日本政策金融公庫

2026 年 10 月 23 日
株式会社日本政策金融公庫

回答先の半数以上が令和8年2月以前と比べ「経営コストの増加幅が1割超」と回答

～ 輸出に取組む食品関係企業は、約8割が今後拡大の意向 ～

＜ 食品産業動向調査（令和8年7月調査） 特別調査:国際情勢等の変化による経営への影響、輸出の取組み ＞

日本政策金融公庫農林水産事業は、食品関係企業を対象に「食品産業動向調査（令和８年７月調査）」を実施し、「国際情勢等の変化による経営への影響」と「輸出の取組み」をテーマに、特別調査を行いました。

調査結果のポイントは以下のとおりです。（※いずれも令和８年７月時点の回答結果）

【 国際情勢等の変化による経営への影響について 】

○ 令和８年２月以前と比べた経営コスト全体の増加幅は、「10%超～30%以下」と回答した割合が49.3%と最も高くなりました。増加幅が 10%超と回答した割合は、全体の約６割となりました。

○ 販売価格に対するコスト増加分の価格転嫁については、「増加分を一部（80%未満）転嫁した」と回答した先が36.4%と最も高くなりました。

○ 今後の商品及び原材料等の仕入れへの影響については、燃料関係、商品・原材料（農林水産物・食品）及びその他資材で、「例年と変わらず確保できる」と回答した割合が最も高くなりました。包装・容器・出荷資材では、「多少の不足が見込まれる」と回答した割合が 53.4%と最も高くなりました。

○ 商品及び原材料の調達不安や価格高騰への対応については、「仕入先等との価格交渉」と回答した割合が47.0%と最も高く、次いで「代替資材への変更」（40.7%）となりました。

【 輸出の取組みについて 】

○ 輸出の取組み状況は、「取り組んでいる」（28.6%）と回答した割合が昨年調査（令和７年７月調査）からほぼ横ばいとなり、「今後取り組みたい」（20.1%）と回答した割合が昨年調査から2.6 ポイント上昇しました。

○ 輸出に「取り組んでいる」と回答した先において、今後の意向は、「さらに取組みを拡大したい」（78.8%）と回答した割合が約８割となりました。

■詳細は、添付のレポートをご参照ください。

2026年10月23日
日本政策金融公庫
農林水産事業本部
情報企画部

食品産業動向調査（令和8年7月）

特別調査:「国際情勢等の変化による経営への影響」、「輸出の取組み」

～目次～

Ⅰ　国際情勢等の変化による経営への影響・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P3～13

Ⅱ　輸出の取組み・・ P14～19

○調査概要

- 調査時期：令和8年7月
- 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1)（食品製造業、食品卸売業、食品小売業、飲食業）(注2)
  6,931社

（注1）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。
（注2）以降、本資料においては、「食品製造業」を「製造業」、「食品卸売業」を「卸売業」、「食品小売業」を「小売業」として表記。

- 有効回答数：2,232社（回収率32.2%）
  （内訳）
  郵送回答：1,180社、インターネット回答：1,052社
  製造業：1,411社、卸売業：595社、小売業：171社、飲食業：55社

※グラフに表示している構成比は小数点第2位以下を四捨五入しているため、各種合計値が合わない、または100にならないことがある。

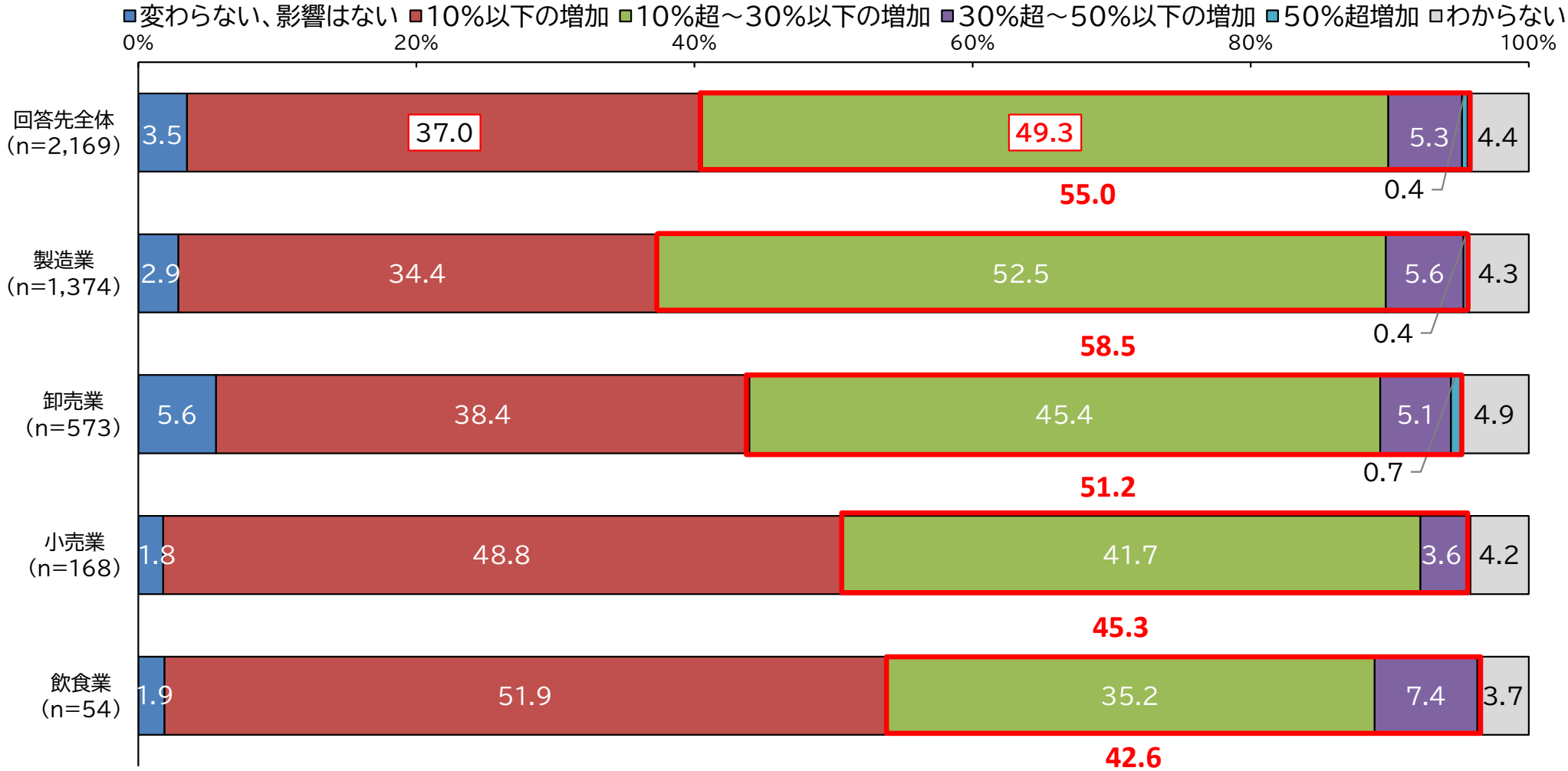
＜お問い合わせ先＞
日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部（担当：黒川、垣尾）TEL：03-3270-5585
〒100-0004　東京都千代田区大手町1-9-4　大手町ﾌｨﾅﾝｼｬﾙｼﾃｨ　ﾉｰｽﾀﾜｰ

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

1. 経営コストの増加幅（経営コスト全体）

・令和8年2月以前と比べた経営コスト全体の増加幅は、「10%超～30%以下」の割合が49.3%と最も高く、次いで「10%以下」が37.0%となった。
・回答先全体のうち経営コスト全体の増加幅が10%超と回答した割合は、全体の約6割となった。

【経営コスト全体】



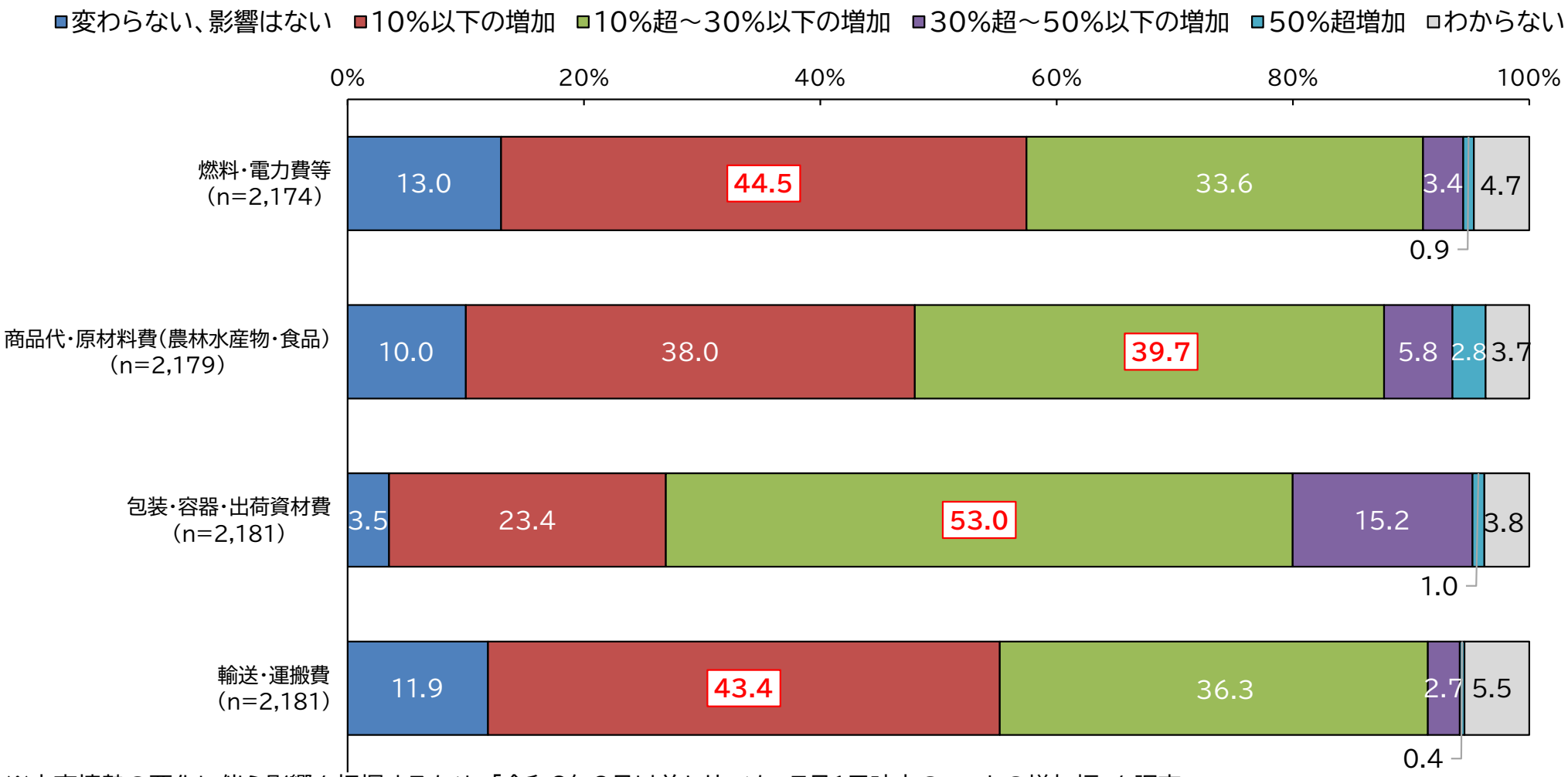
※中東情勢の悪化に伴う影響を把握するため、「令和8年2月以前と比べた、7月1日時点のコストの増加幅」を調査

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

1. 経営コストの増加幅(費目別)

・令和8年2月以前と比べた費目別の増加幅について、燃料・電力費等及び輸送・運搬費では、「10%以下」が4割超と、最も高かった。
・商品代・原材料費(農林水産物・食品)及び包装・容器・出荷資材費では、「10%超～30%以下」が最も高く、包装・容器・出荷資材費では5割超となった。

【回答先全体】



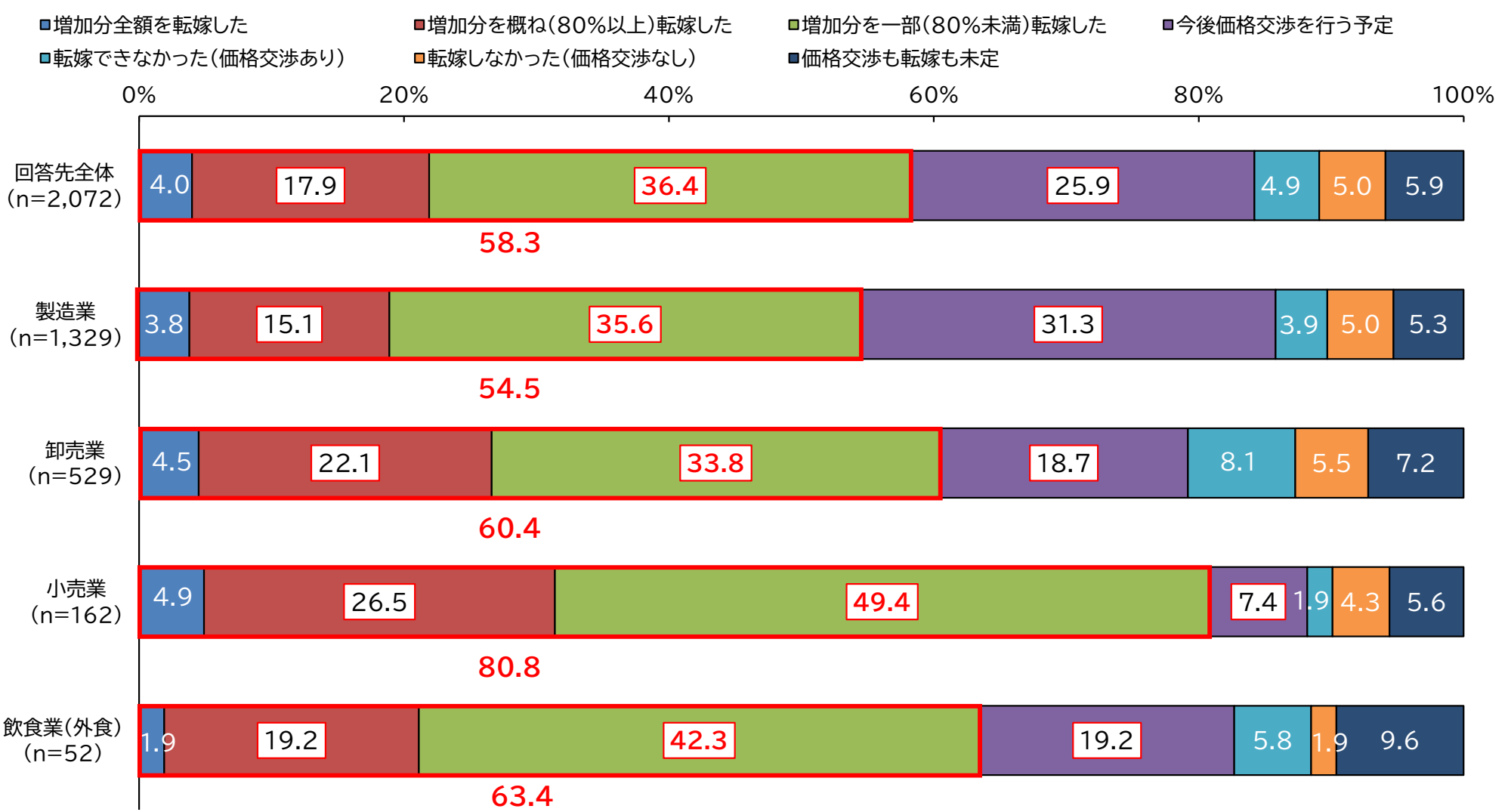
※中東情勢の悪化に伴う影響を把握するため、「令和8年2月以前と比べた、7月1日時点のコストの増加幅」を調査
業種別の結果は、10、11頁を参照

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

2. 販売価格に対するコスト増加分の価格転嫁

・令和8年2月以前と比べた7月1日時点の経営コストが増加した(※)と回答した先のうち、販売価格に対するコスト増加分の価格転嫁について、約6割が価格転嫁したと回答した。「増加分を一部(80%未満)転嫁した」と回答した先は36.4%と最も高くなった。また、「今後価格交渉を行う予定」は25.9%となった。

(※)3頁「1. 経営コストの増加幅(経営コスト全体)」において、増加のあった先を対象



※中東情勢の悪化に伴う影響を把握するため、「令和8年2月以前と比べた、7月1日時点の価格転嫁の実施状況」を調査

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

3. 価格転嫁を実現するにあたって実施したこと、今後実施したいこと

・令和8年2月以前と比べた7月1日時点の経営コストが増加したと回答した先のうち、「価格転嫁を実現するにあたって実施したこと」は、回答先全体では、「販売価格の引き上げについて、十分な説明を行い、顧客の理解を得た」が79.5%と最も高く、次いで「既存の商品・サービスの付加価値向上を実施した」(19.9%)となった。

・「価格転嫁を実現するにあたって、今後実施したいこと」は、回答先全体では、「販売価格の引き上げについて、十分な説明を行い、顧客の理解を得る」が59.6%と最も高く、次いで「既存の商品・サービスの付加価値向上を実施する」(33.1%)となった。

【実施したこと】

	製造業 n=1,094	卸売業 n=431	小売業 n=131	飲食業 n=44	回答先全体 n=1,700
販売価格の引き上げについて、十分な説明を行い、顧客の理解を得た	82.6	81.4	58.0	47.7	79.5
既存の商品・サービスの付加価値向上を実施した	16.6	16.9	44.3	59.1	19.9
新商品・サービスを開発した	14.6	5.1	16.0	20.5	12.5
既存の商品・サービスについて、競合他社と差別化した	10.0	10.2	19.8	15.9	10.9
契約で変動制を採用する等により価格転嫁が実現できた	2.8	2.6	1.5	4.5	2.7
その他	2.6	3.0	3.1	0.0	2.6

【実施したいこと】

	製造業 n=1,166	卸売業 n=452	小売業 n=145	飲食業 n=49	回答先全体 n=1,812
販売価格の引き上げについて、十分な説明を行い、顧客の理解を得る	61.1	63.7	41.4	40.8	59.6
既存の商品・サービスの付加価値向上を実施する	31.0	31.2	49.7	51.0	33.1
新商品・サービスを開発する	30.0	18.6	28.3	30.6	27.0
既存の商品・サービスについて、競合他社と差別化する	22.6	24.6	35.2	32.7	24.4
契約で変動制を採用する等により価格転嫁を実現する	5.1	8.4	4.1	10.2	6.0
その他	1.2	1.1	2.1	0.0	1.2

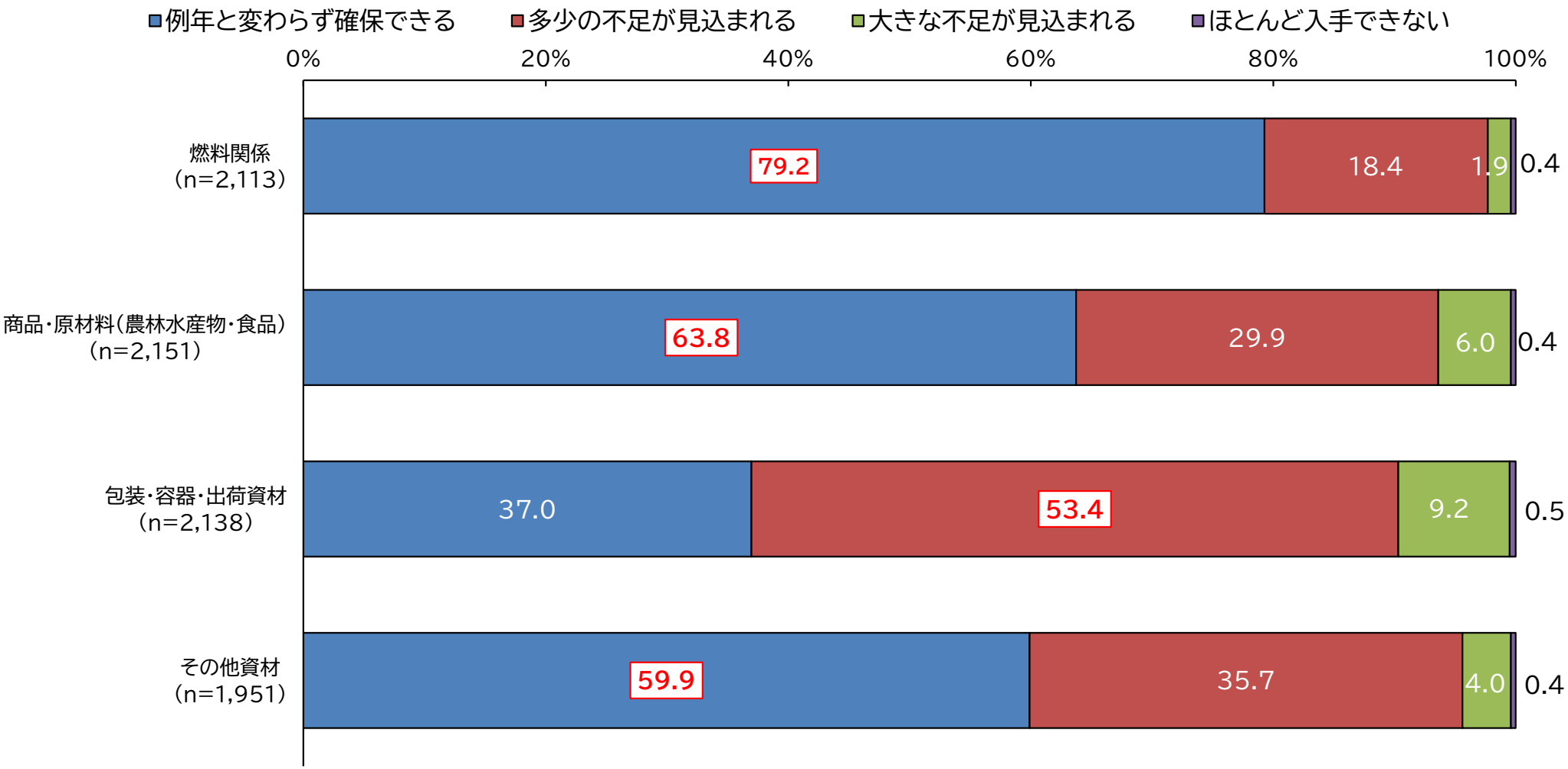
※回答した割合が高い上位2項目について塗りつぶしを行った。

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

4. 今後の商品及び原材料等の仕入れへの影響

・今後の商品及び原材料等の仕入れへの影響は、燃料関係、商品・原材料（農林水産物・食品）及びその他資材で、「例年と変わらず確保できる」と回答した割合が最も高かった。
・一方、包装・容器・出荷資材では、「多少の不足が見込まれる」が53.4%と最も高かった。

【回答先全体】



※業種別の結果は、12、13頁を参照

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

5. 商品及び原材料の調達不安や価格高騰への対応（複数回答）

・商品及び原材料の調達不安や価格高騰への対応について、回答先全体では、「仕入先等との価格交渉」が47.0%と最も高く、次いで「代替資材への変更」(40.7%)となった。
・業種別にみると、製造業、卸売業、飲食業で「仕入先等との価格交渉」の割合が最も高くなった。小売業では「代替資材への変更」と回答した割合が最も高くなった。

	製造業 n=1,388	卸売業 n=578	小売業 n=167	飲食業 n=53	回答先全体 n=2,186
仕入先等との価格交渉	46.0	47.6	47.9	64.2	47.0
代替資材への変更	41.8	33.9	52.7	49.1	40.7
まとめ買いなど仕入れ方法の工夫	37.5	36.5	32.3	28.3	36.6
資材の使用量低減	27.0	26.0	50.9	22.6	28.5
仕入先の変更	27.3	19.2	24.0	32.1	25.0
資材費以外の削減	22.1	19.4	29.3	17.0	21.8
特に対策をしていない	9.9	15.7	7.2	17.0	11.4
その他	3.2	1.4	2.4	1.9	2.7

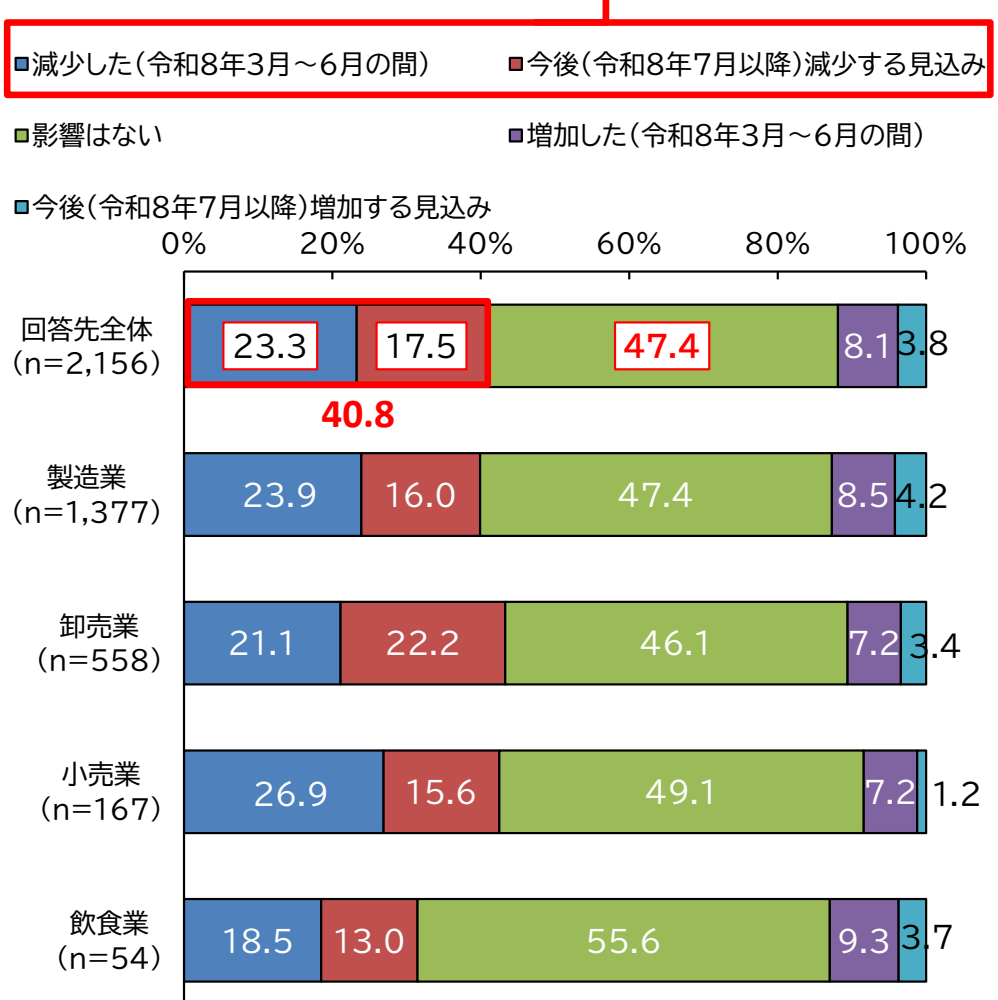
※回答した割合が高い上位2項目について塗りつぶしを行った。

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

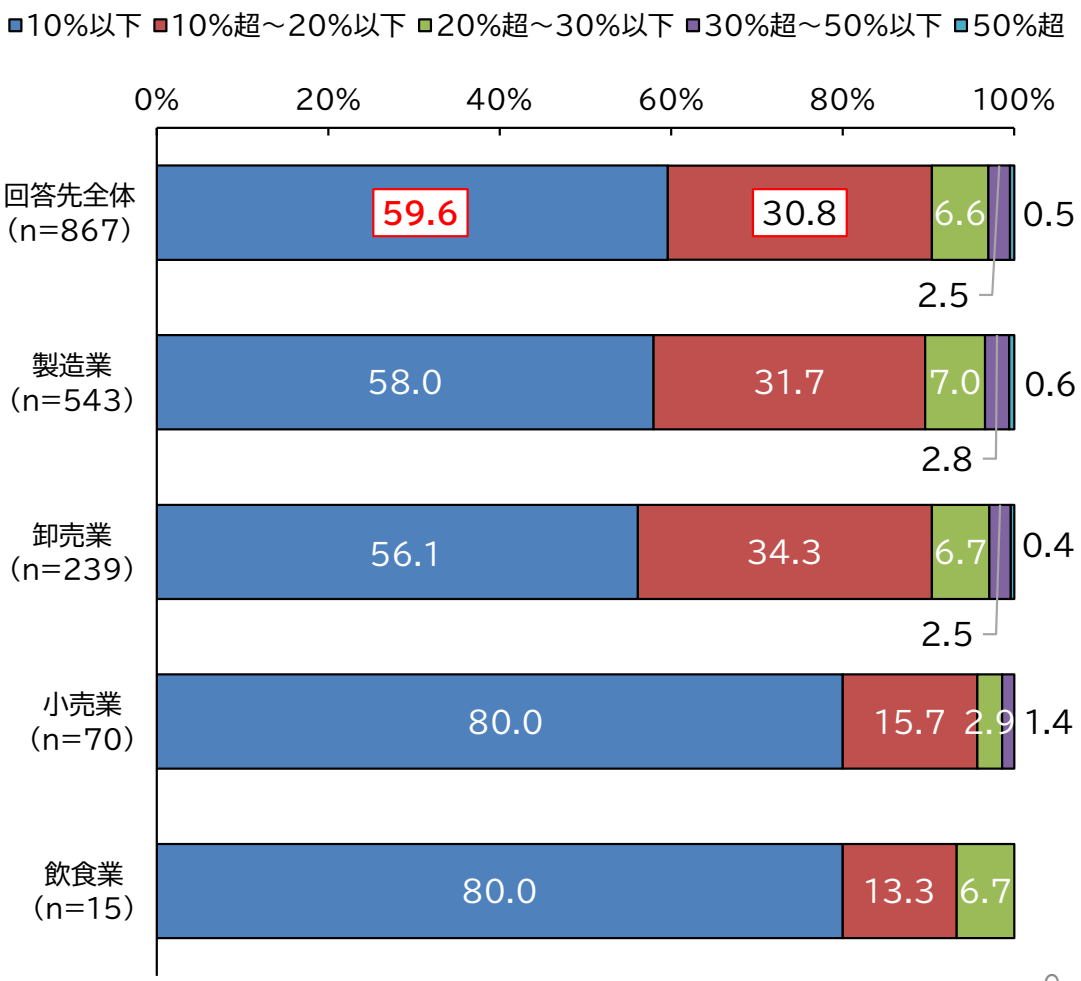
6. 製造・販売への影響

・国際情勢等の変化による製造・販売への影響は、回答先全体では、「影響はない」が47.4%と最も高く、次いで「減少した（令和8年3月～6月の間）」（23.3%）、「今後（令和8年7月以降）減少する見込み」（17.5%）となった。
・「減少した（令和8年3月～6月の間）」、「今後（令和8年7月以降）減少する見込み」と回答した先全体のうち、製造・販売の減少幅は「10%以下」と回答した先は59.6%と最も高く、次いで「10%超～20%以下」（30.8%）となった。

【製造・販売への影響】



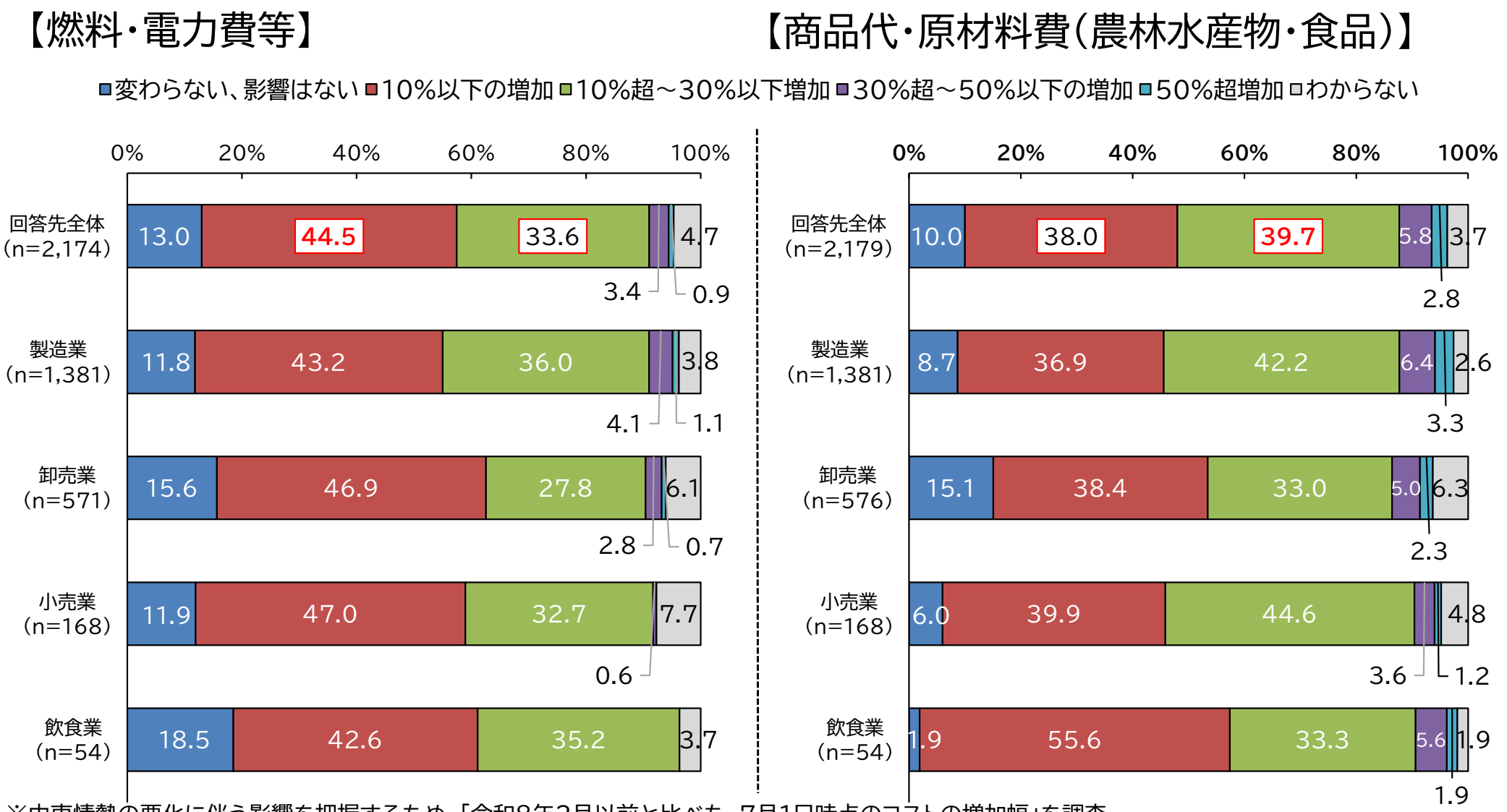
【製造・販売の減少幅】



※中東情勢の悪化に伴う影響を把握するため、「令和8年2月以前と比べた製造・販売の減少幅」を調査

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

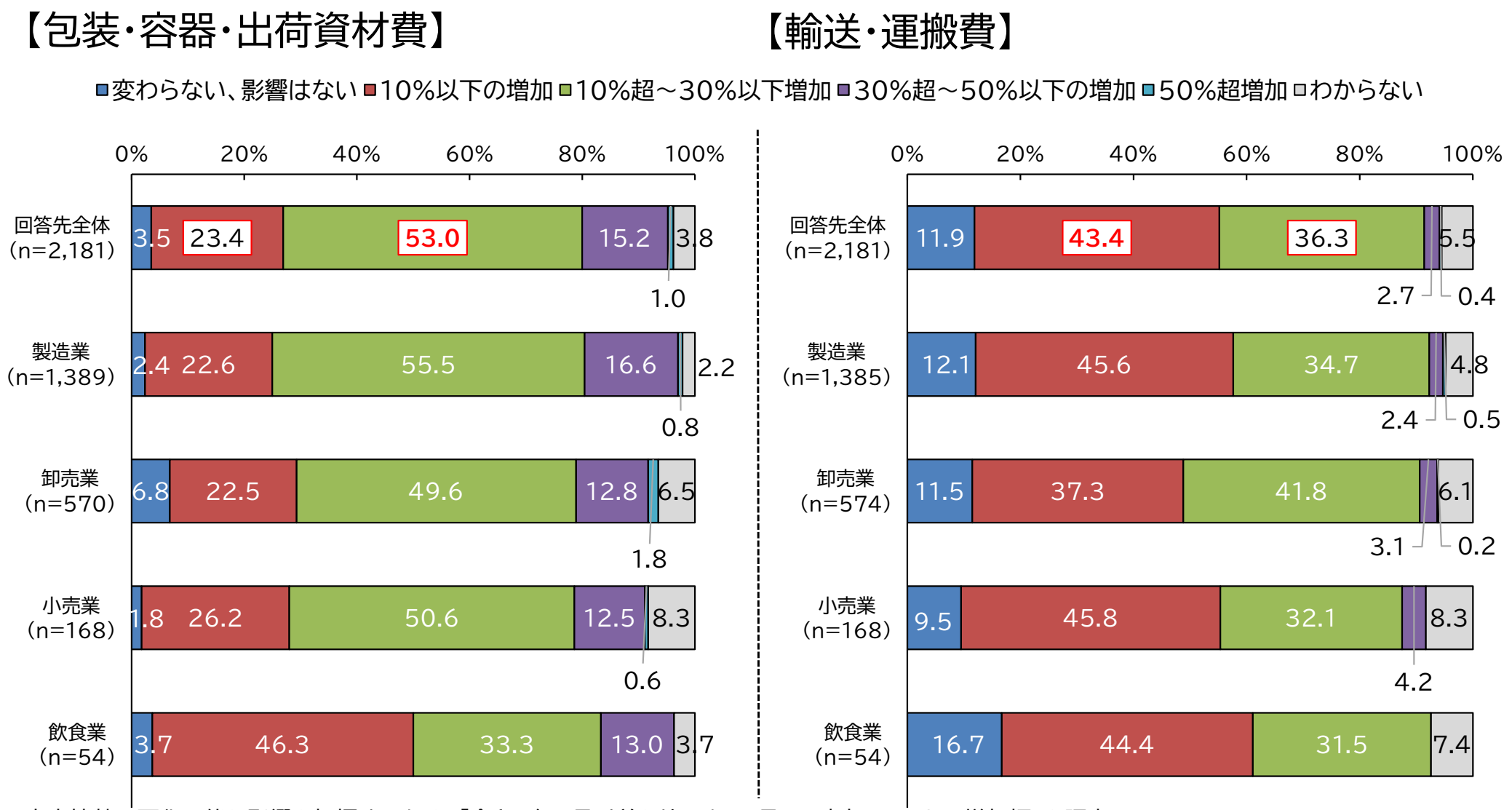
【参考①】経営コストの増加幅（業種別　費目別）



※中東情勢の悪化に伴う影響を把握するため、「令和8年2月以前と比べた、7月1日時点のコストの増加幅」を調査

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

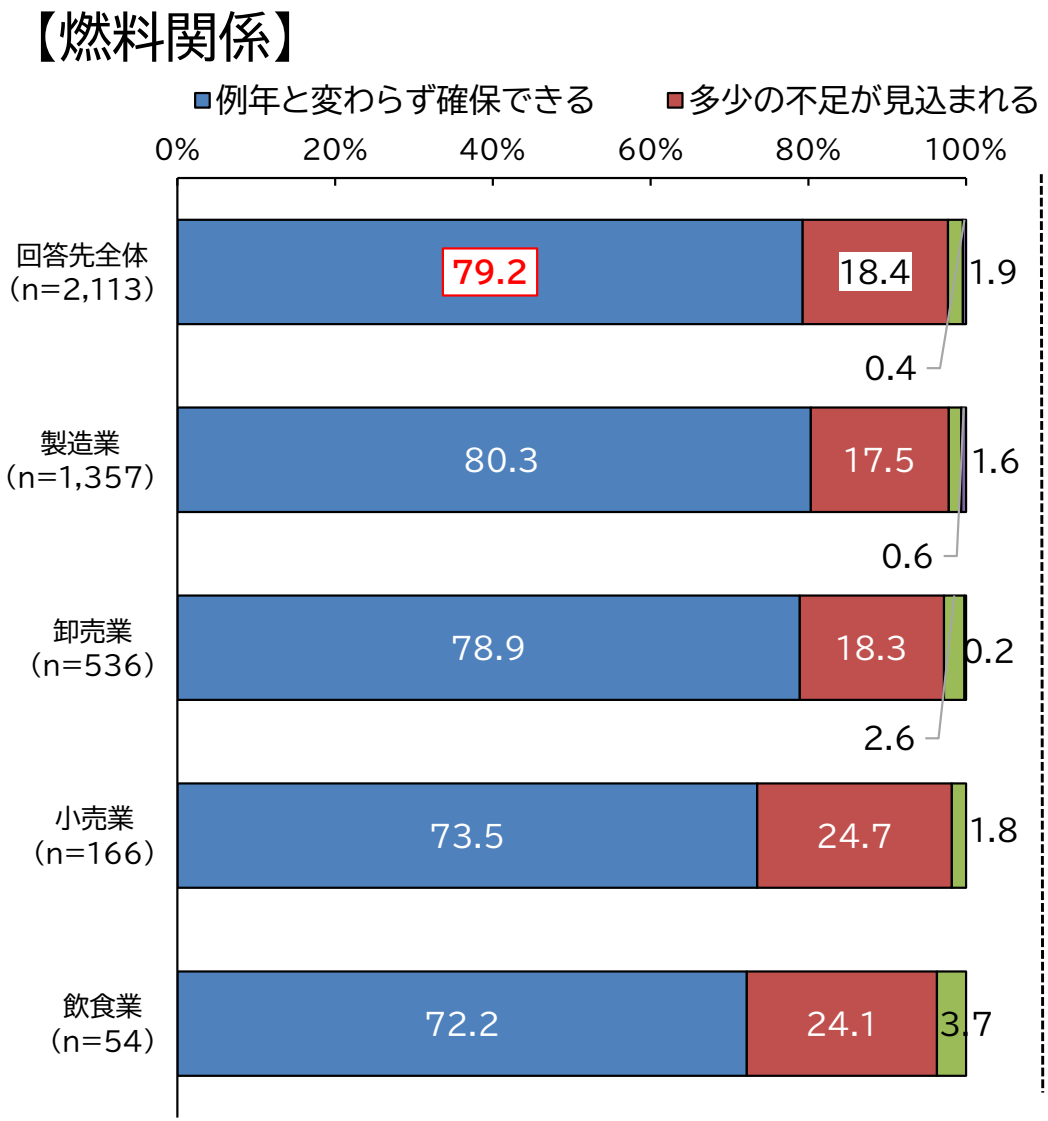
【参考①】経営コストの増加幅（業種別　費目別）

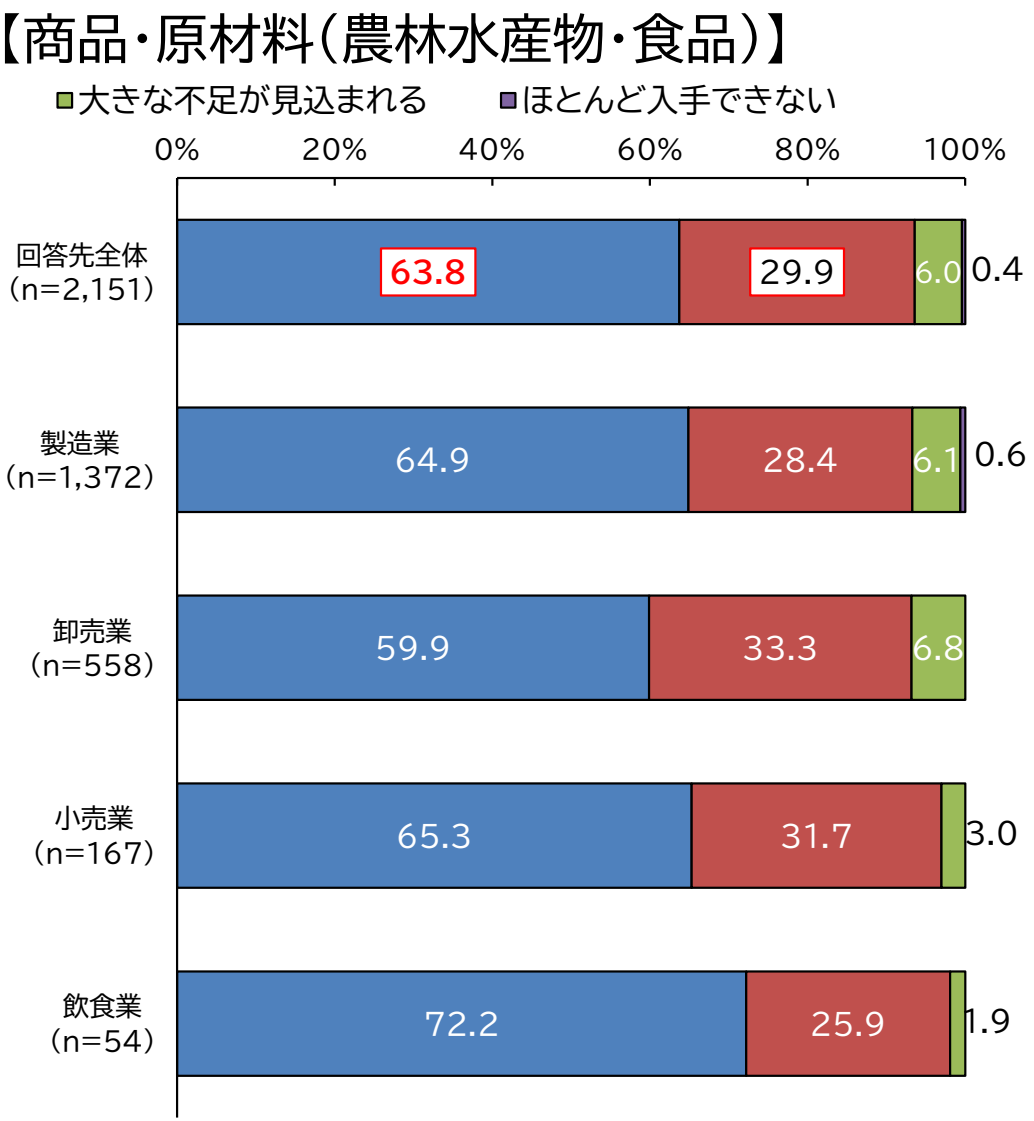


※中東情勢の悪化に伴う影響を把握するため、「令和8年2月以前と比べた、7月1日時点のコストの増加幅」を調査

Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

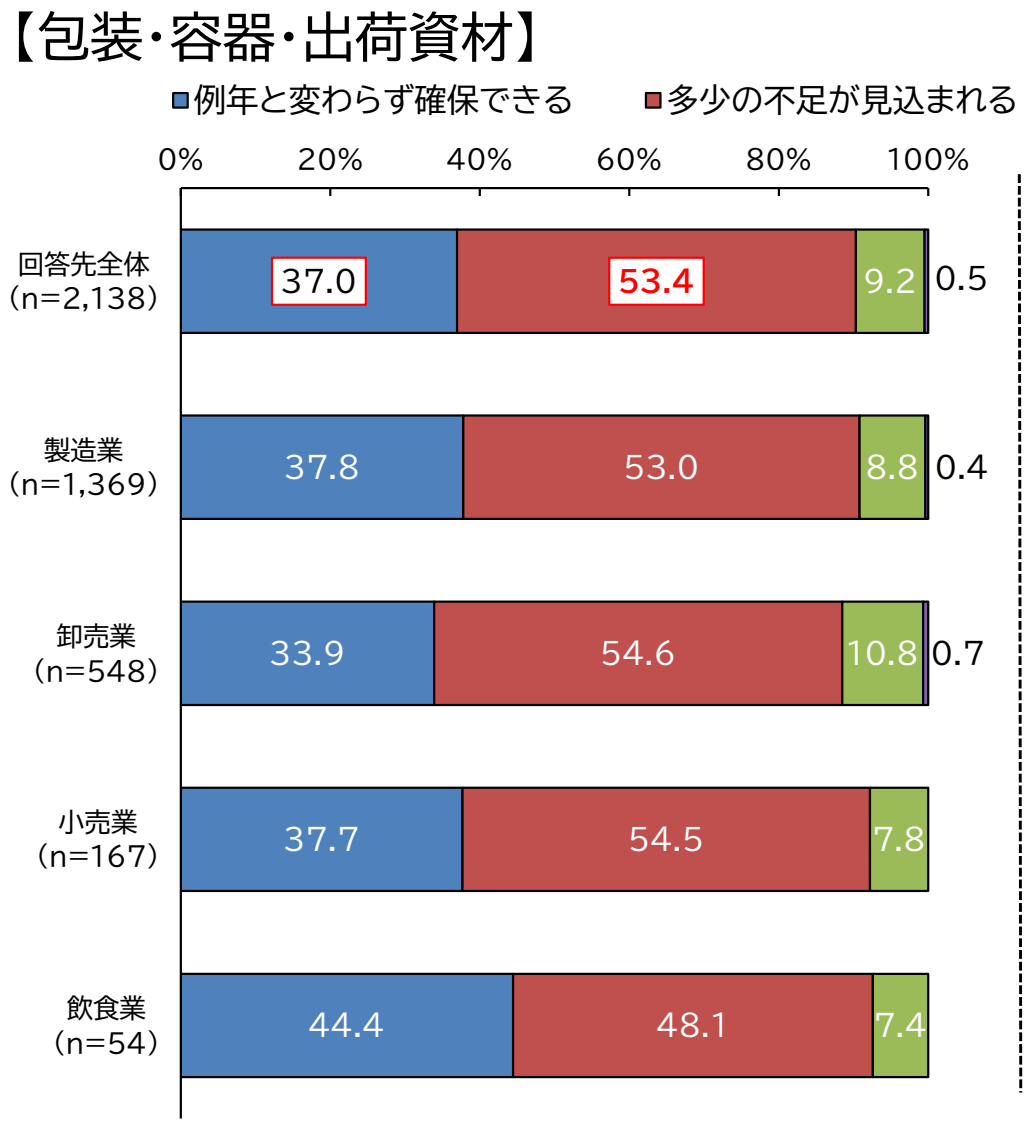
【参考②】今後の商品及び原材料等の仕入れへの影響（仕入品目別）

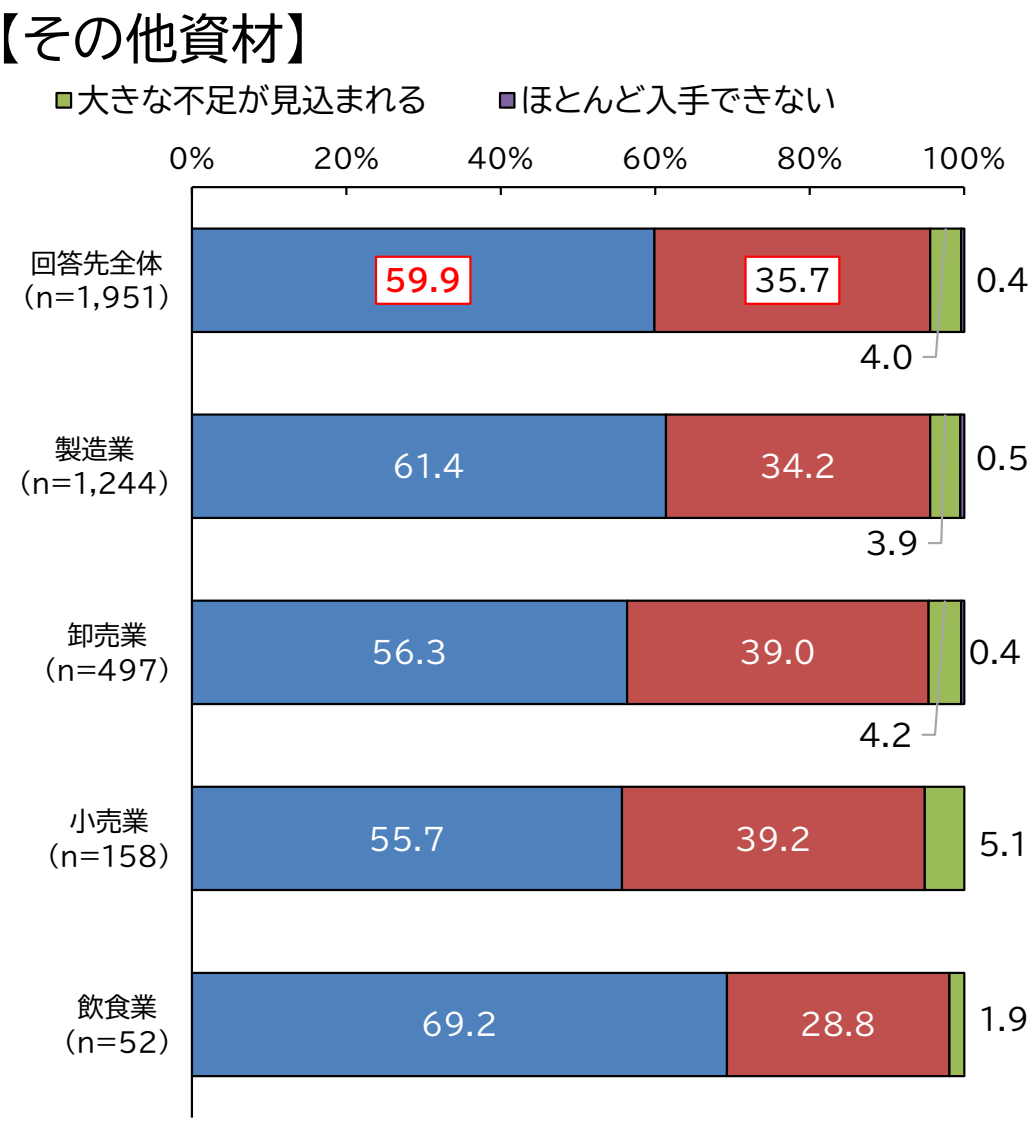




Ⅰ. 国際情勢等の変化による経営への影響

【参考②】今後の商品及び原材料等の仕入れへの影響（仕入品目別）





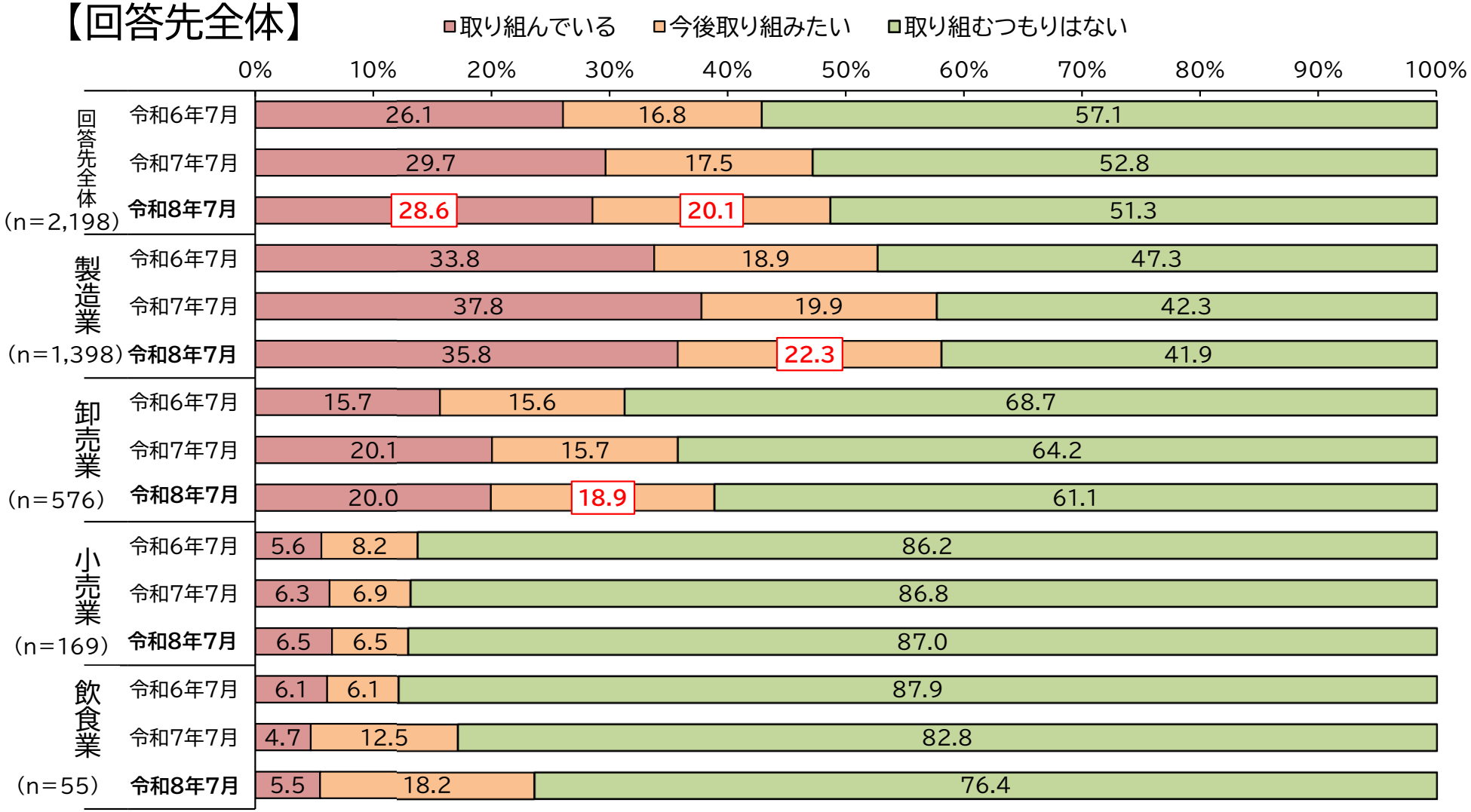
Ⅱ. 輸出の取組み

1. 輸出の取組状況

・輸出の取組み状況について、「取り組んでいる」（28.6%）と回答した割合は昨年調査（令和7年7月調査）からほぼ横ばいとなった。「今後取り組みたい」（20.1%）と回答した割合は昨年調査から2.6ポイント上昇した。

・業種別でみると、製造業では「今後取り組みたい」（22.3%）が昨年調査から2.4ポイント上昇し、卸売業では「今後取り組みたい」（18.9%）が昨年調査から3.2ポイント上昇した。

【回答先全体】



※ n は令和8年7月調査の母数

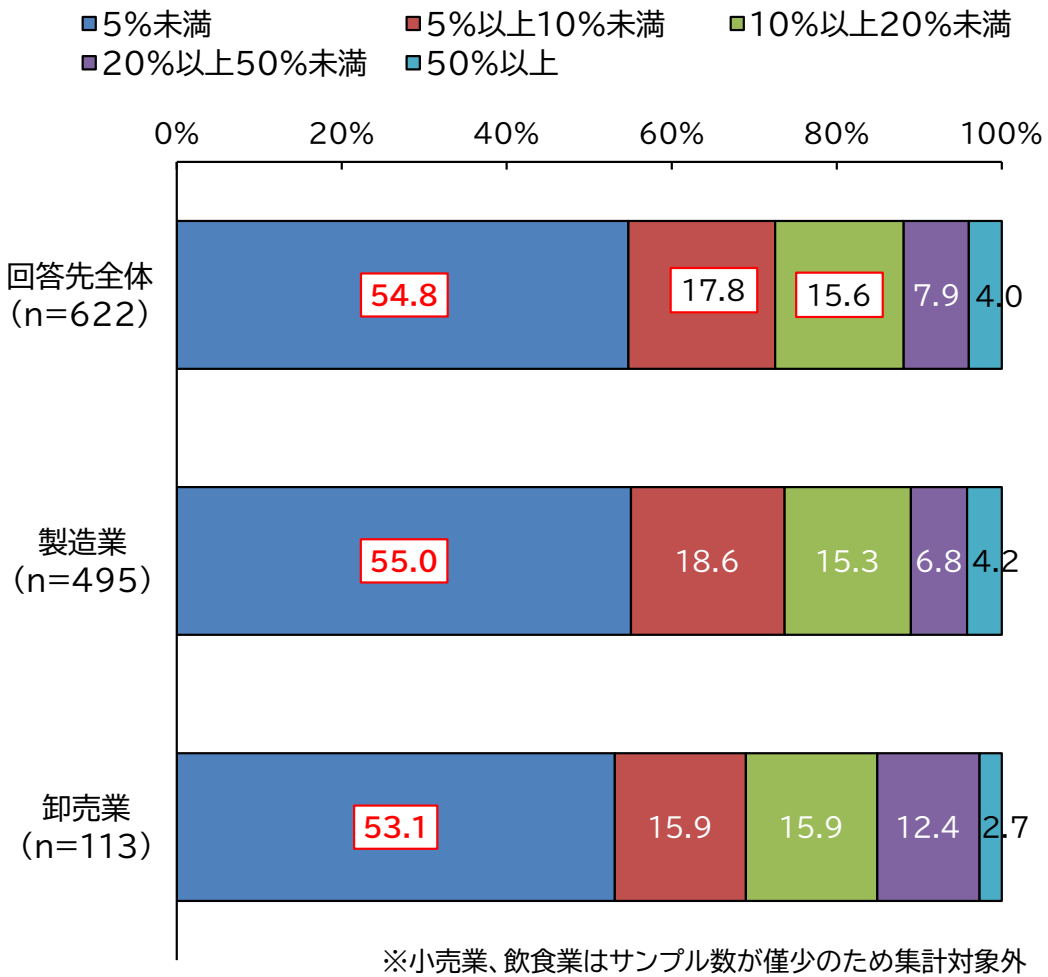
Ⅱ. 輸出の取組み

2. 輸出関連の売上高の割合及び輸出している品目

・輸出に「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、回答先全体で、「5%未満」（54.8%）が最も高く、次いで「5%以上10%未満」（17.8%）、「10%以上20%未満」（15.6%）の順となった。業種別でも製造業、卸売業とも、「5%未満」の回答割合が最も高く、5割超となった。

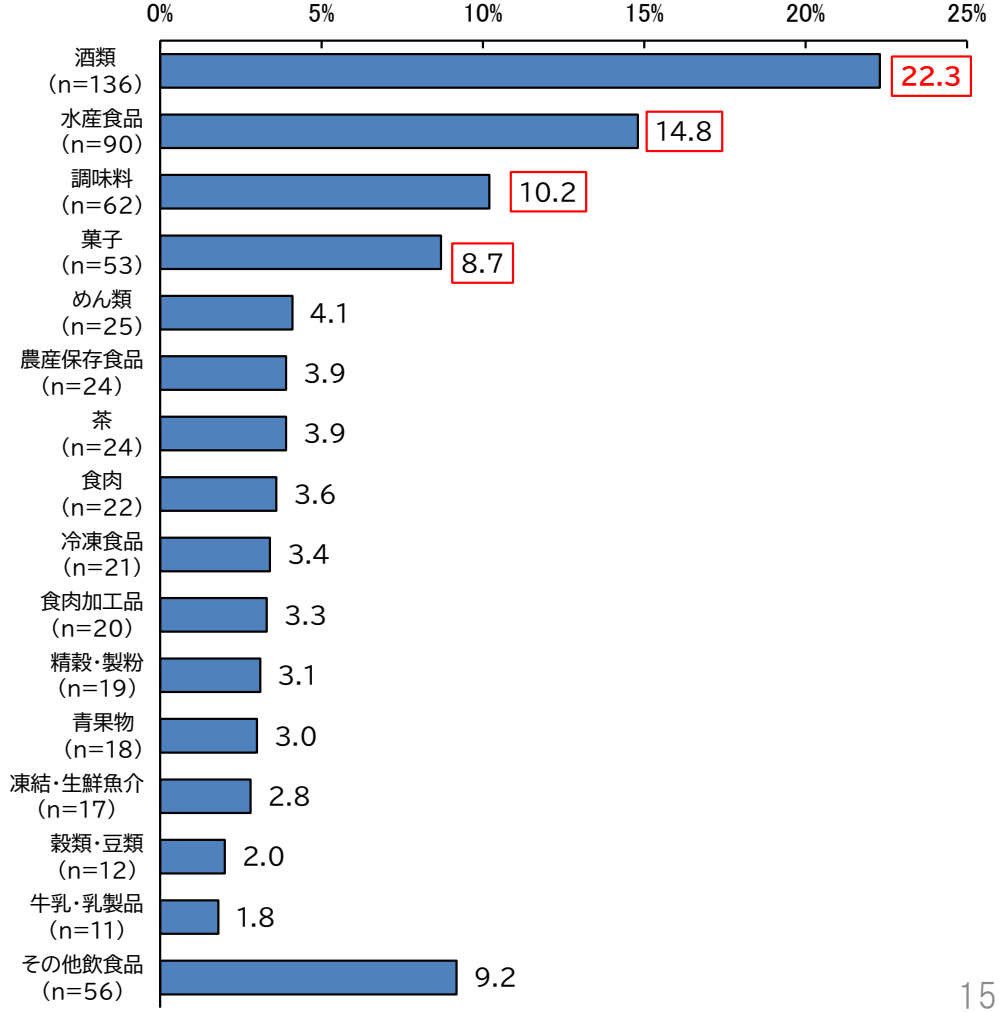
・輸出している品目は、「酒類」（22.3%）が最も多く、次いで「水産食品」（14.8%）、「調味料」（10.2%）、「菓子」（8.7%）の順となった。

【全体売上高に占める割合】



※小売業、飲食業はサンプル数が僅少のため集計対象外
製造業の詳細業種別の結果は、19頁を参照

【輸出している品目】

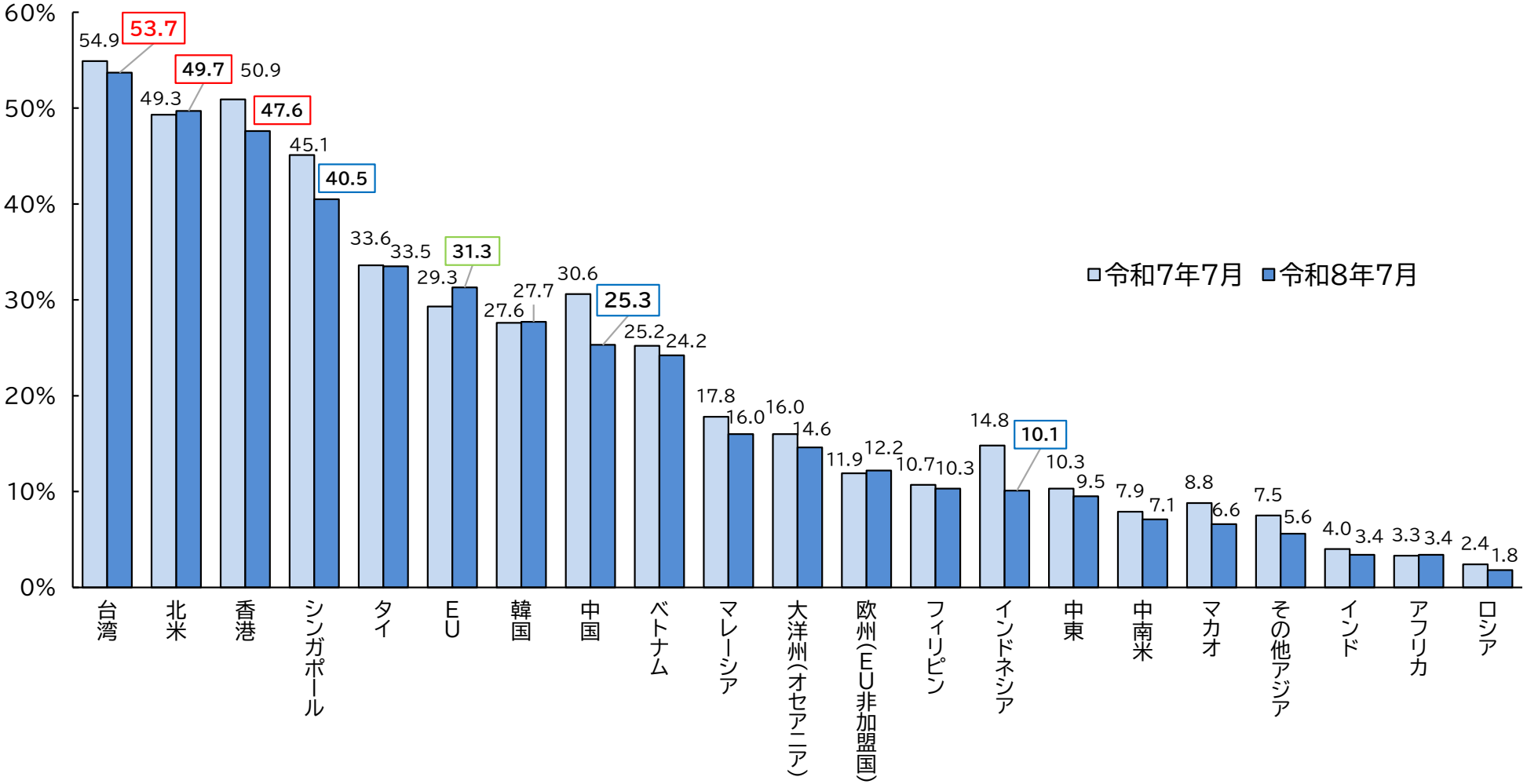


Ⅱ. 輸出の取組み

3. 輸出している対象国(地域)（複数回答）

・輸出に「取り組んでいる」と回答した先の輸出先の対象国(地域)は、「台湾」(53.7%)が最も多く、次いで「北米」(49.7%)、「香港」(47.6%)の順となった。
・「EU」(31.3%)は、昨年調査(令和7年7月調査)から2.0ポイント上昇した。
・「シンガポール」(40.5%)、「中国」(25.3%)、「インドネシア」(10.1%)は、昨年調査からそれぞれ4.6ポイント、5.3ポイント、4.7ポイント低下した。

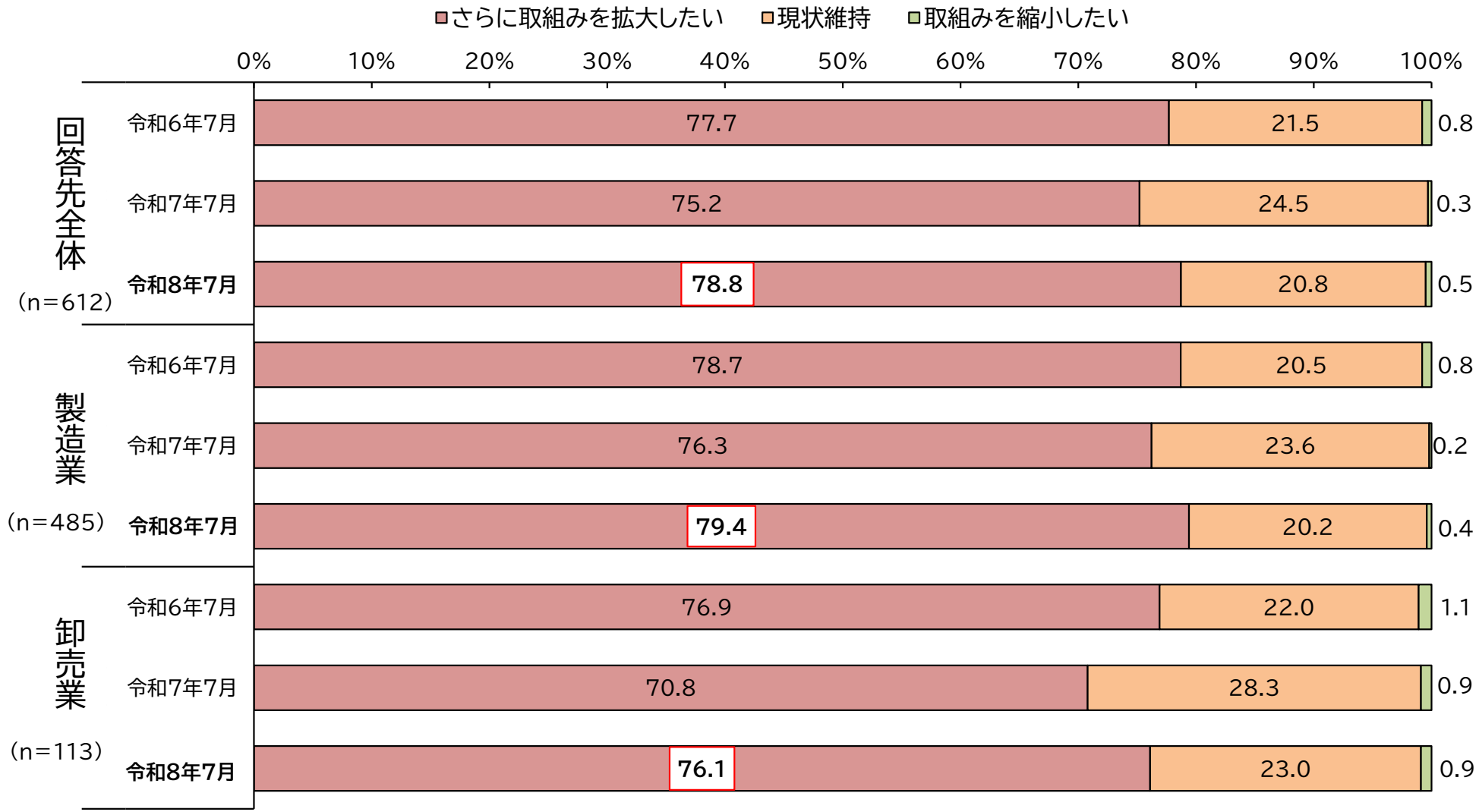
【回答先全体】



Ⅱ. 輸出の取組み

4. 輸出の取組みに対する今後の意向

・輸出に「取り組んでいる」と回答した先の、今後の意向については、「さらに取組みを拡大したい」（78.8%）が約8割となり、昨年調査（令和7年7月調査）から3.6ポイント上昇した。
・業種別でみると、製造業、卸売業とも「さらに取組みを拡大したい」と回答した割合が上昇した。



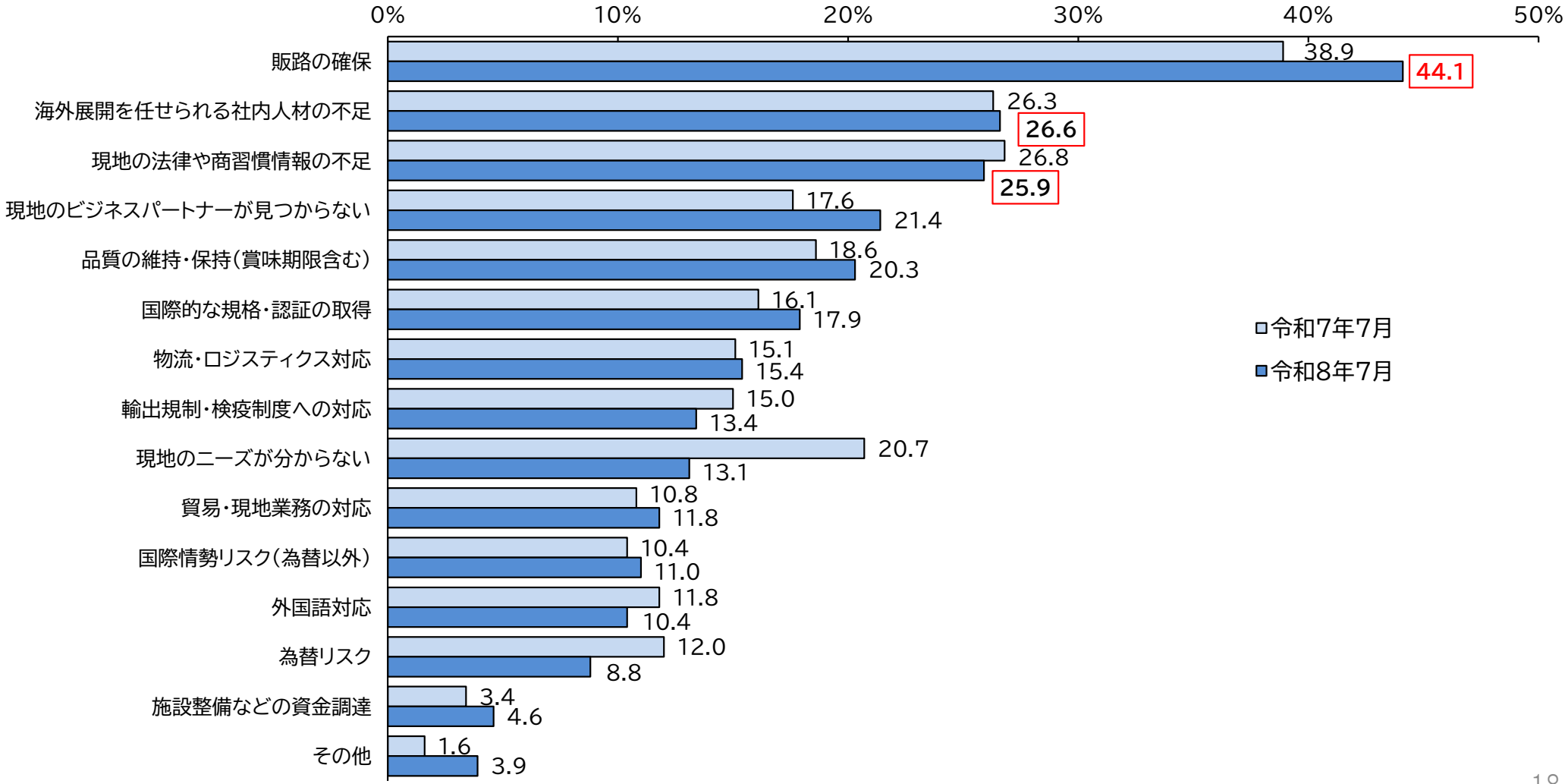
※小売業、飲食業はサンプル数が僅少のため集計対象外

Ⅱ. 輸出の取組み

5. 輸出に取り組む際の課題（3つまで回答）

・輸出に取り組む際の課題は、「販路の確保」（44.1%）が最も多く、次いで「海外展開を任せられる社内人材の不足」（26.6%）、「現地の法律や商慣習情報の不足」（25.9%）の順となった。
・「販路の確保」（44.1%）と回答した割合は、昨年調査（令和7年7月調査）から5.2ポイント上昇した。

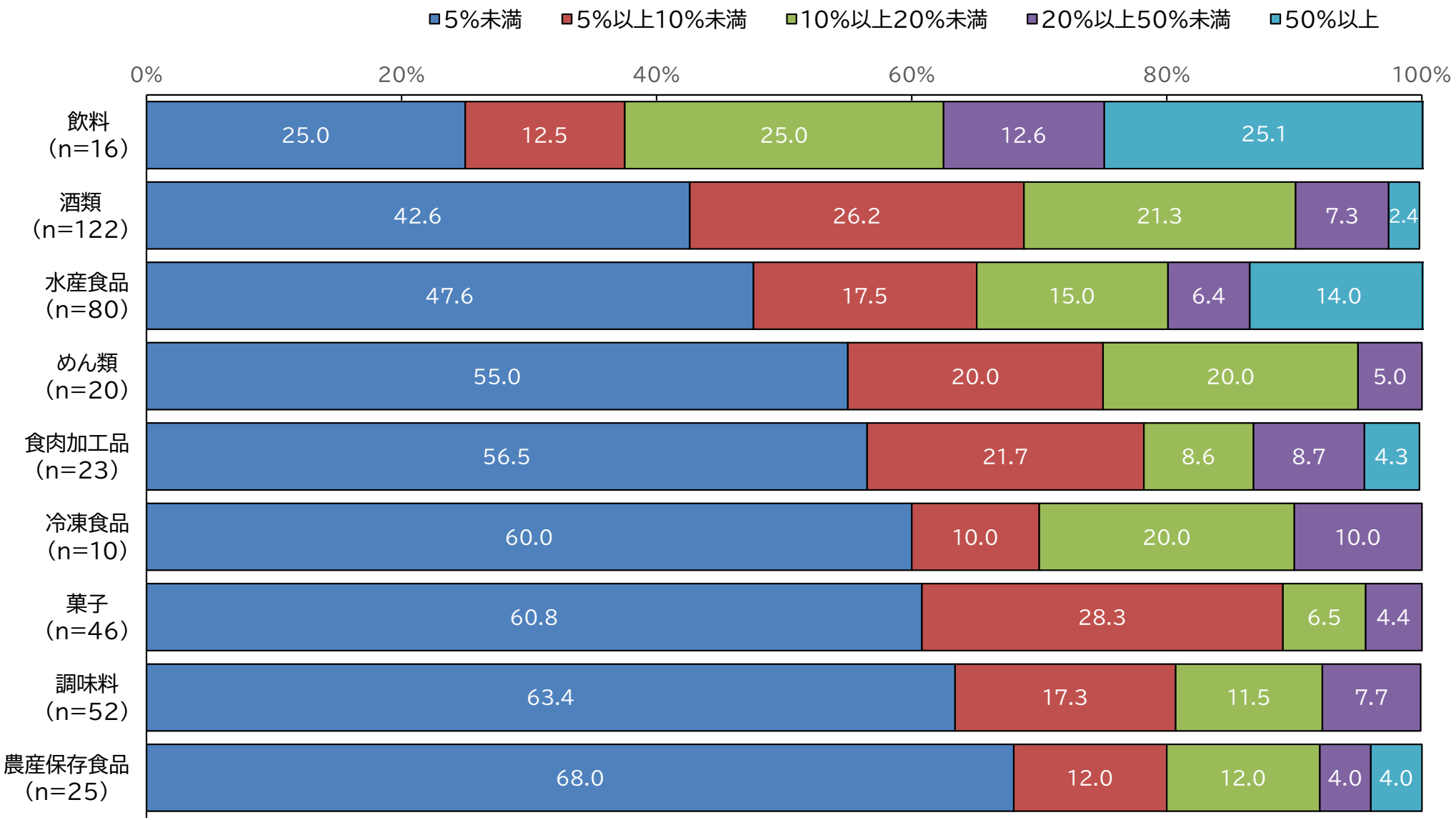
【回答先全体】



Ⅱ. 輸出の取組み

【参考】輸出関連の売上高の割合

【全体売上高に占める割合(製造業/品目別)】



※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