

食品産業「輸出に取り組みたい」割合は上昇

～メリットは売上増と市場の多角化によるリスク分散～

< 食品産業動向調査（令和5年7月調査） 特別調査：食品産業における輸出の取組み状況 >

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5年7月調査）」を実施し、特別調査として、食品産業における輸出の取組み状況について調査しました。調査結果のポイントは以下の通りです。なお、本調査は、中国政府による日本産水産物の輸入停止措置（令和5年8月24日）より前に実施したものです。

< 輸出の取組み >

- 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）の取組み状況は、「既に取り組んでいる」（27.2%）、「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」（24.8%）となりました。「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合は、前回調査（令和4年上半期）から3.6ポイント上昇しました。【P3】
- 食品製造業の品目別では、「既に取り組んでいる」の回答割合は、酒類（82.6%）で最も高く、次いで調味料（53.1%）、飲料（46.3%）の順となりました。「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合は、冷凍食品（40.0%）で最も高く、次いで農産保存食品（35.8%）、水産食品（33.5%）の順となりました。【P4】

< 輸出関連の売上高および収益性 >

- 輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、全体売上高のうち輸出関連の売上高が占める割合は、食品製造業、卸売業とも、「5%未満」の回答割合が最も高くなりました。【P6】
- 輸出に関連する事業の収益性（利益率）は、食品製造業、卸売業とも、「国内向けと同じ」の回答割合が最も高くなりました。【P7】

< 輸出の対象国 >

- 輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先の輸出対象国（地域）は、「香港」（51.2%）の回答割合が最も高く、次いで「台湾」（50.9%）、「北米」（46.3%）の順となりました。【P9】
- 今後新たに開始もしくは拡大したい輸出対象国（地域）は、「北米」（28.5%）の回答割合が最も高く、次いで「中国」（22.6%）、「台湾」（21.9%）の順となりました。【P10】
- 今後新たに開始もしくは拡大したい輸出対象国（地域）は、「インドネシア」や「インド」などへの広がりが見られます。【P11】

< 輸出を行うメリット >

- 輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、輸出を行うメリットは、食品製造業、卸売業とも、「販路開拓・拡大による売上・利益の増大」、「市場の多角化によるリスク分散」、「需給調整による国内相場の維持・安定」の回答割合が高くなりました。【P12】

■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5年7月）

～特別調査：食品産業における輸出の取組み状況～

～目次～

1. 輸出の取組み状況 P3 ～ P5
2. 輸出関連の売上高および収益性 P6 ～ P8
3. 輸出の対象国（地域） P9 ～ P11
4. 輸出を行うメリット P12
5. 輸出における課題 P13

○調査概要

- 調査時期：令和5年7月^(注1)
- 調査方法：調査票による郵送アンケート及びインターネット併用調査
- 調査対象：全国の食品関係企業^(注2)（製造業、卸売業、小売業、飲食業）6,761社
- 有効回答数：2,384社（回収率35.3%）

（内訳）

郵送回答：1,647社、インターネット回答：737社

製造業：1,485社、卸売業：610社、小売業：217社、飲食業：72社

（注1）本調査は、中国政府による日本産水産物の輸入停止措置（令和5年8月24日）より前に実施

（注2）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

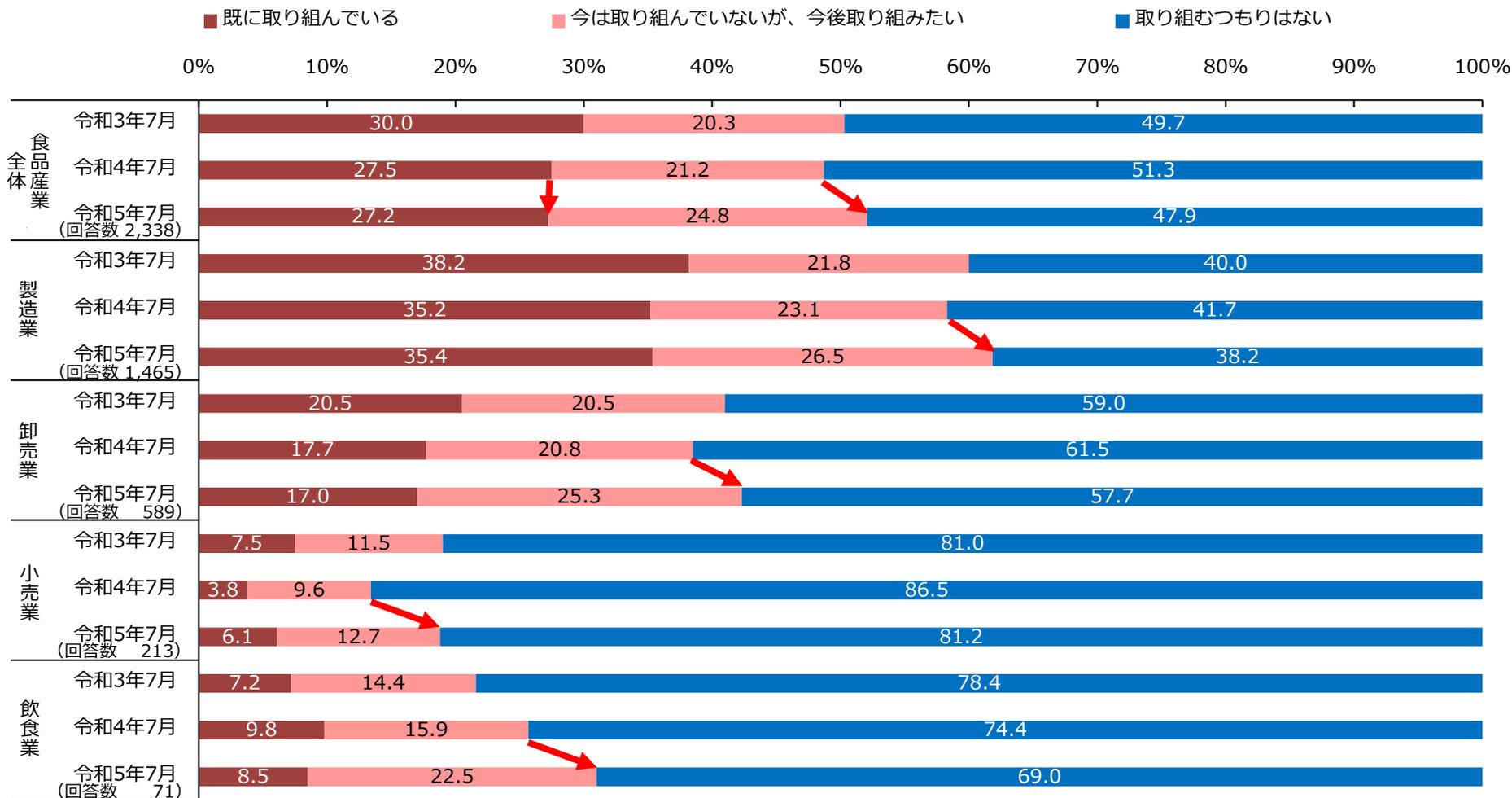
＜お問い合わせ先＞

日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部（担当：三好、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 ノースタワー

1-1. 輸出の取組み状況

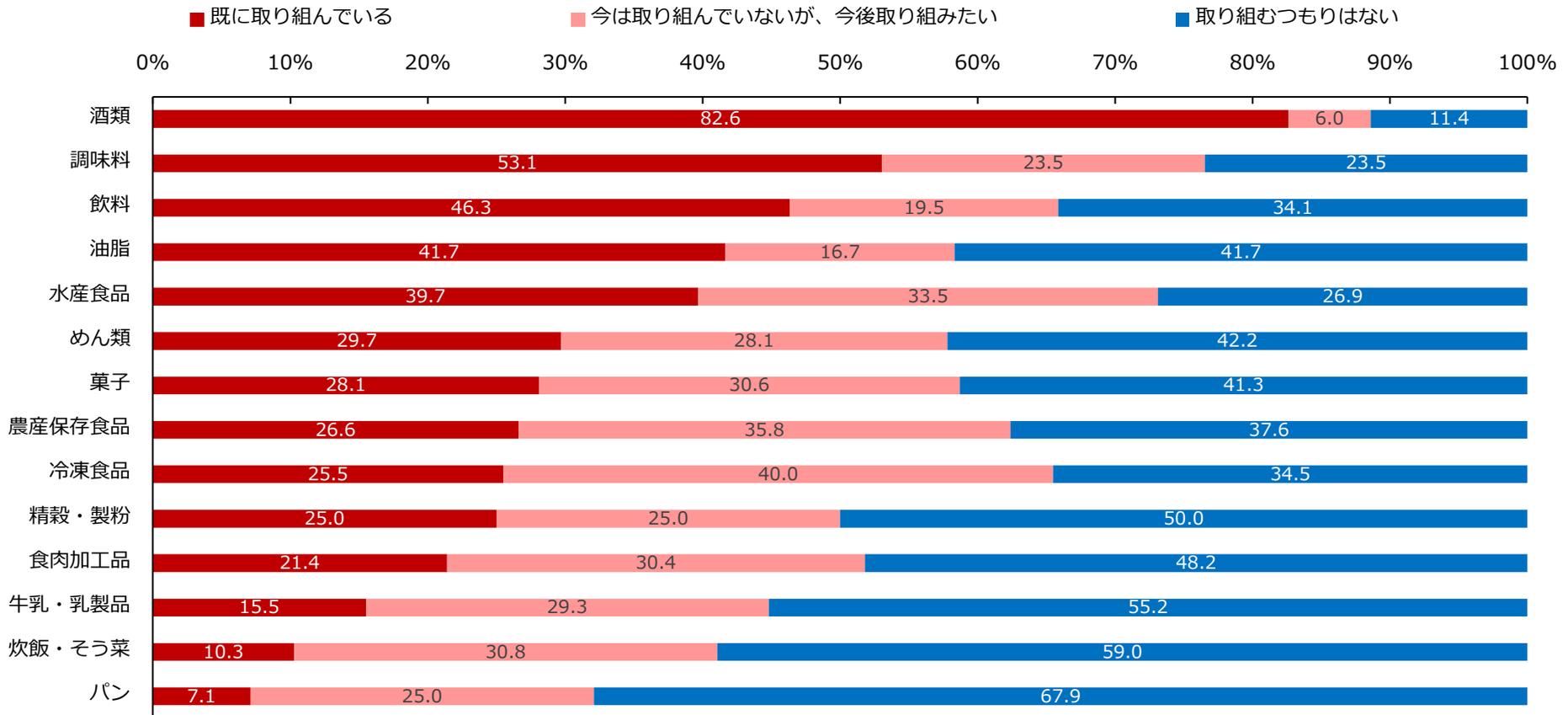
- 食品産業における輸出（輸出向け製品の製造や海外への店舗展開を含む）の取組み状況は、「既に取り組んでいる」（27.2%）の回答割合が前回調査（令和4年上半期）から横ばいで推移、「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」（24.8%）の回答割合が前回調査から3.6ポイント上昇した。
- 業種別では、「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合はすべての業種で前回調査から上昇した。



1-2. 輸出の取組み状況

[食品製造業/品目別]

- ・食品産業における輸出の取組み状況について、食品製造業の品目別では、「既に取り組んでいる」の回答割合は、酒類(82.6%)で最も高く、次いで調味料(53.1%)、飲料(46.3%)、油脂(41.7%)、水産食品(39.7%)の順となった。
- ・「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合は、冷凍食品(40.0%)で最も高く、次いで農産保存食品(35.8%)、水産食品(33.5%)、炊飯・そう菜(30.8%)、菓子(30.6%)の順となった。

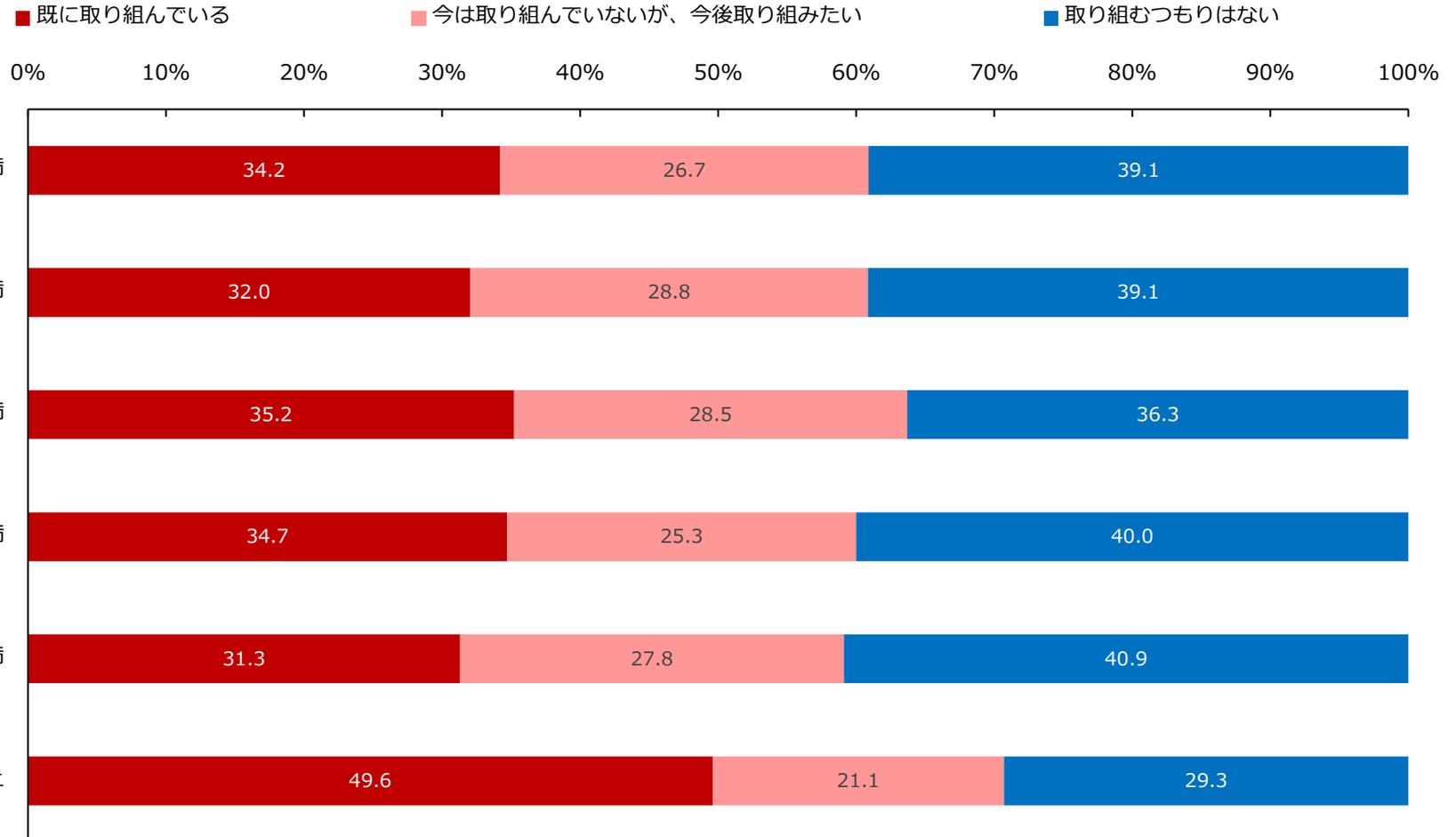


(注) 糖類は回答数僅少につき集計除外

1-3. 輸出の取組み状況

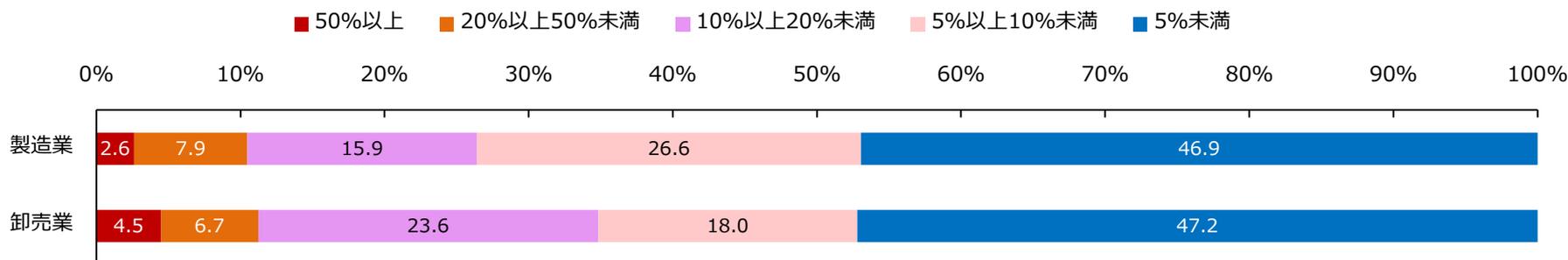
[食品製造業/売上規模別]

・食品産業における輸出の取組み状況について、食品製造業の売上規模別では、「既に取り組んでいる」の回答割合はすべての規模層で30%以上となった。「今は取り組んでいないが、今後取り組みたい」の回答割合はすべての規模層で20%以上となった。



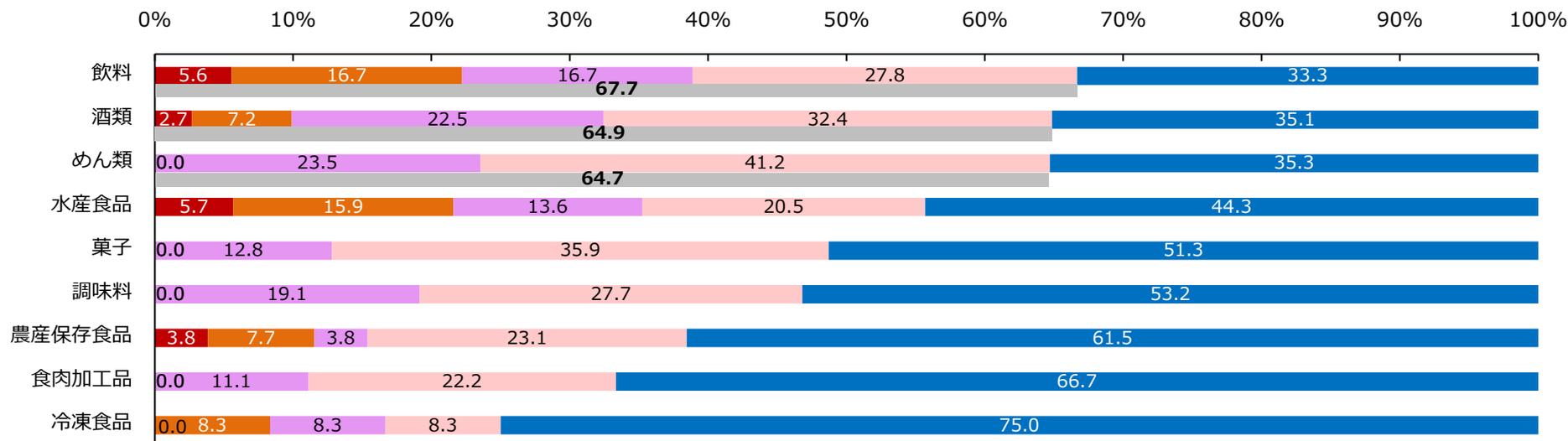
2-1. 輸出関連の売上高の割合

- ・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、全体売上高のうち輸出関連の売上高が占める割合は、食品製造業、卸売業とも、「5%未満」の回答割合が最も高くなった。次いで、食品製造業では「5%以上10%未満」(26.6%)、「10%以上20%未満」(15.9%)の順、卸売業では「10%以上20%未満」(23.6%)、「5%以上10%未満」(18.0%)の順となった。
- ・食品製造業の品目別では、「5%以上」の回答割合は飲料(67.7%)が最も高く、次いで酒類(64.9%)、めん類(64.7%)の順となった。



(注) 小売業、飲食業は回答数僅少につき集計除外

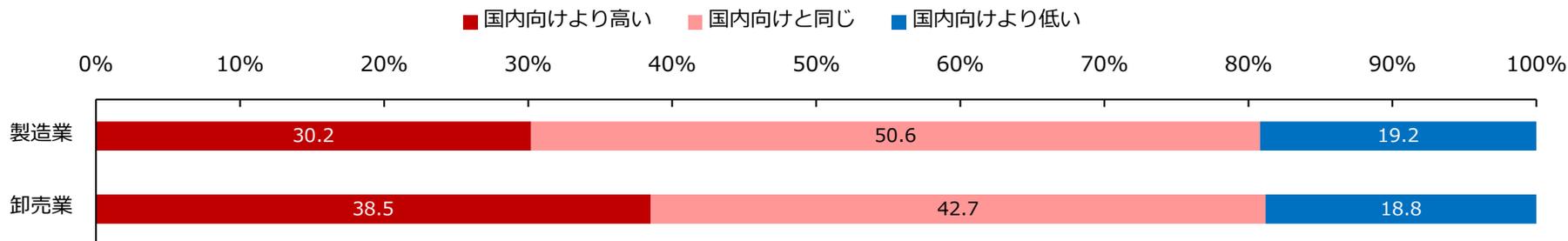
[食品製造業/品目別]



(注) 糖類、油脂、精穀・製粉、炊飯・そう菜、牛乳・乳製品、パンは回答数僅少につき集計除外

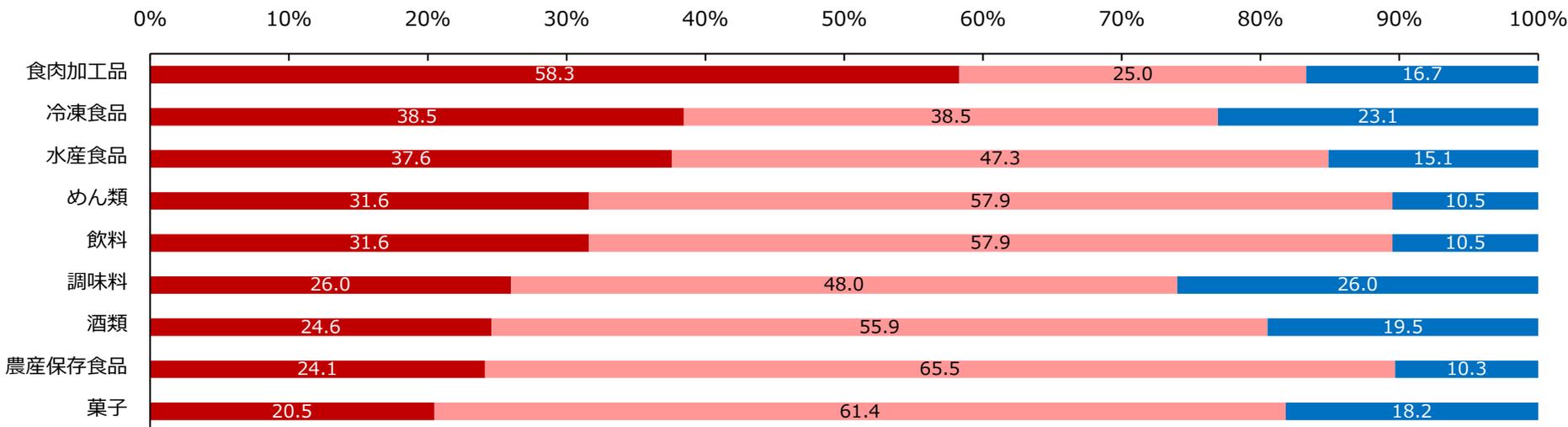
2-2. 輸出関連事業の収益性

- ・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、輸出に関連する事業の収益性(利益率)は、食品製造業、卸売業とも、「国内向けと同じ」の回答割合が最も高く、次いで「国内向けより高い」、「国内向けより低い」の順となった。
- ・食品製造業の品目別では、「国内向けより高い」の回答割合は食肉加工品(58.3%)で最も高く、次いで冷凍食品(38.5%)、水産食品(37.6%)の順となった。



(注) 小売業、飲食業は回答数僅少につき集計除外

[食品製造業/品目別]

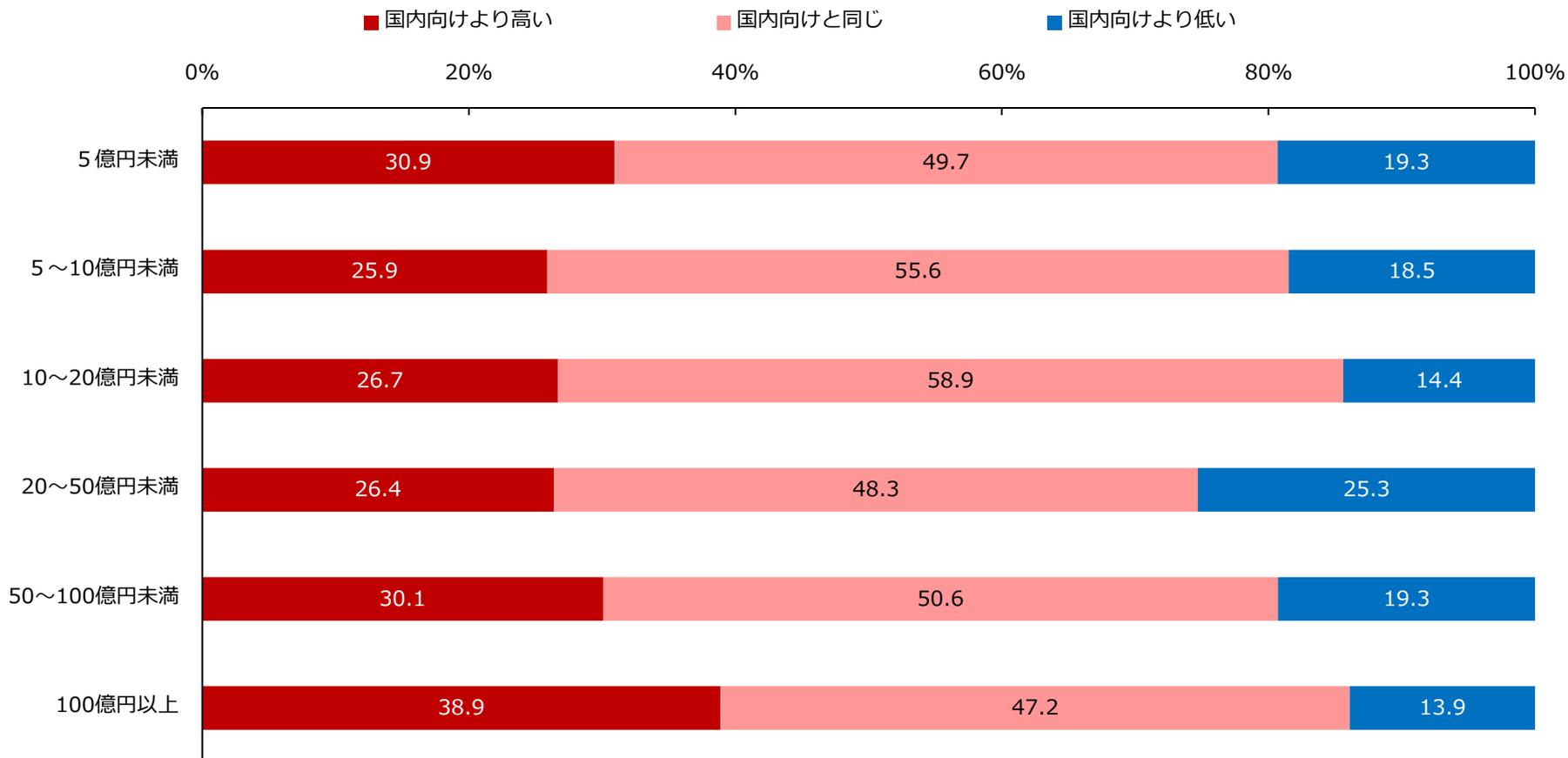


(注) 糖類、油脂、精穀・製粉、炊飯・そう菜、牛乳・乳製品、パンは回答数僅少につき集計除外

2-3. 輸出関連事業の収益性

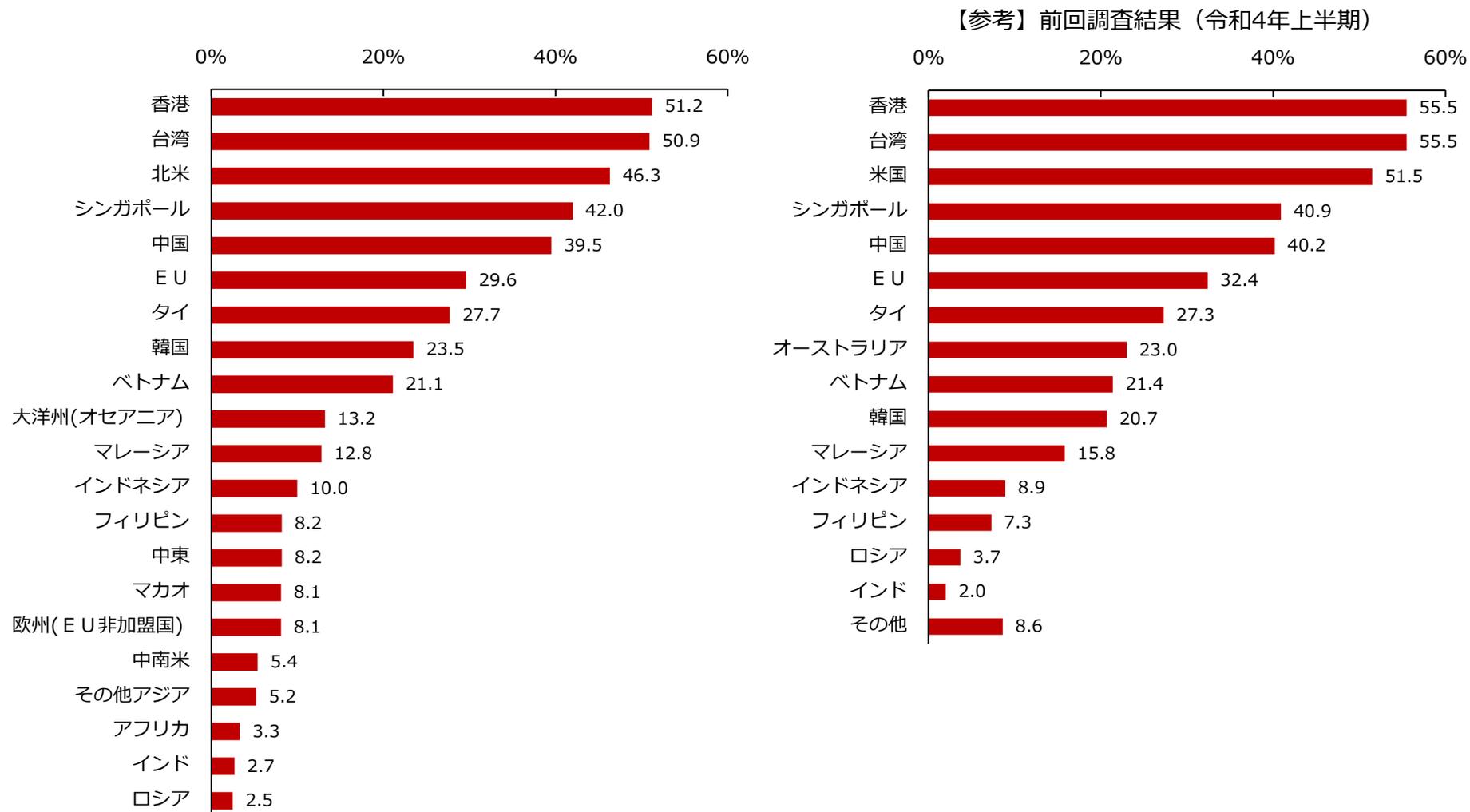
[食品製造業/売上規模別]

- ・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、輸出に関連する事業の収益性(利益率)は、食品製造業の売上規模別では売上5億円未満の規模層において「国内向けより高い」(30.9%)の回答割合が高くなった。
- ・「国内向けと同じ」の回答割合は、売上規模にかかわらず約50~60%の水準となっている。



3-1. 輸出している対象国(地域) (あてはまるものすべて)

- ・ 輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先の輸出対象国(地域)は、「香港」(51.2%)の回答割合が最も高く、次いで「台湾」(50.9%)、「北米」(46.3%)、「シンガポール」(42.0%)、「中国」(39.5%)の順となった。

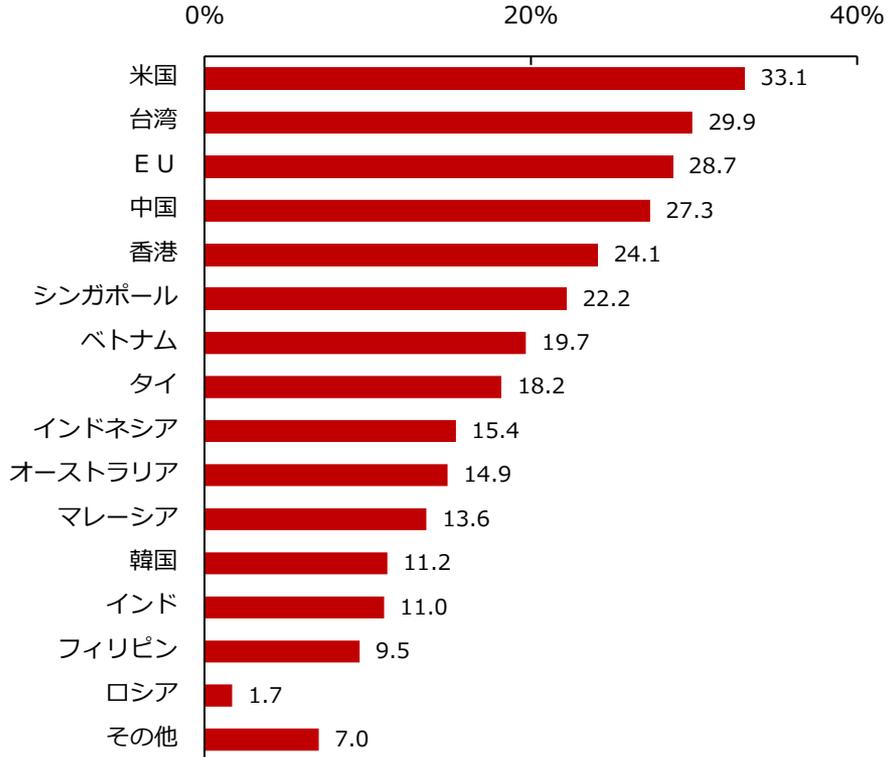
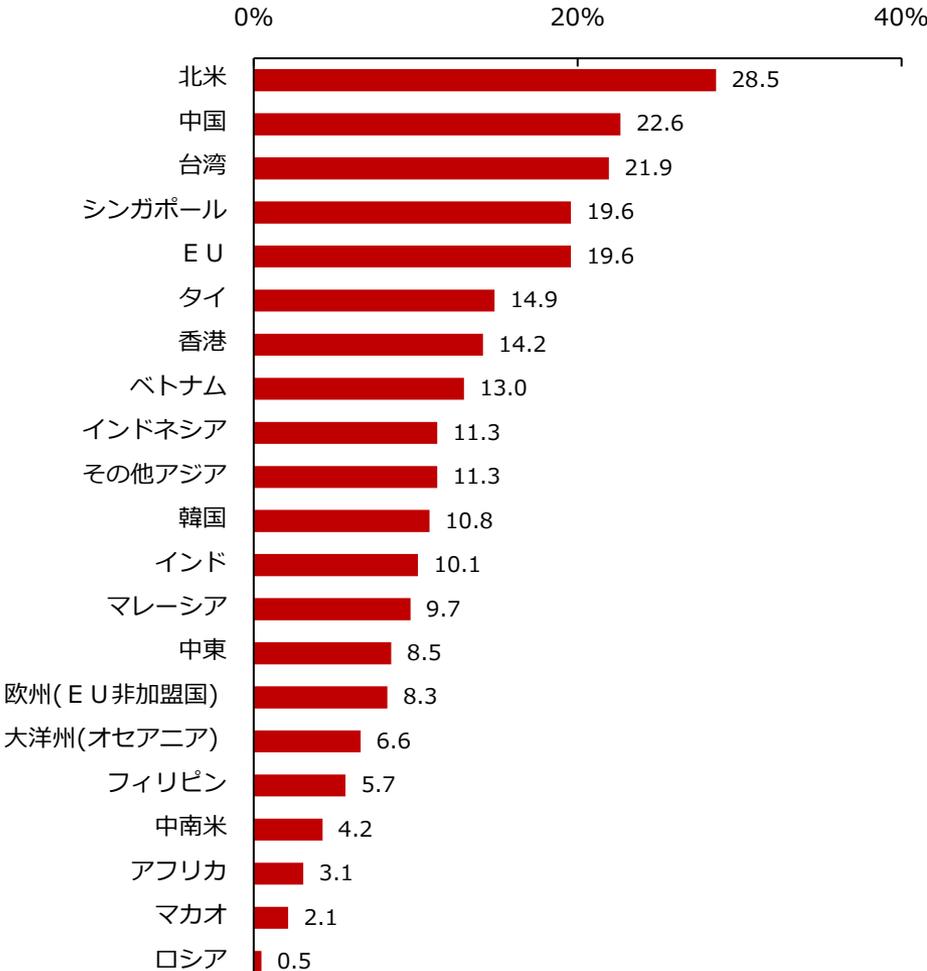


(注) 今回調査において選択肢を見直したため、前回調査と単純比較できない

3-2. 今後新たに開始・拡大したい対象国(地域) (あてはまるものすべて)

・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先が今後新たに開始もしくは拡大したい輸出対象国(地域)は、「北米」(28.5%)の回答割合が最も高く、次いで「中国」(22.6%)、「台湾」(21.9%)、「シンガポール」、「EU」(19.6%)の順となった。

【参考】 前回調査結果 (令和4年上半期)



(注) 今回調査において選択肢を見直したため、前回調査と単純比較できない

3-3. 輸出の対象国(地域) (あてはまるものすべて)

[輸出品目別]

- ・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先が今後新たに開始もしくは拡大したい輸出対象国(地域)について、輸出品目別では、農産保存食品、精穀・製粉、めん類、冷凍食品、飲料、酒類では「北米」の回答割合が最も高くなった。調味料では「EU」、凍結・生鮮魚介では「北米」、「シンガポール」、茶では「北米」、「シンガポール」、「EU」の回答割合が最も高くなった。
- ・今後新たに開始もしくは拡大したい輸出対象国(地域)は、「インドネシア」や「その他アジア」、「インド」などへの広がりが見られる。

輸出している対象国(地域) ■ 30%以上 ■ 20~29% ■ 10~19% (%)

輸出品目	回答数	中国	香港	マカオ	台湾	韓国	シンガポール	大洋州(オセアニア)	タイ	ベトナム	マレーシア	インドネシア	フィリピン	インド	中東	その他アジア	北米	中南米	EU	欧州(EU非加盟国)	ロシア	アフリカ
食品産業全体	631	39.5	51.2	8.1	50.9	23.5	42.0	13.2	27.7	21.1	12.8	10.0	8.2	2.7	8.2	5.2	46.3	5.4	29.6	8.1	2.5	3.3
食肉加工品	27	14.8	48.1	11.1	22.2	3.7	40.7	11.1	33.3	33.3	7.4	3.7	14.8	0.0	11.1	7.4	14.8	3.7	11.1	3.7	0.0	3.7
水産食品	109	36.7	33.0	6.4	37.6	16.5	35.8	10.1	20.2	29.4	9.2	7.3	6.4	0.0	5.5	2.8	46.8	2.8	16.5	1.8	0.9	5.5
農産保存食品	36	19.4	55.6	2.8	55.6	13.9	47.2	27.8	33.3	16.7	27.8	13.9	13.9	5.6	19.4	8.3	61.1	2.8	30.6	8.3	2.8	0.0
調味料	69	44.9	44.9	4.3	46.4	31.9	27.5	20.3	31.9	24.6	15.9	8.7	8.7	1.4	15.9	5.8	60.9	7.2	43.5	11.6	2.9	2.9
精穀・製粉	23	17.4	56.5	4.3	34.8	8.7	47.8	8.7	21.7	13.0	4.3	4.3	4.3	8.7	0.0	0.0	34.8	0.0	17.4	0.0	4.3	0.0
菓子	69	52.2	59.4	5.8	58.0	31.9	43.5	5.8	24.6	10.1	14.5	5.8	4.3	0.0	5.8	1.4	44.9	4.3	7.2	4.3	5.8	0.0
めん類	27	48.1	59.3	11.1	51.9	11.1	44.4	7.4	25.9	22.2	0.0	3.7	11.1	0.0	14.8	7.4	55.6	3.7	40.7	7.4	0.0	3.7
冷凍食品	32	28.1	56.3	6.3	40.6	25.0	56.3	12.5	15.6	21.9	12.5	3.1	9.4	0.0	15.6	3.1	50.0	3.1	25.0	3.1	0.0	0.0
飲料	25	44.0	68.0	16.0	76.0	28.0	60.0	20.0	36.0	36.0	24.0	16.0	16.0	8.0	20.0	4.0	60.0	0.0	28.0	8.0	8.0	0.0
酒類	131	64.9	74.0	13.0	78.6	45.8	70.2	24.4	37.4	27.5	22.9	16.8	9.9	6.9	10.7	8.4	60.3	11.5	58.0	19.1	3.8	6.1
青果物	15	13.3	73.3	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	26.7	20.0	20.0	13.3	13.3	6.7	20.0	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食肉	27	7.4	63.0	29.6	29.6	0.0	40.7	7.4	37.0	37.0	3.7	0.0	11.1	0.0	14.8	0.0	25.9	3.7	18.5	0.0	3.7	0.0
凍結・生鮮魚介	27	48.1	37.0	7.4	37.0	22.2	40.7	11.1	33.3	48.1	11.1	11.1	11.1	0.0	7.4	0.0	37.0	0.0	14.8	3.7	0.0	0.0
茶	15	20.0	40.0	13.3	40.0	6.7	20.0	13.3	26.7	13.3	26.7	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	73.3	6.7	53.3	33.3	0.0	6.7

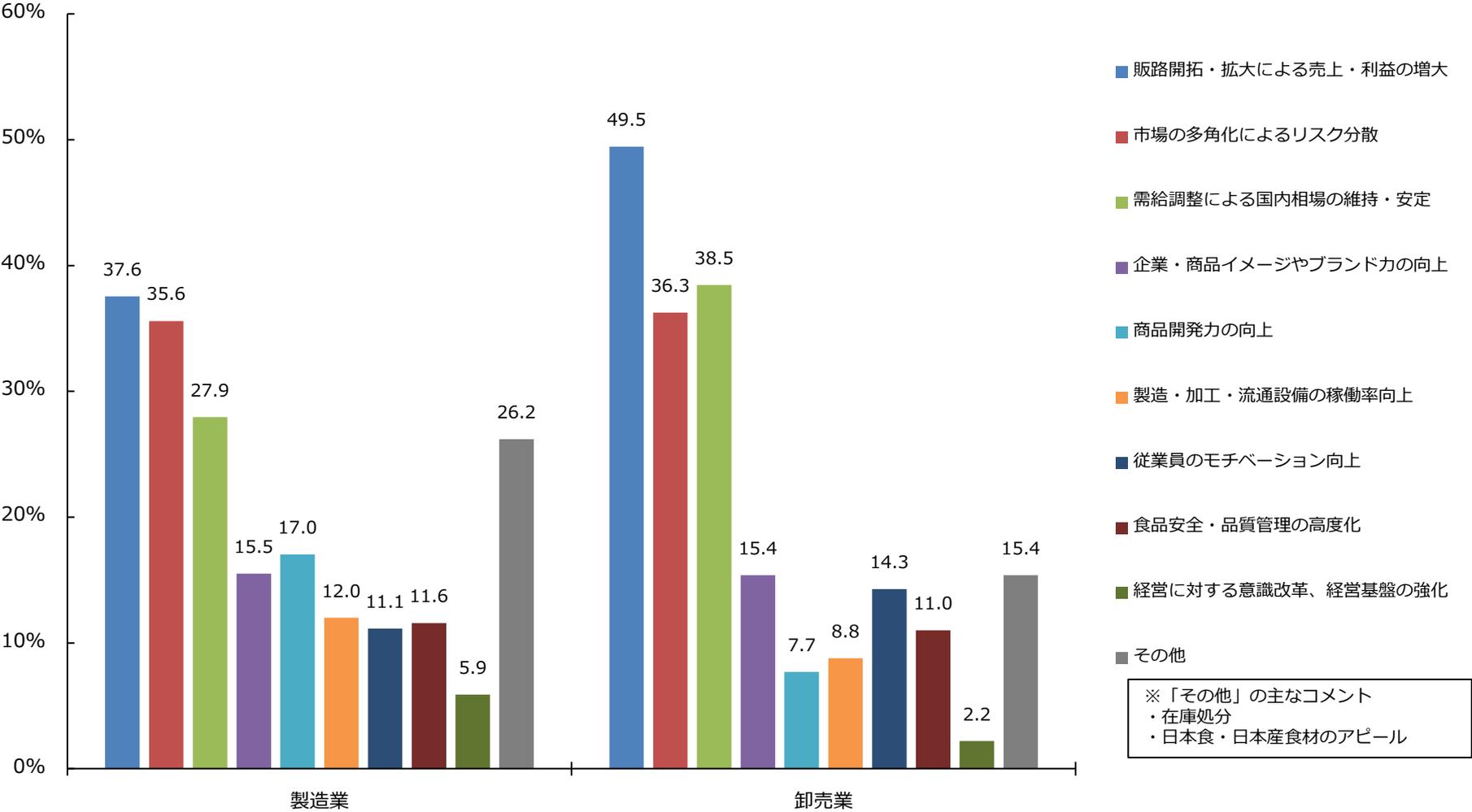
今後新たに開始・拡大したい対象国(地域) (%)

輸出品目	回答数	中国	香港	マカオ	台湾	韓国	シンガポール	大洋州(オセアニア)	タイ	ベトナム	マレーシア	インドネシア	フィリピン	インド	中東	その他アジア	北米	中南米	EU	欧州(EU非加盟国)	ロシア	アフリカ
食品産業全体	424	22.6	14.2	2.1	21.9	10.8	19.6	6.6	14.9	13.0	9.7	11.3	5.7	10.1	8.5	11.3	28.5	4.2	19.6	8.3	0.5	3.1
食肉加工品	17	17.6	17.6	0.0	5.9	0.0	23.5	5.9	5.9	5.9	5.9	0.0	11.8	0.0	11.8	17.6	11.8	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0
水産食品	73	28.8	19.2	2.7	28.8	12.3	21.9	8.2	20.5	17.8	15.1	11.0	6.8	11.0	6.8	9.6	26.0	4.1	19.2	6.8	1.4	4.1
農産保存食品	26	15.4	19.2	3.8	30.8	11.5	26.9	15.4	19.2	7.7	19.2	11.5	3.8	23.1	15.4	7.7	34.6	0.0	23.1	7.7	0.0	3.8
調味料	51	19.6	11.8	3.9	25.5	11.8	13.7	2.0	19.6	15.7	7.8	15.7	17.6	13.7	9.8	9.8	25.5	9.8	27.5	3.9	0.0	3.9
精穀・製粉	19	15.8	5.3	0.0	15.8	0.0	21.1	5.3	10.5	5.3	10.5	5.3	10.5	15.8	10.5	26.3	36.8	0.0	5.3	5.3	0.0	0.0
菓子	32	40.6	28.1	3.1	25.0	12.5	15.6	9.4	21.9	6.3	6.3	15.6	3.1	9.4	3.1	12.5	25.0	3.1	15.6	12.5	0.0	0.0
めん類	19	10.5	15.8	0.0	15.8	10.5	10.5	5.3	5.3	0.0	10.5	15.8	5.3	15.8	10.5	10.5	36.8	5.3	10.5	5.3	0.0	5.3
冷凍食品	22	22.7	4.5	4.5	18.2	9.1	22.7	4.5	22.7	13.6	9.1	4.5	9.1	13.6	18.2	9.1	36.4	4.5	13.6	4.5	0.0	9.1
飲料	21	19.0	19.0	0.0	14.3	14.3	9.5	4.8	19.0	9.5	9.5	19.0	4.8	23.8	19.0	4.8	33.3	14.3	14.3	0.0	0.0	14.3
酒類	89	25.8	11.2	0.0	15.7	11.2	18.0	10.1	13.5	11.2	7.9	4.5	4.5	9.0	7.9	9.0	40.4	6.7	28.1	12.4	0.0	3.4
青果物	10	20.0	10.0	10.0	50.0	0.0	40.0	0.0	30.0	20.0	30.0	20.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食肉	20	25.0	15.0	0.0	15.0	0.0	10.0	0.0	10.0	15.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	20.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0
凍結・生鮮魚介	18	22.2	16.7	5.6	27.8	22.2	33.3	5.6	22.2	11.1	27.8	11.1	11.1	22.2	16.7	11.1	33.3	5.6	11.1	11.1	0.0	22.2
茶	12	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0	33.3	0.0	8.3	8.3	8.3	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	33.3	25.0	0.0	0.0

(注) 牛乳・乳製品、糖類、パン、油脂、炊飯・そう菜、穀類・豆類、その他生鮮品(花きを含む)は回答数僅少のため集計除外

4. 輸出を行うメリット (3つまで回答)

・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、輸出を行うメリットは、食品製造業、卸売業とも、「販路開拓・拡大による売上・利益の増大」、「市場の多角化によるリスク分散」、「需給調整による国内相場の維持・安定」の回答割合が高くなった。



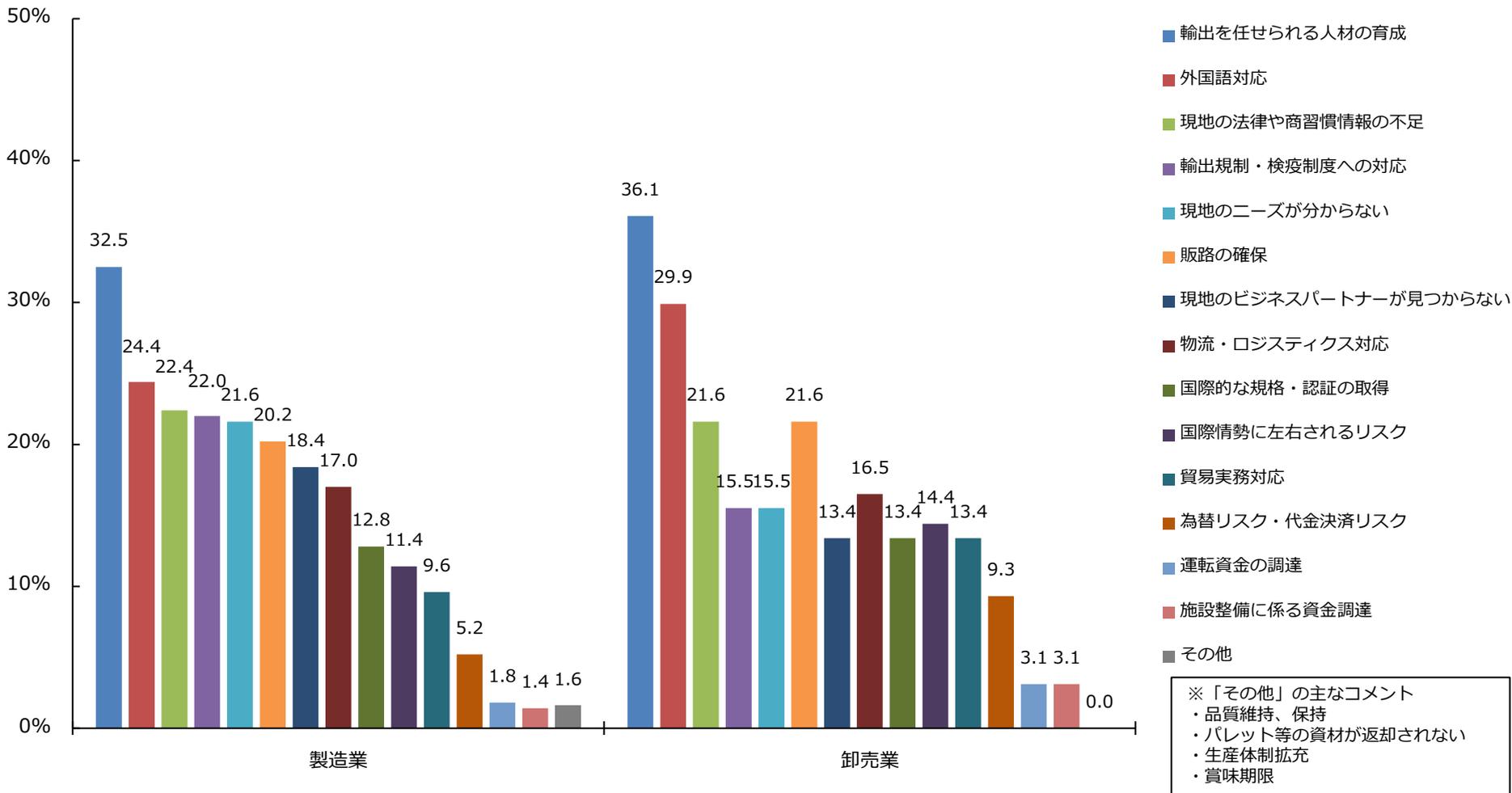
※「その他」の主なコメント
 ・在庫処分
 ・日本食・日本産食材のアピール

(注) 小売業、飲食業は回答数僅少のため集計除外

5. 輸出における課題 (3つまで回答)

・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、輸出における課題は、食品製造業、卸売業とも、「輸出を任せられる人材の育成」の回答割合が最も高く、次いで「外国語対応」、「現地の法律や商習慣情報の不足」の順となった。

・このほか、食品製造業では「輸出規制・検疫制度への対応」(22.0%)、「現地のニーズが分からない」(21.6%)、「販路の確保」(20.2%)、卸売業では「販路の確保」(21.6%)の回答割合も高くなった。



(注) 小売業、飲食業は回答数僅少のため集計除外