

# 食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況
- 2 食品産業の商品（製品）志向と安全性確保
- 3 食品産業の高齢化対応

## 調査要領

**調査時点** 平成24年7月1日

**調査方法** 郵送により調査票を配付し、郵送又はファックスにより回収

**調査対象企業**

公庫取引先を含む全国の食品関係企業 6,870社

回答先数 2,673社 (回答率: 38.9%)

〈内訳〉	食品製造業	1,668社
	食品卸売業	707社
	食品小売業	230社
	飲食店	68社

詳しい調査結果を当公庫農林水産事業ホームページ (<http://www.jfc.go.jp/a/>)に掲載しています。  
トップページから「各種レポート」→「食品産業動向調査」の順をご覧ください。

<調査に関するお問い合わせ>

日本政策金融公庫（農林水産事業）情報戦略部 TEL 03-3270-3151

平成24年9月

# 1 食品産業の景況

景況DI (景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを平均して算出)

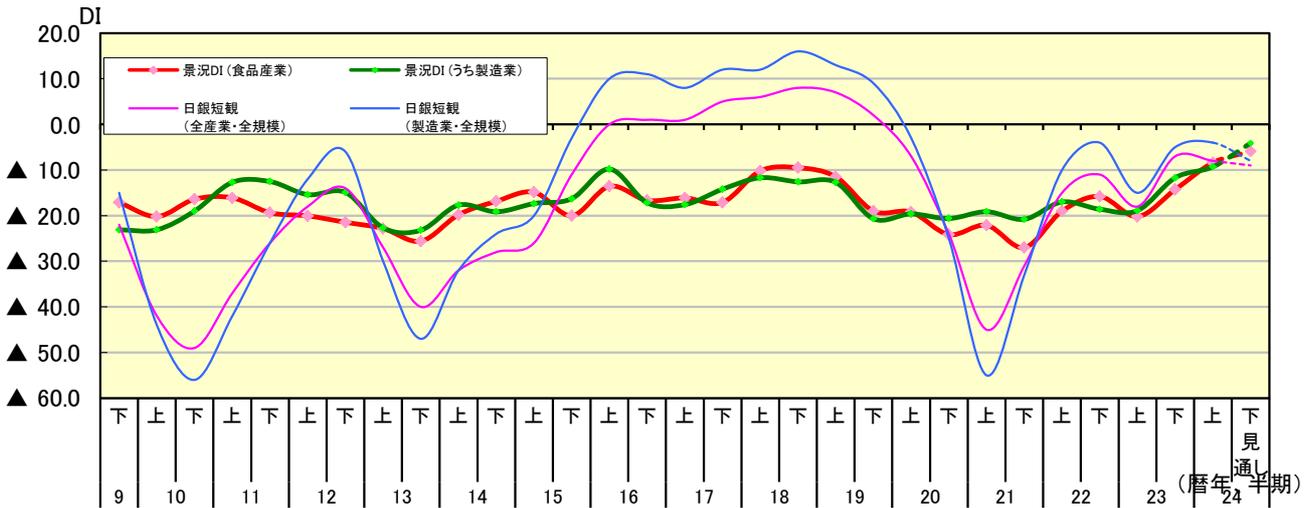
## 食品産業景況感は2期連続持ち直し、24年下半期も改善続く見通し

【実績】

○ 平成24年上半期の食品産業の景況DIは、前回調査時の23年下半期より5.9ポイント上昇し、マイナス8.4となり、引き続き改善・持ち直しの動きとなった。

【見通し】

○ 24年下半期の食品産業の景況DIは、さらに2.5ポイント上昇し、マイナス5.9と改善傾向



(注) 日銀短観は、毎年4~6月、10~12月の数値を用いた。

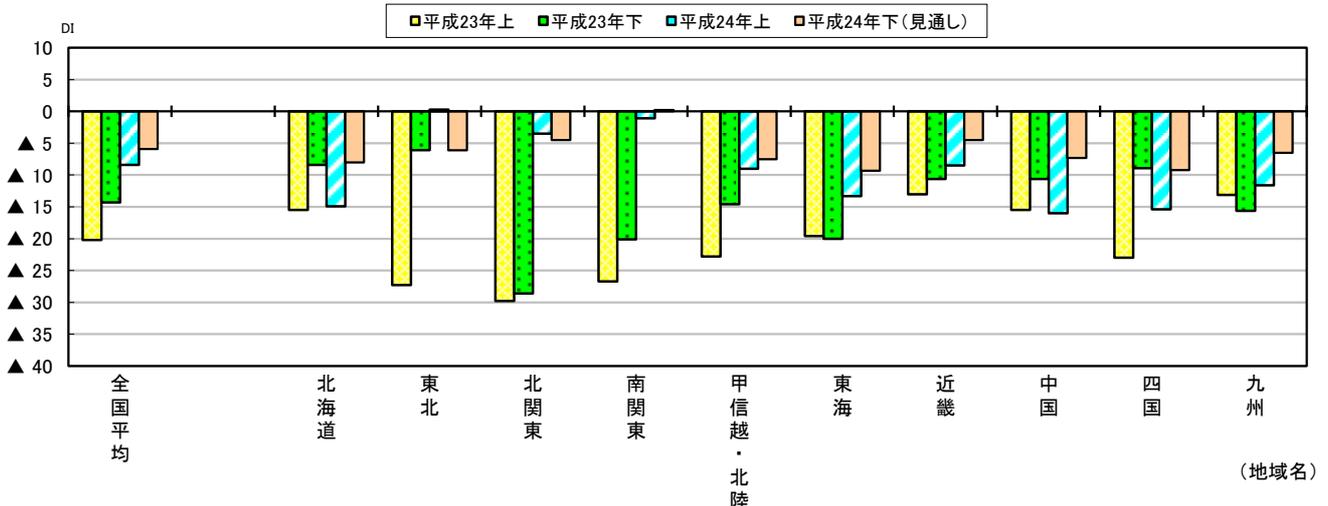
## 地域別景況DI

【実績】

○ 24年上半期の地域別景況DIは、北海道、中国、四国では悪化となったが、それ以外の地域では2.1~25.1ポイントの改善となった。特に、北関東、南関東では、それぞれ25.1、19.0ポイント上昇し大幅な改善となり、東北では6.4ポイント上昇しプラス0.3となった。

【見通し】

○ 24年下半期の地域別景況DIは、東北、北関東で悪化、それ以外の地域では1.3~8.7ポイント



(注) 地域の区分

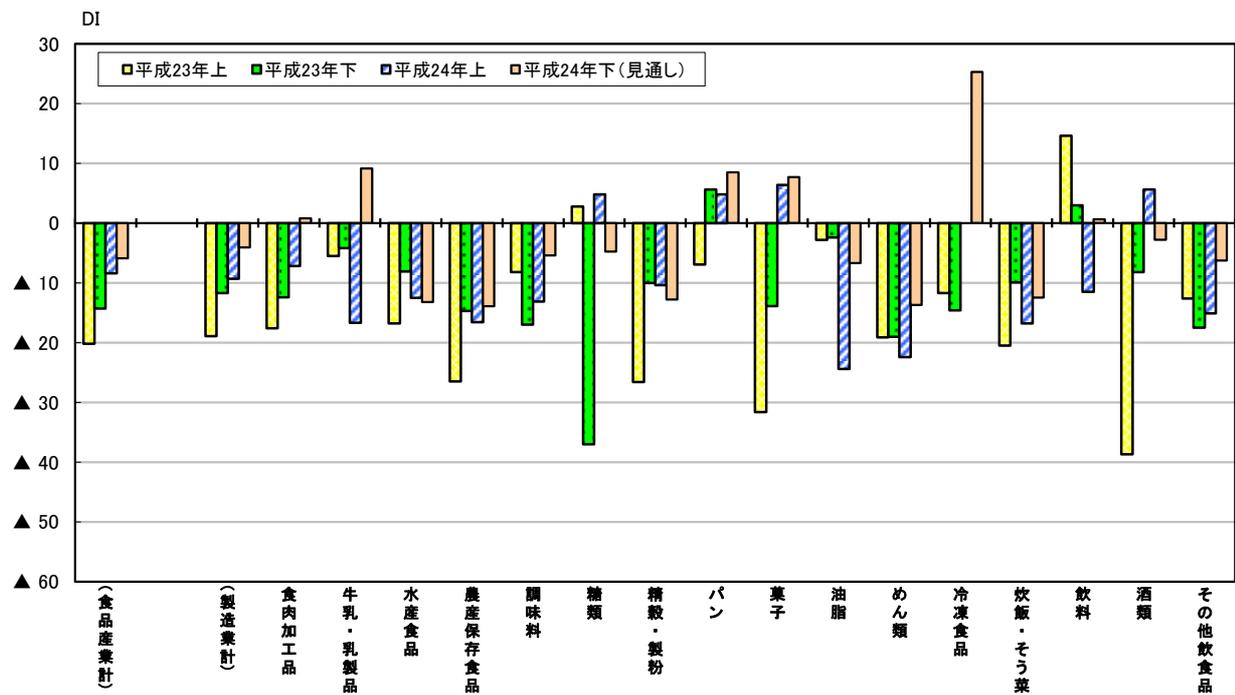
北海道……北海道  
 東北……青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県  
 北関東……茨城県、栃木県、群馬県  
 南関東……埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県  
 甲信越・北陸……新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県

東海……岐阜県、静岡県、愛知県、三重県  
 近畿……滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県  
 中国……鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県  
 四国……徳島県、香川県、愛媛県、高知県  
 九州……福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県 (沖縄県除く)

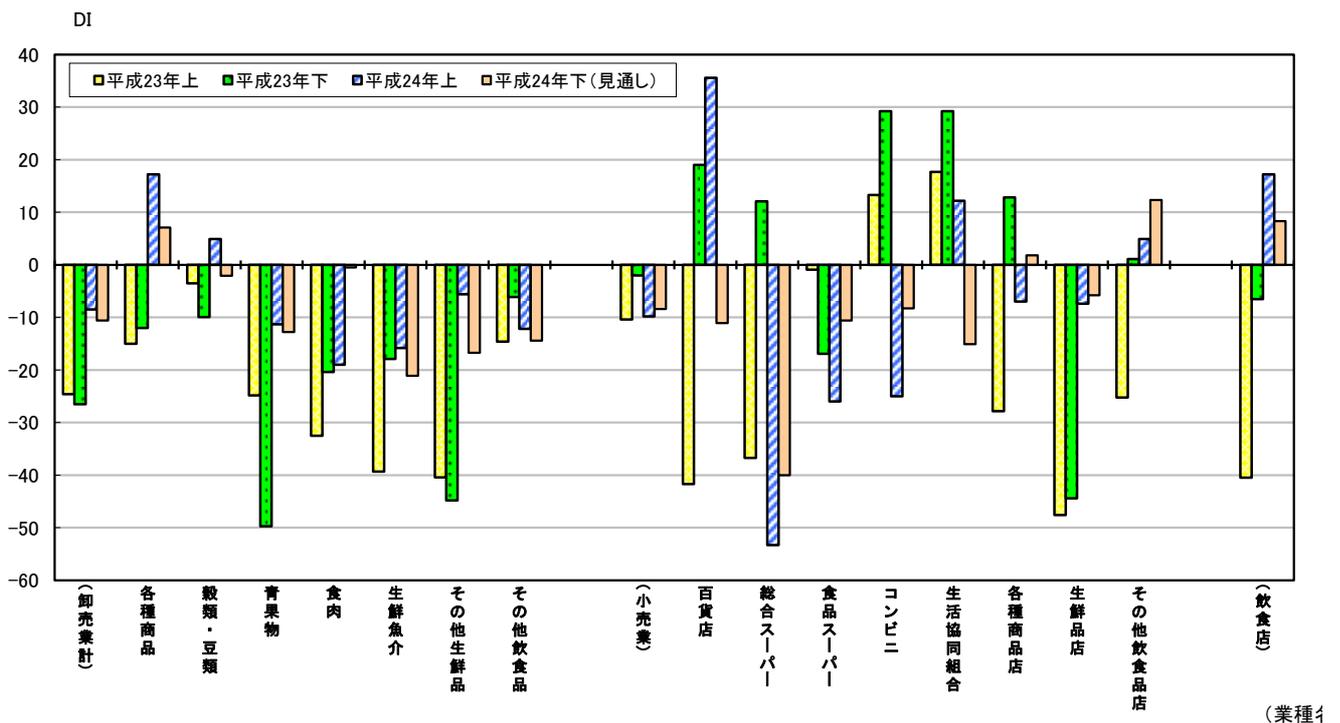


(参考) 業種別景況DI (詳細版)

製造業



卸売業・小売業・飲食店



(業種)

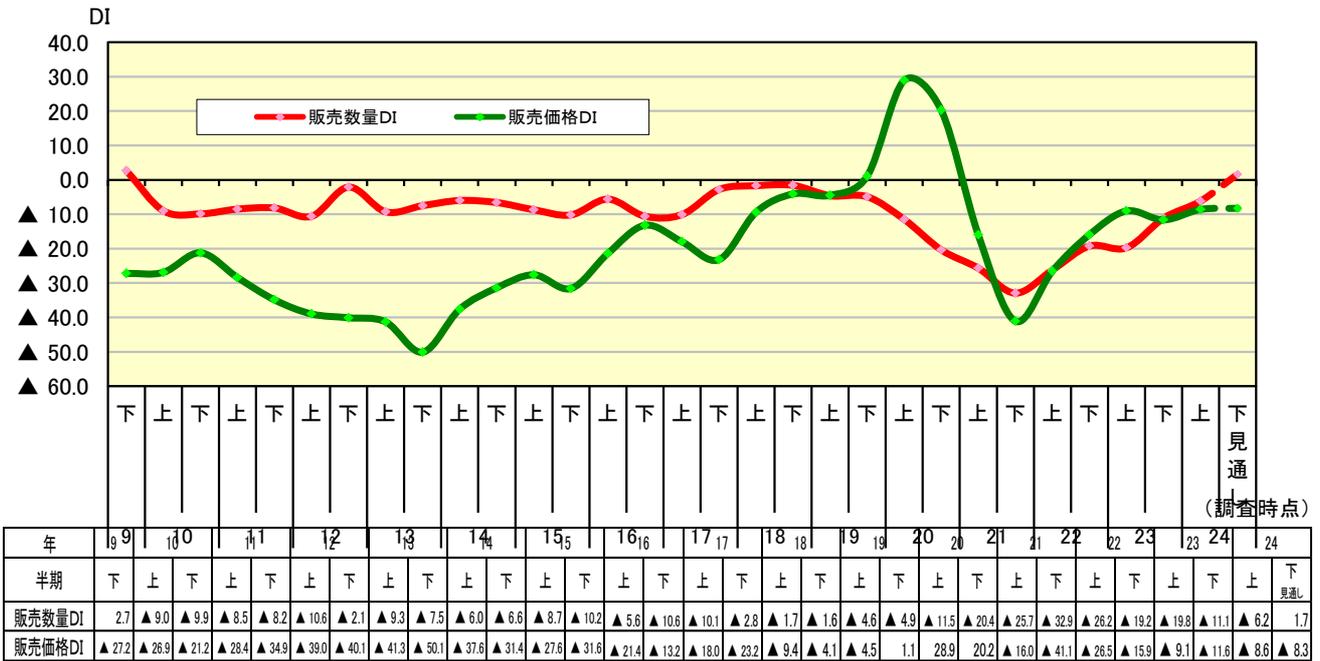
**販売数量DIと販売価格DI（「増加（上昇）」の割合から「減少（低下）」の割合を引いた値）**

**【販売数量】**

- 24年上半期の販売数量DIは4.9ポイント上昇しマイナス6.2となった。
- 24年下半期の販売数量DIは7.9ポイント上昇しプラス1.7となる見通し。

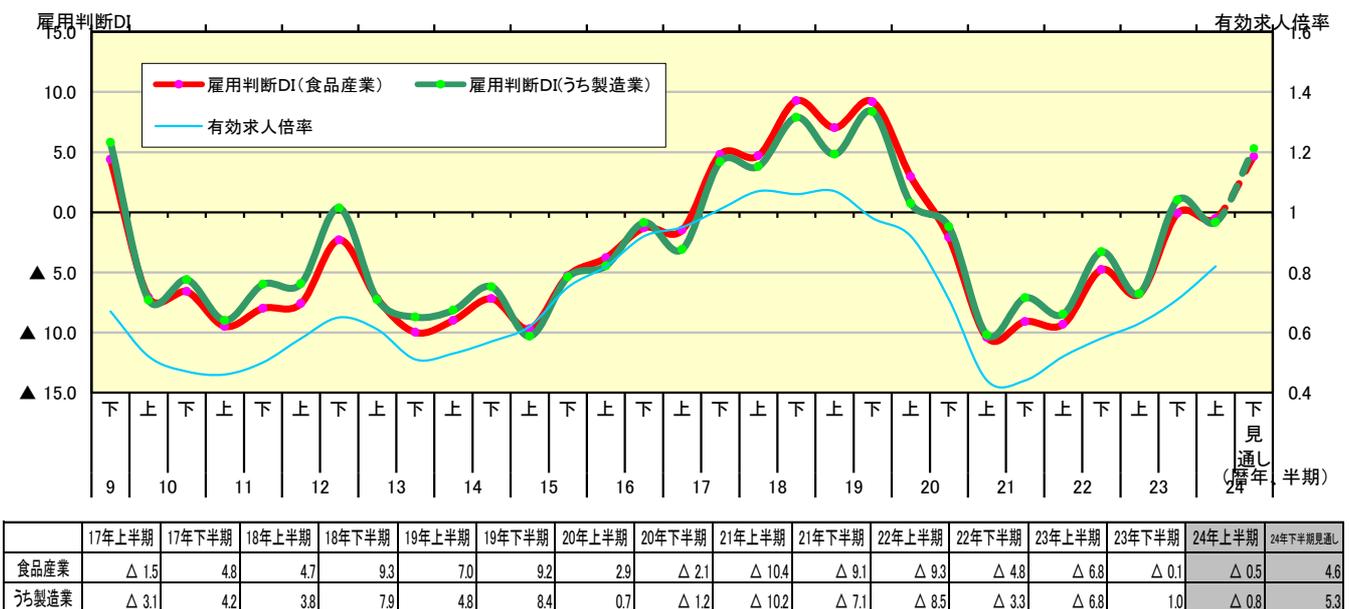
**【販売価格】**

- 24年上半期の販売価格DIは3.0ポイント上昇しマイナス8.6となった。
- 24年下半期の販売価格DIは0.3ポイント上昇しマイナス8.3とほぼ横ばいの見通し。



**雇用判断DI（「不足」の割合から「過剰」の割合を引いた値）**

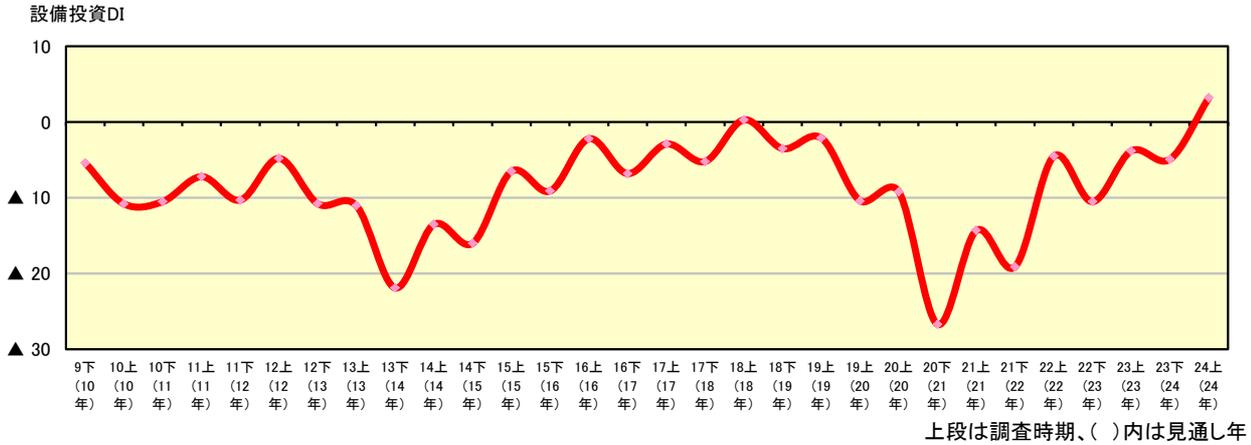
- 24年上半期の雇用判断DIは0.4ポイント低下しマイナス0.5とほぼ横ばいとなった。
- 24年下半期の雇用判断DIは5.1ポイント上昇しプラス4.6と不足感となる見通し。



(注) 有効求人倍率は、新規学卒者を除き、パートを含む毎年6月、12月の季節調整値。

## 設備投資D I （「増加」の割合から「減少」の割合を引いた値）

- 設備投資D I（平成24年上半期時点での平成24年通年の見通し）は、前回調査（23年下半期）より8.1ポイント上昇しプラス3.2となり、前年同期（23年通年の見通し）のマイナス3.8と比べても7.0ポイント上昇しており、設備投資環境は改善傾向にある。



(注) 年途中に行う上半期調査に比べ、年初に行う下半期調査の方が設備投資に対して弱含みの数値となりやすい。

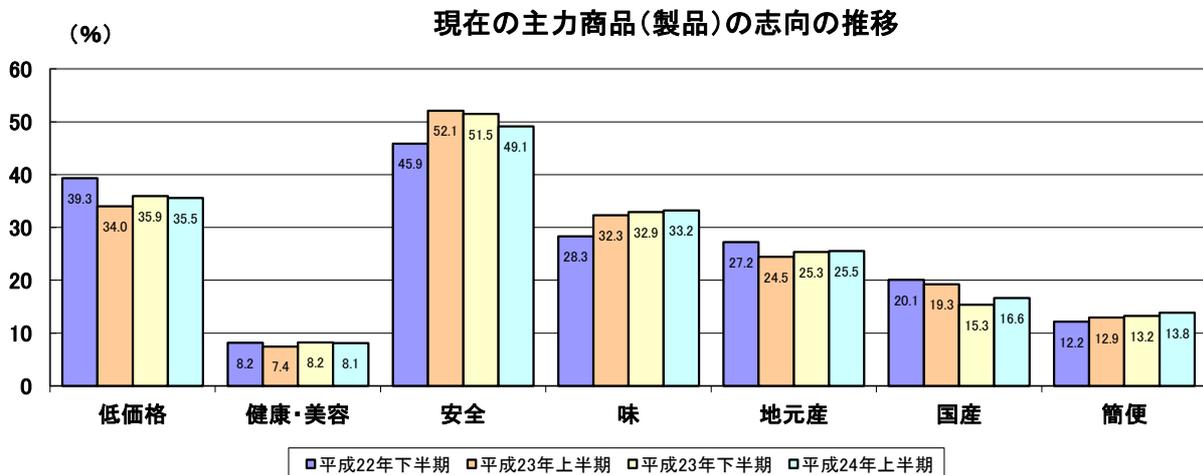
調査時期 (見通し年)	17年上半期 (17年)	17年下半期 (18年)	18年上半期 (18年)	18年下半期 (19年)	19年上半期 (19年)	19年下半期 (20年)	20年上半期 (20年)	20年下半期 (21年)	21年上半期 (21年)	21年下半期 (22年)	22年上半期 (22年)	22年下半期 (23年)	23年上半期 (23年)	23年下半期 (24年)	24年上半期 (24年)
食品産業	▲2.9	▲5.2	0.3	▲3.5	▲2.1	▲10.4	▲9.2	▲26.7	▲14.3	▲19.1	▲4.5	▲10.5	▲3.8	▲4.9	3.2
うち製造業	▲1.9	▲5.6	1.3	▲3.4	▲0.8	▲10.3	▲10.6	▲26.8	▲11.6	▲16.6	▲0.3	▲10.6	▲1.2	▲4.1	2.1

## 2 食品産業の商品（製品）志向と安全性確保

### 食品産業の商品（製品）志向

#### 食品産業は「味」、「地元産」、「簡便」の質的価値を重視

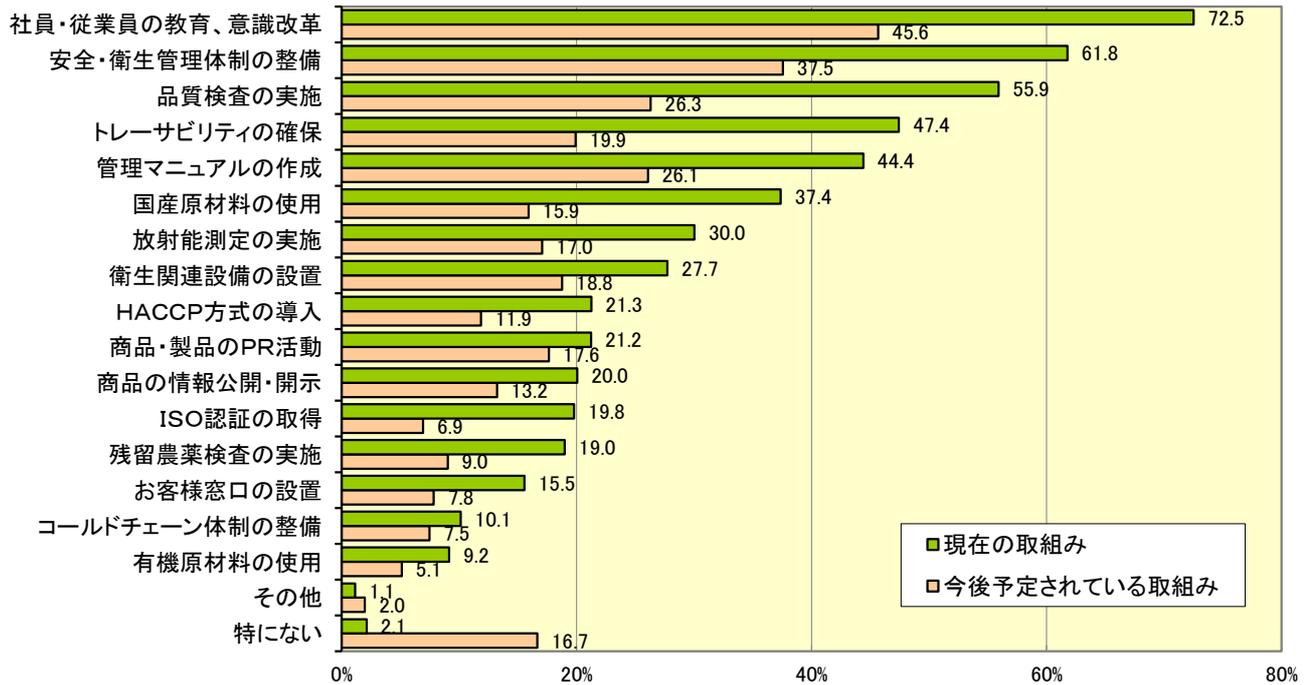
- 食品産業での現在の主力商品（製品）は、これまでの調査結果と同様の動向がみられ、今回の調査結果でも「安全」志向が49.1%と最も高く、次いで「低価格」が35.5%となり、減少傾向ながら上位にある。
- 一方、増加傾向が続いているのは「味」、「地元産」、「簡便」といった質的価値に係る志向で、前回調査よりそれぞれ0.3、0.2、0.6ポイント増加して、33.2、25.5、13.8%となっている。
- なお、低下傾向が続いていた「国産」は今回の調査では16.6%増加して16.6%となり



## 食品の安全性確保に対する取組み

- 食品産業の商品（製品）志向として最も上位に位置されている「安全」に対しては、「社員・従業員の教育、意識改革」が72.5%と最も多く、次いで「安全・衛生管理体制の整備」が61.8%、「品質検査の実施」が55.9%、「トレーサビリティの確保」が47.4%となっている。

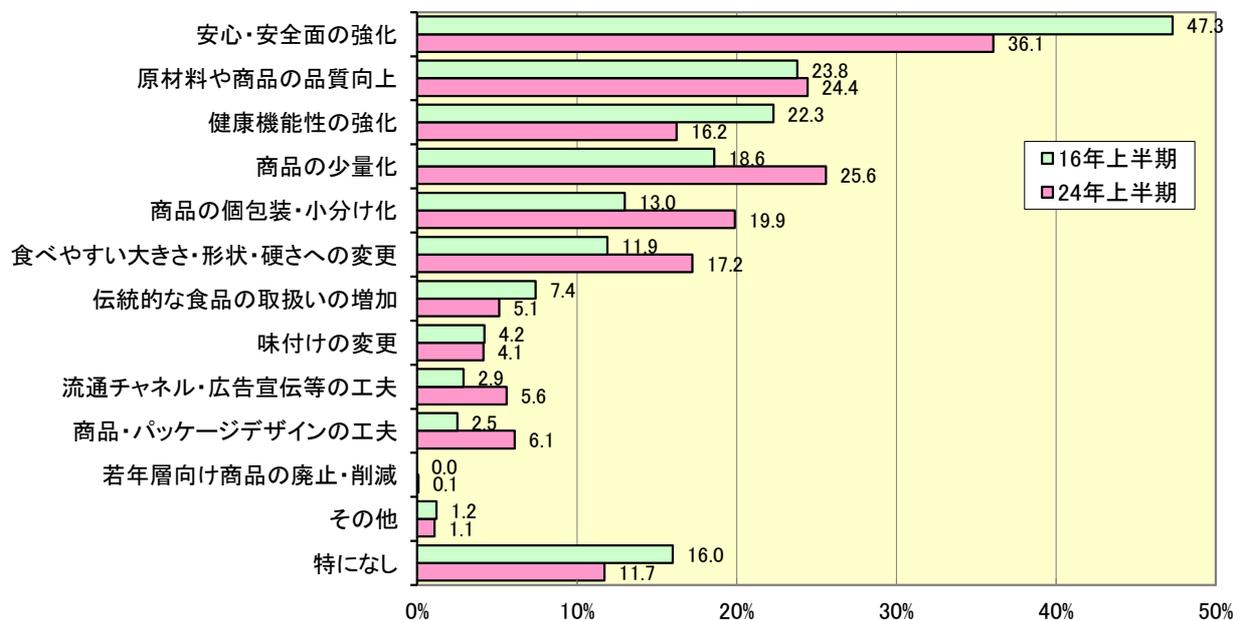
食品の安全性を確保するための取組み（複数回答）



## 3 食品産業の高齢化対応

- 顧客の世代構成の変化（高齢化）への対応では、8年前（平成16年上半期）の調査結果と比べて、今回の調査では「安心・安全面の強化」が36.1%と11.2ポイントの低下ながら同じく最も多く、次いで25.6%の「商品の少量化」が続き、「原材料や商品の品質向上」は24.4%と上位3番目となった。
- また、「商品の個包装・小分け化」が19.9%、「食べやすい大きさ・形状・硬さへの変更」が17.2%と、8年前の調査結果から、それぞれ6.9ポイント、5.3ポイント伸ばしており、「健康性機能の強化」は16.2%と6.1ポイント低下している。

顧客の世代構成の変化（高齢化）への対応（2つまで回答）



(参考) 景況天気図

業種別の景況天気

業種	景況		売上高		経常利益		資金繰り	
	24年上半期	24年下半期	24年上半期	24年下半期	24年上半期	24年下半期	24年上半期	24年下半期
製造業	食肉加工品							
	牛乳・乳製品							
	水産食品							
	農産保存食品							
	調味料類							
	糖類							
	精穀・製粉							
	パスタ							
	菓子							
	油脂類							
	めん							
	冷凍食品							
	炊飯・そう菜							
飲酒								
その他飲食								
(製造業計)								
卸売業	各種商品							
	穀類・豆類							
	青果							
	生鮮魚介							
	その他生鮮品							
	その他飲食							
(卸売業計)								
(再掲)	うち市場開設兼卸売							
	うち市場卸売							
	うち市場仲卸							
小売業	百貨店							
	総合スーパー							
	食品スーパー							
	コンビニエンスストア							
	生活協同組合							
	その他の各種食品店							
	生鮮品店							
その他飲食店								
(小売業計)								
飲食店								
(食品産業計)								

(注) 天気マークは、景況DIの数値帯によって次のとおりとした。

(雨)  $\leq -20 < \img alt="light rain"/> (小雨)  $\leq -5 < \img alt="cloud"/> (くもり) < 5 \leq \img alt="thin sun"/> (薄日) < 20 \leq \img alt="sun"/> (晴れ)$$