

# 東北における6次産業クラスター化戦略

## 【要 旨】

### 1. 東北地域における農業・食品製造業・観光産業の現状と課題

東北の農業、食品製造業、観光産業を地域内発型の相互に関連する産業群として、連携や融合により新たな付加価値を生み出す一体的な「6次産業」としてマクロ的に捉えると、その規模は最も大きく、関連産業も含めた裾野の広い地域の最重要産業であると位置づけられる。各産業を個別にみても、農業では、農家数・農業人口が総世帯数・総人口の1割強、食品製造業では製造業全体の出荷額は電気機械に次ぐ第2位の規模、観光産業では、年間の延べ宿泊客数は2,855万人（東北の総人口の約3倍）と、域内の雇用や生産に占めるシェアは相応に大きく、全国的にも他の地域よりも集積がみられる産業である。

しかし、一方で、これらの産業群は、長期的な趨勢をみると「衰退」と表現しても過言ではないほどの危機的な状況に直面していることも否めない。

農業では、基幹作物である米が、消費量の減少と単価下落に直面し、有効な打開策を見いだせないまま推移し、全体として、産出額や農家数の減少、従事者の高齢化、後継者難といった、生産継続が困難となりかねない状況に陥りつつある。

食品製造業では、需要量が著しく減少している水産加工の比重が高いため、全体として、事業所数・従業者数・出荷額が縮小傾向にある。また、有望分野の集積が乏しく、付加価値も全国に比し低位にとどまっている。

観光産業では、宿泊客が横這いか減少傾向で推移しているうえ、北海道や九州に比べて域内需要に依存する比率が高く、本格的なインバウンド対策は始まったばかりである。

いずれの産業においても、現状では手詰まり感、先行き不透明感があり、関係者の努力にもかかわらず10年単位でみて低落に歯止めがかけられない状況をみると、個別産業の枠内での改善努力には限界があると思わざるを得ない。特に、農業は、主たる担い手である生業農家の資本力や経営力が乏しく、産業内部からのイノベーションに多くを期待できず、他産業からの企業的経営ノウハウの導入なくして産業活力の再生は難しいとみられる。

今後、消費を牽引する年齢層の人口減少が全国以上に進むと予想される東北において、農業、食品製造業、観光産業が新しい存立基盤を獲得し、生産規模や雇用を維持・拡大していくためには、人口減少と高齢化、ライフスタイルや需要の変化を踏まえた高付加価値化の実現が必須であり、3つの産業間の連携や融合（6次産業クラスター化：1次、2次、3次産業の掛け算）の巧拙、域内外の関係者を巻き込んだダイナミックな連鎖反応の継続度合いが、高付加価値化の達成度を大きく左右するものと思われる。

### 2. 農産品・食品分野での高付加価値化戦略のあり方

東北には、規格品の大量生産を追求するのではなく、原料である農産品や製造工程での

安全・安心の確保にこだわり、手作りや高感度という付加価値を商品のアピールポイントとする生産者や優れた試験研究機関が少なからず存在する。しかし、未だ小規模かつ分散的な動きにとどまっており、人材・技術・資本・情報等の基本となる生産要素は有機的な連携を欠いたまま各地に散在しているのが実態と思われる。域内外のマーケットに対し、東北全体として確たる価値・イメージを発信するに至っていないレベルに留まっていると言えよう。インパクトのある広報・情報発信の実現が課題である。

そのためには、個別の企業・産地単位での成功事例を積み上げていくと同時に、新商品開発や新販売手法の担い手、高付加価値化に成功した企業・組織・人材が有機的に連携し、東北の地域特性にフィットしたクオリティの高い商品を揃え、「オール東北」として域外に浸透させていくマーケティング戦略・ブランド戦略が必要になってきている。

上記プレーヤーの商品の核心的な共通特性は、「有機・減農薬」、「無添加」、「手作り」、「高感度」の4つのキーワードであると思われる、これらを東北発の農産品・食品のクオリティの共通基準として設定することで、プロモーションのベクトルを揃えていくことが重要である。

### 3. 観光分野での高付加価値化戦略の必要性

東北の観光産業は域内需要に依存した集客構造となっているため、今後、域内の人口減少・高齢化が著しく進展し、市場自体の縮小が予想される中で、未来を見据えた新しい集客戦略の必要性が高まってきており、国内他地域や海外との交流人口の増大が喫緊の課題となってきた。

成熟化した国内市場向けには、最大消費者層である団塊の世代や女性の価値観に訴える観光をアピールすることが、また、経済成長に伴い、今後、中産階級増加が見込まれる東アジア市場向けには、彼らの間で根強い人気があると言われる温泉や、南国にはない四季の風景（特に雪）といった、東北の豊かな自然景勝・気候風土を最大限活かせるよう修景やホスピタリティでブラッシュアップした上で、「日本の原風景」を最大限に堪能できる地域として積極的に情報発信し、認知度向上を目指すことが、集客戦略の基本になると想定される。

新しい観光スタイルの提案や、東アジア市場向けマーケティングにより、域外から東北に人を呼び込む、或いは、来てもらうためには、東北6県の産・学・官が連携して、ハード・ソフト両面で、受け入れ体制・サポート体制整備に取り組む必要がある。併せて、域外の大手旅客運送会社・旅行代理店等に対し、地域の観光産業に関わる企業や自治体が、狭い地域での個別利害を超えて企画提案を行ったり、共同で観光ルートや旅行商品の開発を行うことも必要になろう。

### 4. 東北における6次産業クラスター化戦略

(1) 戦略の前提となる「東北」ならではのアイデンティティの再確認

農業、食品製造業、観光産業の手詰まり感を、産業間の融合により打開しようというアイデアそのものは、東北に限らず適用可能なものであり、「東北」ならではの強み、差別化要素をより前面に出して、他の地域では代替困難な、根源的な価値観のレベルから、ものづくり、マーケティング、情報発信の戦略を構築していく必要がある。

アイデンティティの具体例として、太平洋から日本海に至るまでの変化に富み多様な地形・風景・気候、森林地帯への積雪の恵みである清浄な水資源、これらがもたらす良質な食材、独自の歴史・文化、実直かつ誠実な気質、ものづくりに適した粘り強さ、などが想定される。

## (2) ブランド戦略

地域間競争の中で埋没せず明確なイメージを形成していくためには、ものづくりについては、地域産品の徒な重複を避けた適地適作のベストミックス、原材料・品質・製法の標準化手法を活用した高品質化・低コスト化、研究開発・衛生管理情報の共有化、共通のロゴ・パッケージの使用など、観光については、広域に分散している温泉をひとつのコンセプトの下にパッケージ化した周遊商品の開発など、個別の利害を超え広域的な視点に立った「オール東北」としての取り組み姿勢が必要になってくるものと思われる。また、6次産業化の成功事例についても、マスメディアを活用した報道キャンペーンを可能な限り連続的・定期的に行っていくことは、当該事例の位置づけを「地方区」から「全国区」の水準に引き上げ、東北が6次産業の先進地域であるとのイメージを確立するうえで効果的であると思われる。

## (3) コンテンツ戦略

6次産業クラスター化戦略の鍵を握るのは、農業・食品製造業・観光産業が融合した、高品質かつ高感度な商品の充実、新しい観光スタイルの提案等のコンテンツ戦略の構築である。商品面については、土・水、肥料・飼料にもこだわった産地特定の農産品（「有機・減農薬」）、製造工程での安全・安心の確保にこだわる食品（「無添加」、「手作り」、「高感度」）に対する「オール東北」での取り組みの一層の拡大が望まれる。観光スタイルについては、農業体験、環境保護活動、歴史ロマン、グルメ等、旅行者自らが、五感・知識・人生観・価値観を総動員して、東北の自然や風土の美しさ、文化の素晴らしさ・格好良さを学習・再発見する、高感度で密度の濃い「アクティブ」な観光スタイルを提案していくことが重要と思われる。また、飲食店、ホテル・旅館での、地場産の有機・減農薬、無添加の農産品・食材を活用した料理の提供は、産業融合による新しい観光スタイルの一般旅行者向けに分かりやすいコンテンツであり、運動に賛同し実践する現場の増加が期待される。

## (4) インフラ戦略

上記のブランド戦略、コンテンツ戦略を有効に機能させる前提として、産業融合のための環境整備、長期永続的な供給体制の確保、人材育成、情報流通など、実際の企業活動を側面支援するインフラ戦略を、「オール東北」のレベルで進めていく必要がある。

#### ① 県域・業種の枠を超えた横断的連携

4つのキーワードに基づくものづくりを実践し、産業横断的発想で新しい取り組みに挑戦し結果を出してきた、実績と信用のあるパイオニア的企業群、キーパーソンを支えもりたてる仕組みづくりが望まれる。東北の経済界やオピニオンリーダーが中心になって、県域・業種の枠を超えた横の連携をとりあえる機会を提供し、幅広い情報の共有化と相互活用を実現できれば、産業融合を促進するうえで有効であろう。例えば、ハイテク分野では既に実現されている産学官ラウンドテーブルや、優れた活動に対する表彰制度などの6次産業版を新たに設けることも一案であろう。

また、直接ものづくり・サービス提供に携わっている企業・人材に焦点を当てるだけでなく、専門分野を持ちながら、県域・業種の枠を超えて、プレーヤー同士を仲介したり協働させる計画づくりなどを担っているコーディネーター・プロデューサー的な人材の層を厚くしていくことも重要である。

さらに、広域的連携を効率的に進めていくための、交通インフラの整備も目配りを忘れてはならない政策課題であろう。

#### ② サポート体制の充実

6次産業のコンテンツを、特定の地域の、一部企業による、単発的・一過性のヒット商品提供に終わらせることなく、長期持続的・安定的に供給していくためには、高度な生産・品質管理、研究開発、マーケティング面での総合的な能力が従来以上に要求されることになると思われる。これらの能力は、限られた企業・組織・人材だけで担いきれるものでなく、「オール東北」での補完体制・支援体制の充実が望まれる。

ものづくり（農業・食品製造業）に対する自治体、大学、農業・工業試験場による、研究開発、新商品開発、生産・品質管理面等でのバックアップと同時に、観光産業に対しても、自治体、大学、経済団体等による、観光接客現場の対応力やマネジメント力強化のための、研修・人材育成のプログラム提供等が、それぞれ望まれる。さらに、6次産業に関連する企業活動を支える金融機関の資金提供・情報提供・マッチングの機能も充実させていくことが望まれる。

【執筆：東北支店産業集積研究チーム（e-mail：tohoku@dbj.go.jp）】





東北の農業の現状と課題

1. 経済規模

1-1 農地、農家、農業労働者

区分	全国集計		東北		出所
	数値	全国比(%)	数値	全国比(%)	
①農地					
総面積(万ha、05年)	37.8	6.3	16.7	16.7%	国土交通省国土地理院「全国縮通道府県市区町村別面積調」
耕地面積(ha、06年)(月15日現在)	4,650,000	19.9%	877,500	18.9%	農林水産省「平成19年耕地面積(7月15日現在)」
田	2,530,000	24.8%	626,500	24.8%	
畑	2,120,000	11.8%	251,000	11.8%	
耕地率(%, 06年)	12.5	13.1	-	-	
②農家					
総世帯数(千戸、05年)	49,586	3.34%	3,349	6.8%	総務省「国勢調査」
総農家数(千戸、05年)	2,848,166	16.3%	463,460	16.3%	農林水産省「農林業センサス2005」
農家率(%, 05年)	5.7	13.8	-	-	
③農業労働者					
総人口(千人、05年)	127,767	9.63%	9,635	7.5%	総務省「国勢調査」
高齢化率(65歳以上)(%, 05年)	20.2	23.2	-	-	
農家人口(農業従事者)(人、05年)	8,370,489	16.76%	1,676,583	20.0%	農林水産省「農林業センサス2005」
高齢化率(65歳以上)	31.6	30.5	-	-	
農家人口率(%, 05年)	6.6	17.4	-	-	
農業就業人口	3,352,990	620,722	19.5%		
農林業従事者	582	385,301	57.5		
高齢化率(65歳以上)	2,240,672	54.1			

1-2 農業産出額、地域ワットワット、主要品目別対全国構成比(平成18年)

地域	農業産出額計(うち)		米		野菜		果実		畜産	
	(億円)	(%)	(億円)	(%)	(億円)	(%)	(億円)	(%)	(億円)	(%)
北海道	10,627	12.2%	6,231	6.2%	8,448	9.8%	-	-	1,883	18.6%
東北	13,872	16.1%	27,031	11.3%	22,778	14.8%	-	-	1,254	9.0%
北海道	4,775	5.5%	16.1%	16.1%	2,683	1.8%	-	-	1,992	2.9%
関東・東山	18,929	21.9%	18.6%	18.6%	33,038	22.3%	-	-	17,833	17.8%
北陸	7,929	9.2%	6.0%	6.0%	10,038	6.9%	-	-	7,443	7.4%
近畿	4,717	5.5%	6.8%	6.8%	3,338	1.2%	-	-	3,333	3.3%
中国	4,318	5.0%	6.9%	6.9%	3,778	6.1%	-	-	5,933	5.9%
九州	4,132	4.8%	3.0%	3.0%	4,833	6.4%	-	-	23,223	23.2%
沖縄	16,602	18.6%	0.3%	0.3%	18,133	15.9%	-	-	1,423	1.4%

1-3 農業産出額、主要品目別地域内構成比(平成18年)

地域	農業産出額計(うち)		米		野菜		果実		畜産	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
北海道	100%	11.1%	16.3%	16.3%	0.6%	0.6%	46.7%	46.7%	27.8%	27.8%
東北	100%	38.7%	16.6%	16.6%	12.6%	12.6%	21.8%	21.8%	15.9%	15.9%
北海道	100%	63.9%	11.0%	11.0%	2.9%	2.9%	24.6%	24.6%	15.9%	15.9%
関東・東山	100%	14.4%	25.8%	25.8%	8.7%	8.7%	18.7%	18.7%	33.8%	33.8%
北陸	100%	27.3%	23.8%	23.8%	18.3%	18.3%	16.7%	16.7%	22.6%	22.6%
中国	100%	30.3%	17.3%	17.3%	10.9%	10.9%	33.8%	33.8%	17.6%	17.6%
九州	100%	13.9%	33.8%	33.8%	17.6%	17.6%	22.6%	22.6%	41.2%	41.2%
沖縄	100%	0.8%	13.0%	13.0%	6.7%	6.7%	42.3%	42.3%	37.5%	37.5%

2. 長期趨勢

2-1 農業産出額の推移

農産物	1986(S51)年						2006(H18)年					
	1986(S51)年	1996(H8)年	2006(H18)年	1986=100	1996=100	2006=100	1986=100	1996=100	2006=100	1986=100	1996=100	2006=100
農業産出額	114,232	103,166	82,900	73	73	80	103,166	13,872	32,900	70	70	79
米	19,222	17,459	13,872	70	70	79	17,459	30,540	18,146	48	48	59
畜産	37,566	30,540	18,146	48	48	59	30,540	8,129	5,094	50	50	63
果実	32,205	25,892	24,188	75	75	93	25,892	4,688	3,859	83	83	94
野菜	20,833	22,986	20,574	99	99	90	22,986	2,025	2,467	2,303	114	93
その他	8,389	9,263	7,570	90	90	82	9,263	1,556	1,751	113	102	102

(出所)農林水産省「平成18年農業産出額(概算)(全国推計値)」、東北農政局「平成18年農業産出額(市町村別推計)ー東北ー」

2-2 販売農家数の推移

農産物	1990年		1995年		2000年		2005年		1990=100		2000=100	
	1990年	平成7年	1995年	平成7年	2000年	平成17年	2005年	平成17年	1990=100	1995=100	2000=100	
全国	2,971	2,851	2,337	1,963	66	74	84	74	74	74	84	
東北	521	473	428	371	71	78	87	71	78	87	87	

2-3 東北の集約的農業従事者数の推移

農産物	1985年		2000年		1985=100		2000=100	
	1985年	平成12年	2000年	平成17年	1985=100	1995=100	2000=100	
集約的農業従事者	428	414	388	90	93	90	93	
50歳以上	141	197	208	148	108	108	108	
高齢化率	33.1%	47.3%	54.1%	163.4	113.9	113.9	113.9	

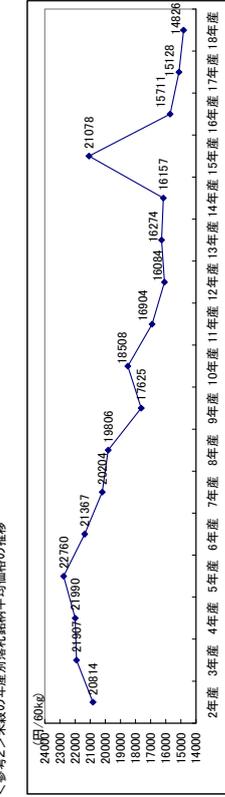
(出所)農林水産省「農林業センサス」

<参考1>国民1人・1年当たり供給食料の推移

食料	1985年		1995年		2005年		1985=100		1995=100		2005=100	
	1985年	平成12年	1995年	平成17年	2005年	平成17年	1985=100	1995=100	1995=100	1995=100	2005=100	
米	73.4	67.3	61.6	83	83	89	83	83	83	89	89	
畜産	113.3	105.0	94.9	84	84	88	84	84	84	88	88	
果実	33.0	40.3	39.9	104	104	104	104	104	104	104	104	
野菜	110.6	138.2	138.3	124	124	124	124	124	124	124	124	
畜産物	23.9	28.2	28.3	117	117	117	117	117	117	117	117	
穀類	15.4	17.2	16.8	108	108	108	108	108	108	108	108	
肉類	71.3	93.3	92.2	129	129	129	129	129	129	129	129	
生乳・乳製品	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
生肉・肉製品	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

(出所)農林水産省「食料供給量」

<参考2>米穀の年産別落札総額平均価格の推移



(出所)コメ価格センター入札取引結果公表

東北の食品製造業の現状と課題

1. 経済規模

1-1 事業所数、従業員数、工業出荷額(2005年)

産業	事業所数		従業員数(万人)		工業出荷額(兆円)	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北
製造業	276,716	19,405	816	65.1	298	17.0
食品	20,473	2,133	124	16.2	40.1	5.3
食品機械	30,035	1,271	191	14.0	32.3	2.9
食品機械	35,333	1,703	68.3	15.3	31.0	1.3
電気機械	4,532	242	11,629	5.329	18,393	7.028

(出所) 経済産業省「平成17年工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. 電気機械=電気機械器具+情報通信機械器具+電子部品・デバイス  
 2. 電気機械=電気機械器具+情報通信機械器具+電子部品・デバイス

1-2 対製業構成比(2005年)

産業	事業所数		従業員数		工業出荷額	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北
電気機械	7.5%	②11.0%	15,498	①25.0%	16,488	①31.4%
食品	14.1%	①21.3%	14,826	②18.3%	10,493	②16.1%
電気機械	19.8%	③8.8%	12,128	③8.9%	10,693	③14.9%
電気機械	4.5%	2.4%	11,629	5.329	18,393	7.028

(出所) 経済産業省「平成17年工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. %は各産業の製造業全体に対する割合  
 2. ①は東北の製造業内における順位

1-3 業種別工業出荷額(2005年)

業種	工業出荷額		出荷額構成比		対業種構成比	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北
食品	29.7	1.81	78.3	83.3	8.0	
畜産食品	②4.75	②0.46	②16.4	②21.0	9.6	
水産食品	⑤3.21	①0.46	⑤11.1	①22.5	15.2	
農産加工食品	0.82	⑥0.09	2.8	⑥3.9	10.4	
調味料	1.89	0.08	6.3	2.5	3.0	
清涼飲料	0.45	—	1.6	—	—	
酒類	1.22	0.07	4.3	3.4	5.9	
パン・菓子	③4.08	⑤0.21	③14.1	⑤9.6	5.1	
動物油脂	0.72	0.01	2.5	0.6	1.9	
その他食品	①5.57	③0.43	①19.2	③19.7	7.7	
清涼飲料	6.23	0.38	21.7	16.7	5.8	
酒類	⑥1.05	0.08	⑥6.7	2.9	3.2	
茶・コーヒー	④3.75	④0.28	④13.0	④13.4	7.8	
製氷	0.03	0.01	0.3	0.2	1.1	
食品	29.0	2.17	100	100	7.5	

(出所) 経済産業省「工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. ①は食品全体のなかでの順位  
 2. ②内は食品全体のなかでの順位

2. 長期趨勢

2-1 食品製造業の経済規模の推移

産業	事業所数		従業員数(万人)		工業出荷額(兆円)	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北
製造業	276,716	19,405	816	65.1	298	17.0
食品	20,473	2,133	124	16.2	40.1	5.3
食品機械	30,035	1,271	191	14.0	32.3	2.9
食品機械	35,333	1,703	68.3	15.3	31.0	1.3
電気機械	4,532	242	11,629	5.329	18,393	7.028

(出所) 経済産業省「工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. 電気機械=電気機械器具+情報通信機械器具+電子部品・デバイス  
 2. 電気機械=電気機械器具+情報通信機械器具+電子部品・デバイス

<参考>製造業の経済規模の推移

業種	事業所数		従業員数		工業出荷額	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北
電気機械	7.5%	②11.0%	15,498	①25.0%	16,488	①31.4%
食品	14.1%	①21.3%	14,826	②18.3%	10,493	②16.1%
電気機械	19.8%	③8.8%	12,128	③8.9%	10,693	③14.9%
電気機械	4.5%	2.4%	11,629	5.329	18,393	7.028

(出所) 経済産業省「工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. %は各産業の製造業全体に対する割合  
 2. ①は東北の製造業内における順位

2-2 業種別工業出荷額の推移

業種	1995年		2000年		2005年		1995=100	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北	全国	東北
食品	24.3	2.07	24.1	2.00	22.4	1.81	93	87
畜産食品	4.90	0.46	4.84	0.44	②4.75	②0.46	97	99
水産食品	4.17	0.72	3.57	0.63	⑤3.21	①0.46	77	68
農産加工食品	0.97	0.11	0.98	0.11	0.82	⑥0.08	85	76
調味料	1.80	0.08	1.82	0.08	1.82	0.08	101	115
清涼飲料	0.50	—	0.54	—	0.45	—	77	—
酒類	1.59	0.08	1.32	0.08	1.22	0.07	79	79
パン・菓子	4.31	0.21	4.10	0.21	③4.08	⑤0.21	95	99
動物油脂	0.74	0.01	0.68	0.01	0.72	0.01	97	132
その他食品	5.27	0.42	5.82	0.47	①5.57	③0.43	106	102
清涼飲料	7.29	0.51	7.1	0.59	6.23	0.36	86	71
酒類	2.14	0.14	2.17	0.14	⑥1.95	①0.14	91	44
茶・コーヒー	4.67	0.35	4.13	0.43	④3.75	④0.28	84	82
製氷	0.04	0.00	0.04	0.00	0.03	0.01	84	61
食品	31.6	2.58	31.2	2.50	29.0	2.17	92	84

(出所) 経済産業省「工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. 一部業種で取戻数字があるため当該分を除く集計。あくまで参考値で、実態と異なる可能性  
 2. ①内は食品全体のなかでの順位

2-3 業種別付加価値額の推移

業種	1995年		2000年		2005年		1995=100	
	全国	東北	全国	東北	全国	東北	全国	東北
食品	38.5	32.8	38.2	33.6	37.3	33.2	97	83
畜産食品	28.2	25.5	28.5	25.3	26.6	22.5	94	89
水産食品	33.2	25.8	32.5	27.6	33.5	29.6	98	97
農産加工食品	40.2	37.7	41.1	41.7	41.3	41.7	100	100
調味料	50.1	48.9	49.2	51.4	49.4	47.3	98	97
清涼飲料	31.8	—	31.8	—	27.7	—	87	—
酒類	19.0	20.2	17.2	14.8	15.0	13.2	79	64
パン・菓子	53.2	51.8	52.4	49.7	51.7	50.2	97	97
動物油脂	33.7	33.3	33.4	37.3	26.4	34.2	99	102
その他食品	43.1	43.1	42.2	41.7	40.4	40.2	93	93
清涼飲料	34.2	30.2	35.9	42.3	35.2	30.0	103	93
酒類	42.2	43.0	43.1	46.1	41.5	36.6	97	85
茶・コーヒー	30.6	25.3	32.2	41.0	32.4	28.2	106	112
製氷	30.4	27.1	30.2	29.3	29.8	15.8	99	58
食品	46.7	45.4	45.1	43.6	42.0	36.8	90	81

(出所) 経済産業省「工業統計表(産業別)」(従業員4人以上の事業所、産業中分類別)  
 (備考) 1. 一部業種で取戻数字があるため当該分を除く集計。あくまで参考値で、実態と異なる可能性  
 2. ①内は食品全体のなかでの順位



