

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29年の食品製造業生産額指数は対前年比0.3%と前年並み、生産指数も前年並み

平成29年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、112.3で、対前年比0.3%と前年並みとなった。平成29年の企業物価指数、生産指数のいずれも前年並みとなったことから、生産額指数も前年並みとなっている。平成23年から27年まで上昇で推移し、平成28年から横ばいとなっている。

食品製造業の生産指数（総合、暫定値）は、104.1で、対前年比0.4%と前年並みとなった。加工食品のうち、調理食品、畜産食料品、製穀粉・同加工品が上昇となっている。

図1-1 食品製造業生産額指数（推計）とGDPの推移

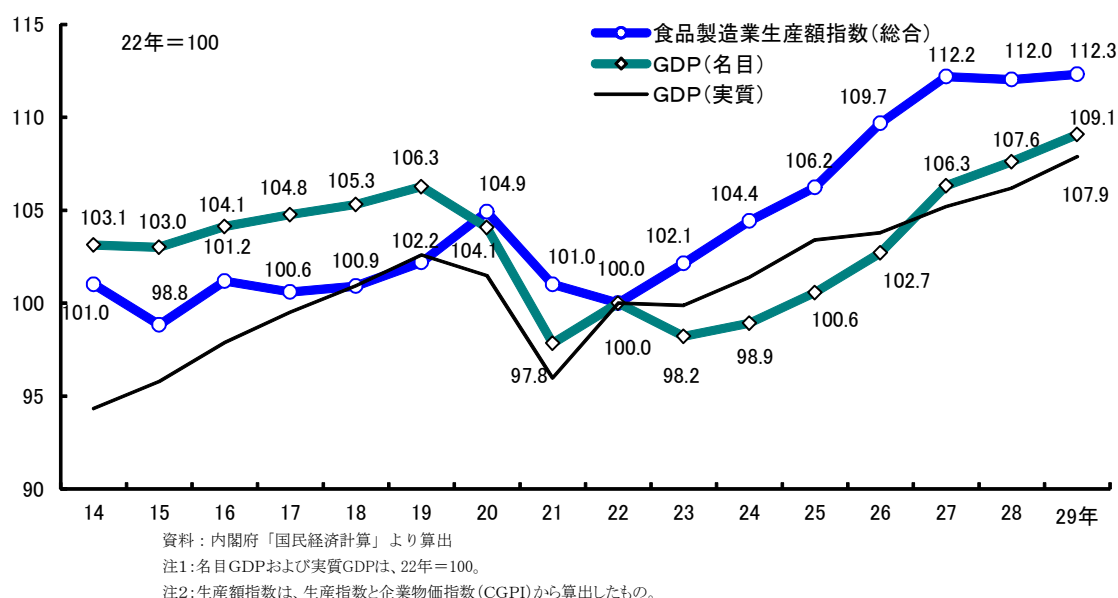
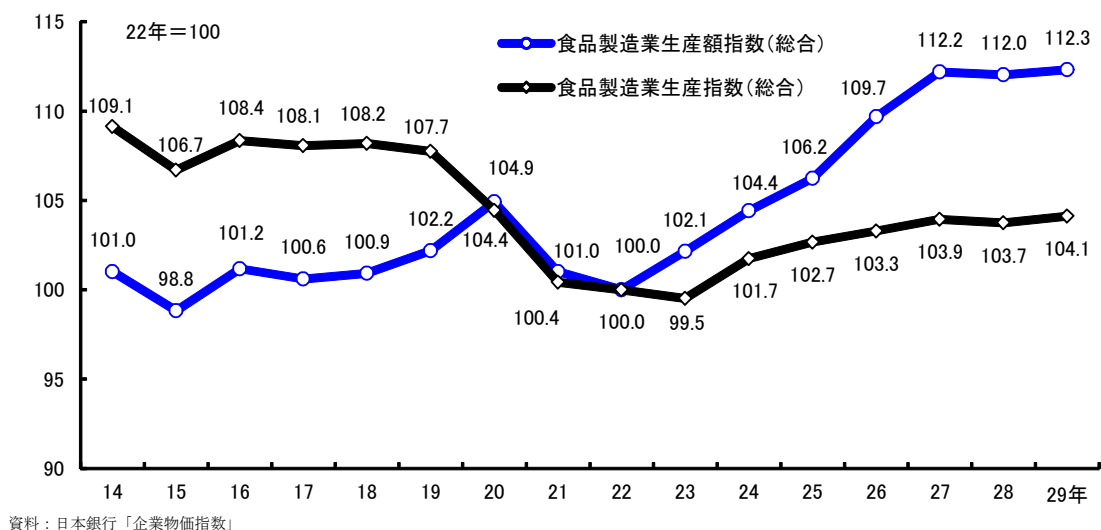


図1-2 食品製造業生産指数と生産額指数の推移

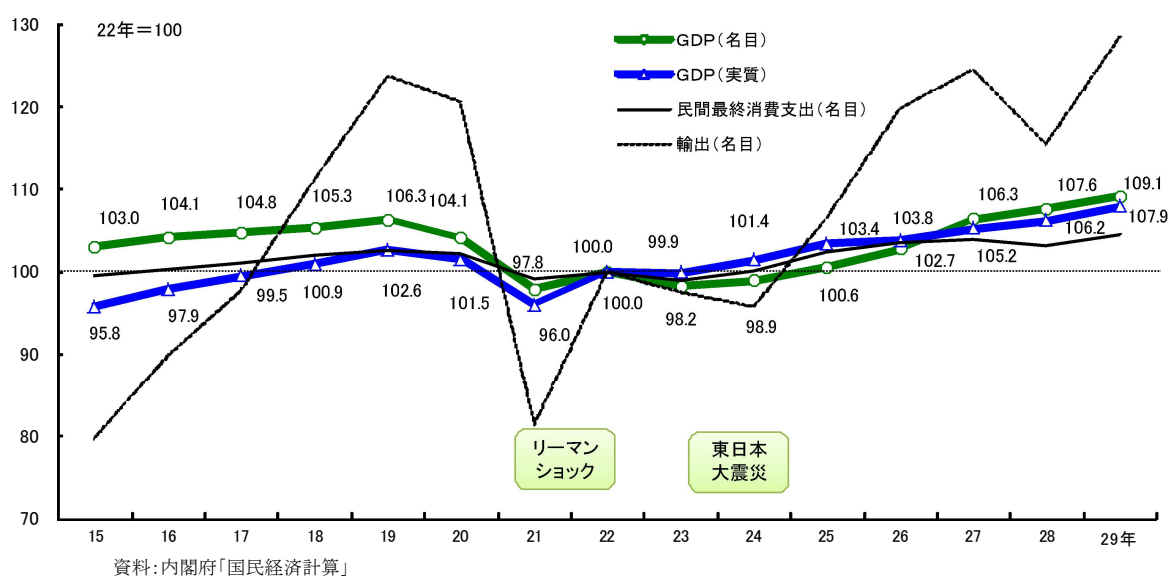


(2) 食品製造業をめぐる経済動向

平成29年の日本経済は、緩やかな回復基調が続くが、デフレ脱却には課題

平成29年の日本の名目GDP（国内総生産）は545兆7,925億円で対前年比1.4%とわずかな増加となった。実質GDPも対前年比で1.6%でとわずかな増加となった。平成29年の日本経済は、緩やかな回復基調が続いている。輸出や生産は持ち直しが続き、企業収益は過去最高となり、雇用・所得環境も改善した。また、個人消費や民間企業設備投資など国内需要も、持ち直しており、好循環が進展している。景気回復の長期化によって、労働市場では人手不足感が高まっている。物価の動向についても、デフレではない状況にはなっているものの、消費者物価の基調は横ばいとなっており、デフレからの脱却に向けて、まだ課題が残されている状況にある。

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29年の日本経済>

- ・ 内外需の伸びに支えられ実質GDPは堅調な伸び
- ・ 海外経済の回復と情報関連財需要の増加
- ・ 企業収益や雇用・所得環境の改善
- ・ 潜在成長率の低下傾向に歯止めがかかる中で、GDPギャップもプラスに
- ・ 企業収益は改善に広がり、雇用は明確に改善
- ・ 所得の改善、マインドの持ち直しにより消費は緩やかに持ち直し

資料：内閣府「日本経済2017－2018」より

<平成29年12月の経済月例報告>

- ・ 個人消費は、緩やかに持ち直している。
- ・ 設備投資は、緩やかに増加している。
- ・ 輸出は、持ち直している。
- ・ 生産は、緩やかに増加している。
- ・ 企業収益は、改善している。企業の業況判断は、改善している。
- ・ 雇用情勢は、改善している。
- ・ 消費者物価は、横ばいとなっている。

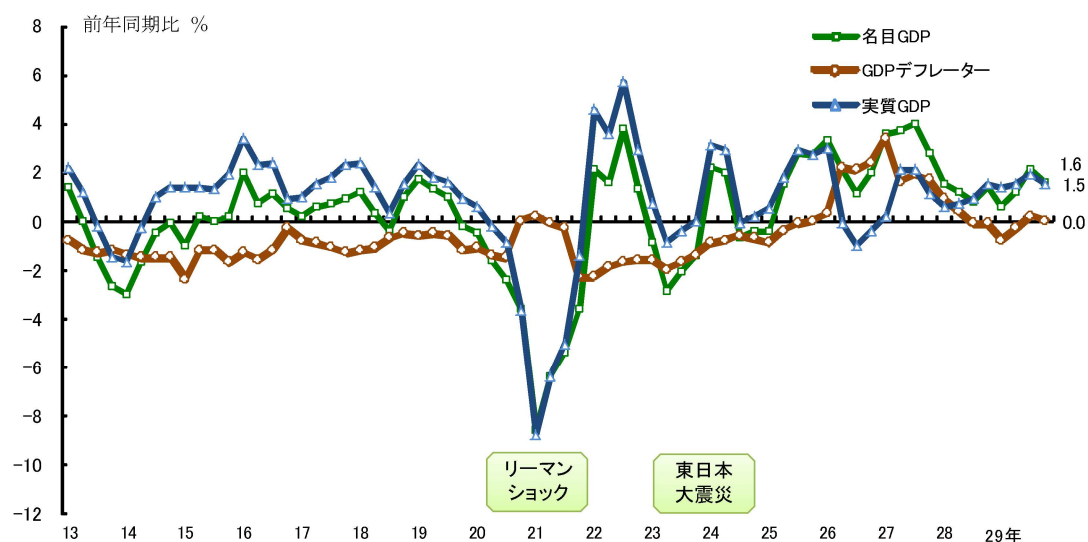
資料：内閣府「月例経済報告平成29年12月」より

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 デフレーターの過去の推移をみると、長期間のデフレが続いてきたことがわかる。しかし、平成 26 年第 2 四半期以降はデフレ脱却に向けた経済施策等によりプラスに転じ、推移していたが、平成 28 年 7 ～ 9 月期から平成 29 年 4 ～ 6 月期はマイナスとなっており、デフレ脱却の動きは弱くなっている。

図1-4 名目GDPとGDPデフレーターの推移

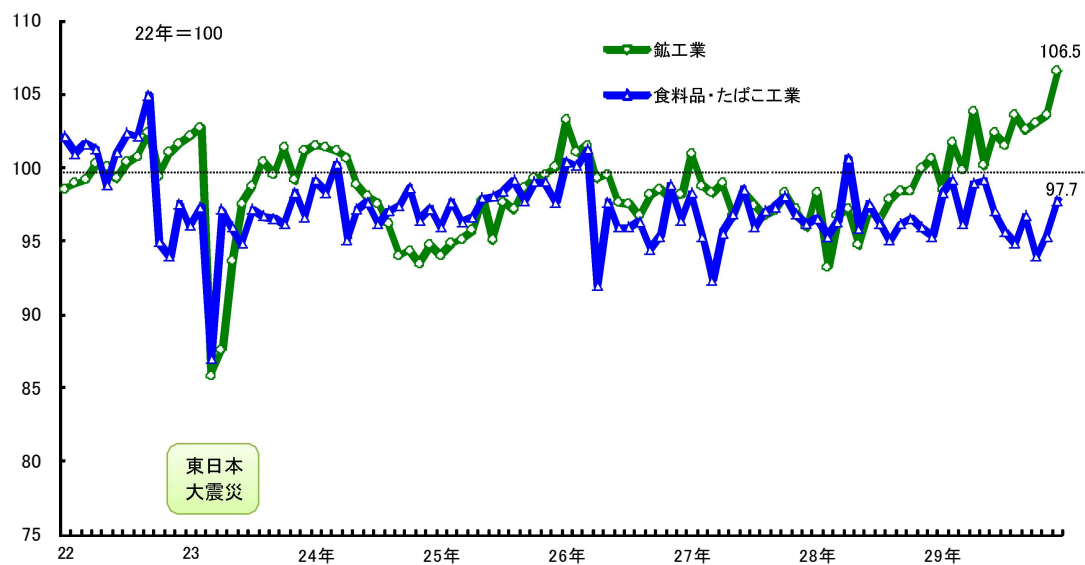


資料：内閣府「国民経済計算」

鉱工業の生産は29年は上昇で推移、うち、食料品・たばこ工業は低下傾向で推移

鉱工業の生産は平成 28 年後半から上昇基調で推移した。うち、食料品・たばこ工業の生産指数は平成 29 年は変動を繰り返しながら、低下傾向で推移したが、12 月には上昇し、改善の兆しがみられる。

図1-5 鉱工業生産指数の推移



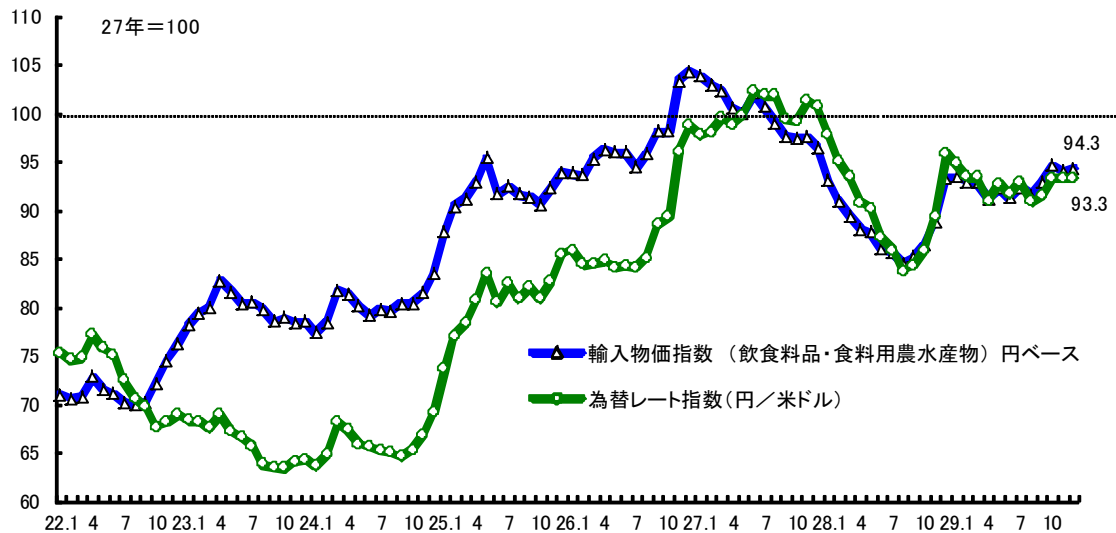
資料：経済産業省「鉱工業生産指数」季節調整済値

(3) 物価の変動

平成29年における飲食料品・食料用農水産物の輸入物価は対前年比5.1%とやや上昇

飲食料品・食料用農水産物の輸入物価は、平成26年12月のピークから、低下で推移していたが、平成28年後半に上昇に転じ、平成29年から横ばい傾向となっている。平成29年の飲食料品・食料用農水産物の輸入物価は、対前年比5.1%とやや上昇した。輸入物価は為替レートと連動して推移しており、為替レートの影響が大きいことがわかる。

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29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、鶏肉、チーズ、コーヒー豆、果実飲料、オリーブ油、粗糖、茶・コーヒー、なたね、牛肉、冷凍調理食品、パーム油、魚介缶詰、肉加工品、チョコレート、乾燥果実・ナッツ類、冷凍調製甲殻類の順となっている。

図1-7 平成29年輸入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：%

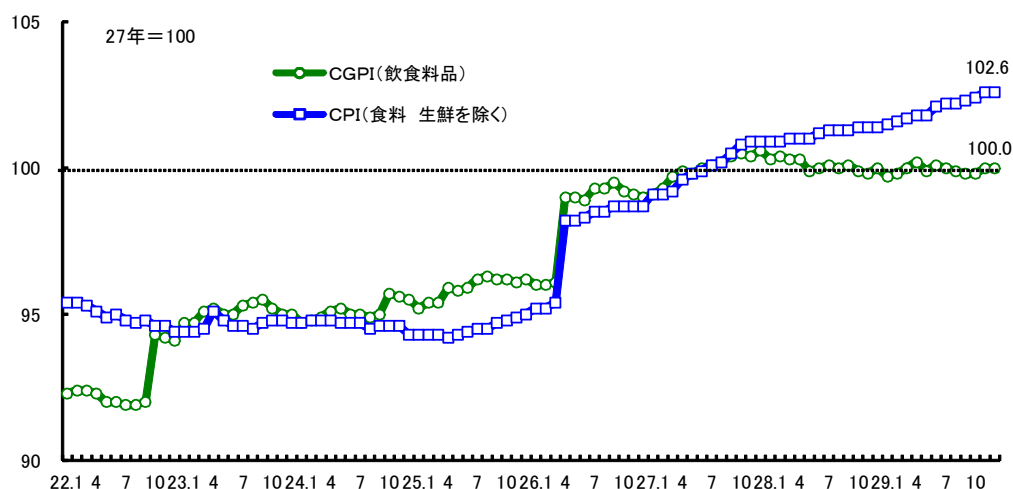


平成29年における加工食品の企業物価は対前年比▲0.2%、消費者物価も0.9%といずれも前年並み

平成29年における加工食品の企業物価は、水産加工品、農産加工品、その他加工原料食品等が上昇したものの、粉類、肉加工品、動植物油脂、粉製品等が下落したことから、対前年比▲0.2%と前年並みとなった。

また、食料（生鮮を除く）の平成 29 年における消費者物価指数についても、対前年比で 0.9 %と前年並みとなった。

図1-8 食品の企業物価指数(CGPI)、消費者物価指数(CPI)の推移

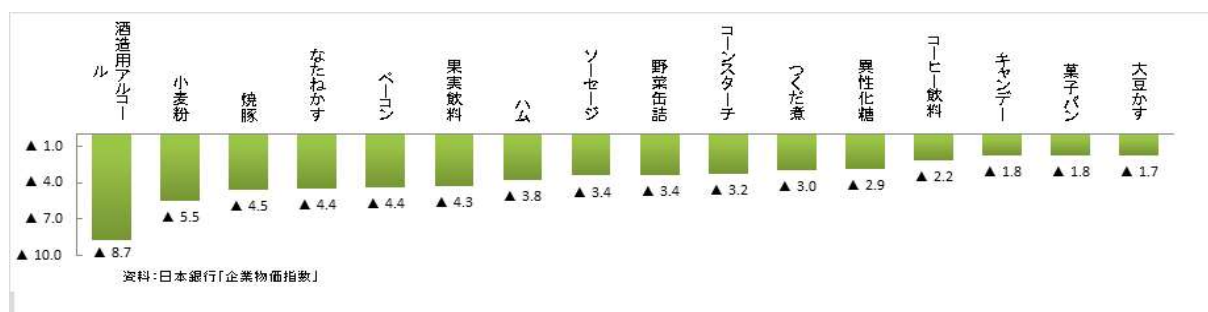


資料:総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

平成 29 年において、企業物価の下落が著しい加工食品の上位品目は、酒造用アルコール、小麦粉、焼豚、なたねかす、ベーコン、果実飲料、ハム、ソーセージ、野菜缶詰、コーンスターチ、つくだ煮、異性化糖、コーヒー飲料、キャンデー、菓子パン、大豆かすの順となっている。

図1-9 平成29年企業物価における主な加工食品の価格下落品目（対前年下落率）

単位：%

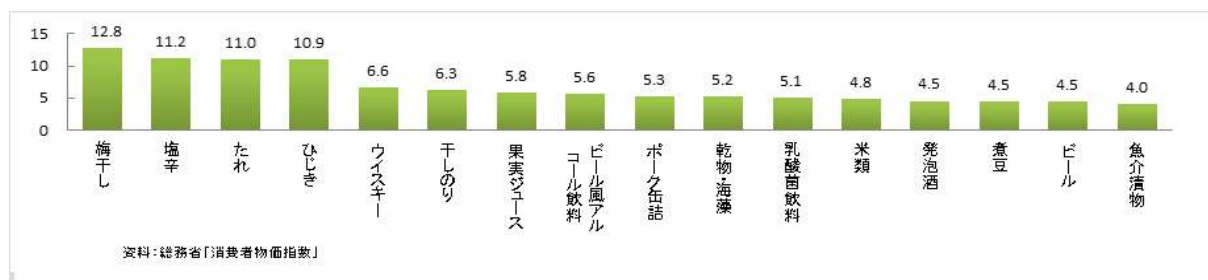


資料:日本銀行「企業物価指数」

平成 29 年において、消費者物価の上昇が著しい食料品の上位品目は、梅干し、塩辛、たれ、ひじき、ウイスキー、干しのり、果実ジュース、ビール風アルコール飲料、ポーク缶詰、乾物・海藻、乳酸菌飲料、米類、発泡酒、煮豆、ビール、魚介漬物の順となっている。

図1-10 平成29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：%



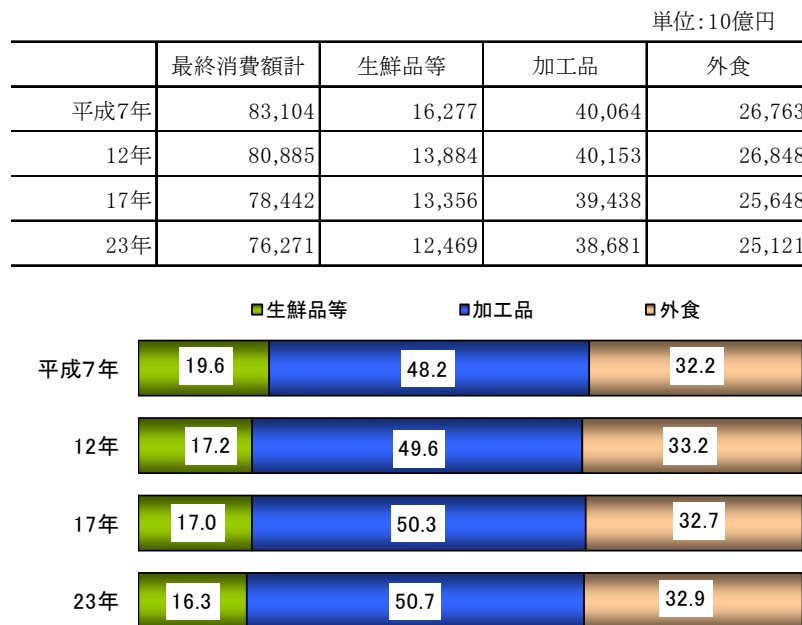
資料:総務省「消費者物価指数」

(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23年は76兆3千億円で平成12年対比▲5.7%とやや減少している。平成23年の構成比をみると、生鮮食品等が16.3%、加工品が50.7%、外食が32.9%となっている。生鮮食品等は平成12年対比で▲0.8ポイントと低下している。一方、加工品は同1.1ポイント増加、外食は同▲0.3ポイントとなっており、加工食品への消費支出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17年	構成比	平成23年	構成比	増減率 23/17年	構成比変化 23-17年
合計	78,442	100.0	76,271	100.0	▲ 2.8	
農水産物	10,582	13.5	10,477	13.7	▲ 1.0	0.2
うち、国産	9,374	12.0	9,174	12.0	▲ 2.1	0.1
うち、輸入	1,208	1.5	1,303	1.7	7.9	0.2
輸入加工品	5,471	7.0	5,916	7.8	8.1	0.8
食品製造業	19,281	24.6	18,369	24.1	▲ 4.7	▲ 0.5
外食産業	15,643	19.9	15,198	19.9	▲ 2.8	▲ 0.0
食品流通業	27,465	35.0	26,311	34.5	▲ 4.2	▲ 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。

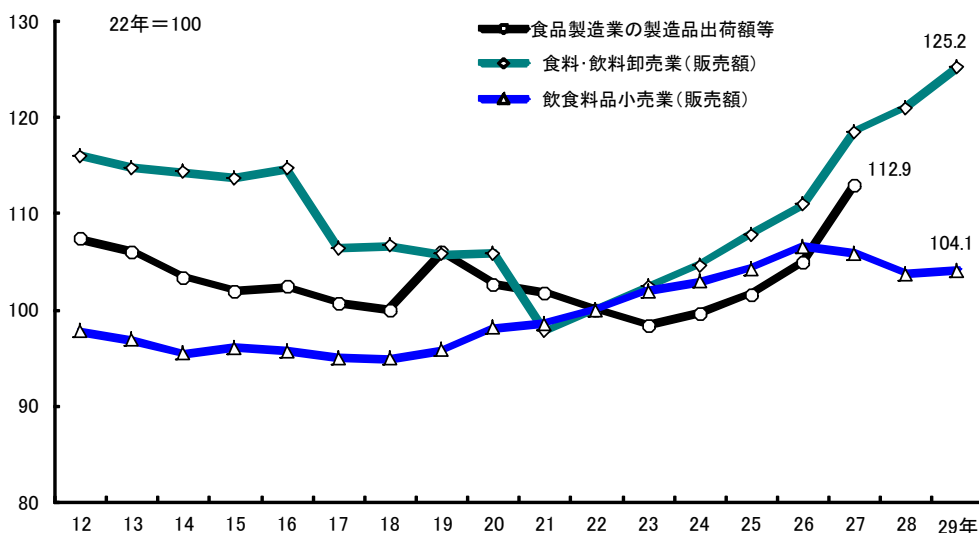
平成29年の食料・飲料卸売業の販売額はやや増加、飲食料品小売業は前年並み

食品製造業の製造品出荷額等は、平成 27 年が 32 兆 5 億円で、対前年比 7.6 %とかなりの程度増加した。東日本大震災の影響が大きかった平成 23 年以降、堅調に回復している。

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 29 年は 48 兆円で、対前年比 3.5 %とやや増加した。

飲食料品小売業の販売額は、平成 19 年以降増加で推移していたが、平成 27 年に減少に転じたものの、平成 29 年には 44 兆 5 千億円で対前年比 0.3 %と前年並みとなった。

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指数の推移



資料：経済産業省「商業動態統計」、「工業統計」「経済センサス-活動調査」

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
16年	294,140	439,580	409,530	102.4	114.6	95.7
17年	289,407	408,030	406,440	100.7	106.4	95.0
18年	287,239	409,140	406,000	100.0	106.7	94.9
19年	304,392	405,560	409,830	105.9	105.8	95.8
20年	295,045	405,780	419,950	102.7	105.8	98.1
21年	292,535	374,930	421,710	101.8	97.8	98.5
22年	287,374	383,500	427,940	100.0	100.0	100.0
23年	282,743	392,800	436,070	98.4	102.4	101.9
24年	286,224	401,010	440,260	99.6	104.6	102.9
25年	292,015	413,360	446,190	101.6	107.8	104.3
26年	301,617	425,550	455,900	105.0	111.0	106.5
27年	324,539	454,380	453,110	112.9	118.5	105.9
28年		463,780	443,890		120.9	103.7
29年		480,080	445,360		125.2	104.1

資料：経済産業省「商業動態統計」、「工業統計」、「経済センサス活動調査」

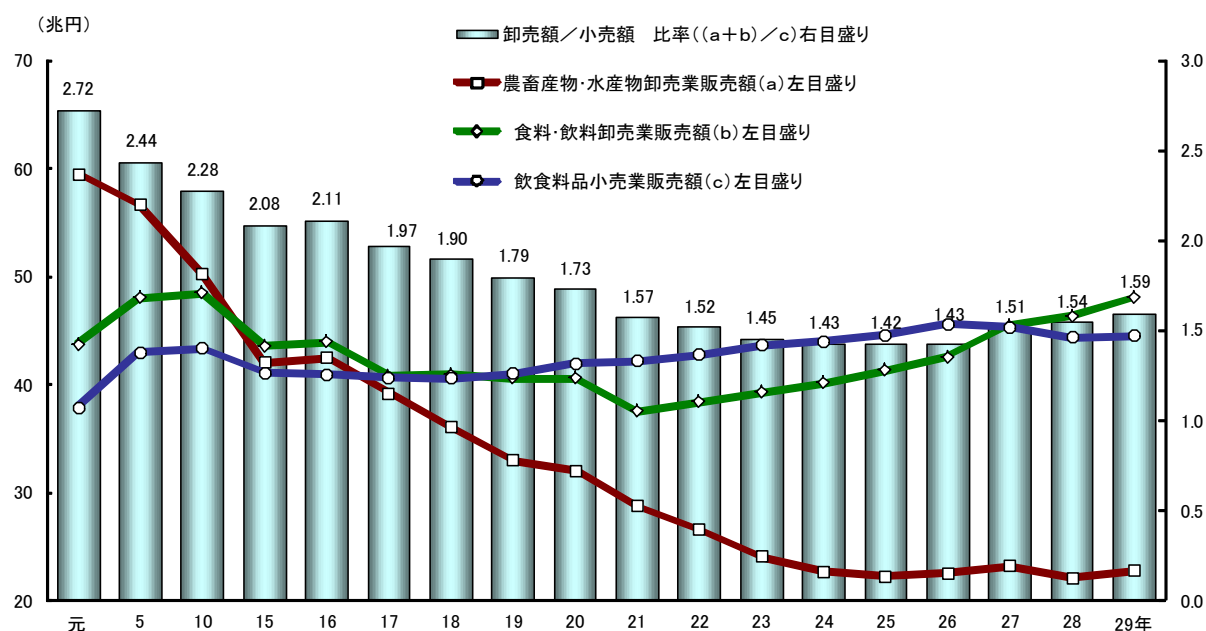
W/R比率が低下し、食料品の流通効率化が進む

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、その後平成 25 年まで年々低下で推移し、食料品の多段階流通の改善や物流の効率化が進展していることがうかがえる。しかし、平成 26 年以降上昇しており、平成 29 年は 1.59 となっている。小売業販売額が横ばい傾向であるのに対して、卸売業販売額が増加しており、物流コストの上昇が一因とみられる。

農畜産物・水産物卸売業販売額についてみると、年々、販売額が減少している。そのようななかで、卸売市場経由率が低下し、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おり、W/R 比率低下の一因となっている。

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「商業動態統計」

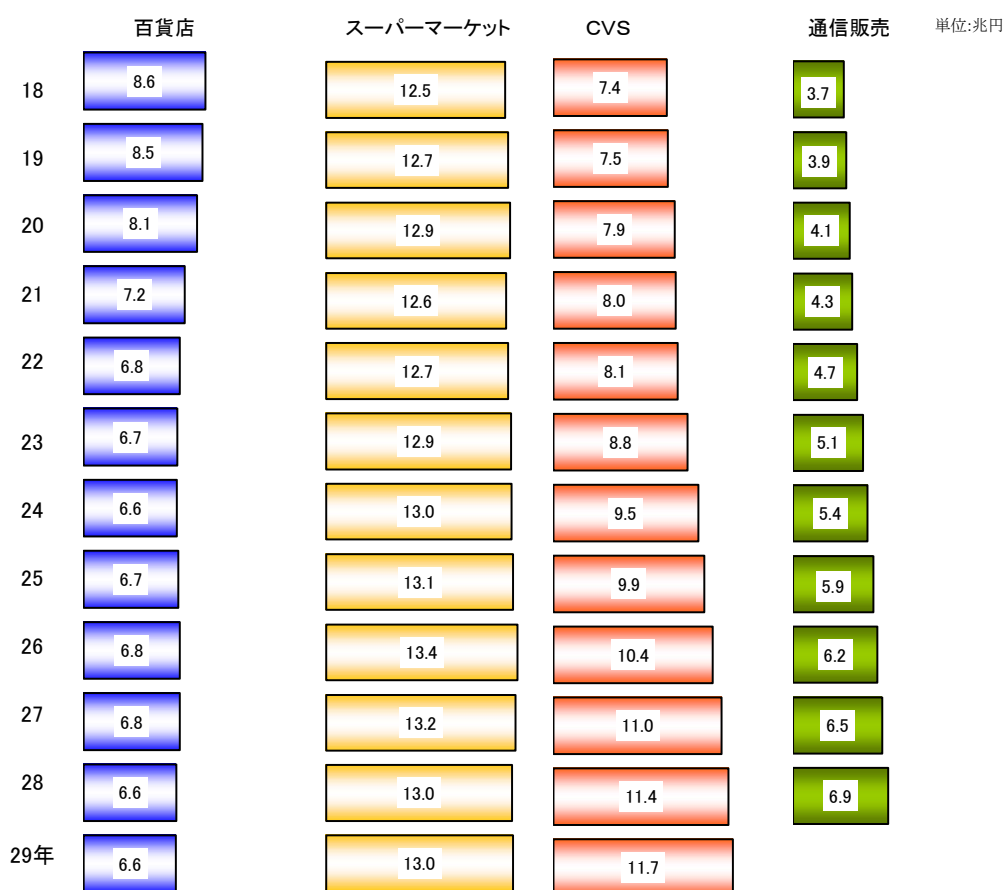
（５）小売業の構造変化

小売業の平成29年業態別販売額は百貨店及びスーパーマーケットが前年並み、CVSがわずかに増加、通信販売（平成28年）はかなりの程度増加

小売業のうち、百貨店、スーパーマーケット、CVS（コンビニエンスストア）、通信販売の４つの業態についてみると、平成 28 年の販売額合計は、経済産業省「商業動態統計」及び公益社団法人日本通信販売協会によれば、38 兆円で対前年比 1.1 %とわずかな増加となっている。

業態別にみると、平成 29 年は百貨店が 6 兆 6 千億円で対前年比▲ 0.7 %と前年並み、スーパーマーケットも 13 兆円で同 0.4 %と前年並み、CVS は 11 兆 7 千億円で同 2.6 %とわずかに増加、一方、通信販売の平成 28 年販売額は 6 兆 9 千億円で同 6.6 %とかなりの程度増加となった。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「商業動態統計」、公益社団法人日本通信販売協会

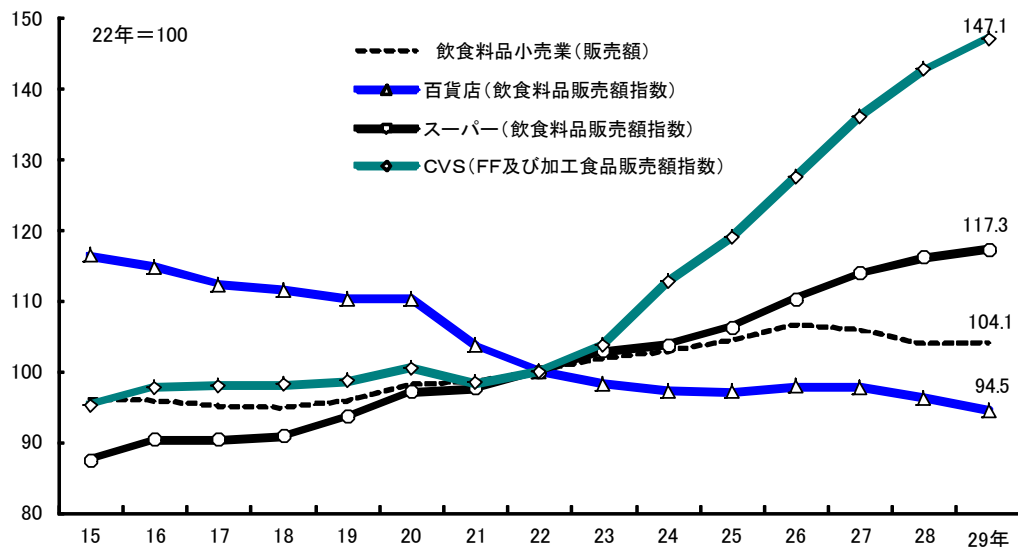
平成29年飲食料品の販売額は、百貨店がわずかに減少、スーパー及びCVSが増加

小売業販売額のうち、飲食料品についてみると、平成 29 年が 44 兆 5 千億円で対前年比 0.3 %と前年並みとなっている。

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おり、平成 29 年が 1 兆 9 千億円で対前年比▲ 1.8 %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、9兆6千億円で同1.0%とわずかに増加、CVS（日配食品及び加工食品の合計）も年々増加で推移し、7兆6千億円で同3.0%とやや増加している。このように飲食料品販売額はCVSの増加が顕著となっている。CVSは特に鶏肉加工品類、生菓子類、冷凍調理食品、魚介惣菜、コンビニカフェなど品質へのこだわりや生鮮食料品の品揃えも行い、消費者の各年齢階層に対応しつつ支持を広げている。

図1-15 百貨店、スーパー、CVSの食料品販売額指数の推移



資料：経済産業省「商業動態統計」

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
16年	409,530	22,597	74,282	50,451	95.7	114.7	90.4	97.7
17年	406,440	22,109	74,336	50,570	95.0	112.3	90.4	98.0
18年	406,000	21,972	74,714	50,631	94.9	111.6	90.9	98.1
19年	409,830	21,708	76,961	50,939	95.8	110.2	93.6	98.7
20年	419,950	21,732	79,834	51,863	98.1	110.4	97.1	100.5
21年	421,710	20,407	80,308	50,772	98.5	103.6	97.7	98.4
22年	427,940	19,693	82,209	51,615	100.0	100.0	100.0	100.0
23年	436,070	19,357	84,579	53,537	101.9	98.3	102.9	103.7
24年	440,260	19,162	85,353	58,178	102.9	97.3	103.8	112.7
25年	446,190	19,120	87,349	61,387	104.3	97.1	106.3	118.9
26年	455,900	19,289	90,711	65,819	106.5	97.9	110.3	127.5
27年	453,110	19,257	93,634	70,234	105.9	97.8	113.9	136.1
28年	443,890	18,954	95,525	73,699	103.7	96.2	116.2	142.8
29年	445,360	18,619	96,440	75,919	104.1	94.5	117.3	147.1

資料：経済産業省「商業動態統計」