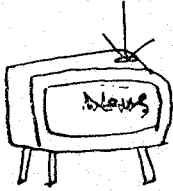


# 日本食品産業의 現狀과 展望



編輯室

## 3. 食品産業의 生産構造

食品産業은 앞서 말한대로 1970年度의 製品出荷額에 있어서 製造業界의 第3位를 차지하는 大産業이지만 여기에서 그 生産構造를 살펴보기로 하겠다

食品産業은 그 生産物이 食物이라는 基本的 性格 때문에 他製造業과는 다른 特性을 갖고 있는 것이다.

그 主要한 特性으로서는 ① 原料가 農水産物이라는 낱것(生物)이기 때문에 保存성과 貯藏성에 難點이 있는 외에 農水産物生産에는 豊凶, 季節性, 地域性이 있고 따라서 原料供給이나 操業度에 不安定性을 갖어 온다. ② 製品의 保存性, 輸送性에도 難

點이 있으므로 商圏이 좁으며 企業規模를 制의시키는 외에도 工場의 分散을 느리는 結果가 된다. ③ 生産工程에서 加工度가 낮고 原材料費의 比率이 높다.

一般的으로 中小企業性, 低資本裝備率의 構造를 갖고 있는 것이다. 表 6에서 1960年以後 從業員數, 事業所數, 및 出荷額을 推定해 보면 1960년에는 食品製造業은 全製造業의 各各 12.8%, 22.4%, 19.0%를 占有하고 있었다. 70년에는 9.8%, 13.9%, 10.4%로 製造業界에서 相對的인 地位를 낮추고 있었지만 그 自體의 伸張率에서는 從業員數의 踏步狀, 事業所數微減에 대해서 出荷額은 大幅的인 增加를 나타내었다.

(表 6) 食料品製造業의 地位

項目	年度	55	60	65	70	增加年率(%)		
						60/55	65/60	70/65
從業員數 (千人)	全製造業(A)	5,511	8,169	9,921	11,680	8.2	4.0	3.3
	食料品製造業(B)	703	919	1,113	1,140	5.5	3.9	0.5
	B/A (%)	12.8	11.3	11.2	9.8			
事業所數 (千か所)	全製造業(A)	433	487	558	653	2.4	2.8	3.2
	食料品製造業(B)	97	101	96	91	0.8	△1.0	△1.1
	B/A (%)	22.4	20.7	17.2	13.9			
出荷額 (10億円)	全製造業(A)	6,769	15,579	29,499	69,035	18.1	13.6	18.5
	食料品製造業(B)	1,284	2,036	3,884	7,151	9.7	13.8	13.0
	B/A (%)	19.0	13.1	13.2	10.4			

그러나 事業所數의 比率이 만 두개에 비하여 높은 것이 食品製造業의 特徵을 잘 나타내고 있다고

하겠다.

다음 表 7에서 從業員規模別出荷額, 事業所數를

보면 1970년에 있어 食品製造業은 事業所數 90,942中 10名未滿의 零細事業所가 77.4%를 차지하므로서 出荷額이 차지하는 比率은 不過 8.8%이며 한편 300名 以上の 大規模事業所는 數에 있어서는 0.3%에 不過하지만 出荷額에 있어서는 26.9%를 차지하므로서 이 業界의 大部分이 零細中小企業으로 構成되고 一部의 大企業이 並存하는 構造로 되어 있을 것을 알 수 있다.

이와 같은 生産構造를 具體的으로 明白한 것이

表 8이며 이는 食品製造業의 70年度出荷額을 資本金規模別로 그가 차지하는 比率로 分類한 것으로서 資本金 10億圓以上の 大企業에 의해서 優位를 維持할 수 있는 業種으로서는 調味料, 설탕, 麥酒·動植物油脂, 製粉等を 들 수 있는데 資本金 5,000萬圓以下中小企業이 大部分을 차지하고 있는 業種으로서는 水産食品, 野菜, 통조림, 麵類 등을 들 수 있다. 그러나 一部業種을 除外하고는 거이. 大企業에서 中小, 零細企業을 包含해서 混在하는 Type

(表 7) 從業員規模別構成의 推移

項目		年度	55	60	65	70
製造 品 出 荷 額	全 製 造 業		6,769,460	15,578,621	29,034,786	69,034,786
	計		100	100	100	100
	1~9人		7.9	5.0	5.8	5.8
	10~99		31.3	27.3	27.1	26.2
	100~299		16.9	16.5	17.1	16.9
	300~		43.9	51.2	50.0	51.1
	食 料 品 製 造 業		1,284,154	2,035,674	3,884,441	7,150,602
	計		100	100	100	100
	1~9人		15.2	11.5	9.6	8.8
	10~99		42.3	39.2	35.0	36.4
100~299		23.1	26.9	27.0	27.9	
300~		19.4	22.7	28.4	26.9	
事 業 所 數	全 製 造 業		432,694	478,050	558,106	652,931
	計		100	100	100	100
	1~9人		76.5	70.9	72.6	73.4
	10~99		22.1	26.9	25.1	24.2
	100~299		1.0	1.6	1.7	1.8
	300~		0.4	0.6	0.6	0.6
	食 料 品 製 造 業		96,810	100,796	95,914	90,942
	計		100	100	100	100
	1~9人		83.1	80.0	78.6	77.4
	10~99		16.3	19.0	19.8	20.9
100~299		0.5	0.9	1.3	1.4	
300~		0.1	0.1	0.3	0.3	

를 뒤하고 있음을 알 수가 있다.

食品産業의 生産性에 대해서 살펴보면 工業統計表에서 1970年度 從業員規模 10名以上の 事業所를 對象으로 生産性指標를 얻은 것이 表 9이며 食品製造業의 付加價値 生産性(從業員 1名當의 付加價

值額)은 201萬 2千圓으로 全製造業의 平均 231萬 3千圓에 對하여 그리 損色이 없을 程度에 達하고 있다. 그러나 製造業界의 主要業種 즉 一般機械(258萬 8千圓), 電氣機器(222萬 5千圓), 鐵鋼(310萬 3千圓), 化學(511萬圓), 輸送用機器(273萬 5千

(表 8)

## 食料品製造業의 資本金規模別出荷額構成

(70年)

(單位: %)

業種	區分										計
	100萬 円未滿	100萬 円~20 0萬円	200萬 円~50 0萬円	500萬 円~1 千萬円	1千萬 円~5 千萬円	5千萬 円~1 億円	1億円 ~10億 円	10億円 ~100 億円	100億 円以上	個 其	
全製造業	2.1	3.5	6.2	5.4	15.2	5.1	13.8	20.6	23.4	4.7	100
食料品製造業	2.5	3.7	7.0	6.4	17.5	6.9	17.0	22.3	8.2	8.5	100
肉製品	1.2	1.1	3.5	5.3	18.1	5.4	21.3	38.4	—	5.6	100
乳製品	0.4	1.3	2.6	3.3	12.4	×	×	53.9	—	6.9	100
水産食料品	3.1	5.5	11.4	11.5	28.7	4.6	6.8	4.8	3.2	1.9	100
野菜통조림	2.6	6.8	13.5	12.0	33.3	7.7	8.5	1.2	×	14.4	100
調味料	2.0	3.7	7.2	7.4	15.6	6.3	25.7	25.6	3.1	3.5	100
설탕	×	×	0.7	0.3	3.5	3.3	33.1	55.9	—	3.8	100
빵·菓子	6.2	7.0	10.3	8.4	24.0	4.6	17.7	12.3	0.6	8.8	100
清凉飲料	2.2	2.7	3.7	2.6	6.8	2.8	51.7	×	×	4.8	100
麥酒	—	—	—	—	—	—	×	×	94.1	—	100
清酒	1.8	4.0	14.0	12.8	×	14.1	23.0	0.7	×	2.8	100
動植物油脂	0.2	1.5	2.2	1.1	8.1	11.5	×	57.0	×	×	100
麵類	9.7	9.8	10.9	8.1	30.0	5.6	10.7	—	—	15.1	100
精穀·製粉	1.0	2.1	3.8	4.7	18.9	10.0	9.3	36.6	—	13.7	100
飼料·有機質肥料	0.6	1.2	2.4	2.6	15.7	18.9	25.8	×	×	3.5	100

(表 9) 生産性指標

業種	項目		資本裝備 率(千圓)	設備投資 効率(%)
	從業者 1人當 出荷額(千圓)	付加價值 額(千圓)		
全製造業	6,646	2,313	1,772	131
食料品製造業	7,601	2,012	1,500	144
畜産食料品	9,638	2,155	1,704	122
水産食料品	4,593	1,161	794	146
野菜통조림	3,040	968	492	197
調味料	6,554	2,548	1,893	135
精穀·製粉	20,746	3,305	2,472	134
설탕	24,956	3,5	24,184	84
빵·菓子	3,805	1,541	962	160
飲料	13,053	3,456	2,752	126
飼料·有機 肥料	28,142	3,625	3,890	93
動植物油脂	24,309	5,283	4,066	130
其他食料品	5,444	1,792	1,207	148

円) 등과 比較하면 産業規模와의 關聯에서 보아 아직 低位에 있음을 否認할 수가 없다.

食品産業內部에서는 畜産食品, 調味料, 설탕, 精穀, 製粉, 飲料, 動植物油脂가 付加價值生産성이 높은 業種이고 水産食品, 野菜통조림, 빵,菓子 등이 낮은 業種으로 되어 있다. 前者는 70年度製造出荷額에서도 大企業이 차지하는 比率이 높았던 것처럼 食料品製造業中에서는 規模의 利益을 追求할

수 있는 裝置型産業이고 또한 原料를 輸入에 依存하는 比重이 높은 業種이다. 그들 業種의 資本裝備率(從業者1名當 有形固定資産)은 모두 食品製造業 平均보다는 높고 當業界의 一部上層에 있는 大企業의 영향이 強함을 나타내고 있다. 또한 後者の 付加價值生産성이 낮은 業種은 出荷額分類에 있어서도 中小企業이 차지하는 比率이 높았던 것처럼 資本裝備率이 낮은 業種이지만 設備投資効率(付加價值額/有形固定資産)이 높다고 하는 關係는 이들 業種이 勞動集約型業임을 나타내기 때문이다. 水産食品, 野菜통조림, 農産保存食品은 原料의 豊作또는 凶作, 季節性製品的 保存性 등으로 또한 빵,菓子は 製品的 多樣性, 保存性 등으로 加工度가 낮은 勞動集約型으로 되어 있는 中小企業性을 잘 나타내고 있는 것으로 보일 것이다.

食品産業은 從業者數와 資本金規模別로 보면 中小, 零細企業이 壓倒的으로 많고, 出荷額에 있어서도 극히 一部 大企業의 約 3割을 차지한다는 構造로 되어 있지만 各己의 企業性을 發揮하기 위해서는 一般的인 것이나 需要增大을 基本으로 해서 設備과 勞動力의 效率의 活用 方向으로 對處해 나갈 必要가 있는 것이다.

#### 4. 앞으로의 食品産業

食品産業의 現狀은 지금까지 製品出荷額, 營養供給量과 그의 生産構造側面에서 大略推定해 보면 앞으로 어떻게 이어 나갈 것인가? 여기에서도 注意해야 할 點은 앞으로의 食品産業을 생각할때 그 生産物은 사람의 食生活와 密接한 關係에는 있겠지만 有限한 性格을 갖고 있다고는 말할 수 없을 것이다. 65年代에 접어들면서 日本經濟는 점점 高度成長을 거듭하고 있지만 그 發展의 基調는 종전의 生産輸出을 中心으로 한 것으로 부터 社會資本主義充實에 의한 福祉重視의 方向으로 크게 轉換되고 있다.

이 基調變化는 食品産業을 包含한 一般産業界에 物價問題, 環境問題등의 解決을 또한 食品産業獨特의 食品品質問題를 包含한 國民經濟的要請으로 되어 嚴格히 따지고 드는 것도 알려진 일이다.

앞서 말한대로 國民生活水準의 上昇에 따라 食料品費支出는 거의 營養必要量을 充足시키고 있다고 보며 需要는 停滯的으로 推定되는 것으로 본다. 새로운 需要는 營養必要量限度內에서 營養構成의 高度化에 이어지는 것이나 食生活패턴의 變化가 되는 것이다. 이미 日本의 食生活는 洋風化, 簡便化方向으로 進歩되어 왔으나, 더욱 高級化, 多樣化, 嗜好化色彩를 濃厚하게 하고 레저化라든가 옛손化 등의 말로 表現되드시 바라이티가 풍부하게 되어 간다. 이들의 具體的인 現象의 한가지는 近年急速하게 發展되고 있는 外食産業에서 볼 수 있다.

外食傾向增大는 嗜好性이 강한 高級外食의 機會를 增大시킴과 더불어 젊은 層을 中心으로 한 旅行 레저 一行動의 活發化를 契機로 해서 옛손食品, 心理食品으로서의 購入頻度を 增加시키는 것도 豫想되는 일이다. 食品産業은 이와 같은 需要構造變化에 適應되는 商品을 生産해야 하기 때문에 새로운 아이디어가 要求되고 있다. 만들거만 하면 팔리는 商品에서 팔리는 商品을 만드려야 하는 時代가 된 것이다.

이러한 面에서는 종전부터의 소위 傳統的 食品들은 現狀 그대로는 發展을 期待할 수 없지 않겠는지?

近代的 視覺으로 技術이나 製品을 再吟味하고 再次開發코져 努力하므로 해서 製品의 品質向上을 도모할 必要가 있을 것이다.

産業의 成長性은 業界構造變動을 左右하는 큰 要因이며 食品産業에 있어 現在까지의 安定的成長으로부터 需要構造의 質的變化를 갖어 오는 成長性的 停滯傾向은 需要의 끌치거리로 나타났고 그는 生産構造上 여러가지. 變化를 가져오는 것으로 생각된다.

豫想되는 生産構造의 具體的變化方向으로서는 ① 「小品種 多量生産」, 스케일메리트追求型인 大企業의 寡占化와 「多品種 少量生産」의 經營型인 中小企業台頭에 의해 兩極分化的 進行, ② 大企業이 보다 成長性이 높은 業種乃至는 高次加工業種에의 多角的인 移行, ③ 大메이커, 商社, 都賣商, 슈우퍼마켓 등을 核心으로 해서 브랜드에 의한 系列化進

(表 10) 加工食品의 伸張率(出荷數量, 年率)  
(單位: %)

品目	年度		
	60~65	65~70	70~77
畜産食料品	131.1	8.8	6.0
水産食料品	5.2	3.9	3.4
農産食料品	4.6	7.7	5.4
調味料	2.5	5.2	3.4
小麥粉	4.7	2.7	2.2
雪糖	5.6	8.8	3.1
빵 · 菓子	7.4	5.5	3.4
飲料(酒類除外)	9.6	19.2	6.3
食用油 · 同加工品	9.0	8.8	5.8
麵類	13.5	3.0	1.6
大豆加工品	3.7	5.2	2.7
澱粉 · 同加工品	6.4	0.7	0
冷凍食品	42.7	39.8	17.2

行, ④ 中型級企業에서의 企業隔差擴大, ⑤ 새로운 다이얼푸드, 파스트푸드 등에 대한 大메이커 또는 外資系企業의 進出등을 들 수 있겠다.

위와 같은 動向에 따라 成長性을 維持할 수 있는 食品類를 생각해 보건데 畜産食品, 冷凍食品, 飲料調理食品, 外食關聯食品, 레저關聯食品등을 들 수 있겠다. (끝)