

食品産業の景況は 6年ぶりにプラス 輸出の取り組み 意欲も上昇

—食品産業動向調査(2023年7月調査)—

食品産業における景況および原材料高騰への対応、
輸出の取り組み状況について調査を実施しました。

2023年上半期の食品産業の景況DIは7・4となり、6年ぶりにプラス値へ転じました。原材料高騰などによるコスト増加で厳しい業況が続くなか、販売価格が上昇したことにより、景況感に持ち

直しの動きが見られました。輸出の取り組み状況について、「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合は22年上半期調査から3・6ポイント上昇し24・8%になりました。

景況調査

景況DIはすべての業種で上昇

2023年上半期の食品産業の景況感を示す景況DIは、22年下半期から8・4ポイント上昇し7・4となりました(図1)。景況DIは17年上半期からマイナス値が

連続していましたが、今回6年ぶりにプラス値へ転じました。23年下半期の見通しは1・7ポイント低下し、5・7となりました。業種別ではすべての業種で上昇

しており、製造業は9・2ポイント上昇し8・7、卸売業は8・6ポイント上昇し4・5となり、プラス値へ転じました。小売業は8・3ポイント上昇し、▲1・8となりました。飲食業は14・1ポイント上昇し35・7と、1997年の調査開始以来の最高値となりました。

は2・9ポイント上昇し6・1となりました。また、23年7月時点での設備投資DI(23年修正見通し)は、20年下半期から3年連続して上昇し19・2と、1997年の調査開始以来の最高値となりました。

コスト増加は高止まりの傾向

仕入価格DIは、2020年下半期から連続して上昇していましたが、今回は3・4ポイント低下し85・2となりました(図2)。過去の調査と比較すると高い水準にありますが、DIの推移が上昇から低下に転じたことから、原材料高騰などに伴うコスト増加が高止まったことがうかがえます。

今後の経営発展に向けて取り組みたい課題については、すべての業種で「人材確保」「人材育成」「商品・生産物の見直し・開発」の回答割合が高くなりました。とりわけ「人材確保」はすべての業種で4割を超えており、飲食業で約8割となりました(図3)。

販売価格DIは、20年下半期から連続して上昇しており、今回は5・4ポイント上昇して64・3となりました。販売数量DIは2・5ポイント上昇し、3・2となりました。

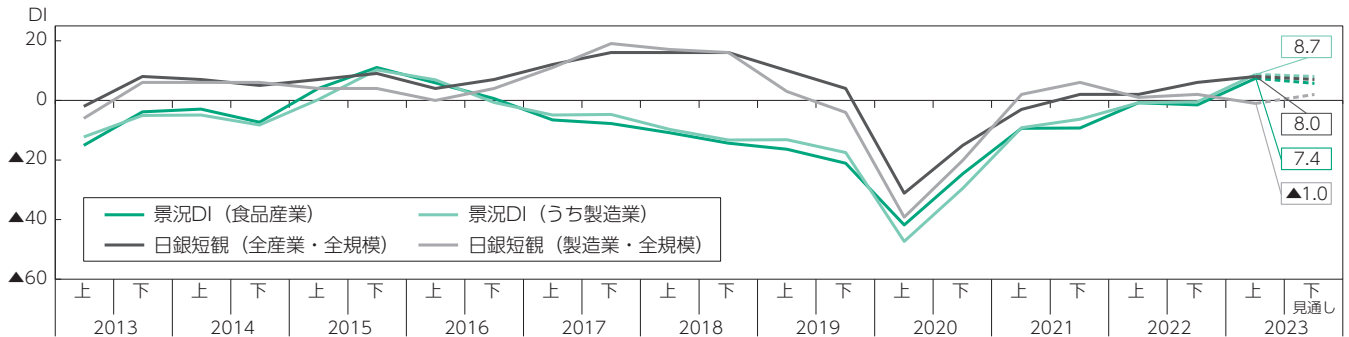
人材確保が進まない理由は「求人に対する応募がない」の回答割合が8割となりましたが、「求人に対する応募がない」理由として考えられるものを聞いたところ、「地域の労働人口が減少しているため」の回答割合が最も高く、約6割となりました。

23年下半期の見通しは、仕入価格DIが11・5ポイント低下し73・7、販売価格DIが12・8ポイント低下し51・5、販売数量DI

また、いわゆる「物流2024年問題」に対応するために必要な対策については、物流業者との「運賃・手数料の交渉」が40・4%と最も高く、次いで「共同配送の活用」が25・9%、「ロットの変更」が19・1%となりました。

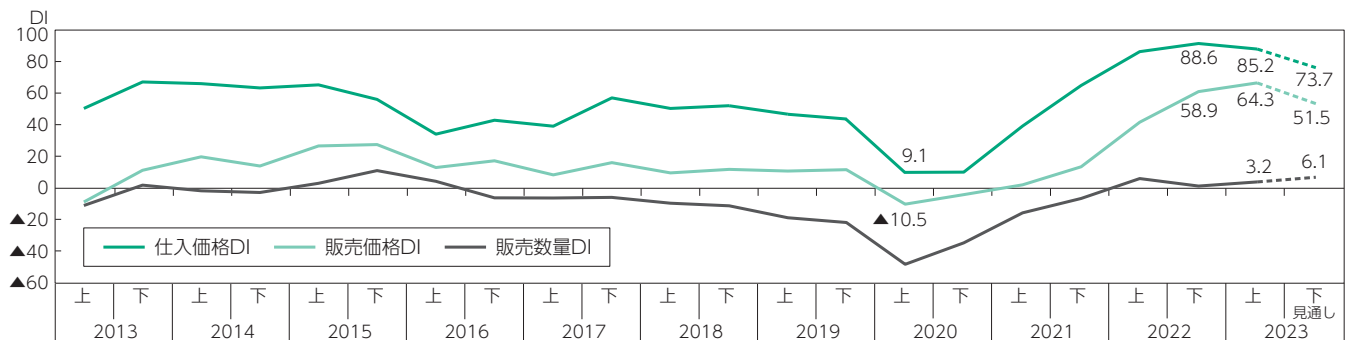
◆ 食品産業の景況は上昇傾向続く

図1 景況DI・日銀短観の推移



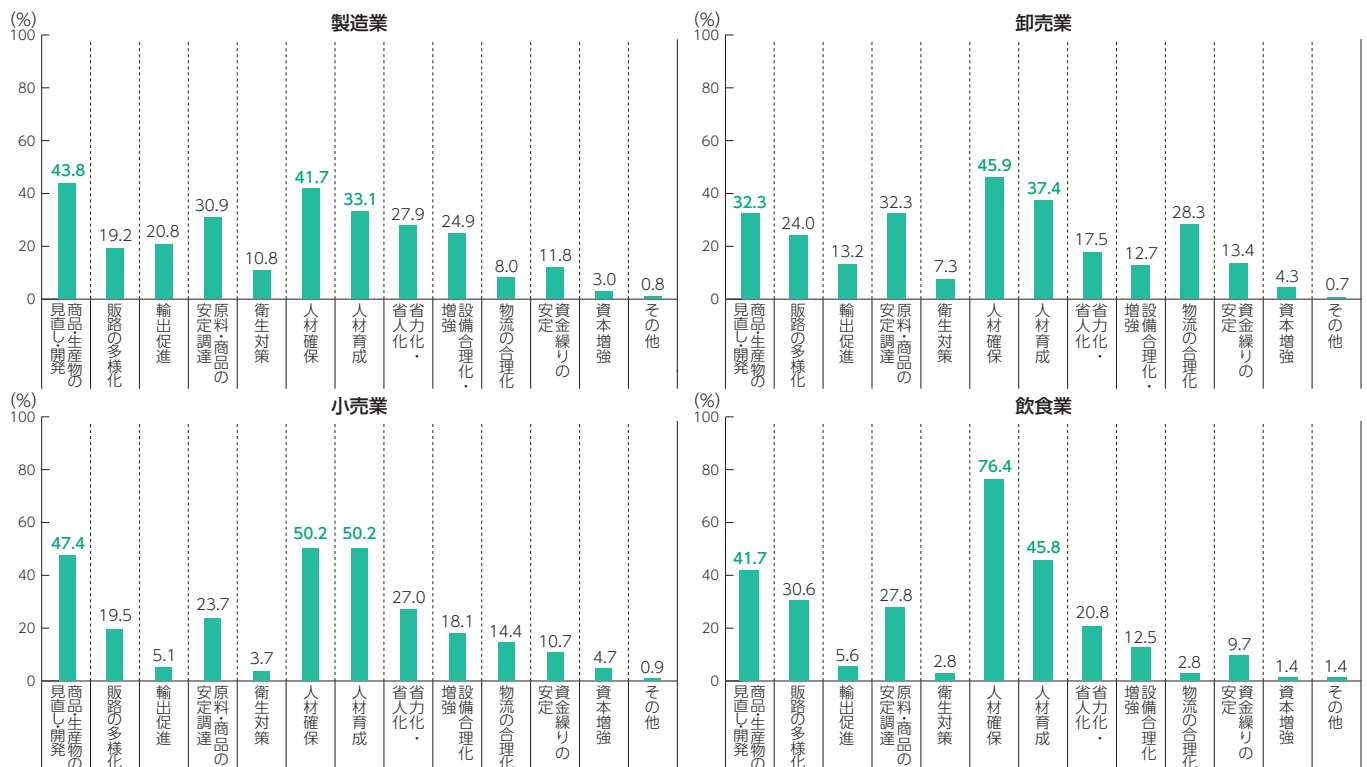
◆ 仕入価格DIは減少に転じる

図2 仕入価格DI・販売価格DI・販売数量DIの推移



◆ すべての業種で人材確保が課題

図3 今後の経営発展に向け取り組みたい課題



原材料高騰などへの対応

コスト増分の価格転嫁が進展

原材料費などのコスト増加分の価格転嫁の状況は、「コスト増分を全額販売価格に転嫁した」または「転嫁しようとしている」の回答割合が上昇し、すべての業種で2割を超えました【図4】。

2022年上半期から同年下半年にかけては約1割で横ばい推移していましたが、今回の調査で大きく上昇したことから、価格転嫁

する動きが進んでいることがうかがえます。

なお、「コスト増分には満たないが販売価格に転嫁した」または「転嫁しようとしている」の回答割合は約6割から7割と、高い水準を維持しています。このことから、価格転嫁が進んでいるといえどもコスト増を賄いきれていないことがうかがえます。

輸出の取り組み状況

輸出したいとする意欲が上昇

食品産業における輸出（輸出向け製品の製造や海外への店舗展開を含む）の取り組み状況は、「すでに取り組んでいる」が前回調査の2022年上半期から横ばいで推移し27・2%、「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」が3・6ポイント上昇し24・8%となりました【図5】。

食品製造業の品目別でみると、

「すでに取り組んでいる」の回答割合は酒類で82・6%、調味料で53・1%、飲料で46・3%となりました。「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合は、冷凍食品で40・0%、農産保存食品で35・8%、水産食品で33・5%となりました。

輸出に「すでに取り組んでいる」と回答した先において、全体売上

高のうち輸出関連の売上高が占める割合は、「5%未満」の回答割合が最も高く約5割となりました。

輸出に関連する事業の収益性は、製造業で「国内向けと同じ」が50・6%、「国内向けより高い」が30・2%、「国内向けより低い」が19・2%となりました。また、卸売業では「国内向けと同じ」が42・7%、「国内向けより高い」が38・5%、「国内向けより低い」が18・8%となりました。

輸出をおこなうメリットは、製造業・卸売業のいずれも「販路開拓・拡大による売上・利益の増大」に続き、「市場の多角化によるリスク分散」「需給調整による国内相場の維持・安定」の回答割合が高くなりました【図6】。

輸出に「すでに取り組んでいる」と回答した先の輸出対象国または地域は、「香港」が51・2%、「台湾」が50・9%、「北米」が46・3%となりました。

輸出に「すでに取り組んでいる」と回答した先が今後新たに開始もしくは拡大したい輸出対象国または地域は、「北米」が28・5%、「中国」が22・6%、「台湾」が21・9%となりました。

また、「インドネシア」などの東南アジアや「インド」などの回答も

あり、新たな国への広がりが見られました。

本調査は2023年8月24日の中国政府による日本産水産物の輸入停止措置より前に実施したものです。

今回ご紹介した内容を含む調査結果に関する資料は、当公庫ホームページに掲載しております。「日本公庫 食品産業動向調査」で検索してください。

（情報企画部 三好孝治）



【調査概要】

●調査時点・方法
2023年7月

●調査対象
郵送及びインターネット調査

●調査対象
公庫の融資先を含む全国の食品関係企業

（製造業、卸売業、小売業、飲食業）
6761社

●有効回答数
2384社（回収率35・3%）

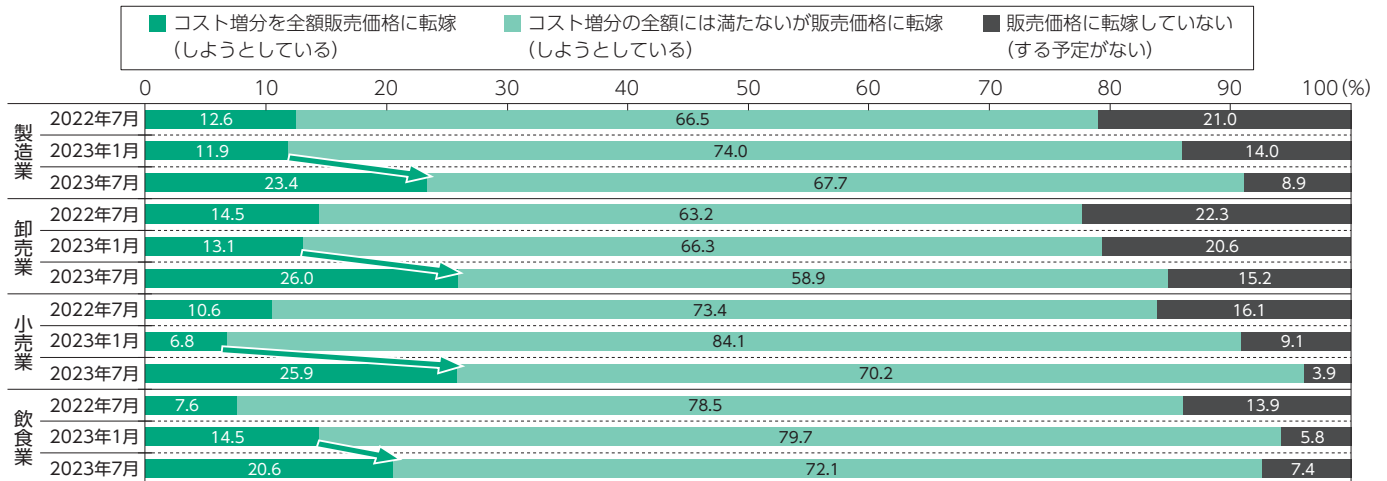
うち、食品製造業1485社、食品卸売業610社、食品小売業217社、飲食業72社

※1..本文中にある▲は、マイナスを示します。

※2..DI (Diffusion Index) = 動向指数は、前年同期と比較して「増加する（よくなる）」と回答した割合から「減少する（悪くなる）」と回答した割合を差し引いた数値です。景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均した値です。

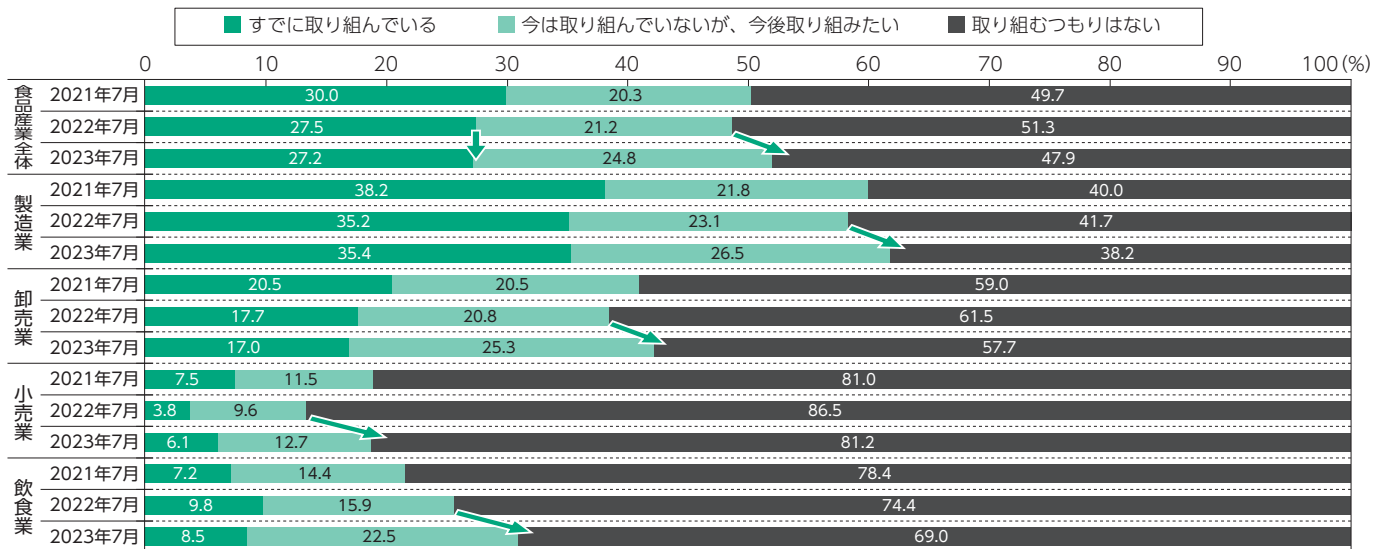
◆ 販売価格に転嫁する動きが拡大

図4 コスト増加分の販売価格への転嫁



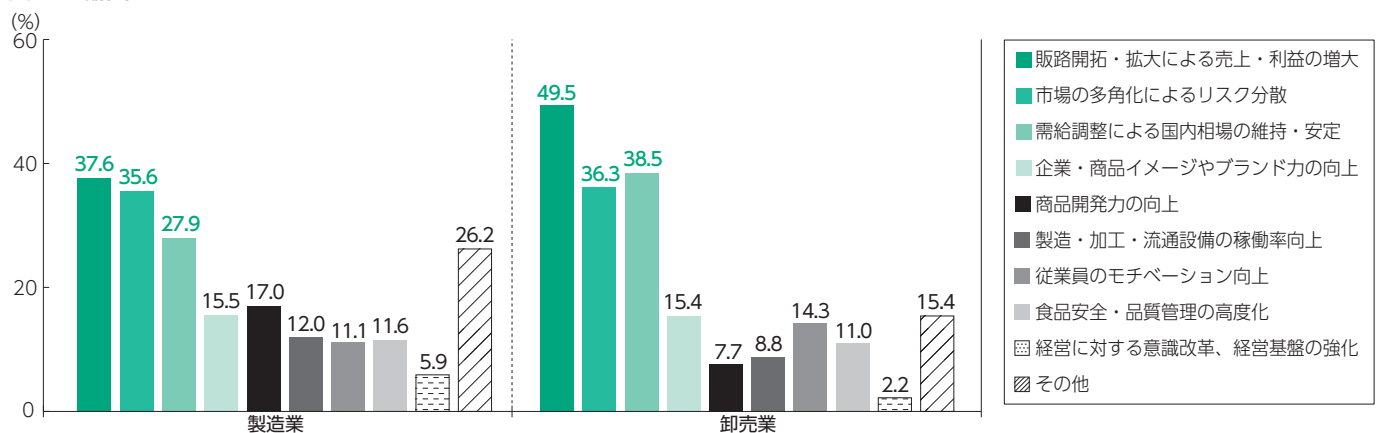
◆ 輸出への取り組み意欲は上昇傾向

図5 輸出の取り組み状況



◆ 「売上・利益の増大」が最多

図6 輸出をおこなうメリット



(注) 小売業、飲食業は回答数僅少につき集計除外。