

1 食品製造業における国産原料の使用状況

食品製造業 702 社の加工食品製造における主原料について、国産原料の使用量割合は、全体では、「70%以上」が 32%で最も多く、次いで「10%未満」が 21%、「10~30%未満」が 19%、「30~50%未満」が 12%であった。

業種別にみると、畜産食料品製造業や農産食料品製造業では、主原料は国産の割合は比較的多い。一方、元々、パン・菓子製造業や動植物油脂製造業では主原料が輸入品であることから、国産原料の使用割合は比較的少ない。このほか、国産原料の使用量割合の変化要因としては、輸入原料と国産原料の需給、さらに製造品目・品質グレードにより、これらの使用量が異なる。

図 1-1 食品製造業における国産原材料の使用状況（業種別）

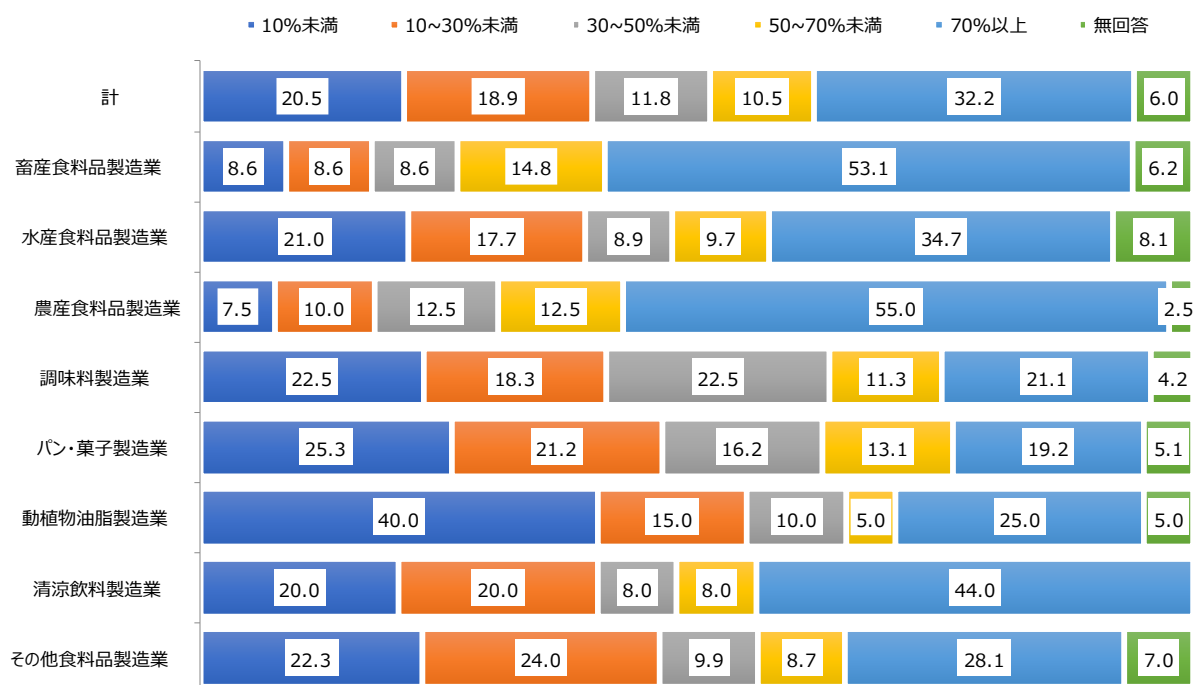
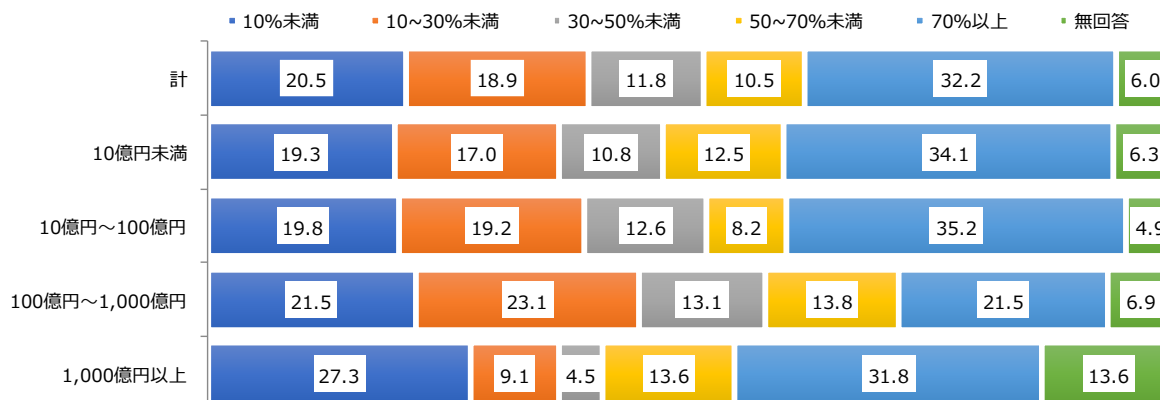


図 1-2 食品製造業における国産原材料の使用状況（売上高規模別）



注：国産原料の使用割合は使用量構成比である。

2 食品製造業における輸出の取組概要

(1) 食品製造業における輸出の取組状況

食品製造業を対象とした本調査で回答のあった702社における輸出の取組は、「実績も予定もない」が47%、「実績はないが、検討している」が9%で、現在、輸出実績なしが56%（391社）であった。売上高規模別にみると、規模が小さいほど輸出取組のない企業数の割合が高い。業種別にみると、輸出実績がない割合が高いのは、畜産食料品製造業となっている。

一方、輸出について、「かなり実績がある」が7%、「少し実績がある」が36%で、輸出実績があるのは、輸出を開始も含めると、43%（302社）あった。売上高規模別にみると、規模が大きいほど輸出実績のある企業数の割合が高い。業種別にみると、輸出実績の割合が高いのは、調味料製造業、パン・菓子製造業、清涼飲料製造業となっている。

図2-1 食品製造業における輸出の取組状況（業種別）

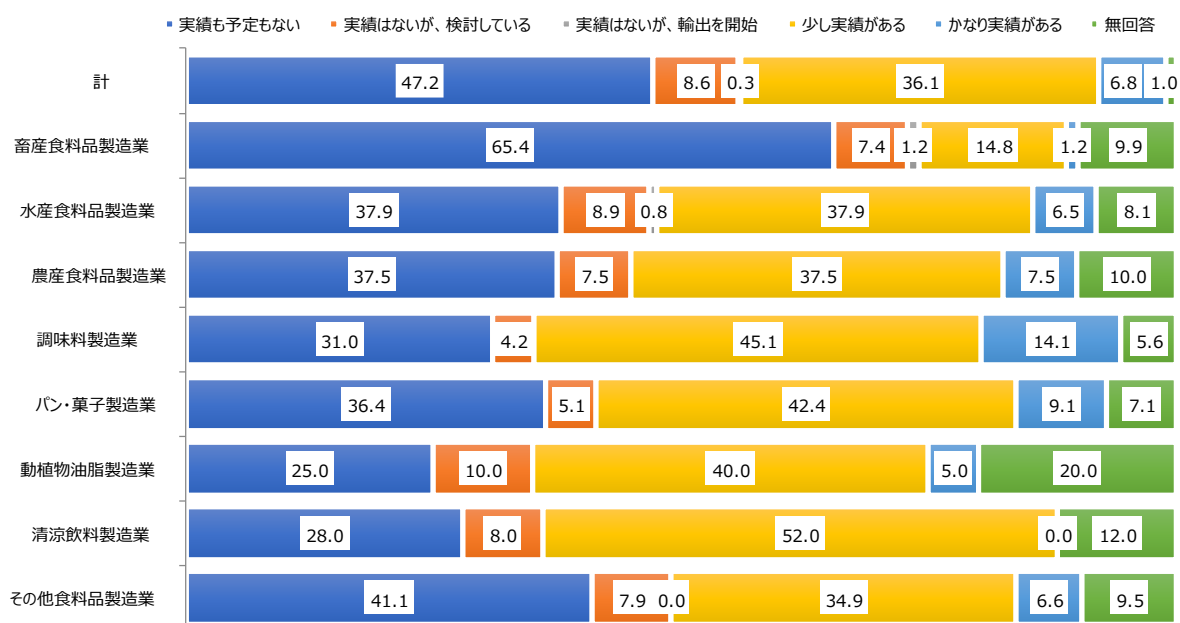
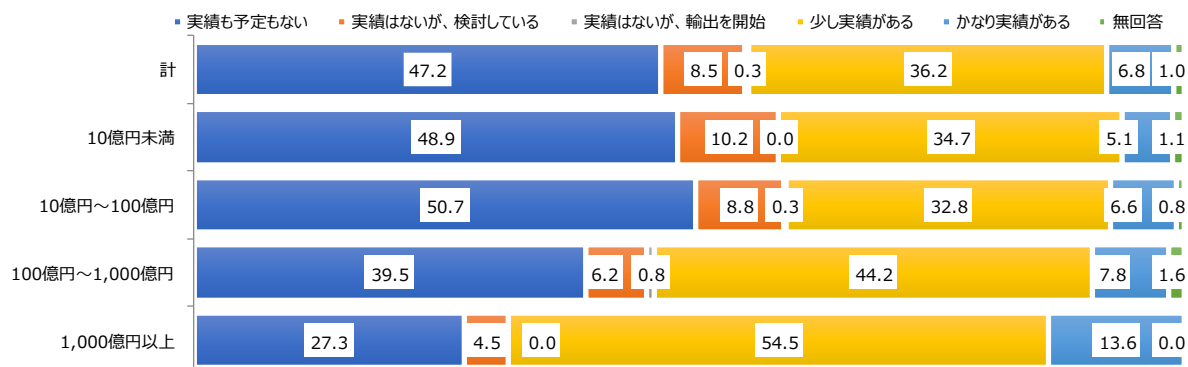


図2-2 食品製造業における輸出の取組状況（売上高規模別）



(2) 食品製造業のうち、輸出に取組のない企業におけるその理由

食品製造業 702 社のうち、輸出に取組のない 379 社におけるその理由についてみると、「輸出なしでも経営に問題がない」が 41%で最も多く、次いで「輸出のための人材不足やノウハウの欠如」が 19%、「あまり利益が期待できない」が 12%、「輸出はリスクがある」が 7%となっている。売上高規模別にみると、規模が小さいほど、これらの要因が顕著であることがうかがえる。

このように、輸出の取組まない理由は、経営に問題がない、収益性が期待できない、リスクなど経営上の問題となっている。なお、「海外進出（企業立地）している」は 3%で大きな理由とはなっていない。現地生産の加工食品は国産原料を使用していないことから、国内製造の輸出向け加工食品とは必ずしも市場が競合するわけではないと考えられる。この点は、本調査でも、食品製造業では輸出における国産原料や国内製造の優位性があるとみている。

図 2-3 輸出に取り組まない理由（業種別）

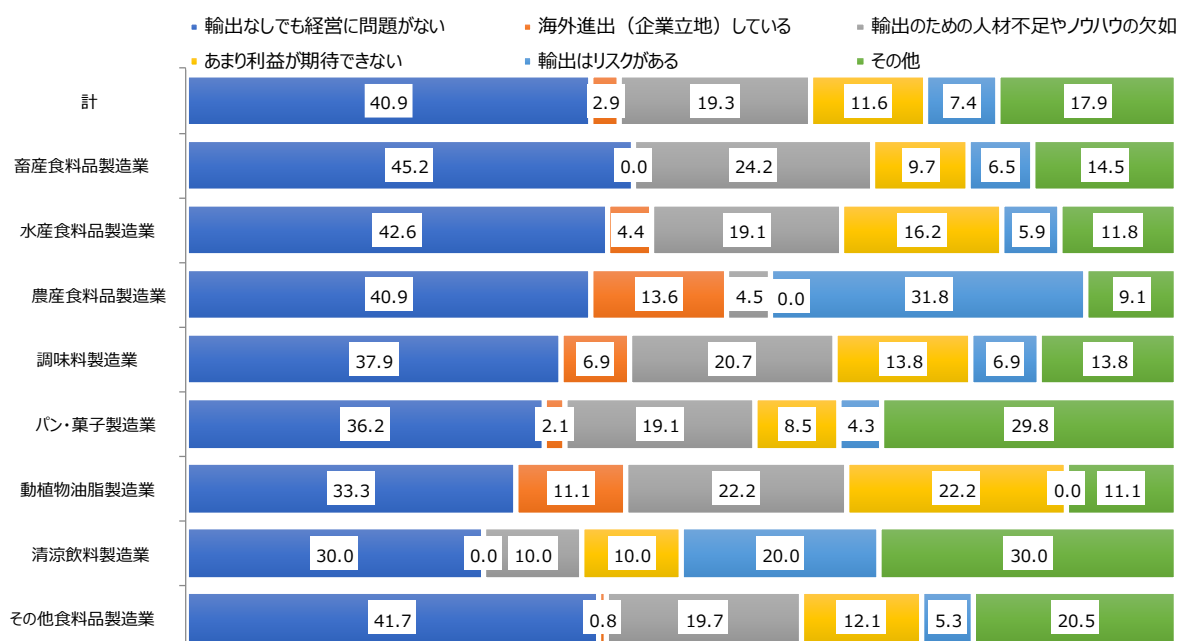
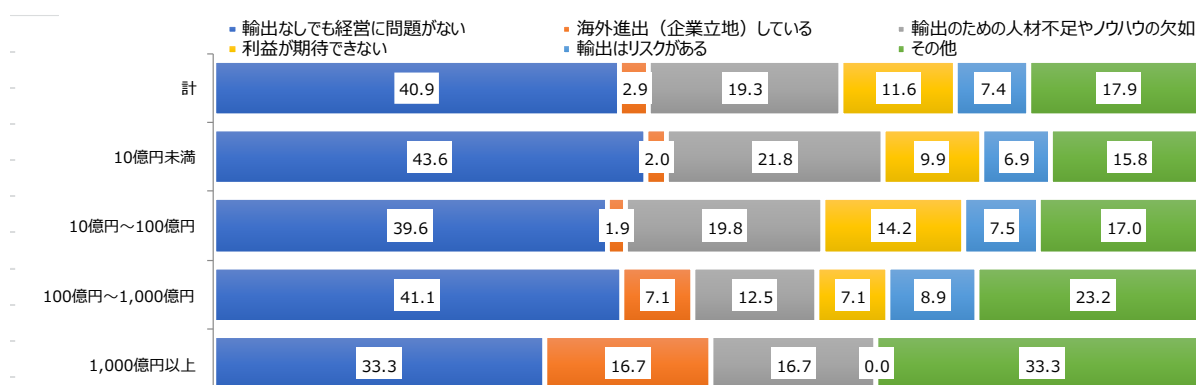


図 2-4 輸出に取り組まない理由（売上高規模別）



3 食品製造業における輸出事業の収益性

(1) 加工食品の輸出額

加工食品の輸出額は、「1,000万円未満」が44%（118社）、「1,000万円以上1億円未満」が27%（72社）で併せて7割（190社）を超える。以下、「1億円以上5億円未満」が19%（50社）、「5億円以上10億円未満」が6%（15社）、「10億円以上」が5%（13社）であった。売上高規模別にみると、売上高が大きいほど輸出額が大きくなっていることがわかる。

一方、売上高に占める輸出額の割合は、「3%未満」が70%を占め、「3%以上5%未満」が10%、「5%以上10%未満」が8%であった。

食品製造業における製造品出荷額等（経済産業省「貿易統計」）に占める加工食品の輸出額（財務省「貿易統計」）割合は、2018年が1%となっており、本調査の回答企業は輸出の先進事例といえる。

図 3-1 加工食品の輸出額（直近1年間）について（業種別）

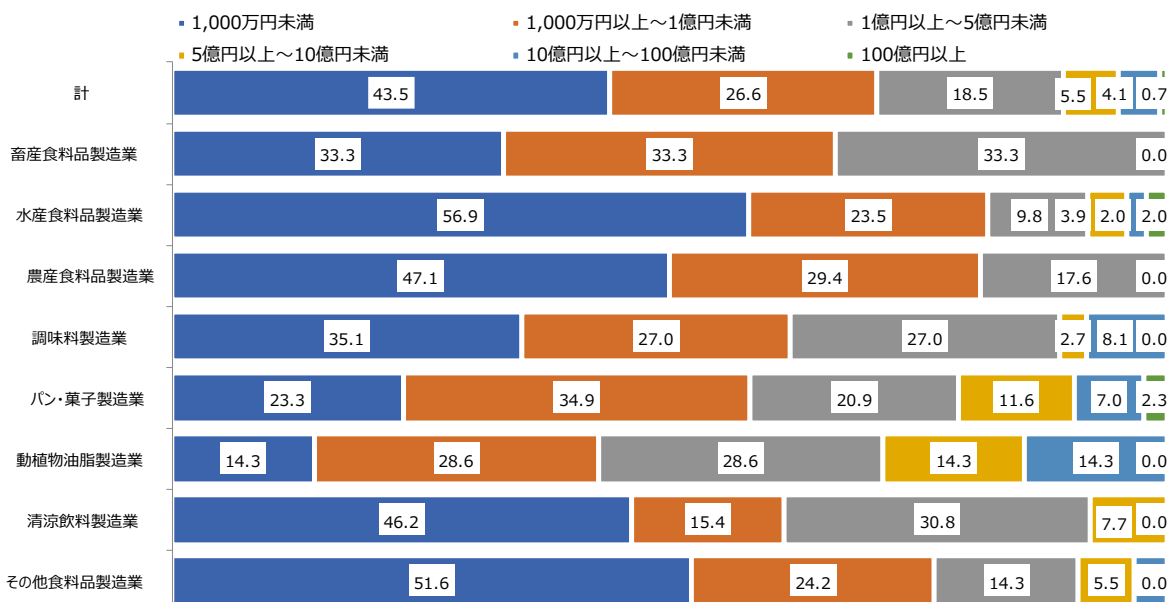


図 3-2 加工食品の輸出額（直近1年間）について（売上高規模別）

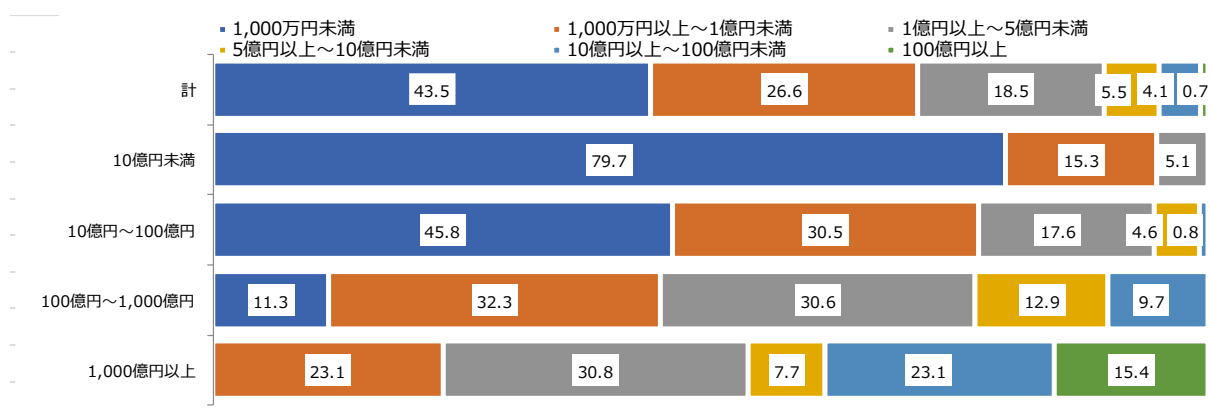


図 3-3 直近 1 年間の加工食品の売上高に占める輸出額の割合（業種別）

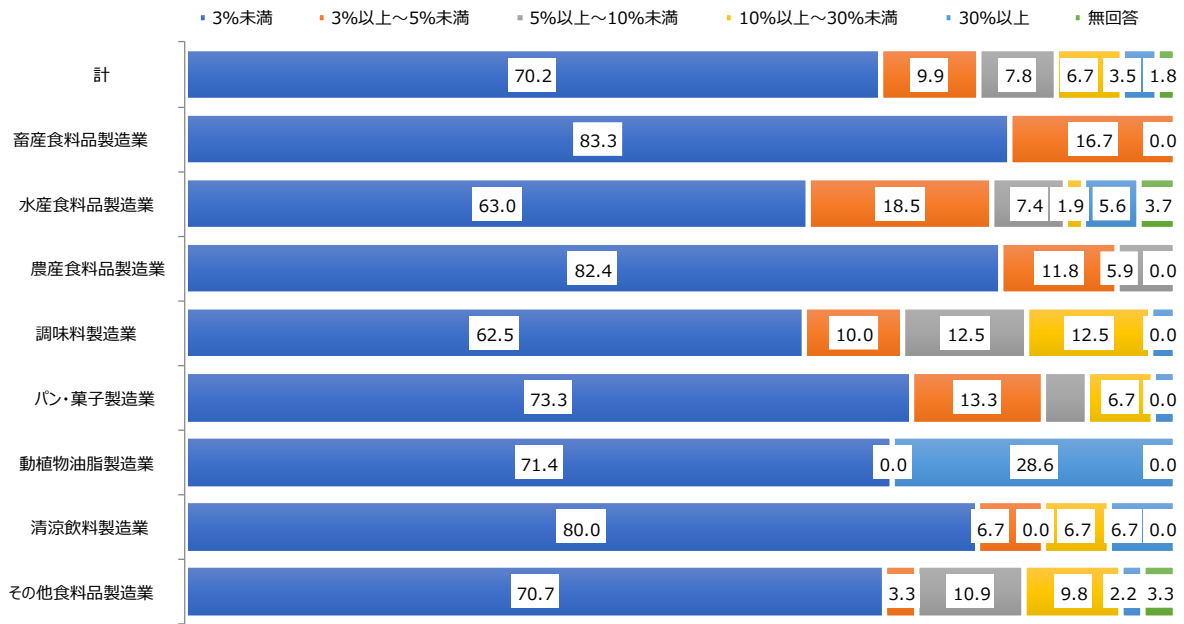
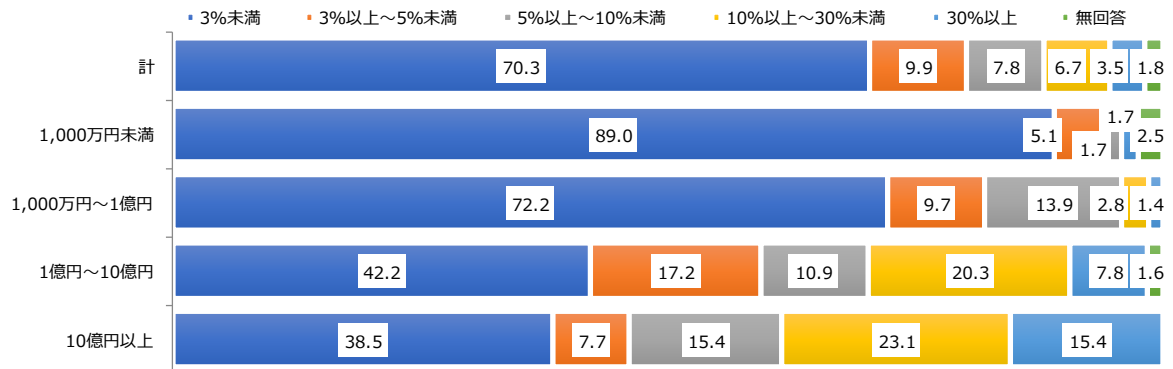


図 3-4 直近 1 年間の加工食品の売上高に占める輸出額の割合（輸出額規模別）



(2) 輸出事業におけるライフサイクル

食品製造業で輸出実績のある 283 社において、輸出事業におけるライフサイクルについてみると、「導入期」が 30%、「成長期」が 32%、「成熟期」が 18%、「衰退期」は 2%となっている。なお、「無回答」が 19%である。

業種別にみると、すべての業種で「導入期」と「成長期」が併せて半数を超えている。

加工食品の輸出額規模別にみると、輸出額規模が小さいほど「導入期」が多い。一方、輸出額規模が大きい企業では「成長期」が多い。

以上を踏まえると、食品製造業における加工食品の輸出市場は、導入期及び成長期が半数を超えることから、かなり市場成長の余地が大きいとみていることがわかる。

図 3-5 輸出事業におけるライフサイクルについて（業種別）

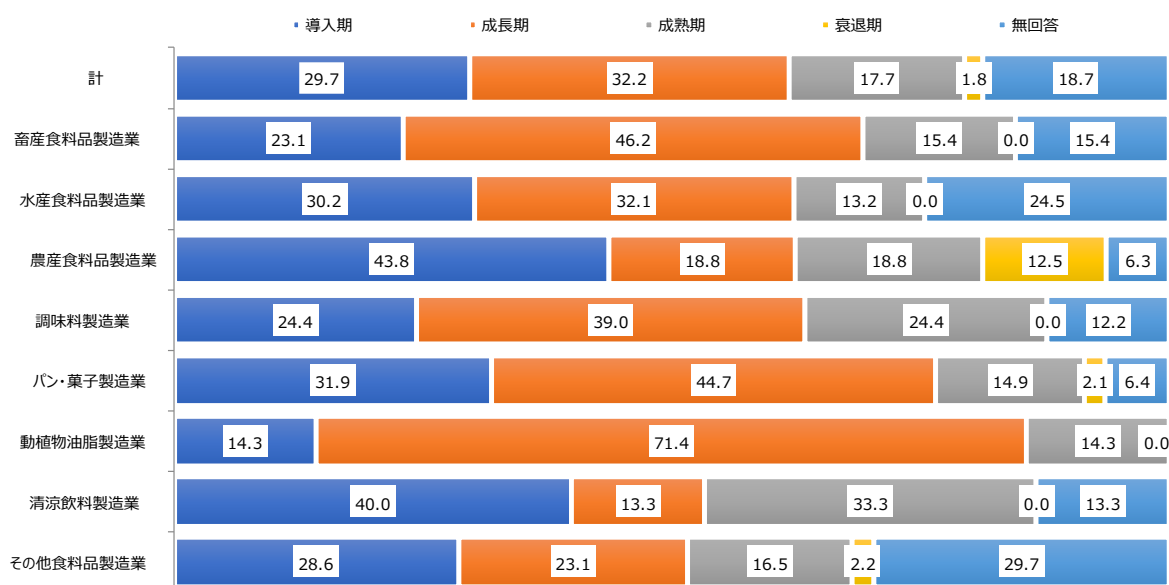
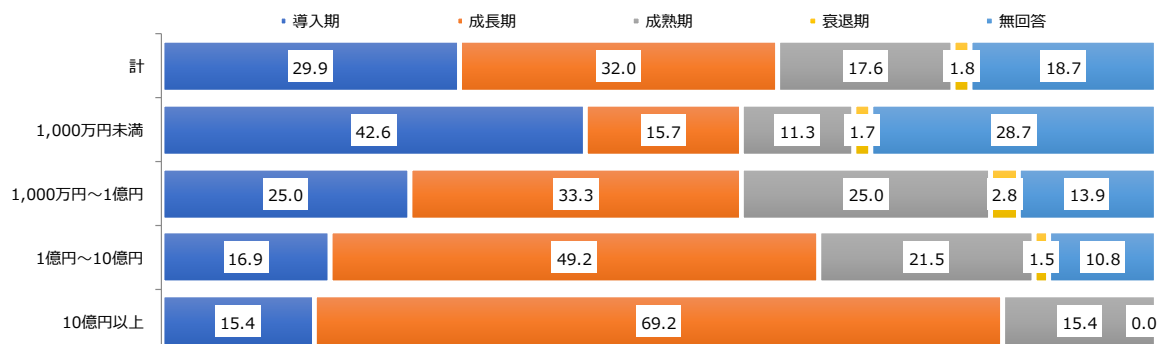


図 3-6 輸出事業におけるライフサイクルについて（輸出額規模別）



(3) 輸出事業の収益性

食品製造業で輸出実績のある281社における輸出事業の収益性は、「赤字」が8%であった。また、「収支均衡」が27%、「黒字」が56%であった。

輸出額規模別にみると、規模が大きいほど「黒字」の割合が高い。

売上高規模別にみると、規模が大きいほど「赤字」の割合が高い。

食品製造業における輸出事業は、黒字が半数程度であり、黒字化が大きな課題となっているが、事業のライフサイクルが導入期及び成長期が半数を超える現状を踏まえると、今後、市場成長とともに改善されるものと予想される。

図 3-7 輸出事業の収益の状況について（業種別）

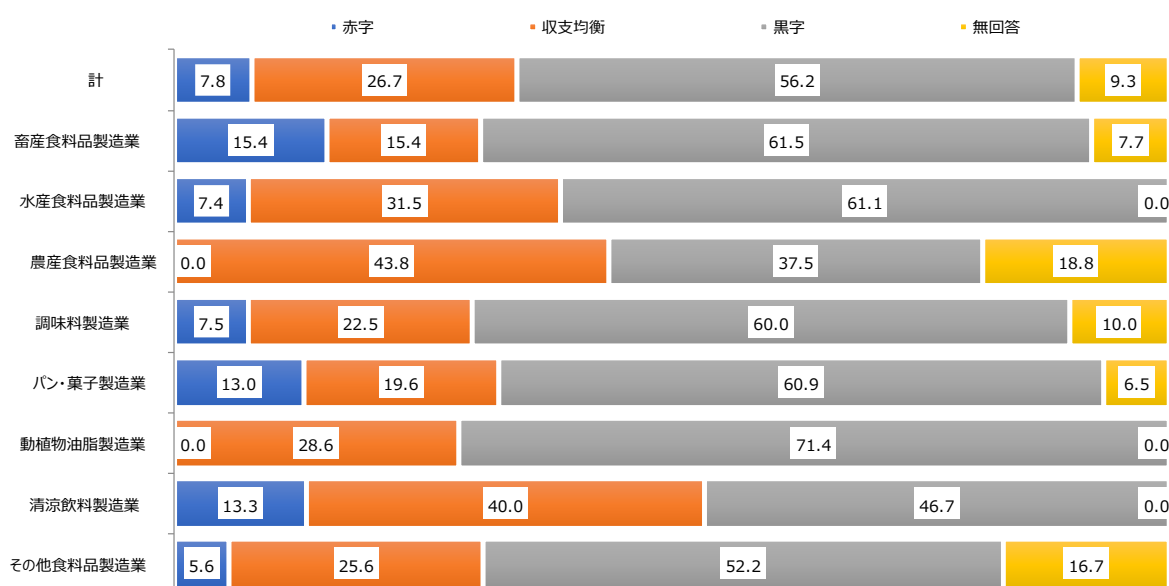
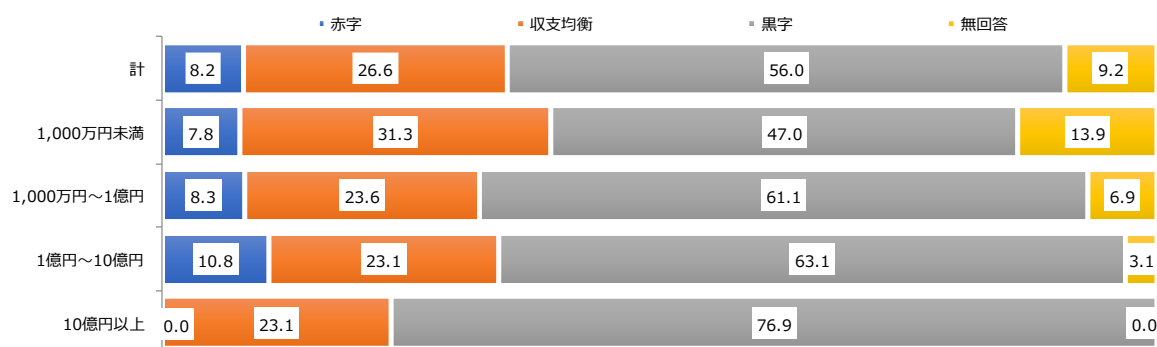


図 3-8 輸出事業の収益の状況について（輸出額規模別）

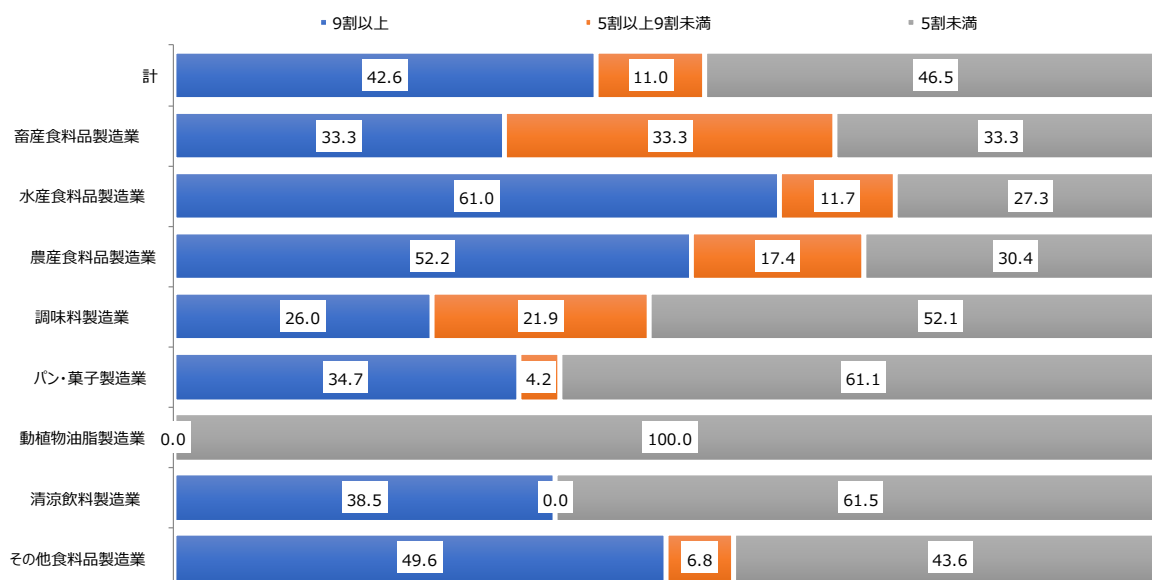


4 加工食品の品目別の輸出市場の状況

(1) 主な輸出商品の主原料に占める国産原料の割合

食品製造業における輸出品目・商品 437 品の事例から、主原料の国産使用量割合についてみると、全体では「9割以上」が 43%、「5割以上 9割未満」が 11%、「5割未満」が 47%となっている。業種別にみると、国産原料の割合が高いのは、水産食料品製造業、農産食料品製造業、畜産食料品製造業、その他食料品製造業となっている。

図 4-1 主な輸出商品の主原料に占める国産原料の割合（業種別）

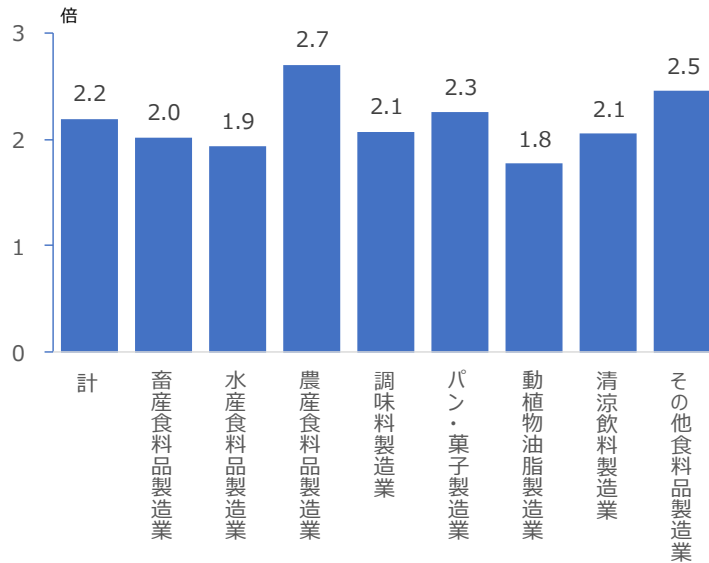


注：主原料に占める国産原料の割合は使用量構成比である。

(2) 主な輸出商品の現地販売価格（現地の競合品との比較）

食品製造業における輸出品目・商品 406 品の事例から、現地販売価格における競合品との価格差についてみると、全体では 2.2 倍であった。業種別にみると、農産食料品製造業、その他食料品製造業では格差が大きくなっている。なお、この価格差は、輸出品目・商品により、かなり異なっている。

図 4-2 主な輸出商品の現地販売価格（現地の競合品との比較）



(3) 主な輸出商品の輸出国における市場獲得の要因

食品製造業における輸出品目・商品 472 品の事例から、輸出国における市場獲得の要因についてみると、全体では「日本製品に対する信頼感」が 67%で 2/3 を超え、次いで「おいしさ」が 42%、「商品の優位性」が 37%、「嗜好性」が 20%、「国産原料の品質価値」が 19%であった。「市場における価格競争力」は 6%でかなり低い。

業種別にみると、「日本製品に対する信頼感」が高いのは、動植物油脂製造業、畜産食料品製造業、パン・菓子製造業となっている。

「日本製品に対する信頼感」は、国産原料の価値やおいしさを含めて、市場獲得の要因として大きいことがうかがえる。

図 4-3 主な輸出商品の輸出国における市場獲得の要因



注：複数回答

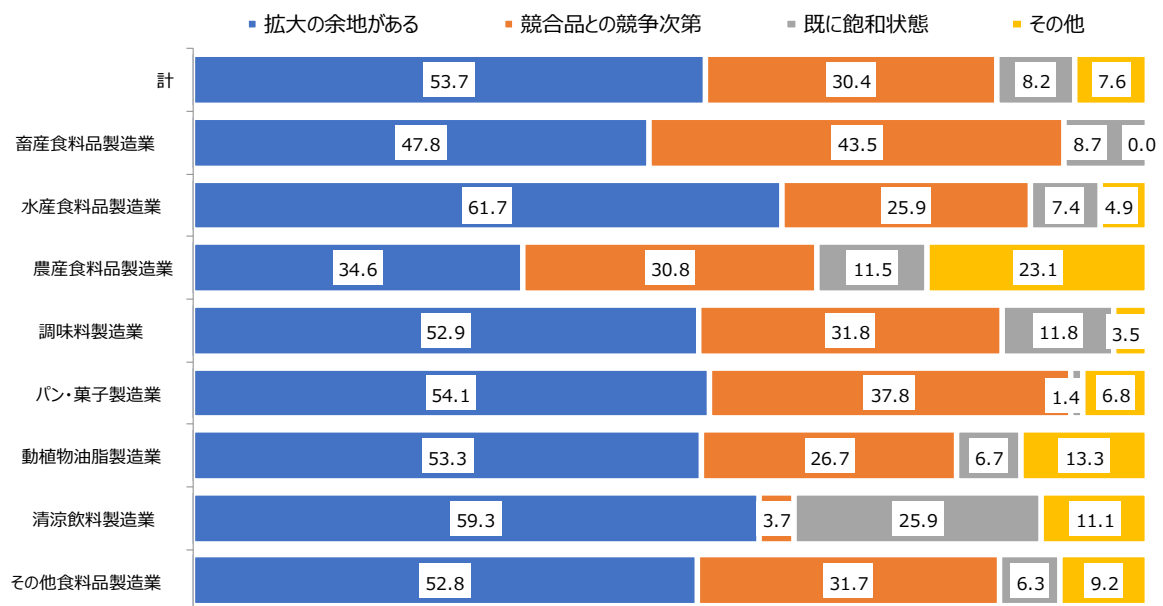
(4) 主な輸出商品の今後の輸出可能性について

食品製造業における輸出品目・商品 473 品の事例から、今後の輸出可能性についてみると、全体では「拡大の余地がある」が 54%で半数を超え、次いで「競合品との競争次第」が 30%、「既に飽和状態」は 8%にすぎない。

業種別にみると、「拡大の余地がある」が高いのは、水産食料品製造業、清涼飲料製造業、パン・菓子製造業となっている。

このようにみると、食品製造業における加工食品の輸出は、成長の余地が大きいとみていることがわかる。

図 4-4 主な輸出商品の今後の輸出可能性について（業種別）



5 加工食品輸出における国産原料使用の優位性

(1) 国産原料使用によるおいしさの訴求について

食品製造業における国産原料使用の課題として、「国産原料はおいしさが訴求できる」については、「はい」が50%と肯定的な意向が半数となっている。一方、「どちらともいえない」が44%、「いいえ」が6%と否定的な判断は少ない。

加工食品の輸出額規模別にみると、輸出額が小さいほど肯定的な割合が高い。業種別に見ると、肯定的な割合が高いのは、農産食料品製造業、清涼飲料製造業、パン・菓子製造業となっている。

このようにみると、輸出国において、国産原料使用がおいしさを訴求し、国産加工食品の支持拡大につながっていることがうかがえる。

図 5-1 輸出商品の国産原料使用上の課題 ①国産原料はおいしさが訴求できる（業種別）

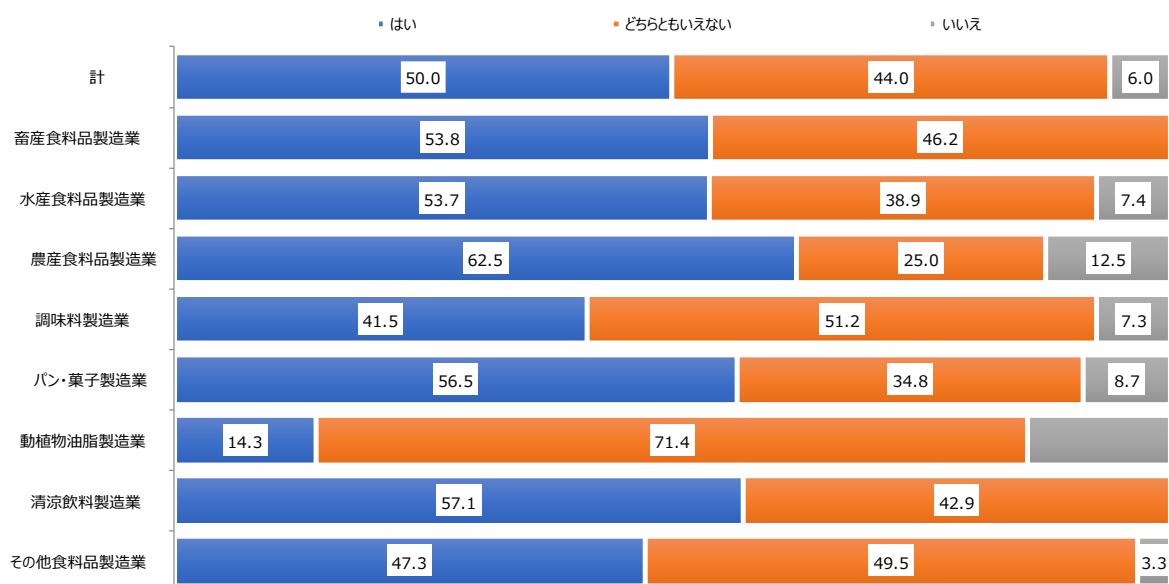
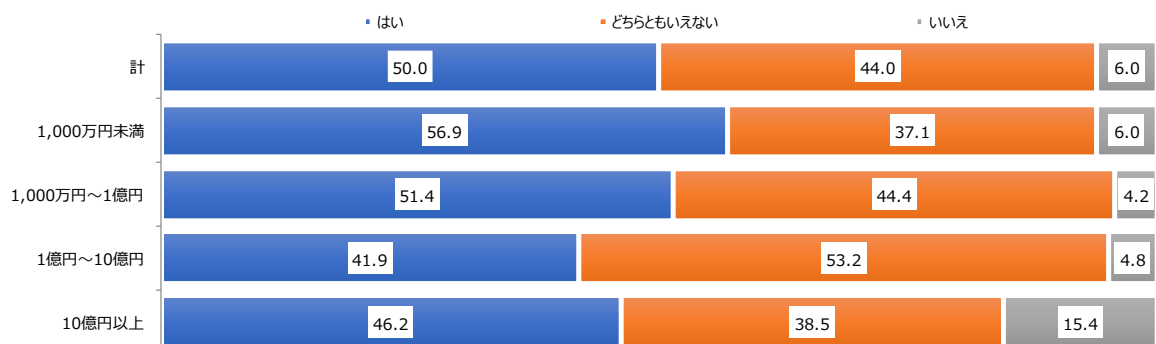


図 5-2 輸出商品の国産原料使用上の課題 ①国産原料はおいしさが訴求できる（輸出額規模別）



(2) 国産原料使用の安心安全の訴求について

食品製造業における国産原料使用の課題として、「国産原料は安全安心を訴求できる」については、「はい」が72%と肯定的な意向が2/3以上を占めている。一方、「どちらともいえない」が26%、「いいえ」が2%と否定的な判断は少ない。

加工食品の輸出額規模別にみると、輸出額が小さいほど、肯定的な割合が高い。業種別にみると、肯定的な割合が高いのは、清涼飲料製造業、農産食料品製造業、その他食料品製造業、水産食料品製造業となっている。

このようにみると、輸出国において、国産原料使用における安全安心が「おいしさ」以上に、国産加工食品の支持拡大につながっていることがわかる。

図 5-3 輸出商品の国産原料使用上の課題 ②国産原料は安全安心を訴求できる（業種別）

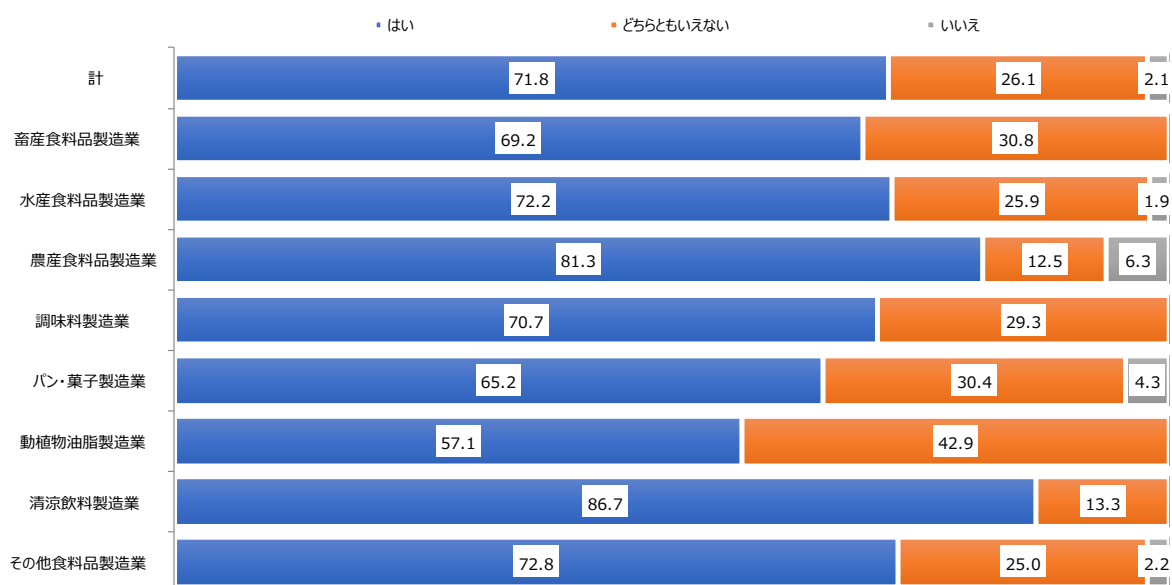
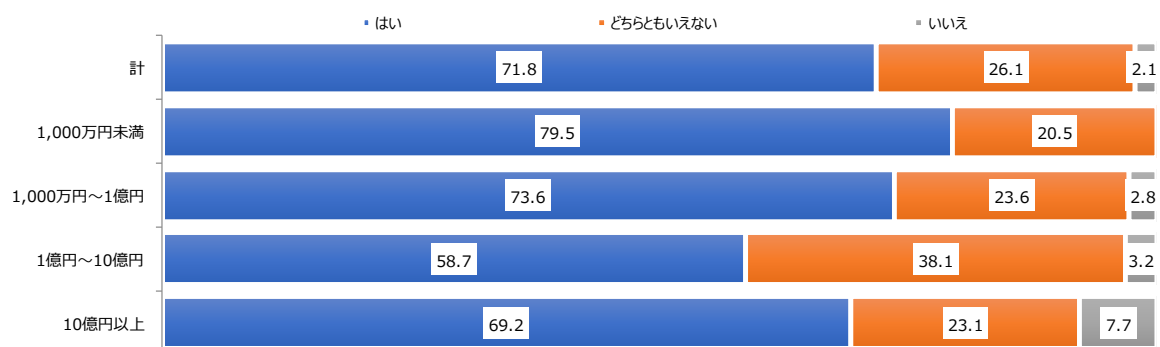


図 5-4 輸出商品の国産原料使用上の課題 ②国産原料は安全安心を訴求できる（輸出額規模別）



(3) 国産、輸入の原料の違いより、製造技術が鍵であること

食品製造業における国産原料使用の課題として、「国産、輸入原料の違いより、製造技術が鍵である」については、「はい」が43%と肯定的な意向となっている。一方、「どちらともいえない」が48%、「いいえ」が9%と否定的な判断は少ない。

加工食品の売上高規模別にみると、「1,000億円以上」では肯定的な割合が低い。業種別にみると、肯定的な割合が高いのは、水産食料品製造業、動植物油脂製造業、清涼飲料製造業、農産食料品製造業となっている。

このようにみると、輸出国において、国産原料使用における製造技術が国産加工食品の支持拡大の鍵のひとつとなっている。

図 5-5 輸出商品の国産原料使用上の課題 ③国産輸入原料の違いより、製造技術が鍵である(業種別)

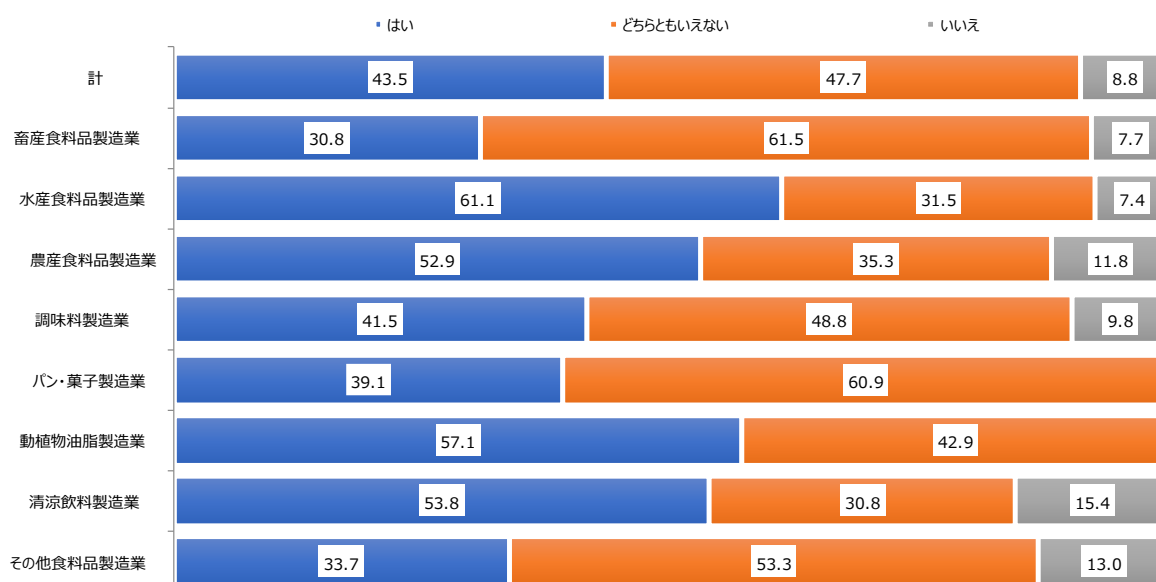
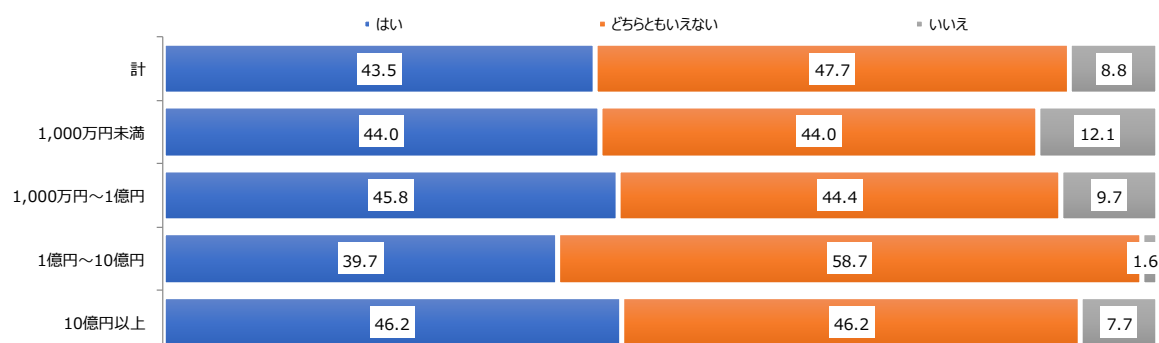


図 5-6 輸出商品の国産原料使用上の課題 ③国産輸入原料の違いより、製造技術が鍵である(輸出額規模別)



(4) 主原料は国産も輸入も品質に大きな違いはない

食品製造業における国産原料使用の課題として、「主原料は国産も輸入も品質に大きな違いはない」については、「はい」が19%と肯定的な判断が少なく、国産原料の価値が評価されていることがわかる。一方、「どちらともいえない」が40%、「いいえ」が41%と否定的な判断が多い。

加工食品の売上高規模別にみると、規模が小さいほど肯定的な割合が低い。業種別にみると、肯定的な割合が高いのは、農産食品品製造業、調味料製造業、その他食料品製造業となっている。

このようにみると、輸出国において「主原料は国産も輸入も品質に大きな違いはない」という訳ではないことがわかる。翻って、国産原料の価値が輸出国において支持されていることがうかがえる。

図 5-7 輸出商品の国産原料使用上の課題 ④主原料は国産も輸入も品質に大きな違いはない(業種別)

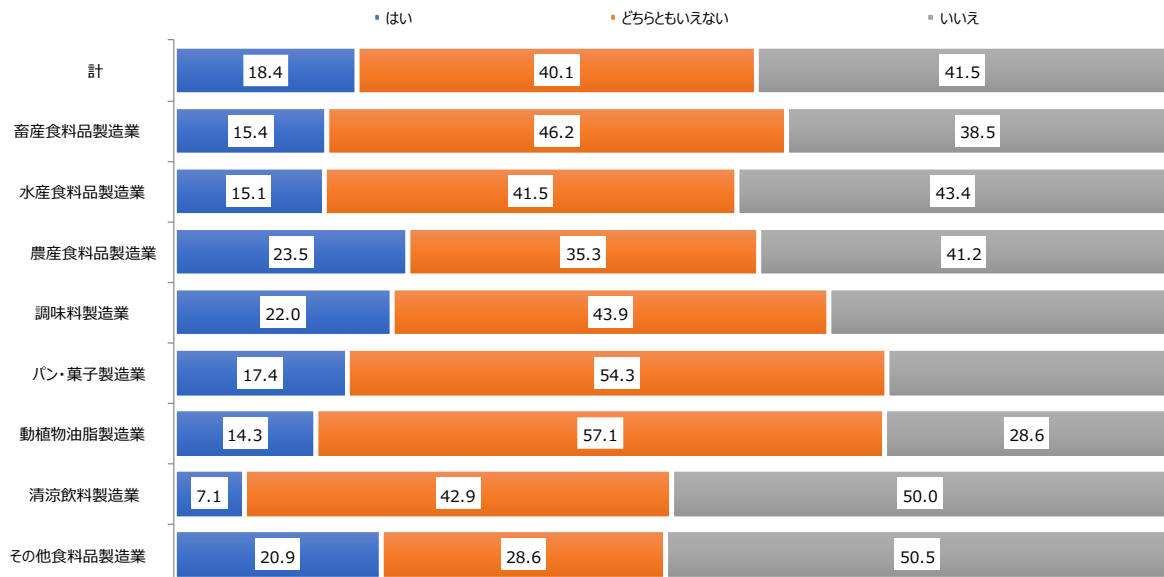
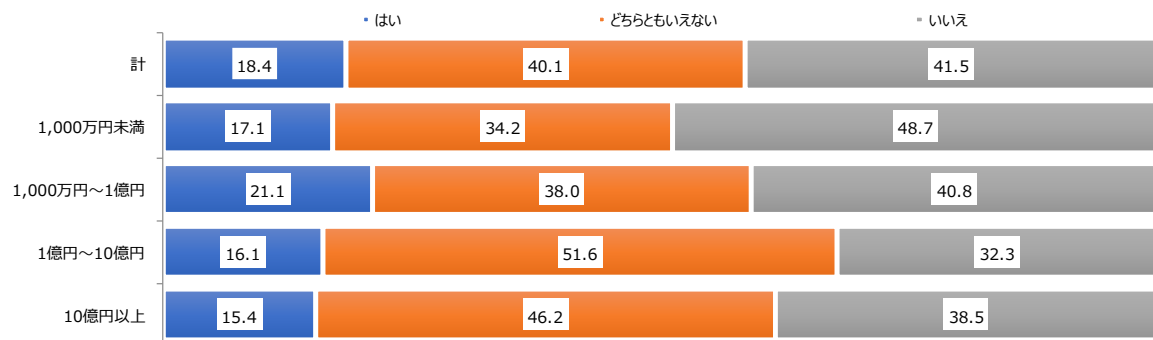


図 5-8 輸出商品の国産原料使用上の課題 ④主原料は国産も輸入も品質に大きな違いはない(輸出額規模別)



(5) 国産原料は輸入原料に比べて製品価格が高くなる

食品製造業における国産原料使用の課題として、「国産原料は輸入原料に比べて製品価格が高くなる」については、「はい」が81%と肯定的な判断が8割を占めて、国産原料の価格が高いことがわかる。一方、「どちらともいえない」が16%、「いいえ」が3%と否定的な判断が少ない。

業種別にみると、肯定的な割合が高いのは、農産食料品製造業、調味料製造業、パン・菓子製造業、その他食料品製造業となっている。

このようにみると、輸出国において「国産原料は輸入原料に比べて製品価格が高くなる」ものの、製品価格が国産原料・国内製造の価値に見合う許容範囲であることが重要であるといえる。

図 5-9 輸出商品の国産原料使用上の課題 ⑤国産原料は輸入原料に比べて製品価格が高く
(業種別)

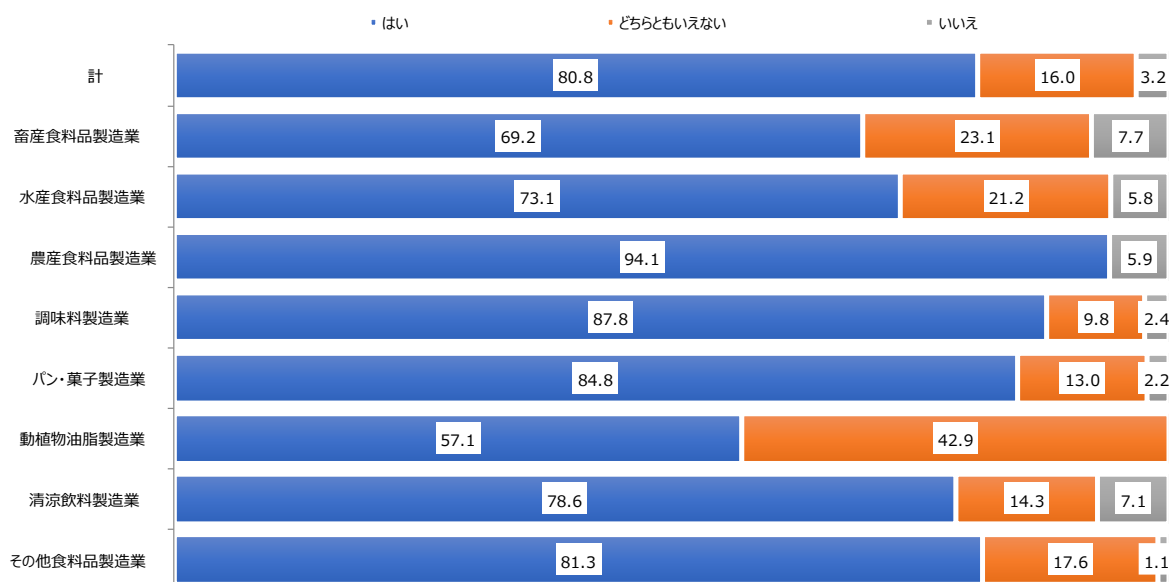
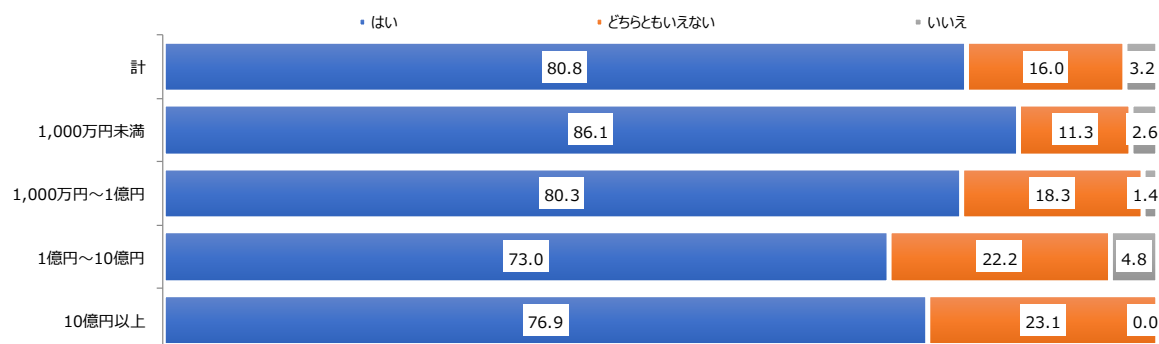


図 5-10 輸出商品の国産原料使用上の課題 ⑤国産原料は輸入原料に比べて製品価格が高くなる
(輸出額規模別)



6 加工食品の輸出規制とその対応

(1) 加工食品の輸出規制の内容

食品製造業における輸出品目・商品 216 品の事例から、輸出国別の食品規制の現状についてみることにする。

規制の内容は、放射性物質、食品添加物、残留農薬、重金属、カビ毒、衛生基準（生物学的）、その他であった。

（【巻末資料編】「1 加工食品の輸出規制の内容」参照） 略

(2) 加工食品の輸出規制とその解決方法

食品製造業における輸出品目・商品 117 品の事例から、輸出国別の食品規制に対する解決法の現状についてみることにする。

規制の内容については、放射性物質、食品添加物、残留農薬、重金属、カビ毒、衛生基準（生物学的）、その他ごとに解決策が講じられている。

（【巻末資料編】「2 加工食品の輸出規制とその解決方法」参照） 略

7 食品製造業における輸出事業の課題

(1) 5年後の輸出額目標について

食品製造業における加工食品の5年後の輸出額目標は、「現状維持」が11%と少ない。「50%以上」が24%で最も多く、次いで「10%以上」が23%、「10%未満」が16%、「30%以上」が9%で、全体的に輸出目標額は大きいものの、ばらつきがみられる。

加工食品の輸出額規模別及び売上高規模別にみると、両者ともに規模が大きくなるほど輸出額目標が大きいことがわかる。

業種別にみると、輸出額目標が大きいのは、パン・菓子製造業、動植物油脂製造業、調味料製造業、農産食料品製造業となっている。

以上を踏まえると、5年後の輸出額の拡大意向がかなり強いことが表われており、加工食品輸出市場の成長が期待される。

図 7-1 5年後の輸出額目標について（業種別）

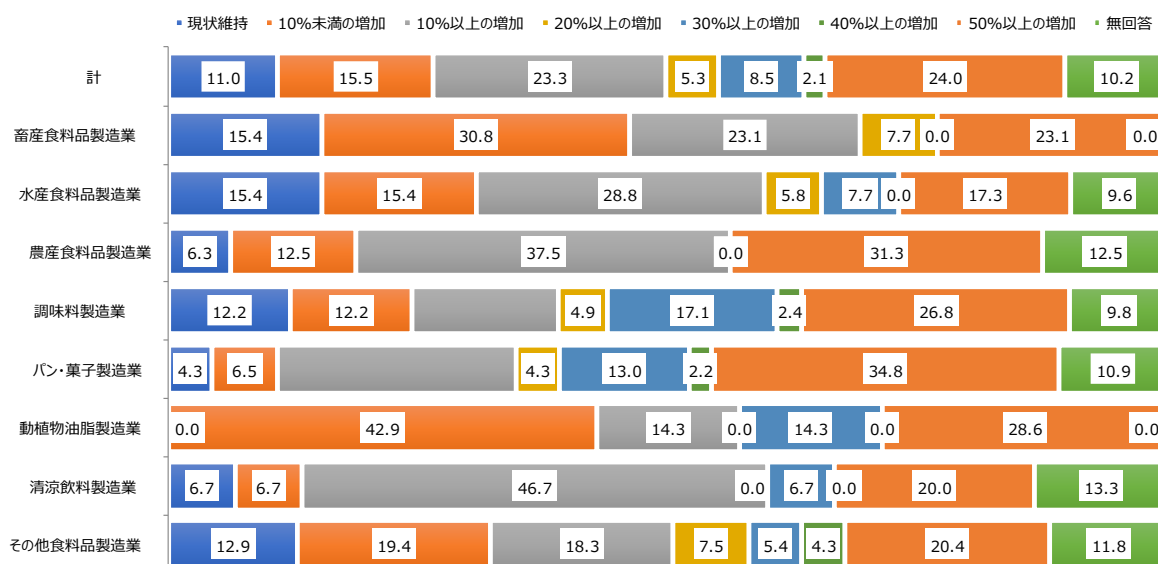
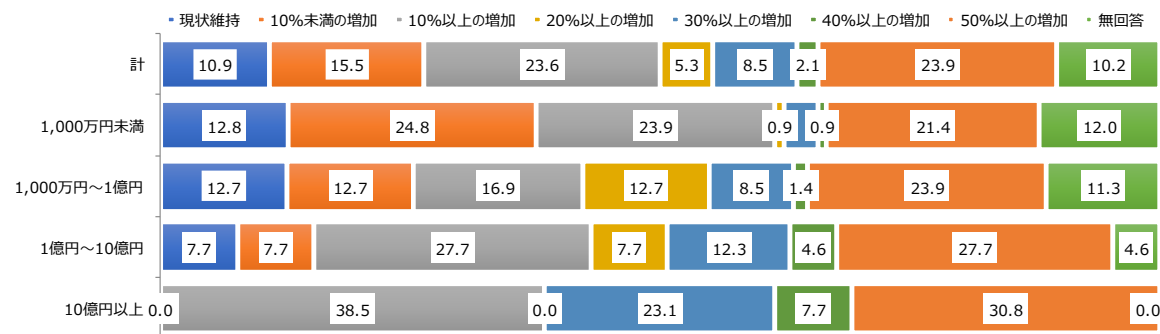


図 7-2 5年後の輸出額目標について（輸出額規模別）



(2) 加工食品の輸出事業で直面する問題点と課題について

食品製造業における加工食品の輸出において直面する問題点・課題は、「輸出相手国の食品安全規制」が53%で最も多く、次いで「海外のマーケット情報の欠如」が31%、「輸出業者とのパートナーシップ」が24%、「輸出手続き」が18%、「輸出商品の開発」が16%、「輸出事業の企画・販売促進」が10%、「輸出事業の収益性」が10%となっている。

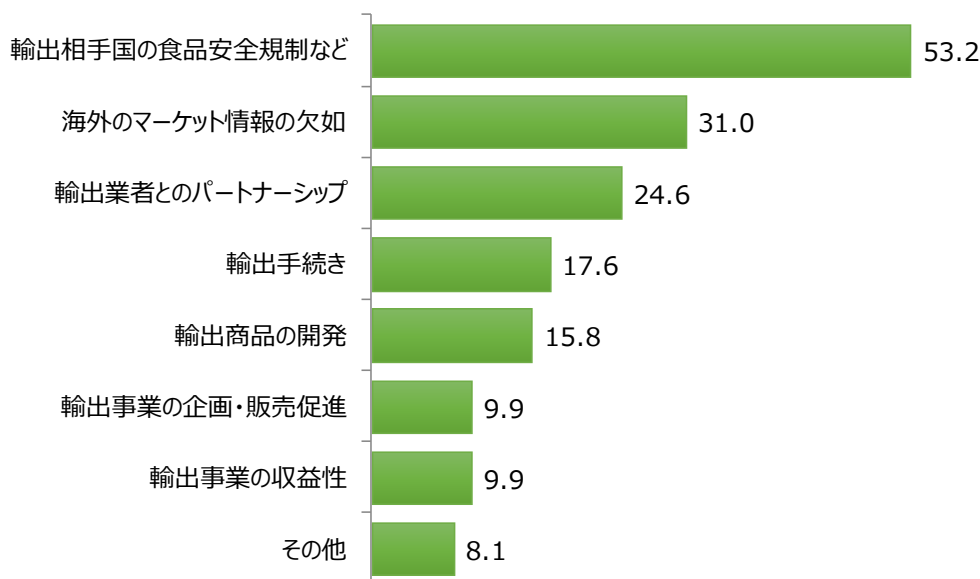
加工食品の輸出額規模別にみると、規模が大きくなるほど「輸出相手国の食品安全規制」の対応に直面していることがわかる。

加工食品の売上高規模別にみると、輸出額と同様に規模が大きくなるほど「輸出相手国の食品安全規制」及び「海外のマーケット情報の欠如」の対応に直面していることがわかる。

業種別にみると、すべての業種において「輸出相手国の食品安全規制」が多くなっており、そのほか、水産食料品製造業と動植物油脂製造業では「海外のマーケット情報の欠如」が多くなっている。

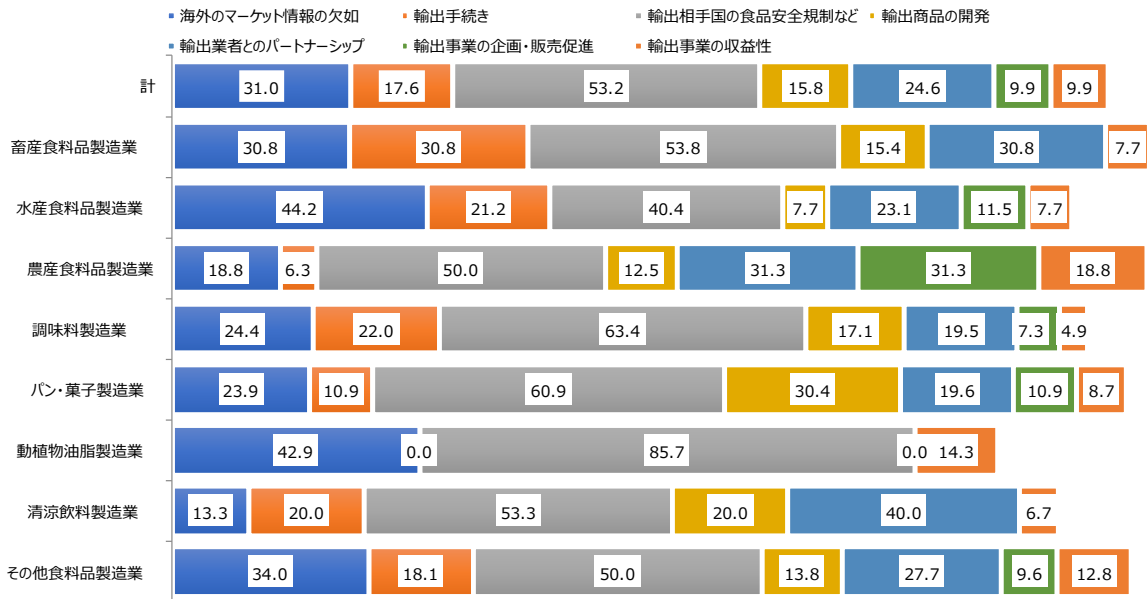
以上を踏まえると、食品安全規制、市場情報、サプライチェーンの構築に直面しており、収益性は大きな課題とはなっていない。このことから加工食品輸出市場の成長が期待される。

図 7-3 加工食品の輸出事業で直面する問題点と課題について



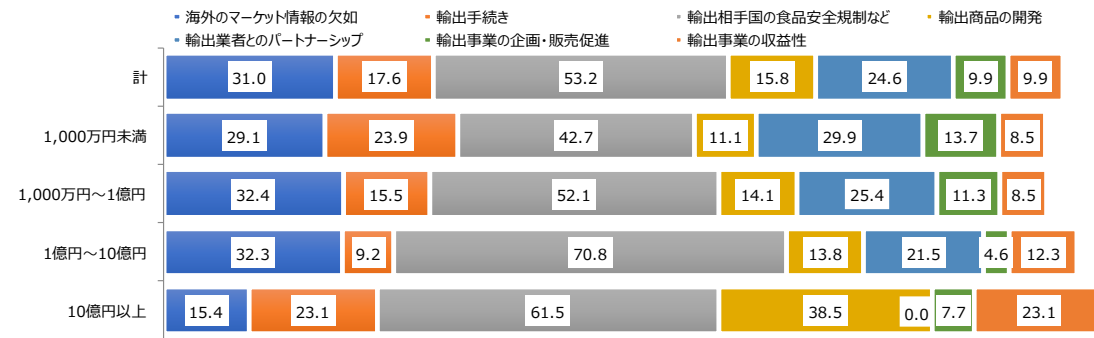
注：複数回答

図 7-4 加工食品の輸出事業で直面する問題点と課題について（業種別）



注：複数回答のため、業種別区分の計は100%にならない。

図 7-5 加工食品の輸出事業で直面する問題点と課題について（輸出額規模別）



注：複数回答のため、輸出額区分の計は100%にならない。