

# 食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況について
- 2 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について
- 3 今後の経営発展に向け取り組みたい課題について
- 4 輸出の取組みについて
- 5 輸出に取り組む際の課題について（製造業）

## 調査要領

**調査時点** 令和3年1月1日

**調査方法** 調査票による郵送アンケート調査

**調査対象企業**

公庫取引先を含む全国の食品関係企業 6,709社

有効回収数 2,451社（回収率：36.5%）

〈内訳〉	食品製造業	1,588社
	食品卸売業	573社
	食品小売業	210社
	飲食業	80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。

令和3年3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 食品産業の景況について

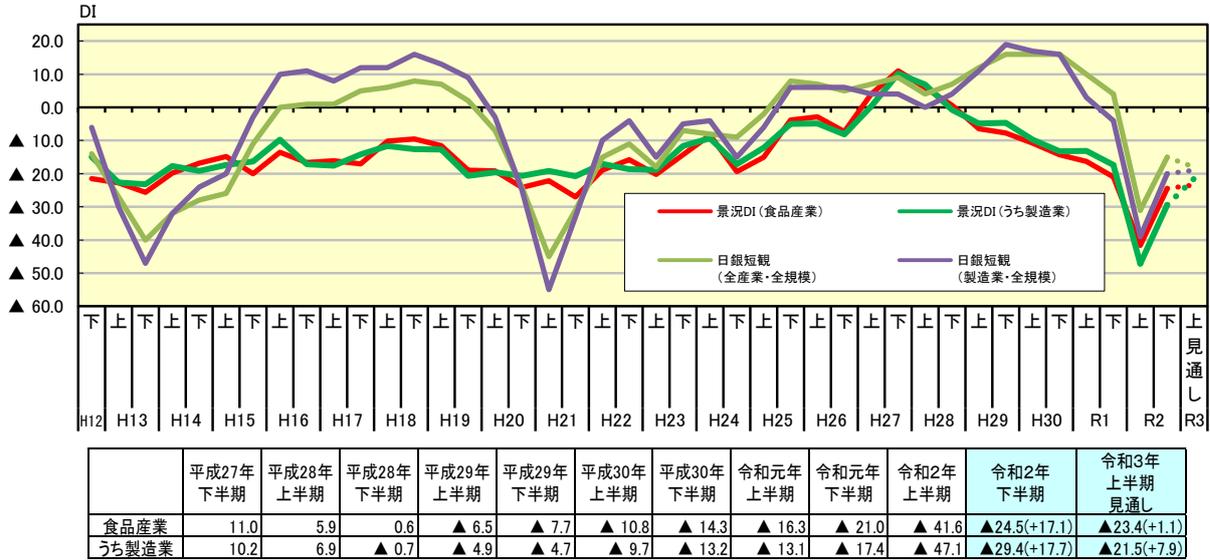
## 景況DI (景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均して算出)

### 【実績】

・令和2年下半期の食品産業の景況DIは令和2年上半期から17.1ポイント上昇し、▲24.5となった。

### 【見通し】

・食品産業の景況DIの令和3年上半期の見通しは、令和2年下半期から1.1ポイント上昇し▲23.4となった。



( )は前回との差

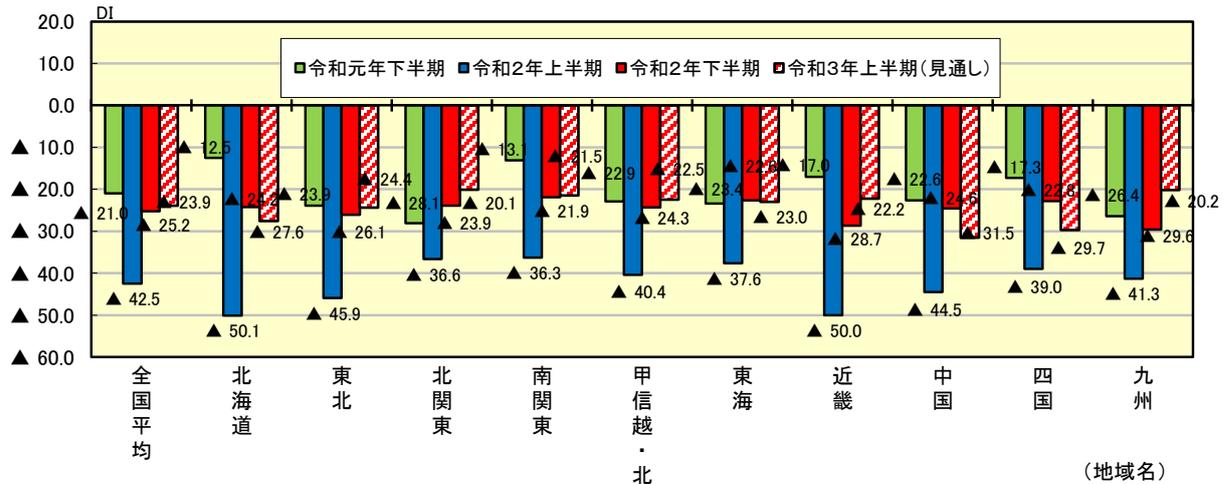
## 地域別景況DI

### 【実績】

・令和2年下半期の地域別景況DIは、▲21.9～▲29.6の幅でマイナス値となったが、すべての地域で上昇が確認された。地域別では、北海道(+25.9ポイント)、近畿(+21.3ポイント)、中国(+19.9ポイント)の順に上昇幅が大きくなった。

### 【見通し】

・地域別景況DIの令和3年上半期の見通しは、北関東、近畿、九州などの地域でマイナス幅が縮小するものの、すべての地域で▲20.0を超えるマイナス値となった。



(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)

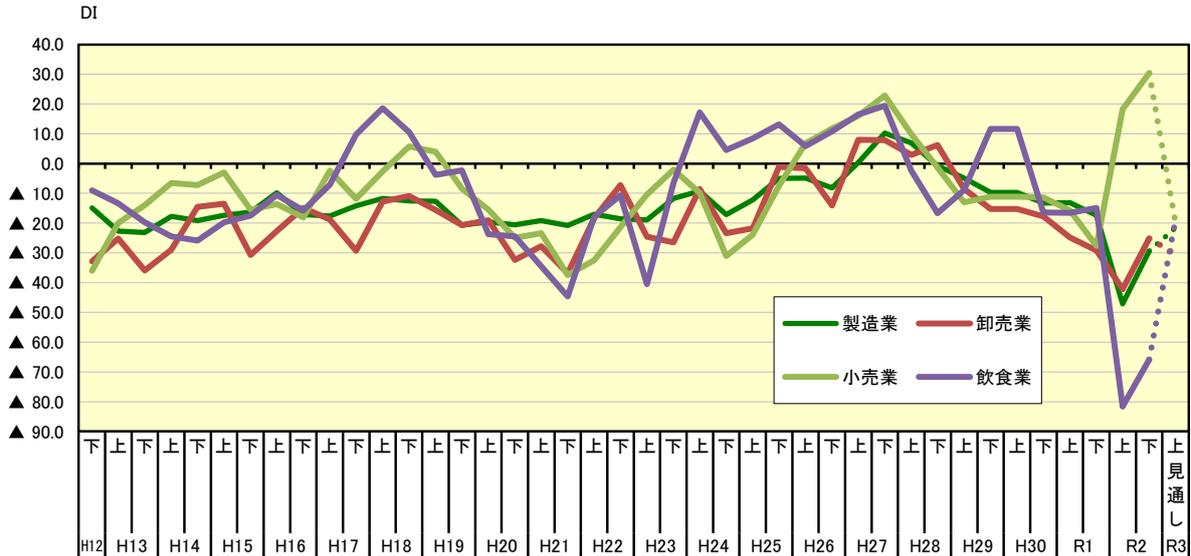
## 業種別景況DI

### 【実績】

・令和2年下半期の業種別の景況DIは、製造業、卸売業、飲食業で引き続きマイナス値となったが、いずれの業種も上昇の動きとなりマイナス幅は縮小した。前回調査でプラス値に転換した小売業は、さらに12.1ポイント上昇し、30.4となった。

### 【見通し】

・令和3年上半期の業種別の景況DIは、令和2年上半期から上昇傾向にあった小売業で50.6ポイント低下し▲20.2となった。一方で、令和2年上半期から大幅なマイナス値となっている飲食業は、47.3ポイント上昇し▲18.6となった。



	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	令和2年 下半期	令和3年 上半期 見通し
製造業	10.2	6.9	▲0.7	▲4.9	▲9.7	▲9.7	▲13.2	▲13.1	▲17.4	▲47.1	▲29.4(+17.7)	▲21.5(+7.9)
卸売業	7.9	2.9	6.2	▲8.5	▲15.3	▲15.3	▲17.8	▲24.8	▲29.2	▲42.2	▲25.2(+17.0)	▲30.5(-5.3)
小売業	22.9	9.9	▲1.3	▲13.0	▲11.1	▲11.1	▲11.4	▲15.7	18.3	30.4(+12.1)	▲20.2(-50.6)	
飲食業	19.4	▲2.4	▲16.7	▲8.9	11.6	11.6	▲16.5	▲16.6	▲14.9	▲81.6	▲65.9(+15.7)	▲18.6(+47.3)

( )は前回との差

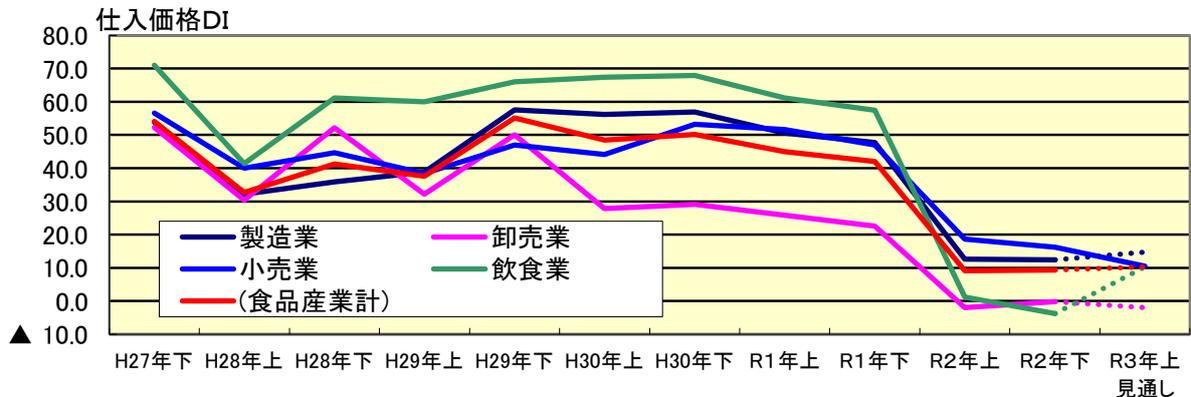
## 仕入価格DI (「上昇」の割合から「低下」の割合を引いた値)

### 【実績】

・令和2年下半期の仕入価格DIは0.2ポイント上昇し9.3となった。

### 【見通し】

・令和3年上半期の仕入価格DIは上期から1.0ポイント上昇し10.3となる見通し。



	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	令和2年 下半期	令和3年 上半期 見通し
食品産業	54.1	32.7	41.3	37.6	55.1	48.5	50.2	45.0	42.0	9.1	9.3(+0.2)	10.3(+1.0)
うち製造業	53.8	32.2	35.9	38.8	57.5	56.2	56.9	50.6	47.7	12.6	12.4(-0.2)	14.7(+2.3)
うち卸売業	52.3	30.4	52.2	32.2	50.0	27.8	29.1	25.8	22.5	-2.0	▲0.2(+1.8)	▲2.0(-1.8)
うち小売業	56.6	40.0	44.6	38.4	47.0	44.1	53.2	51.6	47.0	18.6	16.2(-2.4)	10.5(-5.7)
うち飲食業	71.0	41.4	61.1	60.0	66.0	67.4	67.9	61.1	57.4	1.2	▲3.8(-5.0)	10.3(+14.1)

( )は前回との差

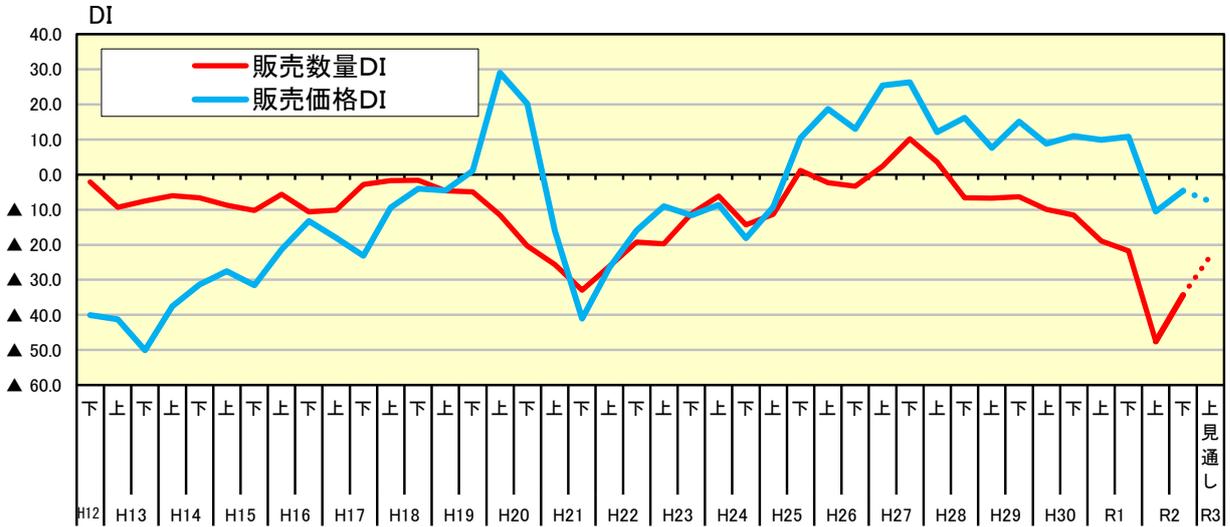
## 販売数量DIと販売価格DI（「上昇(増加)」の割合から「低下(減少)」の割合を引いた値）

### 【販売数量】

- ・令和2年下半期の販売数量DIは13.2ポイント上昇し、▲34.4となった。
- ・令和3年上半期の販売数量DIは11.1ポイント上昇し▲23.3となる見通し。

### 【販売価格】

- ・令和2年下半期の販売価格DIは5.9ポイント上昇し、▲4.6となった。
- ・令和3年上半期の販売価格DIは3.0ポイント低下し▲7.6となる見通し。



	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	令和2年 下半期	令和3年 上半期 見通し
販売数量DI	10.2	3.6	▲6.6	▲6.7	▲6.3	▲9.9	▲11.5	▲18.9	▲21.8	▲47.6	▲34.4(+13.2)	▲23.3(+11.1)
販売価格DI	26.3	12.1	16.2	7.6	15.1	8.8	11.0	9.9	10.8	▲10.5	▲4.6(+5.9)	▲7.6(-3.0)

( )は前回との差

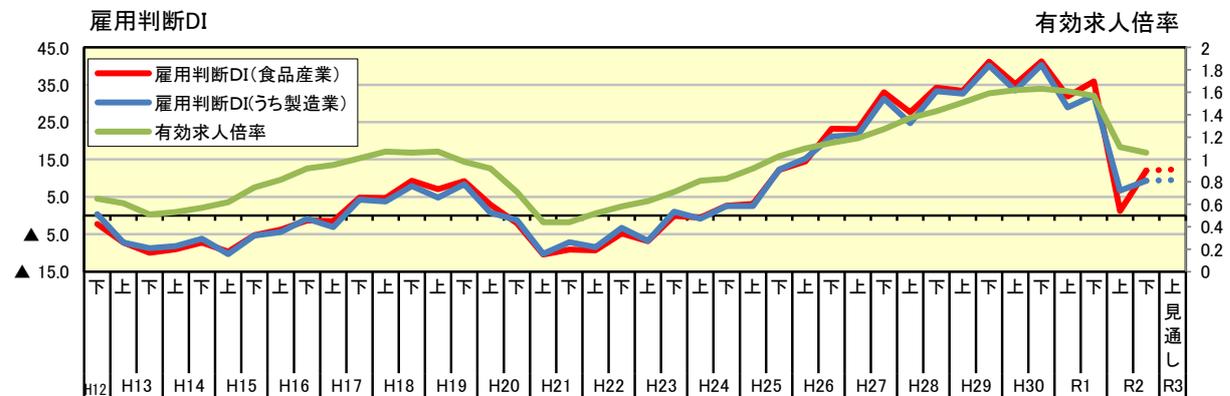
## 雇用判断DI（「不足」の割合から「過剰」の割合を引いた値）

### 【実績】

- ・令和2年下半期の雇用判断DIは前回調査(令和2年上半期)で大幅に低下したものの、今回調査では10.8ポイント上昇し12.0となった。

### 【見通し】

- ・令和3年上半期の雇用判断DIは0.3ポイント上昇し12.3となる見通し。



	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	令和2年 下半期	令和3年 上半期 見通し
食品産業	33.0	27.6	34.2	33.4	41.2	35.2	41.3	31.9	35.9	1.2	12.0(+10.8)	12.3(+0.3)
うち製造業	31.3	24.7	33.3	32.6	40.1	33.5	40.3	29.0	32.2	6.7	9.3(+2.6)	9.5(+0.2)

( )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3年1月時点の令和3年通年の設備投資見通し)は▲5.1となった。



(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。

	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
設備投資DI (修正見通し:7月)	▲ 4.5	▲ 3.8	3.2	3.3	3.3	8.9	10.9	9.9	8.4	6.1	▲ 11.2	
設備投資DI (修正見通し:1月)	▲ 19.1	▲ 10.5	▲ 4.9	▲ 1.1	3.1	▲ 1.3	8.4	5.8	6.7	7.0	0.5	▲ 5.1(-5.6)

( )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2年 下半期	令和3年 上半期	令和2年 下半期	令和3年 上半期	令和2年 下半期	令和3年 上半期	令和2年 下半期	令和3年 上半期
製 造 業	食肉加工品	▲ 11.6	▲ 19.5	▲ 15.5	▲ 19.3	▲ 15.4	▲ 25.9	▲ 3.9	▲ 13.4
	牛乳・乳製品	▲ 16.9	▲ 5.3	▲ 15.6	▲ 9.2	▲ 23.4	▲ 7.9	▲ 11.7	▲ 1.3
	水産食品	▲ 29.7	▲ 18.0	▲ 48.5	▲ 21.0	▲ 27.9	▲ 18.2	▲ 12.7	▲ 14.8
	農産保存食品	▲ 26.9	▲ 24.8	▲ 35.7	▲ 23.0	▲ 31.2	▲ 30.3	▲ 13.8	▲ 21.1
	調味料	▲ 29.8	▲ 22.0	▲ 41.0	▲ 22.4	▲ 30.2	▲ 25.3	▲ 18.1	▲ 18.3
	糖類	0.0	▲ 5.6	▲ 66.6	▲ 16.7	▲ 50.0	0.0	▲ 16.7	0.0
	精穀・製粉	▲ 37.7	▲ 35.3	▲ 55.6	▲ 40.7	▲ 38.9	▲ 48.2	▲ 18.5	▲ 16.9
	パン	▲ 39.3	▲ 18.0	▲ 66.7	▲ 28.2	▲ 38.4	▲ 10.3	▲ 12.8	▲ 15.4
	菓子	▲ 45.3	▲ 28.1	▲ 56.5	▲ 28.0	▲ 51.2	▲ 26.7	▲ 28.1	▲ 29.6
	油脂	▲ 52.1	▲ 22.9	▲ 81.3	▲ 25.0	▲ 56.3	▲ 31.3	▲ 18.8	▲ 12.5
	めん類	▲ 1.6	▲ 17.6	▲ 1.6	▲ 16.4	▲ 1.7	▲ 21.6	▲ 5.0	▲ 14.7
	冷凍食品	▲ 10.7	▲ 4.6	▲ 13.6	▲ 5.2	▲ 10.2	▲ 6.9	▲ 8.4	▲ 1.8
	炊飯・そう菜	▲ 31.2	▲ 11.6	▲ 39.7	▲ 9.5	▲ 25.4	▲ 9.5	▲ 28.6	▲ 15.9
	飲料	▲ 40.1	▲ 27.9	▲ 57.2	▲ 28.6	▲ 40.8	▲ 30.6	▲ 22.4	▲ 24.5
	酒類	▲ 55.2	▲ 35.3	▲ 77.1	▲ 40.7	▲ 63.3	▲ 40.1	▲ 25.3	▲ 25.1
	その他	▲ 29.5	▲ 23.5	▲ 38.6	▲ 25.2	▲ 24.9	▲ 25.7	▲ 24.9	▲ 19.5
	(製造業) ①		▲ 29.4	▲ 21.5	▲ 41.9	▲ 22.9	▲ 30.0	▲ 23.6	▲ 16.2
卸 売 業	各種商品	▲ 43.8	▲ 26.8	▲ 56.6	▲ 34.6	▲ 56.6	▲ 32.1	▲ 18.1	▲ 13.6
	穀類・豆類	▲ 41.4	▲ 39.8	▲ 51.9	▲ 48.1	▲ 58.5	▲ 55.7	▲ 13.8	▲ 15.7
	青果物	▲ 7.1	▲ 23.3	▲ 8.6	▲ 23.5	▲ 11.0	▲ 32.0	▲ 1.8	▲ 14.3
	食肉	▲ 26.7	▲ 16.9	▲ 49.1	▲ 12.7	▲ 18.1	▲ 23.6	▲ 13.0	▲ 14.5
	生鮮魚介	▲ 49.8	▲ 43.3	▲ 78.9	▲ 53.4	▲ 54.9	▲ 49.1	▲ 15.6	▲ 27.4
	その他生鮮品	▲ 40.0	▲ 40.0	▲ 48.0	▲ 44.0	▲ 40.0	▲ 44.0	▲ 32.0	▲ 32.0
	その他飲食品	▲ 30.8	▲ 33.5	▲ 55.2	▲ 47.4	▲ 34.7	▲ 38.6	▲ 2.6	▲ 14.6
(卸売業計) ②		▲ 25.2	▲ 30.5	▲ 38.5	▲ 35.8	▲ 28.0	▲ 38.2	▲ 9.1	▲ 17.6
② 関 係 者 の う ち の 市 場	うち市場開設兼卸売	▲ 14.8	▲ 41.7	▲ 29.2	▲ 54.2	▲ 10.9	▲ 50.0	▲ 4.2	▲ 20.8
	うち市場卸売	▲ 20.4	▲ 33.5	▲ 34.5	▲ 38.1	▲ 14.2	▲ 41.1	▲ 12.5	▲ 21.4
	うち市場仲卸	▲ 18.9	▲ 36.6	▲ 22.8	▲ 38.0	▲ 21.4	▲ 45.6	▲ 12.5	▲ 26.3
(小売業計) ③		▲ 30.4	▲ 20.2	▲ 30.3	▲ 27.5	▲ 42.4	▲ 22.2	▲ 18.5	▲ 11.0
(飲食業) ④		▲ 65.9	▲ 18.6	▲ 85.0	▲ 15.2	▲ 67.1	▲ 20.5	▲ 45.6	▲ 20.2
(食品産業計) ①～④計		▲ 24.5	▲ 23.4	▲ 36.4	▲ 26.1	▲ 24.5	▲ 26.8	▲ 12.5	▲ 17.4

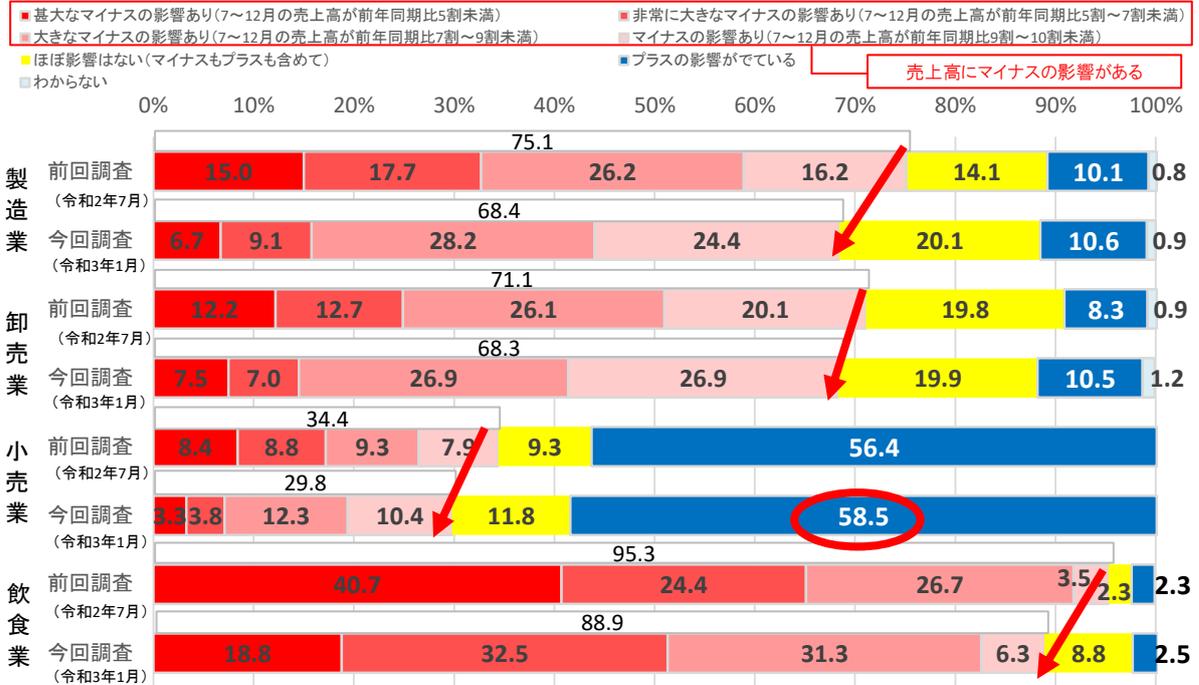
お天気マークは、DI値によって次のとおりとしています。



## 2 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について

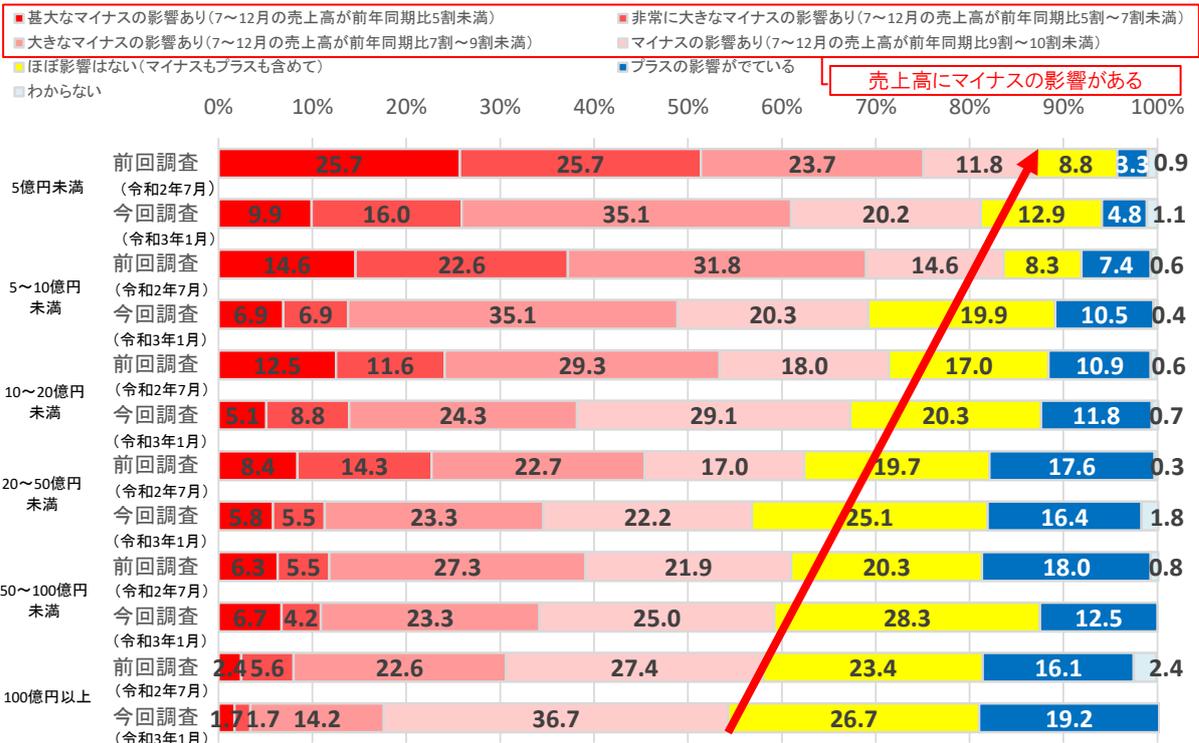
### 2-1 売上高への影響について(業種別)

- ・新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響については、全業種でマイナスの影響があるとする割合が低下したが、依然として飲食業の88.9%、製造業の68.4%、卸売業の68.3%でマイナスの影響があるとする回答になった。
- ・小売業では58.5%が「プラスの影響がでている」と回答し、前回(令和2年7月)調査から2.1ポイント上昇した。



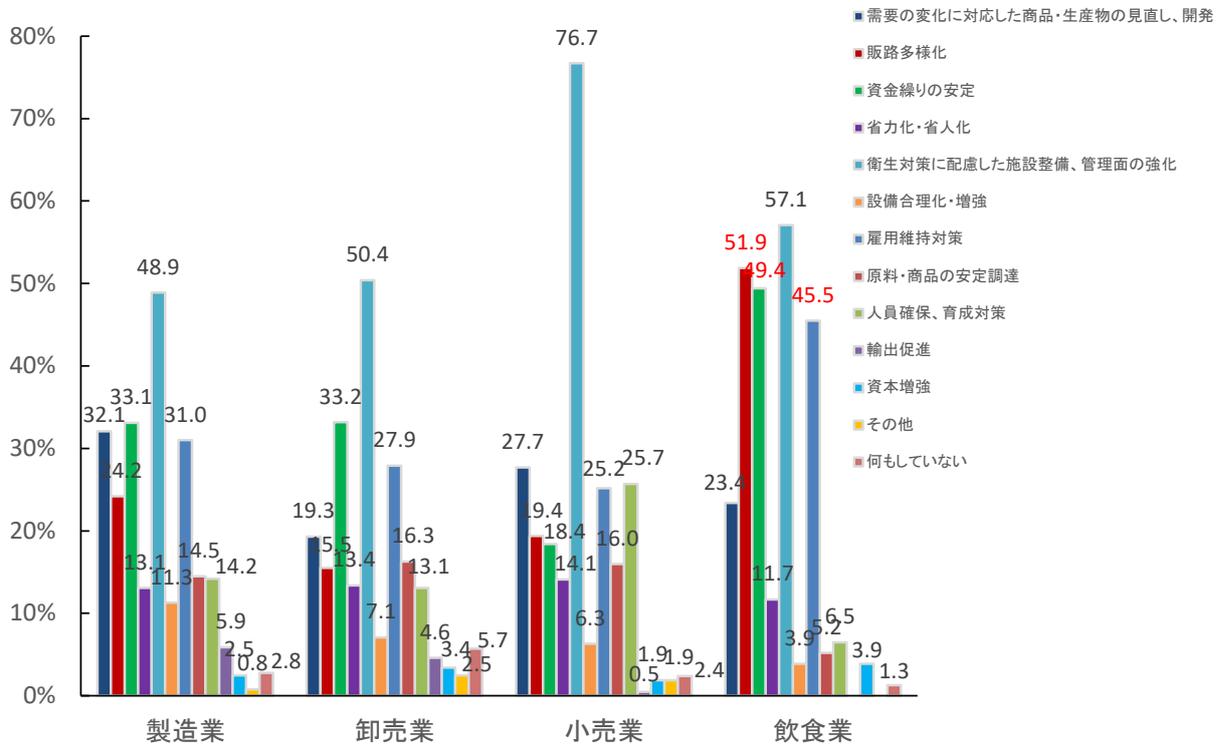
### 2-1 売上高への影響について(製造業 売上規模別)

製造業(売上規模別)では、前回(令和2年7月)調査同様に、売上規模が小さいほどマイナスの影響があるとする回答割合が高くなった。



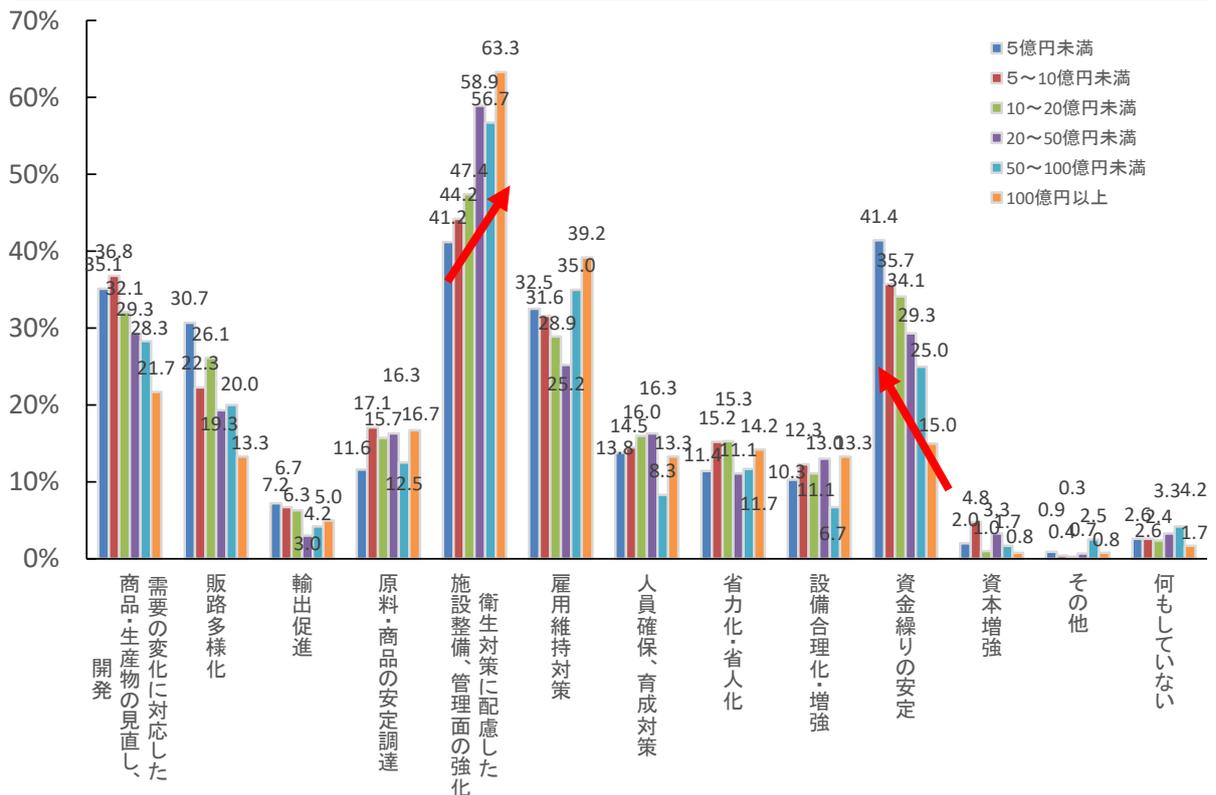
## 2-2 重点的に実行した取組みについて(業種別/3つまでの複数回答)

- ・新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて重点的に実施した取組みは、すべての業種で「衛生対策に配慮した施設設備、管理面の強化」が最も高くなった。
- ・飲食業においては「販路多様化」(51.9%)「資金繰りの安定」(49.4%)「雇用維持対策」(45.5%)の回答が4割を超え相対的に高くなった。



## 2-2 重点的に実行した取組みについて(製造業 売上規模別/3つまでの複数回答)

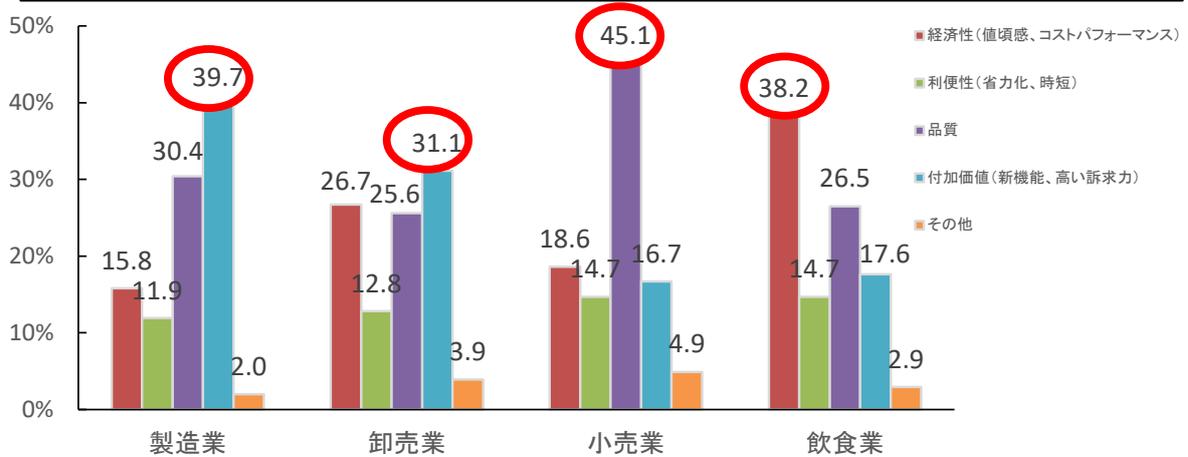
- ・製造業(売上規模別)では、売上規模が大きいほど「衛生対策に配慮した施設整備、管理面の強化」の回答割合が高くなる傾向にある。また、売上規模が小さいほど「資金繰りの安定」の回答割合が高くなった。



## 2-2-1 重視した商品開発コンセプトについて

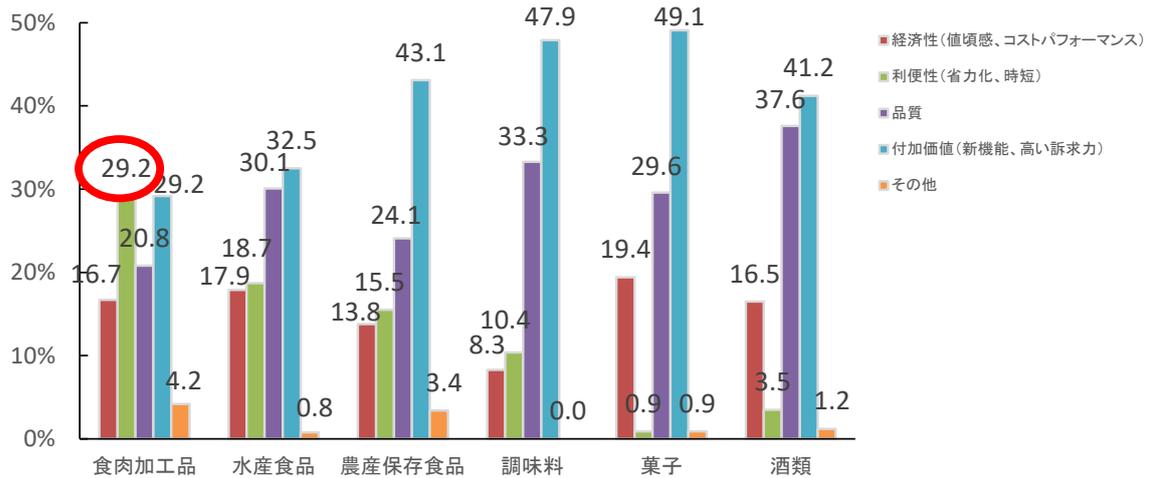
(2-2で「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」を選択した回答者に聞いたもの)

・新型コロナウイルス感染症拡大以降、商品開発のコンセプトとして何を重視したか聞いたところ、製造業と卸売業では「付加価値(新機能・高い訴求力)」、小売業では「品質」、飲食業では「経済性(値頃感、コストパフォーマンス)」という回答が最も多かった。



(2-2で「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」を選択した回答者に聞いたもの)  
(製造業 業態別)

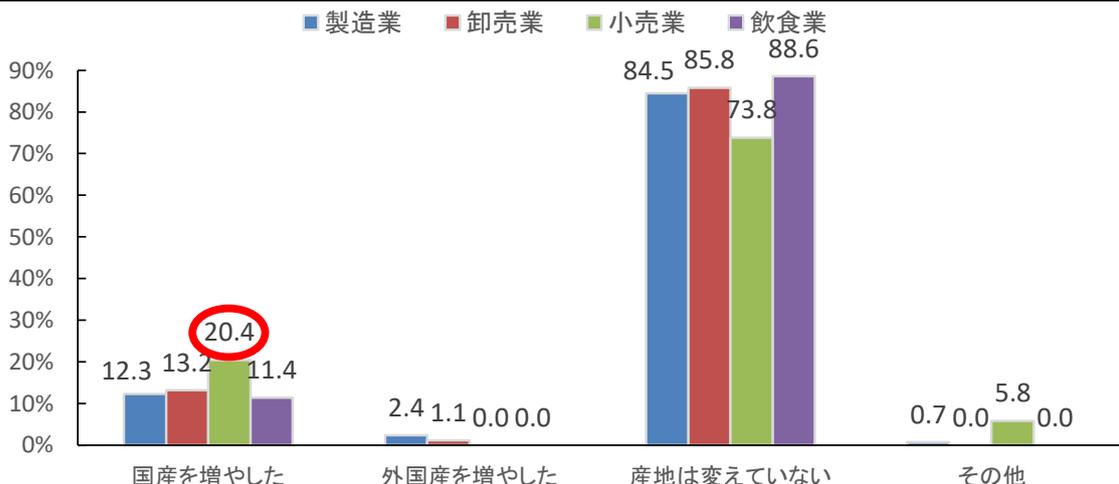
・製造業(製造品目別)では、食肉加工品において「利便性」の回答割合が相対的に高くなった。



## 2-2-2 原材料・商材の産地の変更について

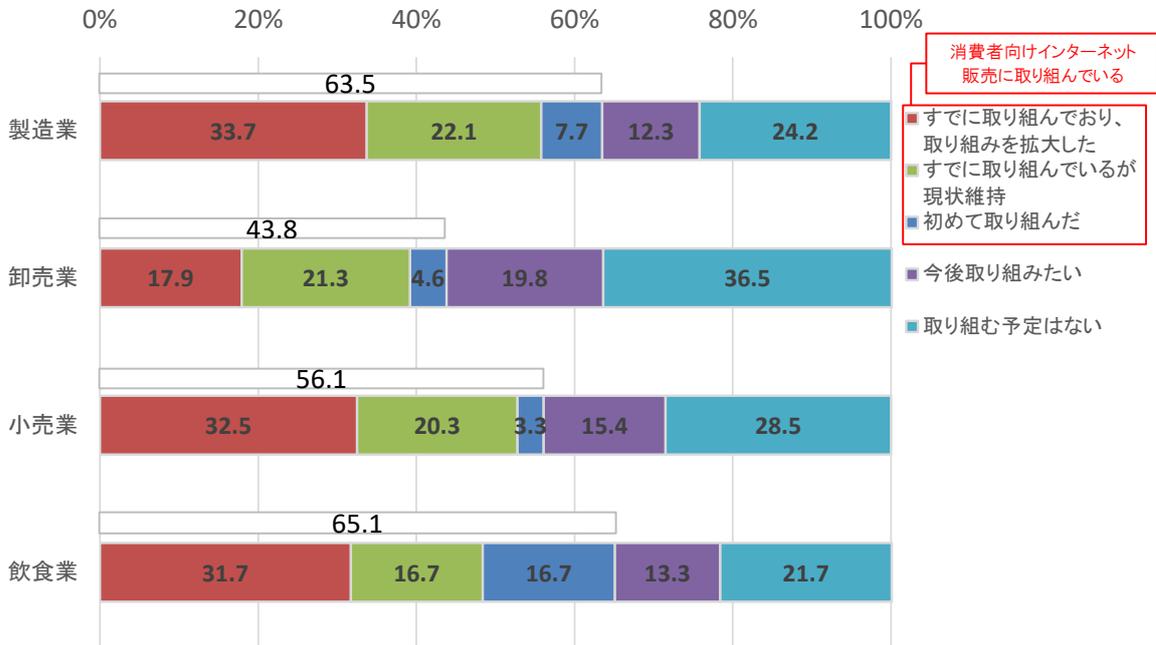
(2-2で「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」を選択した回答者に聞いたもの)

・新型コロナウイルス感染症拡大以降、原材料・商材の産地に変更があったか聞いたところ、すべての業種で「産地は変えていない」という回答が最も多くなった。「国産を増やした」という回答は小売業のみ2割を超え、相対的に高くなった。



## 2-2-3 消費者向けインターネット販売の取組みについて (2-2で「販路の多様化」を選択した回答者に聞いたもの)

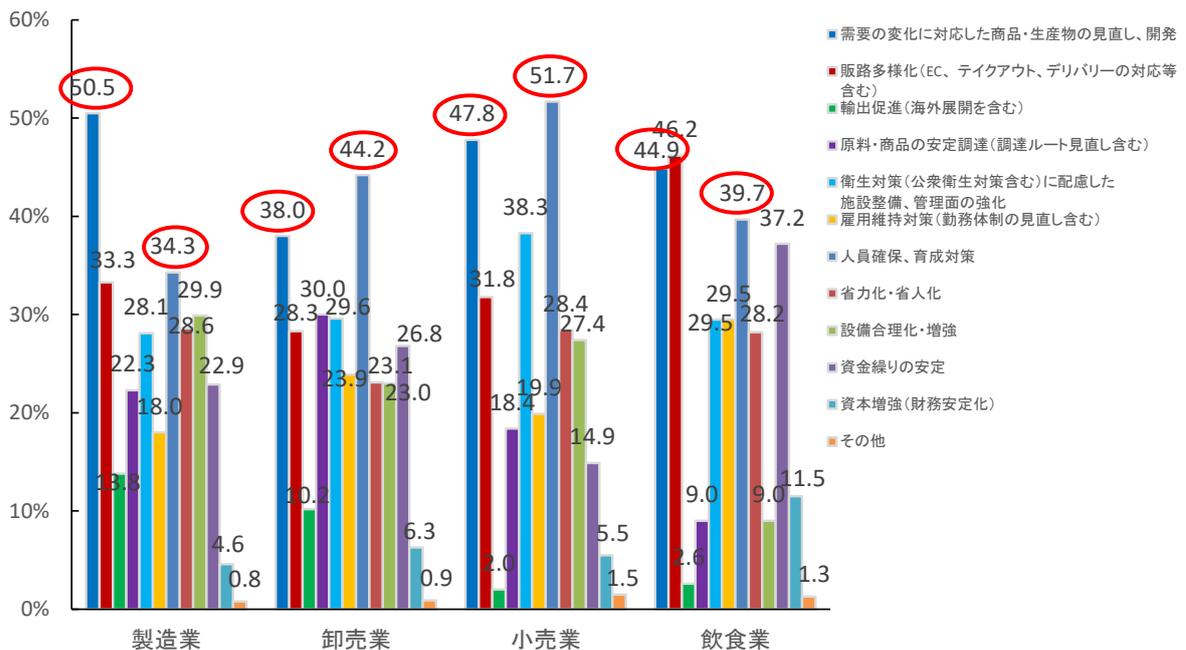
・新型コロナウイルス感染症拡大以降、テイクアウトやデリバリーを含む「消費者向けインターネット販売」に取り組んだか聞いたところ、消費者向けインターネット販売に取り組んでいるとする回答割合は飲食業(65.1%)で最も多く、続いて製造業(63.5%)、小売業(56.1%)、卸売業(43.8%)となった。



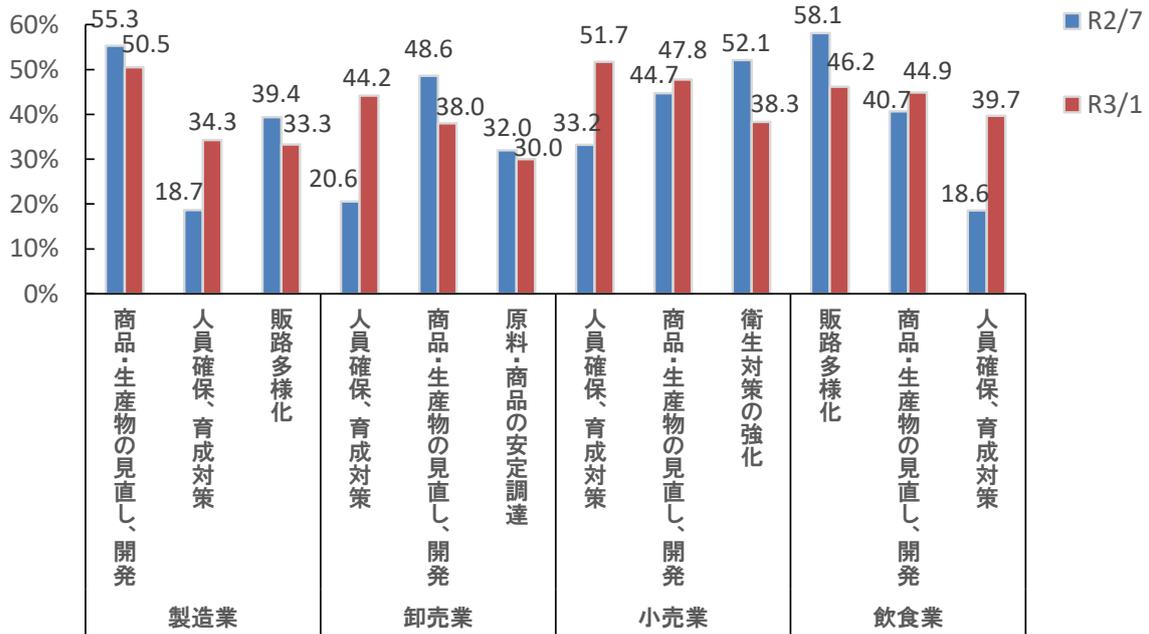
## 3 今後の経営発展に向け取り組みたい課題について

(業種別/3つまでの複数回答)

・今後の経営発展に向けて取り組みたい課題は、業種を問わず、「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」「人員確保、育成対策」の回答割合が高くなった。製造業においては、「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」(50.5%)が最も高く、「人員確保、育成対策」(34.3%)、「販路多様化」(33.3%)と続いた。



・今後の経営発展に向けて取り組みたい課題について、各業種ごとに回答数が多かった3つの課題について、前回(令和2年7月)調査と比較すると、すべての業種において「人員確保、育成対策」の割合が高くなった。



## 4 輸出の取組みについて

・食品産業における輸出(輸出向け製品の製造や海外への店舗展開を含む)の業種別の取組状況(図1)について、「既に取り組んでいる」と回答した割合は製造業で36.7%となり、「今後取り組みたい」との回答をあわせると、その割合は56.4%となった。他業種では卸売業で39.7%、飲食業で23.4%、小売業で12.7%となった。

・地域別の輸出の取組状況(図2)は、「既に取り組んでいる」または「今後取り組みたい」との回答割合が九州(55.1%)で最も高く、次いで北海道(51.8%)、近畿(50.0%)の順となった。

図1 業種別

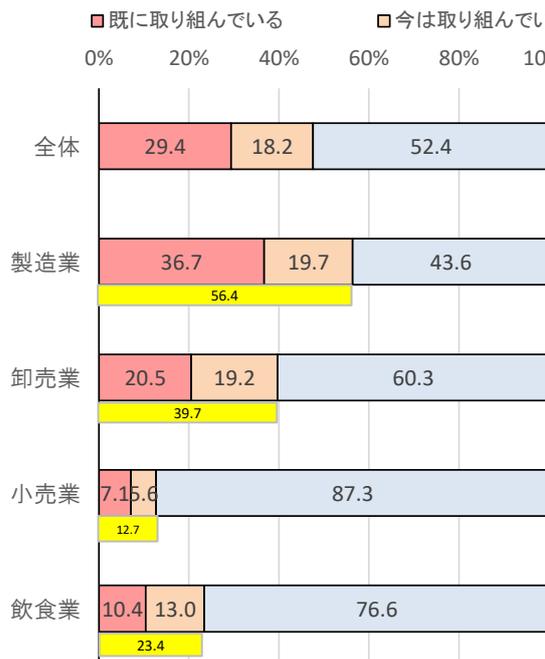
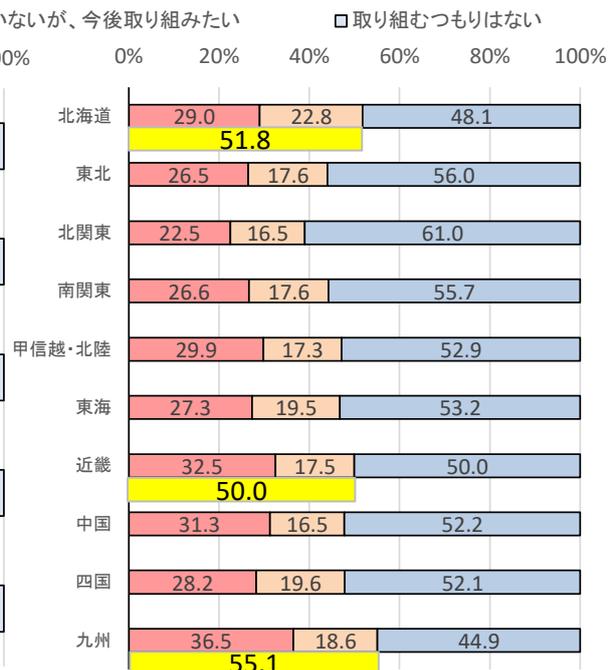
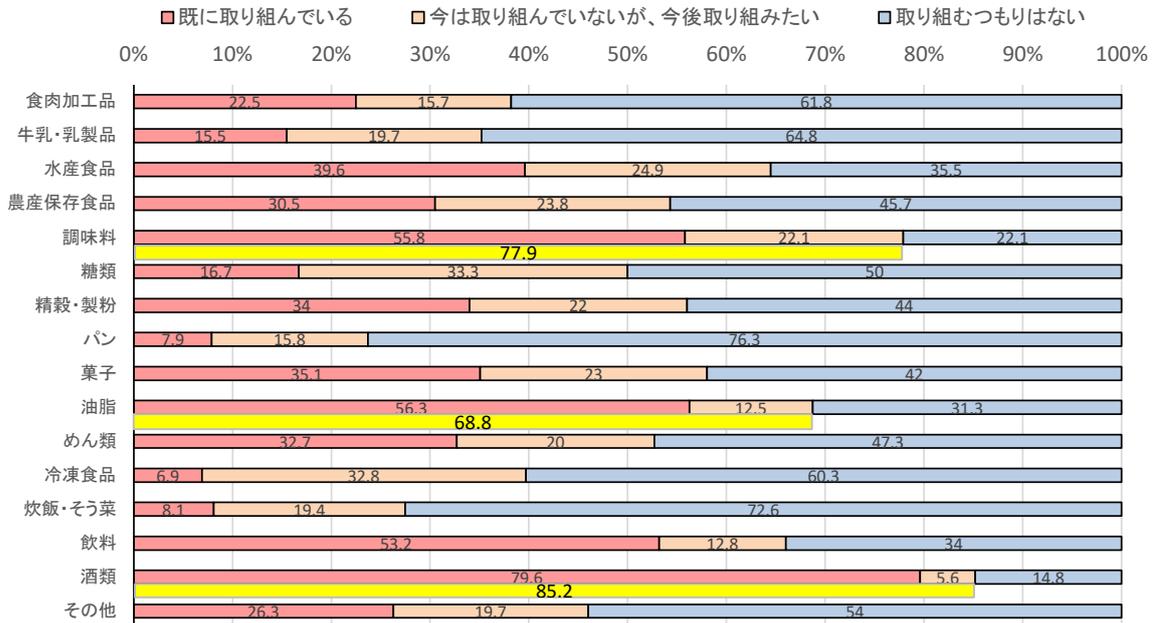


図2 地域別



・食品製造業における製造品目別の輸出の取組状況(図3)は、「既に取り組んでいる」または「今後取り組みたい」との回答割合が酒類(85.2%)で最も高く、次いで調味料(77.9%)、油脂(68.8%)となった。

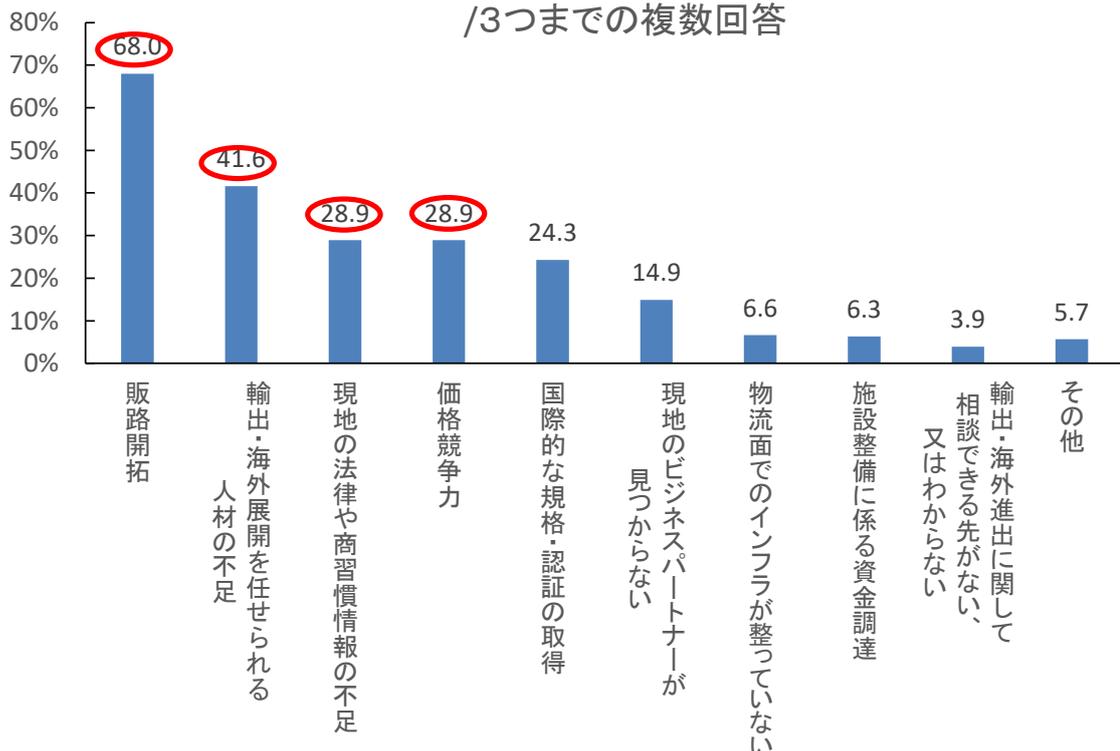
図3 製造業/品目別



## 5 輸出に取り組む際の課題について(製造業)

・輸出(輸出向け製品の製造や海外への店舗展開を含む)に取り組む際の課題(図4)について、「既に取り組んでいる」と回答した食品製造業者では、「販路開拓」(68.0%)を挙げる割合が最も高く、次いで「輸出・海外展開を任せられる人材の不足」(41.6%)、「現地の法律や商習慣情報の不足」「価格競争力」(28.9%)となった。

図4 「既に取り組んでいる」と回答した企業(製造業)  
/3つまでの複数回答



- ・食品製造業の輸出の取組状況において、「既に取り組んでいる」との回答数が多かった製造品目（水産食品、調味料、菓子、酒類）における課題（図5）は、品目を問わず「販路開拓」、「輸出・海外展開を任せられる人材の不足」の割合が高くなった。
- ・また、菓子では「現地の法律や商習慣情報の不足」、酒類では「現地のビジネスパートナーが見つからない」が相対的に高くなった。

図5 「既に取り組んでいる」と回答した企業  
（製造業・回答数50以上の業種）  
/3つまでの複数回答

