

第二部 あおもり「食」産業の充実強化に向けて

はじめに

本県は食料自給率が100%を超え、米、野菜、果実、畜産、水産等の品目のバランスのよい生産構成となっているなど、食料は比較優位な資源と位置づけられます。

「食」に関連した取組としては、生産から消費にいたるトータルな食の流れを体系的にとらえたフードシステムを取組や、1次産業である農林水産物を加工し、新たな付加価値をつけた新商品・新サービスを開発・販売する1.5次産業の取組、また、2次産業と3次産業を加えた、いわゆる1次産業×2次産業×3次産業=6次産業としての農商工連携の取組等が推進されており、地域経済の活性化策として「食」への関心が高まっているところです。

平成21年度からスタートした「青森県基本計画未来への挑戦」においても、本県の比較優位資源である食を活用した「あおもり「食」産業」の充実強化を掲げており、平成22年度重点事業の戦略キーワードとして「あおもり「食」産業」を設定し、外貨獲得のための大きな柱となる産業として充実・強化を図ることとしています。また、平成22年12月の東北新幹線全線開業を受けて、あらゆる分野の総力を結集して開業効果の獲得・波及に取り組む必要があり、その観点からも裾野が広い「食」を、人を呼び込む重要な要素ととらえる必要があります。

食に関わる産業について、食料品の生産から加工、流通を経て、消費までの一連の流れとしてとらえると、農業・水産業を上流、食料品・飲料製造業を中流、飲食料品卸売業・小売業、外食産業、食料消費を下流と分類することができることから、第二部では、本県の「食」産業を上流・中流・下流（生産・加工・流通・消費）の観点から構造分析を行い、他地域や時系列で比較しながら、本県の「食」産業の現状と課題を検証します。

第二部の構成としては、まず、産業連関表を使用して、本県の食料・飲料の生産から消費に至る流れにより、本県の「食」産業の全体像を俯瞰しながら、移輸入も含め、生産から加工、流通において付加価値や流通コストが加わることにより、最終の消費の規模がどの程度まで増加するかについて示していきます。

その次に、「食」産業に関連する各産業の動向について検証し、農水産業においては、バランスのよい生産構成にあり、全国有数の食料供給県の地位にある一方で、他県に比べてまだ発展の余地が大いにある食料品・飲料製造業の現状と課題を示していきます。

また、人口減少、高齢化社会が進展し、消費者ニーズも変化していく中で、県外事業所の参入などにより、県内産品取扱いの減少が懸念される卸売業・小売業、外食産業の現状と課題を示していくとともに、家計消費支出から食スタイルの変化をみていきます。

第1章 本県の食産業の動向

1 産業連関表からみた本県の「食」産業の構造と変化

(1) 生産から消費までの食料・飲料の流れ

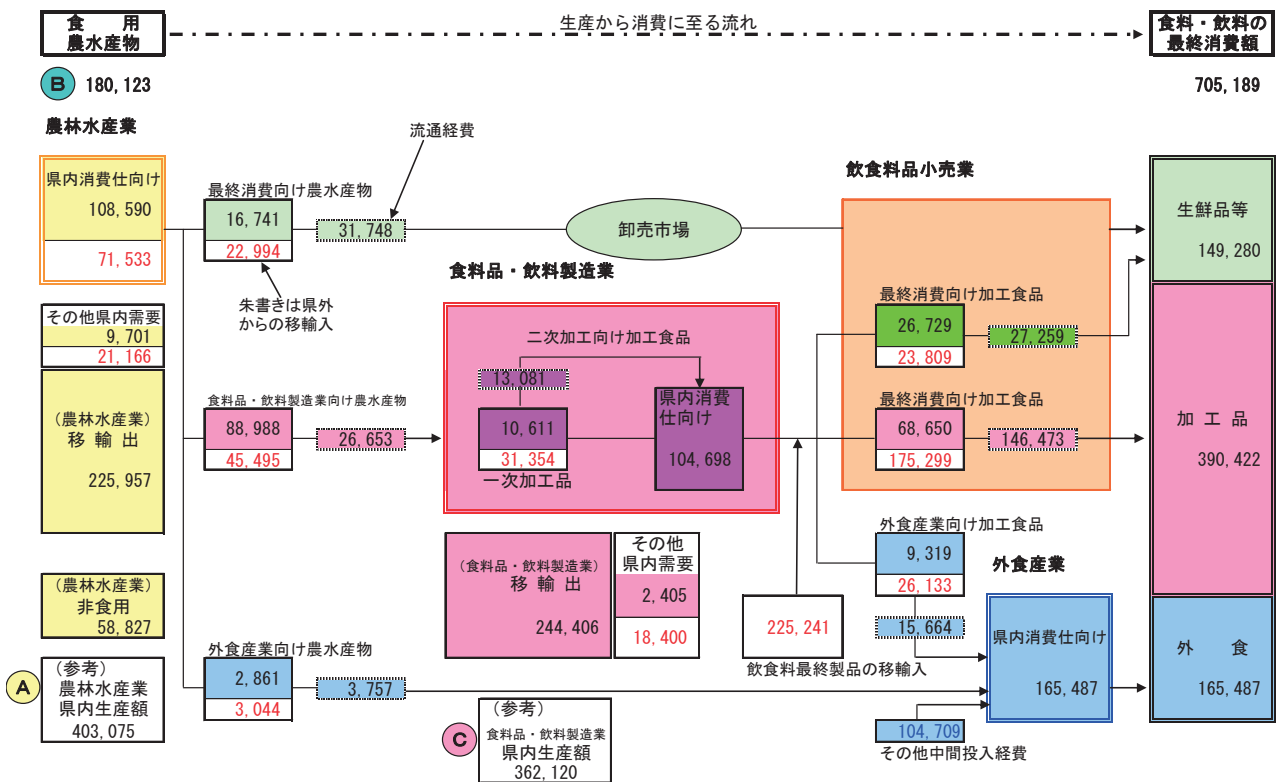
まず、最初に、本県の「食」産業全体を俯瞰するため、産業連関表を使用して、本県の「食」産業相互の関連をみてみます。

「食」の生産から消費に至る流れを一覧でみることでできる下記のフロー図は、農林水産省が国の産業連関表を基にまとめた推計方法を参考に、最新の「平成17年青森県産業連関表」により本県が独自に試算し、図表に表したものです。

この図表は、上流において生産された食用農水産物が、中流の加工を経て、下流の流通、消費に至る流れを表していますが、具体的には、県内に供給された食材が、流通業、食料品・飲料製造業、外食産業において、商業マージン及び運賃等の流通経費、加工賃、サービス料、燃料費、人件費等が付加され、最終的に食料・飲料として消費者がどのくらい消費したのかについて試算したものであり、本図表の「食料・飲料の最終消費」の金額は、1年間に消費者が飲食費として支払った金額を示しています。(図2-1)

図2-1 食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ（平成17年）（青森県）

(単位：100万円)



資料：農林水産省で試算した「食用農水産物の生産から飲食料の最終消費に至る流れ」を参考に、「平成17年青森県産業連関表」を基に県統計分析課が試算。
 注：1) 食用農水産物には、特用林産物（きのこ類）を含む。
 注：2) 旅館・ホテル、病院等での食事は「外食」に計上するのではなく、使用された食材費を最終消費額として、それぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上している。
 注：3) 「生鮮品等」は、精穀（精米・精麦等）、と畜（各種肉類）及び冷凍魚介類。これらは加工度が低いため、最終消費においては「生鮮品等」として取り扱っている。
 注：4) 「」内の数値は、各々の流通段階で発生する流通経費（商業経費及び運賃）であるが、ここでは全国の値を準用している。
 注：5) 朱書きの数値は、県外からの移輸入額を表している。

＜「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）（青森県）の解説＞

ここでは、前頁の「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）（青森県）」のフロー図を、供給部門別と需要部門別（消費形態別）に分割して説明します。

今回の試算における食料・飲料の範囲については、下の参考表のとおり、「平成17年産業連関表」の基本分類により、農林水産業のうちの食用の生鮮品等の品目、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業のうちの加工品の品目、飲食店のうちの外食関連の業種を対象としています。

なお、食用として生産されたもののうち、最終的に食用として消費されない農水産物については、推計により食用農水産物から除いています。（表C2-1）

表C2-1（参考表）飲食料の範囲

	「平成17年産業連関表」の基本分類（列）
生 鮮 品 等	米*、麦類*、いも類*、豆類*、野菜(路地)*、野菜(施設)*、果実*、砂糖原料作物*、飲料用作物*、その他の食用耕種作物*、酪農*、鶏卵*、肉鶏*、豚*、肉用牛*、その他の畜産*、特用林産物(除く狩猟業)*、沿岸漁業*、沖合漁業*、遠洋漁業*、海面養殖業*、内水面漁業*、内水面養殖業*、と畜、冷凍魚介類、精穀
加 工 品	肉加工品、畜産びん・かん詰、酪農品、塩・干・くん製品、水産びん・かん詰、ねり製品、その他の水産食品、製粉、めん類、パン類、菓子類、農産びん・かん詰、農産保存食料品、砂糖、でん粉、ぶどう糖・水あめ・異性化糖、植物油脂、動物油脂、調味料、冷凍調理食品、レトルト食品、そう菜・すし・弁当、学校給食(国公立)、学校給食(私立)、その他の食料品、清酒、ビール、ウイスキー類、その他の酒類、茶・コーヒー、清涼飲料、たばこ、塩
外 食	一般飲食店、喫茶店、遊興飲食店

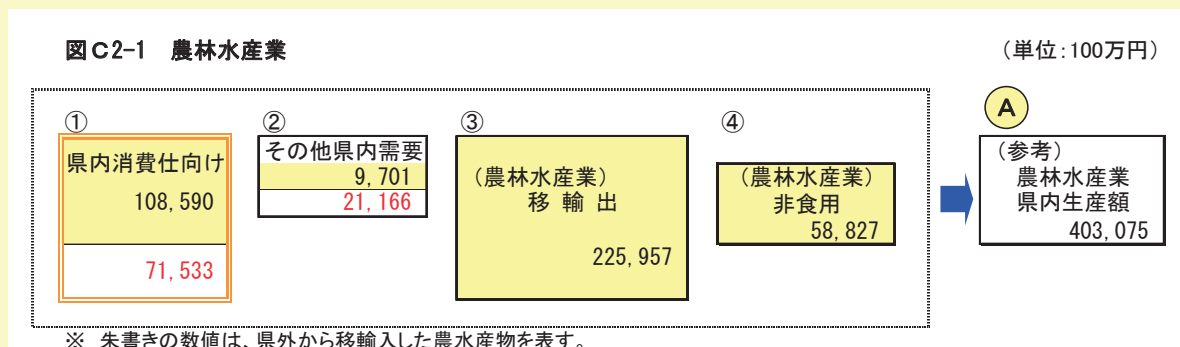
注：*は、「食用農水産物」に該当する基本分類である。なお、当該基本分類に分類されるもののうち食用とならない分については、推計により「食用農水産物」から控除している。

1 供給部門別

まず、ここでは、農林水産業と食料品・飲料製造業について、県内で生産したものを、どのくらい県内で使用し、どのくらい県外へ販売しているのか、食用の観点を中心にみていきます。

(1) 農林水産業

図C2-1で表示している農林水産業について、県内での需要（消費）や県外への供給の面から説明します。（図C2-1）



フロー図の (A) の農林水産業の県内生産額 403,075 百万円は、県内で様々な取引を経て生産

された農水産物等である次の①～④を合計したものです。

- ① 県内で食用として生産されたもののうち、食用として最終消費に回る食用農水産物（県内消費仕向け分）：108,590 百万円
- ② 県内で食用として生産されたもののうち、食用として県内で最終消費されなかった農水産物：9,701 百万円
- ③ 県内で生産されたもののうち、県外へ移輸出された農水産物：225,957 百万円
- ④ 本県の農林水産業のうち、食用として生産されない飼料・肥料、種苗、材木生産、獣医業、農業サービス等の非食用分：58,827 百万円


このうち、①の県内消費仕向け分の食用農水産物 108,590 百万円に、県外からの食用農水産物の移輸入 71,533 百万円が加わり、「生鮮品等」の最終消費向けや加工向けの 180,123 百万円（フロー図の **B**）となります。そこから、

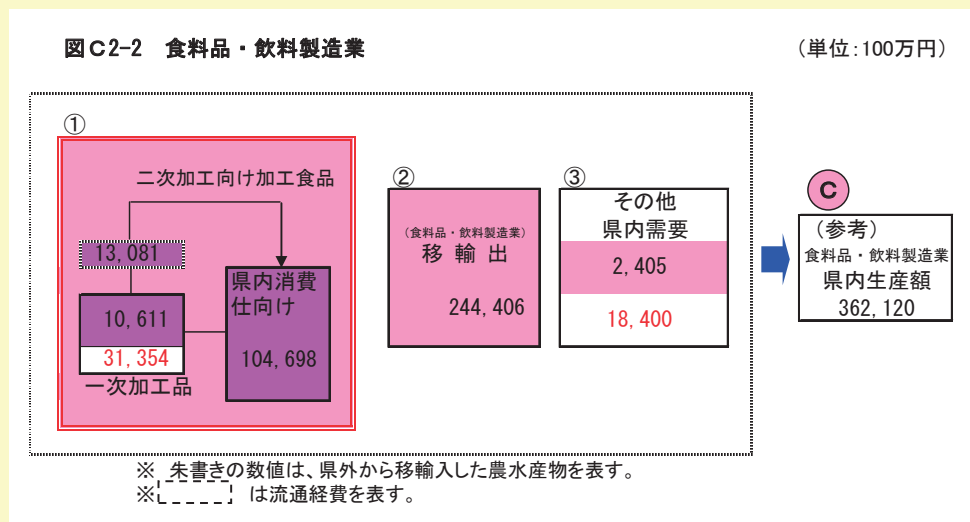
最終消費向け 県内分 16,741 + 移輸入分 22,994 = 39,735 百万円、

食品加工向け 県内分 88,988 + 移輸入分 45,495 = 134,483 百万円、

外食産業向け 県内分 2,861 + 移輸入分 3,044 = 5,905 百万円へと販売されていきます。そこから先の流れは、後述の需要部門別（消費形態別）のところで説明します。

(2) 食料品・飲料製造業

 で表示している食料品・飲料製造業について、県内での需要（消費）や食材供給の面から説明します。（図C2-2）



フロー図の **C** の食料品・飲料製造業の県内生産額 362,120 百万円（製氷を除く）は、原料となる農水産物や燃料費、流通経費を取り入れて生産された加工食品である次の①～③を合計したものです。

- ① 県内で製造された食料・飲料加工食品のうち、加工食品として最終消費に回る分：県内で製造した一次加工品の 10,611 百万円と、その一次加工品を使用して県内で製造した加工食品の県内消費仕向け分 104,698 百万円

- ② 県内で製造された食料・飲料加工食品のうち、県外へ移輸出された分：244,406百万円
- ③ 県内で製造された食料・飲料加工食品のうち、県内で最終消費されなかった分（①、②以外のその他分）：2,405百万円

このうち、①の県内消費仕向け分 104,698百万円に、県外からの加工食品の最終製品の移輸入 225,241百万円を加え、そこから、

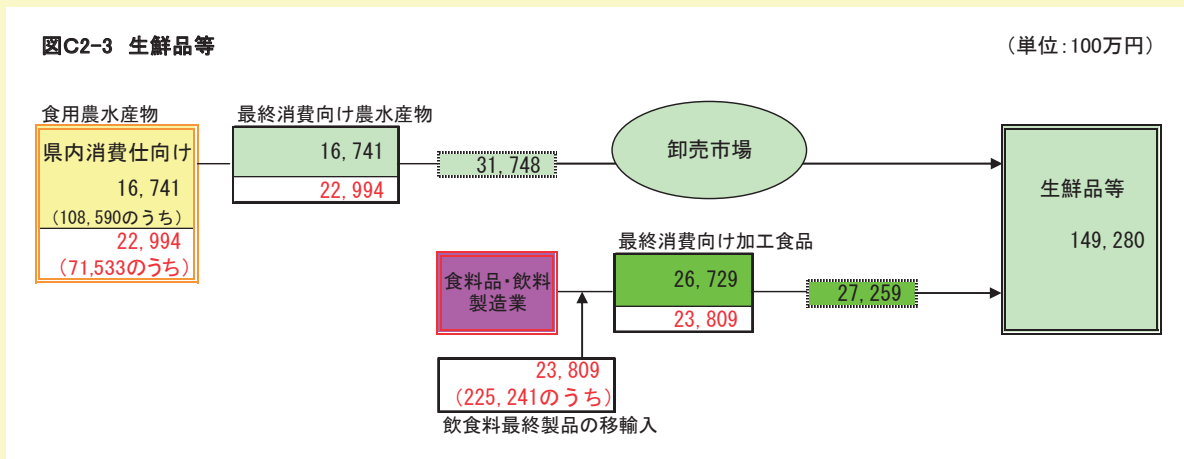
- 生鮮品等向け 県内分 26,729+移輸入分 23,809= 50,538百万円、
- 加工品向け 県内分 68,650+移輸入分 175,299=243,949百万円、
- 外食産業向け 県内分 9,319+移輸入分 26,133= 35,452百万円へと販売されていきます。

2 需要部門別（消費形態別）

ここでは、食用として生産された農水産物が、どの部門で、何に使われ、最終的にどのように消費されるのかについてみていきます。

(1) 生鮮品等

ここでは、 で表示している食用農水産物の生産から、様々な部門を経て、「生鮮品等」として最終消費されるまでの流れを説明します。（図C2-3）



「生鮮品等」として最終消費されるまでの生産から消費に至る流れは、①県内及び県外において食用として生産された農水産物が、加工されずに、卸売・小売業において流通経費を含めて、生鮮食品として販売され、消費されるものと、②食用農水産物を材料とした加工食品として、販売され、消費されるもののうち、精穀（精米・精麦等）、と畜（各種肉類）及び冷凍魚介類のように加工度が低いため、生鮮品等として区分されるものがあります。

< 「生鮮品等」の最終消費額 149,280百万円の内訳 >

- ①生鮮食品として販売される分
 - ・食用農水産物 県内消費仕向け分 16,741百万円
 - ・ // 県外生産分 22,994百万円

・流通経費 31,748 百万円 → 計 71,483 百万円

②加工食品として販売される分

・加工食品 県内消費仕向け分 26,729 百万円

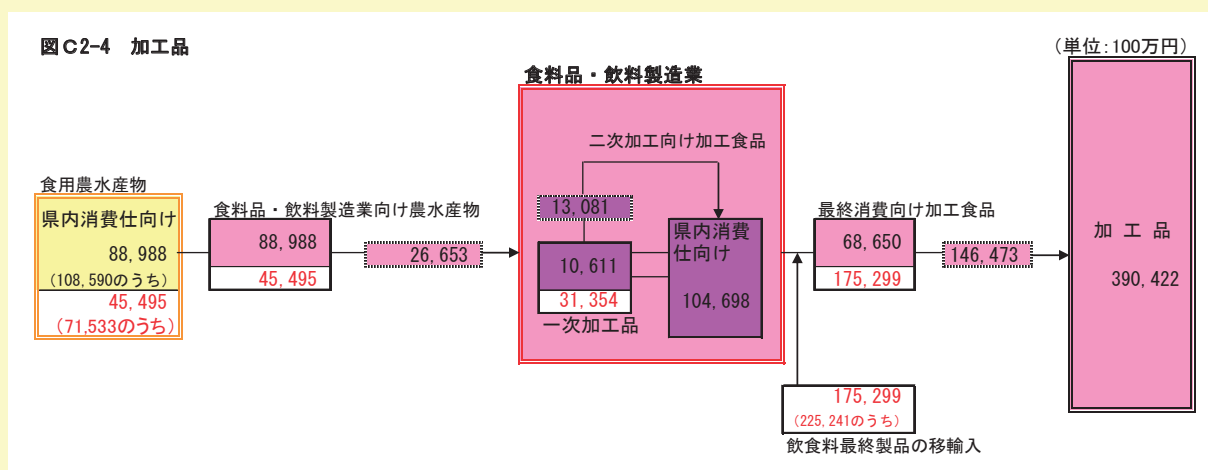
・ " 県外生産分 23,809 百万円

・流通経費 27,259 百万円 → 計 77,797 百万円 合計 149,280 百万円

(生鮮品等の最終消費額)

(2) 加工品

ここでは、 で表示している食料品・飲料製造業部門で加工された食品が、「加工品」として最終消費されるまでの流れを説明します。なお、ここでは、食料品・飲料製造業の原材料として供給される農水産物の流れを中心にみていきますので、製造（生産）の過程で含まれる燃料費や人件費等の各種経費の取引の動きは省略します。(図C2-4)



「加工品」として最終消費されるまでの生産から消費に至る流れについては、まず、食用として県内及び県外で生産された農水産物が、流通経費を加えて県内の食料品・飲料製造業に食材として供給されます。食料品・飲料製造業においては、供給された食材を使用して、一次加工、二次加工を経て、加工食品の最終製品が生産されます。それに県外で製造された加工食品の最終製品を合わせて、最終消費向けの加工食品として販売され、最終的に「加工品」として消費されます。

< 「加工品」の最終消費額 390,422 百万円の内訳 >

・県内生産分加工食品 68,650 百万円

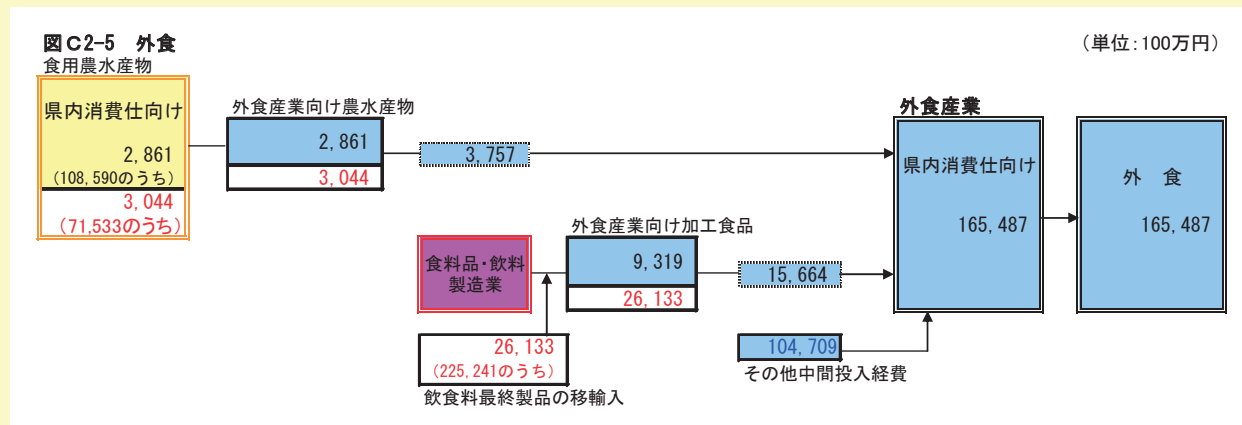
・県外生産分加工食品 175,299 百万円

・流通経費 146,473 百万円 → 合計 390,422 百万円

(加工品の最終消費額)

(3) 外食

ここでは、 で表示している食用農水産物の生産から、様々な取引を経て、「外食」として最終消費されるまでの流れを説明します。(図C2-5)



「外食」として最終消費されるまでの生産から消費に至る流れには、①県内及び県外で生産された農水産物が、加工されずに生鮮食品のまま、流通経費を含めて、食材として直接に外食産業に販売されるものと、②県内の食料品・飲料製造業において製造された加工食品が、県外で製造された加工食品の最終製品と合わせて、食材として外食産業に販売されるものがあります。

販売先の外食産業においては、食材として購入した農水産物と加工食品に、燃料等の中間投入経費や加工賃及びサービス料等の付加価値を付けて、最終的に「外食」として消費されます。

< 「外食」の最終消費額 165,487 百万円の内訳 >

①外食産業に販売される生鮮食品分

- ・ 食用農水産物 県内消費仕向け分 2,861 百万円
- ・ " 県外生産分 3,044 百万円
- ・ 流通経費 3,757 百万円 → 計9,662 百万円

②外食産業に販売される加工食品分

- ・ 加工食品 県内消費仕向け分 9,319 百万円
- ・ " 県外生産分 26,133 百万円
- ・ 流通経費 15,664 百万円 → 計51,116 百万円 合計60,778 百万円

↓

①、②に、外食産業において、その他中間投入経費等 104,709 百万円を加えて 165,487 百万円 となります。
(外食の最終消費額)

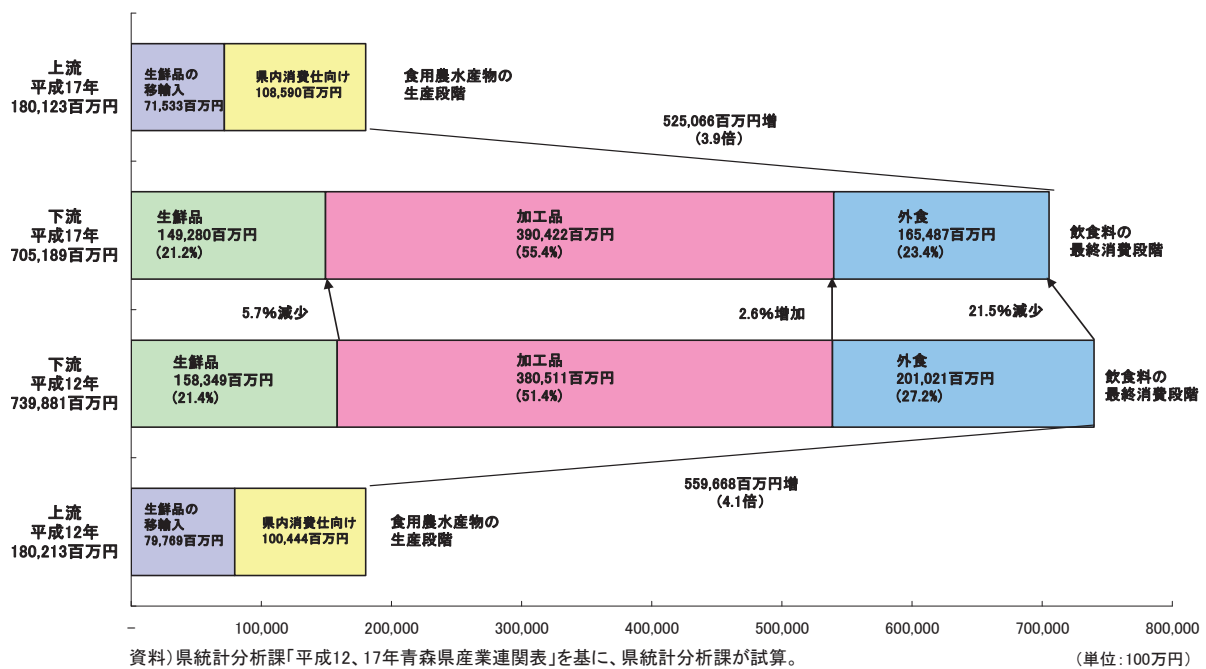
(2) 生産から消費で4倍に増加

「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）（青森県）の試算によると、本県では、上流である食用農水産物の生産段階では、移輸入を含め180,123百万円（県内消費仕向け108,590百万円、移輸入71,533百万円）の規模ですが、中流の食料品製造業や小売業等を経て、下流の食料・飲料の最終消費段階になると、705,189百万円（生鮮品等149,280百万円、加工品390,422百万円、外食165,487百万円）となり、約4倍の規模にまで増加しています。

また、本県の食料・飲料の最終消費額について、平成12年産業連関表の推計結果と比較してみると、最終消費額合計では、平成12年の739,881百万円に対し、平成17年は705,189百万円と、4.9%減少しています。

内訳をみると、生鮮品等が5.7%減少、外食が21.5%減少したのに対し、加工品は2.6%増加しており、最終消費額が減少している中で、加工品に対する支出が増加しています。（図2-2）

図2-2 最終消費からみた飲食費の流れ(青森県)



そのほかにも、産業連関表を用いた分析から、本県の「食」産業の構造について、次のことが読み取れます。

- ・ 県内で食用として生産された農水産物(108,590+9,701+225,957=344,248百万円)のうち、7割近くを県外へ移輸出(225,957百万円)していること。
- ・ 県内の食料品・飲料製造業において製造された加工食品の生産分362,120百万円(フロー図の③)のうち、約7割にあたる244,406百万円を県外へ移輸出していること。その一方で、県外で製造された食料・飲料の最終製品として、最終消費向け・外食産業向け加工食品の約7割に相当し、食料品・飲料製造業の移輸出額に匹敵する規模の225,241百万円を移輸入してい

ること。

なお、本県から移輸出される加工食品については、分析の試算過程から、加工度の低い精米や各種肉類、冷凍魚介類が多いことが判明しており、また、県外から移輸入される加工食品225,241百万円のうち、約8割の175,299百万円が最終消費向けに販売されていることから、中身としては加工度の高い製品と推察されます。

このことから、本県は農水産物の生鮮品をはじめとして、素材加工型の一次加工食品を移輸出し、県外からは付加価値を高めた加工食品を移輸入していることが考えられます。

2 県を越えて取引する「食」産業

産業連関表では、移輸出と移輸入のデータを使用して、各産業の県際取引をみることにより、それぞれの産業の特性を明らかにすることができます。この場合、各産業は、移輸出率（生産額に占める移輸出額の割合）と移輸入率（県内需要に占める移輸入の割合）の大小により、次の4つのグループに分類されます。

(I) 県際流通型財（移輸出率、移輸入率とも50%以上）

生産したものの多くを県外へ移輸出し、県内で需要するものは、県外から移輸入するもの。

(II) 高度移輸出型財（移輸出率が50%以上、移輸入率が50%以下）

県内需要をある程度満たしながら、移輸出のウェイトが高いもの。

(III) 県内自給型財（移輸出率、移輸入率とも50%以下）

移輸出、移輸入になじまないサービスや属地性の強いもの。

(IV) 移輸入依存型財（移輸出率が50%以下、移輸入率が50%以上）

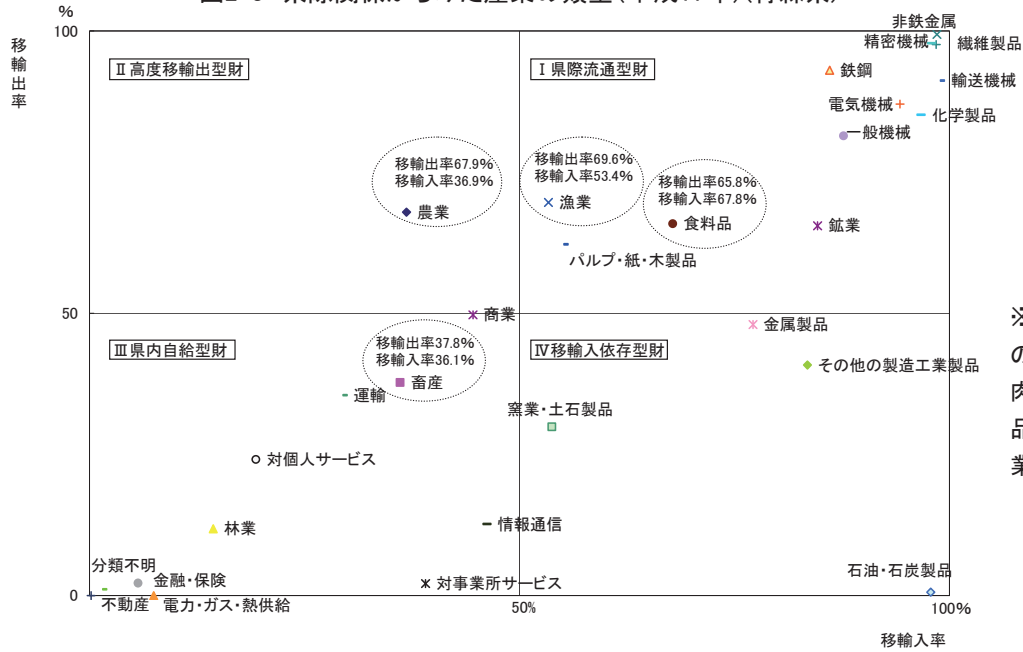
県内需要の多くを移輸入でまかなっているもの。

「平成17年青森県産業連関表」により、本県の各産業の県際取引をみると、それぞれの移輸入、移輸出の状況により、外貨を獲得する産業や、主に県内需要をまかなっている産業など、各産業の特徴が表れています。

その中でも、食関係の産業に着目すると、農業は移輸出率67.9%、移輸入率36.9%で、唯一「II 高度移輸出型財」に分類され、最も外貨を稼ぐことができる産業となっています。漁業及び食料品製造業については、移輸出率、移輸入率とも50%以上の「I 県際流通型財」で、県外へ多く移輸出しますが、県外からも多く移輸入しています。畜産業については、移輸出率、移輸入率とも50%以下のため「III 県内自給型財」に分類されます。（図2-3）

なお、この結果は、「平成12年青森県産業連関表」とほぼ同じ傾向となっています。

図2-3 県際関係からみた産業の類型(平成17年)(青森県)



※ 本県で生産量の多い豚肉や鶏肉、鶏卵等の畜産品は、食料品製造業に含まれる。

資料:平成17年青森県産業連関表

※ 移輸出率

県内生産額に対する移輸出額(県外へ移出及び輸出された財貨・サービス)の割合。

移輸出率 = 移輸出額 / 県内生産額

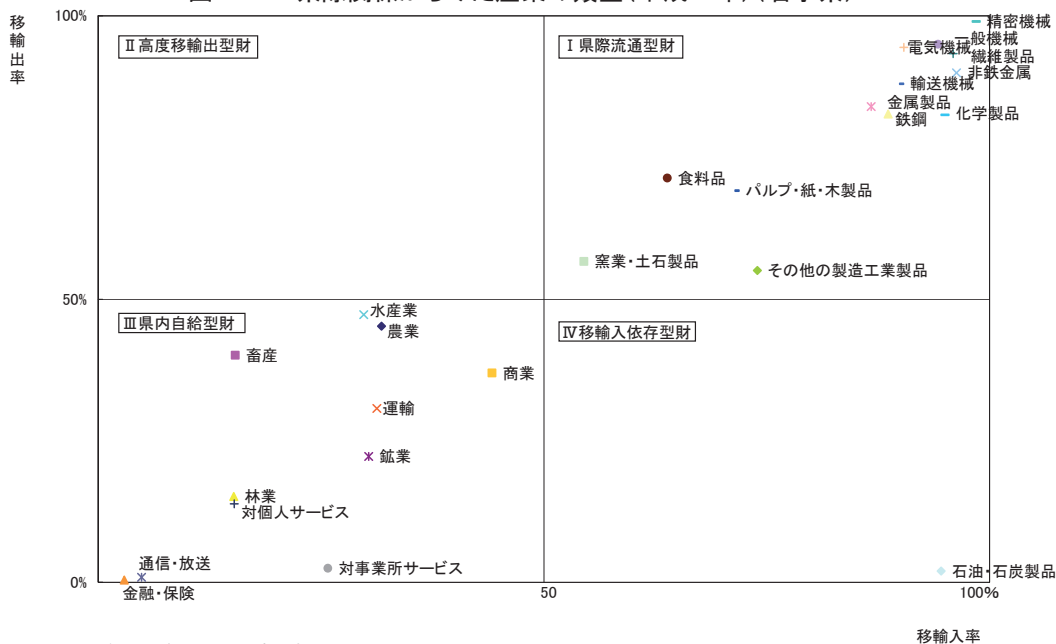
移輸入率

県内需要(需要合計 - 移輸出額)に対する移輸入額(県外から移入及び輸入された財貨・サービス)の割合

移輸入率 = 移輸入額 / 県内需要額

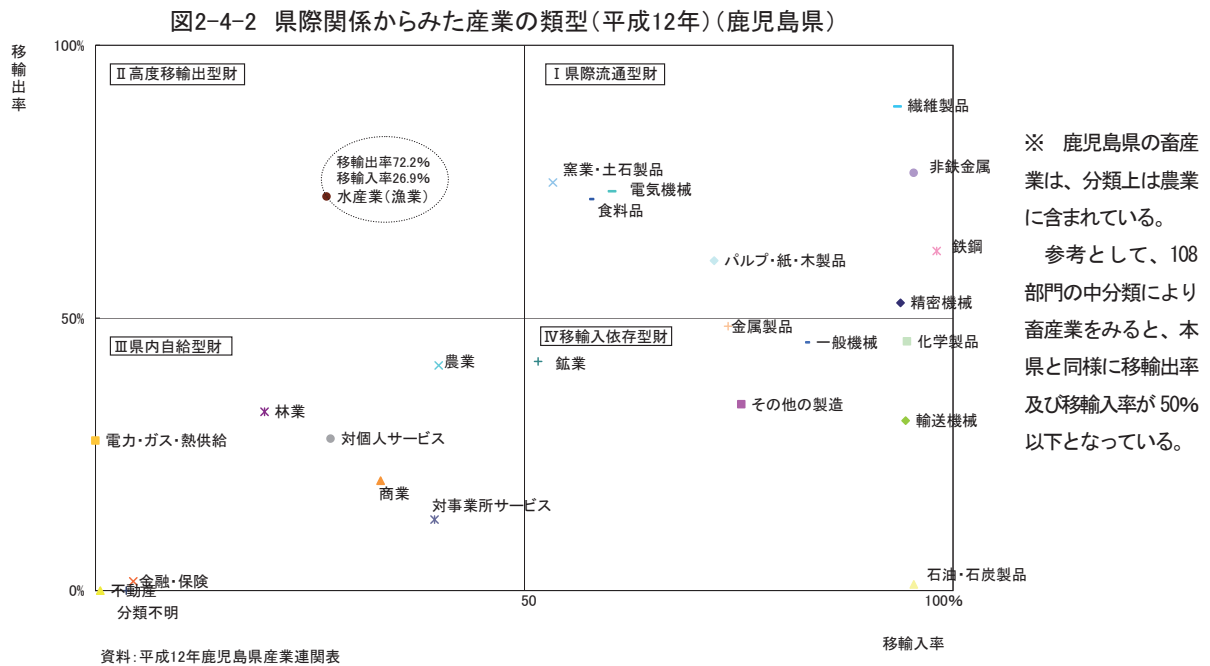
本県と同様に、食料生産が盛んといわれる岩手県、鹿児島県の「食」関係の産業の県際取引の状況について、現時点で移輸出及び移輸入のデータが入手できる各県の平成12年産業連関表を使用してみると、まず、岩手県は、「II 高度移輸出型財」に該当する産業がなく、製造業関係の産業は全て「I 県際流通型財」に、それ以外の産業は「III 県内自給型財」に分類されています。(図2-4-1)

図2-4-1 県際関係からみた産業の類型(平成12年)(岩手県)



資料:平成12年岩手県産業連関表

鹿児島県は、各産業がそれぞれのグループに分散していますが、その中でも水産業は移輸出率72.2%、移輸入率26.9%で「Ⅱ高度移輸出型財」に分類され、本県の農業と同様の位置づけとなっています。(図2-4-2)



本県の農業の移輸出額の高さは、野菜、果物等の生産構成のバランスの良さとともに、本県で生産量の多いながいも、にんにく、りんご等が貯蔵性に優れているため、通年で出荷できることなどによるものと考えられます。

一方、岩手県は、畜産を除いた農業では米の生産が多く、米の価格低下などにより移輸出額が伸びないため、農業が「Ⅲ県内自給型財」に分類され、また、鹿児島県は、養殖のぶり類の収穫量が全国1位の割合を占めていることなどにより移輸出率が押し上げられるため、水産業が「Ⅱ高度移輸出型財」に分類されるものと類推されます。

第2章 産業別にみた本県の「食」産業の動向

この章では、「食」産業を構成する各産業の動向について、他地域及び時系列での比較により、個別に検証していきます。

第1節 生産面からみた本県の「食」産業の状況（上流：農水産業）

第1節では、「食」産業の上流に位置する本県の農水産業の状況について、農業と水産業それぞれの産出額（生産額）及び就業人口等をみていきます。

1 農業の動向

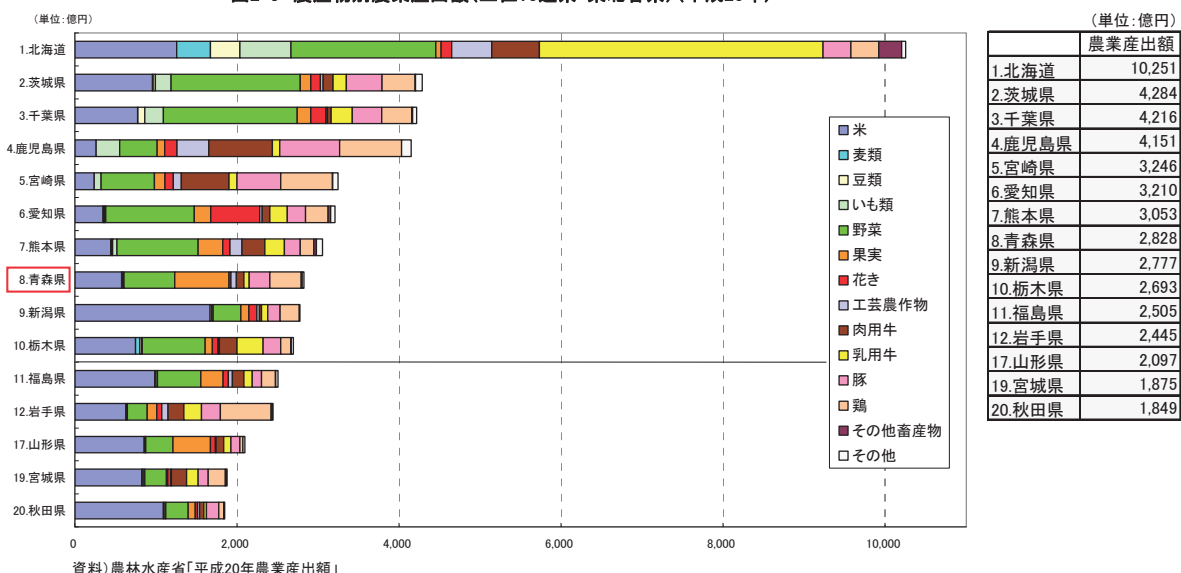
(1) バランスのよい本県の農業生産

本県の平成20年の農業産出額は2,828億円で、全国では8位、東北では1位となり、本県の東北に占める割合では20.8%になります。農産物別にみると、本県は果実が全体のうちの2割以上を占めており、そのほかにも米2割、野菜2割、畜産約3割とバランスのよい生産構成となっています。

農業産出額の上位10道県と東北各県の農産物別を比較すると、北海道は各産物の産出額が格段に大きく、その中でも乳用牛が全体の3分の1を占めています。各県の特徴的なものとしては、鹿児島県及び宮崎県は畜産が約6割、新潟県は米が6割、愛知県は花きが約2割を占めています。

東北は米の割合が高い県が多く、特に秋田県では米が約6割を占めています。（図2-5）

図2-5 農産物別農業産出額(上位10道県・東北各県)(平成20年)

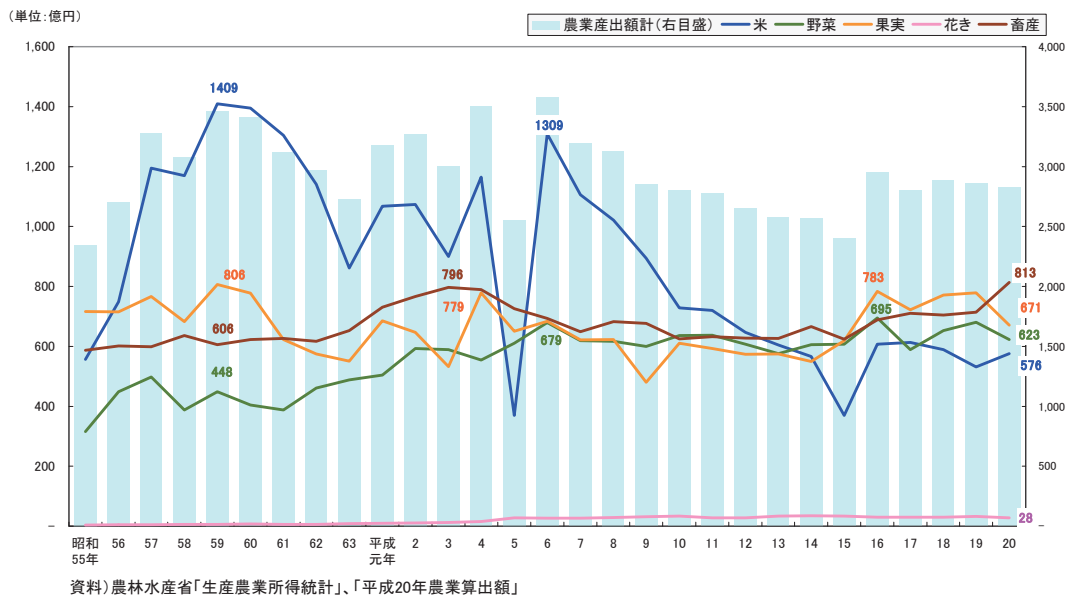


本県の農業産出額の推移を品目別にみると、米については平成5年、15年などの冷害年の落ち込みにより、他の作物に比べて変動の幅が大きくなっていますが、長期的には昭和59年の1,409億円をピークに減少してきており、平成20年にはピークから59.1%減の576億円まで減少しています。

一方、畜産については、米の減少に対して、平成13年から継続して米を上回って推移し、野菜、

果実についても、平成15年以降は、米を上回って推移しており、東北各県と比較すると水稲から野菜などへの転換が進んでいるといえます。(図2-6)

図2-6 品目別農業産出額の推移(青森県)

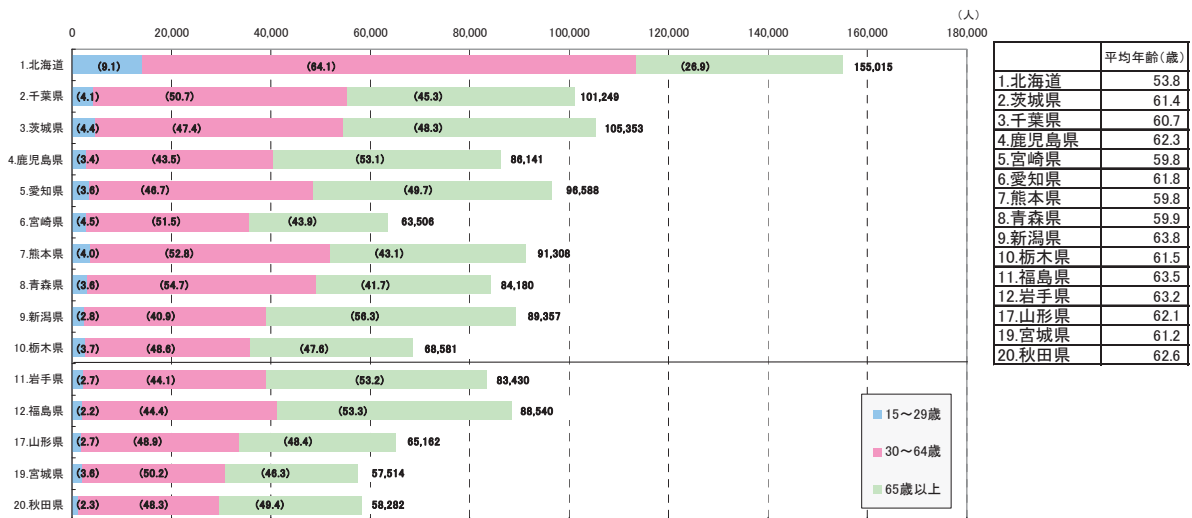


(2) 他県に比べ若い就業構造

農業産出額上位県の農業就業者を、生産年齢人口を15～29歳、30～64歳、65歳以上に分けた年齢別構成比と平均年齢によりみると、本県は、30～64歳の年齢層の割合が54.7%と東北6県の中で最も高く、また、平均年齢も東北において唯一の50歳代となっています。(図2-7)

上位県の就業者をみると、就業者数が最も多い北海道が平均年齢も最も低く、年齢別構成比でも特に30～64歳の年齢層の割合が6割を超えています。米の産出額が6割を超える新潟県は農業算出額上位県の中では最も平均年齢が高く、65歳以上の割合も56.3%と最も高くなっています。

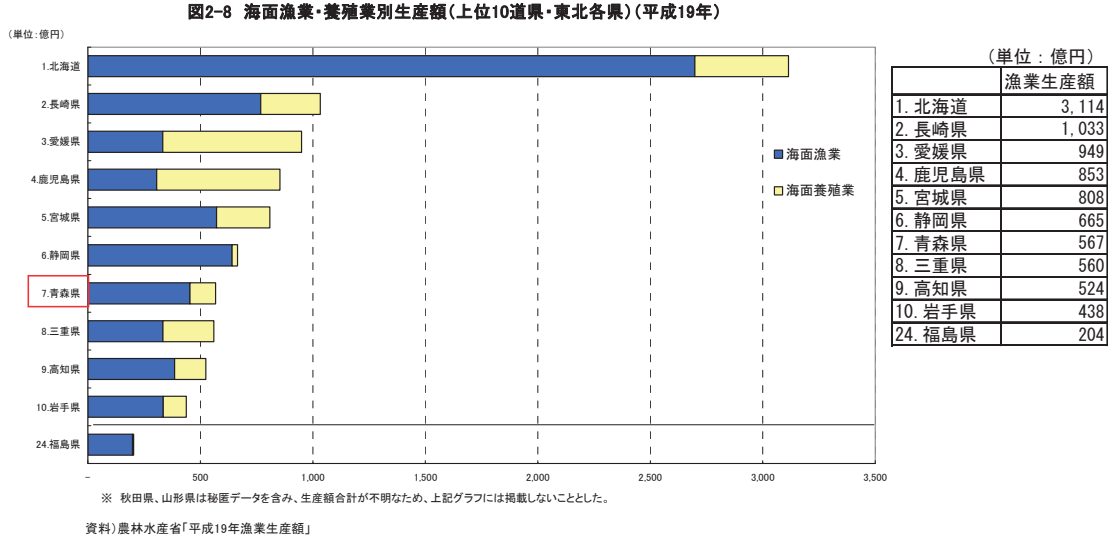
図2-7 農業産出額上位県の年齢別農業就業人口等



2 漁業の動向

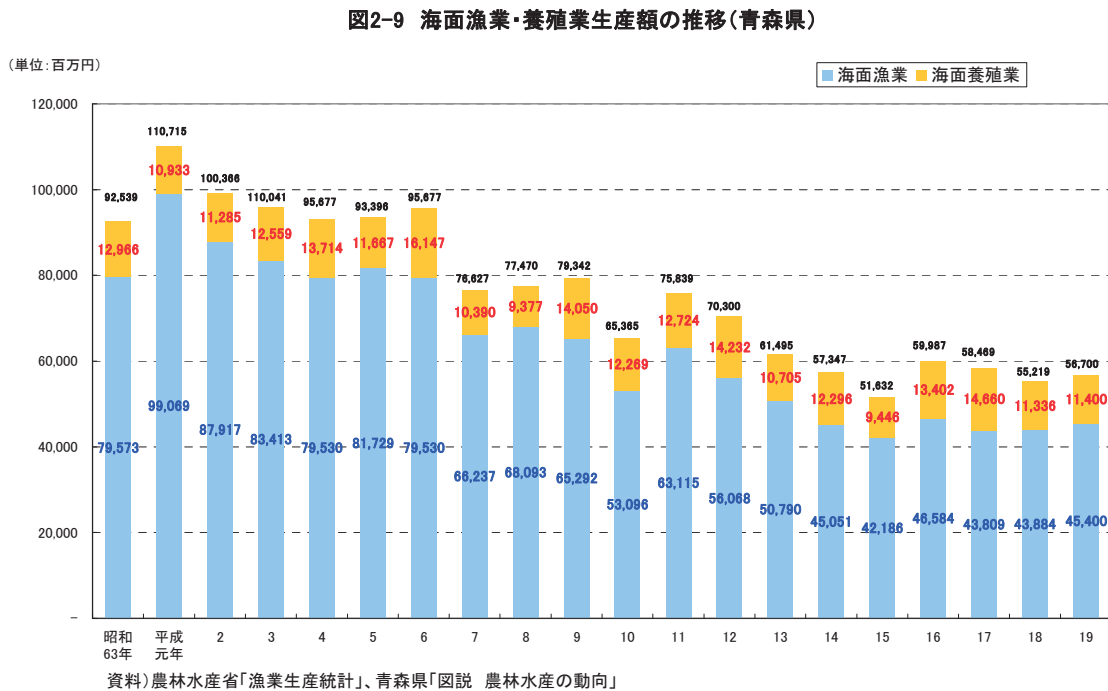
(1) 減少が進む海面漁業

本県の平成19年の漁業生産額は、海面漁業が454億円、ほたてがいを中心とする海面養殖業が114億円の合計567億円で、全国では7位、東北では宮城県に次いで2位となっています。(図2-8)



本県の漁業生産額の推移をみると、平成元年の1,107億円をピークに減少し、平成19年は平成元年から48.8%減の567億円となっています。

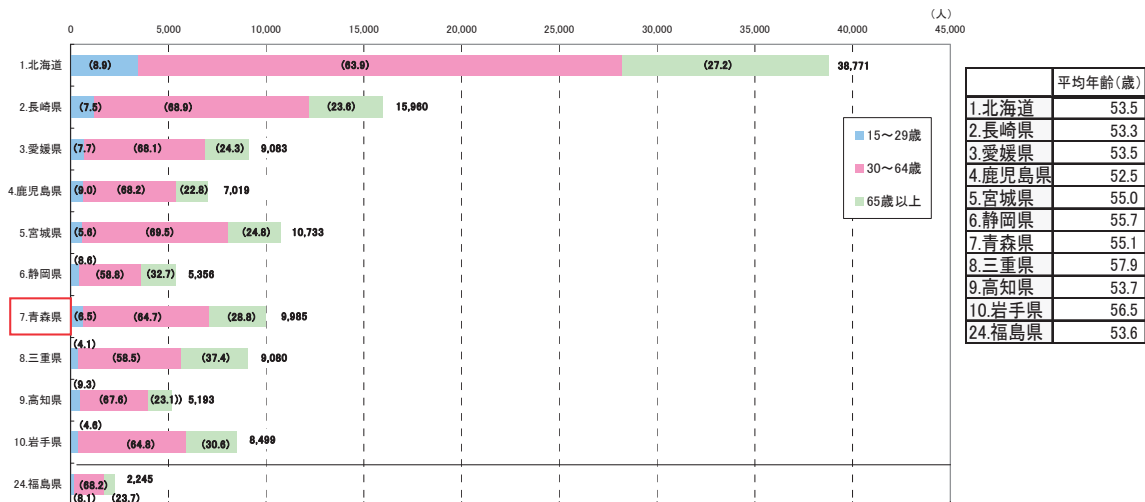
業種別では、海面養殖業の変動が少ないのに対し、海面漁業はピークの平成元年の991億円に対し、平成19年はピークから5割以下の454億円となっています。(図2-9)



(2) 老年人口比率が高い就業人口

漁業生産額上位県の漁業就業者を、年齢別構成比と平均年齢によりみると、平均年齢は全ての県で50歳代となっています。本県は、就業者数は9,985人で全国4位となっていますが、年齢別構成比をみると、漁業生産額上位県の中では65歳以上の割合が高い傾向にあります。(図2-10)

図2-10 漁業生産額上位県の年齢別漁業就業人口等



※ グラフ中の数値は各年齢層の構成比(%)である。
資料)総務省「平成17年国勢調査」、農林水産省「平成19年漁業生産額」

青森のうまいものたち 一旬のカレンダー



やさい												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
ながいも ・ にんにく												
だいこん												
にんじん												
こかぶ												
ごぼう												
ねぎ												
寒締め菜												
くだもの												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
りんご(ふじ)												
ぶどう(キャンベル)												
さくらんぼ												
ブルーベリー												
山菜ときのこと												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
根曲がりたけ												
初雪たけ ・ 舞茸												
みず(ウワバミソウ)												
魚介類												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
するめいか												
ひらめ												
本まぐろ												
シラウオ												
なまこ												
ほたて貝												
シジミ貝												
ウニ												
トゲテリガニ												
ほや												

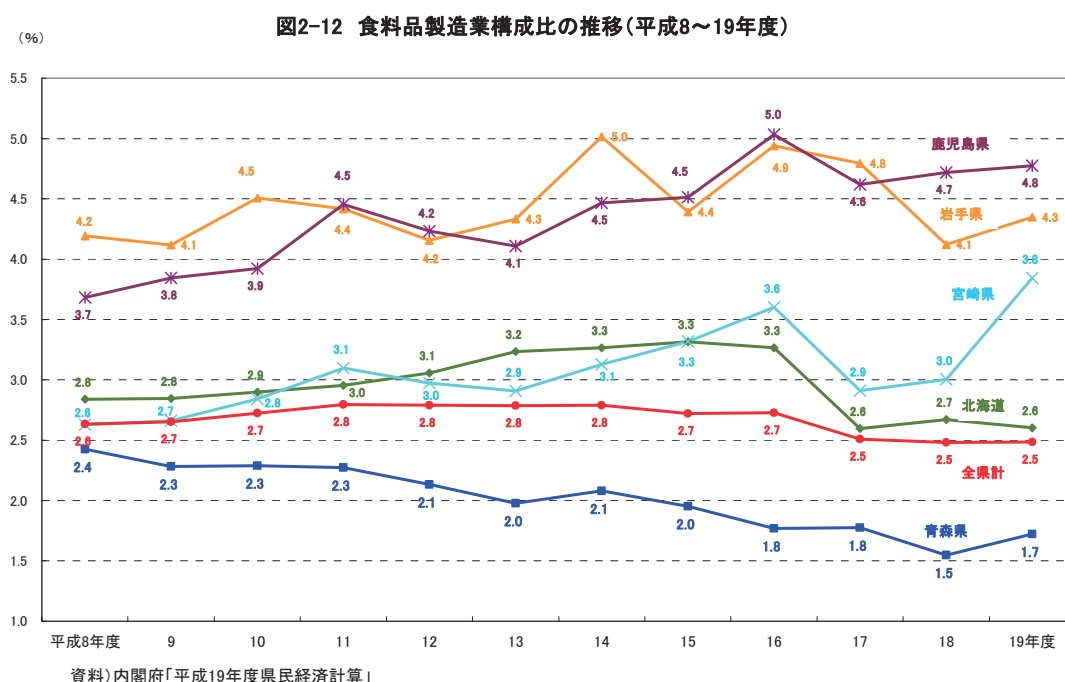
② 低下傾向にある食料品製造業の構成

県民経済計算の県内総生産（名目）に占める食料品製造業の構成比の推移について、農業・水産業の構成比の上位県と全県計別にみると、本県は平成8～19年度の約10年間で低下傾向にあり、平成8年の2.4%から平成19年の1.7%へと低下しています。（図2-12）

岩手県は上昇と下降を繰り返していますが、平成8年度からの約10年間では、概ね4%台で推移しており、構成比はそれほど変わっていません。

宮崎県、鹿児島県は、低下する年度もありますが、長期的には上昇傾向にあり、食料品製造業の県内総生産に占めるウェイトが高まっています。

なお、北海道、宮崎県、鹿児島県が共通して平成17年度に大きく低下していますが、これはこの時期に国内のたばこ製造業者が、全国各地で工場を閉鎖したことによるものといわれています。



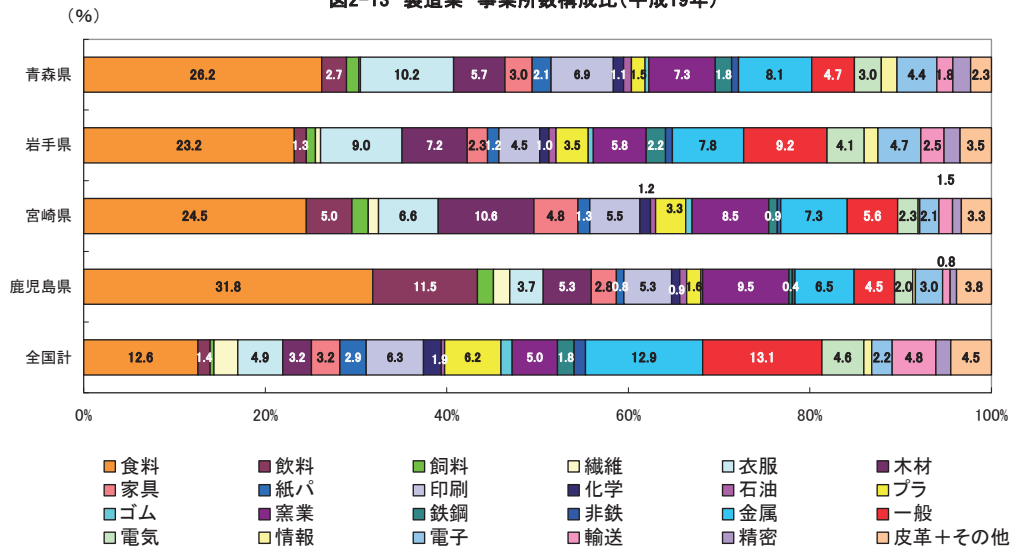
(2) 製造品出荷額比率の高い食料品製造業

全製造業に占める食料品・飲料製造業の事業所数について、平成19年の工業統計表により、農業産出額が上位の岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみます。

本県は、全製造業の中で、食料品製造業の割合が26.2%と最も高く、次いで衣服・その他の繊維製品製造業、金属製品製造業の順となっています。

岩手県、宮崎県、鹿児島県も、全製造業の中で食料品製造業の割合が最も高くなっており、特に鹿児島県は食料品製造業が31.8%と、製造業の3分の1を占めています。特徴的なこととして、宮崎県、鹿児島県は、飲料製造業の構成比も相当程度高く、食料品製造業と合わせると、宮崎県では製造業全体の約3割、鹿児島県は4割以上にもなります。（図2-13）

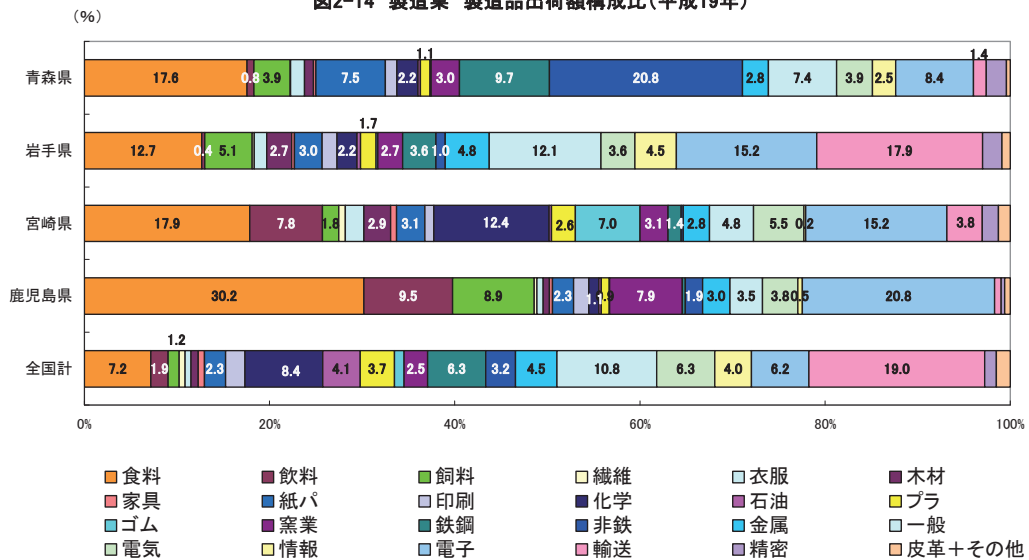
図2-13 製造業 事業所数構成比(平成19年)



資料) 経済産業省「工業統計表」

次に、製造業の製造品出荷額の構成比をみると、本県の食料品製造業の構成比は17.6%と、非鉄金属製造業の20.8%に次ぎ2番目であり、また、岩手県でも、食料品製造業の構成比は、輸送用機械器具製造業、電子部品・デバイス製造業に次ぎ3番目となっていますが、一方、宮崎県、鹿児島県では食料品製造業が最も高くなっています。特に鹿児島県は食料品製造業が30.2%、飲料製造業が9.5%と、製造品出荷額の約4割を食品関係の業種が占めており、鹿児島県経済においては大きなウェイトを占める産業として位置づけられます。(図2-14)

図2-14 製造業 製造品出荷額構成比(平成19年)



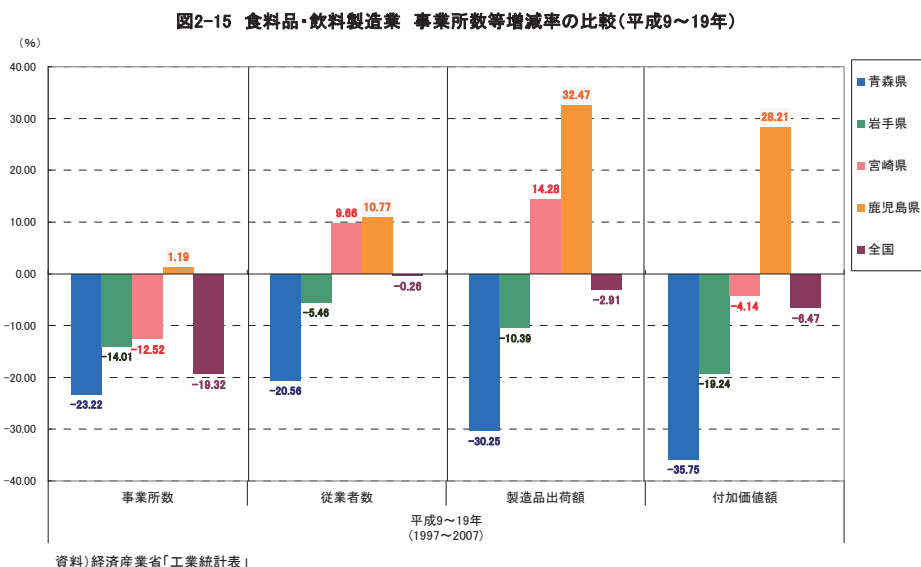
資料) 経済産業省「工業統計表」

(3) 減少する食料品・飲料製造業

食料品・飲料製造業の最近の変化をみるため、事業所数、従業者数、製造品出荷額、付加価値額の平成9～19年の10年間の増減率について、本県、全国及び農業産出額上位県の岩手県、宮崎県、

鹿児島県と比較してみます。

本県は、平成9年から19年にかけての10年間で、全ての項目で2～3割減少しています。岩手県及び全国も全ての項目で減少していますが、減少率は本県ほど大きくはありません。それに対して、宮崎県は、事業所数と付加価値額では減少しているものの、従業者数と製造品出荷額では増加しており、また、鹿児島県は、いずれの項目も増加しており、特に製造品出荷額では32.5%増、付加価値額では28.2%増と、それぞれ10年間で約3割も増加しています。(図2-15)



(4) 大消費地の近傍で伸びる食料品製造業

食料品製造業及び飲料製造業の全国的な動向を把握するため、各都道府県の食料品製造業及び飲料製造業の特化係数について、平成9年から平成19年までの10年間の推移をみます。

特化係数は、食料品及び飲料製造業の各県の構成比を全国の構成比で除して求め、この値が1より大きければ、その県が食料品及び飲料製造業に特化していることを示します。

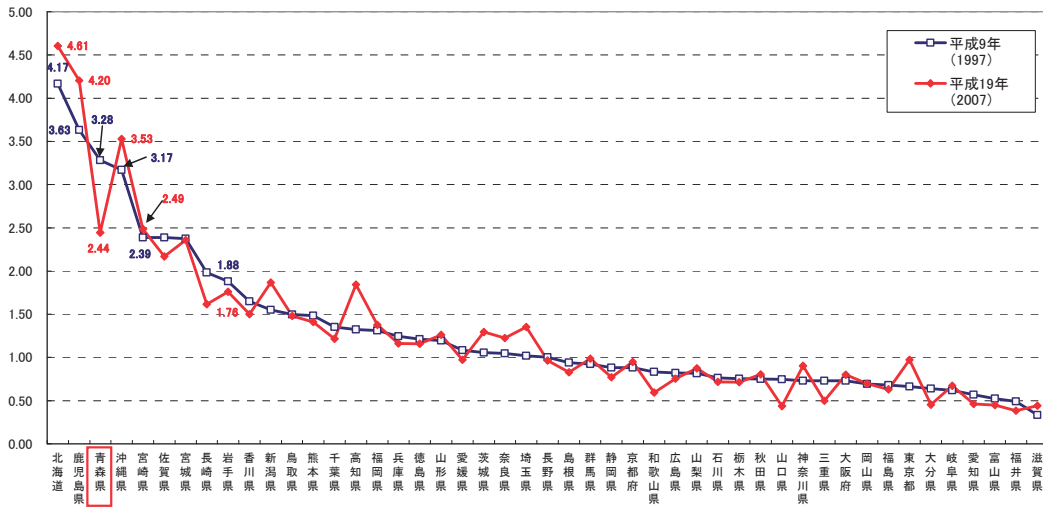
ここでは、食料品製造業と飲料製造業の動向が著しく異なるため、グラフを分けて表示します。

まず、食料品製造業については、平成9年の時点において、特化係数の高い地域には、本県をはじめとする農水産業の産出(生産)額の高い地域が並んでいましたが、平成19年にはそれらの地域が減少し、反対に、首都圏等の比較的大都市の地域の特化係数が増加しています。

これは、平成9年には、いわゆる生産地に近いところにおいて加工食品が多く製造されていたものが、平成19年には消費地に近いところにおける加工食品の製造が増加してきており、加工食品の製造拠点が生産地から消費地に移動してきていることを示しています。

その背景としては、食品の嗜好が多様化しているため、大消費地における消費者の声を迅速に把握しようとしていること、生産性の向上を図る観点から、消費地に近い方が流通コストを削減できること、後述するように、消費者のライフスタイルの多様化や消費支出の変化に伴い、惣菜やレトルト食品などの消費が増加してきているため、原料供給地における素材加工型の一次加工製品よりも、二次加工製品に対する需要が増加していることなどが考えられます。(図2-16)

図2-16 食料品製造業 製造品出荷額等 特化係数の推移(平成9年→19年)



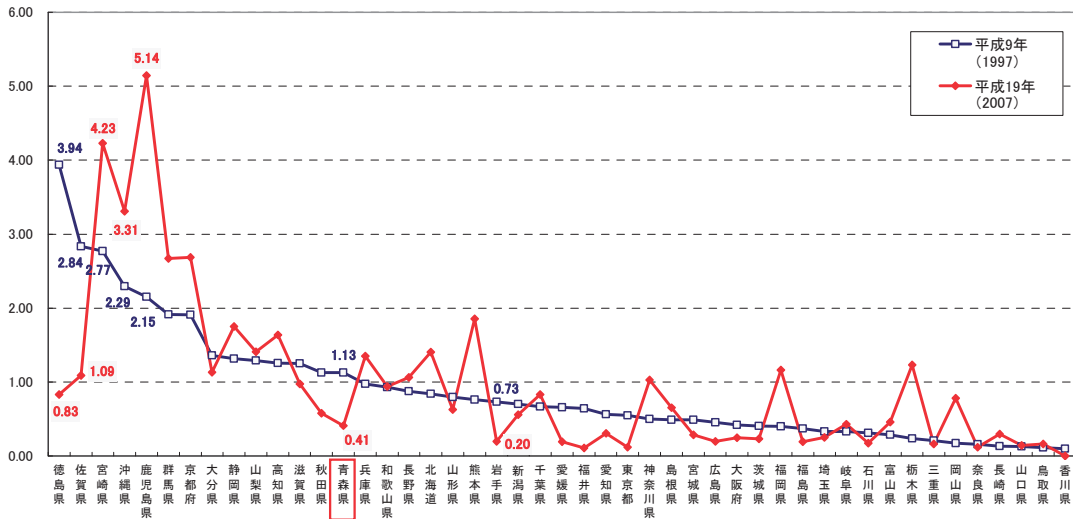
※ 特化係数は、(各県食料品製造業製造品出荷額等/各県全製造業製造品出荷額等)/(全国食料品製造業製造品出荷額等/全国全製造業製造品出荷額等)により計算。

資料) 経済産業省「工業統計」

飲料製造業については、農水産業の産出(生産)額に関係なく、国内大手の清涼飲料水や酒造メーカー等の工場の有無により製造品出荷額の多寡が決まる傾向がみられます。

その中で、食料品製造業でも特化係数が大きい宮崎県や鹿児島県は、飲料製造業でも特化係数が大きくなっていますが、これは独特な味と香りで全国的に人気を集めている乙類焼酎や、健康志向により需要が増加した黒酢等の醸造製品の生産が増加したことによるものと思われます。(図2-17)

図2-17 飲料製造業 製造品出荷額等 特化係数の推移(平成9年→19年)



※ 特化係数は、(各県飲料製造業製造品出荷額等/各県全製造業製造品出荷額等)/(全国飲料製造業製造品出荷額等/全国全製造業製造品出荷額等)により計算。

※ 飲料製造業には、秘匿のため数値が公表されていないデータが存在する。

資料) 経済産業省「工業統計」

2 産業小分類別にみた本県の食料品・飲料製造業

(1) 大きなウェイトを占める水産食料品製造業

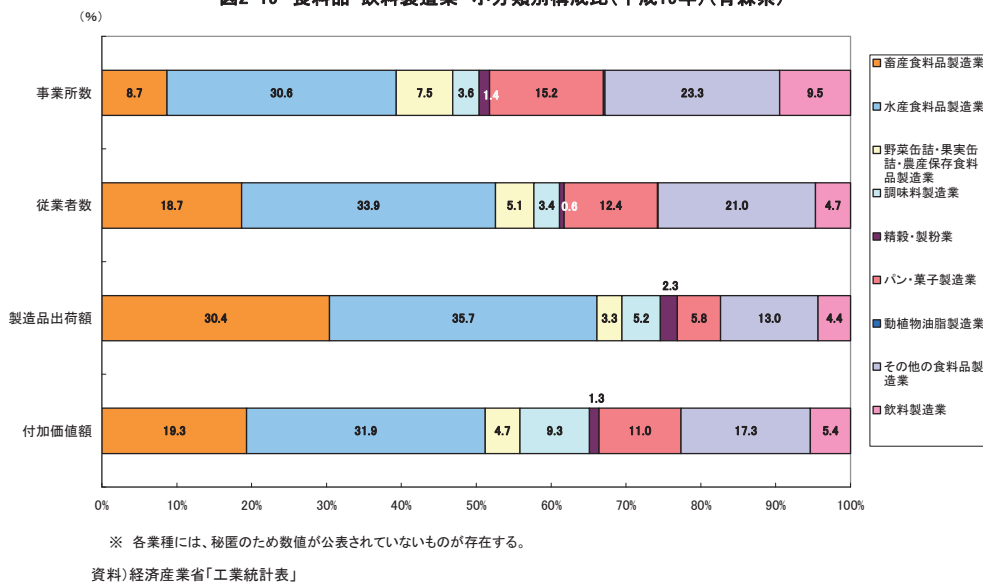
ここからは、本県の食料品製造業について、日本標準産業分類の産業小分類別に詳細をみていきます。(図 2-18)

図2-18 食料品・飲料製造業における小分類の内訳

小分類	内 訳
畜産食料品製造業	肉製品、乳製品、その他の畜産食料品
水産食料品製造業	水産缶詰・瓶詰、海藻加工、水産練製品、塩干・塩蔵品、冷凍水産物、その他の水産食料品
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品(野菜漬物を除く)、野菜漬物(缶詰・瓶詰・つぼ詰を除く)
調味料製造業	味噌、醤油・アミノ酸、うまみ調味料、ソース、食酢、その他の調味料
糖類製造業	砂糖(砂糖精製業を除く)、砂糖精製、ぶどう糖・水あめ・異性化糖
精穀・製粉業	精米、精麦、小麦粉、その他の精穀・製粉
パン・菓子製造業	パン、生菓子、ビスケット類・干菓子、米菓、その他のパン・菓子
動植物油脂製造業	植物油脂、動物油脂、食用油脂加工
その他の食料品製造業	でんぷん、めん類、豆腐・油揚、あん類、冷凍調理食品、惣菜、他に分類されない食料品
飲料製造業	清涼飲料製造業、酒類製造業、茶・コーヒー製造業

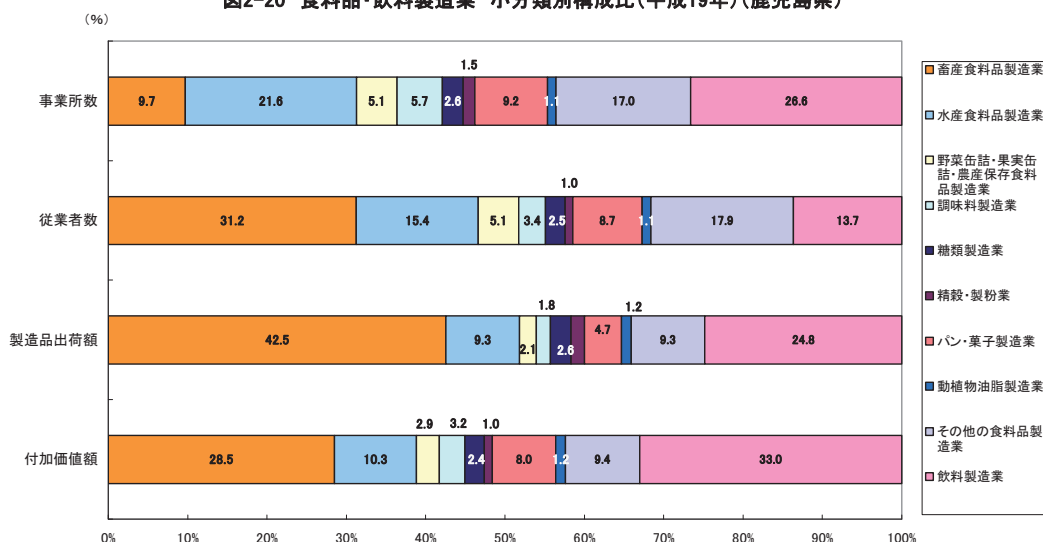
本県の食料品製造業を産業小分類別の構成比でみると、事業所数、従業者数、製造品出荷額、付加価値額ともに、水産食料品製造業が最も多く、いずれも 30%を超えており、本県の食料品製造業において大きなウェイトを占めています。それに次いで、冷凍調理食品製造業やそう(惣)菜製造業を含む「その他の食料品製造業」が事業所数及び従業者数において割合が高く、また、畜産食料品製造業が製造品出荷額及び付加価値額で割合が高くなっています。(図 2-19)

図2-19 食料品・飲料製造業 小分類別構成比(平成19年)(青森県)



参考として、鹿児島県の小分類別の構成比をみると、従業者数及び製造品出荷額では、畜産食料品製造業の構成比が最も高く、また、事業所数及び付加価値額では飲料製造業が最も高くなっています。(図 2-20)

図2-20 食料品・飲料製造業 小分類別構成比(平成19年)(鹿児島県)



※ 各業種には、秘匿のため数値が公表されていないものがある。

資料) 経済産業省「工業統計表」



ぶどう栽培から醸造まで一貫生産を行う(有)サンマモルワイナリーと本州最北端の下北ワイン(平成20年の国産ワインコンクールで銅賞受賞)

(2) 減少する水産食料品製造業

本県の食料品・飲料製造業の事業所数、従業者数、原材料使用額、製造品出荷額、付加価値額について、産業小分類別に、平成9年、14年、19年と5年ごとの推移をみると、食料品・飲料製造業全体では、いずれの項目も減少しています。

事業所数では、小分類別のいずれの業種も減少しており、特に水産食料品製造業の減少数が大きくなっています。従業者数でも、水産食料品製造業の減少が大きく、その一方で、畜産食料品製造業や調味料製造業が増加しています。

原材料使用額、製造品出荷額、付加価値額をみると、畜産食料品製造業は原材料使用額及び製造品出荷額が増加しているのに対し、付加価値額が減少しており、調味料製造業は、原材料使用額が微増傾向で推移しているのに対して、付加価値額では大きく増加しています。(図2-21)

図2-21 食料品・飲料製造業 小分類別構成比の推移(青森県)

	(か所)		(人)		(万円)		(万円)		(万円)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	原材料使用額	構成比(%)	製造品出荷額	構成比(%)	付加価値額	構成比(%)
平成9年(1997)										
畜産食料品製造業	41	6.5%	2,922	14.1%	5,604,845	22.0%	7,086,956	18.4%	1,277,878	11.0%
水産食料品製造業	194	31.0%	8,351	40.4%	12,674,175	49.8%	17,456,284	45.2%	4,226,005	36.3%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	42	6.7%	883	4.3%	510,543	2.0%	885,231	2.3%	349,425	3.0%
調味料製造業	19	3.0%	388	1.9%	446,908	1.8%	978,685	2.5%	443,679	3.8%
精穀・製粉業	9	1.4%	75	0.4%	947,713	3.7%	1,065,207	2.8%	102,612	0.9%
パン・菓子製造業	91	14.5%	2,380	11.5%	775,508	3.0%	1,915,101	5.0%	1,073,440	9.2%
その他の食料品製造業	160	25.6%	4,427	21.4%	3,075,987	12.1%	5,516,642	14.3%	2,184,488	18.8%
食料品製造業小計	556	88.8%	19,426	94.0%	24,035,679	94.5%	34,904,106	90.4%	9,657,527	82.9%
飲料製造業	70	11.2%	1,232	6.0%	1,407,405	5.5%	3,705,742	9.6%	1,988,421	17.1%
食料品・飲料製造業合計	626	100.0%	20,658	100.0%	25,443,084	100.0%	38,609,848	100.0%	11,645,948	100.0%
平成14年(2002)										
畜産食料品製造業	47	8.3%	3,325	18.3%	5,941,591	29.7%	7,494,571	24.4%	1,306,772	13.9%
水産食料品製造業	173	30.6%	6,519	35.8%	8,432,950	42.2%	11,809,782	38.5%	3,036,827	32.3%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	39	6.9%	910	5.0%	458,287	2.3%	884,863	2.9%	393,240	4.2%
調味料製造業	19	3.4%	627	3.4%	677,304	3.4%	1,513,464	4.9%	719,196	7.7%
精穀・製粉業	9	1.6%	122	0.7%	617,734	3.1%	751,581	2.5%	118,962	1.3%
パン・菓子製造業	86	15.2%	2,074	11.4%	706,861	3.5%	1,775,550	5.8%	980,458	10.4%
その他の食料品製造業	134	23.7%	3,689	20.3%	2,094,508	10.5%	3,941,608	12.9%	1,643,838	17.5%
食料品製造業小計	507	89.7%	17,266	94.9%	18,929,235	94.6%	28,171,419	91.9%	8,199,293	87.2%
飲料製造業	58	10.3%	931	5.1%	1,072,052	5.4%	2,490,836	8.1%	1,198,912	12.8%
食料品・飲料製造業合計	565	100.0%	18,197	100.0%	20,001,287	100.0%	30,662,255	100.0%	9,398,205	100.0%
平成19年(2007)										
畜産食料品製造業	44	8.7%	3,247	18.7%	6,989,551	35.8%	8,754,910	30.4%	791,820	10.6%
水産食料品製造業	155	30.7%	5,896	33.9%	7,263,913	37.2%	10,295,742	35.7%	2,629,891	35.3%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	38	7.5%	894	5.1%	544,895	2.8%	953,992	3.3%	385,352	5.2%
調味料製造業	18	3.6%	599	3.4%	613,107	3.1%	1,490,170	5.2%	766,560	10.3%
精穀・製粉業	7	1.4%	105	0.6%	541,633	2.8%	650,995	2.3%	104,154	1.4%
パン・菓子製造業	77	15.2%	2,163	12.4%	683,292	3.5%	1,659,151	5.8%	905,300	12.1%
その他の食料品製造業	118	23.4%	3,656	21.0%	2,161,331	11.1%	3,745,726	13.0%	1,424,463	19.1%
食料品製造業小計	457	90.5%	16,560	95.3%	18,797,722	96.3%	27,550,686	95.6%	7,007,540	94.0%
飲料製造業	48	9.5%	818	4.7%	713,327	3.7%	1,254,783	4.4%	444,048	6.0%
食料品・飲料製造業合計	505	100.0%	17,378	100.0%	19,511,049	100.0%	28,805,469	100.0%	7,451,588	100.0%

※ 各業種には、秘匿のため数値が公表されていないデータが存在する。

※ 平成19年調査では調査事項の追加と事業所の補そくを行っている。

資料) 経済産業省「工業統計表」

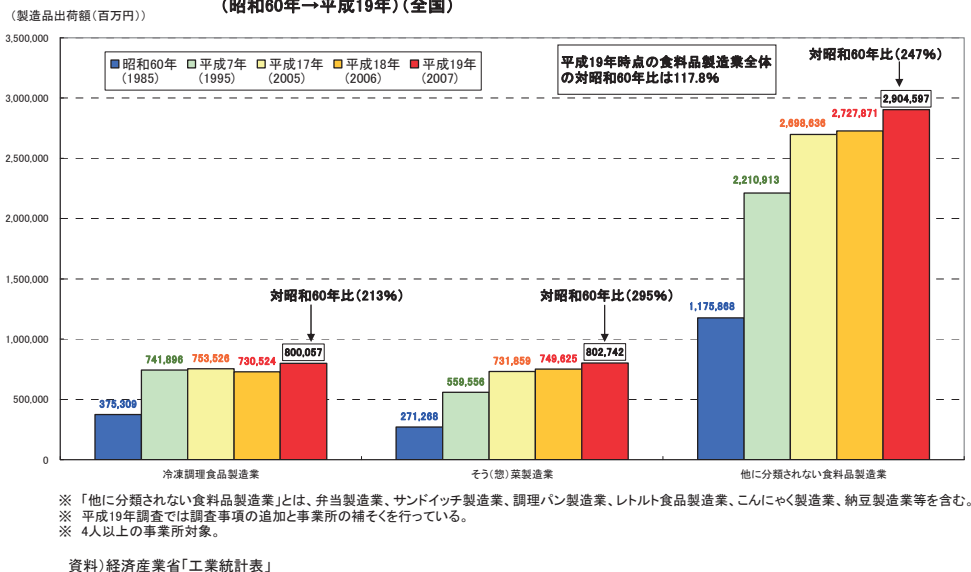
(3) 高加工度及び調理簡便化食品への変化

後述する家計消費支出とも関連しますが、最近の消費の傾向として、節約志向等もあり、市販の惣菜や弁当などの調理済みの食材を買って、職場や家庭などで食べる「中食(なかしょく)」が伸び、食の外部化・サービス化が進んでいるといわれていることから、食料品製造業のうち、中食に係る冷凍調理食品製造業、そう(惣)菜製造業、他に分類されない食品製造業の製造品出荷額の長期的な推移をみてみます。

まず、全国の食料品製造業のうち、冷凍調理食品製造業の動向をみると、昭和60年から平成7年にかけては急速に増加したものの、それ以降は頭打ち傾向となっています。そう(惣)菜製造業についても昭和60年から平成7年にかけて急激に増加しましたが、その後は微増傾向にあります。弁当製造業、レトルト食品製造業等が含まれる「他に分類されない食料品製造業」は、昭和60年から平成7年にかけて急速に増加した以降も増加し続け、依然として増加傾向にあります。

食料品製造業全体で昭和60年と平成19年を比較すると117.8%と微増ですが、高加工度、調理簡便化に対応したこれらの三業種はいずれも200%以上の急激な伸びを示しており、全国的な傾向として、食の外部化・サービス化が進んでいることを裏付けていると考えられます。(図2-22)

図2-22 高加工度食品、調理簡便化食品製造業種の製造品出荷額の増減
(昭和60年→平成19年)(全国)



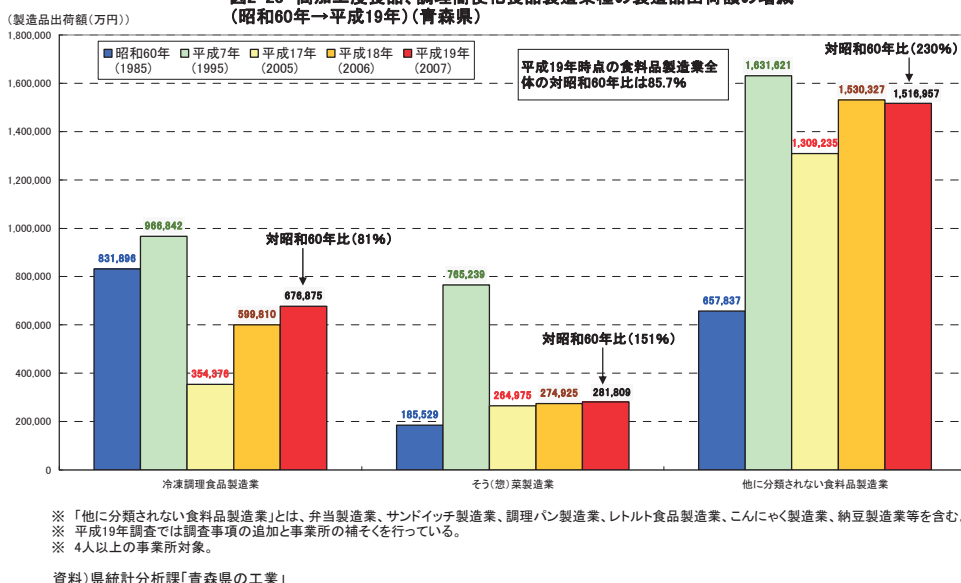
続いて、本県の冷凍調理食品製造業、そう(惣)菜製造業、他に分類されない食料品製造業について、昭和60年(1985年)からの動向をみると、これら三業種はいずれも昭和60年から平成7年の10年間で急速に増加した後、その後の平成17年までは急速に減少していますが、全国が増加しているのに対し、本県は逆に頭打ちもしくは減少傾向にあります。

個別にみると、冷凍調理食品製造業は平成18年以降では増加しているものの、昭和60年と平成19年を比較すると81%と減少しています。

そう(惣)菜製造業は、平成17年以降、微増で推移し、昭和60年と平成19年を比較すると151%と増加しています。

「他に分類されない食料品製造業」は、平成17年から18年にかけて大きく増加し、平成19年はほぼ横ばいですが、食料品製造業全体で昭和60年と平成19年を比較すると85.7%と減少しているのに対し、昭和60年と比較すると230%と、全国並みに大幅に伸びています。(図2-23)

図2-23 高加工度食品、調理簡便化食品製造業種の製造品出荷額の増減
(昭和60年→平成19年)(青森県)



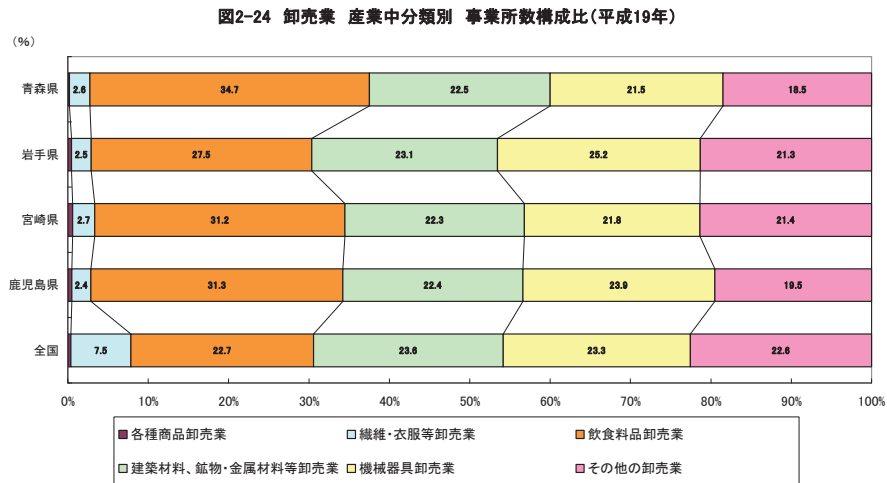
第3節 流通面からみた本県の「食」産業の状況（下流：飲食料品卸売業・小売業）

第3節では、「食」産業の下流に位置して、食品の流通・販売部門を担う飲食料品卸売業及び小売業について、本県の状況を、他地域及び時系列により比較して検証していきます。

1 飲食料品卸売業の動向

(1) 事業所数が多い飲食料品卸売業

まず、卸売業全体について、産業中分類別に、事業所数の構成比を、食料品製造業と同様に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみると、事業所数の構成比では、各県ともそれほど大きな差はありませんが、本県では飲食料品卸売業の構成比が34.7%と最も高く、また、各県と比較した場合でも最も高くなっています。（図2-24）



(2) 生鮮魚介卸売が多い食料品卸売業

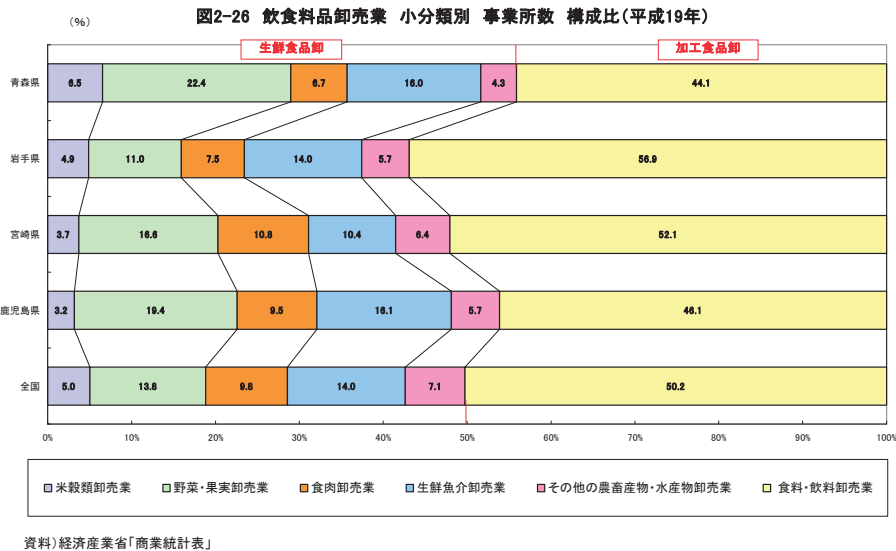
飲食料品卸売業について、日本標準産業分類に基づく産業小分類別に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみます。（図2-25）

図2-25 飲食料品卸売業における小分類の内訳

中分類	小分類	内 訳
農畜産物・水産物卸売業 (生鮮食品卸)	米穀類卸売業	米麦卸売業、雑穀・豆類卸売業
	野菜・果実卸売業	野菜卸売業、果実卸売業
	食肉卸売業	食肉卸売業
	生鮮魚介卸売業	生鮮魚介卸売業
	その他の農畜産物・水産物卸売業	その他の農畜産物・水産物卸売業
食料・飲料卸売業 (加工食品卸)	食料・飲料卸売業	味そ・しょう油卸売業、酒類卸売業、乾物卸売業、缶詰・瓶詰食品卸売業(気密容器入りのもの)、菓子・パン類卸売業、飲料卸売業(別掲を除く)、茶類卸売業、砂糖卸売業、その他の食料・飲料卸売業

本県の事業所数は、水産練製品やめん類、冷凍調理食品等の加工食品関係の食料・飲料卸売業が44.1%と最も多く、次いで野菜・果実卸売業の22.4%、生鮮魚介卸売業の16.0%となっています。

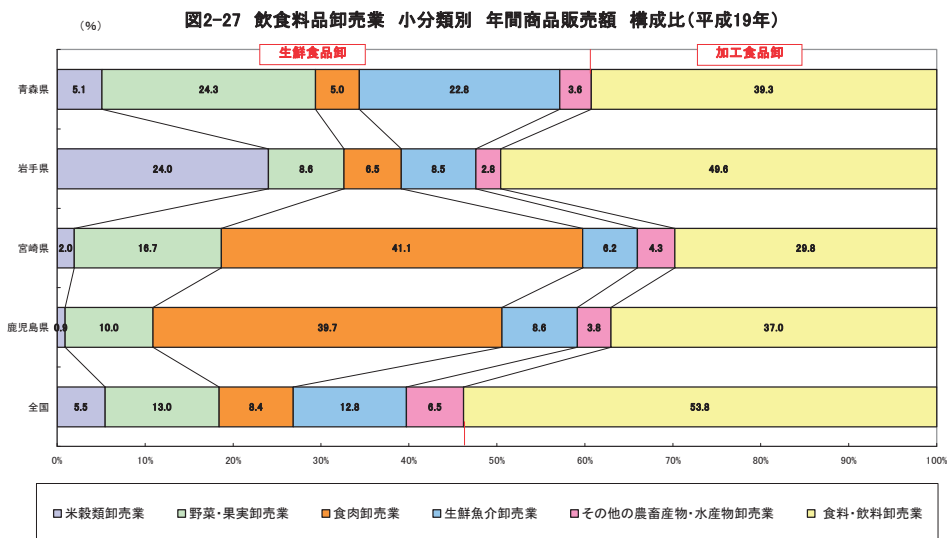
各県及び全国でも、食料・飲料卸売業の割合が最も多く、その構成比は本県を上回っており、岩手県、宮崎県及び全国では50%以上を占めます。各県と比較すると、本県は野菜・果実卸売業の割合が高いのが特徴的です。(図2-26)



年間商品販売額では、各県の特徴が大きく表れます。まず、本県は、食料・飲料卸売業が39.3%、野菜・果実卸売業が24.3%、生鮮魚介卸売業が22.8%と、野菜・果実卸売業と併せて、生鮮魚介卸売業の割合も高くなっています。

岩手県は、米穀類卸売業が24.0%と大きなウェイトを占めており、宮崎県及び鹿児島県は、食肉卸売業がいずれも約4割と、卸売業全体の中では他の業種を圧倒して、最も高い割合を占めています。

生鮮食品卸と加工食品卸に分けてみた場合、本県は、事業所数、年間商品販売額のいずれも一次産品を取り扱う農畜産物・水産物卸売業が半分以上を占め、他の県は項目によっては、加工食品卸が構成比の半分を占めています。(図2-27)



(3) 減少傾向にある飲食料品卸売業

本県の飲食料品卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額について、産業小分類別に、商業統計の調査年に合わせて、平成3年～19年の推移を実数ベースでみると、飲食料品卸売業全体では、いずれの項目も減少しています。

特に、本県の飲食料品卸売業の中で大きなウェイトを占める野菜・果実卸売業、生鮮魚介卸売業、食料・飲料卸売業は、ほぼ全ての項目で減少傾向にあります。食肉卸売業とその他の農畜産物・水産物卸売業については、構成比そのものは少ないながらも上昇してきています。

構成比でみると、野菜・果実卸売業は、事業所数及び従業者数の飲食料品卸売業全体に占める割合が上昇しているのに対して、年間商品販売額の割合は低下しています。

生鮮魚介類卸売業は、事業所数及び従業者数の全体に占める割合がそれほど変わらないのに対して、年間商品販売額は上昇しています。

加工食品卸に分類される食料・飲料卸売業は、事業所数及び従業者数の全体に占める割合が低下しているのに対して、年間商品販売額は上昇しています。

飲食料品卸売業の動向については、その年の天候による生産状況、デフレ等の価格動向や多様化する消費者のニーズ、安価な海外商品の輸入、業者間の熾烈な競争、卸を通さない流通形態の多様化など様々な要因も影響しているものと考えられます。(図2-28)

図2-28 飲食料品卸売業 小分類別構成比の推移(青森県)

	(か所)		(人)		(万円)	
平成3年(1991)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)
米穀類卸売業	67	4.2%	722	4.9%	12,050,121	10.0%
野菜・果実卸売業	341	21.5%	3,267	22.3%	37,709,148	31.4%
食肉卸売業	74	4.7%	561	3.8%	2,497,326	2.1%
生鮮魚介卸売業	241	15.2%	2,050	14.0%	20,230,343	16.9%
その他の農畜産物・水産物卸売業	43	2.7%	484	3.3%	4,555,629	3.8%
食料・飲料卸売業	821	51.7%	7,581	51.7%	42,970,695	35.8%
飲食料品卸売業合計	1,587	100.0%	14,665	100.0%	120,013,262	100.0%
平成9年(1997)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)
米穀類卸売業	58	4.4%	519	3.8%	11,319,339	9.7%
野菜・果実卸売業	278	21.0%	3,279	23.9%	34,600,714	29.5%
食肉卸売業	78	5.9%	556	4.1%	4,172,555	3.6%
生鮮魚介卸売業	203	15.3%	2,331	17.0%	24,095,655	20.6%
その他の農畜産物・水産物卸売業	37	2.8%	374	2.7%	1,813,893	1.5%
食料・飲料卸売業	670	50.6%	6,647	48.5%	41,232,743	35.2%
飲食料品卸売業合計	1,324	100.0%	13,706	100.0%	117,234,899	100.0%
平成19年(2007)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)
米穀類卸売業	80	6.5%	497	3.9%	3,953,464	5.1%
野菜・果実卸売業	274	22.4%	3,645	28.6%	18,836,037	24.3%
食肉卸売業	82	6.7%	800	6.3%	3,891,976	5.0%
生鮮魚介卸売業	195	16.0%	2,043	16.0%	17,692,578	22.8%
その他の農畜産物・水産物卸売業	52	4.3%	488	3.8%	2,759,477	3.6%
食料・飲料卸売業	539	44.1%	5,263	41.3%	30,495,138	39.3%
飲食料品卸売業合計	1,222	100.0%	12,736	100.0%	77,628,670	100.0%

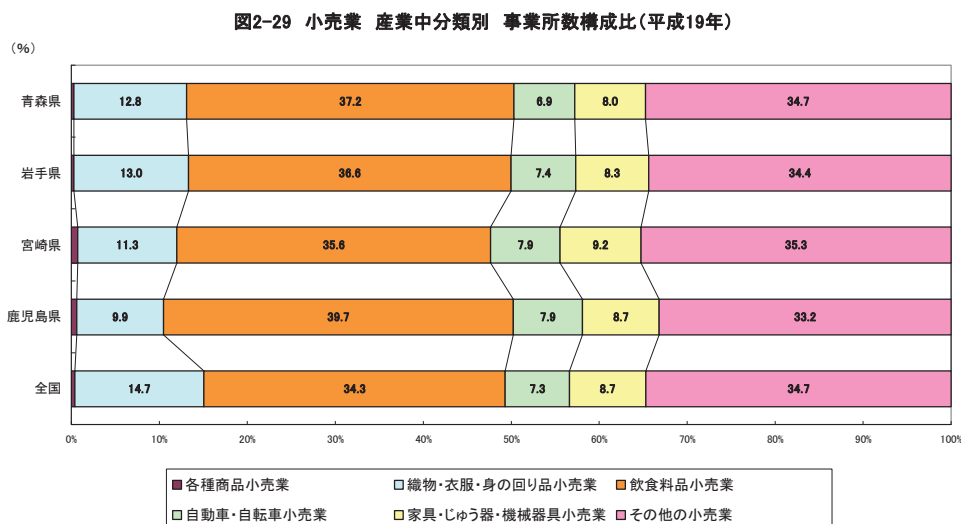
資料)経済産業省「商業統計表」

2 飲食料品小売業の動向

(1) 事業所数が多い飲食料品小売業

ここからは、飲食料品小売業の動向についてみていきます。

まず、小売業全体について、産業中分類別に、事業所数の構成比を、食料品・飲料製造業及び飲食料品卸売業と同様に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみると、事業所数の構成比では、各県とも飲食料品小売業が最も高いのは同じですが、そのほかには大きな違いはみられません。(図2-29)



(2) 鮮魚小売業が多い飲食料品小売業

本県の飲食料品小売業について、日本標準産業分類に基づく産業小分類別に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみます。(図2-30)

図2-30 飲食料品小売業における小分類の内訳

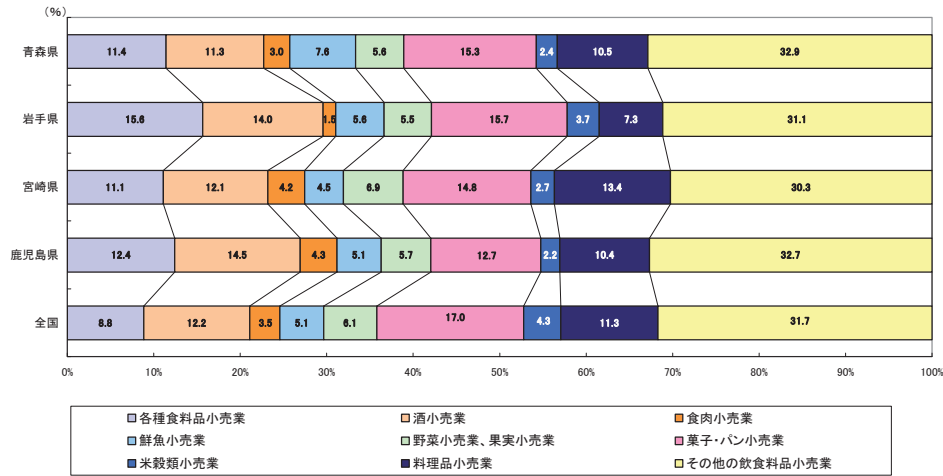
小分類	内 訳
各種食料品小売業	各種食料品小売業
酒小売業	酒小売業
食肉小売業	食肉小売業(卵、鳥肉を除く)、卵・鳥肉小売業
鮮魚小売業	鮮魚小売業
野菜小売業、果実小売業	野菜・果実小売業
菓子・パン小売業	菓子小売業(製造小売)、菓子小売業(製造小売でないもの)、パン小売業(製造小売)、パン小売業(製造小売でないもの)
米穀類小売業	米穀類小売業
料理品小売業	料理品小売業
その他の飲食料品小売業	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)、牛乳小売業、飲料小売業(別掲を除く)、茶類小売業、豆腐・かまぼこ等加工食品小売業、乾物小売業、他に分類されない飲食料品小売業

まず、事業所数では、本県は、コンビニエンスストアを含むその他の飲食料品小売業が32.9%と最も高く、それ以外の業種は10%台で並んでいます。

各県と比較してみると、本県は鮮魚小売業の割合が7.6%と最も高くなっています。各県の特徴として、岩手県は食料品スーパー等の各種食料品小売業が15.6%と、全国の2倍近くの割合となっ

ているほか、宮崎県及び鹿児島県は食肉小売業の割合が高くなっています。(図 2-31)

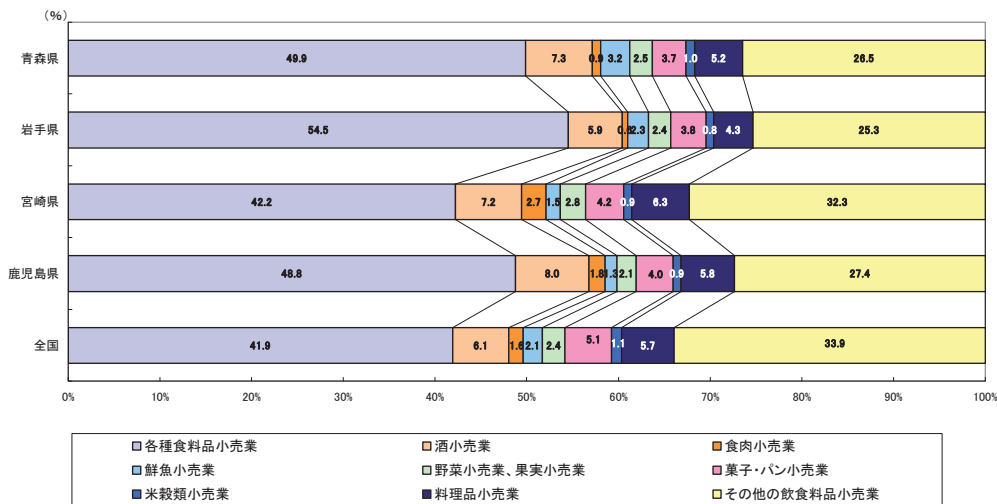
図2-31 飲食料品小売業 小分類別 事業所構成比(平成19年)



資料) 経済産業省「商業統計表」

年間商品販売額では、本県は、各種食料品小売業が5割近くを占めていますが、各県及び全国においても同様に各種食料品小売業の割合が高く、いずれも4~5割となっています。各種食料品を一括して一事業所で小売する食料品スーパーに代表される業種が近年急速に伸びていることがうかがわれます。(図 2-32)

図2-32 飲食料品小売業 小分類別 年間商品販売額構成比(平成19年)



資料) 経済産業省「商業統計表」

(3) 減少傾向にある飲食料品小売業

本県の飲食料品小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額等について、産業小分類別に、商業統計の調査年の平成3~平成19年の期間における推移を実数ベースで比較すると、事業所数ではどの業種も減少しており、事業所数の合計について平成3年と平成19年を比較すると約半分にまで減少しています。

従業者数では、全体の総数は増加していますが、その内訳をみると、増加している業種は各種食料品小売業とその他の飲食料品小売業で、平成3年と19年を比較すると、各種食料品小売業は53.4%増、その他の飲食料品小売業は87.0%増となっています。料理品小売業については、平成3年から平成9年にかけては増加したものの、平成19年には減少に転じています。

年間商品販売額及び売場面積でも、各種食料品小売業とその他の飲食料品小売業が増加しているほかは、料理品小売業については、平成3年から平成9年にかけては増加した後は平成19年に減少に転じ、その他の業種ではいずれも減少しています。

全体の動向としては、各種食料品小売業及びその他の飲食料品小売業において、事業所数が減少する一方で、従業者数、年間商品販売額、売場面積が増加していますが、これは事業所の規模の大型化が進んでいるためと考えられます。(図2-33)

図2-33 飲食料品小売業 小分類別構成比の推移(青森県)

平成3年(1991)	(か所)		(人)		(万円)		(㎡)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)	売場面積	構成比(%)
各種食料品小売業	1,155	11.4%	8,156	24.3%	17,342,091	36.9%	187,856	33.5%
酒小売業	1,950	19.2%	5,463	16.3%	9,363,679	19.9%	106,253	19.0%
食肉小売業	330	3.2%	933	2.8%	1,103,287	2.3%	12,676	2.3%
鮮魚小売業	929	9.1%	2,187	6.5%	3,311,359	7.0%	26,294	4.7%
野菜小売業、果実小売業	504	5.0%	1,223	3.6%	1,689,802	3.6%	19,536	3.5%
菓子・パン小売業	1,939	19.1%	4,589	13.7%	2,827,224	6.0%	69,457	12.4%
米穀類小売業	440	4.3%	1,265	3.8%	2,206,658	4.7%	17,393	3.1%
料理品小売業	747	7.3%	4,298	12.8%	3,130,003	6.7%	26,979	4.8%
その他の飲食料品小売業	2,175	21.4%	5,457	16.3%	6,003,541	12.8%	93,720	16.7%
飲食料品小売業合計	10,169	100.0%	33,571	100.0%	46,977,644	100.0%	560,164	100.0%

平成9年(1997)	(か所)		(人)		(万円)		(㎡)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)	売場面積	構成比(%)
各種食料品小売業	1,143	13.8%	9,660	29.4%	21,088,849	42.3%	216,146	38.6%
酒小売業	1,416	17.2%	3,875	11.8%	8,125,479	16.3%	90,335	16.1%
食肉小売業	234	2.8%	659	2.0%	612,260	1.2%	10,017	1.8%
鮮魚小売業	718	8.7%	1,673	5.1%	2,406,247	4.8%	21,657	3.9%
野菜小売業、果実小売業	376	4.6%	985	3.0%	1,252,389	2.5%	16,640	3.0%
菓子・パン小売業	1,299	15.7%	3,777	11.5%	2,529,969	5.1%	50,353	9.0%
米穀類小売業	335	4.1%	887	2.7%	1,483,401	3.0%	13,371	2.4%
料理品小売業	692	8.4%	5,199	15.8%	4,276,850	8.6%	32,021	5.7%
その他の飲食料品小売業	2,042	24.7%	6,134	18.7%	8,126,612	16.3%	109,679	19.6%
飲食料品小売業合計	8,255	100.0%	32,849	100.0%	49,902,056	100.0%	560,219	100.0%

平成19年(2007)	(か所)		(人)		(万円)		(㎡)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)	売場面積	構成比(%)
各種食料品小売業	644	11.4%	12,513	35.6%	23,361,174	49.9%	256,255	47.3%
酒小売業	637	11.3%	1,871	5.3%	3,414,285	7.3%	43,840	8.1%
食肉小売業	170	3.0%	474	1.3%	421,325	0.9%	7,122	1.3%
鮮魚小売業	431	7.6%	1,242	3.5%	1,484,867	3.2%	14,480	2.7%
野菜小売業、果実小売業	315	5.6%	1,002	2.9%	1,160,272	2.5%	16,710	3.1%
菓子・パン小売業	864	15.3%	3,197	9.1%	1,724,007	3.7%	33,593	6.2%
米穀類小売業	136	2.4%	365	1.0%	446,015	1.0%	4,552	0.8%
料理品小売業	592	10.5%	4,272	12.2%	2,437,997	5.2%	18,661	3.4%
その他の飲食料品小売業	1,854	32.9%	10,202	29.0%	12,395,766	26.5%	146,801	27.1%
飲食料品小売業合計	5,643	100.0%	35,138	100.0%	46,845,708	100.0%	542,014	100.0%

※ 調味料小売業について、平成3年は「酒小売業」に含み、平成6年以降は「その他の飲食料品小売業」に含む。

資料)経済産業省「商業統計表」

(4) 大規模化する飲食料品小売業事業所

本県の飲食料品小売業の事業所について、従業者規模別で見ると、従業者1~2人規模の事業所が最も多く、全事業所のうちの半数以上を占めますが、その割合は徐々に低下してきています。

事業所数の推移では、平成3年と平成19年を比較すると従業者規模で1~2人が47.0%、3~4人が49.9%と小規模事業所が半分以下に減少しているのに対し、100人以上の大規模事業所は平成3年の1か所から平成19年の37か所に増加しています。10~99人規模の中規模事業所の中では、10~19人及び50~99人が1.5~2倍に増加しているのに対し、その間の20~29人及び30~49人で

は2～3割減少し、動向が分かれています。

平成9年から14年にかけて大規模事業所が増加しているのは、平成12年の大規模小売店舗立地法の施行による規制緩和の影響があるものと考えられます。(図2-34)

図2-34 飲食料品小売業 従業者規模別 事業所数の推移(平成3年～平成19年)(青森県)

飲食料品小売業全体	(上段: 箇所、下段: %)								計
	1～2人	3～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	
平成3年(1991)	6,481 (63.7)	2,214 (21.8)	860 (8.5)	342 (3.4)	125 (1.2)	115 (1.1)	31 (0.3)	1 (0.0)	10,169 (100.0)
平成6年(1994)	6,090 (65.5)	1,841 (19.8)	775 (8.3)	331 (3.6)	129 (1.4)	106 (1.1)	22 (0.2)	2 (0.0)	9,296 (100.0)
平成9年(1997)	5,265 (63.8)	1,565 (19.0)	787 (9.5)	372 (4.5)	114 (1.4)	113 (1.4)	35 (0.4)	4 (0.0)	8,255 (100.0)
平成14年(2002)	3,944 (57.4)	1,300 (18.9)	803 (11.7)	546 (7.9)	107 (1.6)	90 (1.3)	64 (0.9)	14 (0.2)	6,868 (100.0)
平成19年(2007)	3,043 (53.9)	1,105 (19.6)	697 (12.4)	516 (9.1)	84 (1.5)	90 (1.6)	71 (1.3)	37 (0.7)	5,643 (100.0)
平成19年/平成3年	47.0%	49.9%	81.0%	150.9%	67.2%	78.3%	229.0%	3700.0%	55.5%

資料) 県統計分析課「青森県の商業」

(5) 増加する食料品スーパー販売額

最後に、本県の飲食料品小売業の年間商品販売額の推移を業態別にみると、取扱商品として食料品が50%以上の食料品中心店、同90%以上の食料品専門店が減少しており、特に食料品中心店は、平成3年から平成19年にかけて約65%の減少、食料品専門店は約40%も減少しています。

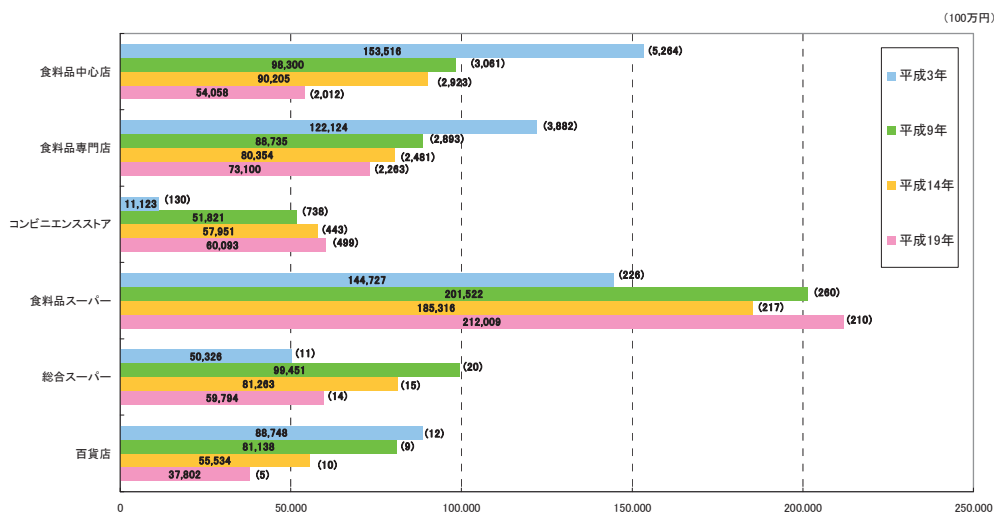
コンビニエンスストアは平成3年以降、急激に増加し、その後は微増傾向で推移しています。

食料品スーパーも平成3年から平成9年にかけて大幅に増加しており、平成14年の時点で減少したものの、その後再び増加しています。

その一方で、総合スーパーは平成9年に一時的に増加したものの、その後は大きく減少しており、百貨店は平成9年以降、減少しています。

事業所数が全体的に減少傾向にある中で、食料品スーパーやコンビニエンスストア等の販売額が増加しており、ここでも消費行動の変化や流通形態の多様化、各業態間の競争などが反映しているものと考えられます。(図2-35)

図2-35 飲食料品小売業の業態別 年間商品販売額の推移(青森県)



※ 百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアは年間商品販売額合計で計上。
 ※ 食料品中心店は、取扱商品として食料品が50%以上の小売店。
 食料品専門店とは、取扱商品として食料品が90%以上の小売店。
 食料品スーパーとは、取扱商品として食料品が70%以上の小売店。
 ※ () は事業所数。

資料) 経済産業省「商業統計表」

第4節 消費面からみた本県の「食」産業の状況（下流：外食産業）

第4節では、飲食料品卸売・小売業と同様に、「食」産業の下流に位置し、惣菜、弁当等の中食産業とともに、農林水産物・加工食品等の主要な仕向け先となっている外食産業について、主に時系列の比較でみていきます。

その次に、上流から下流を経て、海に例えられる食料消費支出の状況について、時系列及び本県と全国との比較により検証していきます。

1 外食産業の動向

(1) 一般飲食店が少ない外食産業

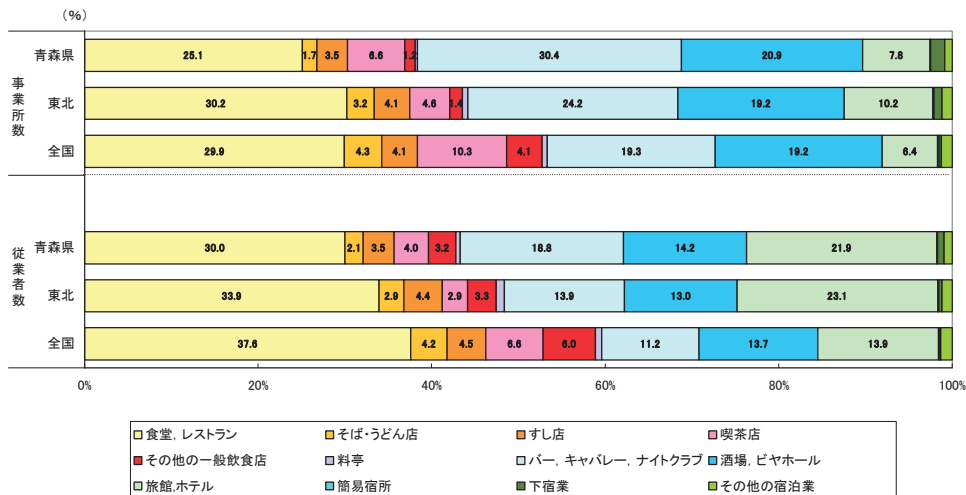
外食産業の対象範囲として、産業連関表の「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」のとらえ方とは異なりますが、ここでは、一般飲食店、遊興飲食店のほか、旅館、ホテル等でも飲食部門を持ち、大きなウェイトを占めることから、宿泊業も外食産業の業種の一つとしてとらえることとします。

まず、産業細分類別の業種の分類では、一般飲食店には、「食堂・レストラン、そば・うどん店、すし店、喫茶店、その他の一般飲食店」が含まれ、遊興飲食店には、「料亭、バー・キャバレー・ナイトクラブ、酒場・ビヤホール」が含まれ、宿泊業には、「旅館・ホテル、簡易宿所、下宿業、その他の宿泊業」が含まれます。

この外食産業の細分類別構成比を、本県、東北及び全国と比較してみると、事業所数では、本県は一般飲食店、特に食堂・レストランの割合が東北及び全国よりも低く、反面、遊興飲食店、特にバー・キャバレー・ナイトクラブの割合が東北及び全国よりも高くなっています。

従業者数でも、本県は一般飲食店の割合が東北及び全国よりも低く、遊興飲食店の割合が東北及び全国よりも高くなっています。（図2-36）

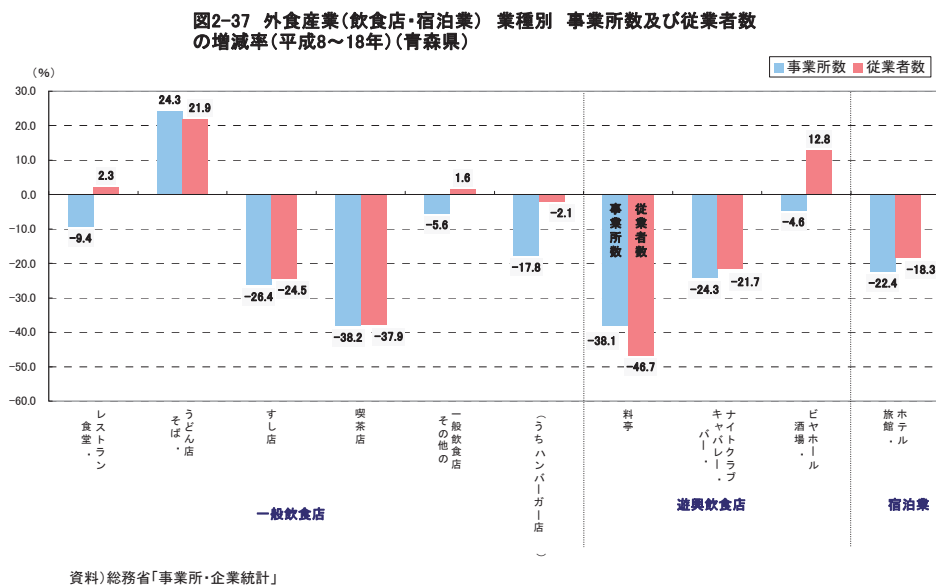
図2-36 外食産業（飲食店、宿泊業） 産業細分類別事業所数、従業者数構成比（平成18年）



(2) 事業所が減少している外食産業

外食産業の動向について、事業所・企業統計の調査年に合わせて、平成8～平成18年の期間における事業所数と従業者数の業種別の増減率をみると、まず事業所数では、そば・うどん店が増加している以外は、全ての業種で減少しています。特に、料亭と喫茶店の減少率が高く、それぞれ4割近く減少しています。

従業者数では、食堂・レストラン、ファストフード店が含まれるその他の一般飲食店、居酒屋を含む酒場・ビヤホールについては、事業所数が減少しているのに対して、従業者数が増加しています。事業所数の減少率が高い料亭及び喫茶店は、従業者数の減少率も高く、特に料亭は5割近い減少となっています。(図2-37)



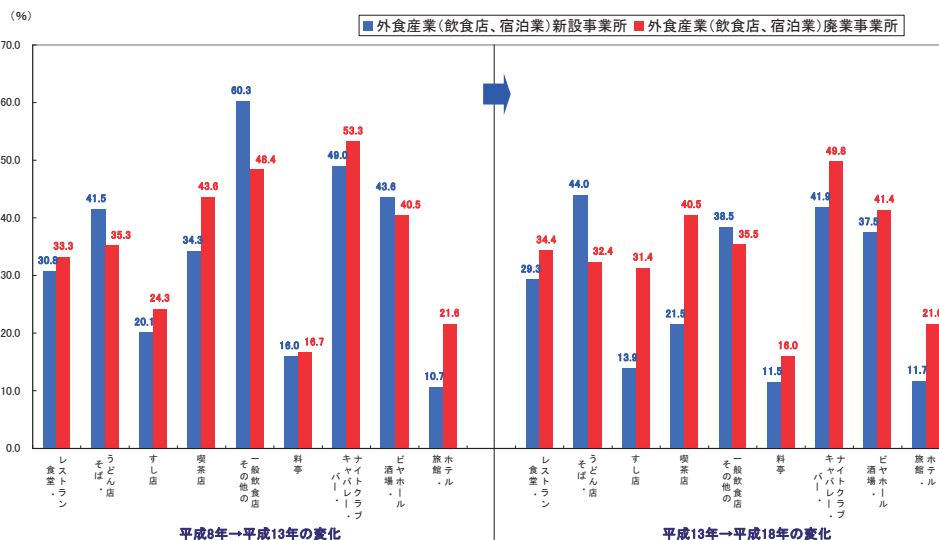
(3) 外食産業の参入と廃業

本県の外食産業の各業種の新設と廃業の状況を見ると、そば・うどん店、ハンバーガー店等を含むその他の一般飲食店については、廃業より新設が多くなっています。

バー・キャバレー・ナイトクラブについては、新設が41.8%、廃業が49.8%と、入れ替わりが激しい状況になっています。

本県は平成8～13年の5年間は、廃業の増加率が高いと同時に新設も高かったため、最終的な事業所数ではわずかな減少でしたが、平成13～18年の5年間では廃業の減少に併せて、新設も減少しており、外食産業の減少に拍車がかかっているような状況となっています。(図2-38)

図2-38 外食産業(飲食店、宿泊業)事業所 新設及び廃業の状況 (平成8年から平成18年の変化)(青森県)



※ 新設事業所の割合＝平成8→13年(平成13年→18年)新設事業所数÷平成13年(平成18年)事業所数×100
 廃業事業所の割合＝平成8→13年(平成13年→18年)廃業事業所数÷平成8年(平成13年)事業所数×100

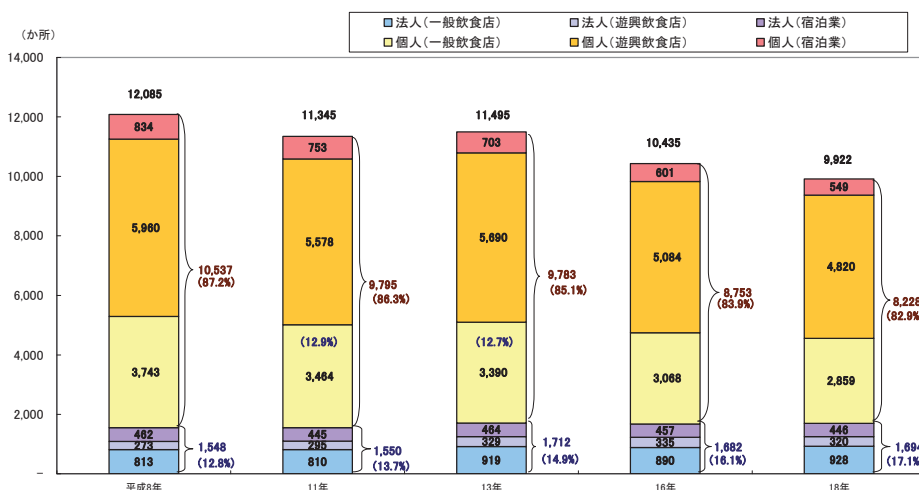
資料)総務省「事業所・企業統計」

(4) 個人経営の多い外食産業

本県の外食産業を個人事業所と法人事業所の経営組織別にみると、外食産業全体では個人事業所が8割以上を占めていますが、個人事業所は減少傾向にあり、特に遊興飲食店の個人事業所は平成8～18年の10年間で1000か所以上減少しています。

一方、法人事業所は全体として増加傾向にあり、その中でも一般飲食店は平成8～18年の10年間で100か所以上増加しています。(図2-39)

図2-39 外食産業(飲食店、宿泊業)経営組織別 事業所数の推移(青森県)



※ (%)は、一般飲食店、遊興飲食店、宿泊業合計に占める構成比。

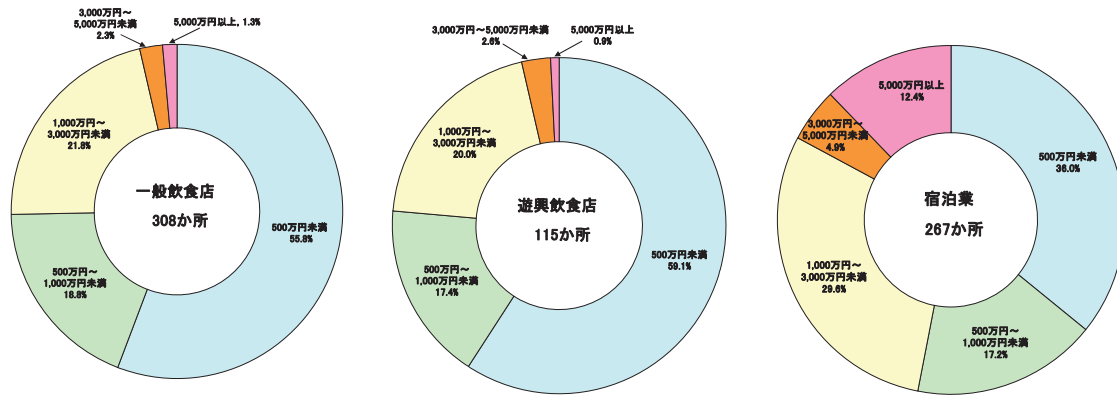
資料)総務省「事業所・企業統計」

(5) 中小・零細事業所の多い法人事業所

次に、外食産業の法人事業所について、産業別の資本金階級別の構成比をみると、本県では一般飲食店及び遊興飲食店ともに資本金500万円未満の事業所が6割近くを占めており、資本金1,000

万円未満まで対象範囲を広げると、その割合はさらに高くなり、8割近くを占めていることとなります。宿泊業についても、資本金500万円未満では約4割、資本金1,000万円未満では5割以上を占めています。このことから、外食産業では法人経営であっても中小規模の事業者が多いことを示しています。(図2-40)

図2-40 外食産業(飲食店、宿泊業) 資本金階級別事業所数の構成比(平成18年)(青森県)



資料)総務省「事業所・企業統計」

2 家計消費支出の動向

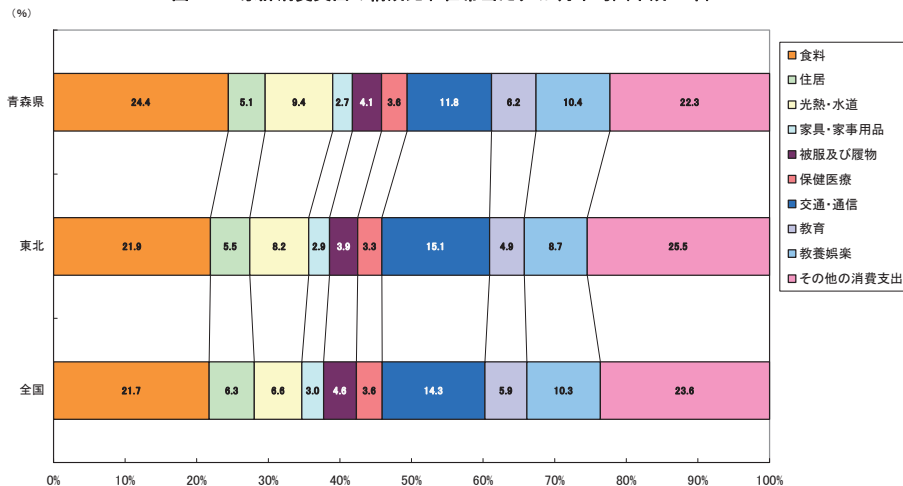
(1) 消費支出の2割を占める食料

家計消費支出の動向から「食」産業をとらえるため、家計調査における1世帯当たりの1か月平均の家計消費支出をみてみます。なお、本県では、家計調査の調査対象世帯数が少ないことも影響して、比較的大きく増減をして推移する場合があります。

まず、平成19年の家計消費支出の構成比をみると、本県は食料の消費支出の割合が24.4%と最も高く、次いでその他の消費支出22.3%、交通・通信11.8%の順となっています。

東北及び全国では、その他の消費支出が最も多く、次いで食料消費支出となっています。(図2-41)

図2-41 家計消費支出の構成比(1世帯当たり1か月平均)(平成19年)



※ 対象は「2人以上の世帯(勤労者世帯)(農林漁家世帯を除く)」。

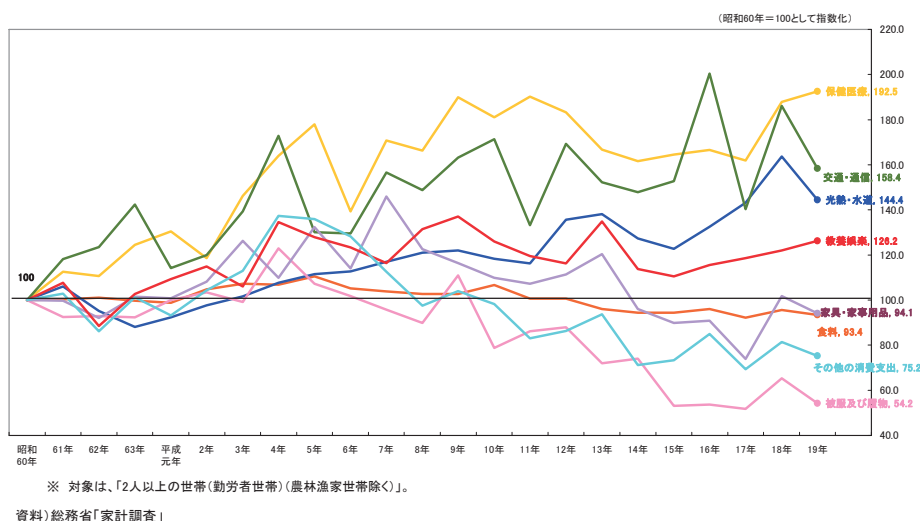
資料)総務省「家計調査」

(2) 横ばい傾向の食料消費支出

家計消費支出の用途分類別支出について、昭和60年=100とした指数で長期的な動向をみると、「交通・通信」や「教養娯楽」等のサービスへの支出は上昇していますが、「家具・家事用品」や「被服及び履物」等のモノの購入に対する支出は低下しています。しかし、食料への支出は、所得変化の影響を受けにくい支出といわれており、本県においてもそれほど極端に減ってはいません。

近年は、原油・原材料価格の高騰により、交通・通信、光熱・水道への支出は増加していますが、同じように原材料価格の上昇により値上がりした食料への支出はそれほど上がらず、横ばい傾向ならびに若干、低下して推移しています。これは、厳しい雇用・所得環境を背景として、節約及び低下価格商品へのシフトが強まり、高額商品の買い控えや不急な買い物の抑制が起きているものと思われます。(図2-42)

図2-42 家計消費支出 用途分類別支出の推移(青森県)



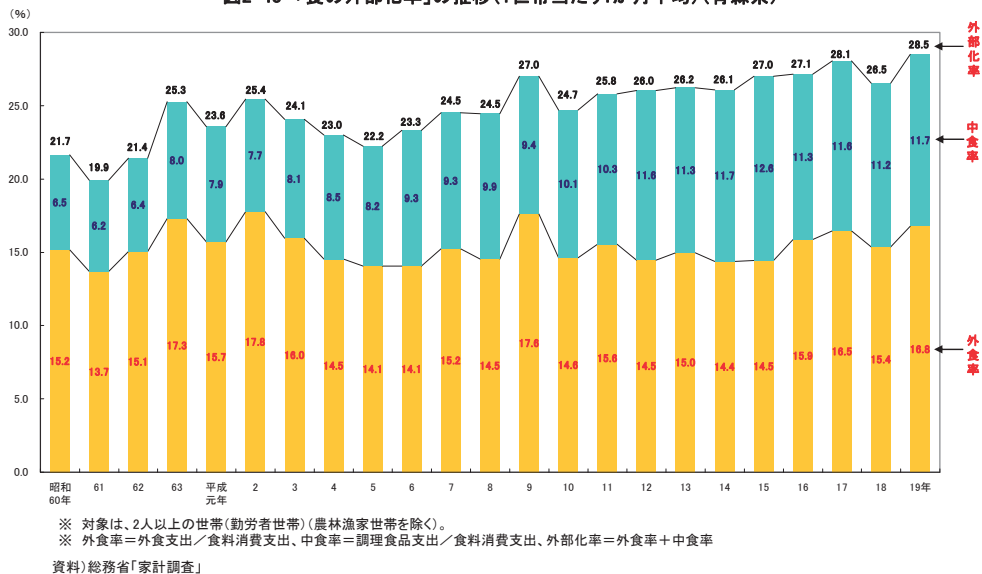
(3) 増加する食の外部化率

食料消費の動向を把握するため、食料消費支出に占める宅配や持ち帰りによる惣菜や弁当などの調理食品支出のシェアを中食率、外食支出を外食率、そして、その両方を合わせたものを食の外部化率とした推移をみてみます。

本県では、食の外部化率は上昇と下降を繰り返して推移していますが、長期的にみると外部化率は上昇傾向にあり、昭和60年から平成19年にかけて中食率は1.8倍に伸びていますが、外食率は1.1倍と伸びは鈍化しています。

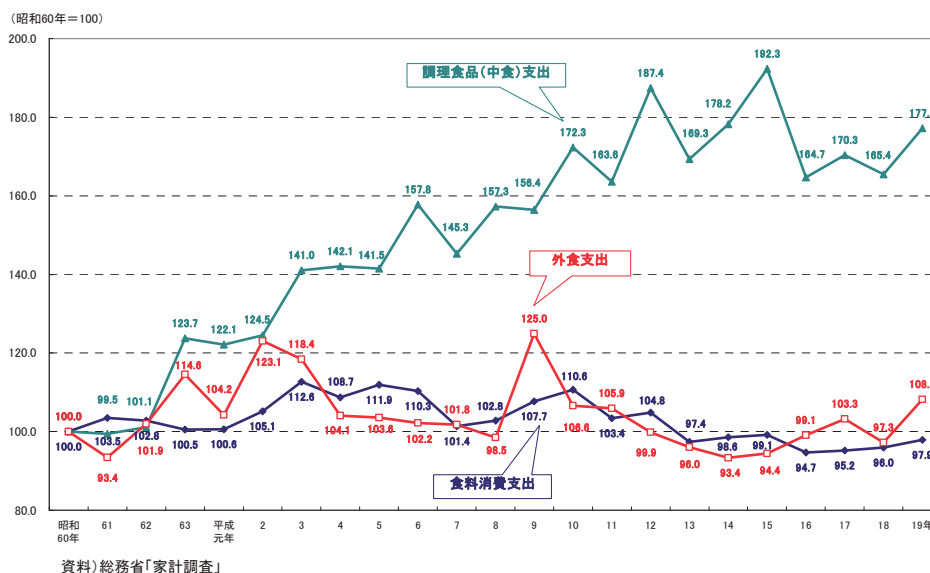
食の外部化率及び中食率が上昇している要因としては、世帯構造の変化や食生活の多様化などが進んだことが考えられます。(図2-43)

図2-43 「食の外部化率」の推移(1世帯当たり1か月平均)(青森県)



食料消費支出、調理食品(中食)支出、外食支出について、昭和60年=100とした指数で長期的な動向をみると、本県では、家計調査の調査対象世帯数が少ないことも影響して、比較的大きく増減を繰り返して推移していますが、食料消費支出と外食支出が近年は減少しているのに対し、調理食品(中食)支出は増加しています。本県においても、食料への支出総額が減少している中で、調理食品に対する支出は増加傾向にあるといえます。(図2-44)

図2-44 食料消費支出、調理食品支出、外食支出の推移(1世帯当たり1か月平均)(青森県)



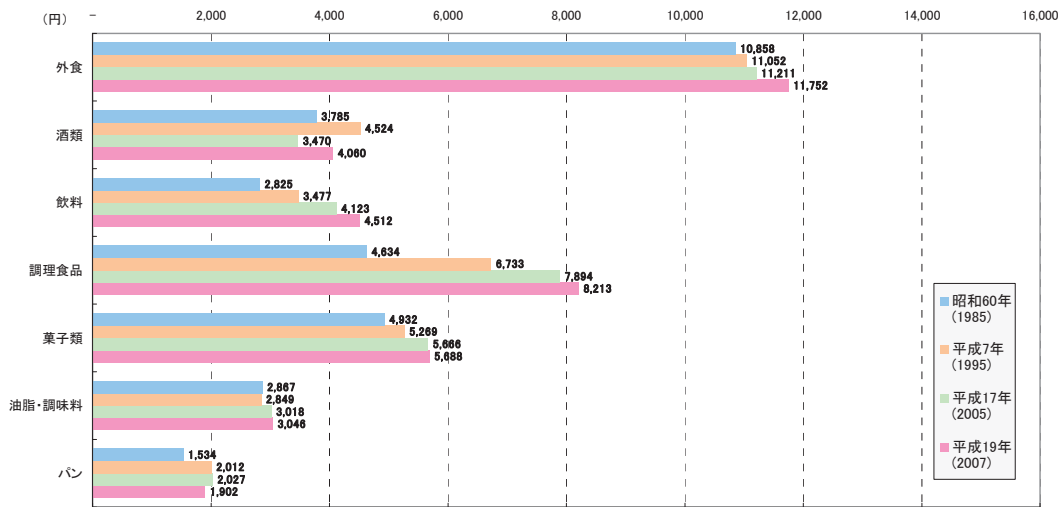
(4) 加工食品の消費規模

食料消費支出のうち加工食品への支出について、昭和60年~平成19年の約20年間の推移を実額ベースで見ると、特に調理食品の伸びが著しく、昭和60年の4,634円から平成19年には8,213円と約7割も増加しており、本県においても中食に対するニーズは高くなっていると思われます。

このほか、飲料についても支出の伸びが高くなっていますが、これは飲食料品卸売業関係者から

の聴き取りでは、本県では飲料品を箱単位で購入する傾向が高いとのことから、本県特有の購買行動が影響していることも考えられます。(図2-45)

図2-45 食料消費支出のうち加工食品の支出の推移(1世帯当たり1か月間平均)(青森県)



※ 2人以上の世帯(勤労者世帯)(農林漁家世帯を除く)。

資料)総務省「家計調査」

(5) 青森県民の食料消費

本県の食料消費の傾向と地産地消度について、県内で生産された一次産品が、県内でどの程度消費されているのか、からみてみます。本県において収穫量・生産量が上位の農水畜産物に対する本県(青森市)の消費支出額を対比させてみると、野菜類については収穫量が上位の産品が多いにもかかわらず、支出額は全国で中位クラスであり、唯一、果実類のりんごが上位にある程度となっています。一方、いか類、ほたてがい、ひらめ等の魚介類については、生産量に比例して、消費支出額も多くなっています。

本県で盛んに生産されている農作物への支出額が少ないという結果から、本県は地産地消の割合が低いととらえられかねませんが、それらの農作物は大消費地への出荷が多いことや、県内での価格が安いこと等も一因として考えられるところです。(図2-46)

図2-46 青森県の収穫量(生産量)上位の一次産品と青森市の消費支出(平成19年、20年)

品目	青森県の収穫量(生産量)上位の一次産品(H19)		青森市の消費支出額の順位(H19)	消費支出額1位の都市(H19)	青森県の収穫量(生産量)上位の一次産品(H20)		青森市の消費支出額の順位(H20)	消費支出額1位の都市(H20)
	収穫量(生産量)	全国順位			収穫量(生産量)	全国順位		
ながいも	72,400t	1位	31位(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))	千葉市(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))	67,100t	1位	9位(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))	新潟市(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))
にんにく	13,900t	1位		松江市	14,300t	1位		佐賀市
かぶ	9,040t	3位		那覇市	9,440t	3位		宇都宮市
ごぼう	42,000t	1位	9位	那覇市	48,600t	1位	12位	盛岡市
だいこん	154,300t	3位	19位	那覇市	143,800t	3位	13位	那覇市
にんじん	40,200t	4位	35位	盛岡市	42,200t	4位	17位	盛岡市
りんご	457,900t	1位	5位	山形市(他の果物(さくらんぼ含む))	493,200t	1位	4位	山形市(他の果物(さくらんぼ含む))
さくらんぼ	1,720t	2位	24位(他の果物(さくらんぼ含む))	大分市(鶏肉)	1,310t	2位	31位(他の果物(さくらんぼ含む))	京都市(鶏肉)
ブロイラー	5,861千羽	4位	37位(鶏肉)	富山市	5,884千羽	4位	32位(鶏肉)	富山市
いか類	79,200t	2位	4位	青森市	70,847t	2位	3位	青森市
ほたてがい	101,396t	2位	1位	青森市	85,985	2位	1位	青森市
ひらめ	1,397t	1位	1位(他の鮮魚(ひらめ、生うに含む))	青森市	1,135t(概数値)	1位(参考値)	2位(他の鮮魚(ひらめ、生うに含む))	神戸市
うに類	890t	3位			858t	3位		

資料)農林水産省各種統計、総務省「家計調査」

(6) 見直される食の魅力

近年、ご当地グルメやB級グルメと呼ばれる地域独自のメニューが、地域活性化の起爆剤として全国各地で注目され、テレビのバラエティー番組でもその地域独特の食材や料理を取り上げる機会が多くなっています。

本県においても、「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」(通称「愛Bリーグ」)に加盟している「青森生姜味噌おでん」、「八戸せんべい汁」、「黒石やきそば」をはじめ、「十和田バラ焼き」や「味噌カレー牛乳ラーメン」等が全国的にも知名度が高く、最近では、地域特産のりんごを生かした「ホットアップルサイダー」や、地域の歴史的経緯を踏まえた「大湊海軍コロッケ」なども新たに開発されています。

また、地域で三代以上にわたって経営されている食堂を、新たな切り口として「津軽百年食堂」という括りで編集し、発信するなど、東北新幹線全線開業に合わせて、交流人口を増加させる仕掛けとして、「食」の魅力を活用した動きも活発化してきています。(図2-47)

図2-47 「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」(通称「愛Bリーグ」)会員数

平成21年7月1日現在

都道府県	正会員数	準会員数	料理名
北海道	1		富良野オムカレー
青森県	3		青森生姜味噌おでん、八戸せんべい汁、黒石つゆ焼きそば
宮城県	1	1	油麩井、石巻焼きそば
秋田県	2		横手やきそば、あいかけ神代カレー
福島県		1	浪江焼きそば
群馬県	1		上州太田焼きそば
埼玉県	1		行田ゼリーフライ
神奈川県	2		厚木シロコロ・ホルモン、三崎まぐろ拉麺
富山県	1		高岡コロッケ
福井県	1		若狭小浜焼き鯖寿司
山梨県	1	1	おつけだんご、甲府鳥もつ煮
長野県	1		駒ヶ根ソースかつ丼
岐阜県	2	2	奥美濃カレー、各務原キムチ、めいほう鶏ちゃん、下呂ケイちゃん
静岡県	6		富士宮やきそば、すその水餃子、静岡おでん、たまごふわふわ、浜松餃子、みしまコロッケ
三重県		1	四日市とんてき
兵庫県	2		高砂にくてん、姫路おでん
鳥取県	1		とうふちくわ
島根県		1	出雲ぜんざい
岡山県	2		日生カキお好み焼き、津山ホルモンうどん
広島県		1	府中焼き
福岡県	2		小倉発祥焼きうどん、久留米やきとり
長崎県	2		小浜ちゃんぽん、大村あま辛黒カレー
大分県	1		佐伯ごまだし

資料)B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会HP



ホットアップルサイダー



八戸せんべい汁



黒石つゆ焼きそば

新しい味探し！青森のB級グルメ



【B級グルメ】とは、安くておいしく、地元で愛されているご当地グルメのこと。

青森県では豊かな自然によって新鮮でおいしい農林水産物が生産されていますが、**素材が良いだけではありません**。地域によって大きく異なる気候や文化、生活環境によって、**各地でユニークな食文化が発達**してきました。いつも何気なく食べているものが、他の地域ではビックリする組み合わせだったり、初めての味覚だったり。休みの日には少し足を延ばして、**新しい味探し**という楽しみも！

青森のB級グルメは、「B-1グランプリ」でも入賞を果たす実力派。これまで出展されたのは**全国から29種類**、青森県からは、**八戸せんべい汁**、**青森生姜味噌おでん**、**黒石つゆやきそば**の**3種類が出展**され、その意外な美味しさで知名度を上げています。

実は、**青森県は「B-1グランプリ」発祥の地**。八戸せんべい汁研究所が企画プロデュースし、八戸市で開催したのが始まり。知っていましたか？

生姜味噌おでん(青森市)

生姜がピリっときいた、ほんのり甘い味噌だれのおでん！青函連絡船を待つお客さんのため、体が温まる生姜のすりおろしを入れたのが始まり。



大湊海軍コロッケ(下北地方)

下北地域の食材を使い、ヘット(牛脂)でカリッと揚げるのが特徴。大湊の旧日本海軍で最初に食べられていたと言われるコロッケを基に作られた、ニューフェイス！



せんべい汁(南部地方)

肉や魚、野菜がたっぷりの汁に、南部せんべいを入れて煮込んだ料理。**第2回 B-1グランプリから、3回連続の準グランプリ！**今や全国区の人気。



つゆ焼きそば(黒石市)

ソース焼きそばに和風だしをかけるのが基本形。意外な組み合わせが、美味しい、楽しい！**第4回 B-1グランプリでは7位に入賞。**



十和田バラ焼き(十和田市)

牛バラ肉とたっぷりの玉ねぎ、甘辛しょうゆダレが食欲をそそる！長く愛されている、十和田市のソウルフード。**東北 B-1グランプリで優勝の実力派！**



第3章 本県の「食」産業の現状と課題

1 発展の余地がある本県の「食」産業

第二部においては、これまで、産業連関表を使用して、「食」の生産から消費に至る本県の「食」産業全体を俯瞰したうえで、「食」産業に関連する各産業の動向をみてきましたが、本県の「食」産業の現状と課題については、次のようにまとめることができます。

(1) 産業連関表からみた本県の「食」産業の構造

「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）の試算によると、上流である農水産物の生産段階では、移輸入を含め180,123百万円の規模ですが、中流の食料品製造業や小売業等を経て、下流の食料・飲食用の消費に至る過程で、付加価値や流通コストが加わり、最終消費額は約4倍の705,189百万円の規模にまで増加しています。

(2) 農水産業の現状と課題

本県の農業及び漁業は、いずれも産出額（生産額）が全国で上位にあり、また、農産物も米、野菜、果実、畜産等の品目のバランスのよい生産構成となっているなど、全国有数の食料供給県の地位にあります。

しかし、農業及び漁業就業者の減少と高齢化が進んでおり、担い手の確保と併せて、農業（漁業）技術等の継承が課題になっていると考えられることから、集落営農組織等の法人化や海面養殖業の協業化等を進めるとともに、中流の食料品・飲料製造業や下流の卸売・小売業等異業種との連携による人的資源の補完や、消費ニーズに合わせた本県農業等が有する高い農業技術等の活用が必要とされます。

(3) 食料品・飲料製造業の現状と課題

本県の食料品・飲料製造業は、製造業全体に占める事業所数等の割合が高く、本県経済において大きなウェイトを占める産業と位置づけられます。しかし、食料品・飲料製造業全体では事業所数等が減少する傾向にあり、また、本県と同様に農水産業の県内総生産の構成比が高い他の県と比較すると、食料品製造業の構成比は低い状況にあります。

これは、食品加工の拠点の生産地から消費地への移動等の食料品製造業の全国的な動向の変化や、高加工度食品の製造等の消費者のニーズへの対応、大規模化等による労働生産性の向上などに、必ずしも対応できていなかったことが考えられます。

農水産物の産出（生産）額が多い県の中には、鹿児島県や宮崎県のように消費地から離れたところでも、消費者の健康志向や全国的なブームの追い風を受けて、食料品・飲料製造業の事業所数及び従業者数を増加させ、製造品出荷額や付加価値額を伸ばしているところもあり、また、本県の食料品・飲料製造業の中にも、従業者数や付加価値額を増加させている業種もあることから、全国有数の食料供給県である本県においても、食料品・飲料製造業を発展させ、伸ばせる可能性が高いと

思われます。

(4) 飲食料品卸売業・小売業の現状と課題

「食」産業の下流に位置し、食品の流通・販売部門を担う本県の飲食料品卸売業及び飲食料品小売業は、卸売業及び小売業全体の中では、事業所数、年間商品販売額等の割合は高いものの、実数としては減少傾向にあります。

飲食料品卸売業では、県外の大手卸売事業者の参入により、販路の縮小や統合が進み、地元事業者のシェア・事業の縮小や廃業が生じているといわれ、飲食料品小売業でも、県外資本の大手小売事業所やコンビニエンスストア等が、本県への展開にあたり、県外にある自社工場や食料品・飲料製造業者から商品を搬入させる等の動きにより、県内産の加工食品等の取扱いが減っているといわれています。

飲食料品卸売・小売業が消費者の声を拾い上げ、上流の農水産業生産部門や中流の食料品・飲料製造部門に伝達し、連携することにより、付加価値の高い商品や消費ニーズに合った商品の開発・製造などに反映され、ひいてはそれが県内産の農林水産物・加工食品等の取扱い増加につながることを望まれます。

(5) 外食産業の現状と課題

全国的な外食産業の市場規模は、ここ数年、横ばい傾向にありますが、本県の外食産業の市場規模については、事業所数の推移等から減少傾向にあると考えられます。

さらに、本県の外食産業は、個人経営の事業所が8割以上を占め、法人経営の事業所についても小中規模の事業所が多い状況にあります。

近年、県外資本の大手ホテルや飲食チェーン店の立地が多くみられ、並行して、地元飲食店や旅館等の廃業もみられますが、地元の外食産業は、県内産の農林水産物・加工食品等の主要な仕向け先であるとともに、地元食材を使用した伝統的な郷土料理を次世代に伝える役割も担っていることを考えあわせると、長期的な視点でみた場合、地元飲食店や旅館等の廃業は、本県にとってマイナスです。

外食産業も、「食」産業を構成する産業として、農水産業や食料品製造業、飲食料品卸・小売業等との連携・協力が欠かせません。

(6) 家計消費支出の現状と課題

本県の食料消費支出は、長期的には横ばい傾向で推移していますが、品目別の内訳をみると、調理食品や外食等を含む加工食品への支出が増加する傾向にあります。

加工食品等への支出が増加している理由として、単身世帯の増加や高齢化社会の進展、女性の社会進出等に伴う食スタイルの変化があげられますが、この傾向は今後も続くものと思われることから、この動向に限らず、本県の「食」産業においては、消費者のニーズを反映した商品の生産、加工、流通、販売が求められます。

2 本県の「食」産業の充実強化をめざして

人口減少による市場規模の縮小や消費行動の変化等の中で、「食」に関連する産業はそれぞれの産業ごとに様々な課題を抱えています。しかし、「食」産業としては個々の産業や業種が独立して成り立っているものではなく、生産、加工、流通、消費が相互に緊密に結びついて、上流から中流、下流へと至るひとつの大きな流れを作り出しながら、それぞれの活動や営みが行われています。

平成22年度からスタートした「青森県基本計画未来への挑戦」においては、「攻めの農林水産業を軸としたあおり「食」産業の充実強化」を謳っていますが、そのためには何が求められるのか、以下考察してみます。

本県は、上流の生産部門では、農産物の米、野菜、果実、畜産等の品目の生産構成のバランスがよく、産出額も全国の上位にあります（95ページ）。中流の加工部門では、食料品製造業の県内総生産の構成比が全国平均を下回っている（99ページ）ことに加え、ここ10年ほどは経年的に低下傾向にある（100ページ）など、上流と中流の連携には多くの問題点が潜在しており、まだまだ改善の余地があると考えられます。

もちろん、上流の生産のみに絞って考えた場合は、直接的に得られる利益を少しでも増やすことが合理的であると考えられることから、県内よりも高い価格で、しかも大量の需要がある県外の大市場に生食用として出荷される割合が高くなり、その結果として県際取引の状況から産業を分類した場合に、農業部門が唯一「高度移輸出型財」に分類され、最も外貨を稼いでいる産業となっています（92ページ）。しかしながら、上流と中流の連携を視野に入れた場合には、産業連関表の分析が教えるところの、

- ・本県は上流で食用として生産された農水産物のうち約7割が生鮮食品のまま県外へ出荷されていること（91ページ）、
- ・中流の加工部門から移輸出される食品の多くも、加工度の低い精米や各種肉類、冷凍魚介類が占めていると推測されること（92ページ）、

といった状況をそのまま看過することはできません。

特に県内における農水産業の生産主体と食品製造業の生産主体との情報の共有化とマッチング、大都市圏や海外のニーズに関するきめ細かなマーケティング、金融面からの支援、米等の微細粒製粉など高度加工に必要な施設整備の促進、などが喫緊の課題として挙げられるところです。93ページの図2-3において、食料品製造業は移輸出率、移輸入率とも50%以上の「県際流通型財」に分類されていますが、それを農業部門と同じく第2象限の「高度移輸出型財」に位置付けることを青森県として目指すべきと考えます。まずは付加価値を十分に高め、たうで県外に移輸出することにより、より多くの外貨を県外から獲得することが重要であり、また、本県はその可能性を大いに秘めていると考えられます。

同時に下流の流通、消費においても多くの課題がありますが、幸い122ページで紹介しているように、地元の食材や料理を地域の活性化の起爆剤として活用する動きが本県においても本格化してきており、こうした動きを地域のストーリーと絡め、観光戦略として組み入れていくことも重要かつ効果的と考えられます。

また、消費者としての県民にも、でき得る限り本県産の食材を購入する、いわば「Buy 青森県食材」という意識を持って、県内の「食」産業の生産主体を応援するという姿勢が求められるのではないのでしょうか。

全国有数の食料供給県である本県が、「食」産業の優位性を発揮し、地域経済を発展させていくためには、生産から消費までを含めた「食」産業全体が業種の壁を超えて連携し、上流の生産から下流の消費に至る流れを太く、効果的なものにしていくことが必要です。換言すれば、91ページにおいて上流である食用農水産物の生産段階が、下流の最終消費段階に至ると約4倍の規模に増大することを紹介していますが、その「乗数」をより大きくしていくことが今求められています。

そのためにも、農商工連携の取組をはじめとして、「食」に関わるすべての産業を一体のものとしてとらえ、横断的な取組を進めることにより、国内外から外貨を獲得するとともに、地域内の産業連関を強化し、自立的な経済構造の確立に向けて取り組んでいくことが重要となります。

全国的な取組としては、具体的に、中流、下流の中小企業者と上流の農林漁業者が連携して新商品や新サービスを生み出す「農商工連携」が、国や県等の支援のもとで積極的に進められており、本県からも、平成20年に施行された農商工等連携促進法に基づく事業計画として、これまでに5件が認定され、国の低利融資等の支援を活用した取組が進められています。(図2-47)

図2-47 農商工等連携促進法に基づく「農商工等連携事業計画」認定状況(青森県)

番号	認定日	連携体 上段：農林漁業者 下段：中小企業者	取組事例	地域
1	平成20年9月19日	はまなす農業協同組合 株式会社ディメール	青森県下北地方の低アミロース米「ゆきのはな」と地元魚介類を使った新食感の冷凍押し寿司の開発、製造及び販売	八戸市
2	平成20年11月28日	株式会社黄金崎農場 株式会社中村醸造元	醸造蔵より半径50マイル(80km)以内で収穫された小麦・大豆を使用した本格醤油の開発	藤崎町
3	平成21年6月30日	有限会社エコ・ネット 有限会社黒石納豆	地元で栽培された黒大豆と温泉ミネラル水を使った新食感温泉納豆の製造販売	黒石市
4	平成21年10月27日	宇藤 正悦 田子かわむらアグリサービス(有)	田子産にんにくを低温熟成処理した「琥珀にんにく」加工品の製造・販売	田子町
5	平成22年2月10日	食菜八幸 株式会社東北有機リサイクル	青森の健康・栄養3根菜(ヤーコン、菊芋、アピオス)を活用した安心・安全、おいしい「雪むろ漬物」の開発・販売	黒石市



地域ブランド「たっこにんにく」を低温熟成処理した「琥珀にんにく」加工品

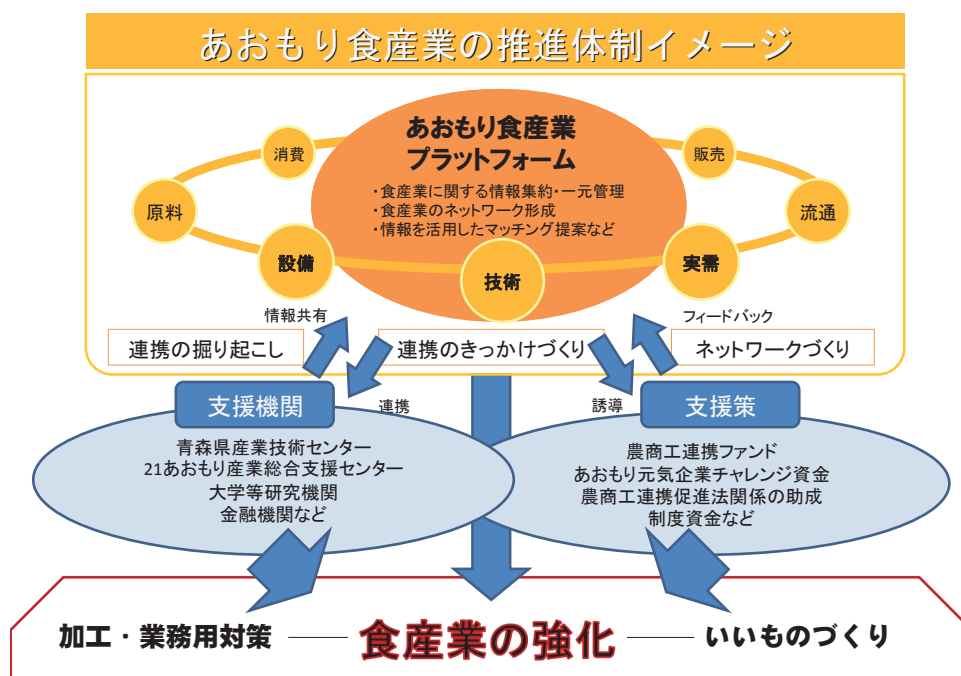


「地元の水産資源」と低アミロース米「ゆきのはな」を使った冷凍押し寿司

本県では、「青森県基本計画未来への挑戦」において、「食料」を「エネルギー」とともに二大比較優位資源と位置付けていますが、「平成22年度「選択と集中」の基本方針」に掲げた5つの戦略キーワードにおいても「あおり「食」産業」を掲げ、農商工連携の推進等による食品製造業の振興と商品の高付加価値化、新たな流通・販売体制の構築、それらを支える農畜水産物の安定供給、新たな青森ブランドの拡大など、「食」に関わるすべての産業を一体のものとしてとらえ、横断的な取組を進めることにより、外貨獲得のための大きな柱となる産業として充実強化を図ることとしています。

そのひとつとして、「食産業プラットフォーム」を整備し、食産業に関する情報を一元的に収集・管理するデータベースの充実強化、業種の枠組みを超えた食産業ネットワーク形成、情報を活用したマッチングの提案などを実施し、ハード面に加えてソフト面からの支援も充実させることにしています。(図2-48)

図2-48 あおり食産業プラットフォームフロー



本県のみならず他県においても、食料品製造業や飲料製造業は中小規模の事業所が多数を占めていますが、前述の比較対象として取り上げた鹿児島県、宮崎県では、1社で10億円を超える純利益をあげる酒造製造業や畜産関連の企業があり、県内の上位3社に入っている例もみられます。

その背景として、鹿児島県や宮崎県が食品加工等に適した農林水産資源に恵まれているのみならず、伝統的に地域に根ざした「食」と消費者の健康志向に合致した機能性食品など付加価値を高めた商品の開発等の取組を地道に続けてきたことがあると考えられます。

これらと比較しても、本県の農林水産資源や伝統的な食文化は決して見劣りするものではなく、本県の「食」産業についても、今後、充実・強化を図っていくことにより、「食」の生業づくりが進み、その中から先進県に伍する産業や企業に発展する大きな可能性も広がっているものと考えられます。

平成 22 年度は、県民の悲願であった東北新幹線の全線開業が実現する年であり、千載一遇のチャンスでもあることから、本県の「食」に関わるすべての産業が相互に連携し、改めて「食」産業の充実・強化に力をあわせて挑戦していく、その第一歩を踏み出す年と位置付けたいと考えています。

＜コラム4 地域ブランドと経済効果～黒石やきそばと新幹線開業後の弘前地域観光産業～＞

弘前大学大学院 地域社会研究科 教授 佐々木 純一郎

1. 地域ブランドの意味

ブランドとは、単なるヒット商品ではなく、長く売れ続けるロングセラー商品である。長く売れ続けるためには、コミュニケーションを通じた顧客との信頼関係が求められる。その際、ブランドを提供する側は、顧客に品質保証を約束する必要がある。また、物理的な品質保証に加え、ブランドとしての意味や価値（ブランド・アイデンティティ）を説明することも重要である。つまり、良い商品やサービスを提供するだけではブランドとはいえず、顧客の心に訴え、深く共感してもらうことが大切なのである。

筆者は、中央大学経済研究所客員研究員の野崎道哉氏と共同で、『「黒石やきそば」による経済効果調査事業』（黒石商工会議所、2009年3月）、そして『津軽地域新幹線経済効果の研究報告書-弘前地域観光関連産業への経済波及効果-』（弘前市および弘前大学による共同研究。研究協力・弘前商工会議所、2009年3月）を執筆した。その概要を紹介したい（参考：佐々木純一郎・石原慎士・野崎道哉『[新版] 地域ブランドと地域経済-ブランド構築から地域産業関連分析まで-』、同友館、2009年10月）。

2. 黒石やきそばと新幹線開業後の弘前地域観光産業

黒石市内のやきそば製麺所へのヒアリングから市内で消費されるやきそば玉数を、やきそば店へのアンケートから顧客1人当たりのやきそば消費金額の単価を調査した結果、市内のやきそば消費金額は6億900万円となった。次に黒石市の産業連関表を作成し、経済波及効果の係数を1.67と算出し、6億900万円の1.67倍、10億1,500万円が経済波及効果である。やきそばに直接関係する産業だけでなく、地域経済全体に広範な影響が認められる。

また弘前地域において、観光関連産業アンケート、そして旅館・ホテル宿泊者アンケート等を実施し、弘前市の産業連関表を作成した結果、東北新幹線青森延伸前の408億700万円に比べ、延伸後には97億9,700万円～161億2,700万円の増加を見込むことが可能だと推計した。既に九州新幹線が部分開業した鹿児島県では、新幹線の鹿児島中央駅からJR在来線で1時間程の時間距離である指宿温泉に、地元の予想を上回る来客増が認められた。新青森駅から弘前駅までは、より短時間であり、観光客の増加は十分に期待できる。黒石やきそばや弘前地域のブランド力の強化が、地域全体の経済効果を高めると考えられる。

3. 青森県全体のブランド力を高めるために

顧客の心のなかにある、地域に対するブランド・イメージを大切にすることが出発点となる。例えば、現在の青森県に対し、多くの人々は「森と湖」の自然環境を連想することも考えられる。北欧のフィンランドも同様にイメージされることが多い。そこで、フィンランドのように、充実した福祉や暮らしやすさを追求することは、青森県の暮らしのブランドづくりに有効であろう。このように今ある魅力に依拠しながら、これから新しい魅力を創造することも重要になる。筆者の所属する弘前大とフィンランド・ヘルシンキ大の交流も、狭い学術分野に限定せず、青森県民全体の地域づくりの考え方で、深く掘り下げるのが可能ではなかろうか。地道な地域づくりの努力に共感してくれる顧客こそが、これからの新しい青森県のファンやサポーターとなり、リピーターとして何度も来訪し、移住することも期待できよう。いずれにせよ、地域全体の自信や誇りが前提である。あきらめずに創意工夫で努力を続けなければならない。