	96.3	94.9	94.5	94.2	91.7	88.3	91.1	93.2	4.9	▲ 0.3	▲ 2.7	▲ 3.7	3.2	2.3	5.5
果実	43.1	40.0	41.2	40.1	39.3	36.5	37.3	38.1	1.6	▲ 2.7	▲ 2.0	▲ 7.1	2.2	2.1	4.4
牛肉	5.6	5.5	5.7	5.7	5.9	5.9	6.0	5.9	0.0	0.0	3.5	0.0	1.7	▲ 1.7	0.0
豚肉	12.1	11.5	11.6	11.7	11.5	11.7	11.9	11.8	0.1	0.9	▲ 1.7	1.7	1.7	▲ 0.8	0.9
鶏肉	10.5	10.8	10.7	10.8	11.0	11.4	11.4	12	0.6	0.9	1.9	3.6	0.0	5.3	5.3
鶏卵	16.6	16.7	17.1	16.8	16.5	16.6	16.6	16.7	0.1	▲ 1.8	▲ 1.8	0.6	0.0	0.6	0.6
飲用向け牛乳	36.7	35.8	34.9	34.2	32.7	31.8	31.6	31.1	▲ 0.7	▲ 2.0	▲ 4.4	▲ 2.8	▲ 0.6	▲ 1.6	▲ 2.2
脱脂粉乳	1.5	1.4	1.5	1.2	1.2	1.3	1.2	1.1	▲ 0.2	▲ 20.0	0.0	8.3	▲ 7.7	▲ 8.3	▲ 15.4
チーズ	1.9	2.0	2.1	1.7	1.9	1.9	2.1	2.2	0.3	▲ 19.0	11.8	0.0	10.5	4.8	15.8
バター	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.7	0.6	0.6	▲ 0.1	▲ 14.3	0.0	16.7	▲ 14.3	0.0	▲ 14.3
魚介類 (生鮮・冷凍)	14.9	13.3	13.3	13.4	11.3	11.7	11.4	11.6	▲ 0.1	0.8	▲ 15.7	3.5	▲ 2.6	1.8	▲ 0.9
魚介類 (塩干・くん製他)	18.2	18.0	17.3	16.7	17.4	16.5	15.9	15.3	▲ 1.2	▲ 3.5	4.2	▲ 5.2	▲ 3.6	▲ 3.8	▲ 7.3
砂糖類	19.9	19.5	19.8	19.2	19.3	18.9	18.9	18.8	▲ 0.1	▲ 3.0	0.5	▲ 2.1	0.0	▲ 0.5	▲ 0.5
植物油脂	13.5	13.5	13.4	13.0	12.3	12.7	12.7	12.8	0.1	▲ 3.0	▲ 5.4	3.3	0.0	0.8	0.8
動物油脂	1.1	1.1	1.0	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.0	▲ 20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
みそ	3.9	3.9	3.8	3.6	3.5	3.6	3.6	3.4	▲ 0.2	▲ 5.3	▲ 2.8	2.9	0.0	▲ 5.6	▲ 5.6
しょうゆ	7.2	7.3	7.2	6.7	6.6	6.5	6.3	6.1	▲ 0.4	▲ 6.9	▲ 1.5	▲ 1.5	▲ 3.1	▲ 3.2	▲ 6.2

資料：農林水産省「食料需給表」

平成25年の勤労者世帯の消費支出は対前年比でわずかに増加、食品消費もわずかに増加し、エンゲル係数は同前年並み

勤労者世帯の平成 25 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 4 千円で対前年比 1.0 %とわずかに増加している。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 25 年も 31 万 9 千円で対前年比 1.7 %とわずかに増加している。

うち、平成 25 年の食品消費は 7 万 1 千円で対前年比 1.6 %とわずかに増加している。

また、平成 25 年の実収入、消費支出、食品消費は、平成 22 年対比ではそれぞれ、0.6 %、0.3 %、1.4 %となっている。いずれも平成 24 年よりは上回っており、徐々にではあるが、回復の兆しが見える。

平成 25 年のエンゲル係数は、22.1 %で前年並みとなっている。

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

単位:円、%

	実収入	消費支出			エンゲル係数
			食品消費	食品以外	
5年	570,545	355,276	82,477	272,799	23.2
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

資料:総務省「家計調査 勤労者世帯全国」より作成

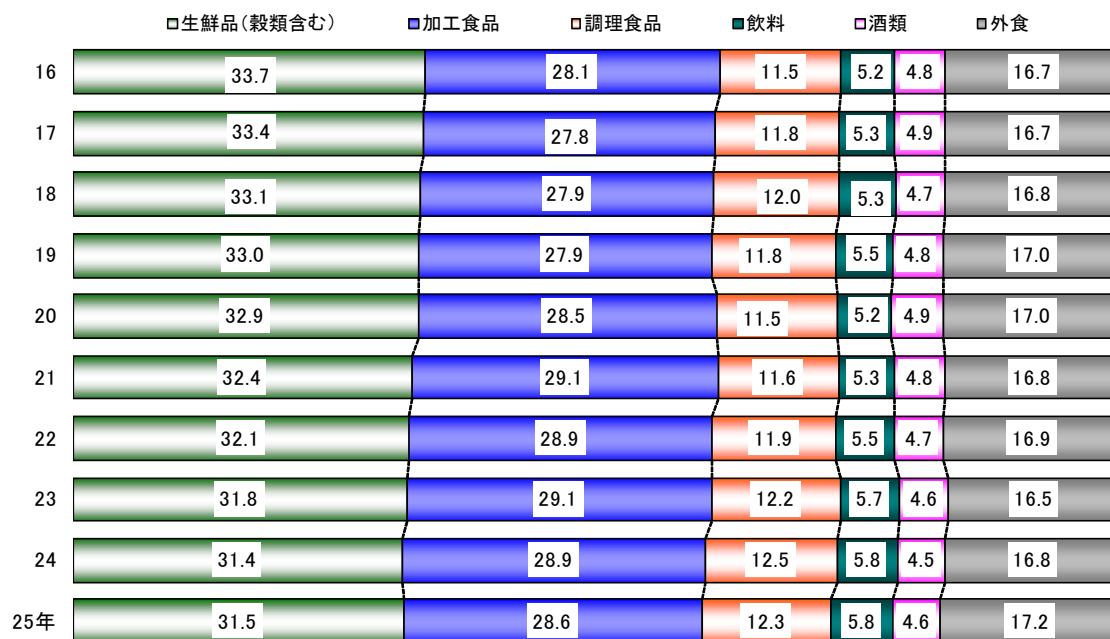
平成25年の1世帯当たり食料品・外食支出額は対前年比で生鮮品、飲料、酒類、外食がわずかに増加

平成 25 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 2.2 %、加工食品が 0.6 %、調理食品が 0.4 %、飲料が 1.8 %、酒類が 4.3 %、外食が 4.6 %の増加となっている。

また、これらの構成比は、生鮮品（穀類含む）が 31.5 %、加工食品が 28.6 %、調理食品が 12.3 %、飲料が 5.8 %、酒類が 4.6 %、外食が 17.2 %となっている。

平成 16 年以降の構成比の推移についてみると、外食が概ね横ばいで推移するなか、生鮮品が低下し、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1-22 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

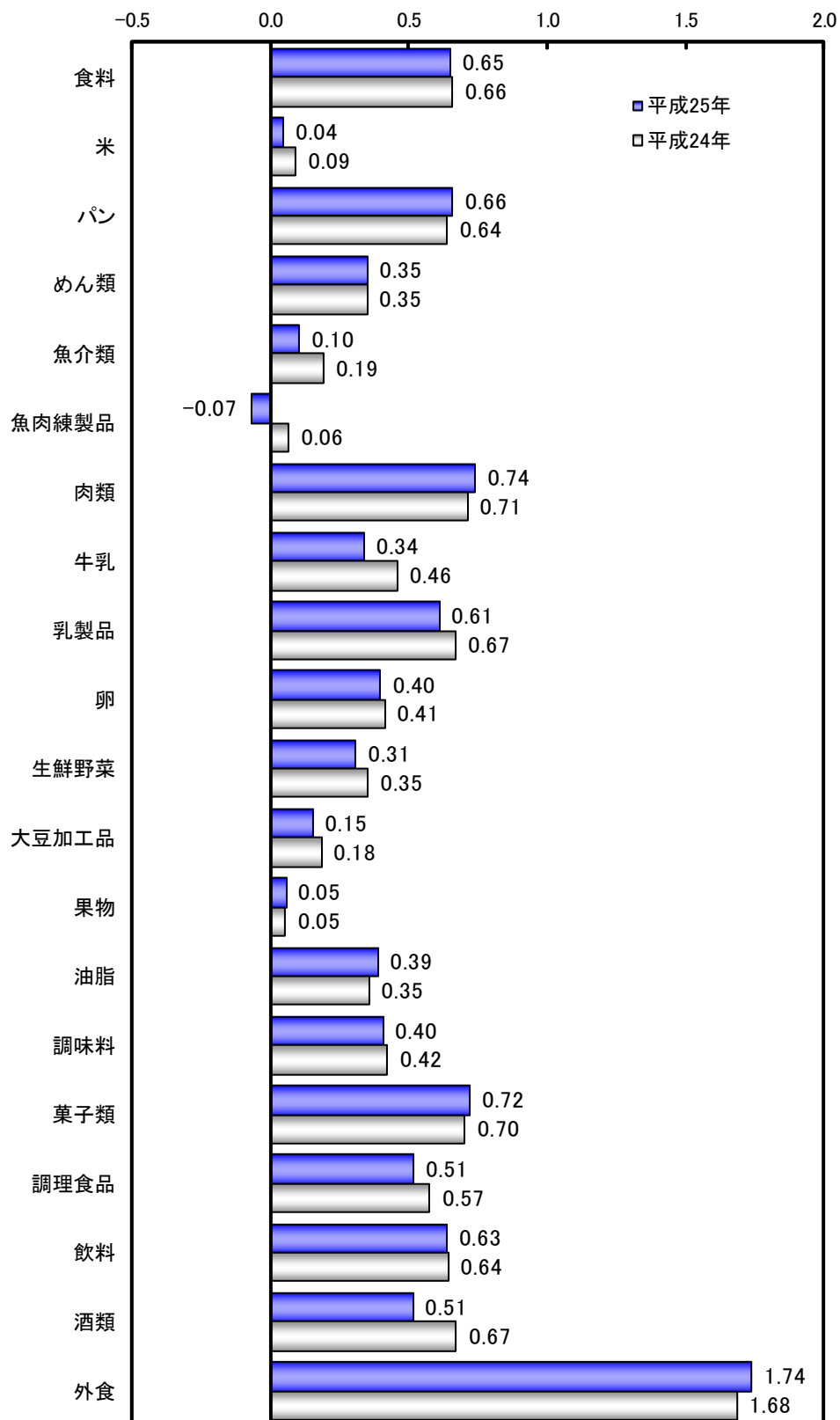
平成25年の食料品の支出弾力性が高いのは、外食、次いで肉類、菓子類、パン、飲料

平成25年の食料品の支出弾力性は、総務省「家計調査」によれば、0.65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。なお、外食のように1.00を上回り、弾力性の値が大きいほど、消費支出総額が伸びるときに支出が大きく伸びるものは、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1.74、次いで肉類が0.74、菓子類が0.72、パンが0.66、飲料が0.63、乳製品が0.61、調理食品及び酒類がともに0.51となっている。

一方、最も小さいのは魚介練製品で▲0.07、次いで米が0.04、果物が0.05となっている。

図1-23 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

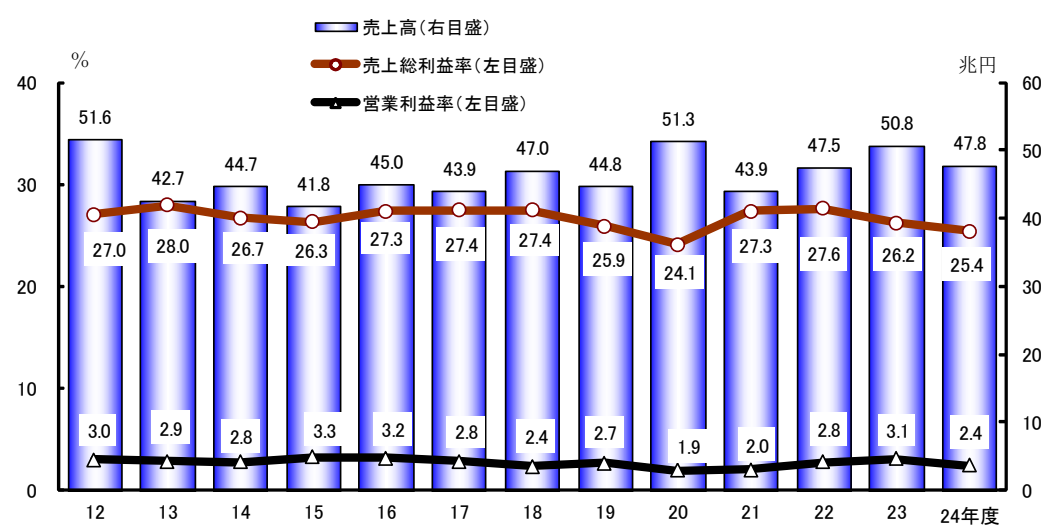
(1) 食品製造業の経営動向

平成24年度食品製造業における売上総利益率、営業利益率は悪化

平成 24 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、47 兆 8 千億円で対前年比▲ 5.9 %とやや減少し、平成 23 年度までの増加傾向から減少に転じた。

売上総利益率は 25.4 %で対前年度比▲ 0.8 %と前年並みとなり、売上高営業利益率も▲ 0.6 %と前年並みとなった。

図1-24 食品製造業の売上高、売上原価、営業利益率の推移



資料: 財務省「法人企業統計」

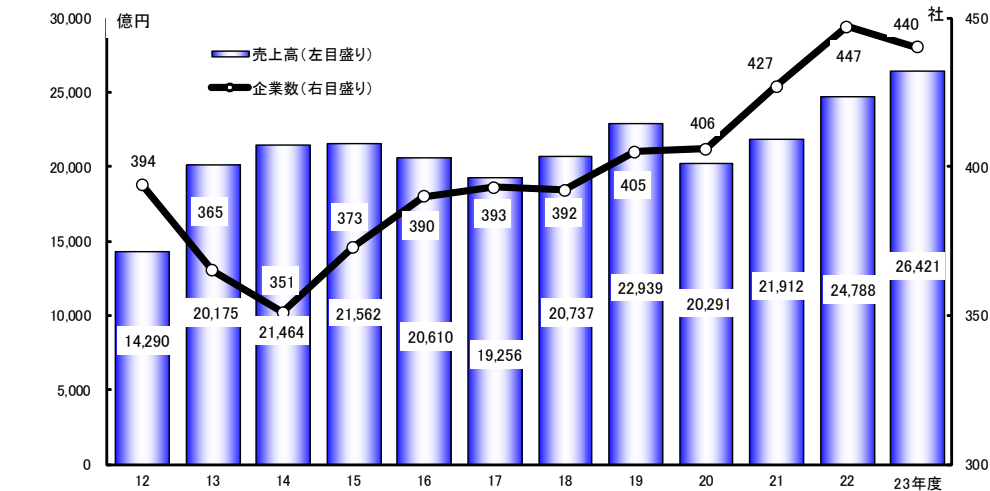
平成23年度海外現地法人における食品製造業の企業数、売上高は対前年度比で減少

平成 23 年の海外現地法人における食品製造業の企業数は、経済産業省「海外事業活動基本調査」によれば、440 社で対前年度比で 7 社減少しているが、売上高は 2 兆 6 千億円で同 6.6 %とかなりの程度増加している。

売上高についてみると、平成 20 年度は対前年比▲ 11.5 %と世界経済不況から、かなり大きく減少したものの、平成 21 年度以降は増加傾向で推移し平成 23 年度は平成 12 年度以降最大の売上高となっている。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均衡にあることから、成長戦略を海外進出にもとめる動きが増加している。

国別では中国が 173 社で最も多く、次いで米国が 62 社、タイが 53 社、イギリス及びベトナムが 17 社、インドネシア 15 社、オーストラリアが 14 社等となっている。

図1-25 海外現地法人における食品の企業数と売上高の推移



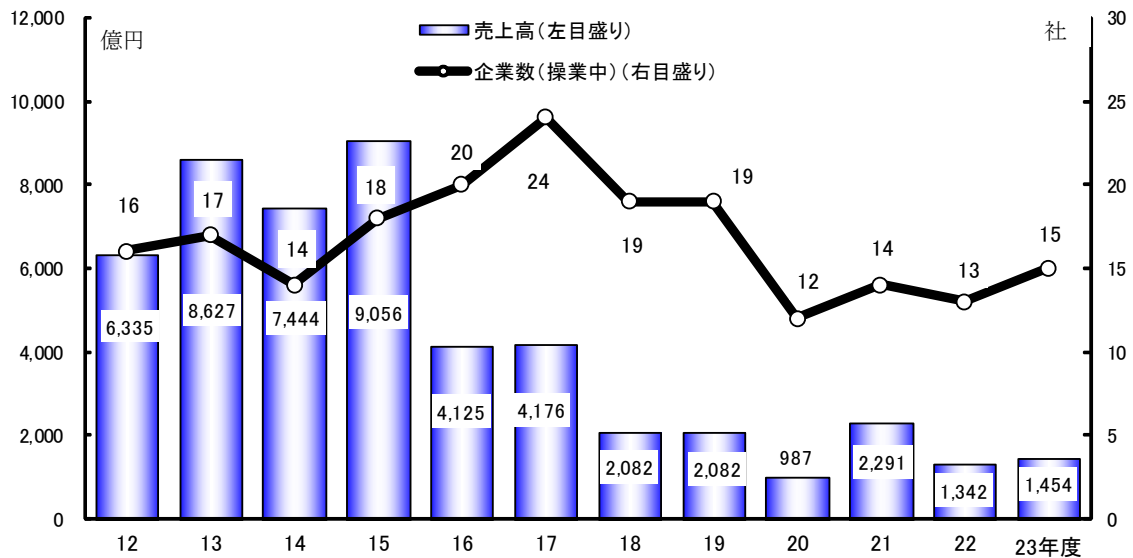
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」より作成

平成23年度食品製造業における外資系企業の売上高、企業数は対前年度比で増加

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年度以降減少で推移していたが、平成20年度以降は増加傾向に転じ、平成23年度は1,454億円で対前年度比8.3%とかなりの程度の増加となった。

企業数は平成20年度以降減増減しながら推移し、平成23年度は15社で対前年比2社増加した。母国籍別では米国が6社、韓国が3社、オランダが2社等となっている。

図1-26 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

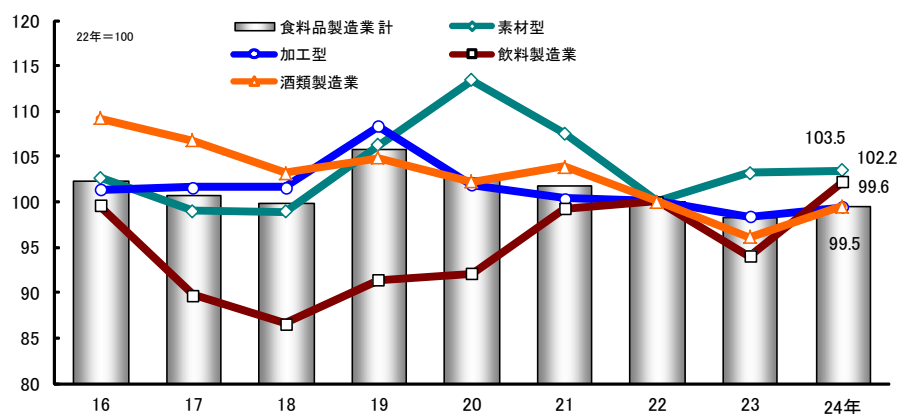
平成24年の製造品出荷額等は、28兆6千億円で対前年比1.2%とわずかに増加

平成 24 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 24 年概要版）によれば、28 兆 6 千億円で対前年比 1.2 %とわずかに増加した。なお、平成 24 年の企業物価は加工食品全体で前年並みであった。

業種別にみると、清涼飲料製造業、その他の食料品製造業、動植物油脂製造業、茶・コーヒー製造業、パン・菓子製造業が増加し、水産食料品製造業、糖類製造業、野菜・果実缶等製造業、酒類製造業が減少した。

4 区分業種類型別にみると、素材型は 4 兆 4 千億円で対前年比 0.2 %、加工型は 18 兆円で同 1.1 %、飲料は 2 兆 9 千億円で同 8.7 %、酒類は 3 兆 3 千億円で同▲ 2.7 %となった。

図1-27 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

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					
		22年	23年	24年	25年	26年	27年	28年	29年	30年	31年	32年	33年	19年	20年	21年	22年	23年	24年
業 種																			
食料品製造業		28,737	100.0	28,274	100.0	28,622	100.0	6.0	▲ 3.1	▲ 0.9	▲ 1.8	▲ 1.6	1.2						
素材型		4,285	14.9	4,423	15.6	4,433	15.5	7.4	6.8	▲ 5.2	▲ 7.0	3.2	0.2						
調味料製造業		1,826	6.4	1,778	6.3	1,766	6.2	6.3	0.2	▲ 4.2	▲ 1.4	▲ 2.6	▲ 0.7						
糖類製造業		474	1.6	514	1.8	492	1.7	5.0	▲ 0.1	15.6	▲ 14.5	8.5	▲ 4.3						
精穀・製粉業		1,225	4.3	1,297	4.6	1,291	4.5	3.6	12.0	▲ 4.7	▲ 8.9	5.8	▲ 0.5						
動植物油脂製造業		760	2.6	835	3.0	885	3.1	17.6	17.5	▲ 17.5	▲ 11.2	9.9	6.0						
加工型		18,139	63.1	17,839	63.1	18,041	63.0	6.6	▲ 6.0	▲ 1.4	▲ 0.4	▲ 1.7	1.1						
畜産食料品製造業		5,246	18.3	5,148	18.2	5,117	17.9	6.7	4.3	▲ 0.7	0.3	▲ 1.9	▲ 0.6						
水産食料品製造業		3,122	10.9	3,156	11.2	3,005	10.5	8.8	▲ 0.3	▲ 5.1	▲ 3.1	1.1	▲ 4.8						
野菜・果実缶等製造業		774	2.7	807	2.9	784	2.7	0.7	▲ 3.5	▲ 1.2	▲ 1.7	4.2	▲ 2.8						
パン・菓子製造業		4,589	16.0	4,450	15.7	4,569	16.0	6.4	2.8	0.1	0.6	▲ 3.0	2.7						
その他の食料品製造業		4,407	15.3	4,279	15.1	4,565	16.0	6.1	▲ 24.9	▲ 0.9	▲ 0.1	▲ 2.9	6.7						
飲料		2,797	9.7	2,631	9.3	2,859	10.0	5.5	0.8	7.8	0.7	▲ 5.9	8.7						
清涼飲料製造業		2,265	7.9	2,076	7.3	2,280	8.0	5.6	0.3	10.8	2.3	▲ 8.3	9.8						
茶・コーヒー製造業		532	1.9	554	2.0	579	2.0	5.2	2.6	▲ 2.7	▲ 5.4	4.2	4.4						
酒類		3,516	12.2	3,381	12.0	3,289	11.5	1.6	▲ 2.5	1.6	▲ 3.7	▲ 3.9	▲ 2.7						
酒類製造業		3,516	12.2	3,381	12.0	3,289	11.5	1.6	▲ 2.5	1.6	▲ 3.7	▲ 3.9	▲ 2.7						

資料：経済産業省「工業統計」

表1-9 平成24年の食品製造業の生産概要（経済産業省「工業統計」より）

業 種	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
		カ所	人	億円	億円	億円
食料品製造業		29,286	1,082,567	162,156	286,224	99,326
素材型		2,595	83,981	29,773	44,334	12,877
調味料製造業		1,558	51,381	9,338	17,656	7,454
糖類製造業		129	6,452	3,399	4,923	1,310
精穀・製粉業		707	16,196	10,611	12,909	2,008
動植物油脂製造業		201	9,952	6,425	8,846	2,105
加工型		23,311	916,921	107,843	180,413	65,577
畜産食料品製造業		2,564	143,674	35,733	51,173	13,770
水産食料品製造業		6,098	152,555	20,120	30,050	9,193
野菜・果実缶等製造業		1,788	48,807	4,838	7,844	2,720
パン・菓子製造業		5,638	255,843	20,938	45,692	22,307
その他の食料品製造業		7,223	316,042	26,214	45,653	17,588
飲料		1,852	46,629	16,777	28,589	10,532
清涼飲料製造業		575	28,193	12,618	22,801	9,082
茶・コーヒー製造業		1,277	18,436	4,160	5,788	1,450
酒類		1,528	35,036	7,762	32,888	10,339
酒類製造業		1,528	35,036	7,762	32,888	10,339
前年増減率		%	%	%	%	%
食料品製造業		▲ 5.0	▲ 3.3	2.0	▲ 0.4	▲ 3.7
素材型		▲ 2.1	2.1	7.2	3.5	▲ 2.0
調味料製造業		▲ 4.1	▲ 3.0	▲ 2.1	▲ 3.3	▲ 4.0
糖類製造業		4.0	12.5	11.6	3.9	▲ 5.2
精穀・製粉業		0.7	9.4	10.7	5.4	▲ 14.2
動植物油脂製造業		0.5	13.2	14.5	16.5	27.1
加工型		▲ 5.9	▲ 4.0	0.4	▲ 0.5	▲ 1.5
畜産食料品製造業		1.9	▲ 2.2	▲ 3.3	▲ 2.5	0.7
水産食料品製造業		▲ 9.4	▲ 7.8	▲ 1.1	▲ 3.8	▲ 7.5
野菜・果実缶等製造業		▲ 7.0	▲ 5.5	6.7	1.3	▲ 6.8
パン・菓子製造業		▲ 5.3	▲ 5.9	2.2	▲ 0.4	▲ 2.9
その他の食料品製造業		▲ 5.5	▲ 0.9	4.4	3.6	3.0
飲料		3.3	3.4	8.6	2.2	▲ 6.9
清涼飲料製造業		4.0	1.4	7.3	0.7	▲ 7.7
茶・コーヒー製造業		3.1	6.7	12.5	8.7	▲ 1.3
酒類		▲ 5.0	▲ 6.2	▲ 5.9	▲ 6.5	▲ 14.2
酒類製造業		▲ 5.0	▲ 6.2	▲ 5.9	▲ 6.5	▲ 14.2

資料：経済産業省「工業統計」

（３）食品製造業の労働生産性

平成24年の食品製造業の労働生産性は、対前年比▲8.1%とかなりの程度低下

平成24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、918万円で対前年比▲8.1%とかなりの程度減少している。平成24年は特に年後半は景気が悪化し、個人消費も低迷し、食料品の低価格志向が顕著であったことも一因とみられる。

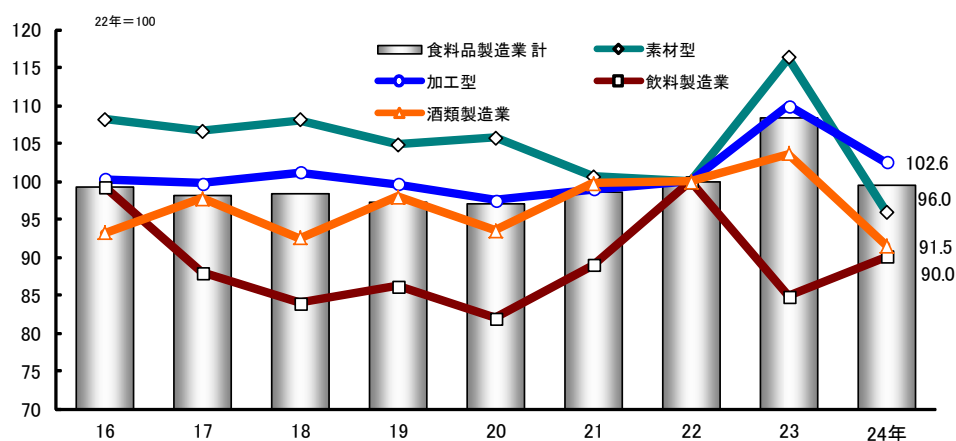
4区分業種類型別にみると、従業者1人当たりの付加価値額は、素材型が1,533万円で対前年比▲17.4%と大幅に減少し、平成22年の水準となっている。素材型は加工型と比べて、売上高に占める付加価値額の割合が低いものの、設備投資による効率化が図られ、労働生産性が高いことが特徴である。

加工型は715万円で同▲6.7%とかなりの程度減少した。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2,259万円で同6.1%とかなりの程度増加した。

酒類は2,951万円で同▲11.7%とかなり大きく減少した。

図1-28 食品製造業の従業者1人あたり付加価値額の推移



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人あたりの付加価値額

単位: 万円、%

業 種	金額			対前年増減率					
	22年	23年	24年	19年	20年	21年	22年	23年	24年
食料品製造業	921	998	918	▲ 1.0	▲ 0.2	1.5	1.4	8.4	▲ 8.1
素材型	1,597	1,857	1,533	▲ 3.0	0.9	▲ 4.8	▲ 0.6	16.2	▲ 17.4
調味料製造業	1,467	1,700	1,451	▲ 5.5	▲ 5.4	▲ 2.9	1.5	15.9	▲ 14.7
糖類製造業	2,410	2,688	2,030	▲ 10.7	19.8	18.0	▲ 15.2	11.6	▲ 24.5
精穀・製粉業	1,580	2,116	1,240	6.9	13.0	▲ 3.7	▲ 1.5	33.9	▲ 41.4
動植物油脂製造業	1,885	1,722	2,116	1.2	4.3	▲ 28.4	6.4	▲ 8.6	22.8
加工型	697	766	715	▲ 1.5	▲ 2.1	1.5	1.1	9.9	▲ 6.7
畜産食料品製造業	931	1,060	958	▲ 2.0	▲ 2.4	1.9	2.8	13.9	▲ 9.6
水産食料品製造業	601	673	603	0.7	▲ 2.5	▲ 1.8	▲ 0.2	12.0	▲ 10.4
野菜・果実缶等製造業	566	622	557	▲ 5.0	▲ 5.5	2.8	▲ 0.2	9.9	▲ 10.4
パン・菓子製造業	845	928	872	▲ 2.4	1.2	1.3	1.0	9.7	▲ 6.0
その他の食料品製造業	535	570	556	▲ 1.1	▲ 10.4	2.1	0.5	6.4	▲ 2.3
飲料	2,509	2,129	2,259	2.6	▲ 4.9	8.5	12.5	▲ 15.1	6.1
清涼飲料製造業	3,539	3,022	3,221	0.0	▲ 0.4	9.0	14.8	▲ 14.6	6.6
茶・コーヒー製造業	850	812	787	8.7	▲ 17.5	3.9	▲ 0.9	▲ 4.5	▲ 3.2
酒類	3,225	3,342	2,951	5.9	▲ 4.6	6.6	0.3	3.6	▲ 11.7
酒類製造業	3,225	3,342	2,951	5.9	▲ 4.6	6.6	0.3	3.6	▲ 11.7

資料: 経済産業省「工業統計」

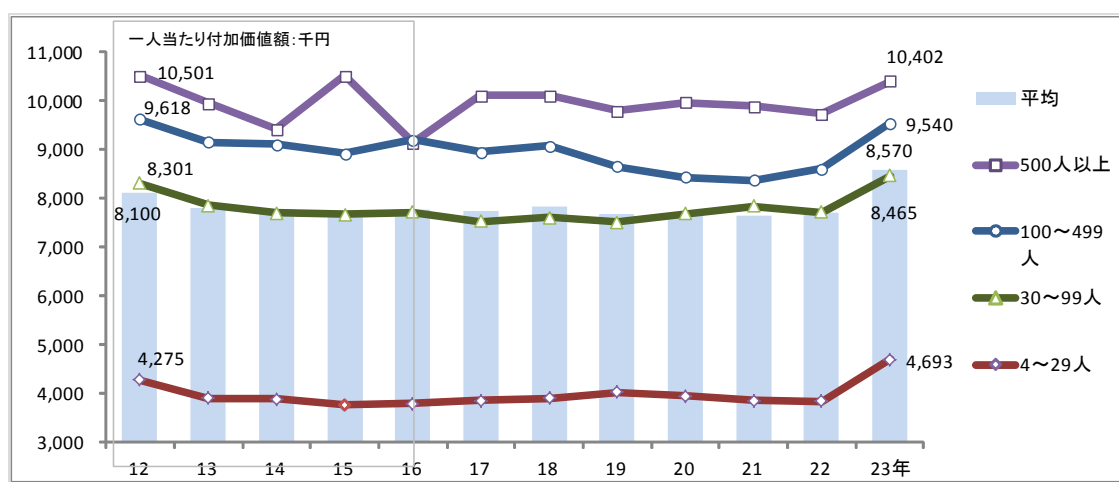
食品製造業の労働生産性は、平成12年以降は総じて低迷で推移

平成12年以降の食品製造業の労働生産性は、平成23年に上昇しているものの、平成24年（図1-28参照、経済産業省「工業統計」（平成24年概要版）より作成）には平成22年の水準まで低下しており、総じて低迷しているといえる。

生産性低迷の要因として、第1に付加価値に低下をもたらす観点として、販売単価の下落や売上高の低迷がある。デフレ経済が持続するなか、食品小売市場では低価格競争が激化しており、食品製造業の販売単価が下落し、売上高の低迷につながっている。

第2に効率化・合理化の観点として、製造原価の上昇、人件費の削減などが考えられる。近年、穀物・食品原材料の需給が不安定であり、ひっ迫等により上昇することが多く、原材料調達コストの増加、また、水道光熱費や燃料費など製造コストも上昇している。

図1-29 食品製造業の生産性の推移

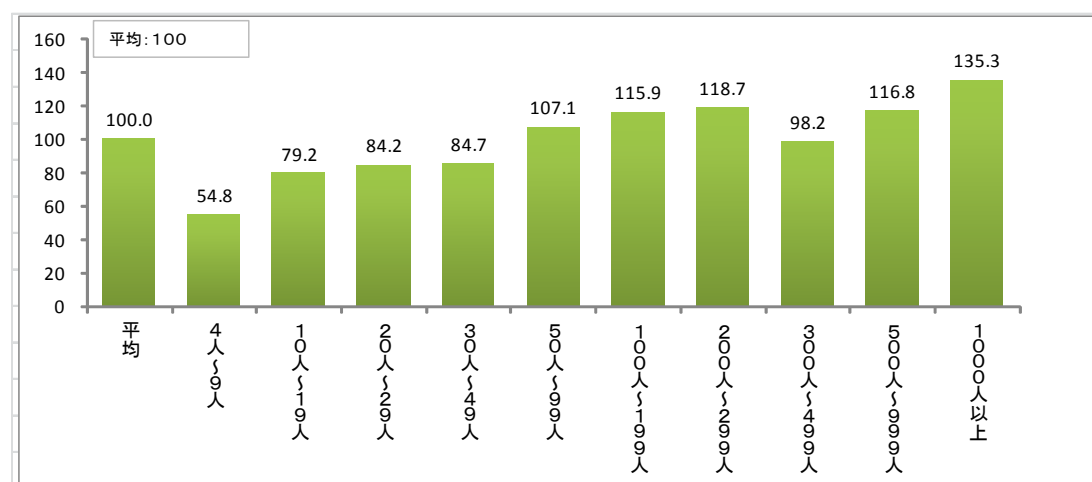


資料：経済産業省平成24年経済センサス-活動調査結果（製造業 産業編）より作成

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

食品製造業の労働生産性は、従業員数が「200人～299人」までは、規模が大きくなるにつれて高くなっている。しかし、「300人以上」では規模による労働生産性の上昇はあまりみられない結果となっている。ただし、これ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。

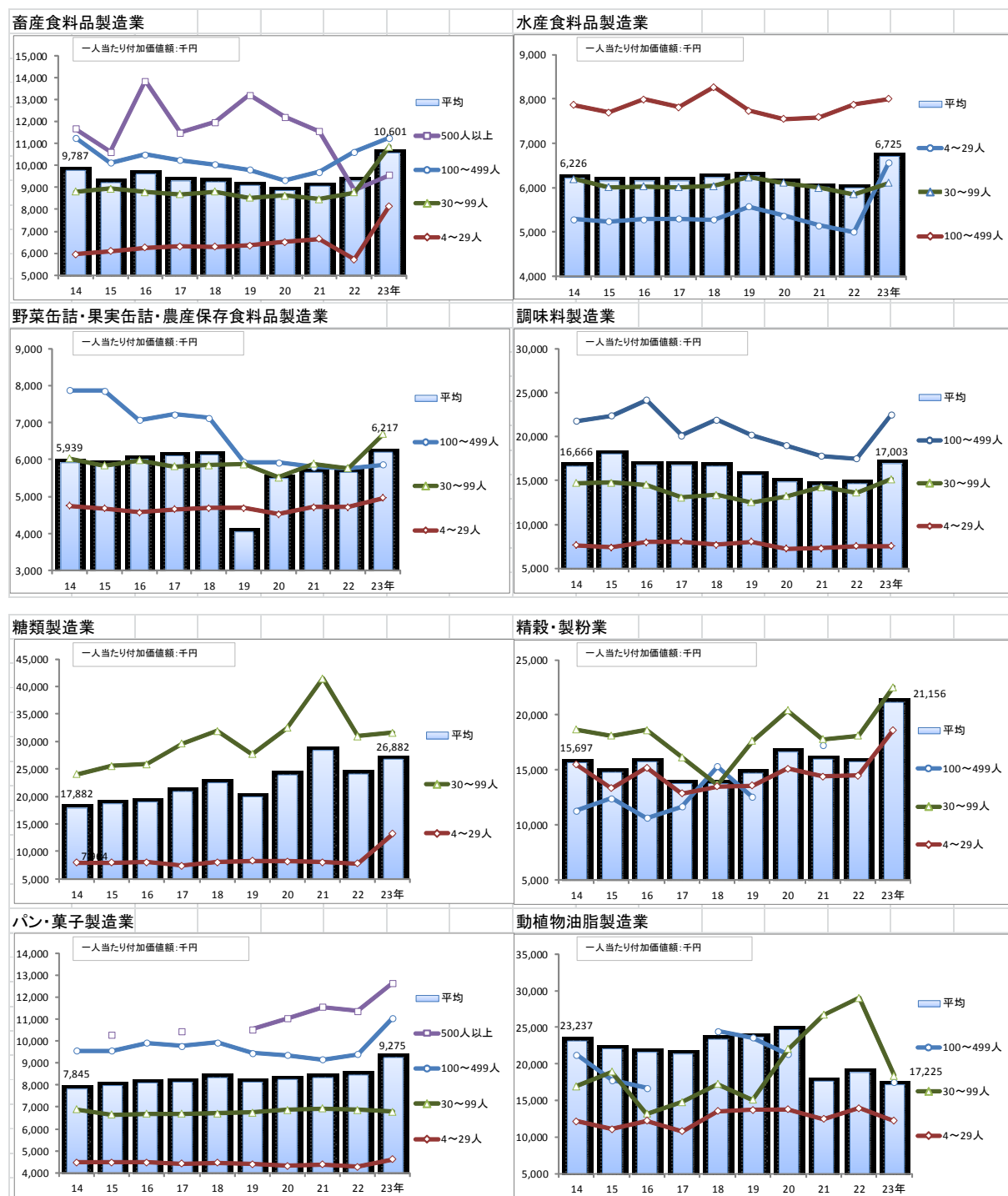
図1-30 食品製造業の生産性（平成22年、従業員規模別）



資料：経済産業省平成24年経済センサス-活動調査結果（製造業 産業編）より作成

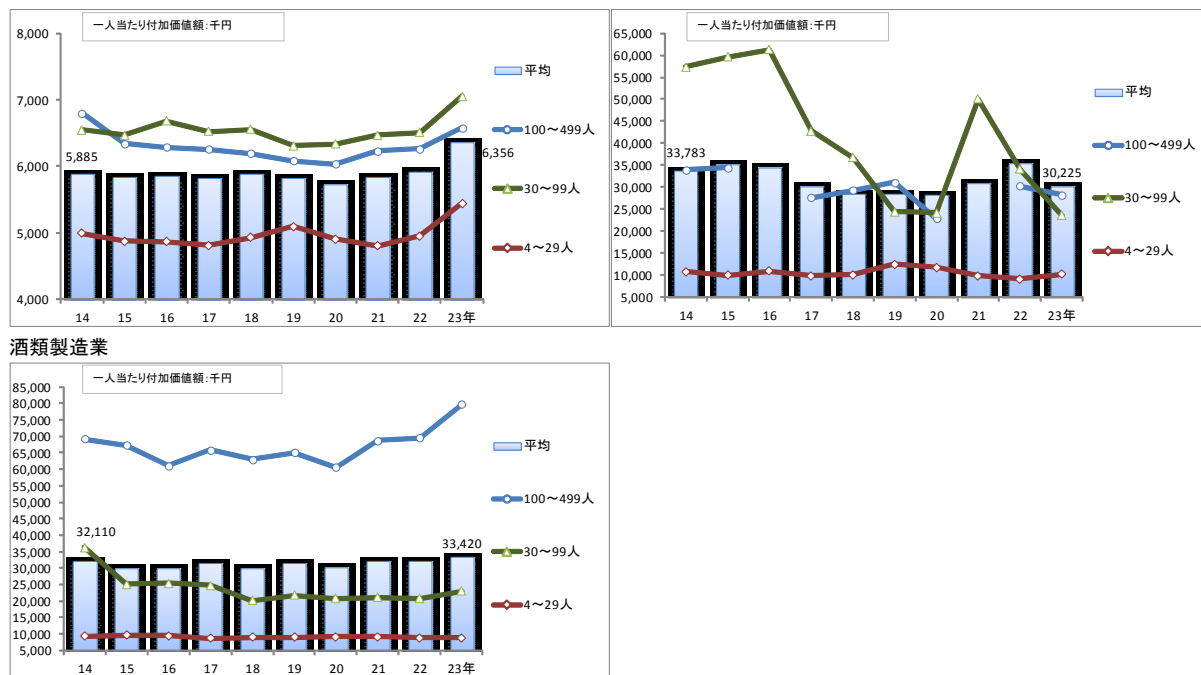
以下、業種別にみた労働生産性の推移は、次のとおり。

図1-31 食品製造業の生産性の推移（業種別）



資料：経済産業省平成24年経済センサス・活動調査結果（製造業 産業編）より作成

図1-32 つづき 食品製造業の生産性の推移（業種別）



資料：経済産業省平成24年経済センサス-活動調査結果（製造業 産業編）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