

食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況
- 2 食品産業の製商品の志向
- 3 食品産業の HACCP への取組み

調査要領

調査時点 平成27年1月1日

調査方法 郵送により調査票を配付し、郵送により回収

調査対象企業

公庫取引先を含む全国の食品関係企業 7,178社

回答先数 2,547社 (回答率：35.5%)

<内訳>	食品製造業	1,661社
	食品卸売業	597社
	食品小売業	224社
	飲食業	65社

※景況判断のため、アンケート結果から DI 値を算出。DI (Diffusion Index = 動向指数) とは、「増加する (良くなる)」と回答した企業の割合から「減少する (悪くなる)」と回答した企業の割合を差し引いた数値。

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/>) に掲載しています。トップページから「刊行物・各種調査結果」→「農林水産事業による調査」→「食品産業動向調査」の順でご覧ください。

<調査に関するお問い合わせ>

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部 TEL 03-3270-3151

平成 27 年 3 月



日本政策金融公庫
農林水産事業

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)

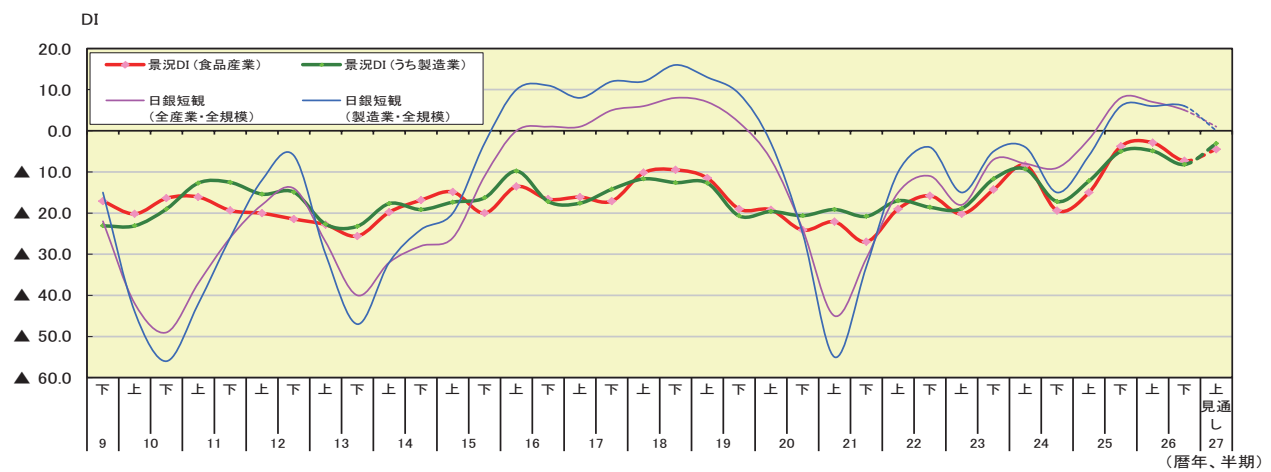
食品産業の景況感は売上伸びず足踏み状態

【実績】

○ 平成 26 年下半期の景況 DI は、前回調査時の 26 年上半期より 4.4 ポイント低下し▲ 7.3 となった。

【見通し】

○ 先行き 27 年上半期の景況 DI は 2.8 ポイント上昇し▲ 4.5 となる見通し。



	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期見通し
食品産業	▲15.8	▲20.2	▲14.3	▲8.4	▲19.4	▲15.0	▲3.8	▲2.9	▲7.3(-4.4)	▲4.5(+2.8)
うち製造業	▲18.6	▲18.9	▲11.7	▲9.3	▲17.2	▲12.2	▲5.0	▲4.9	▲8.2(-3.3)	▲3.1(+5.1)

()は前回との差

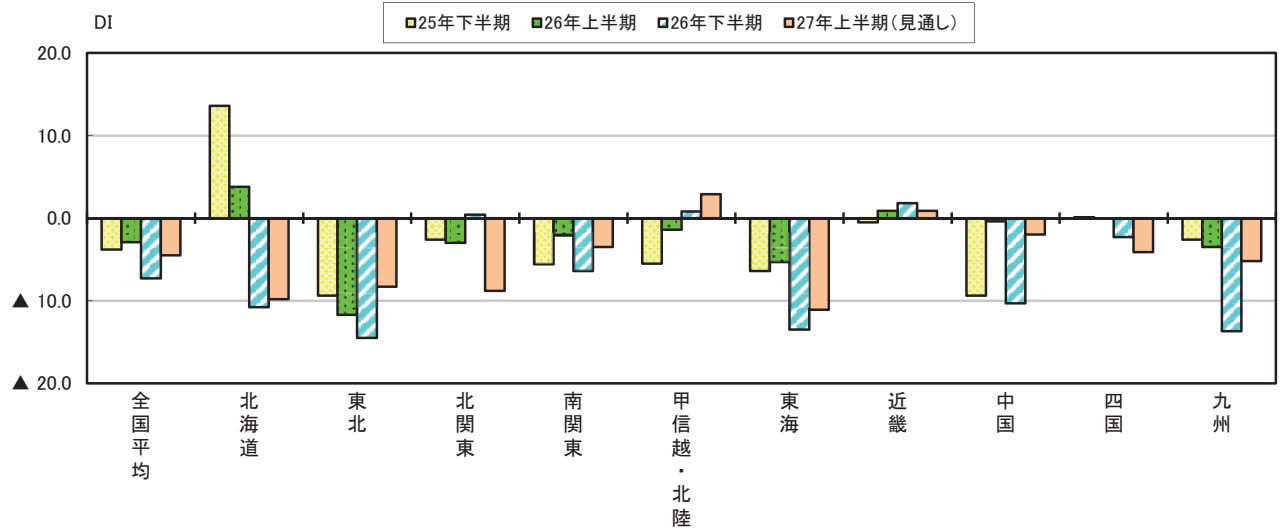
地域別景況DI

【実績】

○ 26 年下半期の地域別景況 DI は、10 地域のうち北海道、東北、南関東、東海、中国、四国、九州の 7 地域で前回調査から 2.3 ~ 14.6 ポイント幅の低下となった。

【見通し】

○ 先行き 27 年上半期の地域別景況 DI は、北海道、東北、南関東、甲信越・北陸、東海、中国、九州の 7 地域で 1.0 ~ 8.5 ポイント幅の上昇となる見通し。



(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

(地域名)

- 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)

業種別景況DI

【製造業】

- 26年下半期の景況DIは3.3ポイント低下し▲8.2となった。
- 27年上半期の景況DIは5.1ポイント上昇し▲3.1となる見通し。

【卸売業】

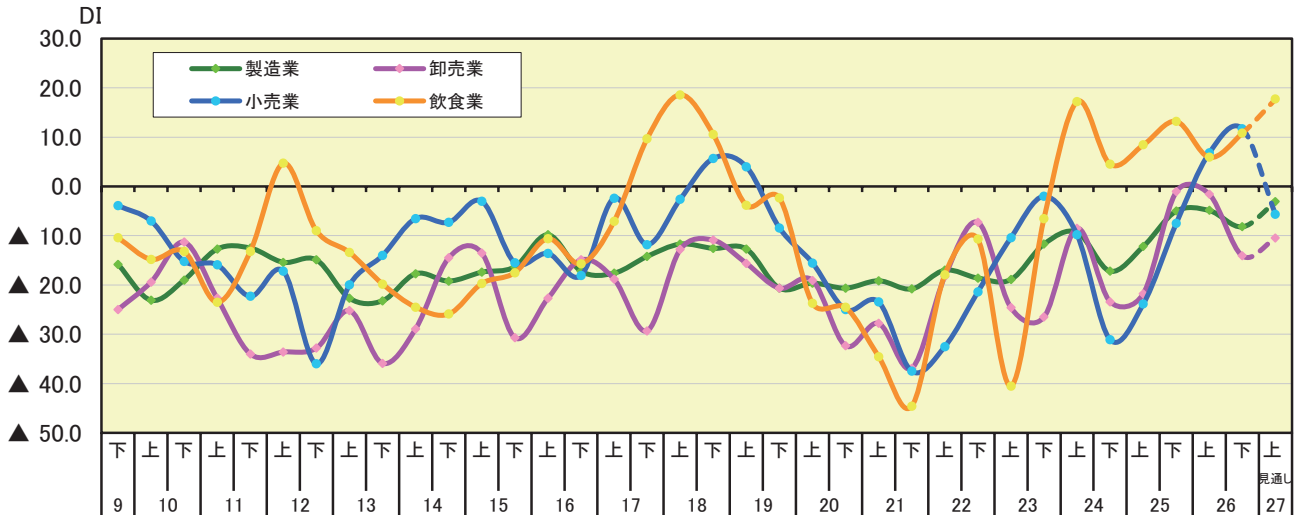
- 26年下半期の景況DIは12.5ポイント大幅低下し▲14.1となった。
- 27年上半期の景況DIは3.6ポイント上昇し▲10.5となる見通し。

【小売業】

- 26年下半期の景況DIは4.9ポイント上昇し11.7となった。
- 27年上半期の景況DIは17.4ポイント大幅低下し▲5.7となる見通し。

【飲食業】

- 26年下半期の景況DIは4.9ポイント上昇し10.8となった。
- 27年上半期の景況DIは6.9ポイント上昇し17.7となる見通し。

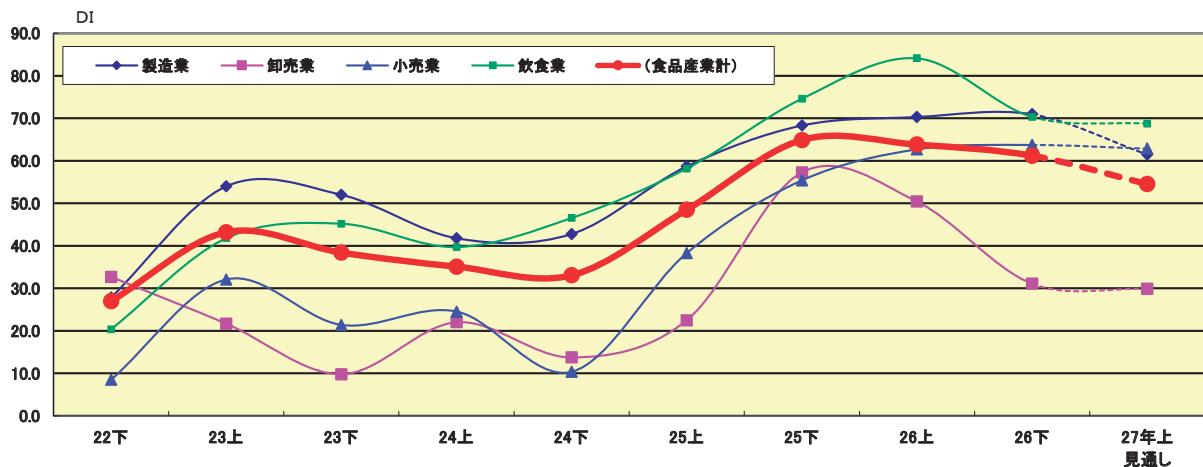


	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期見通し
製造業	▲18.6	▲18.9	▲11.7	▲9.3	▲17.2	▲12.2	▲5.0	▲4.9	▲8.2(-3.3)	▲3.1(+5.1)
卸売業	▲7.3	▲24.6	▲26.5	▲8.5	▲23.4	▲21.8	▲1.1	▲1.6	▲14.1(-12.5)	▲10.5(+3.6)
小売業	▲21.4	▲10.4	▲2.0	▲9.8	▲31.1	▲23.9	▲7.5	6.8	11.7(+4.9)	▲5.7(-17.4)
飲食業	▲10.7	▲40.5	▲6.5	17.2	4.5	8.4	13.2	5.9	10.8(+4.9)	17.7(+6.9)

()は前回との差

仕入価格DI (「上昇」の割合から「低下」の割合を引いた値)

- 26年下半期の仕入価格DIは2.6ポイント低下ながら61.2と価格上昇となった。
- 27年上半期の仕入価格DIも6.7ポイント低下ながら54.5と価格上昇が続く見通し。



	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期見通し
食品産業	27.0	43.2	38.4	35.1	33.1	48.5	64.9	63.8	61.2(-2.6)	54.5(-6.7)
うち製造業	27.9	54.0	52.0	41.8	42.8	58.7	68.3	70.3	70.9(+0.6)	61.5(-9.4)
うち卸売業	32.7	21.7	9.8	22.0	13.7	22.5	57.3	50.4	31.1(-19.3)	29.9(-1.2)
うち小売業	8.5	32.1	21.4	24.6	10.4	38.3	55.4	62.7	63.7(+1.0)	62.8(-0.9)
うち飲食業	20.4	41.8	45.2	39.7	46.6	58.2	74.6	84.1	70.3(-13.8)	68.8(-1.5)

()は前回との差

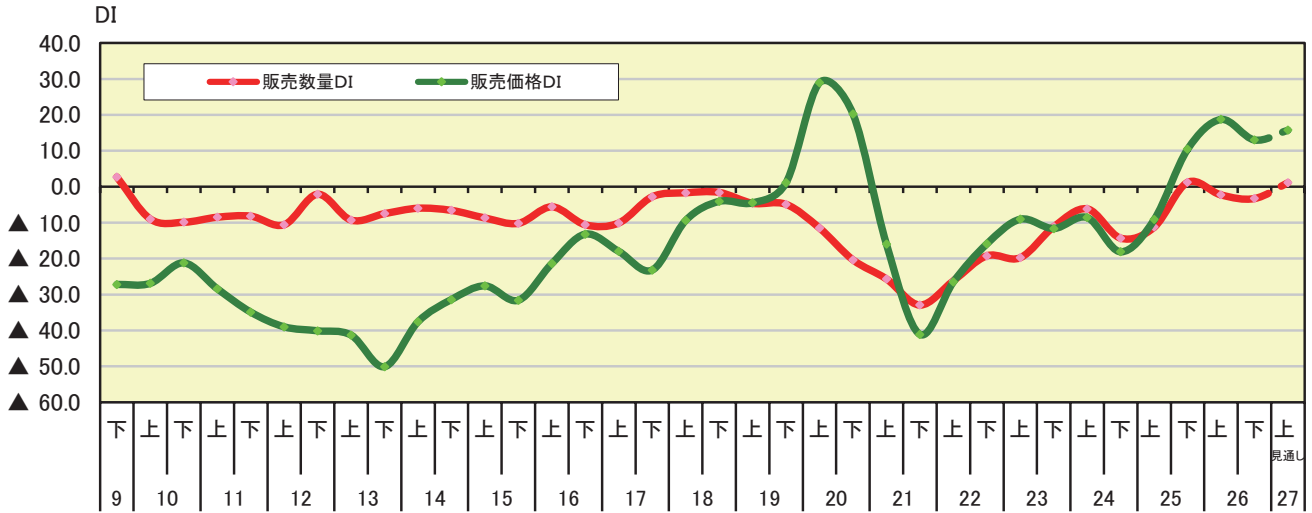
販売価格DIと販売数量DI (「上昇(増加)」の割合から「低下(減少)」の割合を引いた値)

【販売価格】

- 26年下半期の販売価格DIは5.7ポイント低下ながら13.0と価格上昇となった。
- 27年上半期の販売価格DIは2.7ポイント上昇し15.7と価格上昇が続く見通し。

【販売数量】

- 26年下半期の販売数量DIは1.0ポイント低下し▲3.3と数量減少となった。
- 27年上半期の販売数量DIは4.4ポイント上昇し1.1と数量増加となる見通し。

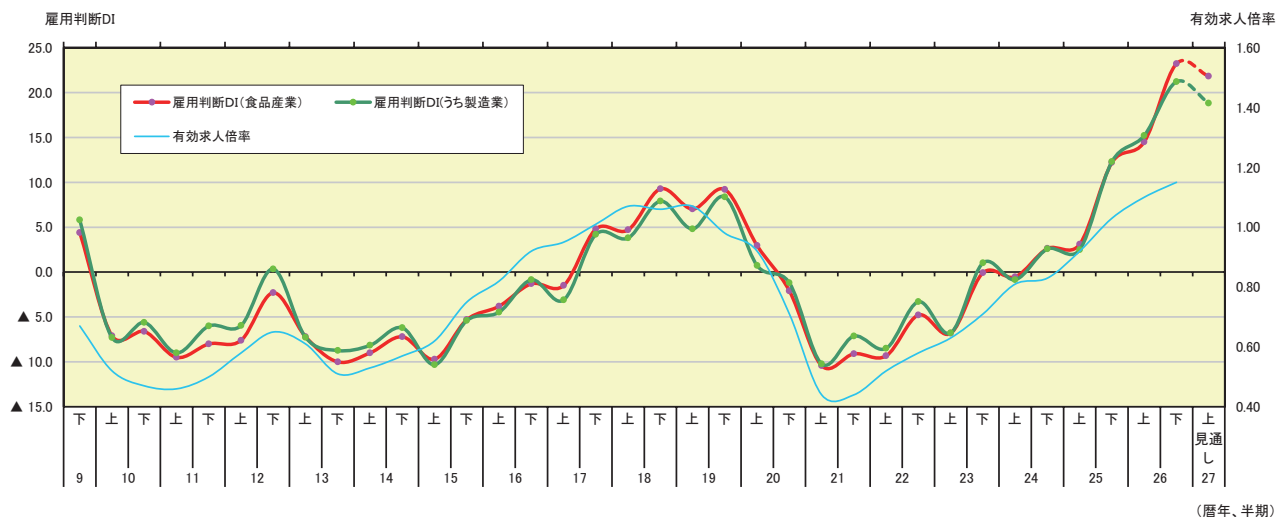


	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期見通し
販売数量DI	▲19.2	▲19.8	▲11.1	▲6.2	▲14.3	▲11.3	1.2	▲2.3	▲3.3(-1.0)	1.1(+4.4)
販売価格DI	▲15.9	▲9.1	▲11.6	▲8.6	▲18.1	▲9.2	10.4	18.7	13.0(-5.7)	15.7(+2.7)

()は前回との差

雇用判断DI (「不足」の割合から「過剰」の割合を引いた値)

- 26年下半期の雇用判断DIは8.7ポイント上昇し23.2と不足感の拡大となった。
- 27年上半期の雇用判断DIは1.4ポイント低下し21.8と不足感が続く見通し。

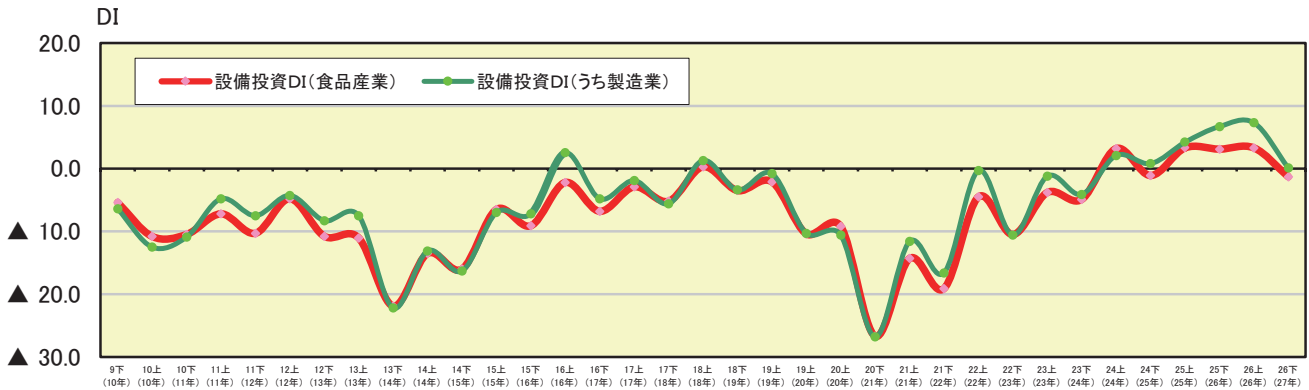


	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期見通し
食品産業	▲4.8	▲6.8	▲0.1	▲0.5	2.6	3.1	12.2	14.5	23.2(+8.7)	21.8(-1.4)
うち製造業	▲3.3	▲6.8	1.0	▲0.8	2.6	2.5	12.3	15.2	21.2(+6.0)	18.8(-2.4)

()は前回との差

設備投資DI (「増加」の割合から「減少」の割合を引いた値)

- 設備投資DI (平成26年下半期時点での平成27年通年の見通し)は、前回調査(26年上半期)より4.6ポイント低下し▲1.3とマイナス値に転じており、改善傾向が続いていた設備投資環境に停滞感がみられる。



上段は調査時期、()内は見通し年

(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)	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)	24年下半期 (25年)	25年上半期 (25年)	25年下半期 (26年)	26年上半期 (26年)	26年下半期 (27年)
食品産業	▲10.5	▲3.8	▲4.9	3.2	▲1.1	3.3	3.1	3.3	▲1.3(-4.6)
うち製造業	▲10.6	▲1.2	▲4.1	2.1	0.8	4.2	6.7	7.3	0.1(-7.2)

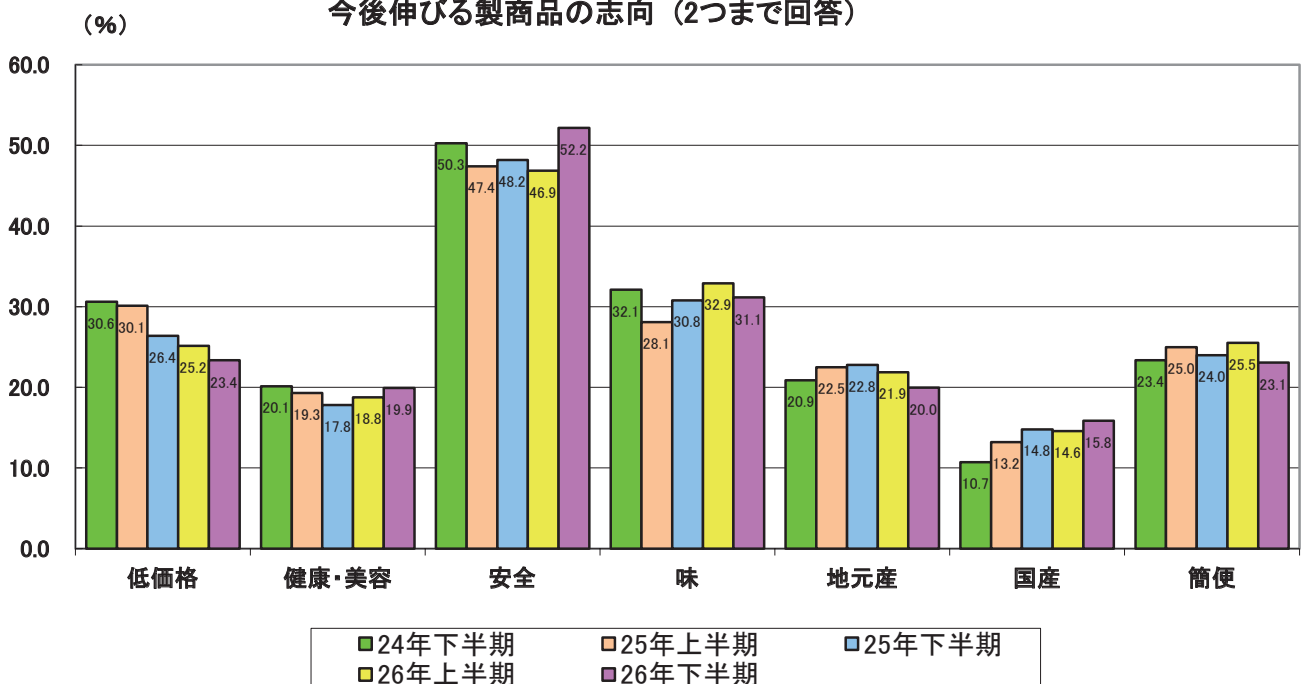
()は前回との差

2 食品産業の製商品の志向

「低価格」はさらに減少、「安全」は増加に転じる

- 食品産業で今後伸びる製商品について聞いたところ、「低価格」志向が前回調査(26年上半期)より1.8ポイント減少し23.4%で引き続き減少傾向にある。
- 一方、減少傾向にあった「安全」が一転して5.3ポイント増加し52.2%となり、「国産」が1.2ポイント増加し15.8%と引き続き増加傾向にある。
- 期限切れ中国産鶏肉の使用、異物混入問題など食の安全・安心をめぐる出来事が影響していると思われる。

今後伸びる製商品の志向 (2つまで回答)

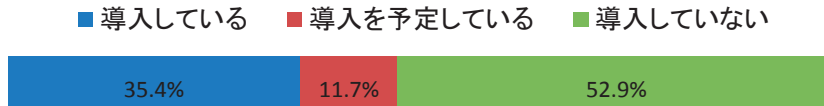


3 食品産業のHACCPへの取り組み

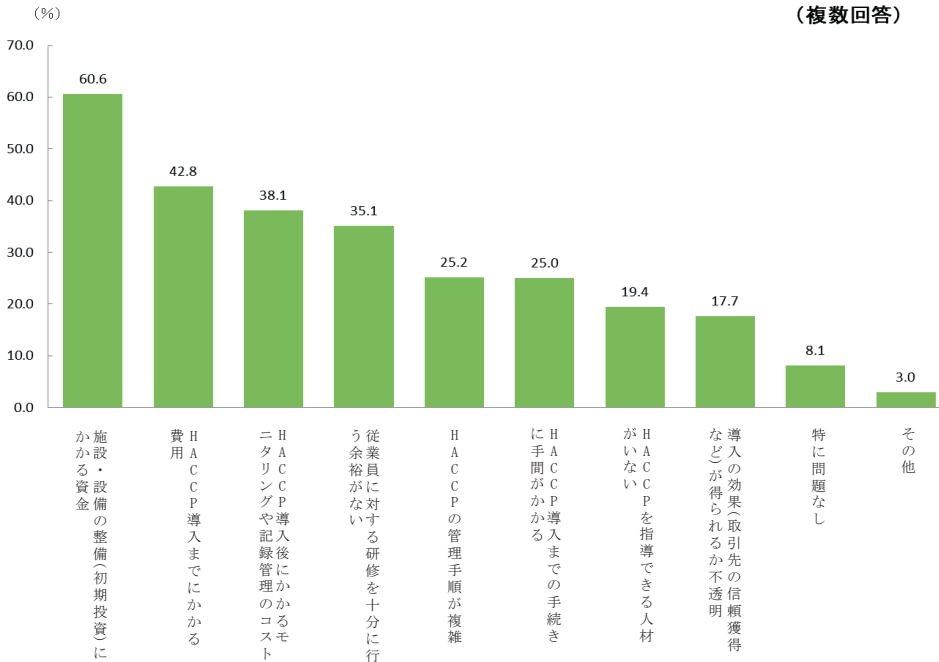
HACCPの導入状況と導入時の課題（製造業）

- 食品製造業の方に HACCP 導入の状況を聞いたところ、35.4%の食品製造企業が「導入している」と回答した。また、「導入を予定している」が11.7%で、これらを合わせると47.1%の食品製造企業が積極的に HACCP に取り組んでいることがわかった。一方で、52.9%と半数以上の食品製造業で HACCP を「導入していない」という取り組みの低さも見られる。
- HACCP 導入時に問題となった、もしくは問題になるとと思われる事項（複数回答）については、「施設や設備の整備にかかる資金」が60.6%と最も多く、次いで「導入までにかかる費用」が42.8%、「導入後にかかるコスト」が38.1%と圧倒的に資金負担面が問題であると考えられていることがわかった。

食品製造業におけるHACCPの導入状況



食品製造業でHACCP導入時に問題となった事項、もしくは問題になるとと思われる事項（複数回答）



食品の仕入れにおけるHACCP導入の必要性（卸売業・小売業・飲食業）

- 食品の卸売業・小売業と飲食業の方に、食品を仕入れるにあたり、その食品の製造企業が HACCP を導入しているかどうかを考慮するか聞いたところ、「検討材料の一つとする」が54.2%、「導入の仕入先を優先する」が8.8%、「導入を必須とする」が2.4%で、これらを合わせると65.4%の企業が食品の仕入れに HACCP 導入を考慮していることがわかった。

食品の仕入れでのHACCP導入の必要性（食品卸売業、食品小売業、飲食業）

