

食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況について
- 2 今後の経営発展に向け取り組みたい課題について
- 3 国産農林水産物の利用・調達について
- 4 原材料高騰等への対応について
- 5 市場ニーズの変化に対応するために重点化した取組みについて
- 6 「物流2024年問題」に必要な対策について
- 7 輸出への取組み状況について

調査要領

調査時点 令和5年7月（注1）

調査方法 調査票による郵送調査とインターネット調査を併用

調査対象企業

公庫取引先を含む全国の食品関係企業（注2） 6,761社

有効回収数 2,384社（回収率：35.3%）

| | | |
|------|-------|--------|
| 〈内訳〉 | 食品製造業 | 1,485社 |
| | 食品卸売業 | 610社 |
| | 食品小売業 | 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

※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」の順でご覧いただくか、右の2次元コードでもアクセス可能です。（通信料はお客様のご負担となります）



<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5年11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

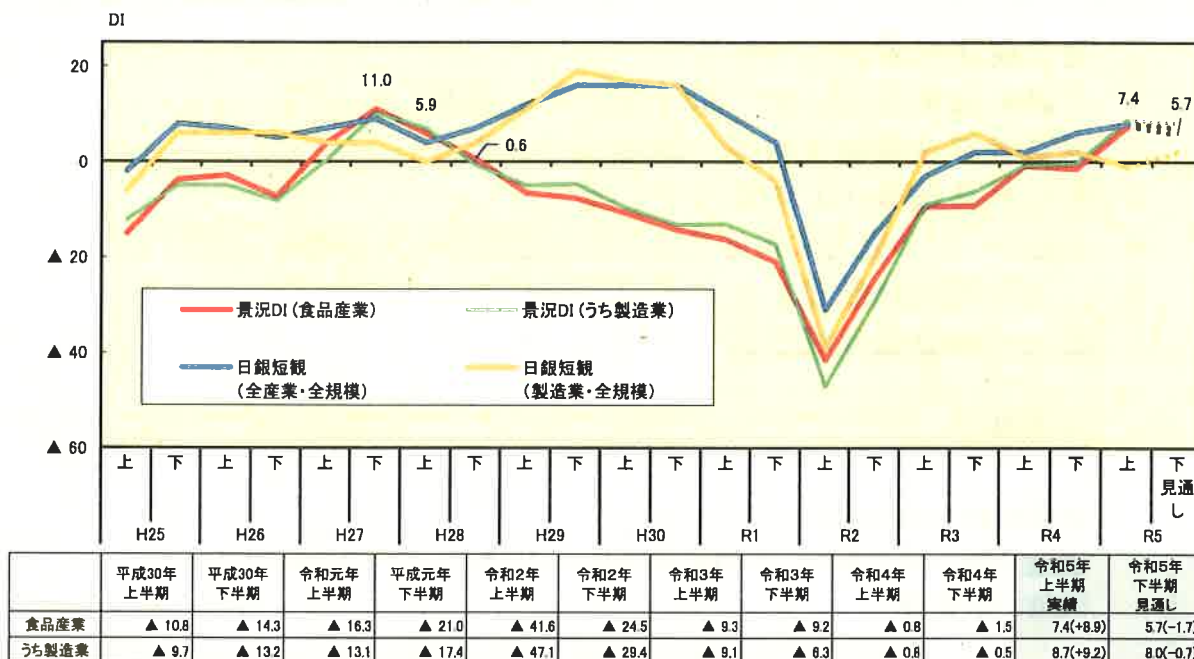
景況DI (景況DIIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均して算出)

【実績】

・令和5年上半期の景況DIIは、前回調査(令和4年下半期)から8.9ポイント上昇し7.4となり、平成28年下半期以来、6年半ぶりにプラス値へ転じた。

【見通し】

・令和5年下半期の景況DIIは、令和5年上半期から1.7ポイント低下し5.7となる見通し。



()は前回との差

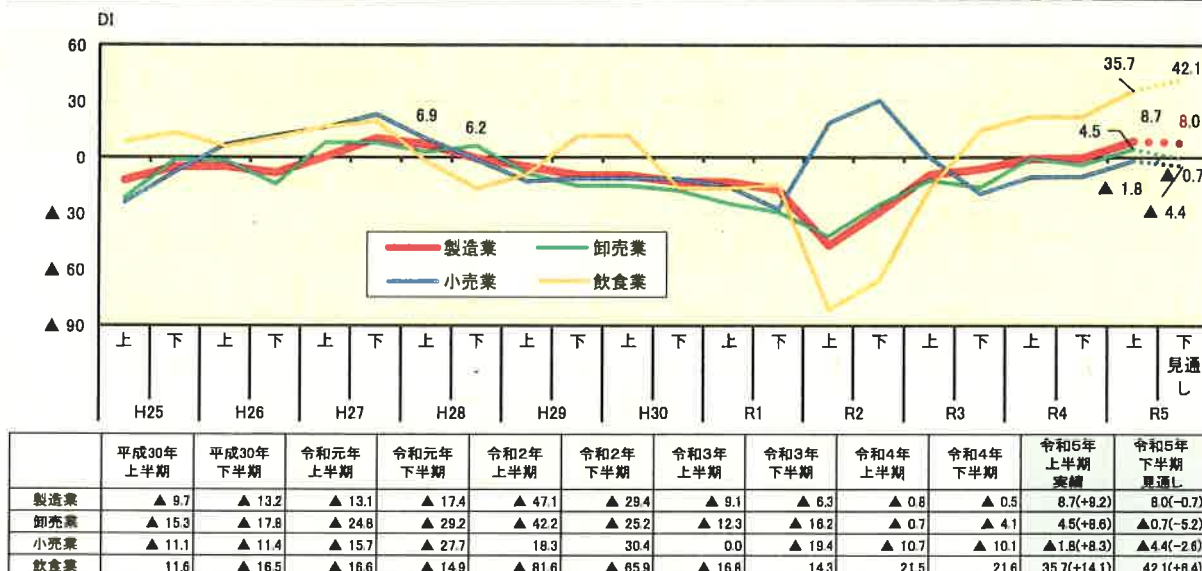
業種別景況DI

【実績】

・令和5年上半期の業種別景況DIIは、すべての業種で前回調査(令和4年下半期)から上昇した。製造業は前回調査から9.2ポイント上昇し8.7となり、平成28年上半期以来7年ぶりにプラス値へ転じた。卸売業は前回調査から8.6ポイント上昇し4.5となり、平成28年下半期以来6年半ぶりにプラス値へ転じた。飲食業は前回調査から14.1ポイント上昇し35.7となり、平成9年の調査開始以来の最高値となった。

【見通し】

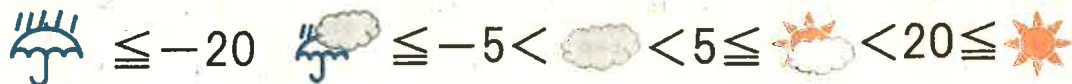
・令和5年下半期の業種別景況DIIは、製造業、卸売業、小売業で令和5年上半期から低下する見通し。



()は前回との差

| 業種／業態 | | 景況 | | 売上高 | | 経常利益 | | 資金繰り | |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| | | 令和5年 上半期 実績 | 令和5年 下半期 見通し | 令和5年 上半期 実績 | 令和5年 下半期 見通し | 令和5年 上半期 実績 | 令和5年 下半期 見通し | 令和5年 上半期 実績 | 令和5年 下半期 見通し |
| 製 造 業 | 食 肉 加 工 品 | ☀️ 21.5 | ☀️ 13.6 | ☀️ 53.1 | ☀️ 42.5 | ☀️ 10.6 | ☀️ 0.0 | ☀️ 0.9 | ☀️ 1.8 |
| | 牛 乳 ・ 乳 製 品 | ☀️ 11.8 | ☀️ 7.9 | ☀️ 42.3 | ☀️ 32.2 | ☀️ 3.4 | ☀️ 3.4 | ☀️ 3.4 | ☀️ 5.2 |
| | 水 産 食 品 | ☁️ ▲ 3.6 | ☁️ ▲ 3.2 | ☀️ 17.7 | ☀️ 12.2 | ☁️ ▲ 18.2 | ☁️ ▲ 10.2 | ☁️ ▲ 10.3 | ☁️ ▲ 11.5 |
| | 農 産 保 存 食 品 | ☀️ ▲ 2.8 | ☀️ 1.2 | ☀️ 20.4 | ☀️ 17.6 | ☀️ ▲ 15.7 | ☀️ ▲ 4.7 | ☀️ ▲ 13.1 | ☀️ ▲ 9.3 |
| | 調 味 料 | ☀️ 2.7 | ☀️ 6.1 | ☀️ 38.8 | ☀️ 33.7 | ☁️ ▲ 19.4 | ☁️ ▲ 10.2 | ☁️ ▲ 11.2 | ☁️ ▲ 5.1 |
| | 糖 類 | ☀️ 47.6 | ☀️ 47.6 | ☀️ 100.0 | ☀️ 85.7 | ☀️ 42.8 | ☀️ 57.1 | ☀️ 0.0 | ☀️ 0.0 |
| | 精 穀 ・ 製 粉 | ☀️ 5.9 | ☀️ 1.5 | ☀️ 33.3 | ☀️ 35.6 | ☁️ ▲ 17.8 | ☁️ ▲ 17.7 | ☀️ 2.3 | ☀️ ▲ 13.3 |
| | パ ン | ☀️ 3.3 | ☀️ 17.2 | ☀️ 38.0 | ☀️ 44.9 | ☁️ ▲ 13.8 | ☀️ 17.2 | ☁️ ▲ 14.3 | ☀️ ▲ 10.4 |
| | 菓 子 | ☀️ 33.4 | ☀️ 26.6 | ☀️ 71.1 | ☀️ 54.4 | ☀️ 19.7 | ☀️ 19.6 | ☀️ 9.5 | ☀️ 5.7 |
| | 油 脂 | ☀️ 42.4 | ☀️ 27.2 | ☀️ 81.8 | ☀️ 36.3 | ☀️ 36.3 | ☀️ 27.2 | ☀️ 9.1 | ☀️ 18.2 |
| | め ん 類 | ☀️ 13.2 | ☀️ 3.0 | ☀️ 36.4 | ☀️ 25.8 | ☀️ 6.2 | ☀️ ▲ 4.6 | ☀️ ▲ 3.1 | ☀️ ▲ 12.1 |
| | 冷 凍 食 品 | ☀️ 14.6 | ☀️ 26.2 | ☀️ 45.6 | ☀️ 51.7 | ☀️ 1.7 | ☀️ 26.8 | ☀️ ▲ 3.6 | ☀️ 0.0 |
| | 炊 飯 ・ そ う 菜 | ☀️ 2.1 | ☀️ 0.8 | ☀️ 37.1 | ☀️ 25.9 | ☁️ ▲ 19.7 | ☁️ ▲ 8.6 | ☁️ ▲ 11.1 | ☁️ ▲ 14.9 |
| | 飲 料 | ☀️ 7.0 | ☀️ ▲ 0.7 | ☀️ 27.9 | ☀️ 11.7 | ☀️ ▲ 4.6 | ☀️ ▲ 7.0 | ☀️ ▲ 2.3 | ☀️ ▲ 6.9 |
| | 酒 類 | ☀️ 12.5 | ☀️ 10.7 | ☀️ 34.7 | ☀️ 31.5 | ☀️ 4.1 | ☀️ 4.1 | ☀️ ▲ 1.4 | ☀️ ▲ 3.5 |
| | そ の 他 | ☀️ 0.0 | ☀️ 5.4 | ☀️ 23.1 | ☀️ 24.6 | ☀️ ▲ 9.8 | ☀️ ▲ 1.0 | ☀️ ▲ 13.2 | ☀️ ▲ 7.4 |
| (製造業計) ① | | ☀️ 8.7 | ☀️ 8.0 | ☀️ 36.3 | ☀️ 30.1 | ☀️ ▲ 4.8 | ☀️ 0.0 | ☀️ ▲ 5.5 | ☀️ ▲ 6.1 |
| 卸 売 業 | 各 種 商 品 | ☀️ 23.5 | ☀️ 16.9 | ☀️ 44.4 | ☀️ 37.0 | ☀️ 21.2 | ☀️ 20.0 | ☀️ 5.0 | ☀️ ▲ 6.3 |
| | 穀 類 ・ 豆 類 | ☀️ 17.8 | ☀️ 8.5 | ☀️ 36.7 | ☀️ 23.7 | ☀️ 8.4 | ☀️ ▲ 6.8 | ☀️ 8.4 | ☀️ 8.5 |
| | 青 果 物 | ☁️ ▲ 21.7 | ☁️ ▲ 17.0 | ☁️ ▲ 22.9 | ☁️ ▲ 9.0 | ☁️ ▲ 30.8 | ☁️ ▲ 25.6 | ☁️ ▲ 11.5 | ☁️ ▲ 16.5 |
| | 食 肉 | ☀️ 17.4 | ☀️ 11.0 | ☀️ 43.1 | ☀️ 29.9 | ☀️ 10.8 | ☀️ 0.0 | ☀️ ▲ 1.6 | ☀️ 3.0 |
| | 生 鮮 魚 介 | ☀️ 16.7 | ☀️ ▲ 1.2 | ☀️ 38.8 | ☀️ 10.4 | ☀️ 14.8 | ☀️ ▲ 2.6 | ☀️ ▲ 3.5 | ☀️ ▲ 11.3 |
| | そ の 他 生 鮮 品 | ☁️ ▲ 8.4 | ☀️ ▲ 25.0 | ☀️ ▲ 7.2 | ☀️ ▲ 32.1 | ☀️ ▲ 14.3 | ☁️ ▲ 28.6 | ☀️ ▲ 3.7 | ☀️ ▲ 14.3 |
| | そ の 他 飲 食 品 | ☀️ 9.0 | ☀️ 10.1 | ☀️ 34.1 | ☀️ 21.9 | ☀️ 3.7 | ☀️ 12.2 | ☀️ ▲ 10.9 | ☀️ ▲ 3.7 |
| (卸売業計) ② | | ☀️ 4.5 | ☀️ ▲ 0.7 | ☀️ 19.3 | ☀️ 11.4 | ☀️ ▲ 1.5 | ☀️ ▲ 5.6 | ☀️ ▲ 4.3 | ☀️ ▲ 7.8 |
| ② の 関 係 業 者 の う ち 市 場 | う ち 市 場 開 設 兼 卸 売 | ☀️ ▲ 16.0 | ☀️ ▲ 21.2 | ☀️ ▲ 22.1 | ☀️ ▲ 19.5 | ☀️ ▲ 23.3 | ☀️ ▲ 27.3 | ☀️ ▲ 2.6 | ☀️ ▲ 16.9 |
| | う ち 市 場 卸 売 | ☀️ ▲ 8.0 | ☀️ ▲ 12.3 | ☀️ ▲ 0.9 | ☀️ ▲ 6.0 | ☀️ ▲ 17.0 | ☀️ ▲ 18.8 | ☀️ ▲ 6.0 | ☀️ ▲ 12.0 |
| | う ち 市 場 仲 卸 | ☀️ 0.0 | ☀️ ▲ 3.9 | ☀️ 11.7 | ☀️ 6.7 | ☀️ ▲ 6.7 | ☀️ ▲ 10.0 | ☀️ ▲ 5.0 | ☀️ ▲ 8.4 |
| (小売業計) ③ | | ☀️ ▲ 1.8 | ☀️ ▲ 4.4 | ☀️ 18.1 | ☀️ 15.7 | ☀️ ▲ 18.9 | ☀️ ▲ 18.5 | ☀️ ▲ 4.6 | ☀️ ▲ 10.3 |
| (飲食業) ④ | | ☀️ 35.7 | ☀️ 42.1 | ☀️ 70.9 | ☀️ 65.2 | ☀️ 26.4 | ☀️ 38.9 | ☀️ 9.8 | ☀️ 22.2 |
| (食品産業計) ①~④計 | | ☀️ 7.4 | ☀️ 5.7 | ☀️ 31.3 | ☀️ 25.0 | ☀️ ▲ 4.3 | ☀️ ▲ 2.0 | ☀️ ▲ 4.7 | ☀️ ▲ 6.0 |

お天気マークは、DI値によって次のとおりとしています。



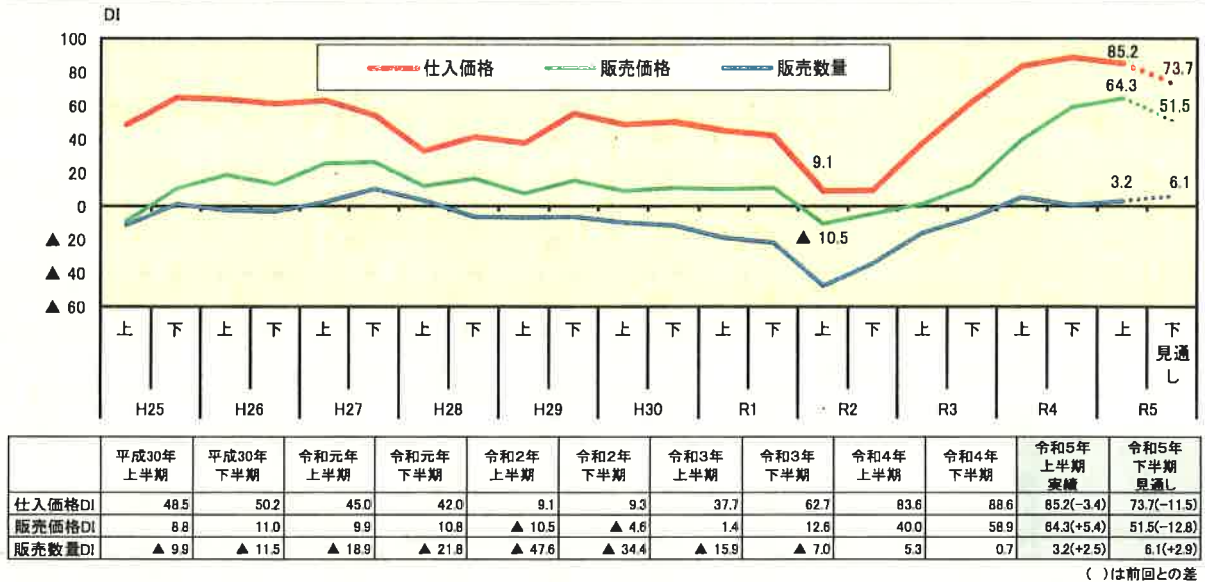
仕入価格DI・販売価格DI・販売数量DI (「増加・上昇」の割合から「減少・低下」の割合を引いた値)

【実績】

- ・仕入価格DIは令和2年下半期から連続して上昇していたが、令和5年上半期は前回調査(令和4年下半期)から3.4ポイント低下し85.2となった。
- ・販売価格DIは令和2年下半期から連続して上昇しており、令和5年上半期は前回調査から5.4ポイント上昇し64.3となり、平成9年の調査開始以来の最高値となった。
- ・令和5年上半期の販売数量DIは、前回調査(令和4年下半期)から2.5ポイント上昇し3.2となった。

【見通し】

- ・令和5年下半期の仕入価格DIは、令和5年上半期から11.5ポイント低下し73.7となる見通し。
- ・令和5年下半期の販売価格DIは、令和5年上半期から12.8ポイント低下し51.5となる見通し。
- ・令和5年下半期の販売数量DIは、令和5年上半期から2.9ポイント上昇し6.1となる見通し。



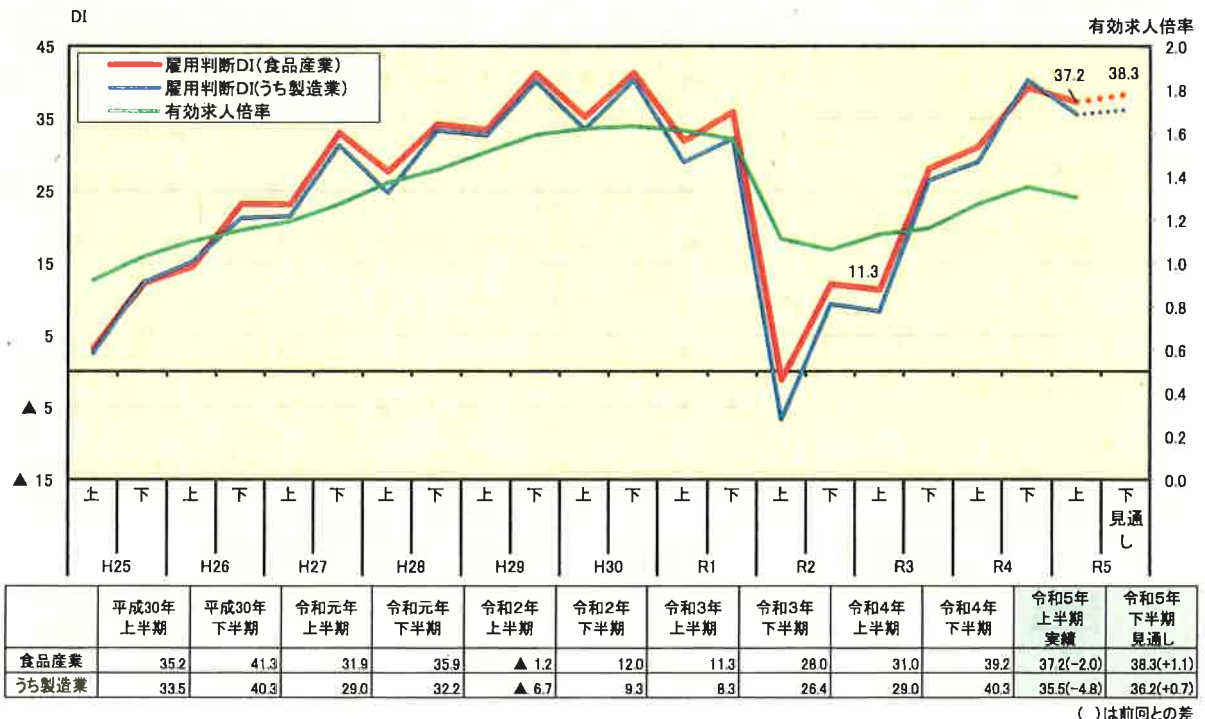
雇用判断DI (「増加・上昇」の割合から「減少・低下」の割合を引いた値)

【実績】

- ・雇用判断DIは令和3年下半期から連続して上昇していたが、令和5年上半期は前回調査(令和4年下半期)から2.0ポイント低下し37.2となった。

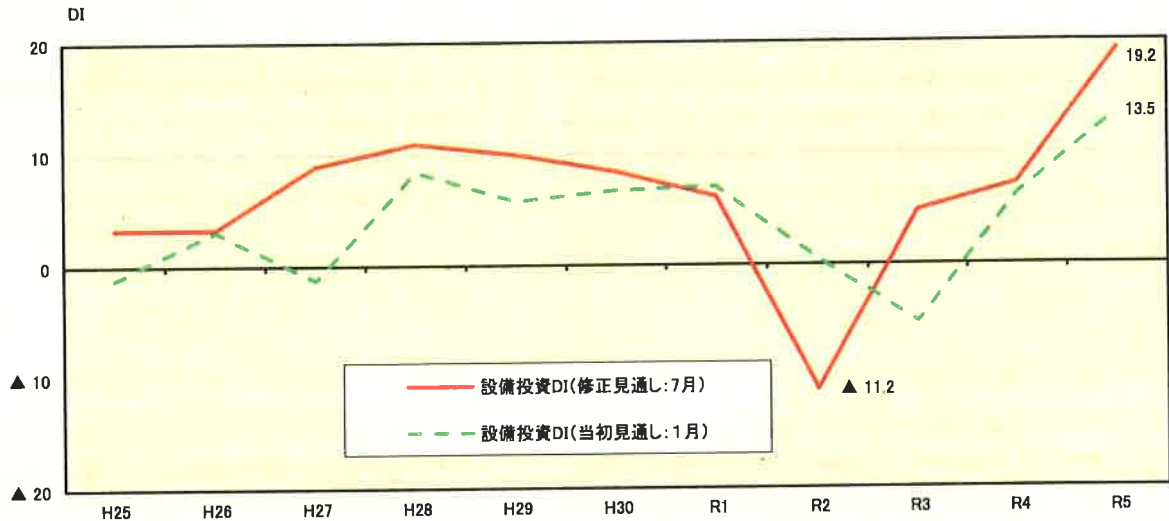
【見通し】

- ・令和5年下半期の雇用判断DIは、令和5年上半期から1.1ポイント上昇し38.3となる見通し。



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は令和2年下半期(令和3年1月時点の令和3年当初見通し)から連続して上昇しており、令和5年通年の設備投資DI(令和5年7月時点の令和5年修正見通し)は19.2となり、平成9年の調査開始以来の最高値となった。



(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となりやすい。

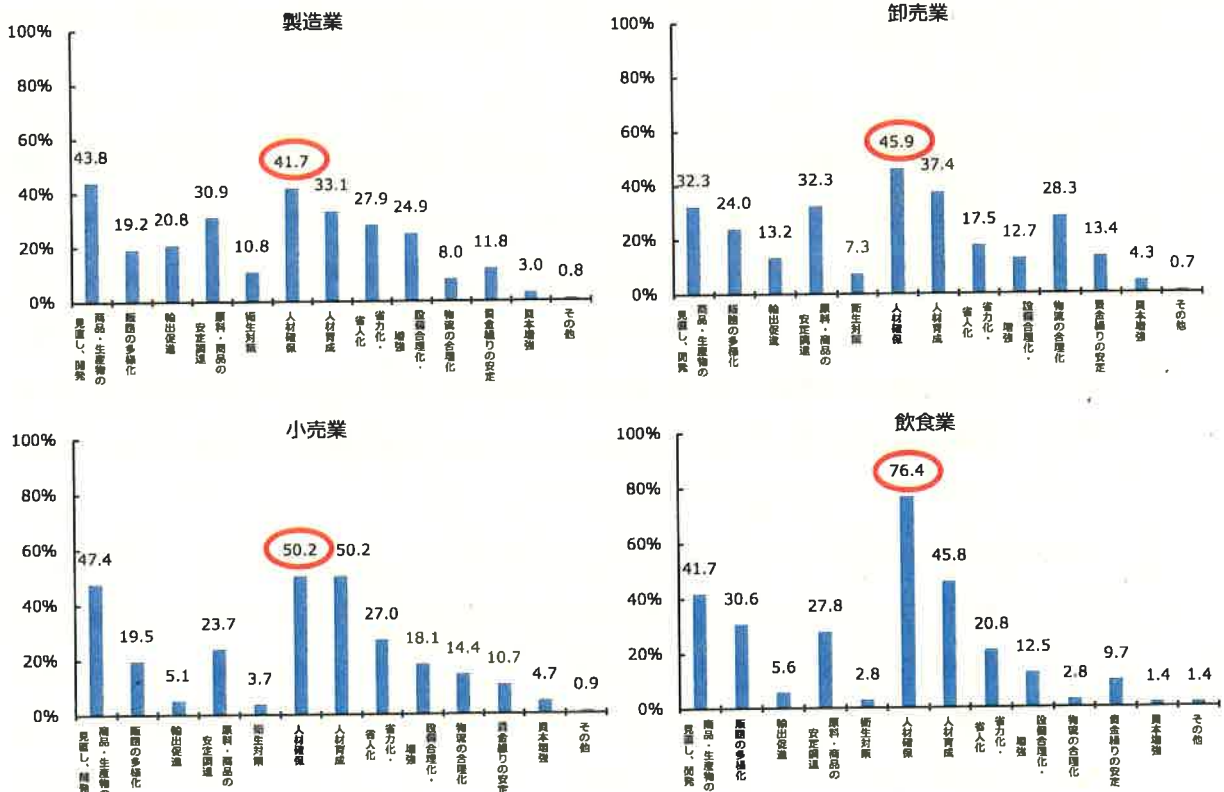
| | 平成25年 | 平成26年 | 平成27年 | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年 | 令和2年 | 令和3年 | 令和4年 | 令和5年 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|-------|------|-------------|
| 設備投資DI (修正見通し:7月) | 3.3 | 3.3 | 8.9 | 10.9 | 9.9 | 8.4 | 6.1 | ▲ 11.2 | 4.8 | 7.2 | 19.2(+12.0) |
| 設備投資DI (当初見通し:1月) | ▲ 1.1 | 3.1 | ▲ 1.3 | 8.4 | 5.8 | 6.7 | 7.0 | 0.5 | ▲ 5.1 | 6.2 | 13.5 |

(▲)は前回との差

2 今後の経営発展に向け取り組みたい課題について

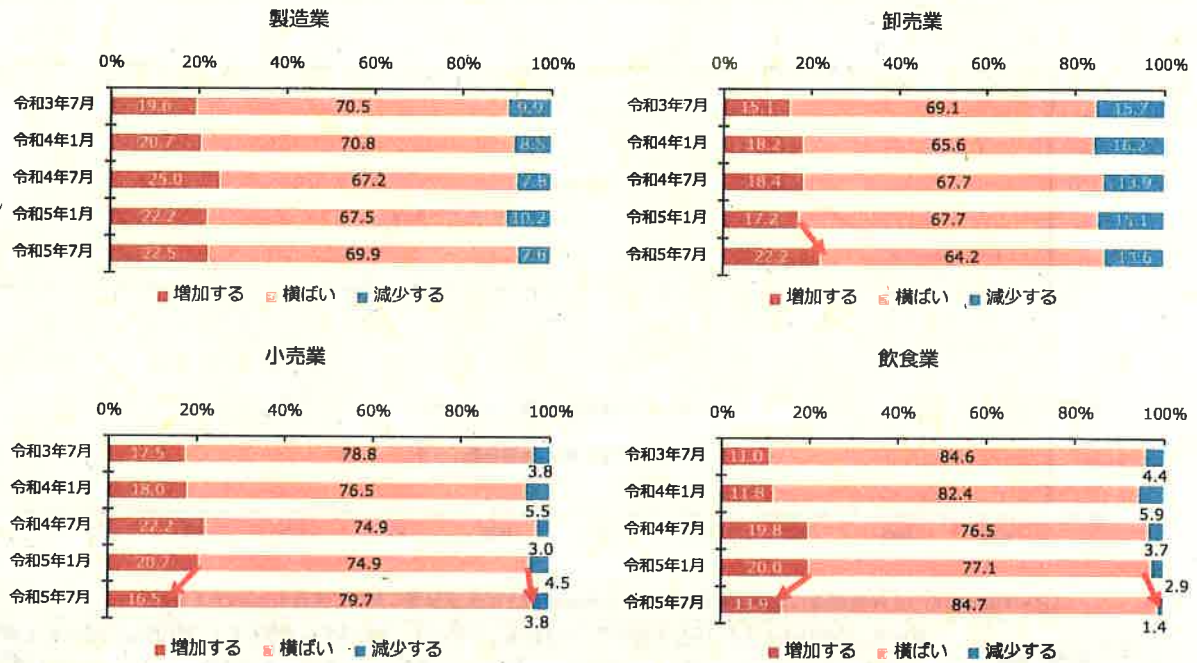
・今後の経営発展に向け取り組みたい課題は、すべての業種で「人材確保」、「人材育成」、「商品・生産物の見直し・開発」の回答割合が高くなった。とりわけ「人材確保」はすべての業種で4割を超えており、飲食業で約8割となった。
 ・「原料・商品の安定調達」は、製造業と卸売業で回答割合が3割を超えた。

(3つまで回答)



3 国産農林水産物の利用・調達について

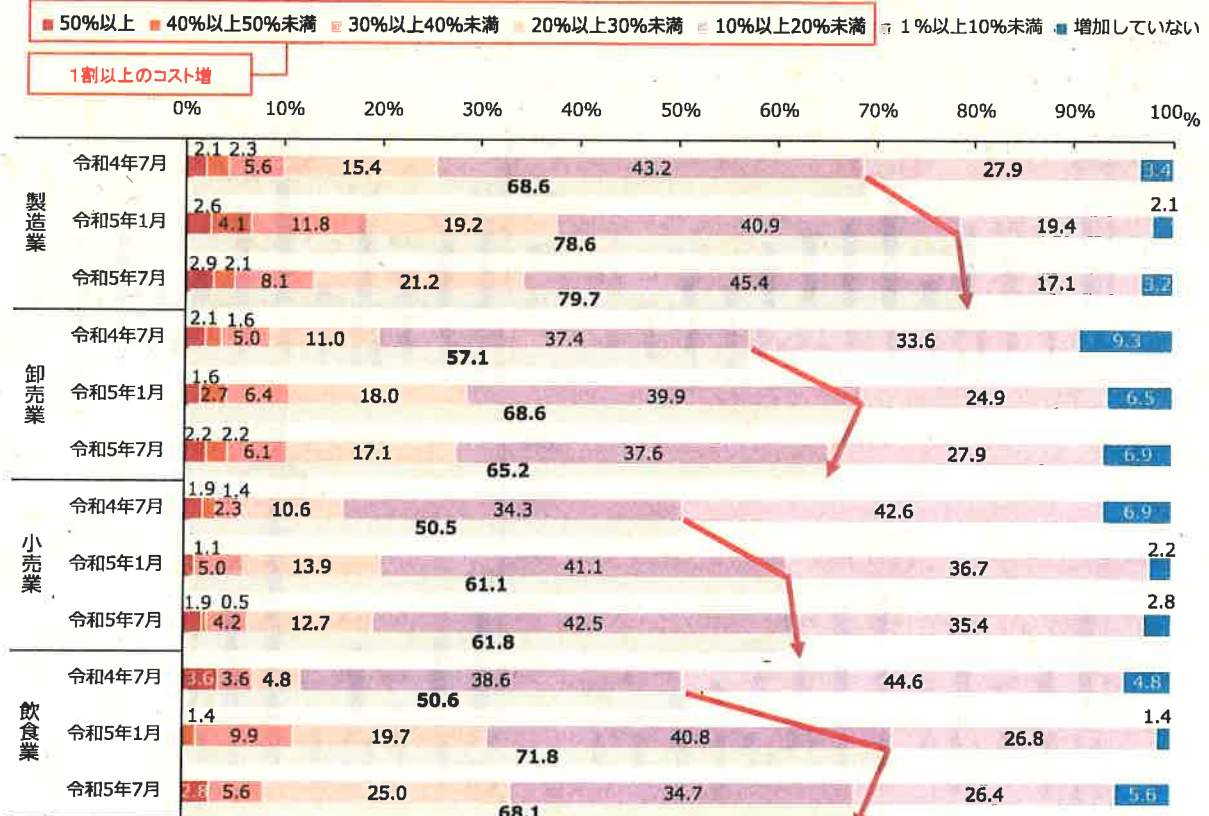
・国産農林水産物の今後の調達量について、「増加する」の回答割合は、卸売業で上昇し2割を超えた。小売業と飲食業では低下し2割を下回ったが、「横ばい」の回答割合は増加した。



4 原材料高騰等への対応について

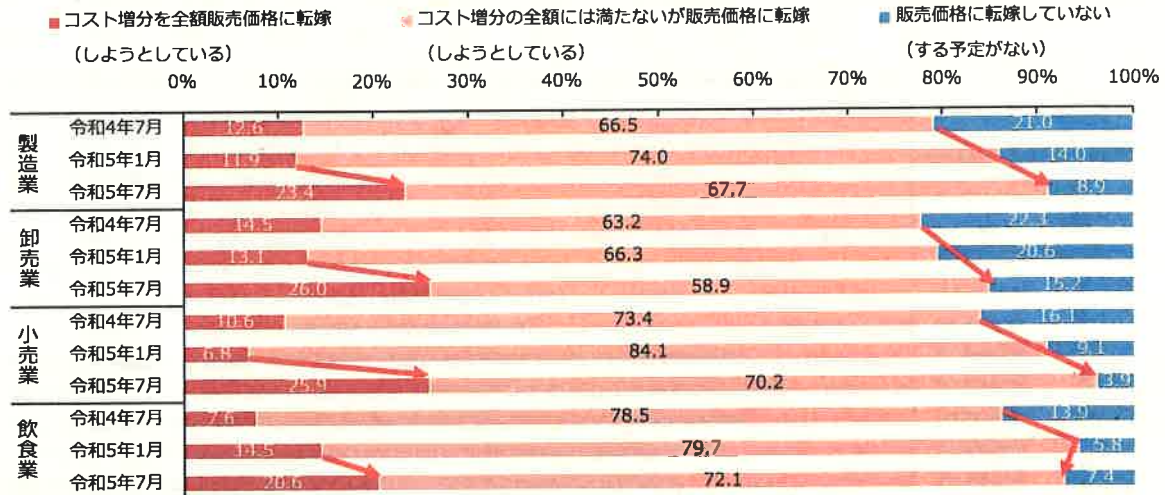
原材料高騰等に伴うコストの増加

・原材料高騰等に伴うコストの増加について、コストが前年同期と比較して1割以上増加したとの回答割合は、製造業と小売業は前回調査(令和4年下半期)から横ばい推移、卸売業と飲食業は前回調査から低下した。
 ・この回答割合は前回調査において大きく上昇した(10.0ポイント以上)が、今回調査の結果から、コスト増加が高止まりしてきている傾向がうかがえる。



コスト増加分の販売価格への転嫁

- ・価格転嫁の状況について、「コスト増分を全額販売価格に転嫁(しようとしている)」の回答割合は、製造業、卸売業、小売業で前回調査(令和4年下半期)から大きく上昇(10.0ポイント以上)し、すべての業種で2割を超えた。
- ・「コスト増分の全額には満たないが販売価格に転嫁(しようとしている)」の回答割合は、すべての業種で前回調査から低下し約6~7割となったが、「コスト増分を全額販売価格に転嫁(しようとしている)」と合わせた回答割合を見ると、製造業、卸売業、小売業は令和4年上半期から2期連続で上昇し、飲食業は横ばい推移となった。



5 市場ニーズの変化に対応するために重点化した取組みについて

- ・コロナ・原材料高騰等の影響により変化したと思われる市場(消費者)ニーズへ対応するために重点化した取組みについて聞いたところ、「販路の見直し」(28.9%)の回答割合が最も高く、次いで「内容量・ロットの見直し」(26.1%)、「高品質化」(22.1%)の順となった。
- ・「低価格化」(6.0%)の回答割合は低くなったが、業種別に見ると小売業で16.1%となっており、他の業種と比べて高くなった。

(2つまで回答)

(%)

| 業種 | 販路の見直し | 内容量・ロット見直し | 高品質化 | 特段重点化した取組みはない | 簡便化・利便性向上 | 健康志向を訴求 | 国産割合を高める | 低価格化 | デザインの改良 | 環境配慮を訴求 | 人権配慮を訴求 | その他 |
|------|--------|------------|------|---------------|-----------|---------|----------|------|---------|---------|---------|-----|
| 食品産業 | 28.9 | 26.1 | 22.1 | 19.4 | 18.9 | 8.3 | 8.1 | 6.0 | 4.3 | 3.6 | 0.8 | 3.0 |
| 製造業 | 29.9 | 27.2 | 24.4 | 18.3 | 16.4 | 8.5 | 8.3 | 4.0 | 5.5 | 3.8 | 0.7 | 3.3 |
| 卸売業 | 33.8 | 20.9 | 15.6 | 25.9 | 19.9 | 5.5 | 8.6 | 7.4 | 1.7 | 2.2 | 0.3 | 1.9 |
| 小売業 | 12.8 | 33.6 | 22.3 | 9.0 | 31.3 | 14.7 | 7.1 | 16.1 | 4.3 | 5.2 | 0.5 | 4.3 |
| 飲食業 | 16.7 | 25.0 | 29.2 | 20.8 | 25.0 | 6.9 | 4.2 | 5.6 | 2.8 | 5.6 | 2.8 | 2.8 |

6 「物流2024年問題」に必要な対策について

- ・2024(令和6)年から施行されるトラックドライバーの時間外労働時間規制に対応するために必要な対策について聞いたところ、物流業者との「運賃・手数料の交渉」(40.4%)の回答割合が最も高く、次いで「共同配送の活用」(25.9%)、「ロットの変更」(19.1%)の順となった。なお、「わからない」の回答割合は18.7%となった。
- ・卸売業では、「集出荷先の見直し(近距離先へ)」(18.7%)の回答割合が他の業種と比べて高くなった。

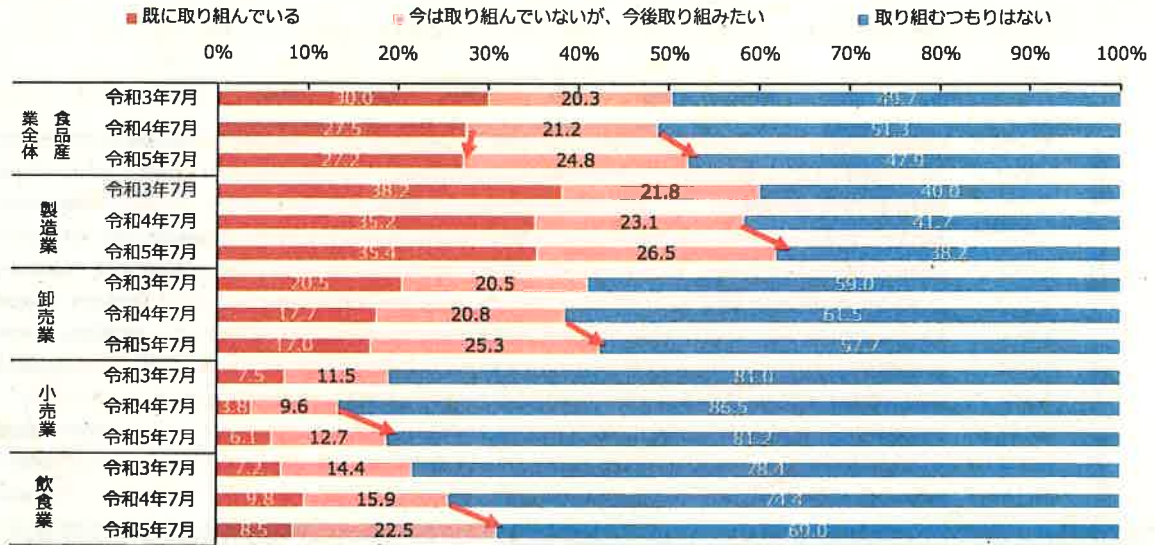
(3つまで回答)

(%)

| 業種 | 運賃・手数料の交渉 | 共同配送の活用 | ロットの変更 | わからない | 集出荷先の見直し(近距離先へ) | 消費期限・賞味期限の見直し | 自社トラックドライバーの増員 | 対策は必要なし | 外装・パレット等の変更(標準化) | 鉄道・フェリーなどの活用 | 自社配送の開始 | 伝票・データの変更(標準化) | その他 |
|------|-----------|---------|--------|-------|-----------------|---------------|----------------|---------|------------------|--------------|---------|----------------|-----|
| 食品産業 | 40.4 | 25.9 | 19.1 | 18.7 | 12.0 | 10.1 | 9.0 | 8.7 | 6.8 | 4.9 | 4.7 | 4.7 | 3.8 |
| 製造業 | 40.8 | 22.6 | 21.8 | 19.9 | 10.3 | 12.1 | 6.5 | 9.0 | 7.1 | 5.3 | 3.9 | 4.2 | 3.7 |
| 卸売業 | 45.5 | 30.3 | 13.8 | 13.8 | 18.7 | 4.7 | 15.5 | 6.9 | 7.6 | 5.9 | 6.9 | 5.5 | 3.5 |
| 小売業 | 30.5 | 38.0 | 17.8 | 20.2 | 6.1 | 11.7 | 9.4 | 9.9 | 3.8 | 1.4 | 4.7 | 6.6 | 6.1 |
| 飲食業 | 21.1 | 22.5 | 14.1 | 31.0 | 8.5 | 9.9 | 5.6 | 14.1 | 1.4 | 0.0 | 4.2 | 2.8 | 2.8 |

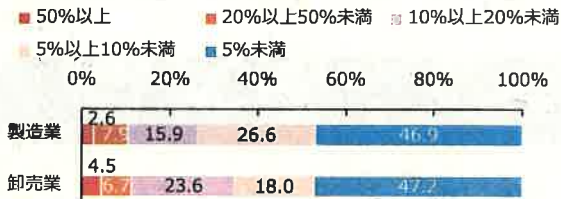
7 輸出の取組み状況について

・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。

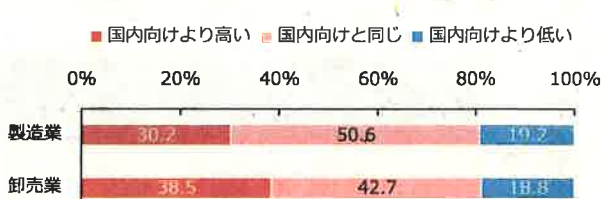


・輸出に「既に取り組んでいる」と回答した先において、全体売上高のうち輸出関連の売上高が占める割合は、食品製造業、卸売業とも、「5%未満」の回答割合が最も高くなった。
 ・輸出に関連する事業の収益性(利益率)は、食品製造業、卸売業とも、「国内向けと同じ」の回答割合が最も高くなった。

＜輸出関連売上高の割合＞

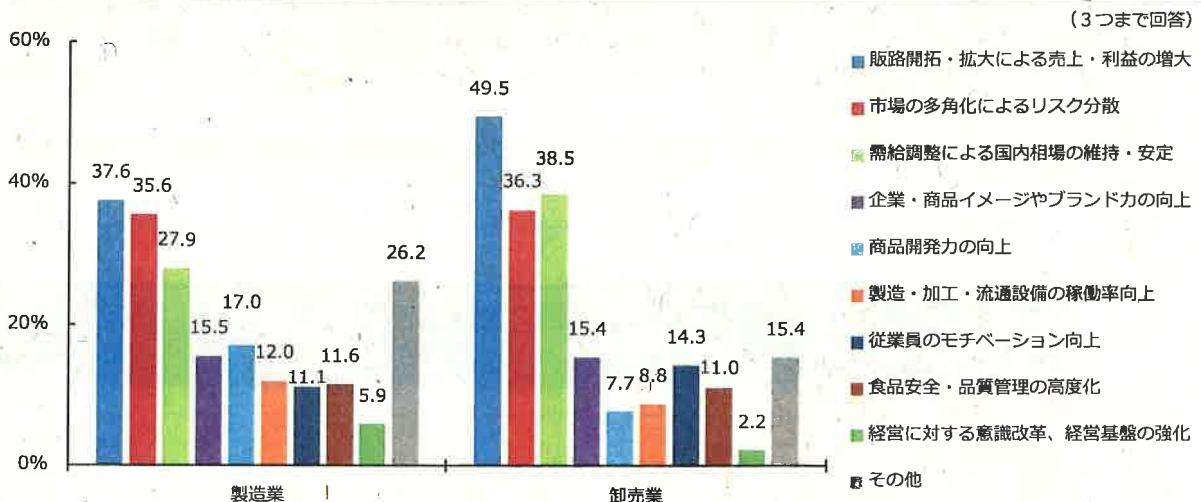


＜輸出関連事業の収益性＞



(注) 小売業、飲食業は回答数僅少につき集計除外

・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、「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。



(注) 小売業、飲食業は回答数僅少につき集計除外