

## 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27年の食品製造業生産額指数は対前年比1.3%とわずかに上昇、生産指数は前年並み

平成27年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、111.4で、対前年比1.3%とわずかに上昇した。平成27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、一貫して上昇で推移している。

食品製造業の生産指数（総合、暫定値）は、103.2で、対前年比▲0.3%と前年並みとなった。加工食品のうち、製穀粉・同加工品、菓子、調理食品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

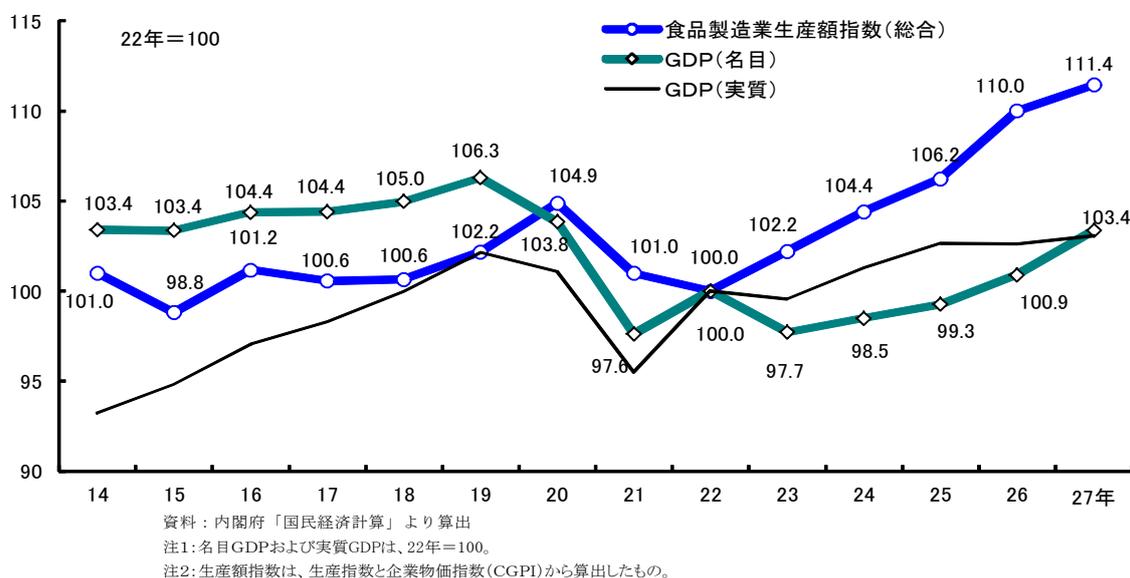
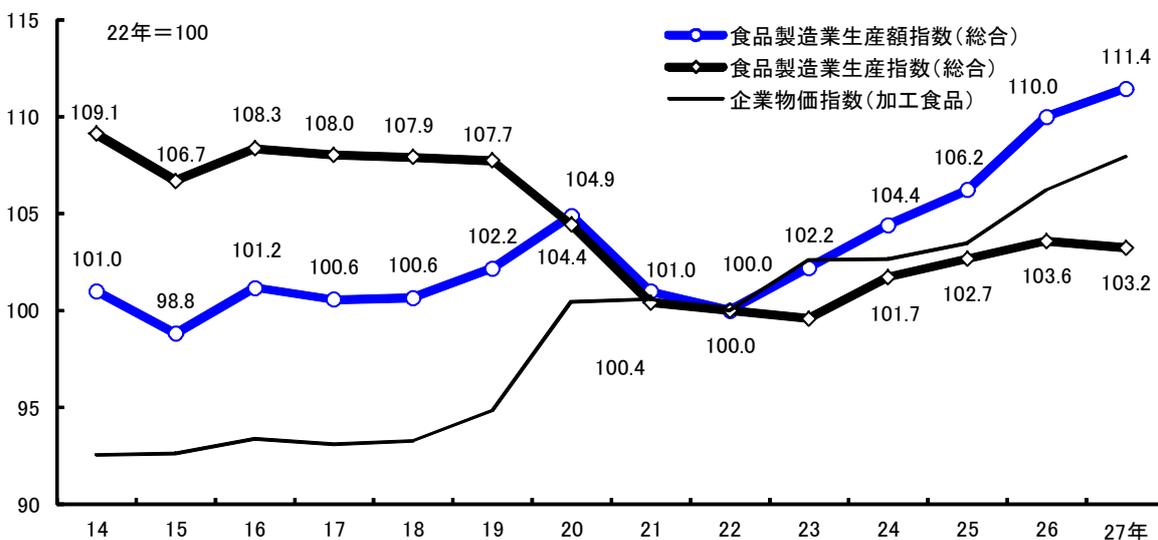


図1-2 食品製造業生産指数及び生産額指数と企業物価指数の推移

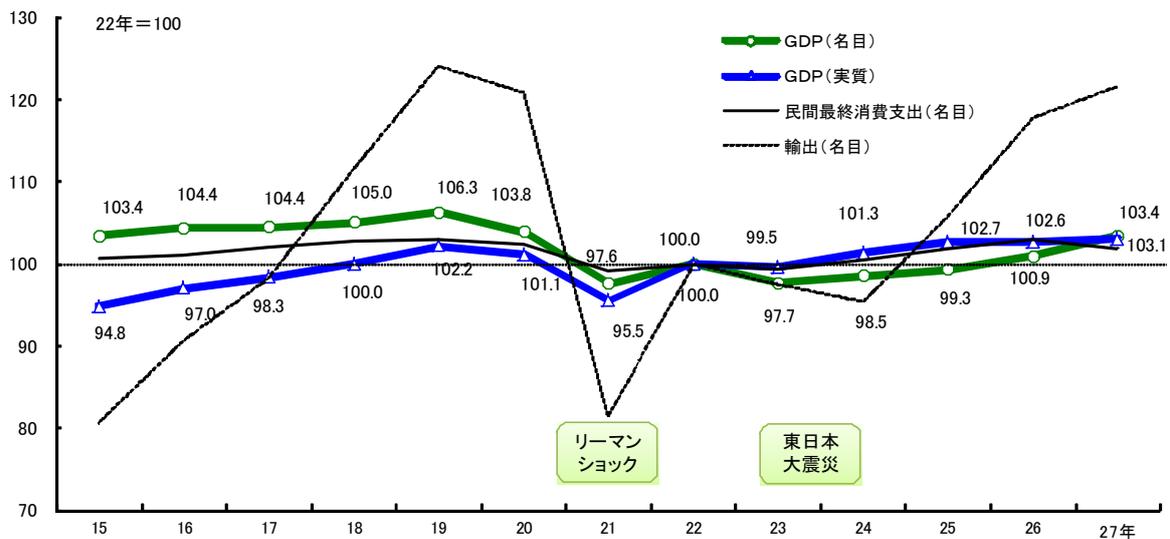


## (2) 食品製造業をめぐる経済動向

**平成27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27年の日本の名目GDP（国内総生産）は498兆8,965億円で対前年比2.5%とわずかな増加となった。実質GDPは対前年比で0.4%で前年並みとなった。平成27年の日本経済は、前年に引き続き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、総じてみれば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



資料:内閣府「国民経済計算」

## &lt;平成27年の日本経済&gt;

- ・ 雇用・所得で続く改善傾向
- ・ 景気の回復基調が続く一方、個人消費や生産の改善に鈍さ
- ・ 雇用者数が増加する中、実質賃金がプラスに
- ・ 名目GDPはデフレ状況ではなくなる中で2015年7-9月期には年率500兆円台に
- ・ 成長力の向上に向け、企業活動のダイナミズムを高めることが重要
- ・ 輸出財に含まれる国内で生み出した付加価値が重要で、その対GDP比は拡大傾向

資料:内閣府「日本経済2015-2016」より

## &lt;平成27年12月の経済月例報告&gt;

- ・ 個人消費は、総じてみれば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、弱含んでいる。
- ・ 企業収益は、改善している、企業の業況判断はおおむね横ばいとなっている。
- ・ 雇用情勢は、改善している。
- ・ 消費者物価は、緩やかに上昇している。

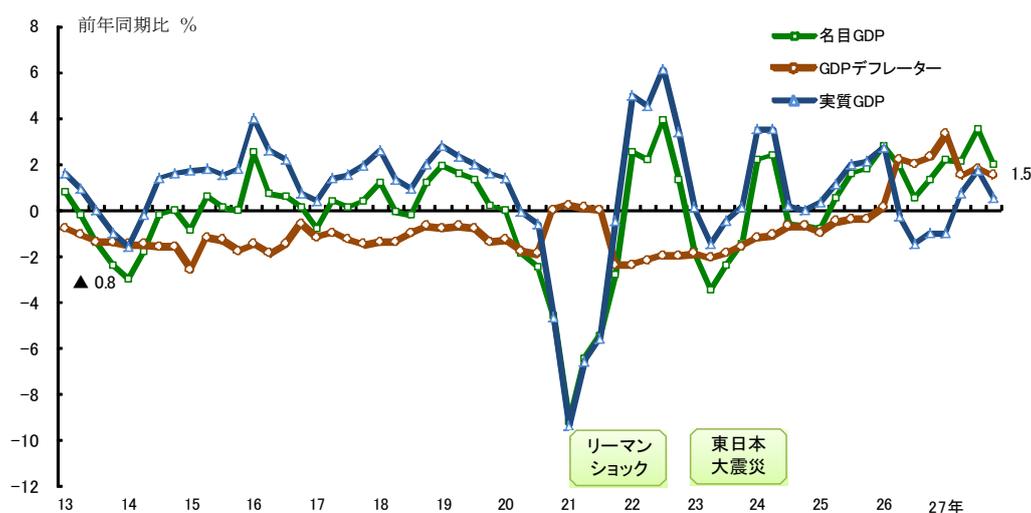
資料:内閣府「月例経済報告平成27年12月」より

## 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。平成 27 年第 2 四半期以降も 1% 台で推移しており、デフレ脱却に向けての動きは弱くなっている。

図1-4 名目GDPとGDPデフレータの推移

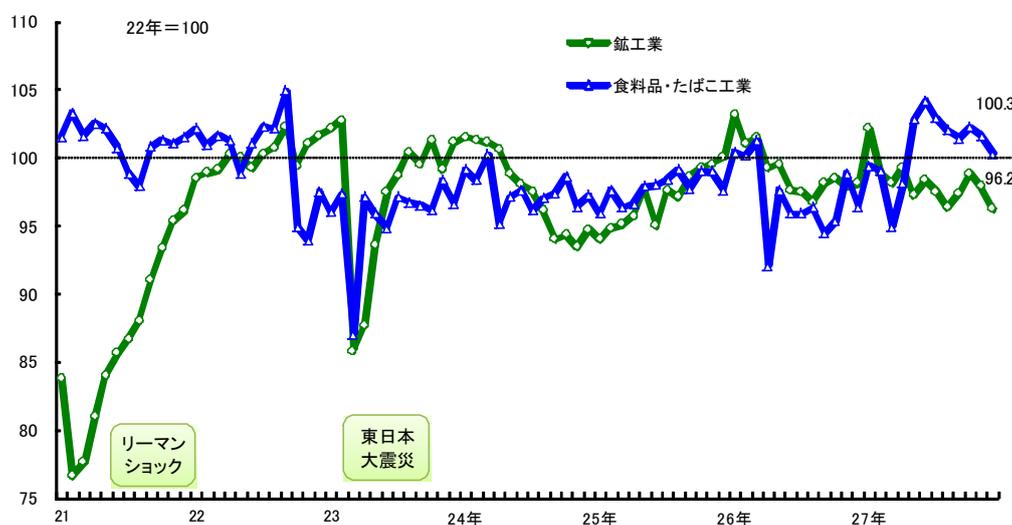


資料:内閣府「国民経済計算」

## 鉱工業の生産は27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 26 年には、消費税引き上げの影響により低下した。しかしながら、平成 26 年後半以降持ち直しており、平成 27 年も継続している。また、平成 27 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も一巡し、変動を繰り返しながら、対前年比では総じて上昇している。

図1-5 鉱工業生産指数の推移



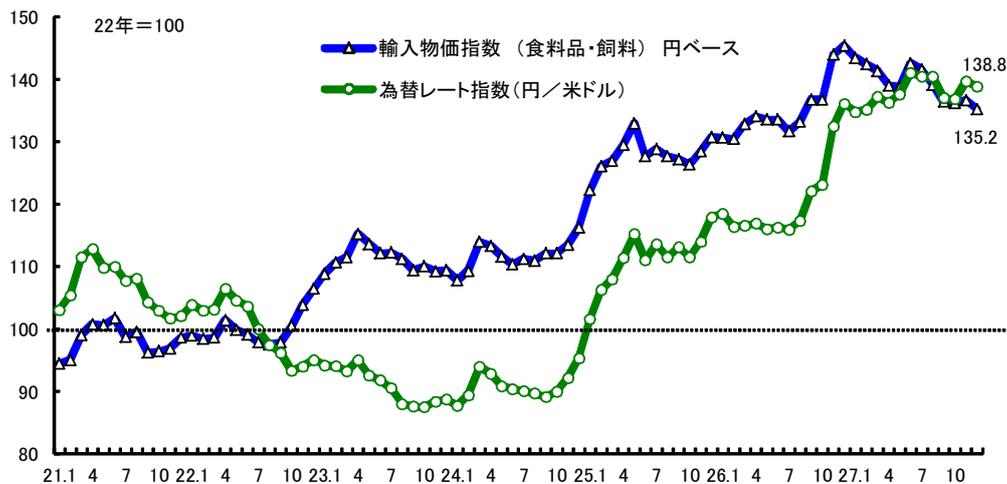
資料:経済産業省「鉱工業生産指数」季節調整値

### (3) 物価の変動

#### 平成27年における食料品・飼料の輸入物価は対前年比3.1%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。平成26年後半以降は、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27年の食料品・飼料の輸入物価は、対前年比3.1%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

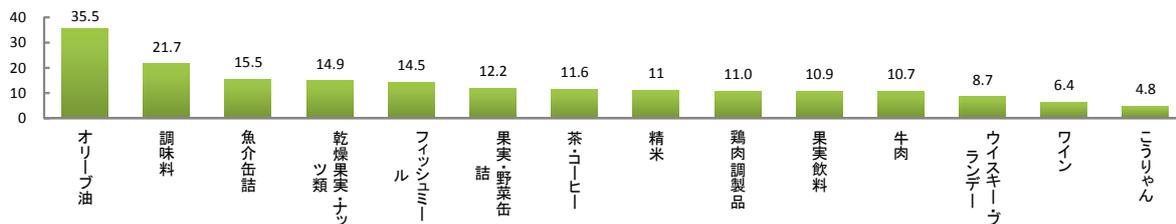


資料：日本銀行「輸入物価指数」、「為替相場(東京市場 中心相場 月中平均)」

平成27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、オリーブ油、調味料、魚介缶詰、乾燥果実・ナッツ類、フィッシュミール、果実・野菜缶詰、茶・コーヒー、精米、鶏肉調製品、果実飲料、牛肉、ウイスキー・ブランデー、ワインの順となっている。

図1-7 平成27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：%

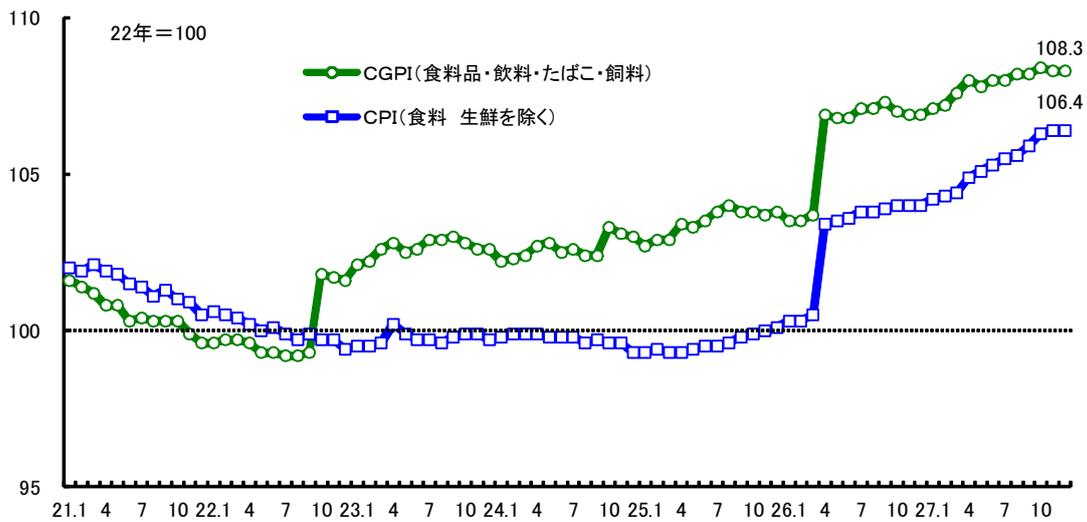


#### 平成27年における加工食品の企業物価は対前年比1.7%の上昇、消費者物価は2.4%の上昇

平成27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1.7%とわずかに上昇した。

一方、食料(生鮮を除く)の平成27年における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年の消費税引き上げの影響などから、対前年比で2.4%とわずかに上昇した。

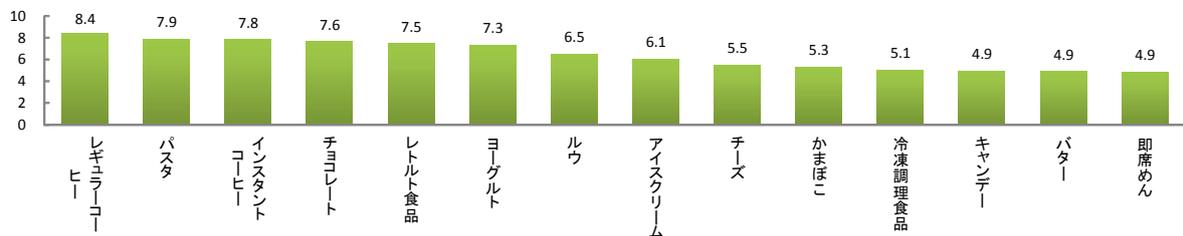
図1-8 食品の企業物価指数(CGPI)、消費者物価指数(GPI)の推移



資料:総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

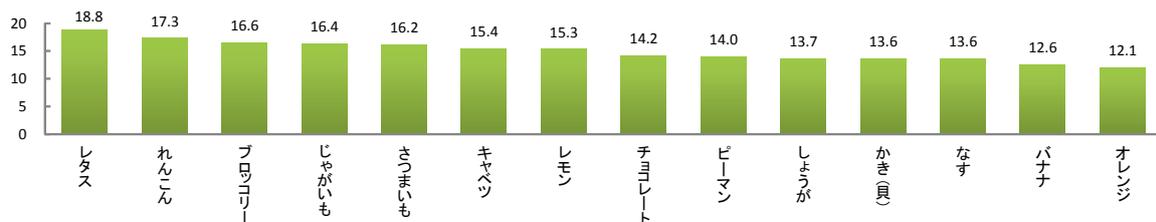
平成 27 年における加工食品の企業物価の上昇が著しい上位品目は、レギュラーコーヒー、パスタ、インスタントコーヒー、チョコレート、レトルト食品、ヨーグルト、ルウ、アイスクリーム、チーズ、かまぼこ、冷凍調理食品、キャンデー、バター、即席めん等の順となっている。

図1-9 平成27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 27 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、レタス、れんこん、ブロッコリー、じゃがいも、さつまいも、キャベツ、レモン、チョコレート、ピーマン、しょうが、かき（貝）、なす、バナナ、オレンジ等の順となっている。

図1-10 平成27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27年の食品卸売業の販売額はかなりの程度増加、食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26年が30兆1千億円で、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27年は45兆4千億円で、対前年比6.8%とかなりの程度増加した。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、増加で推移していたが、平成27年は45兆3千億円で対前年比▲0.6%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の推移

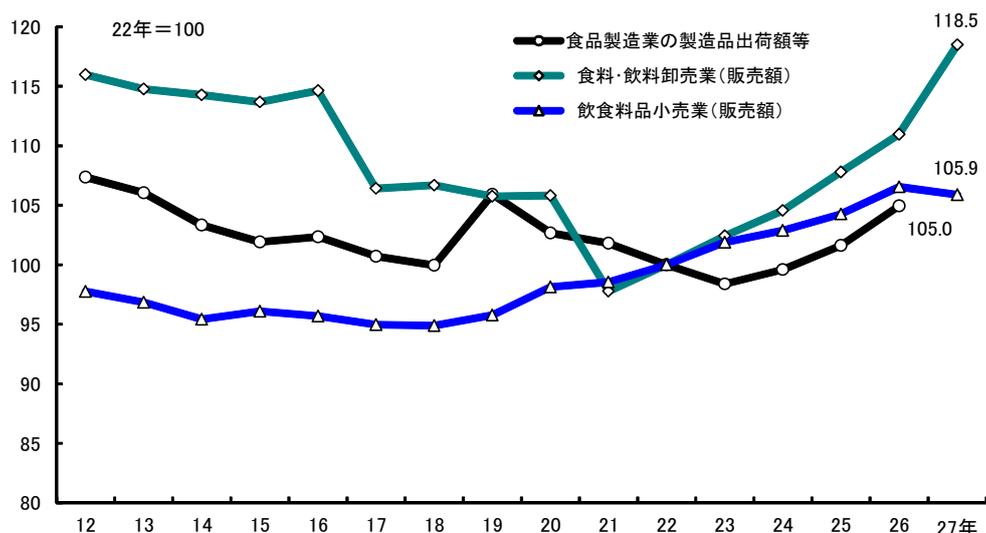


表1-2 食品製造業、食料・飲料卸売業、飲食料品小売業の販売額の推移

	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
15年	292,916	435,960	411,170	101.9	113.7	96.1
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

資料：経済産業省「商業販売統計」、「工業統計」

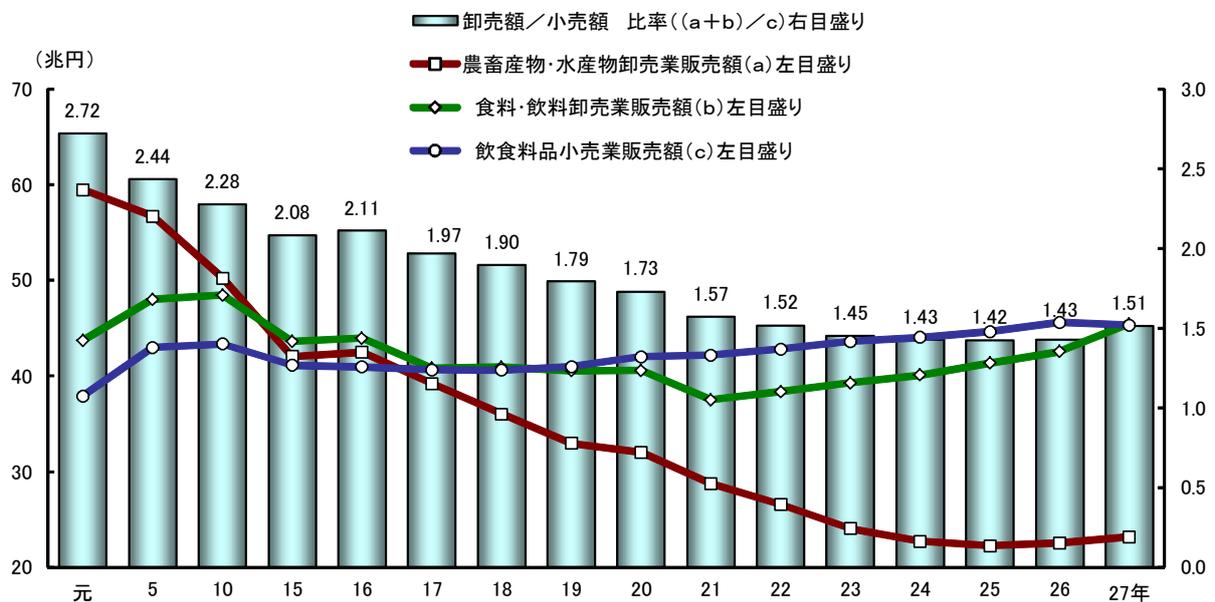
### W/R比率が低下し、食料品の流通効率化が進む

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 26 年まで年々低下していたが、平成 27 年は 1.51 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。

一方、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」

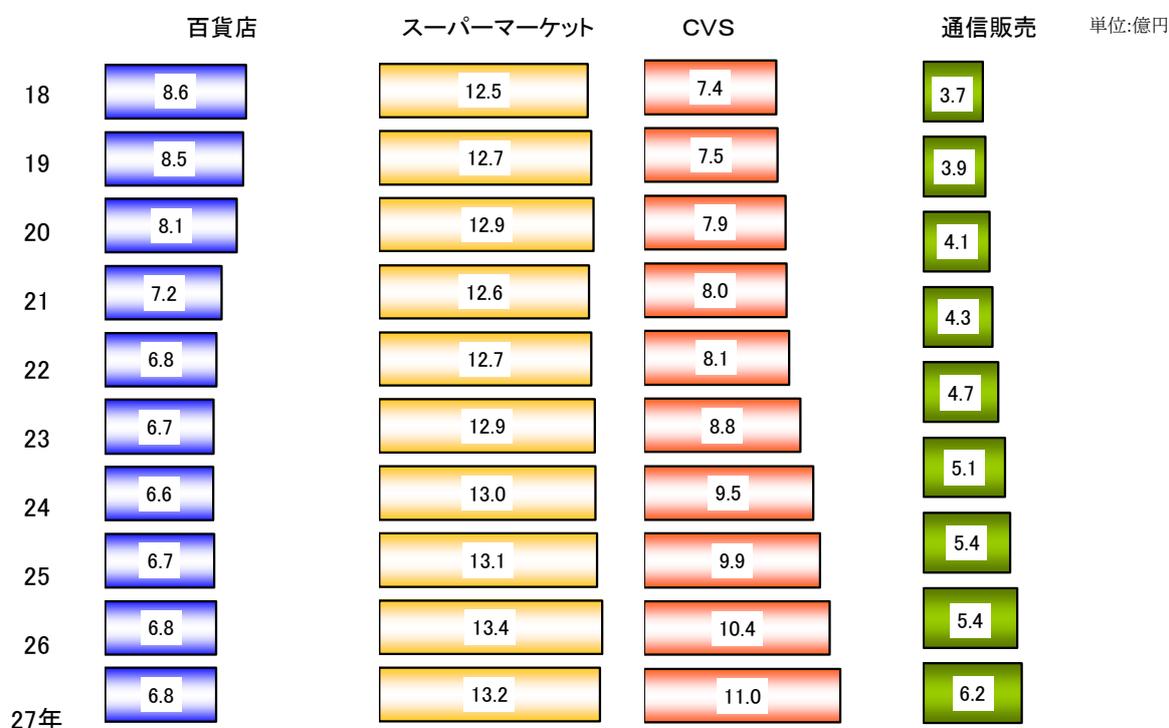
## (5) 小売業の構造変化

### **小売業の平成27年業態別販売額は百貨店が前年並み、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26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26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、36兆円8千億円で対前年比3.6%とやや増加となっている。

業態別にみると、平成27年は百貨店が6兆8千億円で対前年比0.0%と前年並み、スーパーマーケットは13兆2千億円で同▲1.1%とわずかに減少、CVSは11兆円で同5.5%とやや増加、また、通信販売の平成26年販売額は6兆2千億円で同4.9%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。

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

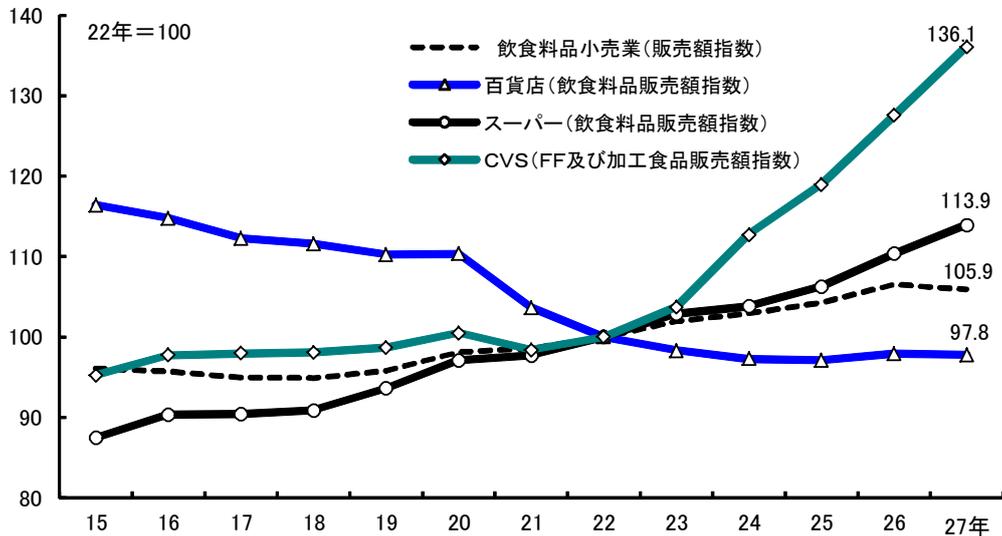
### **平成27年飲食料品の販売額は、百貨店が前年並み、スーパー及びCVSが増加**

小売業販売額のうち、飲食料品についてみると、平成27年が45兆3千億円で対前年比▲0.6%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きたが、平成27年が1兆9千億円で対前年比▲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9兆4千億円で3.2%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7兆円で6.7%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も強化し、多様な消費者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
15年	411,170	22,920	71,892	49,159	96.1	116.4	87.5	95.2
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

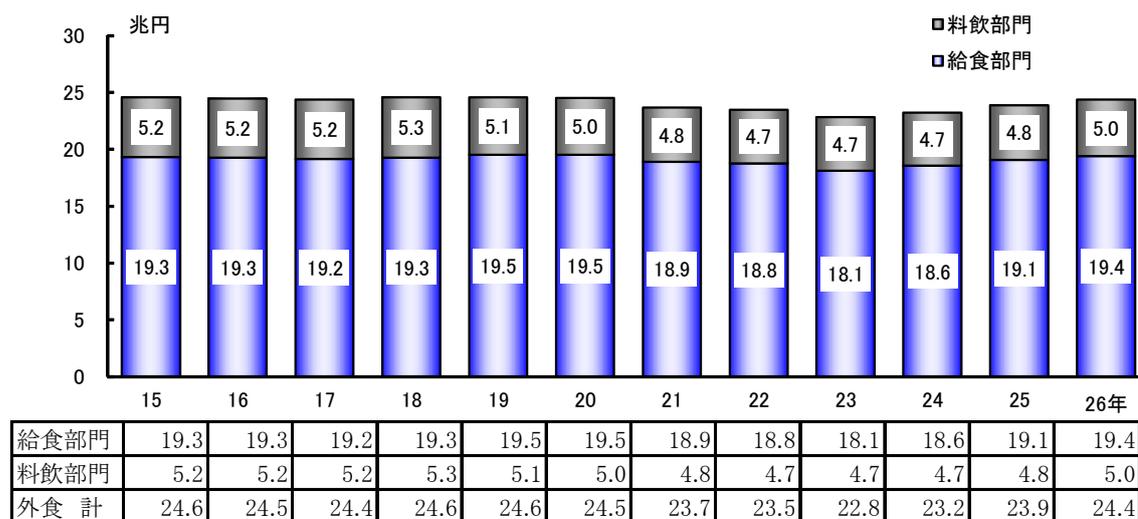
資料：経済産業省「商業販売統計」

## (6) 外食・中食産業の構造変化

### 平成26年の外食産業市場規模は、対前年比でわずかに増加

平成 26 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、24 兆4千億円で対前年比 1.9 %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 4 千億円で対前年比 1.7 %とわずかに増加、料飲部門も 5 兆円で同 2.8 %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27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 27 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 0.3 %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▲ 0.5 %と前年並み、ファミリーレストランも同 0.6 %と前年並み、パブレストラン/居酒屋も同▲ 0.7 %と前年並み、ディナーレストランが同 1.9 %とわずかに増加、喫茶も同 2.4 %とわずかに増加、その他が同▲ 0.2 %と前年並みとなっている。

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	24年	25年	26年	27年	22年	24年	25年	26年	27年
計	100.0	101.1	100.2	99.3	99.6	2.2	2.8	▲ 0.9	▲ 0.9	0.3
ファーストフード	100.0	99.0	97.5	95.9	95.4	2.2	1.2	▲ 1.6	▲ 1.6	▲ 0.5
ファミリーレストラン	100.0	103.4	104.0	103.9	104.6	1.7	4.4	0.6	▲ 0.1	0.6
パブレストラン/居酒屋	100.0	102.4	99.3	97.7	97.0	▲ 1.8	4.2	▲ 3.0	▲ 1.6	▲ 0.7
ディナーレストラン	100.0	106.7	103.4	105.4	107.4	0.2	6.7	▲ 3.0	1.9	1.9
喫茶	100.0	102.4	100.3	100.3	102.7	▲ 1.4	4.5	▲ 2.1	0.0	2.4
その他	100.0	108.6	110.2	111.3	111.1	▲ 4.6	8.2	1.4	1.0	▲ 0.2

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26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、一般社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」によれば、平成26年販売額は9兆1千億円で対前年比2.4%とわずかに増加した。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26年の内訳についてみると、専門店他が対前年比0.8%と前年並み、百貨店も同▲0.5%で前年並み、総合スーパーも同0.1%で前年並み、食料品スーパーが同2.8%とわずかに増加、CVSが同5.1%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）



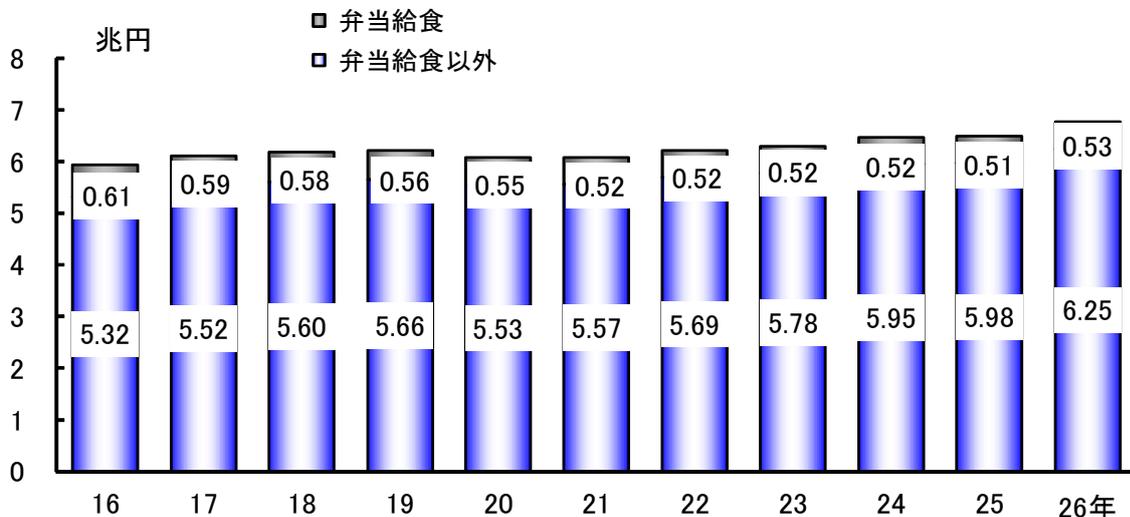
資料：一般社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」。平成26年は見込額

**平成26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26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、6兆8千億円で対前年比4.3%とやや増加となっている。うち、弁当給食以外が6兆2千億円で対前年比4.5%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28年1月の人口は1億2,681万人となっている（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27年1月には5,641万世帯となっている。

図1-19 人口の推移

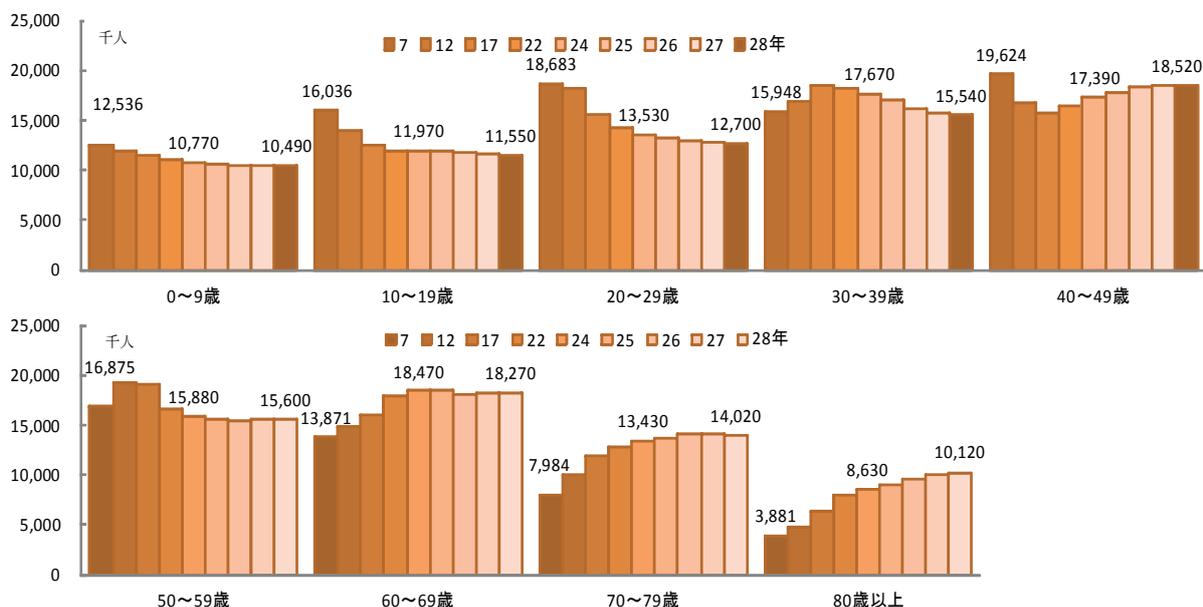


資料：総務省「国勢調査」、「人口推計月表」、「住民基本台帳」より作成。

### 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28年1月についてみると、「0～9歳」は対前年同月比0.0%、「10～19歳」が同▲0.3%、「20～29歳」が同▲0.4%、一方、「60～69歳」が同0.4%、「80歳以上」が同1.4%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を含めて弁当・惣菜の需要の拡大が顕著となっている。

表1-5 世帯数と1世帯当たり人員の変化

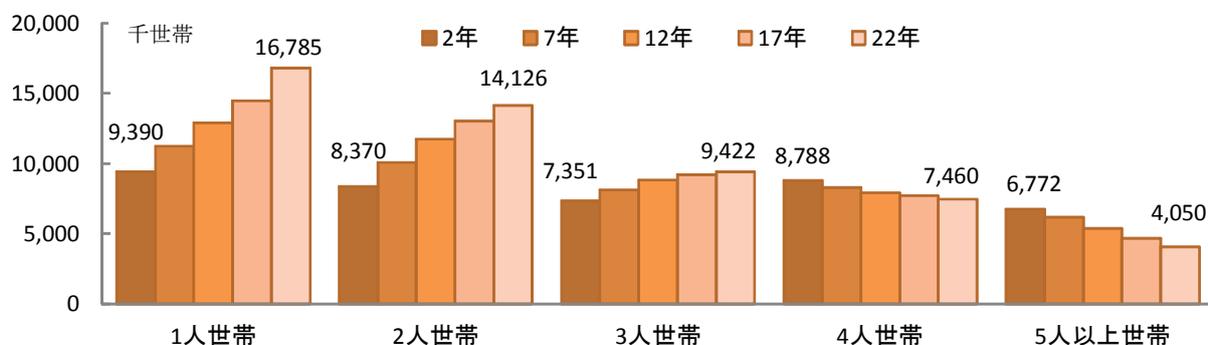
世帯の家族類型	実数（千世帯）				構成比（%）			
	7年	12年	17年	22年	7年	12年	17年	22年
総数	43,900	46,782	49,063	51,842	100.0	100.0	100.0	100.0
単身世帯	11,239	12,911	14,457	16,785	25.6	27.6	29.5	32.4
うち、65歳以上	2,202	3,032	3,865	4,791	5.0	6.5	7.9	9.2
核家族世帯	25,703	27,273	28,327	29,207	58.5	58.3	57.7	56.4
うち、夫婦のみの世帯	7,606	8,823	9,625	10,244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

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」

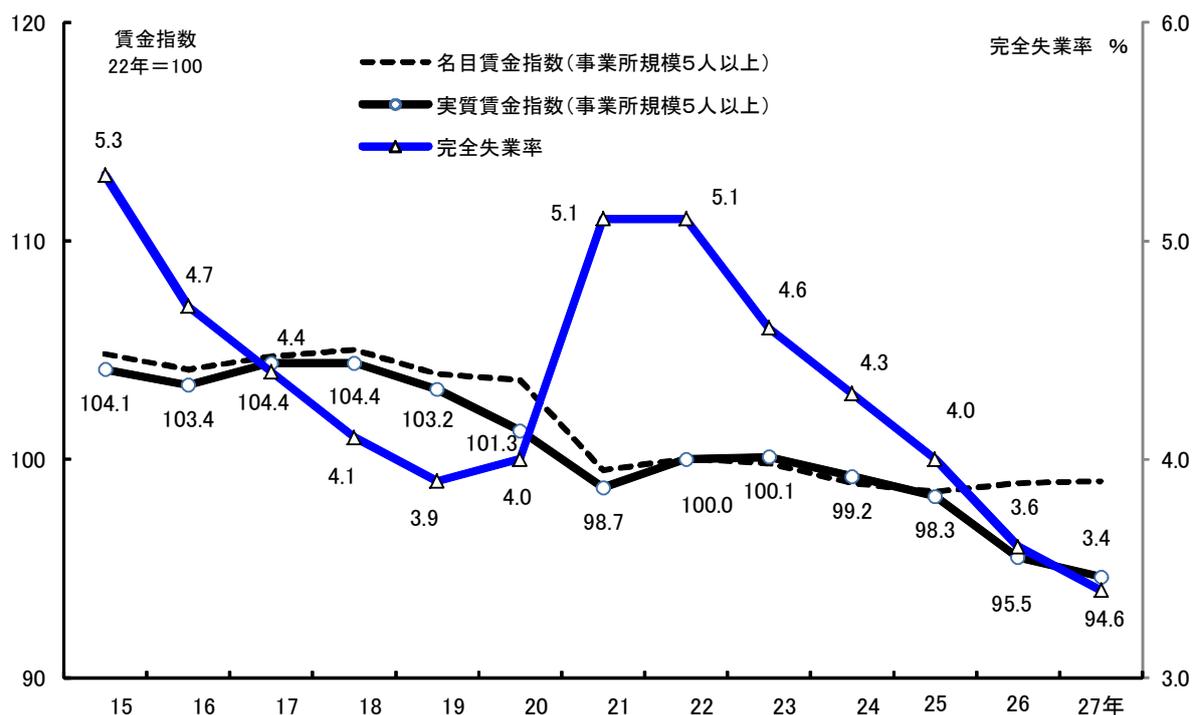
## (8) 消費構造の変化

### 平成27年の完全失業率は3.4%と改善、実質賃金は前年並み

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 27 年には 3.4 %となっている。

また、名目賃金指数は対前年比 0.1 %と前年並みとなっており、実質賃金指数も同▲ 0.9 %と前年並みとなっている。

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26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、4品目において減少している。減少割合が高いのは、果実、ばれいしょ、米、魚介類(生鮮・冷蔵)の順となっている。一方、増加している品目は、植物油脂、鶏肉、豚肉、みそとなっている。

また、平成26年度についてみると、対前年度比で減少しているのは動物油脂、果実、しょうゆ等の順となっている。一方、増加しているのは、魚介類(生鮮・冷蔵)、みそ、植物油脂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								26-24 年度	前年度増減率							26/22 年度
	19	20	21	22	23	24	25	26年度		20	21	22	23	24	25	26年度	
	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	%	%	%	%	%	%	%	
米	61.4	59.0	58.5	59.5	57.8	56.3	56.9	55.2	▲1.1	▲3.9	▲0.8	1.7	▲2.9	▲2.6	1.1	▲3.0	▲7.2
小麦	32.3	31.1	31.8	32.7	32.8	32.9	32.7	32.9	0.0	▲3.7	2.3	2.8	0.3	0.3	▲0.6	0.6	0.6
ばれいしょ	15.9	15.3	14.0	15.0	15.0	16.3	15.6	15.1	▲1.2	▲3.8	▲8.5	7.1	0.0	8.7	▲4.3	▲3.2	0.7
でんぷん	17.5	16.9	16.4	16.7	16.8	16.4	16.4	16.1	▲0.3	▲3.4	▲3.0	1.8	0.6	▲2.4	0.0	▲1.8	▲3.6
大豆	6.8	6.7	6.5	6.3	6.2	6.1	6.1	6.1	0.0	▲1.5	▲3.0	▲3.1	▲1.6	▲1.6	0.0	0.0	▲3.2
野菜	94.5	94.2	91.7	88.3	91.1	93.5	92.3	92.7	▲0.8	▲0.3	▲2.7	▲3.7	3.2	2.6	▲1.3	0.4	5.0
果実	41.2	40.1	39.3	36.5	37.3	38.3	36.7	34.9	▲3.4	▲2.7	▲2.0	▲7.1	2.2	2.7	▲4.2	▲4.9	▲4.4
牛肉	5.7	5.7	5.9	5.9	6.0	5.9	6.0	5.9	0.0	0.0	3.5	0.0	1.7	▲1.7	1.7	▲1.7	0.0
豚肉	11.6	11.7	11.5	11.7	11.9	11.8	11.8	11.9	0.1	0.9	▲1.7	1.7	1.7	▲0.8	0.0	0.8	1.7
鶏肉	10.7	10.8	11.0	11.4	11.4	12.0	12.0	12.2	0.2	0.9	1.9	3.6	0.0	5.3	0.0	1.7	7.0
鶏卵	17.1	16.8	16.5	16.6	16.6	16.7	16.8	16.7	0.0	▲1.8	▲1.8	0.6	0.0	0.6	0.6	▲0.6	0.6
飲用向け牛乳	34.9	34.2	32.7	31.8	31.6	31.1	30.8	30.4	▲0.7	▲2.0	▲4.4	▲2.8	▲0.6	▲1.6	▲1.0	▲1.3	▲4.4
脱脂粉乳	1.5	1.2	1.2	1.3	1.2	1.1	1.1	1.1	0.0	▲20.0	0.0	8.3	▲7.7	▲8.3	0.0	0.0	▲15.4
チーズ	2.1	1.7	1.9	1.9	2.1	2.2	2.2	2.2	0.0	▲19.0	11.8	0.0	10.5	4.8	0.0	0.0	15.8
バター	0.7	0.6	0.6	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.0	▲14.3	0.0	16.7	▲14.3	0.0	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	11.0	▲1.0	0.8	▲15.7	3.5	▲2.6	5.3	▲14.2	6.8	▲6.0
魚介類 (塩干・くん製他)	17.3	16.7	17.4	16.5	15.9	15.3	15.3	14.9	▲0.4	▲3.5	4.2	▲5.2	▲3.6	▲3.8	0.0	▲2.6	▲9.7
砂糖類	19.8	19.2	19.3	18.9	18.9	18.8	19.0	18.5	▲0.3	▲3.0	0.5	▲2.1	0.0	▲0.5	1.1	▲2.6	▲2.1
植物油脂	13.4	13.0	12.3	12.7	12.7	12.8	12.8	13.3	0.5	▲3.0	▲5.4	3.3	0.0	0.8	0.0	3.9	4.7
動物油脂	1.0	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.8	0.0	▲20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	▲11.1	0.0
みそ	3.8	3.6	3.5	3.6	3.6	3.4	3.3	3.5	0.1	▲5.3	▲2.8	2.9	0.0	▲5.6	▲2.9	6.1	▲2.8
しょうゆ	7.2	6.7	6.6	6.5	6.3	6.2	6.2	5.9	▲0.3	▲6.9	▲1.5	▲1.5	▲3.1	▲1.6	0.0	▲4.8	▲9.2

資料：農林水産省「食料需給表」

410.5 405.8 401.9

### 平成27年の勤労者世帯の食品消費は対前年比▲1.1%でわずかに減少、エンゲル係数は上昇

勤労者世帯の平成27年の1カ月当たり実収入は、総務省「家計調査」によれば、52万6千円で対前年比1.1%とわずかに増加した。一方、消費支出は年々減少で推移していたのが平成24年に増加に転じたが、平成27年には31万5千円で対前年比▲1.1%とわずかに減少した。

うち、平成27年の食品消費は7万4千円で対前年比4.4%とやや増加した。

また、平成27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、1.0%、▲0.9%、6.8%となっている。特に食品消費がかなりの程度増加している。

平成27年のエンゲル係数は、23.6%で直近5年間でみると最も高くなっている。対前年比では酒類を除き、加工食品、生鮮食料品、調理食品、外食の消費支出が増加している。

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	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
27年	525,669	315,379	74,341	241,038	23.6

資料:総務省「家計調査 勤労者世帯全国」より作成

**平成27年の1世帯当たり支出額は対前年比で生鮮品がわずかに増加、加工食品、調理食品はやや増加**

平成27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2.9%とわずかに増加、加工食品が3.3%、調理食品が4.0%とともにやや増加、飲料が2.6%とわずかに増加、酒類が▲1.5%とわずかに減少、外食が1.8%とわずかに増加となっている。

これらの構成比は、生鮮品（穀類含む）が31.8%、加工食品が29.0%、調理食品が12.6%、飲料が5.7%、酒類が4.4%、外食が16.7%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27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、飲料、パン、乳製品**

平成27年の食料品の支出弾力性は、総務省「家計調査」によれば、0.67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1.84、次いで肉類が0.77、菓子類が0.73、飲料が0.69、パン及び乳製品が0.63、調理食品及び酒類が0.54となっている。

一方、最も小さいのは魚介練製品で▲0.15、次いで果物が0.04、米が0.07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

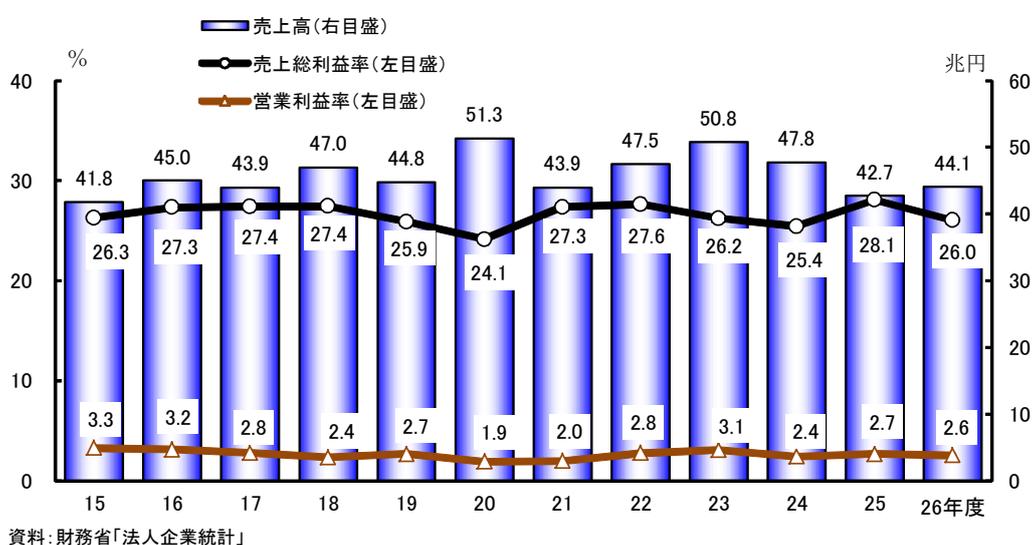
### (1) 食品製造業の経営動向

#### 平成26年度食品製造業における売上高はやや増加したものの、売上総利益率、営業利益率は悪化

平成26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、44兆1千億円で対前年度比3.1%とやや増加し、23年度から続いた減少傾向に歯止めが掛かった。

売上総利益率は26.0%で対前年度比2.0ポイント悪化した。売上高営業利益率も2.6%と対前年度比0.1ポイント悪化した。

図1-25 食品製造業の売上高、売上原価、営業利益率の推移



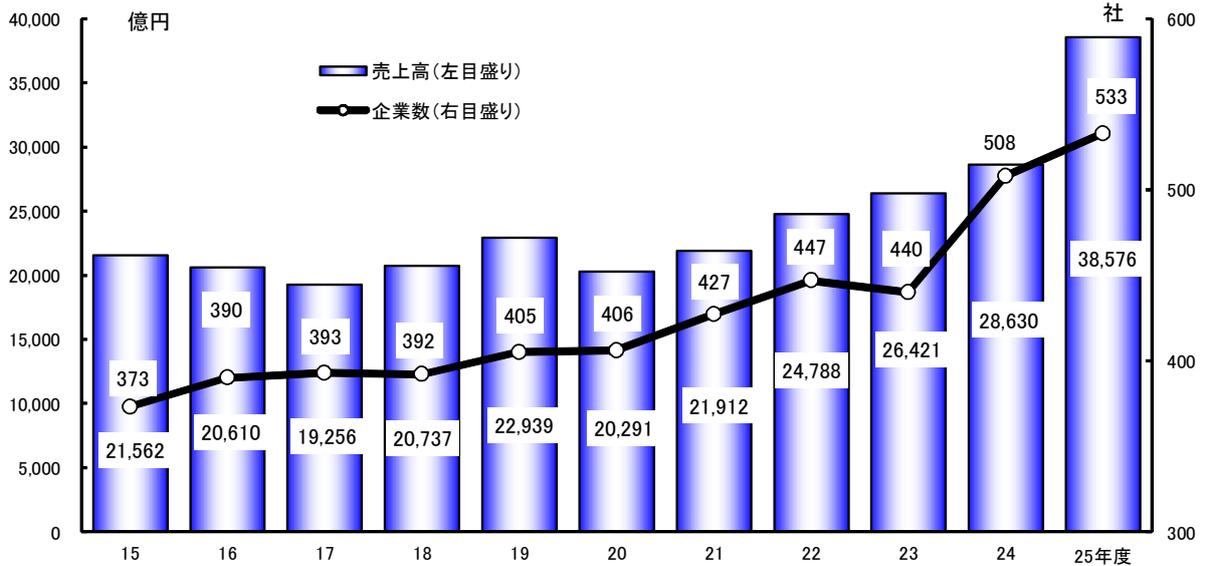
#### 平成25年度海外現地法人における食品製造業の企業数、売上高は対前年度比で増加

平成25年度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、533社で対前年度比でやや増加している。合計売上高は3兆9千億円で対前年度比34.7%と大幅に増加している。

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198社で最も多く、次いで米国が77社、タイが54社、インドネシアが26社、ベトナムが25社、イギリスが19社、シンガポールが16社、台湾が14社、オーストラリアが14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



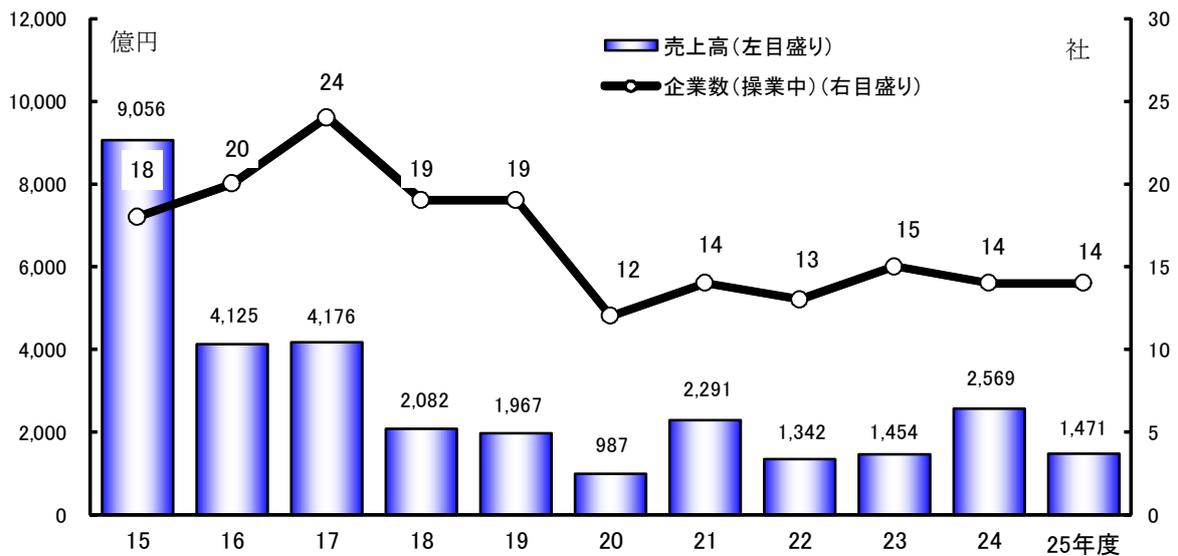
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」より作成

### 平成25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減少

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25年度は1,471億円で対前年度比で大幅な減少となった。

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25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8社、シンガポールが3社、韓国が2社等となっている。

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

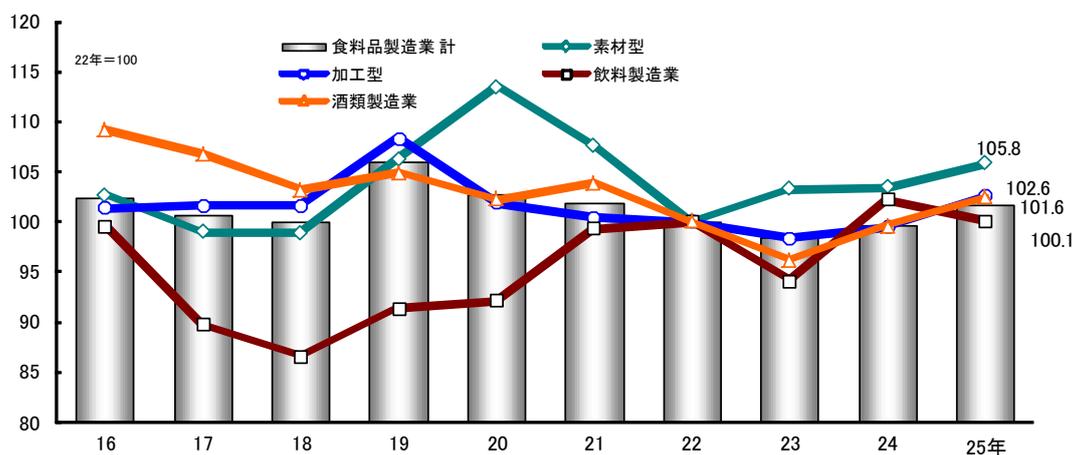
### 平成26年の製造品出荷額等は、30兆2千億円で対前年比3.3%とやや増加

平成26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26年概要版）」によれば、30兆2千億円で対前年比3.3%とやや増加した。しかし、平成26年の原材料使用額等が4.1%とやや上昇したことから、付加価値額は同0.9%と前年並みとなっている。

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

4区分業種類型別にみると、素材型は4兆5千億円で対前年比0.1%、加工型は19兆5千億円で同4.7%、飲料は2兆9千億円で同1.9%、酒類は3兆3千億円で同1.0%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

業種	区分・年次		金額		構成比		金額		構成比		対前年増減率				
	23年	24年	25年	26年	21年	22年	23年	24年	25年	26年					
食料品製造業	28,274	100.0	28,622	100.0	29,201	100.0	30,162	100.0	▲0.9	▲1.8	▲1.6	1.2	2.0	3.3	
素材型	4,423	15.6	4,433	15.5	4,535	15.5	4,541	15.1	▲5.2	▲7.0	3.2	0.2	2.3	0.1	
調味料製造業	1,778	6.3	1,766	6.2	1,776	6.1	1,788	5.9	▲4.2	▲1.4	▲2.6	▲0.7	0.6	0.7	
糖類製造業	514	1.8	492	1.7	526	1.8	530	1.8	15.6	▲14.5	8.5	▲4.3	6.9	0.8	
製穀・製粉製造業	1,297	4.6	1,291	4.5	1,328	4.5	1,266	4.2	▲4.7	▲8.9	5.8	▲0.5	2.9	▲4.7	
動植物油脂製造業	835	3.0	885	3.1	905	3.1	957	3.2	▲17.5	▲11.2	9.9	6.0	2.3	5.8	
加工型	17,839	63.1	18,041	63.0	18,604	63.7	19,470	64.6	▲1.4	▲0.4	▲1.7	1.1	3.1	4.7	
畜産食料品製造業	5,148	18.2	5,117	17.9	5,488	18.8	5,774	19.1	▲0.7	0.3	▲1.9	▲0.6	7.2	5.2	
水産食料品製造業	3,156	11.2	3,005	10.5	3,023	10.4	3,098	10.3	▲5.1	▲3.1	1.1	▲4.8	0.6	2.5	
野菜・果実缶等製造業	807	2.9	784	2.7	744	2.5	761	2.5	▲1.2	▲1.7	4.2	▲2.8	▲5.2	2.2	
パン・菓子製造業	4,450	15.7	4,569	16.0	4,634	15.9	4,869	16.1	0.1	0.6	▲3.0	2.7	1.4	5.1	
その他の食料品製造業	4,279	15.1	4,565	16.0	4,714	16.1	4,969	16.5	▲0.9	▲0.1	▲2.9	6.7	3.3	5.4	
飲料	2,631	9.3	2,859	10.0	2,800	9.6	2,855	9.5	7.8	0.7	▲5.9	8.7	▲2.0	1.9	
清涼飲料製造業	2,076	7.3	2,280	8.0	2,262	7.7	2,312	7.7	10.8	2.3	▲8.3	9.8	▲0.8	2.2	
茶・コーヒー製造業	554	2.0	579	2.0	538	1.8	543	1.8	▲2.7	▲5.4	4.2	4.4	▲7.0	0.9	
酒類	3,381	12.0	3,289	11.5	3,262	11.2	3,296	10.9	1.6	▲3.7	▲3.9	▲2.7	▲0.8	1.0	
酒類製造業	3,381	12.0	3,289	11.5	3,262	11.2	3,296	10.9	1.6	▲3.7	▲3.9	▲2.7	▲0.8	1.0	

資料：経済産業省「工業統計」より作成

表1-9 平成26年の食品製造業の生産概要

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		27,506	1,098,438	175,228	301,617	99,886
素材型		2,490	81,688	30,337	45,410	13,066
調味料製造業		1,499	49,738	9,467	17,884	7,436
糖類製造業		129	6,810	3,551	5,300	1,452
製穀・製粉製造業		666	14,851	10,301	12,656	2,000
動植物油脂製造業		196	10,289	7,018	9,569	2,178
加工型		21,829	935,851	119,065	194,699	67,162
畜産食料品製造業		2,493	148,628	41,424	57,739	14,258
水産食料品製造業		5,748	146,353	20,888	30,982	9,107
野菜・果実缶等製造業		1,668	46,868	4,741	7,606	2,552
パン・菓子製造業		5,247	257,957	22,494	48,686	23,343
その他の食料品製造業		6,673	336,045	29,519	49,687	17,902
飲料		1,703	46,083	17,625	28,547	9,569
清涼飲料製造業		562	28,479	13,669	23,116	8,276
茶・コーヒー製造業		1,141	17,604	3,957	5,431	1,293
酒類		1,484	34,816	8,201	32,961	10,090
酒類製造業		1,484	34,816	8,201	32,961	10,090
前年増減率		%	%	%	%	%
食料品製造業		▲ 2.9	0.2	4.1	3.3	0.9
素材型		▲ 2.4	0.4	0.4	0.1	▲ 2.7
調味料製造業		▲ 2.0	▲ 0.0	1.3	0.7	▲ 1.7
糖類製造業		▲ 3.7	1.8	3.5	0.8	▲ 7.5
製穀・製粉製造業		▲ 3.2	▲ 1.5	▲ 4.2	▲ 4.7	▲ 10.6
動植物油脂製造業		▲ 1.5	4.2	5.2	5.8	5.9
加工型		▲ 3.0	0.3	5.4	4.7	1.9
畜産食料品製造業		▲ 1.3	0.2	6.0	5.2	1.9
水産食料品製造業		▲ 2.6	▲ 1.7	2.0	2.5	1.7
野菜・果実缶等製造業		▲ 3.6	▲ 3.3	6.3	2.2	▲ 6.1
パン・菓子製造業		▲ 3.4	▲ 0.2	4.8	5.1	3.5
その他の食料品製造業		▲ 3.4	2.3	7.2	5.4	1.3
飲料		▲ 3.6	▲ 0.7	3.5	1.9	▲ 1.9
清涼飲料製造業		▲ 0.7	0.3	3.9	2.2	▲ 1.7
茶・コーヒー製造業		▲ 4.9	▲ 2.4	2.0	0.9	▲ 2.9
酒類		▲ 2.2	▲ 0.8	1.3	1.0	1.4
酒類製造業		▲ 2.2	▲ 0.8	1.3	1.0	1.4

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26年の食品製造業の労働生産性は、対前年比0.6%と前年並み

平成26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、909万円に対前年比0.6%と前年並みとなっている。これは平成26年に入り雇用・所得環境の改善に支えられ、緩やかな回復基調を維持し、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4.1%とやや増加したことが一因とみられる。

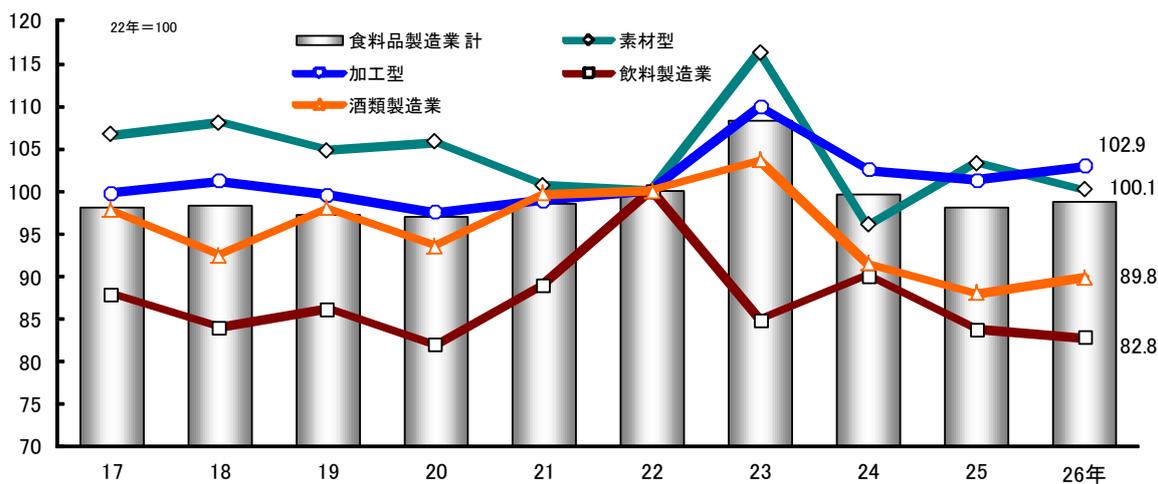
4区分業種類型別にみると、従業者1人当たりの付加価値額は、素材型が1,599万円に対前年比▲3.1%とやや減少し、前年に比べてやや悪化した。素材型は加工型と比べて、売上高に占める付加価値額の割合が低いものの、労働生産性が高いことが特徴である。

加工型は718万円と同1.6%とわずかに増加した。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2,077万円と同▲1.1%と前年に比べて悪化した。

酒類は2,898万円と同2.2%と前年に比べて改善した。

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、%

業種	区分・年次	金額					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
食料品製造業		921	998	918	904	909	1.4	8.4	▲ 8.1	▲ 1.5	0.6
素材型		1,597	1,857	1,533	1,650	1,599	▲ 0.6	16.2	▲ 17.4	7.6	▲ 3.1
調味料製造業		1,467	1,700	1,451	1,521	1,495	1.5	15.9	▲ 14.7	4.8	▲ 1.7
糖類製造業		2,410	2,688	2,030	2,346	2,132	▲ 15.2	11.6	▲ 24.5	15.6	▲ 9.1
製穀・製粉製造業		1,580	2,116	1,240	1,485	1,347	▲ 1.5	33.9	▲ 41.4	19.8	▲ 9.3
動植物油脂製造業		1,885	1,722	2,116	2,083	2,117	6.4	▲ 8.6	22.8	▲ 1.5	1.6
加工型		697	766	715	706	718	1.1	9.9	▲ 6.7	▲ 1.2	1.6
畜産食料品製造業		931	1,060	958	943	959	2.8	13.9	▲ 9.6	▲ 1.6	1.7
水産食料品製造業		601	673	603	602	622	▲ 0.2	12.0	▲ 10.4	▲ 0.2	3.4
野菜・果実缶等製造業		566	622	557	560	544	▲ 0.2	9.9	▲ 10.4	0.6	▲ 2.9
パン・菓子製造業		845	928	872	872	905	1.0	9.7	▲ 6.0	0.0	3.8
その他の食料品製造業		535	570	556	538	533	0.5	6.4	▲ 2.3	▲ 3.3	▲ 1.0
飲料		2,509	2,129	2,259	2,101	2,077	12.5	▲ 15.1	6.1	▲ 7.0	▲ 1.1
清涼飲料製造業		3,539	3,022	3,221	2,966	2,906	14.8	▲ 14.6	6.6	▲ 7.9	▲ 2.0
茶・コーヒー製造業		850	812	787	739	735	▲ 0.9	▲ 4.5	▲ 3.2	▲ 6.1	▲ 0.5
酒類		3,225	3,342	2,951	2,837	2,898	0.3	3.6	▲ 11.7	▲ 3.9	2.2
酒類製造業		3,225	3,342	2,951	2,837	2,898	0.3	3.6	▲ 11.7	▲ 3.9	2.2

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 25 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「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が、「300 人～499 人」では伸び率が停滞し、「500 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、糖類製造業、動植物油脂製造業、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増加があげられる。食料品の輸入物価が引き続き高水準であることや企業物価も上昇している。このような状況下、食品小売市場では価格競争が激化し、食品製造業の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25年、従業員規模別）

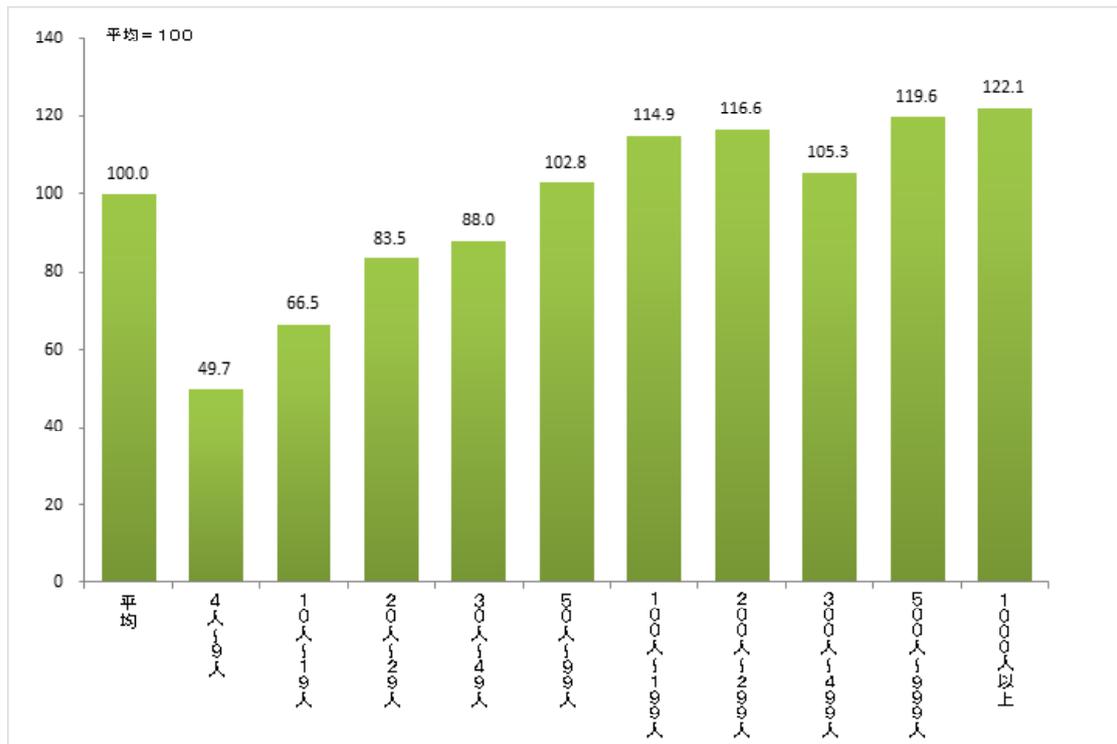
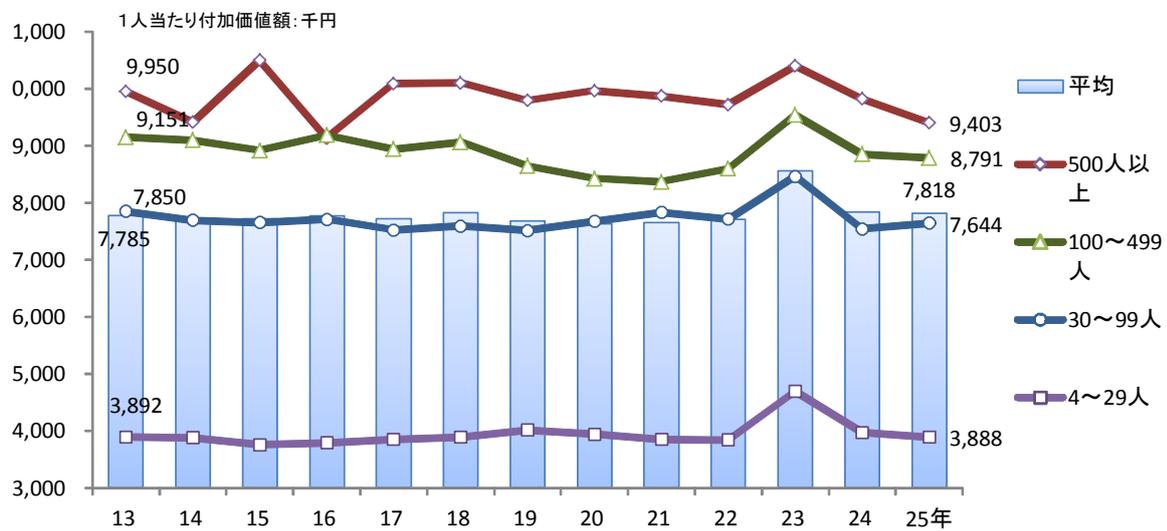
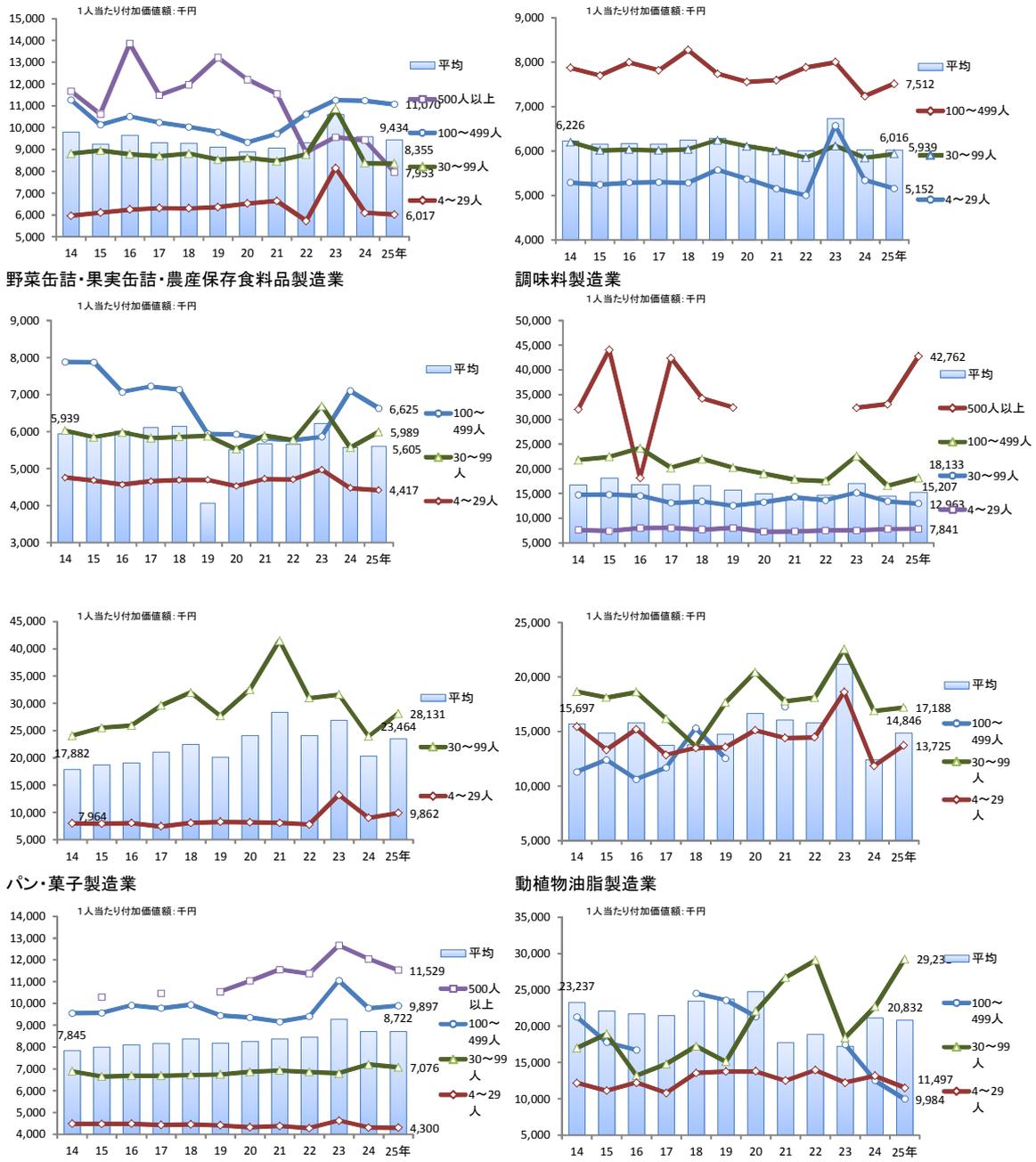


図1-31 食品製造業の生産性の推移



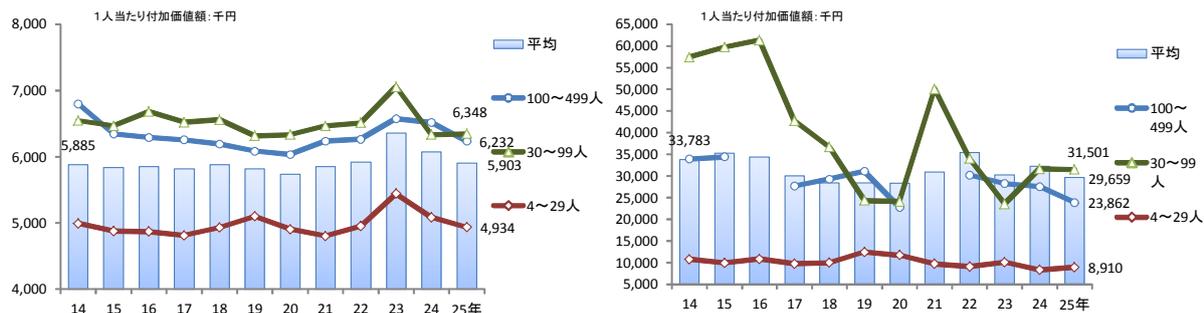
以下、業種別にみた労働生産性の推移は、次のとおり。

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）



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