

グラフでみる加工食品の 生産・販売・外食等の指標



目次

< グラフでみる "コロナショック"からの再生 >

1. 加工食品の生産動向
2. 食品卸売業・食品小売業
3. 外食産業
4. 食料品の物価

< 今月のトピック >

－食品製造業アンケート－

国産原料を活用した加工食品輸出の現状と課題



1. 加工食品の生産動向 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

食品需給研究センターでは、食品製造業の月次生産動向について、調査・分析業務（農林水産省「食品産業動態調査」）として実施しています。

ここでは、加工食品の調査対象のうち、特に今般の新型コロナウイルス感染症の影響が大きい品目の生産動向（増減率、速報値）についてとりあげます。

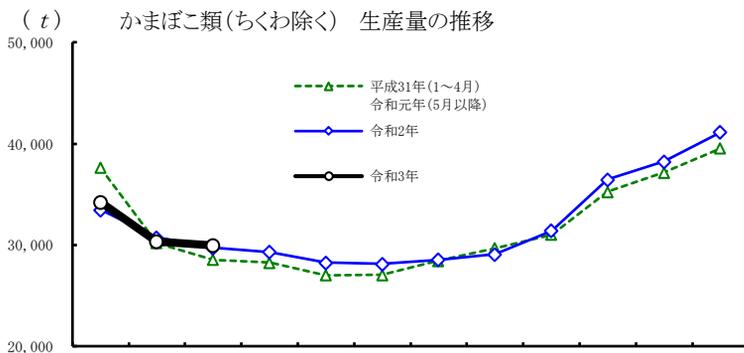
なお、詳細は、<https://www.fmric.or.jp/stat/index.html>

「食品製造業の生産動向」をご覧ください。

○ かまぼこ類

生産量 対前年同月比

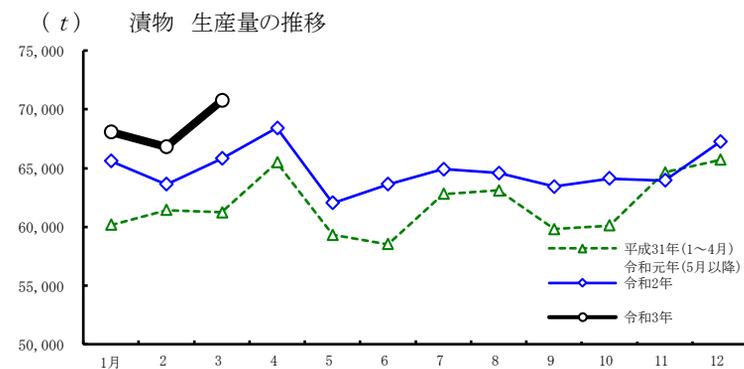
3月 0.7% 増加



○ 漬物

生産量 対前年同月比

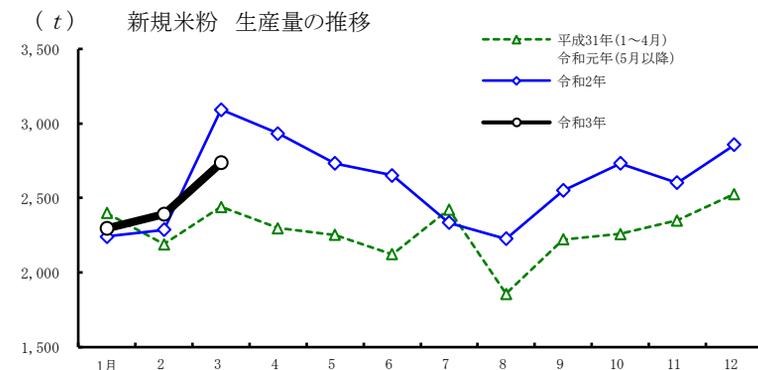
3月 7.5% 増加



○ 新規米粉

生産量 対前年同月比

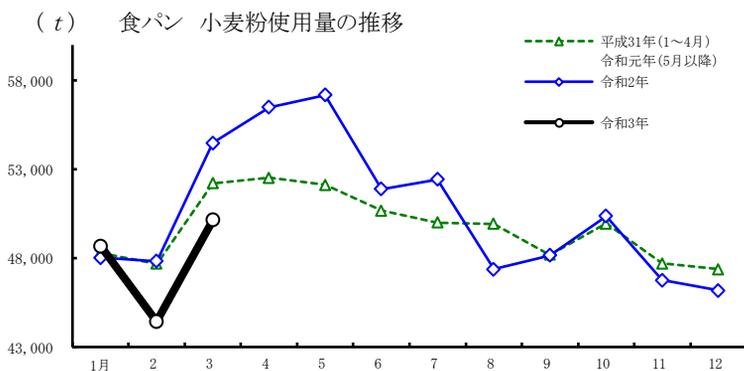
3月 11.5% 減少



○ 食パン

小麦粉使用量 対前年同月比

3月 7.9% 減少

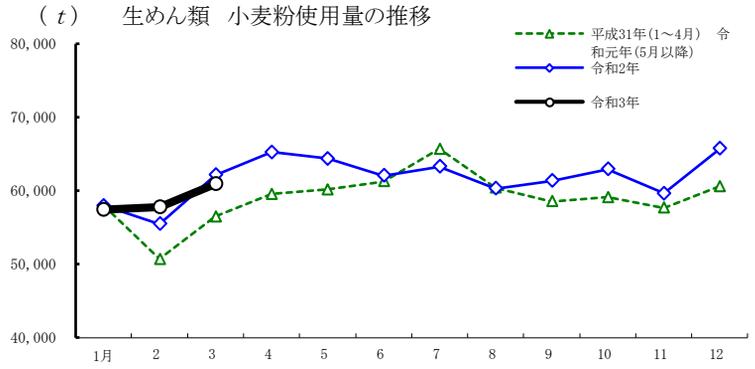


1. 加工食品の生産動向 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ 生めん類

小麦粉使用量 対前年同月比

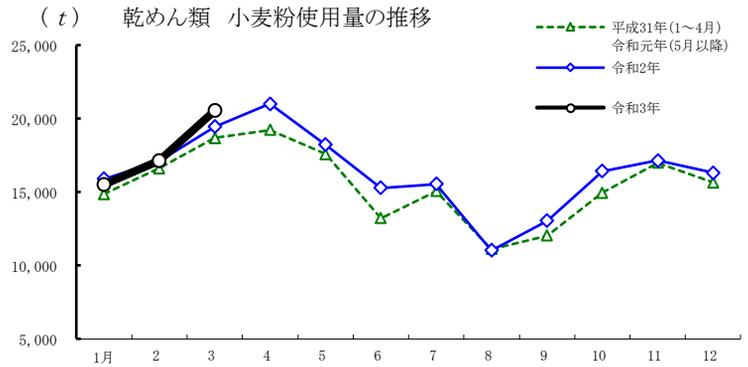
3月 2.0% 減少



○ 乾めん類

小麦粉使用量 対前年同月比

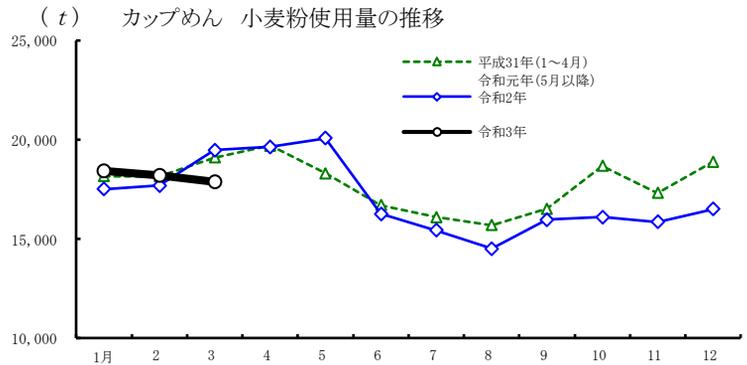
3月 5.8% 増加



○ 即席カップめん

小麦粉使用量 対前年同月比

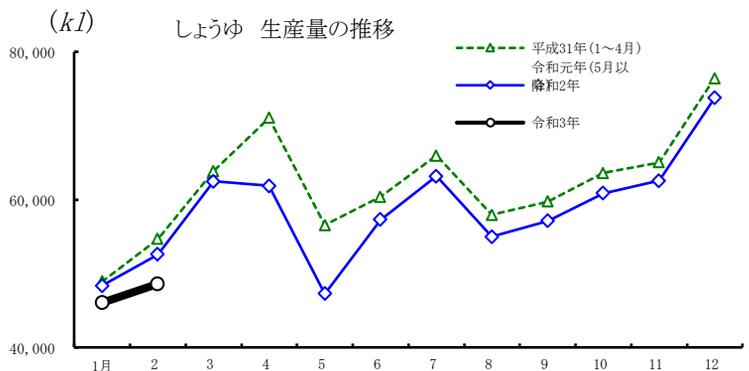
3月 8.1% 減少



○ しょうゆ

生産量 対前年同月比

2月 7.6% 減少

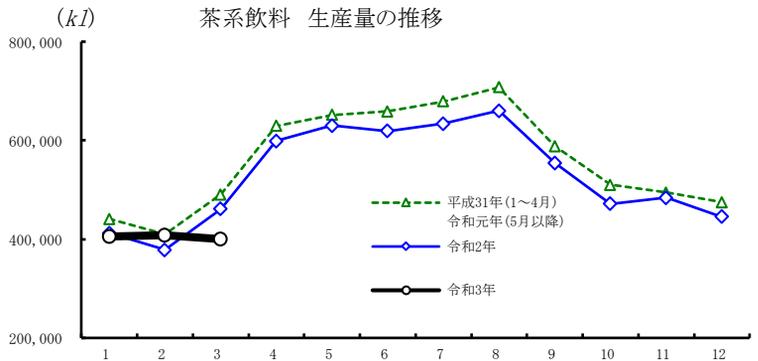


1. 加工食品の生産動向 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ 茶系飲料等

生産量 対前年同月比

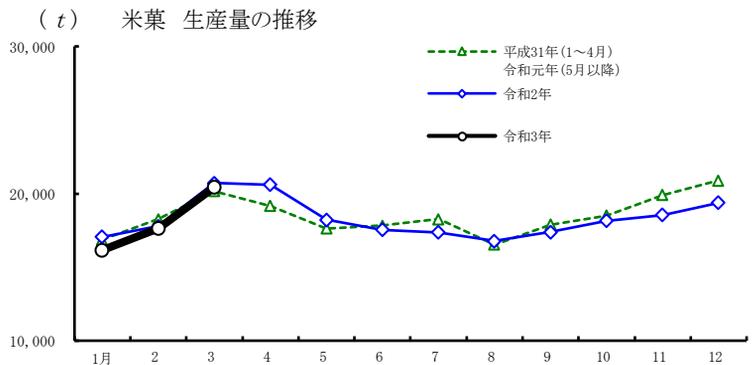
3月 13.2% 減少



○ 米菓

生産量 対前年同月比

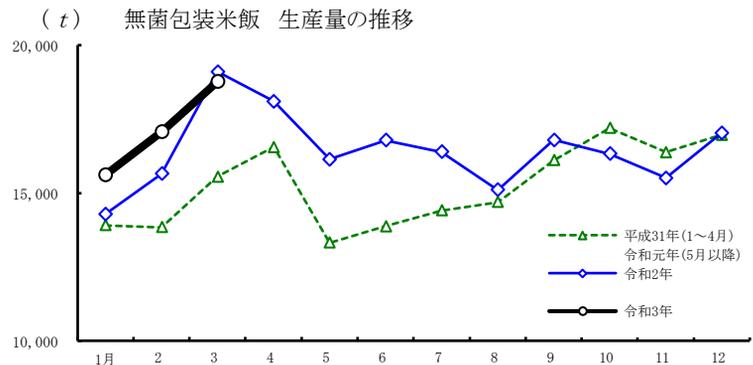
3月 1.4% 減少



○ 無菌包装米飯

生産量 対前年同月比

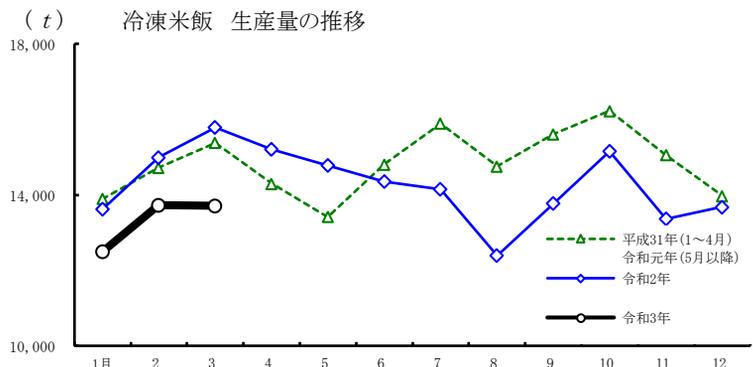
3月 1.7% 減少



○ 冷凍米飯

生産量 対前年同月比

3月 13.2% 減少



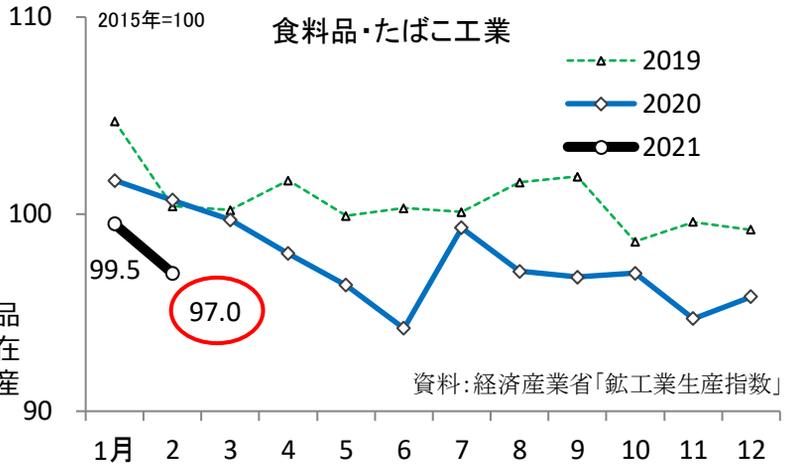
<参考> 食料品・たばこ工業の生産動向
(経済産業省「鉱工業生産指数」より)

○ 食料品・たばこ工業

生産指数 対前年同月比

2月 3.7% 低下

※経済産業省「鉱工業生産指数」は、鉱工業製品を生産する国内の事業所における生産、出荷、在庫に係る諸活動の統計。食品製造業の月次の生産動向について、みることができます。



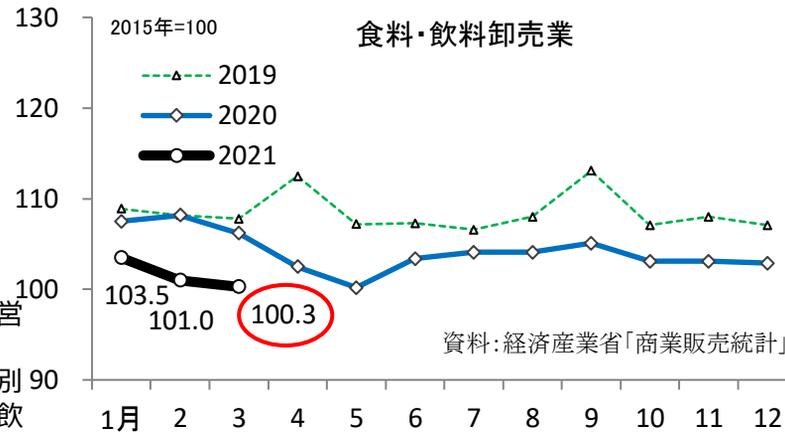
2. 食品卸売業・食品小売業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ 食料・飲料卸売業

売上高 対前年同月比

3月 5.6% 減少

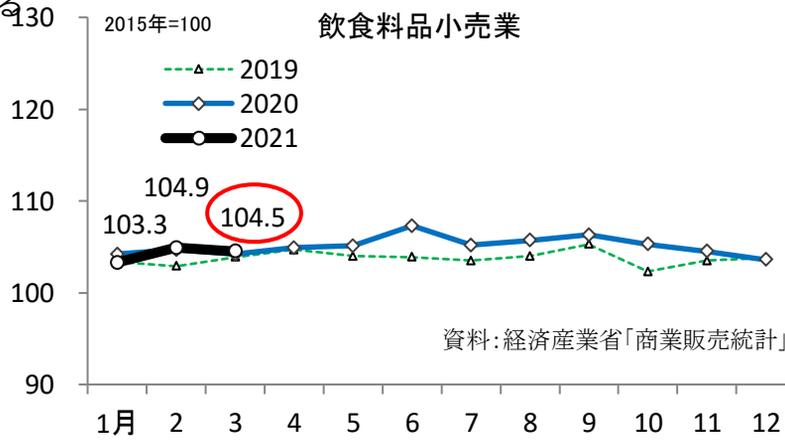
経済産業省「商業販売統計」は、全国の商業を営む事業所及び企業の販売活動の統計。具体的には、卸売業、小売業及び小売業の業態別(スーパー、コンビニエンスストア、百貨店の飲食料品都等の売上高(月次速報)について、みることができます。(以下、続きます。)



○ 飲食料品小売業

売上高 対前年同月比

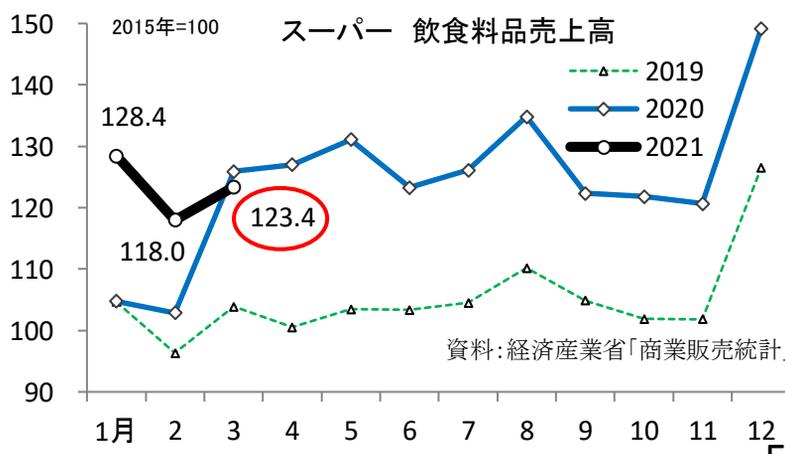
3月 0.3% 増加



○ スーパー

飲食料品売上高 対前年同月比

3月 2.0% 減少

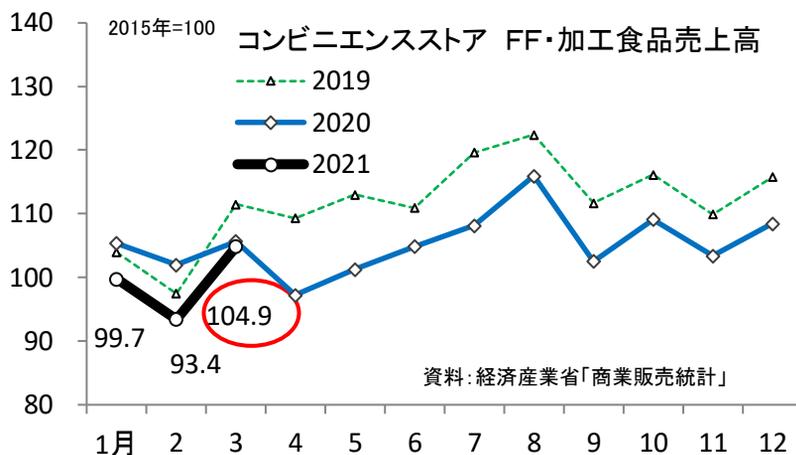


2. 食品卸売業・食品小売業 <グラフでみる"コロナショック"からの再生>

○ コンビニエンスストア

FF・加工食品売上高 対前年同月比

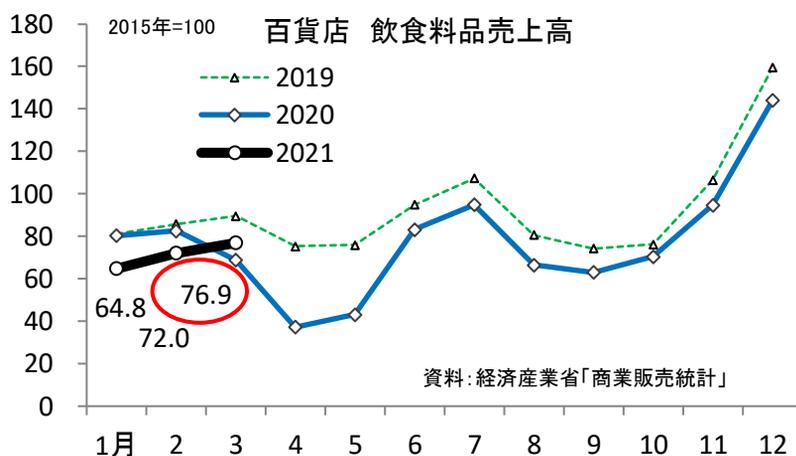
3月 0.7% 減少



○ 百貨店

飲食料品売上高 対前年同月比

3月 11.9% 増加



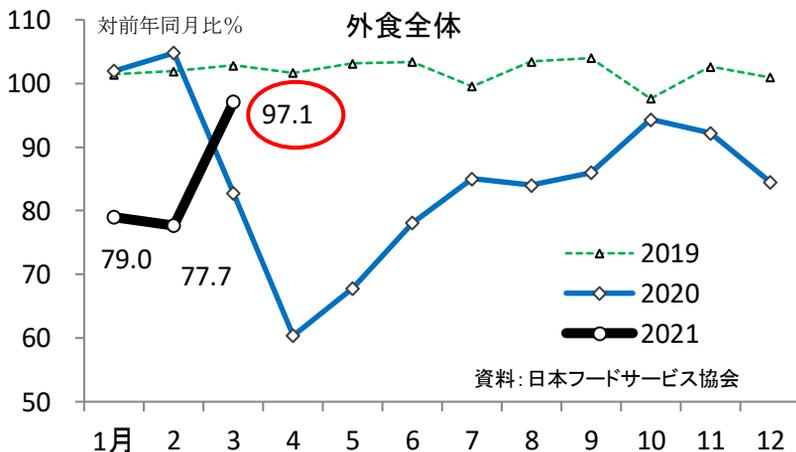
3. 外食産業 <グラフでみる"コロナショック">

一般社団法人日本フードサービス協会の「外食産業市場動向調査」は、外食チェーン企業203社約3万9千店の売上高等についての業態別の統計。直近の売上動向がわかります。(以下、続きます。)

○ 外食全体

全店売上高 対前年同月比

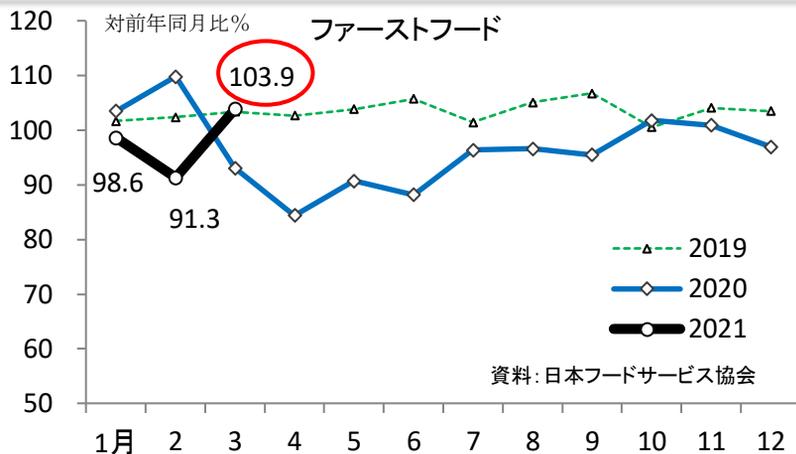
3月 2.9% 減少



○ ファーストフード

全店売上高 対前年同月比

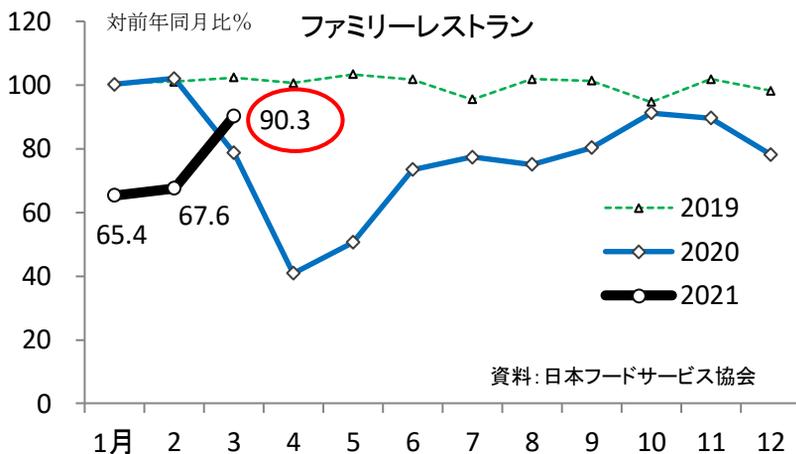
3月 3.9% 増加



○ ファミリーレストラン

全店売上高 対前年同月比

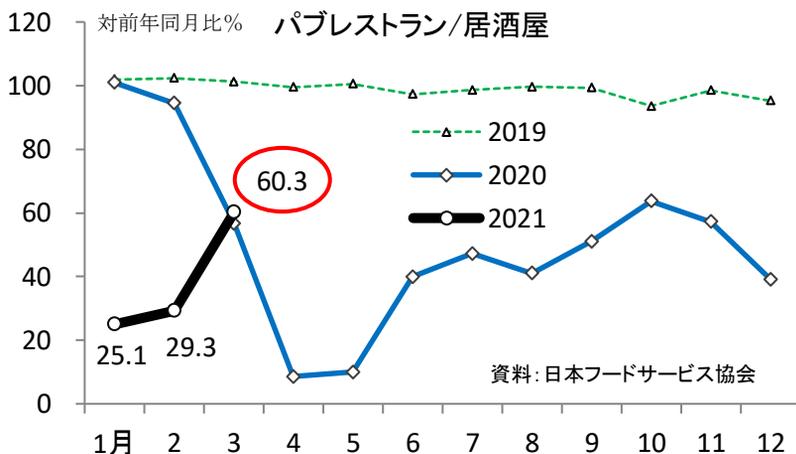
3月 9.7% 減少



○ パブレストラン/居酒屋

全店売上高 対前年同月比

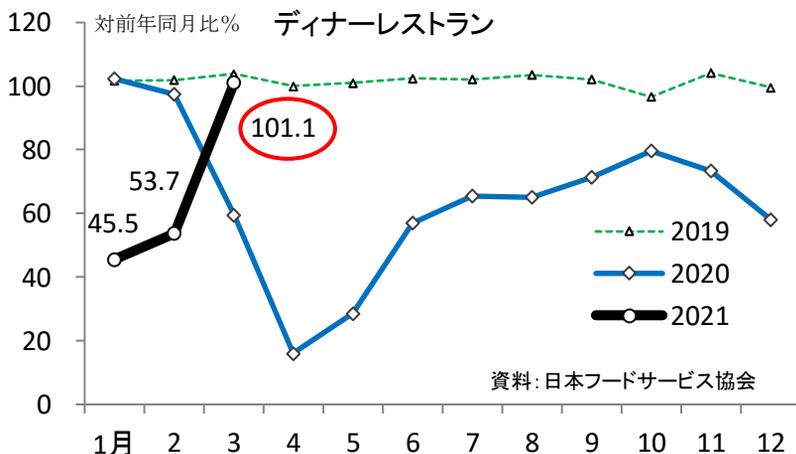
3月 39.7% 減少



○ ディナーレストラン

全店売上高 対前年同月比

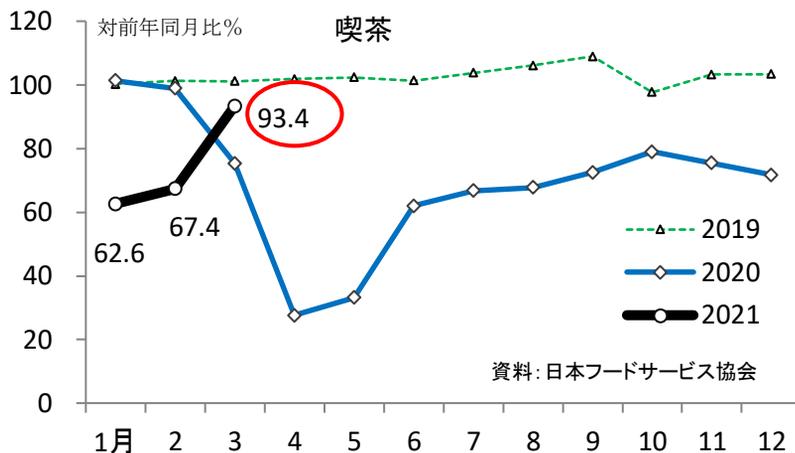
3月 1.1% 増加



○ 喫茶

全店売上高 対前年同月比

3月 6.6% 減少



4. 食料品の物価

○ 企業物価指数

企業物価指数は、企業間で取引される品質を固定した商品（財）の価格を継続的に調査し、現在時点の価格を、基準時点（2015年）の価格を100として、指数化したもの。

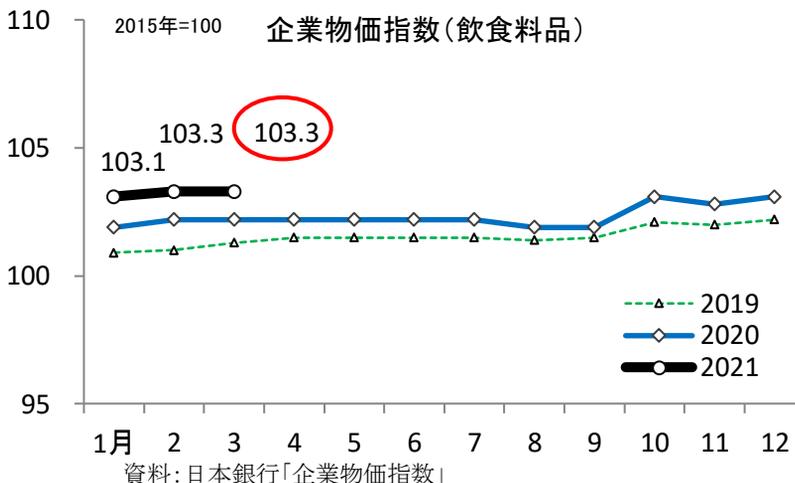
このうち、食品製造業（飲食料品）の出荷販売価格について、みることができます。

資料：日本銀行「企業物価指数」

○ 企業物価指数
(飲食料品)

飲食料品 対前年同月比

3月 1.1% 上昇



○ 消費者物価指数

消費者物価指数は、全国の世帯が購入する財及びサービスの価格変動を総合的に測定し、物価の変動を時系列的に測定するもの。

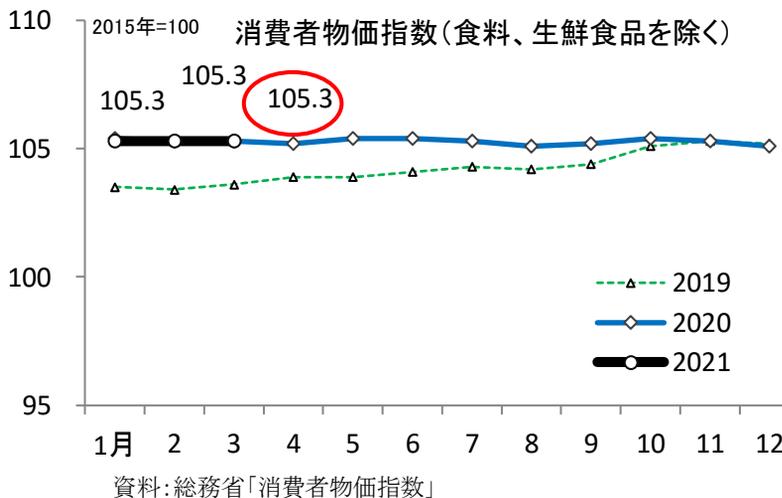
このうち、食料（生鮮食品を除く）について、みることができます。

資料：総務省「消費者物価指数」

○ 消費者物価指数
(食料(生鮮食品除く))

食料 対前年同月比

3月 0.0% 前年並み



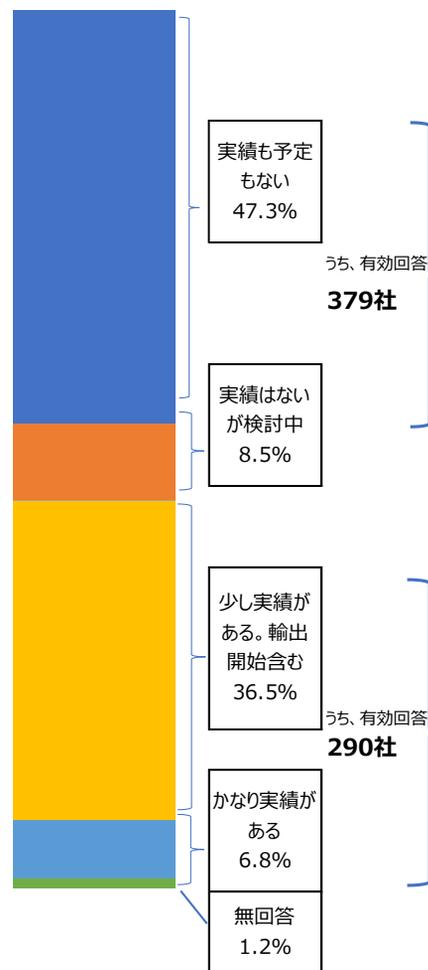
要約

【食品製造業の輸出取組概況】

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、現在、輸出実績なしが56%（391社）、輸出実績ありが43%（303社）あった。

輸出実績があり、うち輸出額が判明している271社についてみると、輸出額1千万円未満が44%、1千万以上1億円未満が27%、1億円以上5億円未満が19%であった。また、輸出事業のライフサイクルについてみると、導入期及び成長期が半数を超えることから、輸出市場は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。

食品製造業 702社



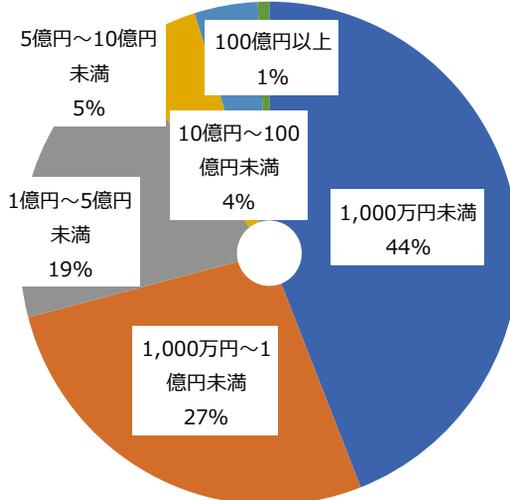
輸出に取り組まない理由

単位：%



輸出額（直近1年、1社当たり）

単位：%



輸出事業のライフサイクルについて

単位：%



輸出事業の収益性

単位：%



【国産原料を使用した加工食品の輸出市場の現状】

加工食品の主な輸出品目・商品の主原料に占める国産原料の使用量割合は、9割以上が43%であった。また、主な輸出品目・商品の現地販売価格と比較すると、平均2.2倍であった。

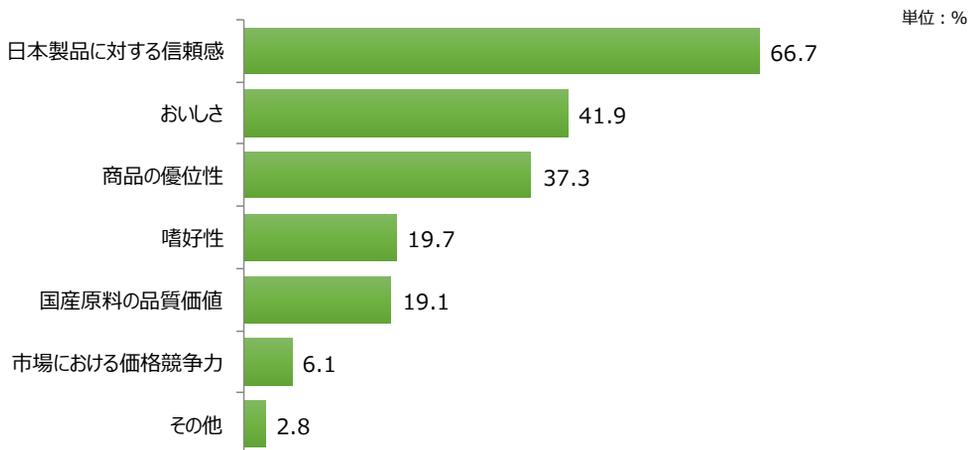
主な輸出商品の輸出国における市場獲得の要因は、「日本製品に対する信頼感」であり、国産原料の価値やおいしさを含めて、大きいことがうかがえる。

今後の輸出可能性についてみると、「拡大の余地がある」が半数を超え、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。成長の余地が大きいとみていることがわかる。

主な輸出商品の主原料に占める国産原料の使用量割合 → 9割以上が43%

主な輸出商品の現地販売価格との比較 → 2.2倍

主な輸出商品の輸出国における市場獲得の要因



主な輸出商品の今後の輸出可能性について



商品開発における国産原料使用上の課題

