

食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況
- 2 食品産業の商品・製品の志向
- 3 食品産業の機能性表示食品の取り扱い

調査要領

調査時点 平成28年7月1日

調査方法 郵送により調査票を配付し、郵送により回収

調査対象企業

公庫取引先を含む全国の食品関係企業 7,042社

有効回収数 2,705社 (回収率: 38.4%)

〈内訳〉	食品製造業	1,731社
	食品卸売業	665社
	食品小売業	237社
	飲食業	72社

※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 (<http://www.jfc.go.jp/>)に掲載しています。

トップページから「刊行物・各種調査結果」→「農林水産事業による調査」→「食品産業動向調査」の順でご覧ください。

<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 03-3270-3151

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。

平成28年9月



日本政策金融公庫
農林水産事業

1 食品産業の景況

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

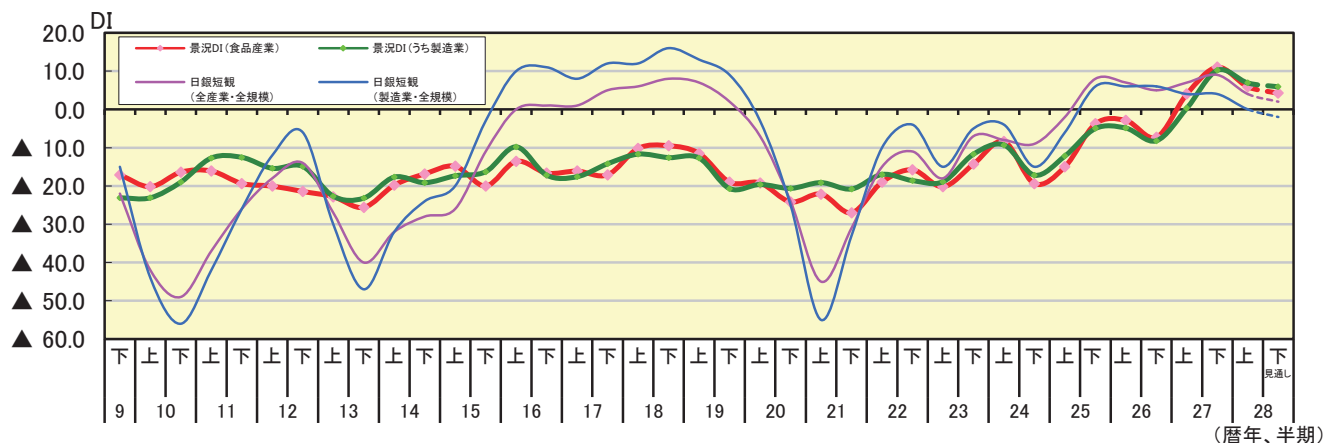
プラス値維持ながら悪化、地域別では10地域すべてがプラス値を維持

【実績】

○ 平成28年上半期の景況DIは、前回調査時の27年下半期から5.1ポイント低下し5.9となった。

【見通し】

○ 先行き28年下半期の景況DIは、1.7ポイント低下するものの4.2とプラス値を維持する見通し。



	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期見通し
食品産業	▲ 8.4	▲ 19.4	▲ 15.0	▲ 3.8	▲ 2.9	▲ 7.3	4.0	11.0	5.9(-5.1)	4.2(-1.7)
うち製造業	▲ 9.3	▲ 17.2	▲ 12.2	▲ 5.0	▲ 4.9	▲ 8.2	0.3	10.2	6.9(-3.3)	5.9(-1.0)

()は前回との差

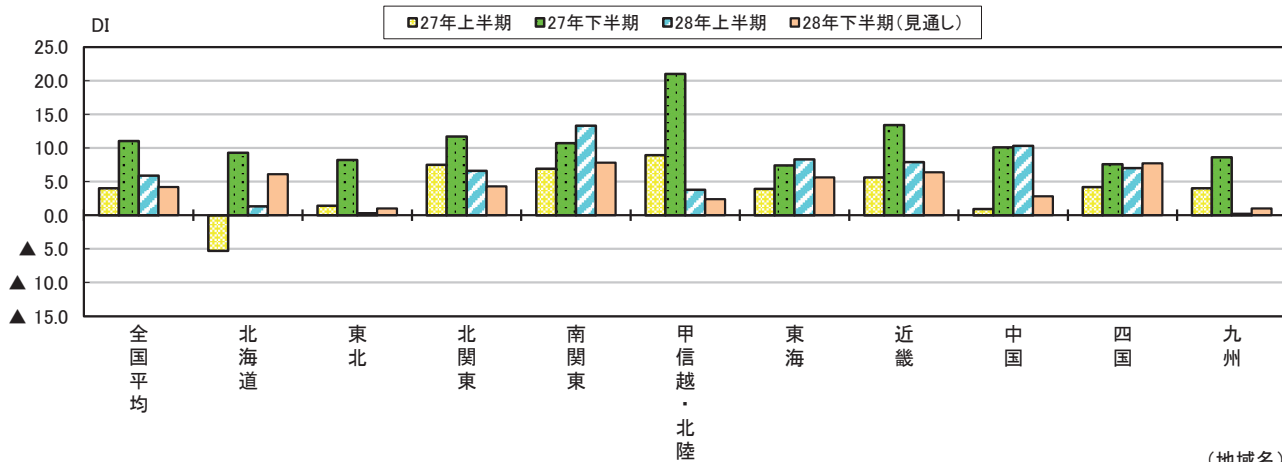
地域別景況DI

【実績】

○ 28年上半期の地域別景況DIは、10地域すべてが0.2~13.3幅でプラス値を維持した。

【見通し】

○ 先行き28年下半期の地域別景況DIは、10地域すべてが1.0~7.8幅でプラス値を維持する見通し。



(注) 地域の区分

北海道……北海道

東北……青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

北関東……茨城県、栃木県、群馬県

南関東……埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県

甲信越・北陸……新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県

東海……岐阜県、静岡県、愛知県、三重県

近畿……滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

中国……鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国……徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州……福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県 (沖縄県除く)

業種別景況DI

【製造業】

- 28年上半期の景況DIは、3.3ポイント低下し6.9となった。
- 28年下半期の景況DIは、1.0ポイント低下し5.9となる見通し。

【卸売業】

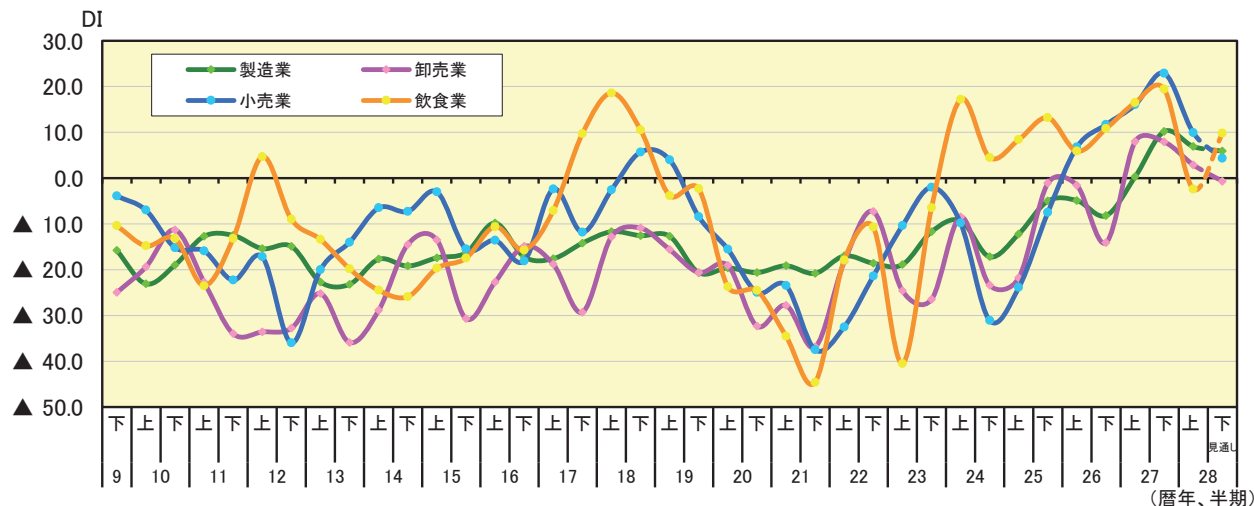
- 28年上半期の景況DIは、5.0ポイント低下し2.9となった。
- 28年下半期の景況DIは、3.6ポイント低下し▲0.7となる見通し。

【小売業】

- 28年上半期の景況DIは、13.0ポイント低下し9.9となった。
- 28年下半期の景況DIは、5.6ポイント低下し4.3となる見通し。

【飲食業】

- 28年上半期の景況DIは、21.8ポイント低下し▲2.4となった。
- 28年下半期の景況DIは、12.2ポイント上昇し9.8となる見通し。

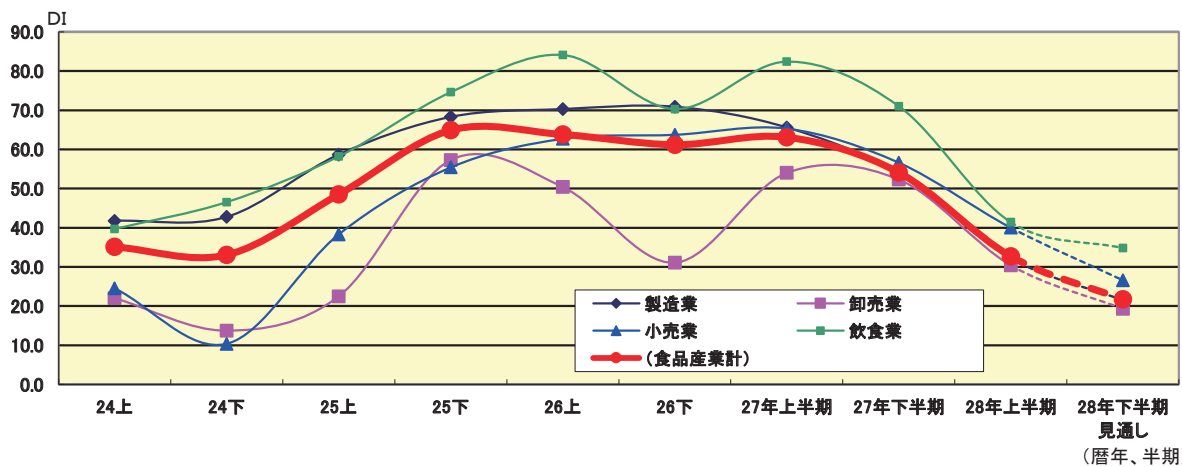


	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期見通し
製造業	▲ 9.3	▲ 17.2	▲ 12.2	▲ 5.0	▲ 4.9	▲ 8.2	0.3	10.2	6.9(-3.3)	5.9(-1.0)
卸売業	▲ 8.5	▲ 23.4	▲ 21.8	▲ 1.1	▲ 1.6	▲ 14.1	8.0	7.9	2.9(-5.0)	▲0.7(-3.6)
小売業	▲ 9.8	▲ 31.1	▲ 23.9	▲ 7.5	6.8	11.7	16.0	22.9	9.9(-13.0)	4.3(-5.6)
飲食業	17.2	4.5	8.4	13.2	5.9	10.8	16.5	19.4	▲2.4(-21.8)	9.8(+12.2)

()は前回との差

仕入価格DI (「上昇」の割合から「低下」の割合を引いた値)

- 28年上半期の仕入価格DIは、21.4ポイント低下し32.7となった。
- 28年下半期の仕入価格DIは、11.0ポイント低下し21.7となる見通し。



	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期見通し
食品産業	35.1	33.1	48.5	64.9	63.8	61.2	63.1	54.1	32.7(-21.4)	21.7(-11.0)
うち製造業	41.8	42.8	58.7	68.3	70.3	70.9	65.6	53.8	32.2(-21.6)	21.5(-10.7)
うち卸売業	22.0	13.7	22.5	57.3	50.4	31.1	54.0	52.3	30.4(-21.9)	19.3(-11.1)
うち小売業	24.6	10.4	38.3	55.4	62.7	63.7	65.3	56.6	40.0(-16.6)	26.6(-13.4)
うち飲食業	39.7	46.6	58.2	74.6	84.1	70.3	82.4	71.0	41.4(-29.6)	34.8(-6.6)

()は前回との差

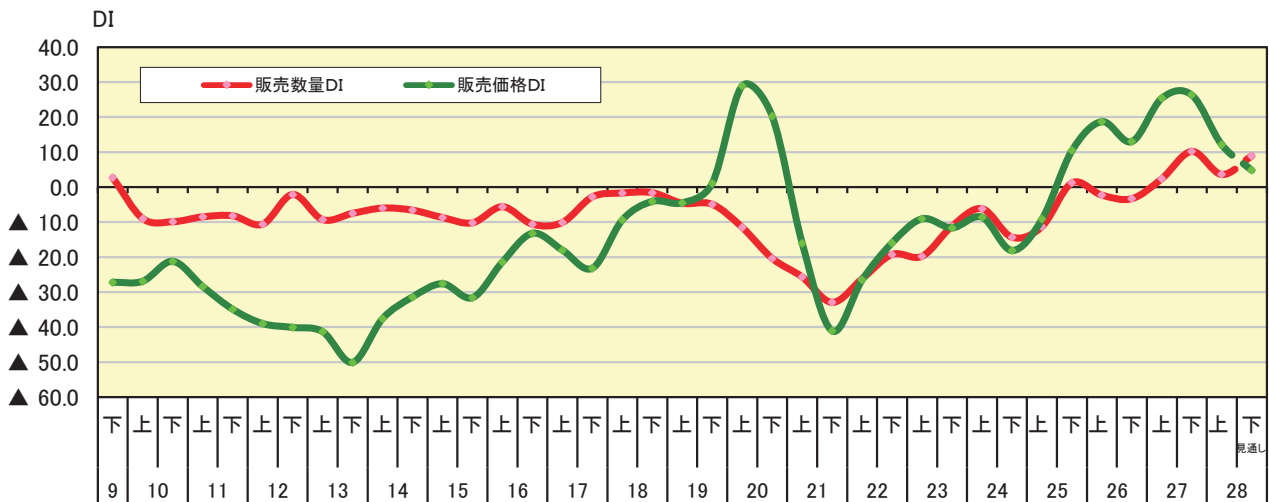
販売数量DIと販売価格DI（「上昇（増加）」の割合から「低下（減少）」の割合を引いた値）

【販売数量】

- 28年上半期の販売数量DIは、6.6ポイント低下し3.6となった。
- 28年下半期の販売数量DIは、5.3ポイント上昇し8.9となる見通し。

【販売価格】

- 28年上半期の販売価格DIは、14.2ポイント低下し12.1となった。
- 28年下半期の販売価格DIは、7.3ポイント低下し4.8となる見通し。

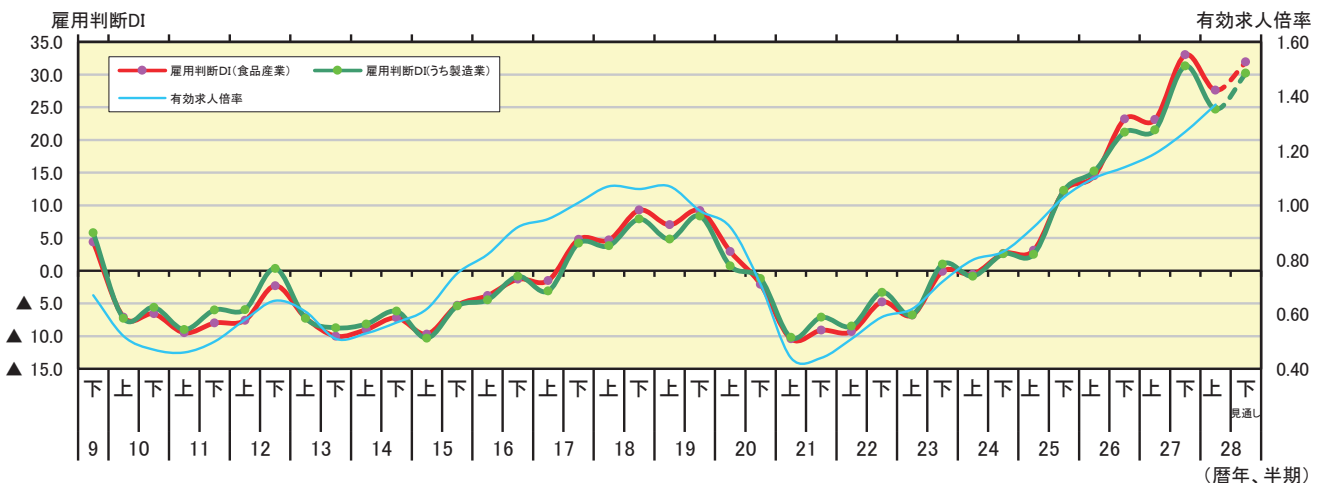


	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期見通し
販売数量DI	▲ 6.2	▲ 14.3	▲ 11.3	1.2	▲ 2.3	▲ 3.3	2.4	10.2	3.6(-6.6)	8.9(+5.3)
販売価格DI	▲ 8.6	▲ 18.1	▲ 9.2	10.4	18.7	13.0	25.4	26.3	12.1(-14.2)	4.8(-7.3)

()は前回との差

雇用判断DI（「不足」の割合から「過剰」の割合を引いた値）

- 28年上半期の雇用判断DIは、5.4ポイント低下し27.6となった。
- 28年下半期の雇用判断DIは、4.3ポイント上昇し31.9となる見通し。

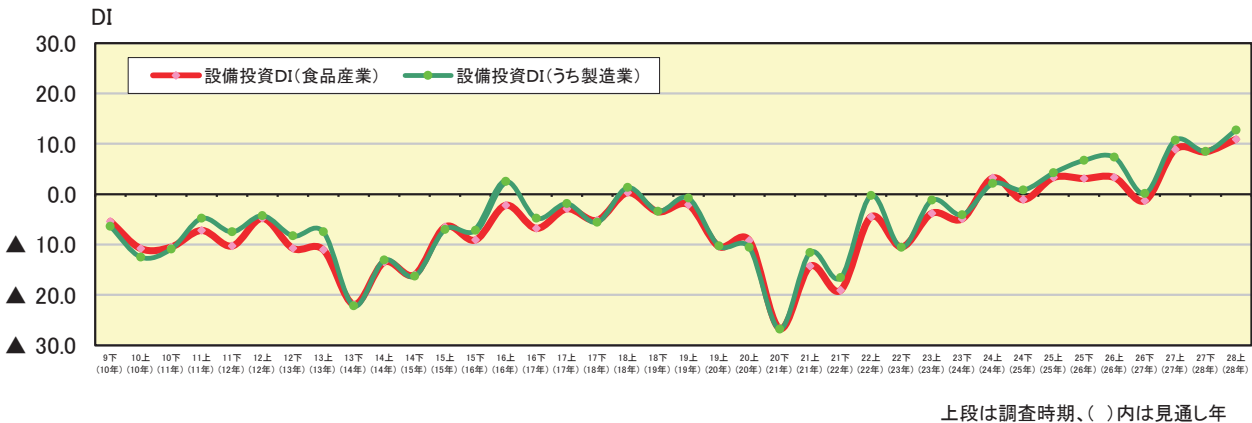


	24年上半期	24年下半期	25年上半期	25年下半期	26年上半期	26年下半期	27年上半期	27年下半期	28年上半期	28年下半期見通し
食品産業	▲ 0.5	2.6	3.1	12.2	14.5	23.2	23.1	33.0	27.6(-5.4)	31.9(+4.3)
うち製造業	▲ 0.8	2.6	2.5	12.3	15.2	21.2	21.5	31.3	24.7(-6.6)	30.2(+5.5)

()は前回との差

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(平成28年上半期時点での平成28年通年の見通し)は、前回調査(27年下半期)より2.5ポイント上昇し10.9とプラス値を維持しており、設備投資の積極姿勢が続いている。



(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の数値となりやすい。

調査時期 (見通し年)	24年上半期 (24年)	24年下半期 (25年)	25年上半期 (25年)	25年下半期 (26年)	26年上半期 (26年)	26年下半期 (27年)	27年上半期 (27年)	27年下半期 (28年)	28年上半期 (28年)
食品産業	3.2	▲ 1.1	3.3	3.1	3.3	▲ 1.3	8.9	8.4	10.9(+2.5)
うち製造業	2.1	0.8	4.2	6.7	7.3	0.1	10.7	8.5	12.7(+4.2)

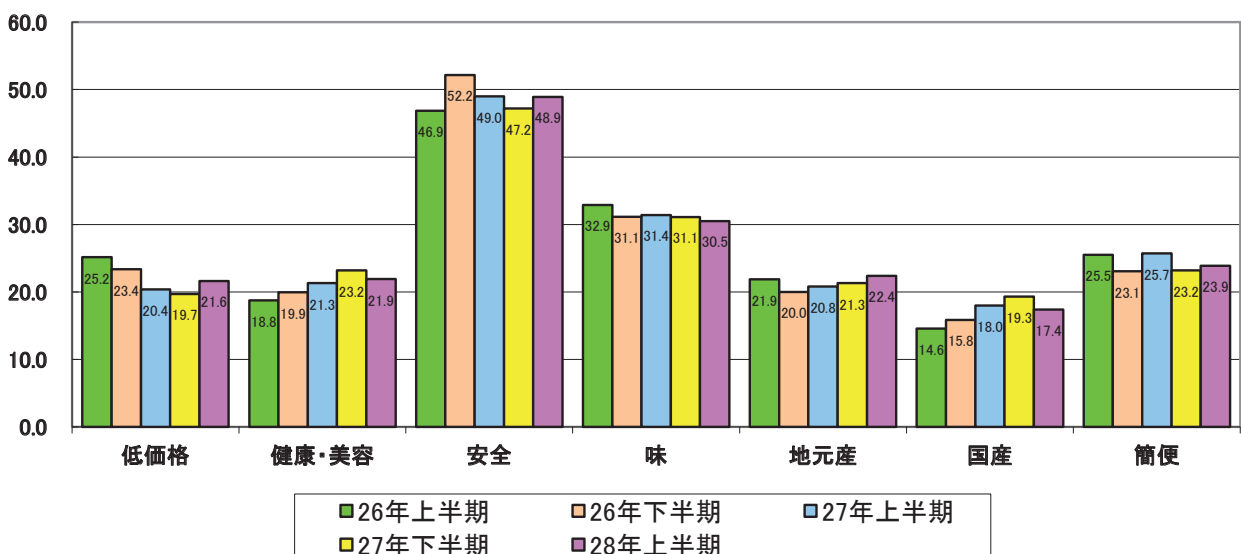
()は前回との差

2 食品産業の商品・製品の志向

「低価格」「安全」が増加に、「国産」「健康・美容」が減少に転じる

- 食品産業で今後伸びる商品・製品について聞いたところ、これまで減少が続いていた「低価格」志向が前回調査(27年下半期)より1.9ポイント増加し21.6%に、「安全」が1.7ポイント増加し48.9%となった。
- 一方で、「健康・美容」が1.3ポイント減少し21.9%となり、「国産」が1.9ポイント減少し17.4%となり増加傾向が止まった。
- 食品産業の景況感が円高傾向や消費者の節約志向などの先行き懸念が影響し足踏み状態となったことから、「健康・美容」「国産」といった質的な付加価値より、「安全」を第一に、「低価格」という経済性を意識した商品開発の方向がうかがえる。

(%) 今後伸びる商品・製品の志向 (2つまで回答)

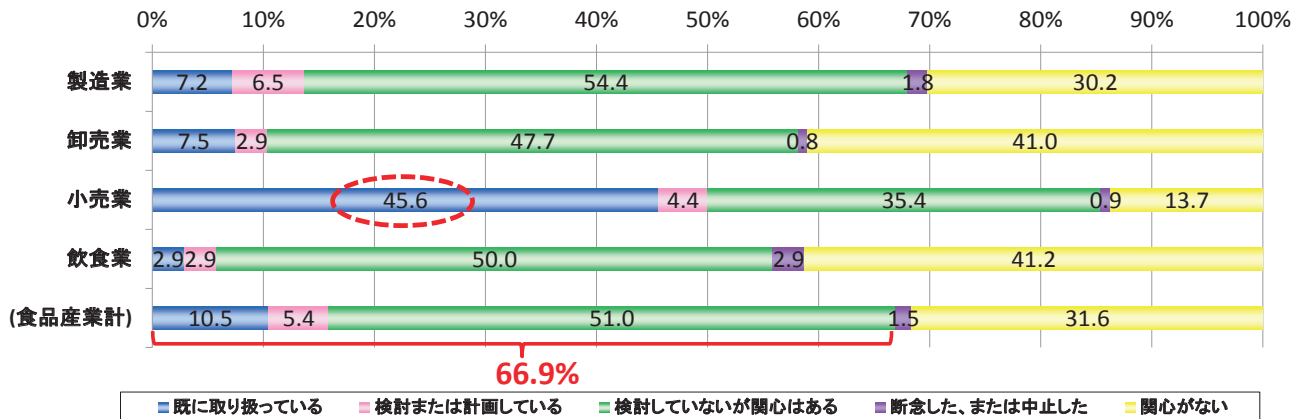


3 食品産業の機能性表示食品の取り扱い

食品企業の7割近くが機能性表示食品に意欲、業種で課題に違い

機能性表示食品の取り扱いの状況

- 機能性表示食品の取扱い状況について聞いたところ、10.5%の企業が「既に取り扱っている」と回答しました。これに「検討または計画している」5.4%、「検討していないが関心はある」51.0%を加えると66.9%の企業が機能性表示食品の取扱いに関心を示す結果となりました。
- 業種別にみると、小売業では「既に取り扱っている」が45.6%と他業種（製造業7.2%、卸売業7.5%、飲食業2.9%）と比べ、機能性表示食品の取扱いが圧倒的に進んでいることを示す結果となりました。



機能性表示食品を取り扱ううえでの課題

- 機能性表示食品を取り扱ううえでの課題を聞いたところ、「消費者ニーズ把握のためのマーケティング」が39.0%と最も多く、次いで「研究開発スタッフの充実」38.2%、「機能性食品に関する規定が厳しい中での商品の差別化」31.9%となりました。
- 業種別にみると、製造業では「研究開発スタッフの充実」46.5%が最も多くなっている一方で、小売業では「消費者ニーズ把握のためのマーケティング」47.8%が最も多く、次いで「訴求したい機能性をうまく消費者に伝えること」46.2%となっており、業種によって課題が異なることがわかりました。

