

2022年3月16日  
株式会社日本政策金融公庫

## 食品関係企業の約8割が原材料高騰等に伴いコスト増加

〈食品産業動向調査(令和4年1月調査)特別調査:原材料高騰等への対応〉

日本政策金融公庫(略称:日本公庫)農林水産事業は、「食品産業動向調査(令和4年1月調査)」を実施し、特別調査として、食品産業における原材料高騰等の影響とその対応について調査しました。調査結果のポイントは以下のとおりです。

### ○ 原材料高騰等に伴い食品関係企業の約8割でコストが増加

- ・ 食品産業における原材料高騰等に伴うコストへの影響は、増加したとの回答が82.2%となった。コストの増加割合は、「1割以内の増加」が64.8%、「1割超の増加」が17.5%となった。

### ○ 食品関係企業の4割超がコストの増加分を販売価格に転嫁

- ・ コスト増加分の価格転嫁の状況は、「販売価格に転嫁した」とする回答(44.4%)と「コスト増を転嫁できない」(44.7%)が同程度となった。
- ・ 価格転嫁の状況を輸入穀物や原油の価格高騰があった平成20年の調査と比較すると、「コスト増を転嫁できない」と「転嫁させる必要がない」を合わせた、「販売価格に転嫁していない」とする回答(55.6%)は20.1ポイント高くなっている。また、「転嫁させる必要がない」との回答はすべての業種で高くなっている。
- ・ コスト増加分の全額を価格転嫁できない理由は、製造業、小売業で「同業者との横並びを基準に価格転嫁を決定したから」、卸売業で「取引先に価格決定権があるため」、飲食業で「経営方針や戦略に値上げがそぐわないから」との回答割合がそれぞれ最も高くなった。
- ・ 食品製造業では、売上規模が大きくなるほど「取引先に価格決定権がある」との回答割合が高くなる傾向となった。

### ○ 食品製造業のコスト増加への対応策は、「歩留・ロスの改善」が最多

- ・ コスト増加への対応策は、製造業、小売業、飲食業で「歩留・ロスの改善」、卸売業で「物流ルートの見直し」の回答割合がそれぞれ最も高くなった。

■ 詳細は、添付のレポートをご参照ください。

# 食品産業動向調査(令和4年1月)

～食品産業における原材料高騰等への対応～

## ～目次～

### 原材料高騰等への対応

- |                         |            |
|-------------------------|------------|
| 1. 原材料高騰等に伴うコストの増加      | ..... P3～4 |
| 2. コスト増加分の販売価格への転嫁      | ..... P5～7 |
| 3. コストの増加を販売価格に転嫁できない理由 | ..... P8～9 |
| 4. コストの増加への対応策          | ..... P10  |

## ○調査概要

- 調査時期：令和4年1月1日～1月14日
- 調査方法：調査票による郵送アンケート調査
- 調査対象：全国の食品関係企業<sup>(注)</sup>（製造業、卸売業、小売業、飲食業）6,921社
- 有効回収数：2,386先（回収率34.5%）

（内訳）

製造業：1,536社、卸売業：586社、小売業：194社、飲食業：70社

（注）主な調査対象は国産の農林水産物を原材料として使用または商品として取り扱う食品関係企業

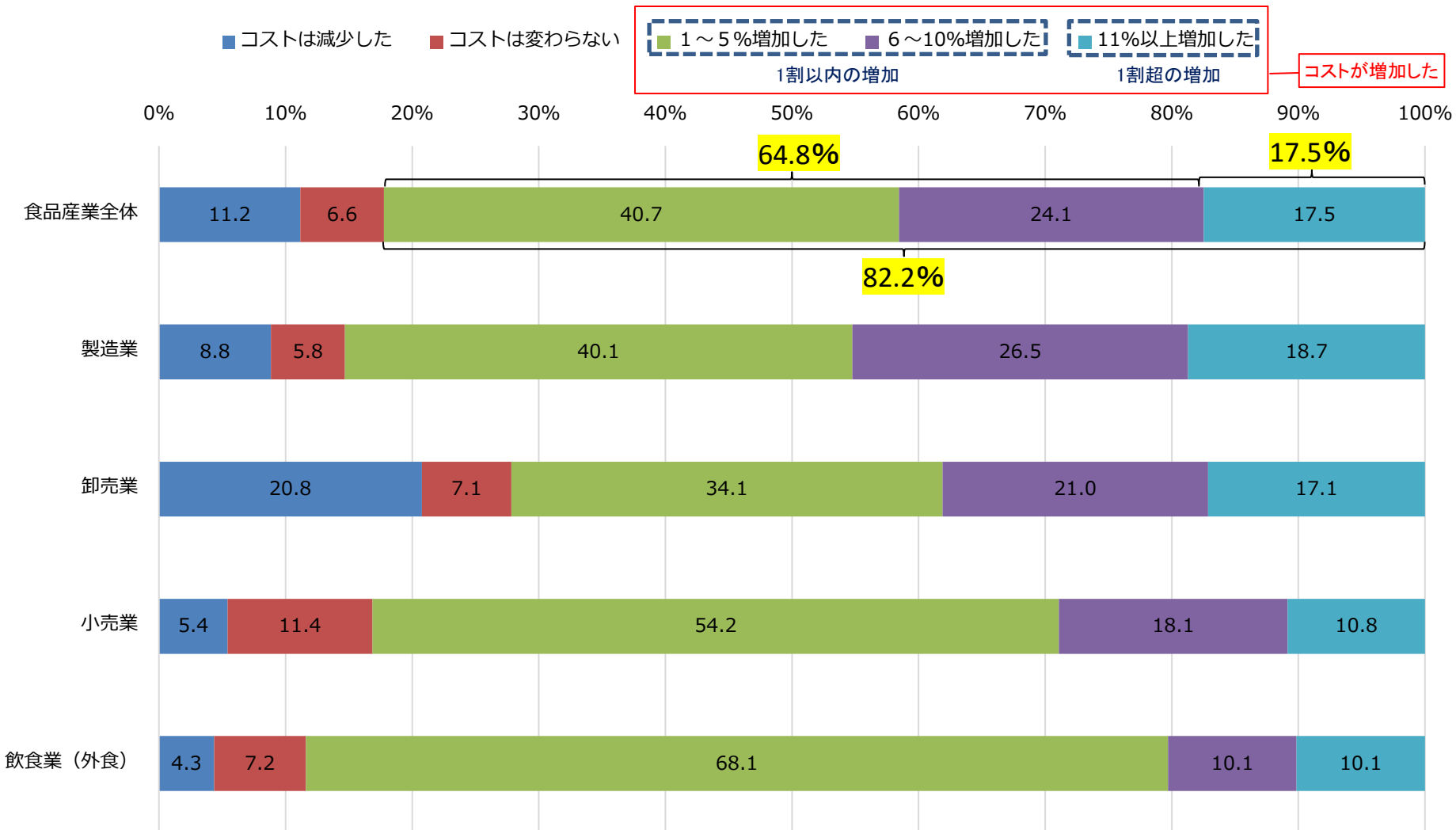
### <お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部（担当：坂本、米山）TEL：03-3270-5585  
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノスタワ-

# 原材料高騰等への対応

## 1. 原材料高騰等に伴うコストの増加

- ・食品産業における原材料高騰等に伴うコストへの影響について、令和3年7～12月のコストが前年同期と比較して増加したとの回答が82.2%となった。
- ・前年同期と比較したコストの増加割合は、「1割以内の増加」が64.8%、「1割超の増加」が17.5%となった。

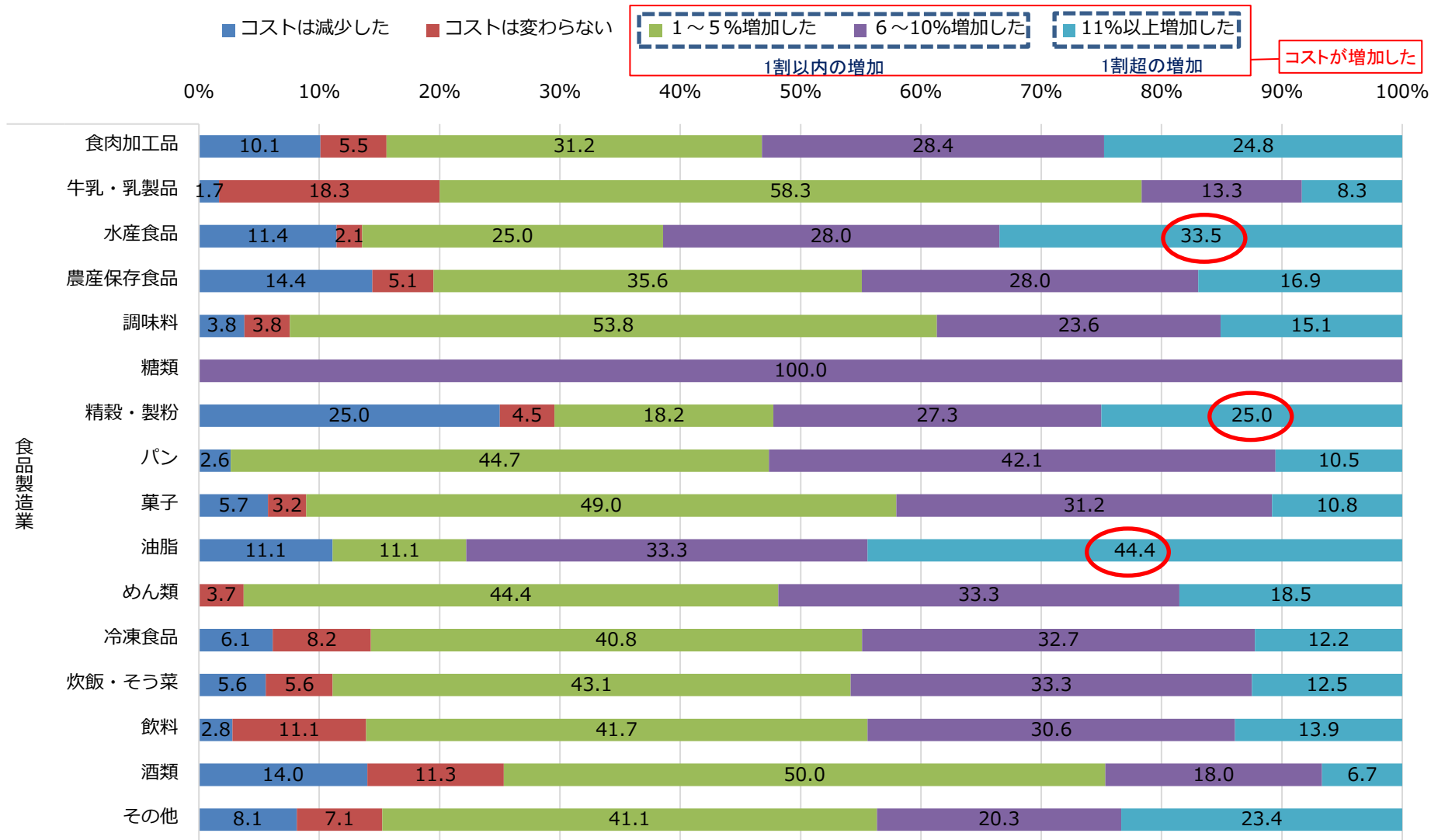


# 原材料高騰等への対応

## 1. 原材料高騰等に伴うコストの増加

### [食品製造業/品目別]

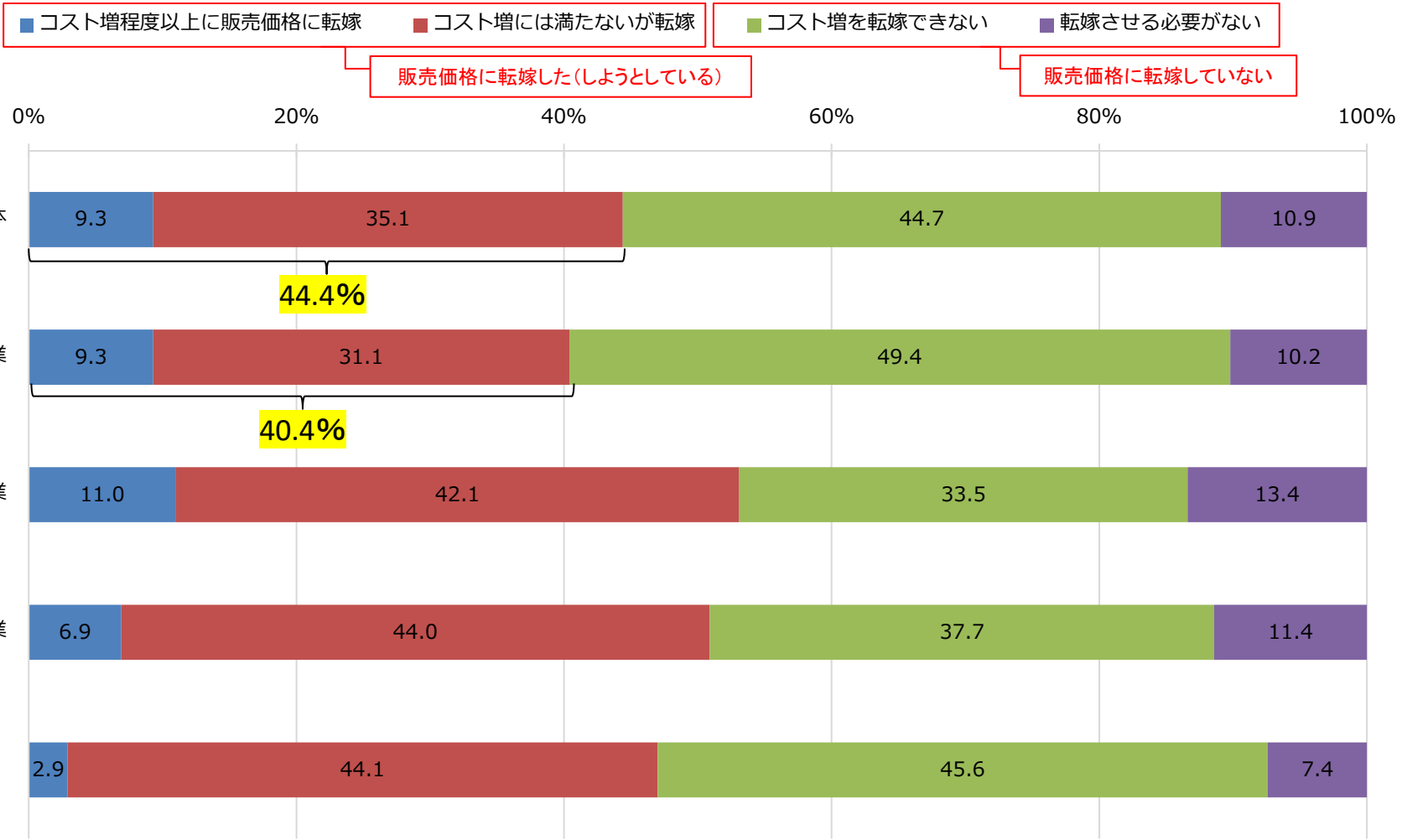
・コストの増加割合について、「1割超の増加」は、油脂(44.4%)が最も高く、次いで水産食品(33.5%)、精穀・製粉(25.0%)の順となった。



# 原材料高騰等への対応

## 2. コスト増加分の販売価格への転嫁

・コスト増加分の価格転嫁の状況は、“販売価格に転嫁した(しようとしている)”とする回答(44.4%)と「コスト増を転嫁できない」(44.7%)が同程度となった。  
・製造業では、「コスト増を転嫁できない」(49.4%)が“販売価格に転嫁した(しようとしている)”の回答(40.4%)を上回った。

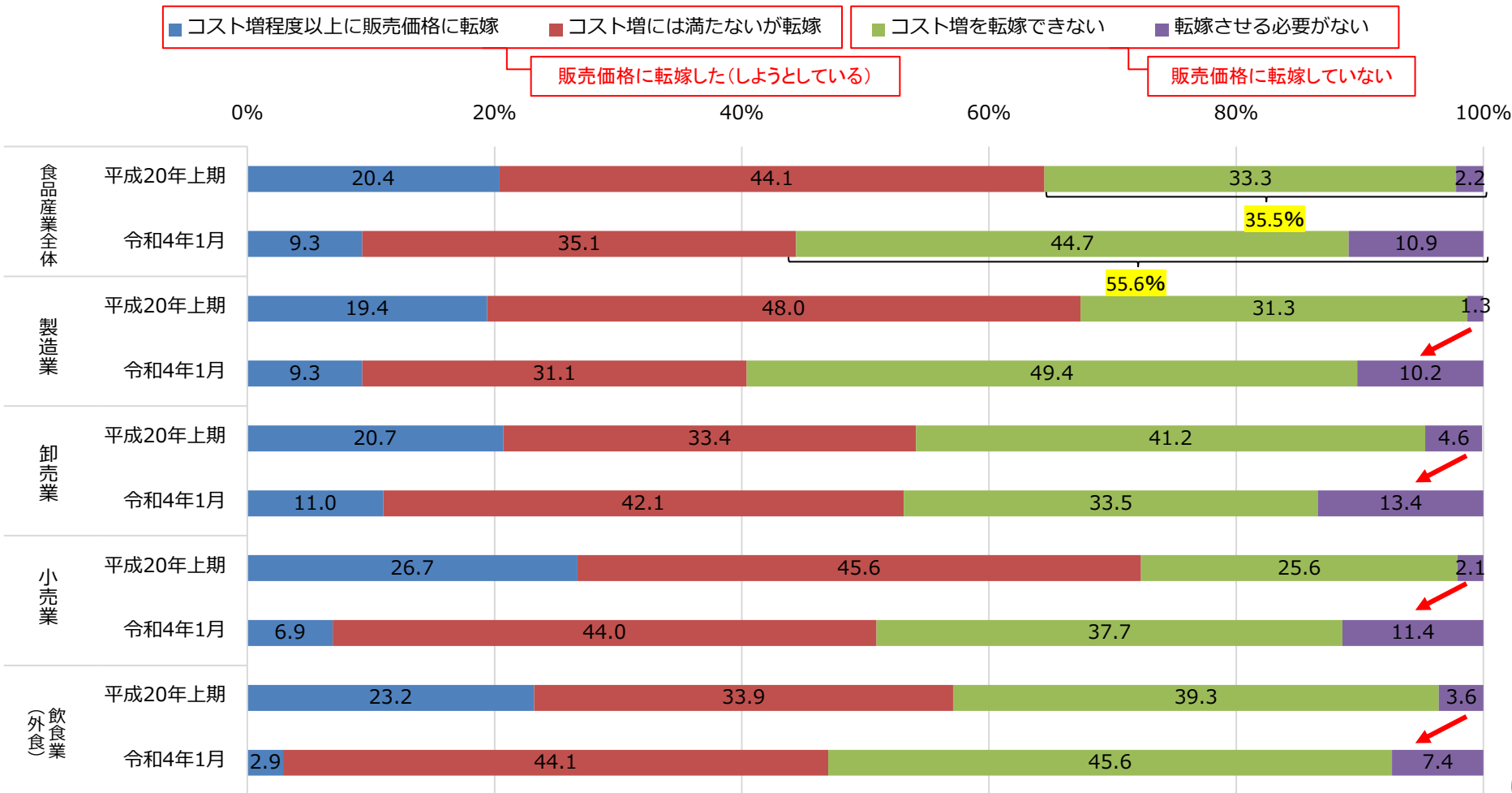


# 原材料高騰等への対応

## 2. コスト増加分の販売価格への転嫁

[平成20年上期との比較]

・価格転嫁の状況を輸入穀物や原油の価格高騰があった平成20年の調査と比較すると、「コスト増を転嫁できない」と「転嫁させる必要がない」を合わせた、「販売価格に転嫁していない」とする回答(55.6%)は20.1ポイント高くなっている。また、「転嫁させる必要がない」との回答はすべての業種で高くなっている。

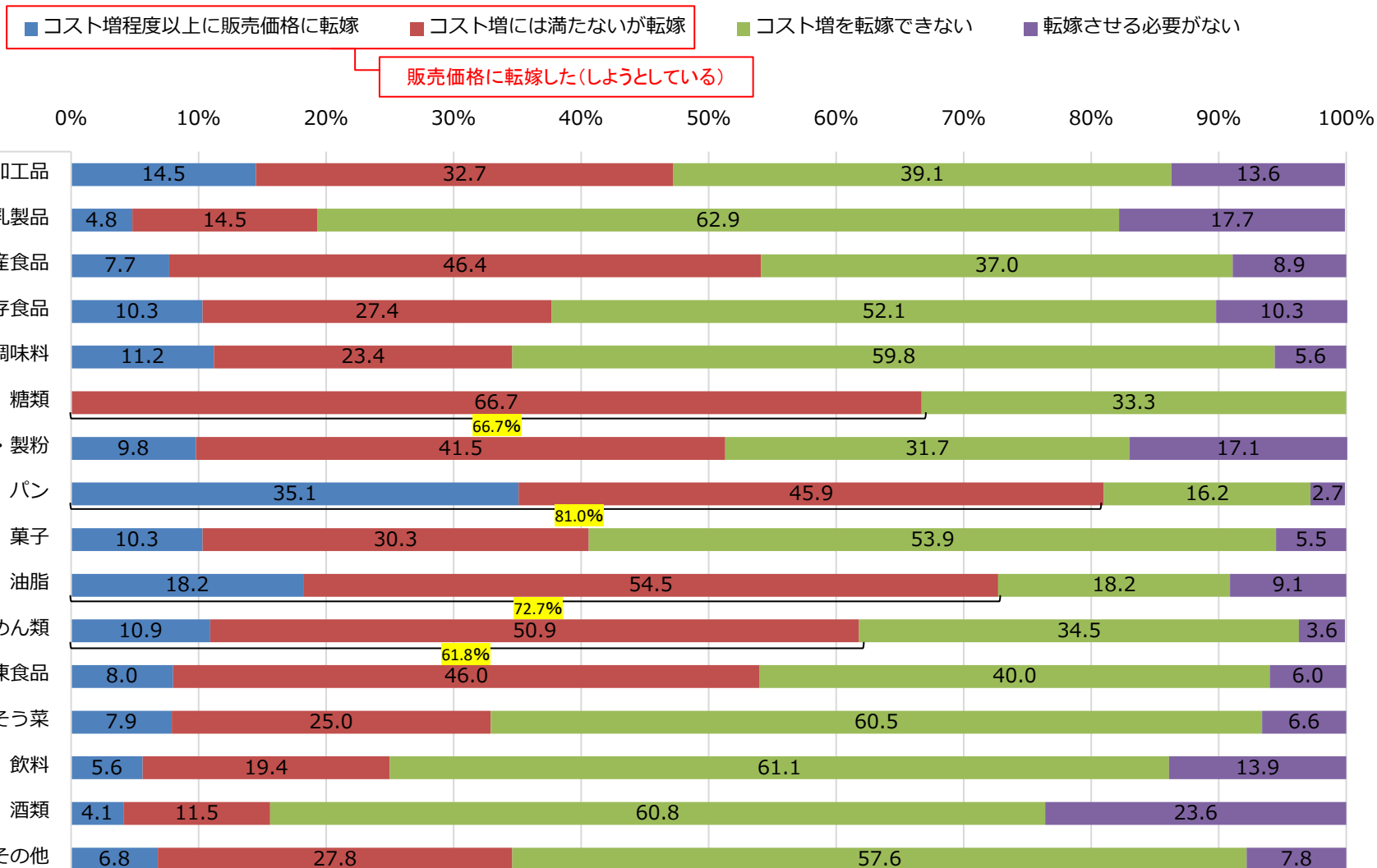


# 原材料高騰等への対応

## 2. コスト増加分の販売価格への転嫁

### [食品製造業/品目別]

・コスト増加分を“販売価格に転嫁した(しようとしている)”とする回答割合は、パン(81.0%)が最も高く、次いで、油脂(72.7%)、糖類(66.7%)、めん類(61.8%)の順となった。



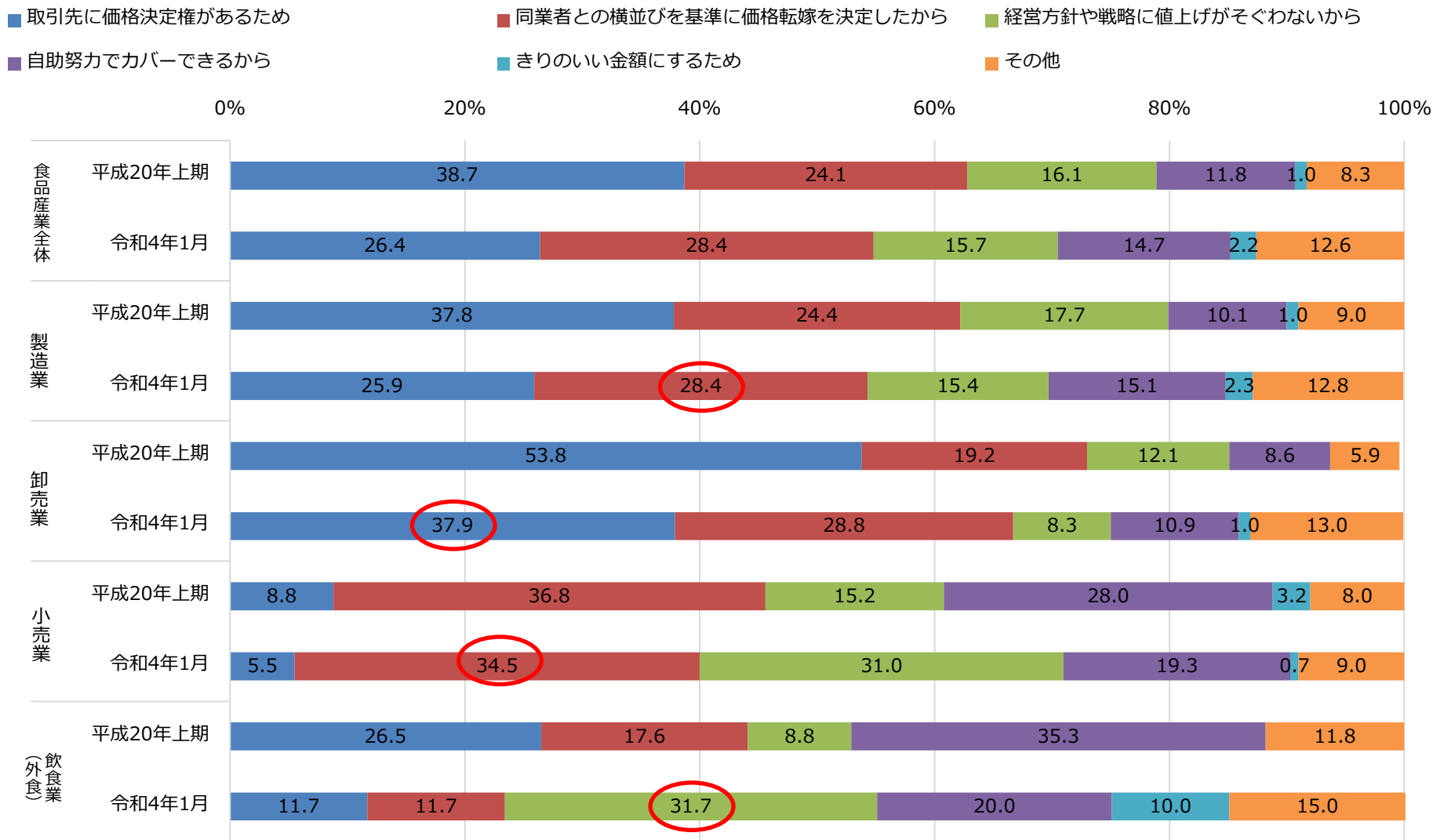
食品製造業



# 原材料高騰等への対応

## 3. コストの増加を販売価格に転嫁できない理由

・コストの増加分の全額を価格転嫁できない理由は、製造業、小売業で「同業者との横並びを基準に価格転嫁を決定したから」、卸売業で「取引先に価格決定権があるため」、飲食業で「経営方針や戦略に値上げがそぐわないから」との回答割合がそれぞれ最も高くなった。

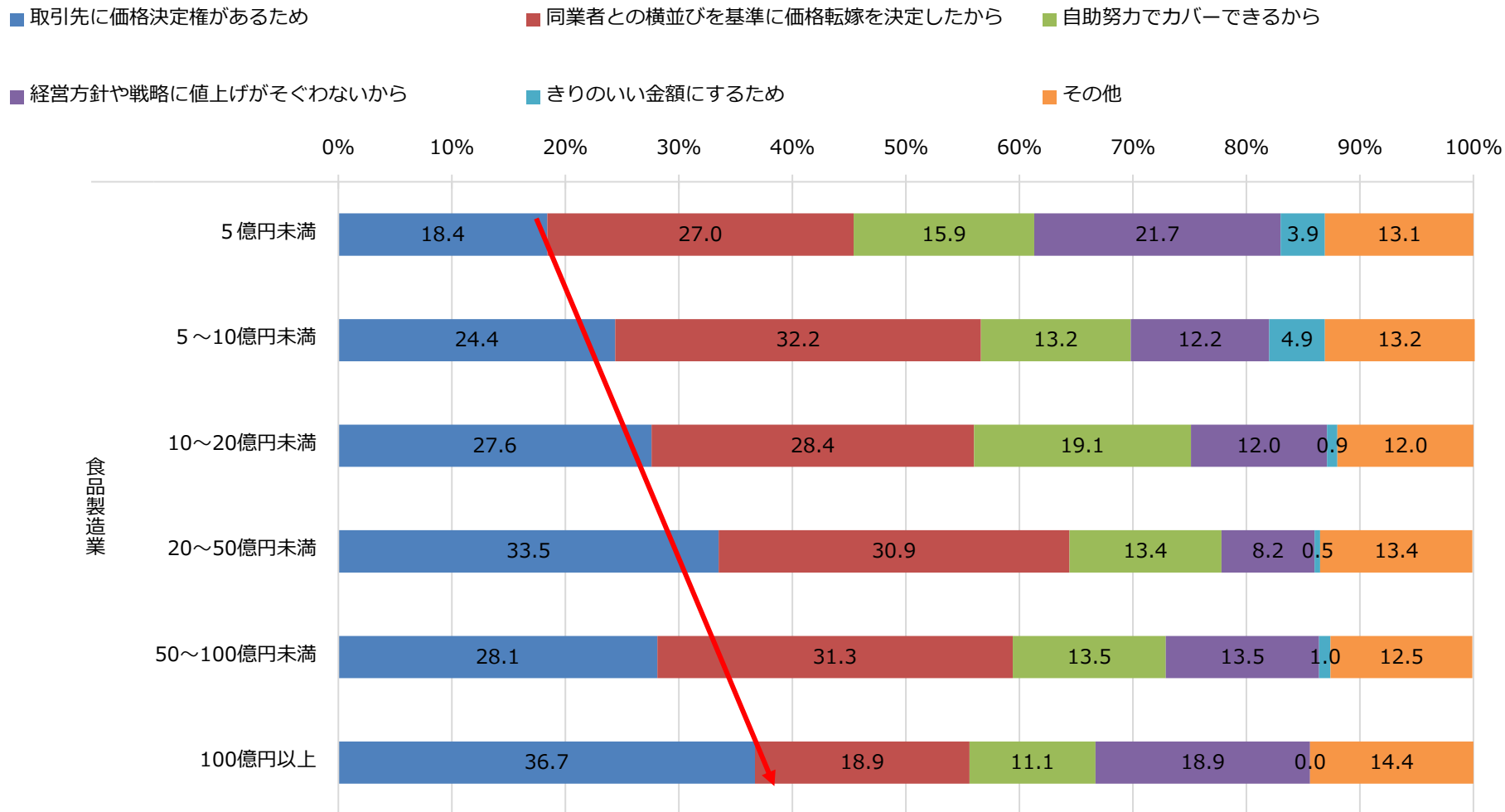


# 原材料高騰等への対応

## 3. コストの増加を販売価格に転嫁できない理由

[食品製造業/売上規模別]

・食品製造業では、売上規模が大きくなるほど「取引先に価格決定権がある」との回答割合が高くなる傾向となった。



# 原材料高騰等への対応

## 4. コストの増加への対応策

・コストの増加への対応策は、製造業、小売業、飲食業で「歩留・ロスの改善」、卸売業で「物流ルートの見直し」の回答割合がそれぞれ最も高くなった。

