

# 1 食品製造業の経営指標

## (1) 経営指標の概要

(参考) 経営優良企業における経営指標

## (2) 収益性

## (3) 安全性

## (4) 生産性

## (1) 経営指標の概要

**2011年度の食品製造業の経営は、前年度に比べて、原材料費の上昇やコスト上昇が影響し、安収益性、生産性がわずかに悪化**

2011年度における収益性についてみると、売上高総利益率は、2010年度の26.2%から25.3%まで低下している。また、売上高営業利益率も2.6%と前年度よりわずかに悪化している。原材料費の上昇や販売促進費、荷造運賃費などのコスト上昇が影響している。

次に2011年度の安全性についてみると、流動比率、当座比率、固定比率、固定長期適合率については前年度に比べてわずかに改善している（表1-1）。

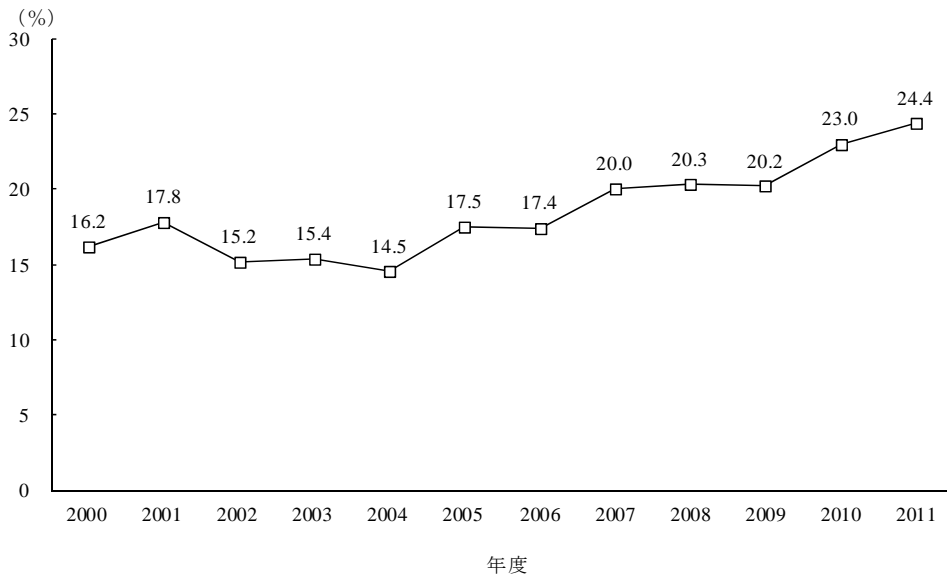
2000年度からの経営指標の推移をみると、2000年度から2006年度にかけては、いずれの指標も総じて改善から横ばい傾向にあったが、2007年度以降は安全性、収益性、効率性、生産性は総じてわずかに減少傾向で推移している。これは2007年頃から顕著となった原油価格や穀物・農産物価格の高騰、また、2008年後半の経済危機などが要因と考えられる。2009年度以降は、再び改善傾向となっている。

欠損企業数についてみると、2010年度の467社から2011年度は498社に増加しており、欠損企業数は2010年度の23.0%から2011年度は24.4%に増加している（図1-1）。

表1-1 食品製造業における経営指標の推移

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>企業数(社)</b>	2,103	2,128	2,094	2,106	2,023	1,984	1,994	1,805	1,826	1,953	2,032	2,045
<b>収益性</b>												
売上高総利益率(%)	29.0	28.6	28.3	28.6	28.5	28.5	28.5	27.1	26.0	25.9	26.2	25.3
売上高営業利益率(%)	3.3	2.8	3.0	3.1	3.4	3.2	3.2	2.7	2.7	3.1	3.2	2.6
売上高経常利益率(%)	3.2	2.9	3.0	3.3	3.7	3.6	3.7	3.0	2.9	3.4	3.5	3.1
総資本営業利益率(%)	3.9	3.3	3.6	3.8	4.1	3.8	3.7	3.4	3.4	4.0	4.2	3.5
<b>効率性</b>												
総資産回転率(回)	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3
固定資産回転率(回)	2.1	2.0	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0	2.2	2.3	2.3	2.3	2.5
棚卸資産回転率(回)	9.1	9.2	9.7	9.7	9.7	9.6	9.6	9.1	9.0	9.6	9.7	9.3
<b>安全性</b>												
流動比率(%)	123.1	116.9	119.2	125.3	127.2	130.1	125.8	127.2	126.5	126.9	132.4	135.6
当座比率(%)	84.4	77.2	77.4	82.4	82.5	85.3	83.0	81.3	79.4	83.4	87.6	90.1
固定比率(%)	133.8	139.7	137.5	129.7	124.9	122.8	122.1	120.9	123.7	122.5	118.2	112.9
固定長期適合率(%)	86.9	90.6	89.8	87.2	86.3	86.0	87.5	86.0	86.0	86.1	83.8	81.3
自己資本比率(%)	41.5	41.7	42.6	44.8	45.9	47.8	48.3	47.0	45.6	46.4	47.3	47.3
<b>生産性</b>												
一人当たり売上高(千円)	70,404	71,715	73,788	74,702	76,493	77,054	77,555	77,001	73,286	74,896	73,784	71,703
一人当たり営業利益(千円)	2,353	2,025	2,201	2,349	2,633	2,474	2,482	2,097	1,960	2,357	2,396	1,897
一人当たり売上高総利益(千円)	20,409	20,530	20,893	21,347	21,835	21,986	22,132	20,888	19,086	19,435	19,313	18,108
<b>欠損企業</b>												
欠損企業数(社)	341	379	319	324	293	347	347	361	371	394	467	498
欠損企業数割合(%)	16.2	17.8	15.2	15.4	14.5	17.5	17.4	20.0	20.3	20.2	23.0	24.4

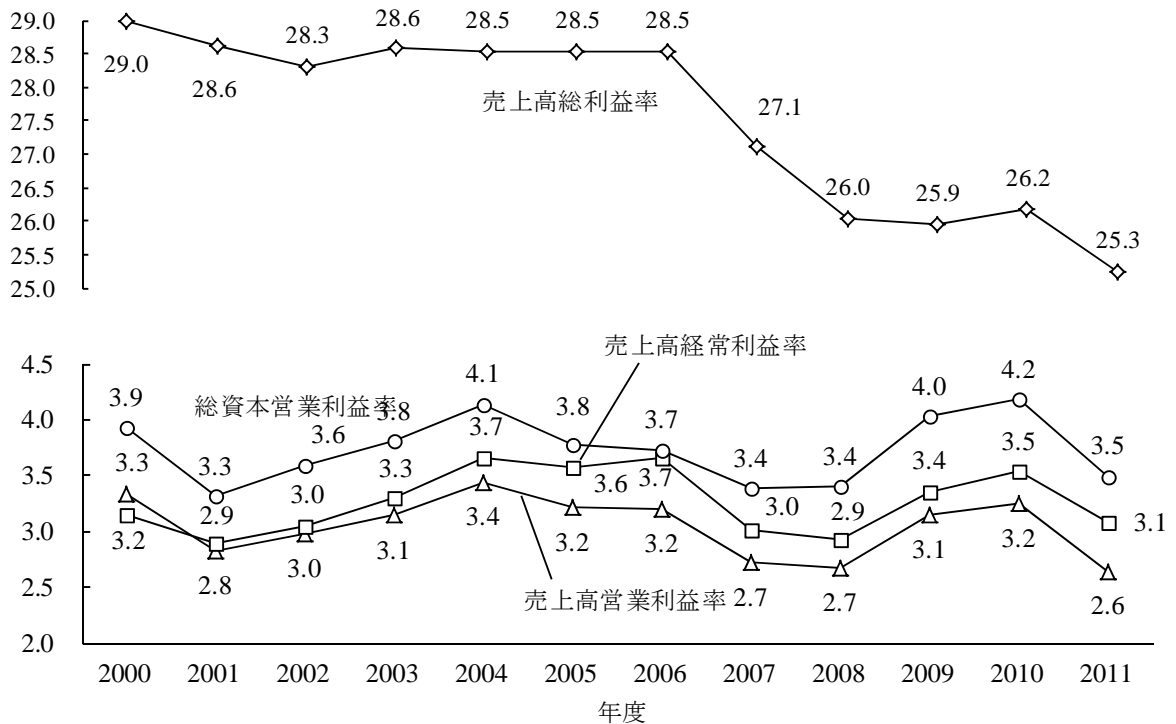
図1-1 食品製造業における欠損企業数割合の推移



ア 収益性

2011年度の売上高総利益率は25.3%で、対前年度比0.9ポイント低下し、わずかに悪化している。2010年度は製造コスト削減や生産性向上等により改善がみられたが、2011年度は製造コスト上昇や生産性の落ち込み等により、収益性がわずかに悪化している。

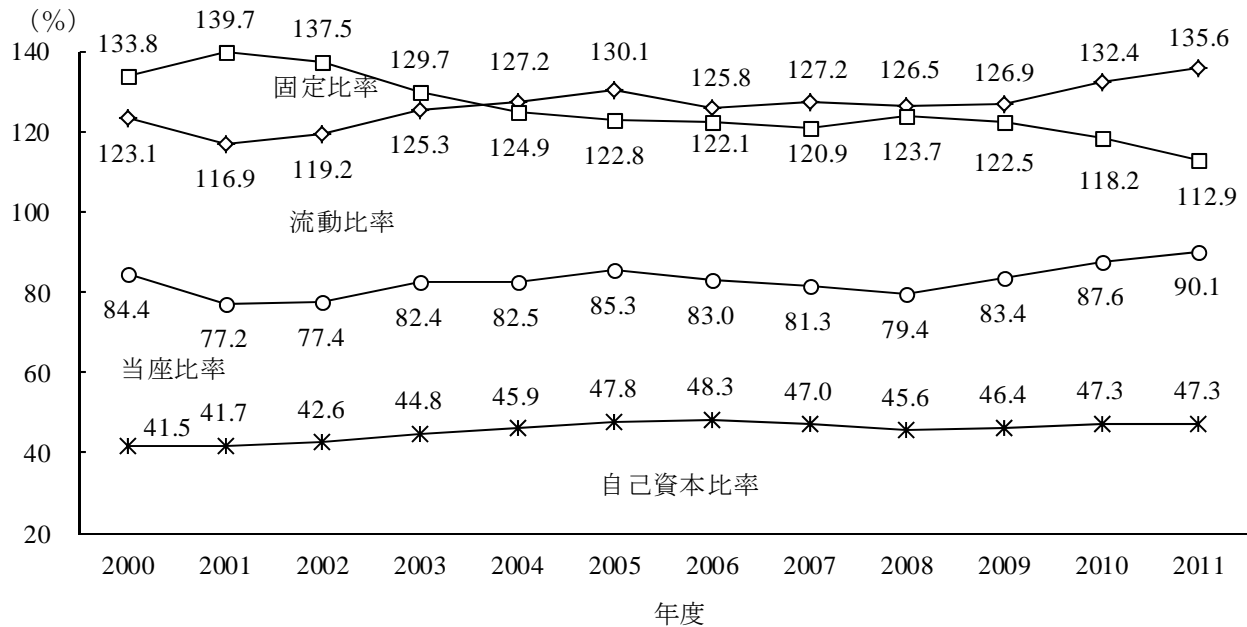
図1-2 食品製造業における経営指標「収益性」の推移



## イ 安全性

2011年度の安全性の指標である流動比率、当座比率、固定比率は、対前年度比で改善している。自己資本比率は対前年度比で同水準となっている。

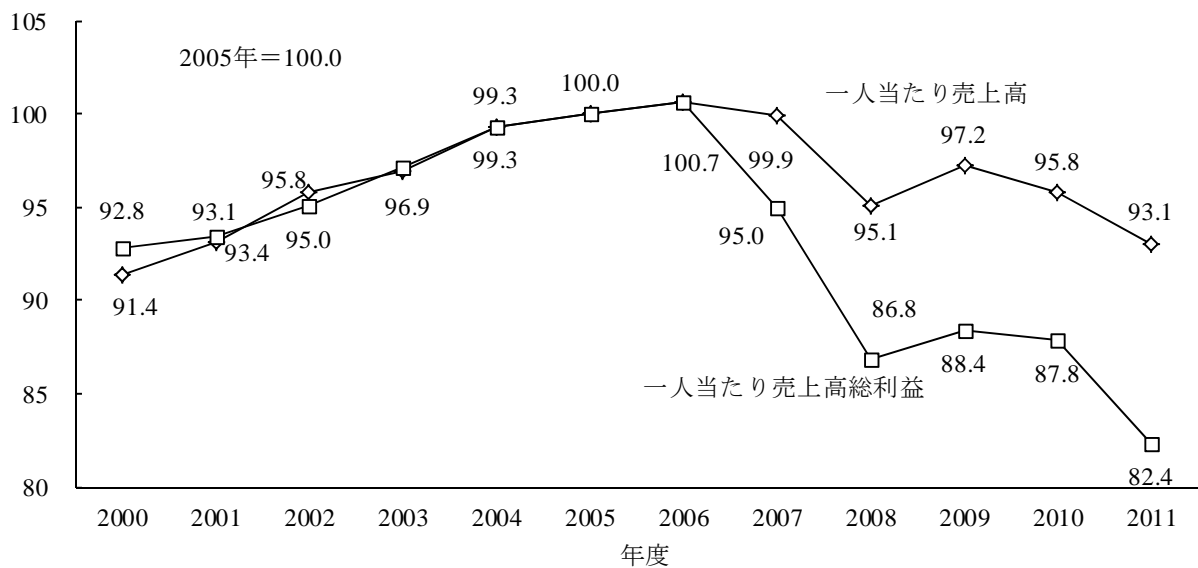
図1-3 食品製造業における経営指標「安全性」の推移



## ウ 生産性

2011年度の一人当たり売上高及び一人当たり売上高総利益は、対前年度比で減少している。2009年度以降減少傾向で推移している。

図1-4 食品製造業における経営指標「生産性」の推移



## エ 業種別にみた経営指標の概要

2011年度の各指標の上位5業種と下位5業種について業種別に示したものが表1-2である。

収益性についてみると、売上高総利益率では、その他のパン・菓子製造業、米菓製造業、清酒製造業、生菓子製造業、蒸留酒・混成酒製造業が上位に位置づけられている。売上高経常利益率についてみると、ビール製造業、蒸留酒・混成酒製造業、米菓製造業、果実酒製造業、ソース製造業などが上位になっている。総資本営業利益率についてみると、多角経営、そう菜製造業、ソース製造業、ビール製造業、その他の畜産食料品製造業などが上位になっている。

安全性の指標である自己資本比率についてみると、ビール製造業、蒸留酒・混成酒製造業、コーヒー製造業、糖類製造業、ソース製造業が上位となっている。

生産性の指標である一人当たり売上高総利益についてみると、ビール製造業、清酒製造業、蒸留酒・混成酒製造業、その他のパン・菓子製造業、清涼飲料製造業が上位となっている。

表1-2 業種別にみた食品製造業の経営指標（2011年度）

		上位業種（ベスト5）			下位業種（ワースト5）		
収益性	売上高総利益率	1	その他のパン・菓子製造業	43.4	1	冷凍水産物製造業	11.7
		2	米菓製造業	42.0	2	その他の精穀・製粉製造業	12.0
		3	清酒製造業	40.0	3	肉製品製造業	12.9
		4	生菓子製造業	37.9	4	その他の水産食料品製造業	18.1
		5	蒸留酒・混成酒製造業	37.8	5	動植物油脂製造業	19.0
	売上高経常利益率	1	ビール製造業	12.5	1	コーヒー製造業	1.0
		2	蒸留酒・混成酒製造業	6.4	2	肉製品製造業	1.2
		3	米菓製造業	5.4	3	その他の精穀・製粉製造業	1.3
		4	果実酒製造業	5.3	4	冷凍水産物製造業	1.3
		5	ソース製造業	5.1	5	水産加工品製造業	1.5
	総資本営業利益率	1	多角経営	6.2	1	コーヒー製造業	0.9
		2	そう菜製造業	5.9	2	肉製品製造業	1.4
		3	ソース製造業	5.4	3	水産加工品製造業	1.9
		4	ビール製造業	5.2	4	清酒製造業	2.0
		5	その他の畜産食料品製造業	5.1	5	冷凍調理食品製造業	2.1
安全性	流動比率	1	海藻加工品製造業	218.4	1	パン製造業	83.8
		2	コーヒー製造業	196.7	2	水産加工品製造業	96.2
		3	糖類製造業	188.6	3	果実酒製造業	96.9
		4	清酒製造業	187.9	4	乳製品製造業	100.0
		5	蒸留酒・混成酒製造業	183.2	5	冷凍調理食品製造業	104.1
	自己資本比率	1	ビール製造業	84.4	1	味そ製造業	18.5
		2	蒸留酒・混成酒製造業	72.1	2	冷凍水産物製造業	24.3
		3	コーヒー製造業	66.4	3	冷凍調理食品製造業	29.0
		4	糖類製造業	62.2	4	水産加工品製造業	29.6
		5	ソース製造業	61.8	5	その他の水産食料品製造業	30.4
生産性	一人当たり付加価値	1	ビール製造業	70,723	1	野菜・果実缶詰製造業	8,324
		2	清酒製造業	64,247	2	味そ製造業	8,639
		3	蒸留酒・混成酒製造業	42,905	3	冷凍水産物製造業	8,892
		4	その他のパン・菓子製造業	30,711	4	豆腐・油揚げ製造業	9,125
		5	清涼飲料製造業	27,275	5	その他の畜産食料品製造業	9,290

注) 経営指標の単位: 売上高総利益率・売上高経常利益率・総資本営業利益率・流動比率・自己資本比率については%、一人当たり付加価値については千円。

## (参考) 経営優良企業における経営指標

**中小企業優良モデルは収益性、効率性及び安全性が比較的良好。大企業優良モデルは生産性が特に良好**

2011年度における経営優良企業の経営指標をみると、総じて収益性、効率性及び安全性の3つの指標ともに中小企業優良モデルが大企業優良モデルの値を上回っている。ただし、生産性については大企業優良モデルが上回っている。

中小企業優良モデルは、売上高総利益率が21.5%と食品製造業平均よりも低いが、売上高営業利益率は3.4%と食品製造業平均よりも高くなっている。また、売上高経常利益率についても4.1%と食品製造業平均よりも高い。中小企業優良モデルでは販売費及び一般管理費が食品製造業平均よりも低く、これが営業利益及び経常利益に寄与していることが特徴である。

表1-3 食品製造業における大企業および中小優良企業の経営指標(2011年度)

年度	平均	大企業 優良モデル	中小企業 優良モデル
<b>企業数(社)</b>	2,045	81	332
<b>収益性</b>			
売上高総利益率(%)	25.3	27.7	21.5
売上高営業利益率(%)	2.6	2.6	3.4
売上高経常利益率(%)	3.1	3.3	4.1
総資本営業利益率(%)	3.5	3.3	6.5
<b>効率性</b>			
総資産回転率(回)	1.32	1.29	1.89
固定資産回転率(回)	2.48	2.28	4.48
棚卸資産回転率(回)	9.33	9.85	11.96
<b>安全性</b>			
流動比率(%)	135.6	129.6	140.6
当座比率(%)	90.1	83.9	102.1
固定比率(%)	112.9	109.3	111.1
固定長期適合率(%)	81.3	85.0	71.6
自己資本比率(%)	47.3	51.7	38.0
<b>生産性</b>			
一人当たり売上高(千円)	71,703	92,061	51,606
一人当たり営業利益(千円)	1,897	2,357	1,759
一人当たり売上高総利益(千円)	18,108	25,467	11,106

注1)大企業優良モデルは、各業種の従業者数が301人以上かつ資本金が3億円以上の企業のうち、経常利益が大きい上位1~5社を抽出し集計した。

注2)中小企業優良モデルは、各業種の従業者数が300人以下または資本金が3億円未満の企業のうち、経常利益が大きい上位5~10社を抽出し集計した。

## (2) 収益性

### ア 売上高総利益率<sup>注1)</sup>

2011年度の売上高総利益率は、25.3%と対前年度比0.9ポイント低下し、悪化

売上高総利益率は、前年度に比べて、製造コストの上昇や生産性が落ち込んだことにより、25.3%と対前年度差0.9ポイント低下し、悪化している。

資本金規模別にみると、資本金1億円未満の企業では資本金規模が大きくなるにつれ、売上高総利益率は低くなり、逆に同5,000万円以上の企業では資本金規模が大きくなるほど高くなっている。

製造特性類型別では、酒類、飲料、加工、素材の順で高い。酒類、飲料は製造原価率が低く、一方、素材型は製造原価率が高いのが特徴である。飲料の売上高総利益率は、まだ比較的高いものの、2005年以降、低下傾向で推移しており、市場競争の一層の激化に伴う小売価格の下落が要因とみられる。

業種別にみると、その他パン・菓子製造業、米菓製造業、清酒製造業、生菓子製造業が高い。

図1-5 売上高総利益の推移

単位:%

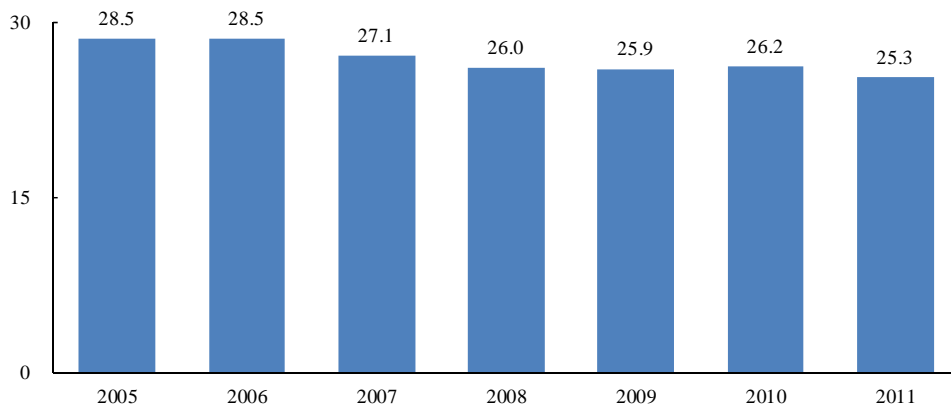
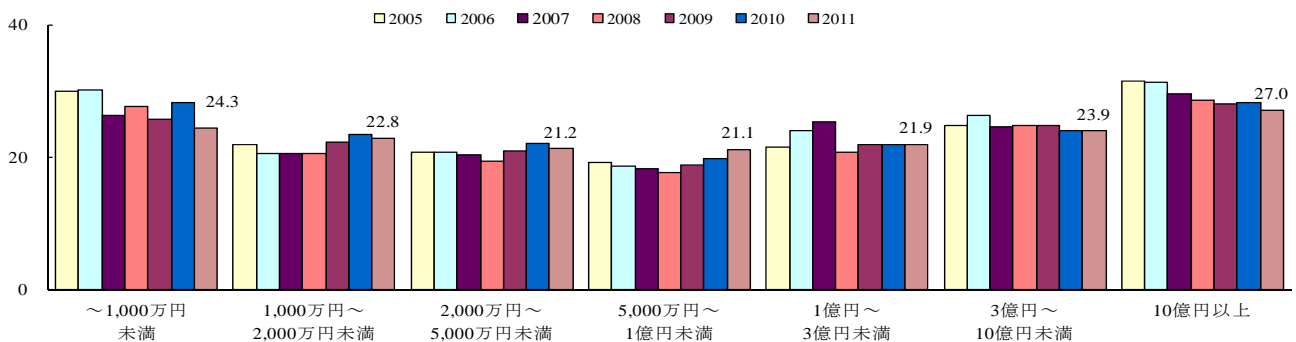


図1-6 資本金規模別の売上高総利益率

単位:%



注1)＝売上総利益／売上高 売上高総利益率は、売上総利益（粗利益）を売上高で割ったものである。売上総利益は売上高から製品原価合計を引いたもので製品の利幅を表す。





## イ 売上高営業利益率<sup>注2)</sup>

2011年度の売上高営業利益率は、2.6%と悪化している。2009年度及び2010年度は改善したが、2011年度は再び低下傾向

資本金規模別にみると、1,000万円～2,000万円未満、2,000万円～5,000万円未満、また3億円以上の大規模層で2%台、それ以外の規模では3%台となっている。売上高規模別では、売上高300億円未満の規模までは規模が大きくなるに伴い、高くなっている。しかしながら、300億円以上の規模では、2%台に留まっている。

製造特性類型別にみると、酒類、飲料、素材、加工の順で高い。

業種別にみると、売上高営業利益率は、ビール製造業が最も高く、次いで蒸留酒・混成酒製造業、果実酒製造業の順となっている。

図1-11 売上高営業利益率の推移 単位:%

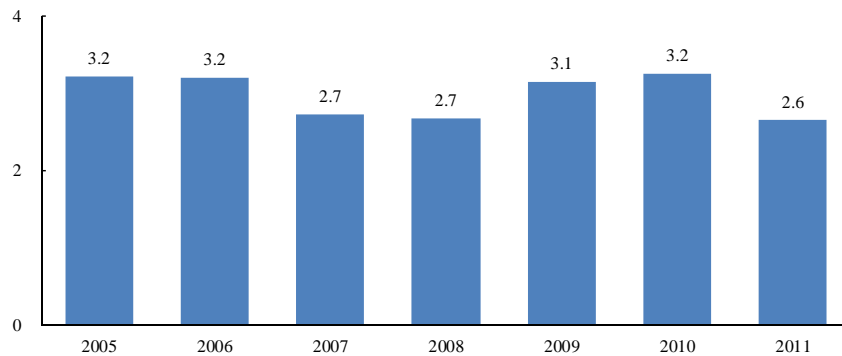
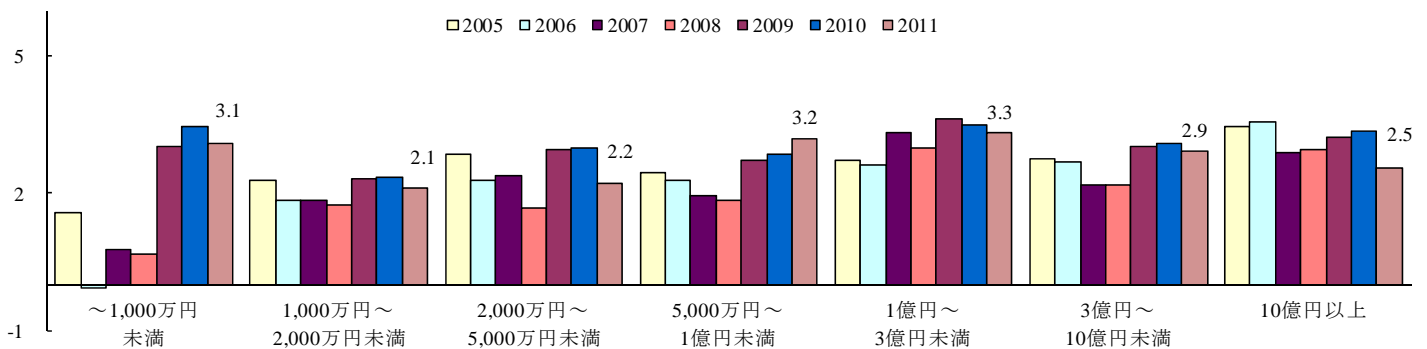


図1-11 資本金規模別の売上高営業利益率 単位:%



注2) = 営業利益 / 売上高 売上高営業利益率は営業利益を売上高で割ったものである。

図1-12 売上高規模別の売上高営業利益率 単位:%

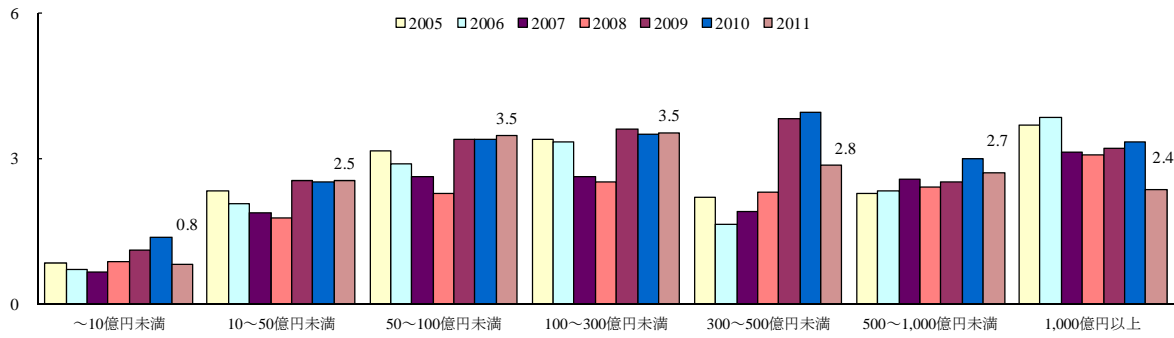


図1-14 地域別の売上高営業利益率 単位:%

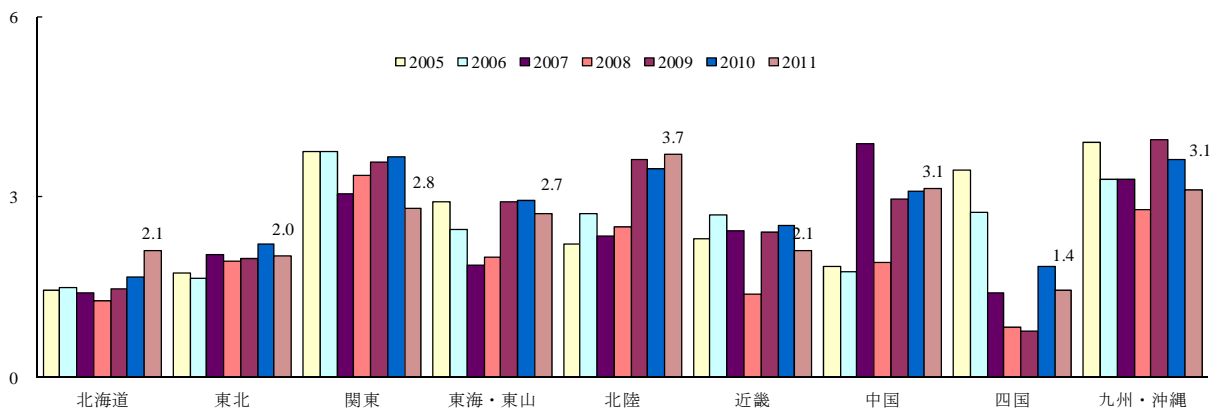


図1-15 製造特性類型別の売上高営業利益率 単位:%

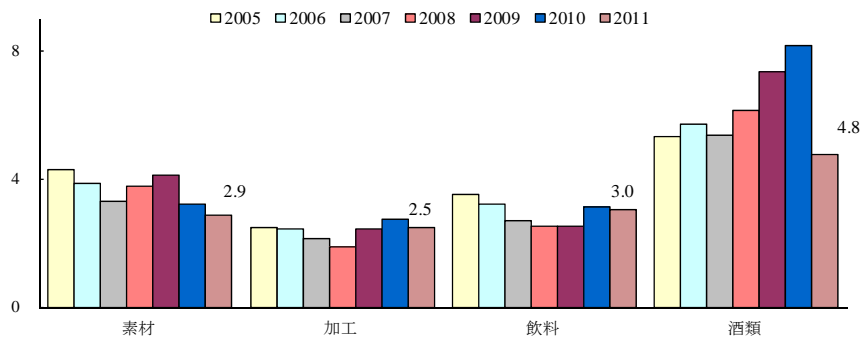
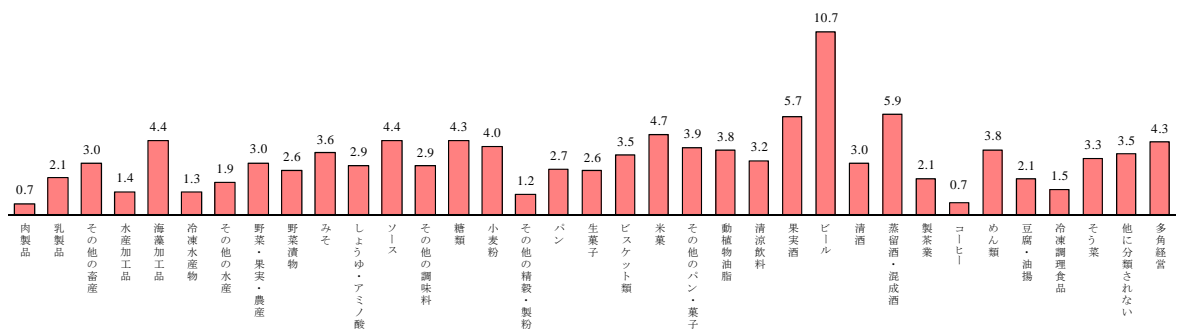


図1-16 業種別の売上高営業利益率 単位:%



## ウ 売上高経常利益率<sup>注3)</sup>

2011年度の売上高経常利益率は、3.1%と製造原価コスト上昇が影響し、低下している。2009年度から上昇傾向にあったが、2011年度は再び低下傾向

資本金規模別にみると、1,000～5,000万円未満の製造業では2%台、1,000万円未満及び1億円以上の企業では3%台となっている。売上高規模別では、売上高300億円未満の規模までは規模が大きくなるに伴い利益率は高くなっている。しかしながら、300億円以上の規模では、利益率は3.0～3.1%に留まっている。

製造特性類型別にみると、酒類、素材、飲料、加工の順で高い。

業種別にみると、売上高経常利益率は、ビール製造業が最も高く、次いで蒸留酒・混成酒製造業、米菓製造業の順となっている。

図1-13 売上高経常利益率の推移 単位:%

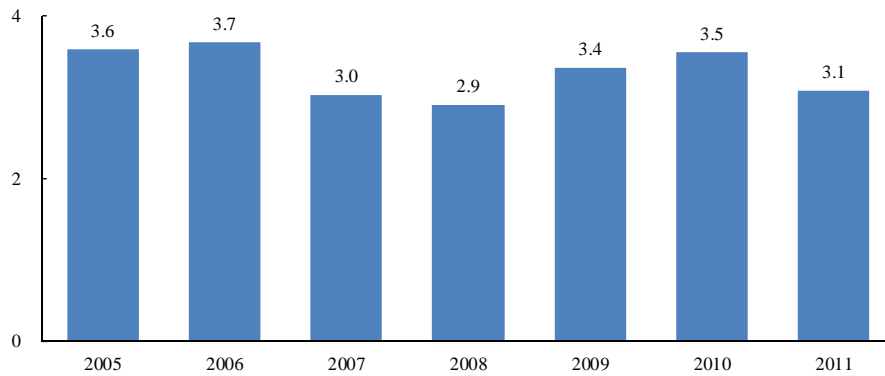
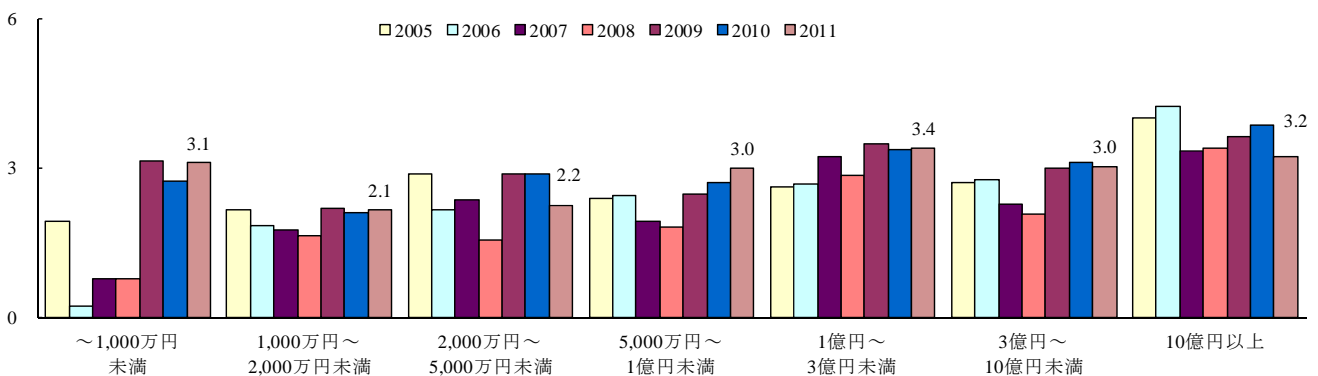


図1-14 資本金規模別の売上高経常利益率 単位:%



注3)＝経常利益／売上高 売上高経常利益率は経常利益を売上高で割ったものである。経常利益は営業利益に営業外損益、企業が財務的な活動などから得た損益を加えたものである。

図1-15 売上高規模別の売上高経常利益率

単位:%

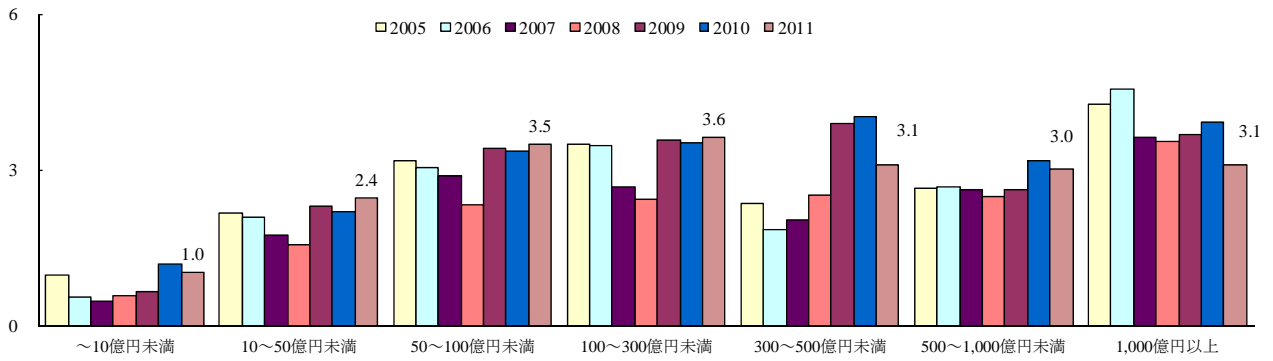


図1-20 地域別の売上高経常利益率

単位:%

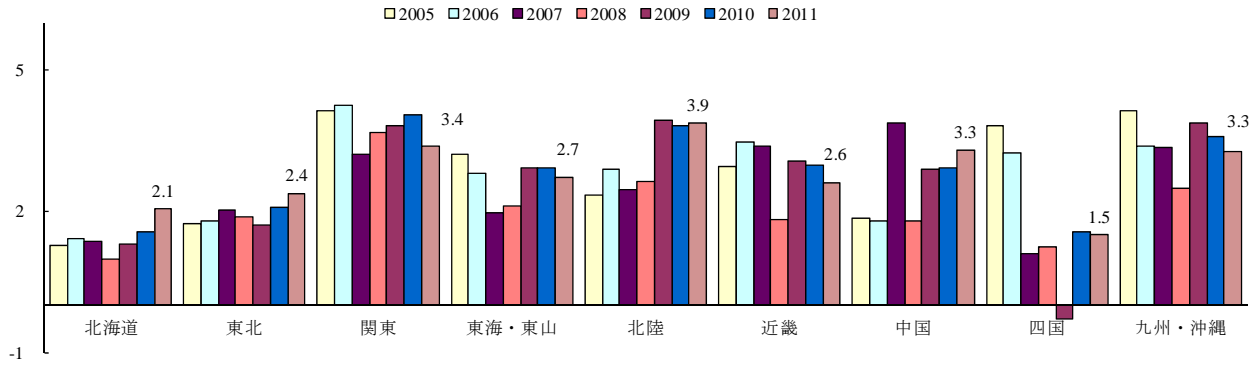


図1-21 製造特性類型別の売上高経常利益率

単位:%

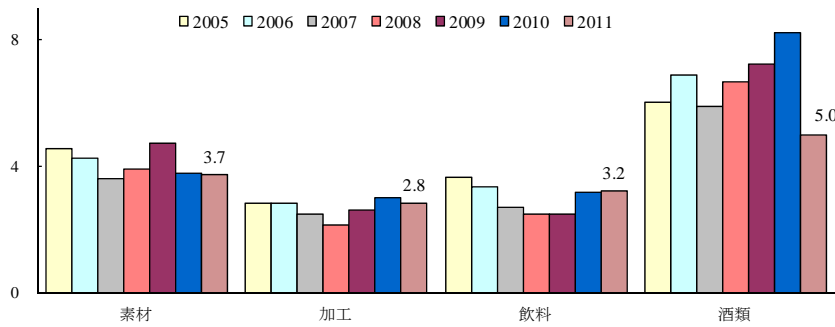
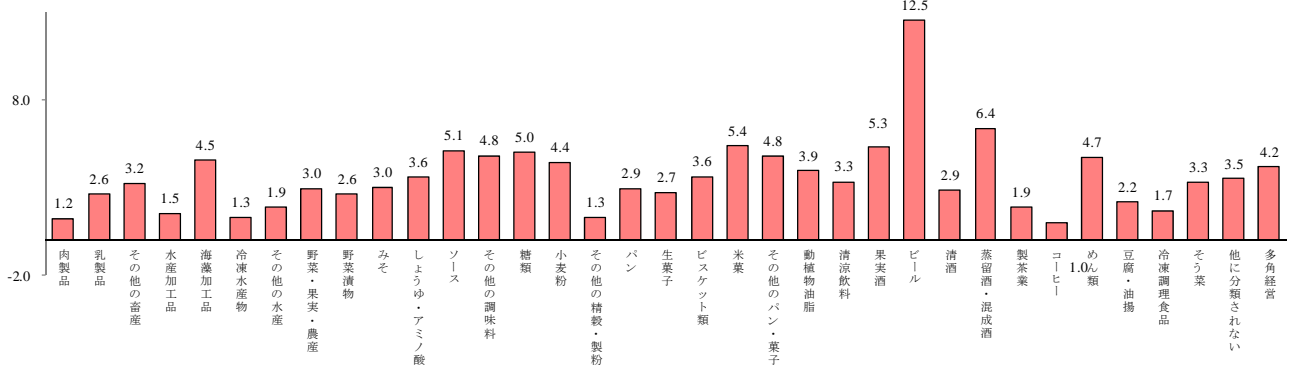


図1-22 業種別の売上高経常利益率

単位:%



## エ 総資本営業利益率<sup>注4)</sup>

2011年度の総資本営業利益率は、3.5%と対前年度比で低下している。2009年度以降上昇傾向にあったが、2011年度は再び低下傾向

資本金規模別では、資本金規模2,000～5,000万円未満の規模で2%台、1,000～2,000万円未満及び10億円以上の規模で3%台、5,000万円～10億円未満の規模で4%台、1,000万円未満の規模で5.0%となった。売上高規模別にみると、50～100億円未満の規模が4.6%で最も高くなっている。

製造特性類型別にみると、飲料、加工、素材、酒類の順で高い。2005年以降の変化についてみると、酒類が2011年度は大きく減少している。

業種別にみると、多角経営、そう菜製造業、ソース製造業、ビール製造業の順で高い。

図1-16 総資本営業利益率の推移 単位:%

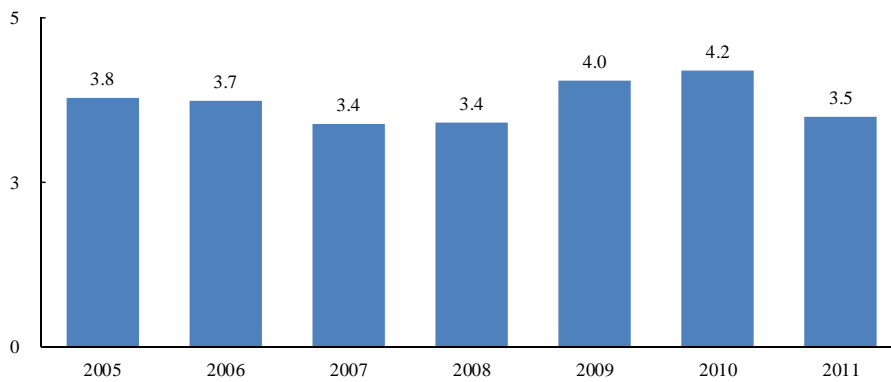
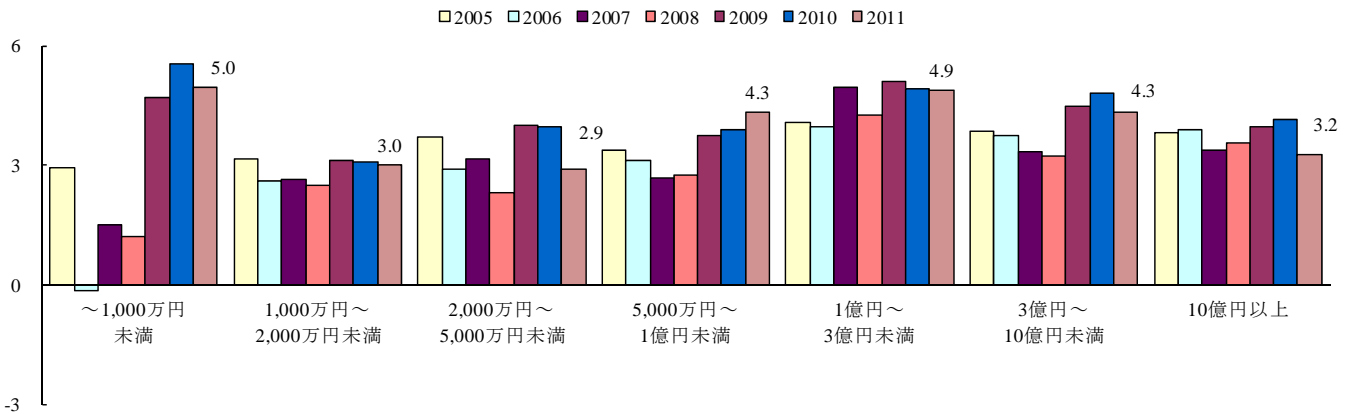


図1-17 資本金規模別の総資本営業利益率 単位:%



注4)＝営業利益／総資産合計（負債資本合計） 総資本営業利益率は本業の儲けである営業利益を、企業が全体として保有している資産の規模で割ったものである。企業全体としての資産の運用による利益の獲得能力を示している。企業全体としての資産を運用する責任を負っているのが企業の経営者であるから、総資本営業利益率は企業の経営者を評価するための指標でもある。

図1-18 売上高規模別の総資本営業利益率 単位:%

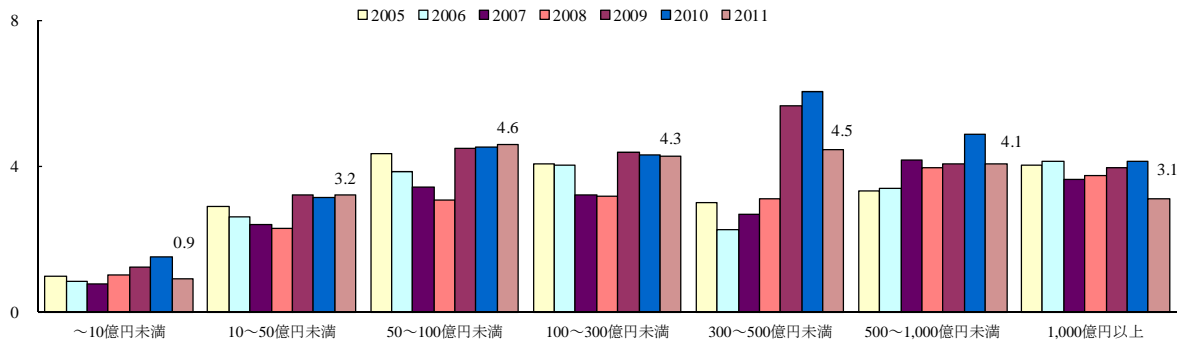


図1-26 地域別の総資本営業利益率 単位:%

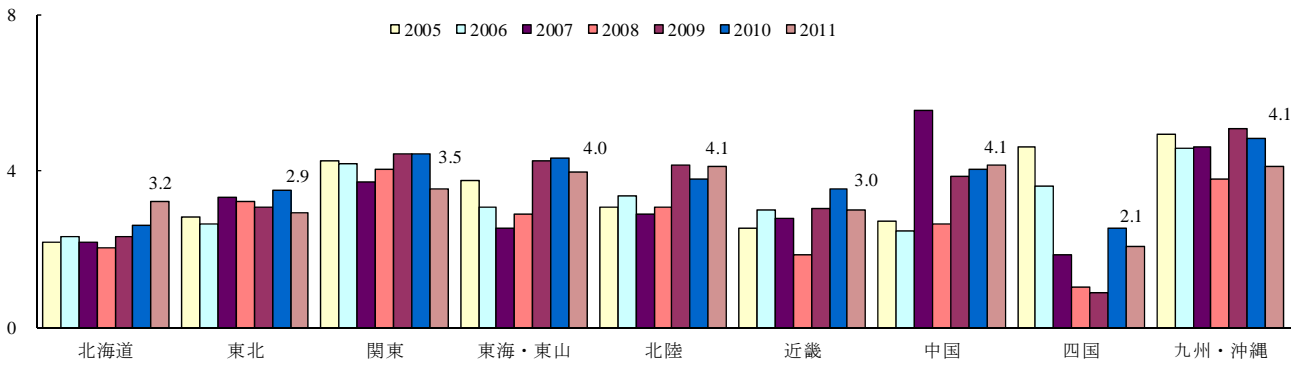


図1-27 製造特性類型別の総資本営業利益率 単位:%

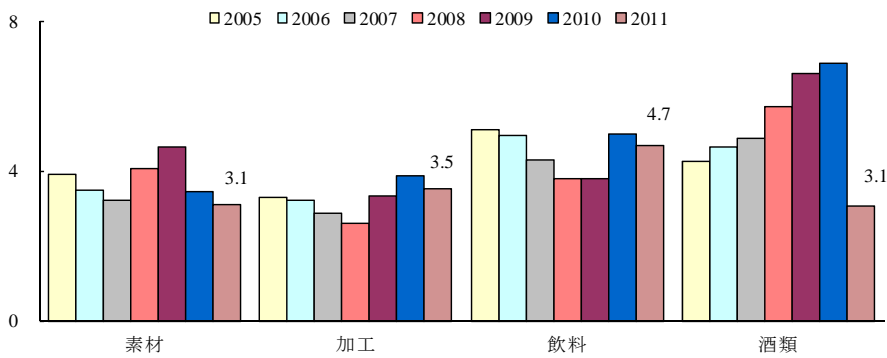
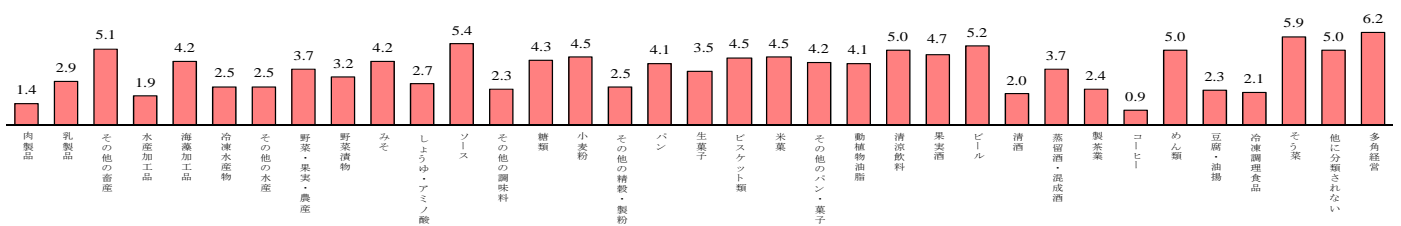


図1-19 業種別の総資本営業利益率 単位:%



### (3) 安全性

#### ア 流動比率<sup>注5)</sup>

##### 2011年度の流動比率は、135.6%と対前年度比3.2ポイント上昇し、改善

資本金規模別では、3億円以上の規模で比較的低くなっている。また、売上高規模別では1,000億円以上の規模層で低くなっている。

地域別にみると、中国及び近畿で他の地域と比較すると高くなっている。

製造特性類型別にみると、酒類、素材、飲料、加工の順で高い。2010年度と比較してみると、素材、加工は低下、飲料及び酒類は改善している。

業種別にみると、海藻加工品製造業、コーヒー製造業、糖類製造業、清酒製造業、蒸留酒・混成酒製造業の順で高い。

図1-20 流動比率の推移 単位:%

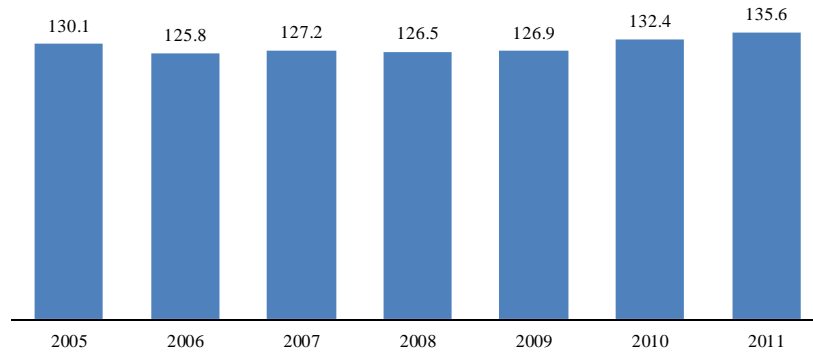
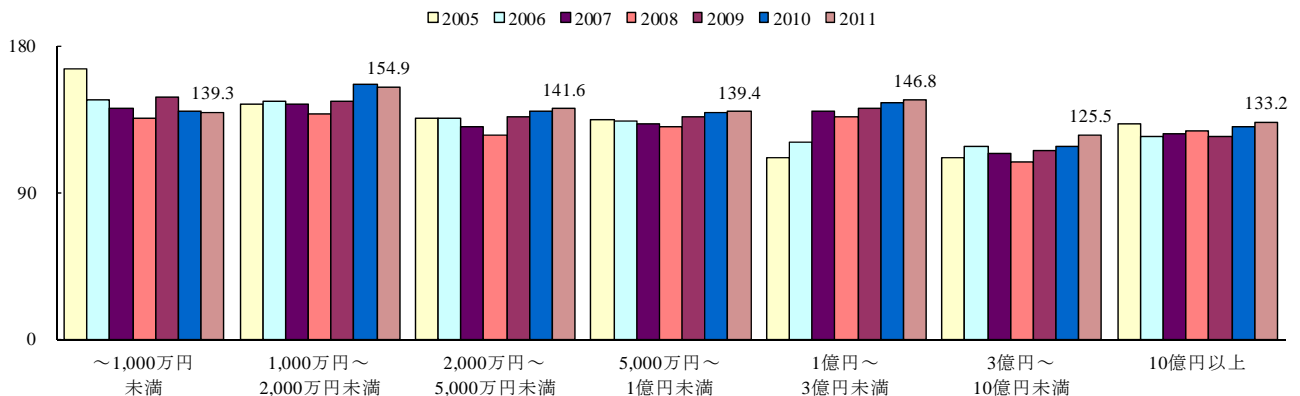


図1-21 資本金規模別の流動比率 単位:%



注5)＝流動資産／流動負債 流動資産と流動負債とのバランスをみるための経営指標である。流動資産が流動負債を上回っている度合いを比率で示すことで、会社の支払い能力をみる事ができる。流動資産は企業が1年以内の短期的な活動において運用している資金の総額を示している。

図1-22 売上高規模別の流動比率 単位：%

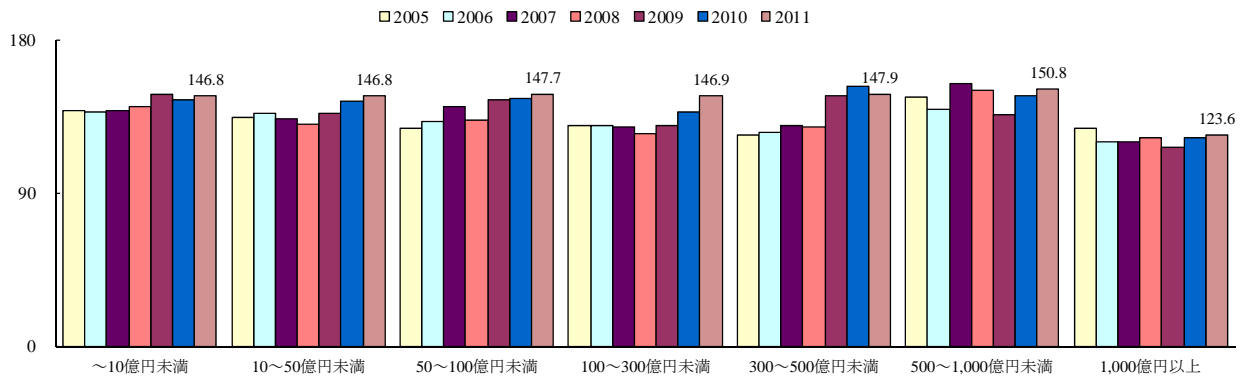


図1-23 地域別の流動比率 単位：%

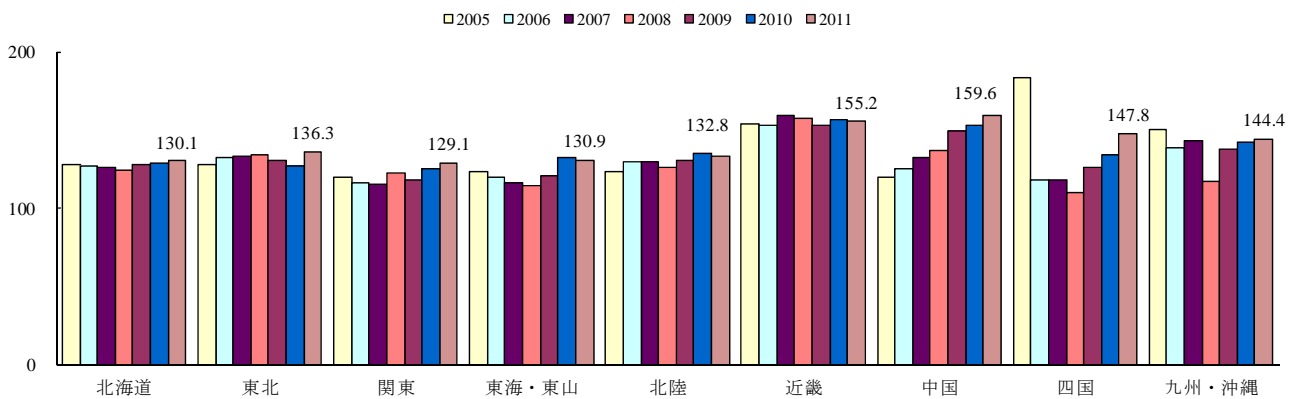


図1-24 製造特性類型別の流動比率 単位：%

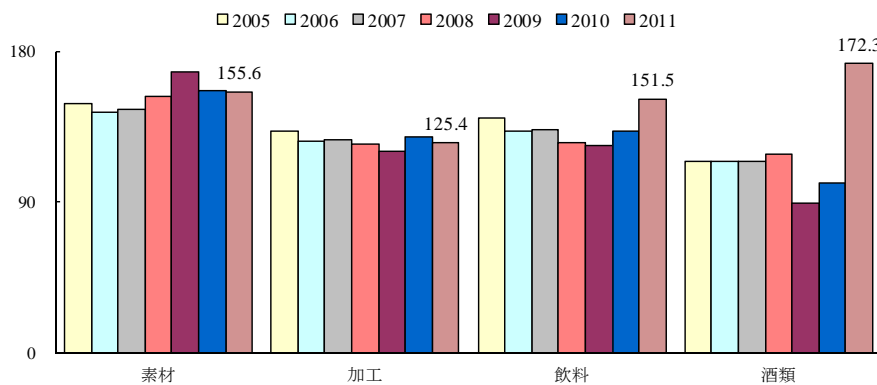
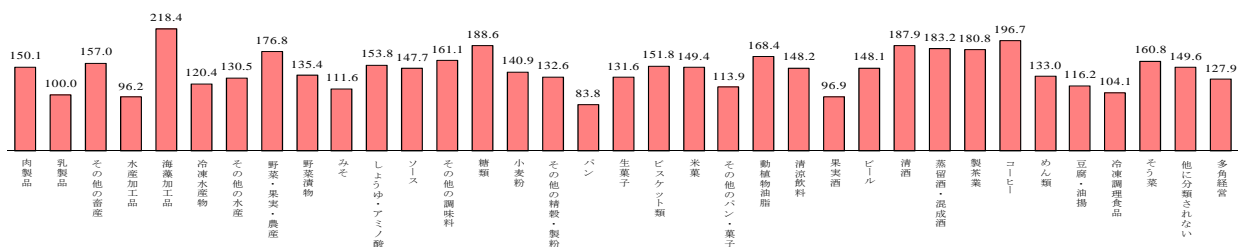


図1-25 業種別の流動比率 単位：%





イ 当座比率<sup>注6)</sup>

2011年度の当座比率は、90.1%で対前年度比2.5ポイント上昇。2008年度以降、改善傾向

資本金規模別にみると、当座比率は資本金1,000～2,000万円未満の企業で高く、逆に資本金3億円以上の企業で低い。また売上高規模別では、売上高規模50～100億円未満の企業で最も高く、売上高規模1,000億円以上の企業で最も低い。

製造特性類型別にみると、酒類が最も高く、次いで、飲料、素材、加工となっている。

業種別にみると、コーヒー製造業が最も高く、次いでビール製造業、蒸留酒・混成酒製造業、海藻加工品製造業の順となっており、一方、果実酒製造業、乳製品製造業、水産加工品製造業、味そ製造業製造業、その他の水産食料品製造業が低い。

図1-35 当座比率の推移 単位:%

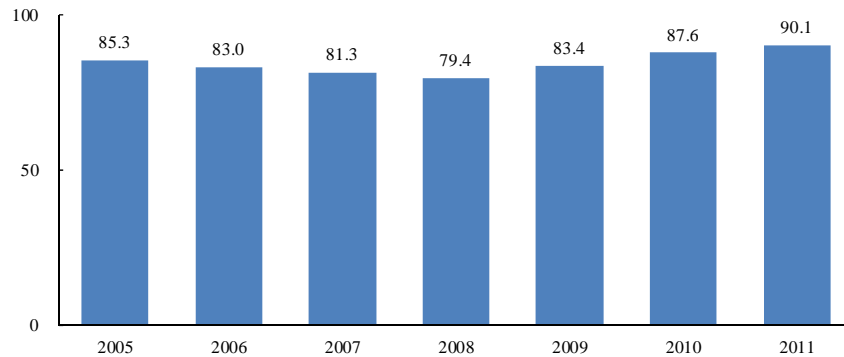
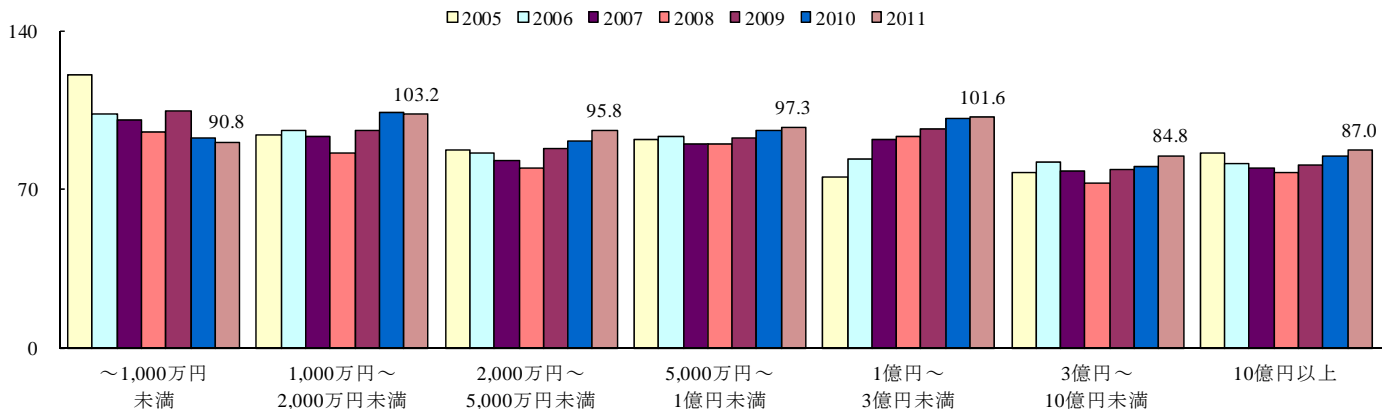


図1-36 資本金規模別の当座比率 単位:%



注6) = (流動資産 - 棚卸資産) / 流動負債 流動資産から棚卸資産を引いたさらに換金性の高い当座資産と流動負債とのバランスをみるための経営指標であり、企業の短期の負債に対する支払能力をあらわす。流動資産は企業の短期的に運用されている資金の金額を示しているが、棚卸資産として運用されている資金は必ずしも回収できるとは限らないからである。その値が大きいほど安定性は高い。

図1-37 売上高規模別の当座比率 単位:%

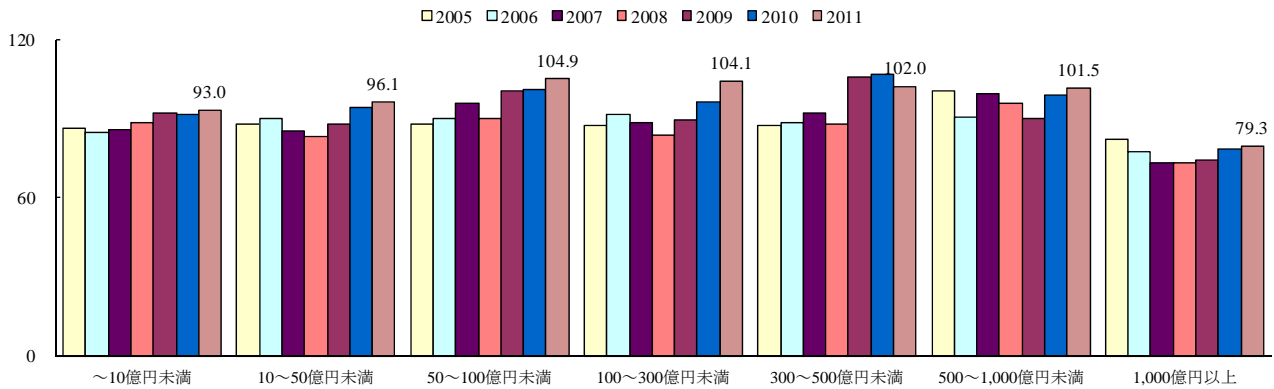


図1-38 地域別の当座比率 単位:%

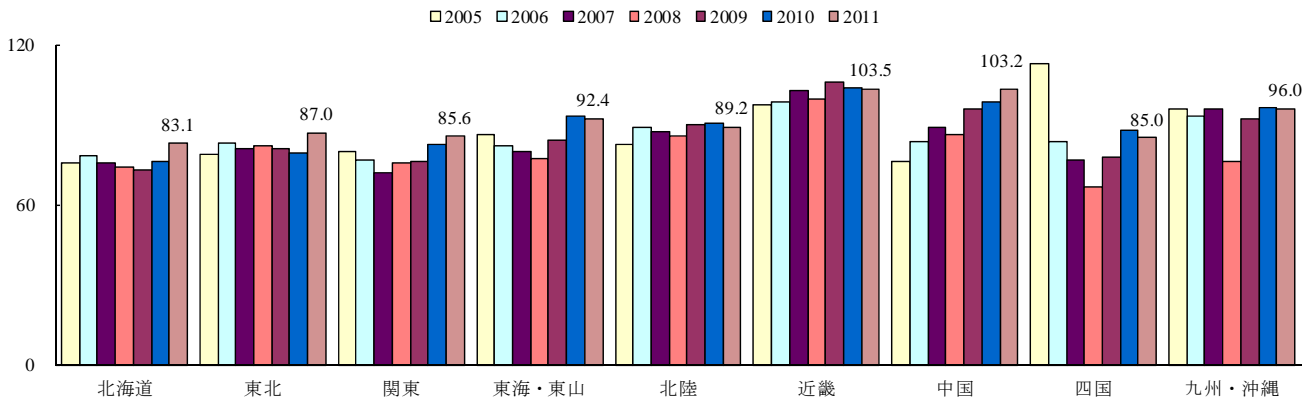


図1-39 製造特性類型別の当座比率 単位:%

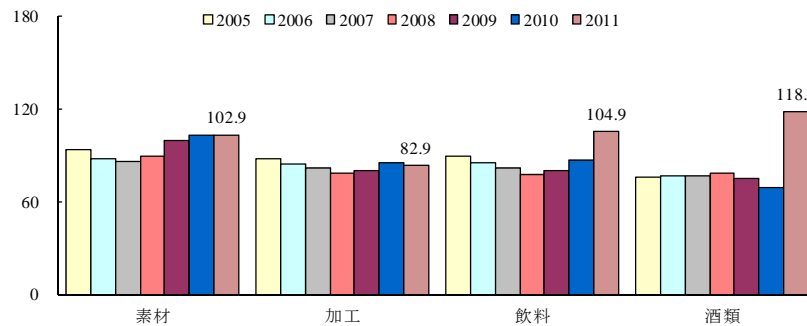
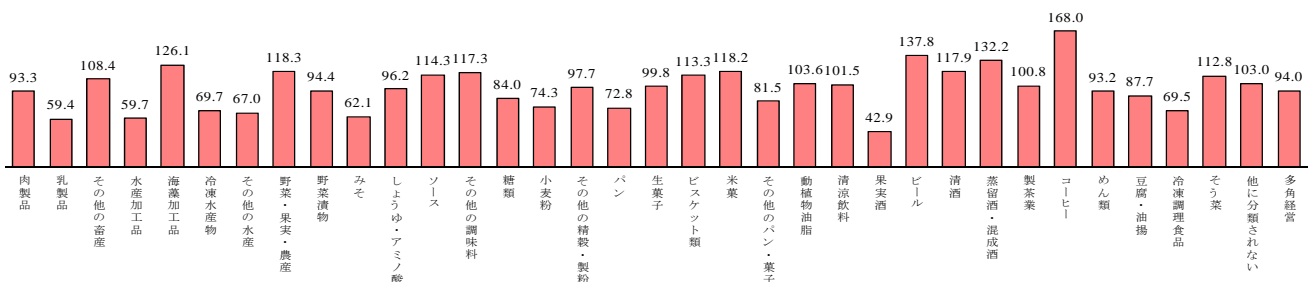


図1-40 業種別の当座比率 単位:%



ウ 固定比率<sup>注7)</sup>

## 2011年度の固定比率は、112.9%で対前年度比5.3ポイント低下し、改善

資本金規模別にみると、概ね資本金規模が大きくなるにつれ、固定比率は良好となっているが、1,000万円未満の企業では他の規模層に比べ、きわめて悪化している。売上高規模別でも概ね同様な傾向となっている。これは資本金規模や売上高規模が大きくなるほど、固定資産の購入に際して、外部調達に依存する割合が低くなり、自己資本で賄っていることが要因とみられる。

製造特性類型別にみると、酒類が最も良好であり、次いで、飲料、素材、加工の順となっている。

業種別にみると、海藻加工品製造業、蒸留酒・混成酒製造業、ビール製造業、コーヒー製造業が良好であり、逆に味そ製造業、豆腐・油揚製造業など中小企業主体の伝統的な食品製造業で固定比率が高い水準にある。

図1-41 固定比率の推移 単位:%

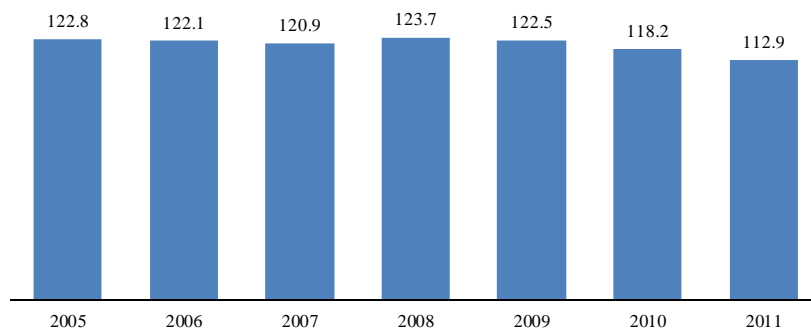
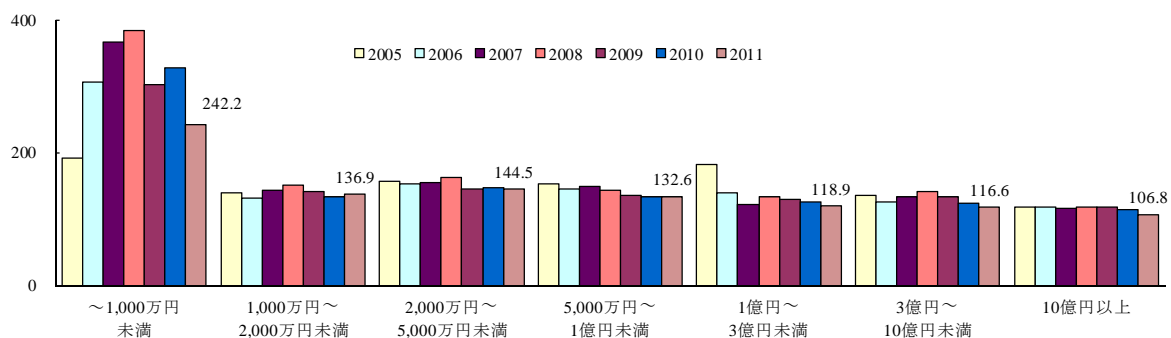


図1-42 資本金規模別の固定比率 単位:%



注7)＝固定資産／自己資本 固定資産と自己資本とのバランスをみるための経営指標である。固定資産は企業が長期的に運用している資金の総額で、その多くはそれ自体が換金されることはなく、企業自体によって長期的に消費される資産である。したがって固定資産を調達するための資金は、資本として調達された返済不要な資金であることが望ましい。この値が100%以下であれば企業は長期的に安定して事業活動を継続することができると考えられる。上場企業の平均は150%となっている。

図1-43 売上高規模別の固定比率

単位:%

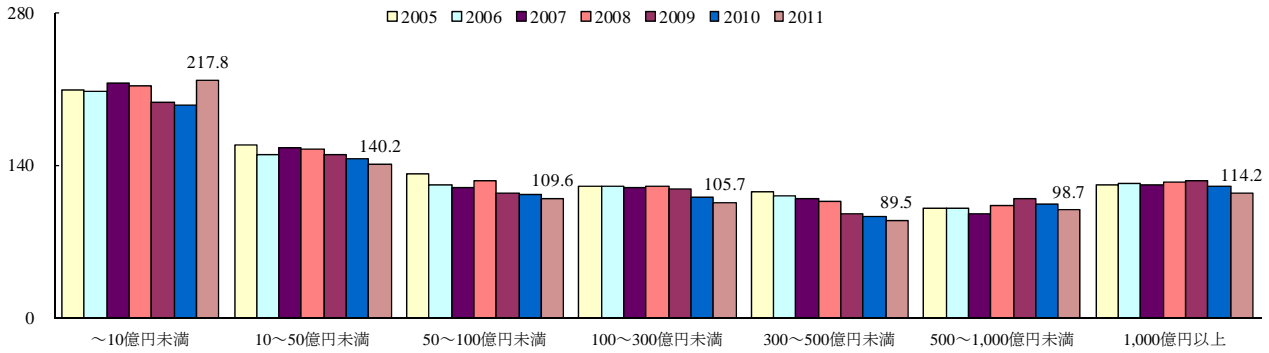


図1-44 地域別の固定比率

単位:%

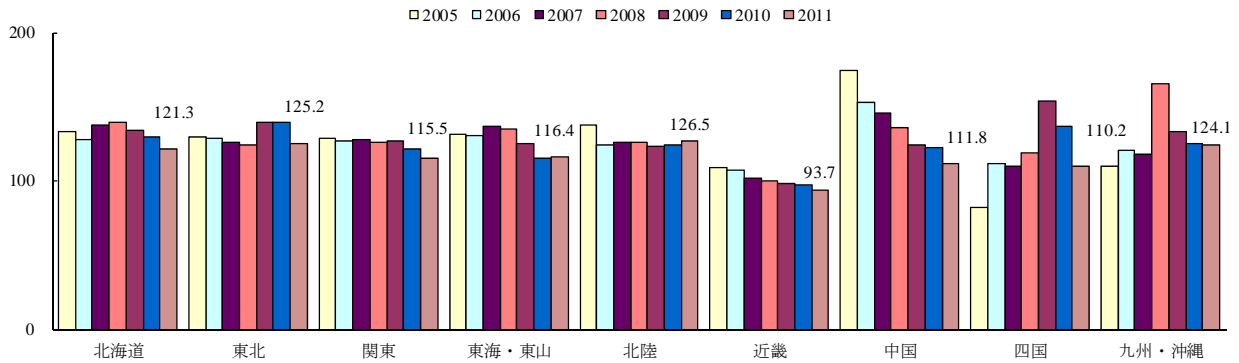


図1-45 製造特性類型別の固定比率

単位:%

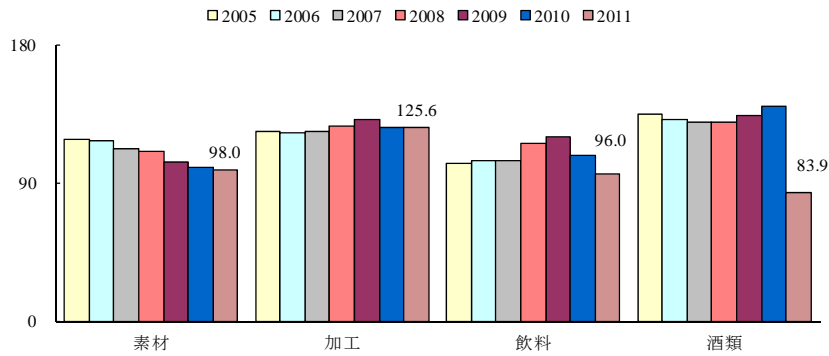
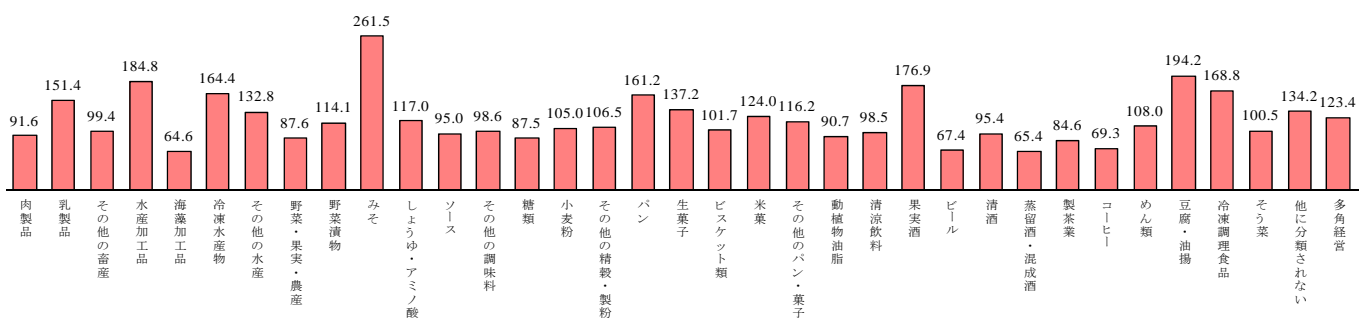


図1-46 業種別の固定比率

単位:%



## エ 自己資本比率<sup>注8)</sup>

2011年度の自己資本比率は、47.3%と対前年度と同水準。2008年度以降、改善傾向に足踏み  
自己資本比率は2010年度の47.3%と同水準となっている。

資本金規模別にみると、資本金規模が大きくなるほど、概ね高くなる傾向がある。

売上高規模別では、売上高規模500億円以上階層を除き、売上高規模が大きくなるほど高い。

製造特性類型別にみると、酒類、素材、飲料、加工の順で高い。

業種別にみると、ビール製造業、蒸留酒・混成酒製造業、コーヒー製造業、糖類製造業、ソ  
ース製造業で高く、逆に味そ製造業、冷凍水産物製造業、冷凍調理食品製造業、水産加工品製  
造業で低い。

図1-47 自己資本比率の推移 単位:%

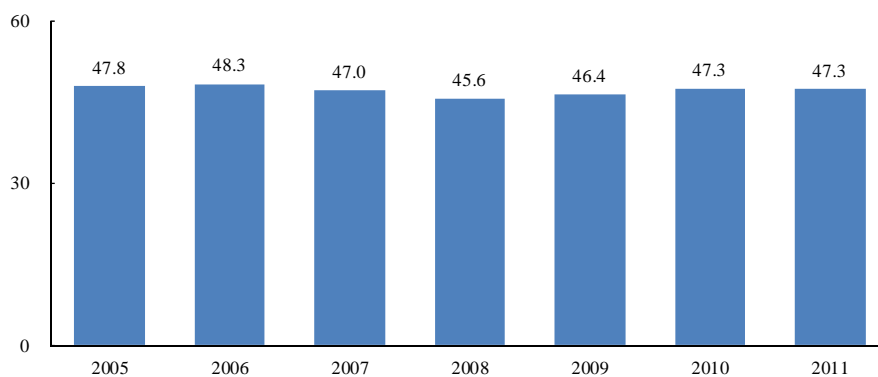
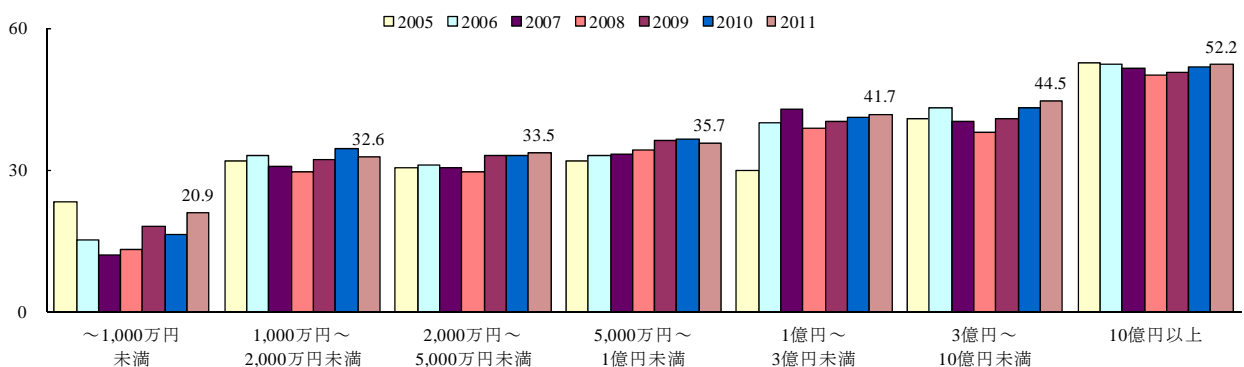


図1-48 資本金規模別の自己資本比率 単位:%



注8)＝自己資本／資産合計 自己資本と資産合計とのバランスをみるための経営指標である。自己資本は資産合計から負債合計を引いたもので、企業の負債総額に対する資産の超過額であり、債権者への資金返済における企業の余裕度を示している。自己資本比率は資産合計に対する資本合計の相対的な大きさを示すことで、負債に対する企業の余裕度を示す経営指標であり、その値が大きいかほど安定性は高い。

図1-49 売上高規模別の自己資本比率 単位:%

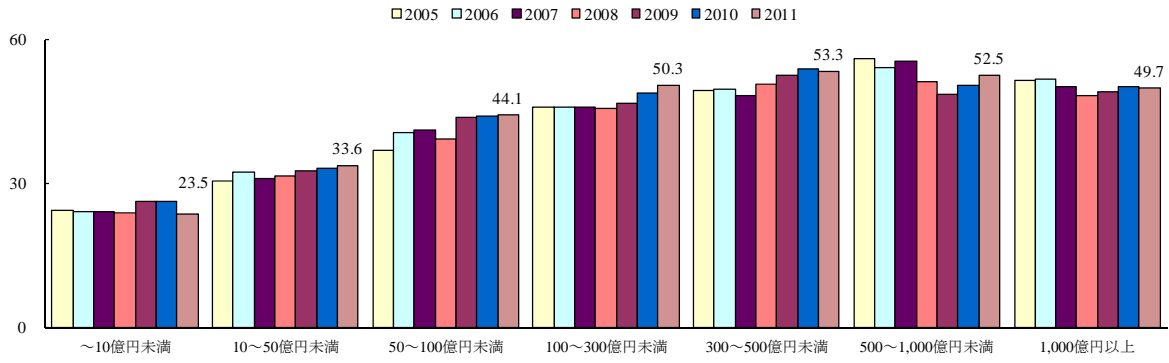


図1-50 地域別の自己資本比率 単位:%

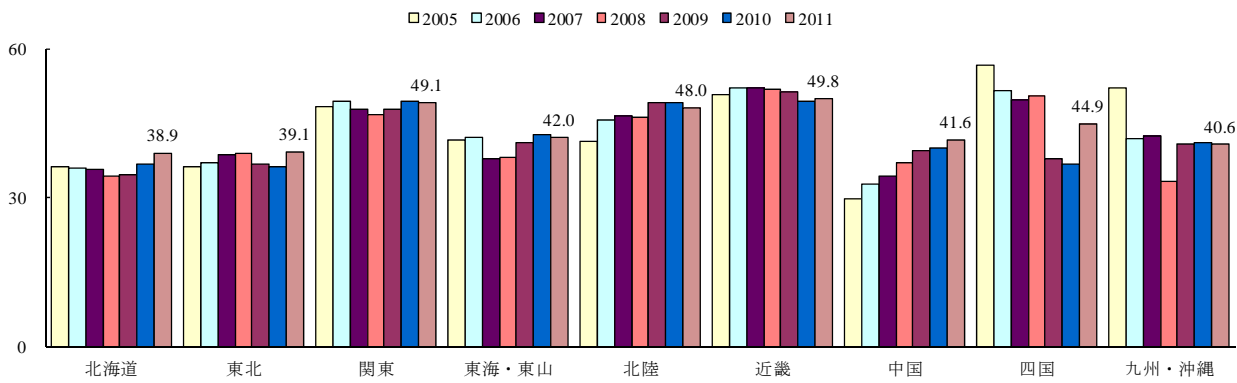


図1-51 製造特性類型別の自己資本比率 単位:%

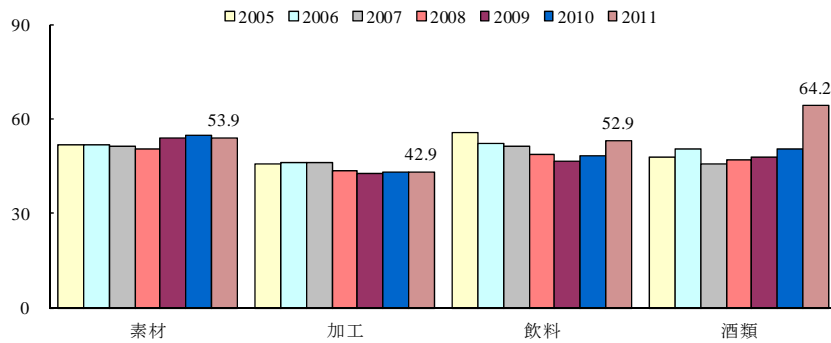
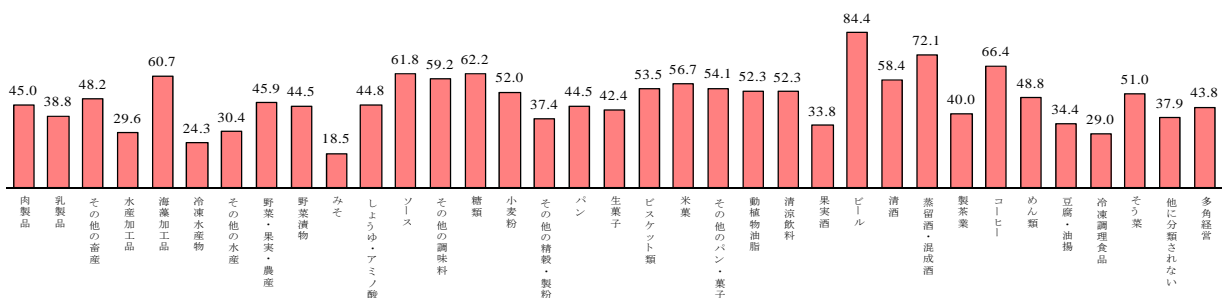


図1-52 業種別の自己資本比率 単位:%



## (4) 生産性

ア 一人当たり売上高<sup>注9)</sup>

2011年度の一人当たり売上高は、対前年度比でわずかに減少。2008年度に減少し、2009年度以降は減少傾向で推移

一人当たり売上高は、資本金規模別では資本金10億円以上の企業が1億円弱で圧倒的に多く、それ以外の資本金規模の企業ではいずれも6千万円台以下となっている。また、売上高規模別にみると、売上高規模の大きい企業ほど一人当たり売上高は大きい。

地域別にみると、地域間格差が大きい。大消費地の関東、近畿が特に大きく、逆に北陸が小さい。

製造特性類型別にみると、酒類が圧倒的に多く、次いで素材、飲料、加工の順となっている。酒類及び飲料については、2009年度以降減少傾向で推移している。

業種別にみると、ビール製造業、その他の精穀・製粉業、清酒製造業が大きい。

図1-53 一人当たり売上高の推移

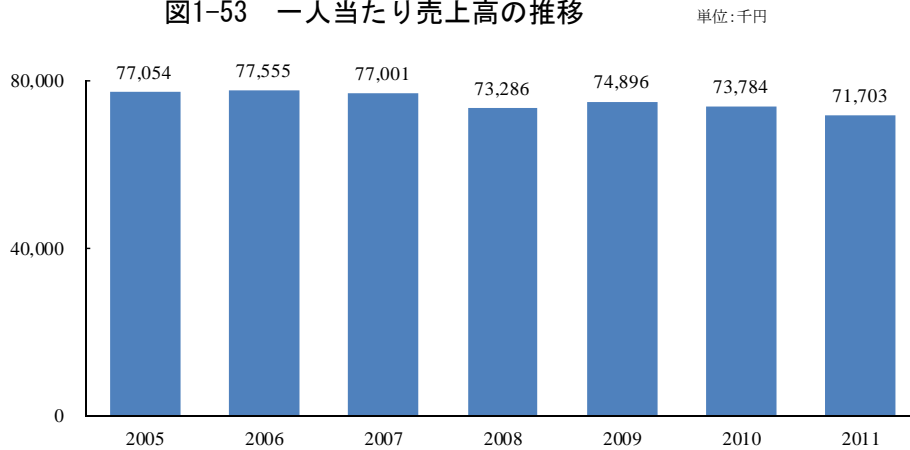
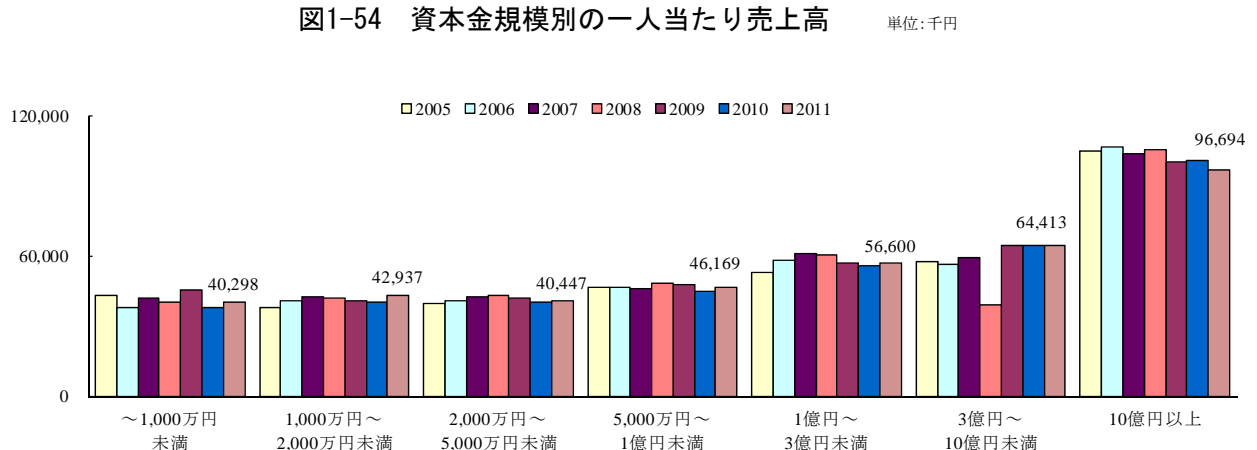


図1-54 資本金規模別の一人当たり売上高



注9)食品製造企業における従業員数については、財務諸表に明記された従業員数を用いた。

図1-55 売上高規模別の一人当たり売上高

単位:千円

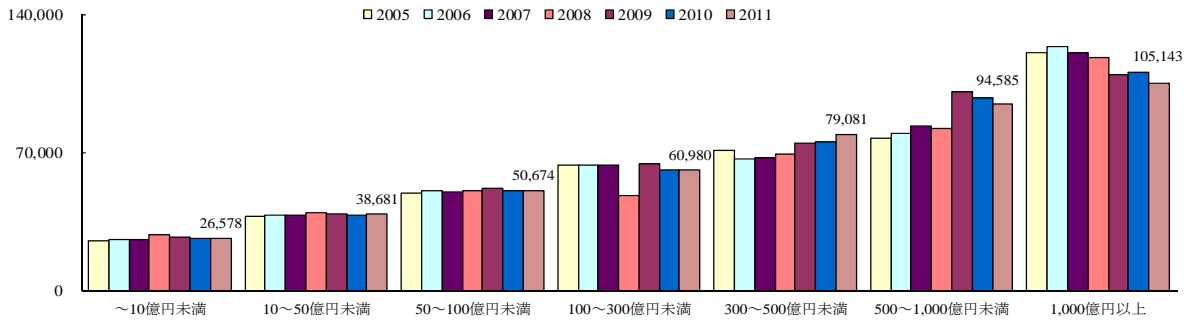


図1-56 地域別の一人当たり売上高

単位:千円

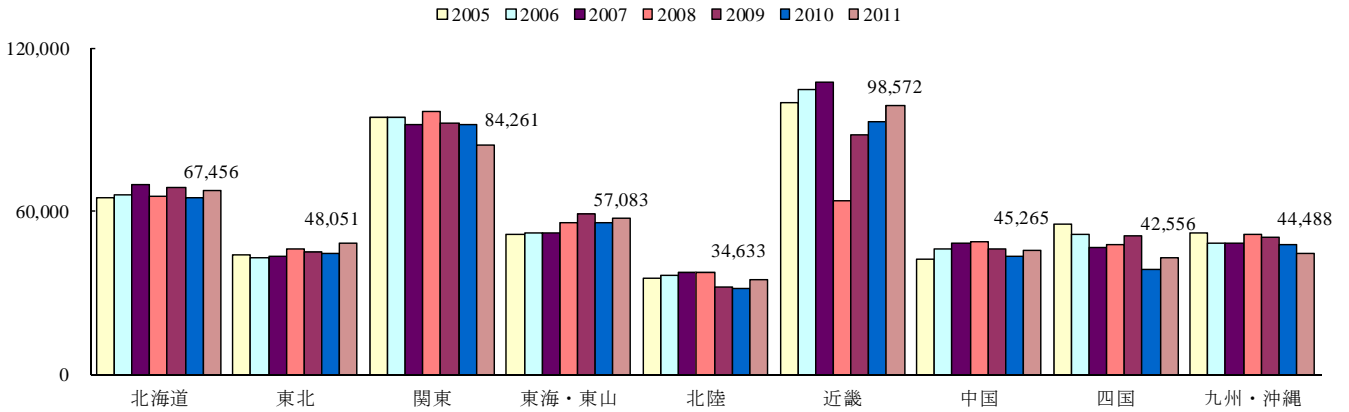


図1-57 製造特性類型別の一人当たり売上高

単位:千円

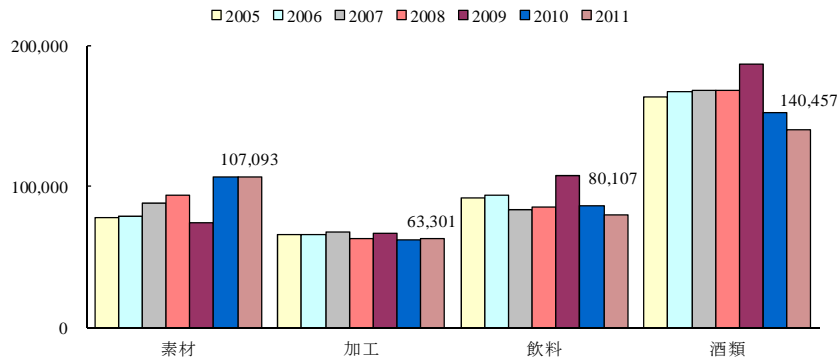
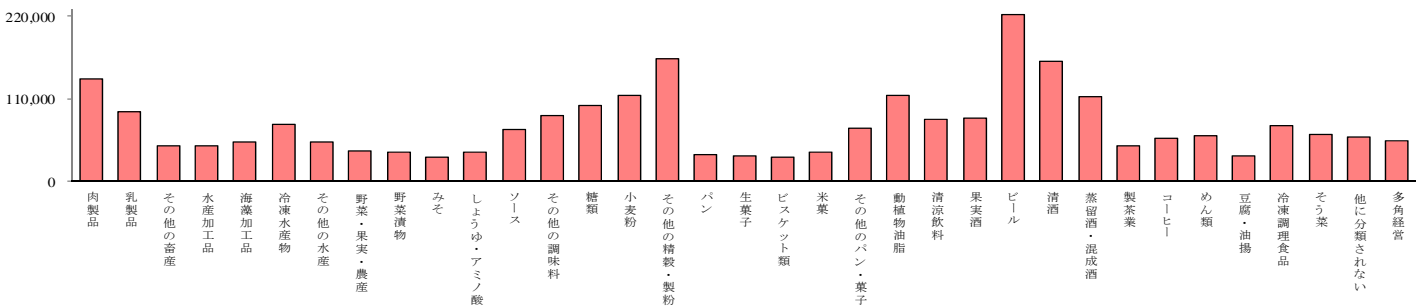


図1-58 業種別の一人当たり売上高

単位:千円





## イ 一人当たり売上高総利益

2011年度の一人当たり売上高総利益は、対前年度比でかなりの程度減少。2009年度以降減少傾向で推移

資本金規模別にみると、資本金規模10億円以上の企業は、一人当たり売上高総利益が2,609万円と大きいですが、それ以外の資本金規模の企業ではいずれも1,600万円以下となっている。

売上高規模別では、売上高規模が大きくなるにつれ一人当たり売上高総利益も大きくなり、2011年度では売上高規模1,000億円以上の企業の金額は、同10億円未満の企業の約4倍となっている。

このように大企業と中小企業の格差が大きく、中小企業の労働生産性が課題である。

地域別にみると、大消費地の関東や近畿で特に大きく、逆に四国では小さい。

製造特性類型別にみると、酒類が最も大きく、次いで、飲料、素材、加工の順となっており、格差が大きい。

業種別にみると、ビール製造業、清酒製造業が大きい。

図1-59 一人当たり売上高総利益 単位：千円

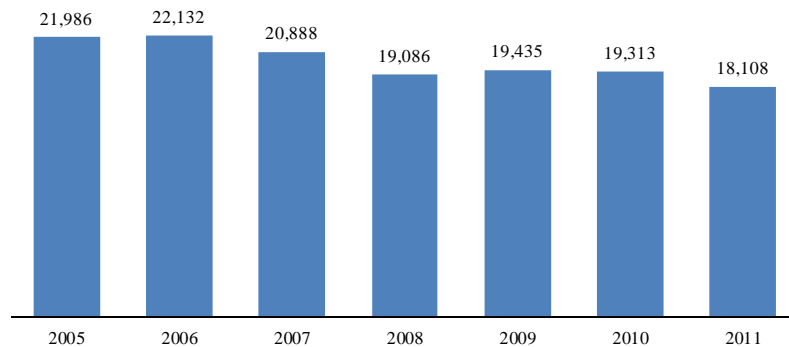


図1-60 資本金規模別の一人当たり売上高総利益 単位：千円

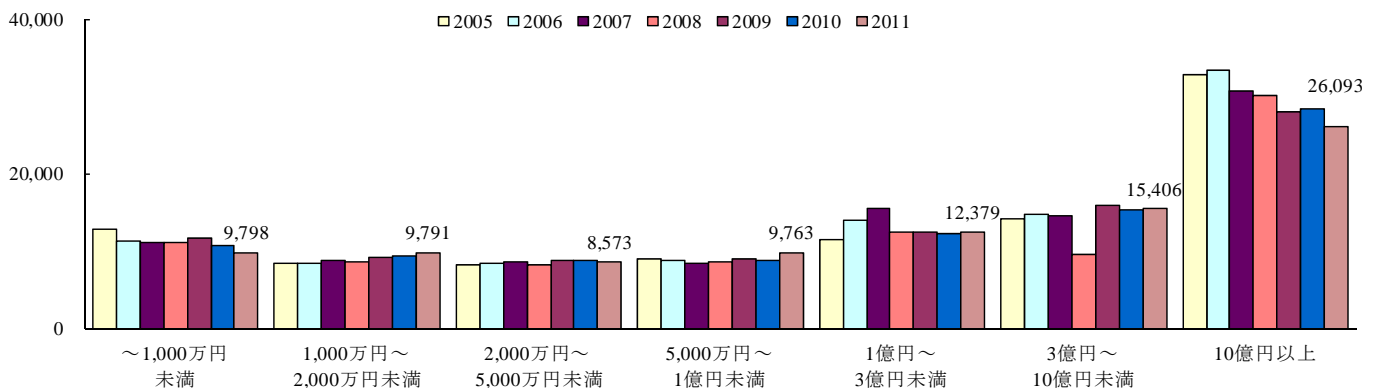


図1-61 売上高規模別の一人当たり売上高総利益

単位:千円

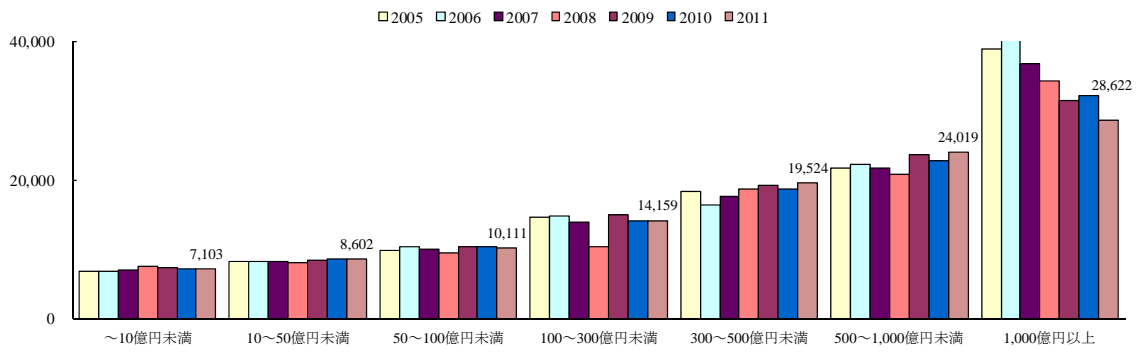


図1-62 地域別の一人当たり売上高総利益

単位:千円

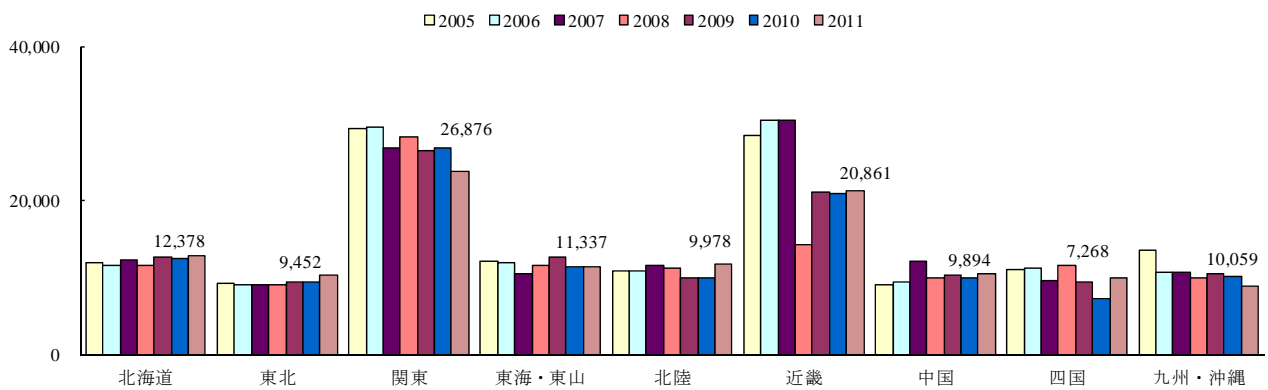


図1-63 製造特性類型別の一人当たり売上高総利益

単位:千円

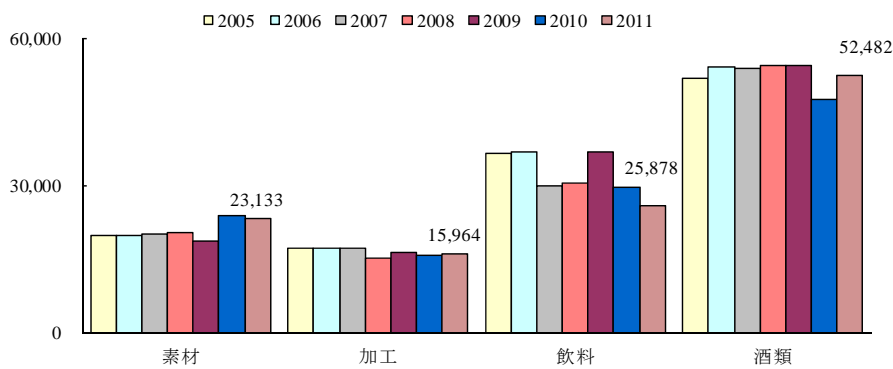


図1-64 業種別の一人当たり売上高総利益

単位:千円

