

平成19年度農林水産省総合食料局委託
食品産業動態調査報告書

食品製造業における原料 価格上昇の影響と対策

平成20年3月

社団法人食品需給研究センター

はじめに

この調査報告書は、農林水産省総合食料局の委託により、平成 19 年度食料需給予測調査分析事業（食品産業動態調査）の一環として、社団法人食品需給研究センターが実施し、とりまとめたものである。

平成 19 年の GDP（国内総生産）成長率は、実質 2.1 %、名目 1.3 %で、2 年連続で上昇し、企業部門は収益が改善し、家計部門へ波及してきた。このようななかで個人消費は持ち直しから、年後半には横ばいとなっている。しかし、平成 20 年には、米国発のサブプライム危機が引き起こした景気後退が顕著になりつつある。

食品製造業をとりまく経済環境は、原油価格の高騰、穀物のバイオ燃料用途の需要拡大、BRICs 等の経済成長に伴う食料消費の増加などを背景として、原料農産物の需給ひっ迫と価格高騰に直面している。

本調査報告書は、このような状況を踏まえ、食品製造業における原料農産物の価格上昇の実態、製品販売価格への転嫁状況、原料調達の見通し、当期の収益性に及ぼす影響、生産コストの削減対策、今後の経営課題などについてアンケート結果をとりまとめたものである。

本調査の実施にあたり、食品製造業の方々にはご多忙の中ご協力いただいた。また、農林水産省総合食料局食料企画課をはじめとした関係各課の方々にご指導、ご協力を頂いた。

ここに深く感謝の意を表する次第である。

平成 20 年 3 月

社団法人食品需給研究センター
理事長 西藤久三

目 次

要約	1
1 回答企業の概要	6
(1) 回答企業の業種	6
(2) 回答企業の資本金規模	8
(3) 回答企業の従業員数規模	10
(4) 回答企業の製品製造主体区分	12
2 原料価格上昇の現状と対策	14
(1) 農産物仕入額に占める国産品の割合	14
(2) 原料農産物の仕入数量の変化	16
(3) 直近1年間における主原料の価格上昇	21
(4) 主原料農産物の調達見通し	26
(5) 原料農産物の仕入れコスト削減・安定調達対策	30
3 原料価格上昇に伴う価格転嫁の現状	34
(1) 直近1年間における製品販売価格の価格改定状況	34
(2) 値上げ額における原料価格上昇要因の寄与度	36
(3) 原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合	38
(4) 製品販売価格値上げの方法	40
(5) 製品価格値上げ方法と出荷販売数量へ及ぼす影響	42
(6) 主原料の価格上昇に伴う製品生産の改善策	44
4 収益性に及ぼす影響と今後の経営課題	46
(1) 収益性に及ぼす影響	46
(2) 生産性上昇等の対策	53
(3) 市場競争力強化の戦略	55
(4) 経営上の課題、問題点	57
(5) 今後の成長戦略に向けた展開方向	59
<参 考>アンケート自由記述欄	61
1 主原料の調達の見通しについて	61
2 国産原料における仕入れコスト削減・安定調達対策について	78
3 輸入原料における仕入れコスト削減・安定調達対策について	87
4 主原料の価格上昇に伴う製品生産の改善策について	87
5 製品価格値上げ方法と出荷販売数量へ及ぼす影響について	95
6 収益性に及ぼす影響について	99
7 市場競争力の強化のための戦略について	104
8 生産性上昇等の対策について	109
9 今後の成長戦略に向けた展開方向について	113

<要 約>

1 原料農産物の仕入動向

国産品と輸入品の仕入量について対前年比でみると、国産品がやや増加しているのに対し、輸入品はやや減少となっている。近年における輸入品に対する衛生管理の問題から、国産品にシフトしていることがうかがえる。

直近1年間における主原料の価格上昇率（推計）についてみると、回答企業全体では、国産品に比べて輸入品が高くなっている。輸入品の国際的な需給は、BRICsの経済成長やバイオ燃料用途の拡大などを背景にひっ迫する品目が多くなっており、輸入物価指数によれば、平成19年12月の食料品・飼料は、対前年比で19.2ポイントと大幅な上昇となっている。

図1 原料農産物の仕入動向

	国産原料 仕入割合	主原料仕入動向		主原料仕入価格	
		国産品	輸入品	国産品	輸入品
計	52%	やや増加	やや減少	5.5%上昇	8.6%上昇
畜産食料品製造業	58%	やや増加	やや減少	5.4%上昇	8.4%上昇
水産食料品製造業	56%	やや増加	やや減少	6.9%上昇	8.2%上昇
農産食料品製造業	63%	やや増加	減少	6.1%上昇	7.8%上昇
調味料製造業	49%	やや増加	やや減少	6.6%上昇	9.0%上昇
精糖製造業	38%	やや増加	やや減少	2.5%上昇	10.1%上昇
製穀・製粉製造業	34%	やや減少	やや減少	4.5%上昇	11.5%上昇
パン・菓子製造業	48%	やや増加	やや減少	6.3%上昇	9.6%上昇
動植物油脂製造業	37%	横ばい	やや減少	13.0%上昇	15.8%上昇
清涼飲料製造業	45%	増加	やや減少	6.2%上昇	6.6%上昇
酒類製造業	80%	横ばい	横ばい	1.3%上昇	5.1%上昇
茶コーヒー製造業	65%	やや増加	やや減少	3.1%上昇	7.2%上昇
その他製造業	44%	やや増加	やや減少	5.2%上昇	8.1%上昇

注: 数値は、選択肢尺度の中央値から単純平均した推計である。

2 原料農産物の調達見通し

原料農産物の調達見通しは、国産品に対し、輸入品の不安が大きい。国産品は「安定」、「やや安定」が併せて6割となっているが、輸入品は逆に「困難」、「やや困難」が併せて5割近くとなっている。輸入品は、仕入先の絞り込みや規格の見直しなどにより、仕入コスト削減や安定調達の対策を講じている。

図2 原料農産物の調達見通しと対策

国産原料農産物の調達見通し

計	やや安定
畜産食料品製造業	やや安定
(肉製品製造業)	やや安定
(乳製品製造業)	やや安定
水産食料品製造業	やや安定
農産食料品製造業	やや安定
調味料製造業	やや安定
精糖製造業	やや安定
製穀・製粉製造業	やや安定
パン・菓子製造業	やや安定
動植物油脂製造業	やや困難
清涼飲料製造業	やや安定
酒類製造業	やや安定
茶コーヒー製造業	やや安定
その他製造業	やや安定

国産原料農産物における 仕入コストの削減・安定調達の対策

- 1位 生産者・団体との契約取引の強化
- 2位 仕入先の絞り込み
- 3位 直接相対取引の強化
- 4位 仕入ロットの大型化
- 5位 共同仕入れ
- 6位 農業生産への参入
- 7位 規格外品の利用

輸入原料農産物の調達見通し

計	やや困難
畜産食料品製造業	やや困難
(肉製品製造業)	やや困難
(乳製品製造業)	やや困難
水産食料品製造業	やや困難
農産食料品製造業	やや困難
調味料製造業	やや困難
精糖製造業	やや困難
製穀・製粉製造業	やや困難
パン・菓子製造業	やや困難
動植物油脂製造業	やや困難
清涼飲料製造業	やや困難
酒類製造業	やや困難
茶コーヒー製造業	やや困難
その他製造業	やや困難

輸入原料農産物における 仕入コストの削減・安定調達の対策

- 1位 仕入先の絞り込み
- 2位 規格の見直し
- 3位 直接取引の強化
- 4位 仕入ロットの大型化
- 5位 開発輸入の取り組み
- 6位 在庫の積み増し
- 7位 共同仕入れ
- 8位 先物取引によるリスクヘッジ

3 原料農産物の価格上昇と転嫁の現状

直近1年間における主原料（国産品・輸入品計）の価格上昇率（推計）は、回答企業全体では約7.0%（推計）となっており、動植物油脂製造業、製穀・製粉製造業において上昇率が高い。

次に、直近1年間における製品販売価格の値上率（推計）は、回答企業全体では2.7%にとどまっており、変化なし（値上げしていない）が51.3%と多く、主原料価格上昇による製品販売価格の値上げが難しい現状がうかがえる。特に値上げ幅が大きい業種は、動植物油脂製造業、製穀・製粉製造業である。

直近1年間において製品販売価格の改訂を実施した結果、原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合（推計）についてみると、回答企業全体では18.7%にとどまっており、転嫁していないが40.7%と多い。食品製造業では主原料価格上昇による製品販売価格への転嫁が進んでいないことを示している。

図3 原料農産物の価格上昇とその転嫁割合

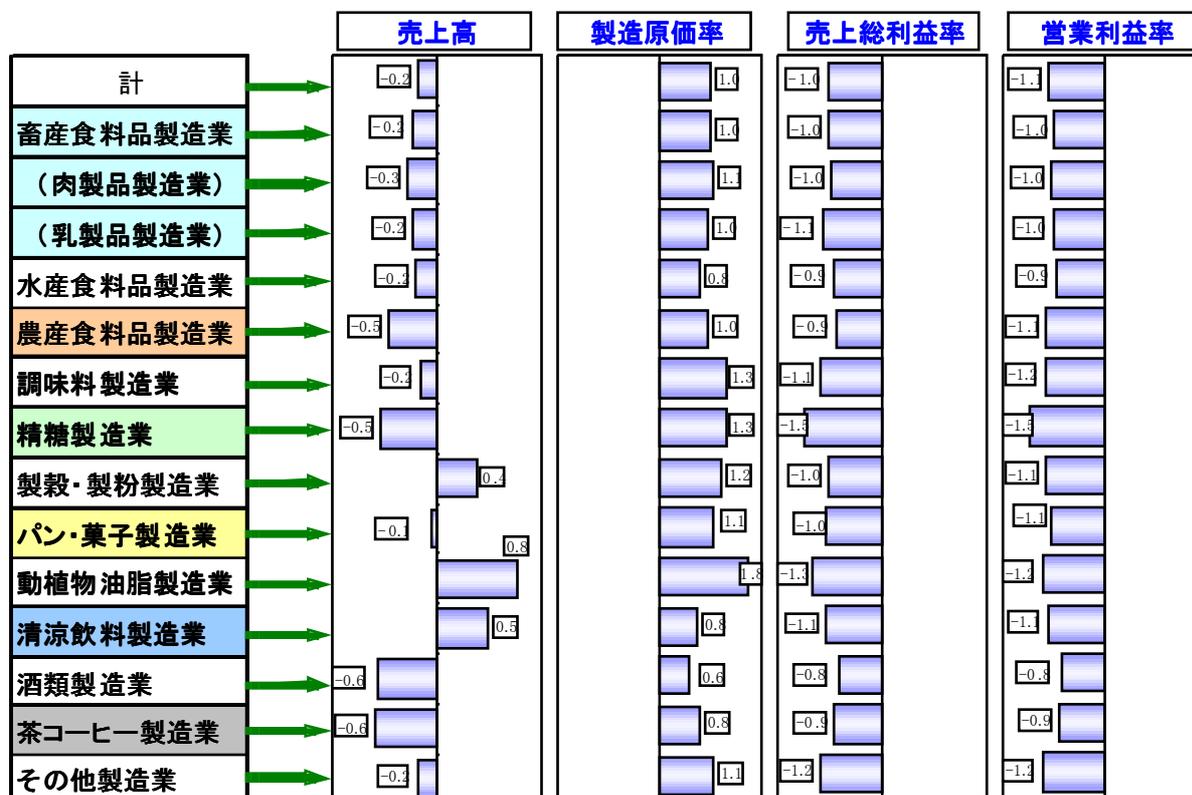
	主原料価格 上昇率	製品販売価格 値上率	価格転嫁率
計	7.0 %	2.7 %	18.7 %
畜産食料品製造業	5.7 %	2.7 %	17.4 %
（肉製品製造業）	6.5 %	3.1 %	20.0 %
（乳製品製造業）	5.5 %	2.0 %	14.0 %
水産食料品製造業	7.5 %	3.5 %	22.0 %
農産食料品製造業	5.8 %	2.8 %	16.4 %
調味料製造業	8.5 %	1.6 %	9.6 %
精糖製造業	8.0 %	3.5 %	21.5 %
製穀・製粉製造業	10.8 %	7.0 %	56.2 %
パン・菓子製造業	7.9 %	3.3 %	27.8 %
動植物油脂製造業	15.8 %	9.6 %	45.6 %
清涼飲料製造業	6.1 %	1.5 %	9.2 %
酒類製造業	2.1 %	0.7 %	2.8 %
茶コーヒー製造業	3.7 %	1.7 %	11.9 %
その他製造業	7.2 %	2.2 %	15.7 %

注：数値は選択肢の中央値から単純平均した推計である。企業規模にもとづきウェイト付けは行っていない1社1票である。

4 収益性に及ぼす影響

原料農産物、包装資材、光熱費、物流コストなどの上昇、製品販売価格への転嫁が進まないことなどから、当期の収益性悪化が懸念されている。回答企業全体では、売上高の低迷するなか、製造原価率の上昇、売上総利益率の低下、営業利益率の低下という構図が浮き彫りとなっている。

図 4 収益性に及ぼす影響



注:数値は5段階評価のポイントである(上昇が2, やや上昇が1, 横ばいが0, やや低下が-1, 低下が-2)。

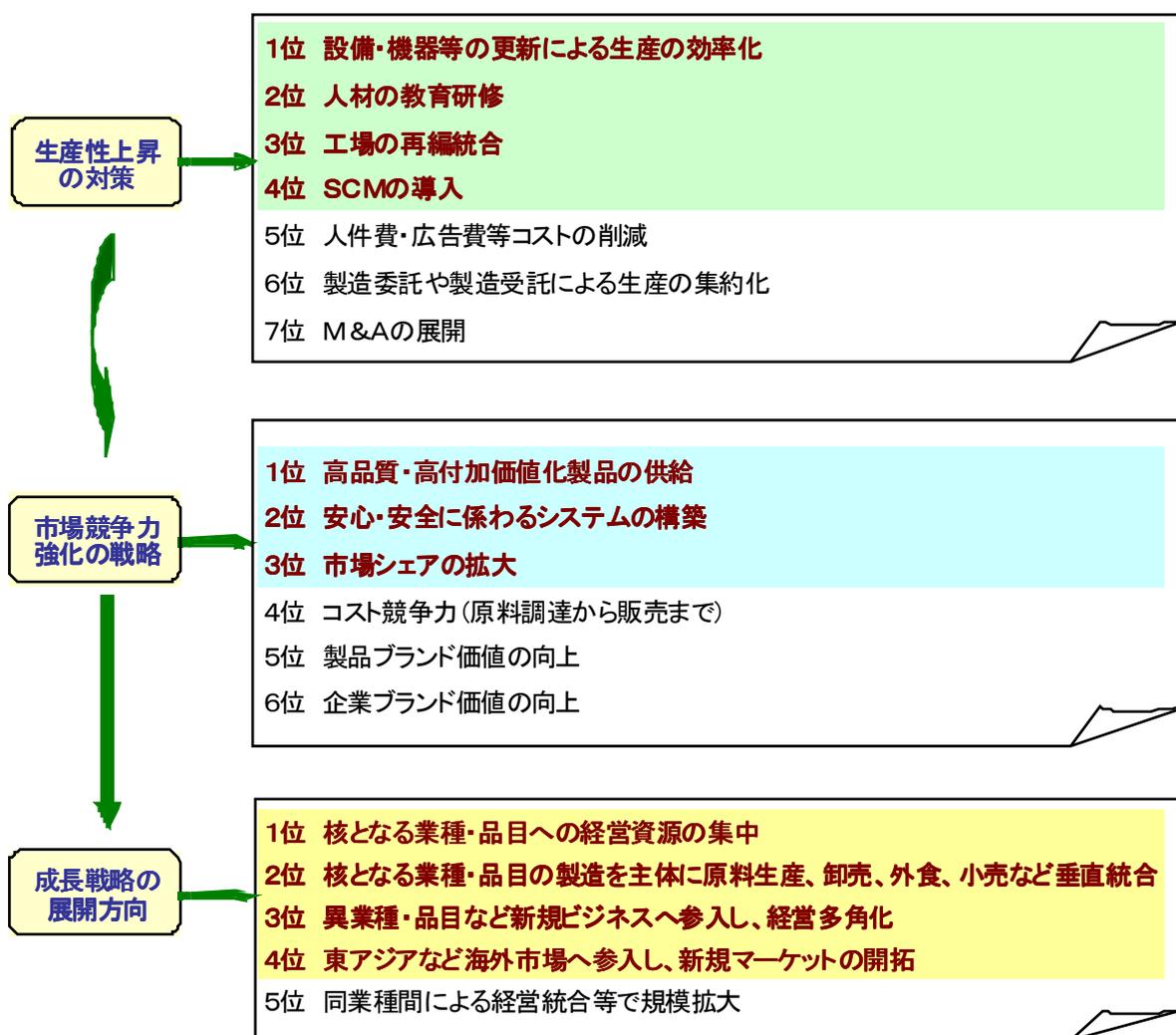
5 経営課題と今後の展開方向

原料農産物、物流コストなどの上昇から当期の収益性悪化が懸念されるなかで、生産性上昇等の対策は、「設備・機器等の更新による生産の効率化」、「人材の教育研修」、「工場の再編統合」、「SCM（サプライチェーンマネジメント）の導入」となっている。やはり設備・機器の更新により生産効率化や人件費の削減を図るとともに、人材のスキル向上を重要視している。

原料農産物、物流コストに加え、M&Aの進展などにより、市場の競争環境が激変するなかで、市場競争力強化の対策は、「高品質・高付加価値化製品の供給（製品差別化）」、「安心・安全に係わるシステムの構築」、「市場シェアの拡大」となっている。食品製造業では高付加価値製品を投入し、価格競争から脱却するねらいがうかがえる。

人口の減少・少子高齢化などを背景に国内の市場環境が厳しくなるなかで、食品製造業の成長戦略は、「核となる業種・品目への経営資源の集中による成長をめざす」、「核となる業種・品目の製造を主体に原料生産、卸売、外食、小売など垂直統合による成長をめざす」などとなっている。概して、経営資源を活かし、コアビジネスの深化や垂直統合化など選択と集中を一層進めることが経営合理化のテーマとなっている。

図5 経営課題と今後の展開方向

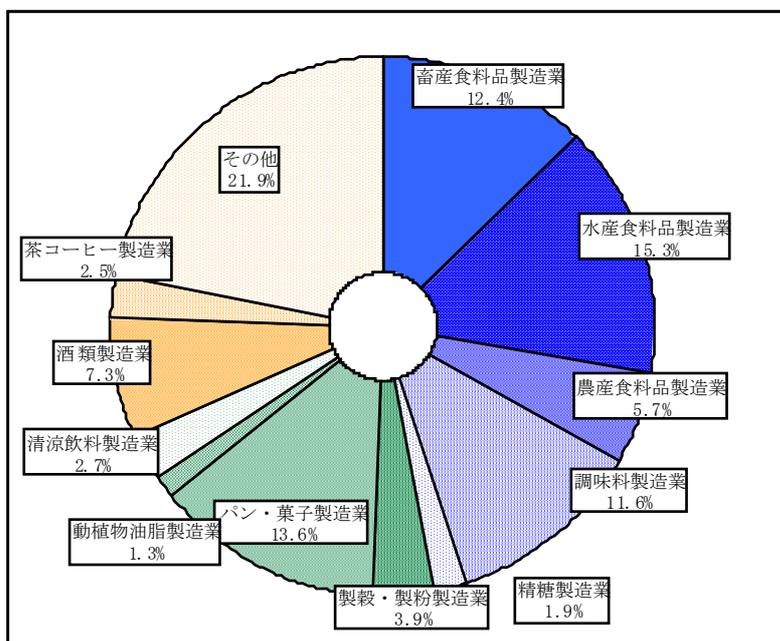


1 回答企業の概要

(1) 回答企業の業種

回答企業の業種は、「その他製造業」が 21.9 %で最も多く、次いで「水産食料品製造業」が 15.3 %、「パン菓子製造業」が 13.6 %、「畜産食料品製造業」が 12.4 %、「調味料製造業」が 11.6 %となっている。以下、「酒類製造業」、「農産食料品製造業」、「製穀・製粉製造業」、「清涼飲料製造業」等となっている。

図 6 回答企業の業種



注：その他製造業は、経営多角や分類区分に該当しない製造業である。なお、本調査の区分は、企業の回答結果をもとに行ったものである。

図7 回答企業の分布

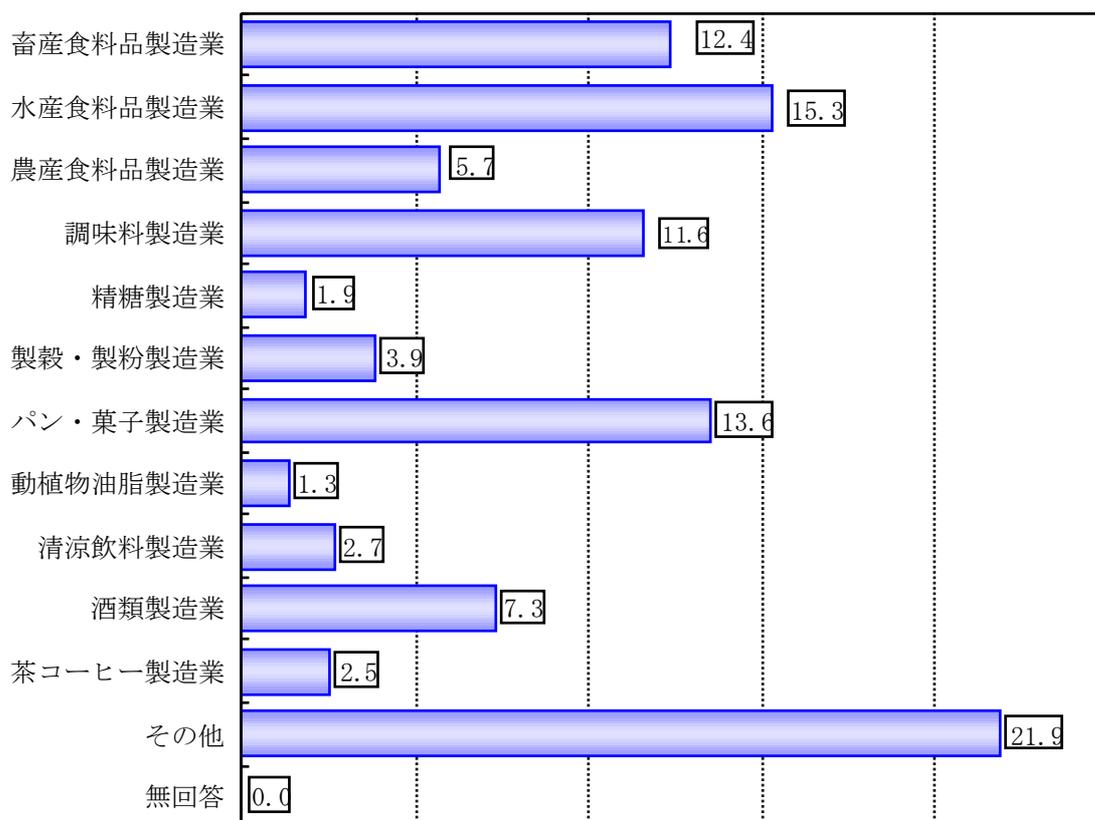


表1 回答企業の業種

	回答数	計	畜産食	水産食	農産食	調味料	精糖製	製穀・	パン・	動植物	清涼飲	酒類製	茶コー	その他	無回答	
			料品製	料品製	料品製	製造業	造業	製粉製	菓子製	油脂製	料製造	造業	ーヒー製	他	答	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計	752	100.0	12.4	15.3	5.7	11.6	1.9	3.9	13.6	1.3	2.7	7.3	2.5	21.9	0.0	
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	8.3	0.0	16.7	8.3	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	8.3	8.3	33.3	0.0
	1,000万円以上～2,000万円未満	153	100.0	11.1	20.9	3.9	16.3	0.7	3.3	14.4	0.7	2.6	5.2	3.3	17.6	0.0
	2,000万円以上～5,000万円未満	248	100.0	7.7	17.7	8.1	8.9	2.0	2.8	12.5	1.2	2.0	6.5	4.4	26.2	0.0
	5,000万円以上～1億円未満	164	100.0	12.8	15.2	7.3	8.5	1.2	3.7	12.2	0.0	1.8	12.2	1.2	23.8	0.0
	1億円以上～3億円未満	76	100.0	18.4	6.6	3.9	18.4	0.0	5.3	13.2	5.3	2.6	6.6	0.0	19.7	0.0
	3億円以上～10億円未満	37	100.0	16.2	16.2	0.0	13.5	2.7	5.4	16.2	0.0	2.7	10.8	0.0	16.2	0.0
	10億円以上	59	100.0	25.4	3.4	0.0	8.5	8.5	8.5	18.6	3.4	8.5	1.7	0.0	13.6	0.0
	無回答	3	100.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0

(2) 回答企業の資本金規模

回答企業の資本金規模についてみると、「2,000万円以上～5,000万円未満」が33.0%で最も多く、次いで「5,000万円以上～1億円未満」が21.8%、「1,000万円以上～2,000万円未満」が20.3%となっている。以下、「1億円以上～3億円未満」、「10億円以上」、「3億円以上～10億円未満」、「1,000万円未満」の順となっている。

図8 回答企業における資本金規模の分布

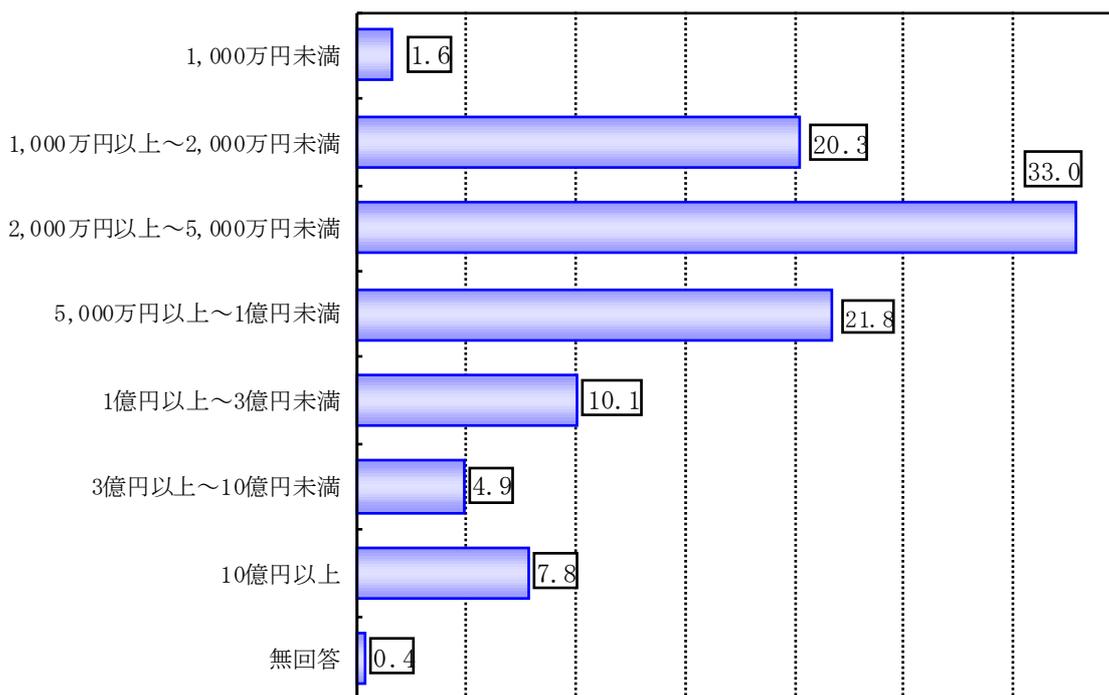


図9 業種別資本金規模

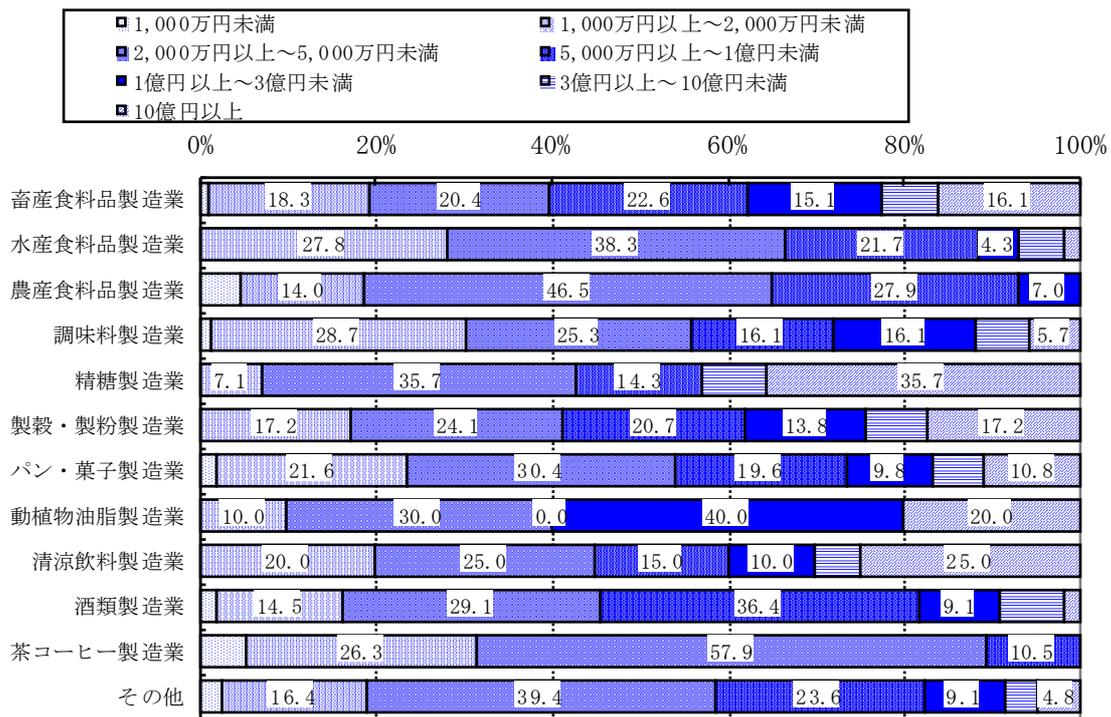


表2 回答企業の資本金規模

業種別	回答数	計 (%)	1,000万円未満	1,000万円以上～2,000万円未満	2,000万円以上～5,000万円未満	5,000万円以上～1億円未満	1億円以上～3億円未満	3億円以上～10億円未満	10億円以上	無回答 (%)
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
計	752	100.0	1.6	20.3	33.0	21.8	10.1	4.9	7.8	0.4
畜産食料品製造業	93	100.0	1.1	18.3	20.4	22.6	15.1	6.5	16.1	0.0
水産食料品製造業	115	100.0	0.0	27.8	38.3	21.7	4.3	5.2	1.7	0.9
農産食料品製造業	43	100.0	4.7	14.0	46.5	27.9	7.0	0.0	0.0	0.0
調味料製造業	87	100.0	1.1	28.7	25.3	16.1	16.1	5.7	5.7	1.1
精糖製造業	14	100.0	0.0	7.1	35.7	14.3	0.0	7.1	35.7	0.0
製穀・製粉製造業	29	100.0	0.0	17.2	24.1	20.7	13.8	6.9	17.2	0.0
パン・菓子製造業	102	100.0	2.0	21.6	30.4	19.6	9.8	5.9	10.8	0.0
動植物油脂製造業	10	100.0	0.0	10.0	30.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0
清涼飲料製造業	20	100.0	0.0	20.0	25.0	15.0	10.0	5.0	25.0	0.0
酒類製造業	55	100.0	1.8	14.5	29.1	36.4	9.1	7.3	1.8	0.0
茶コーヒー製造業	19	100.0	5.3	26.3	57.9	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	165	100.0	2.4	16.4	39.4	23.6	9.1	3.6	4.8	0.6

(3) 回答企業の従業員数規模

回答企業の従業員数規模についてみると、「50人以上～100人未満」が28.3%で最も多く、次いで「100人以上～300人未満」が27.8%、「10人以上～50人未満」が26.6%となっている。以下、「300人以上～1,000人未満」、「1,000人以上」、「4人以上～10人未満」の順となっている。

図10 回答企業の従業員規模の分布

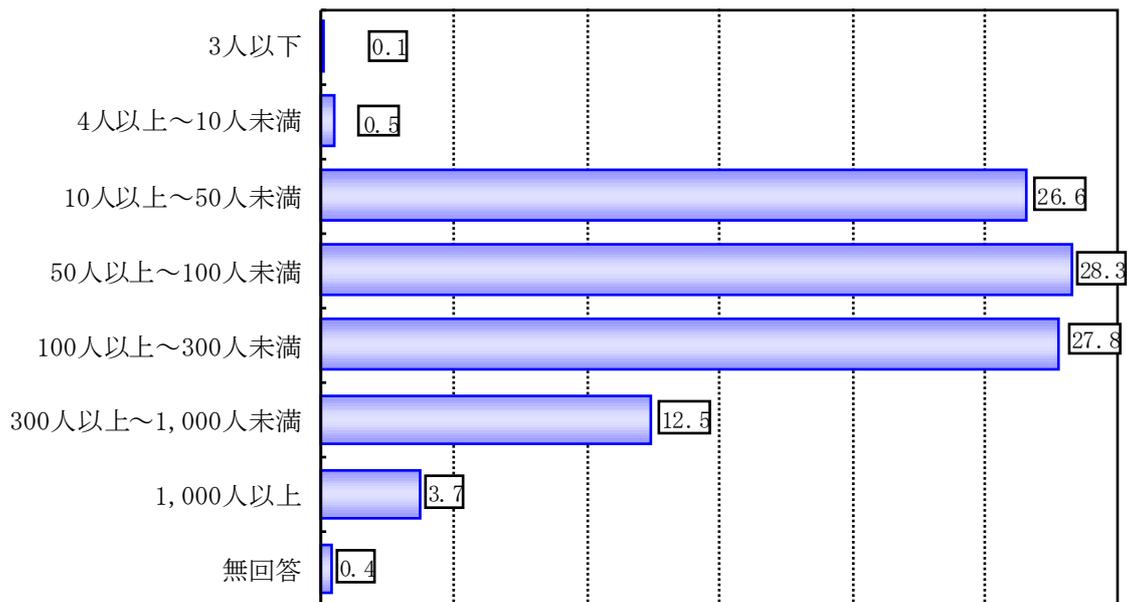


図11 業種別従業員規模

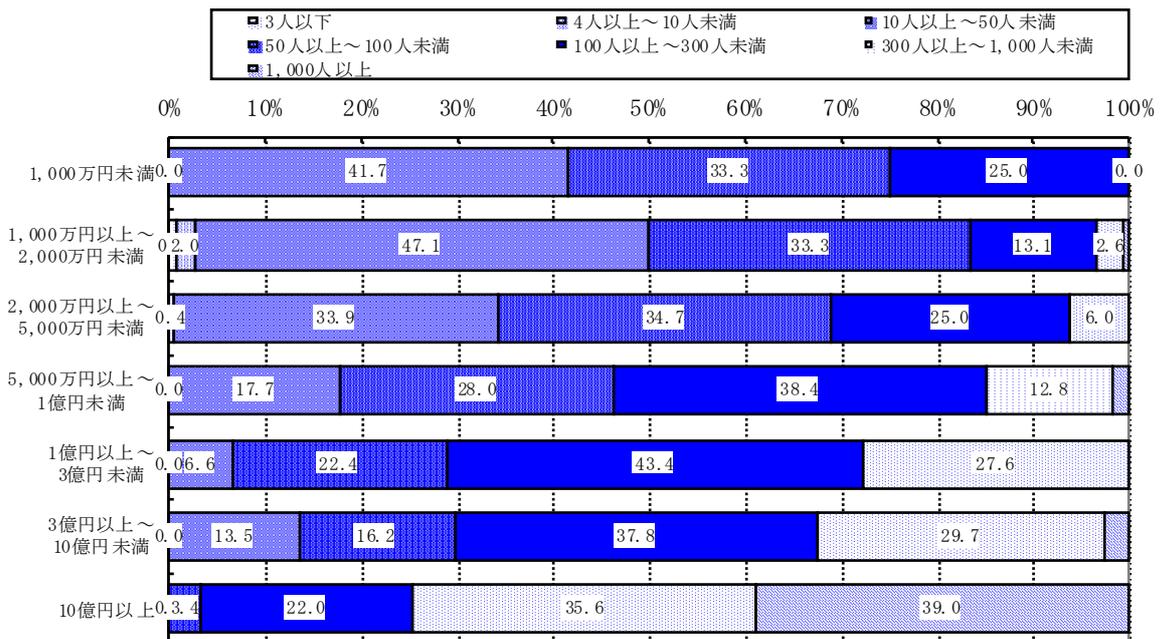


表3 答企業の従業員数規模

		回答数	計	3人以下	4人以上 ～10人 未満	10人以上 ～50人 未満	50人以上 ～100人 未満	100人以上 ～300人 未満	300人以上 ～1,000人 未満	1,000人以上	無回答
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
計		752	100.0	0.1	0.5	26.6	28.3	27.8	12.5	3.7	0.4
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	0.0	0.0	41.7	33.3	25.0	0.0	0.0	0.0
	1,000万円以上～ 2,000万円未満	153	100.0	0.7	2.0	47.1	33.3	13.1	2.6	0.7	0.7
	2,000万円以上～ 5,000万円未満	248	100.0	0.0	0.4	33.9	34.7	25.0	6.0	0.0	0.0
	5,000万円以上～ 1億円未満	164	100.0	0.0	0.0	17.7	28.0	38.4	12.8	1.8	1.2
	1億円以上～ 3億円未満	76	100.0	0.0	0.0	6.6	22.4	43.4	27.6	0.0	0.0
	3億円以上～ 10億円未満	37	100.0	0.0	0.0	13.5	16.2	37.8	29.7	2.7	0.0
	10億円以上	59	100.0	0.0	0.0	0.0	3.4	22.0	35.6	39.0	0.0
	無回答	3	100.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	業種別	畜産食料品製造業	93	100.0	1.1	1.1	18.3	18.3	39.8	15.1	5.4
水産食料品製造業		115	100.0	0.0	0.0	25.2	33.9	29.6	11.3	0.0	0.0
農産食料品製造業		43	100.0	0.0	0.0	27.9	41.9	30.2	0.0	0.0	0.0
調味料製造業		87	100.0	0.0	2.3	25.3	35.6	26.4	9.2	1.1	0.0
精糖製造業		14	100.0	0.0	7.1	35.7	21.4	28.6	7.1	0.0	0.0
製穀・製粉製造業		29	100.0	0.0	0.0	48.3	20.7	20.7	6.9	3.4	0.0
パン・菓子製造業		102	100.0	0.0	0.0	13.7	28.4	22.5	25.5	9.8	0.0
動植物油脂製造業		10	100.0	0.0	0.0	40.0	20.0	10.0	10.0	20.0	0.0
清涼飲料製造業		20	100.0	0.0	0.0	30.0	30.0	5.0	20.0	15.0	0.0
酒類製造業		55	100.0	0.0	0.0	47.3	25.5	16.4	5.5	1.8	3.6
茶コーヒー製造業		19	100.0	0.0	0.0	73.7	15.8	5.3	5.3	0.0	0.0
その他		165	100.0	0.0	0.0	22.4	27.3	34.5	12.7	3.0	0.0

(4) 回答企業の製品製造主体区分

回答企業の製品製造主体区分は、「自社のオリジナル製品の製造が多い」が74.6%で最も多く、次いで「OEM（相手先ブランドの受託製造。PB含む）が多い」が17.6%、「製造子会社である」が4.1%となっている。

「OEM（相手先ブランドの受託製造。PB含む）が多い」についてみると、資本規模別では「資本金1億円から3億円未満」が多く、また、業種別ではパン菓子製造業、製穀・製粉製造業で多くなっている。

図12 回答企業の製品製造主体区分

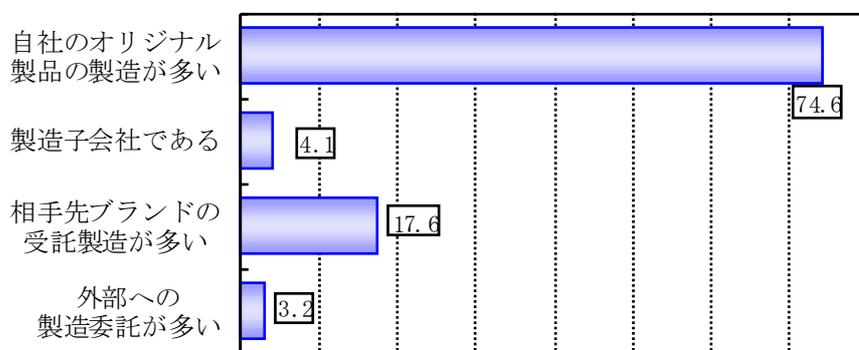


図13 資本金規模別製造主体区分

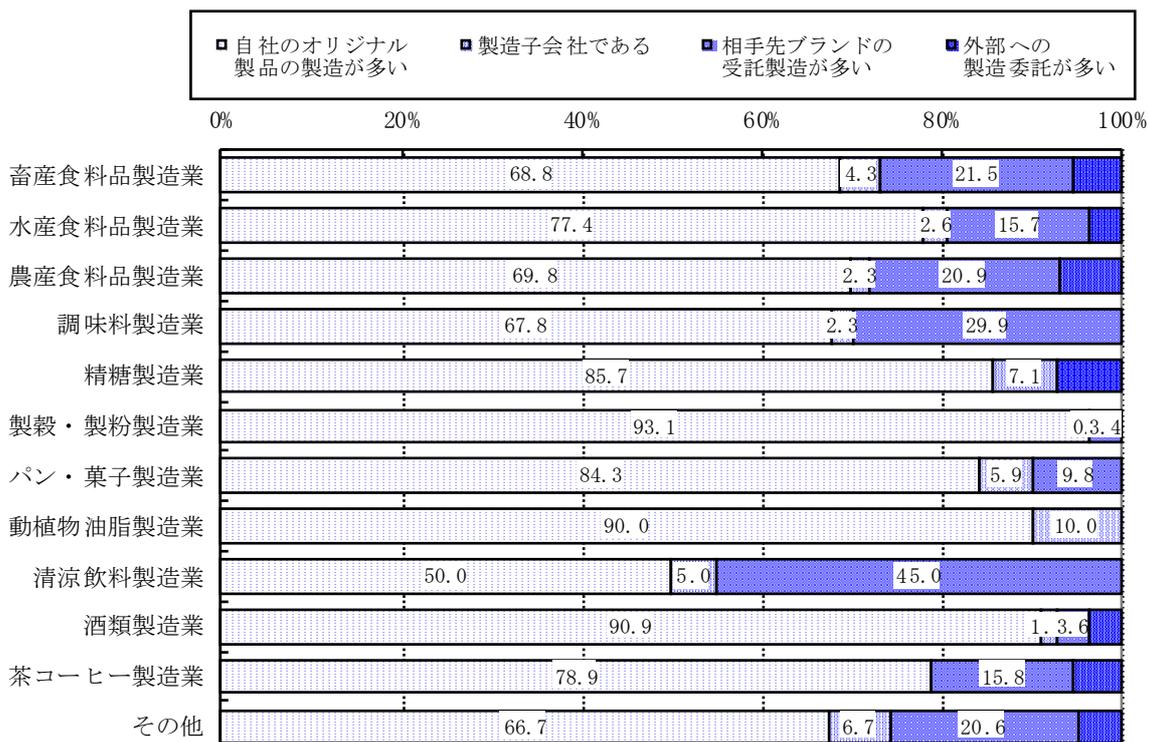


表 4 回答企業の製品製造主体区分

		回答数	計	自社のオリジナル製品の製造が多い	製造子会社である	OEM (相手先ブランドの受託製造。PB含む) が多い	外部への製造委託が多い	無回答	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計		752	100.0	74.6	4.1	17.6	3.2	0.5	
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	91.7	0.0	0.0	8.3	0.0	
	1,000万円以上～2,000万円未満	153	100.0	74.5	2.0	17.0	5.9	0.7	
	2,000万円以上～5,000万円未満	248	100.0	71.4	4.4	21.0	2.4	0.8	
	5,000万円以上～1億円未満	164	100.0	74.4	4.9	17.7	3.0	0.0	
	1億円以上～3億円未満	76	100.0	63.2	9.2	26.3	1.3	0.0	
	3億円以上～10億円未満	37	100.0	86.5	5.4	8.1	0.0	0.0	
	10億円以上	59	100.0	93.2	0.0	3.4	1.7	1.7	
	無回答	3	100.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	
	業種別	畜産食料品製造業	93	100.0	68.8	4.3	21.5	5.4	0.0
		水産食料品製造業	115	100.0	77.4	2.6	15.7	3.5	0.9
農産食料品製造業		43	100.0	69.8	2.3	20.9	7.0	0.0	
調味料製造業		87	100.0	67.8	2.3	29.9	0.0	0.0	
精糖製造業		14	100.0	85.7	7.1	0.0	7.1	0.0	
製穀・製粉製造業		29	100.0	93.1	0.0	3.4	0.0	3.4	
パン・菓子製造業		102	100.0	84.3	5.9	9.8	0.0	0.0	
動植物油脂製造業		10	100.0	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0	
清涼飲料製造業		20	100.0	50.0	5.0	45.0	0.0	0.0	
酒類製造業		55	100.0	90.9	1.8	3.6	3.6	0.0	
茶コーヒー製造業		19	100.0	78.9	0.0	15.8	5.3	0.0	
その他		165	100.0	66.7	6.7	20.6	4.8	1.2	

2 原料仕入動向と原料価格について

(1) 農産物仕入額に占める国産品の割合

農産物の原料仕入額に占める国産品の割合（推計）は、「国産原料 30 %未満」が 37.2 %で最も多く、次いで「国産原料 80 %以上」が 35.4 %、「国産原料 50 ~ 80 %未満」が 15.7 %となっている。資本金規模別にみると、いずれの階層も「国産原料 30 %未満」と「国産原料 80 %以上」への二極分化がうかがえる。資本規模規模が小さいほど国産原料割合が高く、資本金規模が大きいくほど国産原料割合が低い傾向にある。

業種別にみると、飲料製造業、精糖製造業、動植物油脂製造業では「国産原料 30 %未満」の割合が高い。また、総じて「国産原料 30 %未満」と「国産原料 80 %以上」への二極分化がうかがえる。

図 14 農産物仕入額に占める国産品の割合

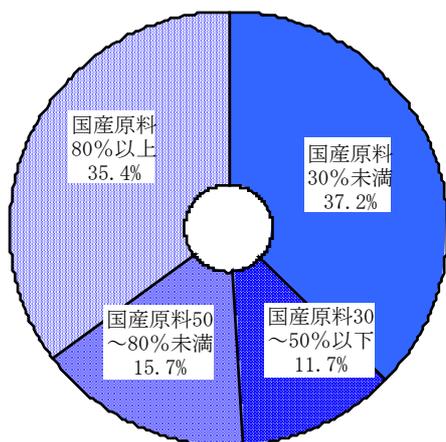


図 15 資本金規模別にみた国産品の割合

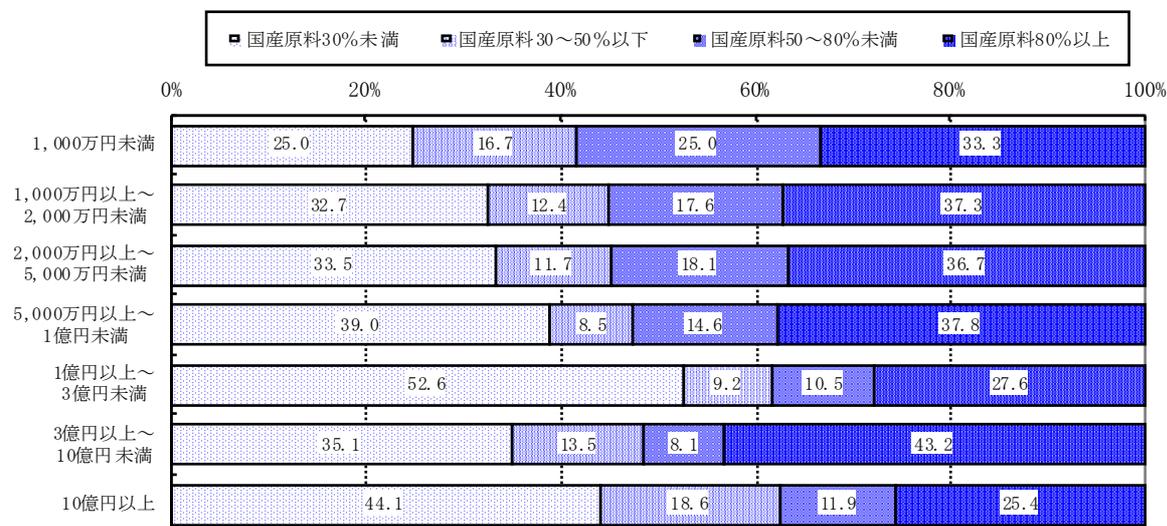


図 16 業種別にみた国産品の割合

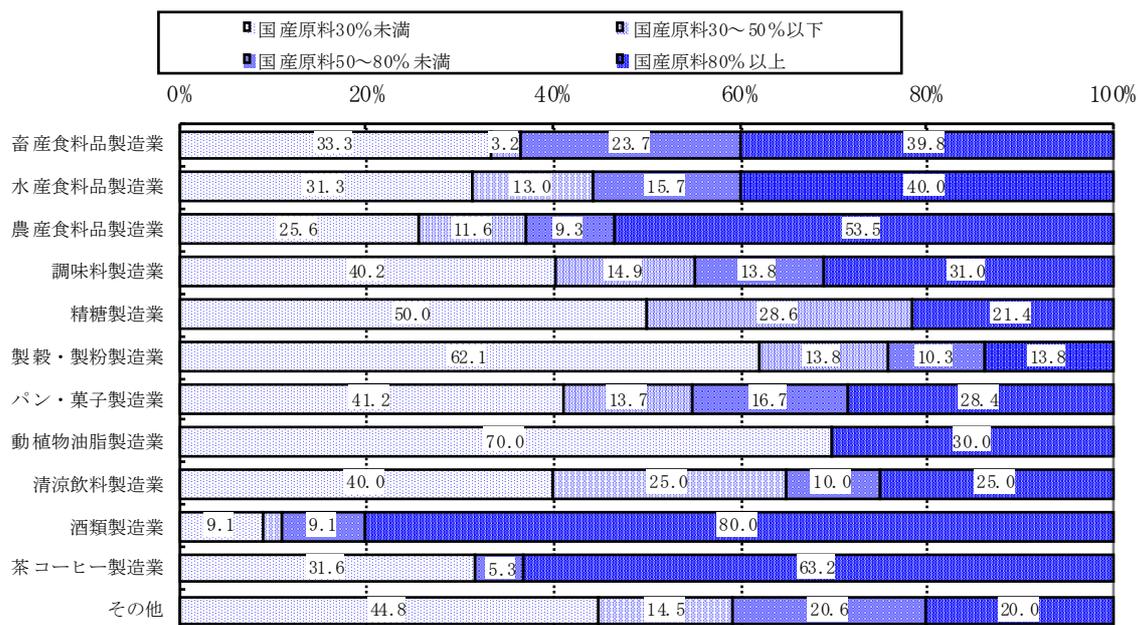


表 5 農産物仕入額に占める国産品の割合

	回答数	計 (%)	国産原料	国産原料30	国産原料50	国産原料	平均		
			30%未満 (%)	~50%以下 (%)	~80%未満 (%)	80%以上 (%)			
計	752	100.0	37.2	11.7	15.7	35.4	52.3		
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	25.0	16.7	25.0	33.3	56.7	
	1,000万円以上~2,000万円未満	153	100.0	32.7	12.4	17.6	37.3	54.9	
	2,000万円以上~5,000万円未満	248	100.0	33.5	11.7	18.1	36.7	54.5	
	5,000万円以上~1億円未満	164	100.0	39.0	8.5	14.6	37.8	52.8	
	1億円以上~3億円未満	76	100.0	52.6	9.2	10.5	27.6	43.3	
	3億円以上~10億円未満	37	100.0	35.1	13.5	8.1	43.2	54.9	
	10億円以上	59	100.0	44.1	18.6	11.9	25.4	44.7	
	無回答	3	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	40.0	
	業種別	畜産食料品製造業	93	100.0	33.3	3.2	23.7	39.8	57.5
		水産食料品製造業	115	100.0	31.3	13.0	15.7	40.0	56.1
農産食料品製造業		43	100.0	25.6	11.6	9.3	53.5	62.7	
調味料製造業		87	100.0	40.2	14.9	13.8	31.0	48.9	
精糖製造業		14	100.0	50.0	28.6	0.0	21.4	38.2	
製穀・製粉製造業		29	100.0	62.1	13.8	10.3	13.8	34.0	
パン・菓子製造業		102	100.0	41.2	13.7	16.7	28.4	48.1	
動植物油脂製造業		10	100.0	70.0	0.0	0.0	30.0	37.5	
清涼飲料製造業		20	100.0	40.0	25.0	10.0	25.0	45.0	
酒類製造業		55	100.0	9.1	1.8	9.1	80.0	80.0	
茶 コーヒー製造業		19	100.0	31.6	0.0	5.3	63.2	65.0	
その他	165	100.0	44.8	14.5	20.6	20.0	43.9		

(2) 原料農産物の仕入数量の変化（対前年比）

① 国産品・輸入品計

原料農産物（国産品・輸入品計）の仕入量は、対前年比では、「横ばい」が49.1%で最も多く、増加（やや増加含む）と減少（やや減少含む）の割合が拮抗しており、概ね横ばいとなっている。

業種別にみると、水産食料品製造業、調味料製造業でやや増加、動植物油脂製造業、製穀・製粉製造業で減少となっている。

図 17 業種別の原料農産物の仕入数量の変化（国産品・輸入品計、対前年比）

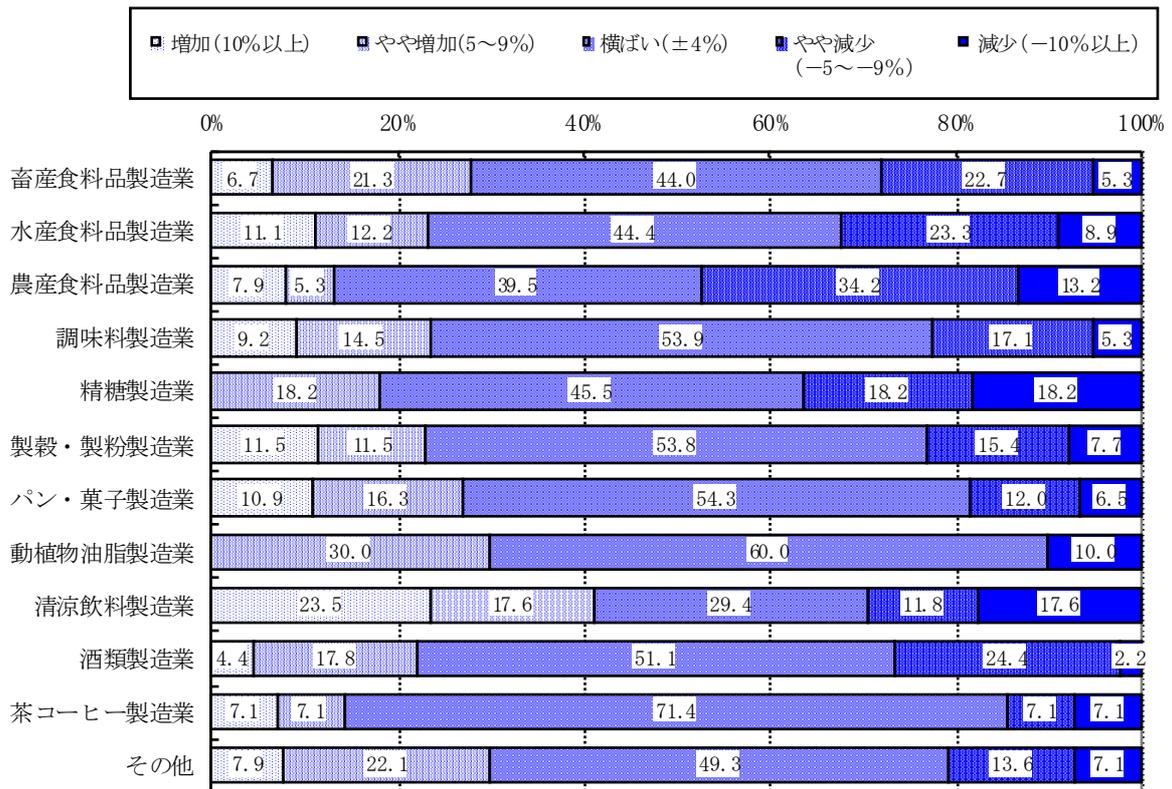
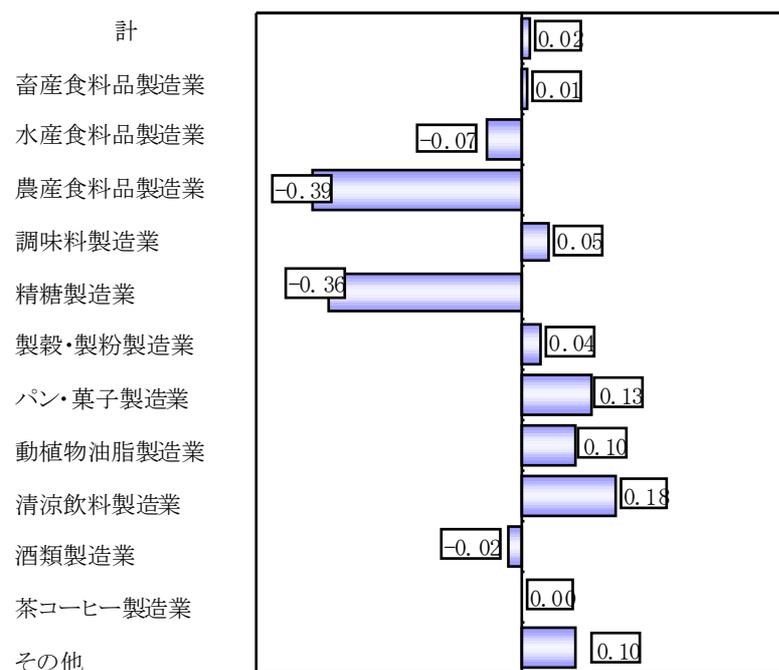


図 18 業種別の原料農産物の仕入数量の変化（国産品・輸入品計、対前年比）



注：数値は5段階評価のポイントである（増加が2、やや増加が1、横ばいが0、やや減少が-1、減少が-2）。企業規模の大小にもとづくウェイトづけを行っていない「1社1票」の単純平均である。

表 6 原料農産物の仕入数量の変化（国産品・輸入品計、対前年比）

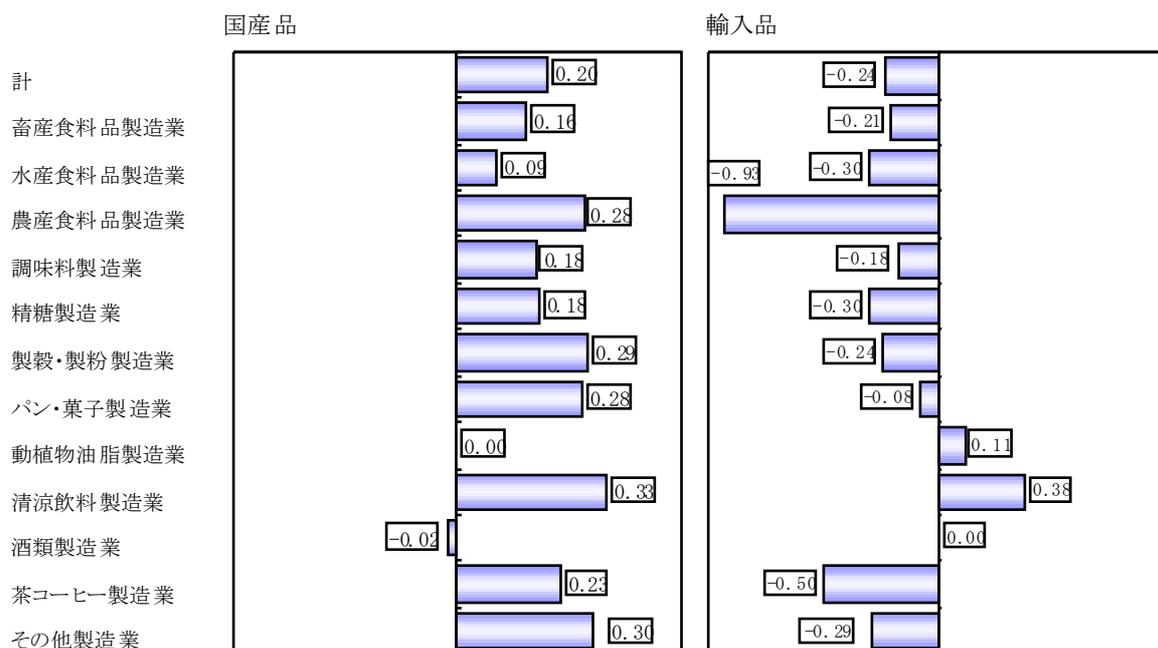
業種	回答数	計 (%)	増加	やや増加	横ばい	やや減少	減少 (-	平均	
			(10%以上)	(5~9%)	(±4%)	(-5~-9%)	10%以上)		(ポイント)
計	634	100.0	8.8	16.7	49.1	18.0	7.4	0.02	
業種別	畜産食料品製造業	75	100.0	6.7	21.3	44.0	22.7	5.3	0.01
	水産食料品製造業	90	100.0	11.1	12.2	44.4	23.3	8.9	-0.07
	農産食料品製造業	38	100.0	7.9	5.3	39.5	34.2	13.2	-0.39
	調味料製造業	76	100.0	9.2	14.5	53.9	17.1	5.3	0.05
	精糖製造業	11	100.0	0.0	18.2	45.5	18.2	18.2	-0.36
	製穀・製粉製造業	26	100.0	11.5	11.5	53.8	15.4	7.7	0.04
	パン・菓子製造業	92	100.0	10.9	16.3	54.3	12.0	6.5	0.13
	動植物油脂製造業	10	100.0	0.0	30.0	60.0	0.0	10.0	0.10
	清涼飲料製造業	17	100.0	23.5	17.6	29.4	11.8	17.6	0.18
	酒類製造業	45	100.0	4.4	17.8	51.1	24.4	2.2	-0.02
	茶コーヒー製造業	14	100.0	7.1	7.1	71.4	7.1	7.1	0.00
	その他	140	100.0	7.9	22.1	49.3	13.6	7.1	0.10
	国産仕入割合	30%未満	240	100.0	7.9	15.0	52.9	16.3	7.9
30%以上~50%未満		82	100.0	8.5	18.3	40.2	23.2	9.8	-0.07
50%以上~80%未満		103	100.0	12.6	17.5	52.4	13.6	3.9	0.21
80%以上		209	100.0	8.1	17.7	46.4	20.1	7.7	-0.01

② 国産品と輸入品の比較

国産品と輸入品の仕入量について対前年比でみると、国産品がやや増加しているのに対し、輸入品はやや減少となっている。近年における輸入品に対する衛生管理の問題から、国産品にシフトしているためとみられる。

業種別にみると、農産食料品製造業では国産品へのシフトが顕著となっている。清涼飲料製造業では国産品、輸入品ともに増加している。動植物油脂製造業や酒類製造業では横ばいとなっている。

図 19 原料農産物の仕入数量の変化（国産品と輸入品の比較、対前年比）



注：図8-13参照

図 20 業種別にみた原料農産物の仕入数量の変化（国産品、対前年比）

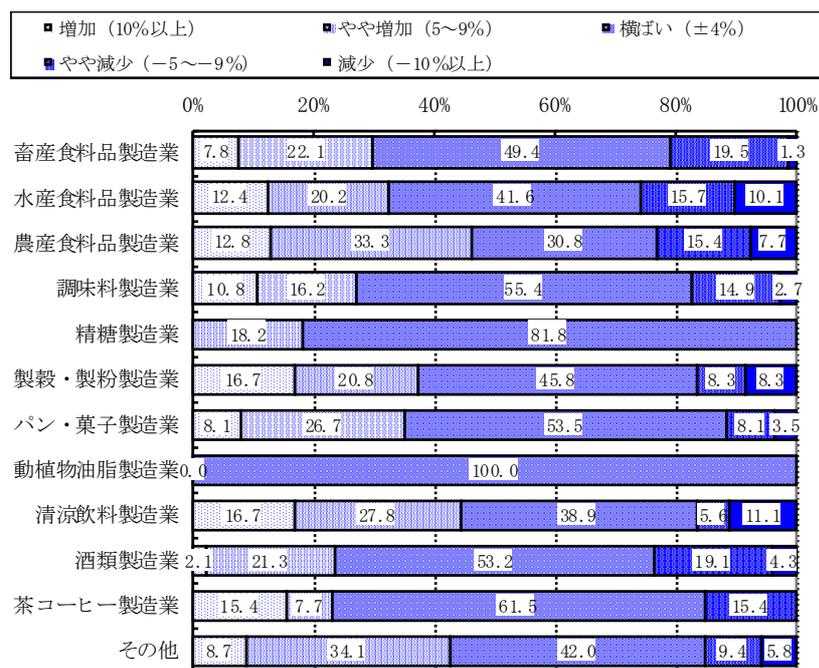


表 7 原料農産物の仕入数量の変化（国産品、対前年比）

業種別	回答数	計 (%)	増加 (10%以上)	やや増加 (5~9%)	横ばい (±4%)	やや減少 (-5~-9%)	減少 (-10%以上)	平均 (ポイント)
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計	621	100.0	9.5	24.6	47.8	12.9	5.2	0.20
畜産食料品製造業	77	100.0	7.8	22.1	49.4	19.5	1.3	0.16
水産食料品製造業	89	100.0	12.4	20.2	41.6	15.7	10.1	0.09
農産食料品製造業	39	100.0	12.8	33.3	30.8	15.4	7.7	0.28
調味料製造業	74	100.0	10.8	16.2	55.4	14.9	2.7	0.18
精糖製造業	11	100.0	0.0	18.2	81.8	0.0	0.0	0.18
製穀・製粉製造業	24	100.0	16.7	20.8	45.8	8.3	8.3	0.29
パン・菓子製造業	86	100.0	8.1	26.7	53.5	8.1	3.5	0.28
動植物油脂製造業	5	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.00
清涼飲料製造業	18	100.0	16.7	27.8	38.9	5.6	11.1	0.33
酒類製造業	47	100.0	2.1	21.3	53.2	19.1	4.3	-0.02
茶コーヒー製造業	13	100.0	15.4	7.7	61.5	15.4	0.0	0.23
その他	138	100.0	8.7	34.1	42.0	9.4	5.8	0.30
国産仕入割合								
30%未満	217	100.0	3.2	22.6	57.6	10.1	6.5	0.06
30%以上~50%未満	79	100.0	12.7	21.5	44.3	13.9	7.6	0.18
50%以上~80%未満	106	100.0	17.0	33.0	38.7	10.4	0.9	0.55
80%以上	219	100.0	11.0	23.7	43.8	16.4	5.0	0.19

図 21 業種別にみた原料農産物の仕入数量の変化（輸入品、対前年比）

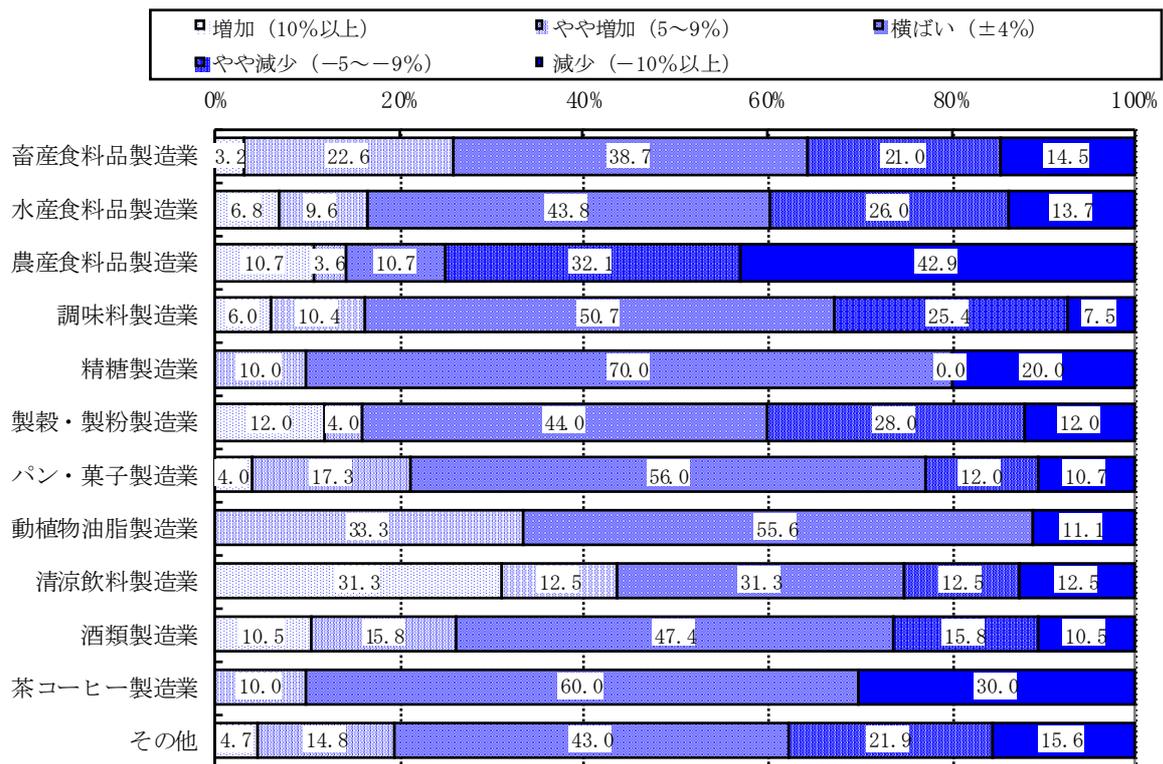


表 8 原料農産物の仕入数量の変化（輸入品、対前年比）

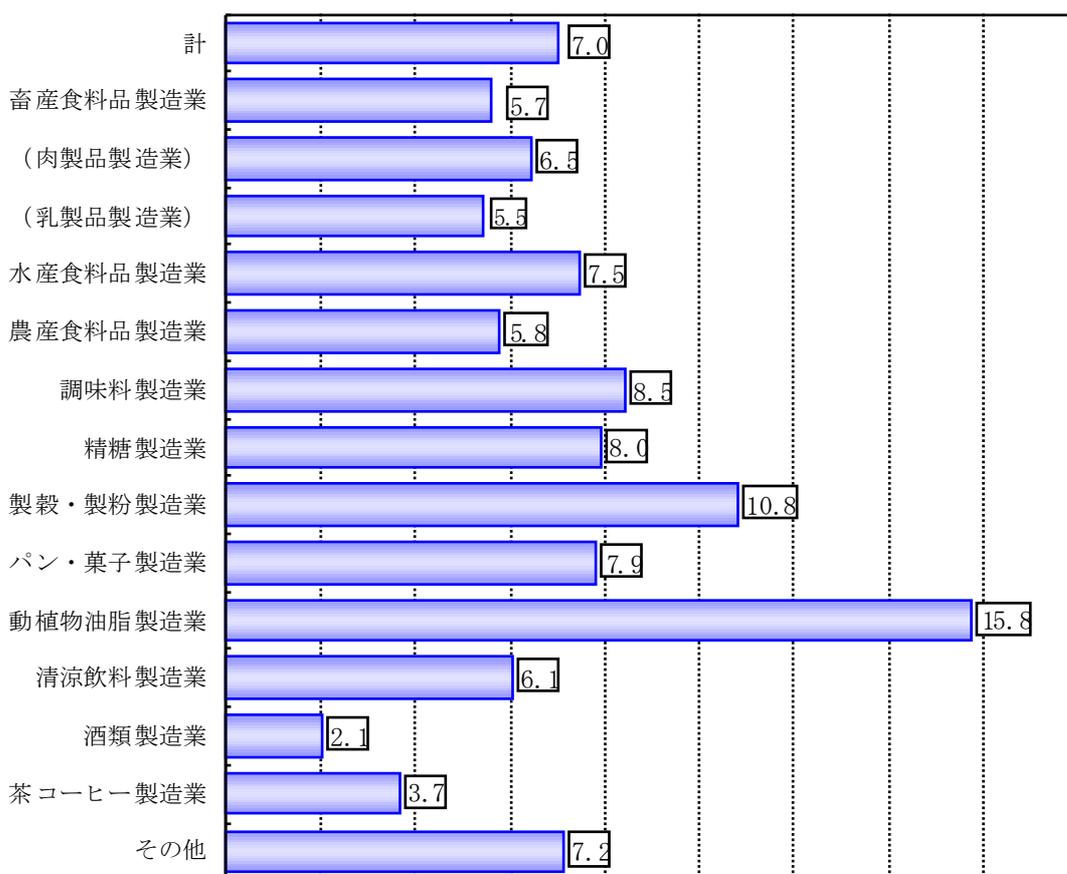
業種	回答数	計 (%)	増加	やや増加	横ばい	やや減少	減少 (-	平均値	
			(10%以上)	(5~9%)	(±4%)	(-5~-9%)	10%以上)		
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(ポイント)	
計	522	100.0	6.3	13.8	44.6	20.5	14.8	-0.24	
業種別	畜産食料品製造業	62	100.0	3.2	22.6	38.7	21.0	14.5	-0.21
	水産食料品製造業	73	100.0	6.8	9.6	43.8	26.0	13.7	-0.30
	農産食料品製造業	28	100.0	10.7	3.6	10.7	32.1	42.9	-0.93
	調味料製造業	67	100.0	6.0	10.4	50.7	25.4	7.5	-0.18
	精糖製造業	10	100.0	0.0	10.0	70.0	0.0	20.0	-0.30
	製穀・製粉製造業	25	100.0	12.0	4.0	44.0	28.0	12.0	-0.24
	パン・菓子製造業	75	100.0	4.0	17.3	56.0	12.0	10.7	-0.08
	動植物油脂製造業	9	100.0	0.0	33.3	55.6	0.0	11.1	0.11
	清涼飲料製造業	16	100.0	31.3	12.5	31.3	12.5	12.5	0.38
	酒類製造業	19	100.0	10.5	15.8	47.4	15.8	10.5	0.00
	茶コーヒー製造業	10	100.0	0.0	10.0	60.0	0.0	30.0	-0.50
その他	128	100.0	4.7	14.8	43.0	21.9	15.6	-0.29	
国産仕入割合	30%未満	235	100.0	6.4	14.5	46.8	20.4	11.9	-0.17
	30%以上~50%未満	79	100.0	11.4	19.0	34.2	20.3	15.2	-0.09
	50%以上~80%未満	102	100.0	5.9	12.7	41.2	22.5	17.6	-0.33
	80%以上	106	100.0	2.8	9.4	50.9	18.9	17.9	-0.40

(3) 直近1年間における主原料の価格上昇

① 国産品・輸入品計

直近1年間における主原料（国産品・輸入品計）の価格上昇率（推計）は、回答企業全体では約7.0%（推計）となっている。動植物油脂製造業が最も高く、次いで、製穀・製粉製造業、精糖製造業、パン・菓子製造業、水産食料品製造業、肉製品製造業、清涼飲料製造業、農産食料品製造業、乳製品製造業の順となっている。

図22 直近1年間における主原料の価格上昇（国産品・輸入品計） (%)



注：数値は、それぞれの選択肢尺度の中央値を単純平均により算出したもの。企業規模の大小にもとづくウェイトづけは行っていない。

図 23 直近 1 年間に於ける主原料の価格上昇（国産品・輸入品計）

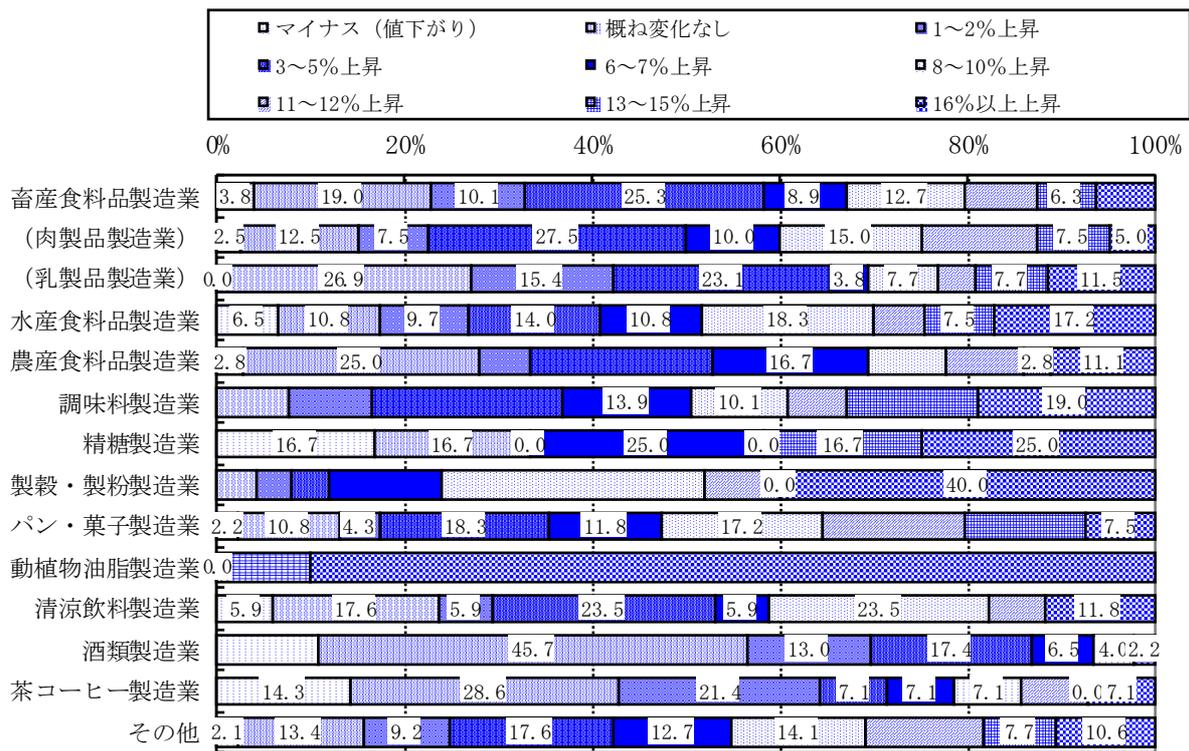


表 9 直近 1 年間に於ける主原料の価格上昇（国産品・輸入品計）

業種別	回答数	計 (%)	マイナ	概ね変	1~2%	3~5%	6~7%	8~	11~	13~	16%以上	平均 (%)	
			ス (値下がり)	化なし	上昇	上昇	上昇	10%以上	12%以上	15%以上	上		
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計	646	100.0	3.9	15.5	8.4	17.3	11.5	13.6	8.5	7.7	13.6	7.0	
業種別	畜産食料品製造業	79	100.0	3.8	19.0	10.1	25.3	8.9	12.7	7.6	6.3	6.3	5.7
	(肉製品製造業)	40	100.0	2.5	12.5	7.5	27.5	10.0	15.0	12.5	7.5	5.0	6.5
	(乳製品製造業)	26	100.0	0.0	26.9	15.4	23.1	3.8	7.7	3.8	7.7	11.5	5.5
	水産食料品製造業	93	100.0	6.5	10.8	9.7	14.0	10.8	18.3	5.4	7.5	17.2	7.5
	農産食料品製造業	36	100.0	2.8	25.0	5.6	19.4	16.7	8.3	8.3	2.8	11.1	5.8
	調味料製造業	79	100.0	0.0	7.6	8.9	20.3	13.9	10.1	6.3	13.9	19.0	8.5
	精糖製造業	12	100.0	16.7	16.7	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	16.7	25.0	8.0
	製穀・製粉製造業	25	100.0	0.0	4.0	4.0	4.0	12.0	28.0	8.0	0.0	40.0	10.8
	パン・菓子製造業	93	100.0	2.2	10.8	4.3	18.3	11.8	17.2	15.1	12.9	7.5	7.9
	動植物油脂製造業	10	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	90.0	15.8
	清涼飲料製造業	17	100.0	5.9	17.6	5.9	23.5	5.9	23.5	5.9	0.0	11.8	6.1
	酒類製造業	46	100.0	10.9	45.7	13.0	17.4	6.5	4.3	0.0	0.0	2.2	2.1
	茶コーヒー製造業	14	100.0	14.3	28.6	21.4	7.1	7.1	7.1	7.1	0.0	7.1	3.7
	その他	142	100.0	2.1	13.4	9.2	17.6	12.7	14.1	12.7	7.7	10.6	7.2
国産仕入割合	30%未満	246	100.0	1.2	8.1	2.8	15.0	11.0	17.9	13.8	8.9	21.1	9.2
	30%以上~50%未満	84	100.0	1.2	4.8	9.5	20.2	16.7	17.9	9.5	10.7	9.5	7.8
	50%以上~80%未満	108	100.0	2.8	12.0	11.1	20.4	18.5	12.0	6.5	7.4	9.3	6.5
	80%以上	208	100.0	8.7	30.3	13.0	17.3	6.3	7.7	2.9	5.3	8.7	4.4

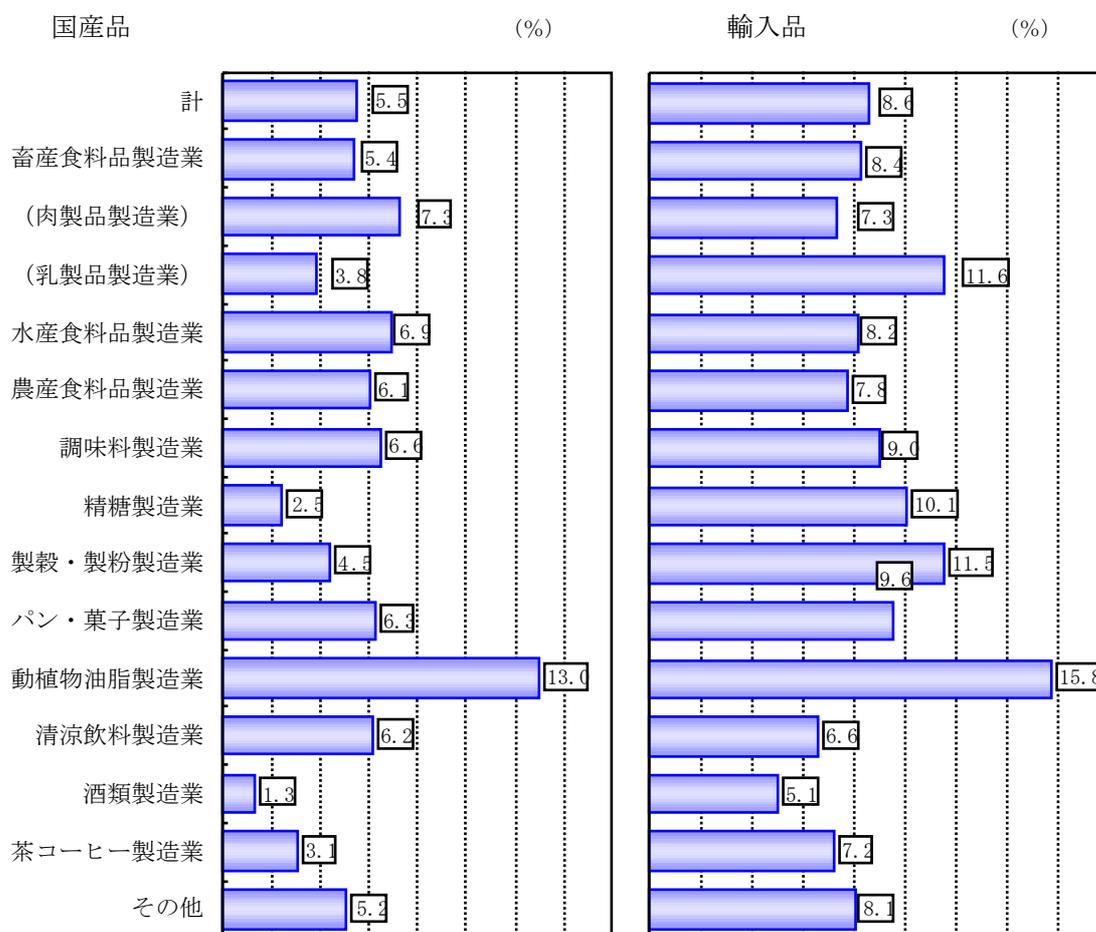
注：平均は、図 8 - 1 7 参照

② 国産品と輸入品の比較

直近1年間における主原料の価格上昇率（推計）についてみると、回答企業全体では、国産品に比べて輸入品が高くなっている。なお、輸入物価指数によれば、平成19年12月の食料品・飼料は、対前年比で19.2ポイントと大幅な上昇となっている。

業種別にみると、国産品で上昇幅が大きいのは動植物油脂製造業、肉製品製造業、水産食料品製造業、調味料製造業、パン・菓子製造業、清涼飲料製造業、農産食料品製造業となっている。一方、輸入品で上昇幅が大きいのは動植物油脂製造業、乳製品製造業、製穀・製粉製造業、精糖製造業、パン・菓子製造業、調味料製造業となっている。

図24 直近1年間における主原料の価格上昇（国産品と輸入品の比較）



注：図8-17参照

図 25 業種別の直近 1 年間における国産原料の価格上昇（国産品）

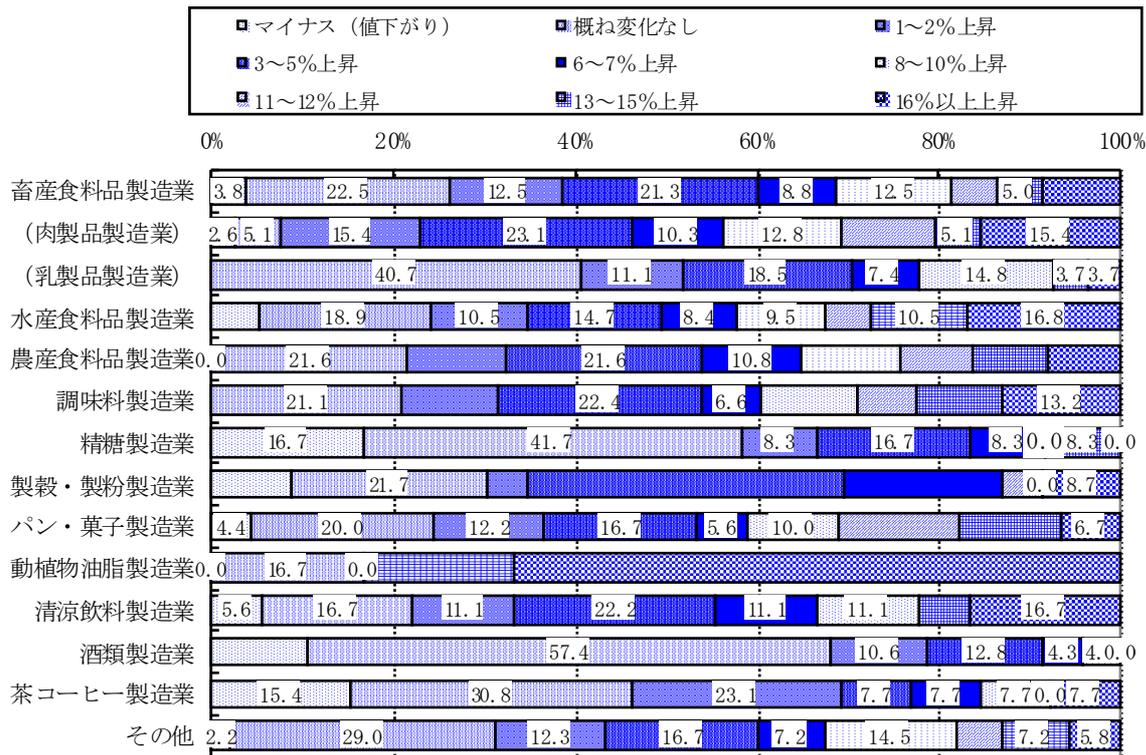


表 10 直近 1 年間における国産原料の価格上昇（国産品）

業種別	回答数	計 (%)	マイナ	概ね変	1~2%	3~5%	6~7%	8~	11~	13~	16%以	平均	
			ス (値下がり)	化なし	上昇	上昇	上昇	10%上	12%上	15%上	上上昇		
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計	635	100.0	4.3	25.7	11.3	18.1	7.7	10.2	5.8	7.4	9.4	5.5	
業種別	畜産食料品製造業	80	100.0	3.8	22.5	12.5	21.3	8.8	12.5	5.0	5.0	8.8	5.4
	(肉製品製造業)	39	100.0	2.6	5.1	15.4	23.1	10.3	12.8	10.3	5.1	15.4	7.3
	(乳製品製造業)	27	100.0	0.0	40.7	11.1	18.5	7.4	14.8	0.0	3.7	3.7	3.8
	水産食料品製造業	95	100.0	5.3	18.9	10.5	14.7	8.4	9.5	5.3	10.5	16.8	6.9
	農産食料品製造業	37	100.0	0.0	21.6	10.8	21.6	10.8	10.8	8.1	8.1	8.1	6.1
	調味料製造業	76	100.0	0.0	21.1	10.5	22.4	6.6	10.5	6.6	9.2	13.2	6.6
	精糖製造業	12	100.0	16.7	41.7	8.3	16.7	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0	2.5
	製穀・製粉製造業	23	100.0	8.7	21.7	4.3	34.8	17.4	0.0	4.3	0.0	8.7	4.5
	パン・菓子製造業	90	100.0	4.4	20.0	12.2	16.7	5.6	10.0	13.3	11.1	6.7	6.3
	動植物油脂製造業	6	100.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	66.7	13.0
	清涼飲料製造業	18	100.0	5.6	16.7	11.1	22.2	11.1	11.1	0.0	5.6	16.7	6.2
	酒類製造業	47	100.0	10.6	57.4	10.6	12.8	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0	1.3
	茶コーヒー製造業	13	100.0	15.4	30.8	23.1	7.7	7.7	7.7	0.0	0.0	7.7	3.1
	その他	138	100.0	2.2	29.0	12.3	16.7	7.2	14.5	5.1	7.2	5.8	5.2
国産仕入割合	30%未満	221	100.0	0.9	23.5	10.0	21.7	8.1	11.3	7.7	7.2	9.5	6.0
	30%以上~50%未満	81	100.0	4.9	22.2	9.9	18.5	4.9	13.6	8.6	11.1	6.2	6.0
	50%以上~80%未満	109	100.0	1.8	18.3	13.8	17.4	11.9	14.7	7.3	6.4	8.3	6.1
	80%以上	224	100.0	8.5	32.6	12.1	14.7	6.3	5.8	2.2	6.7	11.2	4.7

注：平均は、図 8 - 1 7 参照

図 26 業種別にみた直近 1 年間における主原料の価格上昇（輸入品）

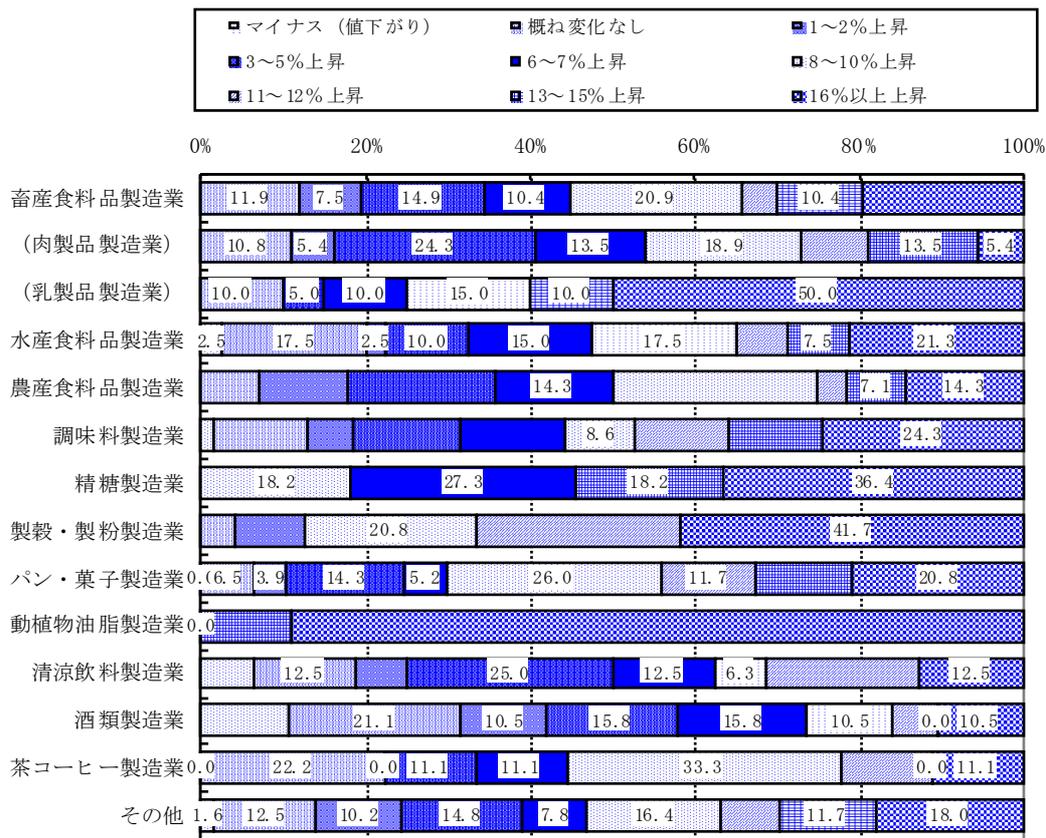


表 11 直近 1 年間における主原料の価格上昇（輸入品）

業種別	回答数	計 (%)	マイナ	概ね	1~2%	3~5%	6~7%	8~	11~	13~	16%以上	平均	
			ス (値下がり)	変化なし	上昇	上昇	上昇	10% 以上 上昇	12% 以上 上昇	15% 以上 上昇	以上 上昇		
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計	538	100.0	1.9	11.5	6.5	13.0	10.2	17.3	8.6	9.3	21.7	8.6	
業種別	畜産食料品製造業	67	100.0	0.0	11.9	7.5	14.9	10.4	20.9	4.5	10.4	19.4	8.4
	(肉製品製造業)	37	100.0	0.0	10.8	5.4	24.3	13.5	18.9	8.1	13.5	5.4	7.3
	(乳製品製造業)	20	100.0	0.0	10.0	0.0	5.0	10.0	15.0	0.0	10.0	50.0	11.6
	水産食料品製造業	80	100.0	2.5	17.5	2.5	10.0	15.0	17.5	6.3	7.5	21.3	8.2
	農産食料品製造業	28	100.0	0.0	7.1	10.7	17.9	14.3	25.0	3.6	7.1	14.3	7.8
	調味料製造業	70	100.0	1.4	11.4	5.7	12.9	12.9	8.6	11.4	11.4	24.3	9.0
	精糖製造業	11	100.0	18.2	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0	18.2	36.4	10.1
	製穀・製粉製造業	24	100.0	0.0	4.2	8.3	0.0	0.0	20.8	25.0	0.0	41.7	11.5
	パン・菓子製造業	77	100.0	0.0	6.5	3.9	14.3	5.2	26.0	11.7	11.7	20.8	9.6
	動植物油脂製造業	9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	88.9	15.8
	清涼飲料製造業	16	100.0	6.3	12.5	6.3	25.0	12.5	6.3	18.8	0.0	12.5	6.6
	酒類製造業	19	100.0	10.5	21.1	10.5	15.8	15.8	10.5	5.3	0.0	10.5	5.1
	茶コーヒー製造業	9	100.0	0.0	22.2	0.0	11.1	11.1	33.3	11.1	0.0	11.1	7.2
	その他	128	100.0	1.6	12.5	10.2	14.8	7.8	16.4	7.0	11.7	18.0	8.1
国産仕入割合	30%未満	240	100.0	1.7	8.3	3.8	10.4	8.8	17.9	10.0	11.7	27.5	9.8
	30%以上~50%未満	80	100.0	1.3	6.3	3.8	16.3	12.5	21.3	11.3	8.8	18.8	9.0
	50%以上~80%未満	106	100.0	1.9	13.2	9.4	15.1	10.4	15.1	7.5	9.4	17.9	7.8
	80%以上	112	100.0	2.7	20.5	11.6	14.3	11.6	15.2	4.5	4.5	15.2	6.4

(4) 主原料農産物の調達見通し

① 国産品・輸入品計

食品製造業における主原料である農産物の需給は、BRICs の経済成長やバイオ燃料用途の拡大などを背景にひっ迫する品目が多くなっている。このような状況下において国産品への代替もみられることから、国産品需給に及ぼす影響も大きくなっている。

主原料農産物（国産品・輸入品計）の調達見通しについては、「安定」、「やや安定」が併せて約半数という結果になっている。「困難」が 9.3 %、「やや困難」が 33.8 %となっており、かつてないほど原料調達の不安が増大していることがわかる。

図 27 主原料農産物の調達見通し（国産品・輸入品計）

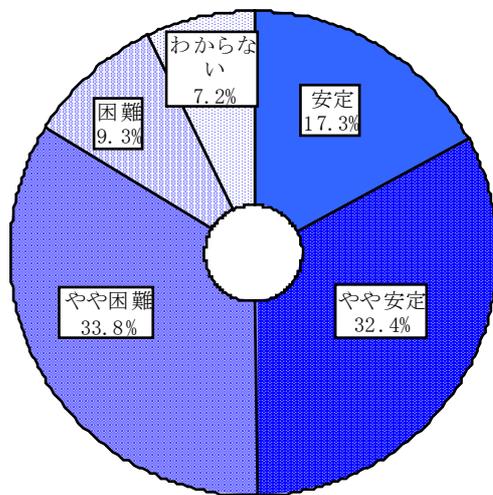


図 28 主原料農産物の調達見通し

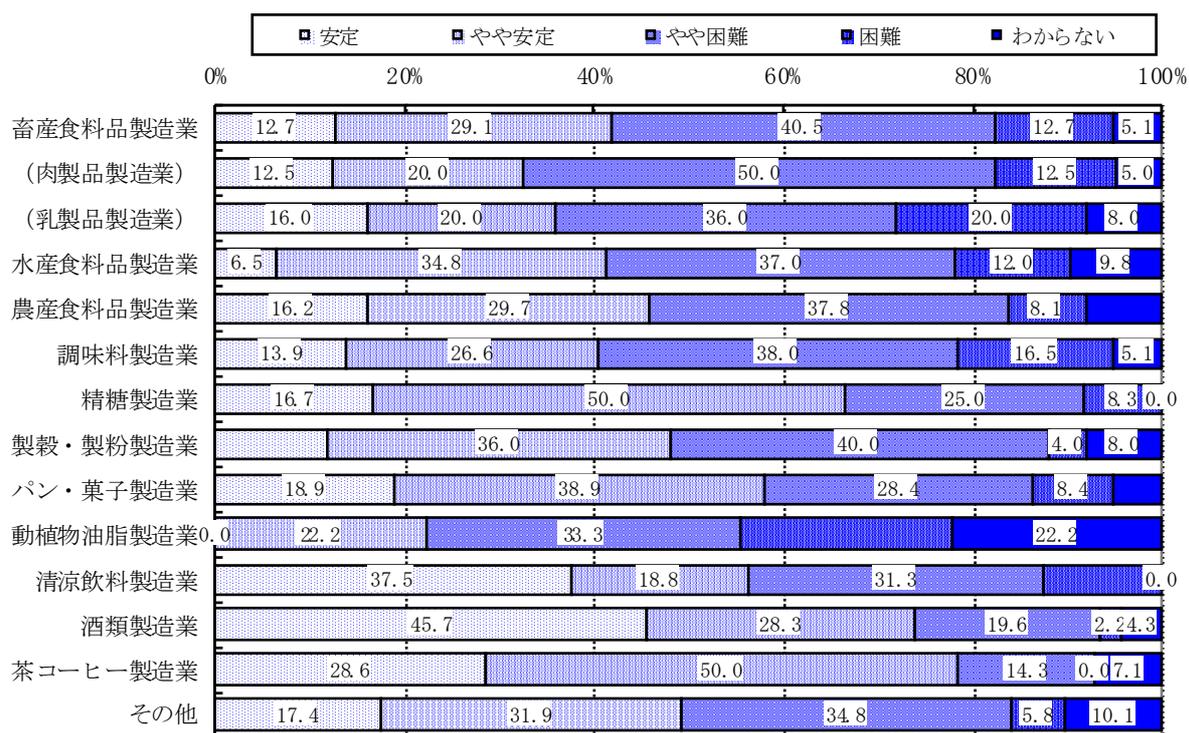


表 12 主原料農産物の調達見通し

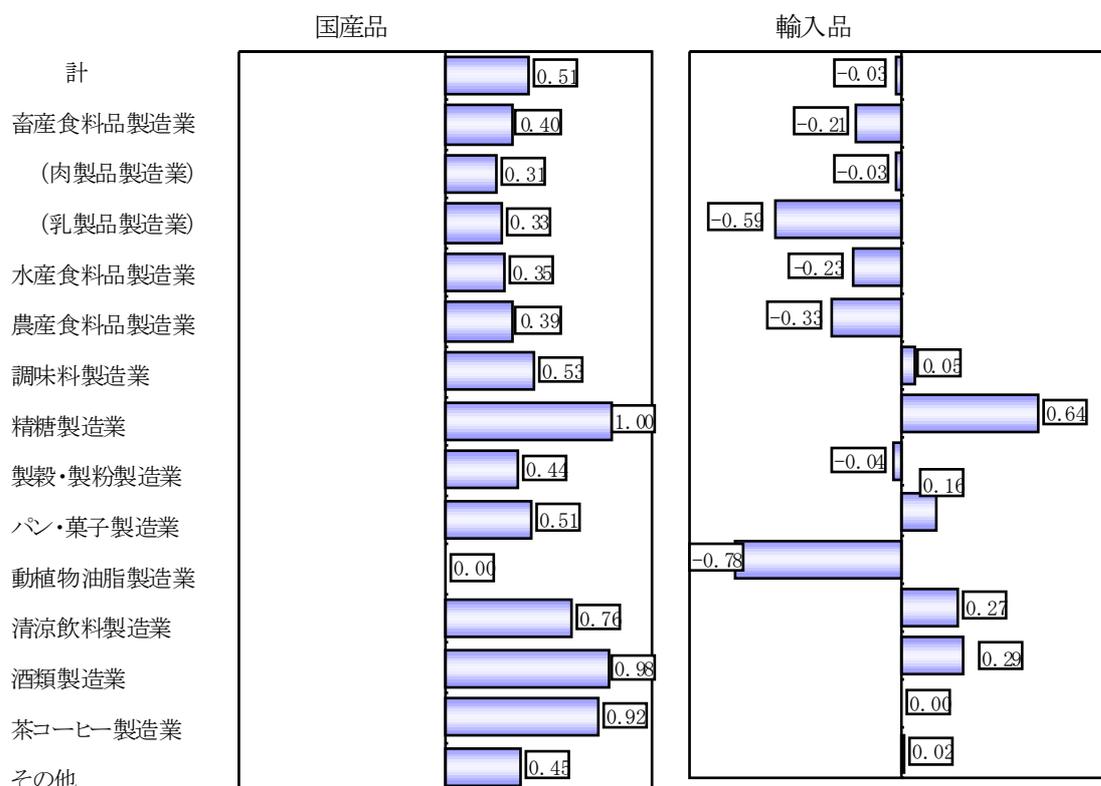
業種別	回答数	計 (%)	安定	やや安定	やや困難	困難	わからない	平均 (ポイント)	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
計	642	100.0	17.3	32.4	33.8	9.3	7.2	0.43	
業種別	畜産食料品製造業	79	100.0	12.7	29.1	40.5	12.7	5.1	0.32
	（肉製品製造業）	40	100.0	12.5	20.0	50.0	12.5	5.0	0.23
	（乳製品製造業）	25	100.0	16.0	20.0	36.0	20.0	8.0	0.16
	水産食料品製造業	92	100.0	6.5	34.8	37.0	12.0	9.8	0.16
	農産食料品製造業	37	100.0	16.2	29.7	37.8	8.1	8.1	0.38
	調味料製造業	79	100.0	13.9	26.6	38.0	16.5	5.1	0.28
	精糖製造業	12	100.0	16.7	50.0	25.0	8.3	0.0	0.75
	製穀・製粉製造業	25	100.0	12.0	36.0	40.0	4.0	8.0	0.40
	パン・菓子製造業	95	100.0	18.9	38.9	28.4	8.4	5.3	0.58
	動植物油脂製造業	9	100.0	0.0	22.2	33.3	22.2	22.2	-0.44
	清涼飲料製造業	16	100.0	37.5	18.8	31.3	12.5	0.0	0.81
	酒類製造業	46	100.0	45.7	28.3	19.6	2.2	4.3	1.09
	茶コーヒー製造業	14	100.0	28.6	50.0	14.3	0.0	7.1	0.93
	その他	138	100.0	17.4	31.9	34.8	5.8	10.1	0.41
	国産仕入割合	30%未満	242	100.0	12.4	29.3	36.8	12.8	8.7
30%以上～50%未満		82	100.0	15.9	23.2	45.1	8.5	7.3	0.32
50%以上～80%未満		107	100.0	11.2	33.6	41.1	7.5	6.5	0.36
80%以上		211	100.0	26.5	38.9	22.3	6.6	5.7	0.74

② 国産品と輸入品の比較

主原料農産物の調達見通しは、国産品に対し、輸入品の不安が大きい結果となっている。国産品は「安定」、「やや安定」が併せて 6 割となっているが、輸入品は逆に「困難」、「やや困難」が併せて 5 割近くとなっている。

業種別にみると、国産品で比較的安定度合いが低いのは動植物油脂製造業、肉製品製造業、乳製品製造業、水産食料品製造業、農産食料品製造業、製穀・製粉製造業となっている。一方、輸入品で安定度が低いのは動植物油脂製造業、乳製品製造業、農産食料品製造業、水産食料品製造業となっている。

図 29 主原料農産物の調達見通し（国産品と輸入品の比較）



注：数値は5段階評価のポイントである（増加が2、やや増加が1、横ばいが0、やや減少が-1、減少が-2）。企業規模の大小にもとづくウエイトづけを行っていない「1社1票」の単純平均である。

表 13 主原料農産物の調達見通し（国産品）

	回答数	計	安定	やや安定	やや困難	困難	わからない	平均	
									(%)
計	635	100.0	19.8	33.2	31.5	8.5	6.9	0.51	
業 種 別	畜産食料品製造業	81	100.0	13.6	32.1	37.0	14.8	2.5	0.40
	（肉製品製造業）	39	100.0	12.8	25.6	46.2	10.3	5.1	0.31
	（乳製品製造業）	27	100.0	14.8	29.6	29.6	25.9	0.0	0.33
	水産食料品製造業	94	100.0	12.8	36.2	33.0	9.6	8.5	0.35
	農産食料品製造業	38	100.0	15.8	28.9	36.8	15.8	2.6	0.39
	調味料製造業	77	100.0	15.6	39.0	32.5	9.1	3.9	0.53
	精糖製造業	12	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	1.00
	製穀・製粉製造業	25	100.0	28.0	28.0	24.0	0.0	20.0	0.44
	パン・菓子製造業	90	100.0	16.7	35.6	34.4	8.9	4.4	0.51
	動植物油脂製造業	6	100.0	0.0	33.3	50.0	0.0	16.7	0.00
	清涼飲料製造業	17	100.0	41.2	11.8	29.4	17.6	0.0	0.76
	酒類製造業	46	100.0	37.0	37.0	19.6	0.0	6.5	0.98
	茶コーヒー製造業	12	100.0	33.3	41.7	16.7	0.0	8.3	0.92
	その他	137	100.0	22.6	29.9	29.2	6.6	11.7	0.45
	国 産 仕 入 割 合	30%未満	224	100.0	16.1	29.9	32.6	11.2	10.3
30%以上～50%未満		80	100.0	13.8	32.5	41.3	7.5	5.0	0.43
50%以上～80%未満		107	100.0	14.0	35.5	36.4	8.4	5.6	0.44
80%以上		224	100.0	28.6	35.7	24.6	6.3	4.9	0.77

表 14 主原料農産物の調達見通し（輸入品）

	回答数	計	安定	やや安定	やや困難	困難	わからない	平均	
									(%)
計	560	100.0	11.3	17.9	41.1	16.4	13.4	-0.03	
業 種 別	畜産食料品製造業	70	100.0	5.7	15.7	45.7	17.1	15.7	-0.21
	（肉製品製造業）	37	100.0	8.1	18.9	45.9	16.2	10.8	-0.03
	（乳製品製造業）	22	100.0	0.0	9.1	45.5	22.7	22.7	-0.59
	水産食料品製造業	82	100.0	4.9	19.5	41.5	15.9	18.3	-0.23
	農産食料品製造業	30	100.0	13.3	6.7	40.0	13.3	26.7	-0.33
	調味料製造業	73	100.0	13.7	15.1	42.5	20.5	8.2	0.05
	精糖製造業	11	100.0	18.2	36.4	36.4	9.1	0.0	0.64
	製穀・製粉製造業	26	100.0	3.8	26.9	42.3	15.4	11.5	-0.04
	パン・菓子製造業	82	100.0	11.0	26.8	35.4	20.7	6.1	0.16
	動植物油脂製造業	9	100.0	0.0	22.2	11.1	33.3	33.3	-0.78
	清涼飲料製造業	15	100.0	20.0	13.3	46.7	13.3	6.7	0.27
	酒類製造業	21	100.0	23.8	19.0	33.3	9.5	14.3	0.29
	茶コーヒー製造業	10	100.0	20.0	20.0	30.0	0.0	30.0	0.00
	その他	131	100.0	14.5	13.0	45.0	14.5	13.0	0.02
	国 産 仕 入 割 合	30%未満	244	100.0	9.8	20.1	40.6	19.7	9.8
30%以上～50%未満		80	100.0	11.3	17.5	45.0	21.3	5.0	0.09
50%以上～80%未満		108	100.0	9.3	15.7	51.9	13.9	9.3	0.02
80%以上		128	100.0	15.6	15.6	30.5	9.4	28.9	-0.20

注：平均は図8-24参照

(5) 原料農産物の仕入れコスト削減・安定調達対策

① 国産品

国産原料において価格が上昇し、安定調達がやや不安定な品目がみられるなかで、食品製造業では仕入コスト削減や安定調達のために様々な対策を講じている。

回答企業全体では、「生産者・団体との契約取引の強化」が 20.1 % で最も多く、次いで「仕入先の絞り込み」が 19.2 %、「直接相対取引の強化」が 18.2 % となっており、安定調達と調達コスト削減の対策強化がうかがえる。以下、「仕入ロットの大型化」、「共同仕入れ」、「農業生産への参入」、「規格外品への利用」の順となっている。

図 30 国産原料における仕入れコスト削減・安定調達対策（複数回答）

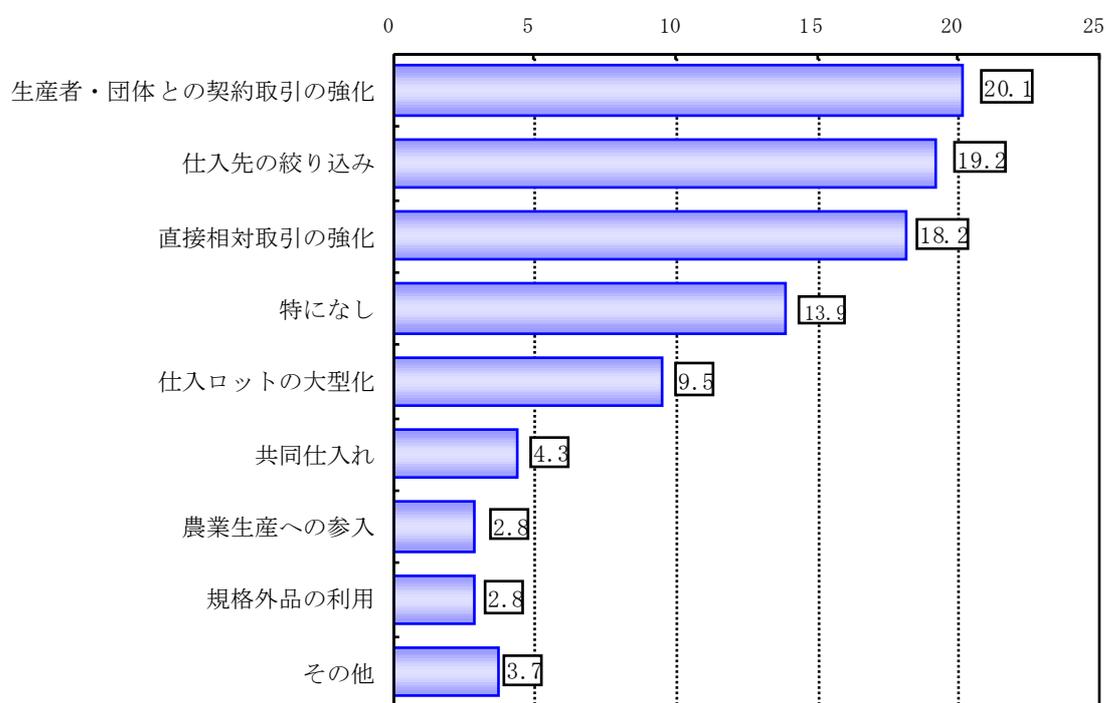


表 15 国産原料における仕入れコスト削減・安定調達対策（複数回答）

		回答数	直接相対取引の強化 (%)	仕入れ先の絞り込み (%)	生産者・団体との契約取引の強化 (%)	仕入ロットの大型化 (%)	農業生産への参入 (%)	共同仕入れ (%)	規格外品の利用 (%)	特になし (%)	その他 (%)
計		684	18.2	19.2	20.1	9.5	2.8	4.3	2.8	13.9	3.7
資本金規模別	1,000万円未満	12	25.0	25.0	20.8	12.5	4.2	8.3	4.2	0.0	0.0
	1,000万円以上～2,000万円未満	137	19.0	18.6	16.1	8.7	2.1	5.0	2.5	19.0	2.5
	2,000万円以上～5,000万円未満	223	14.8	20.8	19.6	10.5	3.6	4.5	3.3	12.9	4.1
	5,000万円以上～1億円未満	152	21.4	16.5	22.5	8.4	2.5	3.5	3.2	13.7	4.2
	1億円以上～3億円未満	67	19.5	18.0	21.1	8.3	3.0	3.8	2.3	12.8	4.5
	3億円以上～10億円未満	34	13.3	18.3	23.3	11.7	0.0	8.3	1.7	18.3	0.0
	10億円以上	56	20.8	21.9	21.9	9.4	4.2	2.1	1.0	9.4	6.3
	業種別	畜産食料品製造業	82	20.9	16.5	23.4	10.1	3.8	4.4	1.9	7.6
水産食料品製造業		104	17.9	18.5	13.3	11.0	1.2	3.5	1.7	22.5	4.0
農産食料品製造業		40	22.4	9.4	31.8	4.7	8.2	3.5	8.2	8.2	0.0
調味料製造業		80	20.6	19.9	18.4	7.8	0.7	5.0	2.1	17.0	3.5
精糖製造業		12	6.7	0.0	20.0	0.0	0.0	6.7	0.0	20.0	33.3
製穀・製粉製造業		27	20.5	11.4	18.2	9.1	2.3	0.0	9.1	18.2	6.8
パン・菓子製造業		95	15.5	27.6	13.3	12.2	2.8	2.8	1.7	16.0	4.4
動植物油脂製造業		6	23.1	23.1	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	15.4	0.0
清涼飲料製造業		19	15.8	31.6	13.2	13.2	2.6	5.3	0.0	13.2	2.6
酒類製造業		55	16.5	12.4	40.2	4.1	3.1	11.3	1.0	9.3	2.1
茶コーヒー製造業		16	17.2	13.8	13.8	6.9	6.9	0.0	3.4	24.1	3.4
その他	148	17.1	21.6	20.2	11.0	2.7	4.5	3.8	10.6	2.7	
国産仕入割合	30%未満	242	17.3	18.7	12.9	10.9	2.3	3.2	2.1	18.7	5.1
	30%以上～50%未満	82	16.8	19.6	18.2	14.0	1.4	3.5	2.8	16.8	2.8
	50%以上～80%未満	111	18.9	27.6	20.6	10.1	2.6	4.4	2.6	7.5	2.6
	80%以上	249	19.0	15.4	27.3	6.5	3.9	5.6	3.7	11.7	3.2

② 輸入品

輸入原料において価格が高騰し、安定調達に不安定な品目が増加するなかで、食品製造業では仕入コスト削減や安定調達の対策に迫られている。

回答企業全体では、「仕入先の絞り込み」が17.8%で最も多く、仕入先を集約することにより、高騰が著しい主原料の調達コスト削減を優先していることがうかがえる。以下、「規格の見直し」、「直接取引の強化」、「仕入ロットの大型化」、「開発輸入の取り組み」、「在庫の積み増し」、「共同仕入れ」、「先物取引によるリスクヘッジ」となっている。

図 31 輸入原料における仕入れコスト削減・安定調達対策

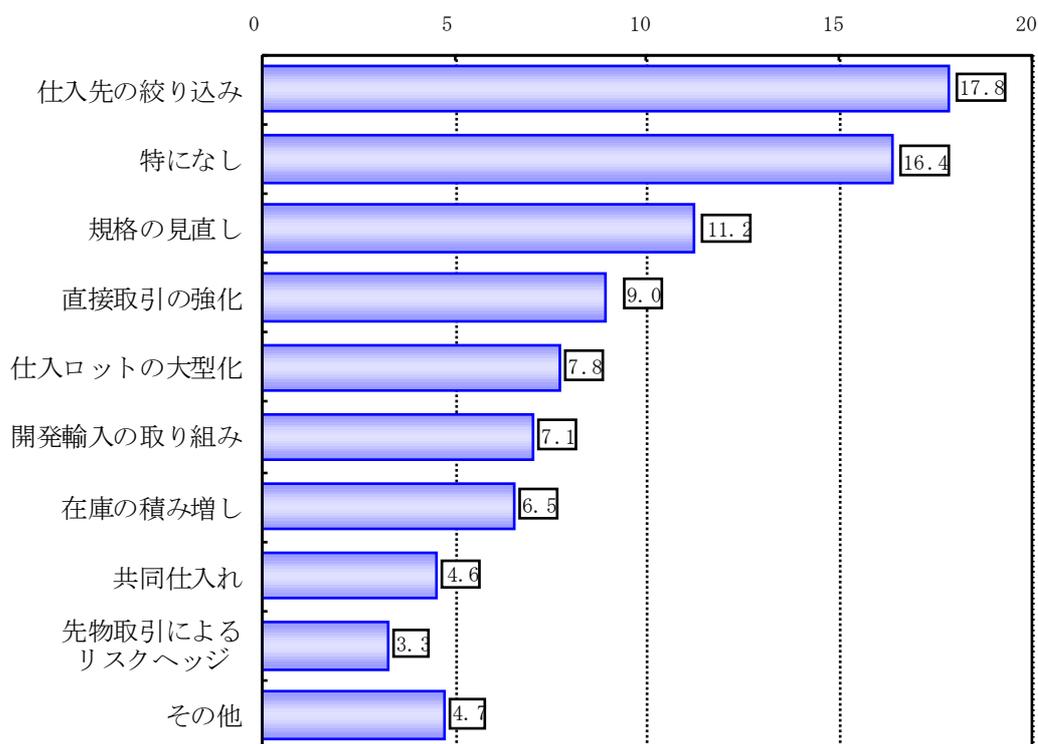


表 16 輸入原料における仕入れコスト削減・安定調達対策

		回答数	開発輸 入の取 り組み	仕入先 の絞り 込み	仕入 ロット の大型 化	共同仕 入れ	在庫の 積み増 し	先物取 引によ るリス クヘッ ジ	直接取 引の強 化	規格の 見直し	特にな し	その他
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
計		616	7.1	17.8	7.7	4.6	6.5	3.3	9.0	11.2	16.4	4.7
資本 金規 模別	1,000万円未満	9	13.6	18.2	9.1	4.5	0.0	0.0	27.3	9.1	4.5	0.0
	1,000万円以上～ 2,000万円未満	122	6.0	15.3	7.0	5.6	5.1	3.3	6.0	10.7	21.9	4.7
	2,000万円以上～ 5,000万円未満	198	6.1	21.7	6.7	4.7	6.7	3.3	7.5	8.1	17.8	3.6
	5,000万円以上～ 1億円未満	137	7.7	16.5	5.7	3.8	4.6	3.1	10.3	11.9	19.5	6.5
	1億円以上～ 3億円未満	67	7.7	13.4	10.6	5.6	12.7	2.8	11.3	14.8	9.2	5.6
	3億円以上～ 10億円未満	27	2.1	20.8	10.4	4.2	6.3	4.2	6.3	10.4	14.6	0.0
	10億円以上	53	10.2	16.7	11.1	2.8	7.4	4.6	11.1	17.6	7.4	5.6
	無回答	3	16.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
業 種 別	畜産食料品製造業	79	10.1	15.8	6.3	0.6	5.7	6.3	9.5	19.0	13.9	3.8
	水産食料品製造業	93	7.8	17.5	6.0	3.6	9.6	3.0	11.4	7.2	14.5	6.0
	農産食料品製造業	29	7.9	19.0	7.9	1.6	1.6	1.6	11.1	6.3	20.6	0.0
	調味料製造業	72	6.7	20.7	8.1	7.4	4.4	2.2	6.7	10.4	16.3	5.9
	精糖製造業	12	10.0	20.0	0.0	5.0	0.0	10.0	5.0	10.0	15.0	15.0
	製穀・製粉製造業	26	2.1	10.6	12.8	12.8	17.0	8.5	2.1	4.3	21.3	2.1
	パン・菓子製造業	90	5.7	15.9	5.1	3.2	7.6	1.9	8.9	17.2	19.7	7.0
	動植物油脂製造業	8	4.8	9.5	19.0	4.8	14.3	14.3	4.8	4.8	9.5	4.8
	清涼飲料製造業	18	5.4	29.7	10.8	2.7	10.8	2.7	10.8	10.8	8.1	2.7
	酒類製造業	38	0.0	14.3	4.8	1.6	1.6	1.6	6.3	1.6	33.3	7.9
	茶コーヒー製造業	14	4.2	12.5	0.0	4.2	0.0	8.3	4.2	12.5	33.3	0.0
その他	137	8.5	19.9	10.7	7.0	5.9	1.1	10.3	11.1	11.8	3.3	
国 産 仕 入 割 合	30%未満	250	9.1	17.8	9.1	4.9	8.0	4.7	10.1	13.7	12.3	4.0
	30%以上～50%未満	83	5.6	18.3	11.3	3.5	9.9	4.2	12.0	12.0	14.1	5.6
	50%以上～80%未満	112	9.4	24.1	9.4	6.4	4.9	3.4	9.9	10.8	13.8	4.9
	80%以上	171	3.5	14.0	3.5	3.5	4.1	0.9	5.5	7.6	24.7	5.2

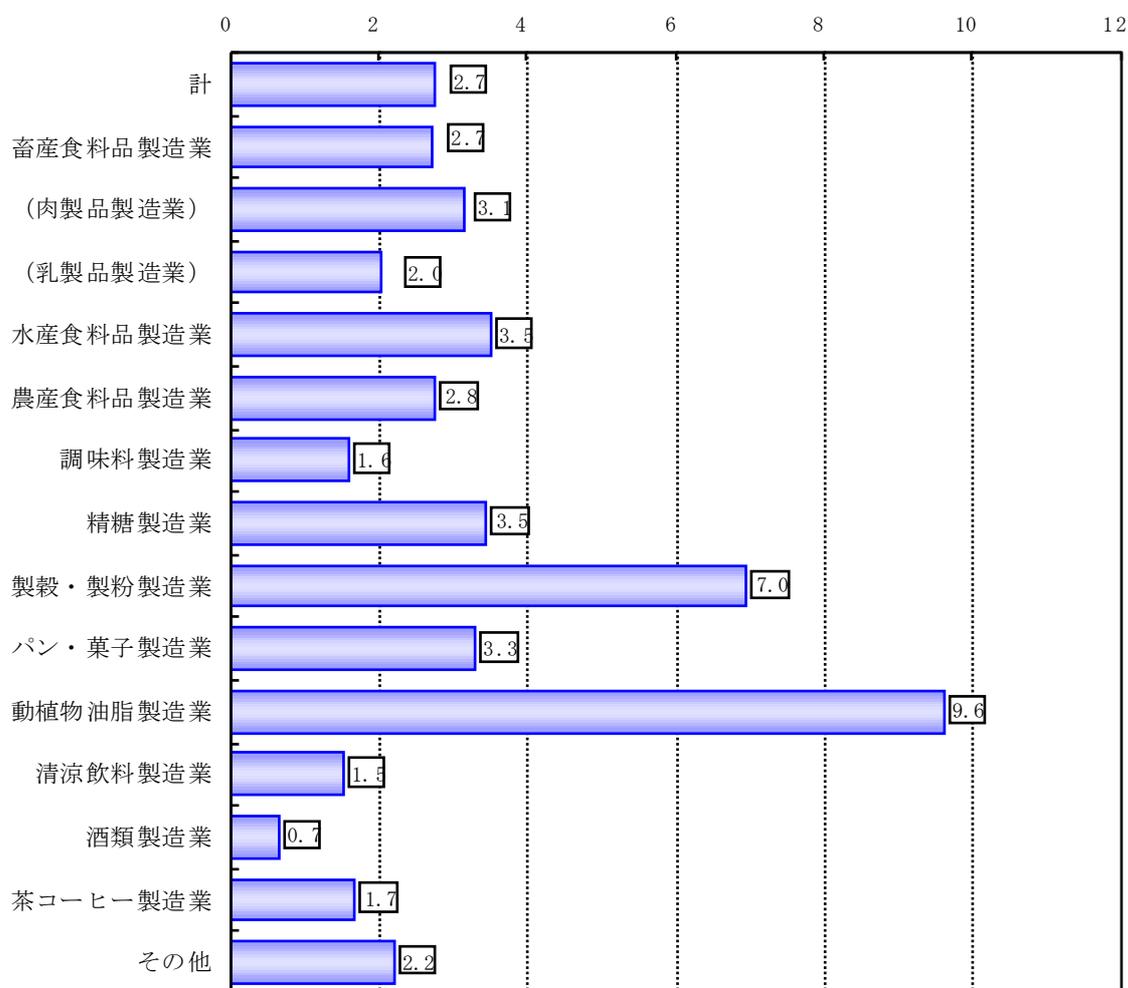
3 価格改定状況および価格転嫁について

(1) 直近1年間における製品販売価格の価格改定状況

直近1年間における製品販売価格の値上率（推計）は、回答企業全体では2.7%にとどまっております。変化なし（値上げしていない）が51.3%と多くなっています。食品製造業では主原料価格上昇による製品販売価格の値上げが難しい現状がうかがえます。

特に資本金規模別「1,000未満」や酒類製造業、清涼飲料製造業、調味料製造業では、値上げしていない企業が多くみられる。一方、値上げ幅が大きい業種は、動植物油脂製造業が最も大きく、次いで、製穀・製粉製造業、水産食料品製造業、精糖製造業、パン・菓子製造業、肉製品製造業、農産食料品製造業となっている。

図32 直近1年間における製品販売価格の価格改定状況



注：数値は選択肢尺度の中央値から単純平均した推計である。企業規模にもとづくウェイト付けは行っていない
1社1票である。

図 33 資本金規模別にみた直近 1 年間における製品販売価格の価格改定状況

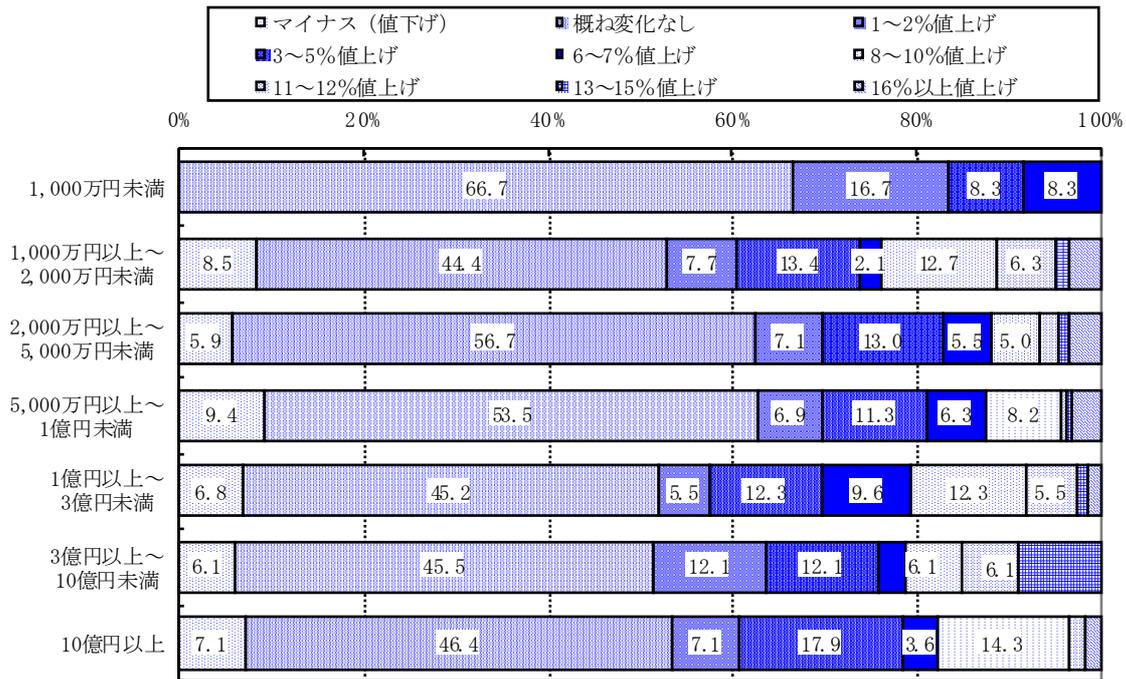


表 17 直近 1 年間における製品販売価格の価格改定状況

業種別	資本金規模別	回答数	計 (%)	マイナス (値下げ)	概ね変化なし	1～2%値上げ	3～5%値上げ	6～7%値上げ	8～10%値上げ	11～12%値上げ	13～15%値上げ	16%以上値上げ	平均
				(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
	計	716	100.0	7.3	51.3	7.4	13.0	5.2	8.7	3.1	1.4	2.8	2.7
	1,000万円未満	12	100.0	0.0	66.7	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1
	1,000万円以上～2,000万円未満	142	100.0	8.5	44.4	7.7	13.4	2.1	12.7	6.3	1.4	3.5	3.4
	2,000万円以上～5,000万円未満	238	100.0	5.9	56.7	7.1	13.0	5.5	5.0	2.1	1.3	3.4	2.4
	5,000万円以上～1億円未満	159	100.0	9.4	53.5	6.9	11.3	6.3	8.2	0.6	0.6	3.1	2.4
	1億円以上～3億円未満	73	100.0	6.8	45.2	5.5	12.3	9.6	12.3	5.5	1.4	1.4	3.3
	3億円以上～10億円未満	33	100.0	6.1	45.5	12.1	12.1	3.0	6.1	6.1	9.1	0.0	3.4
	10億円以上	56	100.0	7.1	46.4	7.1	17.9	3.6	14.3	1.8	0.0	1.8	2.8
業種別	畜産食料品製造業 (肉製品製造業)	86	100.0	8.1	45.3	12.8	10.5	8.1	10.5	2.3	0.0	2.3	2.7
	(乳製品製造業)	40	100.0	2.5	42.5	10.0	15.0	15.0	12.5	2.5	0.0	0.0	3.1
	水産食料品製造業	30	100.0	16.7	46.7	16.7	6.7	0.0	6.7	3.3	0.0	3.3	2.0
	農産食料品製造業	109	100.0	6.4	41.3	8.3	20.2	8.3	3.7	2.8	3.7	5.5	3.5
	調味料製造業	41	100.0	12.2	43.9	9.8	14.6	4.9	7.3	2.4	0.0	4.9	2.8
	精糖製造業	82	100.0	6.1	68.3	6.1	8.5	0.0	6.1	3.7	0.0	1.2	1.6
	製穀・製粉製造業	13	100.0	0.0	46.2	7.7	15.4	23.1	0.0	0.0	0.0	7.7	3.5
	パン・菓子製造業	29	100.0	13.8	10.3	0.0	13.8	13.8	20.7	13.8	6.9	6.9	7.0
	動植物油脂製造業	100	100.0	4.0	47.0	4.0	16.0	9.0	15.0	2.0	2.0	1.0	3.3
	清涼飲料製造業	9	100.0	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	33.3	11.1	0.0	33.3	9.6
	酒類製造業	19	100.0	0.0	68.4	10.5	10.5	0.0	10.5	0.0	0.0	0.0	1.5
	茶コーヒー製造業	54	100.0	1.9	85.2	3.7	3.7	1.9	3.7	0.0	0.0	0.0	0.7
	その他	19	100.0	15.8	57.9	0.0	21.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	1.7
	155	100.0	10.3	52.3	9.7	12.3	1.3	8.4	3.9	1.3	0.6	2.2	

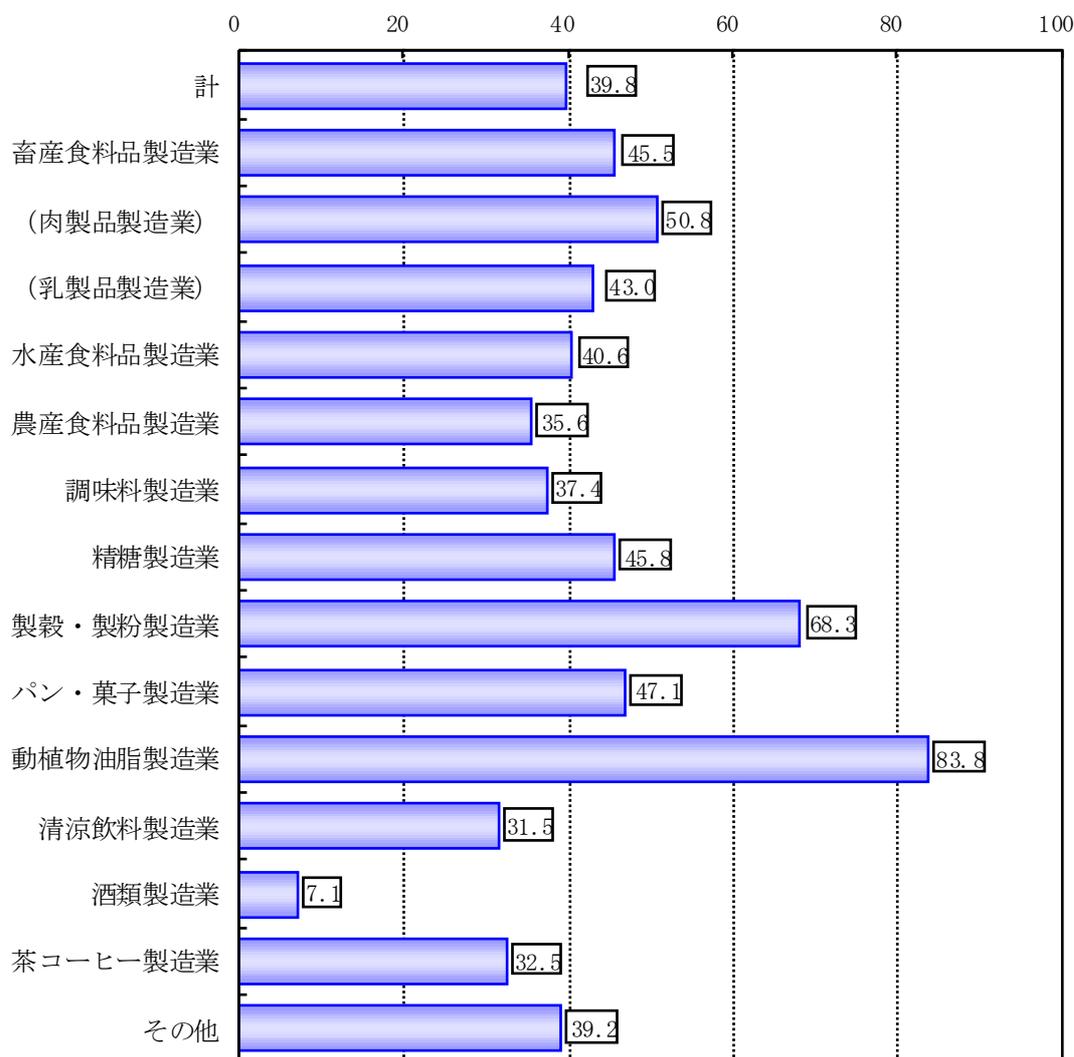
注：平均は図 8 - 2 7 参照

(2) 値上げ額における原料価格上昇要因の寄与度

製品販売額の値上げ額に占める原料価格上昇要因の割合（推計）は、回答企業全体では、39.8%となっている。主原料の価格上昇分の製品販売価格への転嫁が進まない状況下で、他の包装材費、物流費、人件費などの上昇要因もあるものとみられる。

主原料価格の上昇幅は業種により異なっており、値上げ額に占める原料価格上昇要因の割合が高いのは、動植物油脂製造業、製穀・製粉製造業、肉製品製造業、パン・菓子製造業、精糖製造業となっている。

図 34 値上げ額における原料価格上昇要因の寄与度



注：図 8-27 参照

図 35 資本金規模別の値上げ額における原料価格上昇要因の寄与度

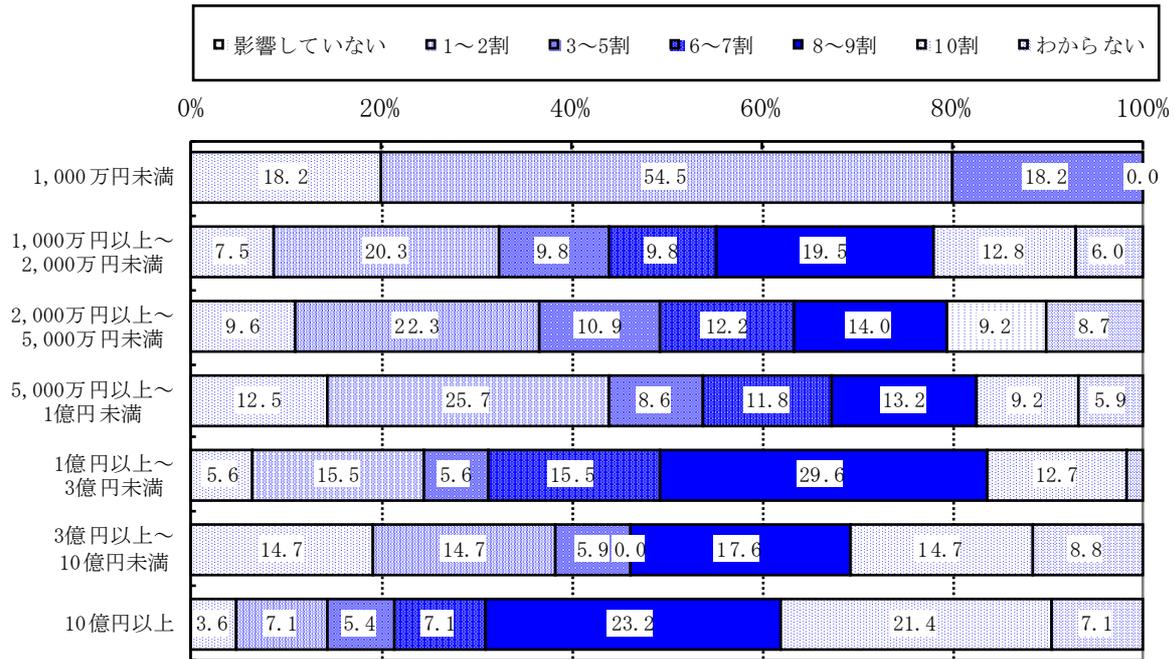


表 18 値上げ額における原料価格上昇要因の寄与度

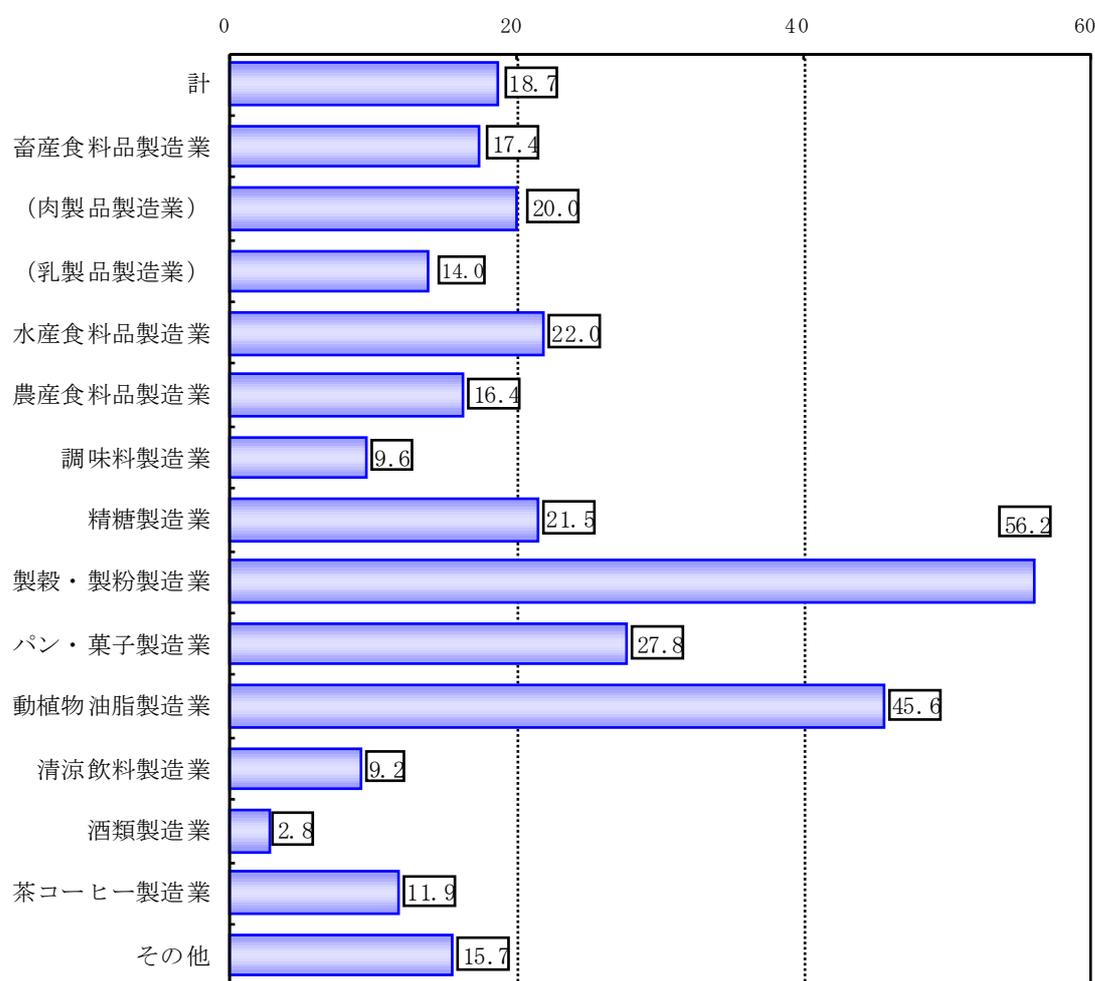
業種別	資本規模別	回答数	計 (%)	影響して	1~2割	3~5割	6~7割	8~9割	10割	わから	平均 (%)
				いない (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	ない (%)	
	計	689	100.0	9.3	20.8	9.0	10.7	17.3	11.5	6.5	39.8
	1,000万円未満	11	100.0	18.2	54.5	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	15.5
	1,000万円以上~2,000万円未満	133	100.0	7.5	20.3	9.8	9.8	19.5	12.8	6.0	42.7
	2,000万円以上~5,000万円未満	229	100.0	9.6	22.3	10.9	12.2	14.0	9.2	8.7	36.7
	5,000万円以上~1億円未満	152	100.0	12.5	25.7	8.6	11.8	13.2	9.2	5.9	35.4
	1億円以上~3億円未満	71	100.0	5.6	15.5	5.6	15.5	29.6	12.7	1.4	52.5
	3億円以上~10億円未満	34	100.0	14.7	14.7	5.9	0.0	17.6	14.7	8.8	34.3
	10億円以上	56	100.0	3.6	7.1	5.4	7.1	23.2	21.4	7.1	49.0
業種別	畜産食料品製造業	85	100.0	7.1	14.1	8.2	14.1	21.2	12.9	8.2	45.5
	(肉製品製造業)	40	100.0	10.0	20.0	7.5	17.5	27.5	10.0	2.5	50.8
	(乳製品製造業)	30	100.0	6.7	6.7	10.0	6.7	20.0	16.7	10.0	43.0
	水産食料品製造業	107	100.0	5.6	29.0	8.4	8.4	16.8	13.1	6.5	40.6
	農産食料品製造業	39	100.0	10.3	33.3	10.3	12.8	15.4	5.1	2.6	35.6
	調味料製造業	78	100.0	9.0	20.5	12.8	9.0	15.4	10.3	6.4	37.4
	精糖製造業	13	100.0	7.7	0.0	15.4	15.4	7.7	23.1	0.0	45.8
	製穀・製粉製造業	26	100.0	7.7	11.5	0.0	11.5	42.3	23.1	0.0	68.3
	パン・菓子製造業	95	100.0	8.4	16.8	12.6	8.4	18.9	17.9	5.3	47.1
	動植物油脂製造業	8	100.0	0.0	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	83.8
	清涼飲料製造業	17	100.0	0.0	23.5	5.9	5.9	11.8	11.8	5.9	31.5
	酒類製造業	52	100.0	21.2	21.2	5.8	0.0	1.9	0.0	15.4	7.1
	茶・コーヒー製造業	16	100.0	18.8	25.0	6.3	6.3	18.8	6.3	0.0	32.5
	その他	153	100.0	10.5	21.6	8.5	15.7	16.3	8.5	7.2	39.2

(3) 原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合

直近 1 年間における原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合（推計）は、回答企業全体では 18.7 %にとどまっており、転嫁していないが 40.7 %と多くなっている。食品製造業では主原料価格上昇による製品販売価格への転嫁が進んでいないことを示している。

特に資本金規模別「1,000 未満」や調味料製造業、清涼飲料製造業、茶コーヒー製造業では、転嫁していない企業が多くみられる。一方、転嫁割合が比較的高い業種は、製穀・製粉製造業、動植物油脂製造業、パン・菓子製造業、水産食料品製造業、精糖製造業、肉製品製造業となっている。

図 36 原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合



注：図 8 - 2 7 参照

図 37 資本金規模別にみた原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合

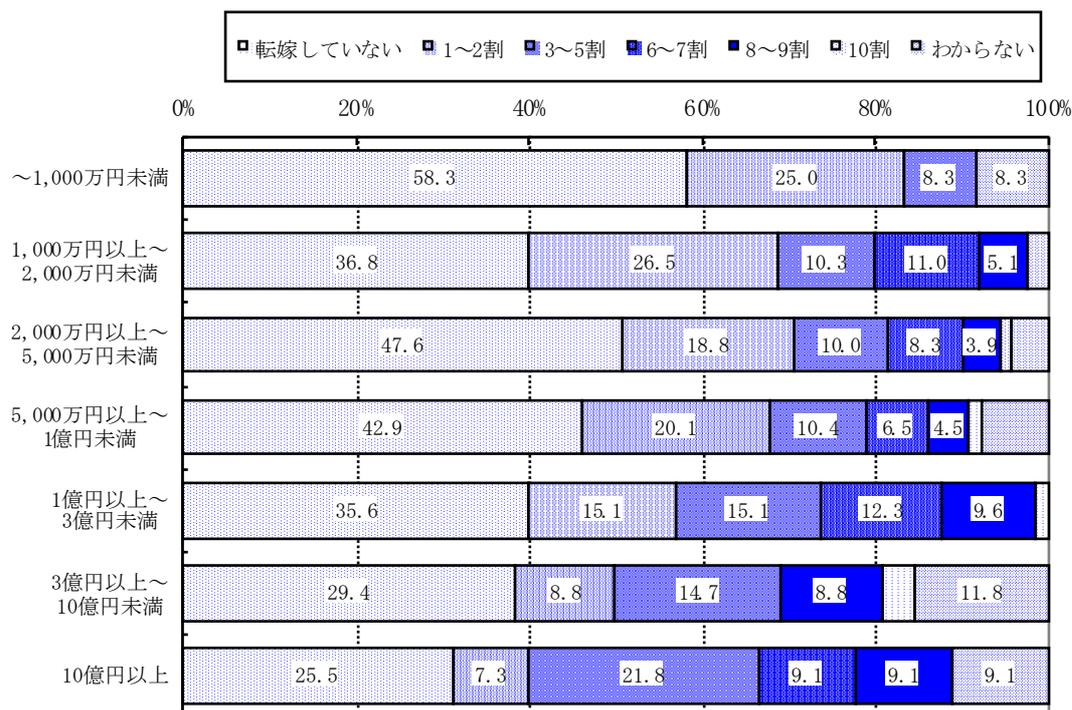


表 19 原料価格上昇の製品販売価格への転嫁割合

業種別	回答数	計 (%)	転嫁して	1~2割	3~5割	6~7割	8~9割	10割	わから	平均 (%)
			いない (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	ない (%)	
計	696	100.0	40.7	18.8	11.9	8.3	5.5	1.0	4.9	18.7
資本金規模別	～1,000万円未満	12	100.0	58.3	25.0	8.3	0.0	0.0	8.3	7.1
	1,000万円以上～2,000万円未満	136	100.0	36.8	26.5	10.3	11.0	5.1	0.0	19.6
	2,000万円以上～5,000万円未満	229	100.0	47.6	18.8	10.0	8.3	3.9	1.3	16.9
	5,000万円以上～1億円未満	154	100.0	42.9	20.1	10.4	6.5	4.5	1.3	16.6
	1億円以上～3億円未満	73	100.0	35.6	15.1	15.1	12.3	9.6	1.4	25.8
	3億円以上～10億円未満	34	100.0	29.4	8.8	14.7	0.0	8.8	2.9	11.8
	10億円以上	55	100.0	25.5	7.3	21.8	9.1	9.1	0.0	9.1
	業種別	畜産食料品製造業 (肉製品製造業)	86	100.0	33.7	23.3	17.4	4.7	4.7	0.0
(乳製品製造業)		40	100.0	30.0	20.0	25.0	7.5	2.5	0.0	20.0
水産食料品製造業		30	100.0	36.7	23.3	6.7	3.3	6.7	0.0	14.0
農産食料品製造業		108	100.0	38.0	19.4	17.6	12.0	2.8	1.9	22.0
調味料製造業		39	100.0	43.6	30.8	5.1	7.7	2.6	2.6	16.4
精糖製造業		78	100.0	59.0	14.1	6.4	2.6	3.8	0.0	9.6
製穀・製粉製造業		13	100.0	23.1	15.4	23.1	15.4	0.0	0.0	21.5
パン・菓子製造業		26	100.0	11.5	11.5	11.5	15.4	42.3	3.8	0.0
動植物油脂製造業		96	100.0	32.3	17.7	14.6	15.6	8.3	2.1	3.1
清涼飲料製造業		8	100.0	0.0	25.0	37.5	25.0	12.5	0.0	0.0
酒類製造業		18	100.0	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
茶コーヒー製造業		52	100.0	44.2	13.5	1.9	0.0	0.0	0.0	9.6
その他		16	100.0	50.0	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	6.3
その他		156	100.0	46.8	18.6	9.6	7.1	4.5	0.6	6.4

注：平均は図8-27参照

(4) 製品販売価格値上げの方法

製品販売価格の値上げ方法には、量目縮小価格維持、量目変えずに価格改定、その他新製品投入、製品のリニューアルなど多様である。回答企業全体では、「量目を変えずに価格改定が中心」が37.0%で最も多く、次いで「量目を変えずに価格改定のみ」が32.9%となっている。価格上昇のイメージを抑制し、消費者の購買力維持をねらいとする「量目縮小・価格維持が中心」は14.2%、「量目縮小・価格維持のみ」は6.5%となっている。

業種別にみると、ほとんどの業種で「量目を変えない価格改定」が「量目縮小・価格維持」を上回っている。「量目縮小・価格維持」が比較的多い業種は、肉製品製造業、パン・菓子製造業、茶コーヒー製造業となっている。

図 38 製品販売価格値上げの方法

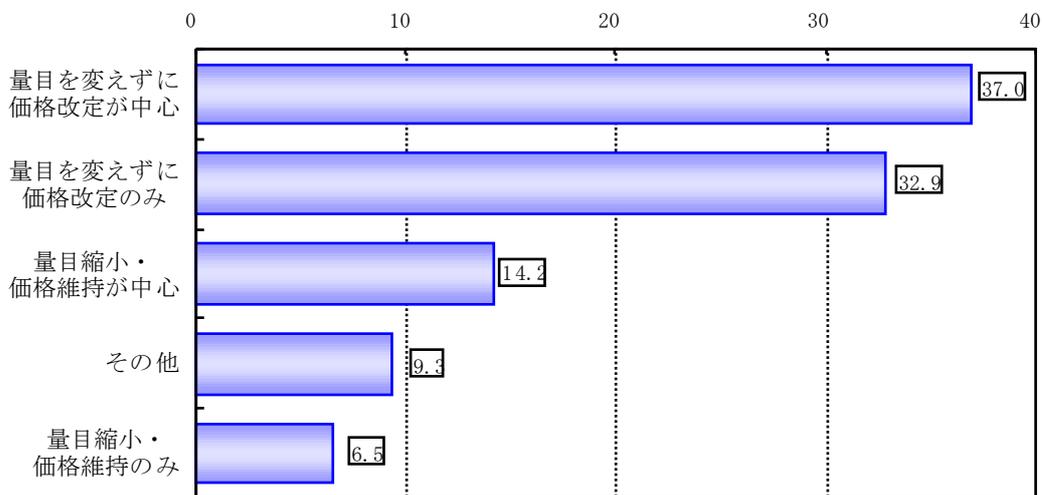


図 39 製品販売価格値上げの方法

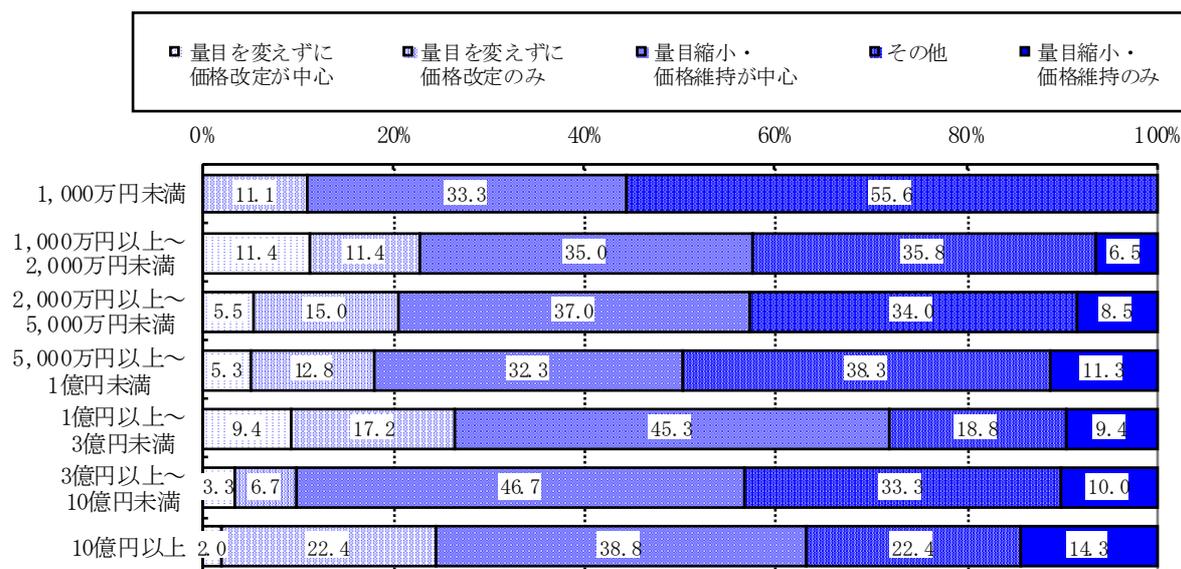


表 20 製品販売価格値上げの方法

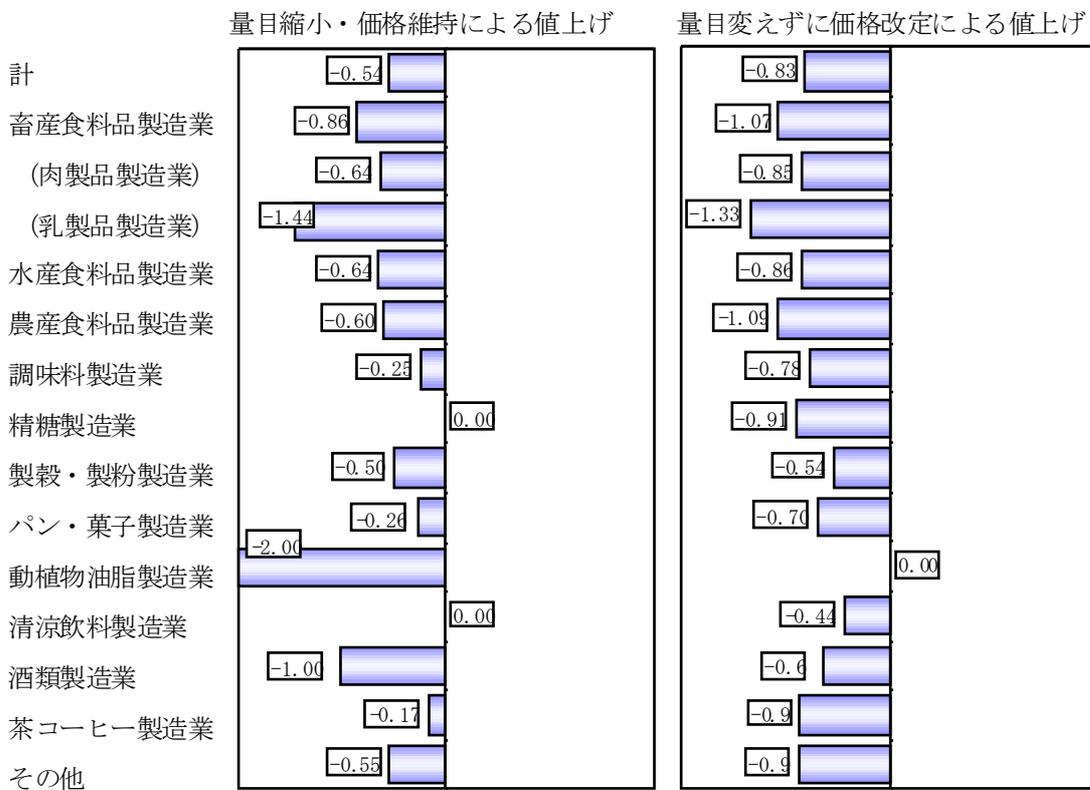
	回答数	計 (%)	量目縮小・価格維持のみ (%)	量目縮小・価格維持が中心 (%)	量目を変えずに価格改定が中心 (%)	量目を変えずに価格改定のみ (%)	その他 (%)	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計	611	100.0	6.5	14.2	37.0	32.9	9.3	
資本金規模別	1,000万円未満	9	100.0	0.0	11.1	33.3	55.6	0.0
	1,000万円以上～2,000万円未満	123	100.0	11.4	11.4	35.0	35.8	6.5
	2,000万円以上～5,000万円未満	200	100.0	5.5	15.0	37.0	34.0	8.5
	5,000万円以上～1億円未満	133	100.0	5.3	12.8	32.3	38.3	11.3
	1億円以上～3億円未満	64	100.0	9.4	17.2	45.3	18.8	9.4
	3億円以上～10億円未満	30	100.0	3.3	6.7	46.7	33.3	10.0
	10億円以上	49	100.0	2.0	22.4	38.8	22.4	14.3
	業種別	畜産食料品製造業 (肉製品製造業)	74	100.0	9.5	18.9	45.9	21.6
(乳製品製造業)		35	100.0	5.7	34.3	45.7	14.3	0.0
水産食料品製造業		26	100.0	11.5	3.8	50.0	23.1	11.5
農産食料品製造業		99	100.0	5.1	18.2	44.4	28.3	4.0
調味料製造業		33	100.0	12.1	18.2	30.3	24.2	15.2
精糖製造業		70	100.0	0.0	2.9	44.3	40.0	12.9
製穀・製粉製造業		12	100.0	0.0	0.0	41.7	58.3	0.0
パン・菓子製造業		28	100.0	0.0	0.0	28.6	64.3	7.1
動植物油脂製造業		85	100.0	15.3	27.1	22.4	28.2	7.1
清涼飲料製造業		8	100.0	12.5	0.0	25.0	62.5	0.0
酒類製造業		16	100.0	0.0	12.5	31.3	37.5	18.8
茶コーヒー製造業		45	100.0	0.0	2.2	26.7	55.6	15.6
その他		13	100.0	15.4	30.8	23.1	23.1	7.7
その他	128	100.0	6.3	13.3	41.4	25.8	13.3	

(5) 製品価格値上げ方法と出荷販売数量へ及ぼす影響

製品価格値上げ方法と出荷販売数量へ及ぼす影響についてみると、回答企業全体では、「量目を変えずに価格改定」が「量目縮小・価格維持」より大きくなっている。やはり、短期的には「量目を変えずに価格改定」は出荷販売数量の減少が大きいことから、「量目縮小・価格維持」という方法も選択せざるを得ない状況がうかがえる。

業種別にみると、ほとんどの業種で出荷販売数量の減少幅は、「量目を変えない価格改定」が「量目縮小・価格維持」より大きくなっているが、動植物油脂製造業、乳製品製造業、酒類製造業では「量目縮小・価格維持」が大きくなっている。

図 40 製品価格値上げ方法と出荷販売数量へ及ぼす影響



注：数値は5段階評価のポイントである（上昇が2，やや上昇が1，横ばいが0，やや低下が-1，低下が-2）。

企業規模にもとづくウェイト付けは行っていない1社1票である。

表 21 「量目縮小・価格維持」による値上げの出荷数量へ及ぼす影響

	回答数	計 (%)	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	平均	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(ポイント)	
計	218	100.0	1.4	5.0	47.7	30.3	15.6	-0.54	
業 種 別	畜産食料品製造業	35	100.0	0.0	2.9	37.1	31.4	28.6	-0.86
	(肉製品製造業)	22	100.0	0.0	4.5	45.5	31.8	18.2	-0.64
	(乳製品製造業)	9	100.0	0.0	0.0	11.1	33.3	55.6	-1.44
	水産食料品製造業	50	100.0	0.0	2.0	52.0	26.0	20.0	-0.64
	農産食料品製造業	15	100.0	6.7	0.0	40.0	33.3	20.0	-0.60
	調味料製造業	12	100.0	8.3	0.0	50.0	41.7	0.0	-0.25
	精糖製造業	2	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.00
	製穀・製粉製造業	6	100.0	16.7	0.0	16.7	50.0	16.7	-0.50
	パン・菓子製造業	42	100.0	0.0	4.8	71.4	16.7	7.1	-0.26
	動植物油脂製造業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	-2.00
	清涼飲料製造業	3	100.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.00
	酒類製造業	2	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	-1.00
	茶コーヒー製造業	6	100.0	0.0	33.3	16.7	50.0	0.0	-0.17
	その他	44	100.0	0.0	9.1	38.6	40.9	11.4	-0.55

表 22 「量目変えずに価格改定」による値上げの出荷数量への影響

	回答数	計 (%)	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	平均	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(ポイント)	
計	412	100.0	1.9	2.7	31.1	39.6	24.8	-0.83	
業 種 別	畜産食料品製造業	58	100.0	0.0	0.0	25.9	41.4	32.8	-1.07
	(肉製品製造業)	27	100.0	0.0	0.0	37.0	40.7	22.2	-0.85
	(乳製品製造業)	21	100.0	0.0	0.0	14.3	38.1	47.6	-1.33
	水産食料品製造業	79	100.0	1.3	2.5	32.9	35.4	27.8	-0.86
	農産食料品製造業	23	100.0	4.3	4.3	13.0	34.8	43.5	-1.09
	調味料製造業	41	100.0	4.9	0.0	31.7	39.0	24.4	-0.78
	精糖製造業	11	100.0	0.0	0.0	36.4	36.4	27.3	-0.91
	製穀・製粉製造業	24	100.0	0.0	0.0	54.2	37.5	8.3	-0.54
	パン・菓子製造業	54	100.0	1.9	3.7	29.6	51.9	13.0	-0.70
	動植物油脂製造業	7	100.0	14.3	0.0	57.1	28.6	0.0	0.00
	清涼飲料製造業	9	100.0	0.0	11.1	55.6	11.1	22.2	-0.44
	酒類製造業	22	100.0	0.0	4.5	36.4	50.0	9.1	-0.6
	茶コーヒー製造業	8	100.0	0.0	25.0	0.0	37.5	37.5	-0.9
	その他	76	100.0	2.6	2.6	27.6	38.2	28.9	-0.9

注：平均は図8-35参照

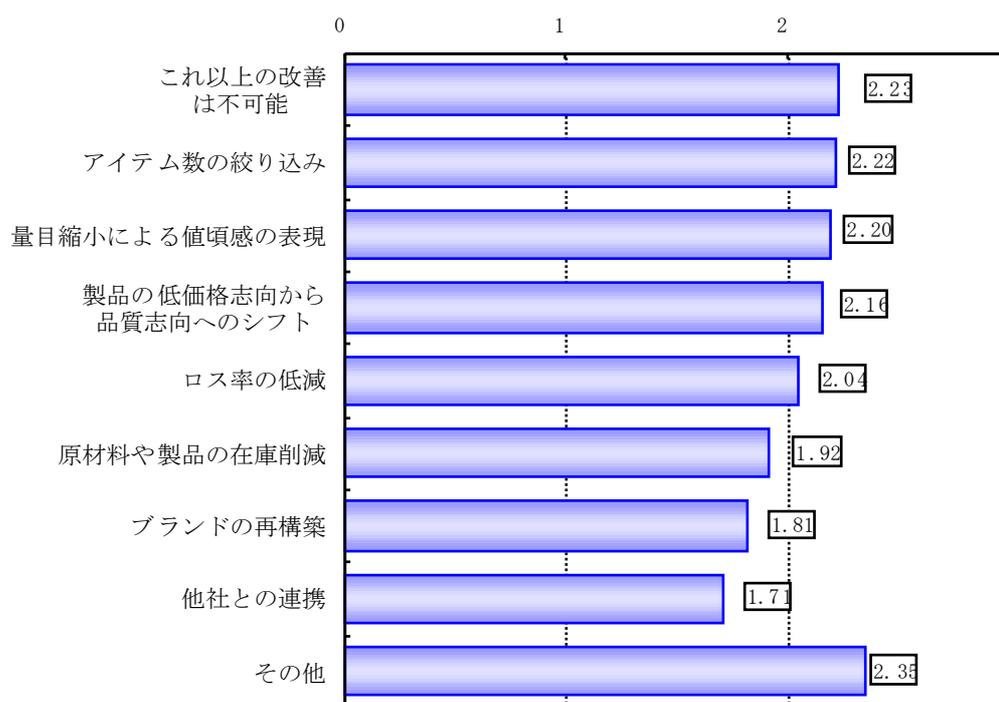
(6) 主原料の価格上昇に伴う製品生産の改善策

主原料価格上昇による仕入コストの削減や安定調達の対策については、既にみてきたが、ここでは製品生産におけるコストダウンや生産性上昇等対策についてみることにする。

回答企業全体では、「これ以上の改善は不可能」が 2.23 ポイントで最も多く、次いで「アイテム数の絞り込み(低収益アイテムの撤退)」が 2.22 ポイント、「量目縮小(価格維持)による値頃感の表現」が 2.20 ポイント、「製品の低価格志向から品質志向へのシフト」が 2.16 ポイント、以下、「ロス(廃棄ロス・機会ロス)率の低減」、「原材料や製品の在庫削減」、「ブランドの再構築」となっている。

第1位のみについてみると、「アイテム数の絞り込み(低収益アイテムの撤退)」、「ブランドの再構築」、「量目縮小(価格維持)による値頃感の表現」、「ロス(廃棄ロス・機会ロス)率の低減」などの順となっている。

図 41 主原料の価格上昇に伴う製品生産の改善策（複数回答）



注：図8-35参照

図 42 主原料の価格上昇に伴う製品生産の改善策（第1位のみを集計）

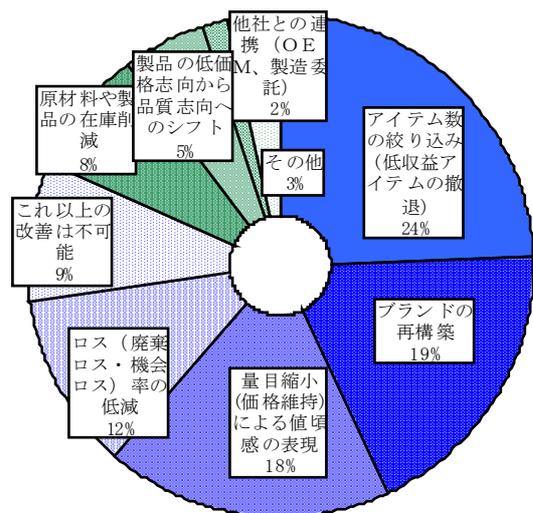


表 23 主原料の価格上昇に伴う製品生産の改善策

		回答数	アイテム数の絞り込み（低収益アイテムの撤退）	量目縮小（価格維持）による値頃感の表現	製品の低価格志向から品質志向へのシフト	ブランドの再構築	他社との連携（OEM、製造委託）	原材料や製品の在庫削減	ロス（廃棄ロス・機会ロス）率の低減	これ以上の改善は不可能	その他
計		631	2.22	2.20	2.17	1.81	1.71	1.92	2.04	2.23	2.35
資本金規模別	1,000万円未満	11	2.80	1.50	2.00	2.00	1.00	1.00	2.67	3.00	3.00
	1,000万円以上～2,000万円未満	123	2.38	2.22	2.31	1.69	1.79	2.04	1.77	2.09	2.75
	2,000万円以上～5,000万円未満	208	2.18	2.29	2.20	1.77	1.56	1.88	2.14	2.16	2.33
	5,000万円以上～1億円未満	137	2.17	2.00	2.10	1.97	1.83	1.89	2.01	2.33	2.20
	1億円以上～3億円未満	67	2.25	2.43	2.00	2.00	1.33	1.93	2.05	2.22	2.25
	3億円以上～10億円未満	31	1.94	1.89	1.78	2.00	1.75	2.33	2.18	2.75	1.50
	10億円以上	54	2.17	2.27	2.15	1.43	2.20	1.86	2.18	2.25	2.20
	業種別	畜産食料品製造業	79	2.19	2.19	2.08	2.00	1.38	1.76	2.12	2.23
水産食料品製造業		95	2.31	2.21	2.23	1.79	1.88	1.93	1.85	2.36	2.00
農産食料品製造業		36	2.36	2.17	2.13	2.50	2.50	1.58	1.69	1.25	-
調味料製造業		78	2.22	2.20	2.06	1.67	1.60	2.03	2.16	2.44	2.00
精糖製造業		11	2.25	3.00	2.50	2.50	2.00	1.33	2.00	1.00	3.00
製穀・製粉製造業		23	2.33	-	2.18	1.83	1.67	2.00	2.11	2.67	1.50
パン・菓子製造業		90	2.23	2.36	2.10	1.56	2.00	1.79	1.90	2.18	2.57
動植物油脂製造業		9	2.00	-	2.33	2.00	2.00	1.00	2.33	3.00	3.00
清涼飲料製造業		17	2.40	2.00	2.14	1.67	2.00	1.88	2.33	2.00	3.00
酒類製造業		42	1.76	1.00	2.68	1.78	1.00	2.58	2.19	2.00	3.00
茶コーヒー製造業		14	2.80	2.00	2.44	2.20	1.00	1.86	1.25	-	3.00
その他	140	2.19	2.11	2.04	1.59	1.67	2.00	2.17	2.11	2.20	
国産仕入割合	30%未満	242	2.17	2.25	2.21	1.71	1.90	1.86	2.05	2.15	2.13
	30%以上～50%未満	78	2.30	2.24	2.03	1.81	1.57	1.90	1.92	2.20	2.80
	50%以上～80%未満	102	2.42	2.03	2.05	1.64	1.57	1.93	2.00	2.17	2.25
	80%以上	212	2.15	2.22	2.23	1.94	1.61	2.00	2.11	2.46	2.46

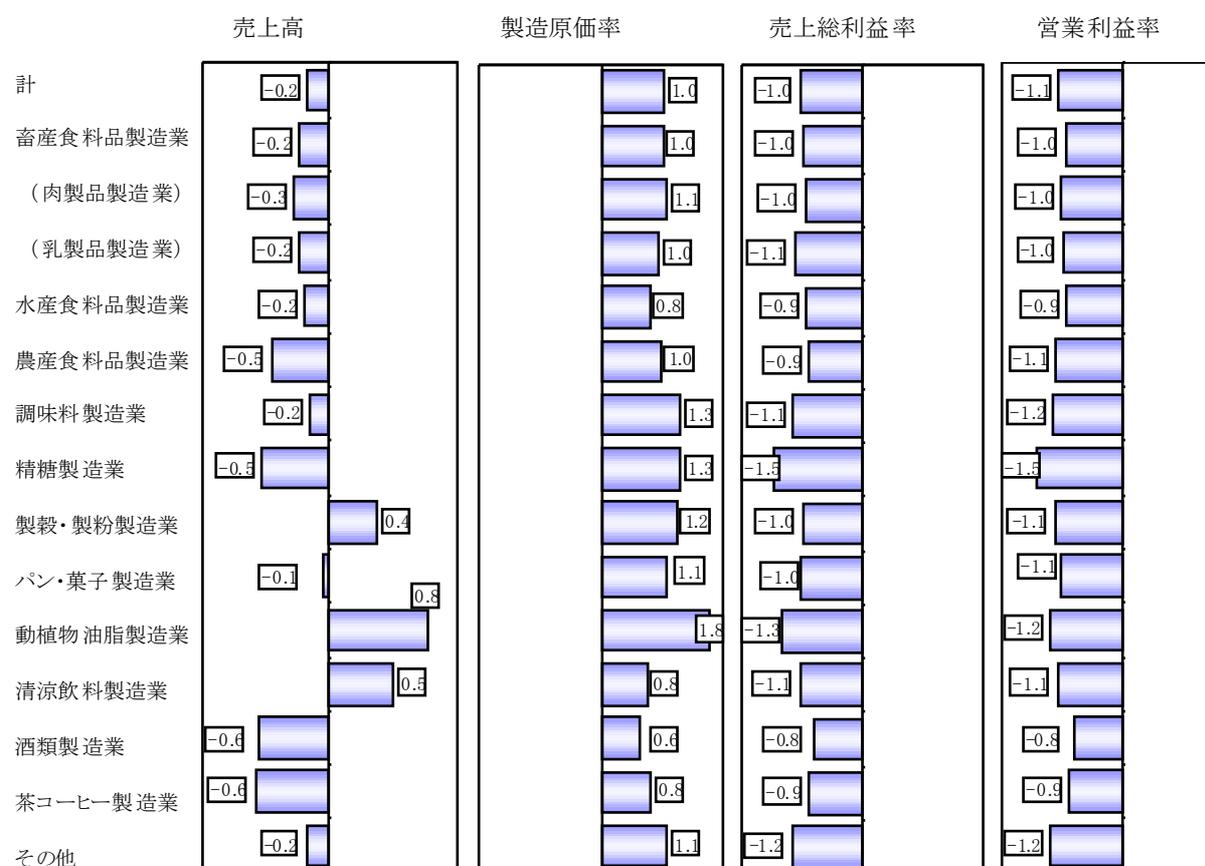
4 収益性に及ぼす影響と今後の経営課題

(1) 収益性に及ぼす影響

原料農産物、包装資材、光熱費、物流コストなどの上昇、製品販売価格への転嫁が進まないことなどから、当期の収益性悪化が懸念される。ここでは、食品製造業における当期の売上高、製造原価率、売上総利益率、営業利益率の予測についてみることにする。

回答企業全体では、売上高の低迷するなか、製造原価率の上昇、売上総利益率の低下、営業利益率の低下という構図が浮き彫りとなっている。

図 43 当期の収益性の見通し



注：図 8 - 3 5 参照

① 売上高

売上高は、回答企業全体では、「やや減少」の割合が最も多く 28.2 %、次いで「変わらない」が 26 %、「やや増加」が 23.3 %となっている。

業種別にみると、「増加」「やや増加」の割合が高いのは、動植物油脂製造業、飲料製造業、製穀・製粉製造業で設備投資の大きい業種となっている。茶コーヒー製造業、酒類製造業、精糖製造業、農産食料品製造業では「減少」「やや減少」の割合が高い。

図 44 当期の売上高の見通し

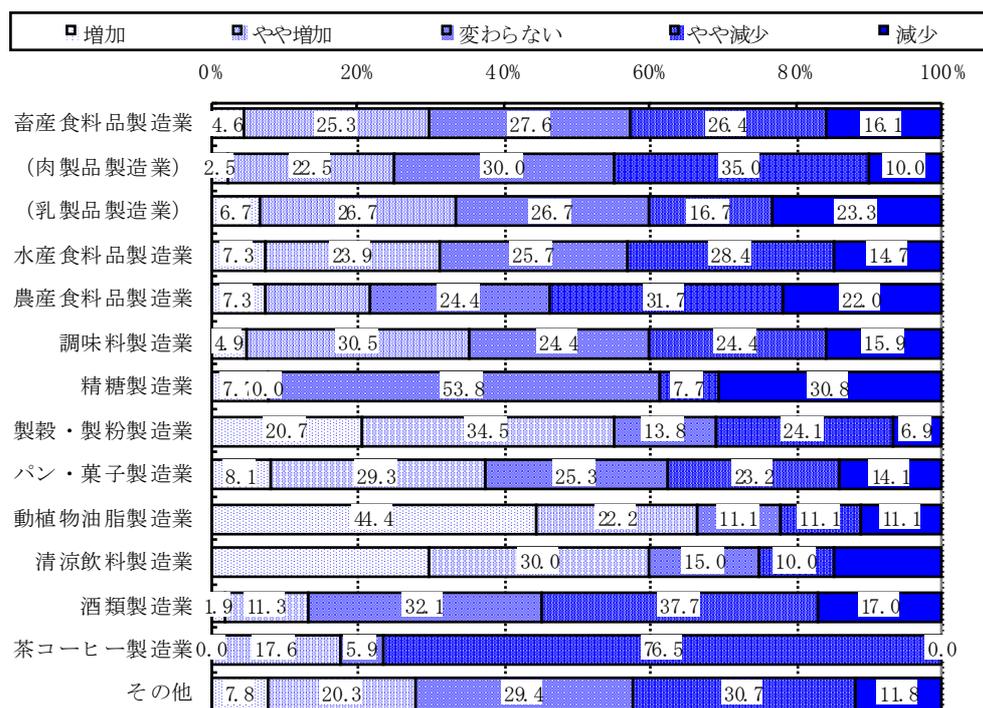


表 24 当期の売上高の見通し

		回答数	計 (%)	増加 (%)	やや増加 (%)	変わらない (%)	やや減少 (%)	減少 (%)	平均	
計		712	100.0	8.0	23.3	26.0	28.2	14.5	-0.18	
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	16.7	16.7	16.7	33.3	16.7	-0.17	
	1,000万円以上～2,000万円未満	141	100.0	6.4	17.7	28.4	25.5	22.0	-0.39	
	2,000万円以上～5,000万円未満	236	100.0	10.2	25.0	25.0	28.0	11.9	-0.06	
	5,000万円以上～1億円未満	159	100.0	6.3	19.5	27.0	32.1	15.1	-0.30	
	1億円以上～3億円未満	72	100.0	4.2	29.2	22.2	31.9	12.5	-0.19	
	3億円以上～10億円未満	34	100.0	5.9	23.5	23.5	35.3	11.8	-0.24	
	10億円以上	55	100.0	12.7	36.4	29.1	14.5	7.3	0.33	
	業種別	畜産食料品製造業	87	100.0	4.6	25.3	27.6	26.4	16.1	-0.24
		(肉製品製造業)	40	100.0	2.5	22.5	30.0	35.0	10.0	-0.28
		(乳製品製造業)	30	100.0	6.7	26.7	26.7	16.7	23.3	-0.23
水産食料品製造業		109	100.0	7.3	23.9	25.7	28.4	14.7	-0.19	
農産食料品製造業		41	100.0	7.3	14.6	24.4	31.7	22.0	-0.46	
調味料製造業		82	100.0	4.9	30.5	24.4	24.4	15.9	-0.16	
精糖製造業		13	100.0	7.7	0.0	53.8	7.7	30.8	-0.54	
製穀・製粉製造業		29	100.0	20.7	34.5	13.8	24.1	6.9	0.38	
パン・菓子製造業		99	100.0	8.1	29.3	25.3	23.2	14.1	-0.06	
動植物油脂製造業		9	100.0	44.4	22.2	11.1	11.1	11.1	0.78	
清涼飲料製造業		20	100.0	30.0	30.0	15.0	10.0	15.0	0.50	
酒類製造業		53	100.0	1.9	11.3	32.1	37.7	17.0	-0.57	
茶コーヒー製造業		17	100.0	0.0	17.6	5.9	76.5	0.0	-0.59	
その他	153	100.0	7.8	20.3	29.4	30.7	11.8	-0.18		

② 製造原価率

製造原価率は、回答企業全体では、「やや上昇」の割合が最も多く 39.4%、次いで「上昇」が 39.1%と併せて 8 割近くの企業で上昇しており、当期の収益性悪化が懸念される。

業種別にみると、「上昇」「やや上昇」の割合は、ほとんどの業種で高くなっている。

図 45 当期の製造原価率の見通し

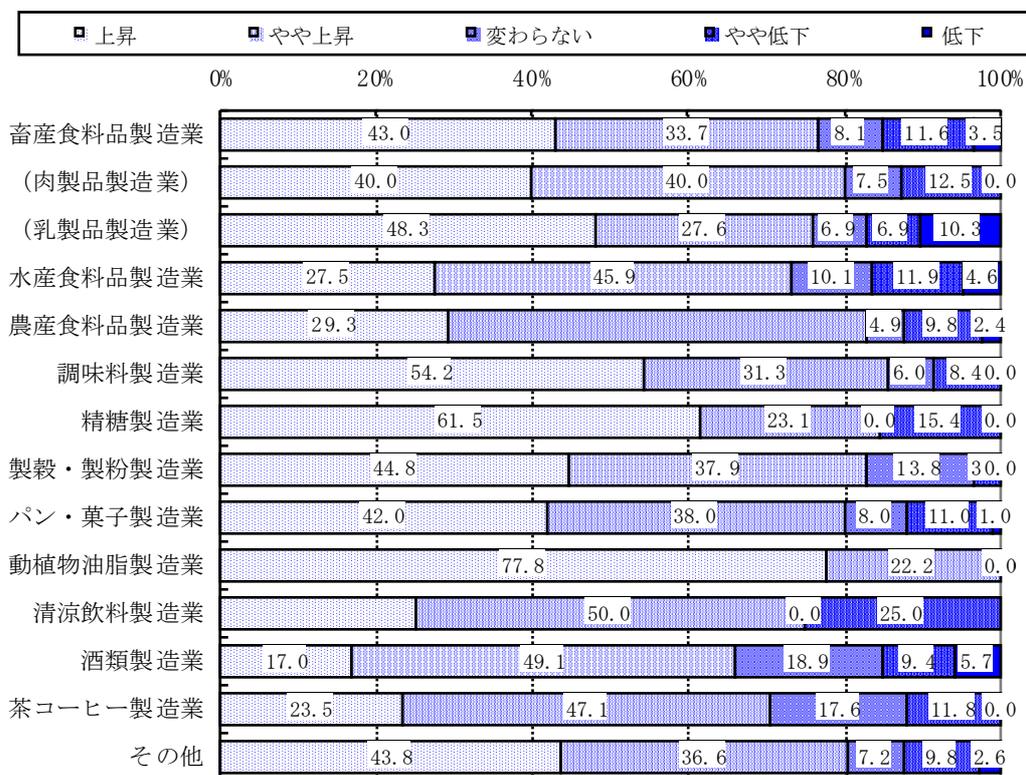


表 25 当期の製造原価率の見通し

		回答数	計	上昇	やや上昇	変わらない	やや低下	低下	平均	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
計		713	100.0	39.1	39.4	8.6	10.5	2.4	1.02	
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	25.0	33.3	16.7	16.7	8.3	0.50	
	1,000万円以上～ 2,000万円未満	140	100.0	41.4	32.9	10.0	14.3	1.4	0.99	
	2,000万円以上～ 5,000万円未満	236	100.0	36.0	41.1	10.6	10.2	2.1	0.99	
	5,000万円以上～ 1億円未満	159	100.0	37.1	44.0	6.3	8.8	3.8	1.02	
	1億円以上～ 3億円未満	73	100.0	47.9	30.1	9.6	9.6	2.7	1.11	
	3億円以上～ 10億円未満	34	100.0	38.2	50.0	5.9	2.9	2.9	1.18	
	10億円以上	56	100.0	44.6	41.1	1.8	12.5	0.0	1.18	
	無回答	3	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	1.33	
	業種別	畜産食料品製造業 (肉製品製造業)	86	100.0	43.0	33.7	8.1	11.6	3.5	1.01
		(乳製品製造業)	40	100.0	40.0	40.0	7.5	12.5	0.0	1.08
水産食料品製造業		29	100.0	48.3	27.6	6.9	6.9	10.3	0.97	
農産食料品製造業		109	100.0	27.5	45.9	10.1	11.9	4.6	0.80	
調味料製造業		41	100.0	29.3	53.7	4.9	9.8	2.4	0.98	
精糖製造業		83	100.0	54.2	31.3	6.0	8.4	0.0	1.31	
製穀・製粉製造業		13	100.0	61.5	23.1	0.0	15.4	0.0	1.31	
パン・菓子製造業		29	100.0	44.8	37.9	13.8	3.4	0.0	1.24	
パン・菓子製造業		100	100.0	42.0	38.0	8.0	11.0	1.0	1.09	
動植物油脂製造業		9	100.0	77.8	22.2	0.0	0.0	0.0	1.78	
清涼飲料製造業		20	100.0	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.75	
酒類製造業		53	100.0	17.0	49.1	18.9	9.4	5.7	0.62	
茶コーヒ製造業		17	100.0	23.5	47.1	17.6	11.8	0.0	0.82	
その他		153	100.0	43.8	36.6	7.2	9.8	2.6	1.09	

③ 売上総利益率

売上総利益率は、回答企業全体では、「やや低下」の割合が最も多く 45.8 %、次いで「低下」が 33.8 %と併せて 8 割近くの企業で低下しており、やはり当期の収益性に及ぼす影響が懸念される。

業種別にみると、「低下」「やや低下」の割合は、ほとんどの業種で高くなっている。

図 46 当期の売上総利益率の見通し

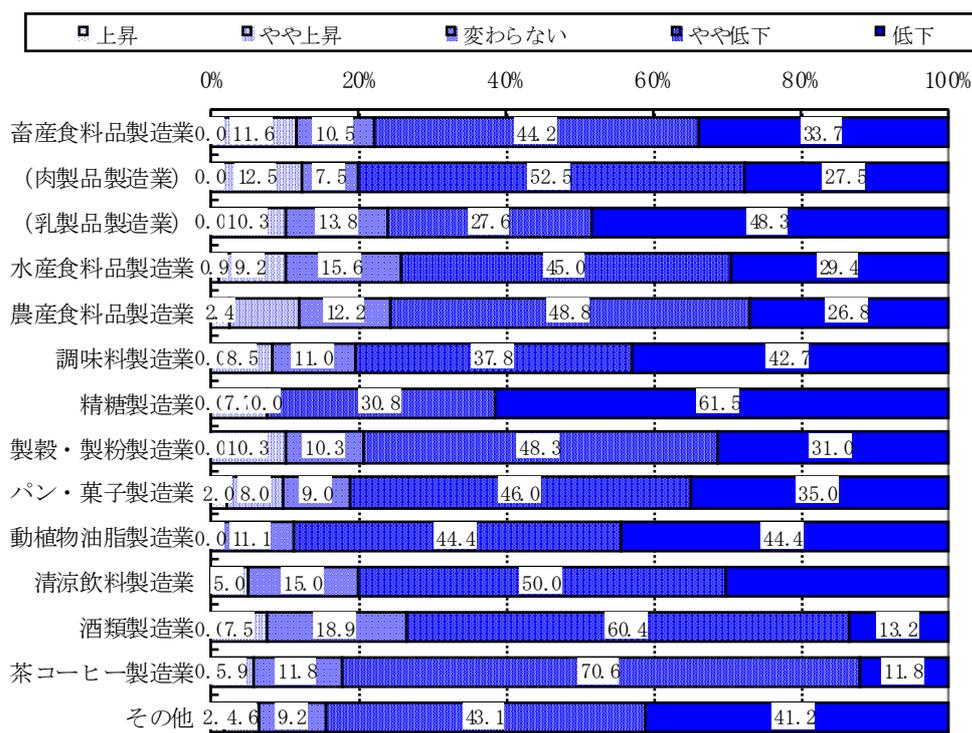


表 26 当期の売上総利益率の見通し

		回答数	計	上昇	やや上昇	変わらない	やや低下	低下	平均	
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
計		712	100.0	1.0	7.9	11.5	45.8	33.8	-1.04	
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	0.0	8.3	16.7	33.3	41.7	-1.08	
	1,000万円以上～2,000万円未満	140	100.0	0.0	7.9	10.7	44.3	37.1	-1.11	
	2,000万円以上～5,000万円未満	236	100.0	1.7	7.2	13.1	47.9	30.1	-0.97	
	5,000万円以上～1億円未満	159	100.0	0.6	8.8	11.9	47.2	31.4	-1.00	
	1億円以上～3億円未満	72	100.0	2.8	4.2	8.3	41.7	43.1	-1.18	
	3億円以上～10億円未満	34	100.0	0.0	11.8	11.8	44.1	32.4	-0.97	
	10億円以上	56	100.0	0.0	10.7	8.9	44.6	35.7	-1.05	
	無回答	3	100.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	-1.33	
	業種別	畜産食料品製造業	86	100.0	0.0	11.6	10.5	44.2	33.7	-1.00
		(肉製品製造業)	40	100.0	0.0	12.5	7.5	52.5	27.5	-0.95
(乳製品製造業)		29	100.0	0.0	10.3	13.8	27.6	48.3	-1.14	
水産食料品製造業		109	100.0	0.9	9.2	15.6	45.0	29.4	-0.93	
農産食料品製造業		41	100.0	2.4	9.8	12.2	48.8	26.8	-0.88	
調味料製造業		82	100.0	0.0	8.5	11.0	37.8	42.7	-1.15	
精糖製造業		13	100.0	0.0	7.7	0.0	30.8	61.5	-1.46	
製穀・製粉製造業		29	100.0	0.0	10.3	10.3	48.3	31.0	-1.00	
パン・菓子製造業		100	100.0	2.0	8.0	9.0	46.0	35.0	-1.04	
動植物油脂製造業		9	100.0	0.0	0.0	11.1	44.4	44.4	-1.33	
清涼飲料製造業		20	100.0	0.0	5.0	15.0	50.0	30.0	-1.05	
酒類製造業		53	100.0	0.0	7.5	18.9	60.4	13.2	-0.79	
茶コーヒー製造業		17	100.0	0.0	5.9	11.8	70.6	11.8	-0.88	
その他	153	100.0	2.0	4.6	9.2	43.1	41.2	-1.17		

④ 営業利益率

営業利益率は、回答企業全体では、「やや低下」の割合が最も多く 42.8%、次いで「低下」が 36.8%と併せて 8 割近くの企業で低下しており、やはり当期の減益予想が大勢を占める結果となっている。

業種別にみると、「低下」「やや低下」の割合は、ほとんどの業種で高くなっている。

図 47 当期の営業利益率の見通し

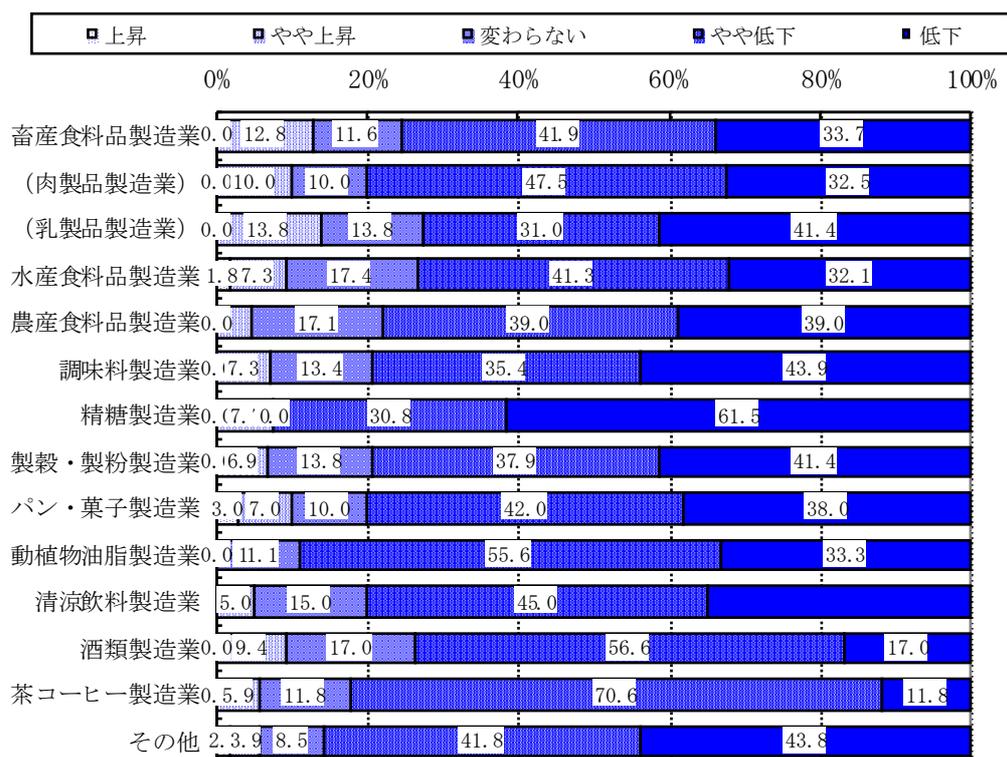


表 27 当期の営業利益率の見通し

		回答数	計	上昇	やや上昇	変わらない	やや低下	低下	平均
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
計		712	100.0	1.1	7.0	12.5	42.6	36.8	-1.07
資本金規模別	1,000万円未満	12	100.0	0.0	8.3	25.0	25.0	41.7	-1.00
	1,000万円以上～ 2,000万円未満	140	100.0	0.7	5.0	12.9	41.4	40.0	-1.15
	2,000万円以上～ 5,000万円未満	236	100.0	1.7	7.6	11.4	43.6	35.6	-1.04
	5,000万円以上～ 1億円未満	159	100.0	1.9	6.9	14.5	45.9	30.8	-0.97
	1億円以上～ 3億円未満	72	100.0	0.0	5.6	9.7	30.6	54.2	-1.33
	3億円以上～ 10億円未満	34	100.0	0.0	11.8	11.8	44.1	32.4	-0.97
	10億円以上	56	100.0	0.0	8.9	12.5	48.2	30.4	-1.00
	無回答	3	100.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	-1.33
	業種別	畜産食料品製造業	86	100.0	0.0	12.8	11.6	41.9	33.7
(肉製品製造業)		40	100.0	0.0	10.0	10.0	47.5	32.5	-1.03
(乳製品製造業)		29	100.0	0.0	13.8	13.8	31.0	41.4	-1.00
水産食料品製造業		109	100.0	1.8	7.3	17.4	41.3	32.1	-0.94
農産食料品製造業		41	100.0	0.0	4.9	17.1	39.0	39.0	-1.12
調味料製造業		82	100.0	0.0	7.3	13.4	35.4	43.9	-1.16
精糖製造業		13	100.0	0.0	7.7	0.0	30.8	61.5	-1.46
製穀・製粉製造業		29	100.0	0.0	6.9	13.8	37.9	41.4	-1.14
パン・菓子製造業		100	100.0	3.0	7.0	10.0	42.0	38.0	-1.05
動植物油脂製造業		9	100.0	0.0	0.0	11.1	55.6	33.3	-1.22
清涼飲料製造業		20	100.0	0.0	5.0	15.0	45.0	35.0	-1.10
酒類製造業		53	100.0	0.0	9.4	17.0	56.6	17.0	-0.81
茶コーヒー製造業		17	100.0	0.0	5.9	11.8	70.6	11.8	-0.88
その他		153	100.0	2.0	3.9	8.5	41.8	43.8	-1.22

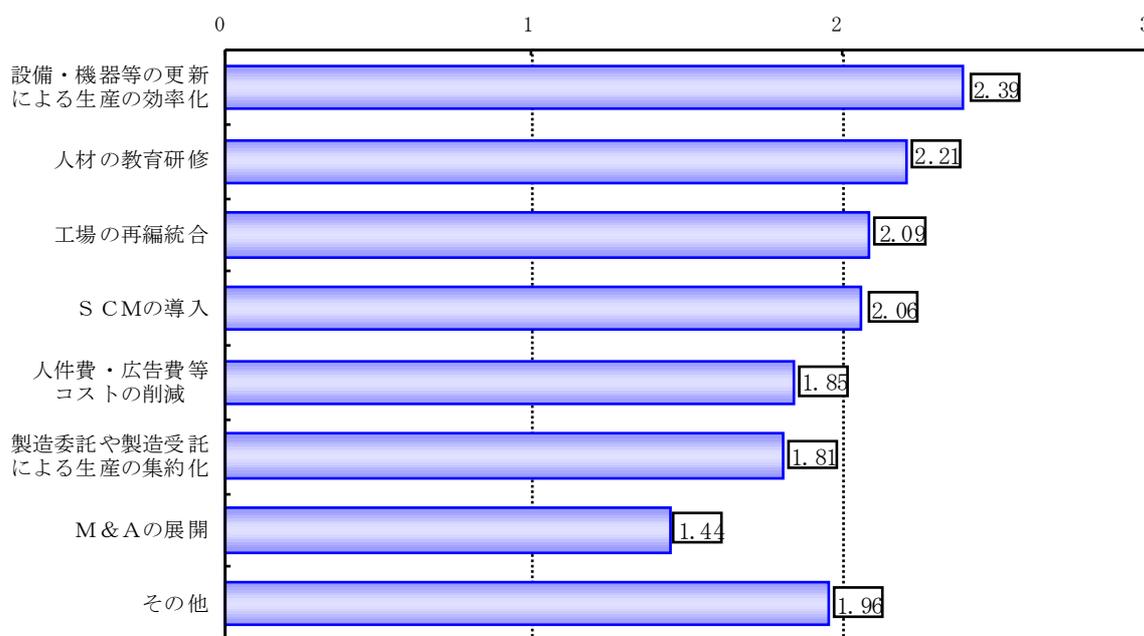
(2) 生産性上昇等の対策

原料農産物、物流コストなどの上昇から当期の収益性悪化が懸念されるなかで、食品製造業ではどのような生産性上昇等の対策を講じているか。

回答企業全体では、「設備・機器等の更新による生産の効率化」が 2.39 ポイントと最も高く、次いで「人材の教育研修」が 2.21 ポイント、「工場の再編統合」が 2.1 ポイント、「SCM（サプライチェーンマネジメント）の導入」が 2.06 ポイントとなっている。やはり設備・機器の更新により生産効率化や人件費の削減を図るとともに、人材のスキル向上を生産性上昇対策として重要視している。以下、「人件費・広告費等コストの削減」、「製造委託や製造受託による生産の集約化」、「M&Aの展開」となっている。

第1位のみを集計では、「設備・機器等の更新による生産の効率化」、「人材の教育研修」が上位となっている。

図 48 生産性上昇等の対策



注：数値はポイントである（重み付け第1位が3、第2位が2、第3位が1）。企業規模の大小にもとづくウエイトづけを行っていない「1社1票」の単純平均である。

図 49 生産性上昇等の対策（第1位のみ集計）

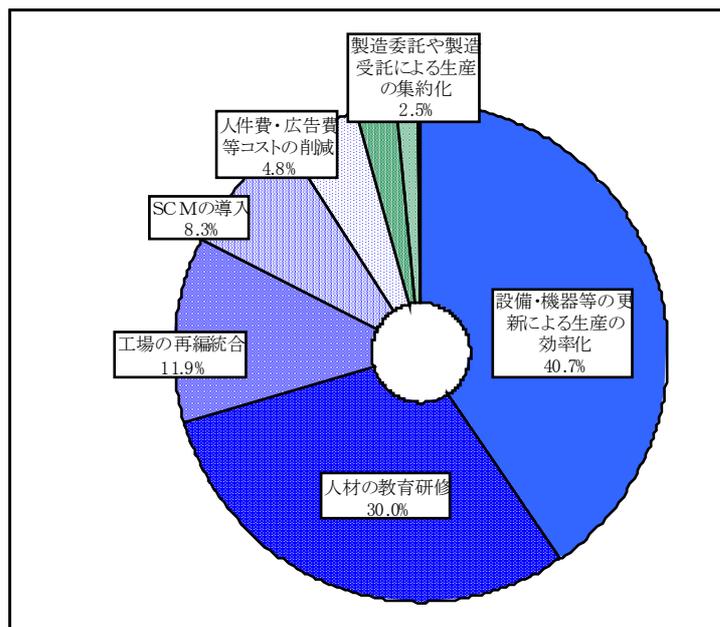


表 28 生産性上昇等の対策

		回答数	人材の教育研修	設備・機器等の更新による生産の効率化	工場の再編統合	製造委託（OEM）や製造受託による生産の集約化	SCM（サプライチェーンマネジメント）の導入	M&Aの展開	人件費・広告費等コストの削減	その他
計		729	2.21	2.39	2.10	1.81	2.06	1.44	1.8	2.0
資本規模別	1,000万円未満	12	2.44	2.63	1.00	2.00	1.00	-	1.80	-
	1,000万円以上～2,000万円未満	146	2.38	2.35	2.03	1.72	1.67	2.00	2.03	1.00
	2,000万円以上～5,000万円未満	234	2.26	2.37	2.13	1.85	2.00	1.40	1.82	2.08
	5,000万円以上～1億円未満	159	2.13	2.39	2.05	1.81	1.86	-	1.86	1.33
	1億円以上～3億円未満	74	2.05	2.54	2.08	1.77	1.83	1.00	1.75	3.00
	3億円以上～10億円未満	37	2.18	2.41	2.50	1.82	1.67	-	1.73	1.00
	10億円以上	58	2.00	2.35	2.18	1.93	2.39	-	1.50	2.67
業種別	畜産食料品製造業	91	2.31	2.30	1.94	1.78	2.25	1.00	1.80	1.25
	水産食料品製造業	108	2.30	2.35	2.33	1.83	2.00	1.00	1.93	2.00
	農産食料品製造業	40	2.27	2.17	2.33	1.57	2.33	1.00	2.20	1.67
	調味料製造業	84	2.22	2.53	2.31	1.86	1.33	1.00	1.76	1.00
	精糖製造業	14	2.00	2.62	-	1.71	2.00	-	1.80	-
	製穀・製粉製造業	29	2.09	2.50	2.33	2.00	3.00	-	1.80	3.00
	パン・菓子製造業	101	2.05	2.54	2.00	1.82	2.00	3.00	1.64	2.33
	動植物油脂製造業	10	2.13	2.29	2.50	3.00	2.33	-	1.50	-
	清涼飲料製造業	18	2.45	2.21	1.67	1.33	2.33	-	2.00	-
	酒類製造業	53	2.18	2.38	2.44	2.10	2.00	-	1.81	2.50
	茶コーヒー製造業	18	1.91	2.58	2.00	1.50	-	-	2.33	3.00
	その他	157	2.25	2.33	1.95	1.82	2.09	3.00	1.85	2.14
国産仕入割合	30%未満	265	2.08	2.42	2.17	1.92	2.27	2.00	1.84	1.88
	30%以上～50%未満	86	2.26	2.43	2.19	1.67	2.14	1.00	1.67	2.33
	50%以上～80%未満	115	2.37	2.34	1.95	1.67	1.57	1.00	1.71	1.40
	80%以上	257	2.25	2.38	2.00	1.83	1.92	1.00	1.96	2.20

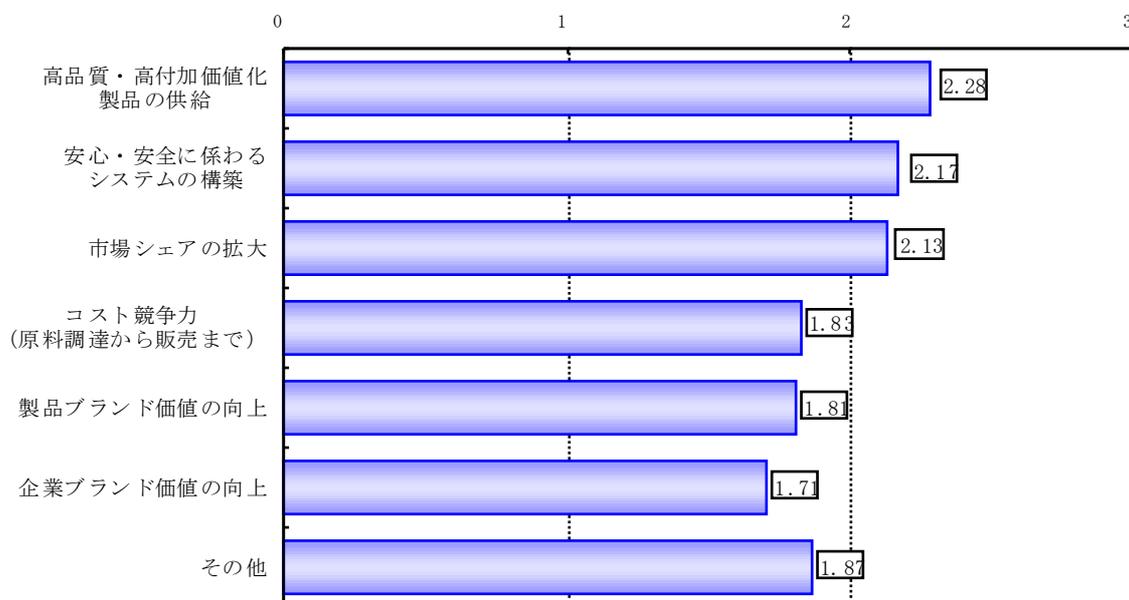
(3) 市場競争力強化の戦略

原料農産物、物流コストに加え、M&Aの進展などにより、市場の競争環境が激変するなかで、食品製造業ではどのような市場競争力強化の対策を講じているか。

回答企業全体では、「高品質・高付加価値化製品の供給（製品差別化）」が2.28ポイントで最も多く、次いで「安心・安全に係わるシステムの構築」が2.17ポイント、「市場シェアの拡大」が2.13ポイントとなっている。個人消費が回復しつつあったことから、食品製造業では高付加価値製品を投入し、価格競争から脱却するねらいがうかがえる。以下、「コスト競争力（原料調達から販売まで）」、「製品ブランド価値の向上」、「企業ブランド価値の向上」となっている。

第1位のための集計では、同様に「高品質・高付加価値化商品の供給（製品差別化）」、「安心・安全に係わるシステムの構築」が上位となっている。

図50 市場競争力の強化のための戦略



注：図8-43参照

図 51 市場競争力強化の戦略（第1位のみ集計）

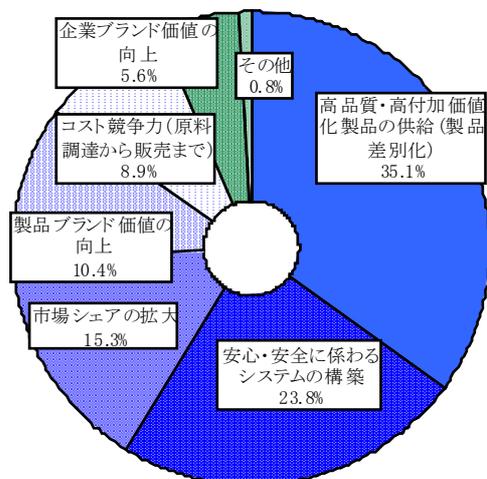


表 29 市場競争力強化の戦略

		回答数	市場シェアの拡大	高品質・高付加価値製品の供給（製品差別化）	安心・安全に係わるシステムの構築	コスト競争力（原料調達から販売まで）	製品ブランド価値の向上	企業ブランド価値の向上	その他
計		727	2.13	2.28	2.17	1.83	1.81	1.70	1.87
資本金規模別	1,000万円未満	12	1.80	2.18	2.60	2.00	2.17	1.25	-
	1,000万円以上～2,000万円未満	147	2.11	2.31	2.19	1.95	1.78	1.65	1.50
	2,000万円以上～5,000万円未満	238	2.17	2.26	2.18	1.82	1.72	1.79	2.00
	5,000万円以上～1億円未満	161	2.13	2.28	2.12	1.74	1.91	1.70	1.33
	1億円以上～3億円未満	74	2.18	2.34	2.24	1.87	1.72	1.67	3.00
	3億円以上～10億円未満	37	2.18	2.08	2.22	1.65	2.14	1.89	-
	10億円以上	58	1.95	2.40	2.00	1.83	1.96	1.62	-
	業種別	畜産食料品製造業	92	2.18	2.31	2.21	1.71	1.86	1.64
水産食料品製造業		112	2.31	2.18	2.21	1.87	1.89	1.69	1.50
農産食料品製造業		38	1.57	2.24	2.46	1.79	1.61	2.50	-
調味料製造業		85	2.29	2.24	2.18	1.84	1.69	1.69	-
精糖製造業		14	2.43	2.25	1.73	2.25	2.00	1.00	1.00
製穀・製粉製造業		29	2.25	2.40	1.95	1.78	1.89	2.00	-
パン・菓子製造業		101	2.31	2.23	2.15	1.67	1.73	1.79	2.33
動植物油脂製造業		10	1.75	2.50	2.20	2.17	1.60	2.00	-
清涼飲料製造業		19	2.57	1.85	2.20	1.73	2.29	2.00	-
酒類製造業		54	1.95	2.35	1.95	1.75	2.15	1.71	-
茶コーヒー製造業		18	2.33	2.33	2.18	1.83	1.56	1.67	2.00
その他	158	1.89	2.38	2.17	1.91	1.67	1.58	2.20	
国産仕入割合	30%未満	270	2.11	2.31	2.13	1.91	1.76	1.69	1.67
	30%以上～50%未満	87	2.00	2.29	2.16	2.06	1.69	1.64	2.50
	50%以上～80%未満	115	2.15	2.29	2.16	1.79	1.94	1.46	1.00
	80%以上	258	2.17	2.24	2.22	1.67	1.84	1.85	2.00

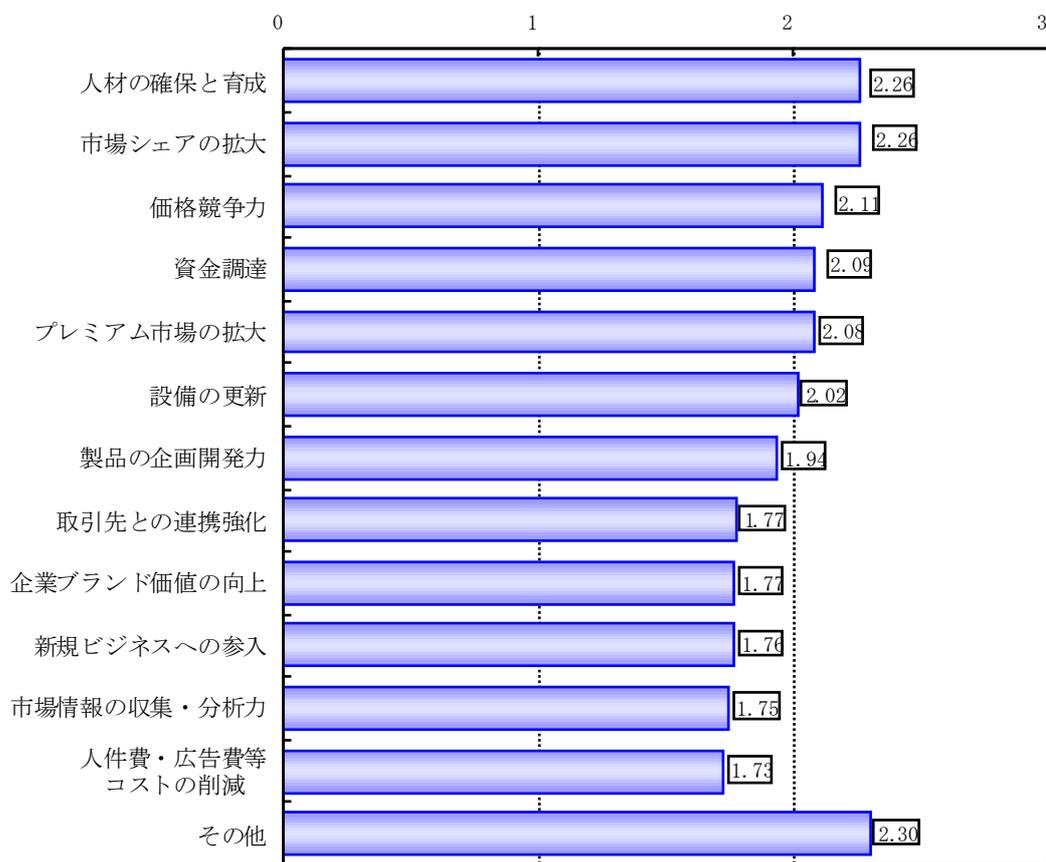
(4) 経営上の課題、問題点

原料農産物、物流コストの上昇などから、当期の収益性悪化が予測され、経営環境が厳しくなるなかで、食品製造業の経営課題について整理することにする。

回答企業全体では、「人材の確保と育成」が 2.26 ポイント最も多く、次いで「市場シェアの拡大」が 2.26 ポイント、「価格競争力」が 2.11 ポイント、「資金調達」が 2.09 ポイント、「プレミアム市場の拡大」が 2.08 ポイント、「設備の更新」が 2.02 ポイントとなっている。以下、「製品の企画開発力」、「取引先との連携強化」、「企業ブランド価値の向上」、「ビジネスへの参入」等となっている。

第1位のための集計では「人材の確保と育成」、「価格競争力」、「製品の企画開発力」が上位となっている。

図 52 経営上の課題、問題点



注：図 8-4 3 参照

図 53 経営上の課題、問題点（第1位のみ集計）

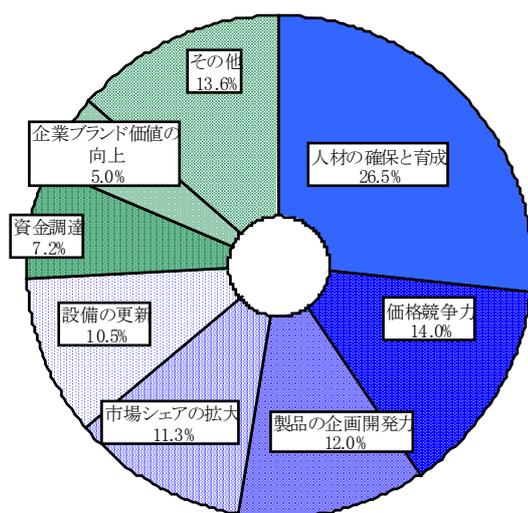


表 30 経営上の課題、問題点

		回答数	資金調達	設備の更新	新規ビジネスへの参入	人材の確保と育成	価格競争力	プレミアム市場の拡大	市場シェアの拡大	製品の企画開発力	企業ブランド価値の向上	市場情報収集・分析力	取引先との連携強化	人件費・広告費等コストの削減	その他	
全体		733	2.09	2.02	1.76	2.26	2.11	2.08	2.3	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	2.3	
資本金規模別	1,000万円未満	12	3.00	2.50	2.50	2.17	1.75	2.00	2.00	2.00	2.00	1.50	1.00	1.00	-	
	1,000万円以上～2,000万円未満	146	1.70	2.13	1.40	2.42	2.13	2.00	2.19	2.16	1.60	1.61	1.81	1.57	2.33	
	2,000万円以上～5,000万円未満	238	2.29	2.00	2.00	2.31	2.05	2.00	2.18	1.99	1.66	1.68	1.75	1.60	2.45	
	5,000万円以上～1億円未満	161	2.16	1.94	1.80	2.16	2.15	2.00	2.49	1.74	1.95	2.11	1.53	1.82	1.00	
	1億円以上～3億円未満	74	1.75	2.14	1.50	2.23	2.14	2.00	1.86	1.87	1.78	2.00	2.13	2.00	2.00	
	3億円以上～10億円未満	36	1.33	2.00	1.33	2.47	2.06	-	2.36	1.60	1.86	1.00	1.86	2.20	-	
	10億円以上	58	-	1.78	1.43	1.86	2.19	2.60	2.38	2.07	1.88	1.67	2.00	1.86	2.33	
	業種別	畜産食料品製造業	92	2.07	2.00	1.20	2.21	2.14	2.29	2.04	1.97	1.69	2.00	1.92	1.73	1.00
		水産食料品製造業	112	2.05	2.00	1.78	2.30	2.30	1.50	2.33	2.10	1.56	1.93	1.67	1.65	3.00
		農産食料品製造業	42	2.33	2.06	2.50	2.23	2.05	1.67	2.00	2.05	1.67	1.40	1.50	1.60	3.00
調味料製造業		83	2.36	2.03	1.70	2.33	2.10	2.22	2.24	1.89	1.63	1.27	1.68	1.83	3.00	
精糖製造業		14	-	2.00	1.00	1.89	2.09	-	2.20	2.43	1.00	2.00	1.00	2.50	-	
製穀・製粉製造業		29	2.33	2.00	3.00	2.00	2.11	-	2.64	1.77	1.00	1.80	1.40	1.67	3.00	
パン・菓子製造業		100	1.88	1.82	1.00	2.41	2.14	1.00	2.26	1.88	1.83	1.55	1.83	2.08	2.67	
動植物油脂製造業		10	3.00	2.17	1.00	2.00	2.60	1.00	3.00	1.00	1.00	2.00	2.33	-	-	
清涼飲料製造業		17	2.00	2.17	2.00	2.33	1.89	-	2.33	2.00	2.50	-	1.00	1.00	2.00	
酒類製造業		55	2.27	2.40	3.00	2.21	2.00	2.25	2.35	1.61	2.00	2.75	1.00	1.13	-	
茶・コーヒー製造業		17	2.33	2.33	1.75	2.00	2.17	1.50	2.00	2.33	3.00	1.50	2.25	1.00	2.00	
その他	157	1.89	1.98	2.07	2.24	2.03	2.50	2.26	1.92	1.74	1.63	2.06	1.89	1.86		
国産仕入割合	30%未満	269	2.18	1.92	1.84	2.21	2.22	1.93	2.25	1.93	1.78	1.73	1.71	1.80	2.27	
	30%以上～50%未満	86	1.67	2.26	1.67	2.04	1.97	2.50	2.22	2.16	2.00	1.33	1.45	1.90	2.50	
	50%以上～80%未満	115	2.27	1.94	1.56	2.42	1.92	1.67	2.16	1.98	1.69	1.94	1.78	1.71	1.00	
	80%以上	258	2.00	2.04	1.80	2.32	2.13	2.24	2.32	1.83	1.73	1.79	1.94	1.62	2.50	

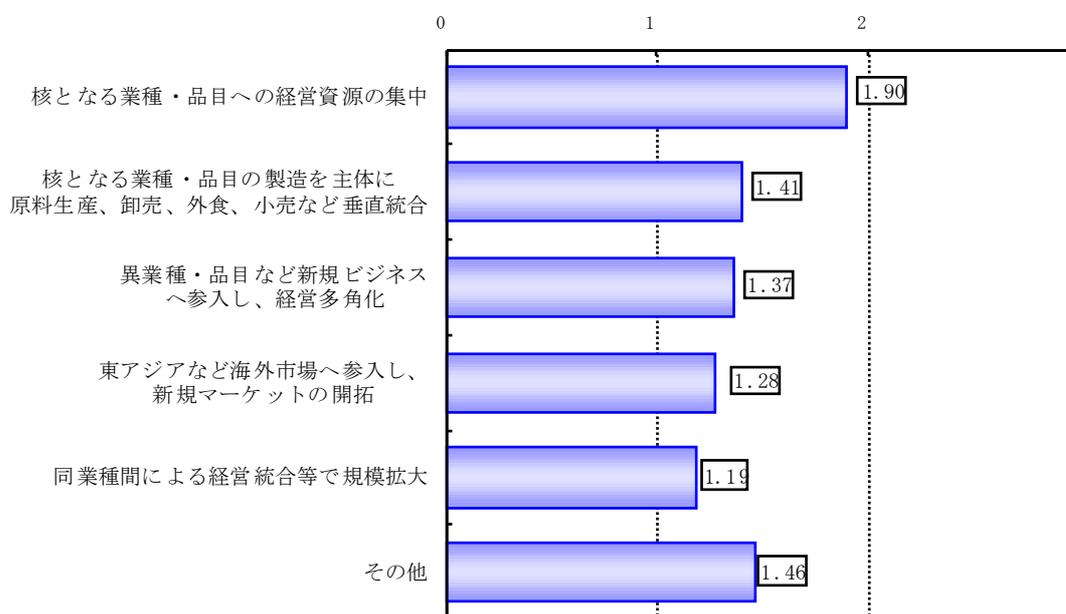
(5) 今後の成長戦略に向けた展開方向

原料農産物、物流コストの上昇などから収益性悪化が予想され、また、人口の減少・少子高齢化等を背景に国内の市場環境が厳しくなるなかで、食品製造業はどのような成長戦略を描くのか。

回答企業全体では、「核となる業種・品目への経営資源の集中による成長をめざす」が 1.9 ポイントで最も高く、次いで「核となる業種・品目の製造を主体に原料生産、卸売、外食、小売など垂直統合による成長をめざす」が 1.41 ポイント、「異業種・品目など新規ビジネスへ参入し、経営多角化による成長をめざす」が 1.37 ポイント、「東アジアなど海外市場へ参入し、新規マーケットの開拓による成長をめざす」が 1.28 ポイント、「同業種間による経営統合等 (M&A) で規模拡大による成長をめざす」が 1.19 ポイントとなっている。概して、経営資源を活かし、コアビジネスの深化や垂直統合化など選択と集中を一層進めることが経営合理化のテーマとなっている。

第1位のみを集計では、「核となる業種・品目への経営資源の集中による成長をめざす」、「核となる業種・品目の製造を主体に原料生産、卸売、外食、小売など垂直統合による成長をめざす」「異業種・品目など新規ビジネスへ参入し、経営多角化による成長をめざす」が上位となっている。

図 54 今後の成長戦略に向けた展開方向



注：図8-43参照

図 55 今後の成長戦略に向けた展開方向（第1位のみ集計）

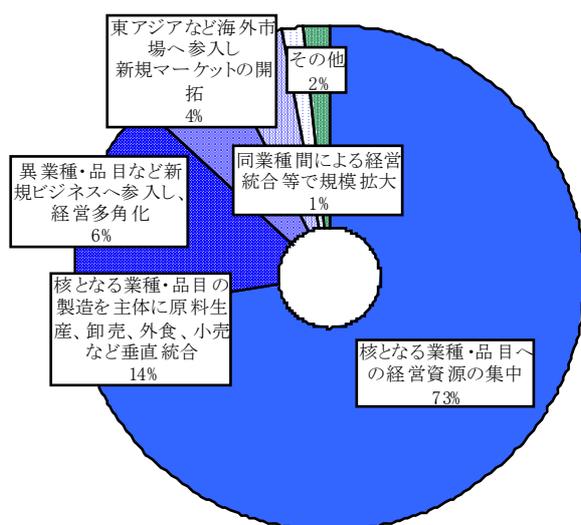


表 31 今後の成長戦略に向けた展開方向

		回答数	核となる業種・品目への経営資源の集中による成長をめざす	核となる業種・品目の製造を主体に原料生産、卸売、外食、小売など垂直統合による成長をめざす	同業種間による経営統合等(M&A)で規模拡大による成長をめざす	異業種・品目など新規ビジネスへ参入し、経営多角化による成長をめざす	東アジアなど海外市場へ参入し、新規市場の開拓による成長をめざす	その他
計		704	1.90	1.41	1.19	1.37	1.28	1.46
資本金規模別	1,000万円未満	11	2.00	1.60	1.00	1.67	-	-
	1,000万円以上～2,000万円未満	144	1.86	1.46	1.14	1.37	1.22	1.67
	2,000万円以上～5,000万円未満	227	1.92	1.42	1.16	1.39	1.31	1.57
	5,000万円以上～1億円未満	154	1.91	1.35	1.18	1.41	1.17	1.29
	1億円以上～3億円未満	71	1.95	1.21	1.33	1.30	1.40	2.00
	3億円以上～10億円未満	34	1.86	1.60	1.33	1.20	1.50	1.00
	10億円以上	58	1.93	1.44	1.00	1.14	1.35	1.33
	無回答	5	1.33	2.00	-	-	-	-
	業種別	畜産食品製造業	87	1.84	1.37	1.38	1.33	1.40
水産食品製造業		108	1.91	1.43	1.00	1.43	1.27	1.75
農産食品製造業		41	1.86	1.25	1.50	1.83	1.00	1.00
調味料製造業		77	1.98	1.24	1.40	1.44	1.21	1.00
精糖製造業		14	2.00	1.50	1.00	1.00	1.00	-
製穀・製粉製造業		28	2.00	1.83	1.00	1.33	1.00	1.50
パン・菓子製造業		96	1.87	1.42	1.25	1.36	1.36	1.50
動植物油脂製造業		10	2.00	1.00	-	1.00	1.00	-
清涼飲料製造業		16	1.85	1.67	1.00	1.00	1.33	-
酒類製造業		50	1.89	1.42	1.33	1.57	1.36	1.33
茶コーヒー製造業		19	1.85	1.33	1.50	1.25	1.67	2.00
その他	156	1.91	1.42	1.07	1.27	1.26	2.00	
国産仕入割合	30%未満	260	1.90	1.45	1.21	1.35	1.32	1.50
	30%以上～50%未満	85	1.93	1.36	1.25	1.33	1.20	1.25
	50%以上～80%未満	112	1.87	1.42	1.13	1.18	1.20	1.50
	80%以上	245	1.90	1.38	1.18	1.47	1.29	1.50