



Report on research

食品製造業者の7割超が HACCP導入に意欲 食品産業の製商品の志向は 「低価格」がさらに減少

— 2015年下半年 食品産業動向調査 —

農林水産物・食品の輸出促進が食品産業の大きな戦略テーマとなっています。そこで、輸出で食品衛生管理の重要な条件となるHACCPの取り組み状況などを調査しました。

この調査は、食品関係企業の景況動向などを調査するもので、一九九七年より全国の約七〇〇〇社の企業を対象に年二回実施しています。今回は、二〇一五年下半期（二〇一六年一月一日時点）の景況感と共に、HACCPの取り組み、製商品の志向について調査しました。

HACCP取り組みが進展

HACCPとは、一九六〇年代に米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品の衛生管理の手法です。

原材料の受け入れから最終製品になるまでの全工程において、微生物による汚染、金属の混入などの危害要因をあらかじめ分析し、危害

の防止につながる特に重要な工程を継続的に監視し、記録する工程管理システムで、日本では九八年に「HACCP支援法」が制定され、その導入が推進されています。

食品製造業でのHACCP導入への取り組み状況を聞いたところ、三七・五%の企業が「導入している」と回答しました（図1）。また「現状導入していないが、数年内に導入予定である」が七・八%、「現状導入していないが、将来的には導入予定である」が二七・五%で、これらを合わせると、食品製造業者の七二・八%がHACCPの導入に意欲的であることが分かりました。

前回調査（二〇一五年一月一日時点）では、「導入している」が三五・

四%、「導入を予定している」が一・七%でした。これらを合わせると導入または導入予定の企業は四七・二%と五割弱であり、残り五二・九%の食品製造業者ではHACCPを「導入していない」という結果でした（図2）。

今回の調査と一部項目が異なるため単純比較はできませんが、「導入している」または「導入を予定している」とする割合は、前回調査に比べて大きく増加しており、HACCPへの関心が高くなっていることが分かります。

HACCPを「導入している」「まだ「導入予定である」と回答した方に、実際に導入（取得）済み、もしくは今後導入（取得）予定であるHACCP関連の認証の種類について聞いたところ、総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）や業界団体、自治体による認証などの国内のHACCP認証が五二・三%、FSSC22000やISO22000など国際的なHACCP認証は二六・六%という結果となりました（図3）。

EU（欧州連合）や米国への農林水産物や食品の輸出などでは、国際的なHACCP認証の取得を求められます。輸出拡大を目指す日本の食品産業にとっては、国際的なHACCP認証の導入を増やしていくことが今後の課題と言えます。

HACCP導入または導入予定の契機について聞いたところ、「衛生管理上の必要性」が七一・五%と最も高く、次いで「HACCP認証による自社ブランドのイメージ強化」が三五・九%、「異物混入などの食品事故を契機とする消費者の意識向上」が三五・〇%、「取引先からの要請」が三一・六%と続きました（図4）。

食品（原材料となる一次加工品や調味料を含む）を仕入れるに当たり、その食品の製造においてHACCP導入しているかどうかを考慮するかを聞いたところ、「HACCP導入の有無も検討材料の一つとする」が五六・四%と最も高くなりました（図5）。

「HACCP導入をしている仕入れ先を優先する」は八・四%、「HACCP導入を必須とする」は三・〇%で、これらを合わせると六七・八%の食品関係企業が食品の仕入れにHACCP導入を考慮していることが分かりました。

また、HACCP義務化の必要性について聞いたところ、「必要性を感じる」が二七・七%、「必要性を感じない」が一八・八%、「どちらとも言えない」が五三・五%となりました。

た(図6)。

「健康・美容」「国産」が増加

仕入れ価格の上昇などコスト高の傾向が続く中で、食品関係企業にとって、主力となる製商品の開発戦略を今後どのような方向に持っていくかは重要な経営ポイントです。

そこで、今後伸びる製商品の志向について聞いたところ、「低価格」志向は前回調査(二〇一五年上半期)より〇・七ポイント低下し一九・七%となり、引き続き減少傾向にあることが分かりました(図7)。

一方で、「安全」は四七・二%、「味」は三三・二%、「簡便」は二三・二%と、高い水準を維持しています。また、「健康・美容」が一・九ポイント上昇し二三・二%、「国産」が一・三ポイント上昇し一九・三%となり増加傾向が続いています。

食品産業の景況感の上昇基調もあり、「安全」を第一にしつつ、「低価格」という経済性よりも、「味」「簡便」「健康・美容」「国産」といった質的な付加価値を意識した商品開発の方向性が見えてくる結果となりました。

景況DIはプラス値を維持

景況DI(売上高、経常利益、資金繰りの各DIの平均で、景況感を示

図4 食品製造業でのHACCP導入または導入予定の契機(複数回答)

※HACCPを「導入している」「数年内に導入予定である」「将来的には導入予定である」と回答した企業に調査

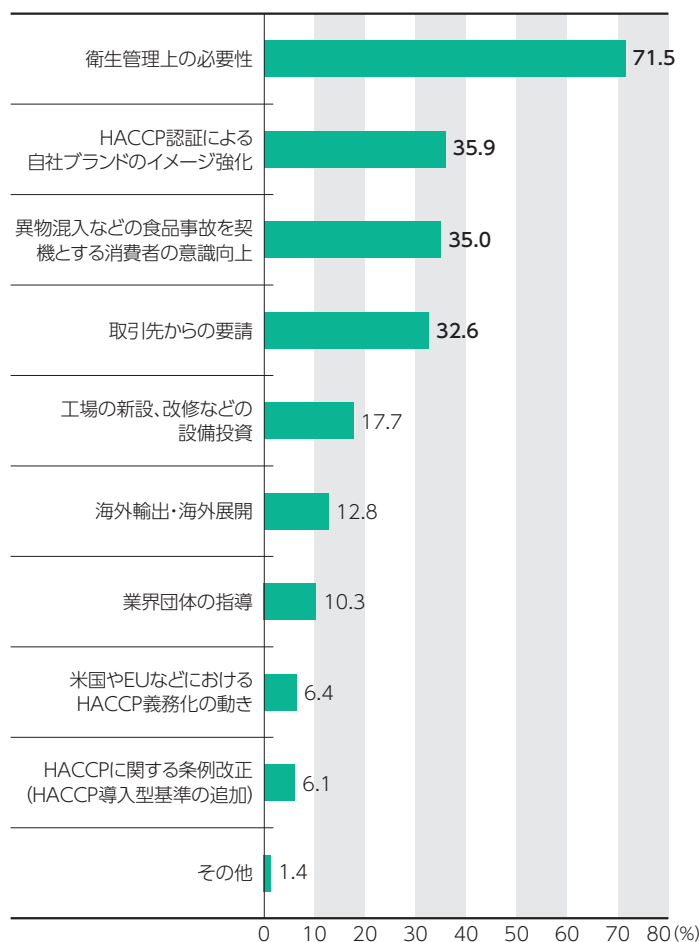


図6 食品関係企業でのHACCP義務化の必要性

■ 必要性を感じる ■ 必要性を感じない ■ どちらとも言えない

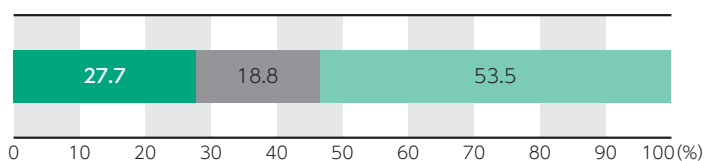


図1 食品製造業におけるHACCPの導入状況

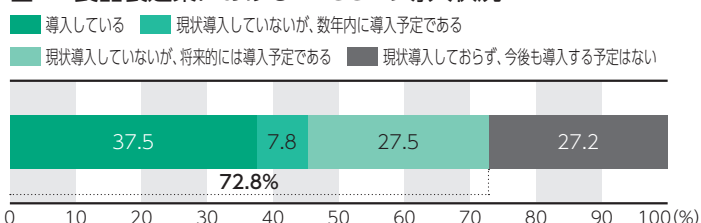


図2 食品製造業におけるHACCPの導入状況(2014年下半期)

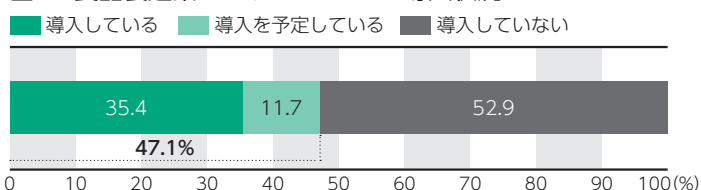


図3 食品製造業で導入(取得)または導入(取得)予定であるHACCP関連の認証の種類(複数回答)

※HACCPを「導入している」「数年内に導入予定である」「将来的には導入予定である」と回答した企業に調査

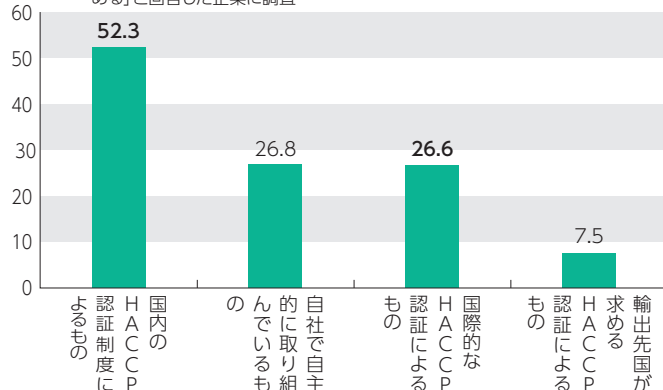
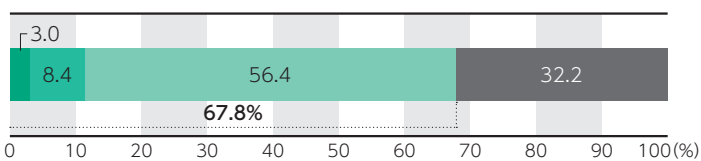


図5 食品関係企業における食品の仕入れでのHACCP導入の考慮

■ HACCP導入を必須とする ■ HACCP導入をしている仕入れ先を優先する
■ HACCP導入の有無も検討材料の1つとする ■ HACCP導入の有無は検討材料としない



す景況動向指数）は、前回調査（二〇一五年上半年期）から七・〇ポイント上昇し一一・〇となりました（図8）。

一九九七年の調査開始以降初めてプラス値となった前回調査よりプラス値が上昇しており、景況DIは改善しています。先行き一六年上半年期の景況DIについては、五・七ポイント低下するものの五・三とプラス値を維持する見通しです。

地域別では、前回調査から三・四（一四・六ポイント）上昇し、一〇地域全てでプラス値となりました（図9）。先行き一六年上半年期は北海道と東北以外の八地域はプラス値を維持する見通しとなっています。

仕入れ価格DIは、前回調査より九・〇ポイント低下しましたが、五四・二と高いプラス値を維持しています（図10）。先行き一六年上半年期では二二・一ポイント低下するものの三二・〇と仕入れ価格のプラス値が続く見通しとなっています。

販売数量DIは、七・八ポイント上昇し一〇・二、販売価格DIも〇・九ポイント上昇し二六・三と、ともにプラス値を維持しており、景況感の上昇基調を反映する結果となりました（図11）。先行き一六年上半年期では販売数量DIが一・一ポイント低下し九・二、販売価格DIが一四・二ポイント低下して二二・一と、とも

に低下するもののプラス値を維持する見通しとなっています。

雇用判断DIは前回調査よりも九・九ポイント上昇し三三・〇となり、雇用の不足感が増大していることが分かります（図12）。先行き一六年上半年期では二・六ポイント低下ながら三〇・四と高い水準を維持していることから、雇用の不足感が続く見通しとなっています。

設備投資DI（二〇一五年下半年時点での一六年年通年の設備投資額の見通し）は、前回調査に比べ〇・五ポイント低下ながら八・四とプラス値を維持しており、設備投資環境の回復感が続いている結果となりました（図13）。

（情報企画部 澤野 敬二）

〔調査要領〕

● 調査時点：二〇一六年一月一日

● 調査方法：郵送により調査票を配布し、郵送で回収

● 調査対象：公庫のお客さまを含む全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業）七二五八社

● 有効回収数：二五六〇社（回収率三五・三％）

うち、製造業一六七九社、卸売業六〇一社、小売業二七七社、飲食業六三三社

※日本公庫ではHACCP導入のための施設整備などにご利用いただける資金を取り扱っています。詳しくは三六頁をご覧ください。

図7 食品関係企業での今後に伸びる製商品の志向（2つまで回答）

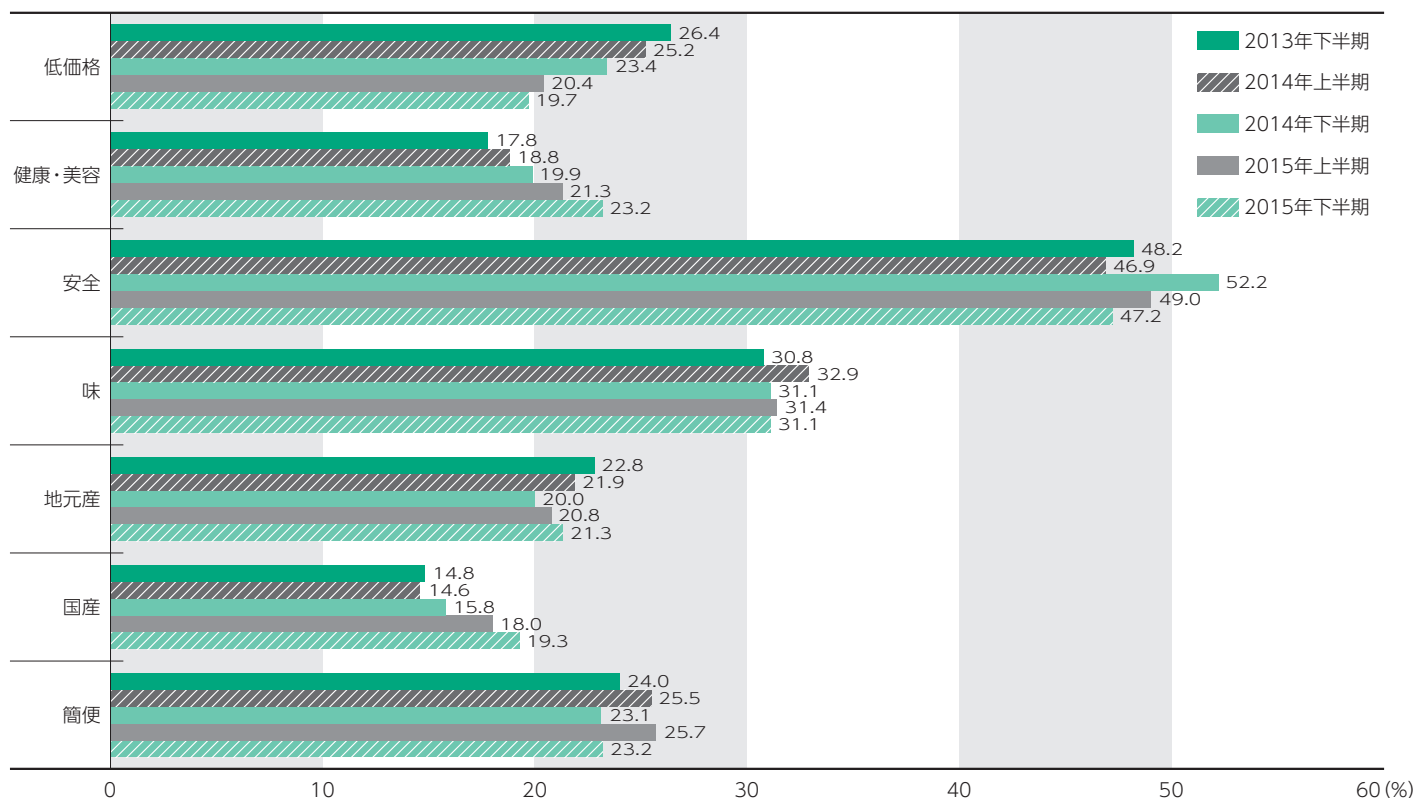


図9 地域別景況DIの推移

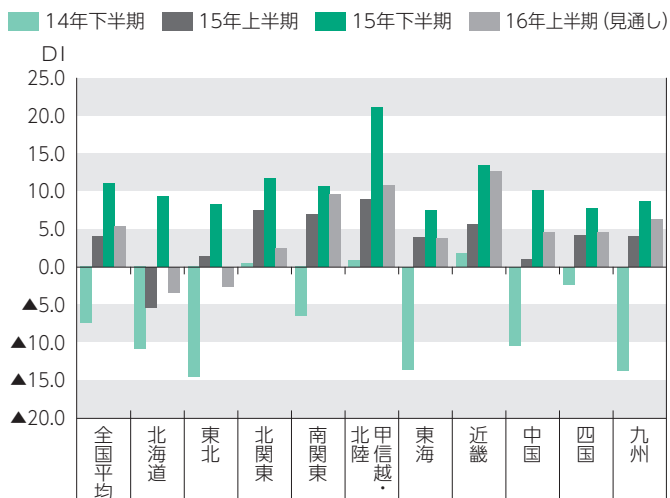


図8 景況DI (食品産業、製造業) および日銀短観の推移

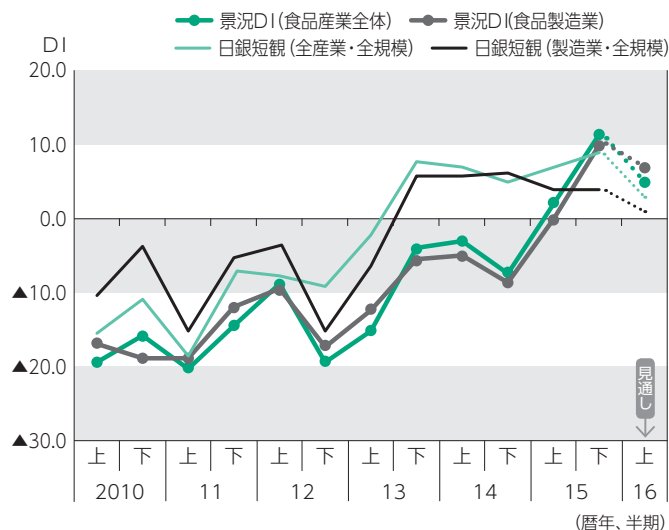


図11 販売数量DIおよび販売価格DIの推移

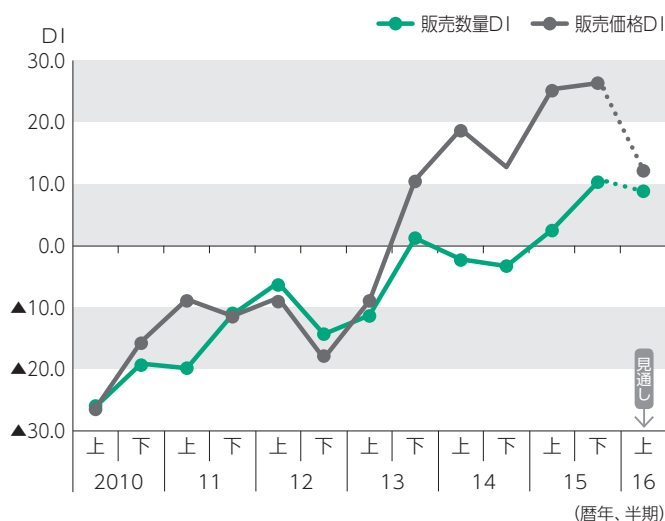


図10 仕入れ価格DIの推移

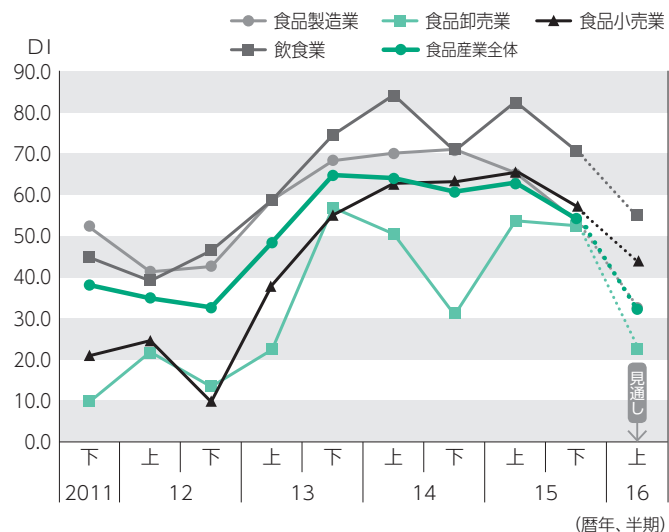


図13 設備投資DIの推移

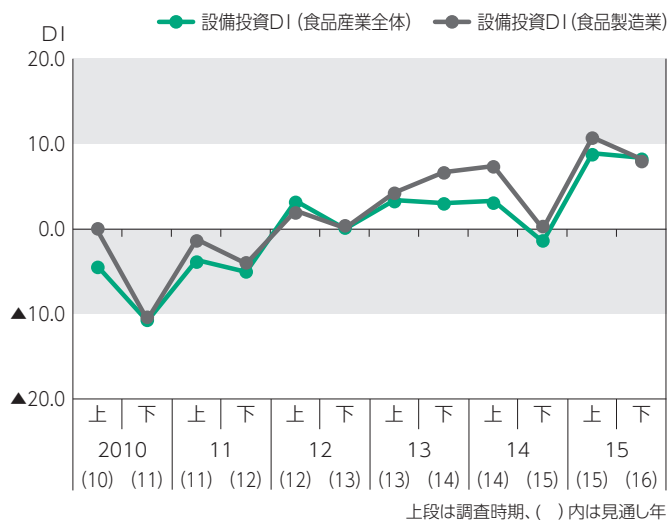


図12 雇用判断DIと有効求人倍率の推移

