

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28年の食品製造業生産額指数は対前年比▲0.8%と前年並み、生産指数も前年並み

平成28年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、111.3で、対前年比▲0.8%と前年並みとなった。平成28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年以降、平成27年まで上昇で推移していたが、平成28年は低下に転じている。

食品製造業の生産指数（総合、暫定値）は、103.0で、対前年比▲0.9%と前年並みとなった。加工食品のうち、畜産食料品、砂糖、飲料、その他食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

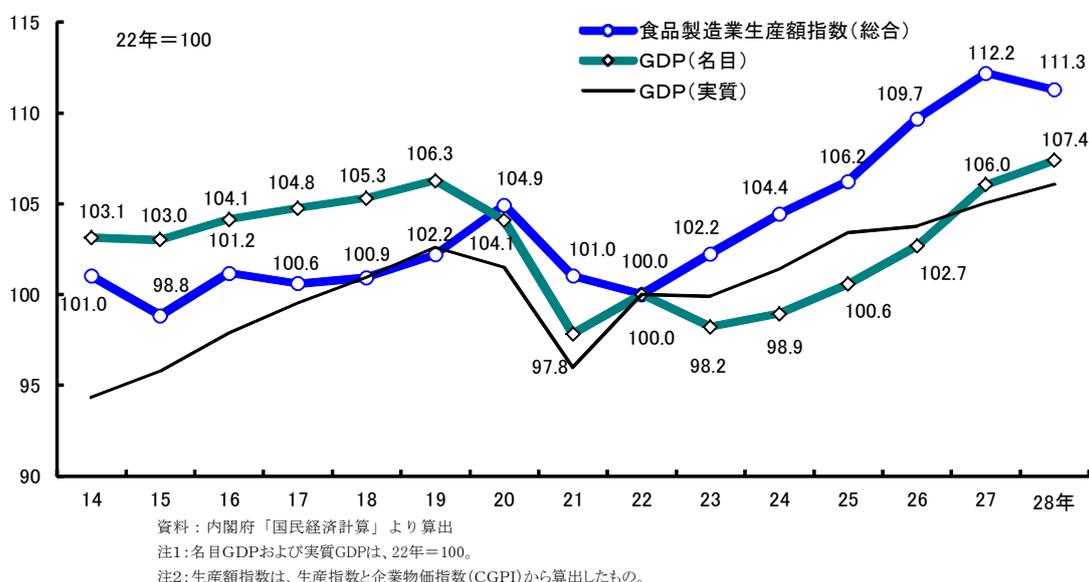
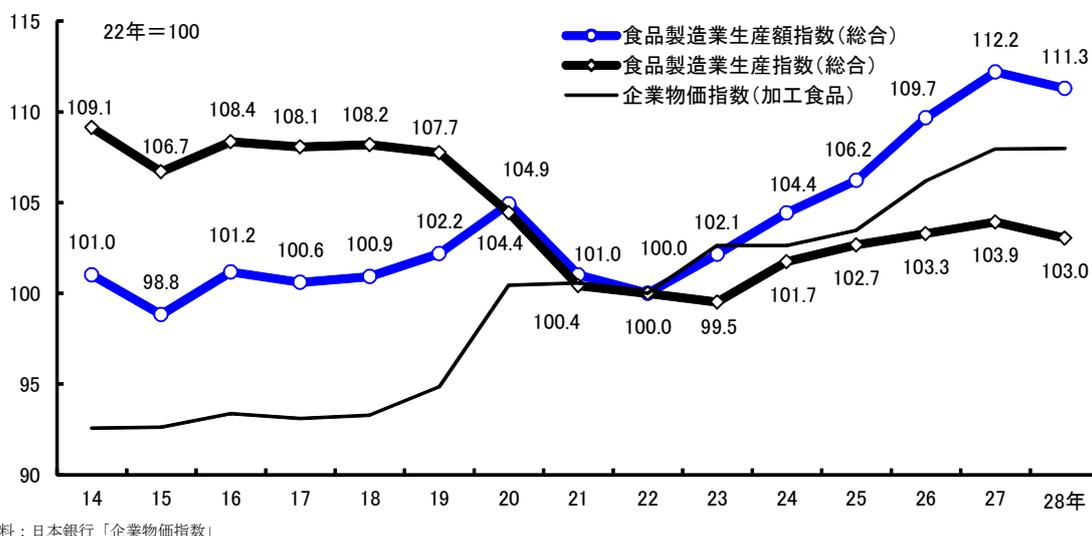


図1-2 食品製造業生産指数及び生産額指数と企業物価指数の推移

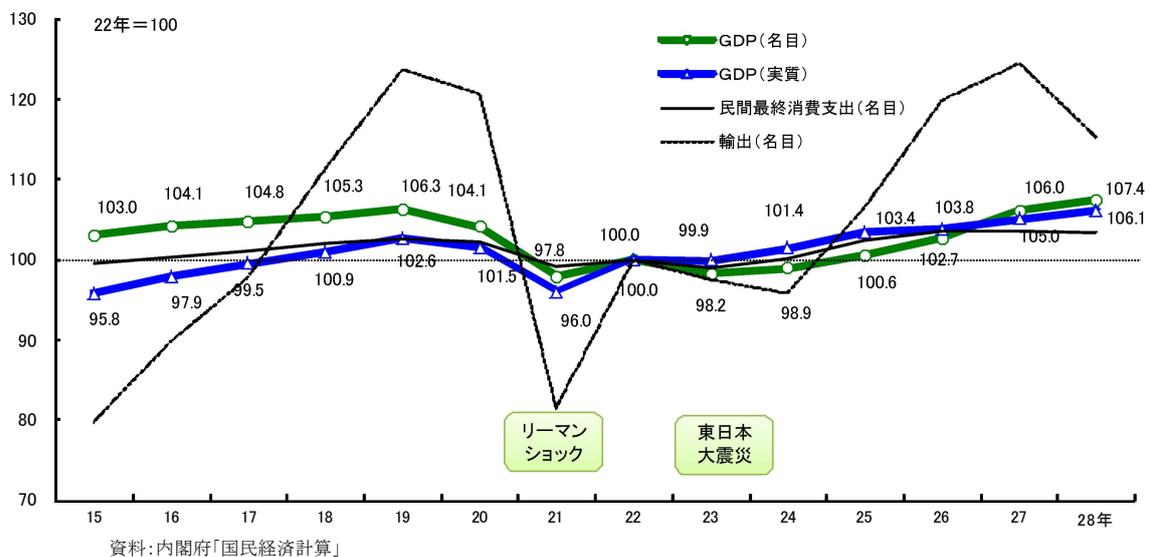


(2) 食品製造業をめぐる経済動向

平成28年日本経済は雇用・所得環境の改善から回復基調が続く。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28年の日本の名目GDP(国内総生産)は537兆3,112億円で対前年比1.3%とわずかな増加となった。実質GDPも対前年比で1.0%とわずかな増加となった。平成28年の日本経済は、景気の緩やかな回復基調が続き、雇用・所得環境の改善に支えられ、好循環が広がりつつある。個人消費は底堅く推移したものの、一時的な下押し要因もみられ、力強さを欠いている。企業収益は生産面を中心に緩やかな回復基調にあるものの、改善に足踏みがみられた。また、設備投資は持ち直しの動きに足踏みがみられた。

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28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き、個人消費は年後半に持ち直しの動き
- ・ 雇用環境の改善から賃金等の所得の伸びがみられる中での可処分所得の伸びの高まり
- ・ GDPデフレーターは過去3回の景気回復期と対照的にプラスの方向で推移。年後半は横這いの動き
- ・ 今後の経済成長のためには、労働移動の円滑化やイノベーションをもたらす外国人等高度人材の活躍に向けた対応などを含めた取組が重要
- ・ 日本経済にとっては先進技術とその活用や生産性向上に向けた取組が重要

資料：内閣府「日本経済2016－2017」より

<平成28年12月の経済月例報告>

- ・ 個人消費は、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 設備投資は、持ち直しの動きに足踏みがみられる。
- ・ 輸出は、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 生産は、持ち直している。
- ・ 企業収益は、高い水準にあるものの、改善に足踏みがみられる。企業の業況判断は、緩やかに改善している。
- ・ 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28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。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、推移した。しかし、平成 28 年に入りデフレ脱却の動きは弱くなり、第 3 四半期はマイナスとなっている。

図1-4 名目GDPとGDPデフレータの推移

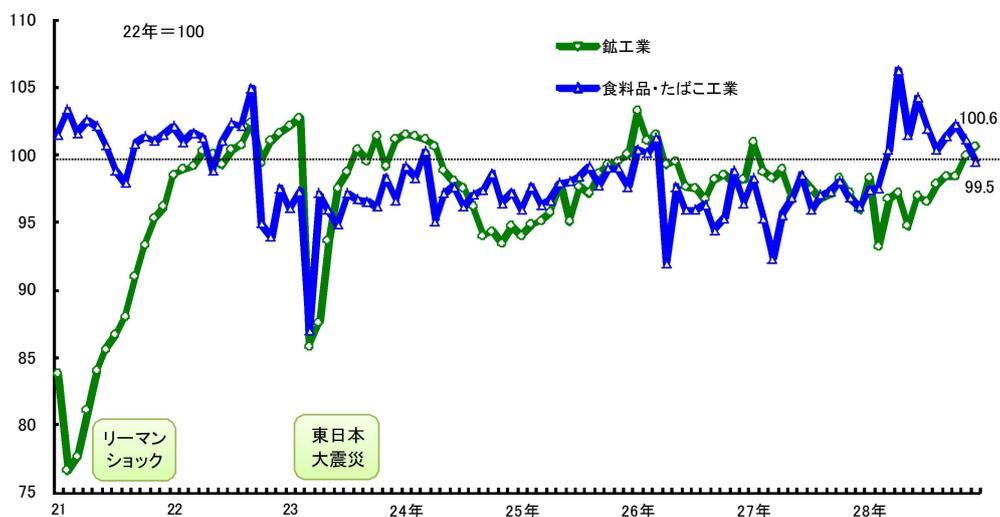


資料：内閣府「国民経済計算」

鉱工業の生産は28年は改善傾向で推移、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 28 年前半は上昇し、4 月にピークとなり、以降は変動を繰り返しながら、低下傾向で推移している。

図1-5 鉱工業生産指数の推移



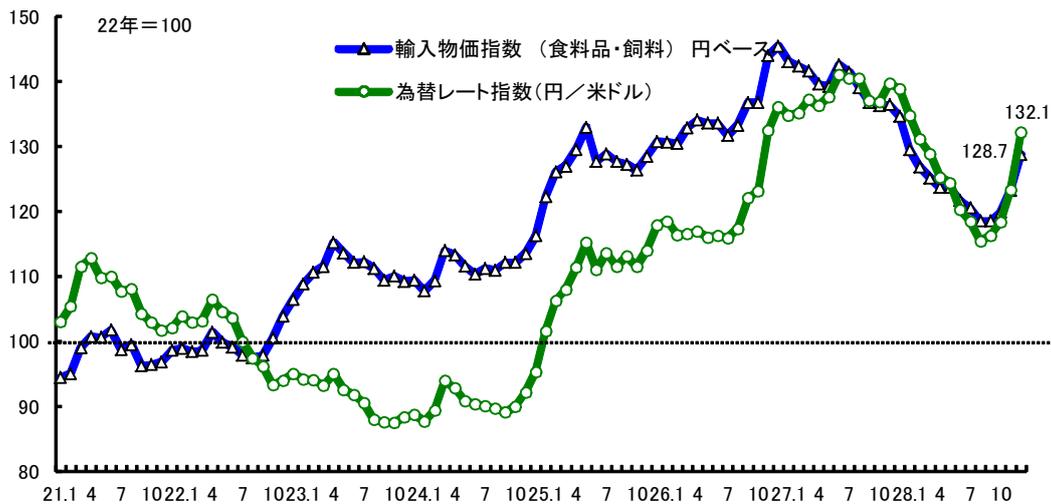
資料：経済産業省「鉱工業生産指数」季節調整済値

(3) 物価の変動

平成28年における食料品・飼料の輸入物価は対前年比▲11.5%とかなり大きく低下

食料品・飼料の輸入物価は、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推移したが、平成27年に入ってからには低下傾向で推移している。平成28年の食料品・飼料の輸入物価は、対前年比▲11.5%とかなり大きく低下した。平成28年度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

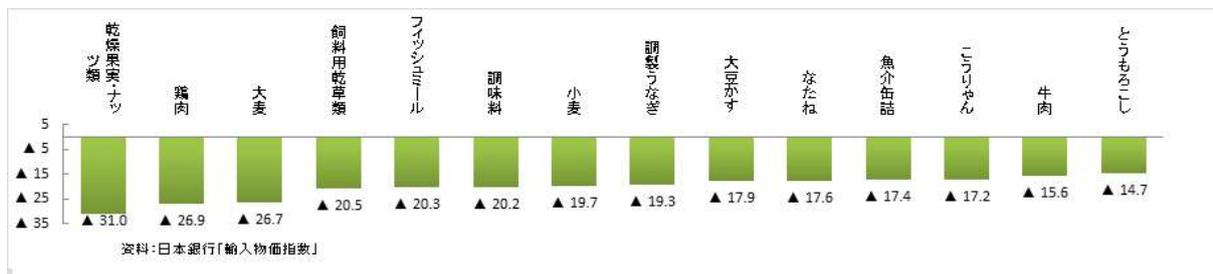


資料：日本銀行「輸入物価指数」、「為替相場(東京市場 中心相場 月中平均)」

平成28年における食料品の輸入物価について下落が著しい上位品目についてみると、乾燥果実・ナッツ類、鶏肉、大麦、飼料用乾草類、フィッシュミール、調味料、小麦、調製うなぎ、大豆かす、なたね、魚介缶詰、こうりゃん、牛肉、とうもろこしの順となっている。

図1-7 平成28年輸入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：%



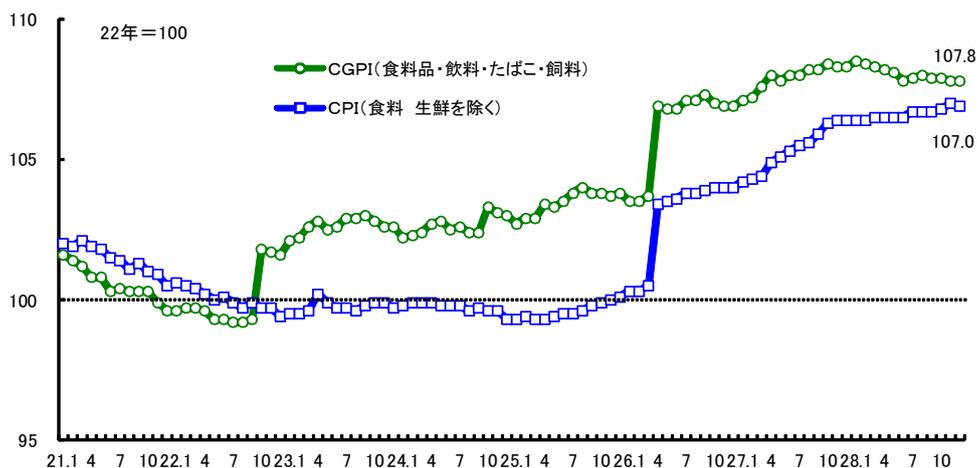
資料：日本銀行「輸入物価指数」

平成28年における加工食品の企業物価は対前年比0.1%の上昇、消費者物価は1.2%の上昇

平成28年における加工食品の企業物価は、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0.1%と前年並みとなった。

一方、食料(生鮮を除く)の平成28年における消費者物価指数をみると、対前年比で1.2%とわずかに上昇した。

図1-8 食品の企業物価指数(CGPI)、消費者物価指数(CPI)の推移

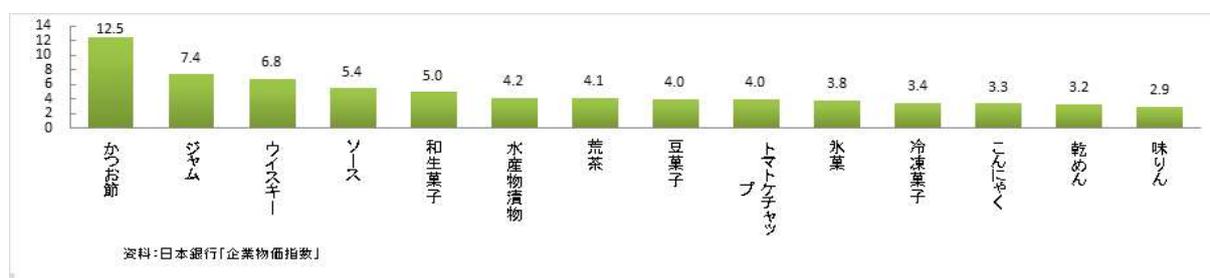


資料:総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

平成 28 年において、企業物価の上昇が著しい加工食品の上位品目は、かつお節、ジャム、ウイスキー、ソース、和生菓子、水産物漬物、荒茶、豆菓子、トマトケチャップ、氷菓、冷凍菓子、こんにゃく、乾めん、味りん等の順となっている。

図1-9 平成28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：%

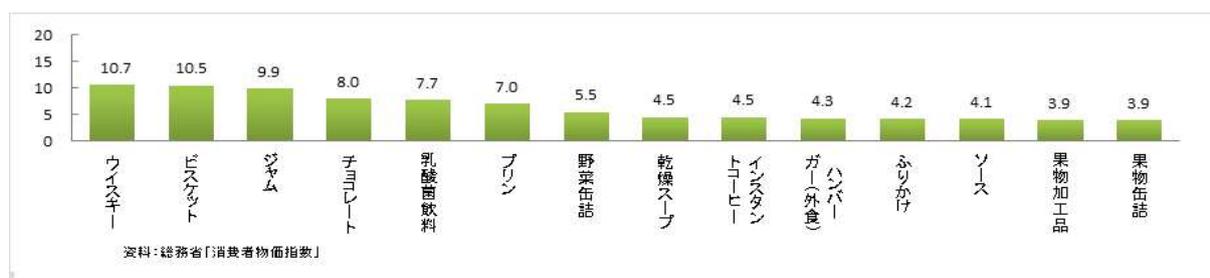


資料:日本銀行「企業物価指数」

平成 28 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、ウイスキー、ビスケット、ジャム、チョコレート、乳酸菌飲料、プリン、野菜缶詰、乾燥スープ、インスタントコーヒー、ハンバーガー、ふりかけ、ソース、果物加工品、果物缶詰等の順となっている。

図1-10 平成28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：%



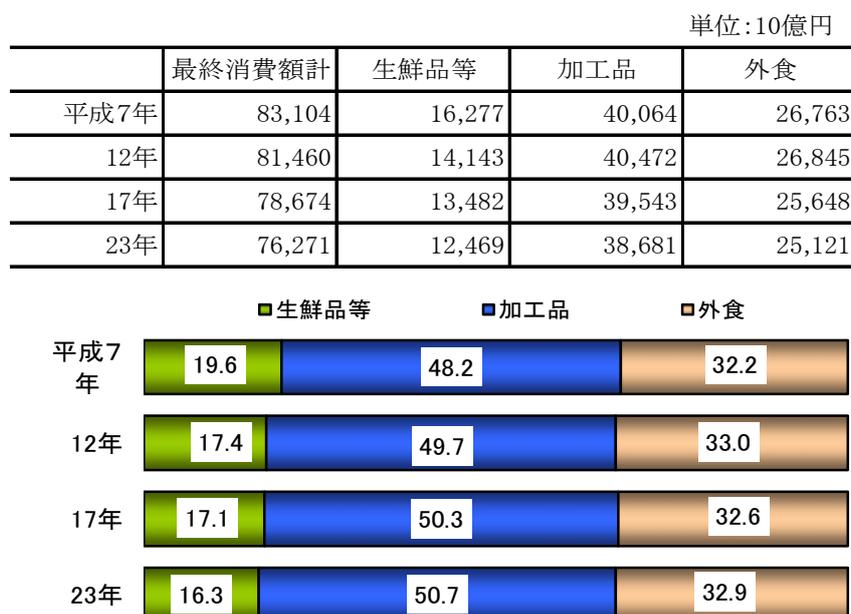
資料:総務省「消費者物価指数」

(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76兆2千億円で平成12年対比▲6.4%とかなりの程度減少している。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▲1.0ポイントと低下している。一方、加工品は同1.0ポイント増加、外食は同▲0.0ポイントとなっており、食の外部的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	78,674	100.0	76,271	100.0	▲ 3.1	
農水産物	10,582	13.5	10,638	13.9	0.5	0.5
うち、国産	9,374	11.9	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	5,470	7.0	5,916	7.8	8.2	0.8
食品製造業	19,265	24.5	18,369	24.1	▲ 4.7	▲ 0.4
外食産業	15,892	20.2	15,198	19.9	▲ 4.4	▲ 0.3
食品流通業	27,465	34.9	26,311	34.5	▲ 4.2	▲ 0.4

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。

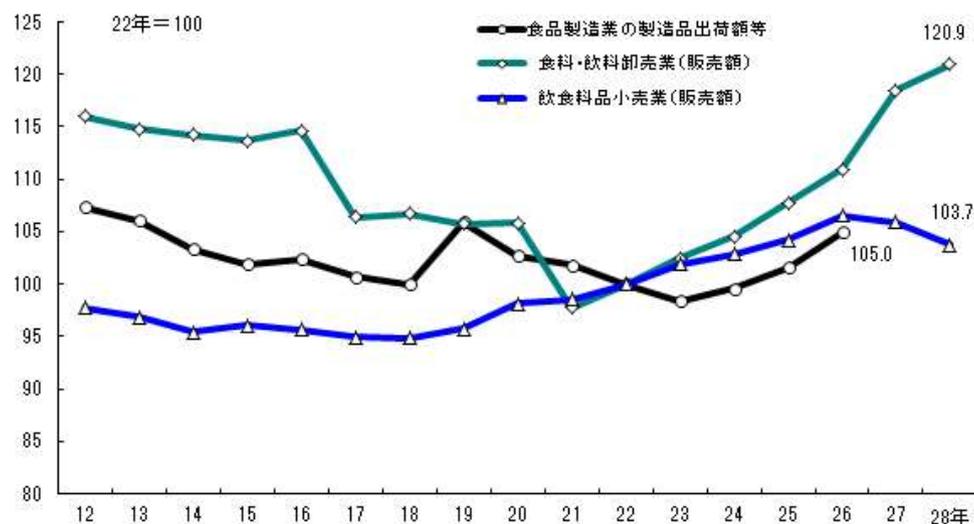
平成28年の食品卸売業の販売額はわずかに増加、食品小売業はわずかに減少

食品製造業の製造品出荷額等は、平成26年が30兆2千億円で、対前年比3.3%とやや増加した。東日本大震災の影響が大きかった平成23年以降、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28年は46兆4千億円で、対前年比2.1%とわずかに増加した。

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、平成28年は44兆4千億円で対前年比▲2.0%とわずかに減少した。

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 出荷額等	卸売業 食料・飲料	小売業 飲食料品	食品製造業 出荷額等	卸売業 食料・飲料	小売業 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		454,380	453,110		118.5	105.9
28年		463,780	443,890		120.9	103.7

資料：経済産業省「商業販売統計」、「工業統計」

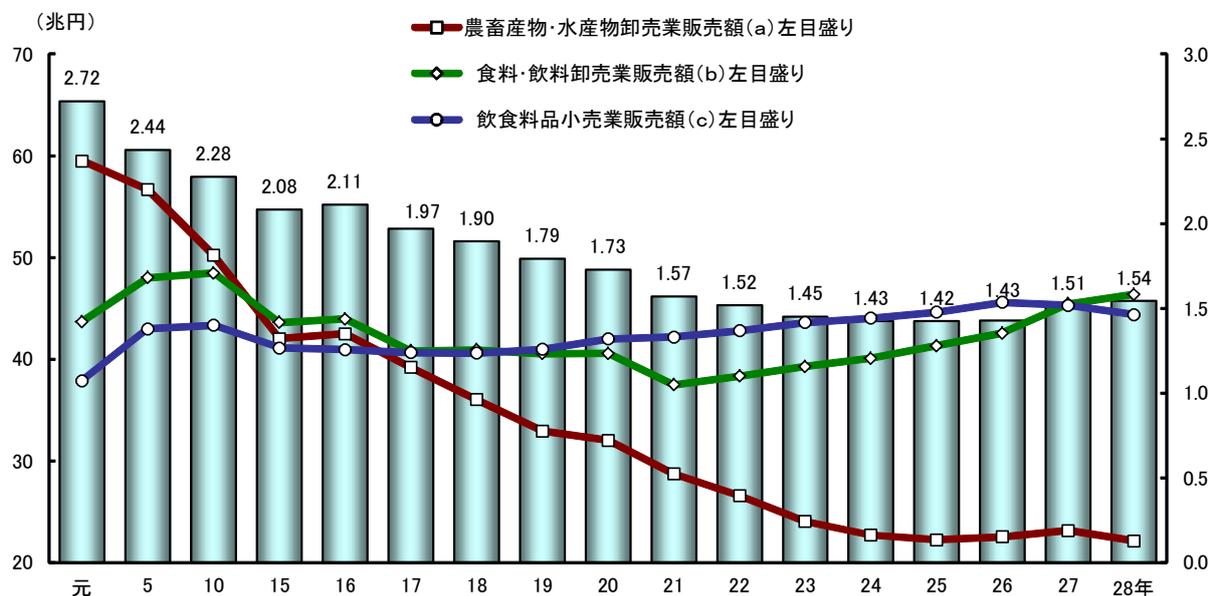
W/R比率が低下し、食料品の流通効率化が進む

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、その後平成 25 年まで年々低下していたが、平成 26 年に上昇に転じ、平成 28 年は 1.54 とわずかに上昇している。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たが、それも一巡したことが伺える。

農畜産物・水産物卸売業販売額は、販売数量が減少していることに加え、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。

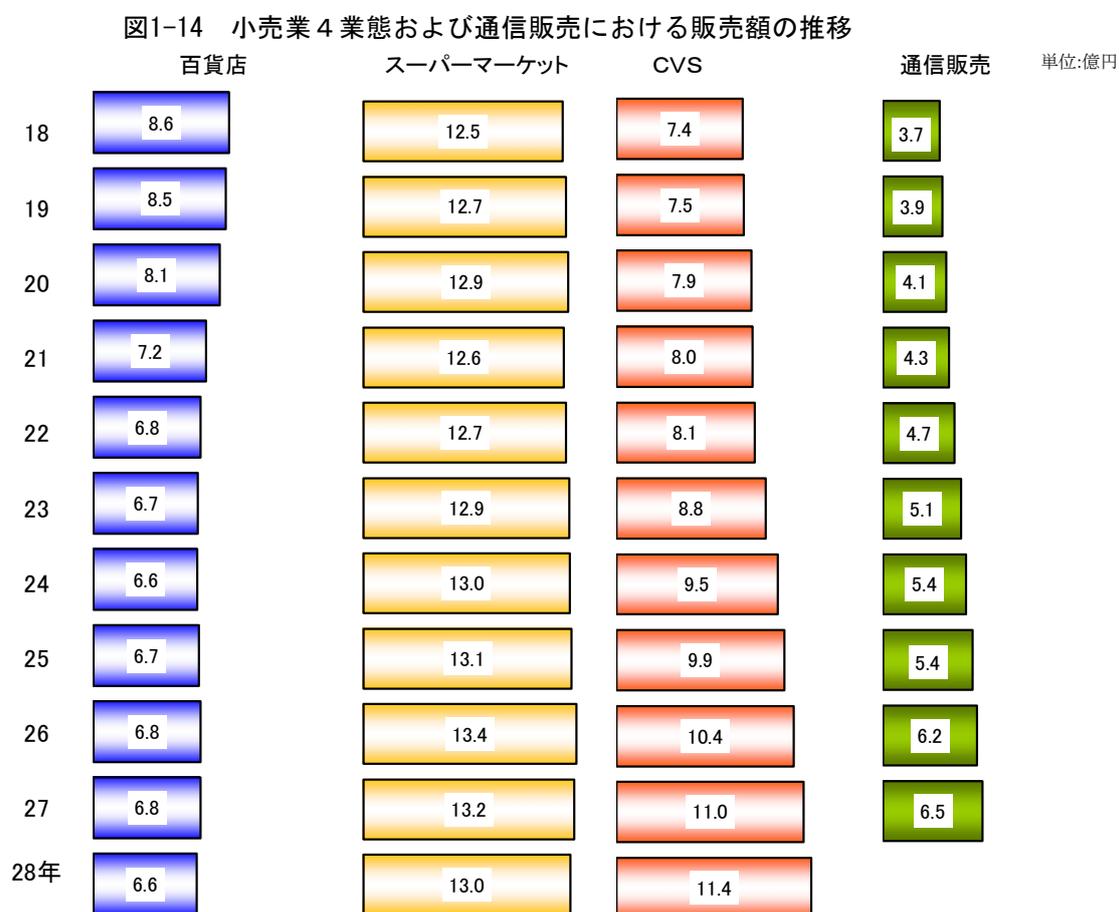
資料：経済産業省「商業販売統計」

(5) 小売業の構造変化

小売業の平成28年業態別販売額は百貨店がやや減少、スーパーがわずかに減少、CVSがやや増加、また、通信販売（平成27年）もやや増加

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27年の販売額合計は、経済産業省「商業販売統計」及び公益社団法人日本通信販売協会によれば、37兆円6千億円で対前年比2.1%とわずかに増加となっている。

業態別にみると、平成28年は百貨店が6兆6千億円で対前年比▲3.3%とやや減少、スーパーマーケットは13兆円で同▲1.7%とわずかに減少、CVSは11兆4千億円で同4.1%とやや増加、また、通信販売の平成27年販売額は6兆5千億円で同5.9%とやや増加となった。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。



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

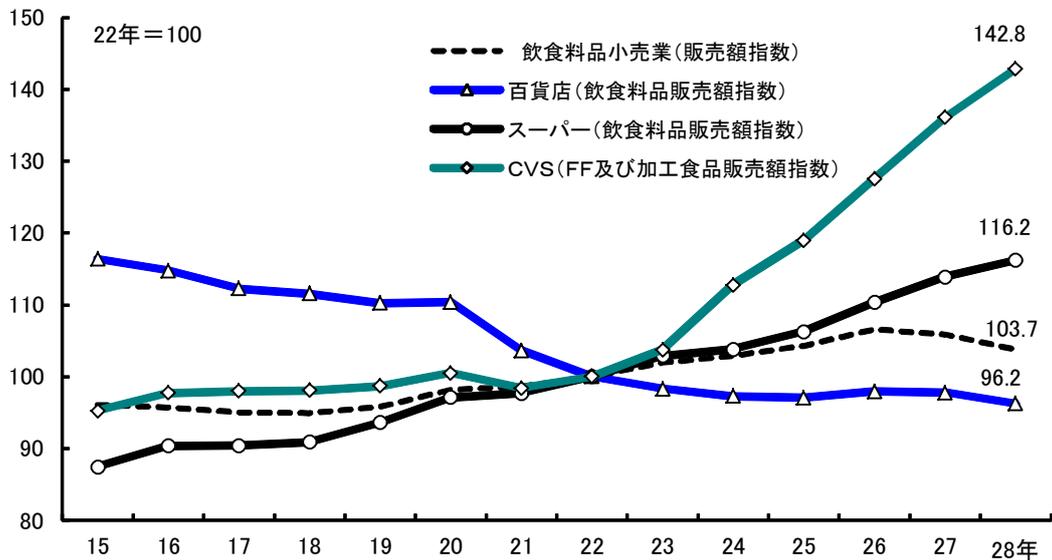
平成28年飲食料品の販売額は、百貨店がわずかに減少、スーパー及びCVSが増加

小売業販売額のうち、飲食料品についてみると、平成28年が44兆4千億円で対前年比▲2.0%とわずかに減少している。

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おり、平成28年が1兆9千万円で対前年比▲1.6%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 9 兆 6 千億円で 2.0 % 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、同 7 兆 4 千億円で 4.9 % 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 は品質志向型商品や生鮮食料品の品揃えも強化し、消費者の各年齢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
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	51,862	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	19,256	93,631	70,223	105.9	97.8	113.9	136.1
28年	443,890	18,954	95,522	73,699	103.7	96.2	116.2	142.8

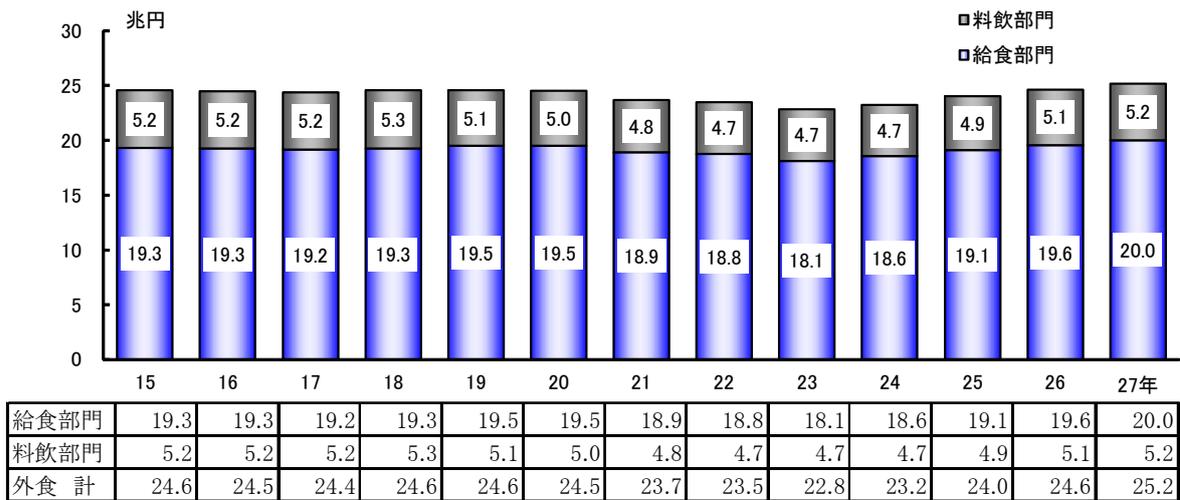
資料：経済産業省「商業販売統計」

(6) 外食・中食産業の構造変化

平成27年の外食産業市場規模は、対前年比でわずかに増加

平成27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、25兆2千億円で対前年比2.2%とわずかに増加した。内訳についてみると、給食部門が20兆円で対前年比2.3%とわずかに増加、料飲部門も5兆2千億円で同1.9%とわずかに増加している。平成20年から景気悪化を背景に、また、東日本大震災の影響等から減少に転じたが、平成24年以降は景気の改善などから回復している。

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28年の外食チェーンの売上は対前年比でわずかに増加

外食チェーン企業の平成28年の業態別売上高は、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2.7%とわずかに増加した。業態別にみると、ファーストフードが対前年比8.8%とかなりの程度増加、ファミリーレストランが同▲3.3%とやや減少、パブレストラン/居酒屋も同▲1.7%とわずかに減少、ディナーレストランも同▲1.6%とわずかに減少、喫茶も同▲1.3%とわずかに減少、その他も同▲2.5%とわずかに減少している。

表1-4 外食産業の業態別売上動向の推移

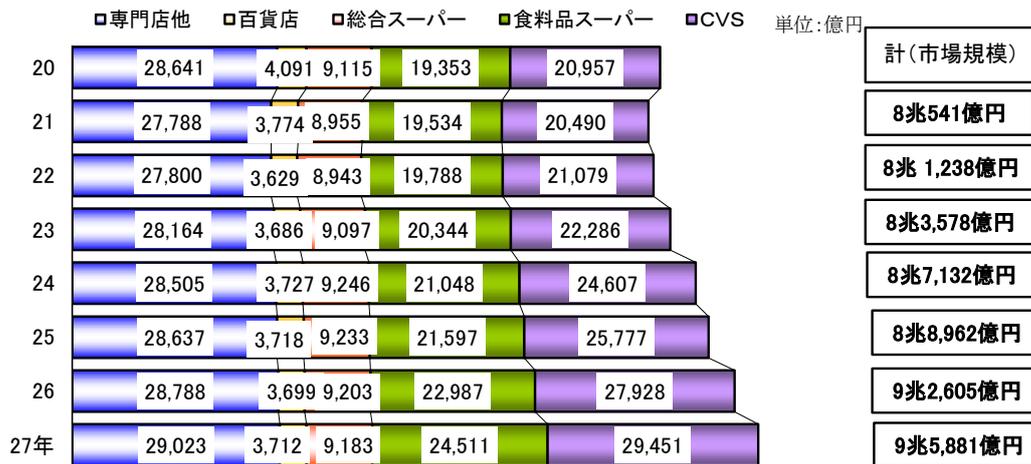
年次	売上高指数 (22年=100)					対前年増減率 %				
	22年	25年	26年	27年	28年	22年	25年	26年	27年	28年
計	100.0	100.2	99.3	99.6	102.2	2.2	▲0.9	▲0.9	0.3	2.7
ファーストフード	100.0	97.5	95.9	95.4	103.8	2.2	▲1.6	▲1.6	▲0.5	8.8
ファミリーレストラン	100.0	104.0	103.9	104.6	101.1	1.7	0.6	▲0.1	0.6	▲3.3
パブレストラン/居酒屋	100.0	99.3	97.7	97.0	95.4	▲1.8	▲3.0	▲1.6	▲0.7	▲1.7
ディナーレストラン	100.0	103.4	105.4	107.4	105.7	0.2	▲3.0	1.9	1.9	▲1.6
喫茶	100.0	100.3	100.3	102.7	101.4	▲1.4	▲2.1	0.0	2.4	▲1.3
その他	100.0	110.2	111.3	111.1	108.3	▲4.6	1.4	1.0	▲0.2	▲2.5

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27年の惣菜市場規模は対前年比でやや増加

惣菜市場規模は、一般社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」によれば、平成27年販売額は9兆6千億円で対前年比3.5%とやや増加した。直近5年間についてみると、惣菜市場は順調に拡大している。平成27年の内訳についてみると、専門店他が対前年比0.5%と前年並み、百貨店も同▲0.3%で前年並み、総合スーパーも同▲0.2%で前年並み、食料品スーパーが同6.6%とかなりの程度の増加、CVSは同5.5%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26年）



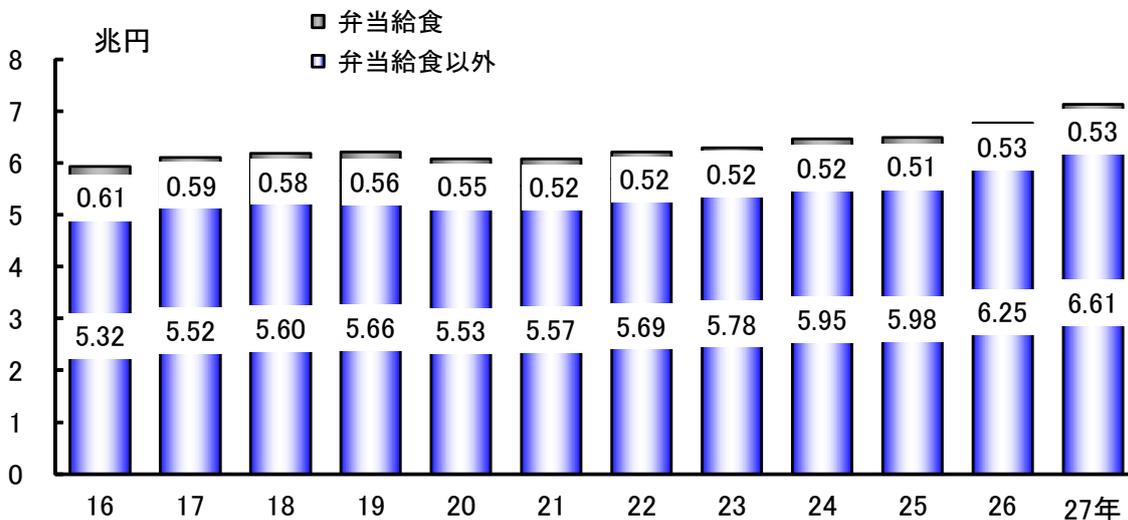
資料：一般社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」。平成27年は見込額

平成27年の料理品（惣菜・弁当）小売業販売額はやや増加

惣菜・弁当の料理品小売業平成27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、7兆1千億円で対前年比5.4%とやや増加となっている。うち、弁当給食以外が6兆6千億円で対前年比5.7%とやや増加、弁当給食が5千億円でわずかに増加となっている。

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わずかに減少したが、その後、順調に拡大している。

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29年1月の人口は1億2,686万人となっている（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28年1月には5,695万世帯となっている。

図1-19 人口の推移

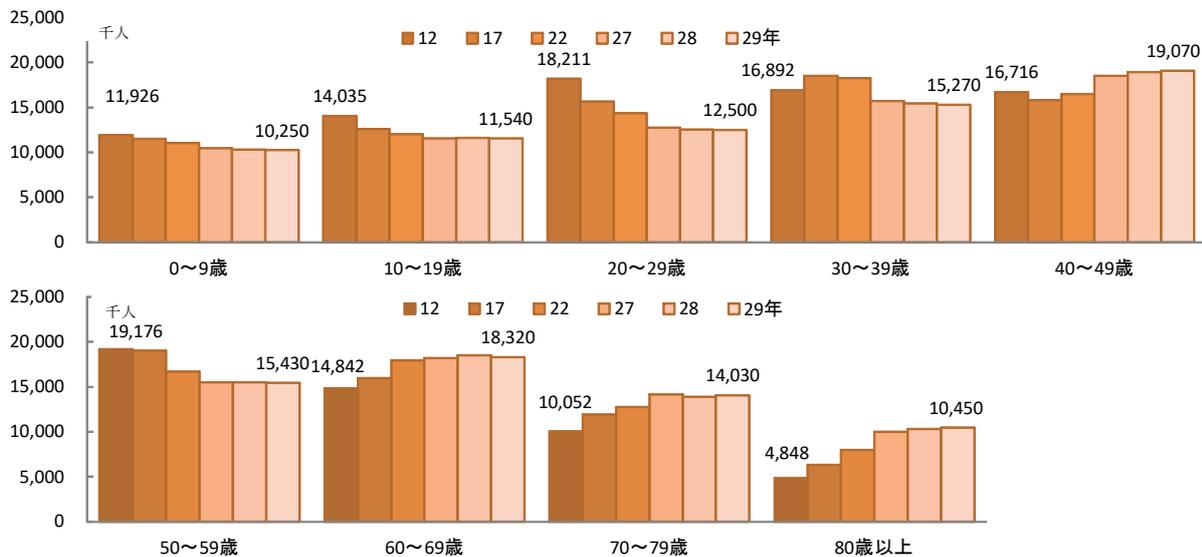


資料：総務省「国勢調査」、「人口推計月表」、「住民基本台帳」より作成。

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「70歳以上」の階層は人口増加が続き、少子高齢化が進展している。平成29年1月についてみると、「0～9歳」は対前年同月比▲0.4%、「10～19歳」が同▲0.5%、「20～29歳」が同▲0.5%、一方、「70～79歳」が同1.1%、「80歳以上」が同1.2%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29年は速報値。