

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・製品の志向
- 3 食品製造業のHACCPの取り組み

調査要領

調査時点 平成29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 6,975社

有効回収数 2,446社 (回収率:35.1%)

〈内訳〉	食品製造業	1,570社
	食品卸売業	603社
	食品小売業	216社
	飲食業	57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ホームページ (<https://www.jfc.go.jp/>)に掲載しています。
トップページから「刊行物・調査結果」→「農林水産事業」→「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 農林水産事業本部 情報企画部 TEL 03-3270-5585

注:図表において、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

平成29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を単純平均して算出)

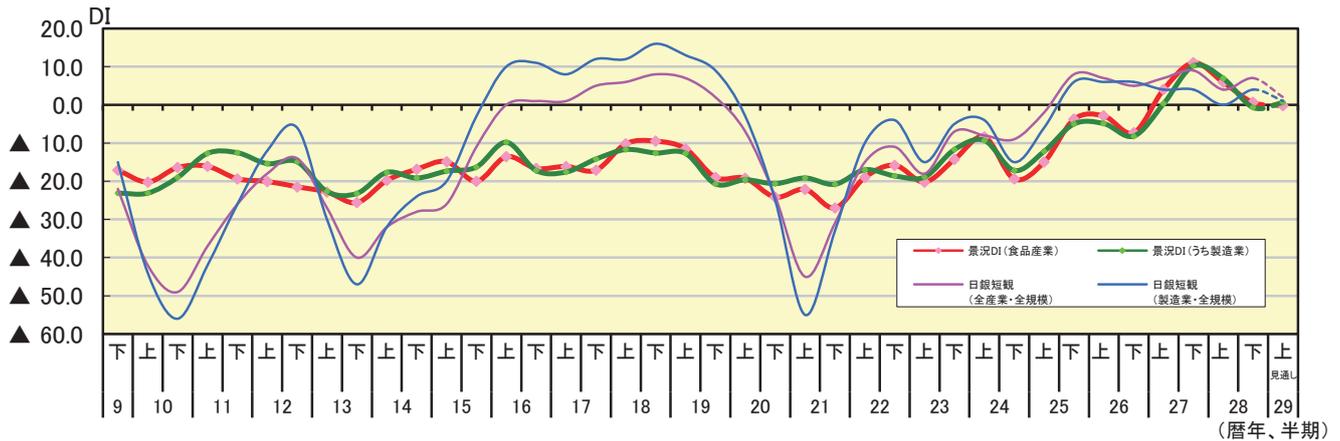
プラス値維持するも先行き若干のマイナス、地域別では10地域中8地域で景況DIが低下

【実績】

○ 平成28年下半期の食品産業の景況DIは、前回調査時の28年上半期より5.3ポイント低下し、0.6となった。

【見通し】

○ 先行き29年上半期の食品産業の景況DIは、0.8ポイント低下し、▲0.2となる見通し。



	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	27年下半期	28年上半期	28年下半期	29年上半期見通し
食品産業	▲19.4	▲15.0	▲3.8	▲2.9	▲7.3	4.0	11.0	5.9	0.6(-5.3)	▲0.2(-0.8)
うち製造業	▲17.2	▲12.2	▲5.0	▲4.9	▲8.2	0.3	10.2	6.9	▲0.7(-7.6)	0.6(+1.3)

()は前回との差 は前回との差

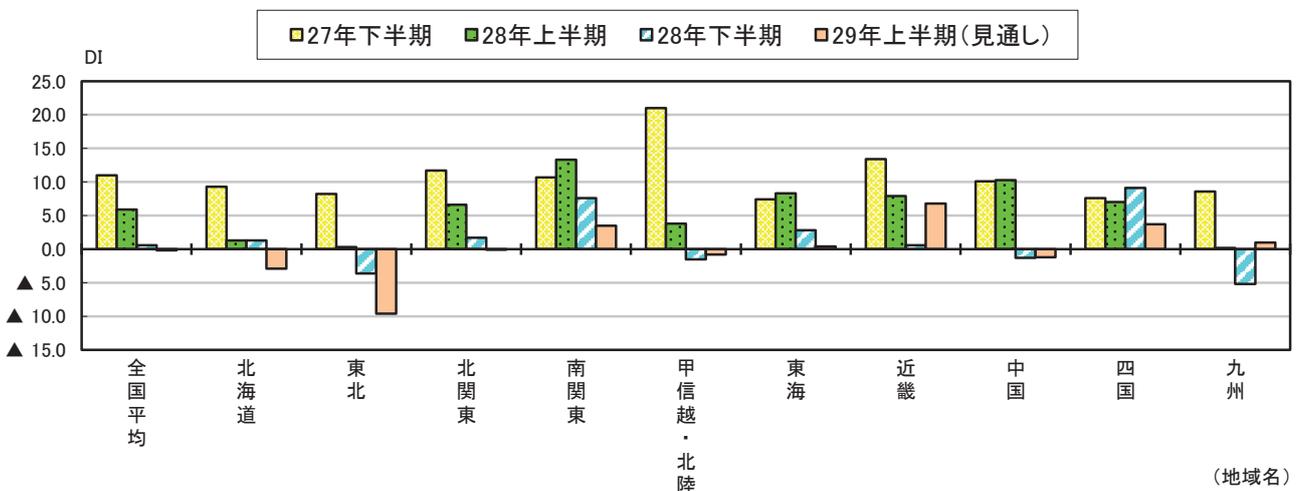
地域別景況DI

【実績】

○ 28年下半期の地域別景況DIは、10地域のうち東北、北関東、南関東、甲信越・北陸、東海、近畿、中国、九州の8地域で前回調査から3.9～11.6ポイント幅の低下となった。

【見通し】

○ 先行き29年上半期の地域別景況DIは、北海道、東北、北関東、南関東、東海、四国の6地域が1.8～6.0ポイント幅で低下する見通し。



(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】

- 28年下半期の景況DIは7.6ポイント低下し▲0.7となった。
- 29年上半期の景況DIは1.3ポイント上昇し0.6となる見通し。

【卸売業】

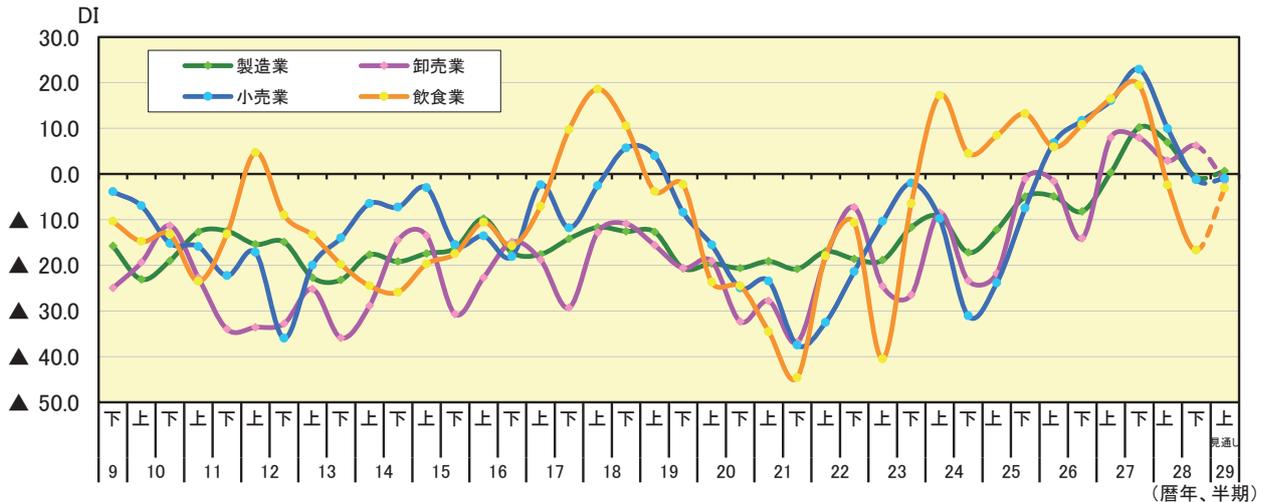
- 28年下半期の景況DIは3.3ポイント上昇し6.2となった。
- 29年上半期の景況DIは7.8ポイント低下し▲1.6となる見通し。

【小売業】

- 28年下半期の景況DIは11.2ポイント低下し▲1.3となった。
- 29年上半期の景況DIは0.3ポイント上昇し▲1.0となる見通し。

【飲食業】

- 28年下半期の景況DIは14.3ポイント低下し▲16.7となった。
- 29年上半期の景況DIは13.6ポイント上昇し▲3.1となる見通し。

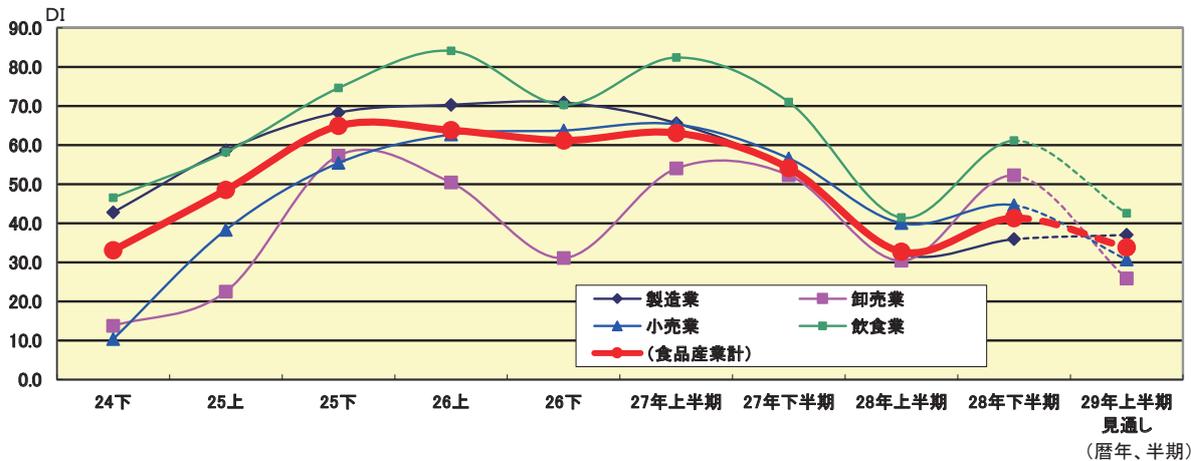


	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期	29年上半期見通し
製造業	▲17.2	▲12.2	▲5.0	▲4.9	▲8.2	0.3	10.2	6.9	▲0.7(-7.6)	0.6(+1.3)
卸売業	▲23.4	▲21.8	▲1.1	▲1.6	▲14.1	8.0	7.9	2.9	6.2(+3.3)	▲1.6(-7.8)
小売業	▲31.1	▲23.9	▲7.5	6.8	11.7	16.0	22.9	9.9	▲1.3(-11.2)	▲1.0(+0.3)
飲食業	4.5	8.4	13.2	5.9	10.8	16.5	19.4	▲2.4	▲16.7(-14.3)	▲3.1(+13.6)

()は前回との差 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)

- 28年下半期の仕入価格DIは8.6ポイント上昇し41.3と価格上昇となった。
- 29年上半期の仕入価格DIは7.5ポイント低下し33.8と価格上昇は落ち着く見通し。



	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	27年下半期	28年上半期	28年下半期	29年上半期見通し
食品産業	33.1	48.5	64.9	63.8	61.2	63.1	54.1	32.7	41.3(+8.6)	33.8(-7.5)
うち製造業	42.8	58.7	68.3	70.3	70.9	65.6	53.8	32.2	35.9(+3.7)	37.0(+1.1)
うち卸売業	13.7	22.5	57.3	50.4	31.1	54.0	52.3	30.4	52.2(+21.8)	25.8(-26.4)
うち小売業	10.4	38.3	55.4	62.7	63.7	65.3	56.6	40.0	44.6(+4.6)	30.7(-13.9)
うち飲食業	46.6	58.2	74.6	84.1	70.3	82.4	71.0	41.4	61.1(+19.7)	42.5(-18.6)

()は前回との差

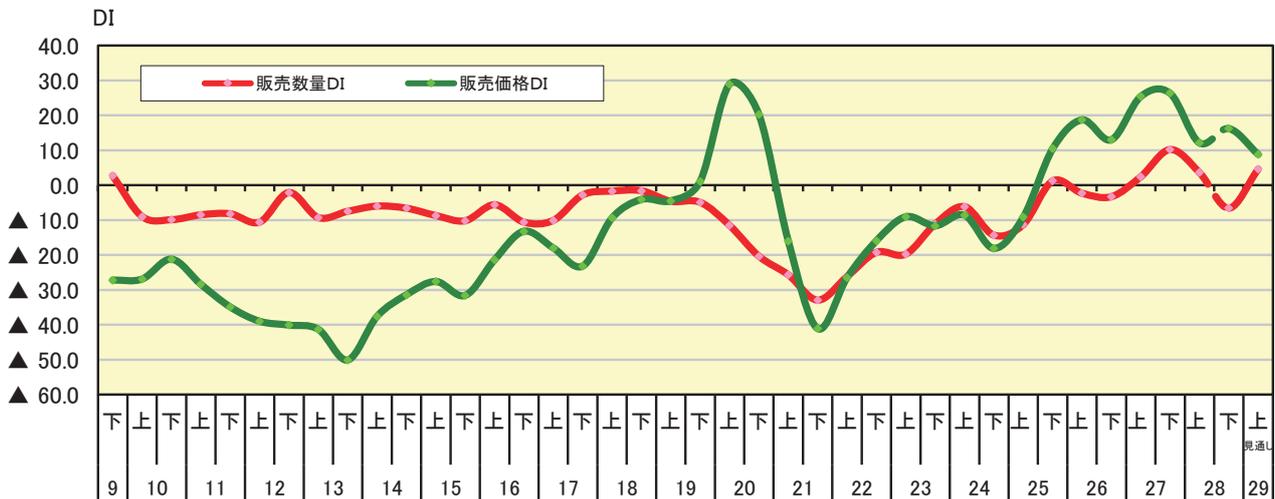
販売数量DIと販売価格DI（「上昇（増加）」の割合から「低下（減少）」の割合を引いた値）

【販売数量】

- 28年下半期の販売数量DIは10.2ポイント低下し▲6.6と数量減少となった。
- 29年上半期の販売数量DIは11.2ポイント上昇し4.6と数量増加の見通し。

【販売価格】

- 28年下半期の販売価格DIは4.1ポイント上昇し16.2と価格上昇となった。
- 29年上半期の販売価格DIは7.4ポイント低下し8.8と価格上昇は落ち着く見通し。

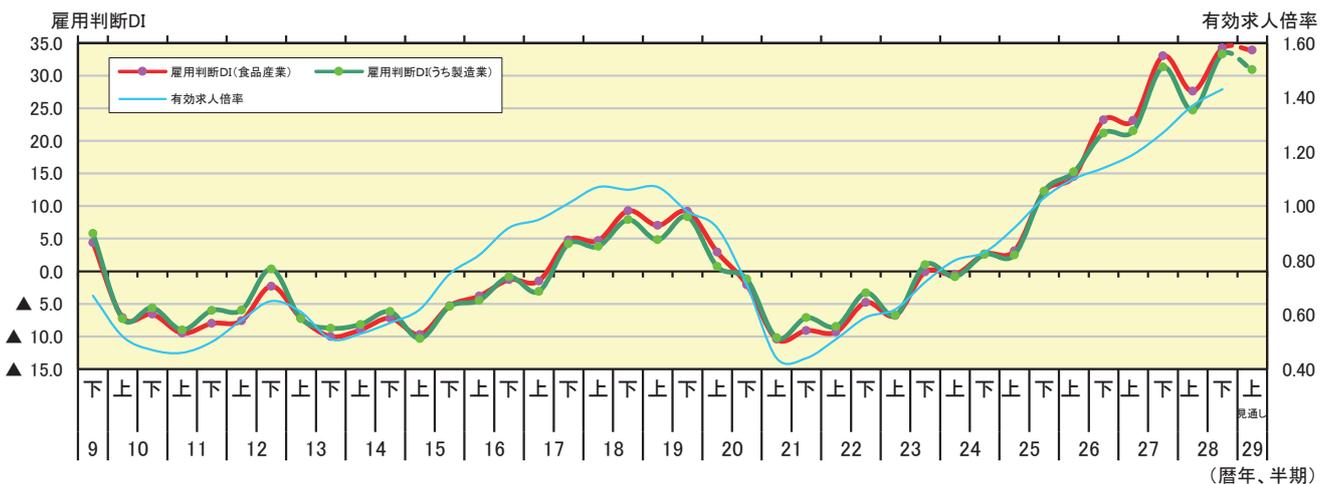


	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期	29年上半期見通し
販売数量DI	▲ 14.3	▲ 11.3	1.2	▲ 2.3	▲ 3.3	2.4	10.2	3.6	▲ 6.6(-10.2)	4.6(+11.2)
販売価格DI	▲ 18.1	▲ 9.2	10.4	18.7	13.0	25.4	26.3	12.1	16.2(+4.1)	8.8(-7.4)

()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）

- 28年下半期の雇用判断DIは6.6ポイント上昇し34.2と不足感の拡大となった。
- 29年上半期の雇用判断DIは0.3ポイント低下し33.9と不足感が続くものの一服する見通し。

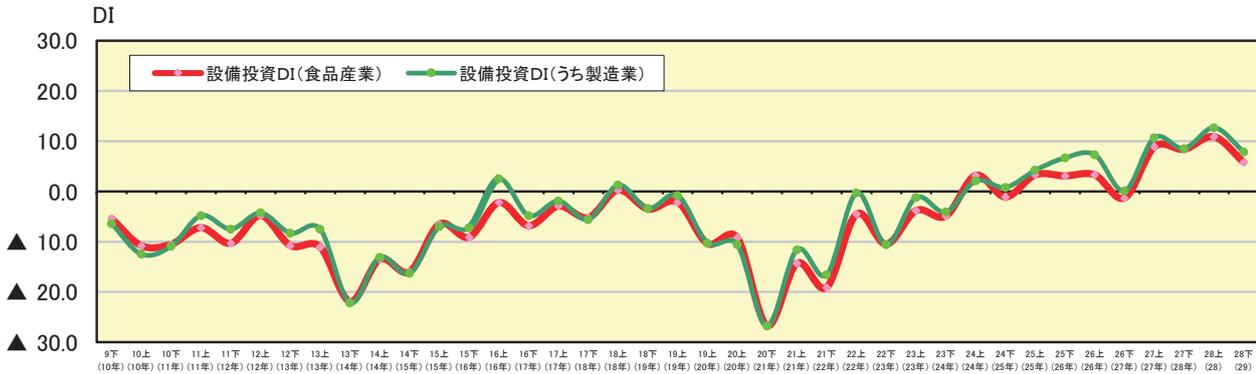


	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期	29年上半期見通し
食品産業	2.6	3.1	12.2	14.5	23.2	23.1	33.0	27.6	34.2(+6.6)	33.9(-0.3)
うち製造業	2.6	2.5	12.3	15.2	21.2	21.5	31.3	24.7	33.3(+8.6)	30.9(-2.4)

()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28年下半期時点での平成29年通年の設備投資額の見通し)は、前回調査(28年上半期)より5.1ポイント低下し5.8とプラス値を維持している。



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)	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)	27年上半期 (27年)	27年下半期 (28年)	28年上半期 (28年)	29年下半期 (29年)
食品産業	▲ 1.1	3.3	3.1	3.3	▲ 1.3	8.9	8.4	10.9	5.8(-5.1)
うち製造業	0.8	4.2	6.7	7.3	0.1	10.7	8.5	12.7	7.9(-4.8)

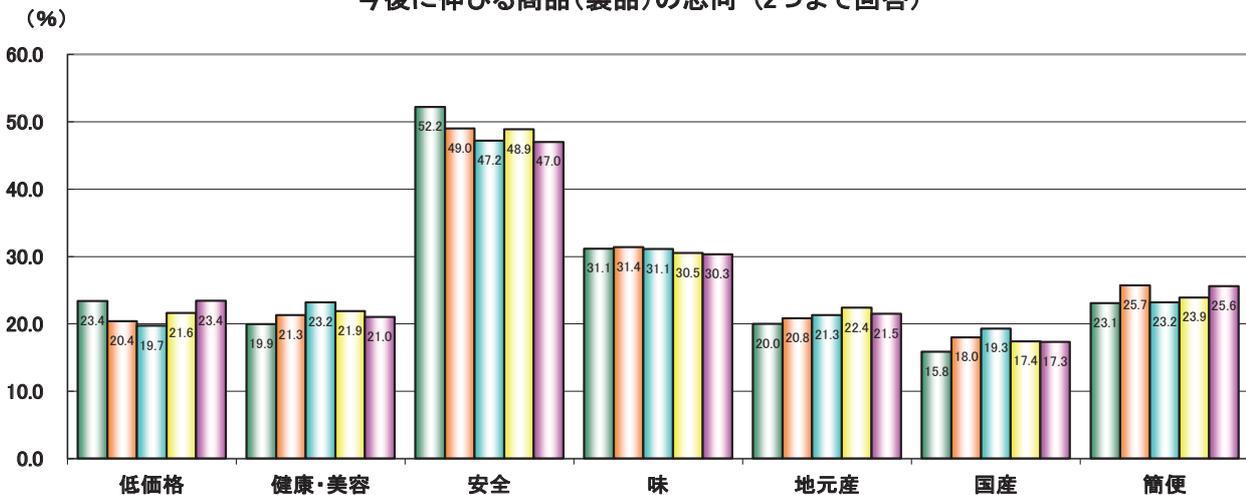
()は前回との差

2 食品産業の商品・製品の志向

引き続き「低価格」が増加、「健康・美容」「国産」「地元産」が減少傾向

- 食品産業で今後伸びる商品・製品について聞いたところ、「低価格」志向が前回調査(28年上半期)より1.8ポイント増加し23.4%となった。
- 一方で、「健康・美容」が0.9ポイント減少し21.0%となり、「国産」も0.1ポイント減少し17.3%となった。また、「地元産」が0.9ポイント減少し21.5%となり、増加傾向が止まった。
- 消費者の節約志向などの先行き懸念が影響し、食品産業の景況感が足踏み状態となったことから、「健康・美容」「国産」「地元産」といった質的な付加価値より、「安全」を第一に、「低価格」という経済性を意識した商品開発の方向がうかがえる。

今後に伸びる商品(製品)の志向 (2つまで回答)

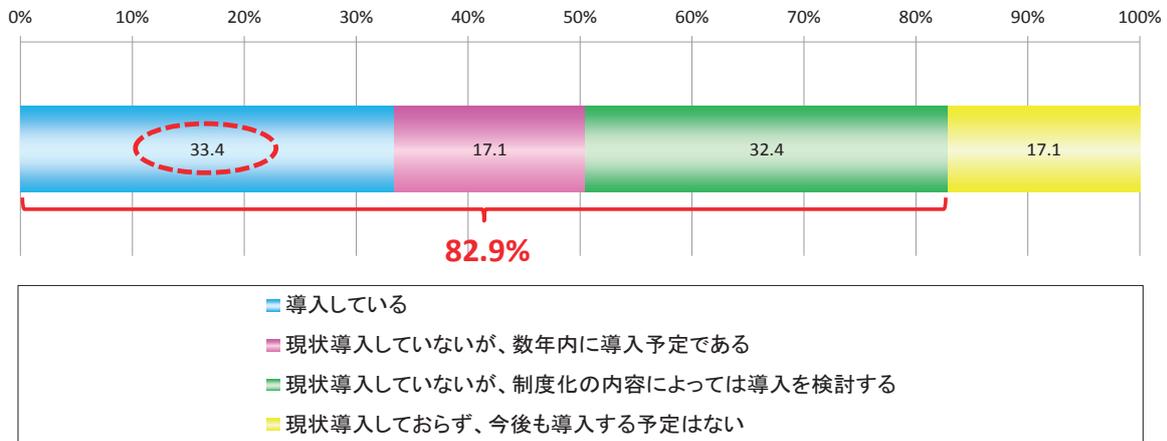


3 食品製造業のHACCPの取り組み

食品企業の3割超の企業がHACCP導入済み

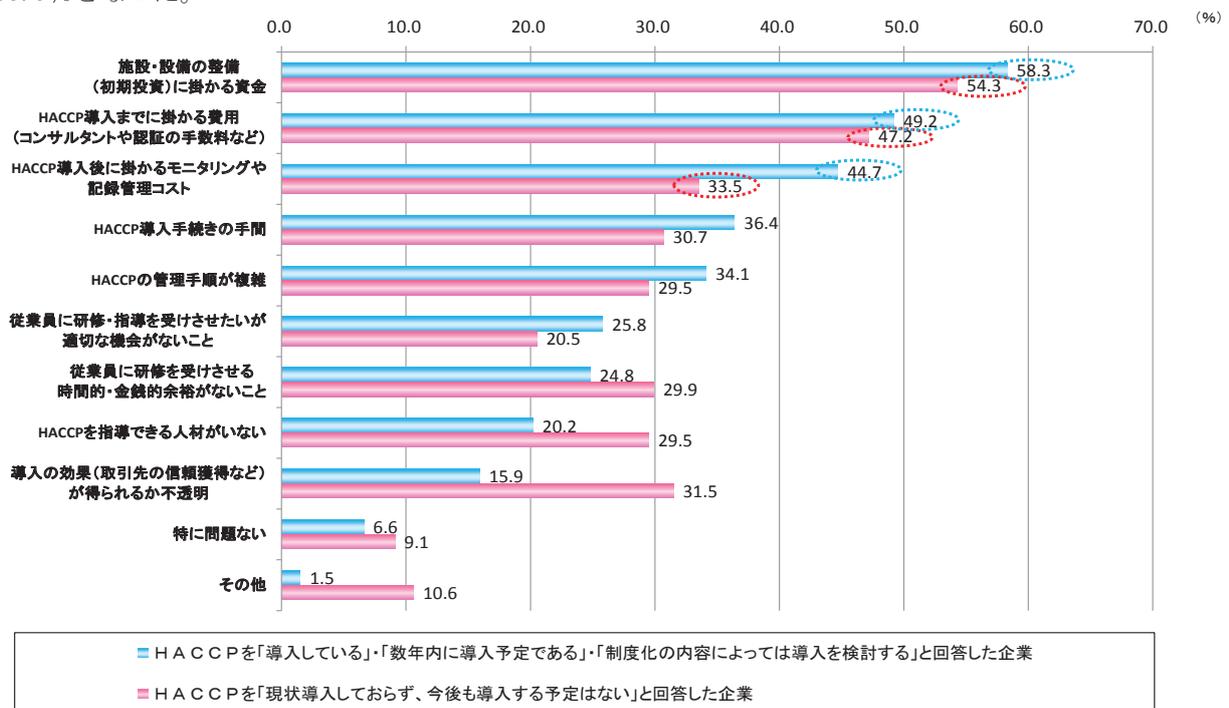
HACCP導入の取り組み状況

- HACCP導入への取り組み状況を聞いたところ、33.4%の企業が「導入している」と回答した。また「数年内に導入予定である」が17.1%、「制度化の内容によっては導入を検討する」が32.4%で、これらを合わせると、食品製造業者のうち82.9%がHACCP導入に意欲的であることがわかった。



HACCP導入の際の課題 / 導入が困難な理由

- HACCPを「導入している」「数年内に導入予定である」「制度化の内容によっては導入を検討する」と回答した食品製造業の方にHACCP導入の際の課題について聞いたところ、「施設・設備の整備（初期投資）に掛かる資金」が58.3%、「HACCP導入までに掛かる費用（コンサルタントや認証の手数料など）」が49.2%、「HACCP導入後に掛かるモニタリングや記録管理コスト」が44.7%となり、資金負担面が課題であることがわかった。
- また、HACCPを「今後も導入する予定はない」と回答した食品製造業の方にHACCP導入を行わない理由や導入が困難な理由を伺ったところ、課題として回答した内容と同様の傾向を示し、「施設・設備の整備（初期投資）に掛かる資金」が54.3%、「HACCP導入までに掛かる費用（コンサルタントや認証の手数料など）」が47.2%、「HACCP導入後に掛かるモニタリングや記録管理コスト」が33.5%となった。



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。

