

# 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 食品産業の輸出・海外展開への取組み

## 調査要領

調査時点 平成26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 7,207社

回答先数 2,903社 (回答率：40.3%)

<内訳>	食品製造業	1,843社
	食品卸売業	752社
	食品小売業	237社
	飲食業	71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 26 年 9 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)

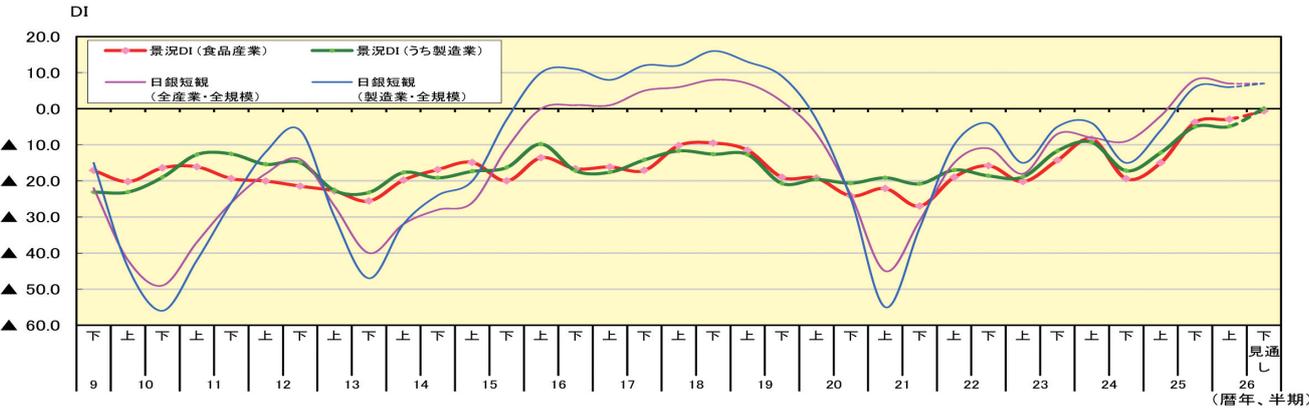
食品産業の景況感はさらに改善、先行き 26 年下半期も改善見通し

**【実績】**

○ 平成 26 年上半期の景況 DI は、前回調査時の 25 年下半期よりさらに 0.9 ポイント上昇しマイナス 2.9 ままで改善した。

**【見通し】**

○ 26 年下半期の景況 DI も 2.3 ポイント上昇しマイナス 0.6 と改善傾向が続く見通し。



	22年上半期	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年下半期見通し
食品産業	▲19.0	▲15.8	▲20.2	▲14.3	▲8.4	▲19.4	▲15.0	▲3.8	▲2.9(+0.9)	▲0.6(+2.3)
うち製造業	▲17.0	▲18.6	▲18.9	▲11.7	▲9.3	▲17.2	▲12.2	▲5.0	▲4.9(+0.1)	0.1(+4.8)

( )は前回との差

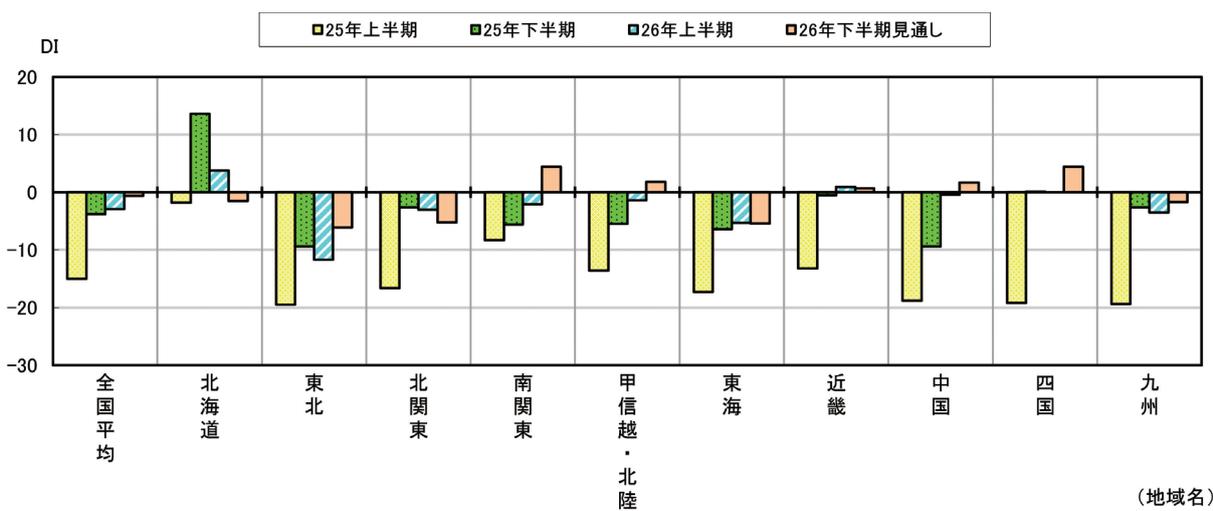
## 地域別景況DI

**【実績】**

○ 26 年上半期の地域別景況 DI は、南関東、甲信越・北陸、東海、近畿、中国の 5 地域で 1.1 ~ 9.0 ポイント幅の上昇・改善となった。

**【見通し】**

○ 26 年下半期の地域別景況 DI は、東北、南関東、甲信越・北陸、中国、四国、九州の 6 地域で 1.8 ~ 6.5 ポイント幅の上昇・改善となる見通し。



(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

- 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年上半期の景況DIは0.1ポイント上昇しマイナス4.9となった。
- 26年下半期の景況DIは5.0ポイント上昇しプラス0.1となる見通し。

### 【卸売業】

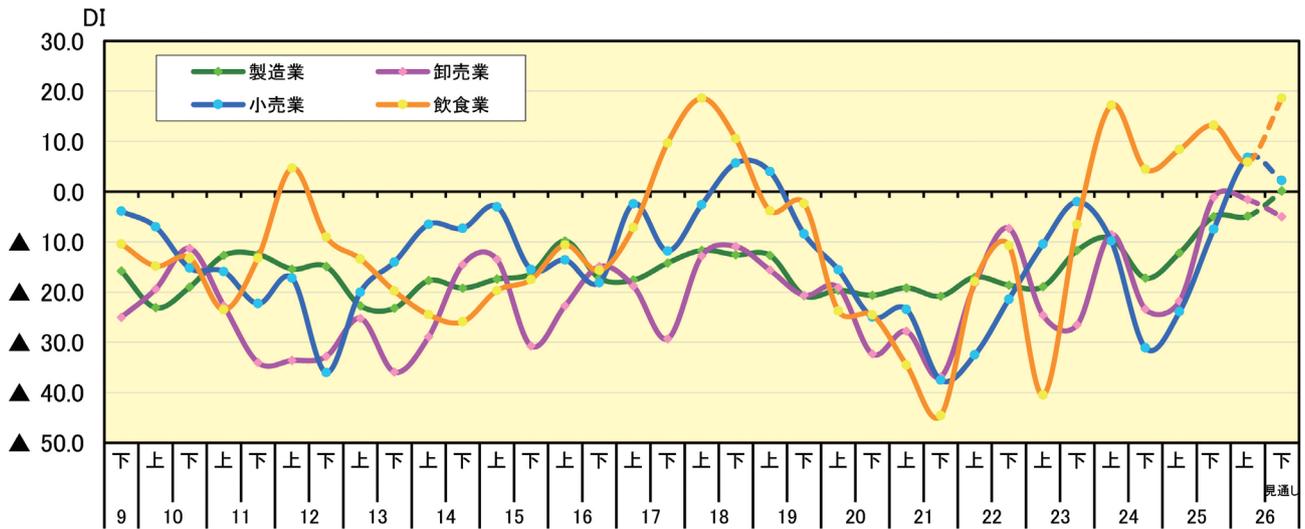
- 26年上半期の景況DIは0.5ポイント低下しマイナス1.6となった。
- 26年下半期の景況DIは3.4ポイント低下しマイナス5.0となる見通し。

### 【小売業】

- 26年上半期の景況DIは14.3ポイント大幅上昇しプラス6.8となった。
- 26年下半期の景況DIは4.6ポイント低下ながらプラス2.2となる見通し。

### 【飲食業】

- 26年上半期の景況DIは7.3ポイント低下ながらプラス5.9となった。
- 26年下半期の景況DIは12.7ポイント大幅上昇しプラス18.6となる見通し。

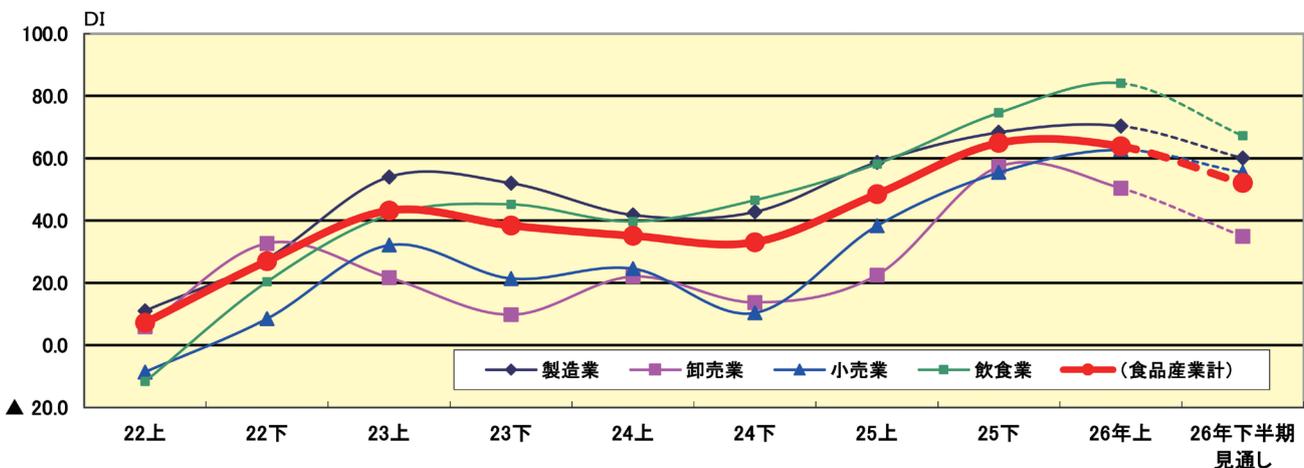


	22年上半期	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期見通し
製造業	▲17.0	▲18.6	▲18.9	▲11.7	▲9.3	▲17.2	▲12.2	▲5.0	▲4.9(+0.1)	0.1(+5.0)
卸売業	▲18.3	▲7.3	▲24.6	▲26.5	▲8.5	▲23.4	▲21.8	▲1.1	▲1.6(-0.5)	▲5.0(-3.4)
小売業	▲32.5	▲21.4	▲10.4	▲2.0	▲9.8	▲31.1	▲23.9	▲7.5	6.8(+14.3)	2.2(-4.6)
飲食業	▲17.9	▲10.7	▲40.5	▲6.5	17.2	4.5	8.4	13.2	5.9(-7.3)	18.6(+12.7)

( )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年上半期の仕入価格DIは1.1ポイント低下ながらプラス63.8と価格上昇となった。
- 26年下半期の仕入価格DIも11.8ポイント低下ながらプラス52.0と価格上昇が続く見通し。

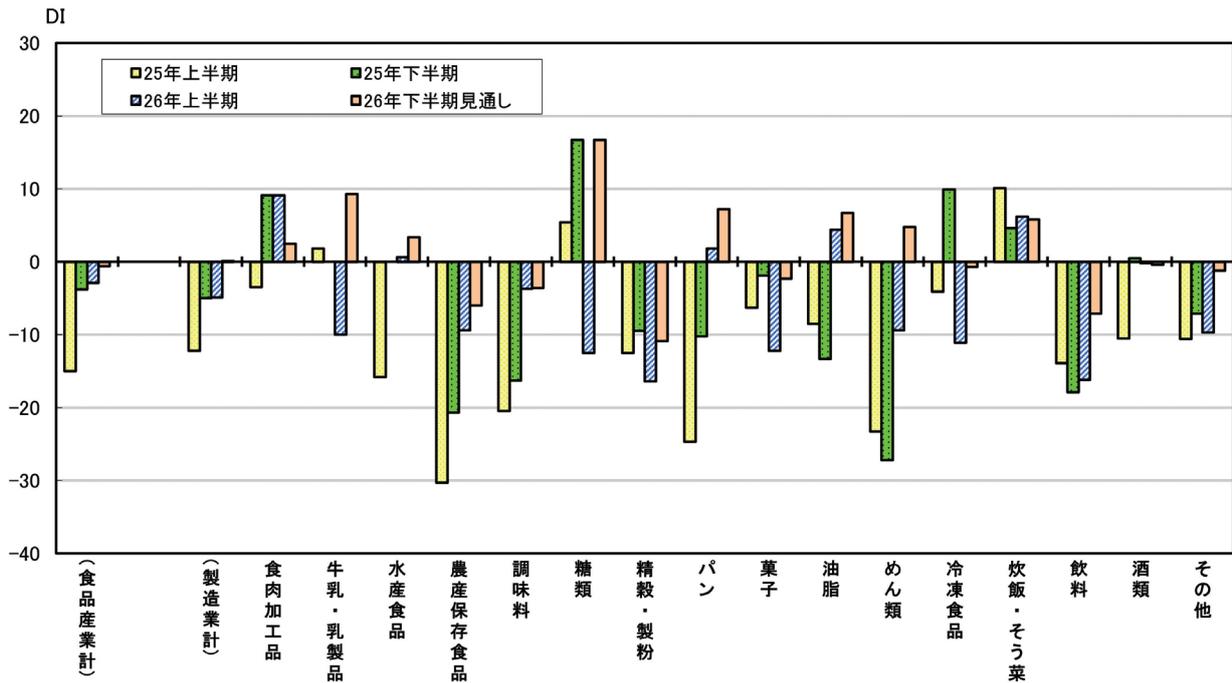


	22年上半期	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期見通し
食品産業	7.2	27.0	43.2	38.4	35.1	33.1	48.5	64.9	63.8(-1.1)	52.0(-11.8)
うち製造業	11.0	27.9	54.0	52.0	41.8	42.8	58.7	68.3	70.3(+2.0)	60.0(-10.3)
うち卸売業	5.9	32.7	21.7	9.8	22.0	13.7	22.5	57.3	50.4(-6.9)	34.9(-15.5)
うち小売業	▲8.6	8.5	32.1	21.4	24.6	10.4	38.3	55.4	62.7(+7.3)	55.4(-7.3)
うち飲食業	▲11.7	20.4	41.8	45.2	39.7	46.6	58.2	74.6	84.1(+9.5)	67.2(-16.9)

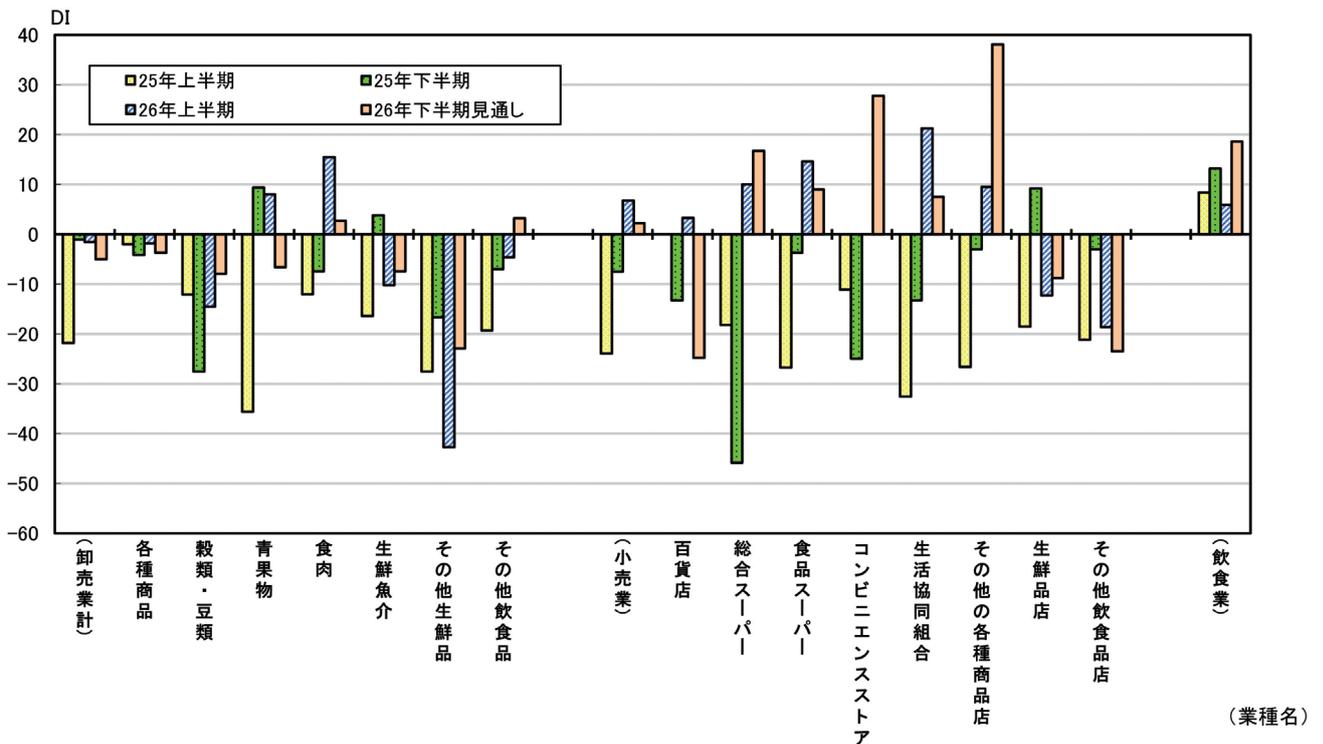
( )は前回との差

(参考) 業種 / 業態別景況DI

製造業



卸売業・小売業・飲食業



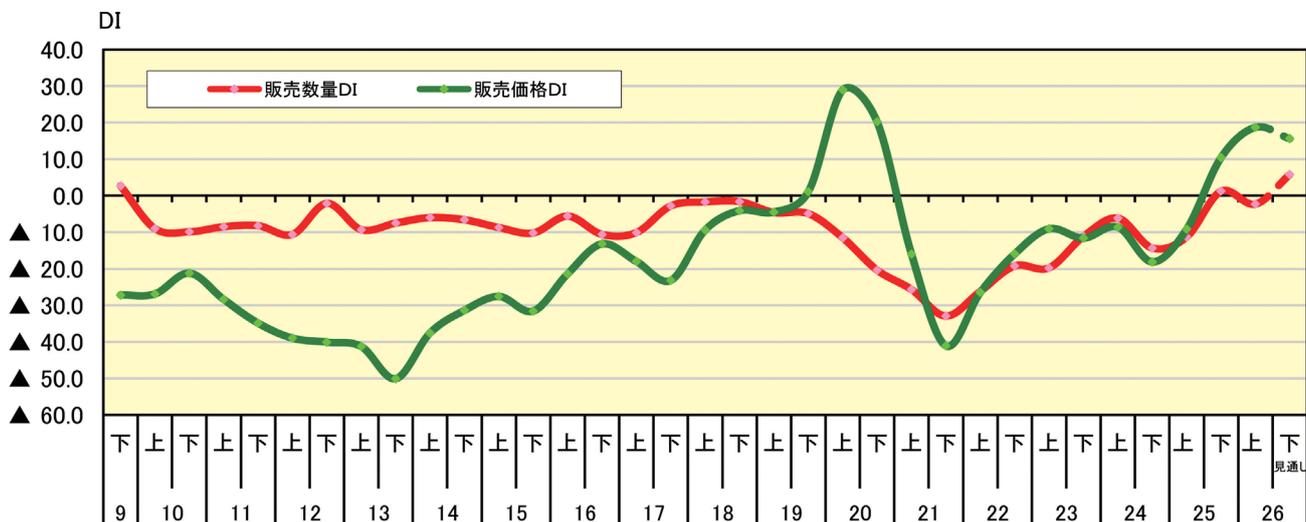
**販売数量DIと販売価格DI** (「増加(上昇)」の割合から「減少(低下)」の割合を引いた値)

**【販売数量】**

- 26年上半期の販売数量DIは3.5ポイント低下しマイナス2.3となった。
- 26年下半期の販売数量DIは8.1ポイント上昇しプラス5.8と数量増加となる見通し。

**【販売価格】**

- 26年上半期の販売価格DIは8.3ポイント上昇しプラス18.7となった。
- 26年下半期の販売価格DIは3.1ポイント低下ながらプラス15.6と価格上昇となる見通し。

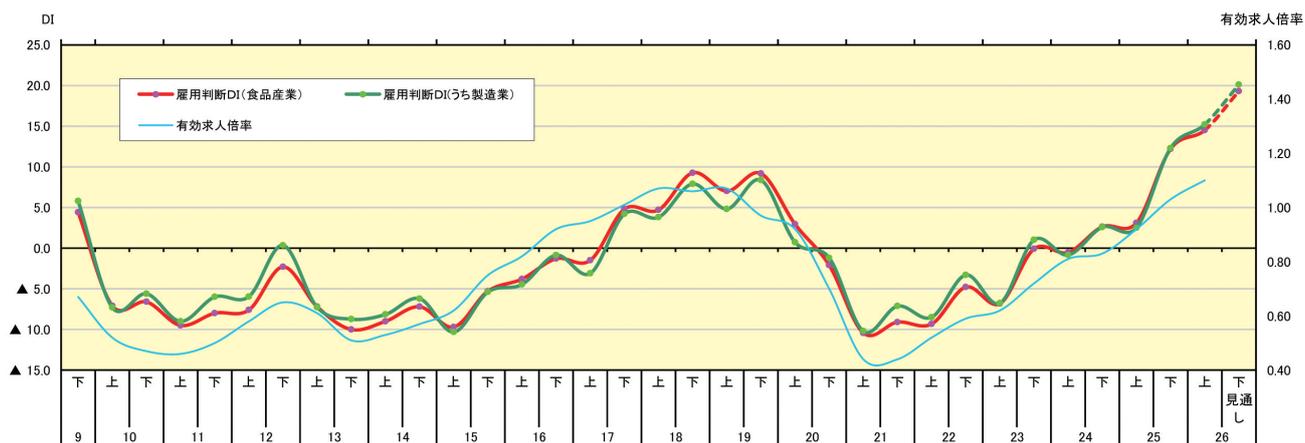


	22年上半期	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期見通し
販売数量DI	▲26.2	▲19.2	▲19.8	▲11.1	▲6.2	▲14.3	▲11.3	1.2	▲2.3(-3.5)	5.8(+8.1)
販売価格DI	▲26.5	▲15.9	▲9.1	▲11.6	▲8.6	▲18.1	▲9.2	10.4	18.7(+8.3)	15.6(-3.1)

( )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年上半期の雇用判断DIは2.3ポイント上昇しプラス14.5と不足感が増した。
- 26年下半期の雇用判断DIは4.8ポイント上昇しプラス19.3とさらに不足感が増す見通し。



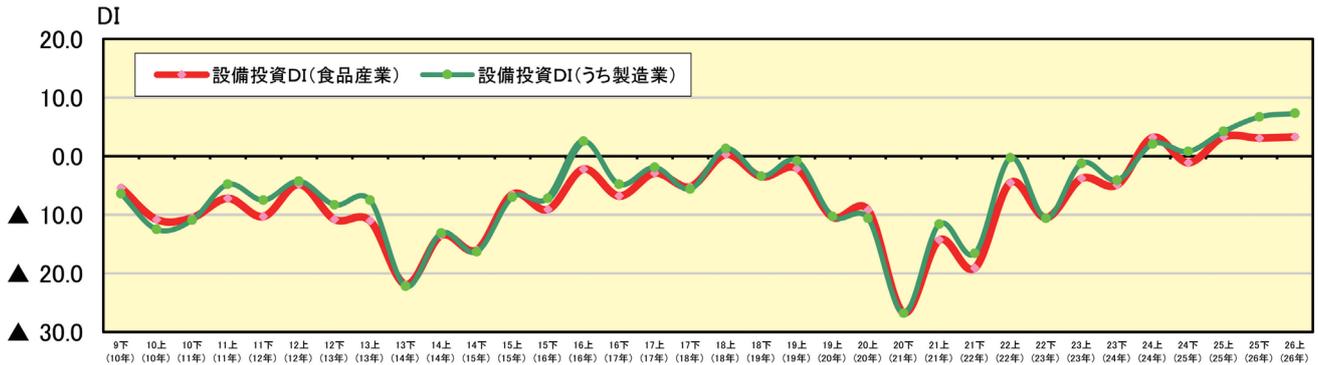
(暦年、半期)

	22年上半期	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年下半期見通し
食品産業	▲9.3	▲4.8	▲6.8	▲0.1	▲0.5	2.6	3.1	12.2	14.5(+2.3)	19.3(+4.8)
うち製造業	▲8.5	▲3.3	▲6.8	1.0	▲0.8	2.6	2.5	12.3	15.2(+2.9)	20.1(+4.9)

( )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 (26年上半期時点での26年通年の見通し)は、前回調査(25年下半期)より0.2ポイント上昇しプラス3.3とプラス値が続き、設備投資環境は引き続き改善傾向にある。



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。

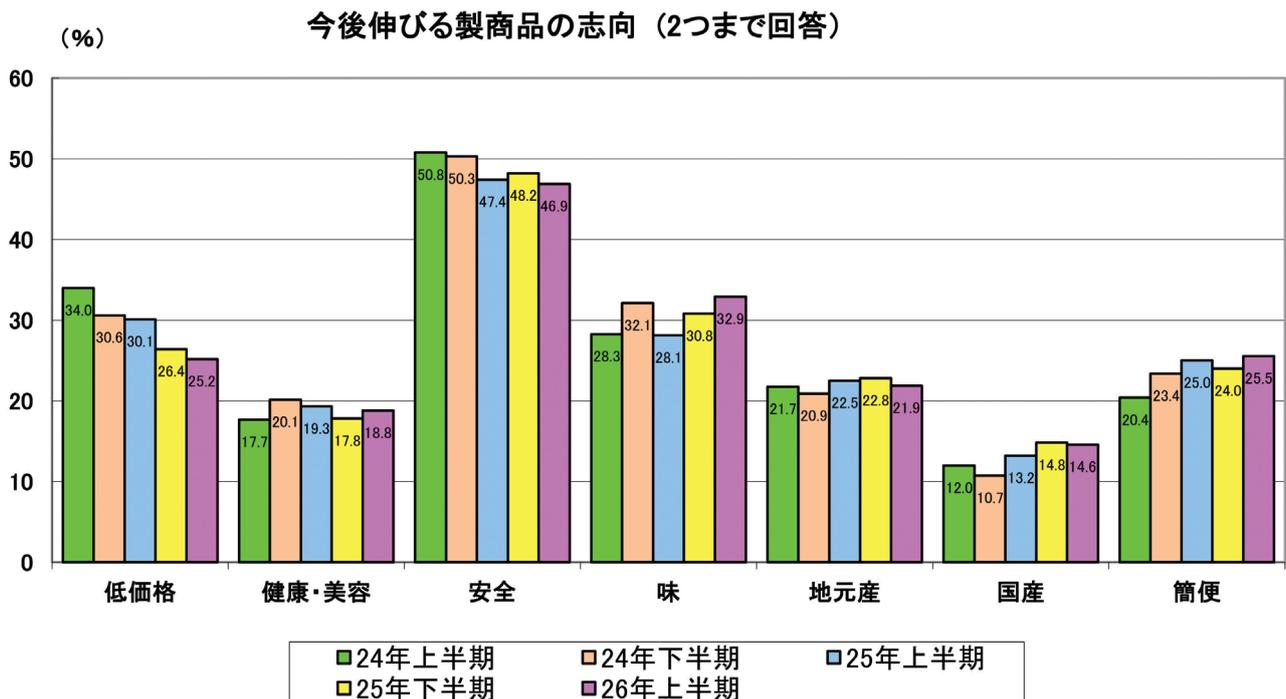
	22年上半期	22年下半期	23年上半期	23年下半期	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期
食品産業	▲4.5	▲10.5	▲3.8	▲4.9	3.2	▲1.1	3.3	3.1	3.3(+0.2)
うち製造業	▲0.3	▲10.6	▲1.2	▲4.1	2.1	0.8	4.2	6.7	7.3(+0.6)

( )は前回との差

## 2 食品産業の製商品の志向

### 「安全」が最多、「低価格」は減少傾向

- 食品産業で今後伸びる製商品について聞いたところ、「安全」志向が46.9%で最も多く、「味」が32.9%と続く。
- 「低価格」は1.2ポイント減少し25.2%で引き続き減少。一方、増加傾向にあるのは、「味」で2.1ポイント増加し32.9%、「簡便」が1.5ポイント増加し25.5%となっている。なお、増加傾向にあった「国産」は今回は0.2ポイント減少しほぼ横ばいとなった。

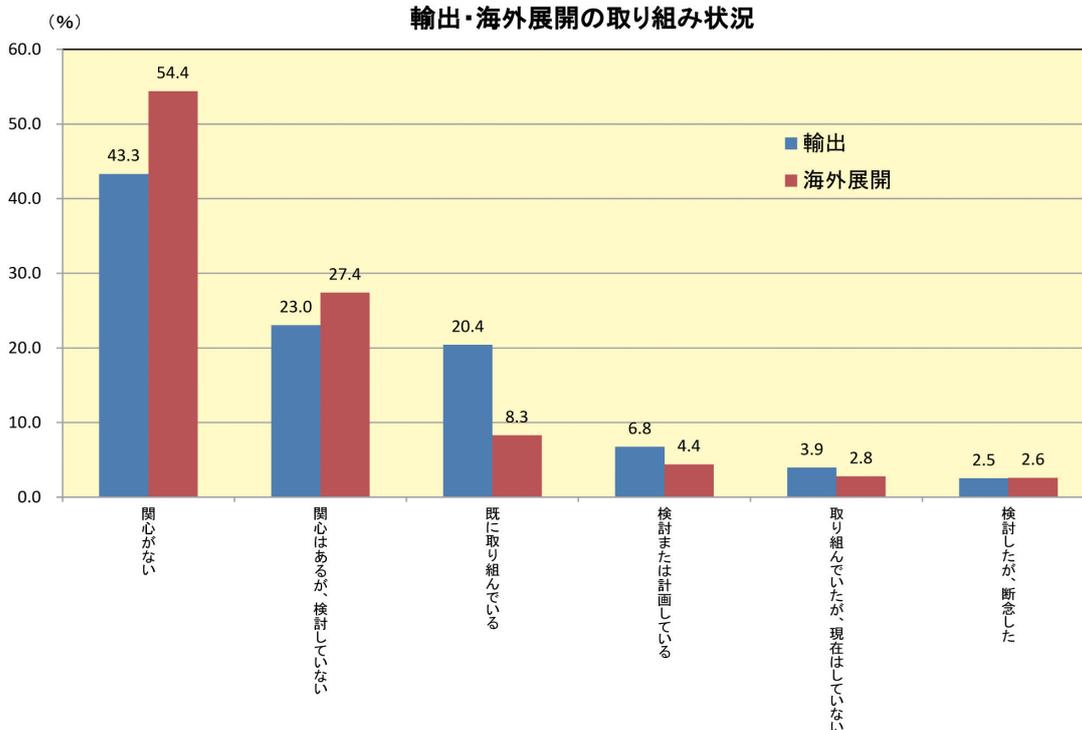


### 3 輸出や海外展開への取組み

#### 輸出や海外展開(注)への取組み状況

- 農林水産物の輸出状況については、20.4%の企業が「既に取り組んでいる」と回答した。また、「検討または計画している」が6.8%で、「関心はあるが、検討していない」が23.0%だったが、この「関心がある」に重点を置くと50.2%の企業が輸出の推進に前向き姿勢であることを示す結果となった。
- 海外展開については、8.3%の食品関係企業が「既に取り組んでいる」と回答している。「検討または計画している」は4.4%だが、「関心はあるが、検討していない」が27.4%と多く、この「関心がある」に重点を置くと40.1%の企業が海外展開の推進に積極的であることがわかった。

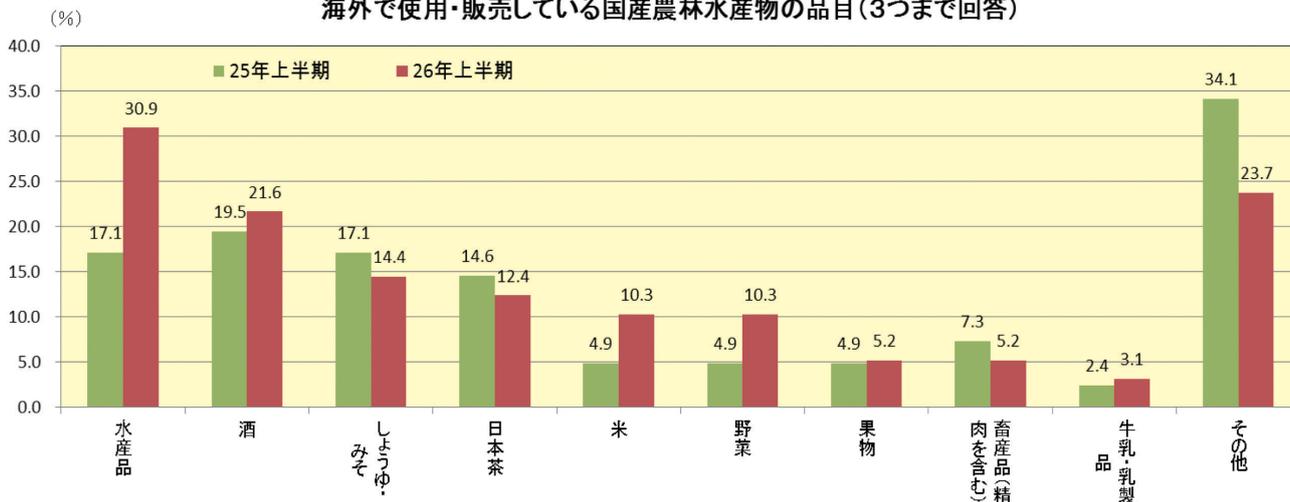
(注) 海外展開とは、海外法人への出資や業務提携、もしくは海外での法人・店舗等の設立をいう。



#### 海外での国産農林水産物の使用・販売

- 海外展開に「既に取り組んでいる」「検討または計画している」と回答した企業に、海外の法人や店舗などで国産農林水産物を使用または販売しているかを聞いたところ、使用・販売していると回答した企業が全体の32.9%だった。
- 使用・販売している農林水産物の品目（3つまで回答）については、25年上半期調査では「酒」が19.5%で最も多く、次いで「水産品」と「しょうゆ・みそ」が17.1%、「日本茶」が14.6%、「畜産品（精肉を含む）」が7.3%となっていた。
- 1年後の今回（26年上半期）の調査では、「水産品」が30.9%と第1位となり、「酒」は21.6%で第2位、次いで「しょうゆ・みそ」が14.4%、「日本茶」が12.4%、「米」と「野菜」が10.3%となり、「水産品」が大幅に拡大した結果となった。「畜産品」は5.2%と第8位で、比率も2.1ポイント低くなっている。

**海外で使用・販売している国産農林水産物の品目(3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	
	26年上半期	26年下半期	26年上半期	26年下半期	26年上半期	26年下半期	26年上半期	26年下半期
(食品産業全体)								
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							
	糖類							
	精穀・製粉							
	パ菓子							
	油脂							
	めん類							
	冷凍食品							
	炊飯・そう菜							
飲料類								
その他								
(製造業計)								
卸売業	各種商品							
	穀類・豆類							
	青果							
	食肉							
	生鮮魚介							
	その他生鮮品							
その他飲食品								
(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							
その他飲食品店								
(小売業計)								
飲食業								

(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) $\leq -20 <$		(小雨) $\leq -5 <$		(くもり) $< 5 \leq$		(薄日) $< 20 \leq$		(晴れ)
--	------------------	--	------------------	--	------------------	--	------------------	--	------

この冊子に使われている紙は、日本の森林を育てるために間伐材を積極的に使用しています。

