

食品産業動向調査結果

- 1 食品産業の景況について
- 2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響について
- 3 国内産地との取引について

調査要領

調査時点 令和2年7月1日

調査方法 調査票による郵送アンケート調査

調査対象企業

公庫取引先を含む全国の食品関係企業 6,835社

有効回収数 2,771社（回収率：40.5%）

＜内訳＞	食品製造業	1,773社
	食品卸売業	685社
	食品小売業	227社
	飲食業	86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 (<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」の順をご覧ください。

＜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 03-3270-5585

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2年9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

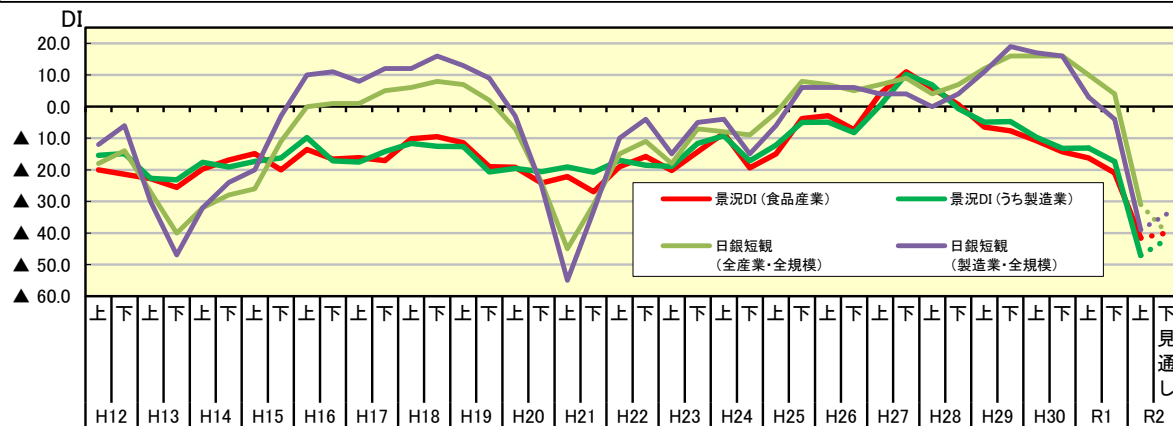
景況DI（景況DIは、売上高DI、経常利益DI、資金繰りDIを単純平均して算出）

【実績】

- 令和2年上半期の食品産業の景況DIは前回（令和元年下半期）調査より20.6ポイント低下し、▲41.6となった。

【見通し】

- 食品産業の景況DIの令和2年下半期見通しは、1.6ポイント上昇し、▲40.0となる見通し。



半期	平成27年 上半期	平成27年 下半期	平成28年 上半期	平成28年 下半期	平成29年 上半期	平成29年 下半期	平成30年 上半期	平成30年 下半期	令和元年 上半期	令和元年 下半期	令和2年 上半期	令和2年 下半期 見通し
食品産業	4.0	11.0	5.9	0.6	▲6.5	▲7.7	▲10.8	▲14.3	▲16.3	▲21.0	▲41.6(-20.6)	▲40.0(+1.6)
うち製造業	0.3	10.2	6.9	▲0.7	▲4.9	▲4.7	▲9.7	▲13.2	▲13.1	▲17.4	▲47.1(-29.7)	▲42.0(+5.1)

()は前回との差

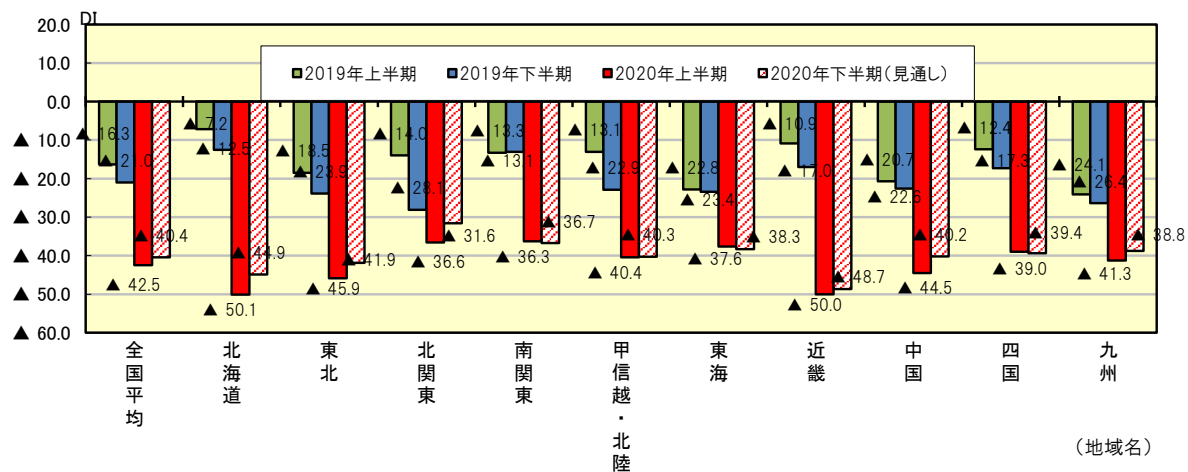
地域別景況DI

【実績】

- 令和2年上半期の地域別DIは、すべての地域が▲36.3～▲50.1の幅でマイナス値となり、北海道、近畿、南関東の順に低下幅が大きくなった。

【見通し】

- 先行き令和2年下半期の地域別景況DIは、南関東、東海、四国以外の地域でマイナス幅が縮小するものの、大幅なマイナス値が続く見通し。



(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

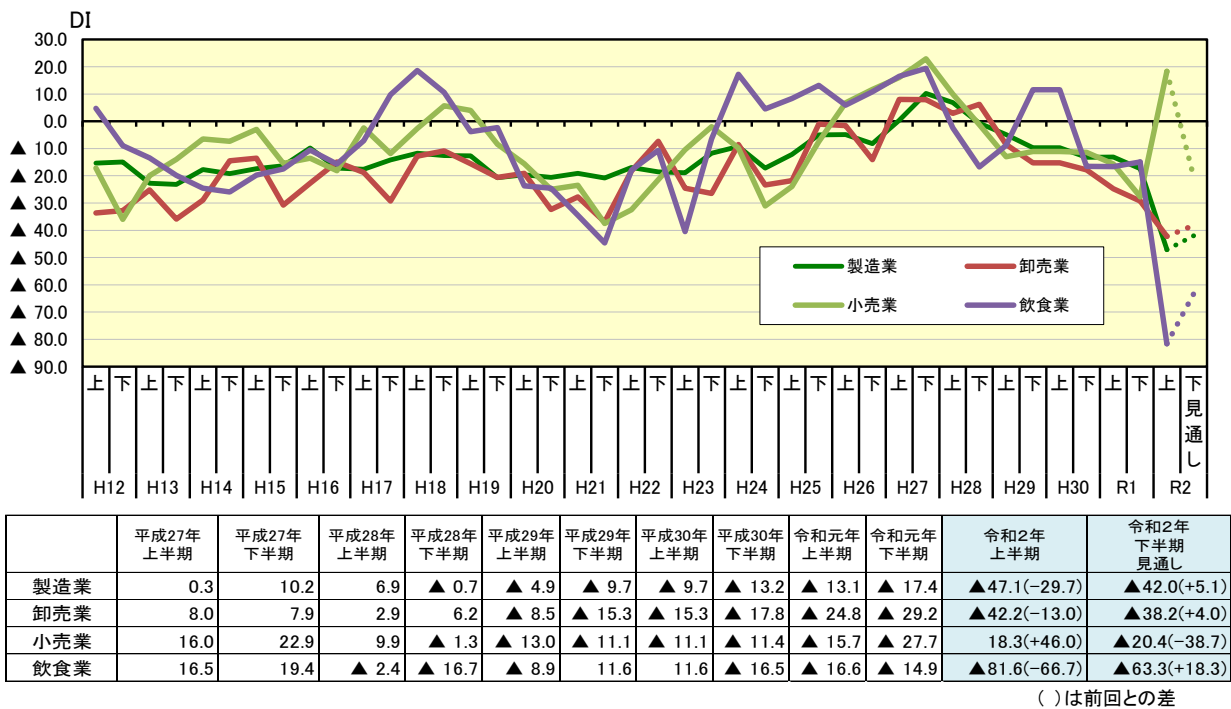
中国……鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

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）

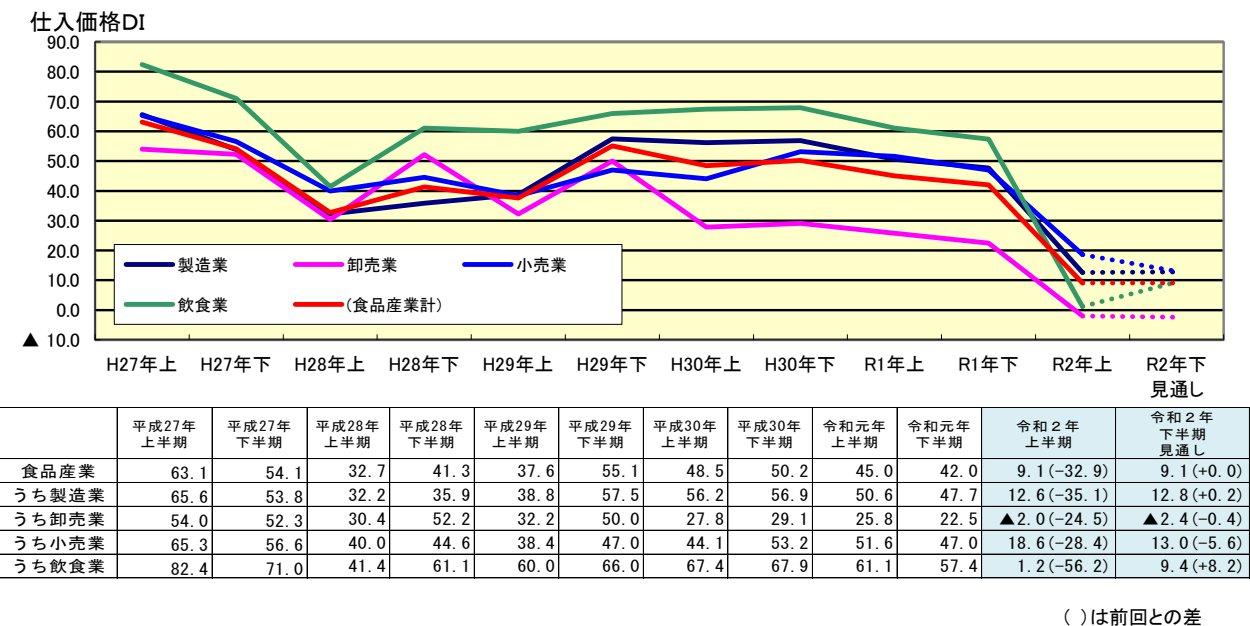
業種別景況DI

- 令和2年上半期の業種別の景況DIは、製造業、卸売業、飲食業でマイナス幅が拡大した。一方、小売業では、令和元年下半期から46.0ポイント上昇し、18.3とプラス値に転じた。
- 令和2年下半期の業種別の景況DIは、製造業、卸売業、飲食業でマイナス幅が縮小。小売業では令和2年上半期から38.7ポイント低下し、▲20.4と再びマイナス値となる見通し。



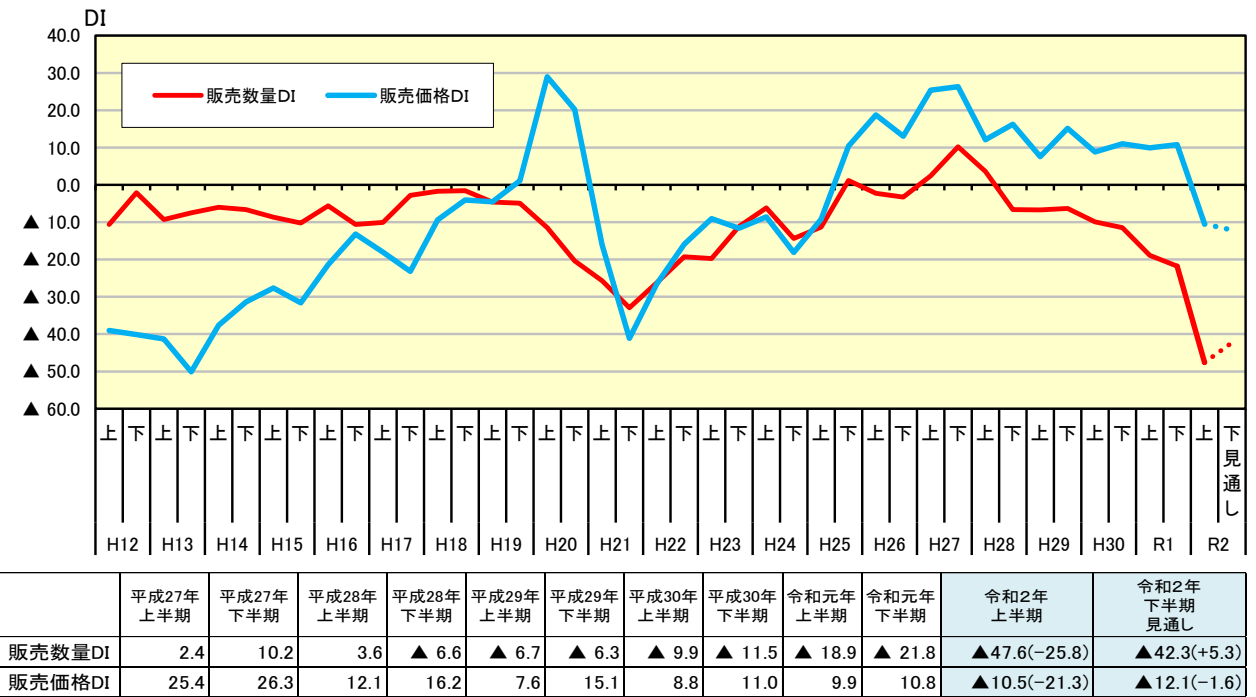
仕入価格DI (「上昇」の割合から「低下」の割合を引いた値)

- 令和2年上半期の仕入価格DIは32.9ポイント低下し9.1となった。
- 令和2年下半期の仕入価格DIは上期と変わらず9.1となる見通し。



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)

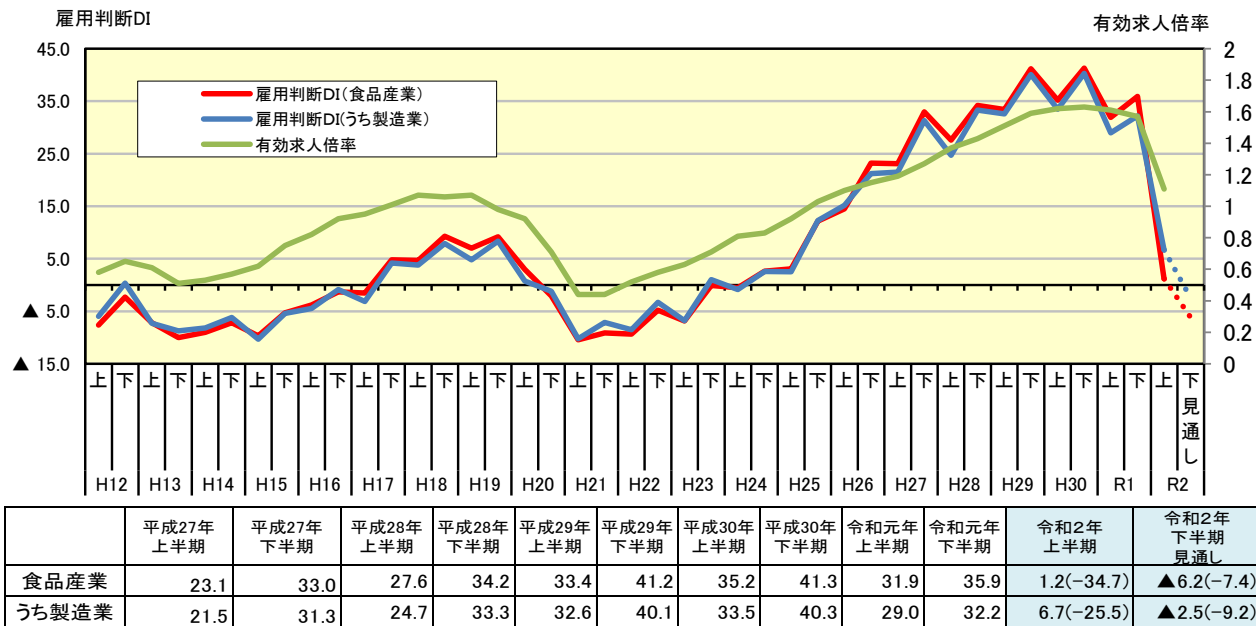
- 【販売数量】
- 令和2年上半期の販売数量DIは25.8ポイント低下し、▲47.6となった。
 - 令和2年下半期の販売数量DIは5.3ポイント上昇し▲42.3となる見通し。
- 【販売価格】
- 令和2年上半期の販売価格DIは21.3ポイント低下し、▲10.5となった。
 - 令和2年下半期の販売価格DIは1.6ポイント低下し▲12.1となる見通し。



()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)

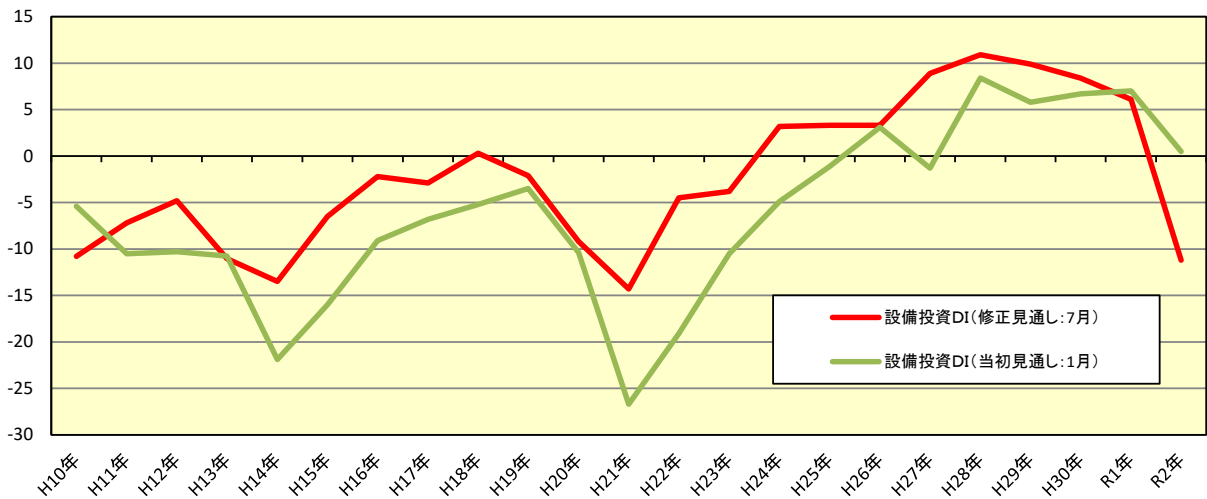
- 令和2年上半期の雇用判断DIは34.7ポイント低下し1.2となり、労働力の不足感は解消しつつある。
- 令和2年下半期の雇用判断DIは7.4ポイント低下し▲6.2となり、労働力は不足から過剰に転換する見通し。



()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(令和2年7月時点の令和2年通年の設備投資見通し)は▲11.2となり、9年ぶりにマイナス値となった。



(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の数値となりやすい。

	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	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
設備投資DI (修正見通し:7月)	▲ 14.3	▲ 4.5	▲ 3.8	3.2	3.3	3.3	8.9	10.9	9.9	8.4	6.1	▲11.2(−17.3)
設備投資DI (当初見通し:1月)	▲ 26.7	▲ 19.1	▲ 10.5	▲ 4.9	▲ 1.1	3.1	▲ 1.3	8.4	5.8	6.7	7.0	0.5(−6.5)

()は前回との差

【参考】景況DI（業種別詳細）

業種／業態		景況		売上高		経常利益		資金繰り	
		令和2年 上半期	令和2年 下半期	令和2年 上半期	令和2年 下半期	令和2年 上半期	令和2年 下半期	令和2年 上半期	令和2年 下半期
製 造 業	食 肉 加 工 品	▲ 40.4	▲ 30.8	▲ 43.0	▲ 32.3	▲ 45.3	▲ 32.5	▲ 33.0	▲ 27.6
	牛 乳 ・ 乳 製 品	▲ 24.6	▲ 2.2	▲ 32.9	1.4	▲ 23.3	▲ 1.3	▲ 17.6	▲ 6.7
	水 産 食 品	▲ 45.7	▲ 37.4	▲ 60.6	▲ 45.3	▲ 51.1	▲ 44.6	▲ 25.4	▲ 22.3
	農 産 保 存 食 品	▲ 46.0	▲ 45.9	▲ 49.3	▲ 42.9	▲ 53.4	▲ 55.7	▲ 35.3	▲ 39.1
	調 味 料	▲ 52.4	▲ 43.7	▲ 62.1	▲ 48.7	▲ 59.6	▲ 50.4	▲ 35.6	▲ 31.9
	糖 類	▲ 30.0	▲ 40.0	▲ 40.0	▲ 60.0	▲ 30.0	▲ 40.0	▲ 20.0	▲ 20.0
	精 穀 ・ 製 粉	▲ 45.0	▲ 45.4	▲ 51.8	▲ 52.7	▲ 53.7	▲ 50.9	▲ 29.6	▲ 32.7
	パ ン	▲ 42.2	▲ 26.5	▲ 61.8	▲ 29.4	▲ 47.1	▲ 32.4	▲ 17.6	▲ 17.6
	菓 子	▲ 58.9	▲ 53.2	▲ 64.1	▲ 57.7	▲ 67.0	▲ 58.7	▲ 45.7	▲ 43.1
	油 脂	▲ 66.7	▲ 52.6	▲ 85.0	▲ 47.4	▲ 65.0	▲ 63.1	▲ 50.0	▲ 47.4
	め ん 類	▲ 16.5	▲ 33.6	▲ 4.4	▲ 31.4	▲ 18.2	▲ 37.9	▲ 26.9	▲ 31.4
	冷 凍 食 品	▲ 34.3	▲ 34.3	▲ 40.3	▲ 38.8	▲ 40.3	▲ 38.8	▲ 22.4	▲ 25.3
	炊 飯 ・ そ う 菜	▲ 61.3	▲ 46.3	▲ 65.9	▲ 47.8	▲ 69.0	▲ 52.3	▲ 48.9	▲ 38.7
	飲 料	▲ 49.1	▲ 56.0	▲ 57.6	▲ 69.0	▲ 59.3	▲ 63.8	▲ 30.5	▲ 35.1
	酒 類	▲ 76.7	▲ 69.7	▲ 89.2	▲ 77.2	▲ 85.7	▲ 76.6	▲ 55.1	▲ 55.4
	そ の 他	▲ 33.7	▲ 33.0	▲ 35.4	▲ 34.7	▲ 40.0	▲ 37.4	▲ 25.7	▲ 26.9
(製造業) ①		▲ 47.1	▲ 42.0	▲ 54.1	▲ 45.8	▲ 53.4	▲ 47.7	▲ 33.8	▲ 32.5
卸 売 業	各 種 商 品	▲ 55.9	▲ 41.6	▲ 67.5	▲ 45.2	▲ 66.3	▲ 49.4	▲ 33.8	▲ 30.1
	穀 類 ・ 豆 類	▲ 36.8	▲ 33.4	▲ 42.1	▲ 42.1	▲ 54.4	▲ 42.1	▲ 14.0	▲ 16.1
	青 果 物	▲ 13.7	▲ 19.4	▲ 12.8	▲ 19.7	▲ 16.0	▲ 23.4	▲ 12.3	▲ 15.2
	食 肉	▲ 61.3	▲ 47.3	▲ 70.9	▲ 53.2	▲ 74.2	▲ 54.8	▲ 38.7	▲ 33.9
	生 鮮 魚 介	▲ 64.2	▲ 47.1	▲ 85.7	▲ 54.8	▲ 76.0	▲ 51.2	▲ 30.9	▲ 35.2
	そ の 他 生 鮮 品	▲ 76.7	▲ 72.2	▲ 93.3	▲ 83.3	▲ 86.7	▲ 80.0	▲ 50.0	▲ 53.3
	そ の 他 飲 食 品	▲ 46.2	▲ 51.7	▲ 58.4	▲ 64.0	▲ 56.0	▲ 61.6	▲ 24.2	▲ 29.6
(卸売業) ②		▲ 42.2	▲ 38.2	▲ 51.4	▲ 43.8	▲ 51.1	▲ 44.6	▲ 24.2	▲ 26.2
② 関 係 業 者 市 場	うち市場開設兼卸売	▲ 39.8	▲ 37.8	▲ 51.2	▲ 42.7	▲ 43.9	▲ 43.9	▲ 24.3	▲ 26.8
	うち市場卸売	▲ 42.9	▲ 31.0	▲ 57.2	▲ 35.9	▲ 50.0	▲ 35.4	▲ 21.6	▲ 21.6
	うち市場仲卸	▲ 23.7	▲ 34.3	▲ 22.2	▲ 39.4	▲ 30.5	▲ 39.4	▲ 18.5	▲ 24.0
(小売業) ③		18.3	▲ 20.4	22.9	▲ 21.4	24.9	▲ 23.4	7.2	▲ 16.5
(飲食業) ④		▲ 81.6	▲ 63.3	▲ 91.9	▲ 69.4	▲ 85.9	▲ 65.1	▲ 67.0	▲ 55.3
(食品産業計) ①～④計		▲ 41.6	▲ 40.0	▲ 48.3	▲ 44.0	▲ 47.4	▲ 45.5	▲ 29.2	▲ 30.4

お天気マークは、DI値によって次のとおりとしています。

≤ -20 < ≤ -5 < < 5 ≤ < 20 ≤

2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響について

新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響

- 新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響(図1)は、製造業で75.1%、卸売業で71.1%、小売業で34.4%、飲食業で95.3%がマイナスの影響が出ていると回答。
- 小売業では、過半数(56.4%)が「プラスの影響がでている」と回答。
- 製造業を売上規模別にみると(図2)、売上規模が小さいほど、マイナスの影響が出ていると回答する割合が高くなった。

図1 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

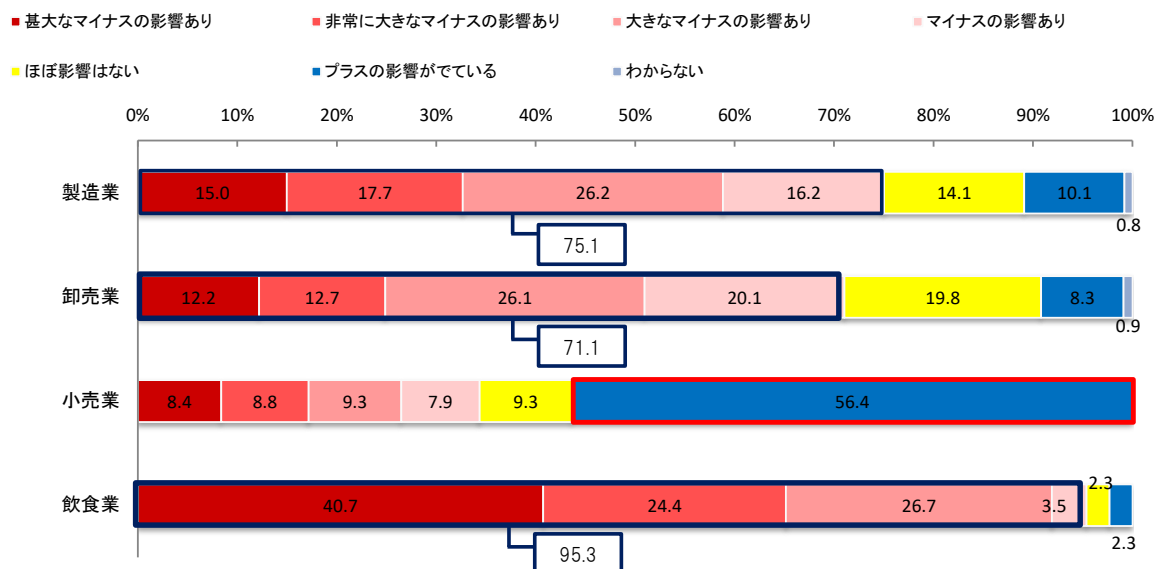
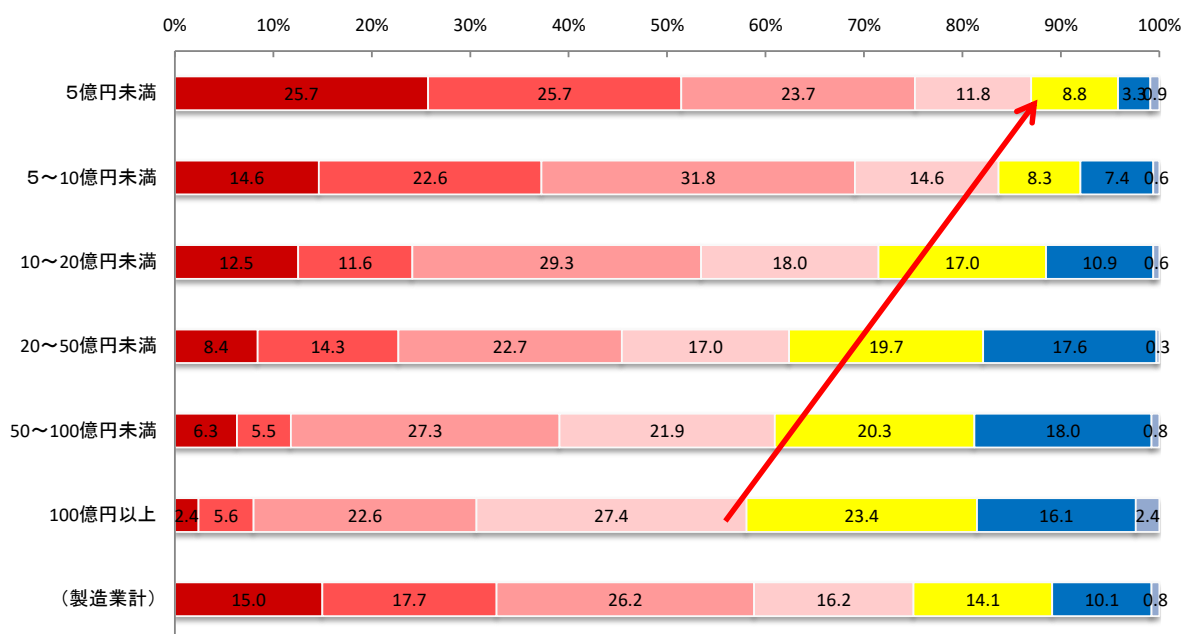


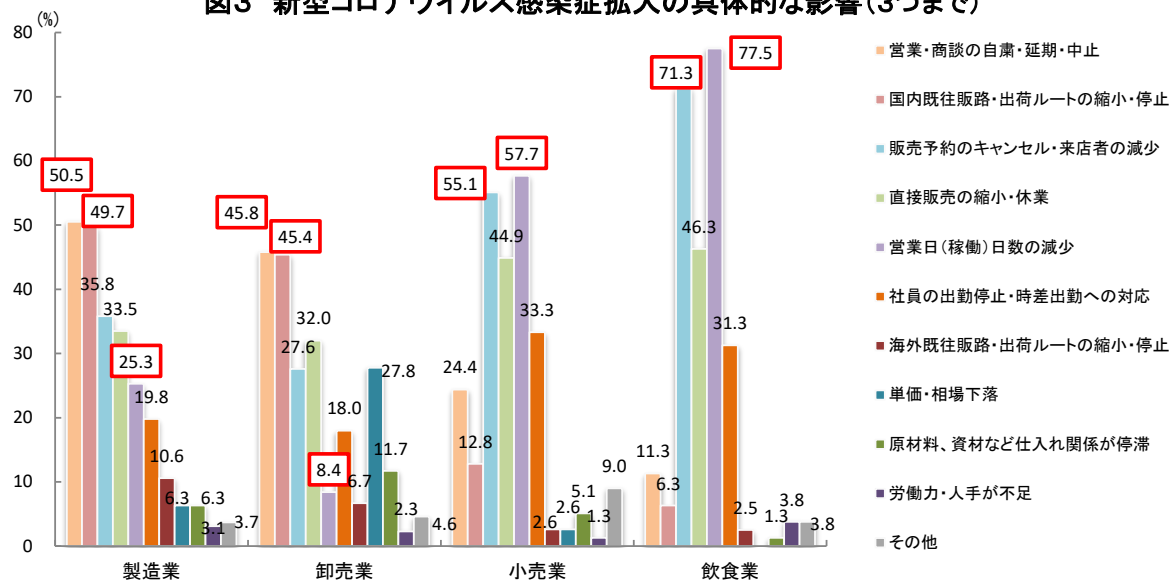
図2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響(製造業 売上規模別)



新型コロナウイルス感染症拡大による具体的な影響

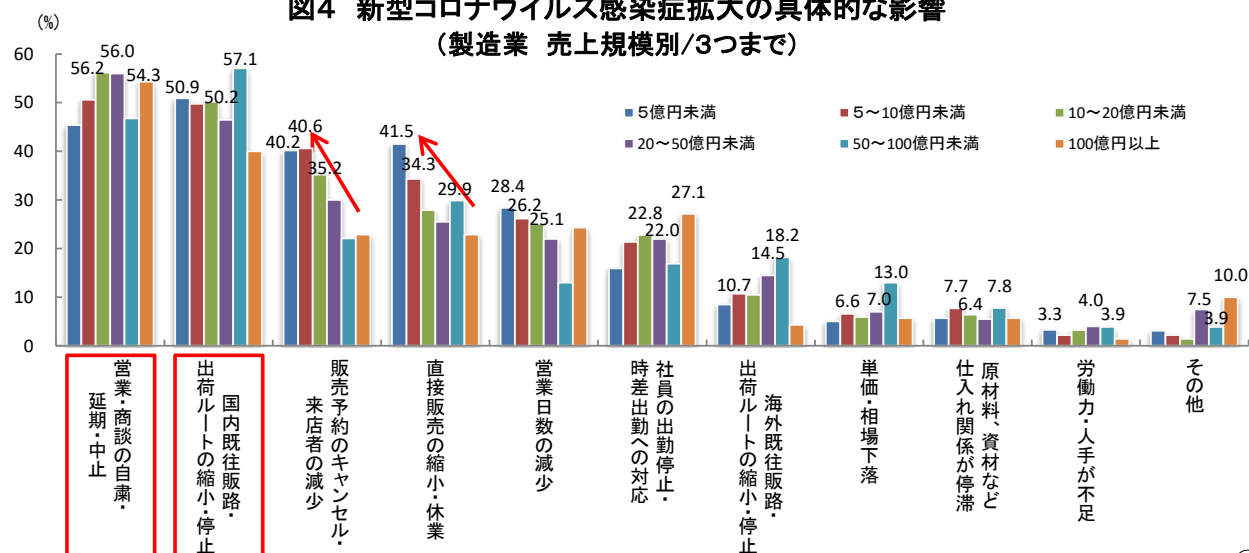
- 新型コロナウイルス感染症拡大による売上高へのマイナスの影響がでていると回答した人に、具体的な影響内容を聞いたところ(図3)、製造業と卸売業では「営業・商談の自粛・延期・中止」が最も高く、次いで「国内既往販路・出荷ルート・の縮小・停止」となった。小売業と飲食業では「営業日(稼働)日数の減少」が最も高く、次いで「販売予約のキャンセル・来店者の減少」となった。
- 製造業を売上規模別にみると(図4)、規模に関わらず「国内既往販路・出荷ルート・の縮小・停止」、「営業・商談の自粛・延期・中止」が上位となった。
- 図2にて売上規模が小さいほどマイナスの影響が出ているという結果になったが、これは、売上規模が小さいほど「直接販売の縮小・休業」、「販売予約のキャンセル・来店者の減少」による影響を受けていることが一因と考えられる(図4)。

図3 新型コロナウイルス感染症拡大の具体的な影響(3つまで)



	製造業	卸売業	小売業	飲食業
1位	営業・商談の自粛・延期・中止	営業・商談の自粛・延期・中止	営業日(稼働)日数の減少	営業日(稼働)日数の減少
2位	国内既往販路・出荷ルート・の縮小・停止	国内既往販路・出荷ルート・の縮小・停止	販売予約のキャンセル・来店者の減少	販売予約のキャンセル・来店者の減少
3位	販売予約のキャンセル・来店者の減少	直接販売の縮小・休業	直接販売の縮小・休業	直接販売の縮小・休業

図4 新型コロナウイルス感染症拡大の具体的な影響
(製造業 売上規模別/3つまで)



新型コロナ収束後の経営再建・発展における課題

- 新型コロナ収束後の経営再建・発展における課題は(図5)、製造業では「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」(55.3%)が最も高く、「販路多様化」(39.4%)、「資金繰りの安定」(30.8%)と続いた。
- 卸売業では「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」(48.6%)が最も高く、「販路多様化」(38.1%)、「原料・商品の安定調達」(32.0%)と続いた。
- 小売業では「衛生対策に配慮した施設整備、管理面の強化」(52.1%)が最も高く、「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」(44.7%)、「販路多様化」(33.2%)、「人員確保、育成対策」(33.2%)と続いた。
- 飲食業では「販路多様化」(58.1%)が最も高く、「資金繰りの安定」(48.8%)、「衛生対策に配慮した施設整備、管理面の強化」(41.9%)と続いた。
- 製造業を売上規模別にみると(図6)、「需要の変化に対応した商品・生産物の見直し、開発」は規模に関わらず高くなっており、「省力化・省人化」及び「設備合理化・増強」は売上規模が大きいほど高くなった。また、「資金繰りの安定」は売上高が小さいほど高くなった。

図5 新型コロナ収束後の経営再建・発展における課題
(業種別/3つまで)

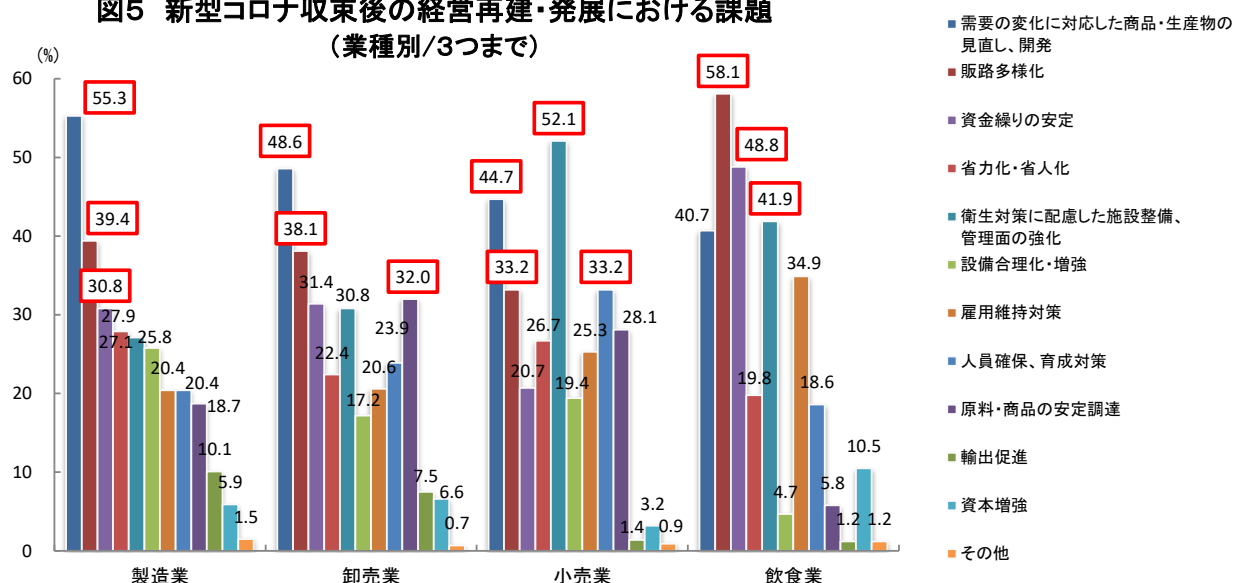
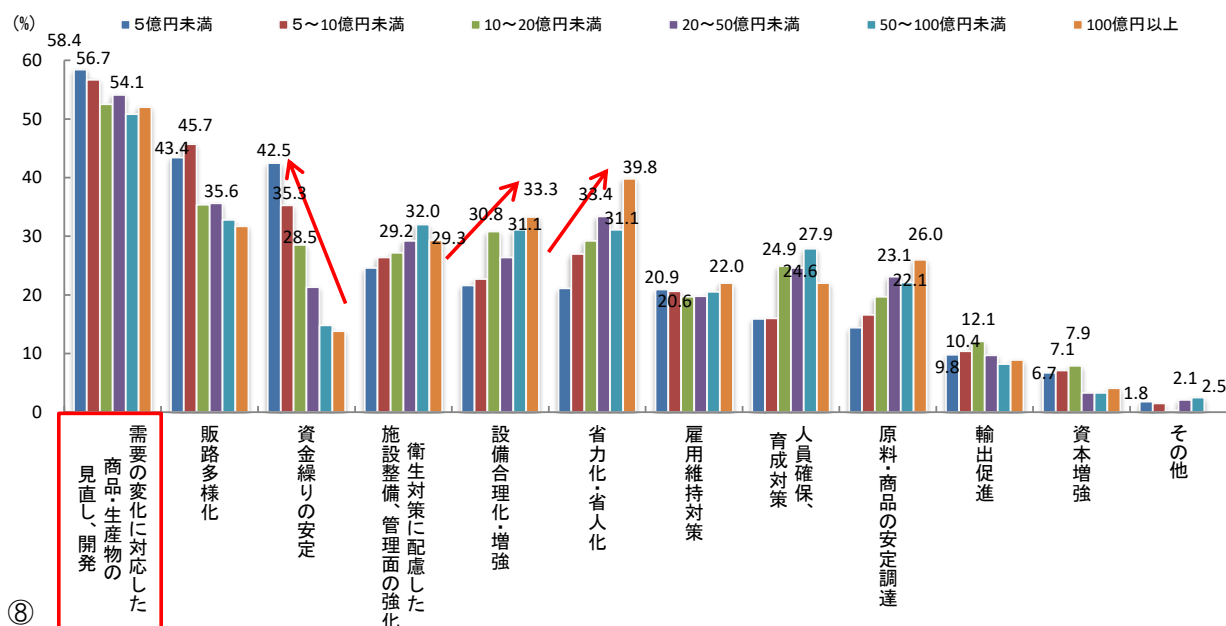


図6 新型コロナ収束後の経営再建・発展における課題
(製造業 売上規模別/3つまで)



3 国内産地との取引について

今後の国内産地との取引について

- コロナ下における国内産地との取引の意向を調査したところ(図7)、製造業で29.0%、卸売業で44.1%、小売業で36.8%、飲食業で27.7%が「増やしたい」と回答した。
- 国内産地との取引を「増やしたい」と回答した人に、増やしたい理由を聞いたところ(図8)、製造業、卸売業、小売業で「販売先(消費者サイド)の国産志向の高まり等でニーズ増加(需要拡大)」が最も高くなった。

図7 今後の国内産地との取引について

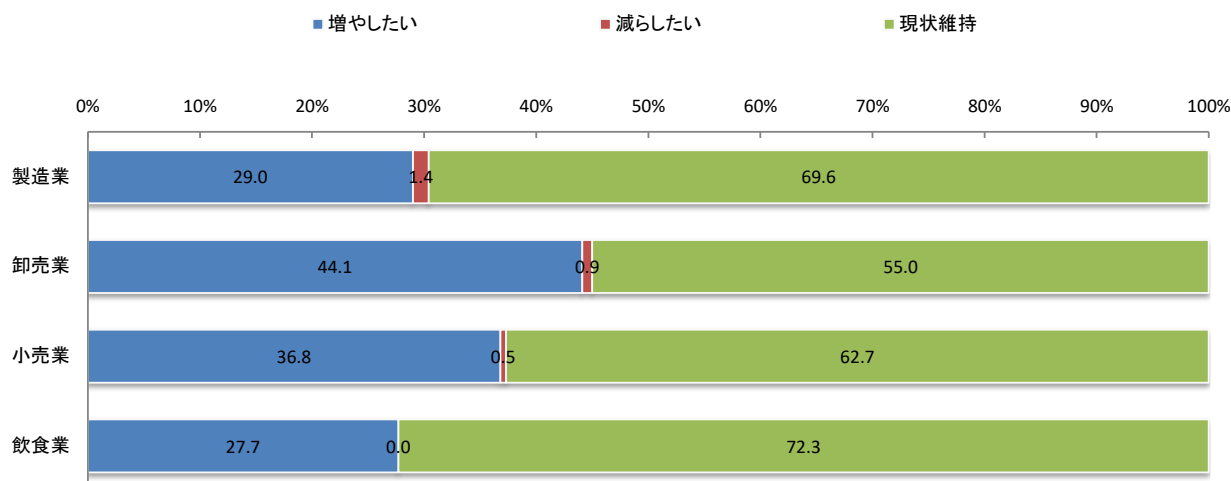
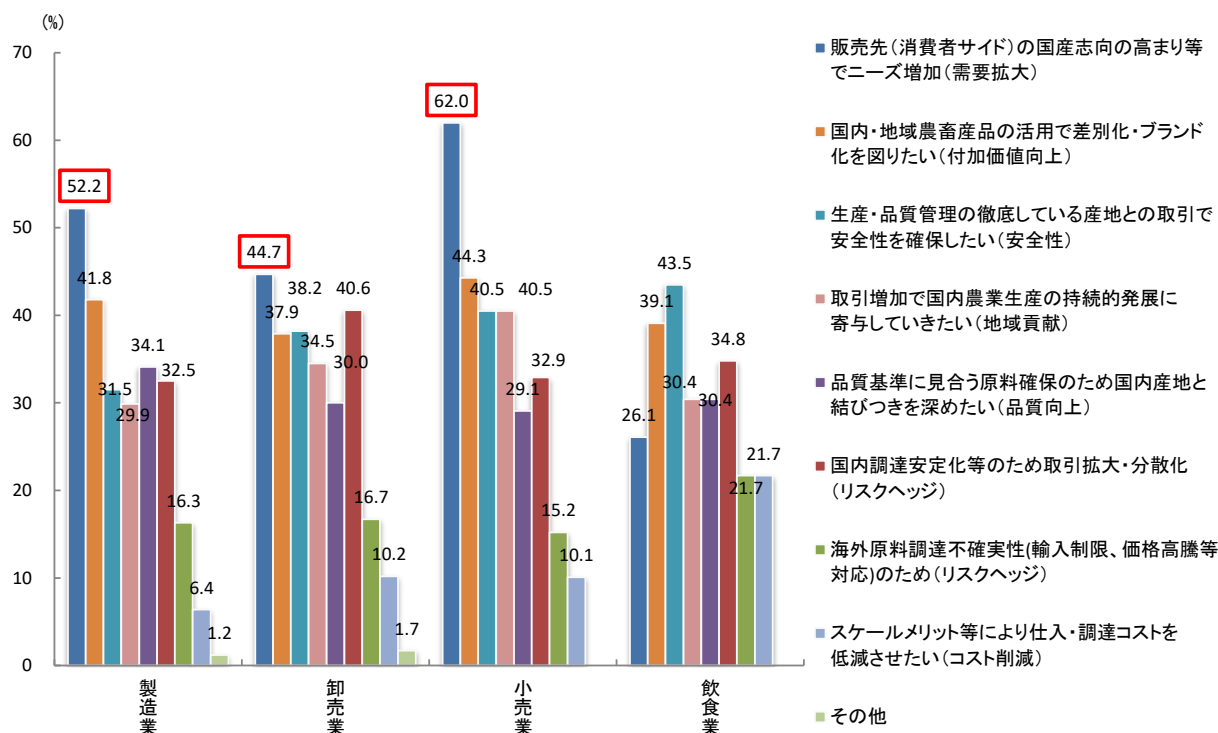


図8 国内産地との取引を増やしたい理由(業種別/3つまで)



国内産地との取引の課題

- 国内産地との取引を行う際の課題は(図9)、全業種で「価格が合わない(高い、相場が不安定)」が最も高くなった。
- 製造業では次いで「ロットが合わない(定量確保が困難)」(32.2%)、「通年(決まった時期)の取引が難しい」(26.6%)となった。
- 卸売業では次いで「物流に課題がある」(44.7%)、「ロットが合わない(定量確保が困難)」(31.1%)となった。
- 小売業では次いで「通年(決まった時期)の取引が難しい」(44.4%)、「ロットが合わない(定量確保が困難)」(39.5%)となった。
- 飲食業では次いで「通年(決まった時期)の取引が難しい」(44.4%)、「ロットが合わない(定量確保が困難)」(26.4%)となった。
- 製造業を売上規模別にみると(図10)、売上規模に関わらず「価格が合わない(高い、相場が不安定)」が最も高くなった。
- 製造業を売上規模別にみると、売上規模が小さいほど「産地の情報(収集方法)がわからない」が高くなり、売上規模が大きいほど「ロットが合わない(定量確保が困難)」が高くなった。

