

食品加工業と地域経済 ～北海道を中心に～

美土路 知之

1 概観：北海道の食品加工業の全国的位置

北海道は食品加工業の出荷額が全国一の位置にあり、製造業中に占める食品加工業の出荷額シェアもきわめて高い。

構成業種では、北海道固有の特徴と性格をもつ業種として、水産加工部門、農畜産加工部門のウェイトが高く、これらの原料基盤は北海道内の農水産業との接続性が顕著である。したがって、北海道産原料の使用割合も高く、移入や輸入の原料使用のウェイトは低い。さらに、加工度に注目してみるならば、一次加工や低次加工の製品が多く、付加価値の形成度合いは全国的に見ても高くはない。くわえて、一事業所あたりおよび一従業者あたりの製造出荷額や付加価値額なども、他の都府県に比べると低位性が顕著で収益構造や商品開発をはじめとした市場販売への積極的展開に課題を抱え、これを引きずる傾向が顕著である。また、製品出荷額中の原材料使用割合の高さや、一事業所あたりや一従業者あたりの原料使用との関連から、原料生産に大きく規定された工場立地が特徴的であろう。この点では首都圏や近畿圏の上位出荷都県の消費地立地や輸入原料や移入による食品加工の傾向とも対照的である。

さらに付け加えるならば、従業者や雇用労働力についてみれば、地元労働力への依存度が高く、地域の産業と地域の雇用（就業機会）との結びつきが強い。そして、雇用形態的には非常勤やパートなどの臨時雇いが多くなっていることや、水産（加工場）関係の事業所では「研修生」制度などによって、外国人労働力の充用が重要な労働力給源ともされている。

図 1-5-1 食料品製造業／全製造業の地域指標

食料品製造業の占める割合が高い上位 10 道県（2004）

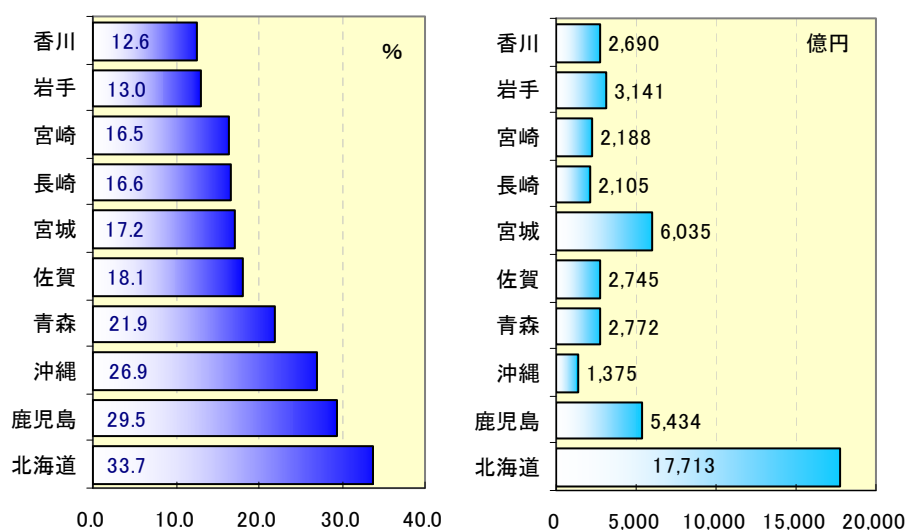


表 1-5-1 食料品製造業の上位 10 地域 (04)

金額: 100 万円

	事業所数	従業者数	現金給与額	原材料使用額	製品出荷額	粗付加価値額
北海道	2,326	82,834	20,279	117,236	177,128	57,213
愛知	1,612	64,165	19,695	81,283	143,529	59,422
埼玉	995	57,340	16,524	72,935	130,948	55,406
神奈川	881	47,455	13,912	73,158	126,834	51,358
兵庫	1,816	56,305	15,494	69,362	125,510	53,619
千葉	1,128	44,386	13,946	67,249	111,629	42,420
茨城	919	38,341	11,708	67,440	110,821	41,505
静岡	1,565	44,395	13,630	60,238	105,931	43,669
大阪	1,179	49,194	15,238	52,900	101,139	46,084
東京	1,128	35,563	11,172	43,797	79,140	33,751
全国	33,886	1,107,720	304,568	1,327,320	2,278,923	909,094

図 1-5-2 北海道の食品加工の性格 (1)

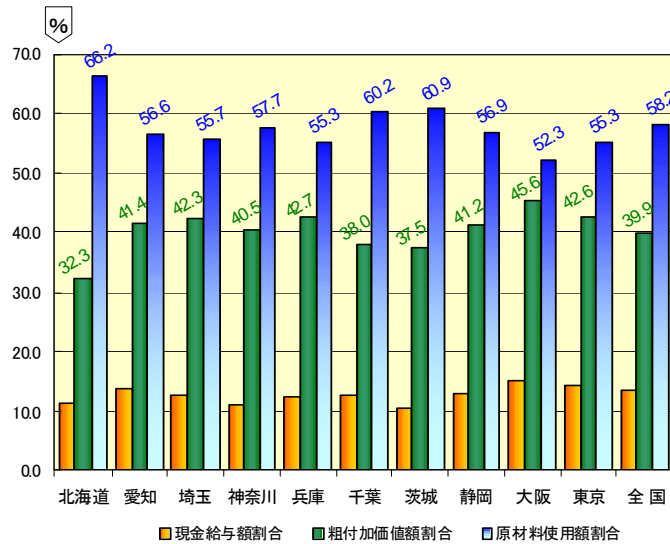


図 1-5-3 北海道の食品加工の性格 (2)

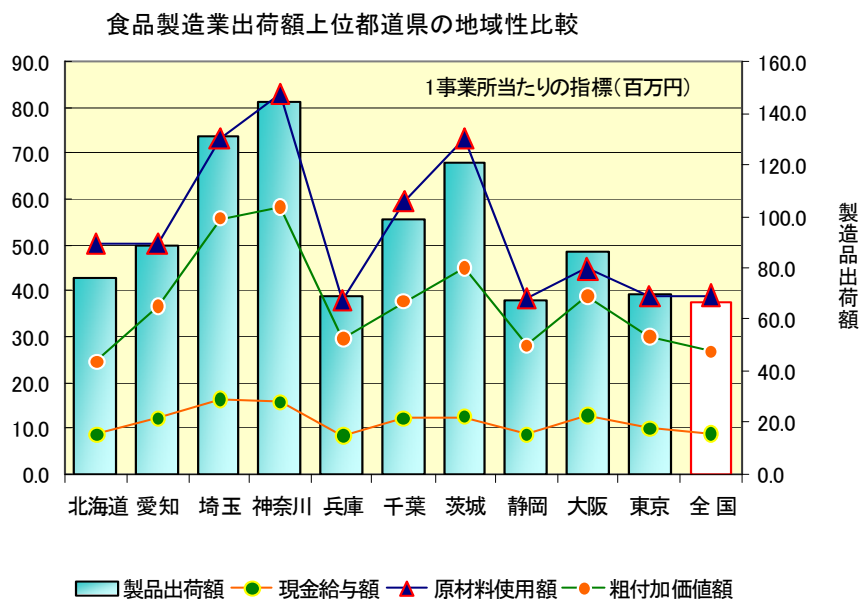
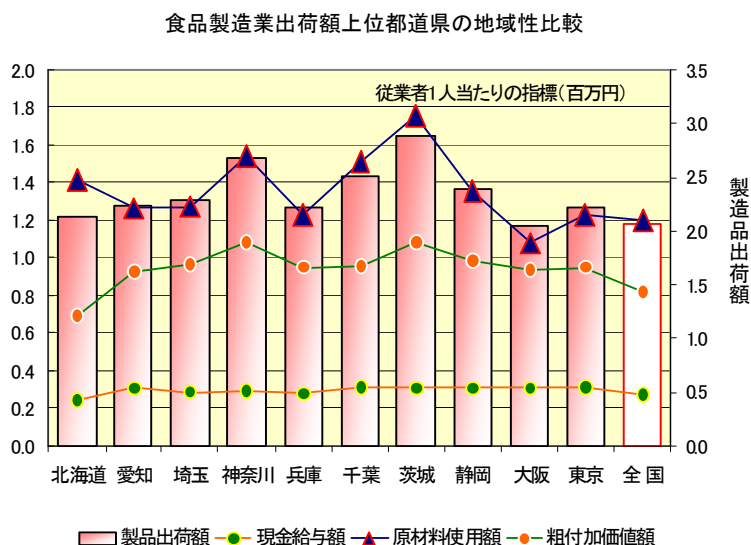


図 1-5-4 北海道の食品加工の性格（3）



全国的に、製造業全般が出荷額を減退させるなか、北海道の食品加工業の減少率は比較的小さめである。これには、大きく二つの側面が指摘できる。その一つは、食品加工業が中国や東南アジアに進出した結果、開発輸入型の現地加工が拡大しており、それが国内での製造出荷の停滞をまねていること。二つ目には、食品市場じたいの成長が困難になっており、消費市場の停滞が国内生産に及んでいとみられる。

これに対して、北海道では道内の原料生産との連動性が高く、上述の条件が厳しくなったとしてもある程度の生産を維持させなければならない事情をかかえている。原料生産すなわち、地域の農業生産と連動し、かつ都県に比べて大規模生産となっている構造的な要因も働いている。いいかえるならば、小回りが効きにくい性格を強く帯びているともいえよう。

2 北海道内の地域構造と食品加工業

つぎに、北海道内の14の支庁についてみると、食品加工業の出荷額が大きいのは、石狩、渡島、十勝、網走、釧路、根室、後志の順となっている。このうち、石狩は180万の消費人口を抱える札幌市を中心にした消費地立地の性格が非常に強い。これ以外には、十勝、網走、後志などは畑作・酪農を原料基盤とするほか、漁業基地を背景とした水産加工など、原料立地的な性格をもつ地域となっている。

図 1-5-5 北海道の支庁別の食料品出荷額

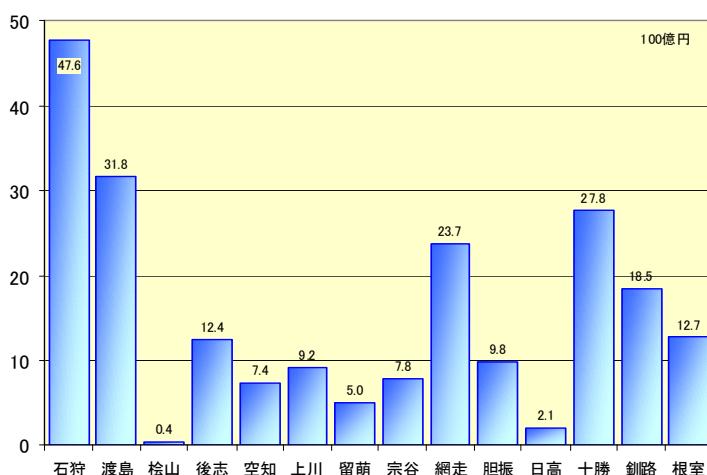
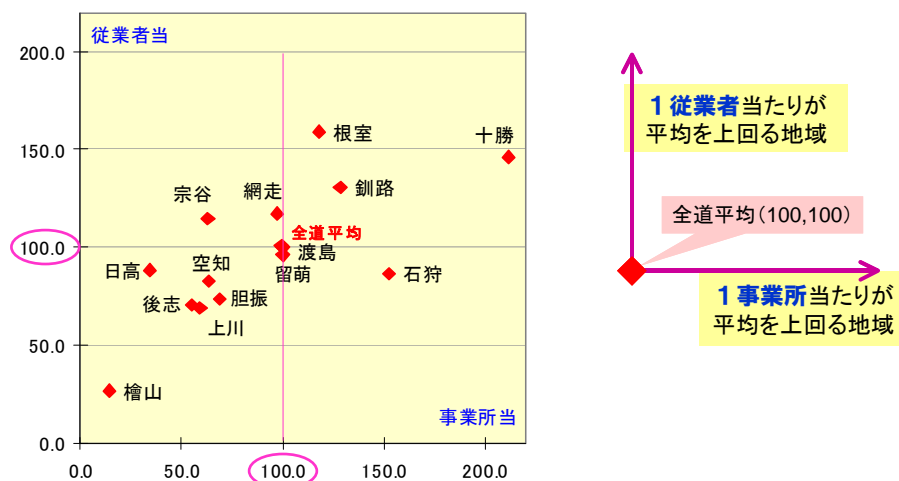


表 1-5-2 支庁別にみた食品工業の出荷額・事業所・従業者

%	出荷額	事業所数	従業者数	万円/人	1事業所当	従業者1人当
石狩	22.0	14.5	25.5	石狩	132,358.9	2,155.1
渡島	14.7	14.8	14.6	渡島	86,318.0	2,510.7
檜山	0.2	1.4	0.7	檜山	12,227.4	676.0
後志	5.7	10.4	8.2	後志	48,154.7	1,754.0
空知	3.4	5.4	4.2	空知	55,525.9	2,063.9
上川	4.3	7.2	6.1	上川	51,448.1	1,727.8
留萌	2.3	2.3	2.4	留萌	86,969.9	2,397.5
宗谷	3.6	5.7	3.1	宗谷	54,635.0	2,860.8
網走	11.0	11.3	9.4	網走	84,434.0	2,919.0
胆振	4.5	6.6	6.1	胆振	59,781.5	1,840.5
日高	1.0	2.8	1.1	日高	29,970.4	2,209.4
十勝	12.8	6.1	8.8	十勝	183,847.0	3,638.9
釧路	8.5	6.6	6.5	釧路	111,855.1	3,257.9
根室	5.9	4.9	3.7	根室	102,895.4	3,962.5
全道	100.0	100.0	100.0	全道平均	86,954.0	2,492.9

図 1-5-6 支庁別の食料品出荷額分布

1 事業所当たり・従業者 1 人当たり出荷額の全道平均との比較



石狩以外では地域の食品生産量が地域消費を大きく上回る傾向が顕著で、都道府県別の地域食料自給が200%超といわれる食料基地の性格が表れている。つまり主な需要先は、本州の大消費地を最終的な市場とするほか、業務用需要などの中間的な一次生産が多くなっている。これがしばしば指摘される、付加価値性の低さとも表裏をなしている。なお事業所単位でみるならば、事業所あたりの出荷額が全道水準を大きく上回る十勝、石狩に対して、従業者あたり出荷額が大きくなる根室、十勝、釧路などは原料生産の規模や性格（農産・酪農・漁業）の差を反映している。逆に桧山などは零細性が際だつほか、これ以外の地域は全道平均にある。

また、食品加工のタイプと使用原料の地域性を整理してみると以下のようなものである。まず、原料関係で地域農業との係わり強い業種としては、①牛乳乳製品と酪農では、生産された生乳は100%、工場に納入されて製品される。②食肉加工と畜産（とくに豚やブロイラーなどの中小家畜）の関係では約半数が食肉加工品として加工用に仕向けられる。③製粉業と小麦では全量が加工されるが、北海道内の工場のほか一部はバルクで本州方面に出荷される。④砂糖製造と甜菜の関係では、100%が工場納入されて製品化されたあと業務用需要を中心とした2次加工へと仕向けられる。⑤澱粉・冷凍食品・スナック菓子には馬鈴薯の50%強が使用される（残りは生食用として生鮮出荷）。⑥ビール（発泡酒を含む）製造業と2条大麦はメーカーとの契約栽培で100%が加工用。⑦冷凍食品や包装食品（缶詰・レトルトなど）、乾燥食品と野菜類（たまねぎ、にんじん、かぼちゃ、とうもろこしのほか馬鈴薯）では重量野菜や特産品を中心に、農産物生産量の30～60%前後が食品加工用に使用される。

これらのうち、小麦粉、砂糖、馬鈴薯澱粉などは2次加工用の中間製品で、業務用需要場中心である。また、最終消費地には一部は北海道内であるが、ほとんどは本州府県である。

3 北海道の食品加工業の再編と展望

（1）市場の狭隘化：食品市場の全般的な需要減退と輸入増加による競合

北海道の農漁業および食品加工部門は、消費市場じたいが停滞的となる一方で、農畜産物の輸入自由化とアジアからの製品輸入などにより、厳しい競争にさらされている。そうした中で企業経営的にも基礎体力が弱く、困難な市場環境の下での対応を余儀なくされている。

これまでは原料基盤とそれに結びついた1次加工を中心に、大規模農業や大量生産・大量販売のスケールメリットの追求によって狭隘化する市場条件に対処してきたが、それにも限界が見え始め（原料や労賃の低コスト競争）てきた。これまで進められてきたスケールメリット上の優位性が機能しなくなるばかりか、市場、原料生産および、加工企業経営の困難は近年、いっそう増すばかりである。そうした中での対応策として、特色のある経営、個性的な商品、（地産地消型）スモールビジネスの見直しなどが模索され始めている。

（2）道内の食品加工と「2正面」作戦

こうしたことから、比較的スケールメリットが働きやすい部門においては、全国市場や業務用需要に向けた大量出荷の体制を強化する一方で、地域性を生かした顧客志向の市場対応にも力を注ぐようになってきた。

その現れとしては以下のようなことがいえる。

①小麦粉（製粉業）は輸入外麦を使用した製粉の全国展開をするほか、「道産」小麦を「地域商品」として差別化を図る。それには、地元市場志向による最終製品の多様化戦略も大きな要素と位置づけられている。

②乳製品関係（乳業）も全体としては消費の減少傾向に曝されつつも、冷菓（アイスクリームやデザート類）や地域製造を強く押し出したミニプラントの地域牛乳（農家によるマイクロ工場）などの地元商品が浸透し始めている。既存の大手メーカー中心の体制とは別のやり方が模索されている。

③甜菜糖（糖業）では飲料や菓子向けの業務用需要中心から、機能性食品や自社製品の多様化戦略と製品開発を進めている。

④水産食品（水産加工業）では、北海道近海での原料枯渇（争奪）とロシア化の進行、「山漬け」などの伝統食（鮭鱒）回帰志向や多獲性魚の新たな商品化（パーツ化して多様化）と付加価値化を高める努力が繰り返され、その成果が現実のものとなり始めている。

⑤食肉加工なども、ハム・ソーセージ類と中心とした商品展開や大衆商品（低価格）展開に加えて、高級化や、BSE、食中毒問題の発生後は「安全・安心」を訴求した商品展開の模索など、効率生産とは別な付加価値要素を追求してきている。

以上の特徴から、大規模農業・大量生産の従来「路線」の展開（それを中心とした市場戦略とならざるをえない性格もあるが）とともに、それと組み合わせた「小さな」取り組みが併行する「2正面」展開が進行中である。

（3）北海道の食品工業の展望

北海道の農業食料生産の迎えつつある転機（再編期）にあって、原料の生産基盤と製品市場戦略の一体性（「車の両輪」論）は永遠の課題でもある。同時に、品質や最終消費の市場性には「需給のミスマッチ」傾向がしばしば指摘されてきた。その解消と克服をどう進めるのかが、これからの食品加工業の試金石でもある。

全国対応、全国展開は図りつつも、地元密着型のスモールビジネスや、個性のある中堅企業などの積極的な展開も今後の課題となる。さらには、「安心・安全・健康」のキーワードと地域資源や地域連携の強化にも活路を広げる視点も重要であろう。

そうしたときに、地域の資源（農畜水産物および人材）を総合的に活かす工夫も追求されなければならない。図示するように、北海道には一極的な大都市や大消費地とは異なった、「地域」が広範に存在する。地域の資源を活かし、地域の雇用や人材を生かす、その中心には農畜産業や酪農、漁業の北海道を代表する中心的産業と食品加工業が地域経済の有力な担い手として持続的に展開することが望まれる。

表 1-5-3 原料使用・製品出荷の市場関係

出荷額500億超の13業種(ただし飼料製造業は除く)

原料基盤	業 種 名	04 出荷額	販売先
◎原料立地	乳製品製造業	3,741.5億円	●道外
○原料立地	その他水産食料品製造業	2,026.0億円	●道外
○原料立地	冷凍水産食品製造業	1,767.3億円	●道内外
◎原料立地	塩干・塩蔵品製造業	1,183.9億円	●道内外
◎原料立地	肉製品製造業	1,076.8億円	●道内外
◎原料立地	砂糖製造業	1,024.7億円	★業務用
○不明	他に分類されない食料品製造業	920.7億円	●道外
△消費地立地	清涼飲料製造業	689.6億円	○道内
△消費地立地	ビール製造業	670.0億円	◎道内
◎原料立地	冷凍水産物製造業	637.1億円	●道外
△消費地立地	生菓子製造業	598.6億円	○道内外
○原料立地	冷凍調理食品製造業	549.8億円	●道外
△消費地立地	パン製造業	537.3億円	○道内

表 1-5-4 食品工業の経営指標 (1)

◆ 全国平均	2000	2001	2002	2003	2004
企業数	2103	2128	2094	2106	2023
収 益 性					
売上高総利益率	29.0	28.6	28.3	28.6	28.5
売上高営業利益率	3.3	2.8	3.0	3.1	3.4
売上高経常利益率	3.2	2.9	3.0	3.3	3.7
売上高純利益率	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
総資本営業利益率	3.9	3.3	3.6	3.8	4.1
自己資本経常利益率	8.9%	8.1%	8.6%	8.9%	9.6%
自己資本純利益率	0.5%	0.6%	1.1%	1.8%	2.1%
安 全 性					
流動比率	123.1	116.9	119.2	125.3	127.2
当座比率	84.4	77.2	77.4	82.4	82.5
安 定 性					
固定比率	133.8	139.7	137.5	129.7	124.9
自己資本比率	41.5	41.7	42.6	44.8	45.9
欠 損 企 業					
欠損企業数割合	16.2	17.8	15.2	15.4	14.5
収 益 構 造					
売上高売上原価率	70.7	70.9	71.5	71.2	71.3
売上高販管費率	25.7	25.8	25.3	25.4	25.1
売上高製造原価率	32.4	32.3	31.0	31.5	31.7

表 1-5-5 食品工業の経営指標 (2)

◆ 北海道	2000	2001	2002	2003	2004
企業数	215	195	202	195	190
収 益 性					
売上高総利益率	20.9	20.3	19.2	19.4	18.5
売上高営業利益率	2.5	2.1	1.8	1.8	1.7
売上高経常利益率	2.4	1.8	1.6	1.5	1.4
売上高純利益率	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
総資本営業利益率	3.9	3.4	2.9	2.9	2.7
自己資本経常利益率	10.4%	8.4%	7.4%	6.8%	6.7%
自己資本純利益率	1.6%	1.1%	0.5%	1.6%	-0.7%
安 全 性					
流動比率	128.7	129.9	125.4	127.7	123.8
当座比率	81.2	84.3	78.7	79.2	72.6
安 定 性					
固定比率	123.3	132.3	133.9	130.6	138.9
自己資本比率	36.4	34.6	35.2	35.9	33.2
欠 損 企 業					
欠損企業数割合	18.6	17.9	16.8	15.4	16.8
収 益 構 造					
売上高売上原価率	78.9	79.6	80.7	80.5	81.5
売上高販管費率	18.5	18.1	17.3	17.6	16.8
売上高製造原価率	28.6	28.4	27.5	28.9	28.9

図 1-5-7 農業を中心とした地域経済と雇用関係 (1)

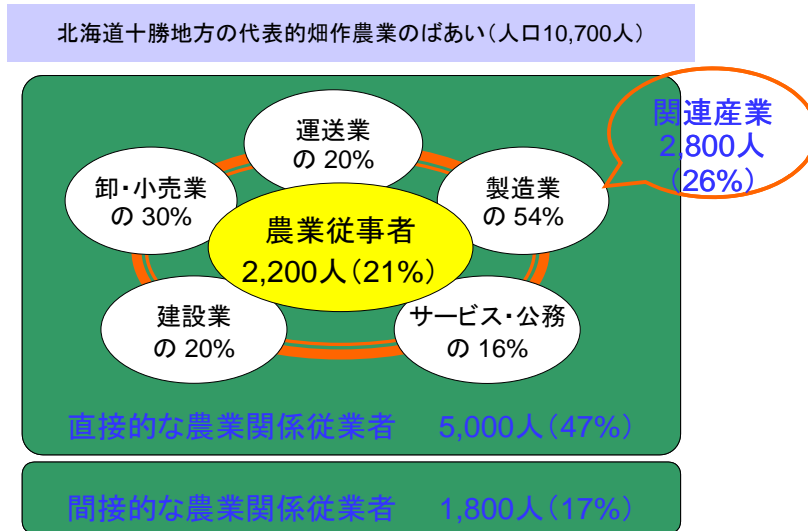
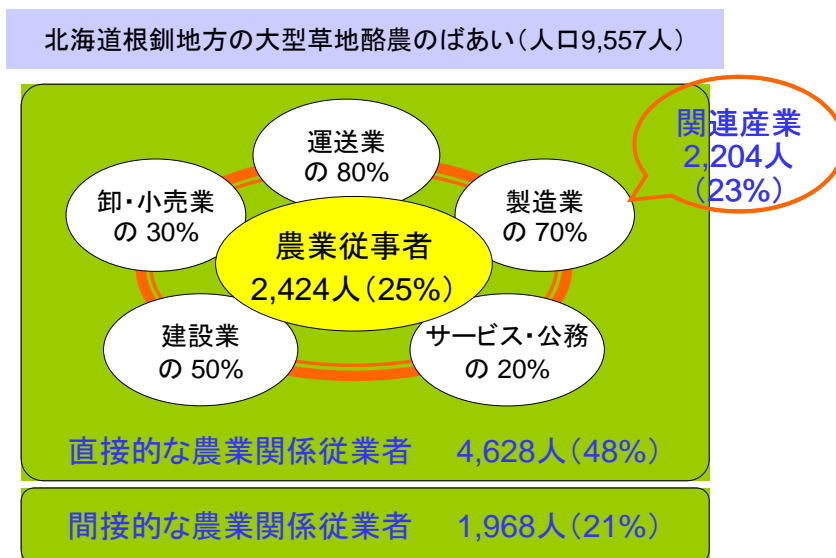


図 1-5-8 農業を中心とした地域経済と雇用関係 (2)



※[注記] 本稿で用いた図表の資料出所は、経産省「工業統計」(図 1-5-1~1-5-4 および表 1-5-1)、北海道「北海道の食品工業の現状」(図 1-5-5~1-5-6 および表 1-5-2)、北海道農務部調べ(図 1-5-7~1-5-8)、帝国データバンク(表 1-5-4~1-5-5)となっている。レイアウトの関係で図表中には「資料出所」を明記できなかったのでここに略記しておく。