

グラフでみる加工食品の 生産・販売、外食等の指標



目 次

<グラフでみる生産販売統計>

1. 加工食品の生産動向
2. 食品卸売業・食品小売業
3. 外食産業
4. 食料品の物価

<今月のトピック>

- ・食品製造業の収益性とマークアップ率
- ・食品製造業の労働生産性と消費者物価の関係



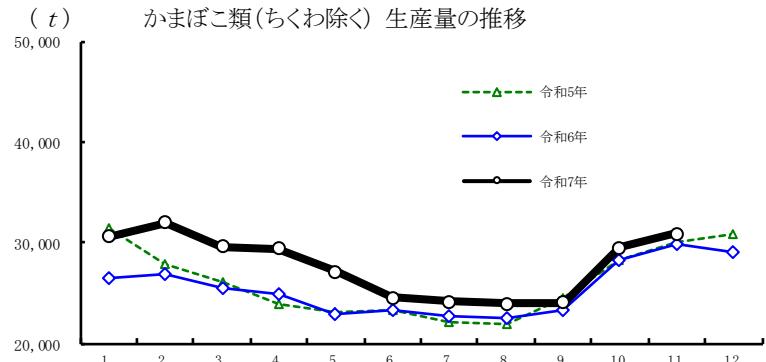
1. 加工食品の生産動向

食品需給研究センターでは、食品製造業の月次生産動向について、調査・分析業務（農林水産省「食品産業動態調査」）として実施しています。<https://www.fmric.or.jp/stat/index.html>
ここでは、加工食品の主な品目別の生産動向（増減率、速報値）についてとりあげます。
なお、詳細は、**11ページ**以降の「食品製造業の生産動向」をご覧ください。

○ かまぼこ類

生産量 対前年同月比

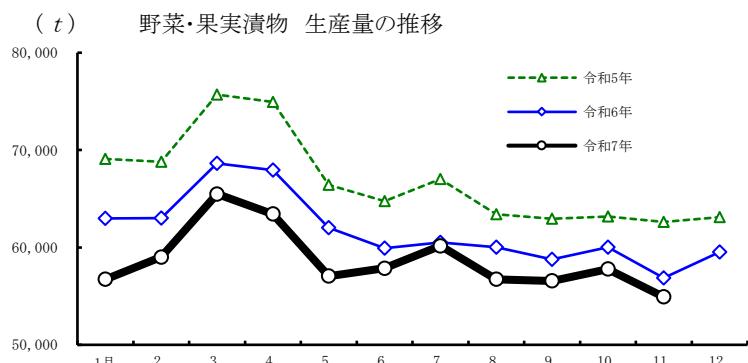
11月 3.7% 増加



○ 野菜・果実漬物

生産量 対前年同月比

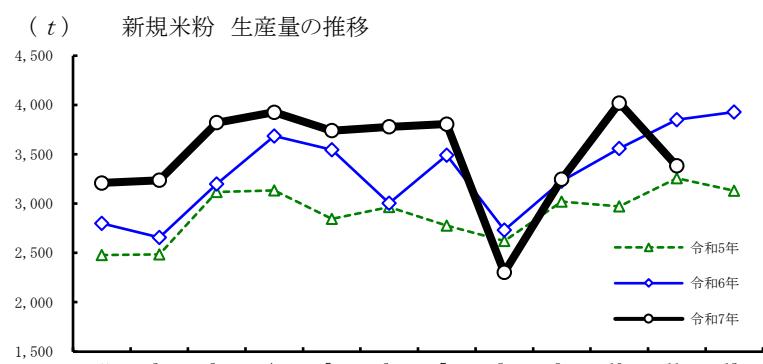
11月 3.4% 減少



○ 新規米粉

生産量 対前年同月比

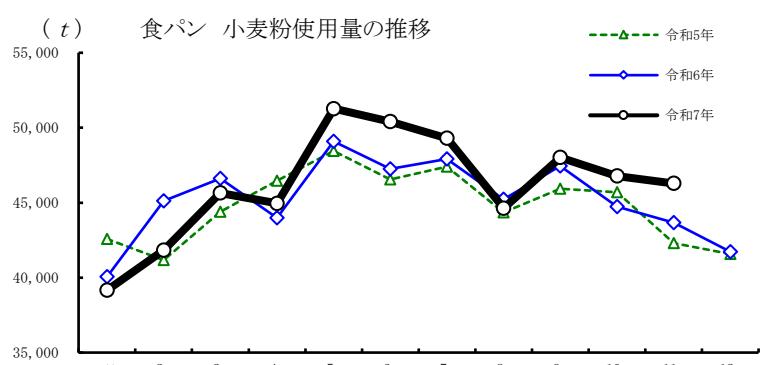
11月 12.2% 減少



○ 食パン

小麦粉使用量 対前年同月比

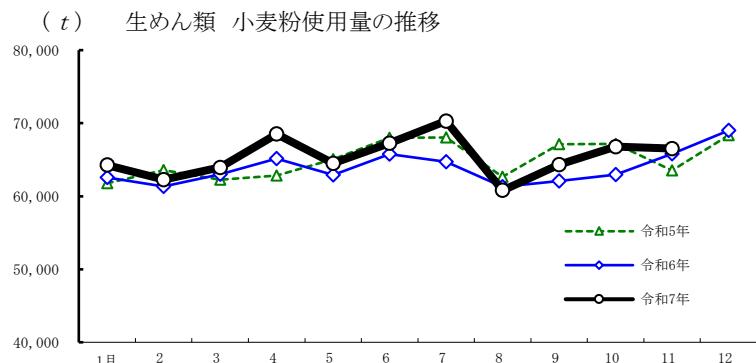
11月 6.0% 増加



1. 加工食品の生産動向

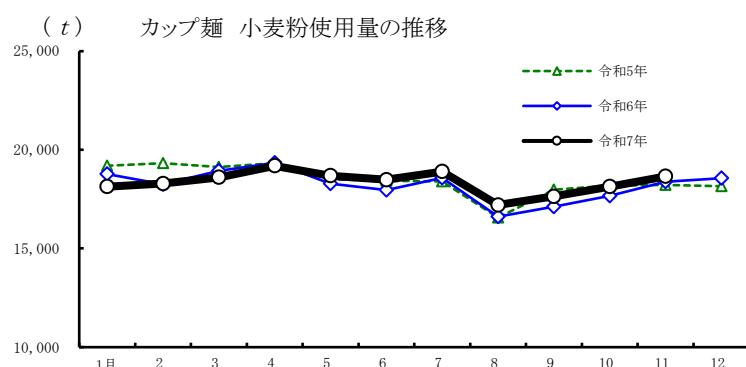
○ 生めん類

小麦粉使用量 対前年同月比
11月 1.0% 増加



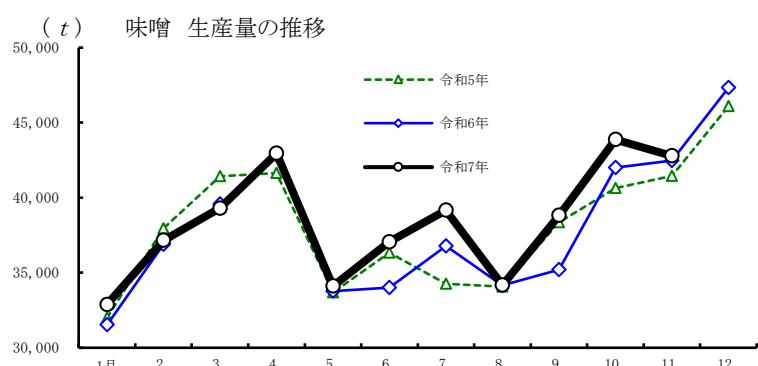
○ 即席カップめん

小麦粉使用量 対前年同月比
11月 1.4% 增加



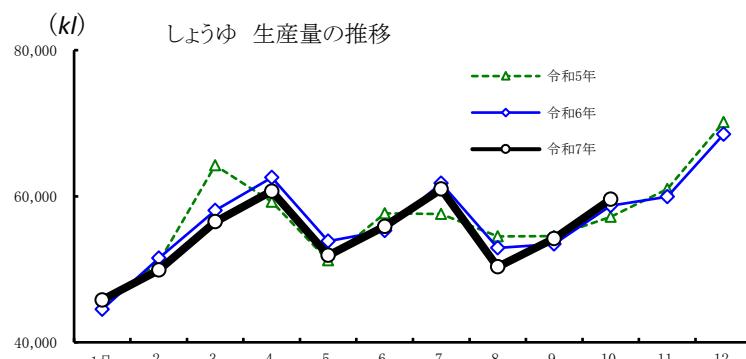
○ 味噌

生産量 対前年同月比
11月 0.8% 増加



○ しょうゆ

生産量 対前年同月比
10月 1.5% 增加

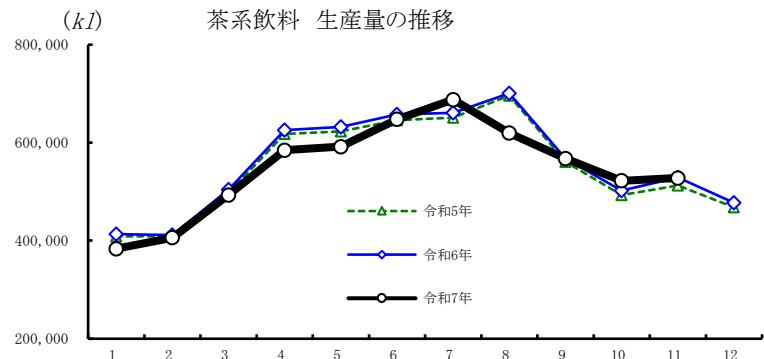


1. 加工食品の生産動向

○ 茶系飲料

生産量 対前年同月比

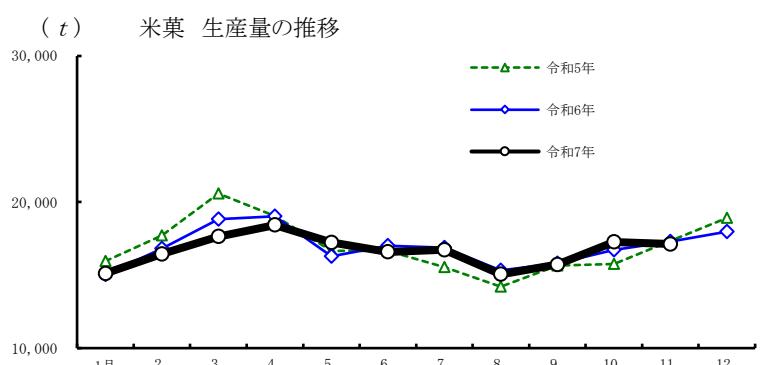
11月 0.2% 減少



○ 米菓

生産量 対前年同月比

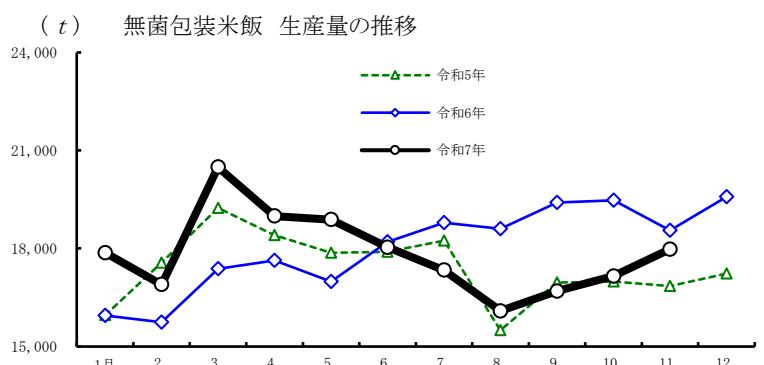
11月 1.0% 減少



○ 無菌包装米飯

生産量 対前年同月比

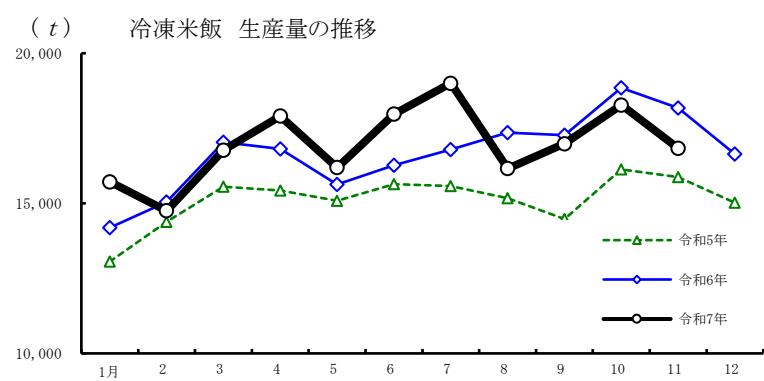
11月 3.1% 減少



○ 冷凍米飯

生産量 対前年同月比

11月 7.4% 減少



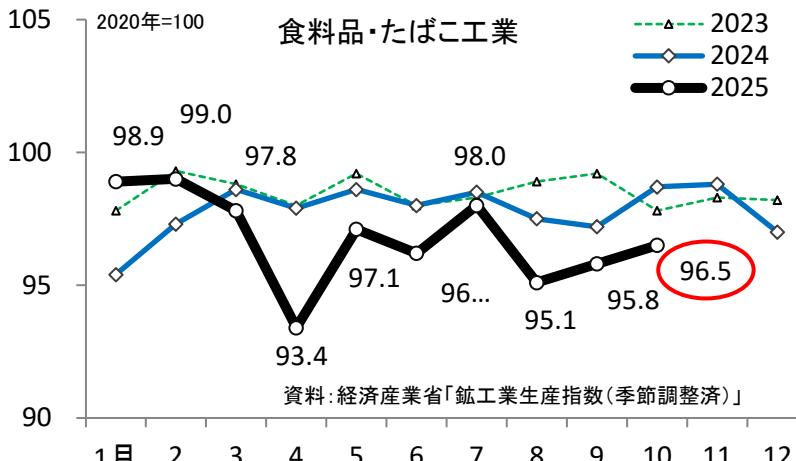
<参考> 食料品・たばこ工業の生産動向
(経済産業省「鉱工業生産指数」より)

○ 食料品・たばこ工業

生産指数 対前年同月比

10月 2.2% 低下

※経済産業省「鉱工業生産指数」は、鉱工業製品を生産する国内の事業所における生産、出荷、在庫に係る諸活動の統計。食品製造業の月次の生産動向について、みることができます。



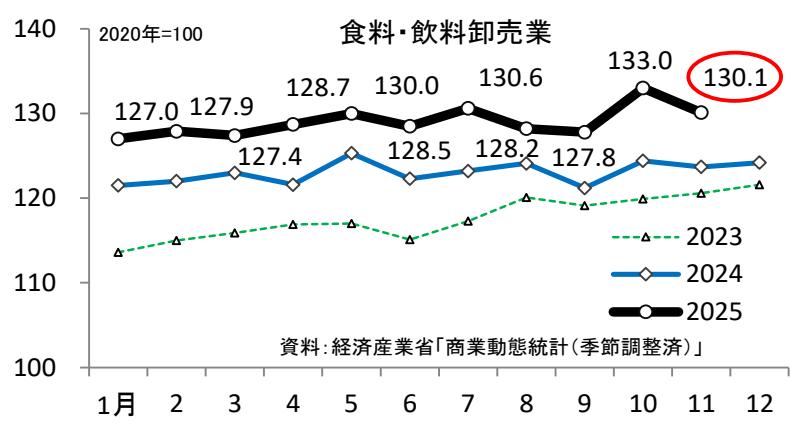
2. 食品卸売業・食品小売業

○ 食料・飲料卸売業

売上高 対前年同月比

11月 5.2% 増加

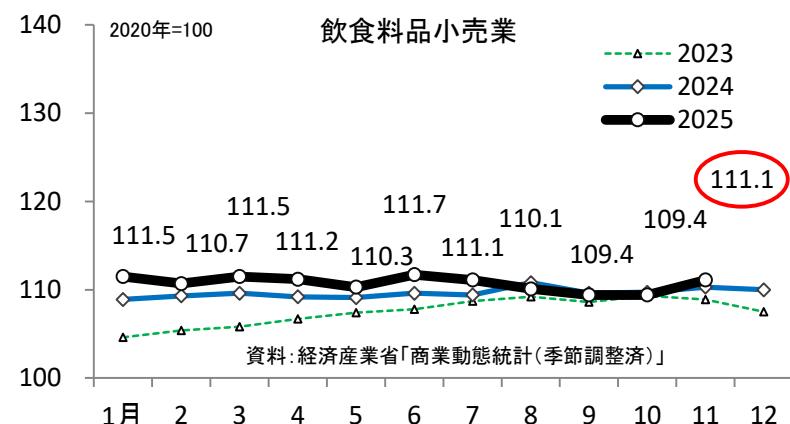
経済産業省「商業動態統計」は、全国の商業を営む事業所及び企業の販売活動の統計。
具体的には、卸売業、小売業及び小売業の業態別（スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の飲食料品部等の売上高（月次速報）について、みることができます。



○ 飲食料品小売業

売上高 対前年同月比

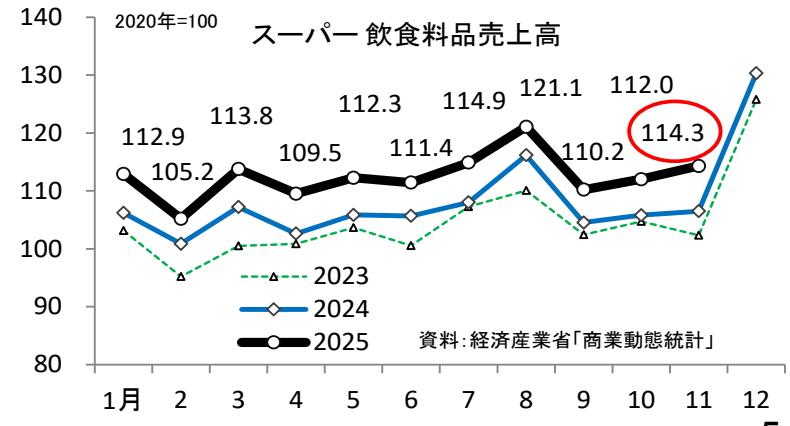
11月 0.7% 増加



○ スーパー

飲食料品売上高 対前年同月比

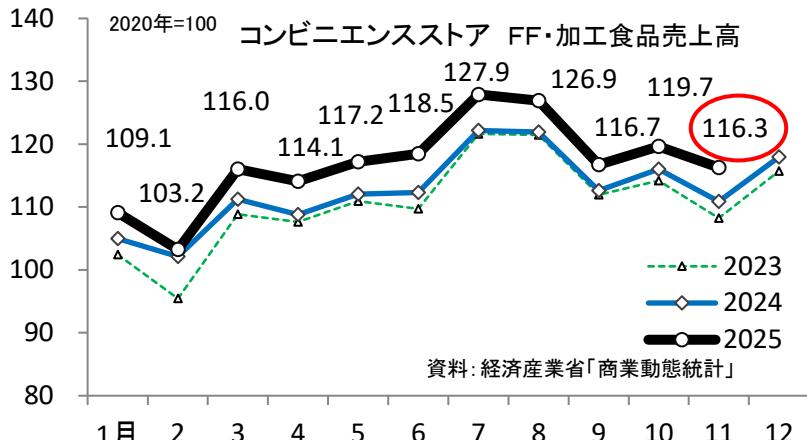
11月 7.4% 增加



2. 食品卸売業・食品小売業

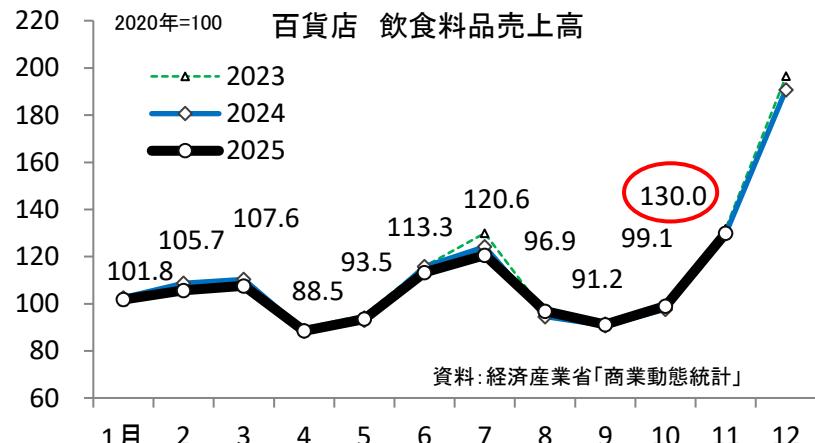
○ コンビニエンスストア

FF・加工食品売上高 対前年同月比
11月 4.9% 增加



○ 百貨店

飲食料品売上高 対前年同月比
11月 0.1% 増加

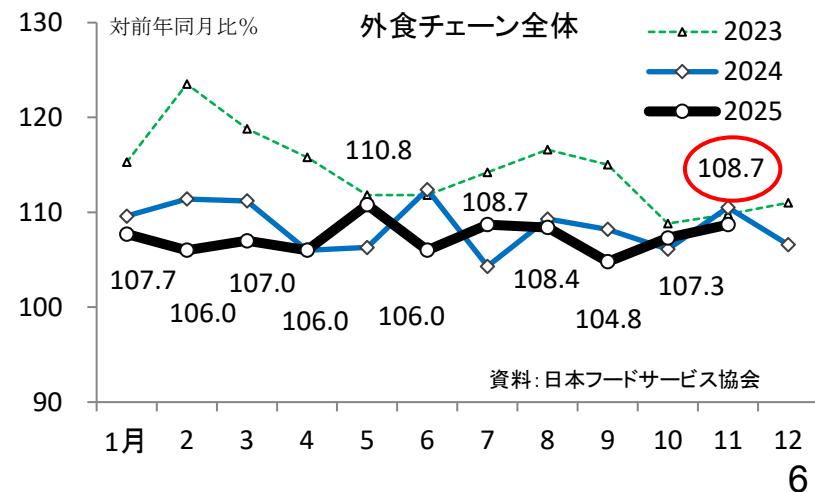


3. 外食産業

一般社団法人日本フードサービス協会の「外食産業市場動向調査」は、外食チェーン企業203社約3万9千店の売上高等についての業態別の統計。直近の売上動向がわかります。

○ 外食全体

全店売上高 対前年同月比
11月 8.7% 増加

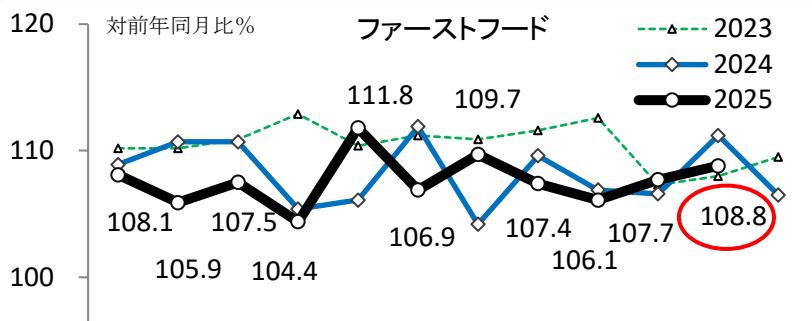


3. 外食産業

○ ファーストフード

全店売上高 対前年同月比

11月 8.8% 増加

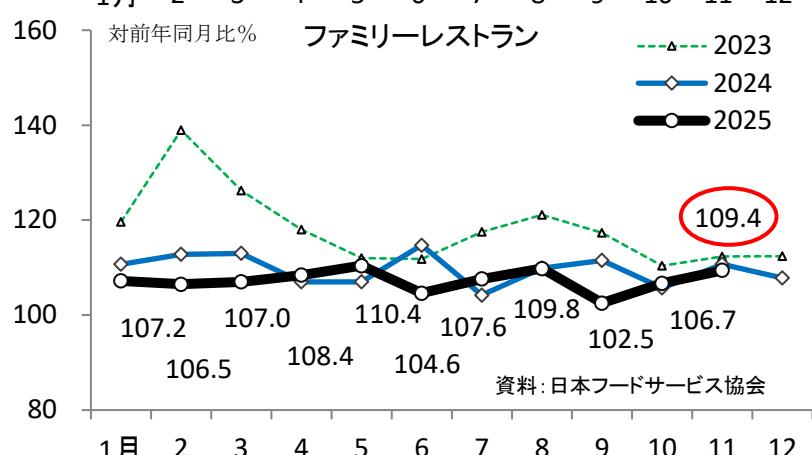


資料:日本フードサービス協会

○ ファミリーレストラン

全店売上高 対前年同月比

11月 9.4% 増加

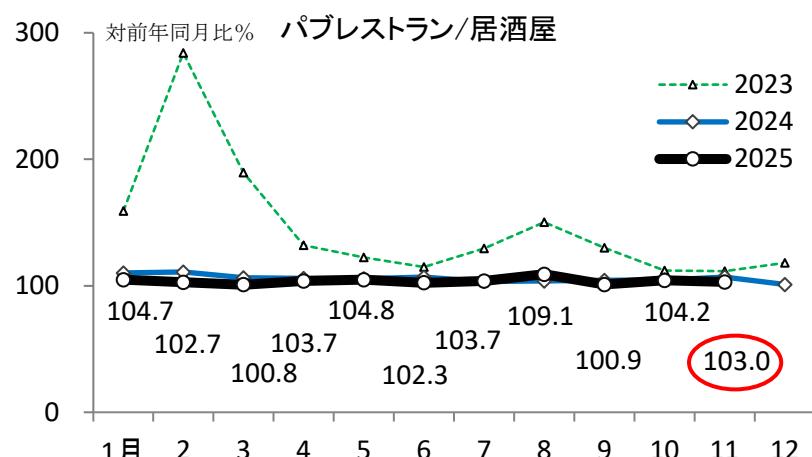


資料:日本フードサービス協会

○ パブレストラン/居酒屋

全店売上高 対前年同月比

11月 3.0% 増加

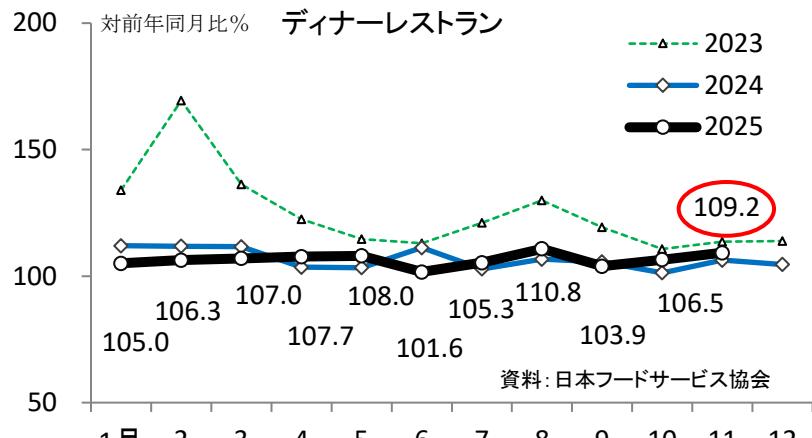


資料:日本フードサービス協会

○ ディナーレストラン

全店売上高 対前年同月比

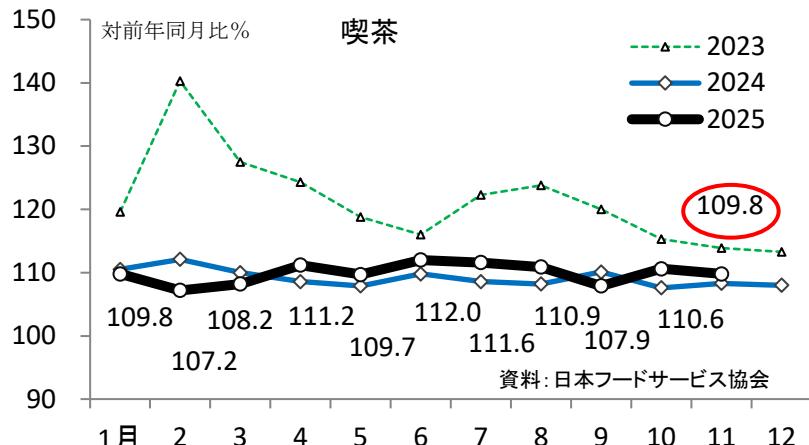
11月 9.2% 増加



資料:日本フードサービス協会

○ 喫茶

全店売上高 対前年同月比

11月 9.8% 増加

4. 食料品の物価

○ 企業物価指数

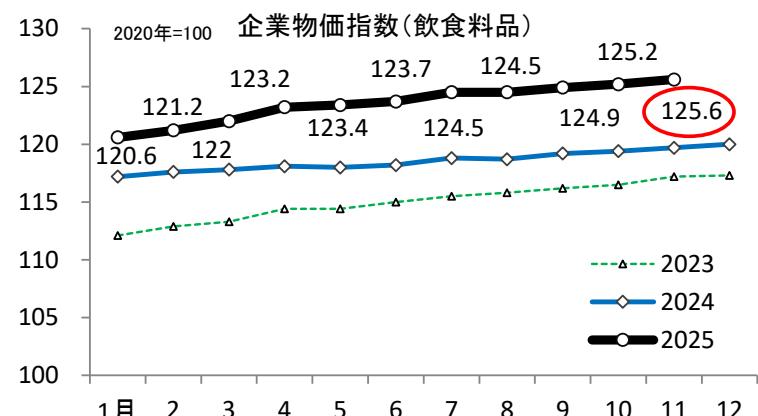
企業物価指数は、企業間で取引される品質を固定した商品（財）の価格を継続的に調査し、現在時点の価格を、基準時点（2020年）の価格を100として、指数化したもの。

このうち、食品製造業（飲食料品）の出荷販売価格について、みることができます。

資料：日本銀行「企業物価指数」

○ 企業物価指数
(飲食料品)

飲食料品 対前年同月比

11月 4.9% 上昇

資料:日本銀行「企業物価指数」

○ 消費者物価指数

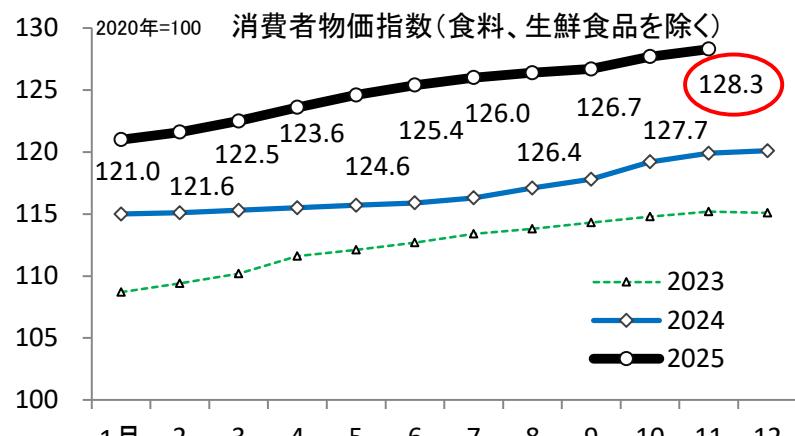
消費者物価指数は、全国の世帯が購入する財及びサービスの価格変動を総合的に測定し、物価の変動を時系列的に測定するもの。

このうち、食料（生鮮食品を除く）について、みることができます。

資料：総務省「消費者物価指数」

○ 消費者物価指数
(食料(生鮮食品除く))

食料 対前年同月比

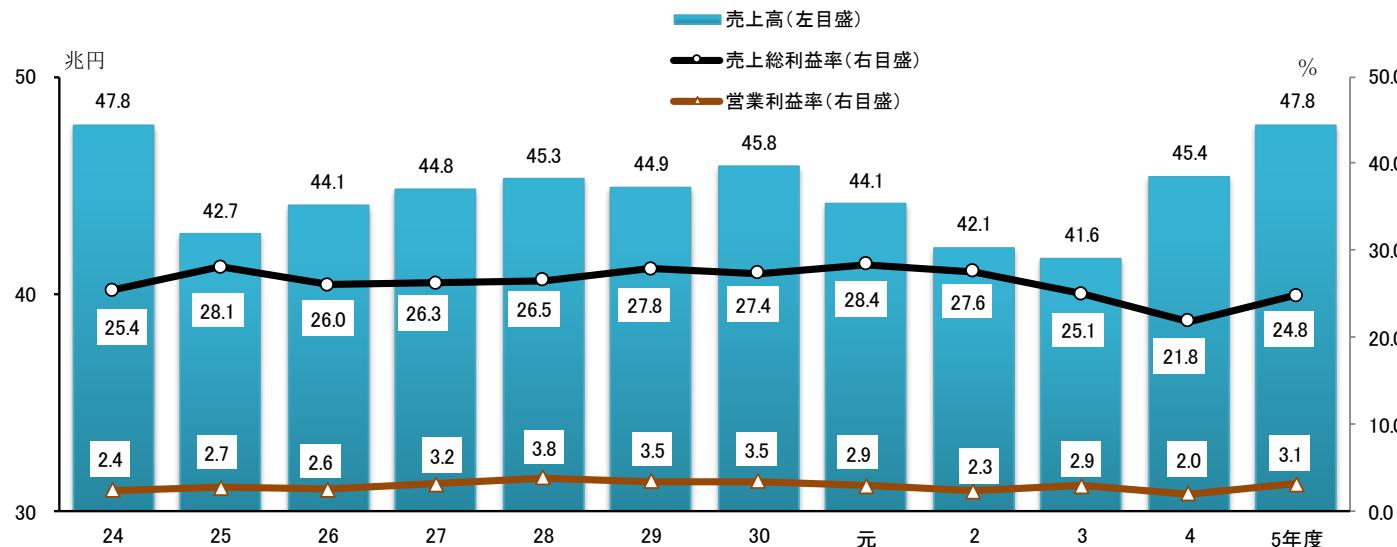
11月 7.0% 上昇

資料:総務省「消費者物価指数」

令和5年度食品製造業の売上高は対前年比5.2%増加、売上総利益率、営業利益率も上昇

令和5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、47兆8千億円で対前年度比5.2%とやや増加となった。また、売上総利益率は24.8%で対前年度比3.0ポイント、売上高営業利益率は3.1%で対前年度比は1.2ポイント上昇した。売上高が増加し、売上原価が前年度並みであったことが要因とみられる。

図1 食品製造業の売上高、売上総利益率、営業利益率の推移

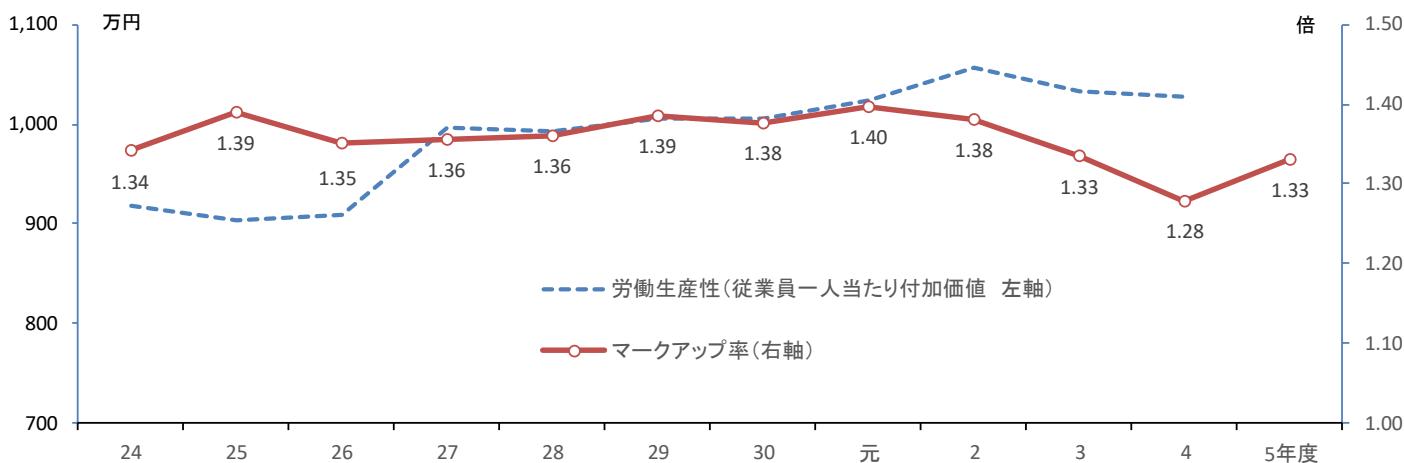


資料: 財務省「法人企業統計」

令和5年度食品製造業のマークアップ率は1.33倍と対前年度比でわずかに改善

令和5年度の食品製造業のマークアップ率は1.33倍で対前年度比0.5ポイントの上昇となった。売上高が増加し、売上原価が前年度並みであったことが要因とみられる。マークアップ率は、分母を製造コスト（限界費用）、分子を販売価格とする分数であり、製造コストの何倍の価格で販売できているかを見る指標である。日本の食品製造業のマークアップ率は欧米に比べて低いことが課題となっている。

図2 食品製造業のマークアップ率

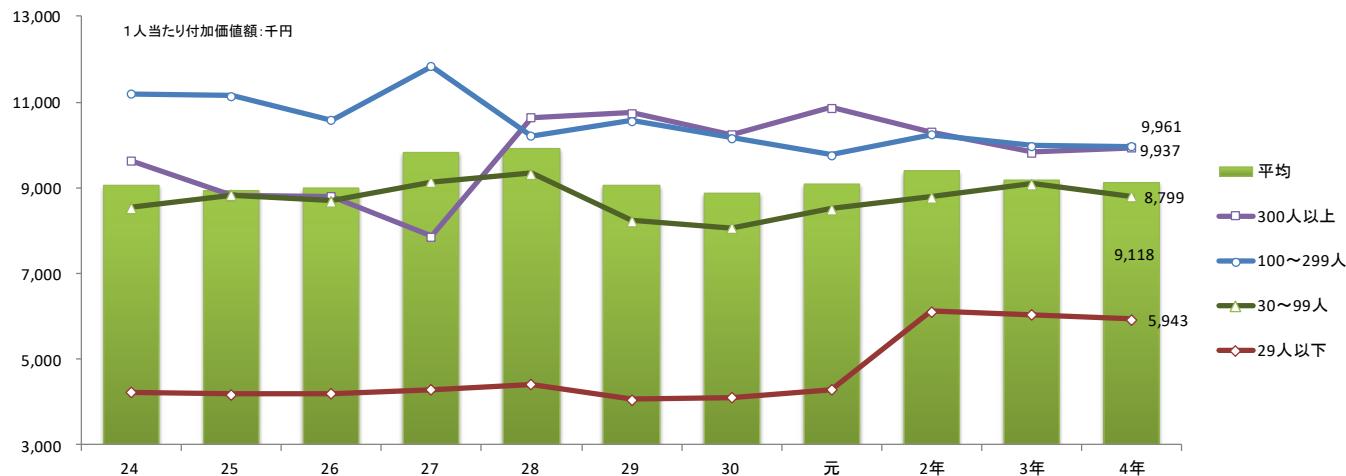


資料: マークアップ率は財務省「法人企業統計」(年度データ)、労働生産性は経済産業省「経済構造調査」(暦年データ)より作成。

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

令和4年の食品製造業の労働生産性は、経済産業省「経済構造調査」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みられない。

図3 食品製造業の労働生産性（令和4年、従業員規模別）



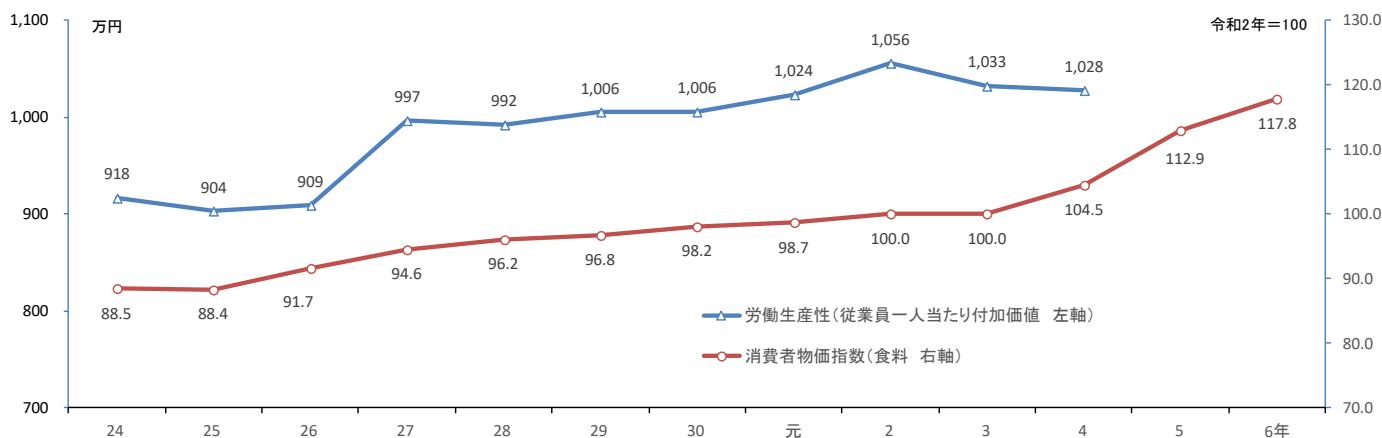
資料：経済産業省「工業統計」、「経済センサス-活動調査」、「経済構造調査」より作成。酒類製造業を除く

食品製造業の労働生産性は、消費者物価の上昇に伴い、上昇

食品製造業における労働生産性と食料の消費者物価は相関がある。一般的に食品の販売価格の上昇は付加価値額の増加をもたらすからである。

令和4年は食品製造業の原材料使用額等が製品出荷額等を上回ったことから、従業者1人あたり付加価値額が減少となった。令和5年以降は飲食料品の物価の上昇に伴い、労働生産性が改善されることが期待される。

図4 食品製造業の労働生産性と消費者物価指数の推移



資料：労働生産性は経済産業省「工業統計」「経済センサス調査」「経済構造調査」より作成。食料の消費者物価は総務省「消費者物価指数」。