

利用者のために

1 調査の目的

食品産業活動実態調査

(1) 水産物国内流通構造調査

水産物国内流通構造調査は、食品産業（食品製造業、食品卸売業、食品小売業及び外食産業（喫茶店を除く一般飲食店））の各業種間における国内産・輸入水産物別の流通経路・規模の実態を明らかにし、水産物の流通の効率化及び食品産業と国内農畜水産業の連携強化等の施策を推進するための資料を作成することを目的に実施した。

(2) 海外進出企業調査

海外進出企業調査は、我が国食品産業（食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業）の東アジアへの進出状況、現地での製造・販売の実態を明らかにし、東アジアにおける我が国食品産業の活性化に向けた取組等の施策の推進・検証に資することを目的に実施した。

2 調査の根拠

本調査は、統計法（平成19年法律第53号）第19条第1項の規定に基づく、総務大臣の承認を受けた一般統計調査である。

3 調査機関

本調査は、農林水産省大臣官房統計部及び地方統計組織を通じて実施した。

4 調査の体系

本調査は、国内における国内産・輸入水産物の流通経路を把握する「水産物国内流通構造調査」と我が国食品産業の海外への進出状況を調査する「海外進出企業調査」からなる。

《水産物国内流通構造調査》

1 調査の対象

調査対象は、次の業を営む事業所とした。

(1) 食品製造業

食品製造業（日本標準産業分類（平成14年総務省告示139号）（以下「産業分類」という。）による食料品製造業を営む事業所のうち、水産物（生鮮・冷蔵・冷凍）を原材料とする製造品（食料品）を出荷している事業所。

(2) 食品卸売業

食品卸売業（産業分類による各種商品卸売業、食料品卸売業（総合商社を含む。））を営む事業所又は企業のうち、水産物（生鮮・冷蔵・冷凍）を販売している事業所又は企業。

(3) 食品小売業

食品小売業（産業分類による各種商品小売業、飲食料品小売業）を営む事業所のうち水産物（生鮮・冷蔵・冷凍）を販売している事業所。

(4) 外食産業

外食産業（産業分類による一般飲食店（喫茶店を除く。））を営む事業所。

2 標本の選定（抽出）方法

(1) 調査は事業所を抽出単位とする標本調査により実施した。ただし、食品卸売業のうち商社については、全数調査とした。

(2) 母集団は、次に該当する事業所により作成した。

ア 食品製造業

経済産業省「平成17年工業統計調査」結果における食料品製造業の事業所のうち、水産物を原材料とする製造品（食料品）を出荷（年間販売）している事業所

イ 食品卸売業

経済産業省「平成14年商業統計調査」結果における各種商品卸売業、飲食料品卸売業の事業所のうち、水産物を販売している事業所

ウ 食品小売業

経済産業省「平成14年商業統計調査」結果における各種商品小売業（百貨店については食料品を販売している事業所）、飲食料品小売業の事業所のうち、水産物を販売している事業所

エ 外食産業

総務省「平成18年事業所・企業統計調査」結果の事業所のうちの一般飲食店（喫茶店を除く。）を営む事業所

(3) 標本数は、食品製造業及び外食産業については、前回調査結果の総仕入量及び各階層の標準偏差を用いて、総仕入量の標準誤差率（目標精度）が7%となるように、「7 業種分類」に示す業種小分類別、「8 規模階層区分」に示す規模階層別に定め、それぞれ都道府県別に事業所数に比例して配分した。

食品卸売業及び食品小売業については、「平成14年商業統計調査」結果における水産物の販売額を用いたほかは、食品製造業及び外食産業と同様に配分した。標本は、各区分別に無作為抽出した。

業種別の標本数は、以下のとおりである。

業 種	第1階層	第2階層	第3階層	第4階層
食品製造業	335事業所	213事業所	133事業所	60事業所
食品卸売業	1,687事業所	535事業所	238事業所	273事業所
食品小売業	3,002事業所	669事業所	433事業所	829事業所
外食産業	635事業所	259事業所	291事業所	102事業所

注：食品卸売業の標本数には、上記の他商社分（37事業所）が含まれる。

3 調査の範囲及び調査期間

- (1) 調査の範囲は全国とした。
- (2) 調査期間は、平成19年度（平成19年4月1日～平成20年3月31日）の1年間とした。
- (3) 調査は、平成20年10月から平成20年11月までの間に実施した。

4 調査品目

調査品目は、魚類、水産動物類、貝類及び海藻類（生鮮・冷蔵・冷凍・塩蔵）とした。
なお、海藻類については干製品を含む。

5 調査事項

調査事項は以下に掲げるとおりとした。

調 査 事 項	食 品 製 造 業	食 品 卸 売 業	食 品 小 売 業	外 食 業
国内産・輸入別水産物の品目別年間仕入量	○	○	○	○
国内産・輸入別水産物の品目別仕入先別仕入量割合	○	○	○	○
輸入一次加工原料水産物の品目別年間仕入量	○	—	—	○
輸入一次加工原料水産物の品目別仕入先別仕入量割合	○	—	—	○
水産物の年間販売額	○	○	○	—
従業者数	—	—	—	○

6 調査方法

農林水産省大臣官房統計部及び地方統計組織からの往復郵送による自計調査とした。

7 業種分類

- (1) 食品製造業

業種小分類（食品産業活動実態調査(水産物調査)）	日本標準産業分類
水産食料品製造業	水産食料品製造業
冷凍調理食品製造業・惣菜製造業	冷凍調理食品製造業
	惣菜製造業
	調味料製造業
	畜産食料品製造業
	野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業
	糖類製造業
	精穀・製粉業

その他の食料品製造業	パン・菓子製造業
	動植物油脂製造業
	でんぷん製造業
	めん類製造業
	豆腐・油揚製造業
	あん類製造業
	他に分類されない食料品製造業

(2) 食品卸売業

業種小分類(食品産業活動実態調査(水産物調査))		日本標準産業分類
卸売市場	卸売業者(産地)	※1
	卸売業者(消費地)	
	仲卸業者	
その他の卸売業	生鮮魚介卸売業(商社を除く)	
	その他の各種商品卸売業(商社を除く)	
	米麦卸売業(商社を除く)	
	雑穀・豆類卸売業(商社を除く)	
	野菜卸売業(商社を除く)	
	果実卸売業(商社を除く)	
	食肉卸売業(商社を除く)	
	その他の農畜産物・水産物卸売業(商社を除く)	
食料・飲料卸売業(商社を除く)		
うち 商社	各種商品卸売業	※2

※1 食品卸売業のうち、卸売市場内で営業している事業所を卸売業者及び仲卸業者とした。

※2 各業種のうち、一部を商社とした。

(3) 食品小売業

業種小分類(食品産業活動実態調査(水産物調査))	日本標準産業分類
百貨店・総合スーパー	各種商品小売業
各種食料品小売業	各種食料品小売業
鮮魚小売業	鮮魚小売業
	乾物小売業

その他の飲食料品小売業	酒小売業
	食肉小売業
	野菜・果実小売業
	菓子・パン小売業
	米穀類小売業
	その他の飲食料品小売業

(4) 外食産業

業種小分類(食品産業活動実態調査(水産物調査))	日本標準産業分類
※3	一般食堂
	日本料理店
	西洋料理店
	中華料理店
	すし店
	焼肉店
	その他の食堂, レストラン
	お好み焼き店
	その他の一般飲食店

※3 外食産業については右記の日本標準産業分類に属する事業所について調査を行った。

8 規模階層区分

業 種	第1階層	第2階層	第3階層	第4階層
食品製造業 (水産物を原材料とした 製品の出荷額)	1億円未満	1～5億円未満	5～20億円未満	20億円以上
食品卸売業 (水産物の年間販売額)	3億円未満	3～10億円未満	10～30億円未満	30億円以上
食品小売業 (水産物の年間販売額)	4,000万円未満	4,000万円～ 1億円未満	1～2億円未満	2億円以上
外食産業 (従事者数)	4人以下	5～9人	10～29人	30人以上

9 調査対象数及び回収率

業 種	調査対象数	回収調査対象数	回収率
食 品 製 造 業	741事業所	315事業所	42.5%
食 品 卸 売 業	2,770事業所	937事業所	33.8%
食 品 小 売 業	4,933事業所	1,505事業所	30.5%
外 食 産 業	1,287事業所	329事業所	25.6%

10 調査結果の集計

(1) 推定方法

本調査結果は、以下の方法により推定を行った。

ア 業種小分類別、規模階層別の推定

$$T_i = \sum_{j=1}^L \frac{N_j}{n_j} \sum_{k=1}^{n_{ij}} x_{ijk}$$

T_i : i 規模階層の集計対象項目 x の合計の推定値

L : 規模階層の数

N_j : j 規模階層の大きさ

n_j : j 規模階層から抽出した標本数

n_{ij} : j 規模階層から抽出した標本のうち、調査の結果、 i 規模階層に属した標本数

x_{ijk} : j 規模階層から抽出した標本で、調査の結果、 i 規模階層に属したものの k 番目の標本の集計対象項目 x の調査値

イ 業種計の推定

それぞれの内訳の推定値の合計とした。

注：仕入先別仕入量は、全体仕入量にそれぞれの割合を乗じて上記の式を用いて算出した。

(2) 推定値の実績精度（標準誤差率）

水産物の年間仕入量の標準誤差率の算出を行った結果は以下のとおりである。

業 種	標準誤差率
食 品 製 造 業	9.8%
食 品 卸 売 業	5.8%
食 品 小 売 業	4.1%
外 食 産 業	19.5%

$$\text{注：標準誤差率} = \frac{\text{標準誤差}}{\text{推定値}} \times 100$$

11 用語の解説及び約束

主な項目の用語の説明は、次のとおりである。

(1) 生産者・集出荷団体等

「生産者・集出荷団体等」とは、魚類、水産動物類、貝類及び海藻類を採捕、生産する者、及び生産者などから委託を受けて、水産物を集荷し出荷する団体で、水産業協同組合、個別生産者により任意に組織された団体、産地仲買人、産地問屋等をいう。

ただし、卸売市場を開設する漁業協同組合等は、「産地卸売市場」とする。

なお、調査対象事業所において水産動植物を採捕又は養殖し、それを仕入れた場合（自社採捕・養殖）についても含める。

(2) 産地卸売市場

「産地卸売市場」とは、漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売りのため、その水産物の水揚地に開設された市場をいう。

(3) 消費地卸売市場

ア 消費地卸売市場卸売業者

「消費地卸売市場卸売業者」とは、消費地の卸売市場内において、生鮮食品等を継続的かつ計画的に集荷し、仲卸業者又は売買参加者に販売する事業所をいう。

なお、この場合において、物流は産地から取引先に直接流れ、卸売市場を経由せず、商流（代金の支払い）のみ卸売市場内の卸売業者を経由する取引についても含める。

イ 消費地卸売市場仲卸業者

「消費地卸売市場仲卸業者」とは、消費地の卸売市場の開設者（地方自治体）の許可を受けて、卸売市場内に店舗をもち、卸売業者から買い受けた食品を仕分け、調整して小売商、大口需要者等に販売する事業所をいう。

(4) 商社

「商社」とは、海外取引を行う総合商社、専門商社及び輸入業者をいう。

(5) その他の卸売業

「その他の卸売業」とは、食材卸問屋、場外問屋及び食品問屋など卸売市場以外で食品を卸売りする事業所をいう。

(6) 自社直接輸入

「自社直接輸入」とは、自社が直接、通関手続きを行って、海外から仕入れた場合をいい、自社の関連会社、系列会社等を経由した場合も含める。

(7) 食品製造業

「食品製造業」とは、生鮮・加工食品を原材料として仕入れ、その材料を用いて新たな食品を製造し、出荷・販売する事業所をいう。この中には、レストランのチェーン店や病院・学校等の集団給食用の集中調理施設（セントラルキッチン）を含む。

(8) 食品小売業

「食品小売業」とは、流通経路の末端に位置し、食品を卸売業者、製造業者及び生産者から

仕入れ、一般消費者に販売する事業所をいう。この中には、製造した食品をその場で一般消費者等へ販売する事業所や一般消費者へ販売することを目的とする通信販売・訪問販売等を行う無店舗販売を営む事業所を含む。

(9) 輸入一次加工原料水産物

「輸入一次加工原料水産物」とは、水産物の水揚げされたままの状態のもの、又は頭・内臓の除去等の処理を行った状態で、フィレー（二枚又は三枚おろし）、魚肉（フィレー以降の加工処理をしたもので、細分化の程度は問わない。すり身を含む）、乾燥等の一次加工処理が施されたものをいう。

《海外進出企業調査》

1 調査の対象

調査対象は、海外において現地法人を有する全ての国内本社企業とした。

2 調査の範囲及び調査期間

- (1) 調査の範囲は全国とした。
- (2) 調査期間は、平成19年度（平成19年4月1日～平成20年3月31日）の1年間とした。
- (3) 調査は、平成20年10月から平成20年12月までの間に実施した。

3 調査事項

- (1) 本社企業（国内）
 - ア 業種分類
 - イ 資本金又は出資金
- (2) 現地法人

東アジア地域において食品を取り扱う現地法人を有する企業のみ調査した。

 - ア 現地法人の概要
現地法人名、国分類、業種分類
 - イ 資本金及び出資比率
資本金又は出資金、日本側出資比率
 - ウ 従業者数
 - エ 食品を取り扱う工場及び店舗・事業所数
 - オ 売上高

4 調査方法

農林水産省大臣官房統計部からの往復郵送又は郵送配付・FAX回収による自計調査とした。

5 調査結果の集計

- (1) 集計は加算集計により行った。
- (2) この結果は、情報収集等により把握した東アジア地域において食品を取り扱う現地法人を有

すると思われる国内本社企業313社のうち、回答が得られた180社（約6割）について集計したものである。このため、東アジア地域における全ての食品を取り扱う現地法人の状況を表しているものではないので注意されたい。

6 用語の解説及び約束

主な項目の用語の説明は、以下のとおりである。

(1) 東アジア地域

本調査の東アジア地域とは、中国、台湾、韓国、シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、ラオス、カンボジア、ミャンマー、ブルネイ及びインドの14カ国・地域をいう。

(2) ASEAN 5

マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナムの5カ国をいう。

(3) NIES 3

シンガポール、台湾、韓国の3カ国・地域をいう。

(4) LDC

ラオス、カンボジア、ミャンマーの3カ国をいう。

(5) 現地法人

海外の子会社と孫会社を総称して「現地法人」と呼ぶ。

子会社及び孫会社の定義は以下のとおり。

①日本側出資比率合計が10%以上の外国法人（子会社）

②「日本側出資比率合計が50%を超える子会社」が50%を超える出資を行っている外国法人（孫会社）

③「日本側親会社の出資」と「日本側出資比率合計が50%を超える子会社」の出資の合計が50%を超える外国法人（孫会社）

(6) 日本側出資比率

現地法人の出資金に占める日本企業の出資割合をいう。

孫会社の場合は、「子会社」への日本側出資比率×「子会社」の「孫会社」への出資比率（間接出資比率）を日本側出資比率とする。

(7) 売上高

「食品部門の売上高」とは、総売上高のうち食品の生産・販売に関する売上高をいう。

○ 統計表の見方等

- ・ 統計表中に使用した符号は次のとおりである。
 - 「0」又は「0.0」： 単位に満たないもの
 - 「－」： 事実のないもの
 - 「…」： 事実不詳又は調査を欠くもの
 - 「X」： 個人、法人又はその他の団体の個々の秘密に属する事項を秘匿するため、統計数値を公表しないもの
- ・ 統計表の表示単位未満を四捨五入しているため、計と内訳の積み上げが一致しない場合がある。
- ・ 本調査の結果は、農林水産省ホームページ中の農林水産統計情報総合データベースに掲載しています。
【 <http://www.tdb.maff.go.jp/toukei/toukei> 】

○ 問い合わせ先

農林水産省 大臣官房 統計部

生産流通消費統計課 消費統計室 流通構造統計班

電 話（代表）03（3502）8111 内線 3716

（直通）03（6744）2048