

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 "コロナショック"からの再生 >

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 >

- ・人口動態と世帯数の変化



1. 加工食品の生産動向 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

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。

ここでは、加工食品の調査対象のうち、特に今般の新型コロナウイルス感染症の影響が大きい品目の生産動向（増減率、速報値）についてとりあげます。

なお、詳細は、<https://www.fmric.or.jp/stat/index.html>

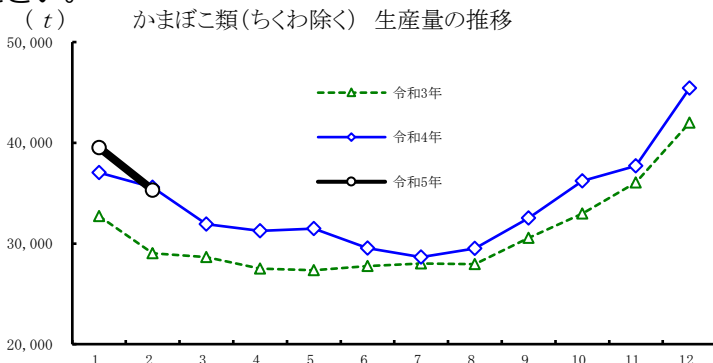
「食品製造業の生産動向」をご覧ください。

○ かまぼこ類

生産量 対前年同月比

2月 0.8% 減少

令和元年同月比 **6.2% 減少**

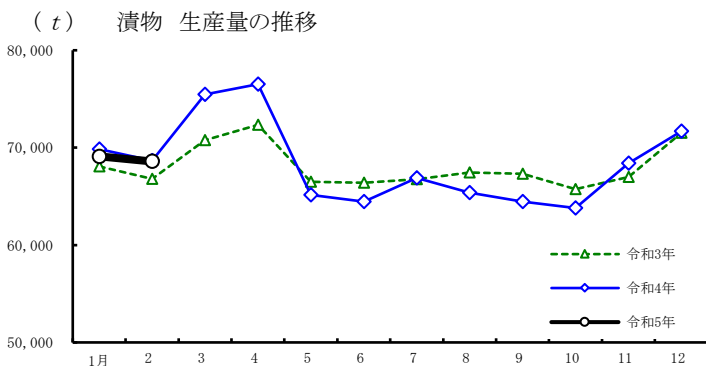


○ 漬物

生産量 対前年同月比

2月 0.1% 減少

令和元年同月比 **11.7% 増加**

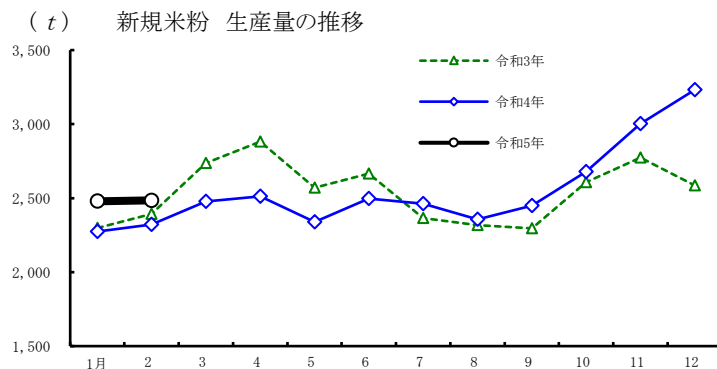


○ 新規米粉

生産量 対前年同月比

2月 7.0% 増加

令和元年同月比 **13.4% 増加**

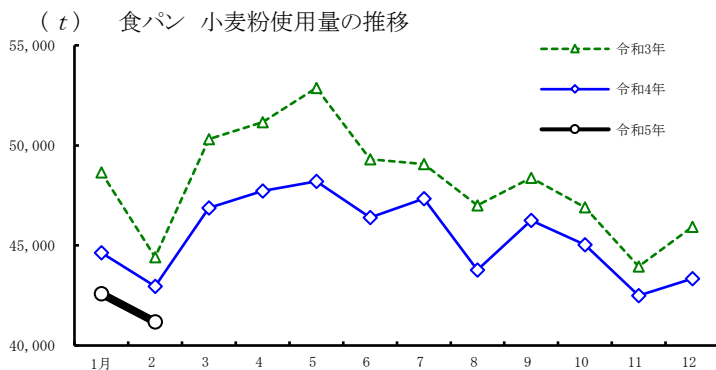


○ 食パン

小麦粉使用量 対前年同月比

2月 4.1% 減少

令和元年同月比 **13.6% 減少**



1. 加工食品の生産動向 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

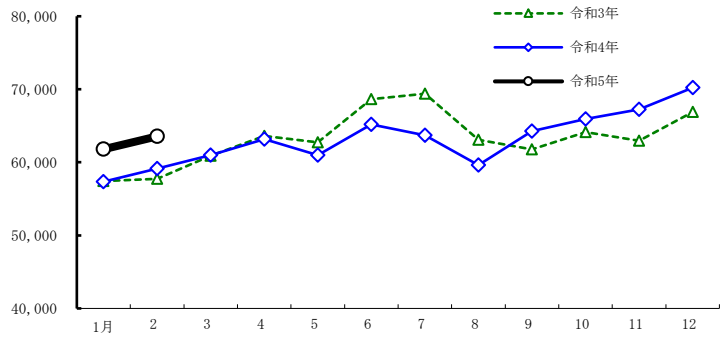
○ 生めん類

小麦粉使用量 対前年同月比

2月 7.5% 増加

令和元年同月比 25.4% 増加

(t) 生めん類 小麦粉使用量の推移



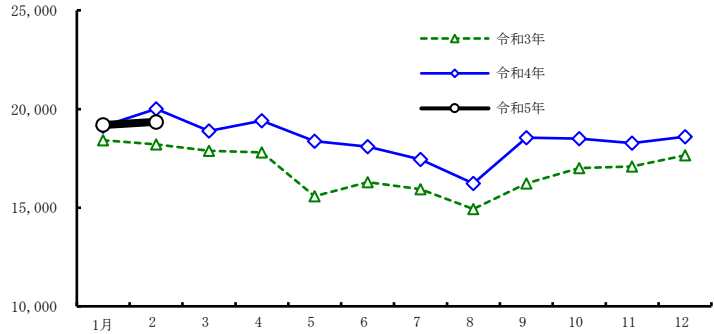
○ 即席カップめん

小麦粉使用量 対前年同月比

2月 3.3% 減少

令和元年同月比 6.5% 増加

(t) カップめん 小麦粉使用量の推移



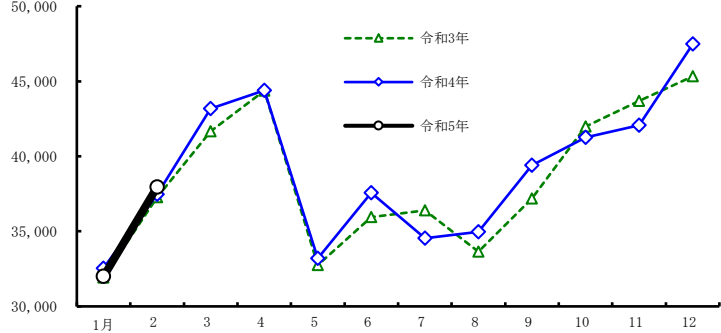
○ 味噌

生産量 対前年同月比

2月 1.3% 増加

令和元年同月比 2.6% 増加

(t) 味噌 生産量の推移



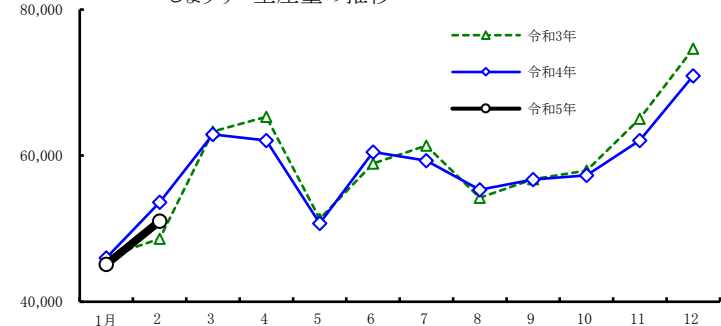
○ しょうゆ

生産量 対前年同月比

2月 4.8% 減少

令和元年同月比 6.7% 減少

(kl) しょうゆ 生産量の推移



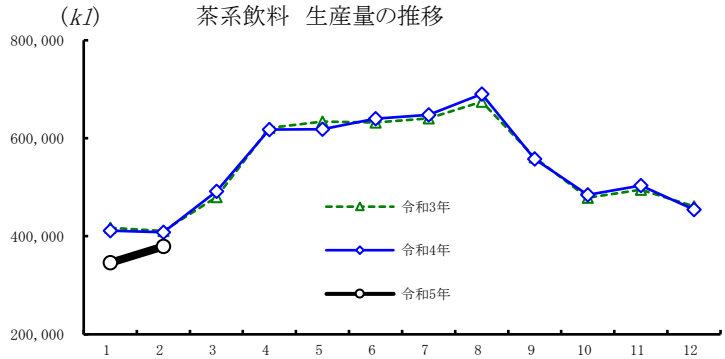
1. 加工食品の生産動向 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ 茶系飲料

生産量 対前年同月比

2月 7.0% 減少

令和元年同月比 **7.5% 減少**

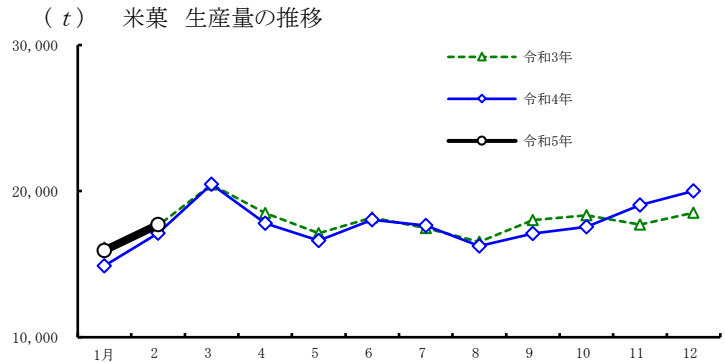


○ 米菓

生産量 対前年同月比

2月 3.4% 増加

令和元年同月比 **3.0% 減少**

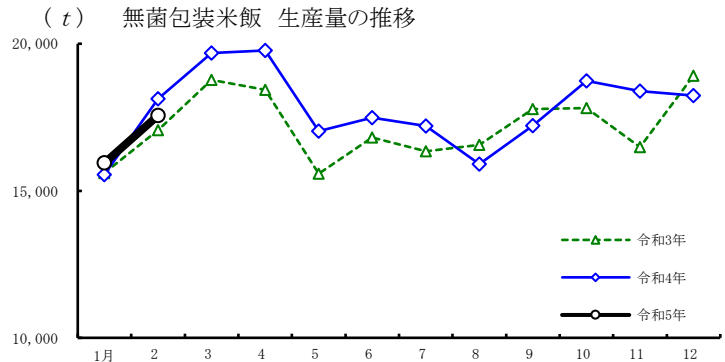


○ 無菌包装米飯

生産量 対前年同月比

2月 3.1% 減少

令和元年同月比 **26.8% 増加**

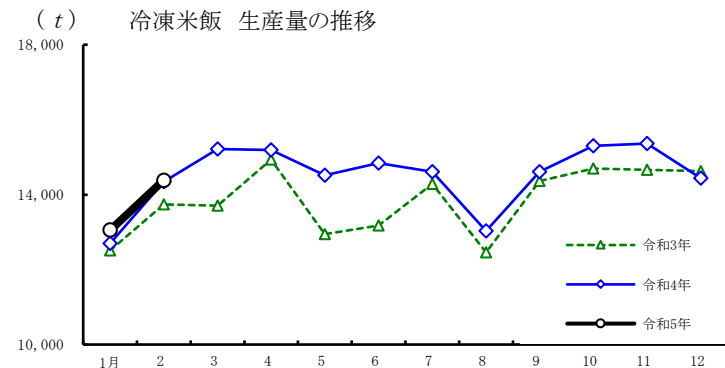


○ 冷凍米飯

生産量 対前年同月比

2月 0.3% 増加

令和元年同月比 **2.3% 減少**



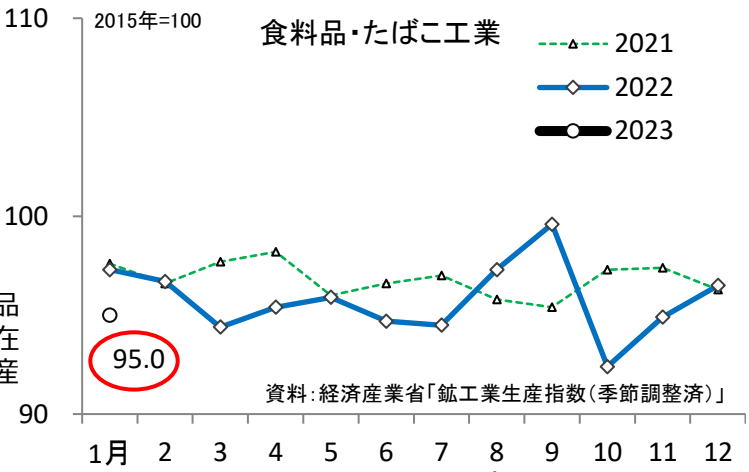
<参考> 食料品・たばこ工業の生産動向
(経済産業省「鉱工業生産指数」より)

○ **食料品・たばこ工業**

生産指数 対前年同月比

1月 2.4% 減少

※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。



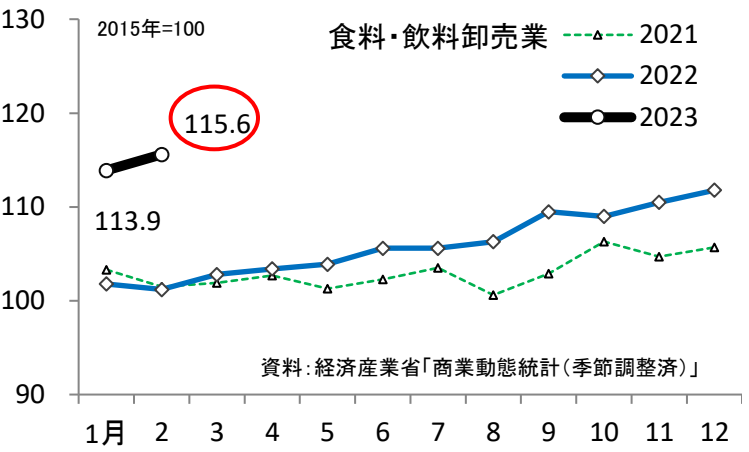
2. 食品卸売業・食品小売業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ **食料・飲料卸売業**

売上高 対前年同月比

2月 14.2% 増加

2019年同月比 6.8% 増加



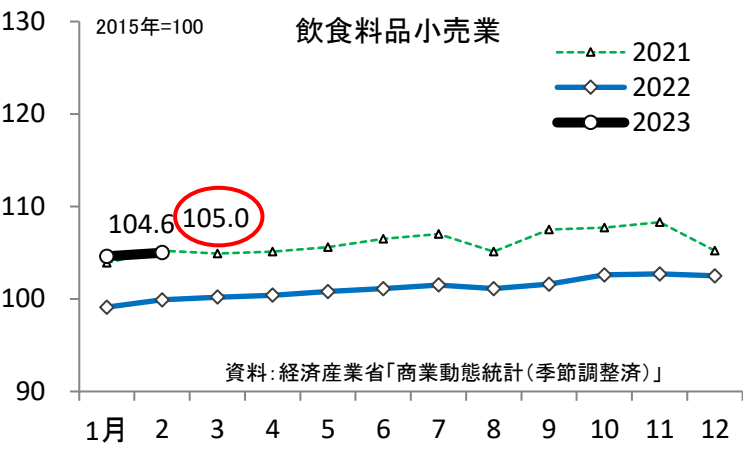
経済産業省「商業動態統計」は、全国の商業を営む事業所及び企業の販売活動の統計。具体的には、卸売業、小売業及び小売業の業態別(スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の飲食料品都等の売上高(月次速報)について、みることができます。

○ **飲食料品小売業**

売上高 対前年同月比

2月 5.1% 増加

2019年同月比 2.0% 増加

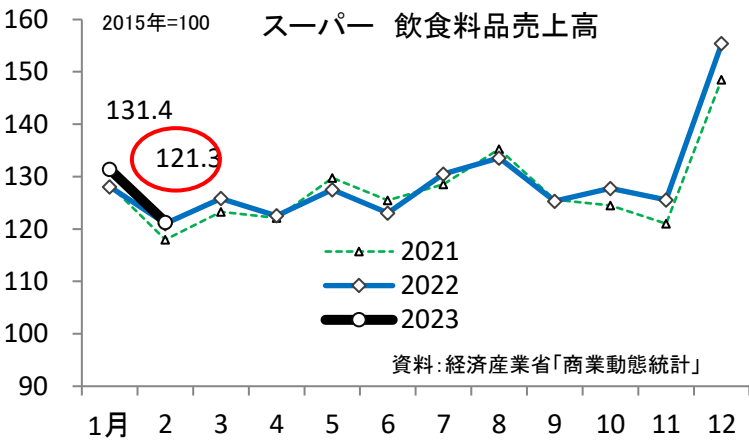


○ **スーパー**

飲食料品売上高 対前年同月比

2月 0.2% 増加

2019年同月比 41.4% 増加



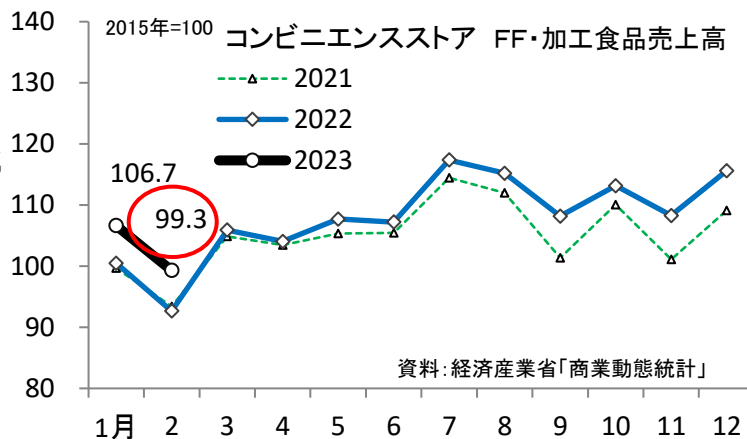
2. 食品卸売業・食品小売業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ コンビニエンスストア

FF・加工食品売上高 対前年同月比

2月 7.2% 増加

2019年同月比 1.9% 増加

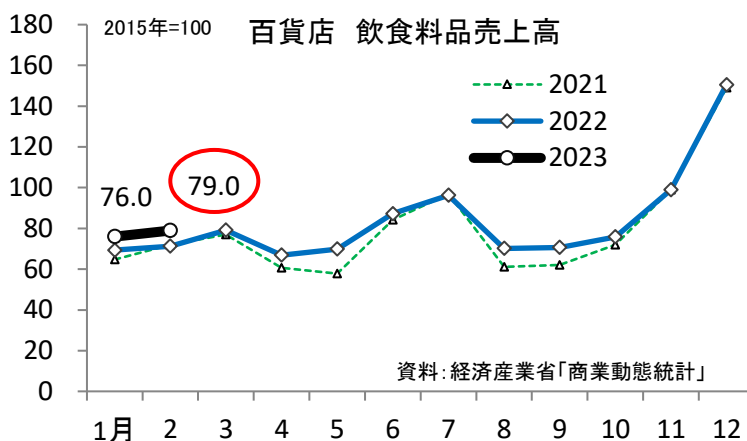


○ 百貨店

飲食料品売上高 対前年同月比

2月 10.8% 増加

2019年同月比 18.9% 減少



3. 外食産業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

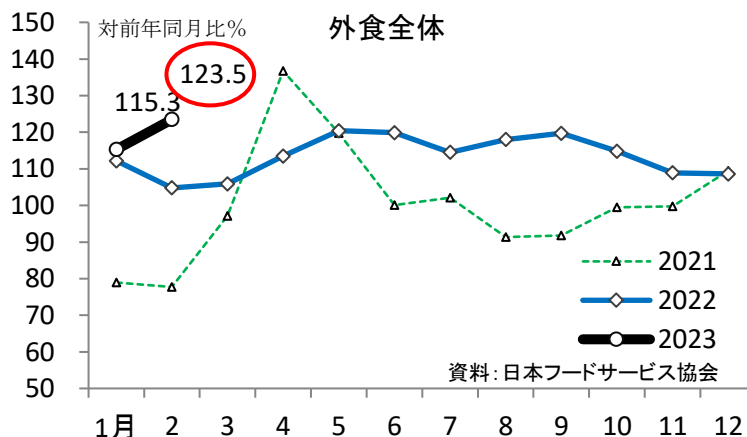
一般社団法人日本フードサービス協会の「外食産業市場動向調査」は、外食チェーン企業203社約3万9千店の売上高等についての業態別の統計。直近の売上動向がわかります。

○ 外食全体

全店売上高 対前年同月比

2月 23.5% 増加

2019年同月比 0.6% 増加



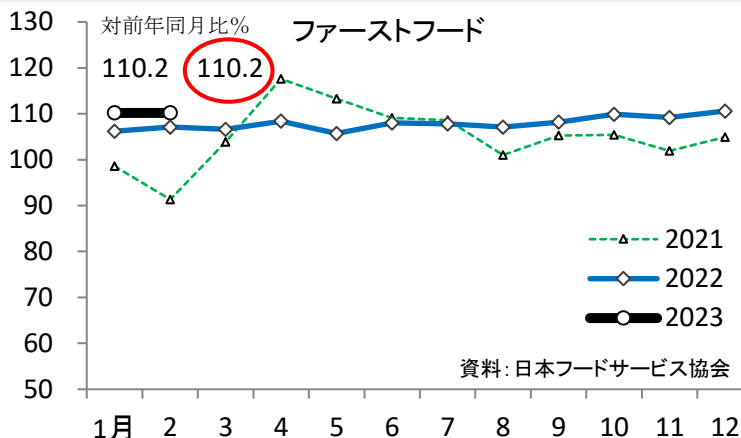
3. 外食産業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ ファーストフード

全店売上高 対前年同月比

2月 10.2% 増加

2019年同月比 7.8% 増加

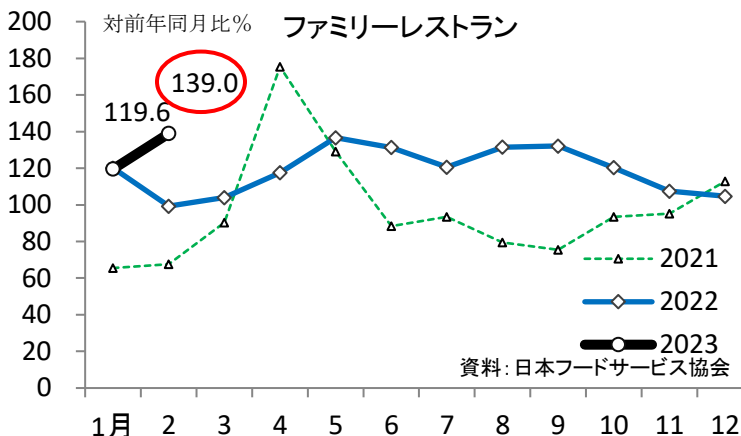


○ ファミリーレストラン

全店売上高 対前年同月比

2月 39.0% 増加

2019年同月比 6.7% 減少

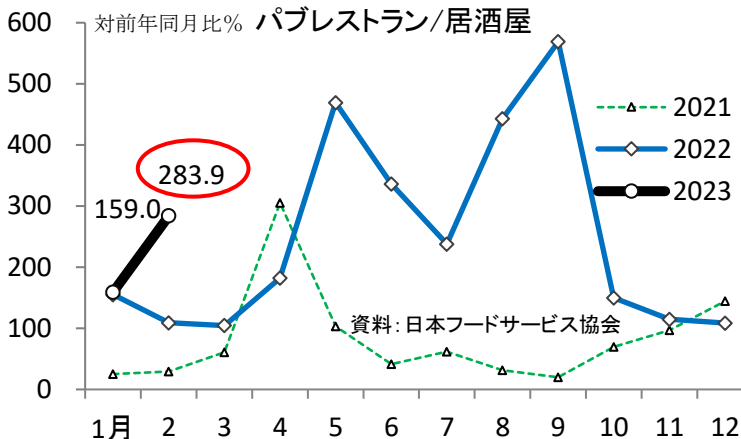


○ パブレストラン/居酒屋

全店売上高 対前年同月比

2月 183.9% 増加

2019年同月比 9.5% 減少

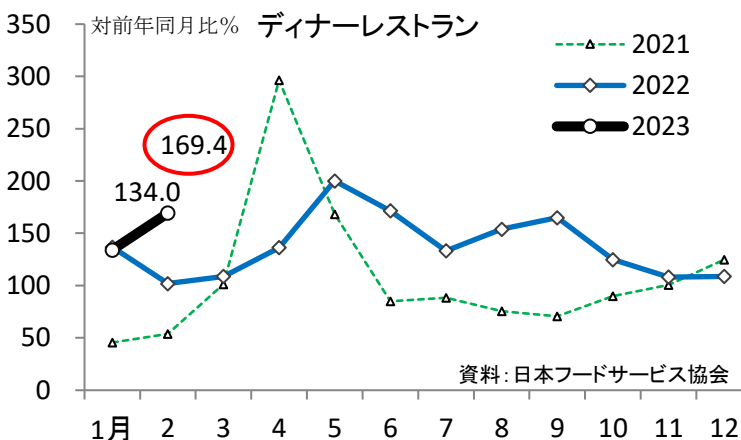


○ デイナーレストラン

全店売上高 対前年同月比

2月 69.4% 増加

2019年同月比 7.3% 減少



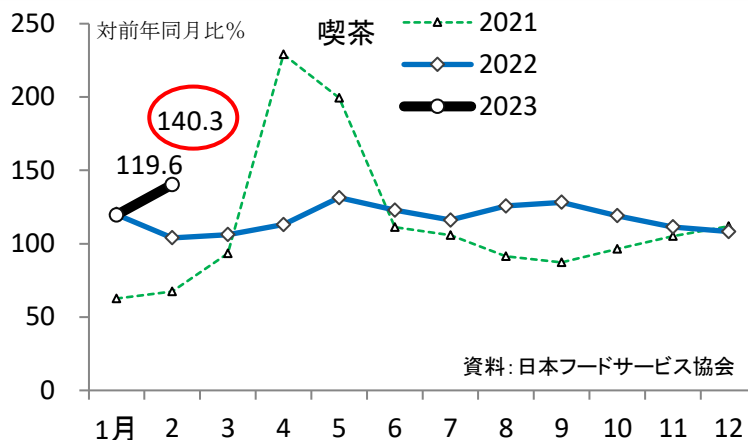
3. 外食産業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ 喫茶

全店売上高 対前年同月比

2月 40.3% 増加

2019年同月比 **1.7% 減少**



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（2015年）の価格を100として、指数化したもの。

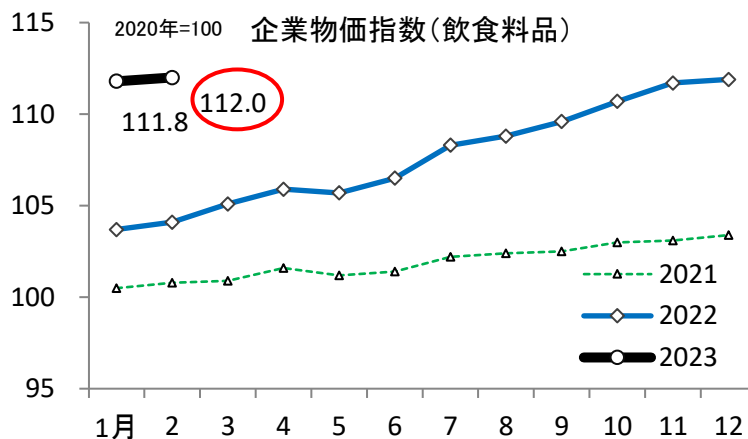
このうち、食品製造業（飲食料品）の出荷販売価格について、みることができます。

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

2月 7.6% 上昇



○ 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。

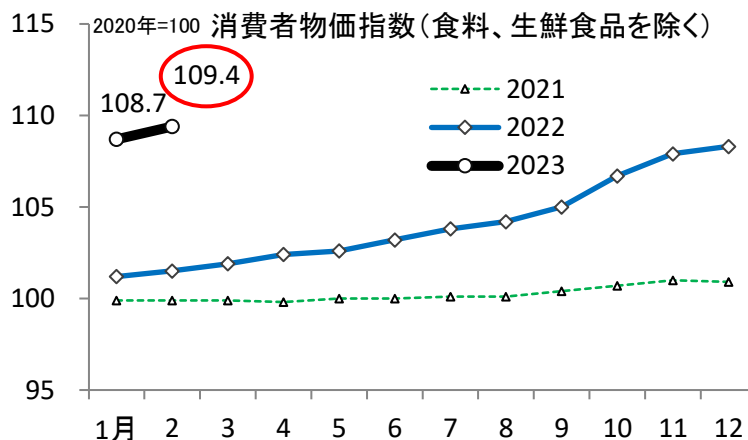
このうち、食料（生鮮食品を除く）について、みることができます。

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

2月 7.8% 上昇



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

わが国の人口は平成22年の1億2,588万人（国勢調査平成 22年10月）をピークに減少に転じており、令和4年10月の人口は1億2,483万人で前年同月比67万2千人の減少となっている（総務省「人口推計月表速報」）。今後も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、令和4年1月には5,976万世帯で対前年同月比26万4千世帯の増加となっている。

図1 人口及び世帯数の推移



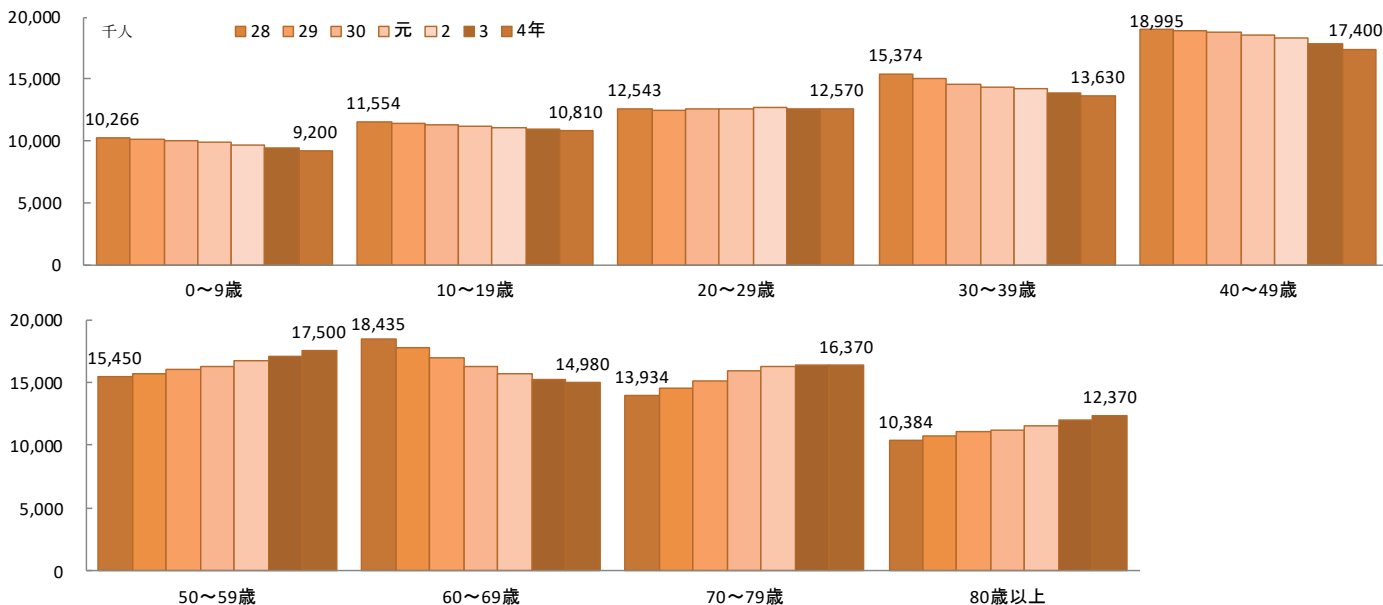
資料：総務省「国勢調査」、「人口推計月表」、「住民基本台帳」より作成。

注：人口は各年10月1日現在で令和4年は概算値。世帯数は各年1月1日現在。

若年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傾向が続き、少子高齢化が進展している。令和4年10月についてみると、「0～9歳」は対前年同月比▲2.4%、「10～19歳」も同▲1.2%、「20～29歳」が同▲0.6%、「30～39歳」が同▲2.0%で減少している階層が多くなっており、一方、「70～79歳」が同▲0.1%と前年並みとなったものの、「80歳以上」が同3.4%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変化をもたらしているものとみられる。

図2 年齢階級別人口の推移



資料：総務省「人口推計月報」より作成。各年10月1日現在の人口。令和4年は概算値。

人口が減少するなか、世帯数は増加、特に単独世帯が増加

一般世帯数（寮、寄宿舍、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。令和2年は5,570万世帯で、平成27年対比4.4%増、平成22年対比で7.5%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、単独世帯は令和2年には2,115万世帯で、平成27年対比14.8%のかなり大きく増加している。

特に65歳以上の単独世帯数は平成27年対比で13.3%増、平成22年対比で40.2%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、単独世帯数の増加、とりわけ高齢者単独世帯数の増加は、消費者の食行動や購買行動に大きな変化をもたらしており、惣菜市場の拡大につながっているものとみられる。

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、単独世帯と同様に2人世帯も増加しており、平成27年対比で5.2%増、平成22年対比で10.8%のかなりの程度増加、一方、3人世帯では平成22年をピークに減少傾向で推移し、平成27年対比では▲1.4%、平成22年対比では▲2.0%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。

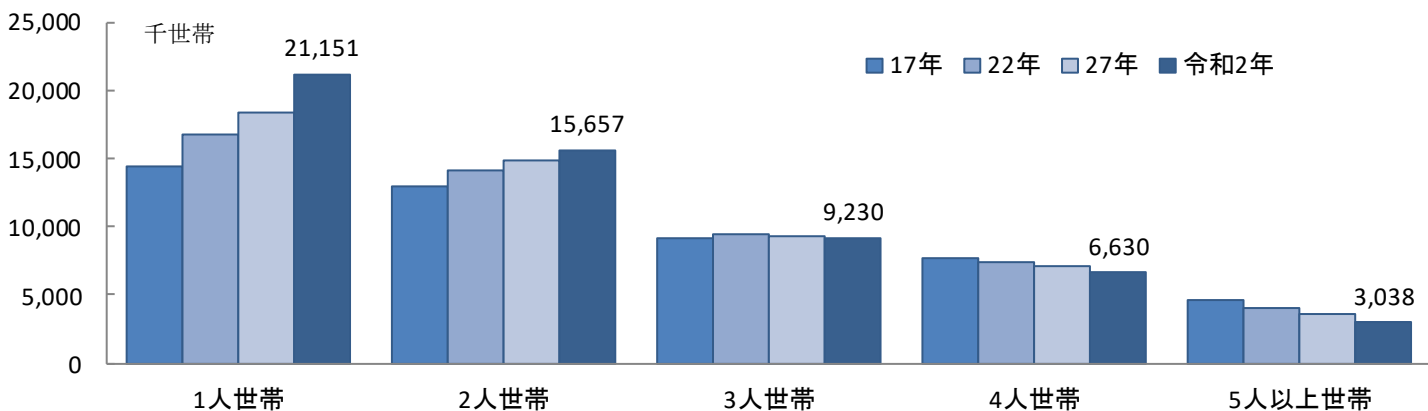
近年、世帯員数の減少は、消費者の購買行動において、1世帯1回当たりの購買金額の減少、少量パックへのシフトなど変化をもたらしている。また、家庭における調理機会の減少するなかで、惣菜購入の増加につながっているものとみられる。

表1 一般世帯の家族類型別世帯数の推移

世帯の家族類型	実数（千世帯）				構成比（%）			
	17年	22年	27年	令和2年	17年	22年	27年	令和2年
一般世帯	49,063	51,842	53,332	55,705	100.0	100.0	100.0	100.0
単独世帯	14,457	16,785	18,418	21,151	29.5	32.4	34.5	38.0
うち、65歳以上	3,865	4,791	5,928	6,717	7.9	9.2	11.1	12.1
核家族世帯	28,327	29,207	29,754	30,111	57.7	56.3	55.8	54.1
うち、夫婦のみの世帯	9,625	10,244	10,718	11,159	19.6	19.8	20.1	20.0
うち、夫婦と子供からなる世帯	14,631	14,440	14,288	13,949	29.8	27.9	26.8	25.0
うち、ひとり親と子供からなる世帯	4,070	4,523	4,748	5,003	8.3	8.7	8.9	9.0
その他	6,278	5,765	5,024	4,283	12.8	11.1	9.4	7.7

資料：総務省「令和2年国勢調査 人口等基本集計結果 結果の概要」

図3 世帯人員数別の世帯数の推移



資料：総務省「国勢調査」