

# 食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況について
- 2 輸出・海外進出の取組状況について

## 調査要領

**調査時点** 令和2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 6,764社

有効回収数 2,284社（回収率：33.8%）

〈内訳〉	食品製造業	1,519社
	食品卸売業	533社
	食品小売業	185社
	飲食業	47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。

※本調査における見通しの回答には、新型コロナウイルス感染症の拡大によるイベントの自粛や入国規制などの影響は考慮されていません。

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。

令和2年4月



日本政策金融公庫  
農林水産事業

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。





# 1 食品産業の景況

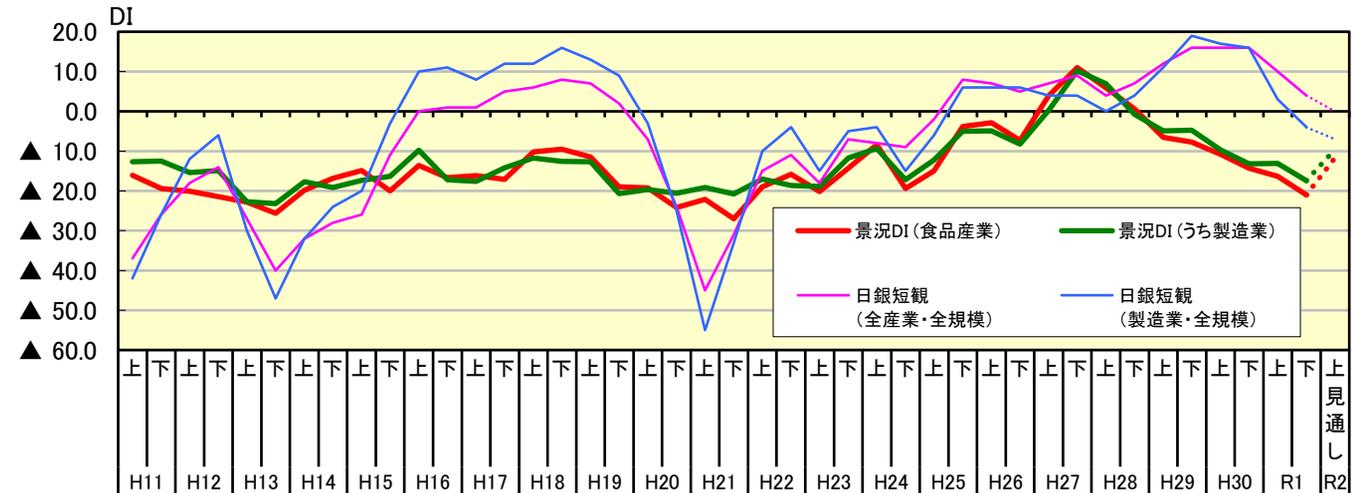
## 景況DI (景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均して算出)

### 【実績】

○ 令和元年下半期の食品産業の景況DIは前回(令和元年上半期)調査より4.7ポイント低下し、▲21.0となった。

### 【見通し】

○ 食品産業の景況DIの令和2年上半期見通しは、9.3ポイント上昇し、▲11.7となる見通し。



	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	4.0	11.0	5.9	0.6	▲6.5	▲7.7	▲10.8	▲14.3	▲16.3	▲21.0(-4.7)	▲11.7(+9.3)
うち製造業	0.3	10.2	6.9	▲0.7	▲4.9	▲4.7	▲9.7	▲13.2	▲13.1	▲17.4(-4.3)	▲9.6(+7.8)

( )は前回との差

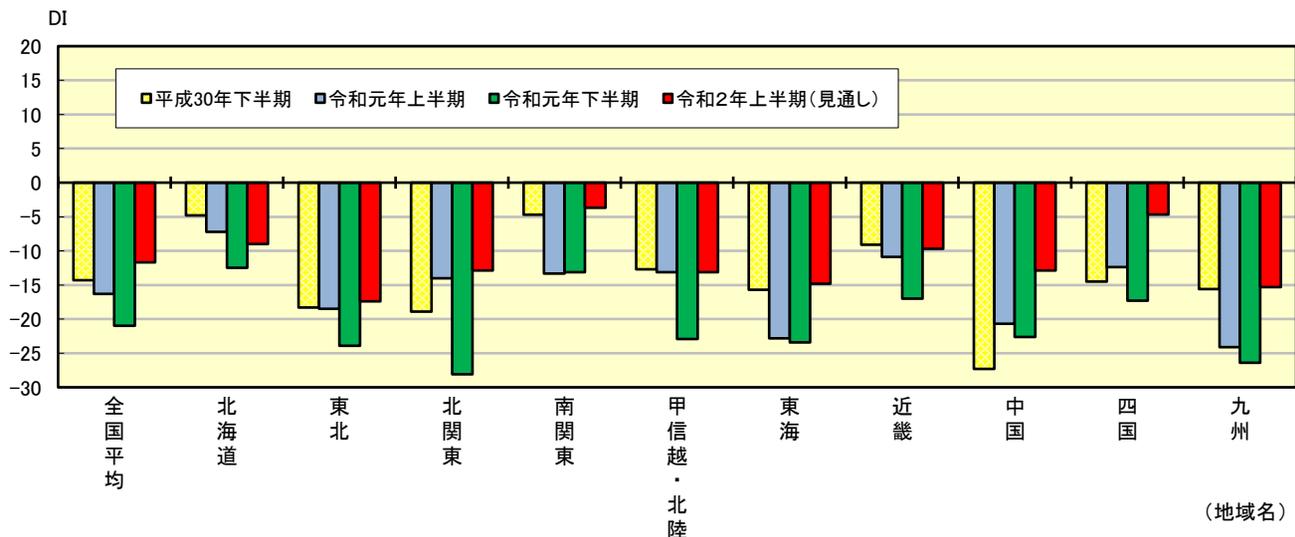
## 地域別景況DI

### 【実績】

○ 令和元年下半期の地域別景況DIは、すべての地域が▲12.5～▲28.1の幅でマイナス値となり、北関東、甲信越・北陸、近畿の順に低下幅が大きくなった。

### 【見通し】

○ 先行き令和2年上半期の地域別景況DIは、すべての地域で上昇する見通し。



(地域名)

(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】

- 令和元年下半期の景況DIは4.3ポイント低下し▲17.4となった。
- 令和2年上半期の景況DIは7.8ポイント上昇し▲9.6となる見通し。

### 【卸売業】

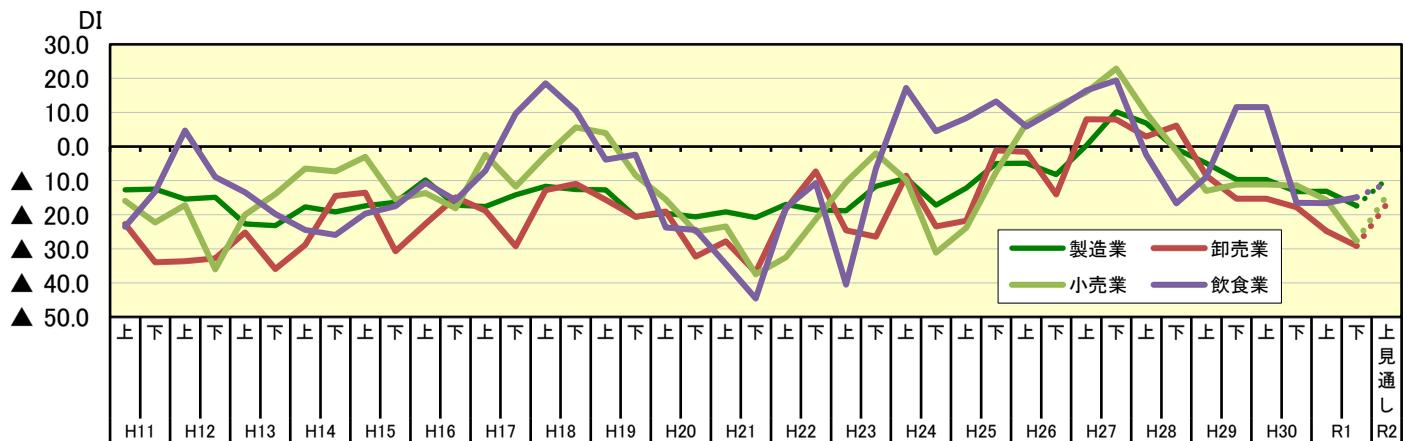
- 令和元年下半期の景況DIは4.4ポイント低下し▲29.2となった。
- 令和2年上半期の景況DIは12.3ポイント上昇し▲16.9となる見通し。

### 【小売業】

- 令和元年下半期の景況DIは12.0ポイント低下し▲27.7となった。
- 令和2年上半期の景況DIは13.3ポイント上昇し▲14.4となる見通し。

### 【飲食業】

- 令和元年下半期の景況DIは1.7ポイント上昇し▲14.9となった。
- 令和2年上半期の景況DIは4.1ポイント上昇し▲10.8となる見通し。



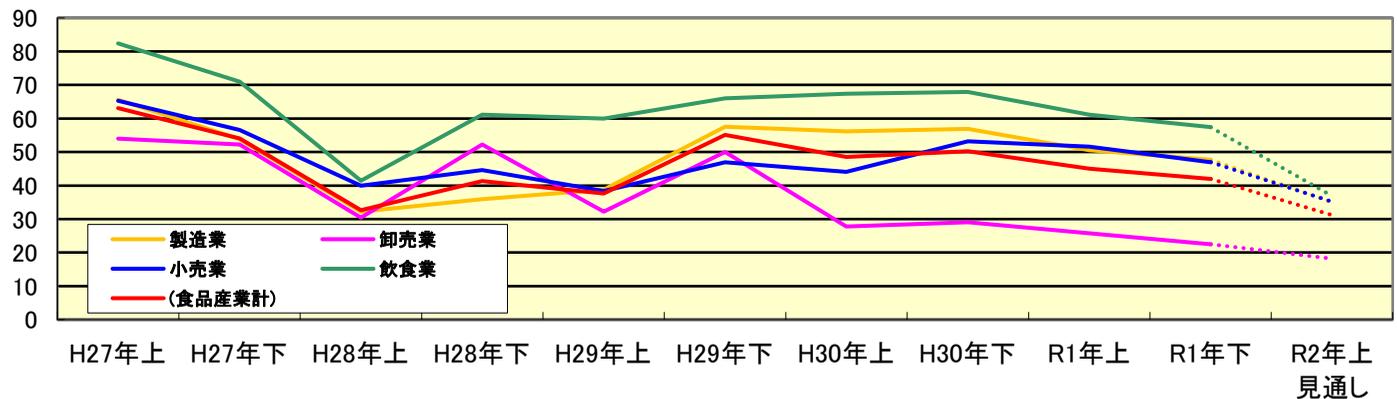
	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
製造業	0.3	10.2	6.9	▲ 0.7	▲ 4.9	▲ 9.7	▲ 9.7	▲ 13.2	▲ 13.1	▲ 17.4(-4.3)	▲ 9.6(+7.8)
卸売業	8.0	7.9	2.9	6.2	▲ 8.5	▲ 15.3	▲ 15.3	▲ 17.8	▲ 24.8	▲ 29.2(-4.4)	▲ 16.9(+12.3)
小売業	16.0	22.9	9.9	▲ 1.3	▲ 13.0	▲ 11.1	▲ 11.1	▲ 11.4	▲ 15.7	▲ 27.7(-12.0)	▲ 14.4(+13.3)
飲食業	16.5	19.4	▲ 2.4	▲ 16.7	▲ 8.9	11.6	11.6	▲ 16.5	▲ 16.6	▲ 14.9(+1.7)	▲ 10.8(+4.1)

( )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)

- 令和元年下半期の仕入価格DIは3.0ポイント低下し42.0となった。
- 令和2年上半期の仕入価格DIは10.8ポイント低下し31.2となる見通し。

仕入価格DI



	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	63.1	54.1	32.7	41.3	37.6	55.1	48.5	50.2	45.0	42.0(-3.0)	31.2(-10.8)
うち製造業	65.6	53.8	32.2	35.9	38.8	57.5	56.2	56.9	50.6	47.7(-2.9)	35.0(-12.7)
うち卸売業	54.0	52.3	30.4	52.2	32.2	50.0	27.8	29.1	25.8	22.5(-3.3)	18.2(-4.3)
うち小売業	65.3	56.6	40.0	44.6	38.4	47.0	44.1	53.2	51.6	47.0(-4.6)	35.2(-11.8)
うち飲食業	82.4	71.0	41.4	61.1	60.0	66.0	67.4	67.9	61.1	57.4(-3.7)	36.9(-20.5)

( )は前回との差

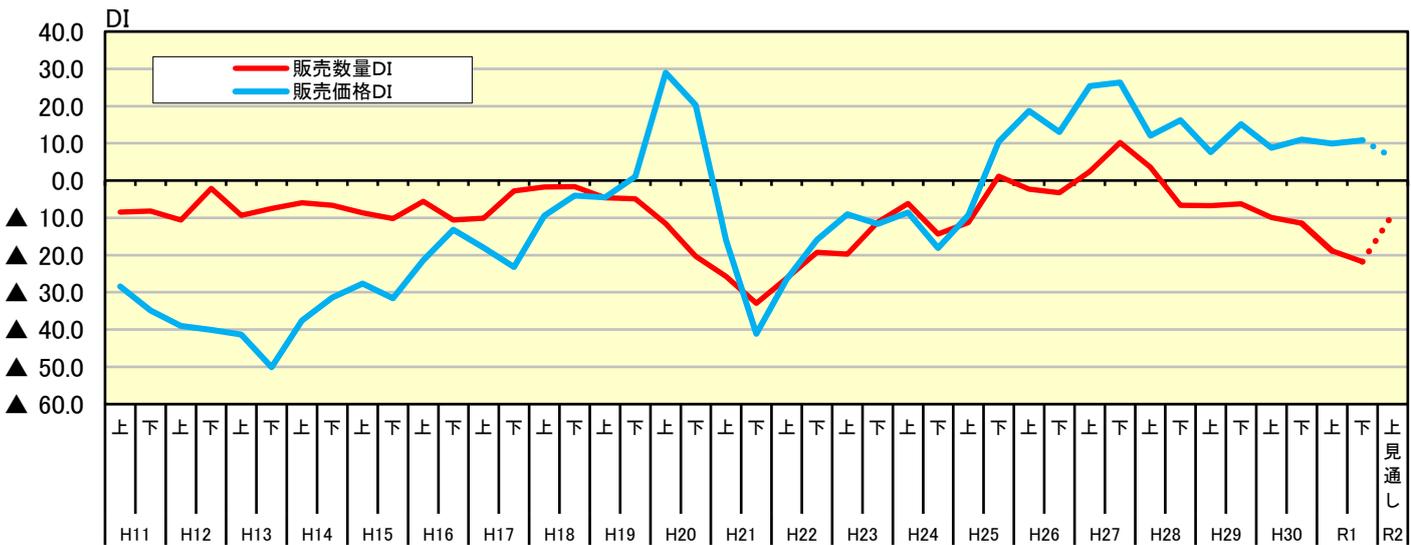
**販売数量DIと販売価格DI(「上昇(増加)」の割合から「低下(減少)」の割合を引いた値)**

**【販売数量】**

- 令和元年下半期の販売数量DIは2.9ポイント低下し▲21.8となった。
- 令和2年上半期の販売数量DIは12.8ポイント上昇し▲9.0となる見通し。

**【販売価格】**

- 令和元年下半期の販売価格DIは0.9ポイント上昇し10.8となった。
- 令和2年上半期の販売価格DIは4.6ポイント低下し6.2となる見通し。



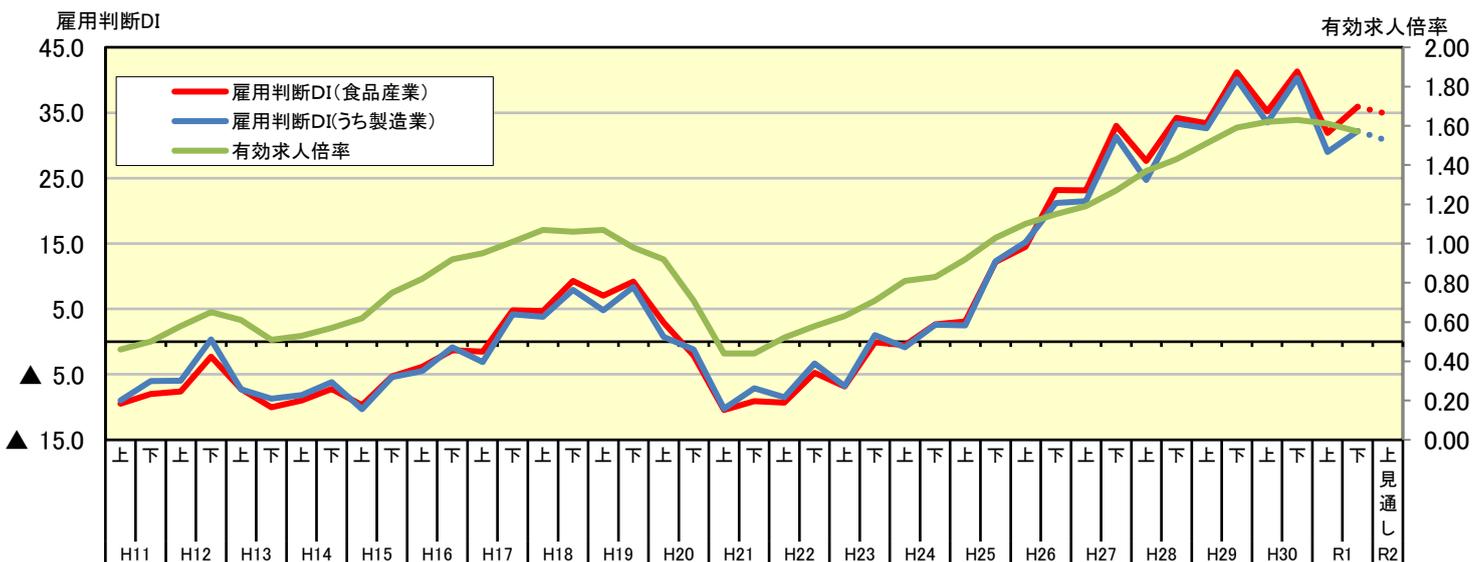
	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
販売数量DI	2.4	10.2	3.6	▲6.6	▲6.7	▲6.3	▲9.9	▲11.5	▲18.9	▲21.8(-2.9)	▲9.0(+12.8)
販売価格DI	25.4	26.3	12.1	16.2	7.6	15.1	8.8	11.0	9.9	10.8(+0.9)	6.2(-4.6)

( )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)**

- 令和元年下半期の雇用判断DIは4.0ポイント上昇し35.9となり、労働力の不足感は継続。

- 令和2年上半期の雇用判断DIは1.1ポイント低下し34.8となり、労働力の不足感は継続する見通し。

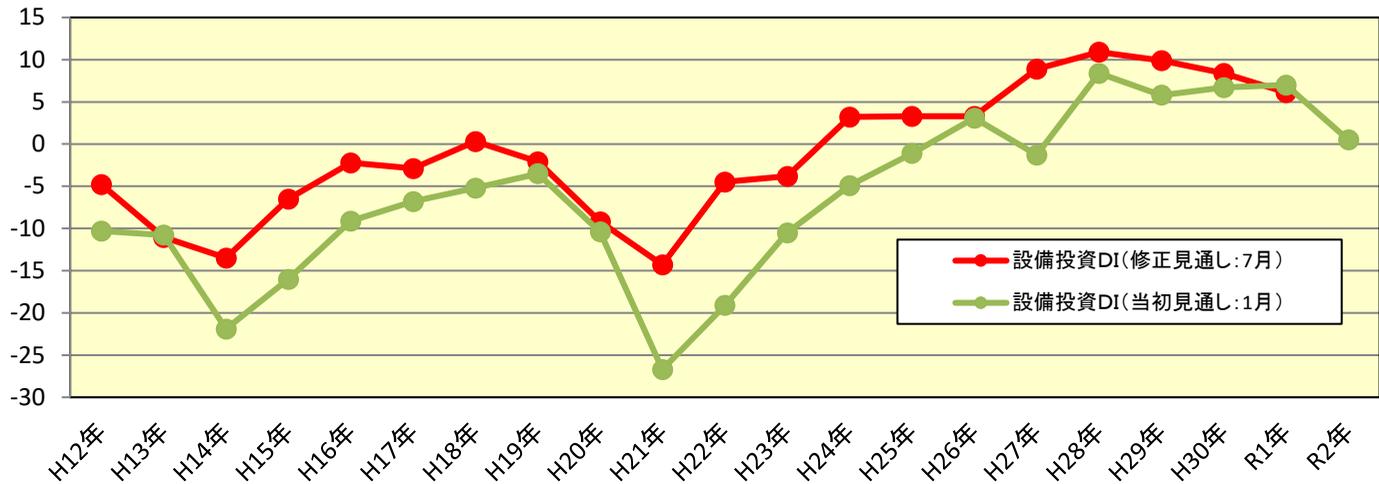


	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期 見通し
食品産業	23.1	33.0	27.6	34.2	33.4	41.2	35.2	41.3	31.9	35.9(+4.0)	34.8(-1.1)
うち製造業	21.5	31.3	24.7	33.3	32.6	40.1	33.5	40.3	29.0	32.2(+3.2)	30.7(-1.5)

( )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(令和2年1月時点の令和2年通年の設備投資見通し)は、前回調査(平成31年1月時点の令和元年通年の見通し)より6.5ポイント低下し、0.5とプラス値を維持。



(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。

	H20年	H21年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年	R1	R2
設備投資DI(修正見通し:7月)	▲ 9.2	▲ 14.3	▲ 4.5	▲ 3.8	3.2	3.3	3.3	8.9	10.9	9.9	8.4	6.1	
設備投資DI(当初見通し:1月)	▲ 10.4	▲ 26.7	▲ 19.1	▲ 10.5	▲ 4.9	▲ 1.1	3.1	▲ 1.3	8.4	5.8	6.7	7.0	0.5(-6.5)

( )は前回との差

【参考】景況DI（業種別詳細）

業種／業態		景況		売上高		経常利益		資金繰り	
		令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期
製 造 業	食 肉 加 工 品	 ▲17.2	 ▲10.0	 ▲9.6	 ▲2.1	 ▲22.8	 ▲11.9	 ▲19.2	 ▲16.1
	牛 乳 ・ 乳 製 品	 10.4	 12.0	 14.9	 17.9	 13.4	 18.2	 3.0	 0.0
	水 産 食 品	 ▲11.1	 ▲7.3	 ▲12.6	 ▲5.9	 ▲12.6	 ▲7.5	 ▲8.0	 ▲8.4
	農 産 保 存 食 品	 ▲22.9	 ▲8.1	 ▲27.3	 ▲5.4	 ▲28.0	 ▲5.4	 ▲13.5	 ▲13.4
	調 味 料	 ▲22.5	 ▲7.8	 ▲19.4	 ▲4.7	 ▲34.3	 ▲11.2	 ▲13.9	 ▲7.5
	糖 類	 ▲73.3	 ▲40.0	 ▲100.0	 ▲40.0	 ▲100.0	 ▲60.0	 ▲20.0	 ▲20.0
	精 穀 ・ 製 粉	 ▲23.1	 ▲24.4	 ▲26.9	 ▲23.1	 ▲42.3	 ▲44.2	 0.0	 ▲5.8
	パ ン	 ▲13.3	 ▲6.7	 ▲20.0	 ▲4.0	 ▲8.0	 ▲4.0	 ▲12.0	 ▲12.0
	菓 子	 ▲17.0	 ▲5.4	 ▲20.0	 ▲1.7	 ▲21.9	 ▲2.9	 ▲9.1	 ▲11.5
	油 脂	 3.7	 12.0	 22.2	 22.2	 ▲22.3	 ▲11.1	 11.1	 25.0
	め ん 類	 ▲16.7	 ▲10.2	 ▲9.7	 ▲4.8	 ▲22.6	 ▲6.4	 ▲17.7	 ▲19.3
	冷 凍 食 品	 4.8	 2.7	 14.3	 14.3	 0.0	 0.0	 0.0	 ▲6.1
	炊 飯 ・ そ う 菜	 ▲6.7	 ▲5.7	 ▲9.3	 ▲1.5	 ▲7.8	 ▲9.4	 ▲3.1	 ▲6.2
	飲 料	 ▲21.3	 ▲2.2	 ▲34.1	 4.2	 ▲21.3	 ▲2.2	 ▲8.5	 ▲8.5
	酒 類	 ▲35.3	 ▲27.2	 ▲45.9	 ▲29.8	 ▲40.3	 ▲30.7	 ▲19.6	 ▲21.1
	そ の 他	 ▲19.9	 ▲12.3	 ▲17.8	 ▲7.4	 ▲26.5	 ▲15.6	 ▲15.3	 ▲14.0
(製造業計)①		 ▲17.4	 ▲9.6	 ▲18.4	 ▲6.2	 ▲22.4	 ▲11.1	 ▲11.3	 ▲11.5
卸 売 業	各 種 商 品	 ▲18.5	 ▲12.9	 ▲33.3	 ▲18.4	 ▲23.8	 ▲15.2	 1.7	 ▲5.0
	穀 類 ・ 豆 類	 ▲14.4	 ▲8.3	 ▲6.9	 ▲4.5	 ▲20.4	 ▲11.4	 ▲15.9	 ▲9.1
	青 果 物	 ▲42.1	 ▲23.6	 ▲58.5	 ▲28.2	 ▲50.9	 ▲27.4	 ▲17.0	 ▲15.2
	食 肉	 ▲14.4	 ▲9.2	 0.0	 ▲1.8	 ▲27.6	 ▲17.3	 ▲15.5	 ▲8.6
	生 鮮 魚 介	 ▲35.4	 ▲23.5	 ▲53.7	 ▲33.7	 ▲41.0	 ▲29.4	 ▲11.6	 ▲7.4
	そ の 他 生 鮮 品	 ▲52.2	 ▲22.0	 ▲65.3	 ▲21.8	 ▲60.9	 ▲26.1	 ▲30.5	 ▲18.2
	そ の 他 飲 食 品	 ▲13.7	 ▲6.2	 ▲18.4	 ▲6.6	 ▲16.0	 ▲8.0	 ▲6.6	 ▲4.0
(卸売業計)②		 ▲29.2	 ▲16.9	 ▲38.5	 ▲19.8	 ▲36.3	 ▲21.1	 ▲12.7	 ▲9.9
② 関 係 業 者	うち市場開設兼卸売	 ▲49.7	 ▲26.3	 ▲75.4	 ▲32.7	 ▲55.7	 ▲29.5	 ▲18.1	 ▲16.6
	うち市場卸売	 ▲47.1	 ▲26.7	 ▲66.1	 ▲34.5	 ▲54.4	 ▲31.5	 ▲20.8	 ▲14.1
	うち市場仲卸	 ▲30.5	 ▲25.5	 ▲44.7	 ▲34.0	 ▲40.5	 ▲34.0	 ▲6.3	 ▲8.5
(小売業)③		 ▲27.7	 ▲14.4	 ▲30.4	 ▲15.2	 ▲36.4	 ▲17.0	 ▲16.3	 ▲10.9
(飲食業)④		 ▲14.9	 ▲10.8	 ▲12.7	 ▲6.5	 ▲23.4	 ▲21.7	 ▲8.5	 ▲4.3
(食品産業計)①~④計		 ▲21.0	 ▲11.7	 ▲24.0	 ▲10.1	 ▲26.9	 ▲14.1	 ▲12.0	 ▲11.0

お天気マークは、DI値によって次のとおりとしています。



## 2 輸出・海外進出の取り組み状況について

※本調査における海外進出とは、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。

### 現時点での輸出・海外進出の取組状況

- 食品製造業者の輸出・海外進出の取組みは、「輸出有り」が34.8%、「海外進出有り」が2.6%、「輸出・海外進出ともに有り」が3.7%となり、合わせて41.1%が輸出または海外進出に取り組んでいる。
- 輸出または海外進出に取り組んでいる割合を前回調査(平成25年7月実施)と比較すると、食品製造業(24.5%→41.1%)は約1.6倍に増加した。
- 食品製造業を取扱品目別にみると、酒類(83.4%)は8割以上が輸出または海外進出に取り組んでおり、最も高くなった。次いで調味料(56.5%)、水産食品(47.7%)となった。

図1 現時点での輸出・海外進出の取組状況(食品製造業)

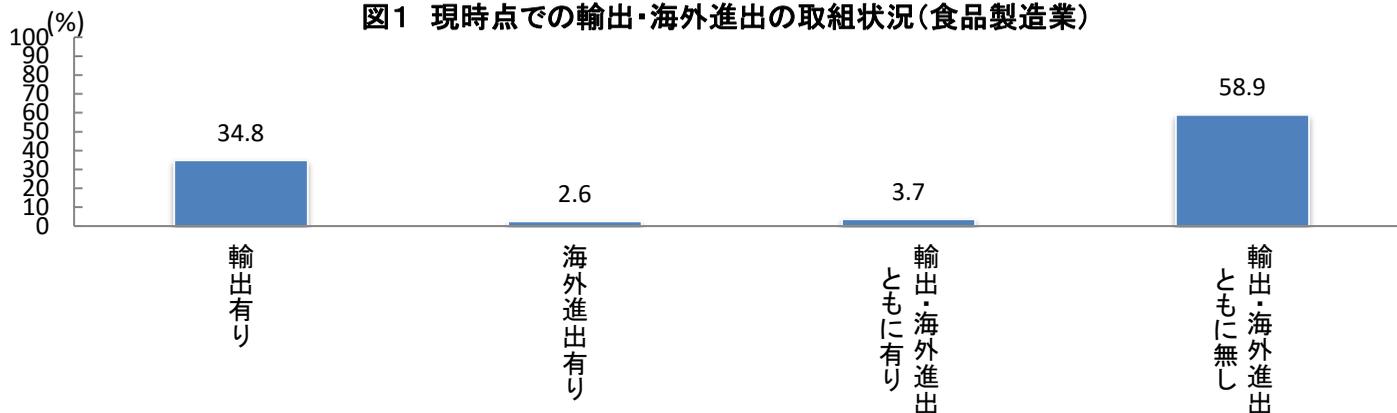


図2 輸出・海外進出に取り組んでいる割合

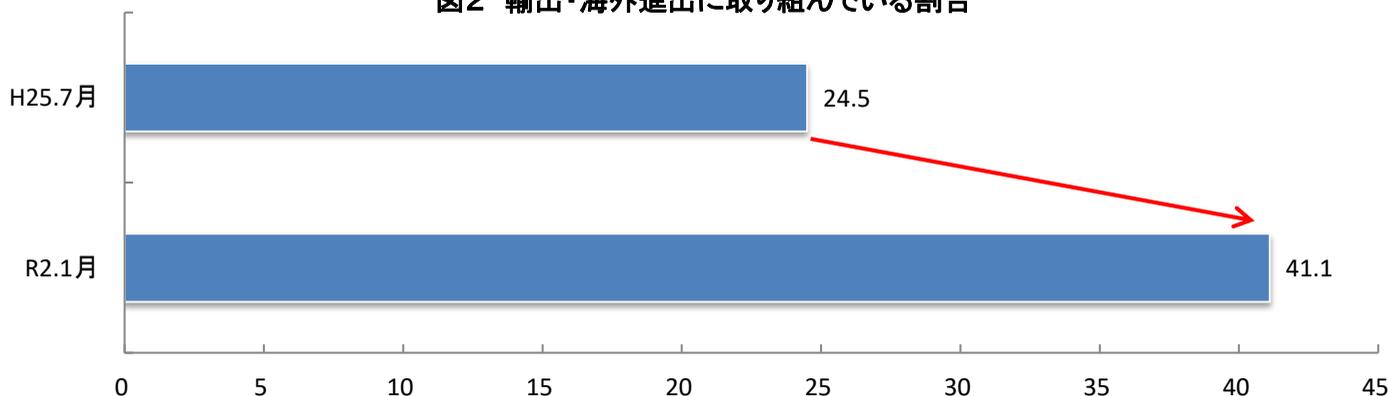


図3 業種別 現在の輸出・海外進出の取組状況

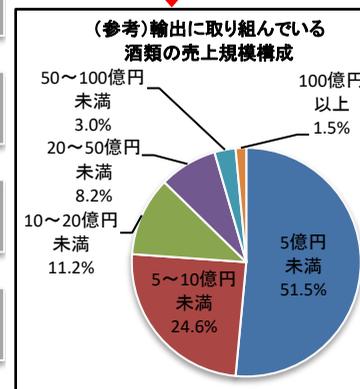
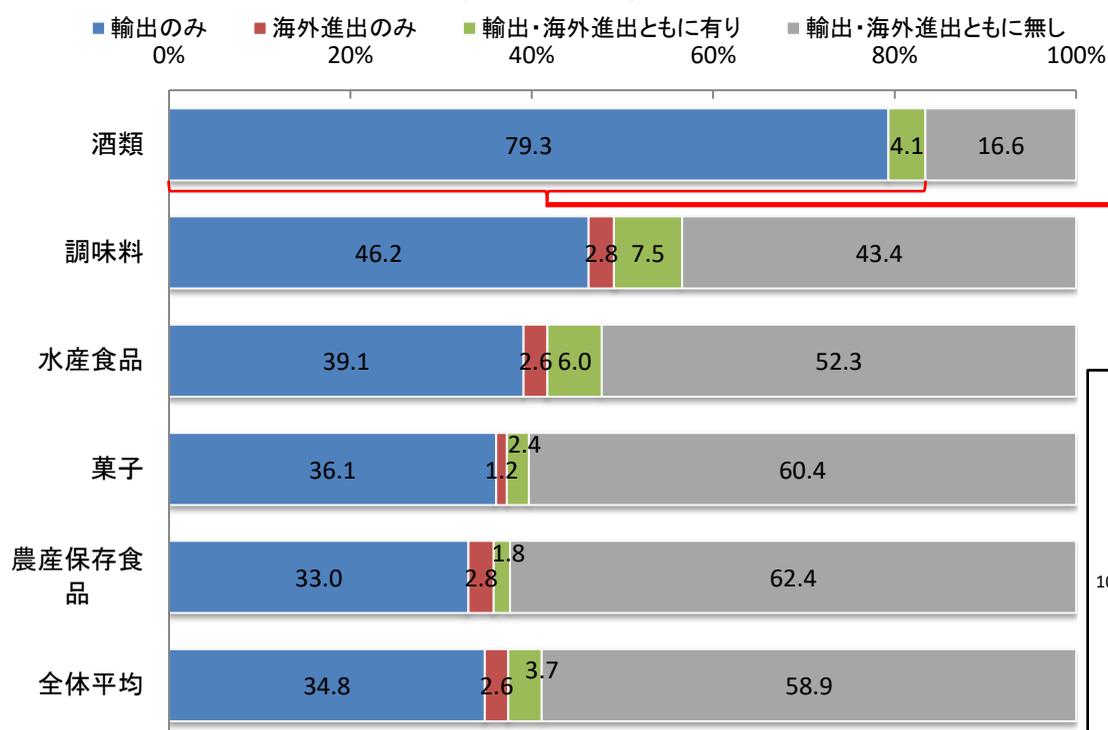
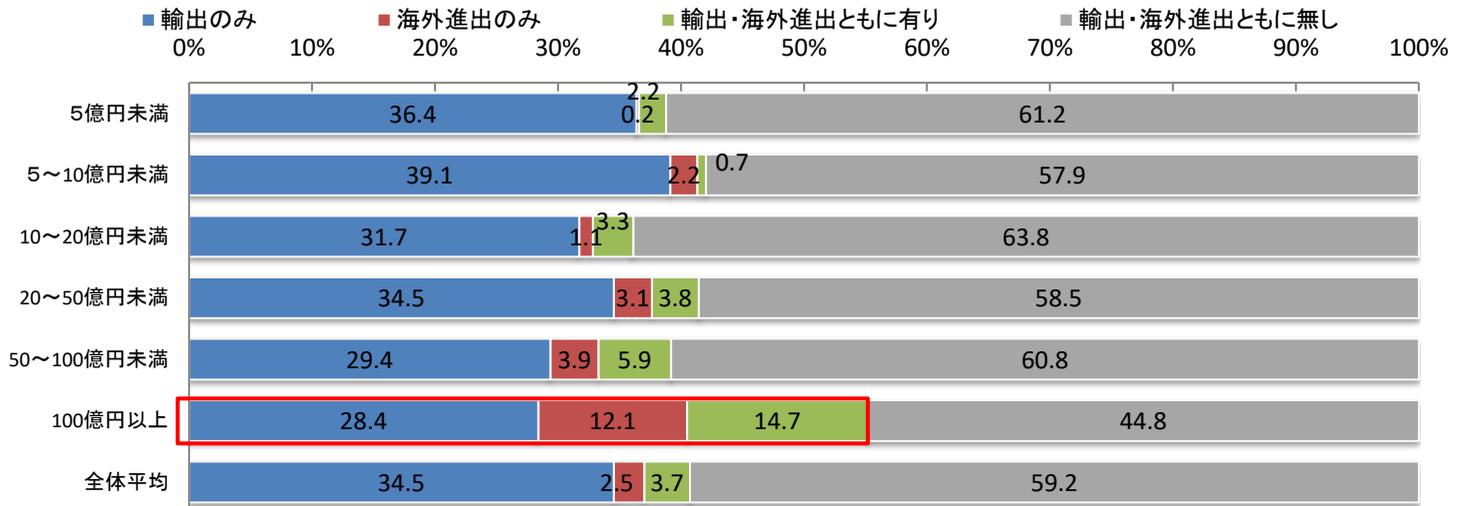
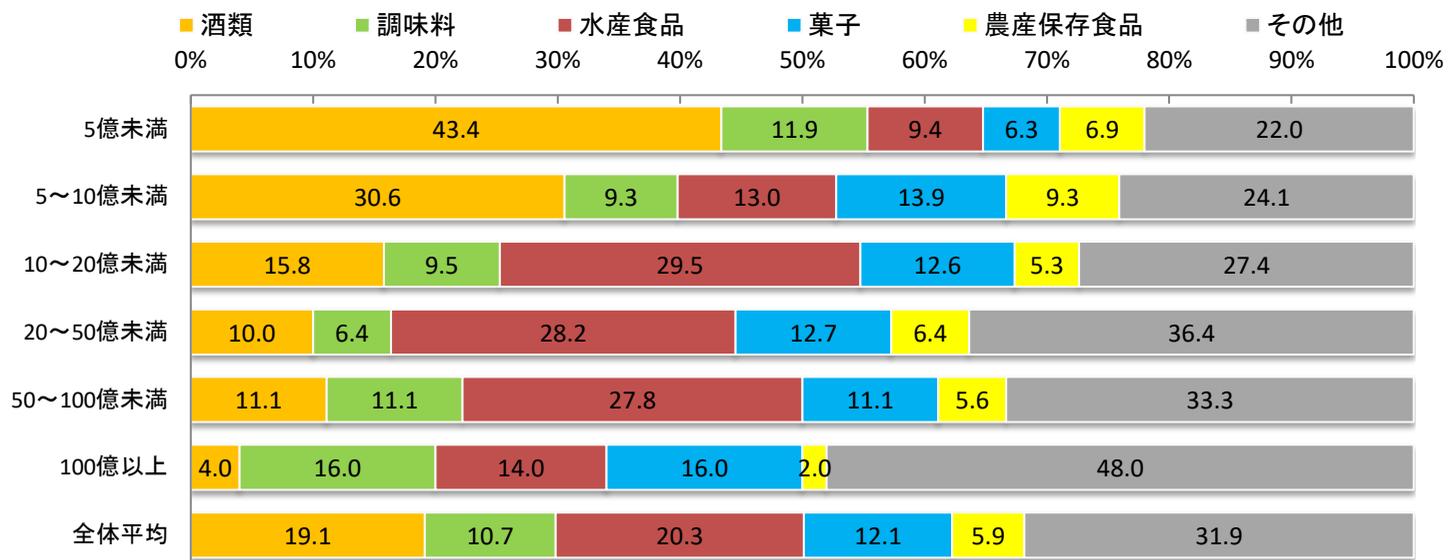


図4 売上規模別 現在の輸出・海外進出の取組状況



(参考)売上高別 輸出に取り組んでいる企業の取扱品目内訳



今後の輸出・海外進出の取組予定

- 「輸出・海外進出ともに無し」と回答した食品製造業者を対象に、今後の輸出・海外進出に取り組む予定の有無を調査したところ、「輸出に取り組む予定あり」10.4%、「輸出・海外進出ともに取り組む予定なし」87.1%となった。
- 取扱品目別にみると、「酒類」は36.0%が輸出・海外進出に取り組む予定であると回答。

図5 今後の輸出・海外進出の取組予定

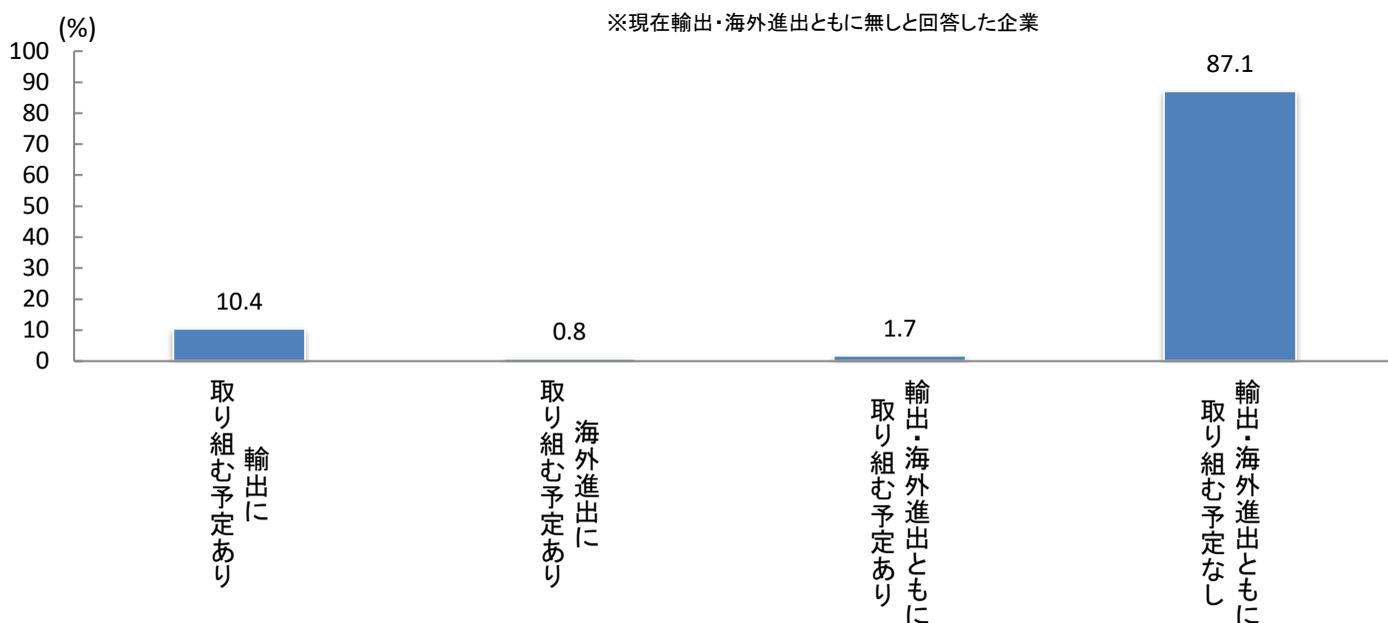
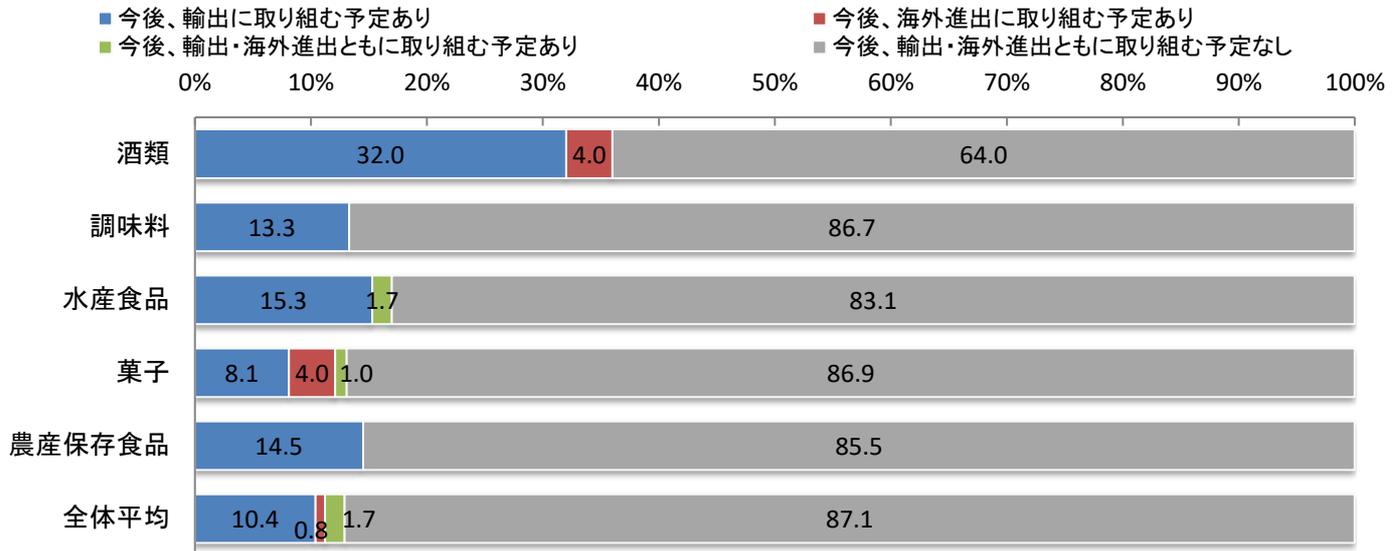


図6 取扱品目別 今後の輸出・海外進出の取組予定



全体売上のうち輸出・海外進出関連の占める割合

- 輸出もしくは海外進出に取り組んでいる食品製造業者に対し、全体の売上のうち輸出・海外進出に関連する売上が占める割合を調査したところ、「5%未満」(72.9%)、「5%以上10%未満」(14.0%)で大半を占め、輸出・海外進出関連の売上が「50%以上」の食品製造業者は1.0%と僅少であった。
- 取扱品目別にみると、水産食品は全体の売上の“20%以上”を輸出・海外進出関連が占める者が15.7%となり、他の品目と比べて高い。
- 売上規模別にみると、いずれの階層でも「5%未満」が過半を占め、その割合はいずれも70%内外となっている。

図7 全体売上のうち輸出・海外進出関連の占める割合

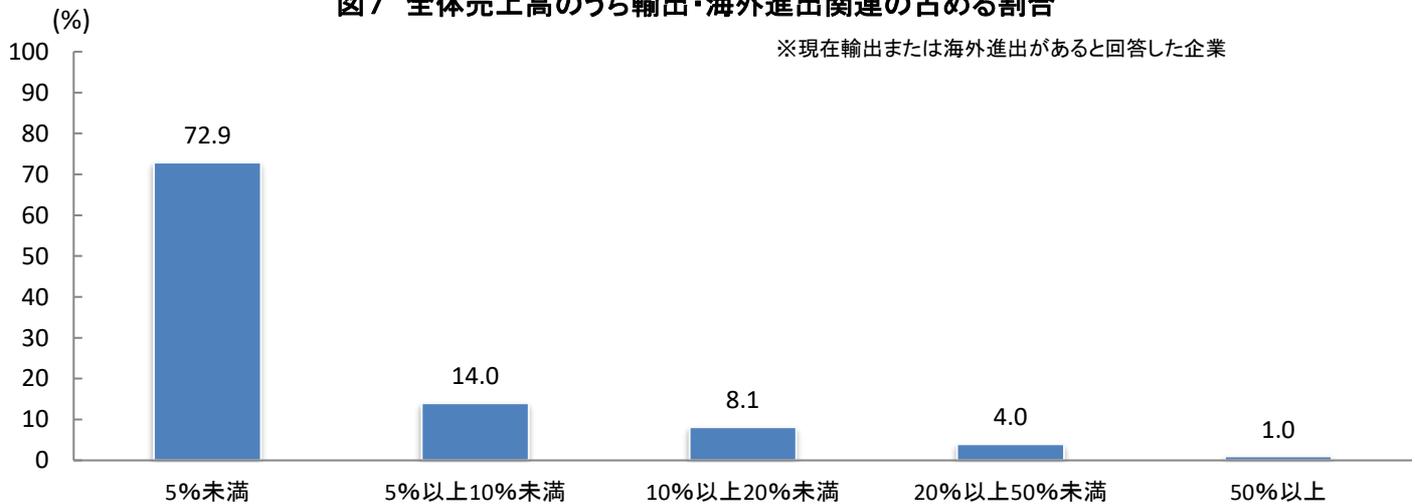


図8 業種別 全体売上に占める輸出・海外進出関連の売上

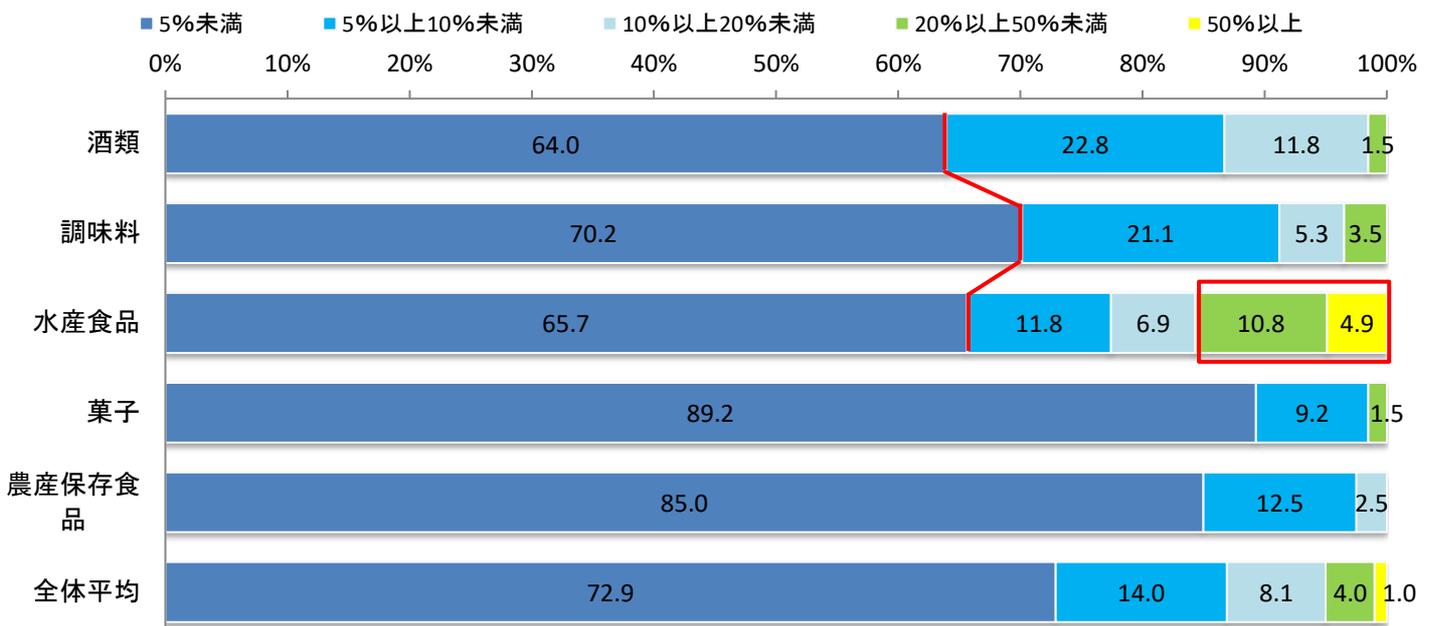
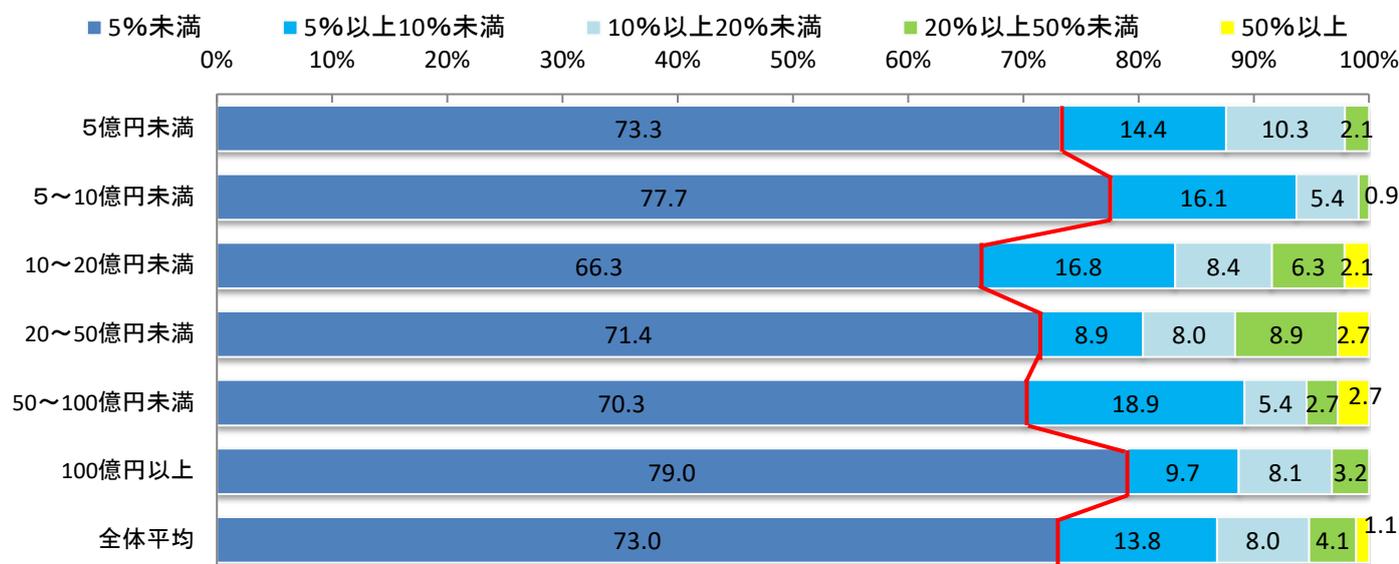


図9 売上規模別 全体売上高に占める輸出・海外進出関連の売上



### 輸出・海外進出先の対象国・地域

○ 現在輸出もしくは海外進出に取り組んでいる食品製造業者を対象に、輸出・海外進出先の対象国・地域を調査したところ、「香港」が51.2%で最も多く、次いで「台湾」50.7%、「米国」50.3%と続き、「中国」は42.1%で第4位、「EU」は29.1%で第7位となった。

○ 今後、新たにもしくは拡大したい輸出・海外進出先の対象国(地域)は、「中国」(31.1%)が最も多く、次いで「ベトナム」27.6%、「米国」27.4%、「台湾」23.5%、「EU」23.1%となった。

図10 輸出・海外進出先の対象国・地域(あてはまるすべてを回答)

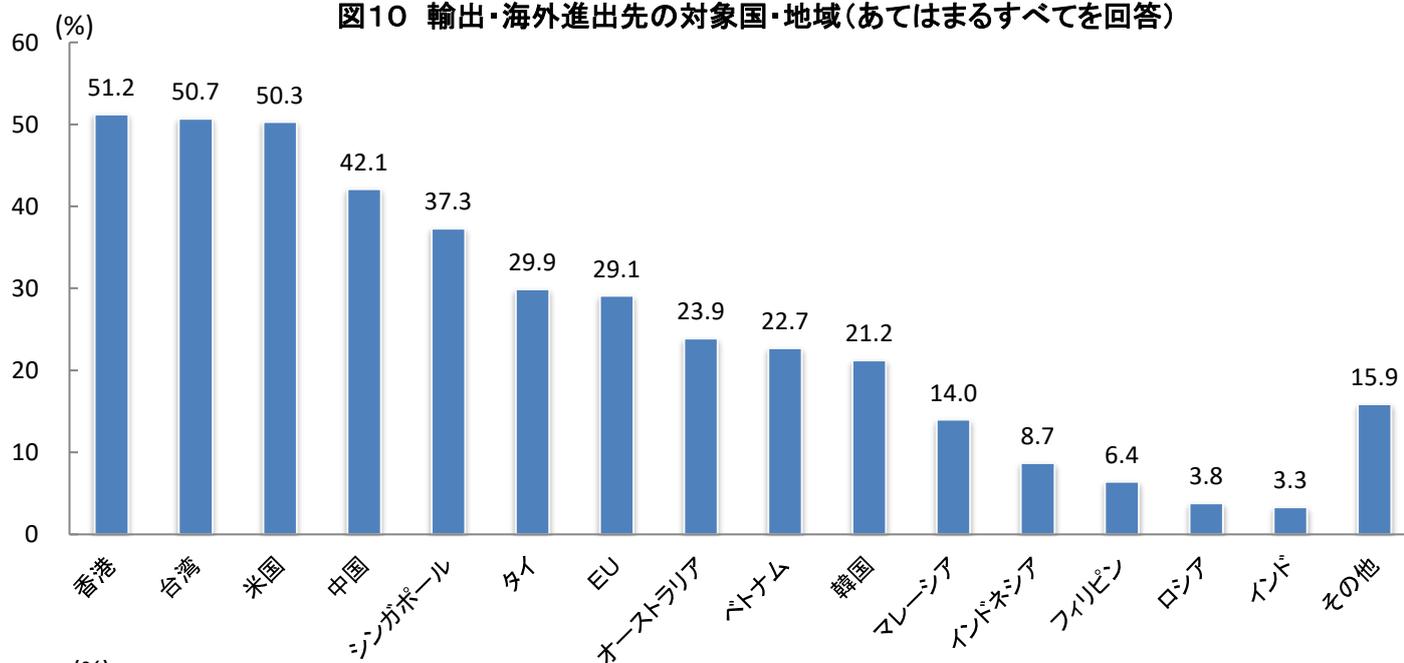
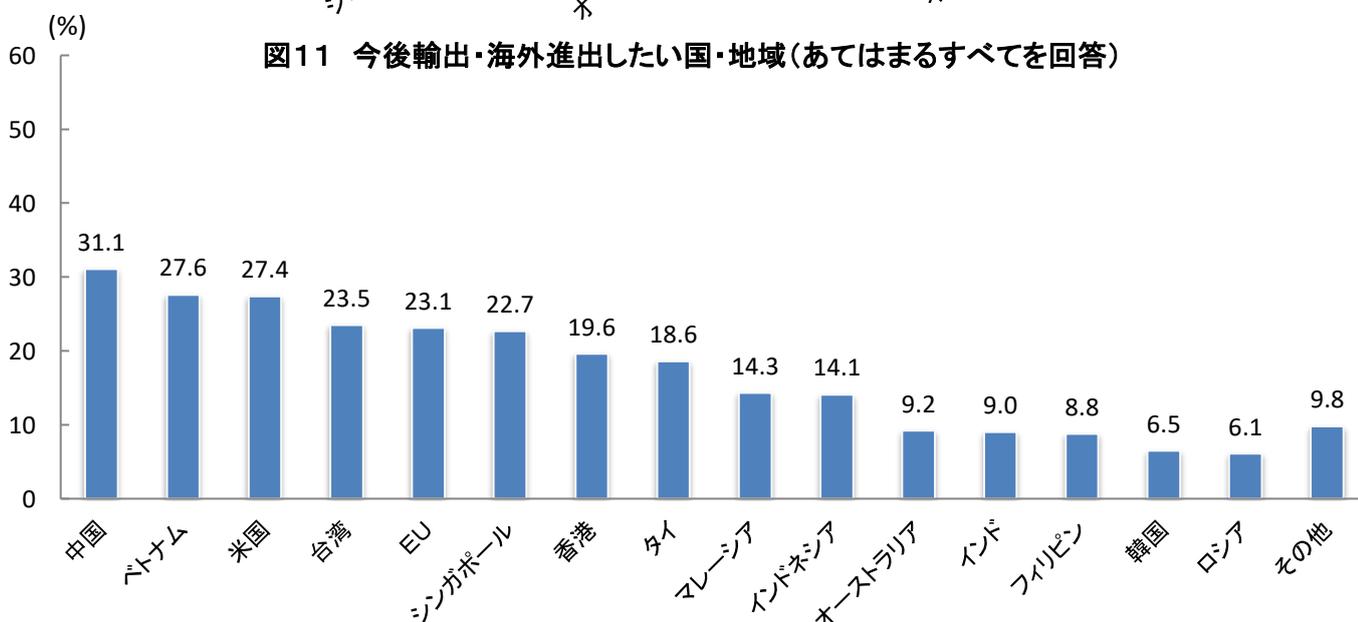


図11 今後輸出・海外進出したい国・地域(あてはまるすべてを回答)



(参考)取扱品目別 今後輸出・海外進出したい国・地域(上位3つ)

	1位	2位	3位
水産食品	中国	ベトナム	シンガポール/米国
農産保存食品	台湾/米国	中国	シンガポール/ベトナム
調味料	E U	米国	中国
菓子	中国	ベトナム	台湾
酒類	米国	中国	E U

輸出・海外進出の課題

○ 輸出・海外進出における課題は、「販路開拓」(53.9%)が最も多く、次いで「輸出・海外展開を任せられる人材の育成」(43.8%)、「現地の法律や商習慣情報の不足」(38.2%)と続き、「現地のビジネスパートナーが見つからない」(23.1%)、「国際的な規格・認証の取得」(21.4%)、「価格競争力」(19.5%)となった。

○ 取扱品目別に課題をみると、「輸出・海外展開を任せられる人材の育成」はどの品目でも50%内外と高く、共通の課題であることがうかがえる。その他、菓子では「価格競争力」、酒類では「販路開拓」の割合が他品目に比べて高い。

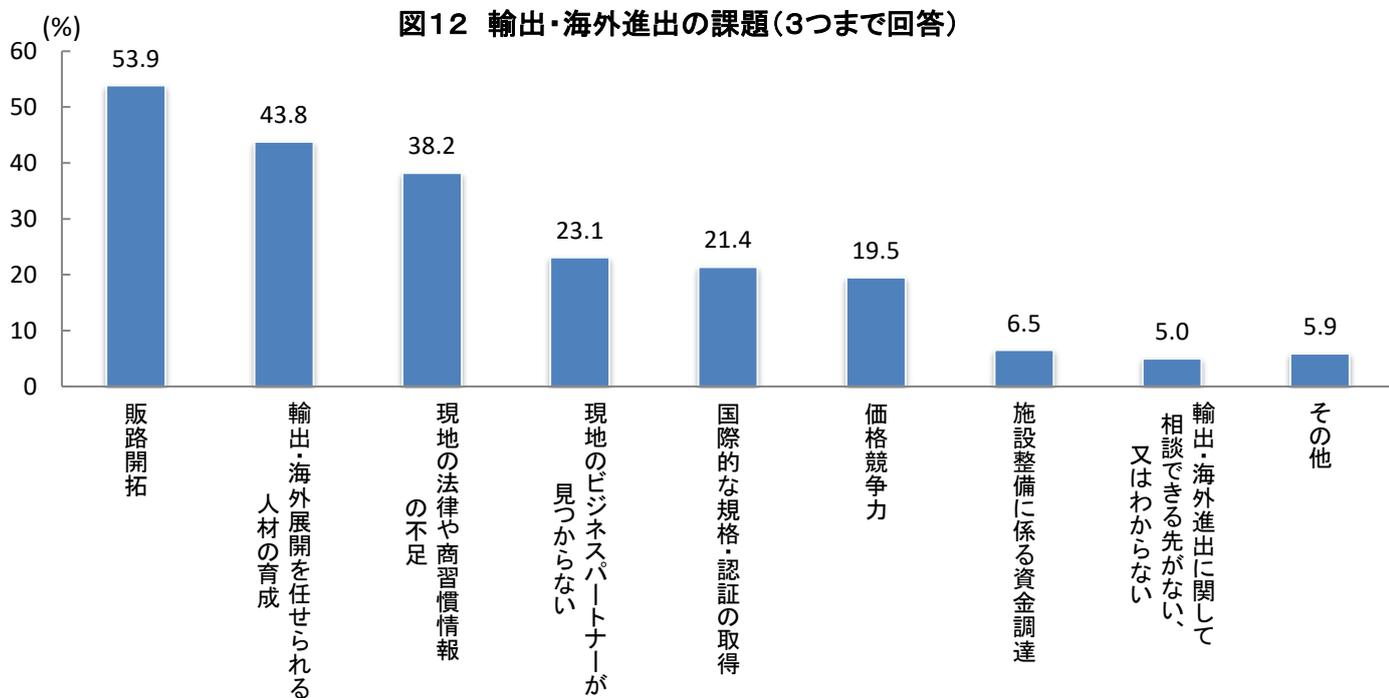


図13 取扱品目別 輸出・海外進出の課題

