

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) 人口動態と世帯数の変化
- (5) 食品産業の構造変化
- (6) 小売業の構造変化
- (7) 外食・中食産業の構造変化
- (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) 食品製造業の収益構造の変化
- (4) 食品製造業の生産性の変化

1 食品製造業をめぐる市場経済動向

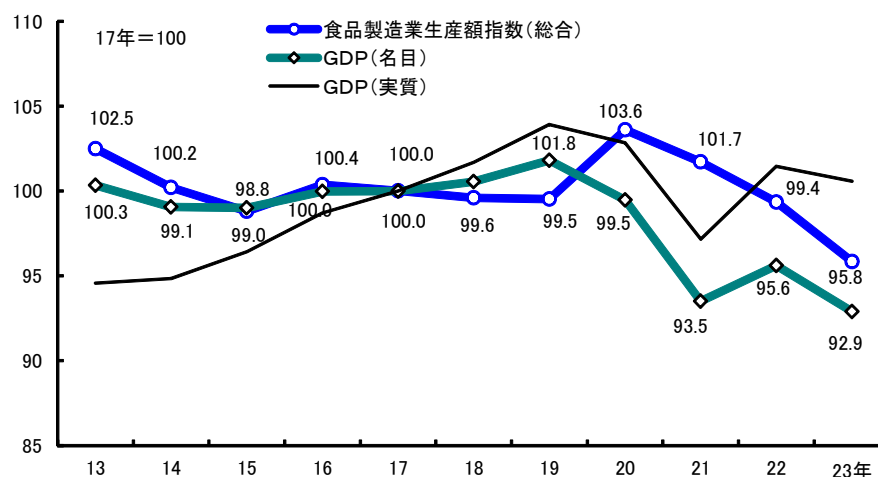
(1) 食品製造業の生産動向

平成23年の食品製造業生産額指数は対前年比▲3.5%、生産指数は同▲6.2%と減少

平成23年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、95.8で、対前年比▲3.5%とやや低下した。また、食品製造業の生産指数（総合、暫定値）は、87.1で、対前年比▲6.2%とかなりの程度低下した。

生産額指数は、平成20年は企業物価の上昇が示しているように製品価格の改定などを背景に上昇したが、平成21年は景気悪化から低下し、平成23年にはさらに低下となった。一方、生産指数は平成18年以降は一貫して低下しており、特に平成23年は東日本大震災の影響が全体を押し下げている。

図1-1 食品製造業生産額指数（推計）とGDPの推移

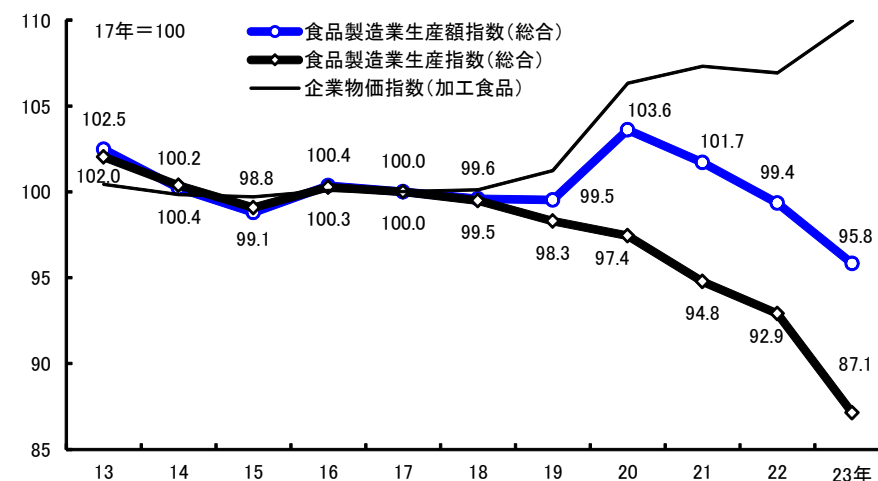


資料：内閣府「国民経済計算」より算出

注1：名目GDPおよび実質GDPは、17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



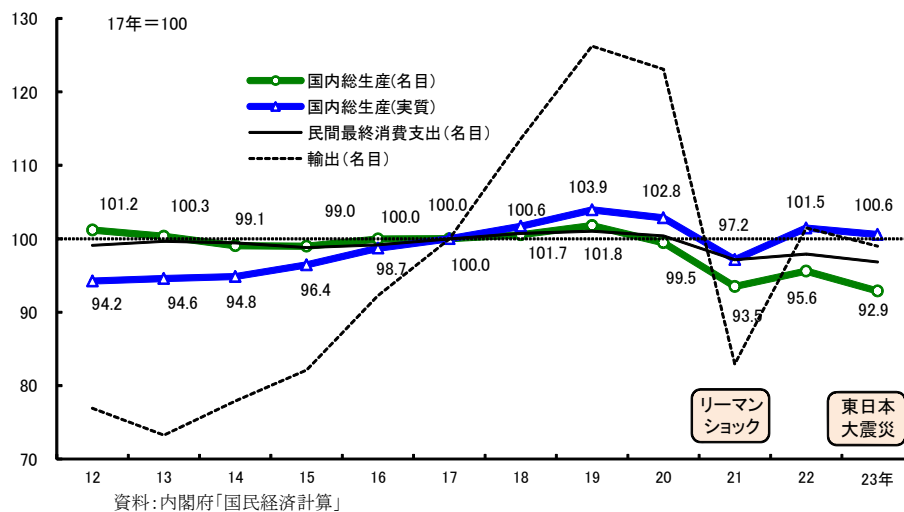
資料：日本銀行「企業物価指数」

(2) 食品製造業をめぐる経済動向

平成23年の日本経済は東日本大震災で供給と需要に大打撃、年後半には回復

内閣府「国民経済計算」によれば、平成23年の日本の名目GDP（国内総生産）は468兆738億円で対前年比▲2.8%と減少した。実質GDPは対前年比で▲0.9%と減少した。平成23年の日本経済は、平成20年の世界的な経済危機から回復し、個人消費、輸出、生産が持ち直った矢先、3月に発生した東日本大震災により、供給と需要に大きな影響を及ぼした。年後半には震災後のサプライチェーンの回復などを背景に改善したもの、円高の進行や海外景気の鈍化も相まって輸出が低迷し、GDPは対前年比マイナスとなった。

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23年の日本経済>

- ・ 2011年7～9月期は3四半期ぶりにプラスを記録したGDP統計
- ・ 海外景気の鈍化と追加的な原燃料輸入の増加
- ・ 生産はおおむね震災前水準へ回復
- ・ 消費や住宅投資は政策による押し上げ効果と同時に反動減で不安定な動き
- ・ 失業率は改善するが、賃金は横ばい
- ・ デフレの持続

資料：内閣府「日本経済2011～2012」より

<平成23年12月の経済月例報告>

- ・ 輸出は、このところ弱含んでいる。生産は、このところ減少している。
- ・ 企業収益は、改善している。設備投資は、持ち直している。
- ・ 企業の業況判断は、改善している。ただし、先行きについては慎重な見方が広がっている。
- ・ 雇用情勢は、依然として厳しいものの、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 個人消費は、持ち直しているものの、一部に弱い動きもみられる。
- ・ 物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にある。

資料：内閣府「月例経済報告平成23年12月」より

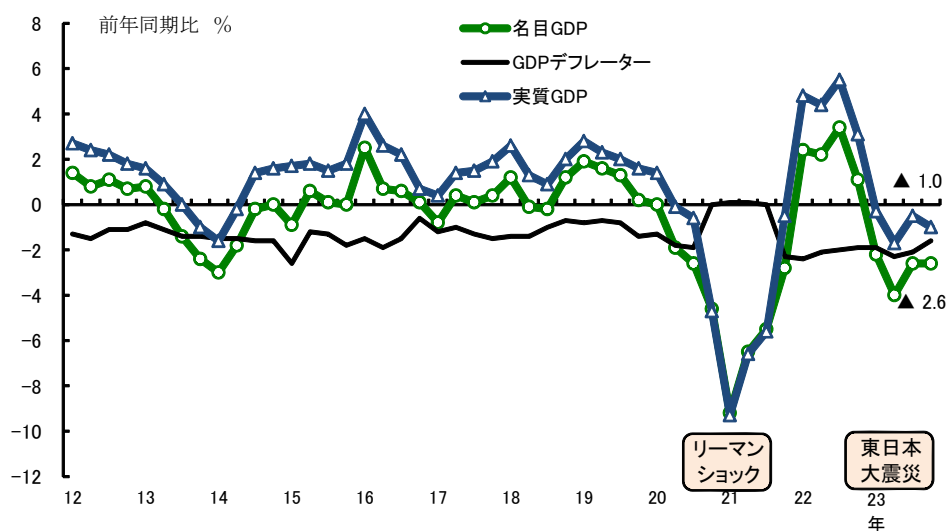
緩やかなデフレ状況が続く

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 四半期から対前年同期比で横ばいとなったものの、平成 22 年第 4 四半期以降、同マイナスで推移している。引き続き緩やかなデフレが持続している。

平成 23 年における食料品の輸入物価や企業物価は対前年比で上昇しているものの、消費者物価は緩やかな下落が続いている。デフレが持続するなか、個人消費は一部弱含みとなっており、食品産業では需要喚起から、引き続き、低価格競争が一段と進展している。

図1-4 名目GDPとGDPデフレータの推移

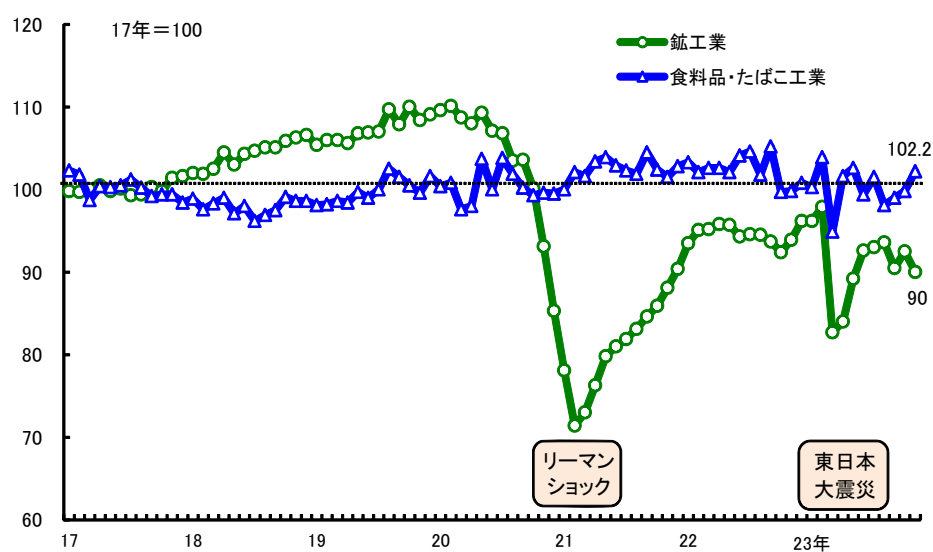


資料:内閣府「国民経済計算」

生産は、震災前の水準に回復しているものの、輸出低迷から弱い動き

鉱工業の生産動向についてみると、東日本大震災により、大きな打撃を被るがサプライチェーンの回復や電力供給の制約解除により徐々に改善したものの、海外景気の鈍化などを背景に輸出の低迷などから、全体を押し下げている。うち、食料品製造業は震災前の水準に回復している。

図1-5 鉱工業生産指数の推移



資料:経済産業省「鉱工業生産指数」季節調整済値

(3) 物価の変動

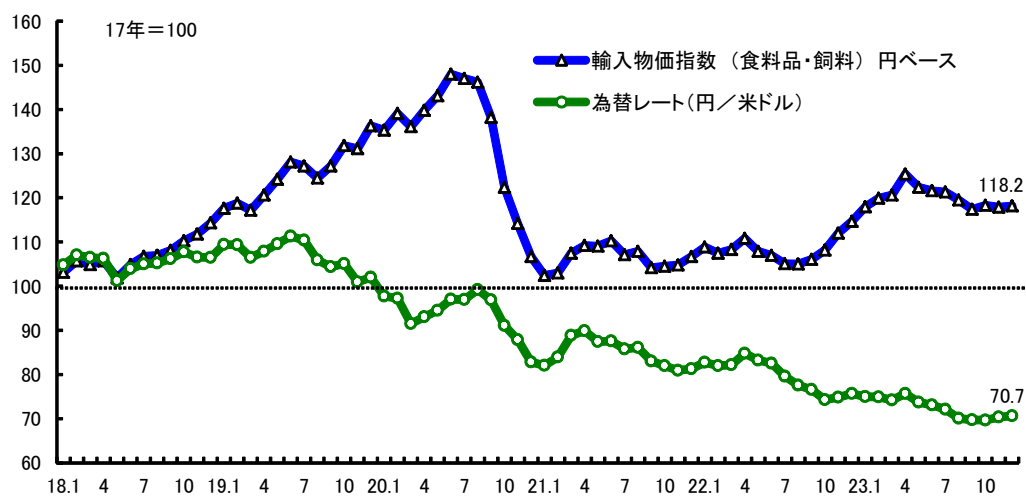
平成23年における食料品・飼料の輸入物価は対前年比10.7%上昇

食料品・飼料の輸入物価は、平成19年以降、穀物原産国の天候不順、新興国等の需要増、投機マネーの流入、原油価格の高騰などを背景に、穀物や畜産物など食品原材料の輸入価格が高騰した。平成20年の経済危機を境に急落し、平成21、22年前半は平成18年の水準で推移した。

しかし、平成22年後半から、穀物原産国の異常気象による不作や新興国の経済成長に伴う需要が拡大、また、投機マネーの流入により、円高米ドル安にもかかわらず、上昇している。

特に主要穀物の高騰が輸入物価を押し上げている。平成23年後半にはこれらの高騰はやや落ち着きをみせている。なお、平成23年は対前年比で10.7%の上昇となった。

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

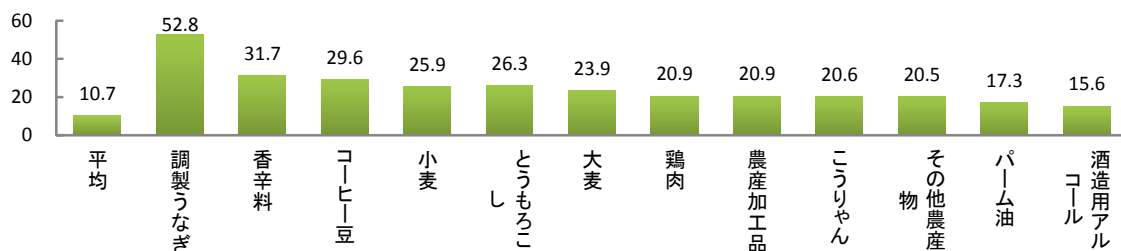


資料：日本銀行「輸入物価指数」、「為替相場(東京市場 中心相場 月中平均)」

平成23年における食料品の輸入物価の上昇は、穀物を中心に多岐の品目にわたる。上昇が著しい上位品目は調製うなぎ、香辛料、コーヒー豆、小麦、とうもろこし、大麦、鶏肉等の順となっている。

図1-7 平成23年輸入物価における食料品の価格上昇品目 (対前年上昇率)

単位：%



資料：日本銀行「輸入物価指数」。平均は食料品・飼料

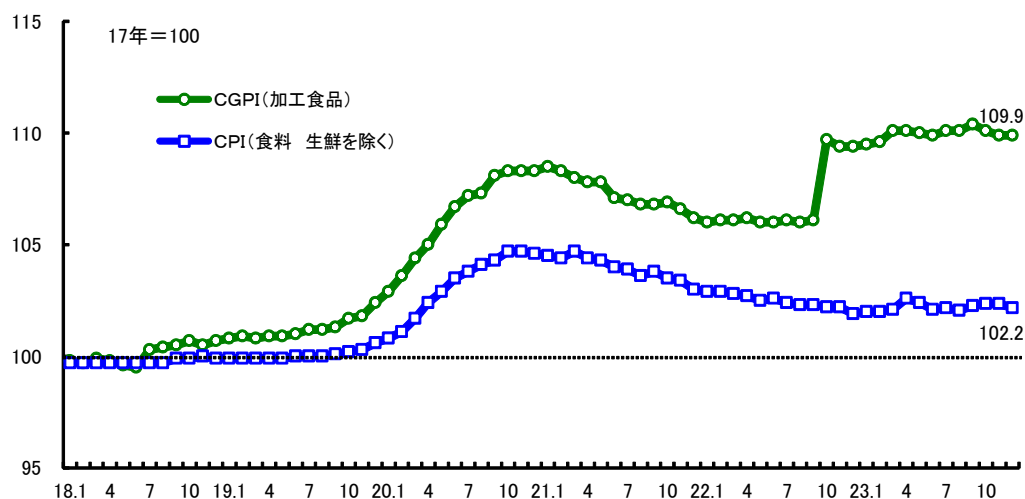
平成23年における加工食品の企業物価は高水準、消費者物価は低下から横ばい

加工食品の企業物価指数は、平成21年から低下傾向で推移した。平成22年後半から、輸入原料の高騰や猛暑による国産原料の不作、海水温度上昇等による不漁等を背景に急激に上昇し、平成23年も引き続き高値水準となっている。なお、平成23年は対前年比で2.9%上昇した。

一方、食料品（生鮮を除く）の消費者物価指数をみると、平成 21 以降は緩やかに低下し、平成 23 年は横ばいで推移しており、企業物価指数と比べて乖離が大きくなっている。なお、平成 23 年は対前年比で▲ 0.2 %となった。また、生鮮を含む食料品は同▲ 0.4 %となっている。

このように加工食品における企業物価は一段高となっているものの、消費者物価は引き続き低下から横ばいで推移しており、依然としてデフレが進行していることがうかがえる。

図1-8 食品の企業物価指数、消費者物価指数の推移

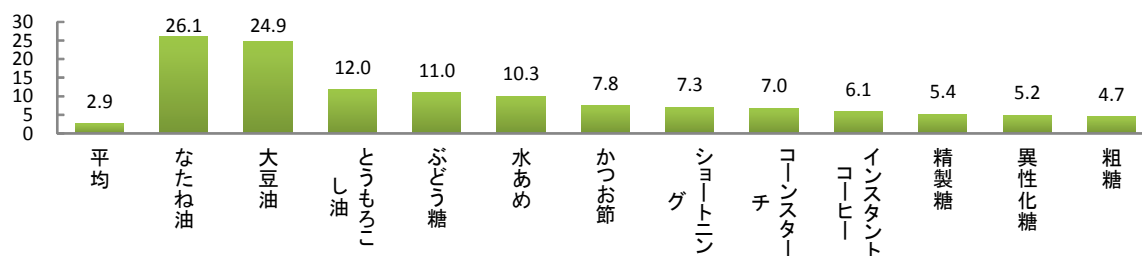


資料：総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

平成 23 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油、大豆油、とうもろこし油、ぶどう糖、水あめ、かつお節、ショートニング等の順となっている。

図1-9 平成23年企業物価における加工食品の価格上昇品目（対前年上昇率）

単位：%

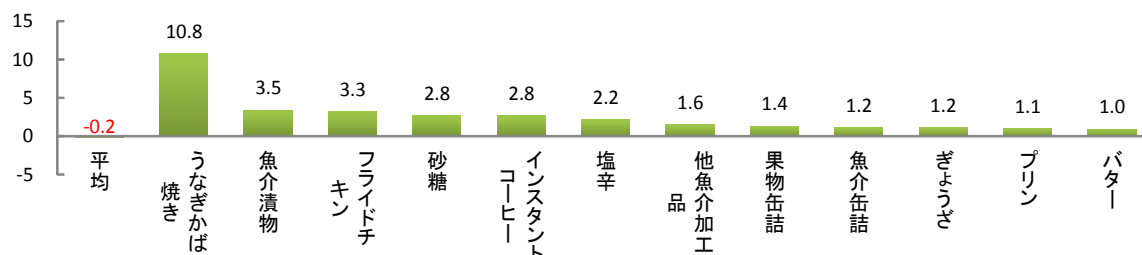


資料：日本銀行「企業物価指数」。平均は加工食品

平成 23 年における食料品（生鮮を除く）消費者物価の上昇が著しい上位品目は、うなぎかば焼き、魚介漬物、フライドチキン、砂糖、インスタントコーヒー等の順となっている。

図1-10 平成23年消費者物価における食料品の価格上昇品目（対前年上昇率）

単位：%



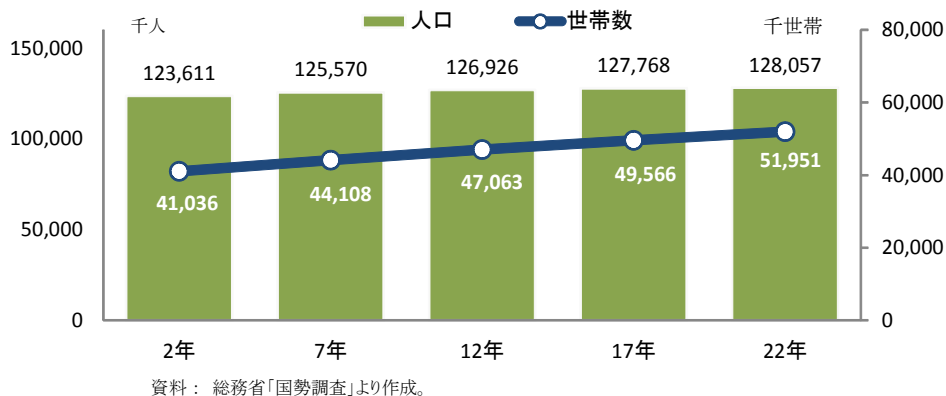
資料：総務省「消費者物価指数」。平均は生鮮品を除く食料品

（４）人口動態と世帯数の変化

平成22年末より人口は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）となっている。しかし、それ以降の各月の人口は、わずかな減少局面に転じており、平成24年1月の人口は1億2,773万人となっている（総務省「人口推計」）。今後も緩やかな減少が続くものと予想されている。

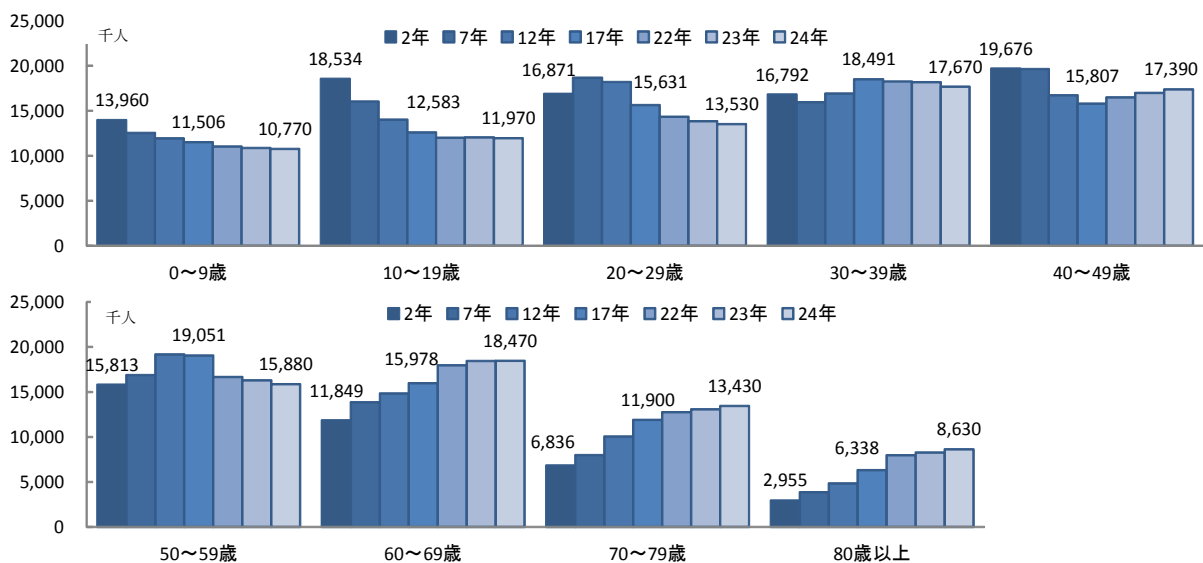
図1-11 人口の推移



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、「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23年についてみると、「0～9歳」は対前年同月比▲1.1%、「10～19歳」は同▲0.5%、「20～29歳」は同▲2.2%と減少し、一方、「70～79歳」は同2.7%、「80歳以上」は同4.3%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すことが予想される。

図1-12 年齢階層別人口の推移



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、食品企業では食料品や調理食品の宅配サービスへの参入が増加している。

表1-1 世帯数と1世帯当たり人員の変化

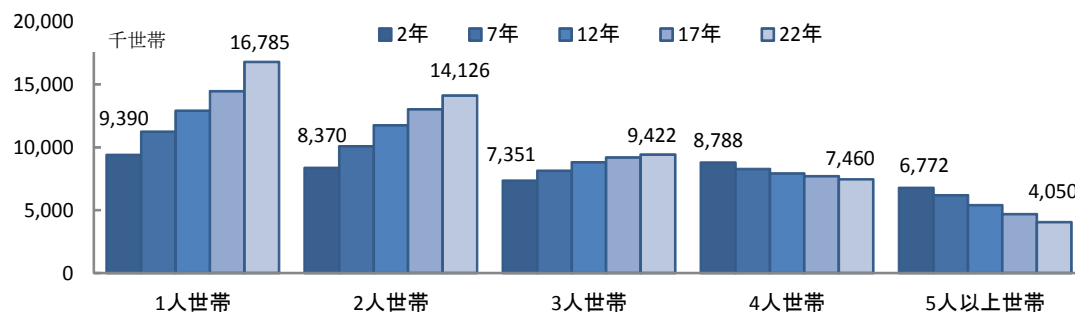
世帯の家族類型	実数（千世帯）				構成比（%）			
	7年	12年	17年	22年	7年	12年	17年	22年
総数	43,900	46,782	49,063	51,842	100.0	100.0	100.0	100.0
単身世帯	11,239	12,911	14,457	16,785	25.6	27.6	29.5	32.4
うち、65歳以上	2,202	3,032	3,865	4,791	5.0	6.5	7.9	9.2
核家族世帯	25,703	27,273	28,327	29,207	58.5	58.3	57.7	56.4
うち、夫婦のみの世帯	7,606	8,823	9,625	10,244	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 回当たりの購買額の減少、量目の減少・少量パックへのシフトなどがみられ、食品製造業や小売業ではこれらに対応している。

図1-13 世帯人員数別の世帯数の推移



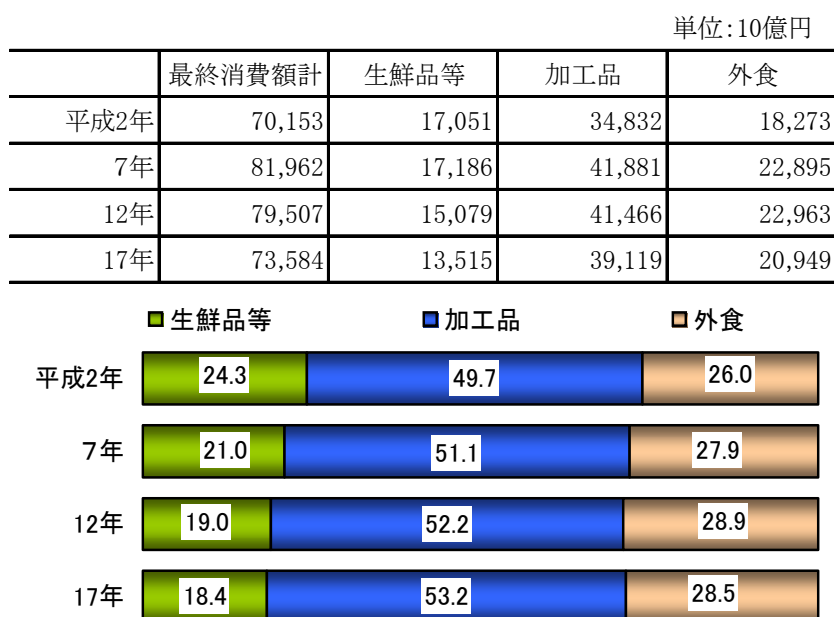
資料：総務省「国勢調査」

(5) 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1-14 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1-2 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。

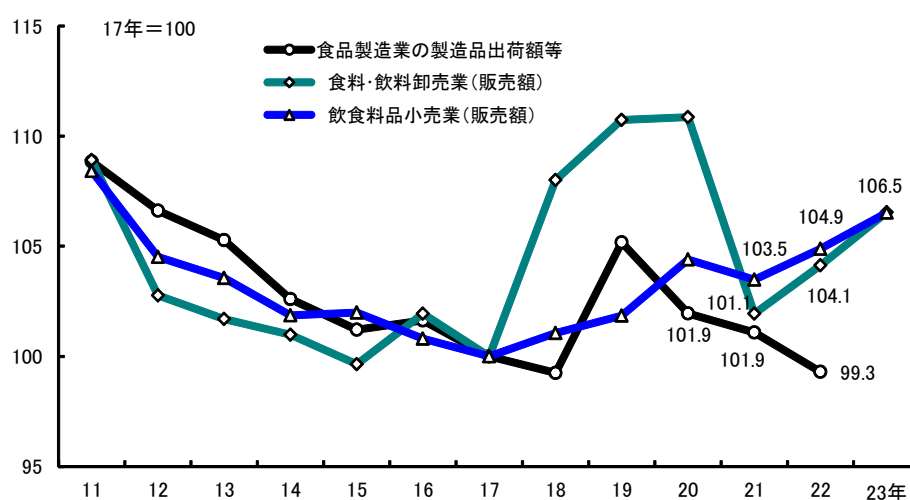
食品製造業の出荷額は減少（平成22年）、平成23年の食品卸売業及び食品小売業の販売額は増加

食品製造業の製造品出荷額等は、平成 19 年以降、減少しており、平成 22 年は 28 兆 7 千億円となっており、対前年比▲ 1.8 とわずかな減少となった。製品販売における低価格品へのシフトや業務用需要の低迷が一因とみられる。

食料・飲料卸売業の販売額は、平成 21 年以降、増加しており、平成 23 年は 46 兆 1 千億円で対前年比 2.3 %とわずかな増加となった。東日本大震災の影響による備蓄需要の増加、内食化の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 23 年は 42 兆 6 千億円で対前年比 1.6 %とわずかな増加となった。増加要因は、卸売業と同様と考えられる。

図1-15 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1-3 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 17年=100		
	食品製造業 製造品等	卸売業 食料・飲料	小売業 飲食料品	食品製造業 製造品等	卸売業 食料・飲料	小売業 飲食料品
15年	292,916	431,230	408,200	101.2	99.6	102.0
16年	294,140	441,200	403,450	101.6	101.9	100.8
17年	289,407	432,780	400,220	100.0	100.0	100.0
18年	287,239	467,430	404,470	99.3	108.0	101.1
19年	304,392	479,260	407,640	105.2	110.7	101.9
20年	295,045	479,790	417,810	101.9	110.9	104.4
21年	292,535	441,180	414,160	101.1	101.9	103.5
22年	287,374	450,690	419,750	99.3	104.1	104.9
23年		461,090	426,360		106.5	106.5

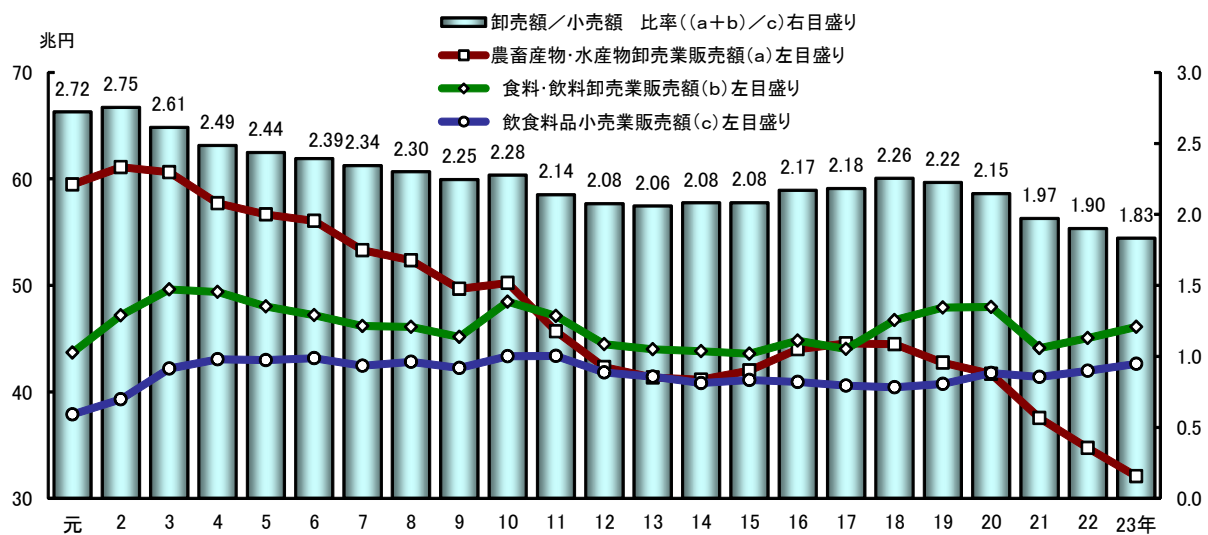
資料：経済産業省「商業販売統計」、「工業統計」

W/R比率が低下し、食料品の流通効率化が進む

ここでは、商業販売統計の農畜産物・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2年は2.75であったが、年々低下し、平成23年には1.83まで低下している。このことは総じて食品の多段階流通が改善されていることを示唆している。特に農畜産物・水産物卸売業販売額は、販売数量の減少や単価の下落を背景に大幅な落ち込みとなって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、生産者団体など実需者の直接相対取引の増加が背景としてうかがえる。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。

図1-16 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）



資料：経済産業省「商業販売統計」

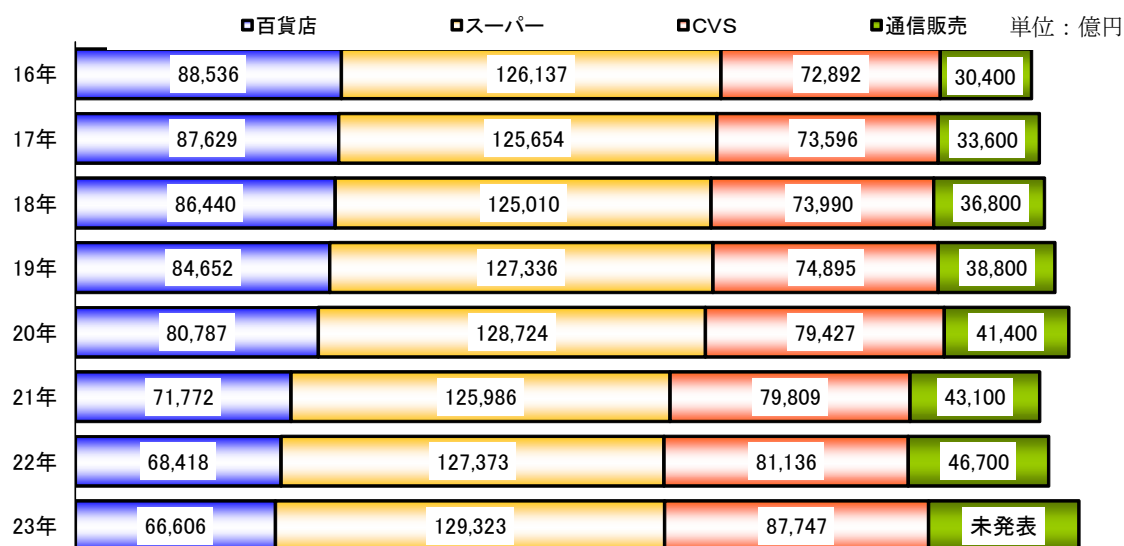
（６）小売業の構造変化

平成23年販売額は百貨店が減少、スーパーがわずかに増加、CVSが増加、通信販売が堅調

小売業のうち、百貨店、スーパーマーケット、CVS（コンビニエンスストア）、通信販売の4つの業態の平成22年の販売額は、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、32兆円4千億円で対前年比0.9%の増加となっている。

業態別にみると、平成23年度は百貨店は6兆7千億円で対前年比▲2.6%とわずかに減少、スーパーマーケットは12兆9千億円で同1.5%とわずかに増加、CVSは8兆8千億円で同8.1%とかなりの程度増加、また、通信販売の平成22年販売額は4兆7千億円で同8.4%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増加が顕著となっている。

図1-17 小売業3業態および通信販売における販売額の推移



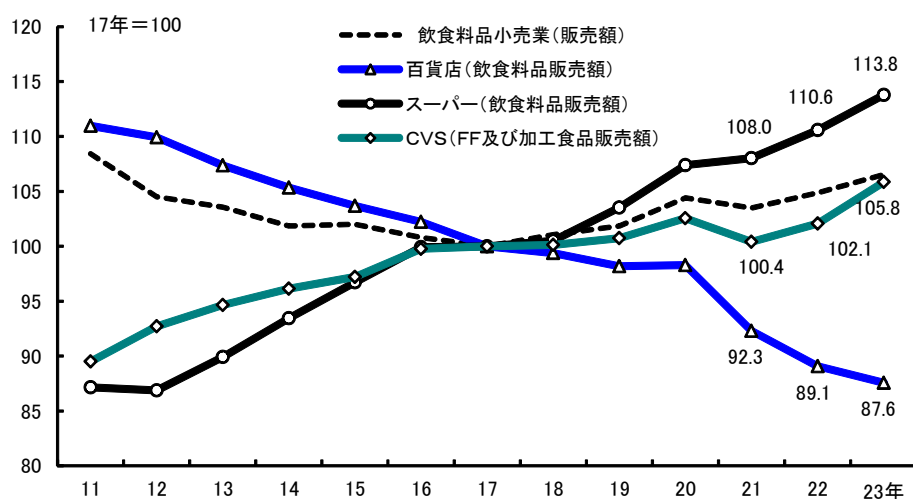
資料：経済産業省「商業販売統計」、社団法人日本通信販売協会

平成23年食料品小売業3業態の販売額は、百貨店が減少、スーパー及びCVSが増加

食料品小売業の平成23年販売額は、42兆6千億円で対前年比1.6%の増加となった。

うち、主要3業態における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23年が1兆9千万円で対前年比▲1.7%とわずかに減少、スーパーマーケット（うち、大規模小売店）は年々増加し、同8兆5千億円で2.9%とわずかに増加、CVS（コンビニエンスストアの日配食品及び加工食品の販売額）が年々、増加で推移し、同5兆4千億円で3.7%とやや増加となっている。このように百貨店の食料品販売額が減少が著しいなか、スーパーマーケット及びCVSの増加が顕著となっている。

図1-18 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1-4 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 億円				飲食料品の販売額 17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	102.0	103.7	96.7	97.2
16年	403,450	22,597	74,282	50,451	100.8	102.2	99.9	99.8
17年	400,220	22,109	74,336	50,570	100.0	100.0	100.0	100.0
18年	404,470	21,972	74,714	50,631	101.1	99.4	100.5	100.1
19年	407,640	21,708	76,961	50,939	101.9	98.2	103.5	100.7
20年	417,810	21,731	79,826	51,862	104.4	98.3	107.4	102.6
21年	414,160	20,408	80,298	50,771	103.5	92.3	108.0	100.4
22年	419,750	19,693	82,209	51,615	104.9	89.1	110.6	102.1
23年	426,360	19,357	84,576	53,527	106.5	87.6	113.8	105.8

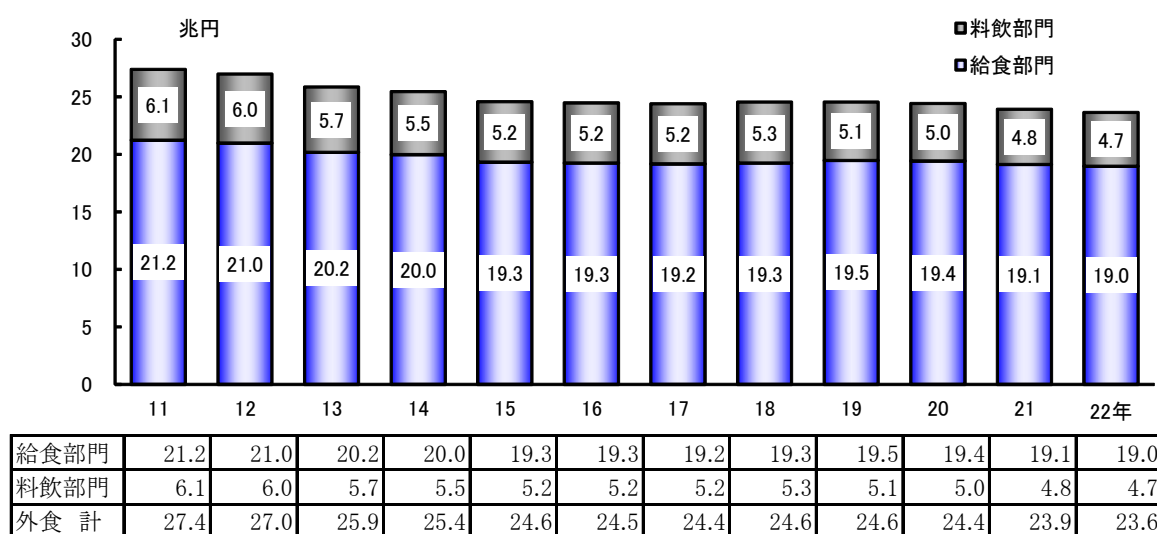
資料：経済産業省「商業販売統計」

（７） 外食・中食産業の構造変化

平成22年の外食産業市場規模は、長期的には客単価の減少や惣菜市場の拡大などから縮小

平成 22 年の外食産業の市場規模は、外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模推計」によれば、23 兆 6 千億円で対前年比▲ 1.1 %とわずかに減少した。内訳についてみると、給食部門が 19 兆円で対前年比▲ 0.7 %と前年並み、料飲部門が 4 兆 7 千億円で同▲ 2.8 %とわずかに減少している。また、ピークの平成 9 年対比でみると外食市場規模は▲ 18.7 %と大幅に縮小している。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。外食産業の市場規模は緩やかに減少しているのに対し、惣菜の市場規模は緩やかに増加している（図 1-19、図 1-20）。

図1-19 外食産業の市場規模の推移



資料:外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模推計」

外食産業の業態別の売上はファーストフードがわずかに増加、ファミリーレストランが前年並み

外食産業の平成 23 年度の業態別販売動向は、(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▲ 1.2 %の減少となっている。ファーストフードが対前年比▲ 0.1 %、ファミリーレストランが同▲ 1.6 %、パブレストラン/居酒屋が同▲ 4.5 %、ディナーレストランが同▲ 1.4 %、喫茶が同▲ 2.2 %、その他が同▲ 4.1 %と減少している。

表1-5 外食産業の業態別売上動向の推移

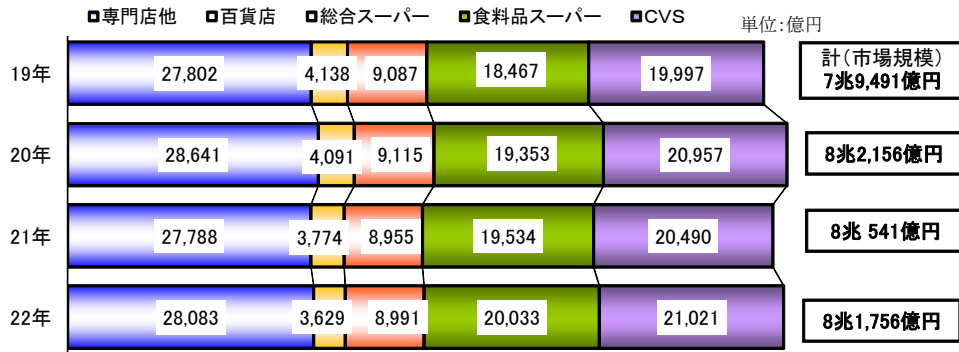
年次	売上高指数 (17年=100)						対前年増減率 %					
	17年	19年	20年	21年	22年	23年	17年	19年	20年	21年	22年	23年
計	100.0	107.0	108.4	106.6	107.1	105.8	0.7	4.1	1.3	▲ 1.7	0.5	▲ 1.2
ファーストフード	100.0	111.8	115.9	115.7	118.2	118.1	2.0	7.5	3.7	▲ 0.1	2.1	▲ 0.1
ファミリーレストラン	100.0	99.9	98.3	96.0	95.3	93.7	▲ 0.6	▲ 0.0	▲ 1.6	▲ 2.4	▲ 0.7	▲ 1.6
パブレストラン/居酒屋	100.0	113.5	113.5	112.3	109.2	104.3	1.3	3.9	0.0	▲ 1.0	▲ 2.8	▲ 4.5
ディナーレストラン	100.0	108.6	107.4	105.8	104.4	103.0	1.5	5.5	▲ 1.1	▲ 1.5	▲ 1.3	▲ 1.4
喫茶	100.0	106.7	109.7	111.0	110.8	108.3	▲ 2.8	4.2	2.8	1.2	▲ 0.2	▲ 2.2
その他	100.0	107.3	110.6	110.7	105.7	101.4	▲ 1.3	4.0	3.1	0.1	▲ 4.5	▲ 4.1

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22年の惣菜市場規模は対前年比で増加

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22年販売額は8兆2千億円で対前年比1.5%とわずかに増加した。内訳についてみると、専門店他が対前年比1.1%増、百貨店が同▲3.8%、総合スーパーが同0.4%増、食料品スーパーが同2.6%増、CVSが同2.6%増となっている。

図1-20 惣菜市場規模の推移（平成22年）



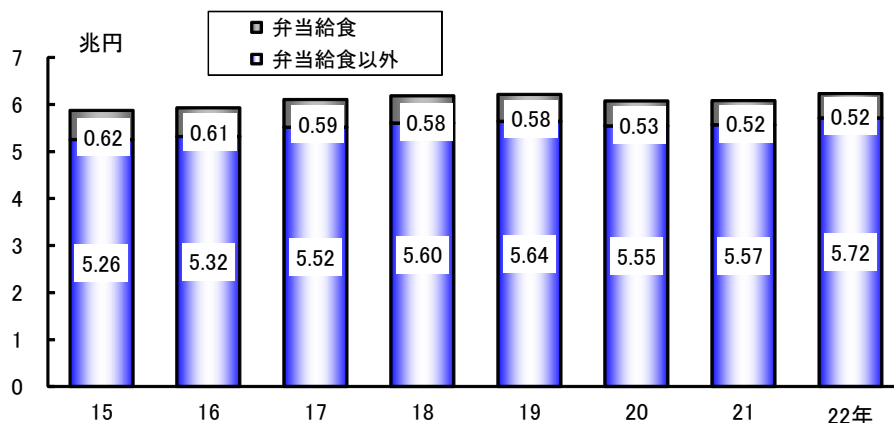
資料：社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」。平成19年より集計方法が変更。

平成22年の料理品（惣菜・弁当）小売業販売額はわずかに増加

惣菜・弁当の料理品小売業平成22年販売額は、外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模推計」によれば、6兆2千億円で対前年比2.4%とわずかな増加となっている。うち、弁当給食以外が5兆7千億円で対前年比2.7%の増加、弁当給食が5千億円で0.1%と前年並みになっている。

料理品小売業販売額は年々、市場規模が拡大してきたものの、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、平成22年にはわずかに回復している。

図1-21 料理品小売業の市場規模の推移



資料：外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模推計」

(8) 消費構造の変化

平成22年度の1人当たりの主要品目別の消費量は減少

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。国民1人・1年当たりの供給純食料は、年々減少しており、過去5年間では22品目（部類含む）中、15品目において減少している。減少割合が高いのは、動物油脂、魚介類（生鮮・冷凍）、果実、飲用向け牛乳、脱脂粉乳、しょうゆ、魚介類（塩干・くん製他）、野菜、みそ等の順となっている。

また、平成22年度は、対前年度比では果実、魚介類、（塩干・くん製他）、野菜、大豆、飲用向け牛乳、砂糖類等の減少が著しくなっている。一方、増加したのはバター、脱脂粉乳、ばれいしょ、鶏肉、魚介類（生鮮・冷凍）、植物油脂、みそ等となっている。

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。1人当たりの食料消費量は、総じて年々、減少している。

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年度	22-17 年度	18	19	20	21	22年度	22/17 年度
	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	%	%	%	%	%	%
米	61.4	61.0	61.4	59.0	58.5	59.5	▲ 1.9	▲ 0.7	0.7	▲ 3.9	▲ 0.8	1.7	▲ 3.1
小麦	31.7	31.8	32.3	31.1	31.8	32.7	1.0	0.3	1.6	▲ 3.7	2.3	<u>2.8</u>	3.2
ばれいしょ	14.8	15.0	15.9	15.3	14.0	15	0.2	1.4	6.0	▲ 3.8	▲ 8.5	<u>7.1</u>	1.4
でんぷん	17.5	17.6	17.5	16.9	16.4	16.7	▲ 0.8	0.6	▲ 0.6	▲ 3.4	▲ 3.0	1.8	▲ 4.6
大豆	6.8	6.8	6.8	6.7	6.5	6.3	▲ 0.5	0.0	0.0	▲ 1.5	▲ 3.0	<u>▲ 3.1</u>	<u>▲ 7.4</u>
野菜	96.3	94.9	94.5	94.2	91.7	88.3	▲ 8.0	▲ 1.5	▲ 0.4	▲ 0.3	▲ 2.7	<u>▲ 3.7</u>	<u>▲ 8.3</u>
果実	43.1	40.0	41.2	40.1	39.3	36.5	▲ 6.6	▲ 7.2	3.0	▲ 2.7	▲ 2.0	<u>▲ 7.1</u>	<u>▲ 15.3</u>
牛肉	5.6	5.5	5.7	5.7	5.9	5.9	0.3	▲ 1.8	3.6	0.0	3.5	<u>0.0</u>	<u>5.4</u>
豚肉	12.1	11.5	11.6	11.7	11.5	11.7	▲ 0.4	▲ 5.0	0.9	0.9	▲ 1.7	1.7	▲ 3.3
鶏肉	10.5	10.8	10.7	10.8	11.0	11.4	0.9	2.9	▲ 0.9	0.9	1.9	<u>3.6</u>	<u>8.6</u>
鶏卵	16.6	16.7	17.1	16.8	16.5	16.6	0.0	0.6	2.4	▲ 1.8	▲ 1.8	0.6	0.0
飲用向け牛乳	36.7	35.8	34.9	34.2	32.7	31.8	▲ 4.9	▲ 2.5	▲ 2.5	▲ 2.0	▲ 4.4	<u>▲ 2.8</u>	<u>▲ 13.4</u>
脱脂粉乳	1.5	1.4	1.5	1.2	1.2	1.3	▲ 0.2	▲ 6.7	7.1	▲ 20.0	0.0	<u>8.3</u>	<u>▲ 13.3</u>
チーズ	1.9	2.0	2.1	1.7	1.9	1.9	0.0	5.3	5.0	▲ 19.0	11.8	0.0	0.0
バター	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.7	0.0	0.0	0.0	▲ 14.3	0.0	<u>16.7</u>	0.0
魚介類 (生鮮・冷凍)	14.9	13.3	13.3	13.4	11.3	11.7	▲ 3.2	▲ 10.7	0.0	0.8	▲ 15.7	<u>3.5</u>	<u>▲ 21.5</u>
魚介類 (塩干、くん製他)	18.2	18.0	17.3	16.7	17.4	16.5	▲ 1.7	▲ 1.1	▲ 3.9	▲ 3.5	4.2	<u>▲ 5.2</u>	<u>▲ 9.3</u>
砂糖類	19.9	19.5	19.8	19.2	19.3	18.9	▲ 1.0	▲ 2.0	1.5	▲ 3.0	0.5	▲ 2.1	▲ 5.0
植物油脂	13.5	13.5	13.4	13.0	12.3	12.7	▲ 0.8	0.0	▲ 0.7	▲ 3.0	▲ 5.4	<u>3.3</u>	<u>▲ 5.9</u>
動物油脂	1.1	1.1	1.0	0.8	0.8	0.8	▲ 0.3	0.0	▲ 9.1	▲ 20.0	0.0	<u>0.0</u>	<u>▲ 27.3</u>
みそ	3.9	3.9	3.8	3.6	3.5	3.6	▲ 0.3	0.0	▲ 2.6	▲ 5.3	▲ 2.8	<u>2.9</u>	<u>▲ 7.7</u>
しょうゆ	7.2	7.3	7.2	6.7	6.6	6.5	▲ 0.7	1.4	▲ 1.4	▲ 6.9	▲ 1.5	▲ 1.5	<u>▲ 9.7</u>

資料：農林水産省「食料需給表」

平成23年の勤労者世帯の消費支出が減少するなか、食品消費も減少し、エンゲル係数は上昇

勤労者世帯の平成23年の1カ月当たり実収入は、総務省「家計調査」によれば、近年、減少で推移しており、平成23年は51万円で対前年比▲2.0%とわずかに減少している。一方、消費支出も年々、減少で推移しており、30万9千円で対前年比▲3.0%と減少している。うち、食品消費も減少で推移し、6万8千円で対前年比▲1.7%と減少している。

また、平成23年の実収入、消費支出、食料消費は、平成17年対比ではそれぞれ、▲2.4%、▲6.0%、▲3.6%となっている。生鮮を含む食料品の消費者物価は、平成17年対比で2.9%上昇するなか、実収入の減少が消費支出を抑制する結果となっており、消費者の食費の節約志向が顕著にうかがえる。

この結果、平成23年のエンゲル係数は、22.2%で対前年比0.3ポイント上昇、17年対比で0.6ポイント上昇している。

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	単位:円、%		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
19年	527,129	322,840	70,210	252,630	21.7
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	510,117	308,826	68,417	240,409	22.2

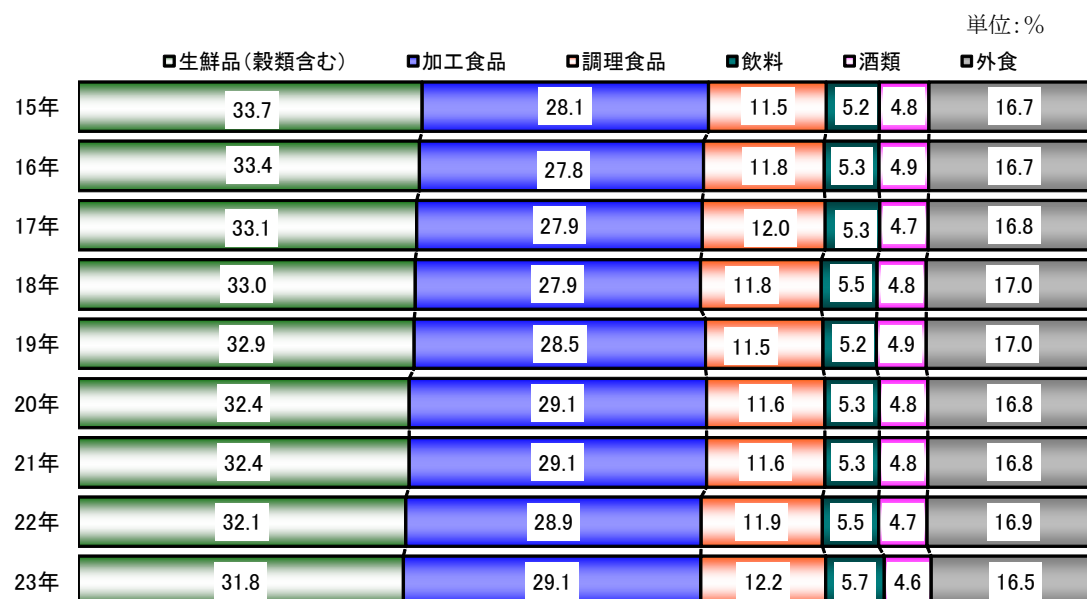
資料:総務省「家計調査 勤労者世帯全国」より作成

平成23年の1世帯当たり食料品・外食支出額構成比は、生鮮食品が低下し、加工食品、調理食品、飲料が上昇

1世帯・1カ月当たりの平成23年食料品・外食支出額構成比は、総務省「家計調査」によれば、生鮮品（穀類含む）が31.8%、加工食品が29.1%、調理食品が12.2%、飲料が5.7%、酒類が4.6%、外食が16.5%となっている。支出額は対前年比で生鮮品が▲1.7%、加工食品が▲0.3%、酒類が▲4.0%、外食が▲3.3%と減少し、調理食品が2.1%、飲料が2.5%の増加となっている。特に酒類及び外食の減少、飲料の増加は3月の東日本大震災の影響も一因とみられる。

平成15年以降の支出額構成比をみると、生鮮品が低下し、加工食品、調理食品が上昇し、食の外部化が進展していることを示している。また、飲料が上昇し、酒類や外食がわずかに低下している。

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)」

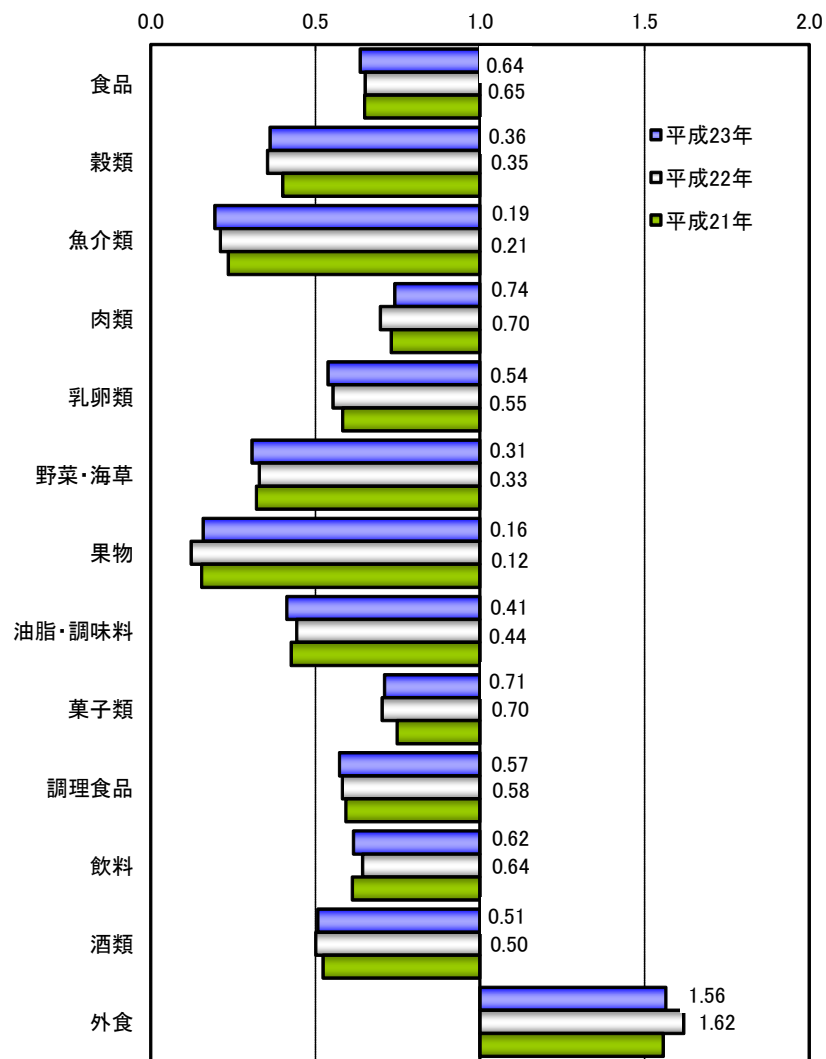
平成23年の食料品の支出弾力性が高いのは、外食、次いで肉類、菓子類

平成23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。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(部類)別にみると、外食の値が最も大きく1.56、次いで肉類が0.74、菓子類が0.71、飲料が0.62、調理食品が0.57、乳卵類が0.54となっている。一方、最も小さいのは果物で0.16、次いで魚介類で0.19、野菜・海草が0.31となっている。

支出弾力性について前年と比較してみると、肉類、果物等が上昇し、外食、飲料、油脂・調味料、野菜・海藻等が低下している。

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

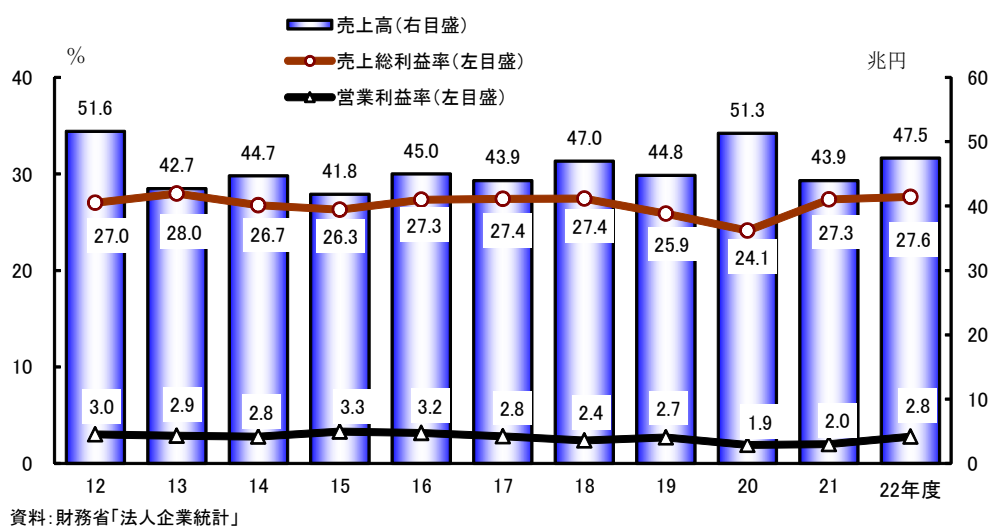
2 食品製造業の構造変化

(1) 食品製造業の経営動向

食品製造業における平成22年度の売上総利益率、営業利益率は改善

平成 22 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 5 千億円で対前年比 8.0 %とかなりの程度増加し、21 年度の▲ 14.3 %から改善した。また、売上総利益率は 27.6 %で対前年度比 0.3 ポイントの改善、また売上高営業利益率は 2.8 %で同 0.8 ポイント改善した。平成 20 年度は原材料価格上昇から、売上総利益率、営業利益率ともに一段と悪化したが、平成 21 年度から、原材料価格が低下し、製造コスト削減も寄与し、平成 22 年度にはこれらの指標は改善している。

図1-24 食品製造業の売上高、売上原価、営業利益率の推移



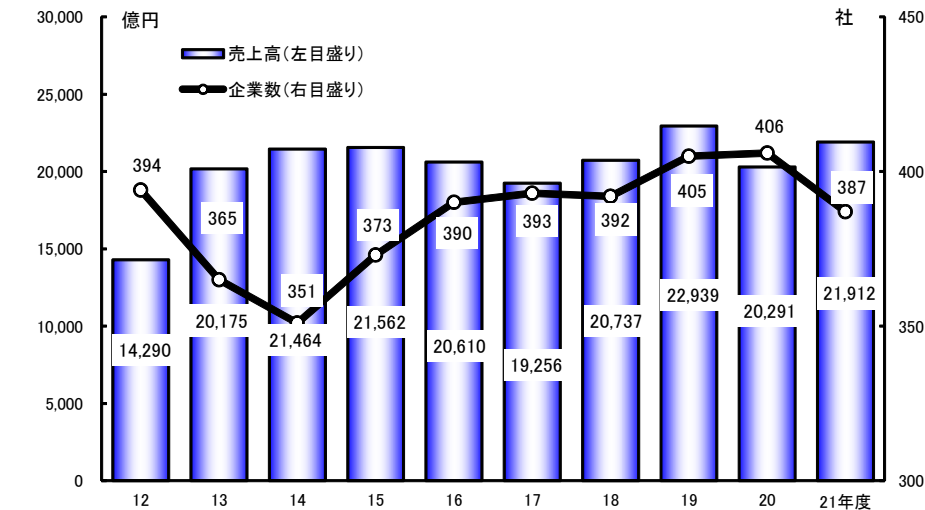
海外現地法人における平成21年の食品製造業の企業数は減少したが、売上高は増加

平成 21 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、387 社で対前年度比▲ 19 社と減少したものの、売上高は 2 兆 2 千億円で同 8.0 %とかなりの程度増加している。

企業数は 14 年以降、概ね増加傾向で推移したが平成 21 年度は減少している。国別では、中国が 161 社で最も多く、次いで米国が 56 社、オーストラリアが 14 社等となっている。

売上高が平成 18 年以降は増加に転じ、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 年度には改善している。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するものと予想される。

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



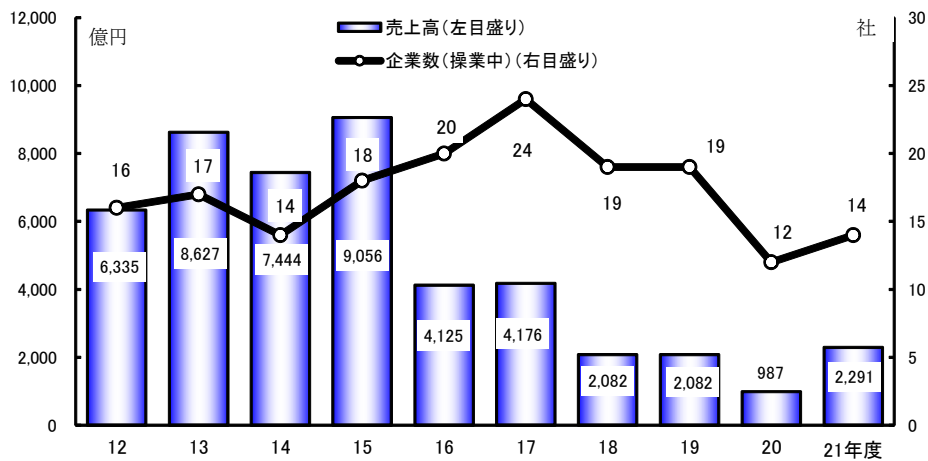
資料：経済産業省「第36回海外事業活動基本調査」より作成

食品製造業における外資系企業の平成21年度の売上高、企業数は増加

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、減少で推移したが、平成21年は2,291億円で対前年度比で大幅な増加となった。

企業数は平成18年度以降、減少したが、平成21年度は14社と対前年比で2社増加した。母国籍別では米国が8社、フランスが3社、韓国が2社等となっている。

図1-26 外資系企業（食品製造）における売上高と経常収支および従業員数の推移



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

食品製造業の経営構造変化について、以下、経済産業省「工業統計」（平成 22 年概要版）を用いて概観する。食品製造業をその製造特性から分類するにあたり、通常、素材型と加工型（組立型）に分けられるが、加工型のうち飲料、酒類を分離して素材型、加工型、飲料、酒類の 4 つに区分している。

平成22年の製造品出荷額等は、28兆7千億円で対前年比▲1.8%とわずかに減少

平成 22 年の食料品製造業における製造品出荷額等は、28 兆 7 千億円で対前年比▲ 1.8 %とわずかに減少した。平成 22 年の企業物価指数は加工食品全体で対前年比▲ 0.4 %、加工原料が▲ 5.3 %となっており、製品販売単価の低下が製造品出荷等の減少の一因とみられる。

業種別にみると、清涼飲料製造業が増加し、パン・菓子製造業、畜産食料品製造業が前年並み、糖類製造業、動植物油脂製造業、精穀・製粉業等が減少した。

4 区分業種類型別にみると、素材型は 4 兆 3 千億円で対前年比▲ 7.0 %、加工型は 18 兆 1 千億円で同▲ 0.4 %、飲料は 2 兆 8 千億円で同 0.7 %、酒類は 3 兆 5 千億円で同▲ 3.7 %となった。

図1-27 食品製造業の製造品出荷額等の推移

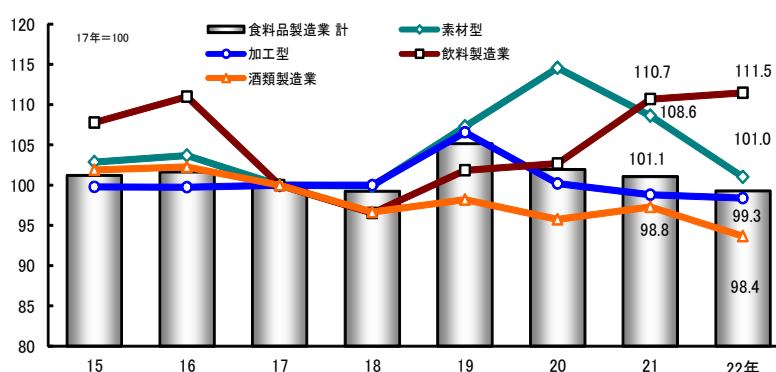


表1-8 食品製造業の製造品出荷額等

単位:10億円、%

区分・年次 業 種	金額	構成比	金額	構成比	対前年増減率				
	21年		22年		18年	19年	20年	21年	22年
食料品製造業	29,253	100.0	28,737	100.0	▲ 0.7	6.0	▲ 3.1	▲ 0.9	▲ 1.8
素材型	4,607	15.8	4,285	14.9	▲ 0.1	7.4	6.8	▲ 5.2	▲ 7.0
調味料製造業	1,853	6.3	1,826	6.4	▲ 0.3	6.3	0.2	▲ 4.2	▲ 1.4
糖類製造業	554	1.9	474	1.6	0.9	5.0	▲ 0.1	15.6	▲ 14.5
精穀・製粉業	1,345	4.6	1,225	4.3	▲ 2.8	3.6	12.0	▲ 4.7	▲ 8.9
動植物油脂製造業	855	2.9	760	2.6	4.5	17.6	17.5	▲ 17.5	▲ 11.2
加工型	18,215	62.3	18,139	63.1	▲ 0.0	6.6	▲ 6.0	▲ 1.4	▲ 0.4
畜産食料品製造業	5,232	17.9	5,246	18.3	▲ 0.4	6.7	4.3	▲ 0.7	0.3
水産食料品製造業	3,223	11.0	3,122	10.9	▲ 2.6	8.8	▲ 0.3	▲ 5.1	▲ 3.1
野菜・果実等製造業	787	2.7	774	2.7	0.0	0.7	▲ 3.5	▲ 1.2	▲ 1.7
パン・菓子製造業	4,560	15.6	4,589	16.0	2.0	6.4	2.8	0.1	0.6
その他の食料品製造業	4,412	15.1	4,407	15.3	0.3	6.1	▲ 24.9	▲ 0.9	▲ 0.1
飲料	2,778	9.5	2,797	9.7	▲ 3.5	5.5	0.8	7.8	0.7
清涼飲料製造業	2,215	7.6	2,265	7.9	▲ 3.1	5.6	0.3	10.8	2.3
茶・コーヒー製造業	563	1.9	532	1.9	▲ 4.8	5.2	2.6	▲ 2.7	▲ 5.4
酒類	3,653	12.5	3,516	12.2	▲ 3.3	1.6	▲ 2.5	1.6	▲ 3.7
酒類製造業	3,653	12.5	3,516	12.2	▲ 3.3	1.6	▲ 2.5	1.6	▲ 3.7

資料:経済産業省「工業統計」

(3) 食品製造業の収益構造の変化

平成22年の付加価値額は、10兆3千億円で対前年比1.0%増加

平成22年の食料品製造業における付加価値額は、10兆3千億円で対前年比1.0とわずかに増加した。製造出荷額が対前年比で▲1.8%と減少したものの、原材料使用額が▲3.3%と減少したことが寄与している（表1-15 参照）。

業種別にみると、清涼飲料製造業、動植物油脂製造業、畜産食料品製造業等が増加した。一方、糖類製造業、精穀・製粉業、茶・コーヒー製造業、水産食料品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1兆3千億円で対前年比▲2.9%と前年に続き減少した。加工型は6兆7千億円で同1.0%の増加となった。飲料は1兆1千億円で同10.2%とかなりの程度増加、酒類は1兆2千億円で同▲2.1%とマイナスに転じている。

図1-28 食品製造業の付加価値額の推移

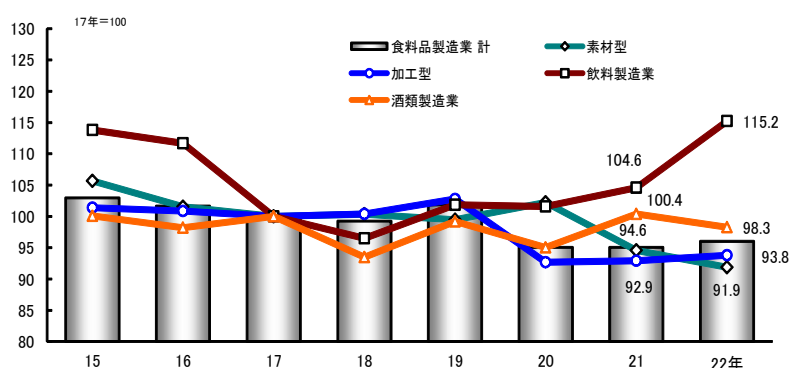


表1-9 食品製造業の付加価値額

業 種	区分・年次		金額		構成比		対前年増減率		対前年増減率	
	21年		22年		21年		18年		19年	
	21年		22年		21年		18年		19年	
食料品製造業	10,205	100.0	10,309	100.0	▲0.8	2.6	▲6.7	0.0	1.0	
素材型	1,353	13.3	1,314	12.7	0.4	▲0.9	2.8	▲7.5	▲2.9	
調味料製造業	781	7.7	777	7.5	▲1.9	▲3.3	▲3.1	▲6.1	▲0.6	
糖類製造業	171	1.7	138	1.3	1.7	▲7.4	12.8	27.3	▲19.0	
精穀・製粉業	242	2.4	234	2.3	▲0.5	6.2	16.9	▲6.4	▲3.3	
動植物油脂製造業	160	1.6	166	1.6	11.1	6.1	6.2	▲33.1	3.7	
加工型	6,594	64.6	6,659	64.6	0.4	2.4	▲9.8	0.2	1.0	
畜産食料品製造業	1,330	13.0	1,368	13.3	▲0.5	2.6	▲0.2	2.9	2.9	
水産食料品製造業	1,015	9.9	994	9.6	▲0.7	2.2	▲4.2	▲4.2	▲2.1	
野菜・果実等製造業	298	2.9	292	2.8	▲0.6	▲4.5	▲8.8	0.4	▲2.0	
パン・菓子製造業	2,260	22.1	2,298	22.3	2.6	1.5	1.5	0.9	1.7	
その他の食料品製造業	1,692	16.6	1,707	16.6	▲0.4	4.2	▲28.5	0.1	0.9	
飲料	1,026	10.1	1,131	11.0	▲3.5	5.6	▲0.2	3.0	10.2	
清涼飲料製造業	875	8.6	984	9.5	▲2.8	5.1	1.6	3.9	12.5	
茶・コーヒー製造業	151	1.5	147	1.4	▲7.0	7.9	▲9.2	▲2.1	▲2.9	
酒類	1,231	12.1	1,205	11.7	▲6.5	6.1	▲4.2	5.7	▲2.1	
酒類製造業	1,231	12.1	1,205	11.7	▲6.5	6.1	▲4.2	5.7	▲2.1	

資料：経済産業省「工業統計」

平成22年の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合は、35.9%で対前年差1.0ポイント上昇と改善

平成22年の食料品製造業における製造品出荷額等に占める付加価値額の割合は、35.9%で対前年差1.0ポイント上昇と改善した。これは原材料調達や製造のコスト削減が寄与しているものとみられる。

業種別にみると、清涼飲料製造業、動植物油脂製造業、精穀・製粉業、畜産食料品製造業等が上昇した。一方、糖類製造業等が低下した。

4区分業種類型別にみると、素材型は、30.7%で対前年差1.3ポイント上昇、加工型は36.7%で同0.5ポイント上昇、飲料は40.4%で同3.5ポイント上昇、酒類は34.3%で同0.6ポイント上昇と改善した。素材型に対して、飲料、加工型、酒類は労働集約的な産業であることから、付加価値率が高いことが特徴である。

図1-29 食品製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

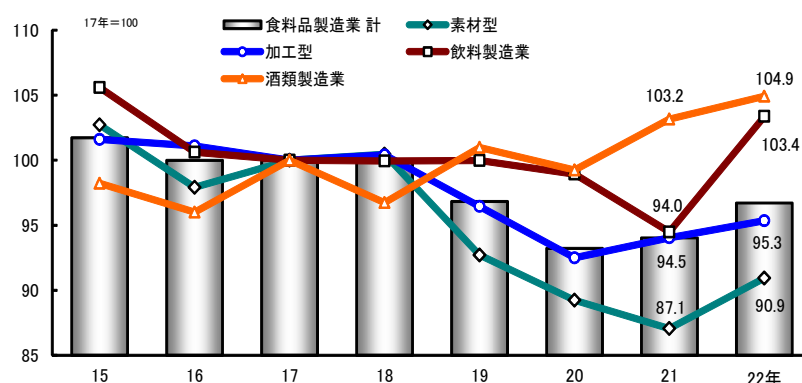


表1-10 食品製造業の製造品出荷額等に占める付加価値額の割合

単位: %、ポイント

業 種	区分・年次	割合		対前年差					22年-17年
	21年	22年	18年	19年	20年	21年	22年		
食料品製造業		34.9	35.9	▲ 0.0	▲ 1.2	▲ 1.3	0.3	1.0	▲ 1.2
素材型		29.4	30.7	0.2	▲ 2.6	▲ 1.2	▲ 0.7	1.3	▲ 3.1
調味料製造業		42.2	42.5	▲ 0.8	▲ 4.4	▲ 1.5	▲ 0.9	0.4	▲ 7.2
糖類製造業		30.8	29.2	0.2	▲ 3.3	3.2	2.8	▲ 1.6	1.3
精穀・製粉業		18.0	19.1	0.4	0.4	0.8	▲ 0.3	1.1	2.4
動植物油脂製造業		18.7	21.8	1.7	▲ 2.8	▲ 2.4	▲ 4.4	3.1	▲ 4.8
加工型		36.2	36.7	0.2	▲ 1.5	▲ 1.5	0.6	0.5	▲ 1.8
畜産食料品製造業		25.4	26.1	▲ 0.0	▲ 1.0	▲ 1.1	0.9	0.7	▲ 0.6
水産食料品製造業		31.5	31.8	0.6	▲ 2.1	▲ 1.3	0.3	0.3	▲ 2.1
野菜・果実等製造業		37.8	37.7	▲ 0.3	▲ 2.2	▲ 2.2	0.6	▲ 0.1	▲ 4.1
パン・菓子製造業		49.6	50.1	0.3	▲ 2.4	▲ 0.6	0.4	0.5	▲ 1.9
その他の食料品製造業		38.3	38.7	▲ 0.3	▲ 0.7	▲ 1.9	0.4	0.4	▲ 2.1
飲料		37.0	40.4	▲ 0.0	0.0	▲ 0.4	▲ 1.7	3.5	1.3
清涼飲料製造業		39.5	43.4	0.1	▲ 0.2	0.5	▲ 2.6	3.9	1.7
茶・コーヒー製造業		26.9	27.6	▲ 0.7	0.8	▲ 3.5	0.2	0.7	▲ 2.5
酒類		33.7	34.3	▲ 1.1	1.4	▲ 0.6	1.3	0.6	1.6
酒類製造業		33.7	34.3	▲ 1.1	1.4	▲ 0.6	1.3	0.6	1.6

資料: 経済産業省「工業統計」

平成22年の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合は、55.3%で対前年差▲0.9ポイントと改善

平成22年の食料品製造業における製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合は、55.3%で対前年差▲0.9ポイントと改善した。原材料価格の低下が寄与しているものとみられる。

業種別にみると、清涼飲料製造業、調味料製造業、精穀・製粉業、水産食料品製造業、パン・菓子製造業、その他製造業は低下している。一方、糖類製造業、酒類製造業、野菜・果実缶等製造業は上昇し、悪化している。

4区分業種類型別にみると、素材型は64.8%で対前年差▲0.8ポイントで改善、加工型は59.2%で同▲0.8ポイントで改善、飲料は55.2%で同▲3.5ポイントで改善、酒類は23.5%で同0.3ポイント上昇し悪化した。加工型に対して、資本集約的な産業である素材型では原材料使用額割合が高いことが特徴である。

図1-30 食品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額割合の推移

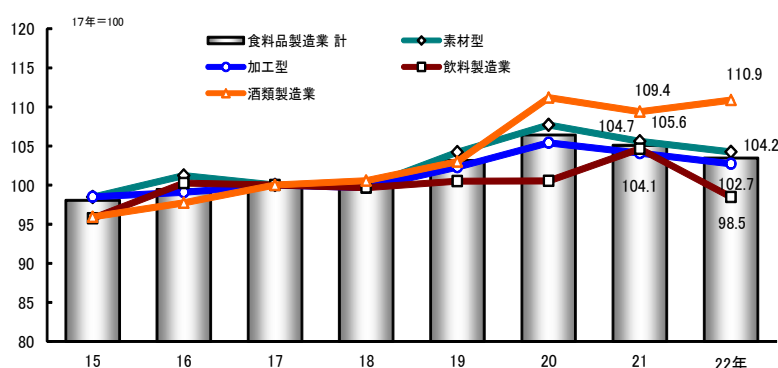


表1-11 食品製造業の製造品出荷額等に占める原材料使用額の割合

単位: %、ポイント

業 種	区分・年次	割合		対前年差				22年-17年	
	21年	22年	18年	19年	20年	21年	22年		
食料品製造業		56.2	55.3	▲ 0.0	1.7	1.8	▲ 0.7	▲ 0.9	1.9
素材型		65.7	64.8	▲ 0.1	2.7	2.2	▲ 1.3	▲ 0.8	2.6
調味料製造業		52.9	52.2	1.1	4.1	1.7	0.9	▲ 0.7	7.2
糖類製造業		63.6	64.3	▲ 2.4	4.0	▲ 3.2	▲ 3.0	0.7	▲ 3.9
精穀・製粉業		78.9	78.2	▲ 0.3	▲ 0.4	▲ 0.2	▲ 1.4	▲ 0.7	▲ 3.0
動植物油脂製造業		73.8	73.8	▲ 0.9	3.6	5.4	▲ 3.1	0.0	5.0
加工型		60.0	59.2	▲ 0.2	1.5	1.8	▲ 0.8	▲ 0.8	1.6
畜産食料品製造業		71.4	70.4	0.1	1.1	1.4	▲ 1.1	▲ 1.0	0.5
水産食料品製造業		65.8	65.2	▲ 0.6	1.9	1.7	▲ 0.6	▲ 0.7	1.7
野菜・果実缶等製造業		58.4	58.6	0.1	2.7	2.0	▲ 0.7	0.2	4.4
パン・菓子製造業		45.3	44.6	▲ 0.3	2.2	0.8	▲ 0.4	▲ 0.7	1.6
その他の食料品製造業		57.7	57.0	0.2	0.8	2.2	▲ 0.6	▲ 0.7	2.0
飲料		58.7	55.2	▲ 0.2	0.5	0.0	2.3	▲ 3.5	▲ 0.9
清涼飲料製造業		55.9	51.9	▲ 0.1	0.6	▲ 0.9	3.5	▲ 4.0	▲ 0.9
茶・コーヒー製造業		69.5	69.5	▲ 0.2	▲ 0.1	2.9	▲ 0.7	▲ 0.1	1.8
酒類		23.1	23.5	0.1	0.5	1.7	▲ 0.4	0.3	2.3
酒類製造業		23.1	23.5	0.1	0.5	1.7	▲ 0.4	0.3	2.3

資料: 経済産業省「工業統計」

平成22年の製造品出荷額等に占める現金給与総額の割合は、10.9%で対前年差0.1ポイントの上昇

平成22年の食料品製造業における製造品出荷額等に占める現金給与総額の割合は、10.9%で対前年差0.1ポイント上昇した。現金給与総額（実額）は対前年比▲0.7%で前年並みとなっているが、製造品出荷額等が▲1.8%とわずかに減少したことから、製造品出荷額等に占める現金給与総額の割合はわずかに上昇となった（表1-15参照）。

業種別にみると、清涼飲料製造業、調味料製造業が低下し、改善している。一方、糖類製造業、動植物油脂製造業、精穀・製粉業、水産食料品製造業等が上昇した。

4区分業種類型別にみると、素材型は7.8%で対前年差0.4ポイント上昇、加工型は13.5%で前年並み、飲料は6.2%で対前年差▲0.2ポイント低下、酒類は4.5%で前年並みとなった。素材型に対して、加工型は労働集約的な産業であることから、人件費の割合が高いことが特徴である。

図1-31 食品製造業の製造品出荷額等に占める現金給与総額割合の推移

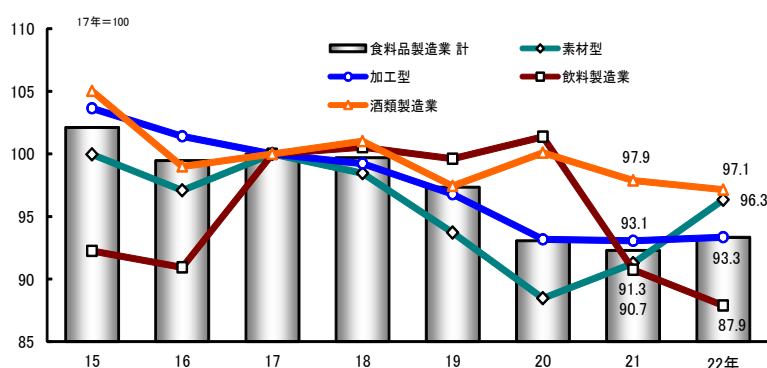


表1-12 食品製造業の製造品出荷額等に占める現金給与総額の割合

業 種	区分・年次		対前年差					22年-17年
	21年	22年	18年	19年	20年	21年	22年	
食料品製造業	10.7	10.9	▲0.0	▲0.3	▲0.5	▲0.1	0.1	▲0.8
素材型	7.4	7.8	▲0.1	▲0.4	▲0.4	0.2	0.4	▲0.3
調味料製造業	10.7	10.7	▲0.2	▲0.3	0.1	0.2	▲0.1	▲0.3
糖類製造業	5.9	6.8	▲0.4	▲0.4	▲0.2	▲0.5	0.9	▲0.6
精穀・製粉業	4.6	5.0	0.1	▲0.2	▲0.5	0.0	0.4	▲0.2
動植物油脂製造業	5.5	6.1	▲0.1	▲0.8	▲0.7	0.8	0.6	▲0.3
加工型	13.5	13.5	▲0.1	▲0.4	▲0.5	▲0.0	0.0	▲1.0
畜産食料品製造業	8.4	8.4	▲0.1	▲0.2	▲0.2	0.1	▲0.0	▲0.4
水産食料品製造業	12.3	12.5	0.0	▲0.9	▲0.3	0.2	0.2	▲0.7
野菜・果実等製造業	16.1	16.2	▲0.4	▲0.2	▲0.2	▲0.5	0.1	▲1.1
パン・菓子製造業	16.7	16.7	▲0.3	▲0.5	▲0.6	▲0.0	0.0	▲1.4
その他の食料品製造業	16.5	16.5	▲0.1	▲0.0	0.1	▲0.3	0.0	▲0.4
飲料	6.4	6.2	0.0	▲0.1	0.1	▲0.8	▲0.2	▲0.9
清涼飲料製造業	5.7	5.5	▲0.1	0.1	0.2	▲0.9	▲0.2	▲1.0
茶・コーヒー製造業	9.5	9.5	0.6	▲0.5	▲0.0	0.1	▲0.0	0.2
酒類	4.5	4.5	0.0	▲0.2	0.1	▲0.1	▲0.0	▲0.1
酒類製造業	4.5	4.5	0.0	▲0.2	0.1	▲0.1	▲0.0	▲0.1

資料：経済産業省「工業統計」

(4) 食品製造業の生産性の変化

平成22年の従業者1人当たりの付加価値額は、921万円で対前年比1.4%増加

平成22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、921万円で対前年比1.4%増加した。従業員数の削減、原材料費や製造コストの削減が寄与しているものとみられる。

業種別にみると、清涼飲料製造業、動植物油脂製造業、畜産食料品製造業、調味料製造業、パン・菓子製造業等が増加した。一方、糖類製造業、精穀・製粉業、茶・コーヒー製造業等が減少した。労働生産性は業種別にみると差異が大きいことが特徴である。

4区分業種類型別にみると、素材型は1,597万円で対前年比▲0.6%、加工型は697万円で同1.1%の増加、飲料は2,509万円で同12.5%とかなり大きく増加、酒類は3,225万円で同0.3%となった。加工型に対して、資本集約的な産業である素材型は労働生産性が高いことが特徴である。

図1-32 食品製造業の従業者1人あたり付加価値額の推移

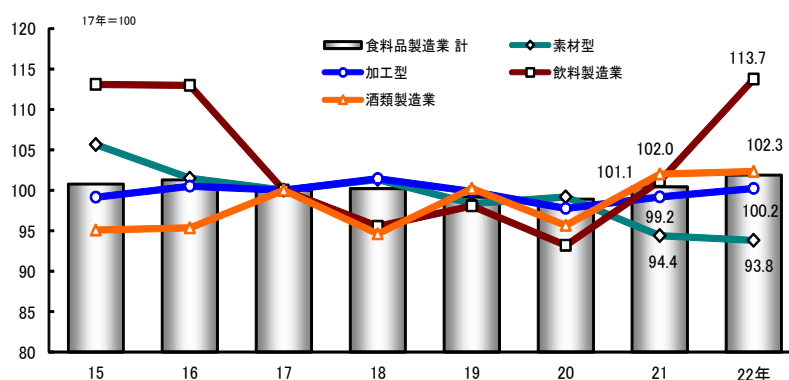


表1-13 食品製造業の従業者1人当たりの付加価値額

業種	区分・年次		金額					22年/17年
	21年	22年	18年	19年	20年	21年	22年	
食料品製造業	908	921	0.2	▲1.0	▲0.2	1.5	1.4	1.9
素材型	1,608	1,597	1.3	▲3.0	0.9	▲4.8	▲0.6	▲6.2
調味料製造業	1,445	1,467	▲0.9	▲5.5	▲5.4	▲2.9	1.5	▲12.6
糖類製造業	2,840	2,410	7.0	▲10.7	19.8	18.0	▲15.2	14.7
精穀・製粉業	1,603	1,580	0.3	6.9	13.0	▲3.7	▲1.5	14.9
動植物油脂製造業	1,772	1,885	9.3	1.2	4.3	▲28.4	6.4	▲12.1
加工型	690	697	1.4	▲1.5	▲2.1	1.5	1.1	0.2
畜産食料品製造業	906	931	▲0.3	▲2.0	▲2.4	1.9	2.8	▲0.1
水産食料品製造業	602	601	1.4	0.7	▲2.5	▲1.8	▲0.2	▲2.4
野菜・果実等製造業	567	566	0.6	▲5.0	▲5.5	2.8	▲0.2	▲7.4
パン・菓子製造業	837	845	2.5	▲2.4	1.2	1.3	1.0	3.6
その他の食料品製造業	533	535	1.1	▲1.1	▲10.4	2.1	0.5	▲8.0
飲料	2,231	2,509	▲4.5	2.6	▲4.9	8.5	12.5	13.7
清涼飲料製造業	3,084	3,539	▲5.5	0.0	▲0.4	9.0	14.8	17.8
茶・コーヒー製造業	858	850	▲5.1	8.7	▲17.5	3.9	▲0.9	▲12.4
酒類	3,216	3,225	▲5.4	5.9	▲4.6	6.6	0.3	2.3
酒類製造業	3,216	3,225	▲5.4	5.9	▲4.6	6.6	0.3	2.3

資料: 経済産業省「工業統計」

平成22年の1事業所当たりの製造品出荷額等は9億3千万円で対前年比1.6%とわずかに増加

平成22年の食料品製造業における1事業所当たりの製造品出荷額等は、9億3千万円で対前年比1.6%とわずかに増加した。平成17年度対比では22.5%の大幅な増加となっており、基幹工場への集約など製造拠点の再編が進展していることがうかがえる。

業種別にみると、清涼飲料製造業、パン・菓子製造業、その他の食料品製造業、畜産食料品製造業等が増加した。一方、動植物油脂製造業、糖類製造業、精穀・製粉業、酒類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16億2千万円で対前年比▲4.1%とやや減少、加工型は7億3千万円で同2.9%とわずかに増加、飲料は15億6千万円で同5.3%とやや増加、酒類は21億9千万円で同▲1.1%とわずかに減少となった。特に飲料、加工型において工場の再編統合が進んでいることがうかがえる。

図1-33 食品製造業の1事業所あたり製造品出荷額等の推移

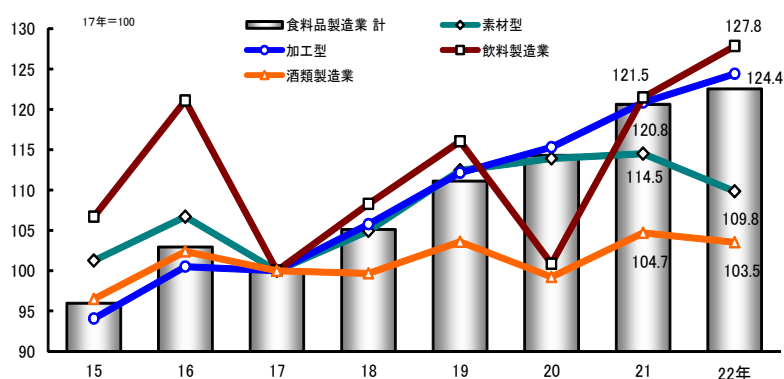


表1-14 食品製造業の1事業所あたりの製造品出荷額等

単位:百万円、%									
業 種	区分・年次	金額		対前年増減率				22年/17年	
		21年	22年	18年	19年	20年	21年		22年
食料品製造業		918	932	5.1	5.7	2.9	5.5	1.6	22.5
素材型		1,686	1,617	4.9	7.2	1.3	0.5	▲ 4.1	9.8
調味料製造業		1,115	1,124	5.0	5.8	▲ 4.4	0.8	0.8	7.9
糖類製造業		4,167	3,822	9.3	1.9	▲ 0.1	18.2	▲ 8.3	20.7
精穀・製粉業		1,823	1,745	1.8	5.1	3.2	4.3	▲ 4.3	10.1
動植物油脂製造業		4,255	3,798	6.6	14.7	14.6	▲ 14.6	▲ 10.7	6.9
加工型		711	732	5.8	6.0	2.8	4.8	2.9	24.4
畜産食料品製造業		2,037	2,084	0.9	0.3	3.8	2.4	2.3	10.0
水産食料品製造業		463	464	2.5	8.7	▲ 0.7	0.7	0.2	11.7
野菜・果実等製造業		396	403	4.4	0.9	▲ 3.6	4.8	1.8	8.5
パン・菓子製造業		742	771	8.0	6.9	▲ 0.0	5.9	3.8	26.8
その他の食料品製造業		556	577	7.7	6.0	▲ 0.6	6.8	3.8	25.7
飲料		1,483	1,561	8.3	7.1	▲ 13.1	20.4	5.3	27.8
清涼飲料製造業		3,927	4,096	▲ 0.8	1.7	▲ 2.6	15.0	4.3	17.8
茶・コーヒー製造業		430	430	10.7	9.4	▲ 15.8	12.0	▲ 0.1	14.1
酒類		2,211	2,187	▲ 0.3	3.9	▲ 4.2	5.5	▲ 1.1	3.5
酒類製造業		2,211	2,187	▲ 0.3	3.9	▲ 4.2	5.5	▲ 1.1	3.5

資料:経済産業省「工業統計」

表1-15 平成22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	現金給与 総額	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	億円
食料品製造業		30,819	1,119,538	31,184	158,909	287,374	103,092
素材型		2,650	82,281	3,353	27,774	42,848	13,144
調味料製造業		1,624	52,947	1,953	9,536	18,259	7,766
糖類製造業		124	5,735	324	3,047	4,740	1,382
精穀・製粉業		702	14,810	611	9,582	12,253	2,340
動植物油脂製造業		200	8,789	464	5,609	7,596	1,657
加工型		24,769	954,811	24,504	107,434	181,390	66,587
畜産食料品製造業		2,517	146,945	4,411	36,952	52,463	13,678
水産食料品製造業		6,734	165,494	3,904	20,344	31,225	9,938
野菜・果実等製造業		1,923	51,622	1,256	4,536	7,741	2,920
パン・菓子製造業		5,953	271,820	7,662	20,482	45,890	22,982
その他の食料品製造業		7,642	318,930	7,271	25,120	44,071	17,069
飲料		1,792	45,082	1,747	15,453	27,972	11,310
清涼飲料製造業		553	27,805	1,240	11,755	22,649	9,841
茶・コーヒー製造業		1,239	17,277	507	3,698	5,323	1,469
酒類		1,608	37,364	1,581	8,248	35,164	12,052
酒類製造業		1,608	37,364	1,581	8,248	35,164	12,052
前年増減率		%	%	%	%	%	%
食料品製造業		▲ 3.3	▲ 0.4	▲ 0.7	▲ 3.3	▲ 1.8	1.0
素材型		▲ 3.0	▲ 2.2	▲ 1.8	▲ 8.2	▲ 7.0	▲ 2.9
調味料製造業		▲ 2.2	▲ 2.1	▲ 1.9	▲ 2.7	▲ 1.4	▲ 0.6
糖類製造業		▲ 6.8	▲ 4.5	▲ 1.7	▲ 13.6	▲ 14.5	▲ 19.0
精穀・製粉業		▲ 4.9	▲ 1.8	▲ 1.9	▲ 9.7	▲ 8.9	▲ 3.3
動植物油脂製造業		▲ 0.5	▲ 2.5	▲ 1.6	▲ 11.1	▲ 11.2	3.7
加工型		▲ 3.3	▲ 0.1	▲ 0.1	▲ 1.7	▲ 0.4	1.0
畜産食料品製造業		▲ 2.0	0.1	▲ 0.0	▲ 1.1	0.3	2.9
水産食料品製造業		▲ 3.3	▲ 1.9	▲ 1.5	▲ 4.1	▲ 3.1	▲ 2.1
野菜・果実等製造業		▲ 3.4	▲ 1.8	▲ 1.1	▲ 1.4	▲ 1.7	▲ 2.0
パン・菓子製造業		▲ 3.1	0.7	0.6	▲ 0.9	0.6	1.7
その他の食料品製造業		▲ 3.7	0.4	0.0	▲ 1.3	▲ 0.1	0.9
飲料		▲ 4.3	▲ 2.0	▲ 2.5	▲ 5.2	0.7	10.2
清涼飲料製造業		▲ 2.0	▲ 2.0	▲ 1.2	▲ 5.1	2.3	12.5
茶・コーヒー製造業		▲ 5.3	▲ 2.0	▲ 5.5	▲ 5.5	▲ 5.4	▲ 2.9
酒類		▲ 2.7	▲ 2.4	▲ 4.5	▲ 2.5	▲ 3.7	▲ 2.1
酒類製造業		▲ 2.7	▲ 2.4	▲ 4.5	▲ 2.5	▲ 3.7	▲ 2.1

資料：経済産業省「工業統計」

