

## 利 用 者 の た め に

### 1 調査の目的

本調査は、食品の供給を加工、流通、消費を含めた一連の流れ（フードシステム）として捉える視点に立ち、加工食品の流通経路・規模等の実態を明らかにし食品流通施策の推進に必要な基礎資料を作成することを目的とする。

### 2 根拠法規

本調査は、統計報告調整法（昭和27年法律第148号）に基づく承認統計調査として実施した。

### 3 調査機構

本調査は、農林水産省統計情報部及び地方農林水産統計情報組織を通じて実施した。

### 4 調査の範囲及び調査対象期間

（1）調査の範囲は全国である。

（2）調査対象期間は平成8年度（平成8年4月1日から平成9年3月31日まで）の1年間である。

### 5 調査対象及び調査品目

#### （1）調査対象

調査対象は、通商産業省の「平成6年商業統計調査」及び「平成7年工業統計調査」の調査結果に基づく全国の加工食品を取り扱う食品製造業、食品卸売業及び食品小売業を営む企業を母集団とし、このうち、本社・本店を対象とした。

また、工場、支社、支店、営業所、出張所、店舗を持つ企業については、それらの事業所分を含めた企業とし、その企業全体について調査した。

なお、同一企業において、食品製造部門、食品卸売部門、食品小売部門等の複数の部門を有する場合には、その企業の販売額の多い部門を主たる業種として分類した。

業種の区分（総務庁「日本標準産業分類」（平成5年10月）に基づき、以下のとおり区分した。）

食品製造業	主として生鮮・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商品（食品）を生産し、出荷・販売する食品製造業に属する企業をいう。
食品卸売業	主として小売業、飲食店又は他の卸売業及び製造業に商品（食品）を販売する食品卸売業に属する企業をいう。
食品小売業	商品（食品）を卸売業者や製造業者（生産者）から仕入れ最終消費者に販売する企業をいう。 この中には、製造した食品をその場で最終消費者等へ販売する企業（パン屋、豆腐屋等）最終消費者へ販売することを目的とする通信販売又は訪問販売等を行う無店舗販売の企業を含む。

業種小分類一覧表

食 品 製 造 業	食 品 卸 売 業
1 畜産食料品製造業	1 農畜産物・水産物卸売業
2 水産食料品製造業	2 砂糖卸売業
3 野菜・果実缶詰・農産保存食料品製造業	3 味そ・しょう油卸売業
4 調味料製造業	4 酒類卸売業
5 糖類製造業	5 乾物卸売業
6 穀類・製粉業	6 缶詰・瓶詰食品卸売業
7 パン・菓子製造業	7 菓子・パン類卸売業
8 動植物油脂製造業	8 清涼飲料卸売業
9 清涼飲料製造業	9 茶類卸売業
10 酒類製造業	10 その他の食料・飲料卸売業
11 茶・コーヒー製造業	
12 その他の食料品製造業	

(2) 調査品目

調査品目は、加工食品とし、その分類は、総務庁「日本標準商品分類」(平成2年6月)に基づき、種類、属性、流通形態等を勘案して以下の20品目に分類した。

粉類、糖類、缶・瓶詰類、農産加工品、めん類、パン類、調味料等、食用油脂、畜産加工品等、  
 飲用牛乳、酪農製品、菓子類、水産加工品、調理冷凍食品、調理チルド食品、レトルトパウチ食品、  
 惣菜・弁当等の調理食、飲料、アルコール飲料、その他の加工食品

6 調査事項

調査事項は、次に掲げるとおりとする。

調 査 事 項	食 品 製 造 業	食 品 卸 売 業	食 品 小 売 業
食品の総販売額	○	○	○
企業の総販売額に占める食品の販売額割合	○	○	○
加工食品の総販売額	○	○	○
品目別販売額	○	○	○
品目別の販売先別販売額割合	○	○	○
温度帯別の販売額割合	○	○	○
品目別の自社製造品販売額割合	○	○	○
系列グループ等への販売額割合	○	○	
輸入品の品目別販売額割合	○	○	○
輸入品の販売先別販売額割合	○	○	
主要な窓口問屋からの仕入額割合			○

## 7 調査方法

調査は、地方統計情報組織の出張所職員による面接留め置きにより実施した。

## 8 調査の実施期間

調査は、平成9年11月20日から10年2月20日までの3か月間に実施した。

## 9 調査における用語等の定義

### (1) 加工食品

農畜水産物に、種々の手を加えて栄養価や嗜好性を高め、また、保存性のないものには保存性を与える食品加工というプロセスを経た食品とした。

### (2) 販売先としての業種区分

#### ア 製造業

主として生鮮・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商品（食品）を生産し、出荷・販売する食品製造業に属する企業をいう。

#### イ 卸売業

主として小売業、飲食店又は他の卸売業及び製造業に商品（食品）を販売する食品卸売業に属する企業をいう。

#### ウ 小売業

商品（食品）を卸売業者や製造業者（生産者）から仕入れ、最終消費者に販売する企業をいう。

この中には、製造した食品をその場で最終消費者等へ販売する企業（パン屋、豆腐屋等）及び最終消費者へ販売することを目的とする通信販売又は訪問販売等を行う無店舗販売の企業を含む。

#### (ア) 百貨店

食料品、衣料品、雑貨等の日用品を総合的に品揃えし、主として対面販売の形態をとって商品を販売する企業をいう。

なお、セルフ・サービス方式という販売形態をとる総合スーパーについては、スーパーマーケットとして区分した。

#### (イ) スーパーマーケット

セルフ・サービス方式を中心とする販売形態をとって商品を販売する企業をいう。

#### (ウ) コンビニエンスストア

コンビニエンス（便利さ）をコンセプトに、駅前・主要道路沿線等の利便性の良い立地へ出店し、長時間の営業を行い、食品を主力に最寄り性の強い非食品、ファーストフ

ード、各種サービス等を取り扱う小型店舗による販売形態をとる企業をいう。

(エ) 小売業その他

酒屋、パン屋、豆腐屋等の食料品専門の小売業及び従来型の小売店をいう。

なお、最終消費者へ販売することを目的とする通信販売又は訪問販売等を行う無店舗企業を含む。

エ 外食産業

我が国の伝統的な飲食店である家業的な店（食堂、うどん、そば、すし店等）や料亭、バー等の遊興飲食を主とする店及び旅館・宿泊所等、特定又は不特定多数の顧客（最終消費者）に対して飲食を提供する企業をいう。

(ア) 営業給食

飲食店（食堂、レストラン、そば・うどん店、すし店等）、特殊タイプ飲食（列車食堂、機内食）及び宿泊施設等において不特定多数の顧客を対象として飲食させる施設を経営する企業をいう。

ただし、料亭、バー等を除く。

(イ) 集団給食

学校、事業所（事務所、工場等）及び病院等において特定の顧客を対象として飲食物を提供する施設を経営する企業をいう。

(ウ) 外食産業その他

料亭、バー・酒場等、主として遊興飲食させる施設及び主としてアルコールを含む飲料を飲食させる施設を経営する企業をいう。

オ 一般消費者

小売業者が販売する商品等を最終的に消費する個人又は法人をいう。（最終消費者）

カ その他

食品関連産業以外に販売した場合、通関手続きを行って商品を海外へ販売した場合等をいう。

(3) 温度帯の区分

ア 常温

保存方法が「常温」又は包装容器に保存方法が記載されていない加工食品をいう。

なお、本来の温度帯と異なる温度帯で取り扱われているものについては、その流通実態に応じた区分とした。（冷蔵及び冷凍についても同じ。）

#### イ 冷蔵

保存方法が包装容器に「冷蔵」と記載されている加工食品，又は，一般にマイナス5℃～10℃で流通している加工食品をいう。

#### ウ 冷凍

保存方法が包装容器に「冷凍」と記載されている加工食品，又は，一般にマイナス18℃以下を必要とする加工食品をいう。

### (4) 系列グループの区分

#### ア 系列グループ

資本参加による系列（メーカー出資による販売会社）及び契約に基づいた系列（特約店）等をいう。

#### イ 系列グループ以外

上記以外の新たな系列グループをいい，事業提携等による商品（食品）の供給関係にあるものを含む。

### (5) 自社製造加工食品

同一企業内で生産された加工食品をいう。

### (6) 直接輸入加工食品

自から通関手続きを行って，直接国外から輸入した加工食品をいう。

なお，商社，貿易会社等を経由して仕入れた場合を除く。

## 10 利用上の注意

(1) 計と内訳はラウンドの関係で一致しないものがある。

(2) 統計表中に使用した符号は次のとおりである。

「－」 … 事実のないもの。

「0」 … 単位に満たないものを表す。



連絡先：農林水産省 統計情報部 流通消費統計課 流通動態統計第2班

電話：03-3502-8111（内線3283）

直通：03-3501-2747