

農林水産省総合食料局補助事業
平成22年度食品産業構造調査

食品企業財務動向調査報告書

ーデフレ経済下の食品製造業における経営課題と対応策ー

平成23年3月
社団法人 食品需給研究センター

は し が き

食品製造業（食料品及び飲料）の平成 21 年出荷額は、29 兆 3 千億円（対前年比 0.9 %減）となっている。食品卸売業の平成 21 年販売額のうち、農畜産物・水産物が 34 兆 7 千億円（同 7.5 %減）、食料及び飲料が 45 兆 1 千億円（同 2.2 %増）となっている。また、食品小売業の平成 21 年販売額が 42 兆円（同 1.3 %増）、外食産業の市場規模が 23 兆 9 千億円（同 2.1 %減）となっている。このようにみると、食品産業は巨大な産業を形成していることがわかる。

近年、食品製造業をめぐる市場環境は、人口減少・少子高齢化が進むなか国内市場が縮小均衡に向かいつつあり、また、デフレ経済が顕著となっており、景気の回復が遅れている。このような状況下、食品製造業では原材料の変動が著しいなかにあつて、経営資源の選択と集中を一層すすめるなど競争力の強化が課題となっている。

さらに 3 月 11 日の東日本大震災により一部の食料品のサプライチェーンが破壊されるなど危機的な状況に追い込まれており、機能回復に向けて課題が山積している。

食品製造業の構造は、総じて大手企業と中小零細企業の二極集中が特徴である。今後、6 次産業化や食品産業の競争力強化など施策を展開していくためには、まず、食品産業の構造変化及び経営指標など統計・調査資料を整備し、その動向を分析することが必要である。

本調査は、農林水産省総合食料局補助事業「平成 22 年度食品産業構造調査－食品企業財務動向調査」として実施し、「食品企業財務動向調査報告書－デフレ経済下における食品製造業の経営課題と対応策－」として、とりまとめたものである。

本調査を実施するにあたり、アンケートやヒアリングにご協力いただいた食品製造業に対して、深く感謝を申し上げる次第である。また、調査内容の検討や分析とりまとめを担当していただいた調査委員各位には、深く感謝を申し上げる次第である。

なお、本調査報告書は、下記のホームページでご覧になれます。

「デフレ経済下の食品製造業における経営課題と対応策」

→ <http://www.fmric.or.jp/management/index.html>

「食品製造業の経営指標」

→ <http://www.fmric.or.jp/management/02.html>

平成 23 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

調査の課題と方法

第1部 加工食品の物価動向からみたデフレの現状	5
1 マクロ経済動向からみたデフレの概況	6
2 食料品・加工食品の物価動向からみたデフレの検証	8
3 食品製造業における原材料価格変動の影響	14
4 品目別にみた加工食品の物価変動	17
(1) 畜産食料品	17
(2) 水産食料品	23
(3) 農産加工品	27
(4) 製穀粉・同加工品	31
(5) 食用油脂・同加工品	37
(6) 調味料	39
(7) 大豆・同加工品	45
(8) 飲料	47
(9) 調理冷凍食品	50
第2部 デフレ経済下における食品製造業の経営課題と対応策	51
－アンケート結果－	
要約	52
I デフレ経済下における経営課題と対応策	56
1 価格動向とデフレの認識	59
(1) 主要原料の今期における仕入価格（前年同期比）の変化	59
(2) 主要製品の販売価格の変化	62
(3) デフレの認識とその影響	68
2 原料価格変動期（平成19年から22年）における経営の動向	76
(1) 原料価格上昇期（平成19、20年）における販売及び収益の動向	76
(2) 原料価格安定期（平成21、22年）における販売及び収益の動向	80
3 原料価格上昇期以降における経営改革の取組	84
(1) 原料価格上昇における安定調達やコスト削減の取り組み	84
(2) 製造販売におけるコスト削減・生産性向上の取組	94
(3) 製品開発・市場戦略の革新	100
4 今後の経営展開の方向	106
(参考) デフレ経済下における経営課題と対応策	110
－記述欄より－	
II 6次産業化の取組について	113
1 農林水産物の利用実態	113
2 地域資源を活用した取組状況	115
(1) 地域資源を活用した取組状況	115

(2) 地域資源活用の品目と産地名	117
3 地域資源を活用した取組の課題	123
4 地域資源を活用した今後の取組意向	127
補論	129
デフレ経済と食品関連企業の対応方向	130
木立 真直	
デフレ下における食品製造業の課題	143
－消費者物価指数・企業物価指数・輸入物価指数の連動性－	
小林 弘明	
景気不透明下における食品企業の経営戦略	148
芝崎 希美夫	

調査の課題と方法

1 調査の課題

(1) デフレ経済下の食品製造業における経営課題と対応策

- ① デフレ経済下の食品製造業における経営課題と対応策
 - ・ 価格動向とデフレの認識
 - ・ 原料価格変動期の経営動向
 - ・ 原料価格上昇以降の経営革新の取組
(原料調達革新、生産性向上、製品開発・市場戦略)
 - ・ 今後の経営展開方向
- ② 6次産業化の取組について
 - ・ 農林水産物の利用実態
 - ・ 地域資源を活用した取組状況
 - ・ 地域資源を活用した取組の課題
 - ・ 地域資源を活用した今後の取組意向

(2) 食品製造業の経営分析

- ① 食品製造業の経営指標
- ② 食品製造業の収益性と経営課題

2 調査の方法

食品製造業のアンケート

食品製造業の財務諸表データの購入による分析

3 調査委員会の開催

本調査を円滑に遂行するために、学識経験者や業界関係者により「食品企業財務動向調査委員会」を組織し、検討及び分析とりまとめを行った。

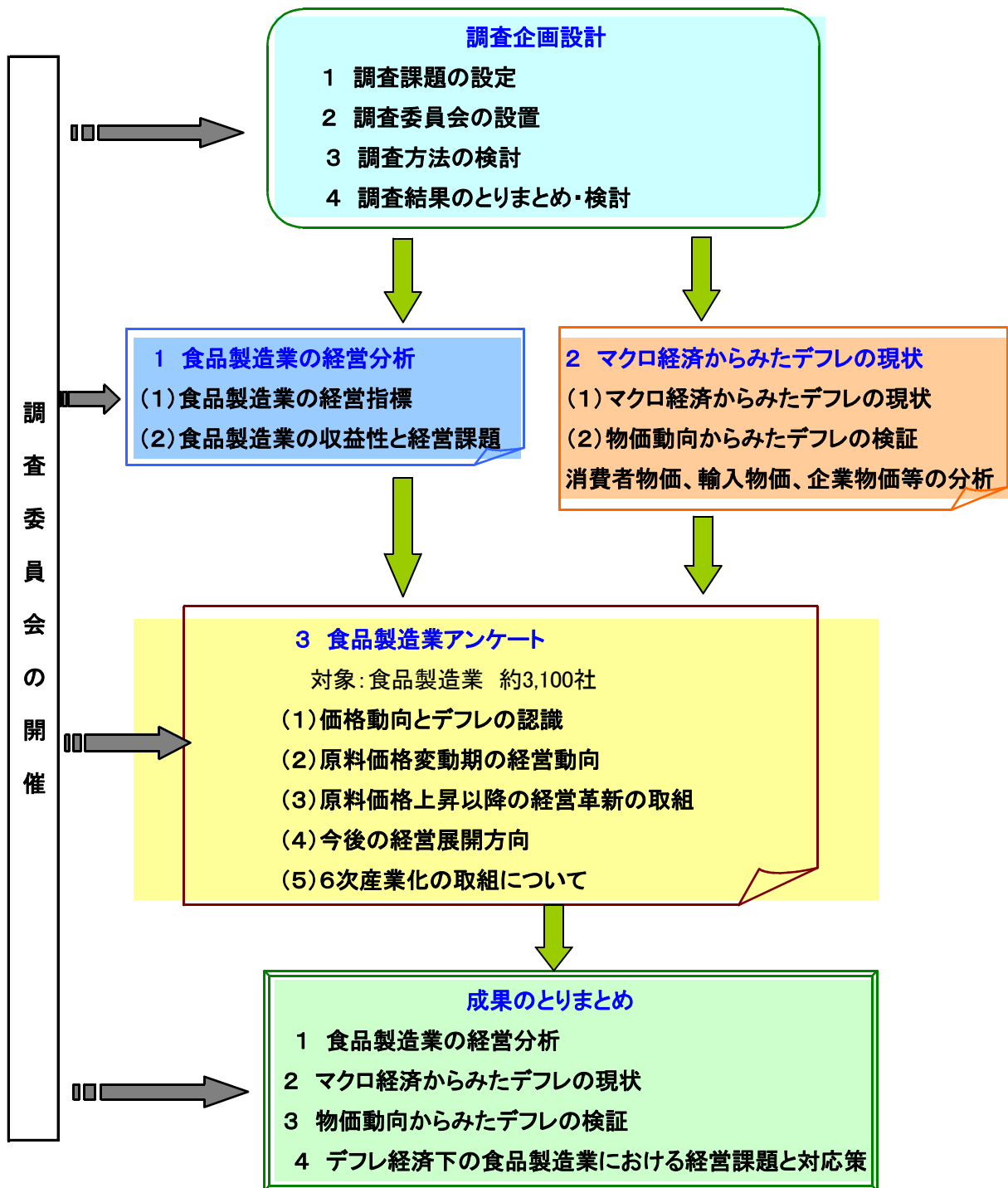
- 上田 善博 (日清オイリオグループ株式会社経営企画室長)
木立 真直 (中央大学商学部教授)
小林 弘明 (和光大学経済経営学部教授)
篠原 三典 (日本ハム株式会社経営企画部長)
○ 芝崎 希美夫 (元酪農学園大学教授)
福島 康夫 (山崎製パン株式会社購買本部次長)
- (五十音順) ○は座長

事務局

社団法人食品需給研究センター

- 関根 隆夫 (常務理事)
小野 一弘 (主任研究員)
小林 伸吉 (研究員)

図1 調査のフロー



「デフレ経済下の食品製造業における経営課題と対応策」の調査課題と方法

デフレの定義について

デフレという言葉は、物価下落や実体経済の状況により様々な概念で使用されているのが実態である。狭義の定義は、継続的な物価下落を指し、この場合、物価をはかる物差しとして、卸売物価指数より偏りが少ない消費者物価指数を用いて判断がなされている。

「2年以上の継続的な物価下落」	国際通貨基金（IMF）
「物価の持続的な下落」	内閣府「月例経済報告」2009年11月

一方、広義の定義としては、物価下落に伴う景気低迷・不況、さらにはデフレ・スパイラルのような物価下落と実体経済がスパイラル的に落ち込む状況まで広く使用されている。

（通貨収縮の意）物価が持続的に下落すること。企業の倒産、失業者の増大など不況や社会不安を伴うことが多い。（広辞苑）
一般的物価水準が継続的に下落しつづける現象。通貨の収縮、金融のこうそく、生産の縮小、失業の増加などが生じる。（大辞泉）

調査の課題と方法

（1）マクロ経済からみたデフレ判断

マクロ経済動向においてデフレ判断がどのようになされているのか確認した。特に直近10年間における日本経済におけるGDPデフレーターの動向、内閣府のデフレ判断について整理を行った。

（2）物価変動からみたデフレの検証

次に食料品・加工食品の物価変動について分析を行い、物価下落を検証した。消費者物価、企業物価、輸入物価、小売単価について総合及び品目別に下落実態について検証した。

（3）食品製造業アンケート

食品製造業がデフレ経済下における経済環境をどのように認識しているか。また、直面する経営課題についてどのような経営革新に取り組んでいるかなどについて調査分析を行うために、食品製造業3,100社を対象にアンケートを実施した。

調査項目は次のとおり。

- ① 価格動向とデフレの認識
 - ・ 主要原料の今期における仕入価格（前年同期比）の変化
 - ・ 主要製品の販売価格の変化
 - ・ 食品市場におけるデフレの認識
- ② 原料価格変動期（平成19年から22年）における経営の動向
 - ・ 原料価格上昇期（平成19, 20年）における販売及び収益の動向
 - ・ 原料価格安定期（平成21, 22年）における販売及び収益の動向
- ③ 原料価格上昇期以降における経営改革の取組
 - ・ 原料価格上昇における安定調達やコスト削減の取り組み
 - ・ 製造販売におけるコスト削減・生産性向上の取組
 - ・ 製品開発・市場戦略の革新
- ④ 今後の経営展開の方向など

図2 デフレ経済下の食品製造業における経営課題と対応策の調査フロー

