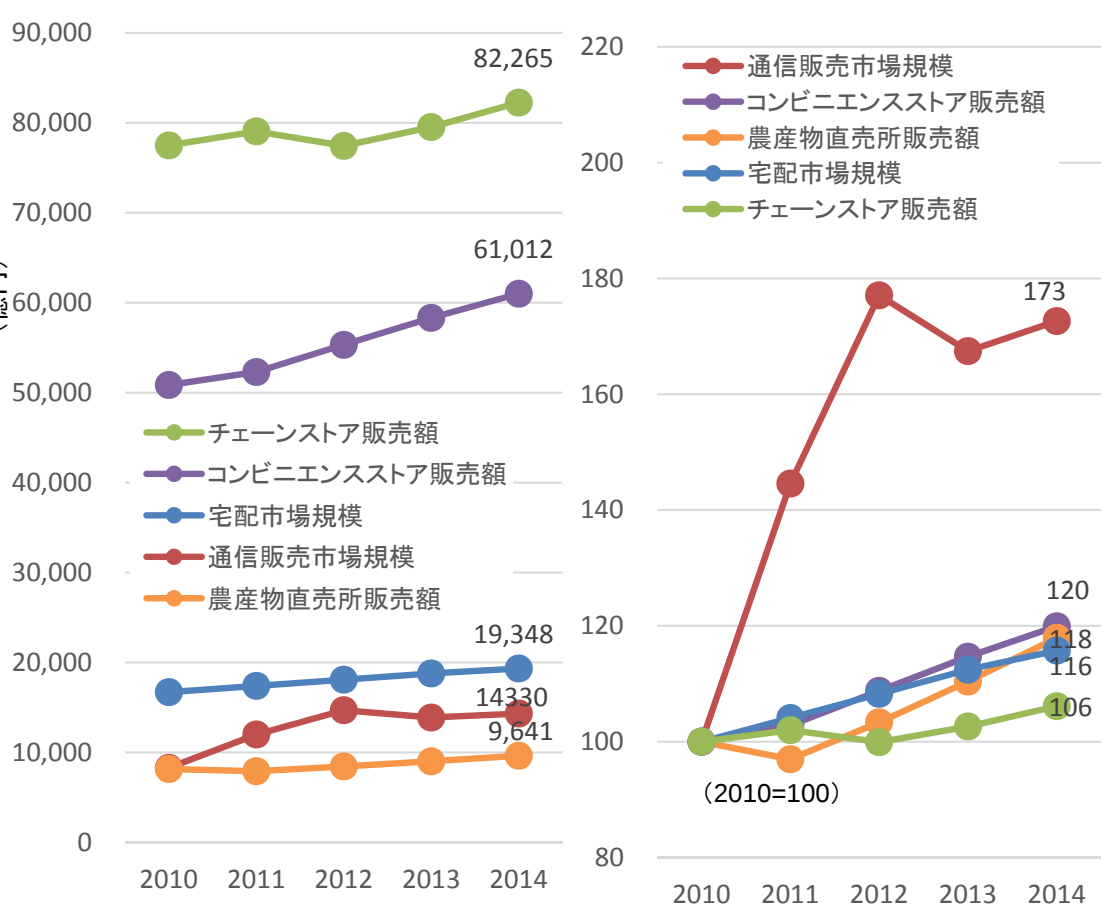


多様な小売業の販売や経営状況

- 食品小売は大手量販店が最大の地位を占めるが、近年、通販、宅配、直売、コンビニなどの多様な流通形態が伸長。また、大手量販店の利益率は低く、他方、コンビニの利益率は特に高い。通販、宅配などの流通業態の利益率も大手量販店に比し総じて高い。
- 大手量販店は、多数の企業による激しい価格競争の中で、仕入価格も低く抑えざるを得ない傾向があると推察。他方、コンビニは定価販売を行っているが、仕入価格がどの程度の水準であるかは不明。

食品の業態別販売額・市場規模の推移



(資料) 宅配：矢野経済研究所「食品宅配市場の展望と戦略」、チェーンストア：日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」、コンビニエンスストア：日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計」、通信販売：日本通信販売協会「通信販売企業実態調査報告書」、農産物直売所：農林水産省「6次産業化総合調査」※2014年度は推計値

各業態の主要な小売業者の売上高、営業利益率

		2013年度			2014年度		
		売上高※1 (百万円)	営業利益※2 (百万円)	営業利益率※3 (%)	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	営業利益率 (%)
通信販売	A社	15,909	740	4.7%	18,060	648	3.6%
	B社	5,629	439	7.8%	6,012	386	6.4%
コンビニ	C社	679,561 (3,781,267)	212,785	31.3%	736,343 (4,008,261)	223,356	30.3%
	D社	298,778 (1,758,656)	61,443	20.6%	316,340 (1,932,798)	60,966	19.3%
宅配	E社	65,969	617	0.9%	67,581	741	1.1%
	F社	42,843	3,406	7.9%	39,478	1,911	4.8%
大手量販店	G社	2,140,110	27,511	1.3%	2,117,100	2,500	0.1%
	H社	1,311,989	11,236	0.9%	1,285,942	1,859	0.1%

資料：ダイヤモンド・チェーンストア、各社決算書をもとに作成。
※1 B社、G社、H社は営業収益。E社は供給高。
※2 コンビニは、上段が営業総収入（ロイヤリティ含む）、下段の（ ）内は全店売上高。
※3 E社は事業剰余金。F社はセグメント利益。
※4 コンビニの営業利益率は、営業総収入（上段）に対する営業利益の割合

国内経済における食品製造業の位置付け

○ 食品製造業は、全産業に対して、常時従業者数で4.2%（製造業の11.5%）、売上高で2.9%（同6.9%）、付加価値額で3.1%（同6.5%）を占める。

■ 食品製造業と他産業との比較（常時従業者数、売上高、付加価値額）

	企業数 (社)		常時従業者数 (人)		売上高 (億円)		付加価値額 (億円)	
全産業	28,553	100%	14,315,315	100%	6,930,223	100%	1,232,683	100%
製造業	12,807	44.8%	5,256,923	37%	2,875,200	41%	595,914	48.3%
食品製造業	1,469	5.1% (11.5%)	606,989	4.2% (11.5%)	199,259	2.9% (6.9%)	38,579	3.1% (6.5%)

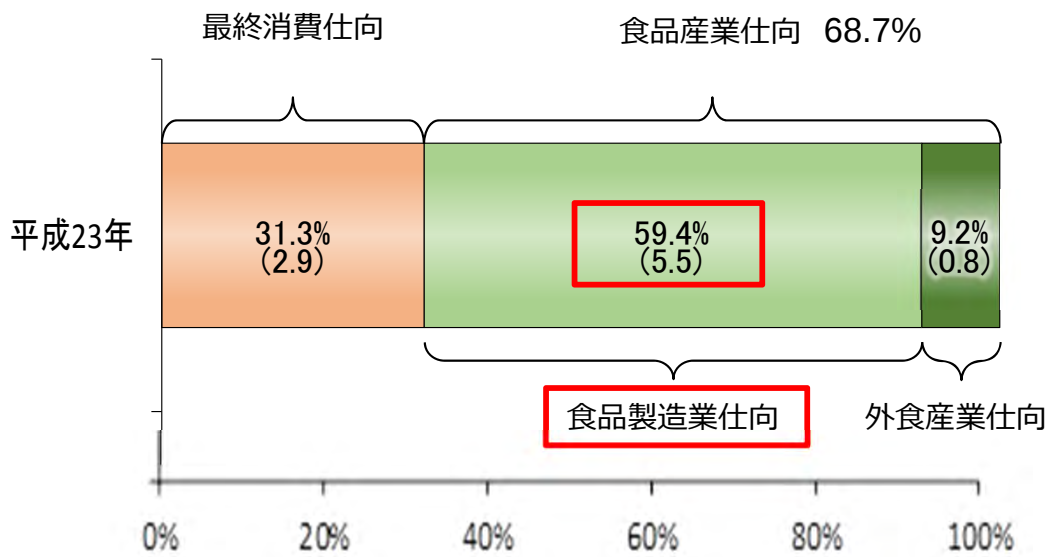
資料：経済産業省「企業活動基本調査」本調査では、従業員50人以上又は資本金額若しくは出資金額3,000万円以上の会社を調査対象としている。

- （参考）製造業のうち、工業分野の主要な業種について、全産業に対する割合は以下のとおり。
- ① 輸送用機械器具製造業
常時従業者数7.3%（製造業の20%）、売上高10.1%（同24.4%）、付加価値額11.5%（同23.8%）
 - ② 電気機械器具製造業
常時従業者数2.8%（同7.5%）、売上高2.6%（同6.2%）、付加価値額3.2%（同6.5%）

地域経済における食品製造業の位置付け

- 国産農林水産物の仕向先の約 6 割は、食品製造業。
- 地域経済において地場産業として大きなウエイト。特に、北海道、新潟、高知、佐賀、宮崎、鹿児島では製造品出荷額の第 1 位となるなど、地域経済の安定に重要な役割。

■ 国産農林水産物の用途別仕向割合 括弧内は仕向額（兆円）



■ 製造品出荷額の都道府県別順位(平成26年)(食料が1位の都道府県)

都道府県	金 額 (億円)	1 位		2 位		3 位	
		産業	構成比	産業	構成比	産業	構成比
全国	3, 051, 400	輸送	19. 7	化学	9. 2	食料	8. 5
北海道	66, 728	食料	29. 7	石油	24. 2	鉄鋼	8. 3
新潟	46, 426	食料	15. 7	化学	13. 0	金属	11. 3
高知	5, 260	食料	14. 6	紙パ	11. 1	窯業	11. 0
佐賀	17, 357	食料	18. 7	輸送	11. 6	化学	9. 8
宮崎	15, 276	食料	20. 8	電子	10. 6	飲料	10. 4
鹿児島	19, 128	食料	34. 4	飲料	20. 9	電子	13. 0

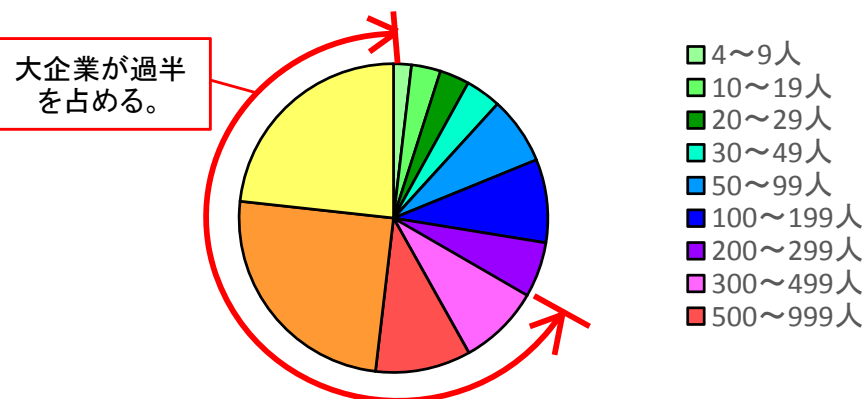
資料: 経済産業省「工業統計調査」
注: 従業員4人以上の事業所

食品製造業の構造

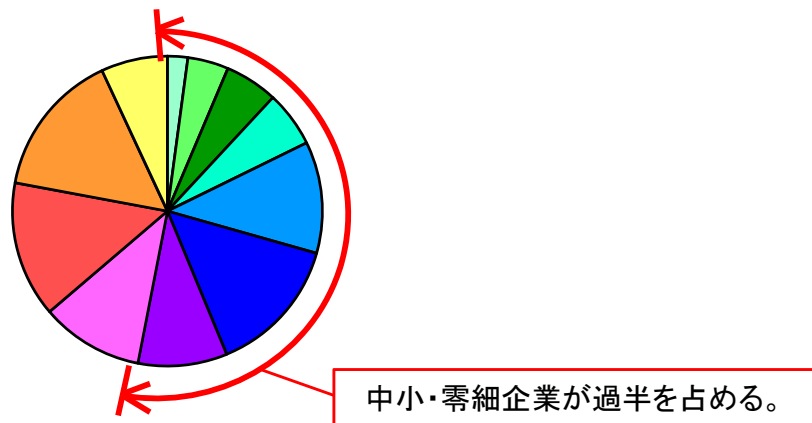
- 食品製造業は、中小企業及び零細企業が99%を占めている。
- 製造品出荷額について、食品製造業では、中小・零細企業が過半を占めている（製造業全体では、大企業が過半を占めている）。

■従業員規模別にみた製造品出荷額の構成割合(2013年)

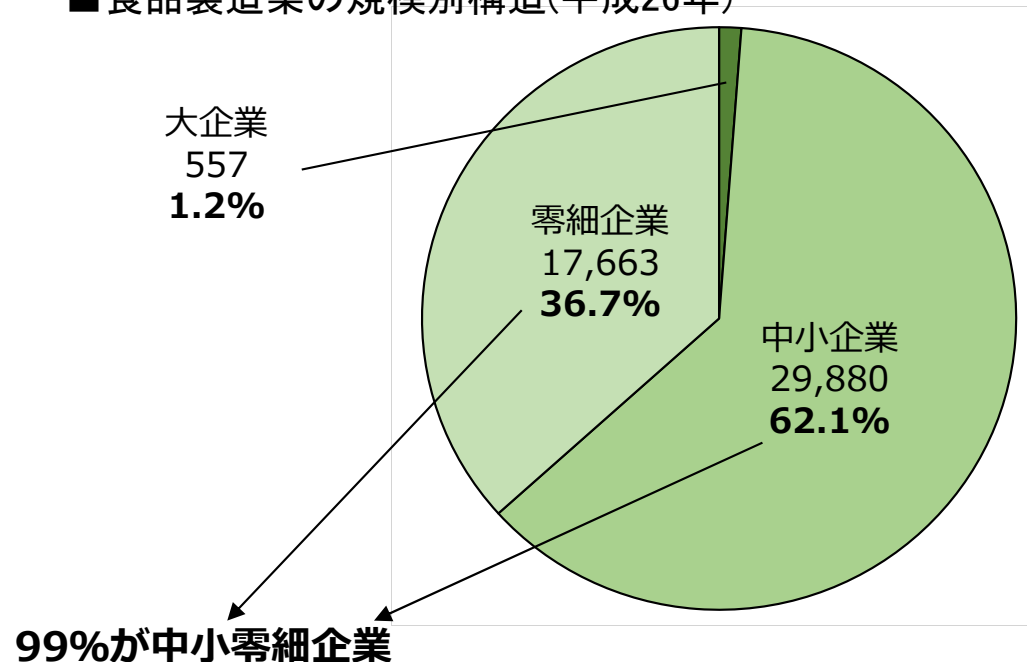
製造業全体(292.0兆円)



食料品製造業(24.9兆円)



■食品製造業の規模別構造(平成26年)



資料:経済産業省「工業統計調査」
※ 従業員4人以上の事業所

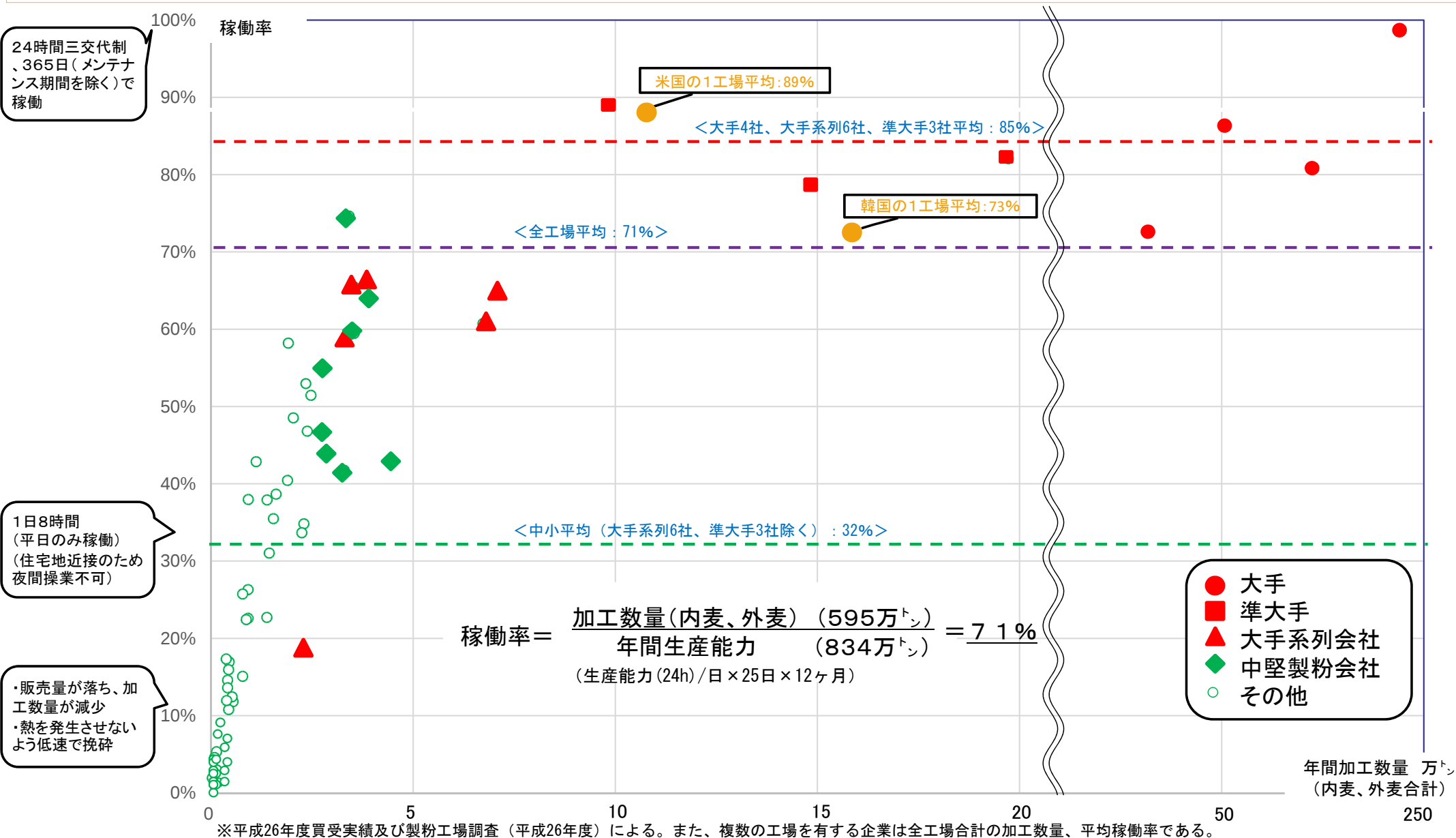
資料:経済産業省「工業統計調査」

注1: 食品製造業は、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業(たばこ製造業、飼料・有機質肥料製造業を除く。)の合計である。

注2: 零細企業:従業者数3人以下の事業所
中小企業:従業者数299人以下の事業所、
大企業:300人以上の事業所

製粉企業の現状(稼働率の状況)

- 我が国には製粉企業83社（104工場）が存在。大手製粉4社で生産シェアの約8割を占める。
- 大手製粉企業は、臨海部に集約した大型工場で24時間操業しており、稼働率は、米国、韓国に匹敵する水準。
- 一方、中小製粉企業は、加工数量が少ないほど稼働率が低くなる傾向にあり、生産性の低い工場が乱立している。



中小製粉企業と国内産麦の関係

- 小麦の主要産地に立地する中小製粉企業の中には、地場で生産される小麦を積極的に引き取り、産地と連携してブランド化し、特色ある製品を製造・販売するものも存在。

■大手・中小製粉別の国内産麦の買受状況(平成26年度)

■地域と中小製粉が結びついた商品開発の例

	買受数量 (千トン)	国内産麦買受数量 (千トン)	国内産麦比率
大手製粉	4,521	497	11%
中小製粉	1,431	298	21%
江別製粉(北海道)	29	15	53%
星野物産(群馬)	23	8	33%
吉原食糧(香川)	14	5	37%
東福製粉(福岡)	35	8	22%
合 計	5,953	795	13%

資料: 民間流通麦は「製粉精麦工場実績報告」、買受数量は輸入小麦と民間流通麦の合計。

九州

産地: 福岡県(生産量 58千トン、全国2位)
品種: ちくしW2号(ラー麦)

地元の製粉企業: 鳥越製粉、東福製粉、大陽製粉

特徴ある商品: 福岡県産小麦100%ラーメン



北海道

産地: 北海道(生産量 551千トン、全国1位)
品種: きたほなみ、ゆめちから、春よ恋

地元の製粉企業: 江別製粉

特徴ある商品: 北海道産小麦100%パスタ



関東

産地: 群馬県(生産量 21千トン、全国4位)
品種: さとのそら、つるぴかり

地元の製粉企業: 星野物産

特徴ある商品: 上州地粉手振りうどん



四国

産地: 香川県(生産量 5千トン、全国16位)
品種: さぬきの夢2009

地元の製粉企業: 吉原食糧等

特徴ある商品: 香川県産小麦使用さぬきうどん



製粉業界の体質強化による効果

- 中小製粉企業がその経営基盤を強化していくためには、①製造コストの引下げ、②より付加価値の高い製品の製造・販売のいずれかに取り組む必要。
- 製粉業界の体質強化を図っていくことにより、製粉業界、消費者、生産者それぞれにメリットが生じることとなる。

現 状

- 中小製粉は、国内産麦の引取に一定の役割を果たしているものの、低稼働率、工場の内陸立地などにより高コスト体質。
- 国家貿易制度の下、原料調達コスト面での競争が働きにくく、中小製粉が多数存在。

課 題

- 中小製粉は、経営基盤が弱く、将来的な事業の継続が危ぶまれる状況。
- 国内の小麦粉価格は、海外に比べ割高。

体質強化による効果

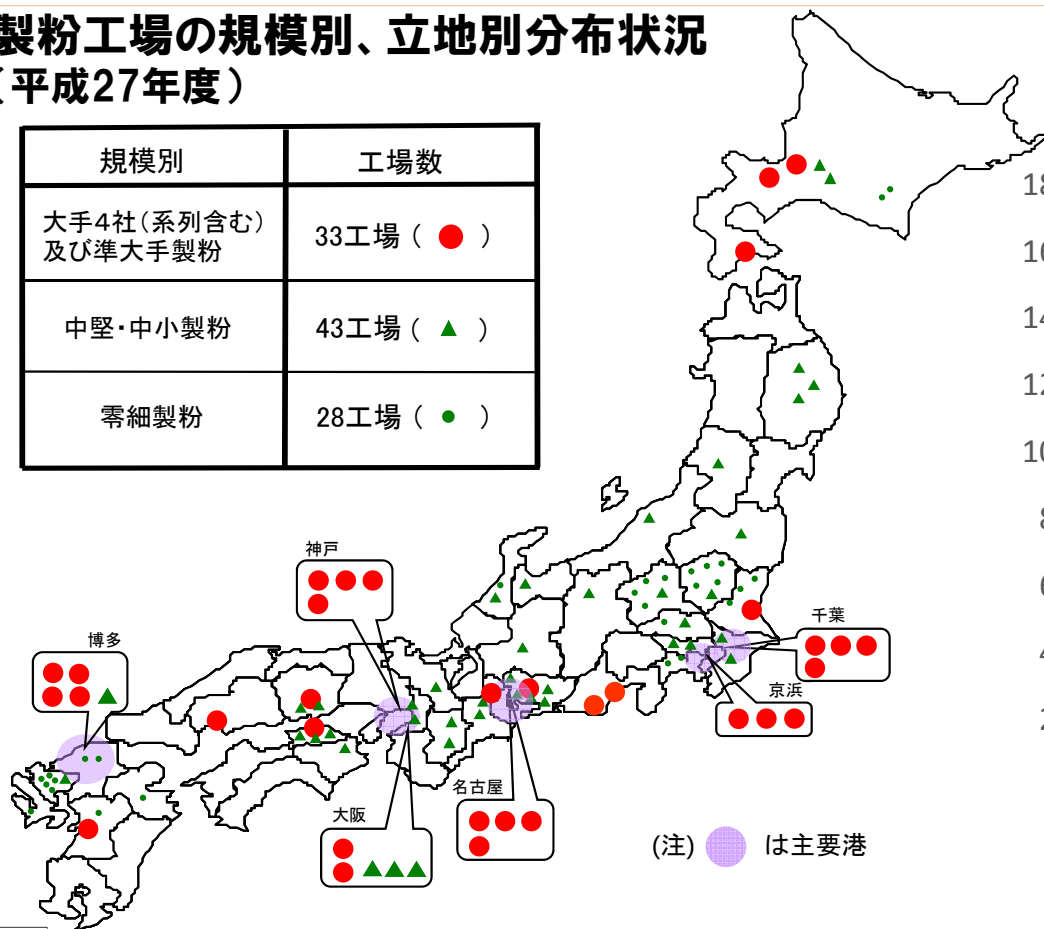
- 製粉業界: 企業の稼働率が向上、経営基盤が強化。
- 消費者: より低価格で多様な小麦関連製品の提供が可能に。
- 生産者: 多様な販路の確保（有力な中小製粉と大手製粉との競争が生産者に有利な販売環境を形成）、特色ある商品の製造・販売を通じた国内産麦の高値取引というメリット。

製粉業界の今後の方向

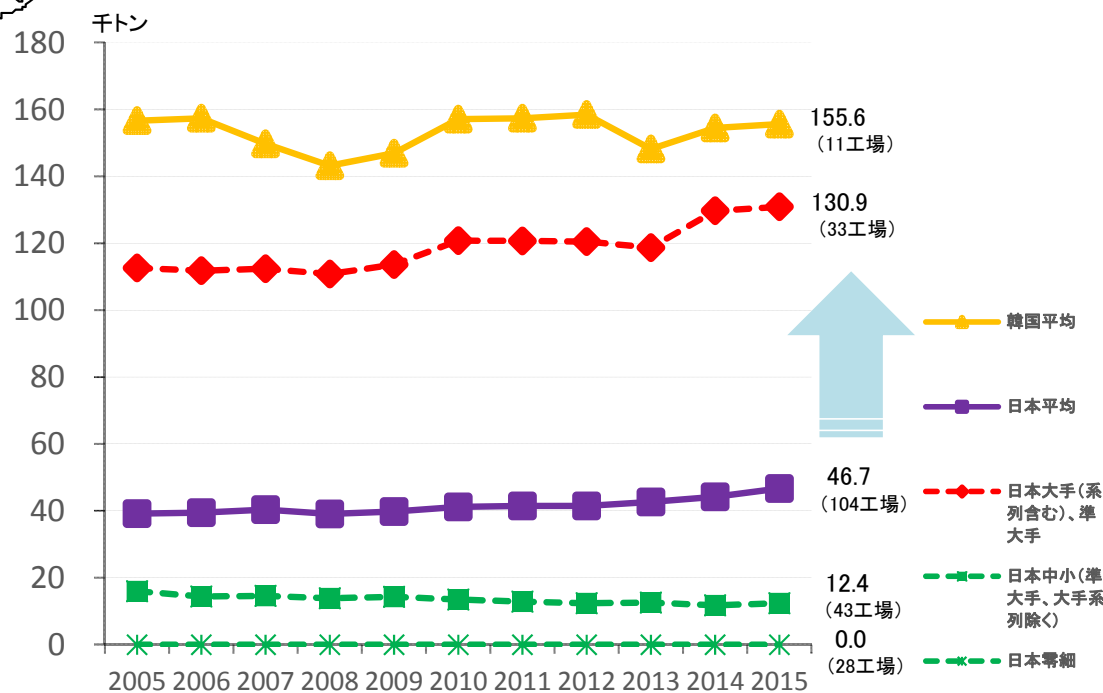
- 今後の人口減少に伴い、食料消費総量が2050年には現在の2～4割程度減少することも見込まれ、業界全体としては設備過剰状態となっていくことになる。
- 「大消費地近くの臨海工場」+「内麦を引き取り特色ある商品を作っていく地域の中核となる製粉工場」という工場立地を実現し、生産性向上を図っていく必要。
- 国は、国際競争に対応できる生産性の確保を目指した業界再編・設備投資等を推進することとし、政府系金融機関の融資、農林漁業成長産業化支援機構の出資等による支援を実施。
- なお、小麦の国内生産がほとんどない韓国は、大規模臨海工場11工場、輸入港は3港に集約化されているところ。これを単純に我が国に当てはめることは困難だが、1つの方向性として参考となる。

■製粉工場の規模別、立地別分布状況 (平成27年度)

規模別	工場数
大手4社(系列含む) 及び準大手製粉	33工場 (●)
中堅・中小製粉	43工場 (▲)
零細製粉	28工場 (●)



■1工場当たりの小麦粉生産量の推移 (日本と韓国の比較)



出典:農林水産省「麦の需給に関する見通し」
韓国製粉工業協会 (Korea Flour Mills Industrial Association)

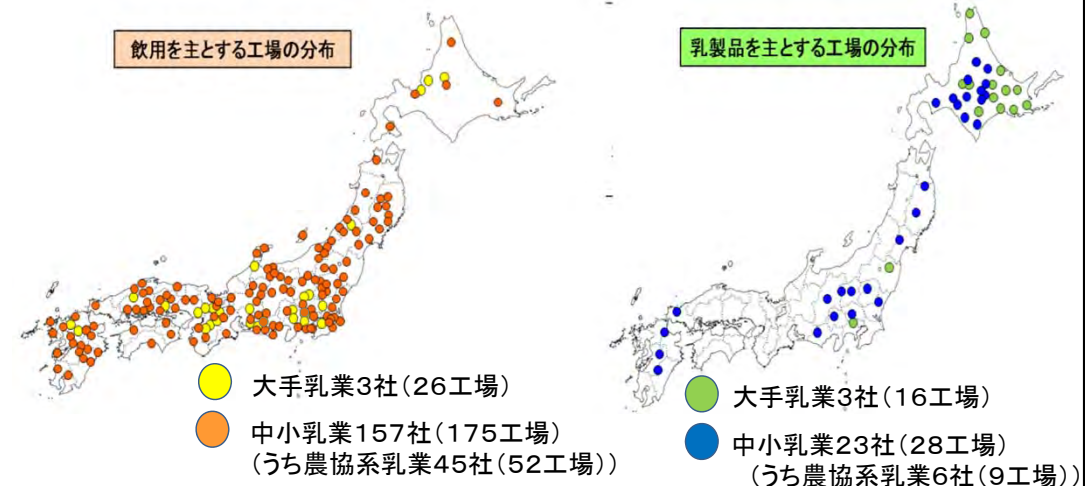
乳業の現状(工場数)

- 都府県では、大消費地に近い立地条件を活かし、飲用向けの主たる供給地として、中小乳業の飲用工場が多く分布。

北海道では、生乳生産コストが低い一方、大消費地から遠いため、保存が利く乳製品(脱脂粉乳、バター等)の主たる供給地として、大手乳業の乳製品工場が多く分布。

- 飲用牛乳工場数は減少傾向で推移し、H26年には203工場、乳製品工場数は横ばいで推移し、H26年には44工場。

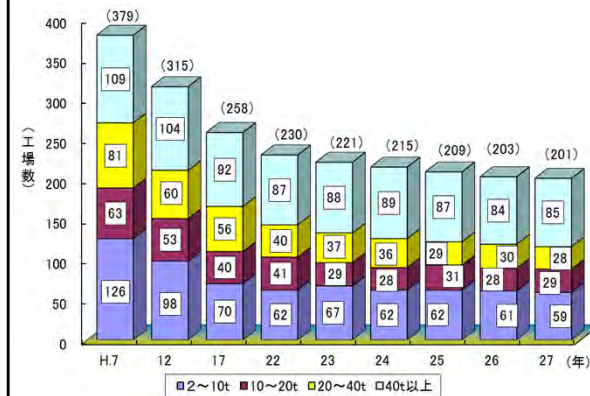
- 国内の乳業工場の分布



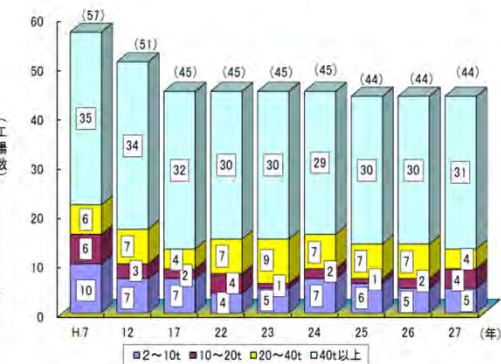
注1) 1日当たり生乳処理量が2トン以上の工場を計上。

2) 大手乳業3社は、(株)明治、森永乳業(株)、雪印メグミルク(株)。

- 飲用牛乳工場数(生乳処理規模別)



- 乳製品工場数(生乳処理規模別)



乳業の現状(収益性)

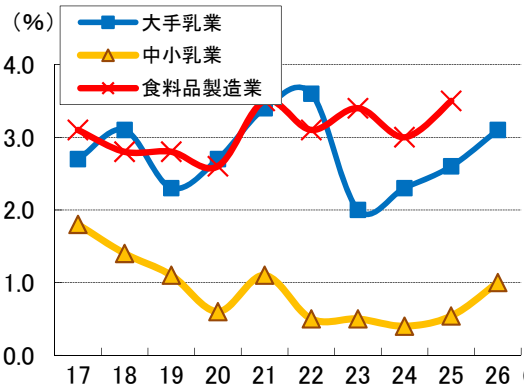
○ 大手乳業の収益性は、食品製造業のほぼ平均並み。中小乳業の収益性は、食品製造業の平均を大きく下回っており、約3割が赤字経営。

○ 中小乳業の収益性の低さの原因は、① 稼働率が低いこと、② 販売単価が低いことが挙げられる。

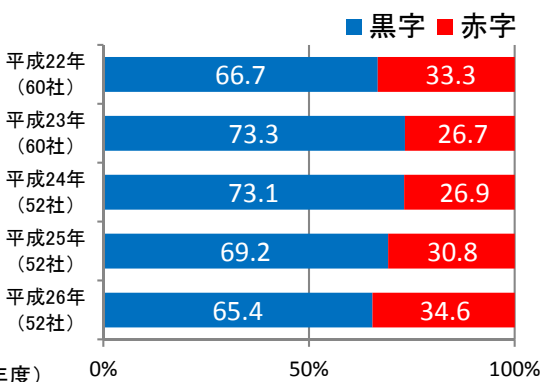
①稼働率：
生乳生産量の減少等により、飲用工場、乳製品工場ともに低下傾向で推移。
大手乳業工場では、従業員の多さを活かした交代制や、発酵乳等の多様な商品の製造等により、中小乳業よりも稼働率が高い傾向。

②販売単価：
中小乳業の一部では、低温殺菌牛乳の製造など高付加価値化の取組も見られるものの、一般的に商品開発力が弱い
ため、低価格販売で売上高の確保を図らざるを得ないケースが多い。

○売上高経常利益率



○中小乳業の損益動向



○工場の1日当たり平均生乳処理量及び平均稼働率

	平成20年度				平成26年度			
	飲用工場		乳製品工場		飲用工場		乳製品工場	
	1日当たり平均 生乳処理量(t)	稼働率(%)	1日当たり平均 生乳処理量(t)	稼働率(%)	1日当たり平均 生乳処理量(t)	稼働率(%)	1日当たり平均 生乳処理量(t)	稼働率(%)
大手乳業3社	121	67.3	414	81.0	123	60.3	406	72.0
中小乳業	51	56.7	216	66.9	49	52.8	214	69.8
うち農協系乳業	64	54.2	367	70.2	56	51.7	366	63.1
(参考)生乳生産量	7,945千トン				7,331千トン			

注1) 1日当たり平均生乳処理量＝1か月の生乳処理量/25日で計算。
注2) 稼働率＝1か月の生乳処理量/生乳処理能力(1日6h×25日稼働)で計算。
資料：農林水産省調べ

○牛乳の平均小売販売単価(平成28年5月) (単位: 税抜、円/リットル)

