

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30年の食品製造業生産額指数は対前年比▲0.6%と前年並み、生産指数はわずかに低下

平成30年の食品製造業の生産額指数（総合、暫定値）は、101.1で、対前年比▲0.6%と前年並みとなった。平成30年の生産指数は対前年比で▲1.2%とわずかに低下したものの、企業物価指数が0.6%と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。

同指数は、平成23年以降平成27年まで上昇したが、平成27年から平成28年にかけては横ばいで推移した。その後、平成28年から平成29年にかけては上昇したが、平成29年から平成30年にかけては横ばいとなっている。

図1-1 食品製造業生産額指数（推計）とGDPの推移

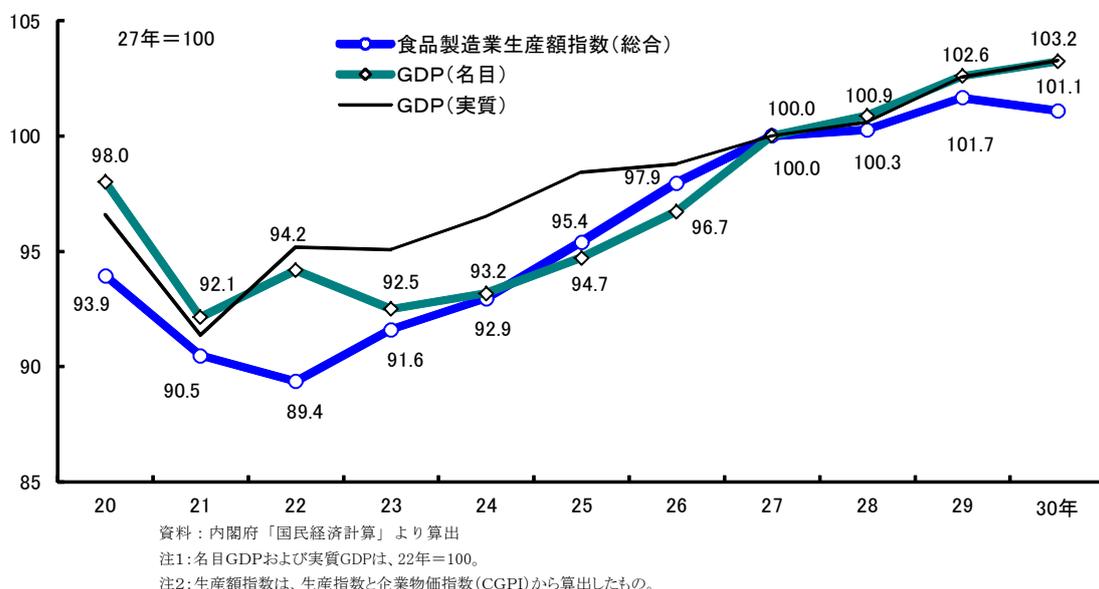
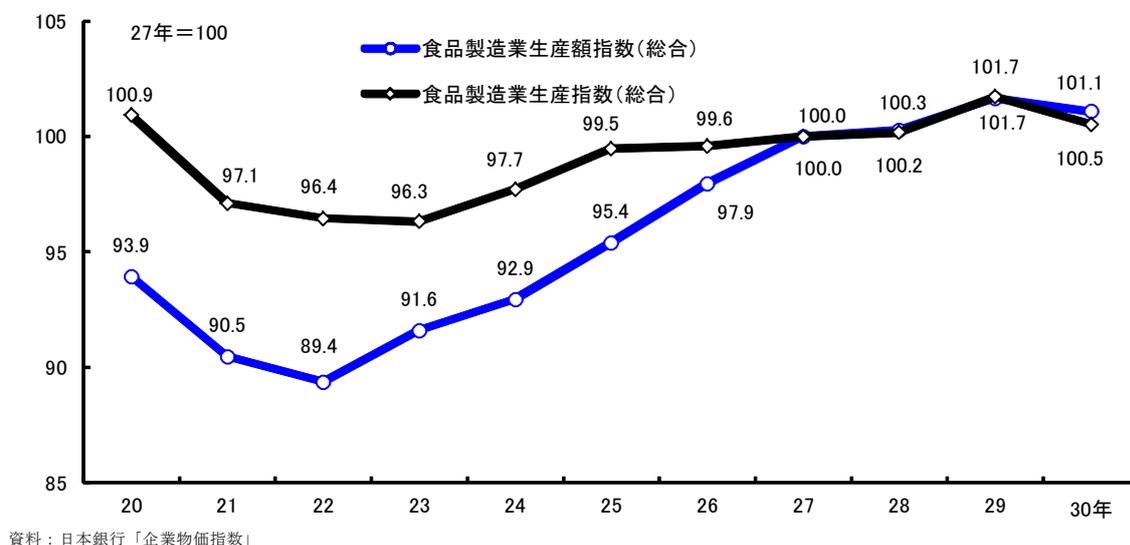


図1-2 食品製造業生産指数と生産額指数の推移

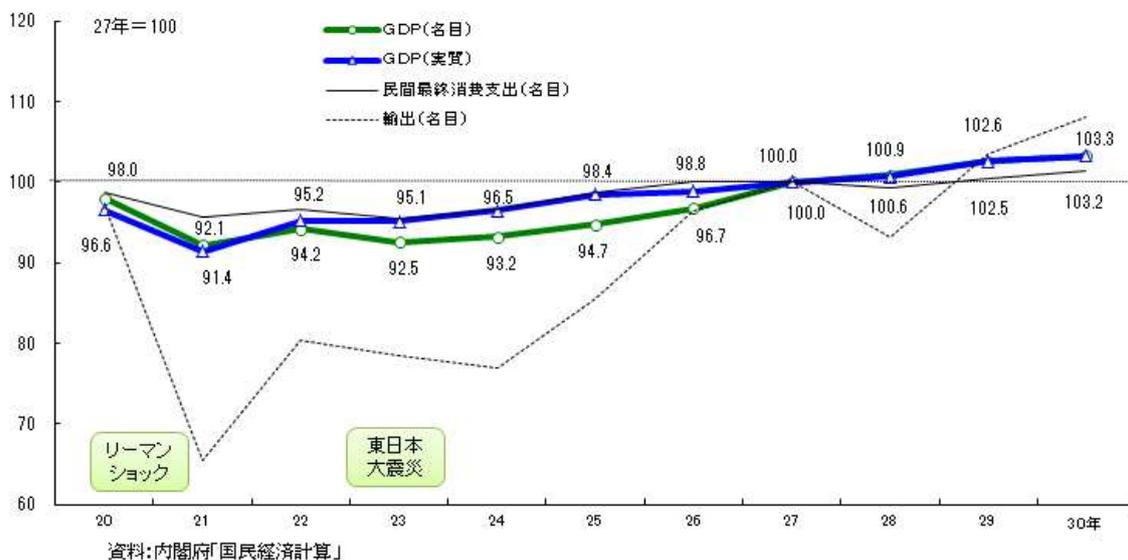


(2) 食品製造業をめぐる経済動向

平成30年の日本経済は、バランスのとれた成長となっているが、消費者物価の上昇は鈍化

平成30年の日本の名目GDP（国内総生産）は548兆4,961億円で対前年比0.6%と前年並みとなった。実質GDPも前年比で0.7%と前年並みとなった。平成30年の日本経済は、設備投資を中心に内需主導となる中、外需もプラスとなり、バランスのとれた成長となっている。その背景として雇用所得環境の改善、企業収益の改善と旺盛な設備投資需要、世界経済の同時回復が挙げられる。労働市場では女性や高齢者の労働参加は進んでいるものの、女性を中心に更なる労働供給拡大の余地がある。物価の動向については、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上昇テンポが鈍化しており、今後も注視する必要がある。

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30年の日本経済>

- ・ 内需主導となる中、外需もプラスとなり、GDPはバランスのとれた成長
- ・ 雇用所得環境の改善、企業収益の改善と旺盛な設備投資需要、世界経済の同時回復
- ・ 女性や高齢者の労働参加が進んでいるものの、女性が育児しながらでも、また高齢者にとって就業しやすい環境整備を進めることが重要
- ・ 家計の可処分所得は、近年は緩やかな増加傾向。そうした中で消費は持ち直し
- ・ 日本の財の輸出は、情報関連材にけん引されているが、2018年入り後から増勢が鈍化
- ・ TPP11や日・EUなどの経済連携協定は、マクロ経済全体にプラスの効果が見込まれる

資料：内閣府「日本経済2018－2019」より

<平成30年12月の経済月例報告>

- ・ 個人消費は、持ち直している。
- ・ 設備投資は、増加している。
- ・ 輸出は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 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、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 雇用情勢は、着実に改善している。
- ・ 消費者物価は、このところ上昇テンポが鈍化している。

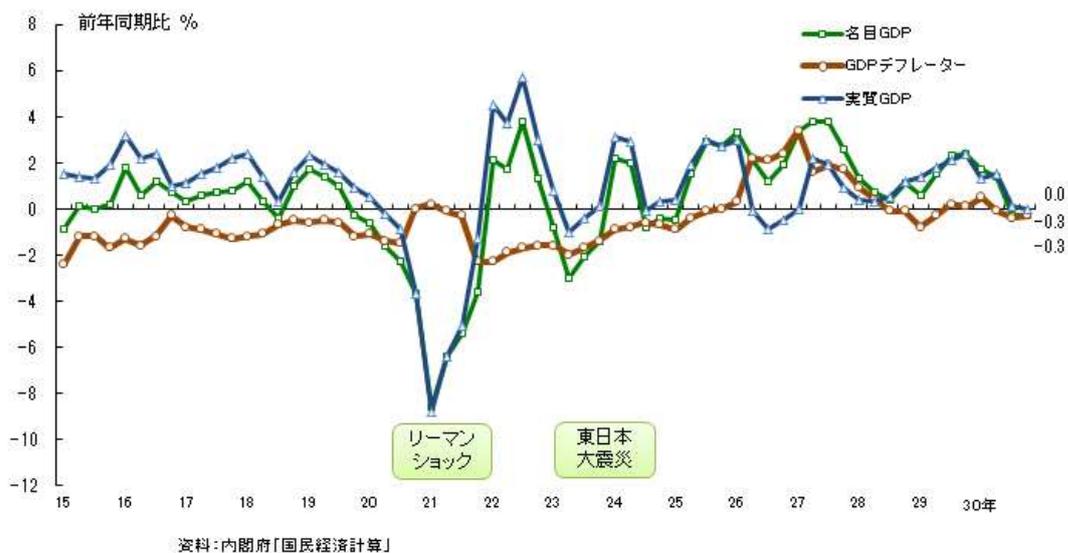
資料：内閣府「月例経済報告平成30年12月」より

GDPデフレーターはマイナスで推移

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 月期及び平成 30 年 4～6 月期、7～9 月期、10 月～12 月期はマイナスとなっている。

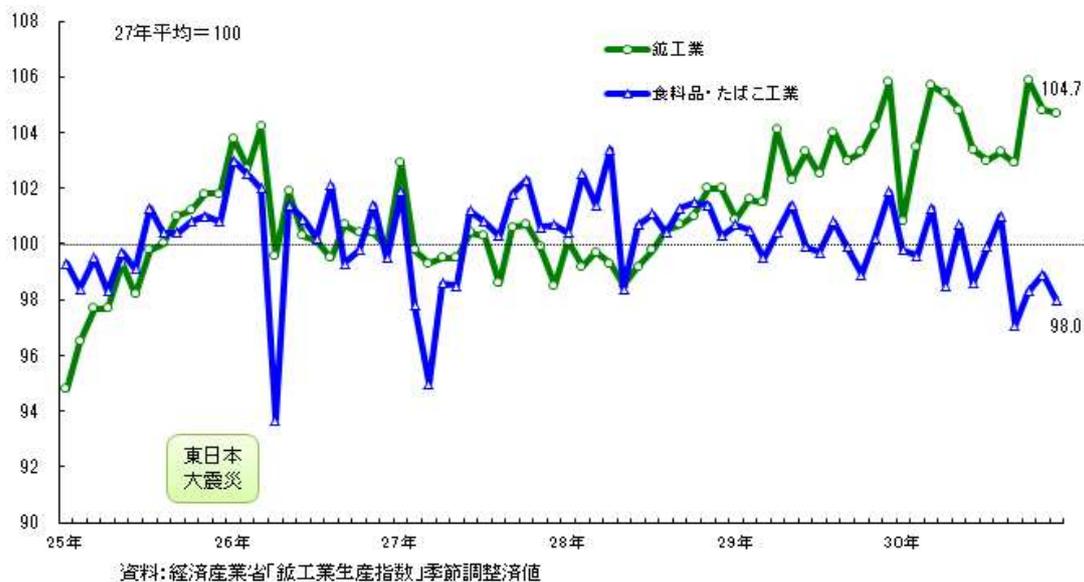
図1-4 名目GDPとGDPデフレーターの推移



鉱工業の生産は、30年は大きな変動で推移、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が、30 年に入り下落に転じた。その後年末にかけて大きな変動をしながら推移している。うち、食料品・たばこ工業の生産指数については、平成 29 年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

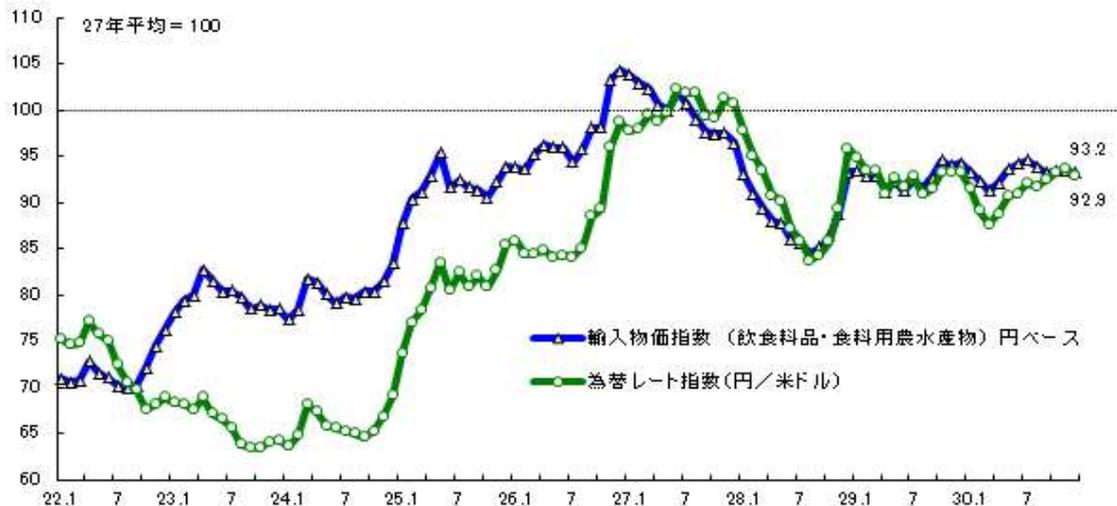


(3) 物価の変動

平成30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0.5%と前年並み

飲食料品・食料用農水産物の輸入物価は、平成29年以降は、30年に入り一度下落したものの、横這い傾向で推移している。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0.5%と前年並みとなった。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。

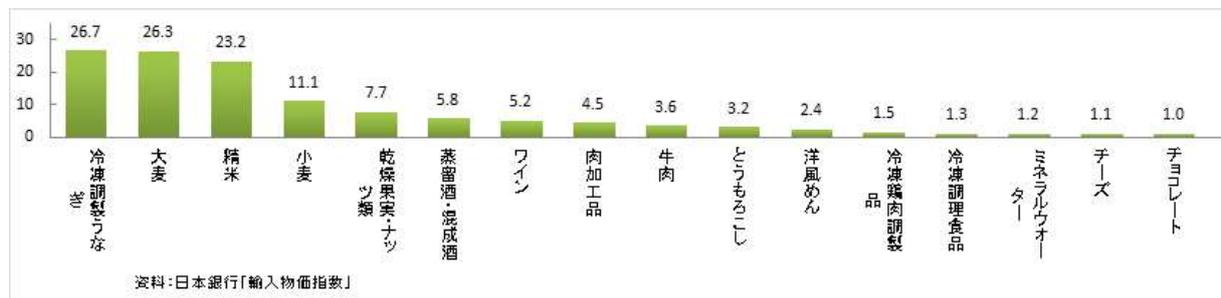
図1-6 加工食品の輸入物価指数と為替レート指数の推移



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30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、冷凍調理うなぎ、大麦、精米、小麦、乾燥果実・ナッツ類、蒸留酒・混成酒、ワイン、肉加工品、牛肉、とうもろこし、洋風めん、冷凍鶏肉調製品、冷凍調理食品、ミネラルウォーター、チーズ、チョコレートとの順となっている。

図1-7 平成30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：%



資料：日本銀行「輸入物価指数」

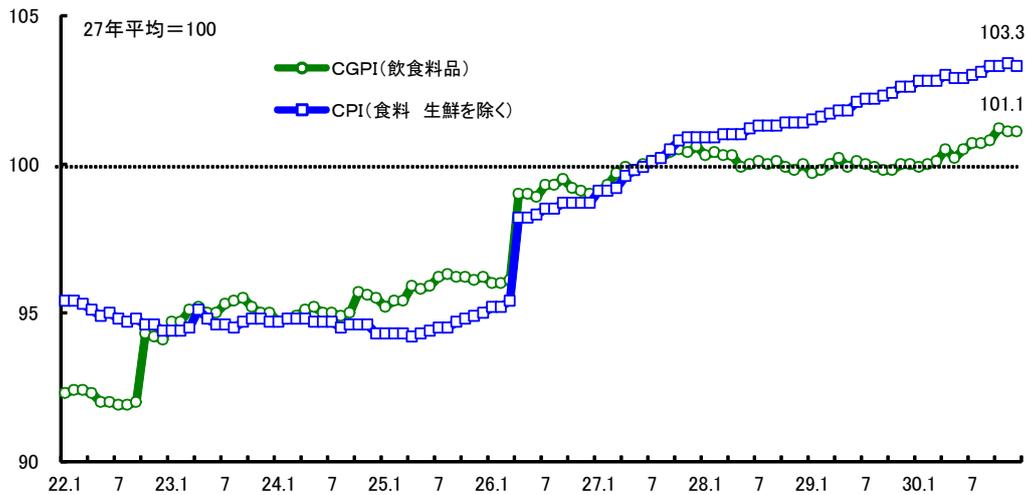
平成30年における加工食品の企業物価は対前年比0.6%と前年並み、消費者物価は1.0%とわずかに上昇

平成30年における加工食品の企業物価は、糖類、粉製品、肉加工品、その他加工原料食品等が下落したものの、粉類、農産加工食品、動植物油脂、菓子等が上昇したことから、対前年比0.6%と前年並みとなった。

一方、食料(生鮮を除く)の平成30年における消費者物価指数については、対前年比で1.0

%とわずかに上昇した。

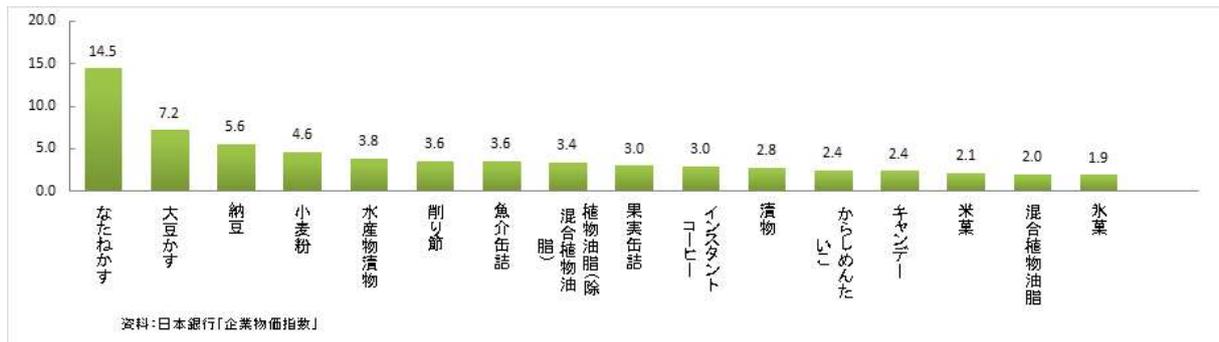
図1-8 食品の企業物価指数(CGPI)、消費者物価指数(CPI)の推移



資料:総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」

平成30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、なたねかす、大豆かす、納豆、小麦粉、水産物漬物、削り節、魚介缶詰、植物油脂、果実缶詰、インスタントコーヒー、漬物、からしめんたいこ、キャンデー、米菓、混合植物油脂、氷菓の順となっている。

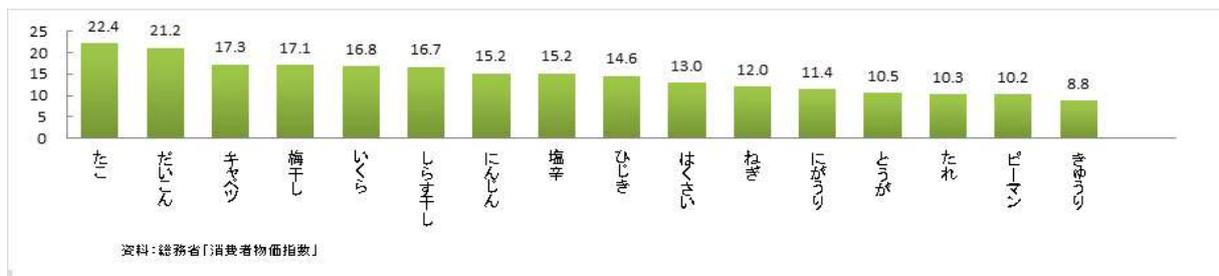
図1-9 平成30年企業物価における主な加工食品の価格上昇品目(対前年上昇率) 単位: %



資料:日本銀行「企業物価指数」

平成30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、たこ、だいこん、キャベツ、梅干し、いくら、しらす干し、にんじん、塩辛、ひじき、はくさい、ねぎ、にがうり、とうが、たれ、ピーマン、きゅうりの順となっている。

図1-10 平成30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



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	
農林漁業	10,582	13.5	10,477	13.7	▲ 1.0	0.2
うち、国産生産	9,374	12.0	9,174	12.0	▲ 2.1	0.1
うち、輸入食用農林水産物	1,208	1.5	1,303	1.7	7.9	0.2
食品製造業(輸入加工品)	5,471	7.0	5,916	7.8	8.1	0.8
食品製造業(国内生産)	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
食品関連流通業	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。

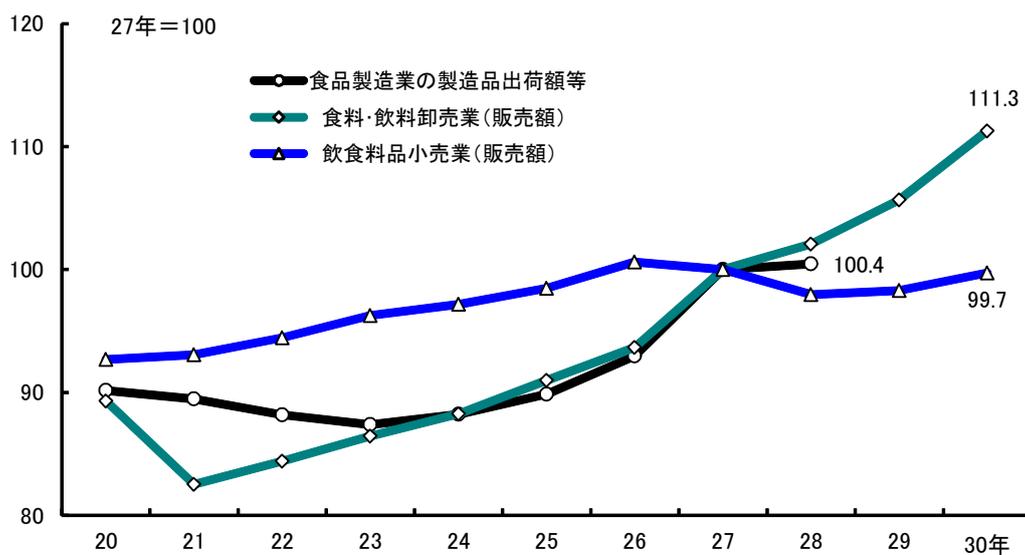
平成30年の食料・飲料卸売業の販売額はやや増加、飲食料品小売業もわずかに増加

食品製造業の製造品出荷額等は、平成 28 年が 34 兆 7 千億円で、対前年比 0.4 % と前年並みとなった。

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 30 年は 50 兆 6 千億円で、対前年比 5.3 % とやや増加した。

飲食料品小売業の販売額は、平成 20 年以降増加で推移していたが、平成 27 年に横ばいとなった。平成 30 年は 45 兆 2 千億円で対前年比 1.1 % とわずかに増加した。

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 27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)
20年	311,124	405,780	419,950	90.1	89.3	92.7
21年	308,790	374,930	421,710	89.5	82.5	93.1
22年	304,280	383,500	427,940	88.2	84.4	94.4
23年	301,567	392,800	436,070	87.4	86.4	96.2
24年	304,496	401,010	440,260	88.2	88.3	97.2
25年	310,110	413,360	446,190	89.9	91.0	98.5
26年	320,869	425,550	455,900	93.0	93.7	100.6
27年	345,127	454,380	453,110	100.0	100.0	100.0
28年	346,676	463,780	443,890	100.4	102.1	98.0
29年		480,080	445,360		105.7	98.3
30年		505,610	451,810		111.3	99.7

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」

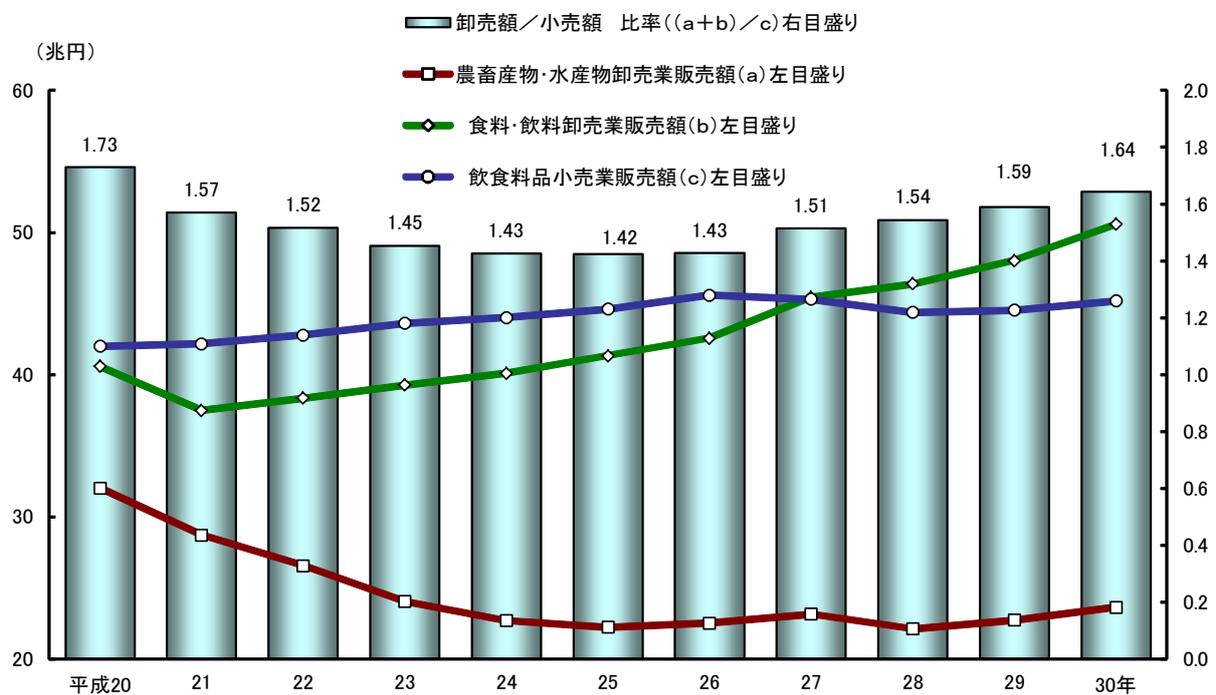
W/R比率が上昇し、食料品の流通効率化が停滞

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（W/R比率）は、平成20年は1.73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30年は1.64となっている。

農畜産物・水産物卸売業販売額についてみると、近年横ばい傾向で推移していたが、平成29年から平成30年にかけては増加となった。

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」

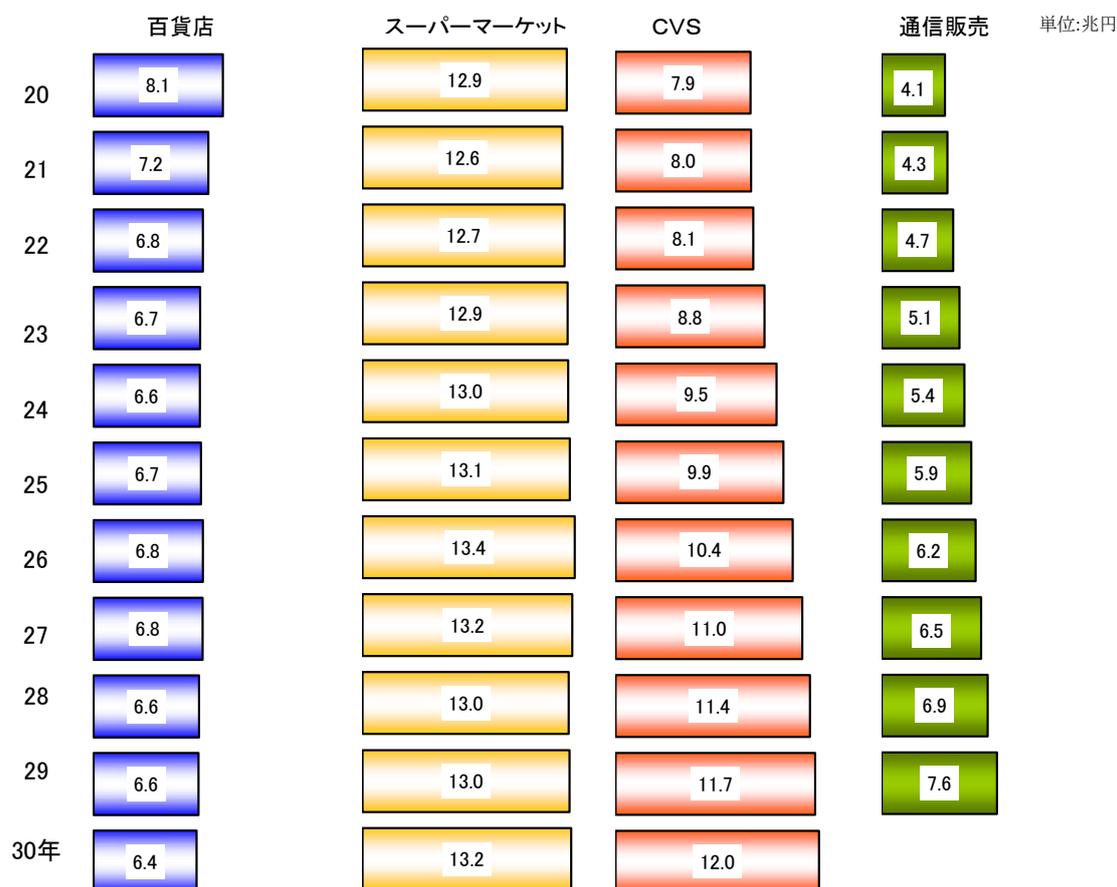
(5) 小売業の構造変化

小売業の平成30年業態別販売額は、百貨店はわずかに減少、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29年）はかなりの程度の増加

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29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、38兆9千億円で対前年比2.4%とわずかな増加となっている。

業態別にみると、平成30年は百貨店が6兆4千億円で対前年比▲1.7%とわずかに減少、方、スーパーマーケットは13兆2千億円で同0.8%と前年並み、CVSは12兆円で同2.0%とわずかに増加、一方、通信販売の平成29年販売額は7兆6千億円で同8.8%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



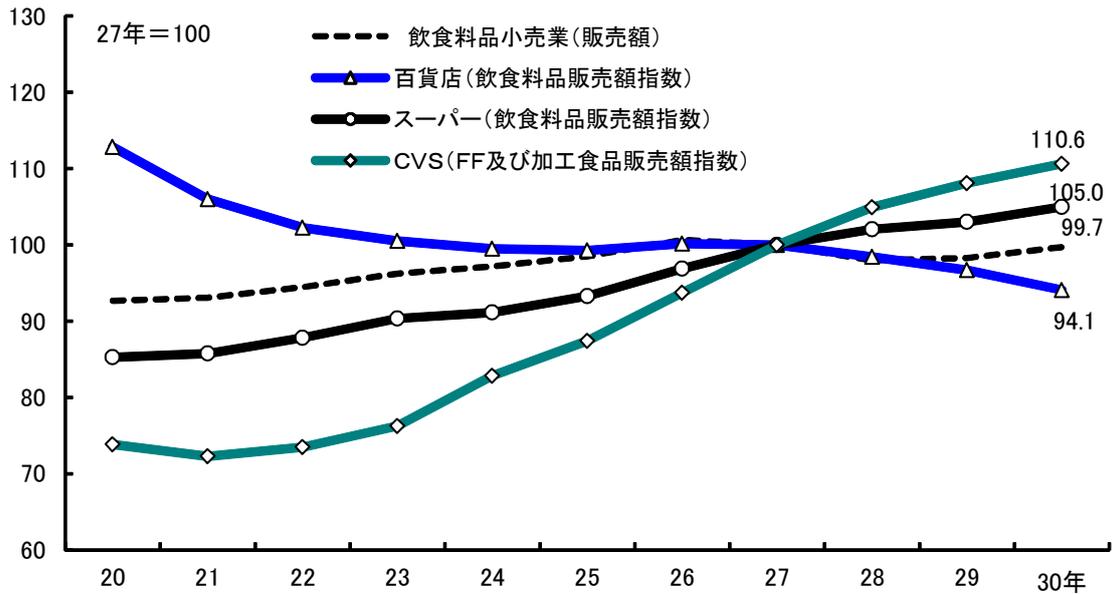
資料：経済産業省「商業動態統計」、公益社団法人日本通信販売協会

平成30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30年が45兆2千億円で対前年比1.4%とわずかに増加している。

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ており、平成30年が1兆8千億円で対前年比▲2.7%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、9兆8千億円で同1.9%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、7兆8千億円で同2.3%とわずかに増加している。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				飲食料品の販売額指数			
	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
20年	419,950	21,732	79,834	51,863	92.7	112.9	85.3	73.8
21年	421,710	20,407	80,308	50,772	93.1	106.0	85.8	72.3
22年	427,940	19,693	82,209	51,615	94.4	102.3	87.8	73.5
23年	436,070	19,357	84,579	53,537	96.2	100.5	90.3	76.2
24年	440,260	19,162	85,353	58,178	97.2	99.5	91.2	82.8
25年	446,190	19,120	87,349	61,387	98.5	99.3	93.3	87.4
26年	455,900	19,289	90,711	65,819	100.6	100.2	96.9	93.7
27年	453,110	19,257	93,634	70,234	100.0	100.0	100.0	100.0
28年	443,890	18,954	95,525	73,699	98.0	98.4	102.0	104.9
29年	445,360	18,619	96,440	75,919	98.3	96.7	103.0	108.1
30年	451,810	18,115	98,286	77,694	99.7	94.1	105.0	110.6

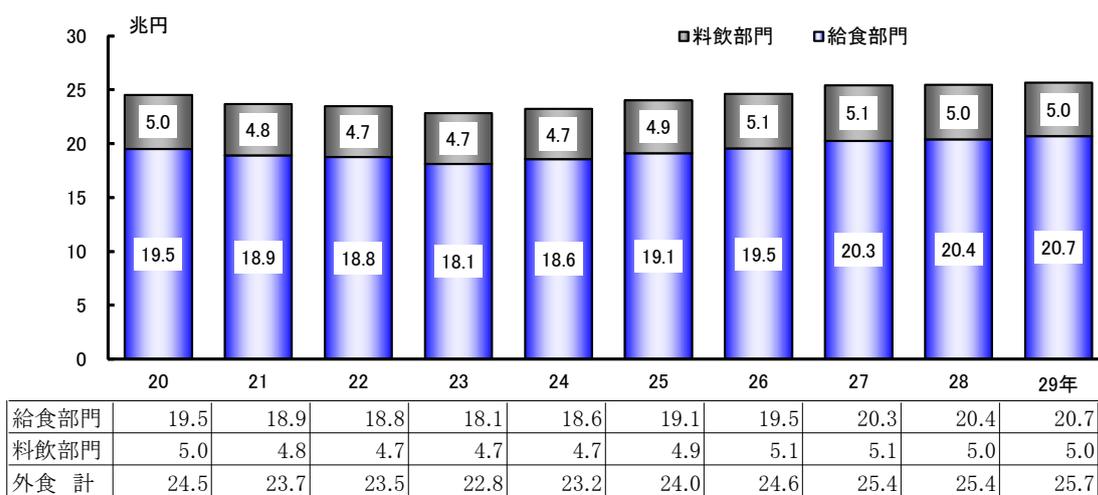
資料：経済産業省「商業動態統計」

(6) 外食・中食産業の構造変化

平成29年の外食産業市場規模は、対前年比で前年並み

平成29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、25兆7千億円で対前年比0.8%と前年並みとなった。内訳についてみると、給食部門が20兆7千億円で対前年比1.3%とわずかに増加したものの、料飲部門は5兆円で同▲0.9%と前年並みとなっている。東日本大震災以降は景気の改善などから回復していたが、近年は横ばい傾向にある。

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30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30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▲0.8%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▲1.3%とわずかに減少、ファミリーレストランは同▲0.2%と前年並み、パブレストラン/居酒屋も同▲0.6%と前年並み、ディナーレストランは同▲1.3%とわずかに減少、喫茶も同▲1.8%とわずかに減少、その他は同▲0.6%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

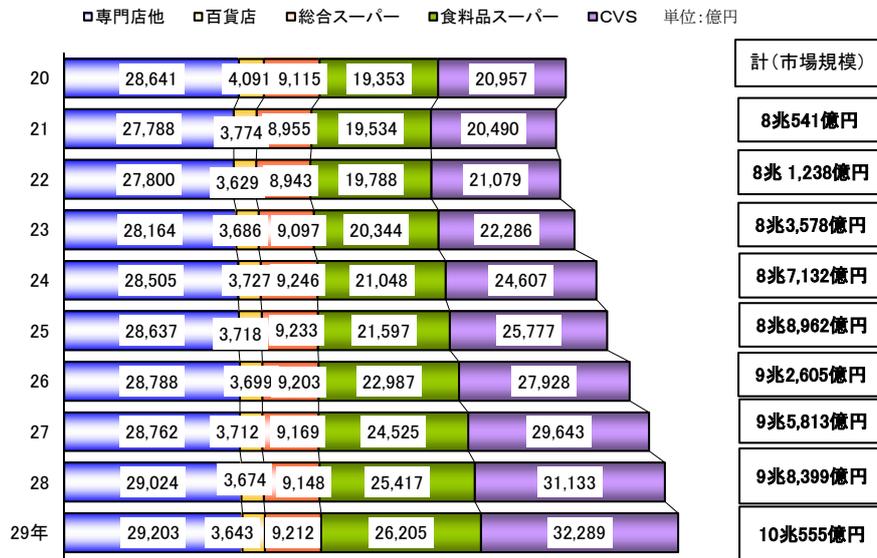
年次	売上高指数 (27年=100)					対前年増減率 %				
	26年	27年	28年	29年	30年	26年	27年	28年	29年	30年
計	99.7	100.0	102.7	103.1	102.2	▲0.9	0.3	2.7	0.4	▲0.8
ファーストフード	100.5	100.0	108.8	107.4	106.0	▲1.6	▲0.5	8.8	▲1.3	▲1.3
ファミリーレストラン	99.4	100.0	96.7	97.8	97.6	▲0.1	0.6	▲3.3	1.1	▲0.2
パブレストラン/居酒屋	100.7	100.0	98.3	105.0	104.4	▲1.6	▲0.7	▲1.7	6.7	▲0.6
ディナーレストラン	98.1	100.0	98.4	98.6	97.3	1.9	1.9	▲1.6	0.2	▲1.3
喫茶	97.7	100.0	98.7	100.1	98.3	0.0	2.4	▲1.3	1.3	▲1.8
その他	100.2	100.0	97.5	98.0	97.4	1.0	▲0.2	▲2.5	0.6	▲0.6

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29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29年販売額は10兆1千億円で対前年比2.2%とわずかに増加した。直近5年間についてみると、惣菜市場は特にCVSと食品スーパーにおいて順調に拡大している。平成29年の内訳についてみると、専門店他が対前年比0.6%と前年並み、百貨店も同▲0.8%で前年並み、総合スーパーも同0.7%で前年並み、食料品スーパーが同3.1%とやや増加、CVSも同3.7%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29年）



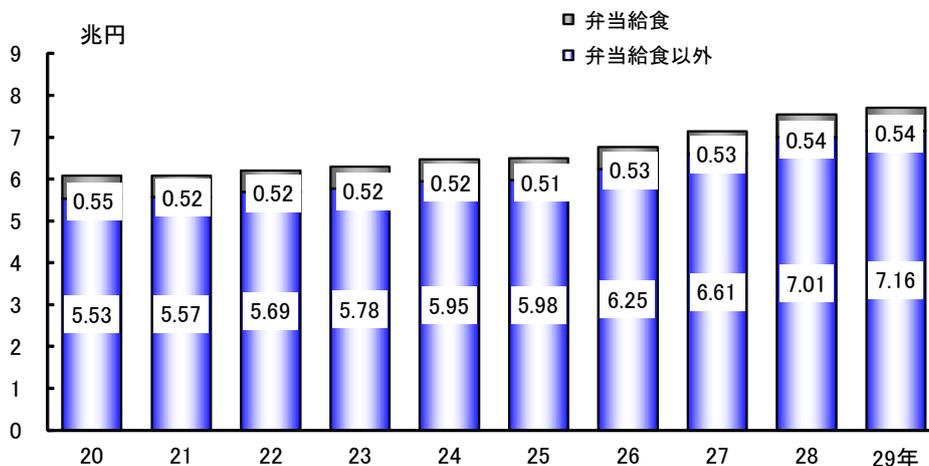
資料：一般社団法人日本惣菜協会「惣菜白書」。

平成29年の料理品（惣菜・弁当）小売業販売額はわずかな増加

惣菜・弁当の料理品小売業平成29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、7兆7千億円で対前年比2.1%とわずかな増加となっている。うち、弁当給食以外が7兆2千億円で対前年比2.2%とわずかに増加、弁当給食も5千億円で同1.1%とわずかな増加となっている。

料理品小売業販売額は、平成22年頃から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



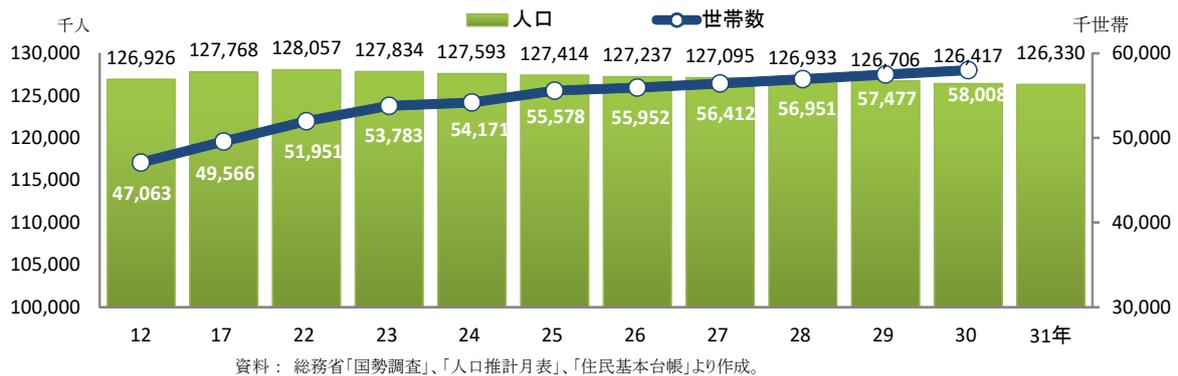
資料：公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推計」

(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31年2月の人口は1億2,633万人で前年同月比27万人の減少となっている（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30年1月には5,801万世帯で対前年同月比53万世帯の増加となっている。

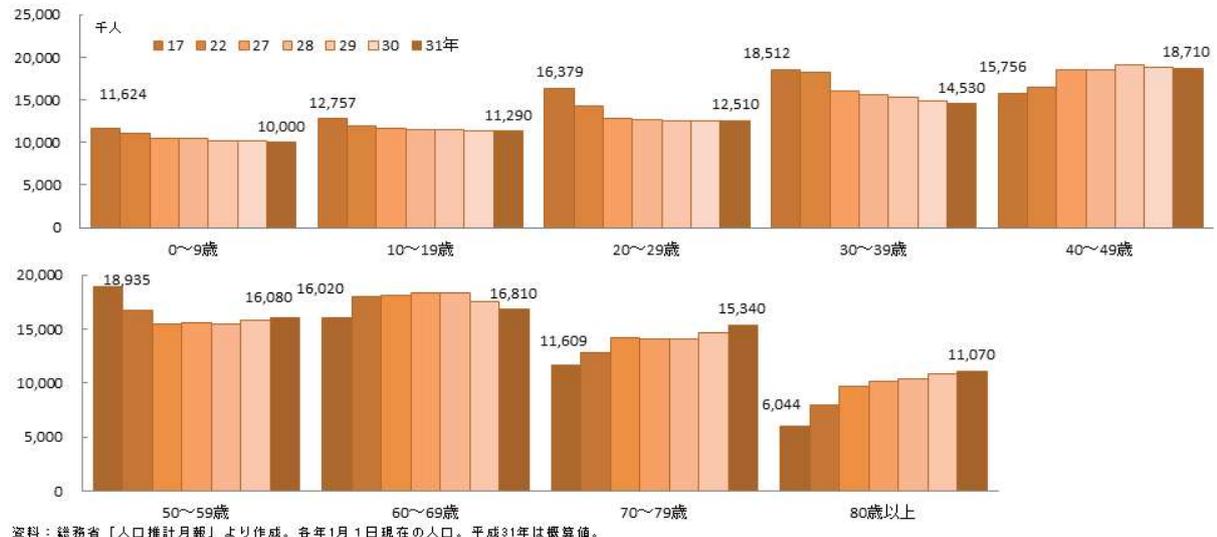
図1-19 人口の推移



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、40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31年1月についてみると、「0～9歳」は対前年同月比▲1.3%、「10～19歳」が同▲1.1%、「20～29歳」が同0.1%、「30～39歳」が同▲2.4%で減少している階層が多くなっており、一方、「70～79歳」が同5.0%、「80歳以上」が同2.2%と増加している。このような少子高齢化の進展は、食の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



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27年は5,333万世帯で、平成22年対比2.9%増、平成17年対比で8.7%の増加となっている。今後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27年には1,842万世帯で、平成22年対比9.7%のかなりの程度の増加となっている。さらに65歳以上の単身世帯数は平成22年対比で23.7%増、平成17年対比で53.4%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変化をもたらすことが予想される。特に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

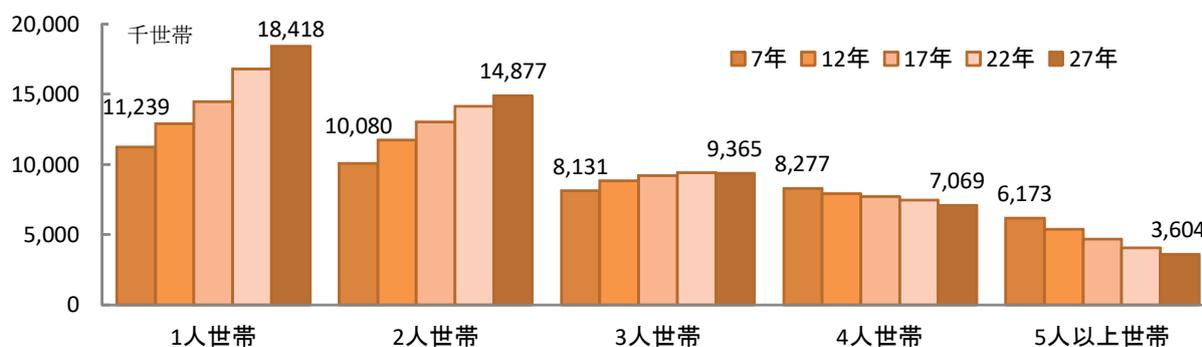
世帯の家族類型	実数（千世帯）				構成比（%）			
	12年	17年	22年	27年	12年	17年	22年	27年
総数	46,782	49,063	51,842	53,332	100.0	100.0	100.0	100.0
単身世帯	12,911	14,457	16,785	18,418	27.6	29.5	32.4	34.5
うち、65歳以上	3,032	3,865	4,791	5,928	6.5	7.9	9.2	11.1
核家族世帯	27,273	28,327	29,207	29,754	58.3	57.7	56.3	55.8
うち、夫婦のみの世帯	8,823	9,625	10,244	10,718	18.9	19.6	19.8	20.1
うち、夫婦と子供からなる世帯	14,904	14,631	14,440	14,288	31.9	29.8	27.9	26.8
うち、ひとり親と子供からなる世帯	3,546	4,070	4,523	4,748	7.6	8.3	8.7	8.9
その他	6,598	6,278	5,765	5,024	14.1	12.8	11.1	9.4

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22年対比で5.3%増、平成17年対比で14.2%のかなり大きく増加、一方、3人世帯では平成17年対比では1.8%増であったのが、平成22年対比で▲0.6%となっている。逆に4人以上の世帯では減少傾向が続いている。

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、少量パックへのシフトなど変化をもたらしている。また、家庭における調理機会の減少や惣菜購入の増加につながっている。

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」

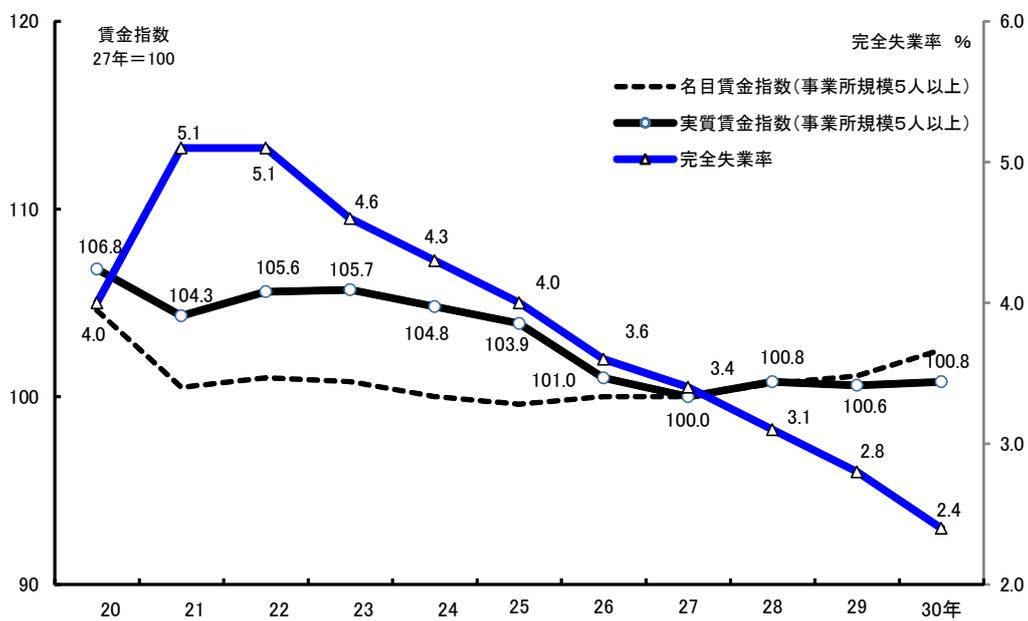
(8) 消費構造の変化

平成30年の完全失業率は2.4%と改善、実質賃金指数は前年並み

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 30 年には 2.4 %まで改善している。

また、名目賃金指数は対前年比 1.4 %とわずかに上昇しているものの、実質賃金指数は同 0.2 %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



平成29年度の1人当たり供給純食料は10品目で増加、5品目で減少

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。

平成 29 年度についてみると、対前年度比で増加しているのは、ばれいしょ、牛肉、チーズ、植物油脂、豚肉、鶏肉、みそ、野菜、鶏卵、大豆となっている。一方、減少しているのは動物油脂、魚介類(生鮮・冷凍)、でんぷん、しょうゆ、砂糖類となっている。

表1-6 国民1人・1年当たり供給純食料

	1人当たり供給純食料					前年度増減率				
	25 kg	26 kg	27 kg	28 kg	29年度 kg	25 %	26 %	27 %	28 %	29年度 %
米	56.8	55.5	54.6	54.4	54.2	1.1	▲ 2.3	▲ 1.6	▲ 0.4	▲ 0.4
小麦	32.7	32.8	32.8	32.9	33.1	▲ 0.6	0.3	0.0	0.3	0.6
ばれいしょ	15.4	15.1	15.7	15.5	16.6	▲ 5.5	▲ 1.9	4.0	▲ 1.3	7.1
でんぷん	16.4	16.0	16.0	16.3	15.9	0.0	▲ 2.4	0.0	1.9	▲ 2.5
大豆	6.1	6.1	6.2	6.4	6.5	0.0	0.0	1.6	3.2	1.6
野菜	91.6	92.1	90.7	88.6	90.8	▲ 1.9	0.5	▲ 1.5	▲ 2.3	2.5
果実	36.8	35.9	34.9	34.4	34.2	▲ 3.7	▲ 2.4	▲ 2.8	▲ 1.4	▲ 0.6
牛肉	6.0	5.9	5.8	6.0	6.3	1.7	▲ 1.7	▲ 1.7	3.4	5.0
豚肉	11.8	11.8	12.2	12.4	12.8	0.0	0.0	3.4	1.6	3.2
鶏肉	12.0	12.2	12.6	13.0	13.4	0.0	1.7	3.3	3.2	3.1
鶏卵	16.8	16.7	16.9	16.9	17.3	1.2	▲ 0.6	1.2	0.0	2.4
飲用向け牛乳	30.8	30.4	30.8	31.1	31.1	▲ 1.0	▲ 1.3	1.3	1.0	0.0
脱脂粉乳	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
チーズ	2.2	2.2	2.4	2.4	2.5	0.0	0.0	9.1	0.0	4.2
バター	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
魚介類 (生鮮・冷凍)	10.7	10.7	10.1	9.3	8.8	▲ 10.8	0.0	▲ 5.6	▲ 7.9	▲ 5.4
魚介類 (塩干・くん製他)	15.3	14.4	14.2	14.1	14.1	0.0	▲ 5.9	▲ 1.4	▲ 0.7	0.0
砂糖類	19.0	18.5	18.5	18.6	18.3	1.1	▲ 2.6	0.0	0.5	▲ 1.6
植物油脂	12.7	13.3	13.4	13.4	13.9	0.0	4.7	0.8	0.0	3.7
動物油脂	0.9	0.8	0.8	0.7	0.6	12.5	▲ 11.1	0.0	▲ 12.5	▲ 14.3
みそ	3.3	3.5	3.6	3.6	3.7	▲ 2.9	6.1	2.9	0.0	2.8
しょうゆ	6.2	5.9	5.9	5.8	5.7	0.0	▲ 4.8	0.0	▲ 1.7	▲ 1.7

資料：農林水産省「食料需給表」。平成29年度は概算値。

平成30年の勤労者世帯の食品消費は対前年比2.0%でわずかに増加、エンゲル係数も上昇

勤労者世帯の平成30年の1カ月当たり実収入は、総務省「家計調査」によれば、55万9千円で対前年比4.7%とやや増加した。一方、消費支出は、平成26年から平成28年にかけて減少で推移していたが、平成29年に増加に転じ、平成30年は31万5千円で対前年比0.7%と前年並みとなった。うち、平成30年の食品消費は7万6千円で対前年比2.0%とわずかに増加した。

また、平成30年の実収入、消費支出、食品消費は、平成27年対比ではそれぞれ、6.3%、0.0%、2.4%となっている。特に実収入がかなりの程度増加している。

平成30年のエンゲル係数は24.1%で、対前年比0.3ポイント高くなっている。

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	
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
28年	526,973	309,591	74,770	234,821	24.2
29年	533,820	313,057	74,584	238,473	23.8
30年	558,718	315,314	76,090	239,224	24.1

資料:総務省「家計調査(2人以上世帯)」より作成

平成30年の1世帯当たり支出額は対前年比で飲料がやや増加、加工食品、調理食品及び外食がわずかに増加、生鮮品は前年並み

平成30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0.2%と前年並み、加工食品が1.4%、調理食品が2.9%といずれもわずかに増加、飲料が3.4%とやや増加、酒類が0.0%と前年並み、外食が2.9%とわずかな増加となっている。

これらの構成比は、生鮮品（穀類含む）が30.9%、加工食品が28.9%、調理食品が13.4%、飲料が6.0%、酒類が4.2%、外食が16.6%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、特に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

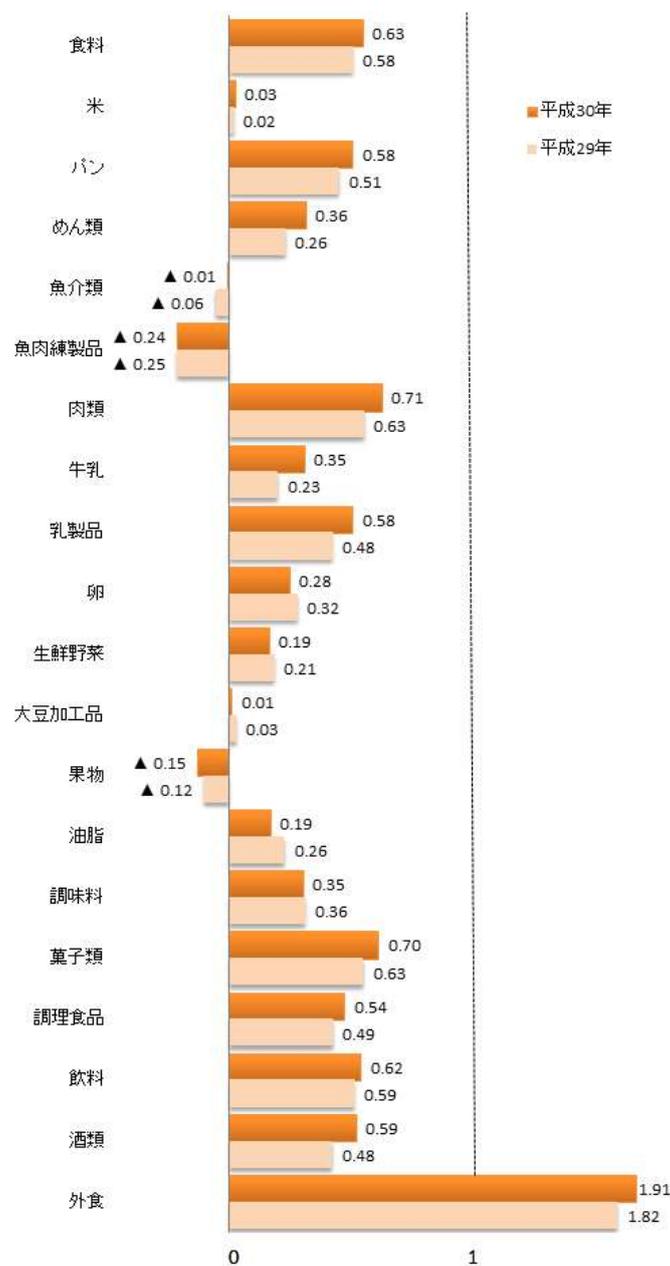
平成30年の食料品の支出弾力性が高いのは、外食、次いで肉類、菓子類、飲料、パン

平成30年の食料品の支出弾力性は、総務省「家計調査」によれば、0.63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に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1.91、次いで肉類が0.71、菓子類が0.70、飲料が0.62、酒類が0.59、パン及び乳製品が0.58、調理食品が0.54となっている。

一方、最も小さいのは魚肉練製品で▲0.24、次いで果物が▲0.15、魚介類が▲0.01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）」より作成

2 食品製造業の構造変化

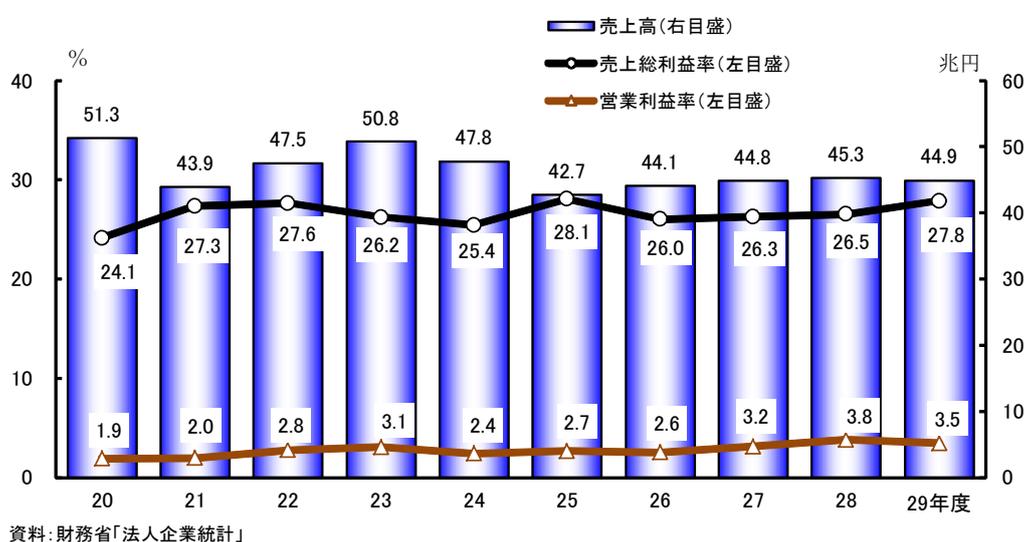
(1) 食品製造業の経営動向

平成29年度食品製造業における売上高は前年並み、売上総利益率は改善、営業利益率は悪化

平成 29 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 9 千億円で対前年度比▲ 0.9 %と前年並みとなり、平成 25 年度以降増加傾向で推移していたが、平成 28 年度から平成 29 年度に掛けては横這いとなった。

売上総利益率は 27.8 %で対前年度比 1.3 ポイント改善した。一方、売上高営業利益率は 3.5 %と対前年度比 0.3 ポイント悪化した。

図1-25 食品製造業の売上高、売上総利益率、営業利益率の推移



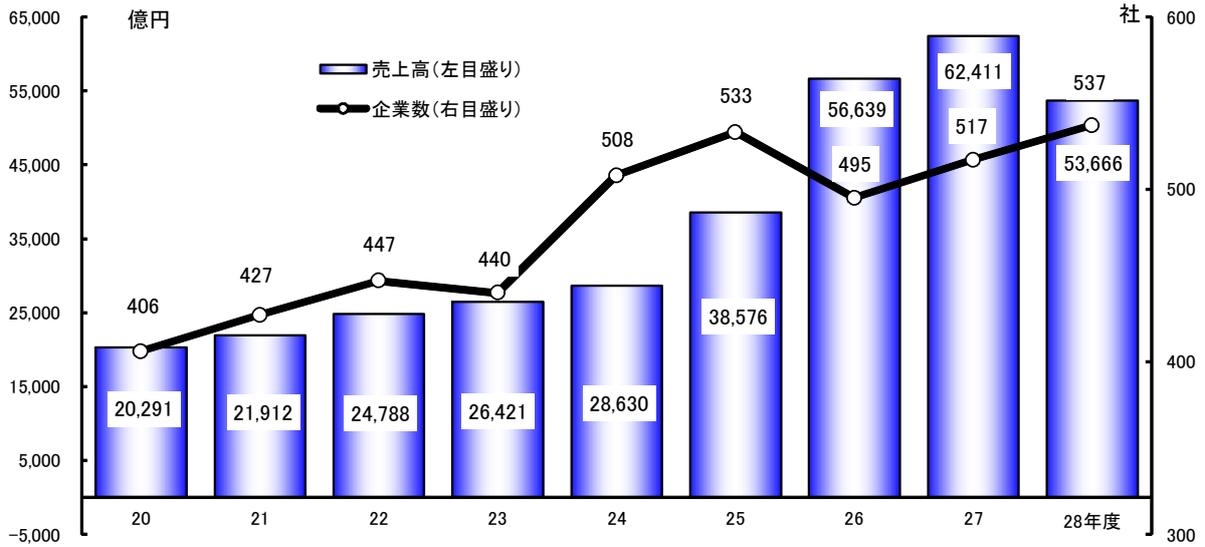
平成28年度海外現地法人における食品製造業の企業数は増加、売上高は減少

平成 28 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、537 社で対前年度比でやや増加している。一方、合計売上高は 5 兆 4 千億円で対前年度比▲ 14.0 %とかなり大きく減少している。

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たが、平成 28 年度は減少に転じている。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ものの、海外における企業数の増加が、必ずしも売上高の拡大に繋がらない側面も見受けられる。

国別の現地法人企業数は中国が 175 社で最も多く、次いで米国が 85 社、タイが 61 社、ベトナムが 29 社、インドネシアが 28 社、イギリスが 18 社、マレーシア及びシンガポールが 16 社、台湾が 14 社、韓国が 13 社、オーストラリアが 12 社等となっている。

図1-26 海外現地法人における食品製造業の企業数と売上高の推移



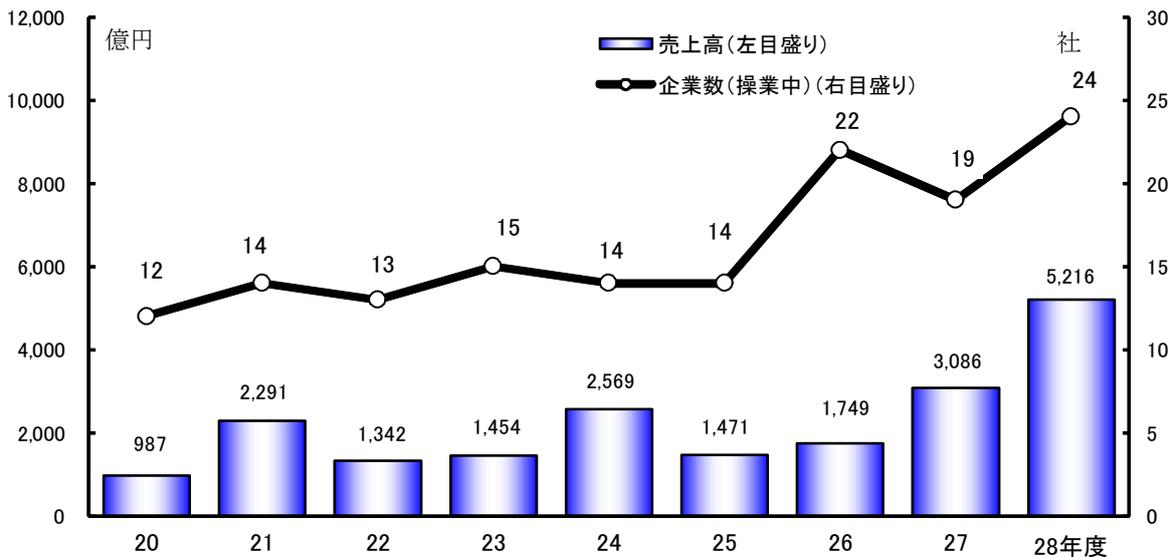
資料：経済産業省「海外事業活動基本調査」より作成

平成28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20年度以降、低迷していたが、平成28年度は5,216億円で対前年度比で大幅な増加となった。

母国籍別企業数（回収数）は、平成26年度は22社にまで増加したものの、平成27年度は19社と再び減少に転じた。しかしながら平成28年度は24社と近年で最も多くなった。母国籍別外資系企業数はアメリカ系が10社、アジア系が7社、ヨーロッパ系が6社、中南米系が1社となっている。

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

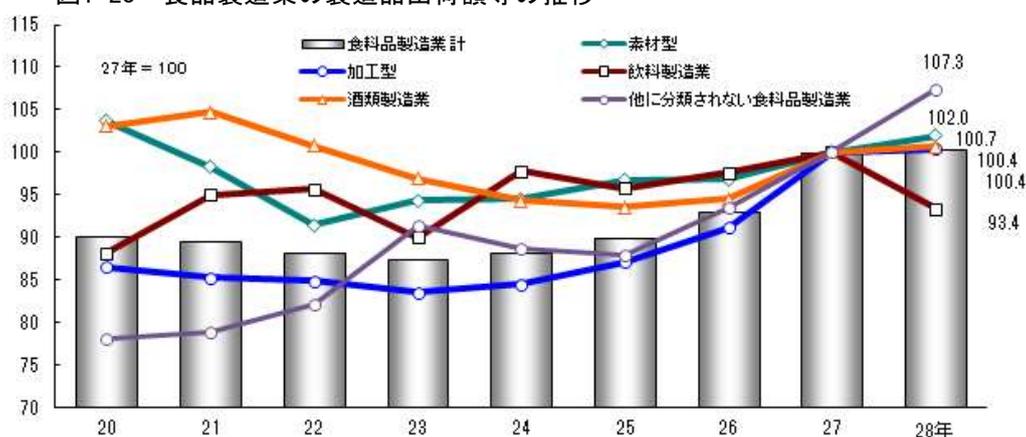
平成28年の製造品出荷額等は、34兆7千億円で対前年比0.4%と前年並み

平成28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29年確報 産業別統計表）」によれば、34兆7千億円で対前年比0.4%と前年並みとなった。原材料使用額等が対前年比▲0.6%と前年並みとなったことから、製造品出荷額等の増加には至っていない。

業種別にみると、調味料製造業、その他の食料品製造業及び他に分類されない製造業における製造品出荷額の対前年比が、かなりの程度の増加となっている。これらの業種では原材料使用額等が増加しており、原材料コストの上昇が製品価格に転嫁されている状況がうかがえる。

4区分業種類型別にみると、素材型は4兆8千億円で対前年比2.0%とわずかに増加、加工型は21兆4千億円で同0.4%で前年並み、飲料は2兆7千億円で同▲6.6%とかなりの程度減少、酒類は3兆5千億円で同0.7%と前年並みとなった。

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」、「経済センサス-活動調査」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		金額		金額		金額		対前年増減率		
	25年	構成比	26年	構成比	27年	構成比	28年	構成比	26年	27年	28年	対前年増減率	
												26年	27年
食料品製造業	31,011	100.0	32,087	100.0	34,513	100.0	34,668	100.0	3.5	7.6	0.4		
素材型	4,535	14.6	4,541	14.2	4,688	13.6	4,781	13.8	0.1	3.2	2.0		
調味料製造業	1,776	5.7	1,788	5.6	1,860	5.4	1,981	5.7	0.7	4.0	6.5		
糖類製造業	526	1.7	530	1.7	534	1.5	530	1.5	0.8	0.8	▲0.9		
精穀・製粉製造業	1,328	4.3	1,266	3.9	1,304	3.8	1,311	3.8	▲4.7	3.0	0.6		
動植物油脂製造業	905	2.9	957	3.0	989	2.9	959	2.8	5.8	3.4	▲3.1		
加工型	18,604	60.0	19,470	60.7	21,355	61.9	21,437	61.8	4.7	9.7	0.4		
畜産食料品製造業	5,488	17.7	5,774	18.0	6,678	19.3	6,535	18.9	5.2	15.7	▲2.1		
水産食料品製造業	3,023	9.7	3,098	9.7	3,502	10.1	3,399	9.8	2.5	13.0	▲2.9		
野菜・果実等製造業	744	2.4	761	2.4	789	2.3	767	2.2	2.2	3.8	▲2.9		
パン・菓子製造業	4,634	14.9	4,869	15.2	5,142	14.9	5,150	14.9	5.1	5.6	0.1		
その他の食料品製造業	4,714	15.2	4,969	15.5	5,244	15.2	5,586	16.1	5.4	5.5	6.5		
飲料	2,800	9.0	2,855	8.9	2,923	8.5	2,729	7.9	1.9	2.4	▲6.6		
清涼飲料製造業	2,262	7.3	2,312	7.2	2,326	6.7	2,148	6.2	2.2	0.6	▲7.7		
茶・コーヒー製造業	538	1.7	543	1.7	597	1.7	581	1.7	0.9	10.0	▲2.7		
酒類	3,262	10.5	3,296	10.3	3,487	10.1	3,512	10.1	1.0	5.8	0.7		
酒類製造業	3,262	10.5	3,296	10.3	3,487	10.1	3,512	10.1	1.0	5.8	0.7		
他に分類されない食料品製造業	1,810	5.8	1,925	6.0	2,059	6.0	2,209	6.4	6.4	6.9	7.3		

資料：経済産業省「工業統計」、「経済センサス-活動調査」より作成

表1-9 平成28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		28,562	1,213,472	196,336	346,676	120,433
素材型		2,406	85,058	31,407	47,810	14,053
調味料製造業		1,442	53,293	10,575	19,810	8,088
糖類製造業		125	6,455	3,416	5,297	1,541
精穀・製粉製造業		649	14,934	10,481	13,114	2,270
動植物油脂製造業		190	10,376	6,936	9,589	2,154
加工型		20,392	947,700	128,727	214,365	75,174
畜産食料品製造業		2,452	158,331	45,672	65,352	17,055
水産食料品製造業		5,324	142,620	23,591	33,991	9,199
野菜・果実缶等製造業		1,588	46,371	4,593	7,668	2,671
パン・菓子製造業		5,018	254,702	23,343	51,495	24,855
その他の食料品製造業		6,010	345,676	31,527	55,859	21,395
飲料		1,630	47,832	15,900	27,293	9,843
清涼飲料製造業		527	29,308	11,795	21,480	8,342
茶・コーヒー製造業		1,103	18,524	4,105	5,812	1,501
酒類		1,466	35,196	7,956	35,119	12,781
酒類製造業		1,466	35,196	7,956	35,119	12,781
他に分類されない食料品製造業		2,668	97,686	12,346	22,089	8,581
前年増減率		%	%	%	%	%
食料品製造業		▲ 10.4	1.7	▲ 0.6	0.4	2.6
素材型		▲ 9.0	6.4	2.7	2.0	▲ 0.1
調味料製造業		▲ 7.4	8.0	7.2	6.5	6.3
糖類製造業		▲ 10.1	5.0	▲ 3.6	▲ 0.9	2.3
精穀・製粉製造業		▲ 12.5	3.2	4.4	0.6	▲ 10.9
動植物油脂製造業		▲ 7.8	4.2	▲ 2.7	▲ 3.1	▲ 10.6
加工型		▲ 9.7	1.3	▲ 1.1	0.4	2.5
畜産食料品製造業		▲ 7.9	0.7	▲ 3.5	▲ 2.1	0.4
水産食料品製造業		▲ 10.1	▲ 2.7	▲ 0.0	▲ 2.9	▲ 9.6
野菜・果実缶等製造業		▲ 11.8	0.8	▲ 6.3	▲ 2.9	2.9
パン・菓子製造業		▲ 6.3	3.0	▲ 2.3	0.1	2.5
その他の食料品製造業		▲ 12.3	2.2	3.7	6.5	10.5
飲料		▲ 22.7	▲ 2.2	▲ 5.0	▲ 6.6	▲ 9.1
清涼飲料製造業		▲ 17.0	0.1	▲ 5.9	▲ 7.7	▲ 10.4
茶・コーヒー製造業		▲ 25.2	▲ 5.5	▲ 2.2	▲ 2.7	▲ 0.6
酒類		▲ 4.9	1.8	▲ 6.1	0.7	13.5
酒類製造業		▲ 4.9	1.8	▲ 6.1	0.7	13.5
他に分類されない食料品製造業		▲ 11.2	3.3	5.7	7.3	9.7

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28年の食品製造業の労働生産性は、対前年比0.4%と前年並み

平成28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、992万円で対前年比0.9%と前年並みとなった。これは平成28年の付加価値額が対前年比2.6%とわずかに増加したものの、従業者数の対前年比も1.7%とわずかに増加し、また原材料使用額等が同▲0.6%、製造品出荷額等も同0.4%といずれも前年並みに留まっ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1,652万円で対前年比▲6.1%とかなりの程度減少し、前年に比べて悪化している。

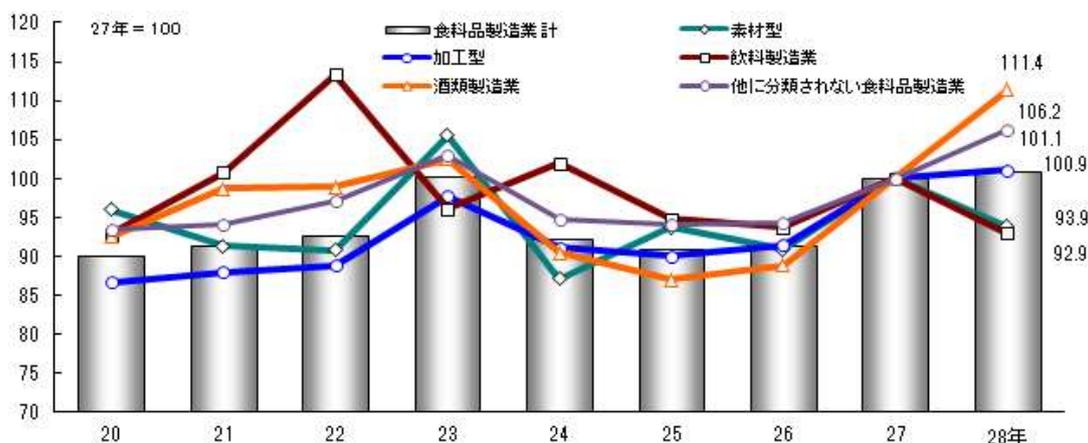
加工型は793万円で同1.1%とわずかに増加した。

飲料は2,058万円で同▲7.1%と前年に比べてかなりの程度減少した。

酒類は3,631万円で同11.4%と前年に比べかなり大きく増加した。

近年、食品製造業の労働生産性は総じて低迷しているといえる。この要因として、原材料調達コストや物流コストの増加があげられる。特に輸入食料品や国産農林水産物の不作・不漁など供給不安定な状況が続いている。一方、食品小売業や外食産業等の需要においては価格競争の激化から、販売単価や売上数量の低迷が課題となっている。

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」、「経済センサス-活動調査」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

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、%

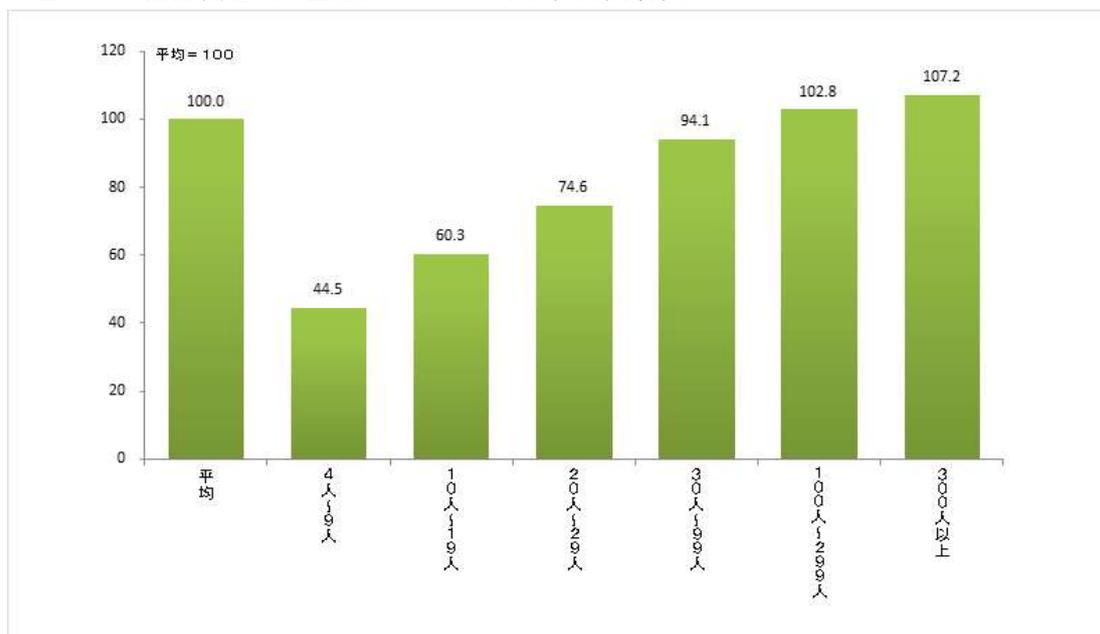
業種	区分・年次		金額					対前年増減率				
	24年	25年	26年	27年	28年	24年	25年	26年	27年	28年		
食料品製造業	907	894	899	983	992	▲ 8.0	▲ 1.4	0.6	9.4	0.9		
素材型	1,533	1,650	1,599	1,760	1,652	▲ 17.4	7.6	▲ 3.1	10.0	▲ 6.1		
調味料製造業	1,451	1,521	1,495	1,541	1,518	▲ 14.7	4.8	▲ 1.7	3.1	▲ 1.5		
糖類製造業	2,030	2,346	2,132	2,451	2,388	▲ 24.5	15.6	▲ 9.1	15.0	▲ 2.6		
精穀・製粉製造業	1,240	1,485	1,347	1,760	1,520	▲ 41.4	19.8	▲ 9.3	30.7	▲ 13.6		
動植物油脂製造業	2,116	2,083	2,117	2,418	2,076	22.8	▲ 1.5	1.6	14.2	▲ 14.1		
加工型	715	706	718	785	793	▲ 6.7	▲ 1.2	1.6	9.3	1.1		
畜産食料品製造業	958	943	959	1,080	1,077	▲ 9.6	▲ 1.6	1.7	12.5	▲ 0.2		
水産食料品製造業	603	602	622	694	645	▲ 10.4	▲ 0.2	3.4	11.6	▲ 7.1		
野菜・果実等製造業	557	560	544	564	576	▲ 10.4	0.6	▲ 2.9	3.6	2.1		
パン・菓子製造業	872	872	905	981	976	▲ 6.0	0.0	3.8	8.4	▲ 0.5		
その他の食料品製造業	556	538	533	572	619	▲ 2.3	▲ 3.3	▲ 1.0	7.5	8.1		
飲料	2,259	2,101	2,077	2,214	2,058	6.1	▲ 7.0	▲ 1.1	6.6	▲ 7.1		
清涼飲料製造業	3,221	2,966	2,906	3,181	2,846	6.6	▲ 7.9	▲ 2.0	9.5	▲ 10.5		
茶・コーヒー製造業	787	739	735	770	810	▲ 3.2	▲ 6.1	▲ 0.5	4.9	5.2		
酒類	2,951	2,837	2,898	3,259	3,631	▲ 11.7	▲ 3.9	2.2	12.5	11.4		
酒類製造業	2,951	2,837	2,898	3,259	3,631	▲ 11.7	▲ 3.9	2.2	12.5	11.4		
他に分類されない食料品製造業	783	778	780	827	878	▲ 8.1	▲ 0.7	0.3	6.0	6.2		

資料:経済産業省「工業統計」、「経済センサス-活動調査」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28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、従業員数の規模が大きくなるにつれて高くなっている。ただし、「100人～299人」と「300人以上」の規模間において、このような労働生産性の従業員規模による差異は、小さくなっている。

図1-30 食品製造業の生産性（平成28年、従業員規模別）



資料:経済産業省「工業統計」より作成

図1-31 食品製造業の生産性の推移



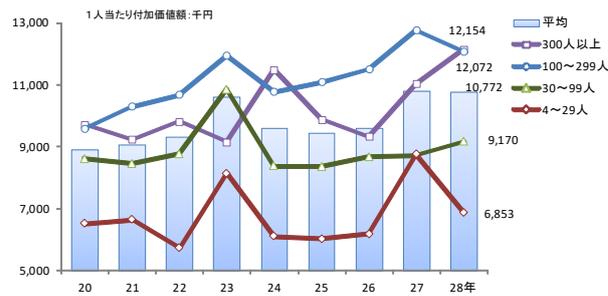
資料：経済産業省「工業統計」、「経済センサス-活動調査」より作成

食品製造業の業種別に見た労働生産性は、総じて、酒類、清涼飲料、糖類、動物油脂など設備投資型の製造業ほど高い

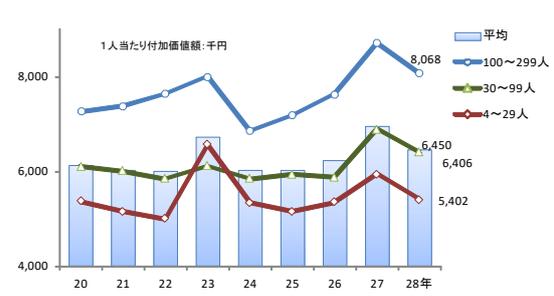
食品製造業の労働生産性は、業種別により差異がみられる。平成28年は、酒類製造業、清涼飲料製造業、糖類製造業、動植物油脂製造業、精穀・製粉製造業、調味料製造業、畜産食料品製造業等の順で高くなっている。設備投資型で工場の規模が比較的大きい製造業主体となっている業種が高い傾向にある。

図1-32 食品製造業の従業員規模別生産性の推移（業種別）

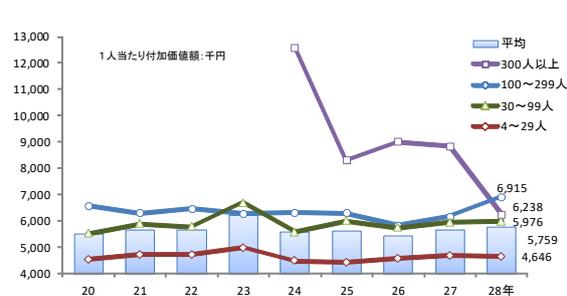
畜産食料品製造業



水産食料品製造業



野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業



調味料製造業

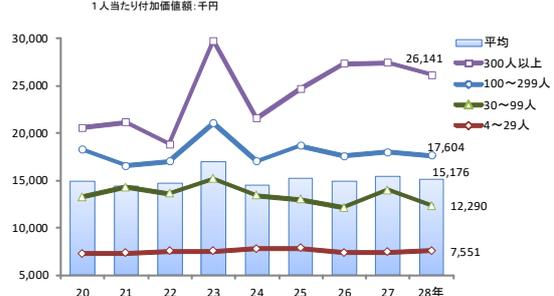
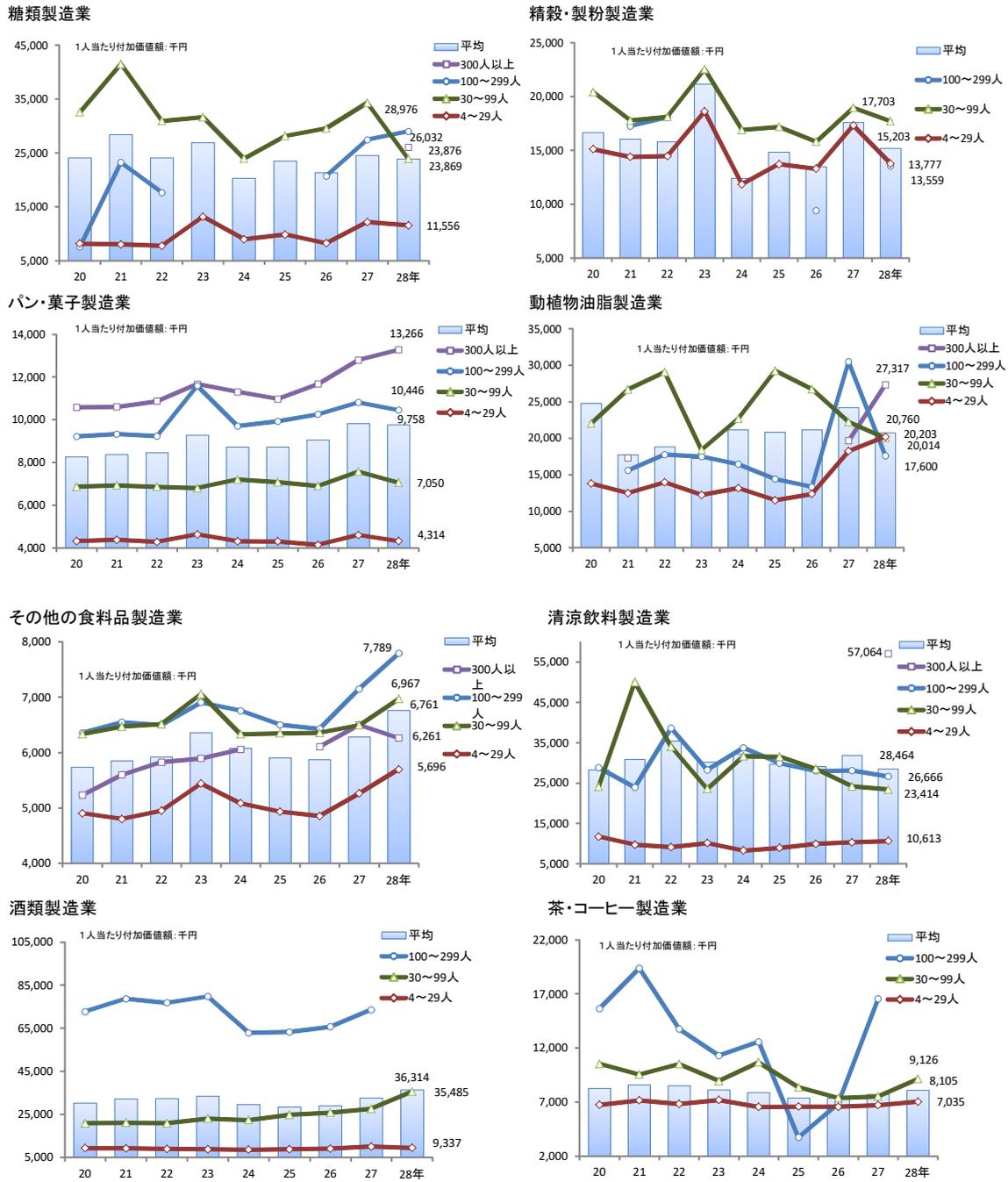


図1-33 つづき 食品製造業の従業員規模別生産性の推移（業種別）



資料：経済産業省「工業統計」、「経済センサス-活動調査」より作成