

調達環境の変化に伴う食品産業の注目点

2024年10月23日

株式会社農林中金総合研究所

主席研究員 長谷川晃生

主事研究員 鈴木基臣

研究員 河野駿哉

目的

- ✓ 各業界の市場動向、価格動向、企業対応を整理
- ✓ 各業界への影響や今後について分析

製粉・二次加工

果汁飲料（オレンジ果汁）

食肉加工

国内での役割

主食

嗜好品

主要タンパク質源

調達環境

原料の大半を輸入に依存

原料の大半を輸入に依存

畜肉は3～6割を輸入
飼料は大半を輸入に依存

輸入方式

国家貿易（一般輸入方式）

自由貿易

自由貿易

輸入依存の 主な背景

食生活の変化、生産量・品質
内外価格差 等

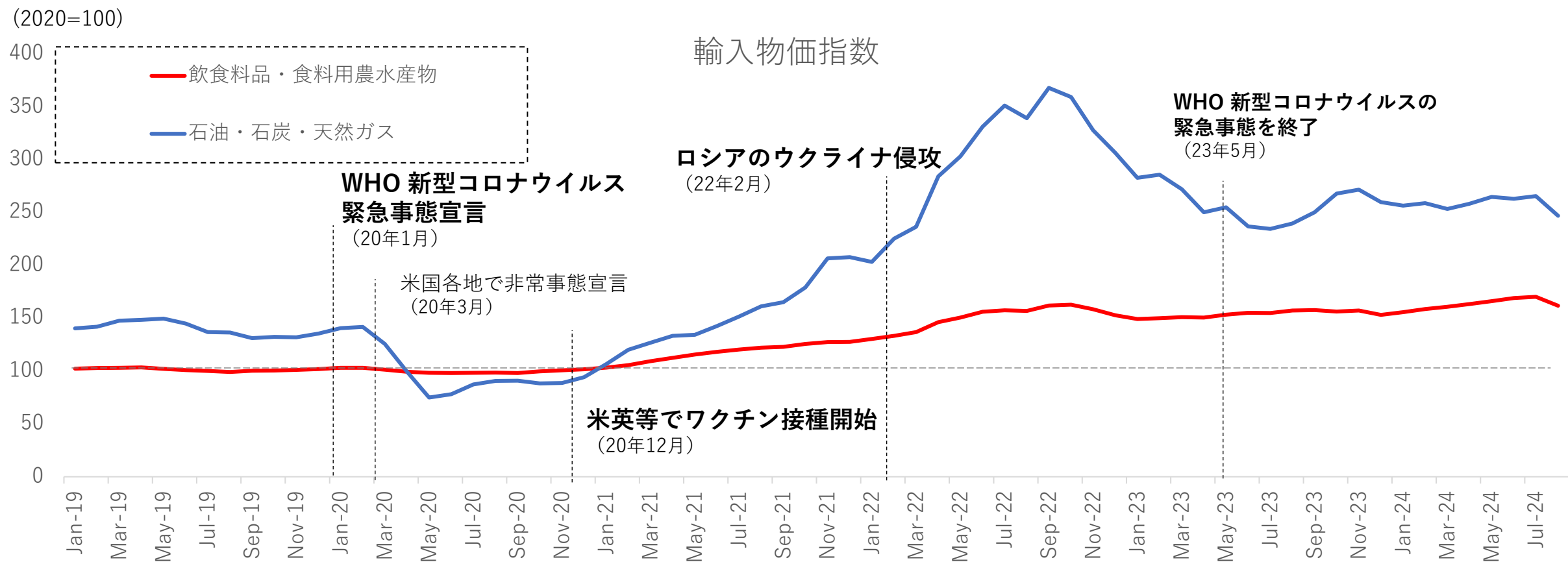
消費者ニーズ、内外価格差 等

消費者ニーズ
かつては内外価格差 等

食品産業を取り巻く情勢

エネルギー、食料品含め、輸入価格は外的要因により大きく変動

■ 新型コロナウイルス、ロシアのウクライナ侵攻等を背景に輸入物価は高騰。

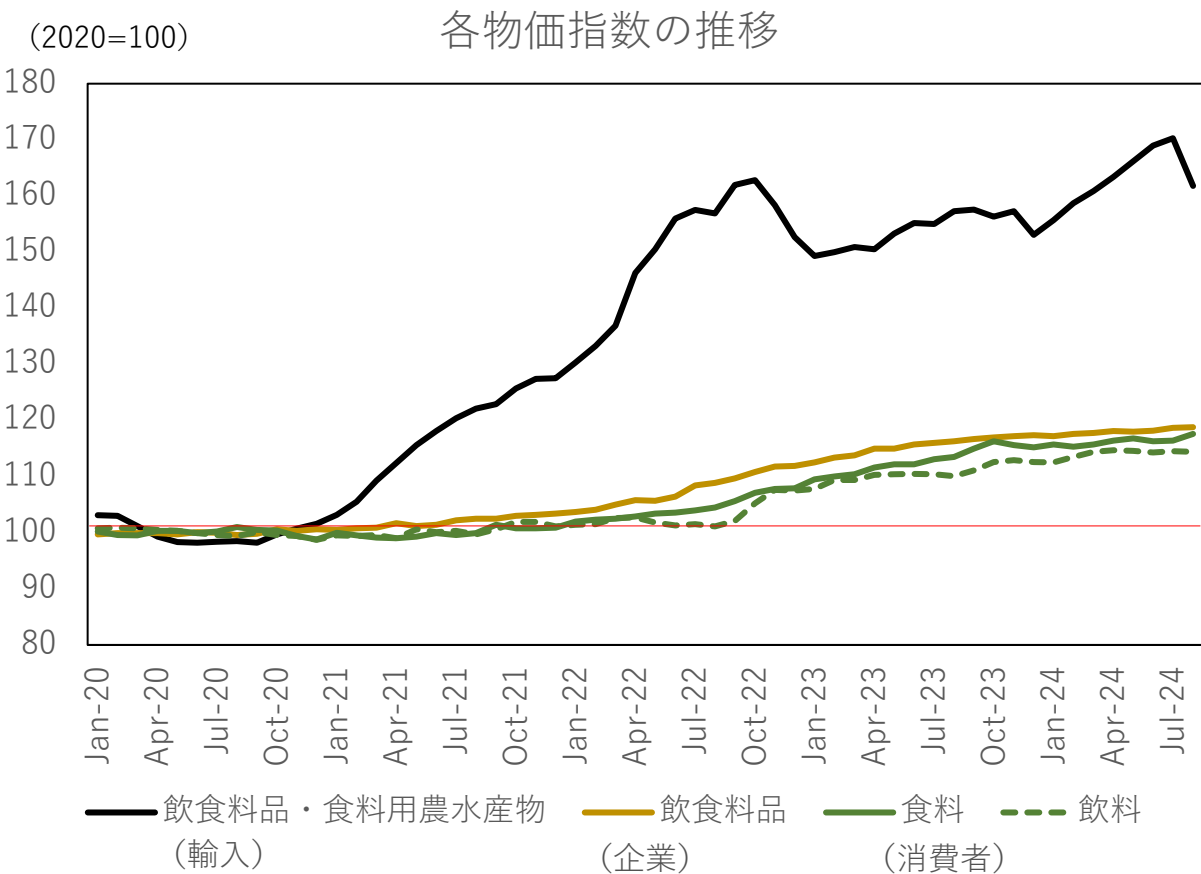


日本銀行「輸入物価指数」より作成

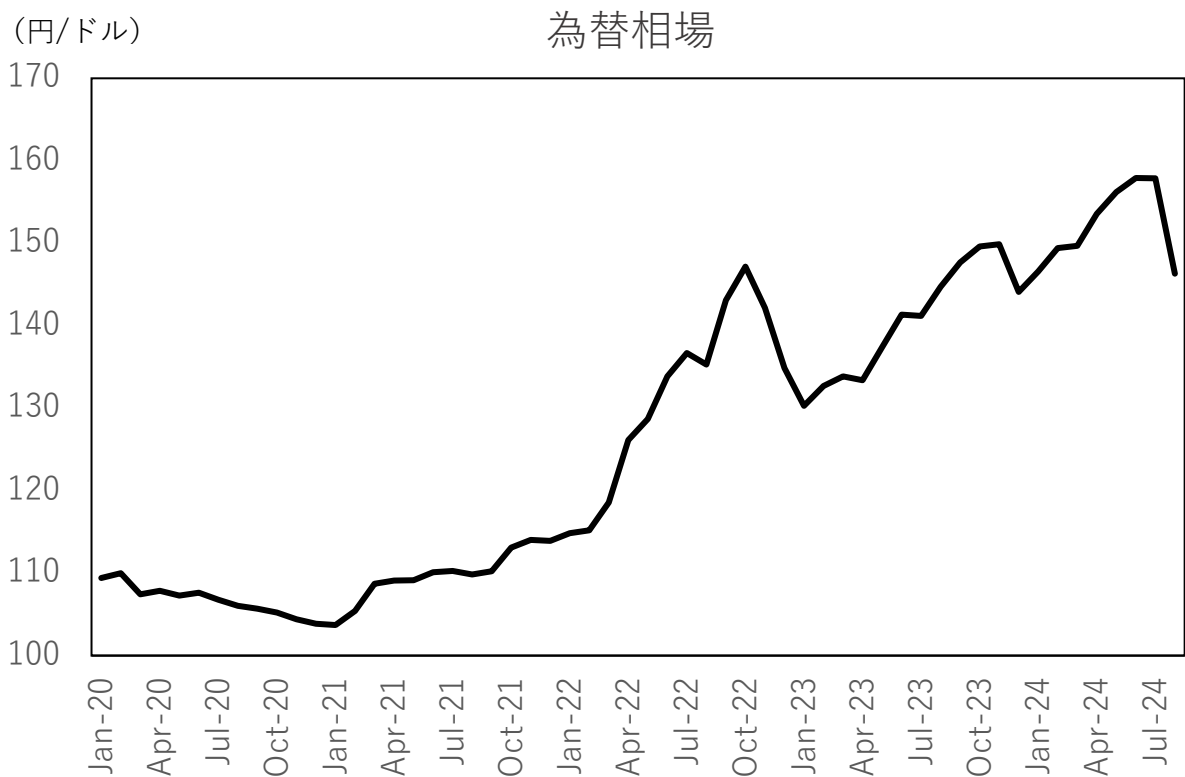
Norinchukin Research Institute

食料品価格は21年以降、上昇が続く

- 2021年ごろから飲食料品の物価が上昇。
- 為替は円安圏で推移。

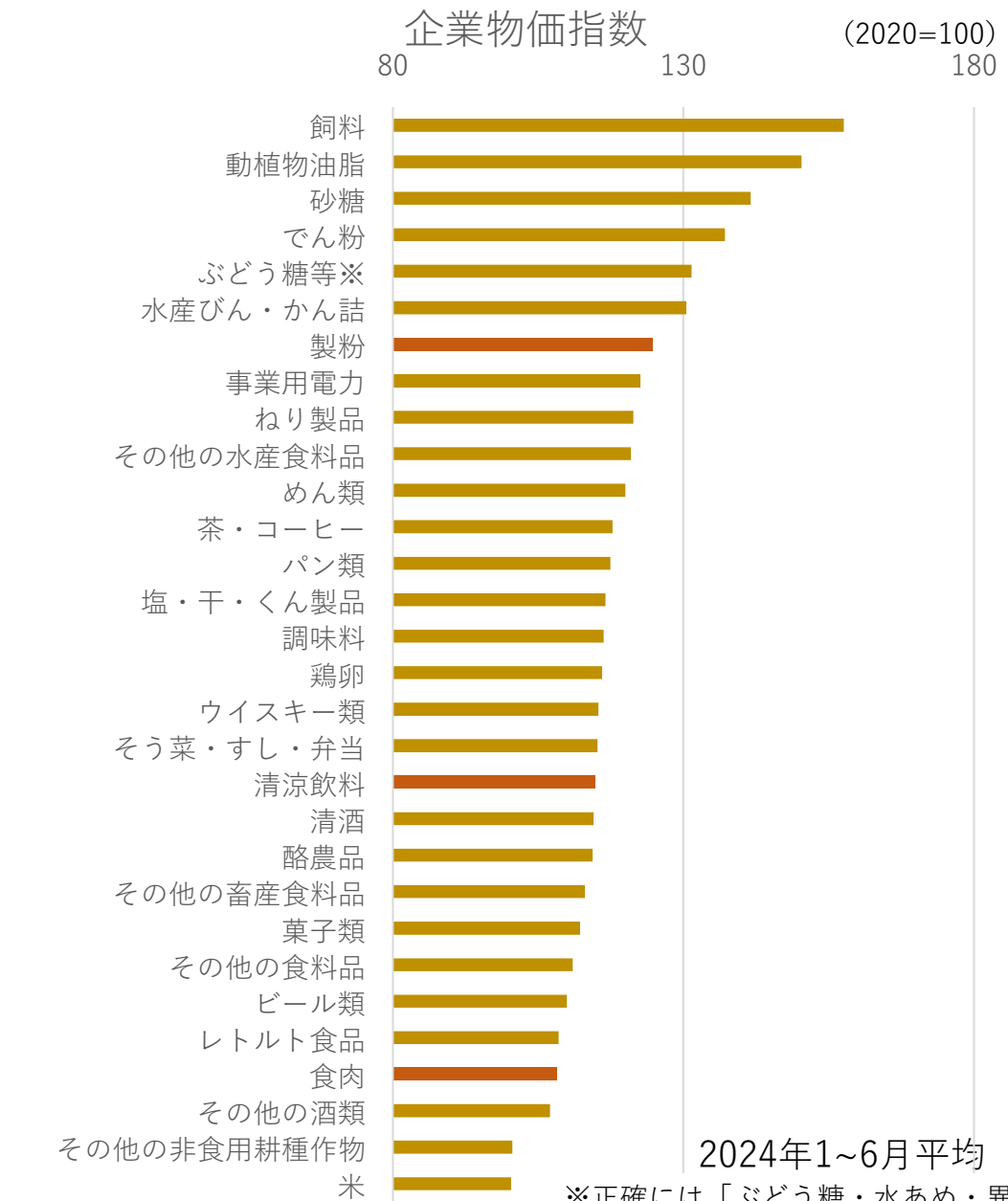


日本銀行「輸入物価指数」「国内企業物価指数」
総務省「消費者物価指数」より作成

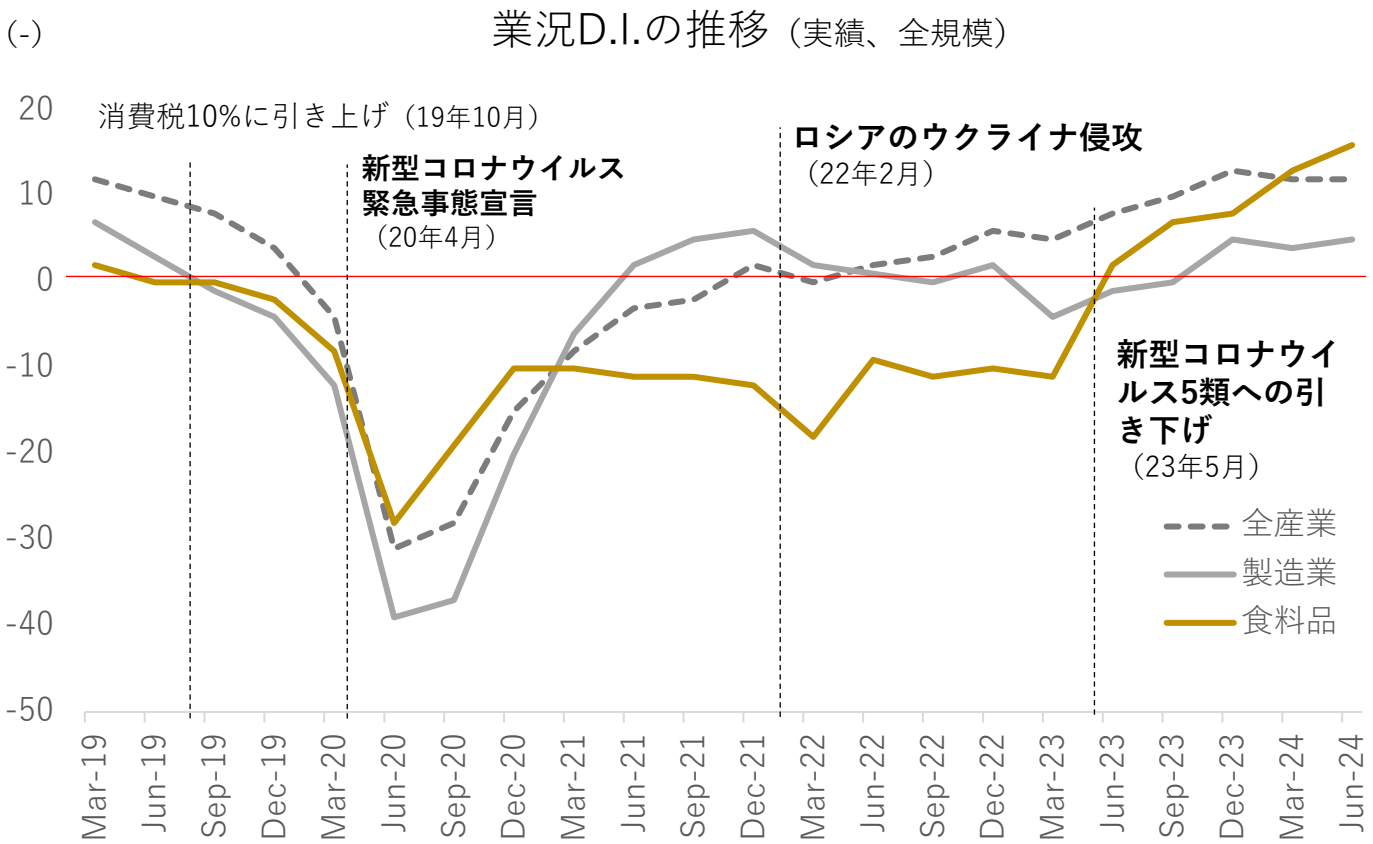


日本銀行（東京市場、スポット17時時点/月中平均）より作成

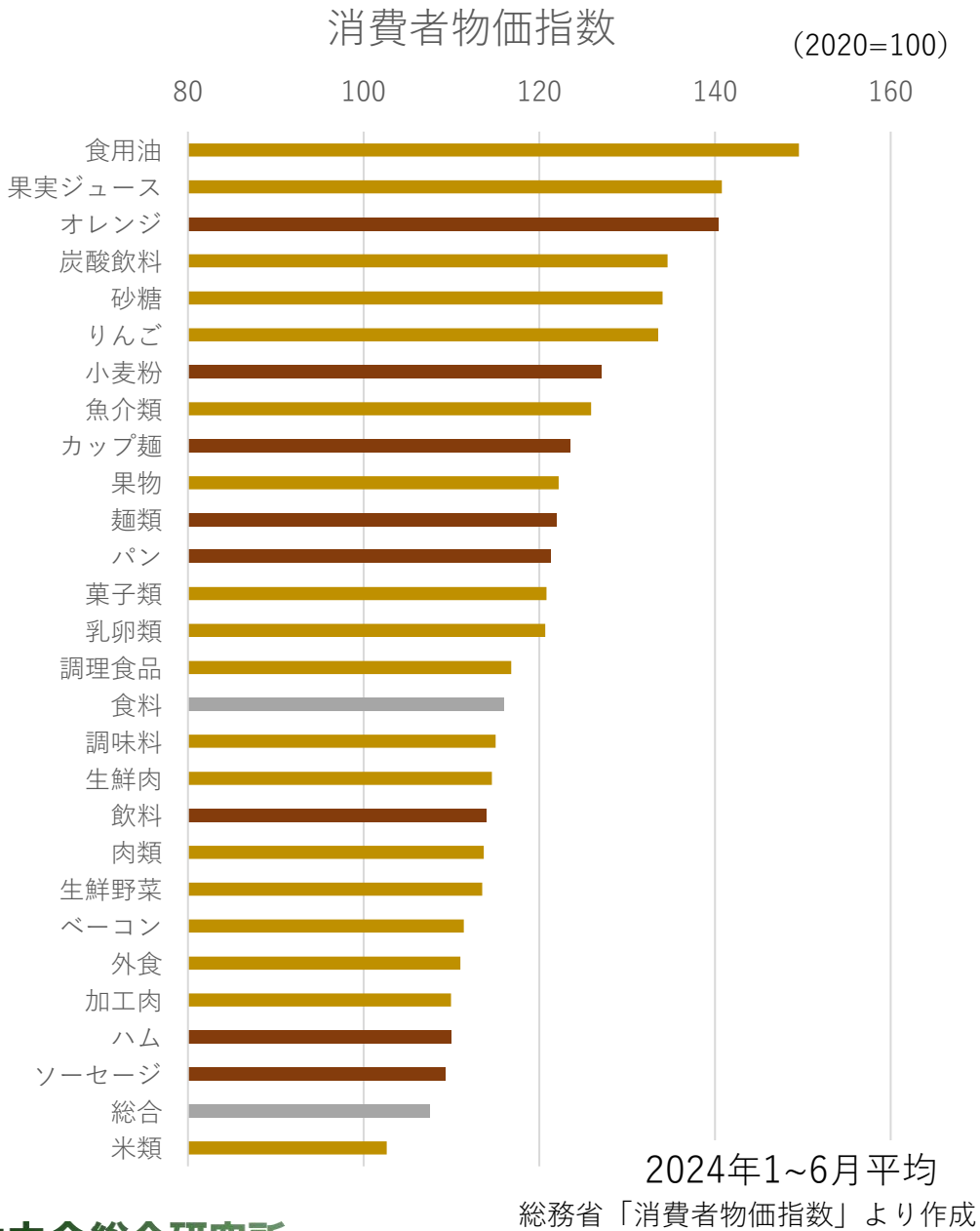
企業の調達価格は品目ごとに差があるものの、全体的に上昇。業況は足元で改善に向かう



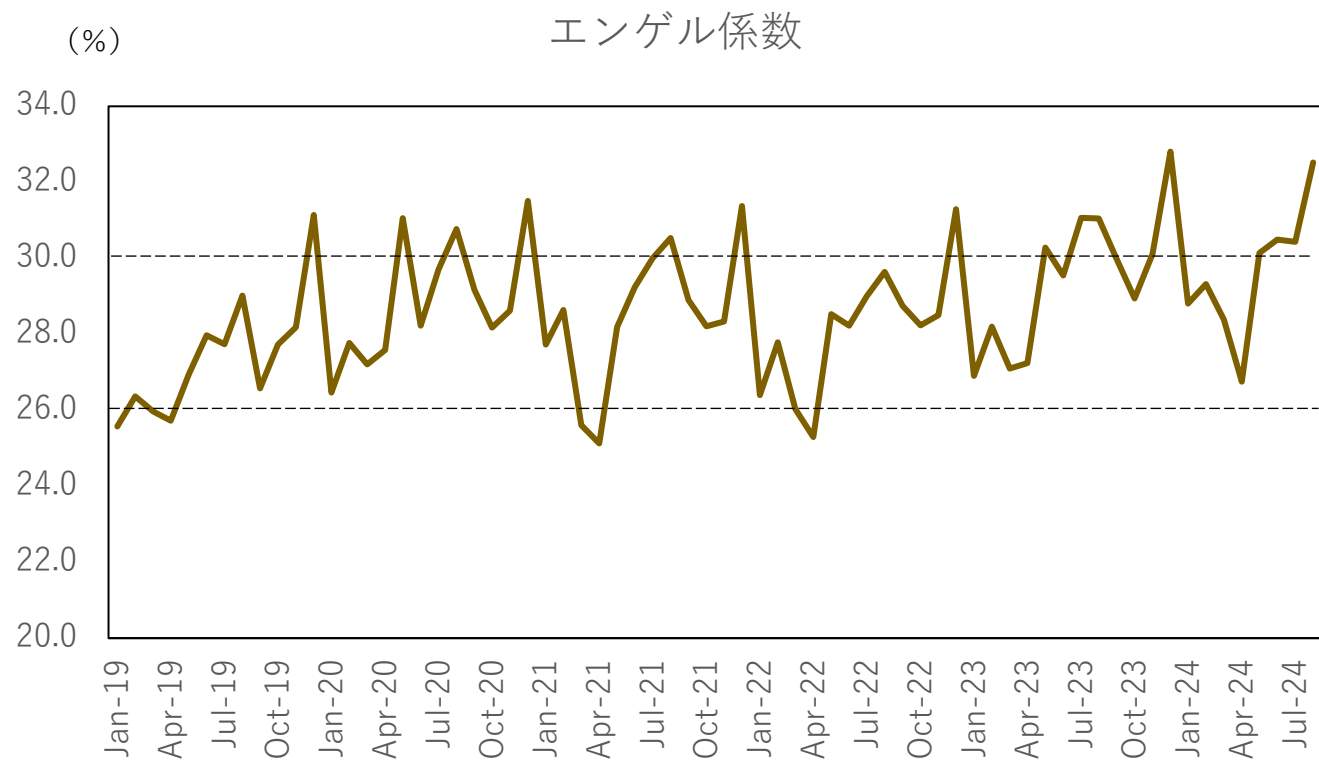
- 企業物価指数は全体的に大きく上昇。なかでも飼料、動植物油脂、砂糖が目立つ。製粉、清涼飲料、食肉に関しても濃淡はあるものの上昇。
- 業況D.I.は長期にわたりマイナス圏。



家計消費に占める食料費の割合が上昇



- 消費者物価指数も上昇。食用油、果実ジュース、小麦粉およびその加工品がとくに高水準。
- 消費支出に占める食料費の割合（エンゲル係数）も徐々に上昇。



※消費支出に占める食料費の割合

資料 総務省「家計調査」をより作成

Norinchukin Research Institute

目的

- ✓ 各業界の市場動向、価格動向、企業対応を整理
- ✓ 各業界への影響や今後について分析

製粉・二次加工

果汁飲料（オレンジ果汁）

食肉加工

国内での役割

主食

嗜好品

主要タンパク質源

調達環境

原料の大半を輸入に依存

原料の大半を輸入に依存

畜肉は3～6割を輸入
飼料は大半を輸入に依存

輸入方式

国家貿易（一般輸入方式）

自由貿易

自由貿易

輸入依存の 主な背景

食生活の変化、生産量・品質
内外価格差 等

消費者ニーズ、内外価格差 等

消費者ニーズ
かつては内外価格差 等

小麦粉とその二次加工品 調達環境と企業の実践

■ 市場全体の動向

- － 製粉市場の推移
- － 小麦の輸入動向

■ 価格動向

- － 小麦の国内価格の動向
- － 価格変動の背景

■ 企業対応

- － 国内価格変動の影響
- － 売上への影響と対応
- － 調達価格への影響と対応

■ 今後見込まれる変化と対応

- － 価格改定の変化
- － 国産小麦の動き
- － 今後の国内市場への考察

製粉・二次加工

国内での役割

主食

調達環境

原料の大半を輸入に依存

輸入方式

国家貿易（一般輸入方式）

輸入依存の 主な背景

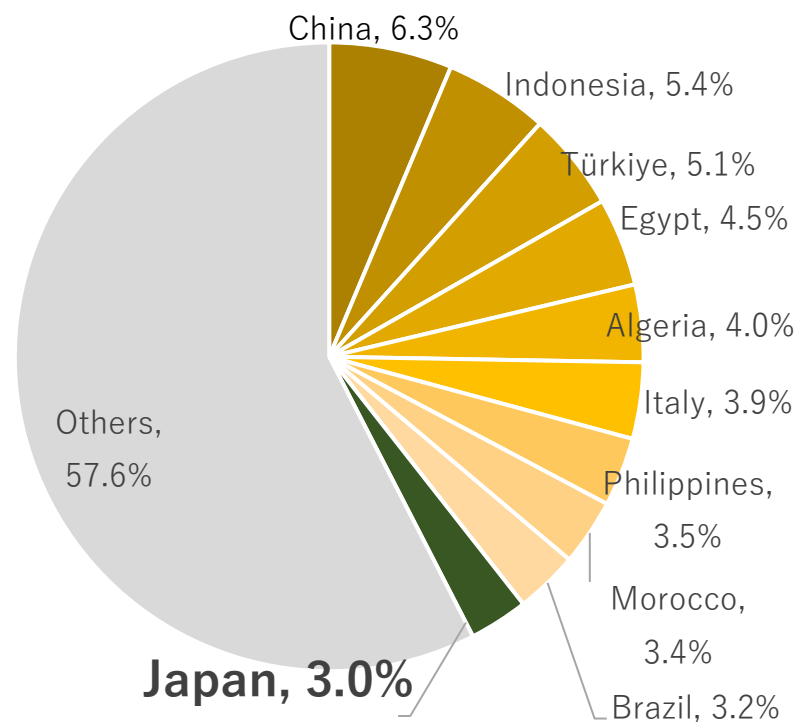
食生活の変化、生産量・品質
内外価格差 等

市場全体の動向

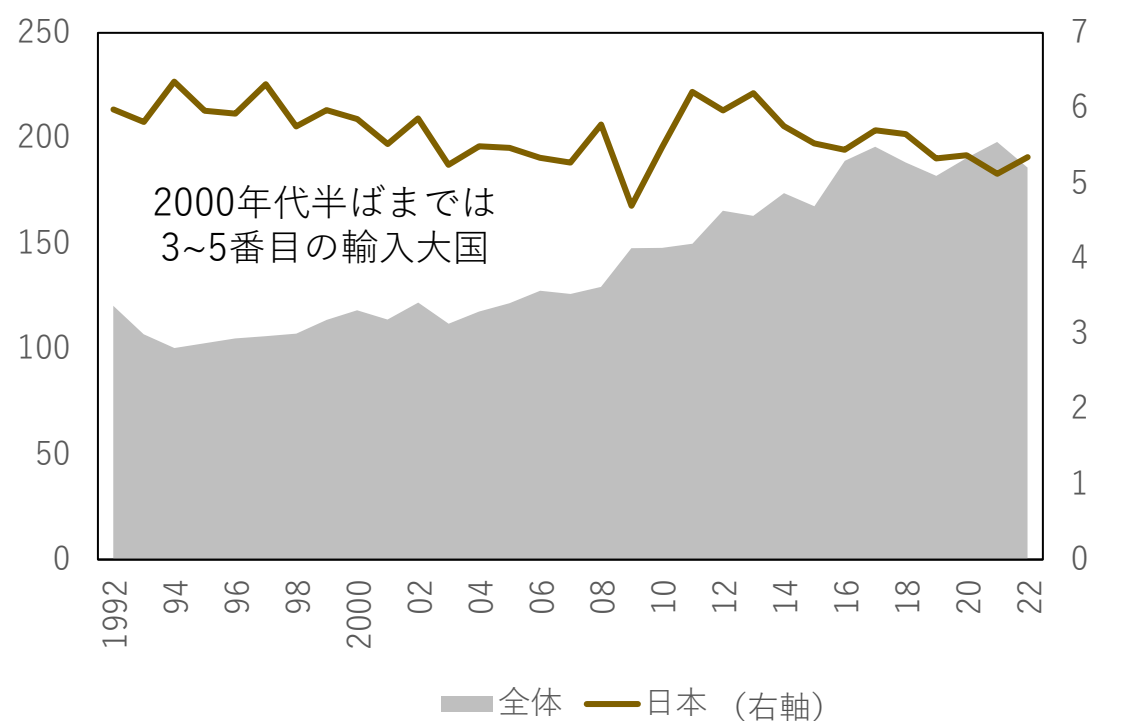
日本の小麦輸入シェアは減少、買い負けが懸念される

- 小麦の輸入シェアは中国、インドネシア、トルコのような新興国が上位を占める。日本は10番目に多く、世界の貿易量の3.0%に相当。
- 世界の小麦貿易量は増加傾向だが、日本の輸入量は減少傾向。日本の人口減少や経済力低下等を背景に日本の購買力は相対的に低下が懸念され、求める品質の小麦の入手が困難になる可能性がある。

小麦の輸入シェア（2022年）



（百万トン） 世界の小麦貿易量と日本の輸入量 （百万トン）



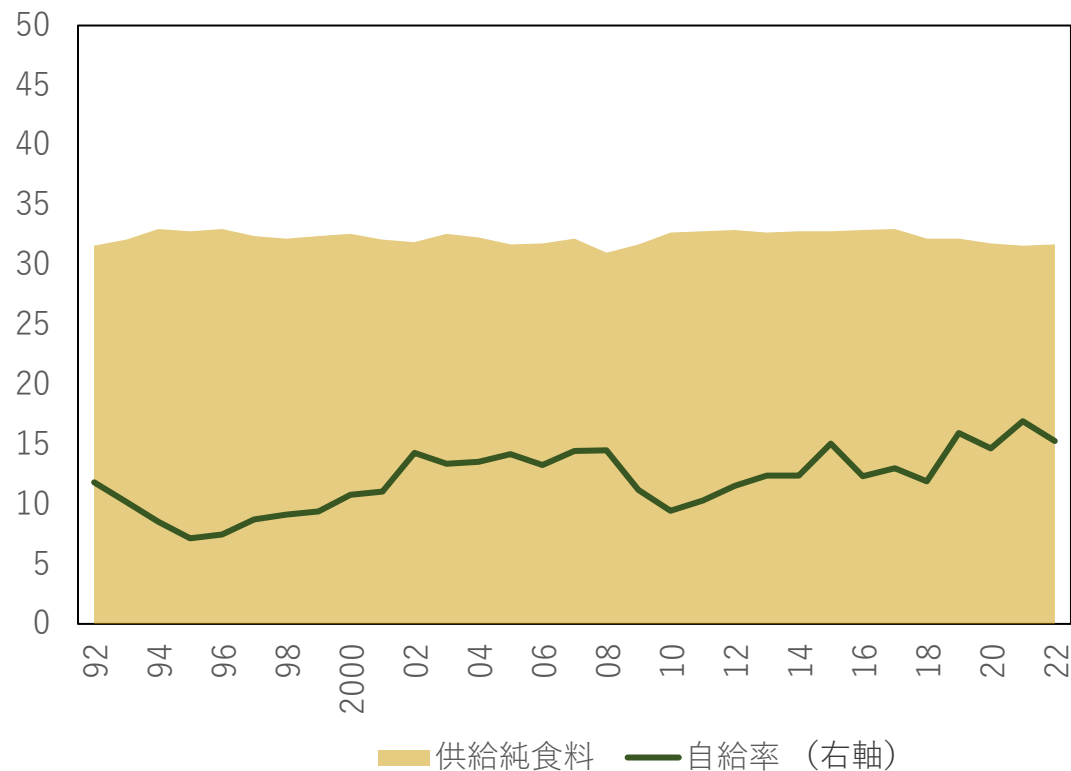
FAOSTATより作成

Norinchukin Research Institute

小麦粉の市場は足元では縮小

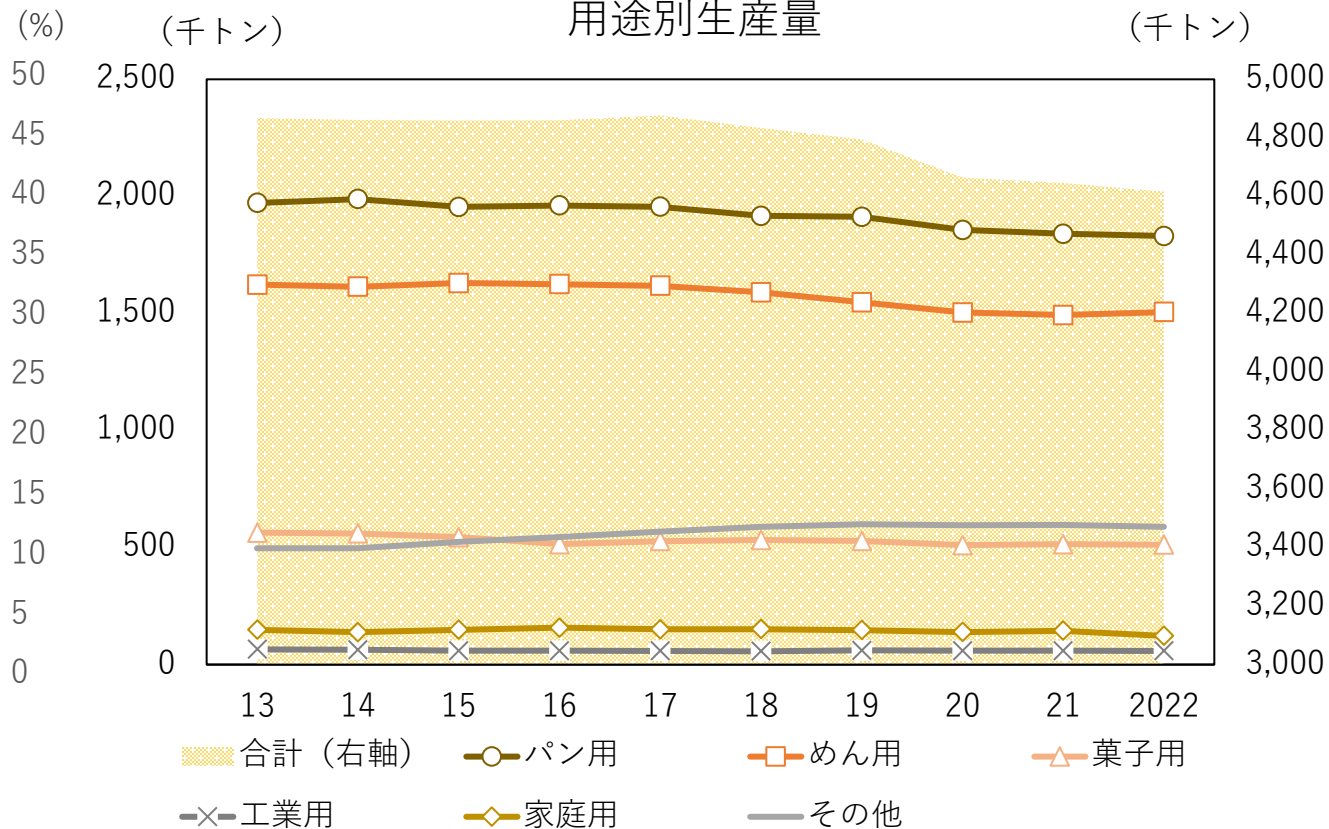
- 日本の一人当たりの小麦供給量は長期にわたり約30kg/年で横ばい。小麦自給率は、足元では10～15%で推移。
- 小麦粉全体の生産量は2018年以降減少。20年には新型コロナウイルスの下で大きく減少し、その傾向が継続。

(kg/人/年) 小麦の一人当たりの供給純食料量と自給率



農林水産省「食料需給表」より作成

用途別生産量



農林水産省「食品産業動態調査」より作成

価格動向

小麦は国家貿易により輸入。国内価格の変動を抑えることが狙い

- 一般輸入方式では、政府が価格変動を抑えるため、政府が半年に一度、売渡価格を決定。
- 一般輸入方式の対象銘柄は主要な産地の 5 銘柄。

一般輸入方式での輸入

小麦政府売渡価格の動向

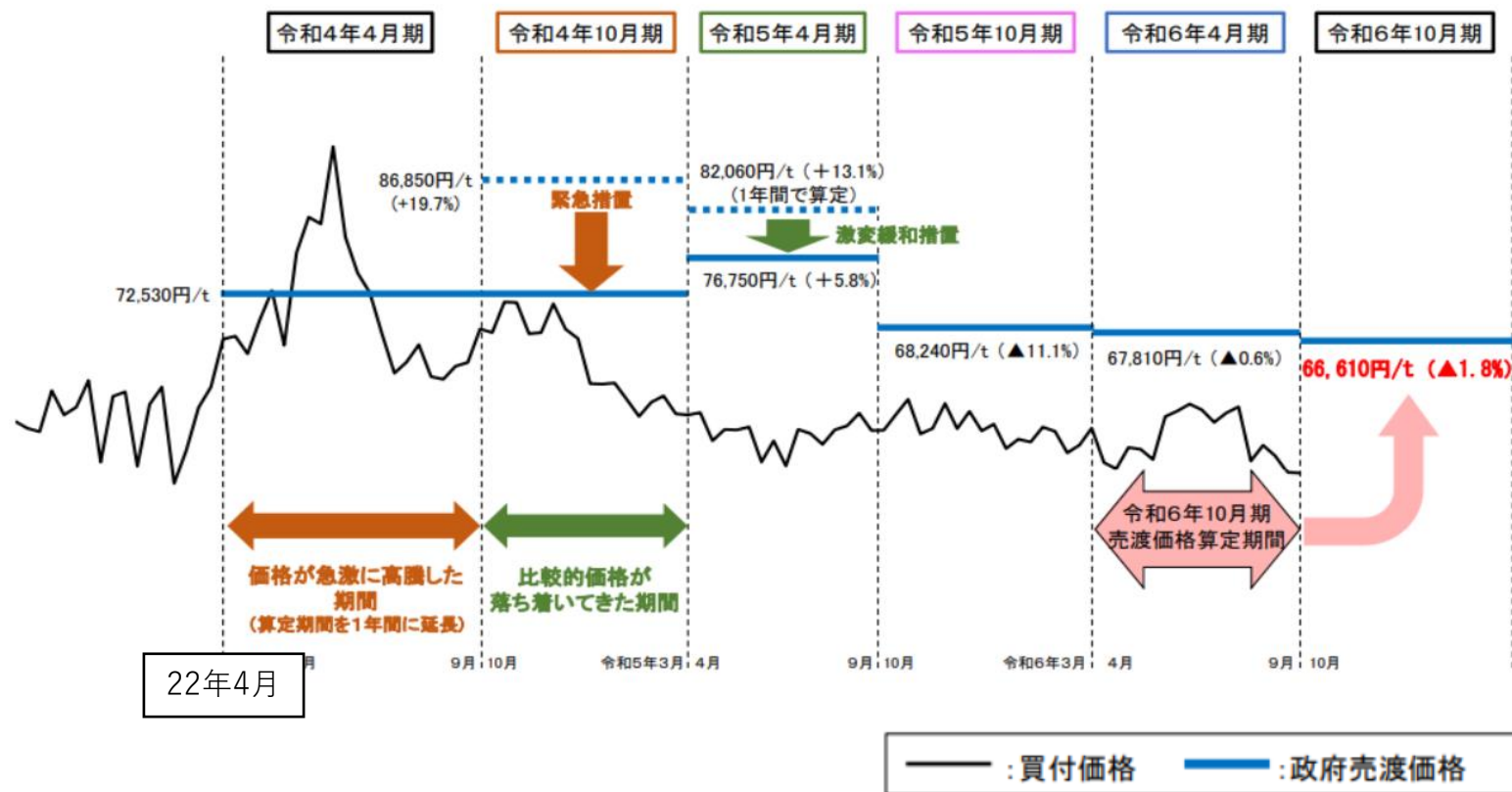
輸入体制

政府が国家貿易により輸入

価格

半年に一度政府売渡
価格を改定
(6ヶ月間の平均買付価格
を平均して港湾諸経費、
マークアップを上乗せ)

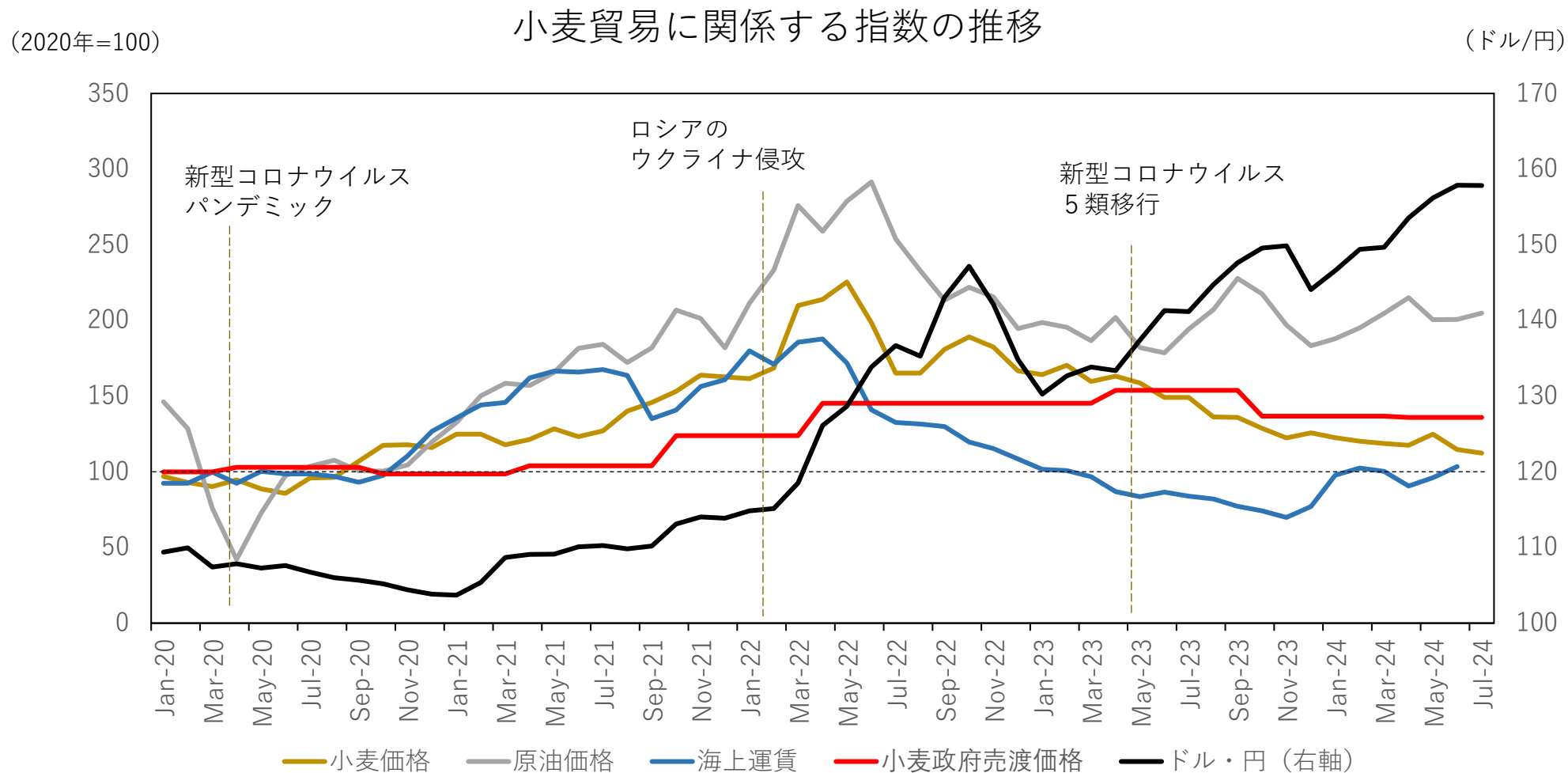
5 銘柄の加重平均



農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格について（価格公表添付資料）」

小麦価格は各指数に対して安定

■ 日本での小麦価格は関連する指数の変動に対して安定。しかし、2020年対比で約50%近く上昇。



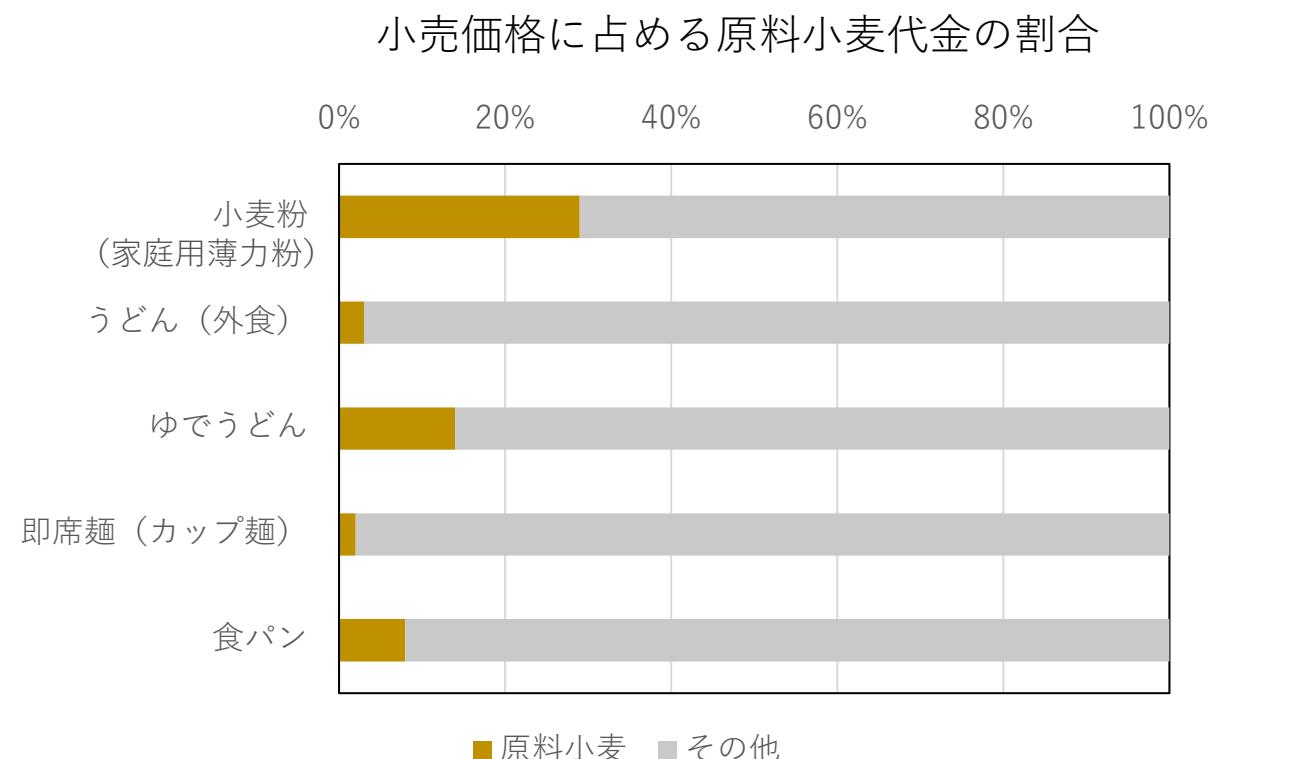
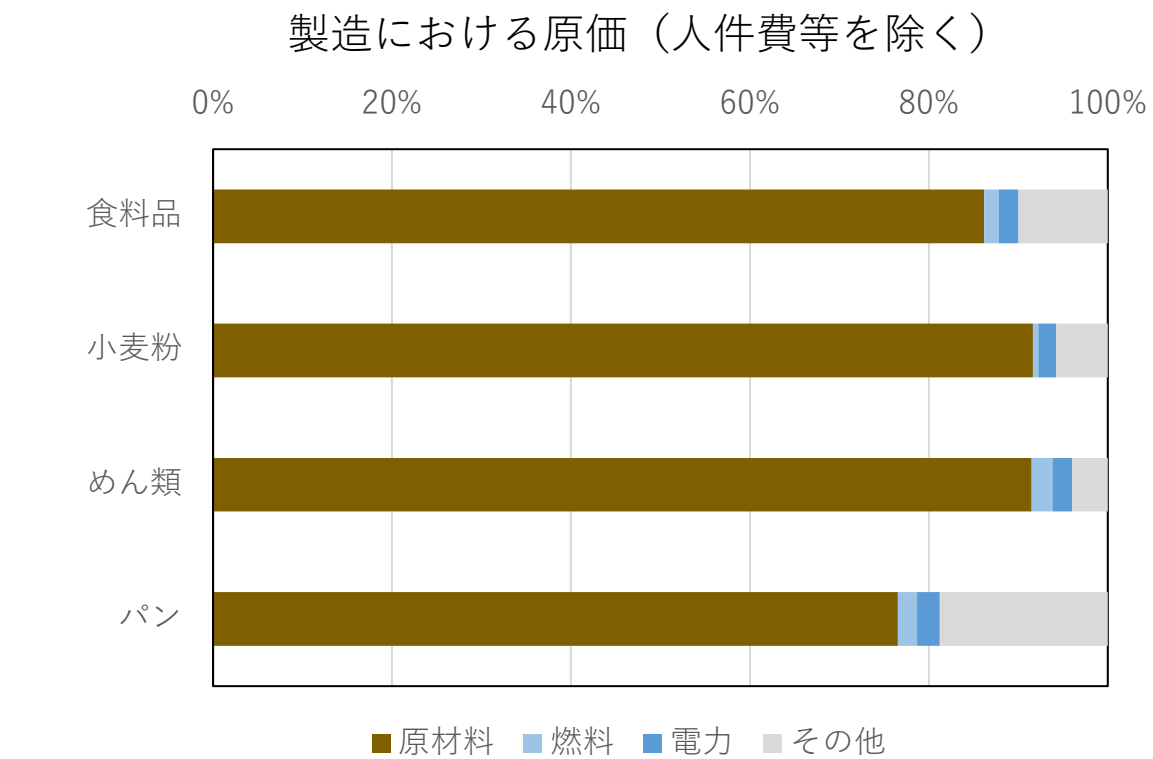
小麦価格：世界銀行 Wheat, No.1 Hard Red Winter, ordinary protein, Kansas City
原油価格：世界銀行 Crude Oil (petroleum), West Texas Intermediate 40 API, Midland Texas
海上運賃：公益財団法人日本海事センター コンテナ船、ドル/40ft、ロサンゼルス→横浜

小麦政府売渡価格：農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格について」
ドル・円：日本銀行 東京市場、スポット17時時点/月中平均
より作成

企業対応

小麦粉や二次加工品の製造原価のほとんどは原材料費、小売りでは原料小麦の割合は小さい

- 製造における原料価格（人件費等を除く）は、小麦粉やめん類では約 9 割、パンでは約 8 割を占める。
- 人件費、販管費、流通上のマージン等が加算され、小売価格では原料小麦代金は数%（うどん（外食））～30%（家庭用薄力粉）を占めるとされる。

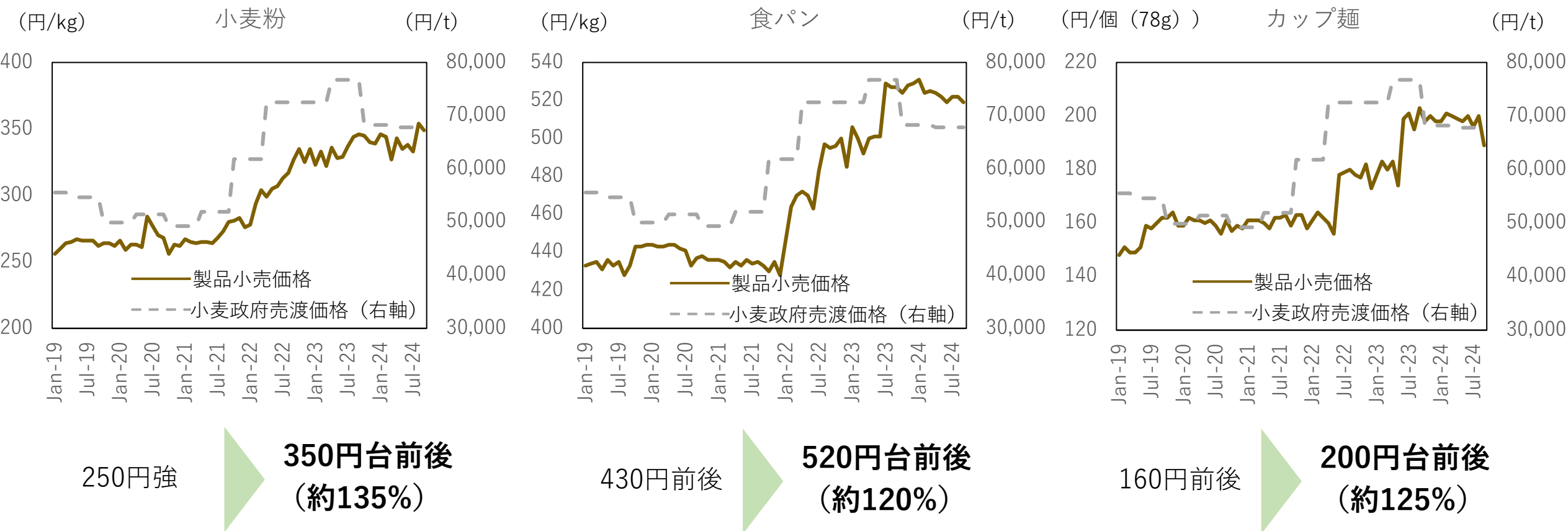


経済産業省「令和3年 経済センサス-活動調査（30人以上の事業所）」より作成

農林水産省 農産局 農政政策部 貿易業務課
「令和5年度4月期の輸入小麦の政府売渡価格について」より作成

小麦以外の価格の要素があり、小麦よりも消費者向け製品価格上昇は緩和

■ 原材料費やエネルギー費等の上昇が、小麦粉、食パン、カップ麺の値上がりに直結。



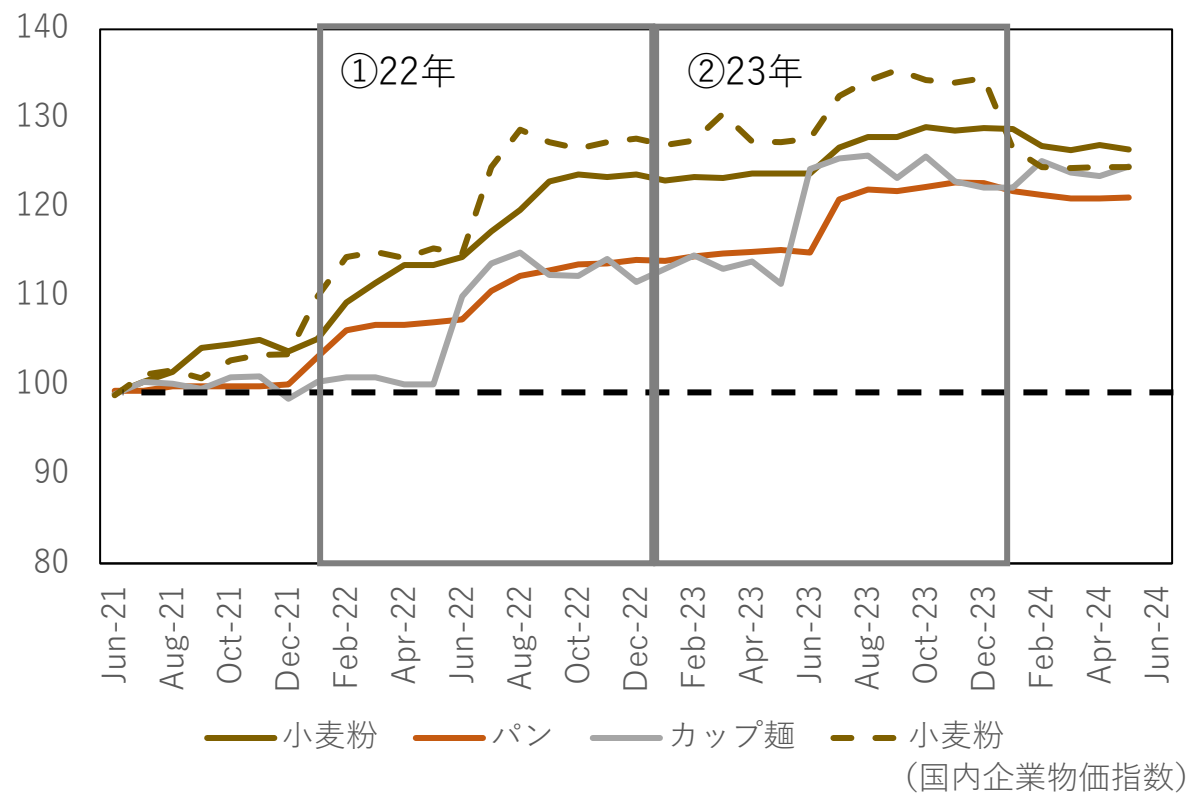
総務省「小売物価統計調査」
農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格について（価格公表添付資料）」より作成

売価上昇に伴い売上高は増加

- 各品目の消費者物価は段階的に上昇。企業が段階的な値上げを行ってきたことを反映。
- 値上げの影響もあり、企業の売上高も上昇傾向（ただし、売上高は海外事業や他の事業、買収等も含む場合があることに注意）。

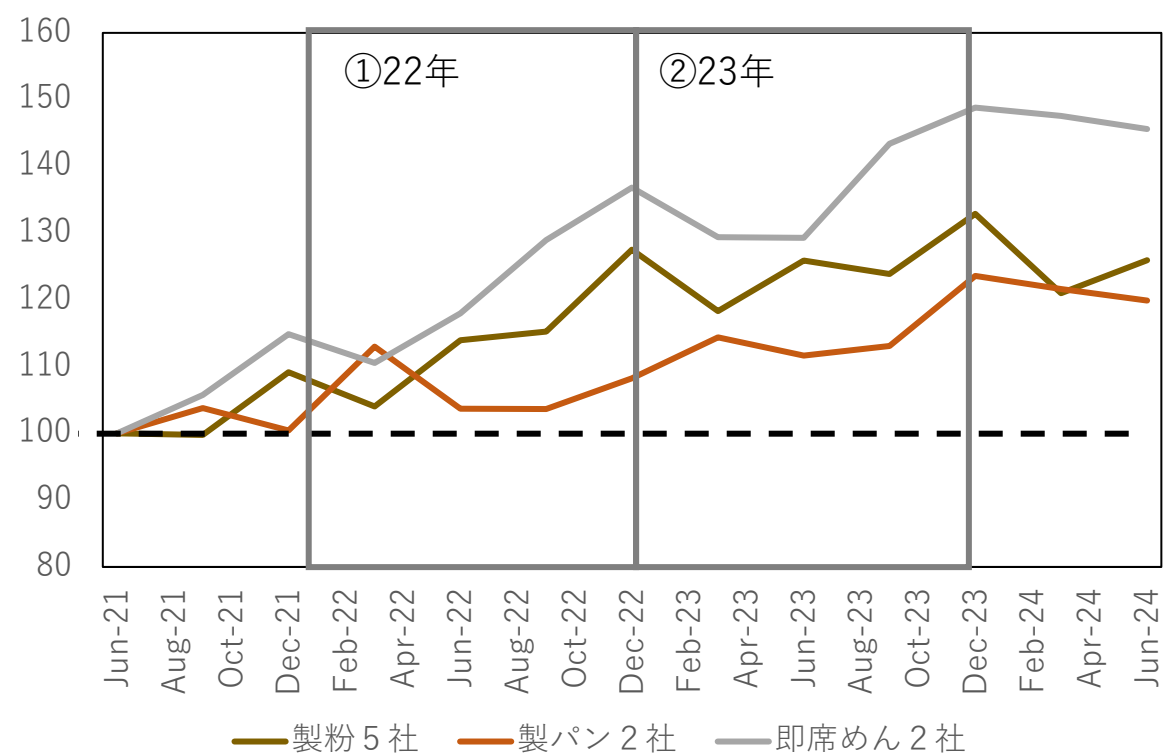
(2020年=100)

消費者物価指数（売上）



(2021年6月=100)

売上高の変化



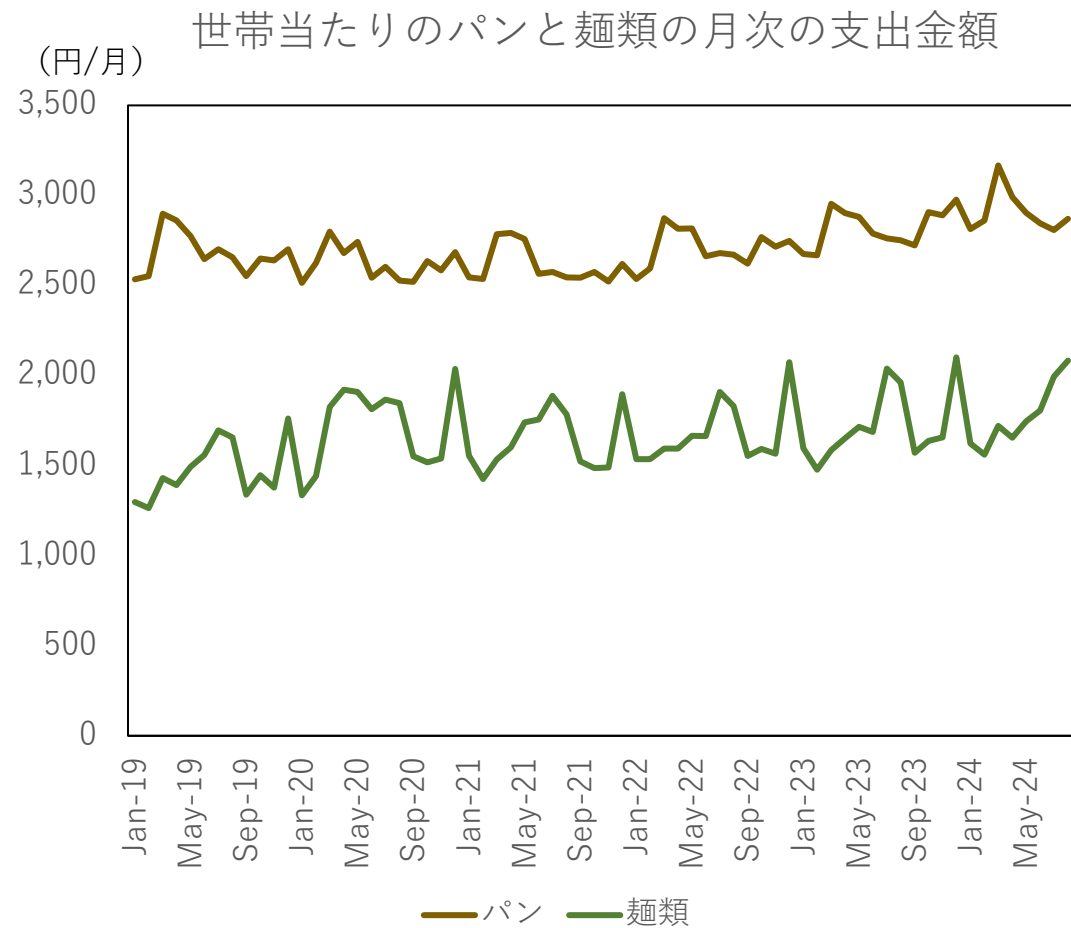
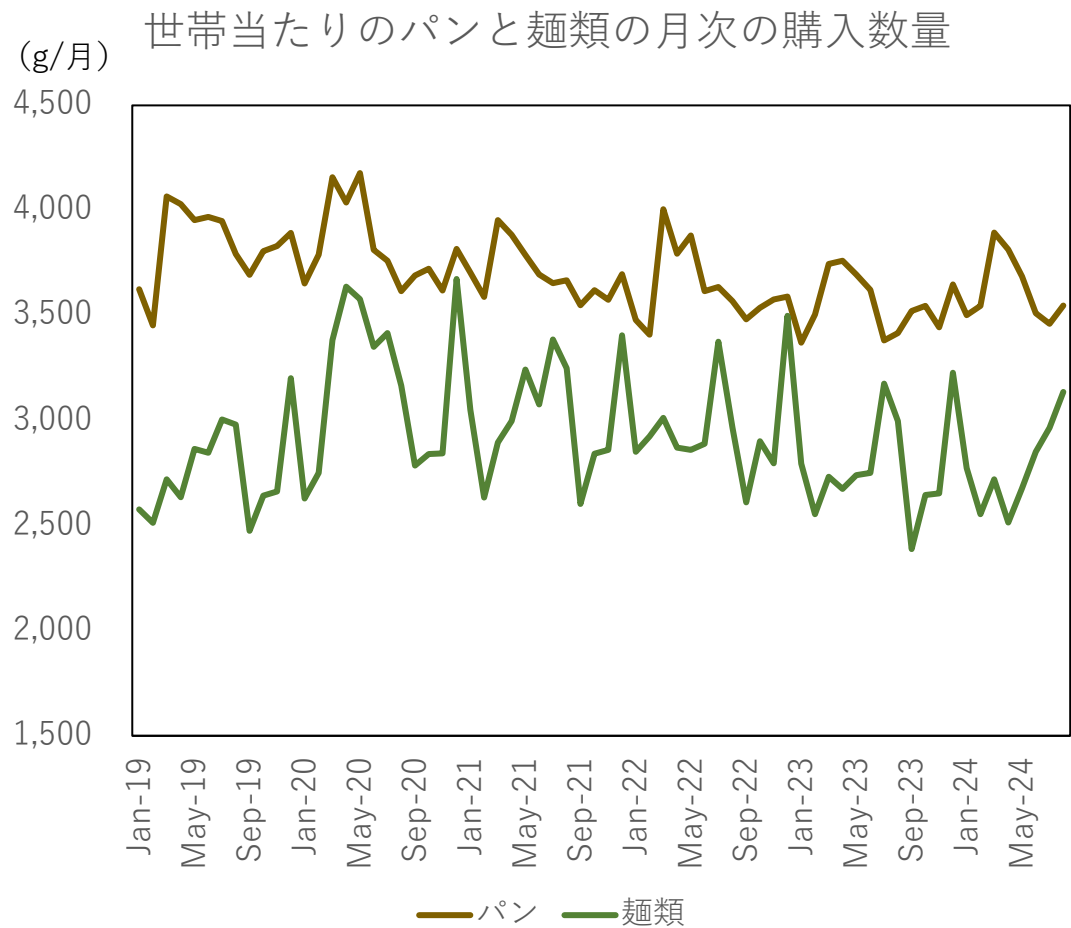
各社決算短信より作成

※各企業の21年1Q決算の売上高を100とし、業界ごとの平均値を示した

総務省「消費者物価指数」
財務省「国内企業物価指数」より作成

ただし、値上げが影響し、家計消費量は減少

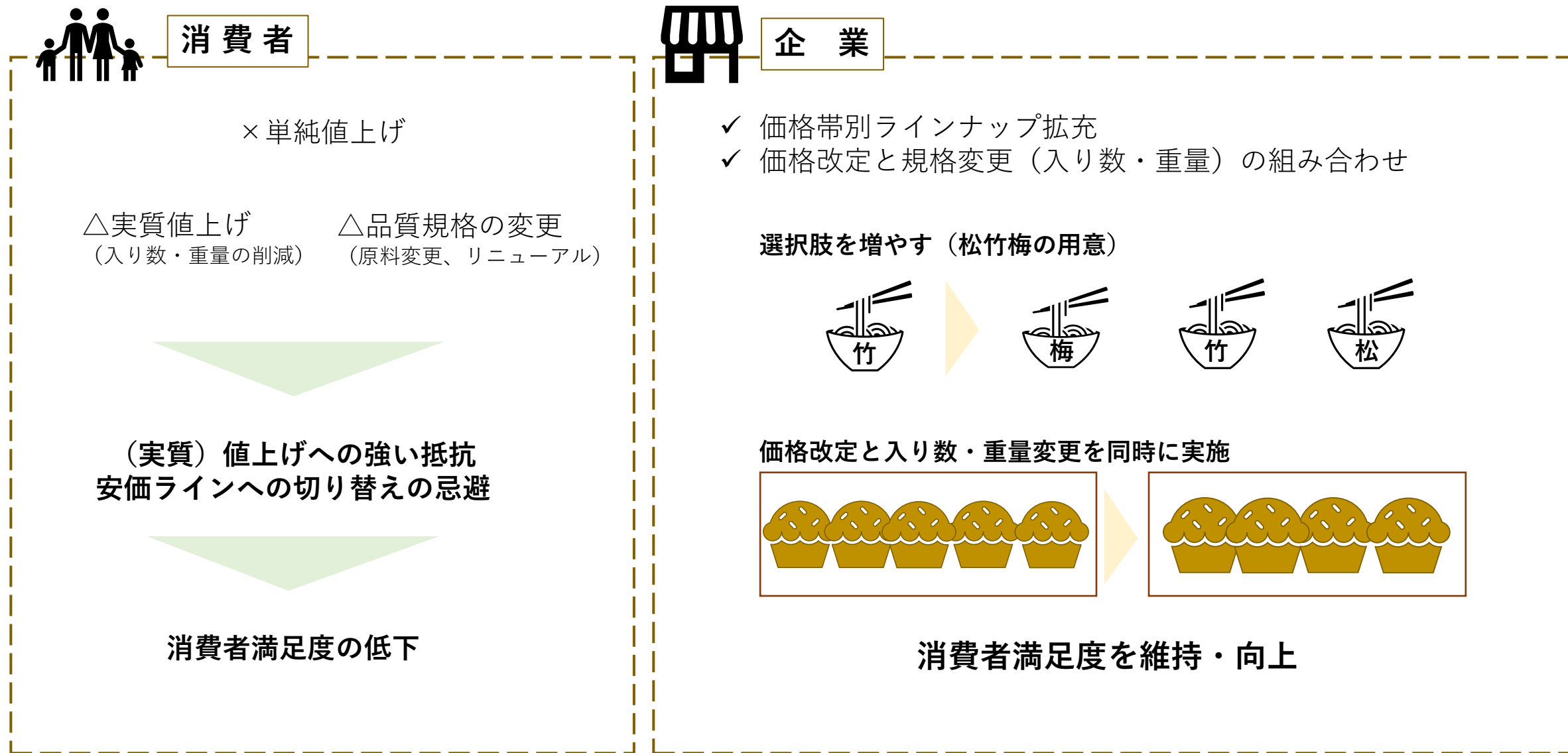
- 値上がりを背景に、世帯当たりのパン・麺類の購入数量は減少。一方、支出金額は増加傾向。
- 消費者のパンや麺類離れ（市場縮小）も起こりうる。



総務省「家計調査（二人以上の世帯）」より作成

家計向けには入り数と重量の同時変更といった工夫がみられる（パンの事例）

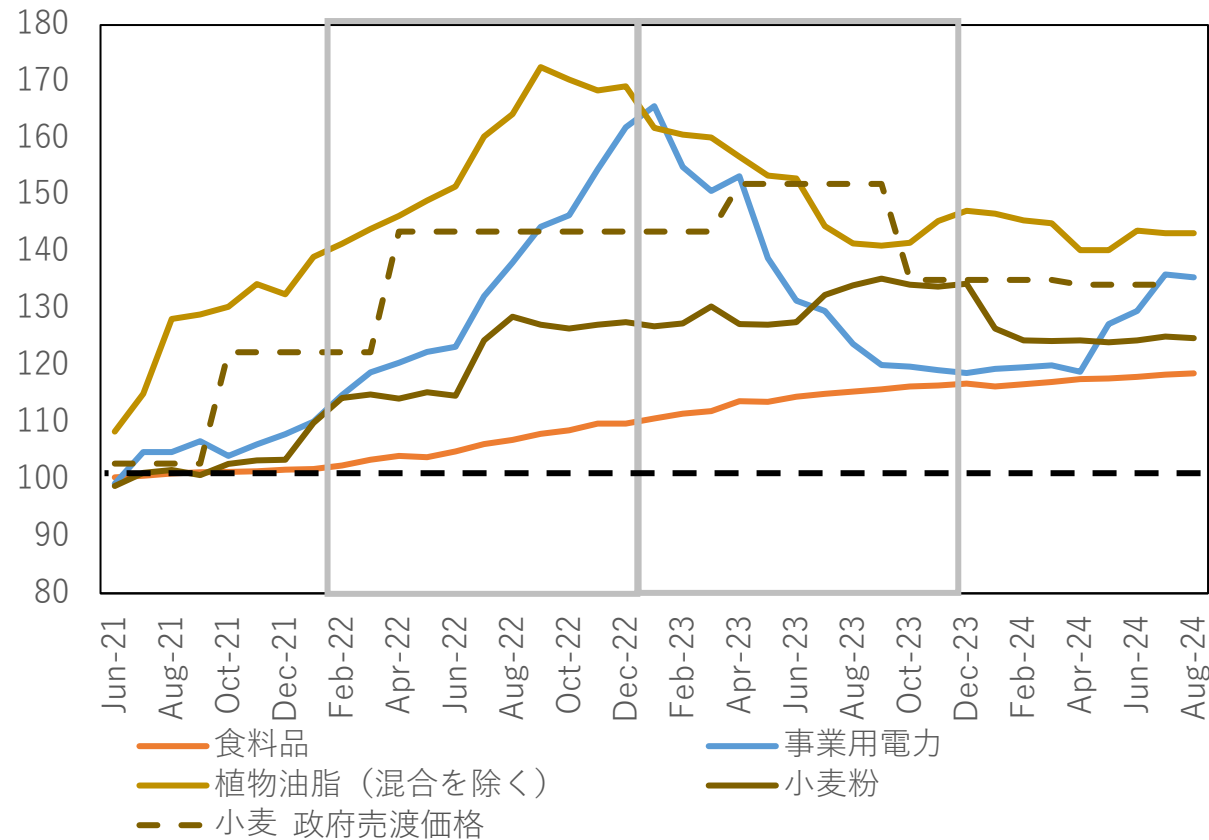
■ 家計向けの商品では消費者離れ防止・満足度維持のため、プライシングの工夫がみられる。



売上高原価率低下は伴わず

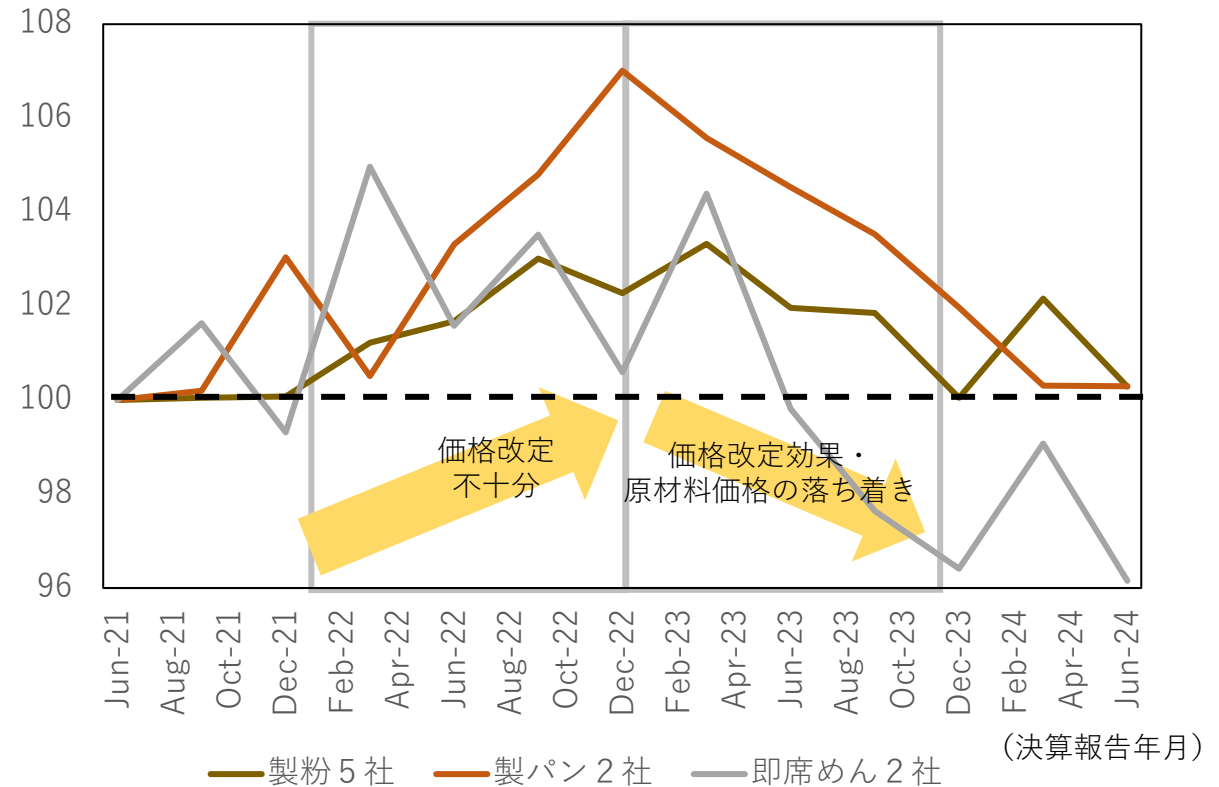
- 植物油脂や電力の価格は2022年末にかけて急騰。
- 23年に入り食用油脂や電力の物価指数の低下もあり、売上高原価率は足元では21年6月と同水準まで低下。

(2020年=100) 各品目の国内企物価指数と小麦政府売渡価格



(2021年6月=100)

売上高原価率の変化

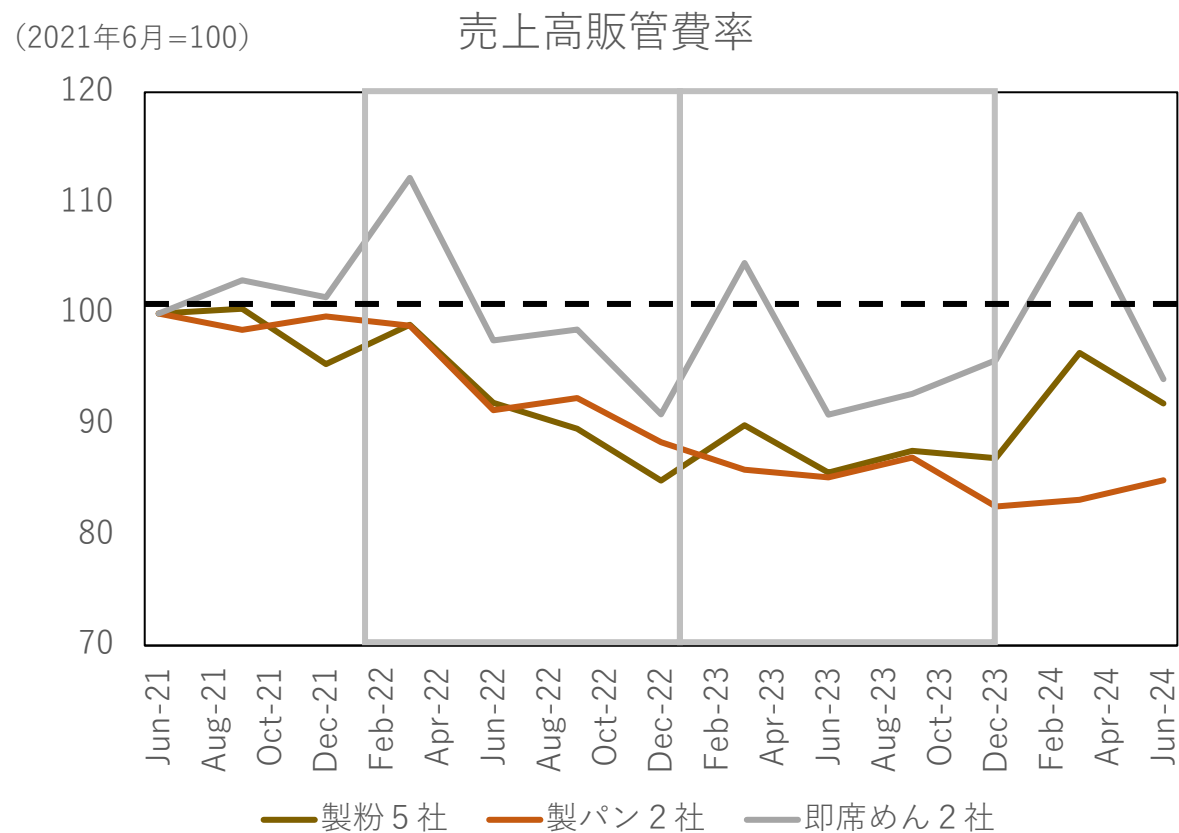
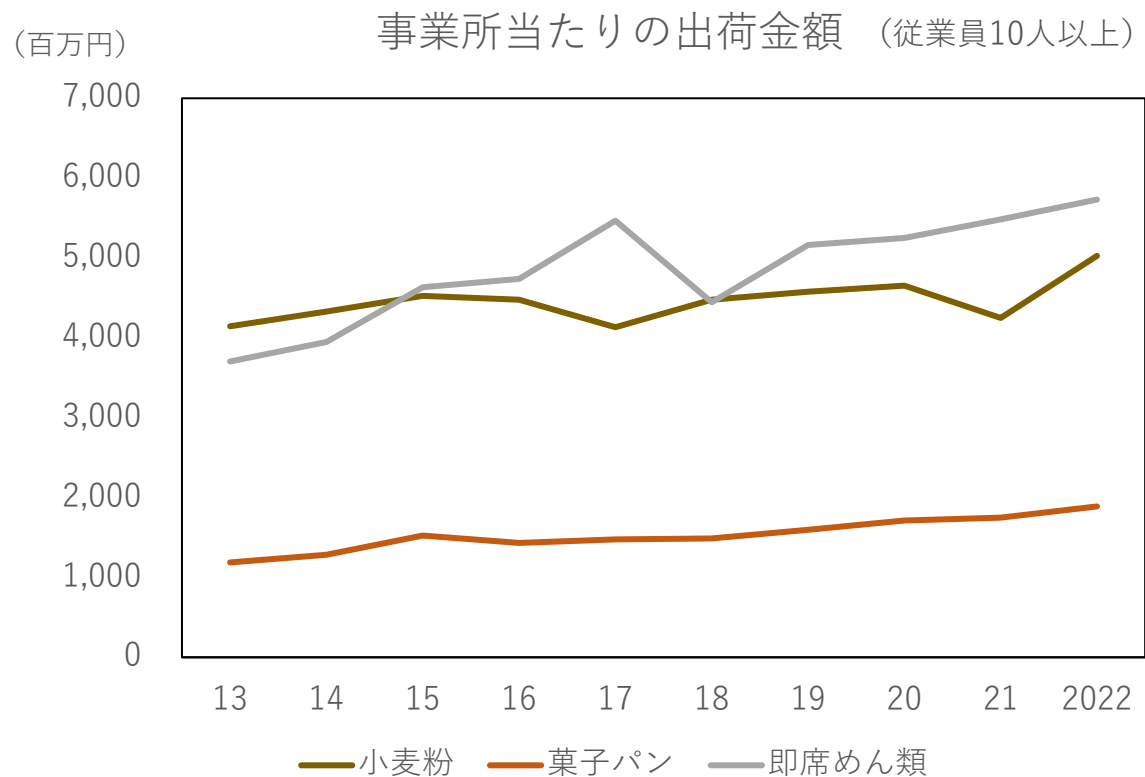


日本銀行「国内企業物価指数」
農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格について（価格公表添付資料）」より作成

各社決算短信より作成

価格改定だけでなく生産合理化、販管費削減が同時に進展

- かねてより製粉、製パン、製めんではいずれも集約・工場の大規模化を進め、生産の合理化が進められてきた。
- 2022年以降、売上高原価率が上昇した半面、売上高販管費率は低下傾向。売上高増加により相対的に減少、販管費の削減による収益を確保の両方が反映されているとみられる。

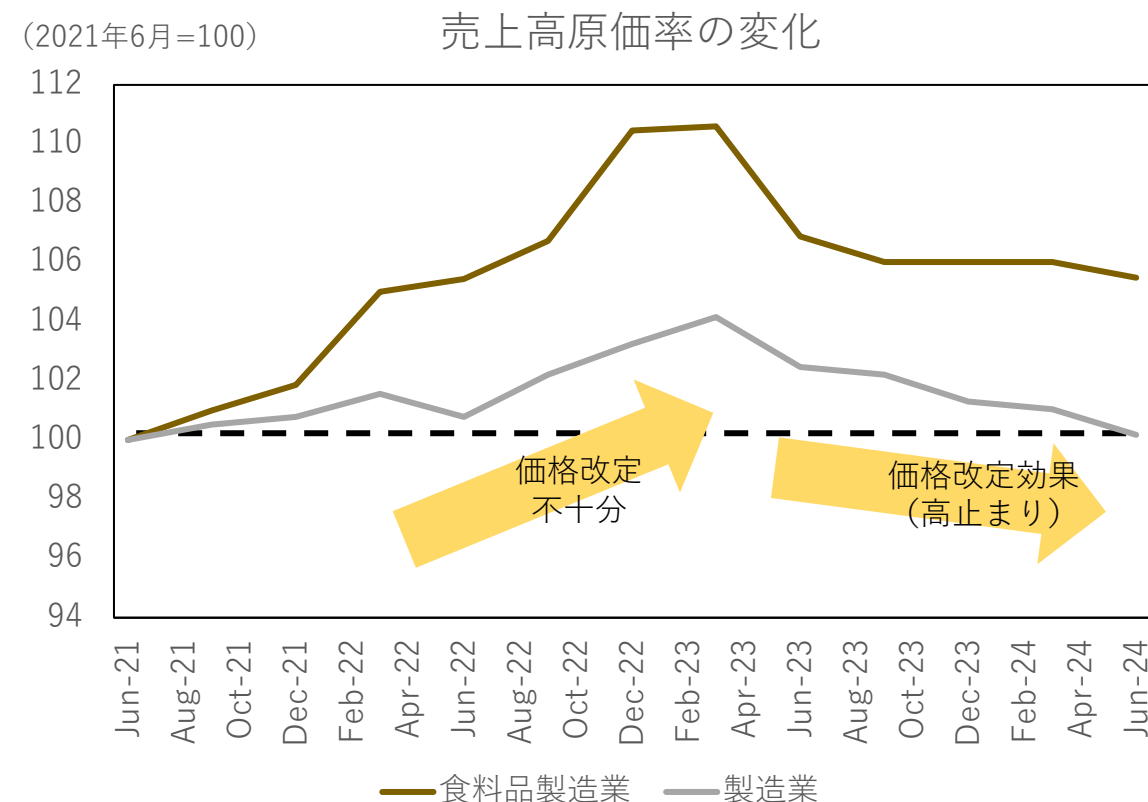
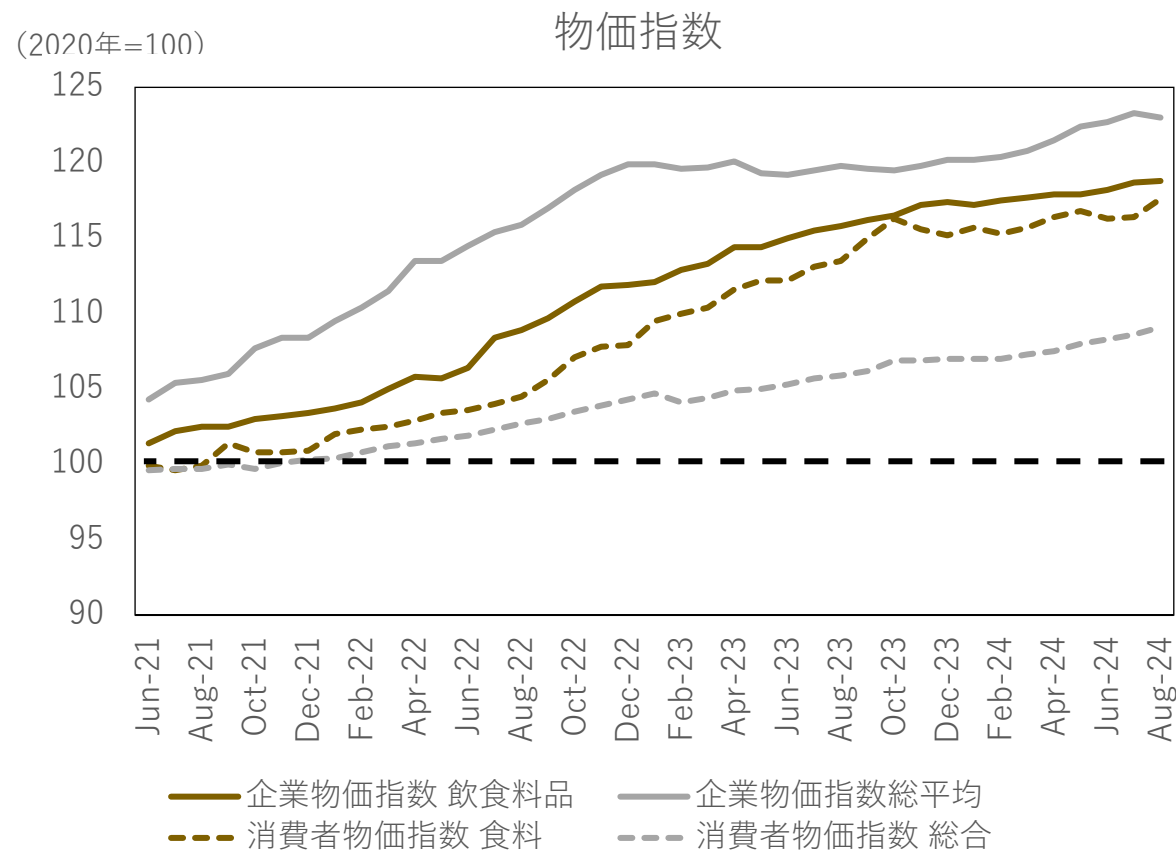


総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」
「令和3年経済センサス-活動調査」
「工業統計調査」「経済構造実態調査」より作成

(決算報告年月)
各社決算短信より作成

ただし、食料品製造業全体では売上高原価率は高止まり

- 企業物価指数・消費者物価指数全体でみると物価の上昇基調は継続。
- 食品製造業では売上高原価率は高止まりの状況、製造業に比べると価格転嫁が追いついていないとみられる。



※資本金10億円以上

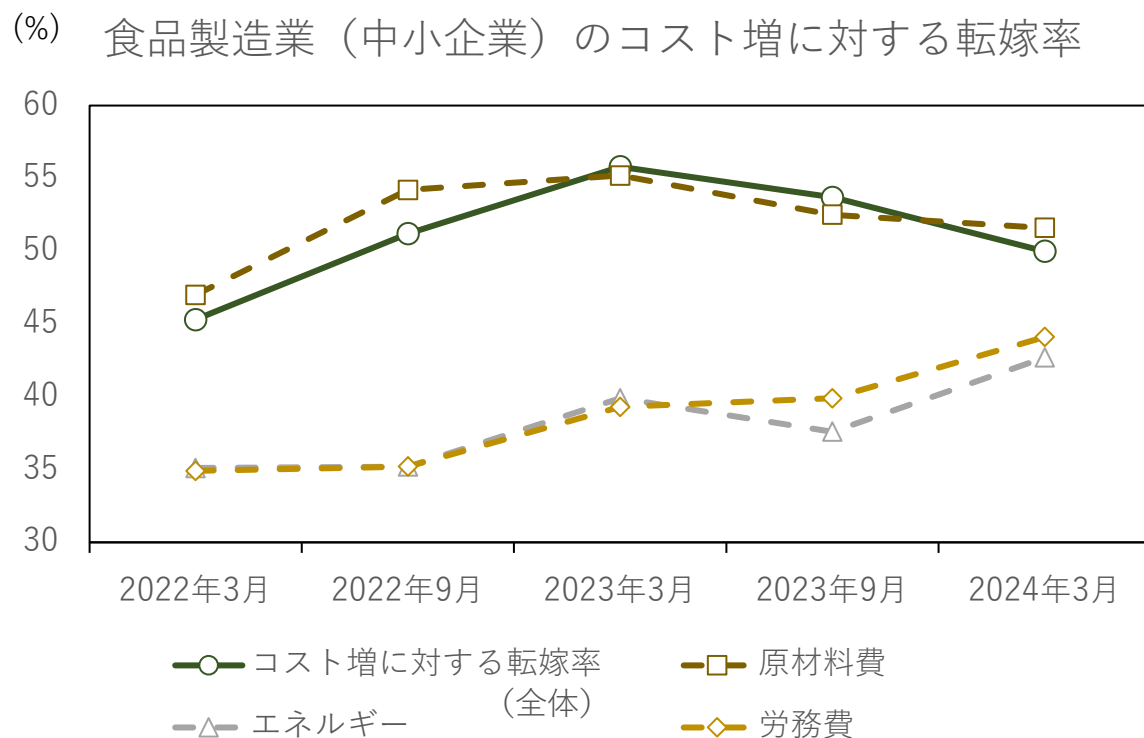
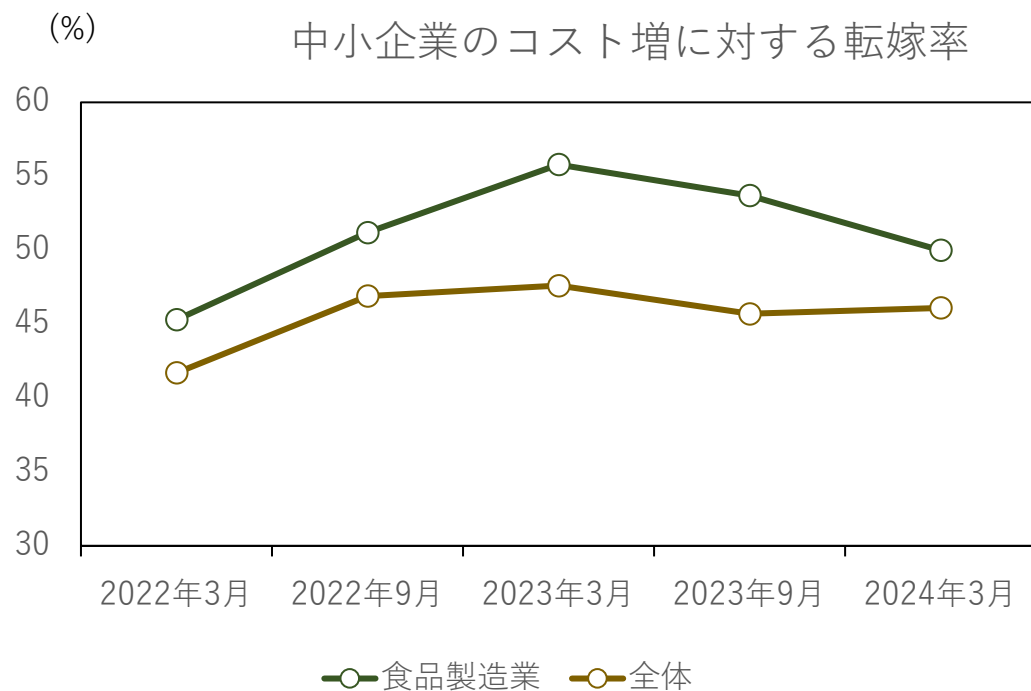
日本銀行「国内企業物価」
総務省「消費者物価指数」より作成

財務省「法人企業統計調査」より作成

今後見込まれる変化と対応

売価反映は、原料分が先行したが、今後は光熱動力費分も進展

- 食料品製造業の中小企業におけるコストの価格転嫁率は50%前後で推移しており、全体と比べて高い水準で推移。食品関係は原材料等の値上げにかかる報道が多いことから価格転嫁しやすい環境だったとみられる。
- コスト増に対する転嫁率をみると、原材料価格のコスト増は価格に転嫁をさせやすい傾向。しかし、改善傾向であるものの光熱動力費や労務費の価格転嫁は認められにくい。

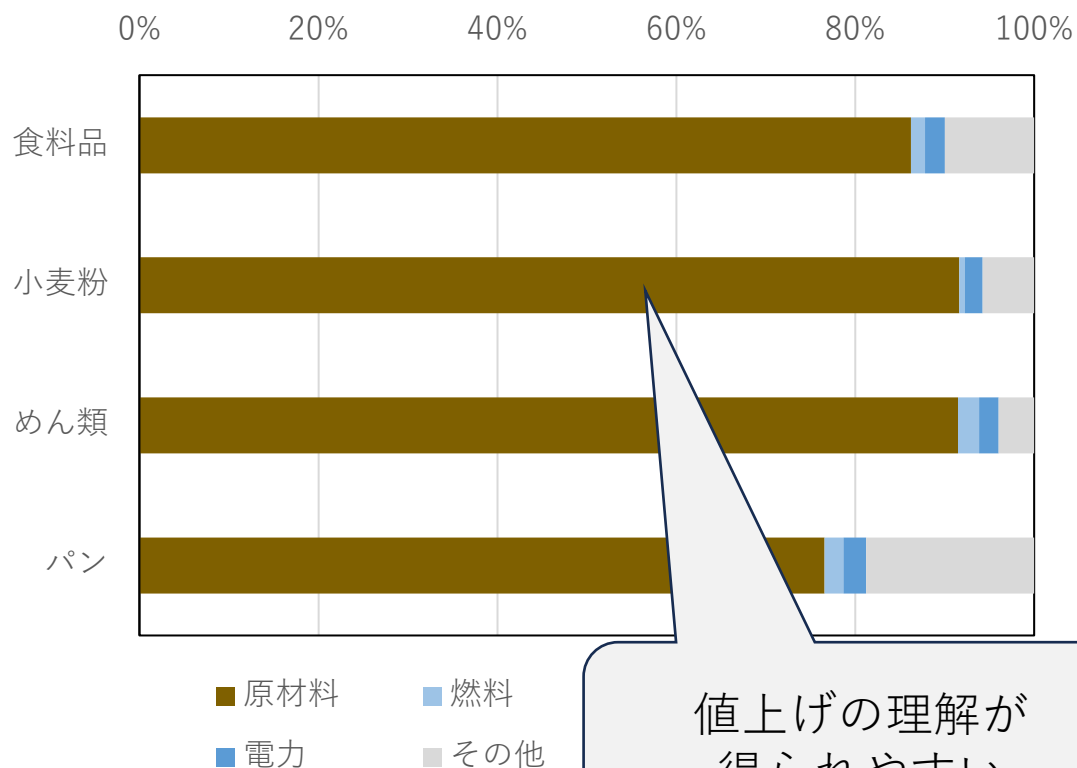


- ✓ 労務費の上昇分は受注者の生産性や効率性の向上を図ることで吸収すべき問題であるという意識が発注者に根強くある。
- ✓ 交渉の過程で発注者から労務費の上昇に関する詳細な説明・資料の提出が求められる。
- ✓ 発注者との今後の取引関係に悪影響（転注や失注など）が及ぶおそれがある。

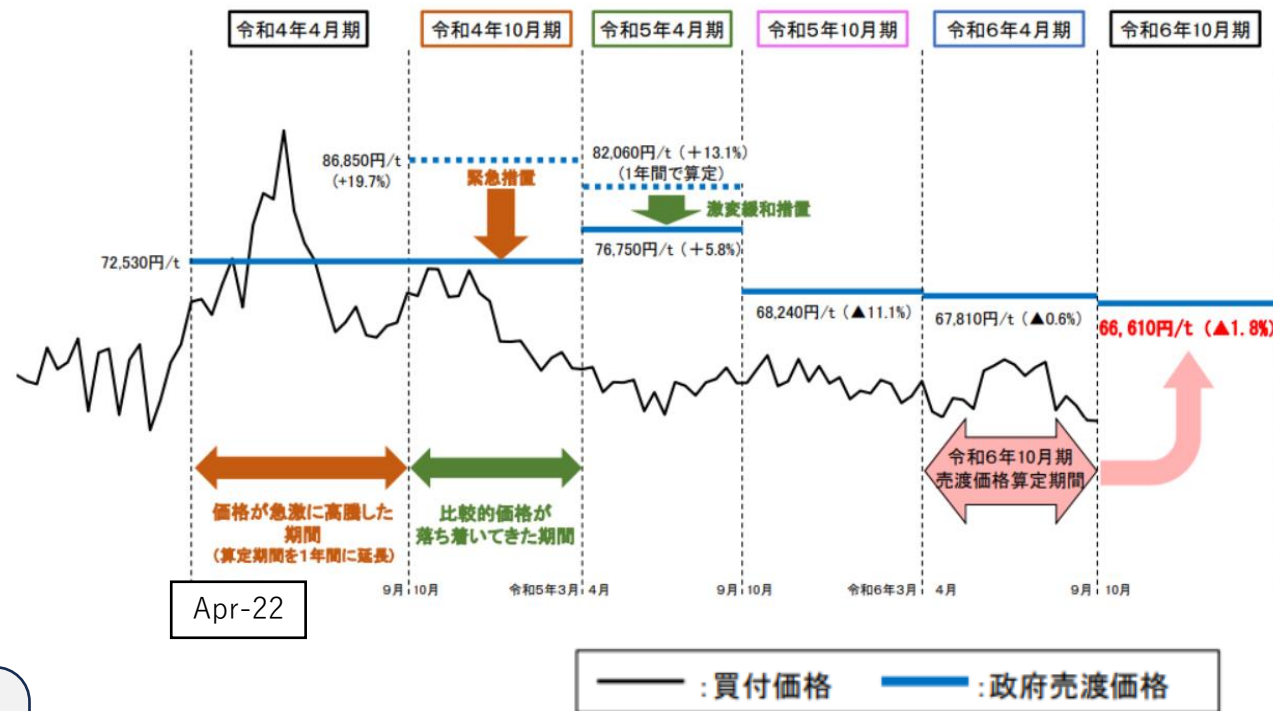
原材料価格以外の価格改定への反映が進む

- 原材料価格高騰はクリアな情報であり、比較的理解が得られやすく価格改定につなげやすい。一方、エネルギー費や人件費等は価格改定への反映が難しかったが、今後反映が進むとみられる。
- 小麦の政府売渡価格が低下する場合も、小麦粉の売価上昇も起こりうる。

製造における原価（人件費等を除く）（再掲）



値上げの理解が
得られやすい



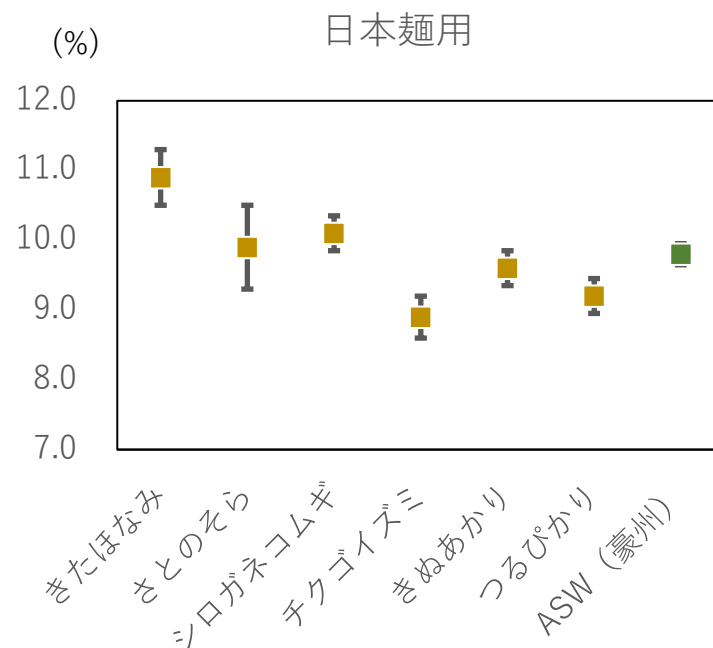
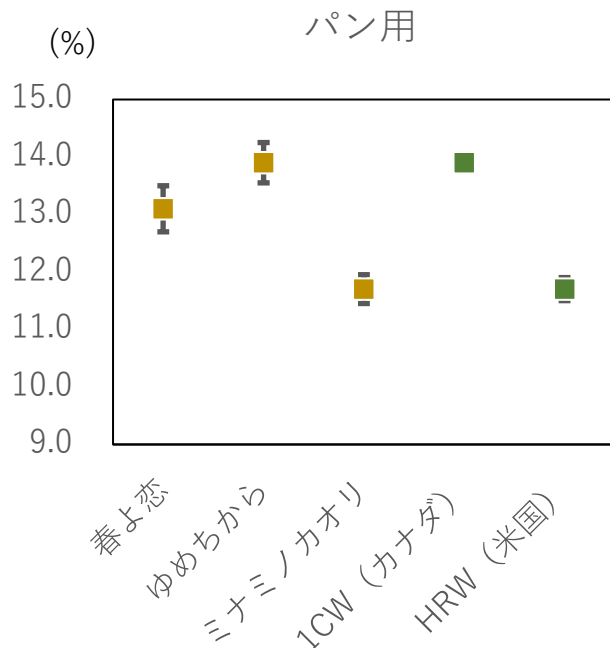
農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格について（価格公表添付資料）」

経済産業省「令和3年 経済センサス-活動調査（30人以上の事業所）」より作成

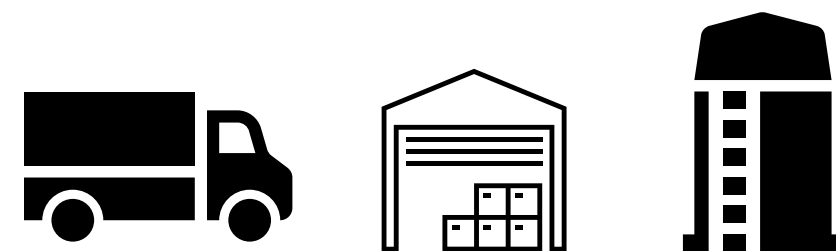
国産小麦では課題への対応が進む

- 輸入品は目的の品質に合わせて配合、単一銘柄（ASW等）となることから品質のふれが小さい。供給量も安定。
- 国産小麦では流通のインフラが不足しており、さらにも価格・品質含めて合理的な流通体系を作ることも課題。そのなかでストックセンターの整備等、それらに対応する動きもみられる。

小麦のタンパク質含量



小麦流通・品質安定化のインフラ

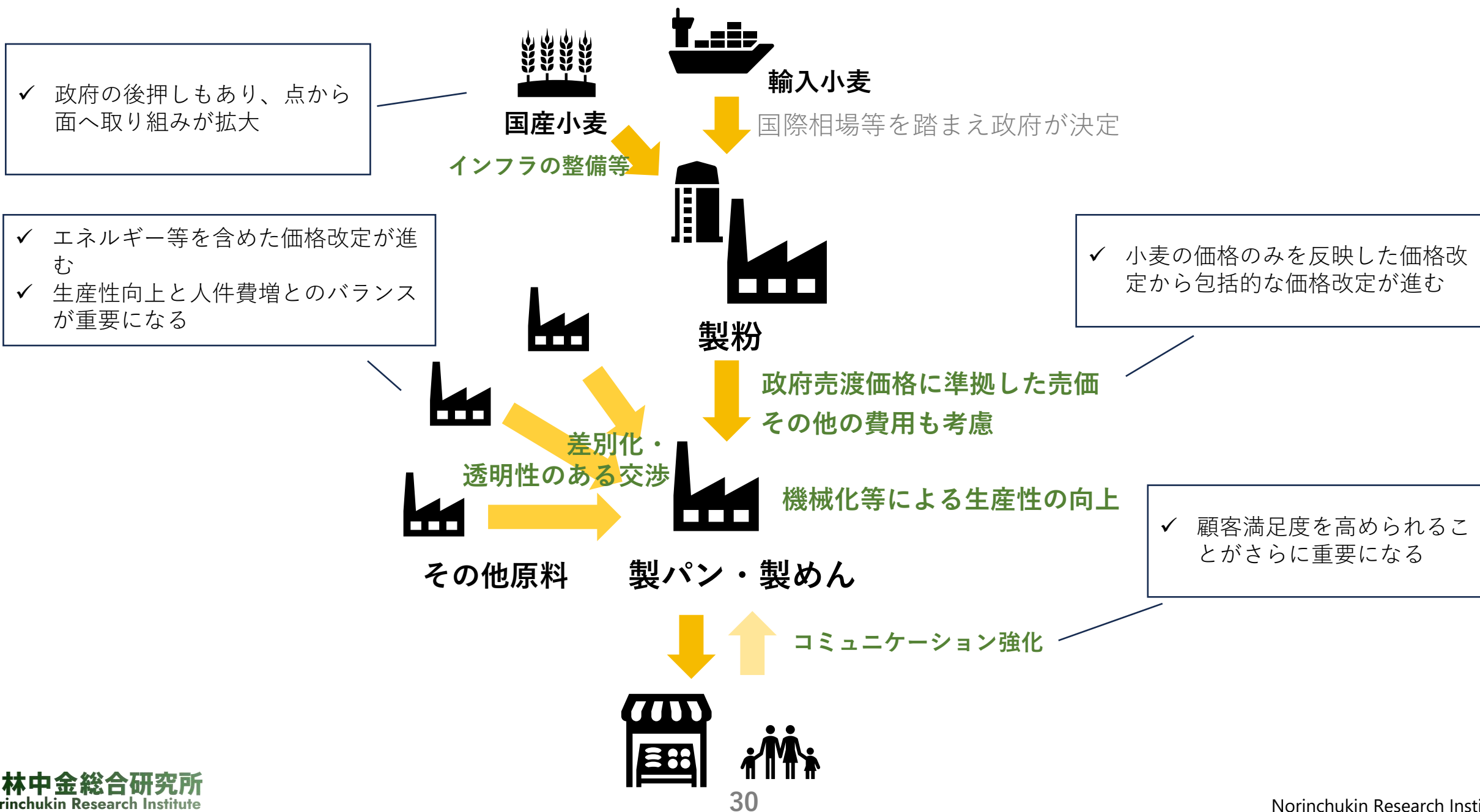


- ✓ 物流上の経済的合理性の不足
- ✓ 倉庫・サイロの不足



ストックセンター整備の動きも

農林水産省「麦をめぐる最近の動向」（2024年5月）より作成
元データは「国内産小麦の品質評価-令和4年産-」（令和5年7月製粉協会技術委員会）より作成
注：表中の数値はタンパク含有率の直近5年（H30～R4年産）平均値±標準偏差。



オレンジ果汁 調達環境と企業の取り組み

■ 市場全体の動向

- － 飲料市場全体の動きと果汁飲料のポジション
- － 農産物由来飲料の特徴
- － オレンジ果汁の輸入状況
- － 加工用オレンジの世界的需給の特徴

■ 価格動向

- － 国際価格の推移と在庫水準
- － 主要国の近年の動向
- － 国内の輸入価格と販売価格の推移

■ 企業対応

- － 日本の購買力の変化
- － 各社のオレンジジュース休売状況

■ 今後見込まれる変化と対応

- － 加工用オレンジの需給見通し
- － 各社がとり得る対応

果汁飲料（オレンジ果汁）

国内での役割

嗜好品

調達環境

原料の大半を輸入に依存

輸入方式

自由貿易

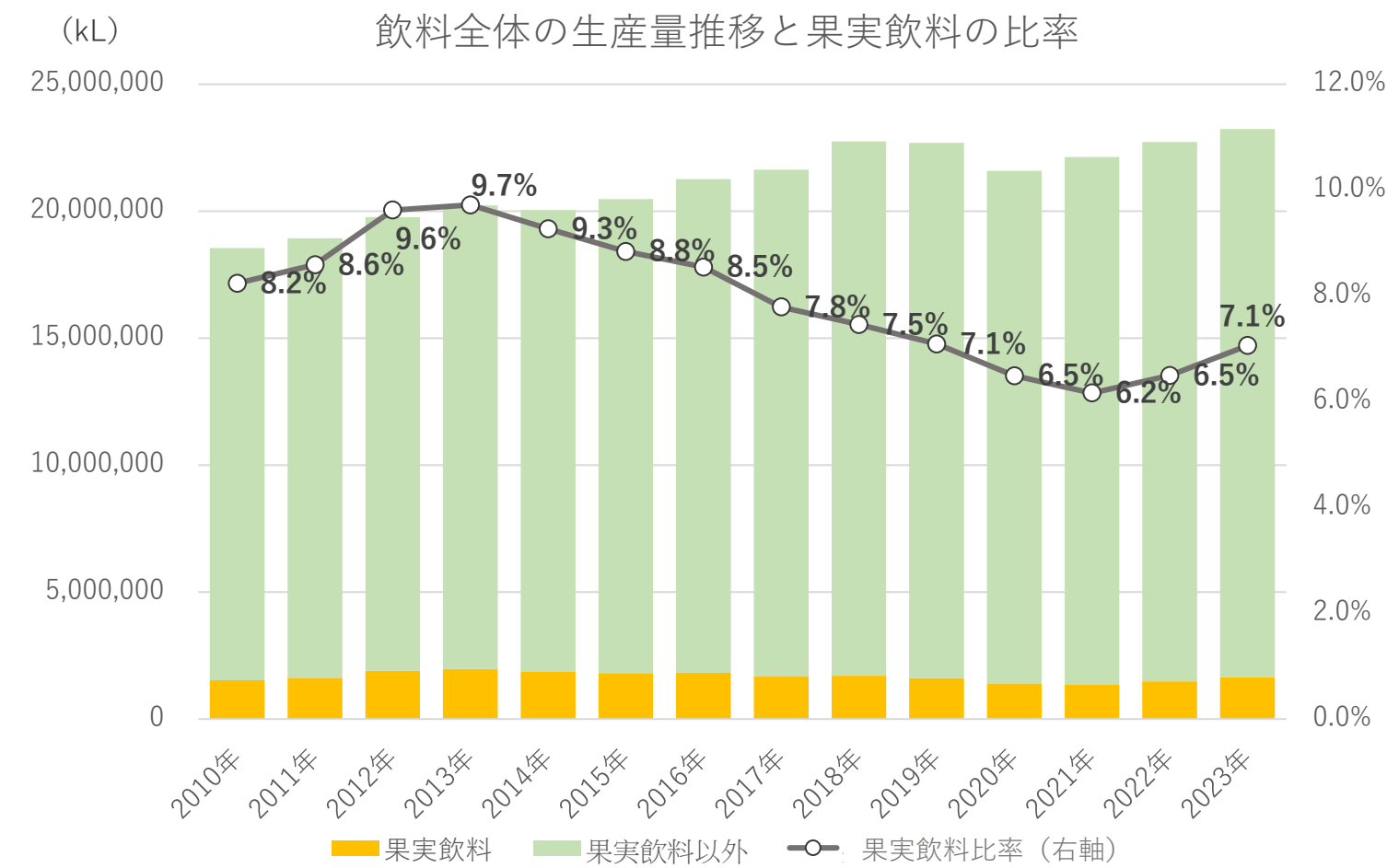
輸入依存の 主な背景

消費者ニーズ、内外価格差 等

市場全体の動向

国内の飲料製品の生産量は堅調に推移、果実飲料カテゴリーは全体で5番目の大きさ

- 飲料全体に占める果実飲料の生産量比率はやや低下傾向。
- 2023年において全体に占める割合は7%で5番目のカテゴリー。



2023年飲料種別の生産量

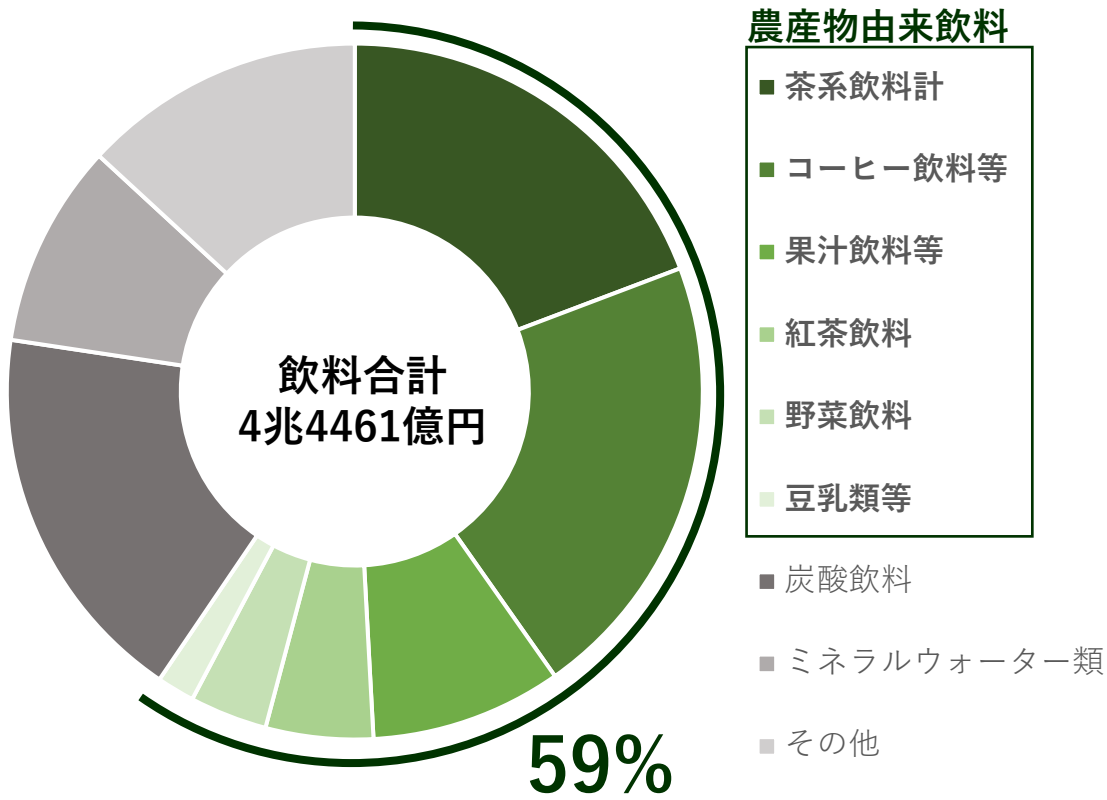
飲料種類	生産量 (kL)	割合
茶系飲料	5,521,300	24%
ミネラルウォーター類	4,831,200	21%
炭酸飲料	3,778,600	16%
コーヒー飲料等	3,135,400	13%
果実飲料等	1,639,900	7%
紅茶飲料	1,060,400	5%
豆乳類等	398,500	2%
野菜飲料	518,300	2%
その他	2,351,200	10%
総計	23,234,800	

農産物を主な原料とする飲料の価格は近年上昇傾向である

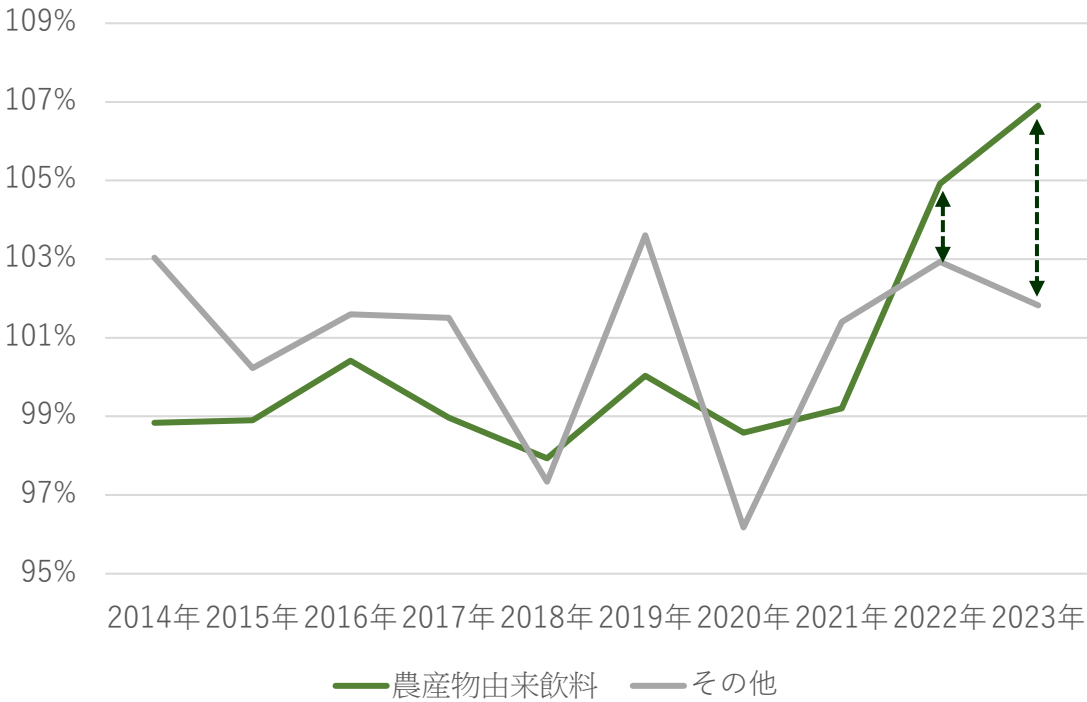
- 飲料のうち農産物由来飲料※の金額構成比は6割程度。
- 2022年以降は、炭酸やミネラルウォーターなどに比べて単価上昇率が高い。

※農産物を主原料とする飲料として、茶・コーヒー・果実飲料等を呼称

飲料種別の生産金額構成比（2023年）



農産物由来飲料とそれ以外の単価上昇率

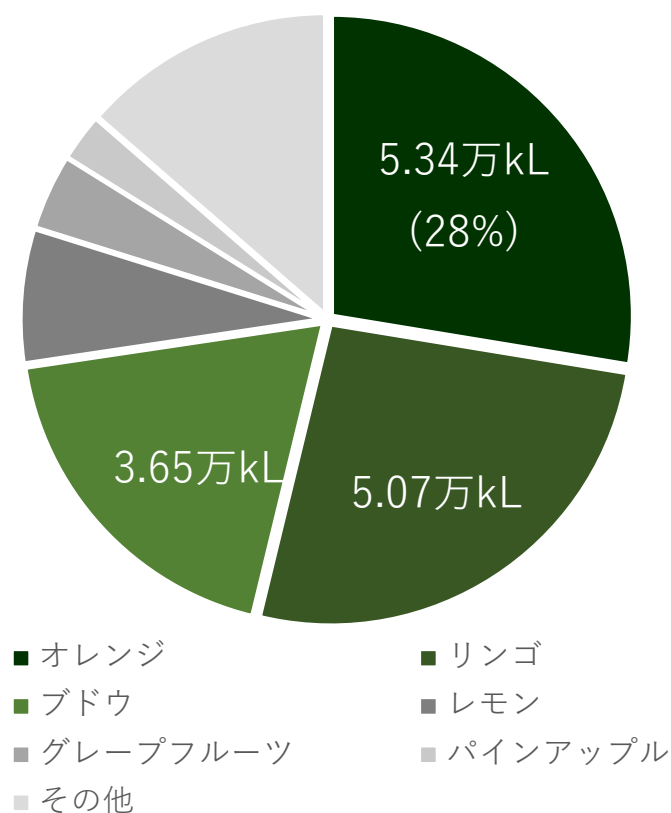


（一社）全国清涼飲料連合会「清涼飲料水統計2024」より作成

日本は、オレンジ果汁の大半を輸入に依存、その過半はブラジル

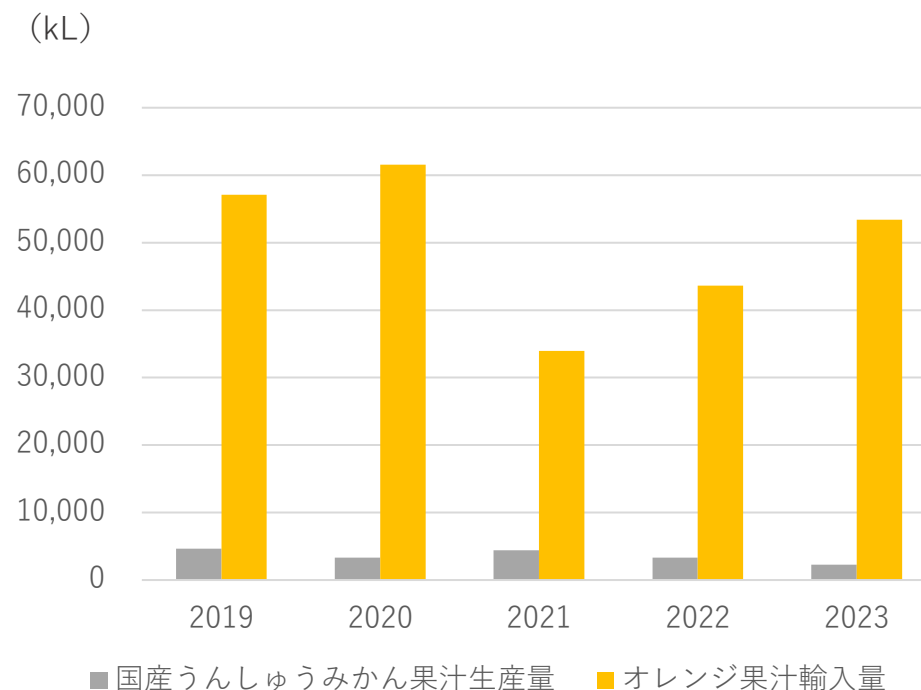
- オレンジ果汁の輸入量は、輸入果汁の中で1位。
- オレンジ果汁輸入量と国産うんしゅうみかん果汁生産量の差は大きい。
- 国産うんしゅうみかんの加工仕向量は、貿易自由化で安価なオレンジ果汁が多く輸入されるようになり減少。

果汁別の輸入量（2023年）

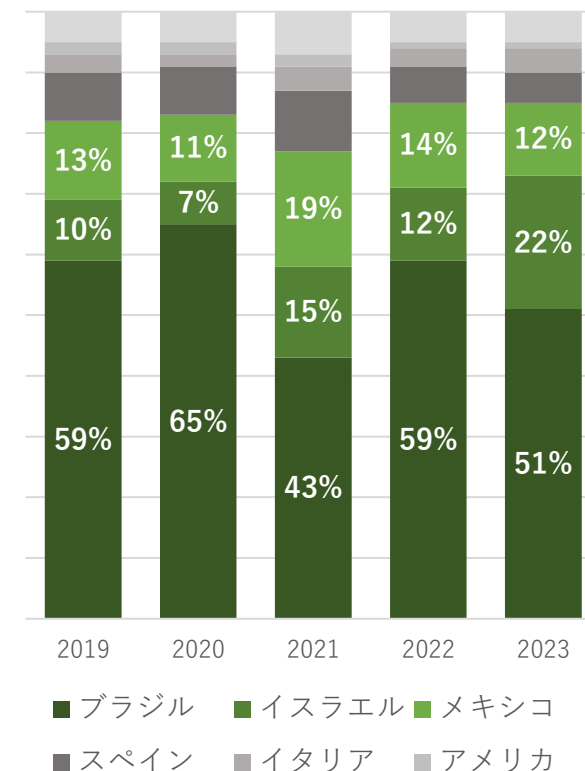


オレンジ果汁輸入量と
国産うんしゅうみかん果汁生産量※

※うんしゅうみかん果汁向処理量からの推定値（農中総研算出）



オレンジ果汁の輸入先国比率



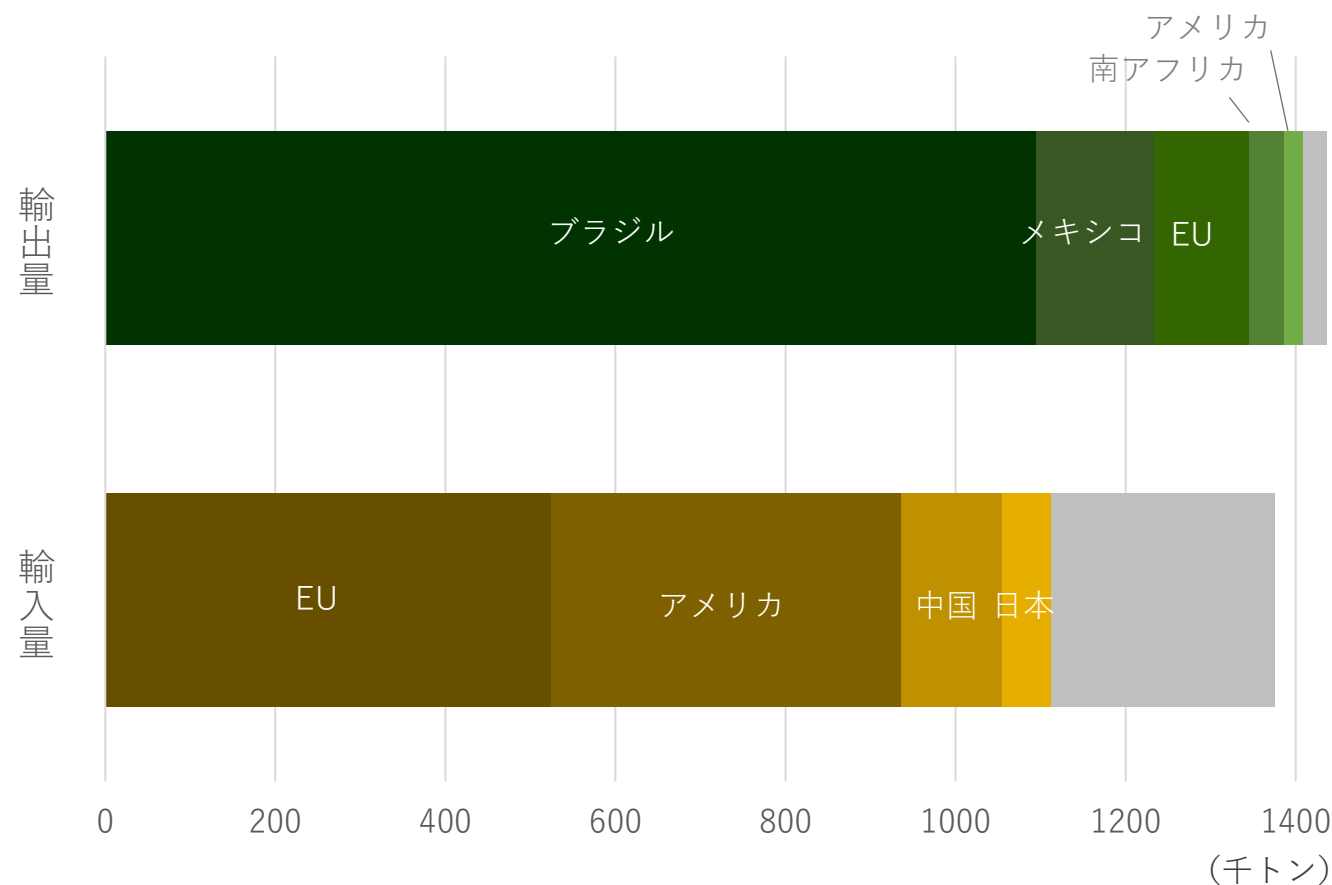
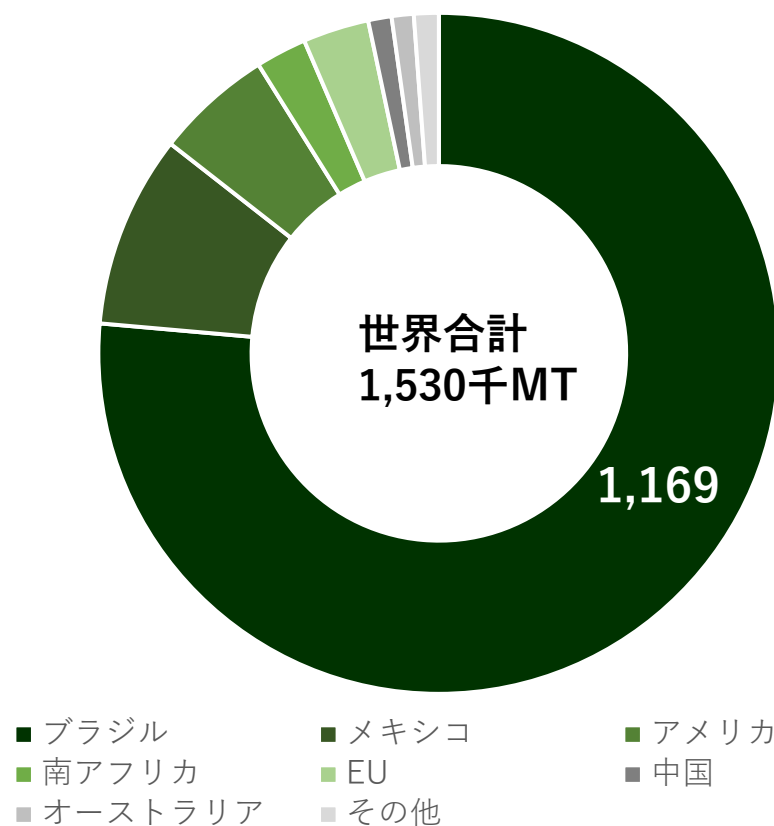
（一社）果汁協会「果汁協会報」及びWebサイトより作成

世界的にみても、加工用オレンジの供給はブラジルに大きく依存する構造

- 世界のオレンジ果汁の生産、輸出はブラジルだけで7割以上を占める。
- 輸入はEUとアメリカで半分以上を占め、日本のボリュームは相対的には大きくない。

2022/23シーズン オレンジ果汁世界生産量（Brix65換算）

2022/23シーズン オレンジ果汁の輸出入状況



米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

価格動向

オレンジ果汁の先物価格は過去最高値を記録

- 国際指標となる冷凍オレンジ果汁のNY商品取引所における先物価格は2022年初頭から急騰。
- 24年9月時点、22年1月比327%まで上昇している。

セント/ポンド

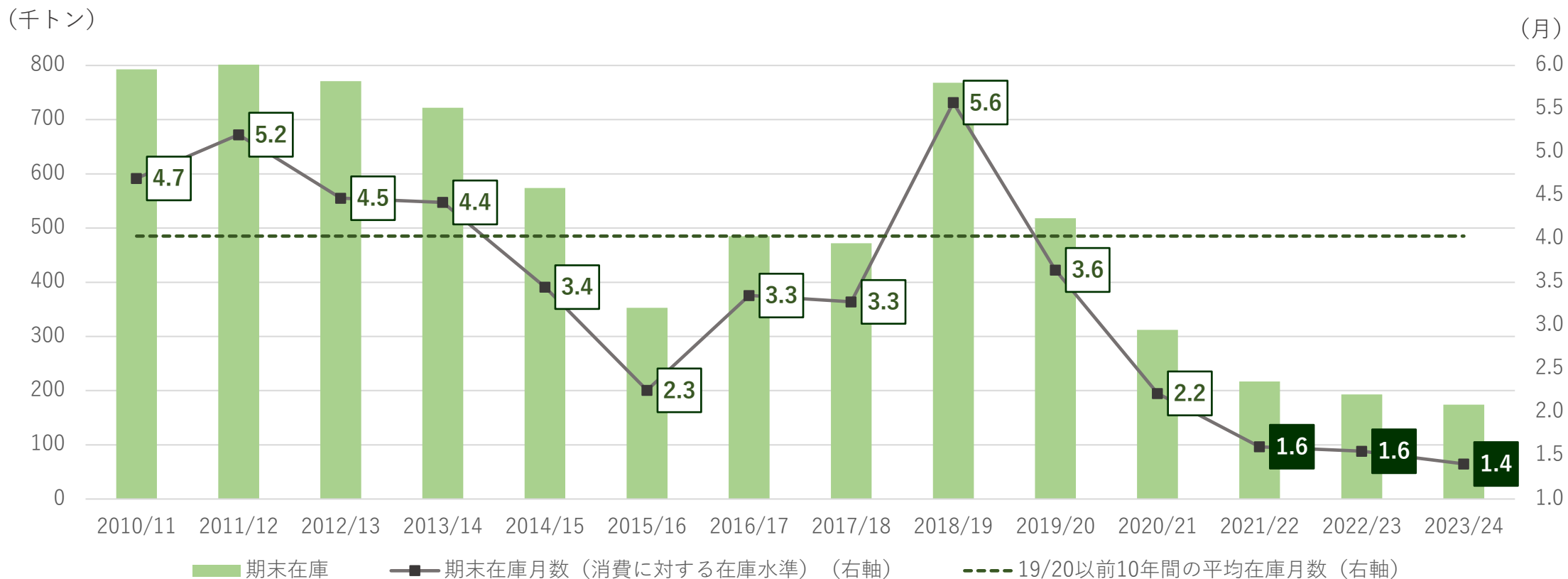


Investing.com Webサイトより作成

世界在庫は2021/22シーズン以降、危機的な水準に低下している

- 2018年をピークに世界在庫は大幅に下降。
- 世界消費量に対する在庫月数は、21/22シーズンから2ヶ月を切る状態が続いており非常に逼迫している。

オレンジ果汁世界在庫量と在庫月数の推移（65Brix換算）

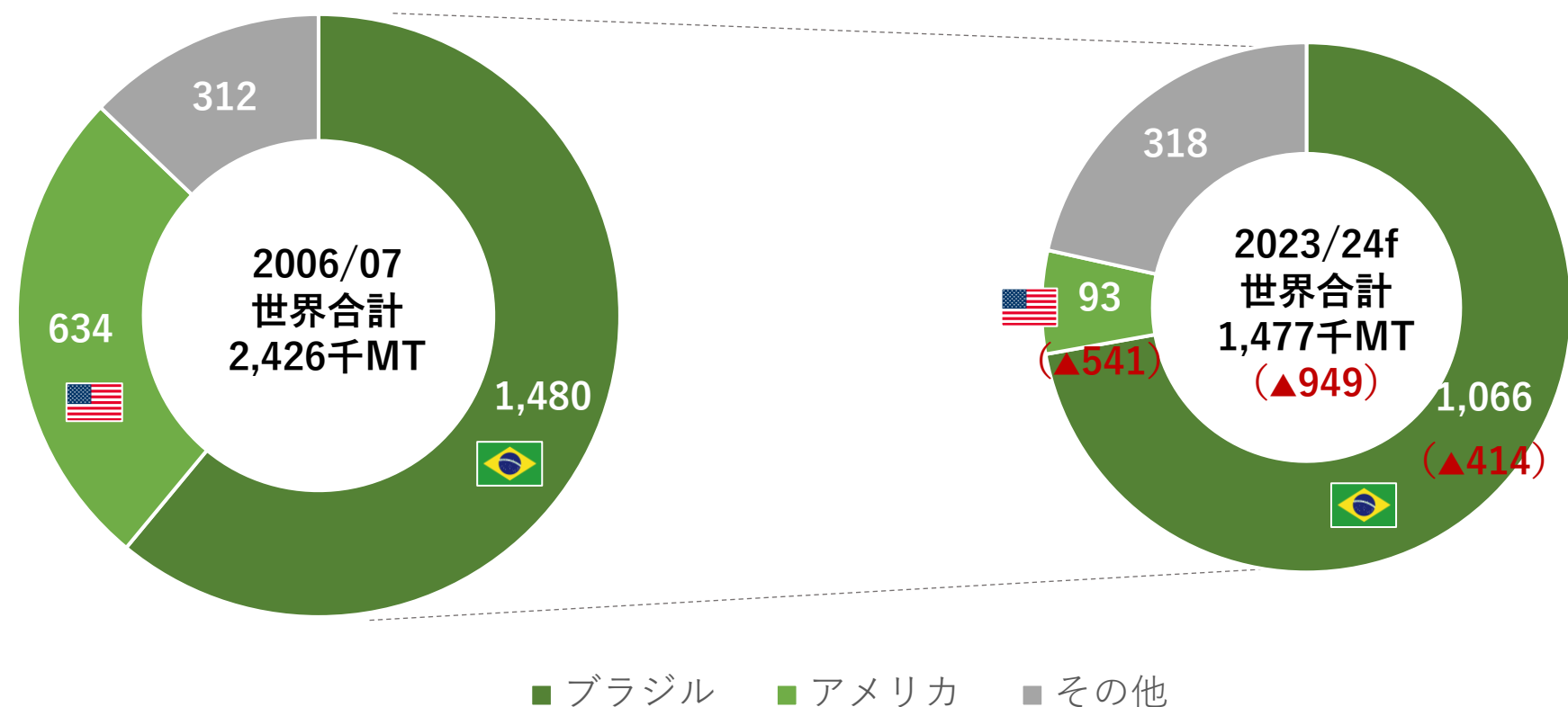


米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

オレンジ果汁の世界生産量は過去から大きく落ち込んでいる

■ アメリカとブラジルの減少がそのまま世界生産量の減少に繋がっている。

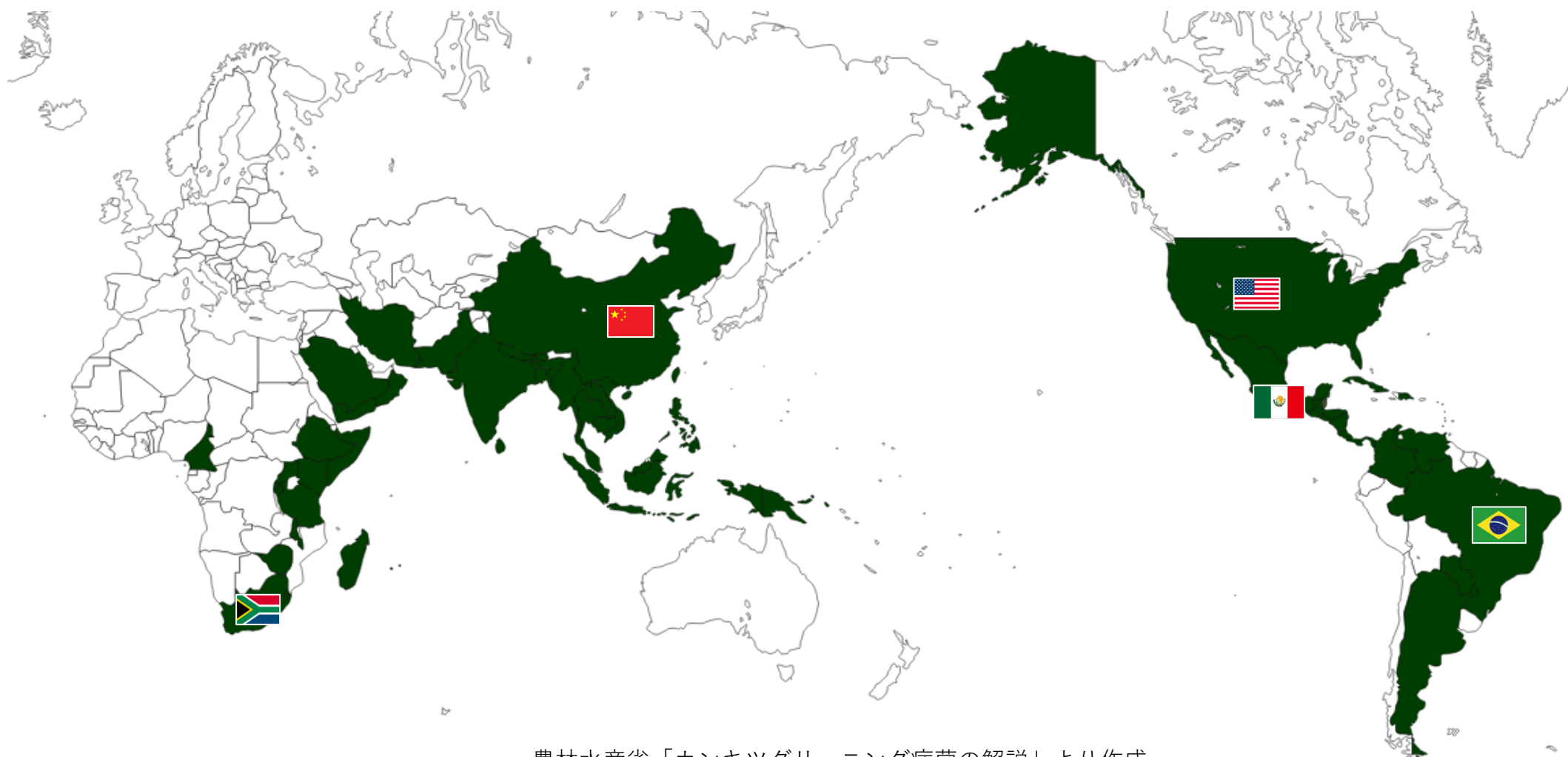
オレンジ果汁世界生産量の推移（65Brix換算）



米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

カンキツグリーニング病は世界の柑橘産業に深刻な打撃を与えている

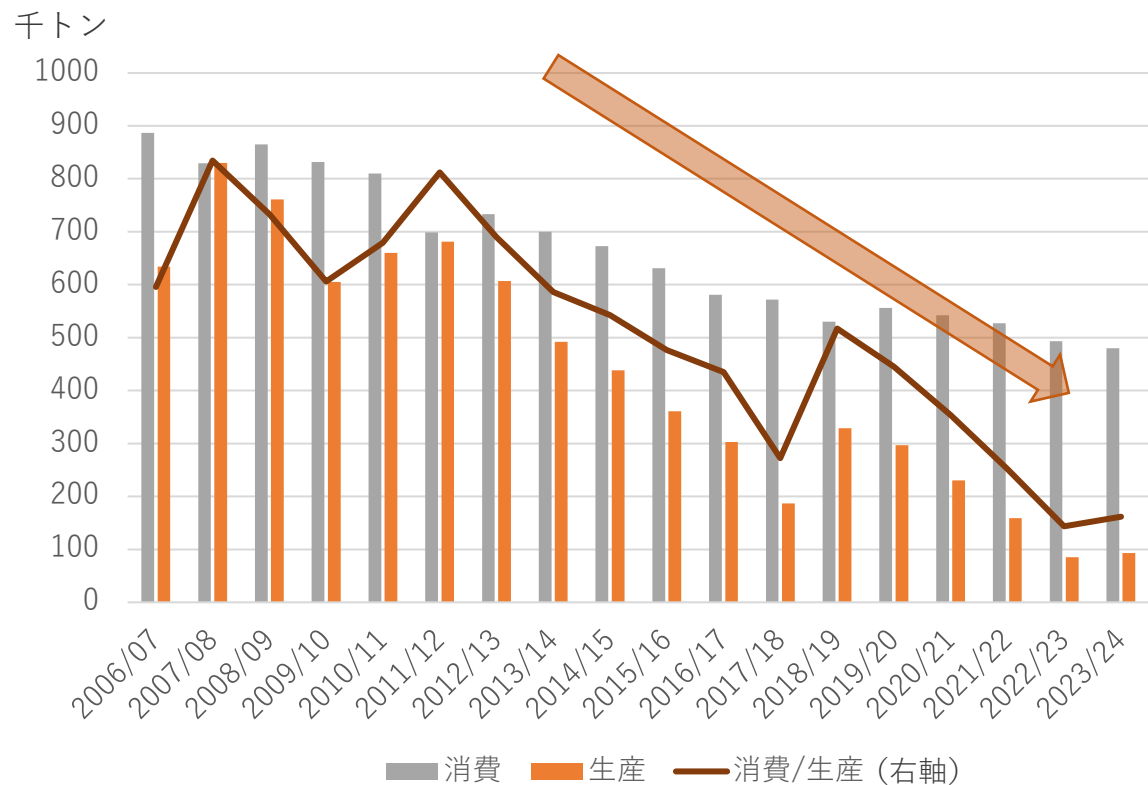
- カンキツグリーニング病に感染した樹木は早期落果や未熟果が多く発生。時間をかけて徐々に衰弱してやがて枯死する。
- 媒介虫によって広がる病気で、現在は主要な生産国のほとんどで感染が見られる。



アメリカは過去20年で生産量が大きく減少

- かつて主要産地であったアメリカでは、2005年にフロリダ州でグリーンング病が確認されて以降、度重なるハリケーンの影響も重なり、生産量が大きく低下した。
- アメリカ国内の消費に対する自国生産の割合は低下しており、その反動で輸入が増加している。

アメリカ国内の生産と消費の動向



アメリカ輸出入量の推移

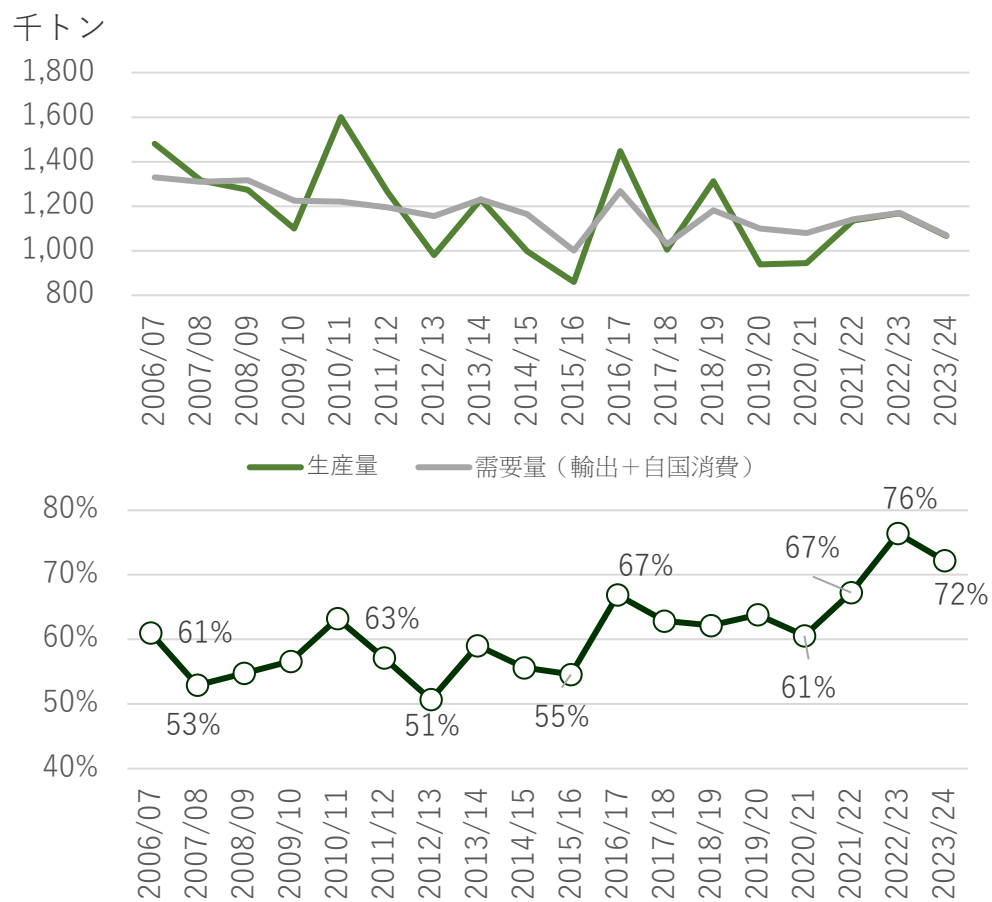


米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

2021年以降ブラジルの期末在庫はほぼ底をついている状態

- 病害（グリーンング病）や干ばつ等により、ブラジルの生産は過去から停滞が続いていた。
- そのような中で、世界生産におけるブラジルへの依存は強まってきている。
- 2019/20と20/21シーズンは需要に対し生産が大きく不足。以降も需要に追いついておらず、ブラジルの期末在庫はほぼ尽きている状態と考えられる。

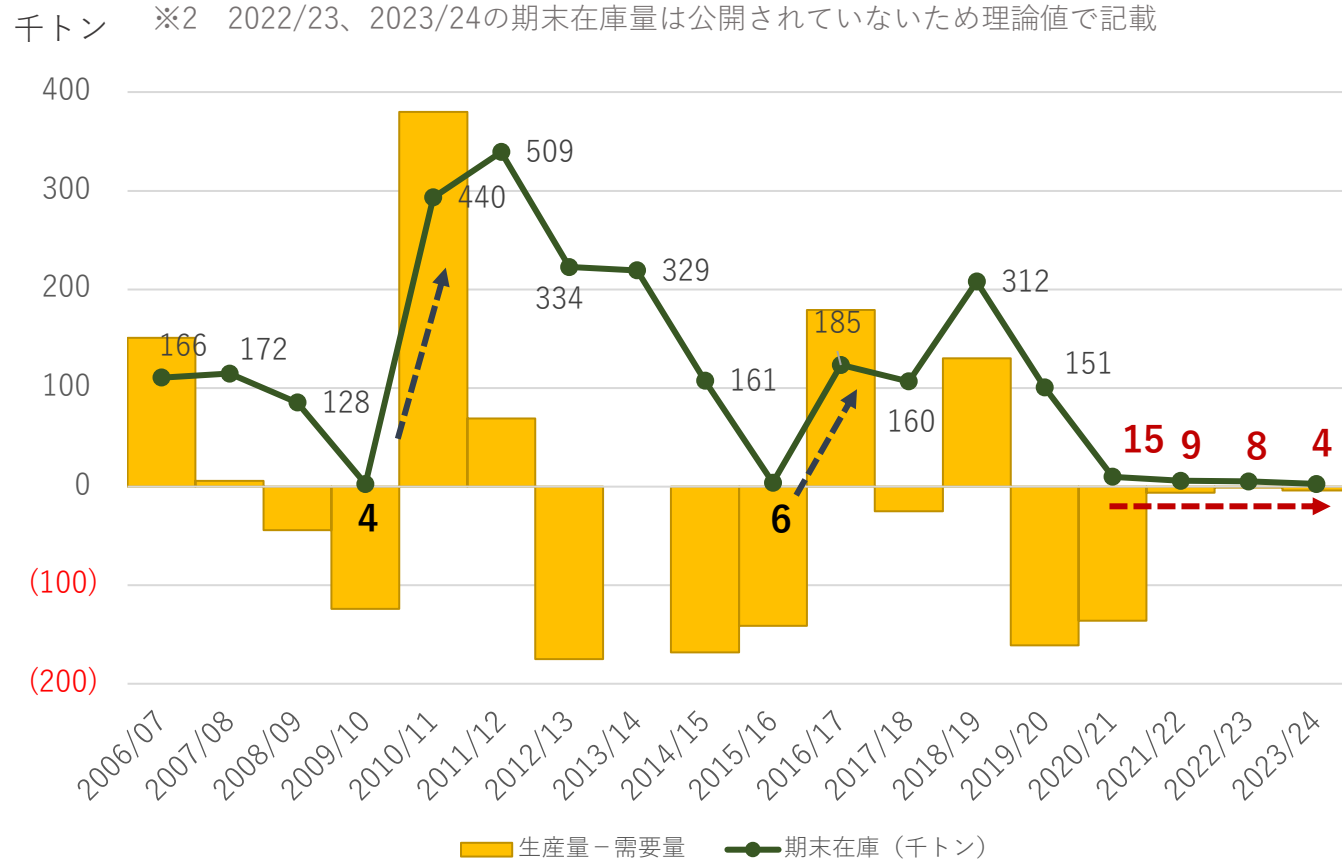
上：生産量と需要量、下：世界生産量に占めるブラジルの割合



生産と需要のバランス※1と期末在庫量※2

※1 生産量から需要量(輸出量+自国消費量)を引いた数値

※2 2022/23、2023/24の期末在庫量は公開されていないため理論値で記載

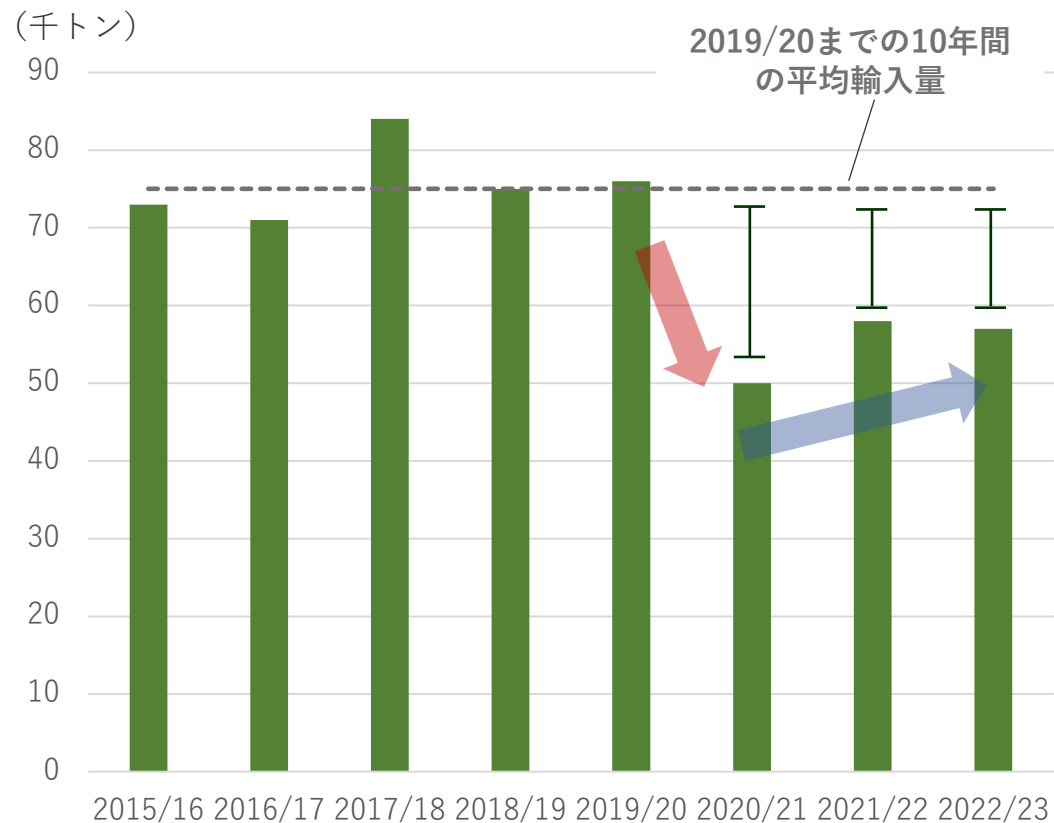


米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

日本における冷凍オレンジ果汁の輸入価格は急騰している

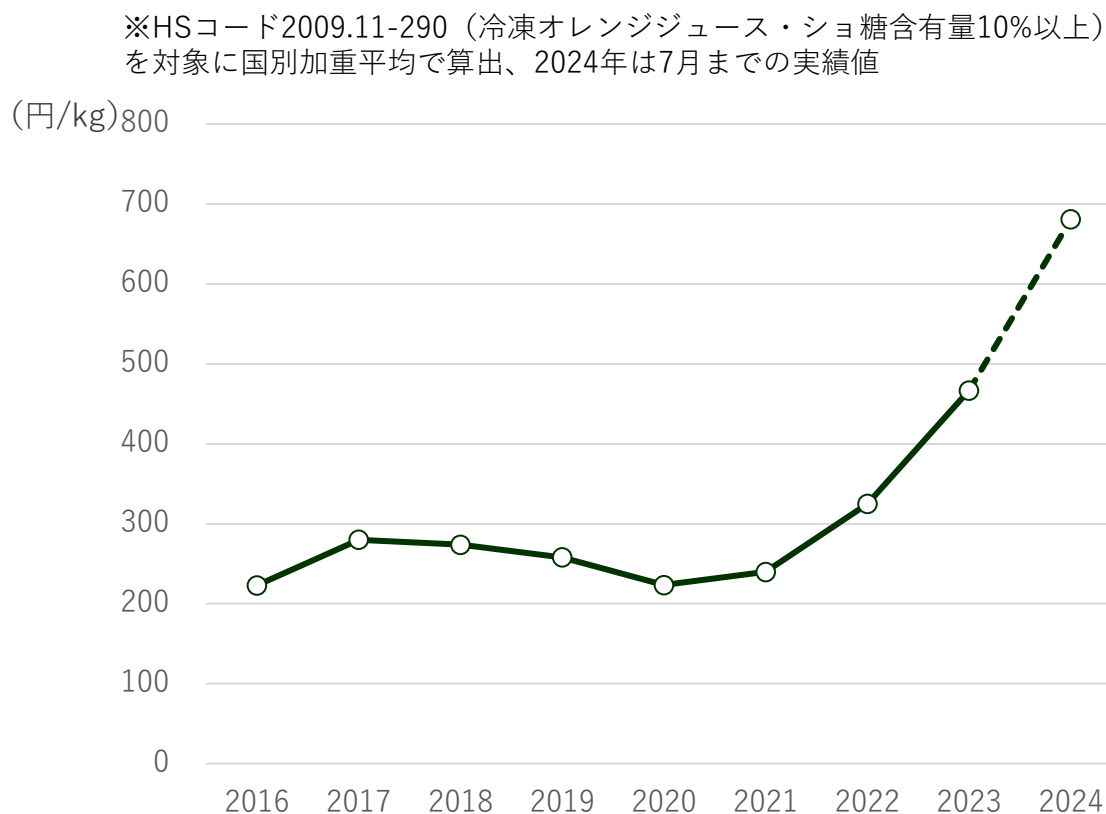
- オレンジ果汁について、日本の輸入量は2020/21シーズンで大きく減少。
- その後回復してはいるが過去の水準（2019/20までの10年間の平均輸入量）には戻っていない。
- 冷凍オレンジ果汁の輸入価格は2021年以降で急騰している。

オレンジ果汁の輸入量の推移



米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

冷凍オレンジ果汁※の平均単価の推移



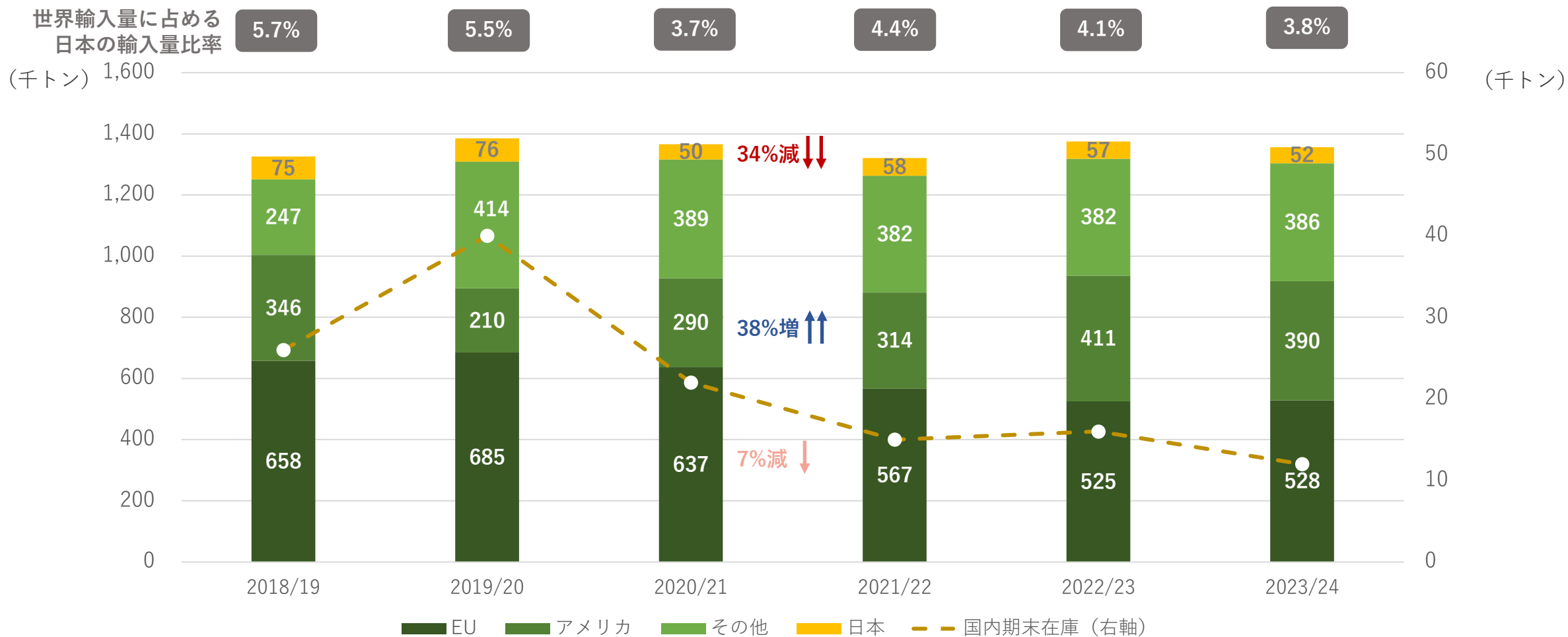
財務省「貿易統計」より作成

企業対応

日本の購買力は相対的に低下している

- 2020/21シーズン、アメリカが大幅に輸入量を増やした一方、日本は大幅に落とした。
- 2021/22シーズン以降、やや輸入量は回復するが、国内期末在庫は低い水準のまま。世界輸入量に占める日本の輸入数量比率も以前に比べ低下している。

各国のオレンジ果汁輸入量と日本の期末在庫



米国農務省「Citrus:World Markets and Trade」より作成

休売を選択せざるを得ない企業も多い

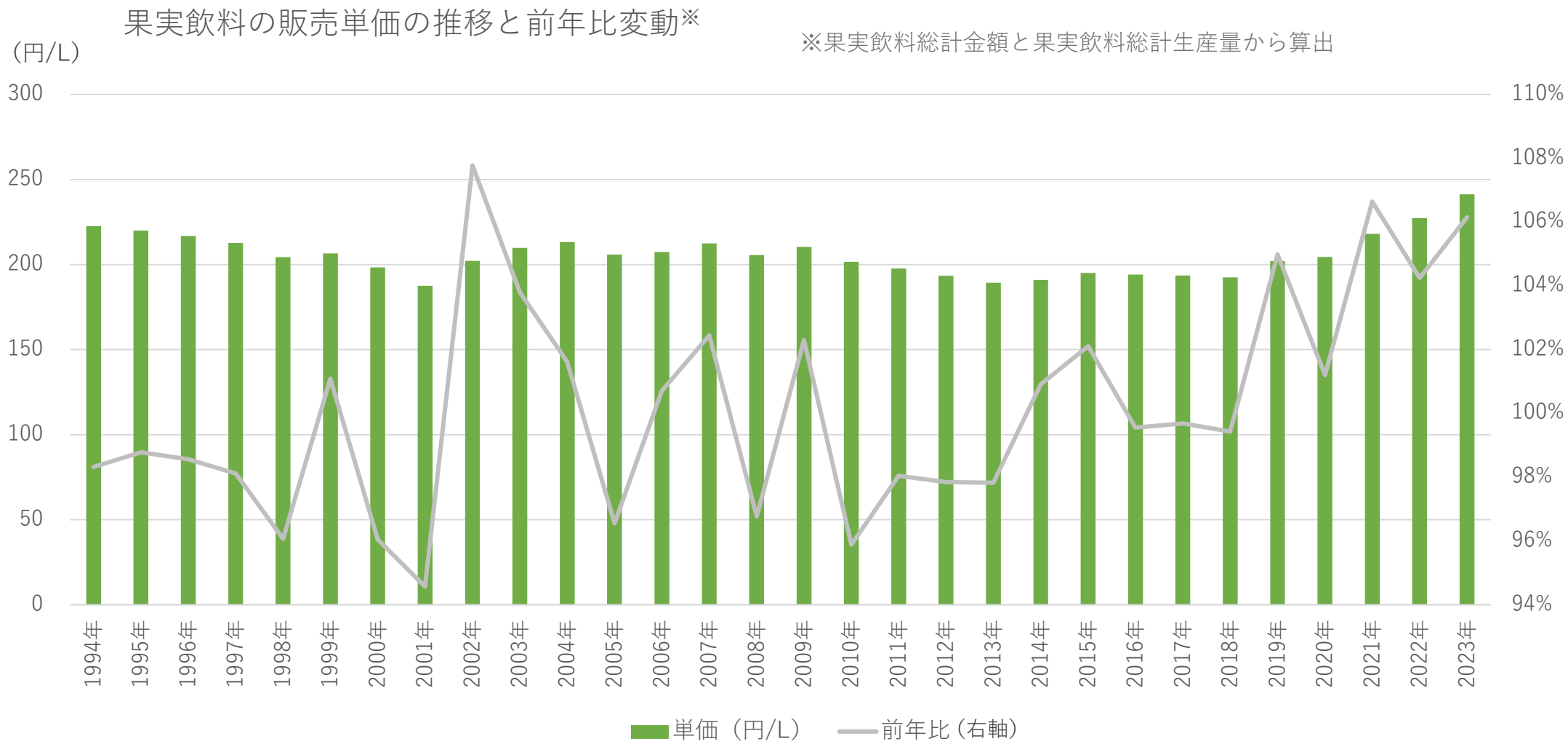
- 2023年から24年にかけて在庫逼迫によって休売をする企業が相次いだ。
- 在庫状況や原料価格の動き、および需要動向等踏まえた、各社の今後の再開への動きは注目されるところ。

メーカー	ブランド	休売対象	休売期間
アサヒ飲料	バヤリース	1.5L PET	2023年12月～
森永乳業	サンキスト	200ml紙	2024年6月～ (原料なくなり次第)
雪印メグミルク	ドール	1000ml紙 450ml紙	2023年4月～
キリンビバレッジ	トロピカーナ	900ml紙	2023年6～7月

各社開示情報より作成

果実飲料の販売価格は過去最高の水準に達した

■ 2019年以降、果実飲料の販売単価は継続して上昇している。



(一社) 全国清涼飲料連合会「清涼飲料水統計2024」より作成

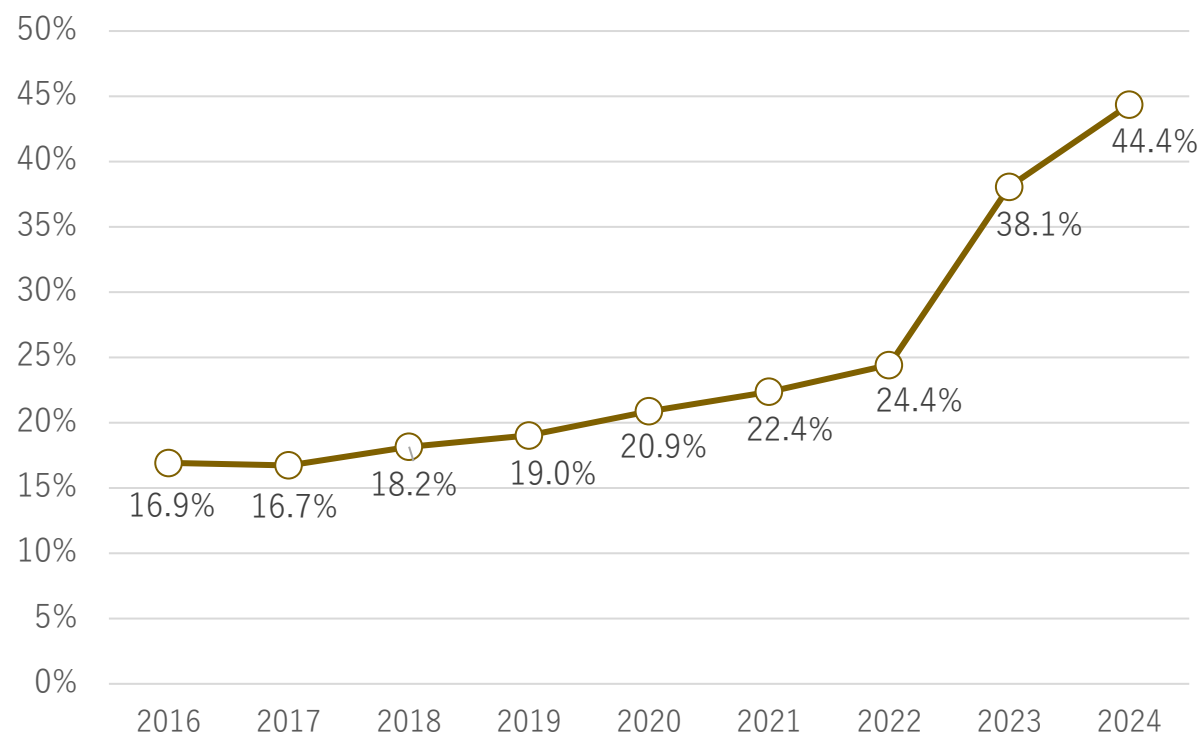
今後見込まれる変化と対応

今後も世界需給はタイトな状況が続くことが予測される

- ブラジルの2024/25シーズンは干ばつとグリーンング病の影響で減産見込み：2億1,578万箱*（前期比30%減）。
- ブラジル国内のグリーンング病の発生率は継続して上昇。
- 感染初期の樹木も多く、潜在的なリスクを引き続き抱えている状況。

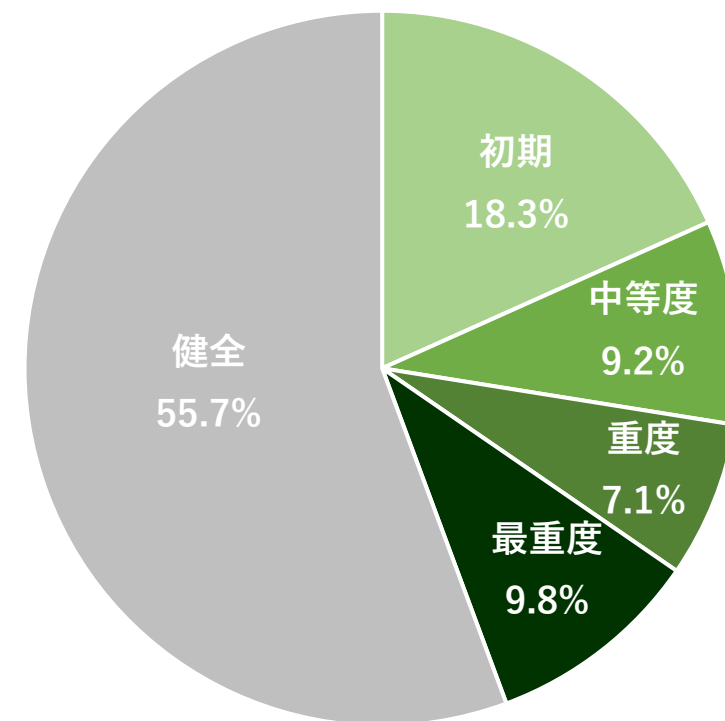
*90lb (40.8kg) /箱

ブラジル柑橘生産地域におけるグリーンング病の発生率



Fundecitrus 「Levantamento da incidência de doenças dos citro」 より作成

グリーンング病の重症度の比率（2024）



厳しい調達環境下で企業は戦略的にどのような対応をとるのか

■ 産地代替、多角化

代替先としてイスラエルなどが注目されるが、産地変更には品質や香味、価格など、調達及び商品設計上の課題は多い。

■ 原料使用量の低減

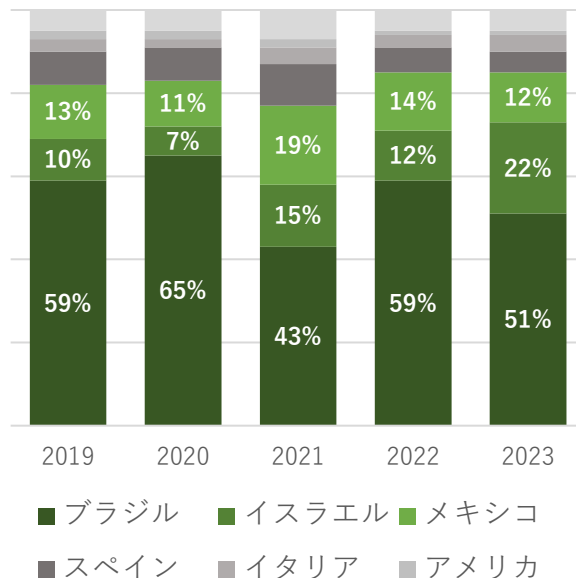
果汁ミックスの場合、オレンジの比率を下げて他の素材で代替するようなレシピの変更等があり得る。

■ 国産（うんしゅうみかん）代替

果汁流通量は輸入が大半を占めるため、輸入果汁の部分的な代替用途としての活用や、市場ポートフォリオの一部が国産品に置き換わっていくことが考えられる。

企業にとって国産を取り入れることは、香味の変化、商品表示の変更や製造オペレーションが変わる影響も踏まえた選択となる。

オレンジ果汁の輸入先国比率（再掲）



（一社）果汁協会「果汁協会報」より作成

国産みかん果汁に関する企業の動き

協同乳業 ：農協果汁温州みかん100%	えひめ飲料 ：ポンジュース	セブンイレブン ：7プレミアム オレンジと みかん 果汁100%
2024年4月新発売 国産果汁100%使用	2024年4月リニューアル 国産果汁比率を増加（原材 料名表示の産地順位は国産 が一位に）	2024年4月新発売 ブラジル産オレンジ果汁と 国産果汁のミックス（原材 料名表示の産地順位はブラ ジル産が一位）

各社開示情報より作成

食肉・食肉加工品 調達環境と企業の実組み

- ・本報告が対象としている食肉加工企業の事業領域は
 - ⇒食肉加工事業：牛、豚、鶏等を原料とした食肉加工品(主にハム、ソーセージ)の製造
 - ⇒食肉事業：牛・豚・鶏の生産・販売、輸入食肉の販売

■ 市場全体の動向

- － 需給動向と最近の変化
- － 生産構造と最近の変化
- － 食肉消費量の変化

■ 価格動向

- － 畜種毎の価格変化

■ 企業対応

- － 価格改定等の対応
- － 企業収益への影響

■ 今後見込まれる変化と対応

- － 今後の対応
- － 今後の国内市場への影響

国内での役割

主要タンパク質源

調達環境

原材料はもっぱら豚肉で、8割は輸入

輸入方式

自由貿易

輸入依存の 主な背景

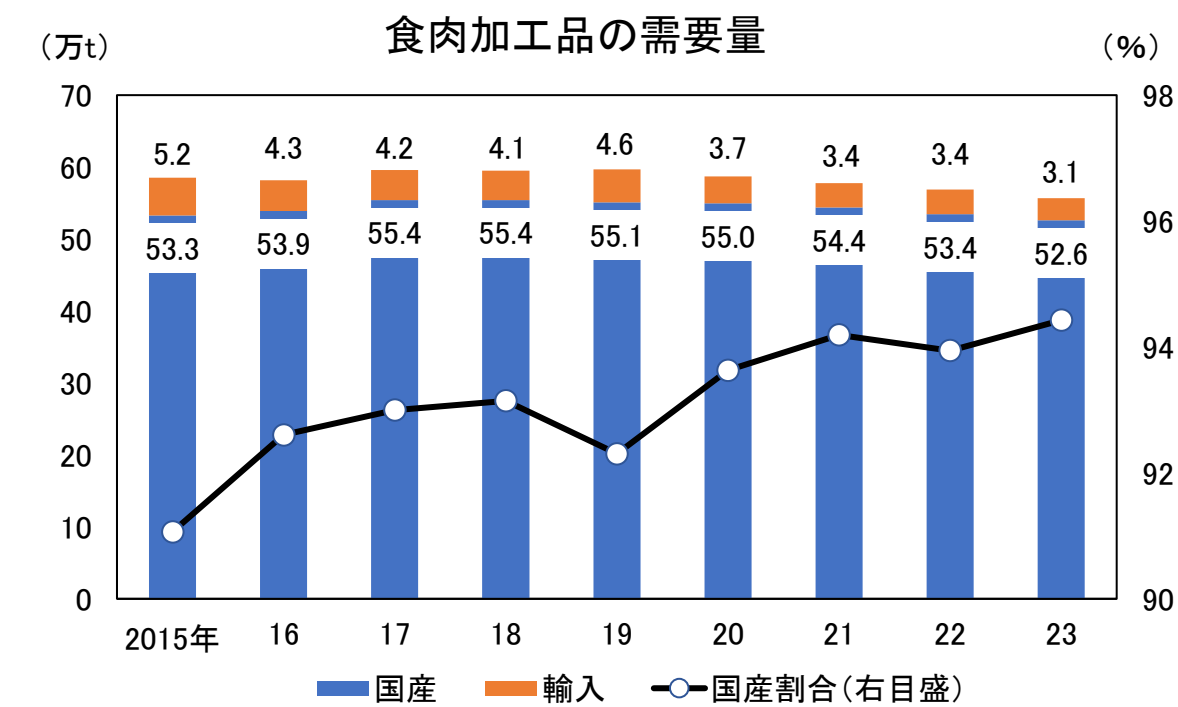
消費者ニーズ、
かつては内外価格差

食肉加工

市場全体の動向

食肉加工品の需要量の9割が国産、需要量は2020年から減少

- 食肉加工品（ハム、ベーコン、ソーセージ）の需要量のうち、9割超が国内産である。
- 総需要量（国内生産量・輸入量の単純合計）は、2020年から前年比減少が続いている。



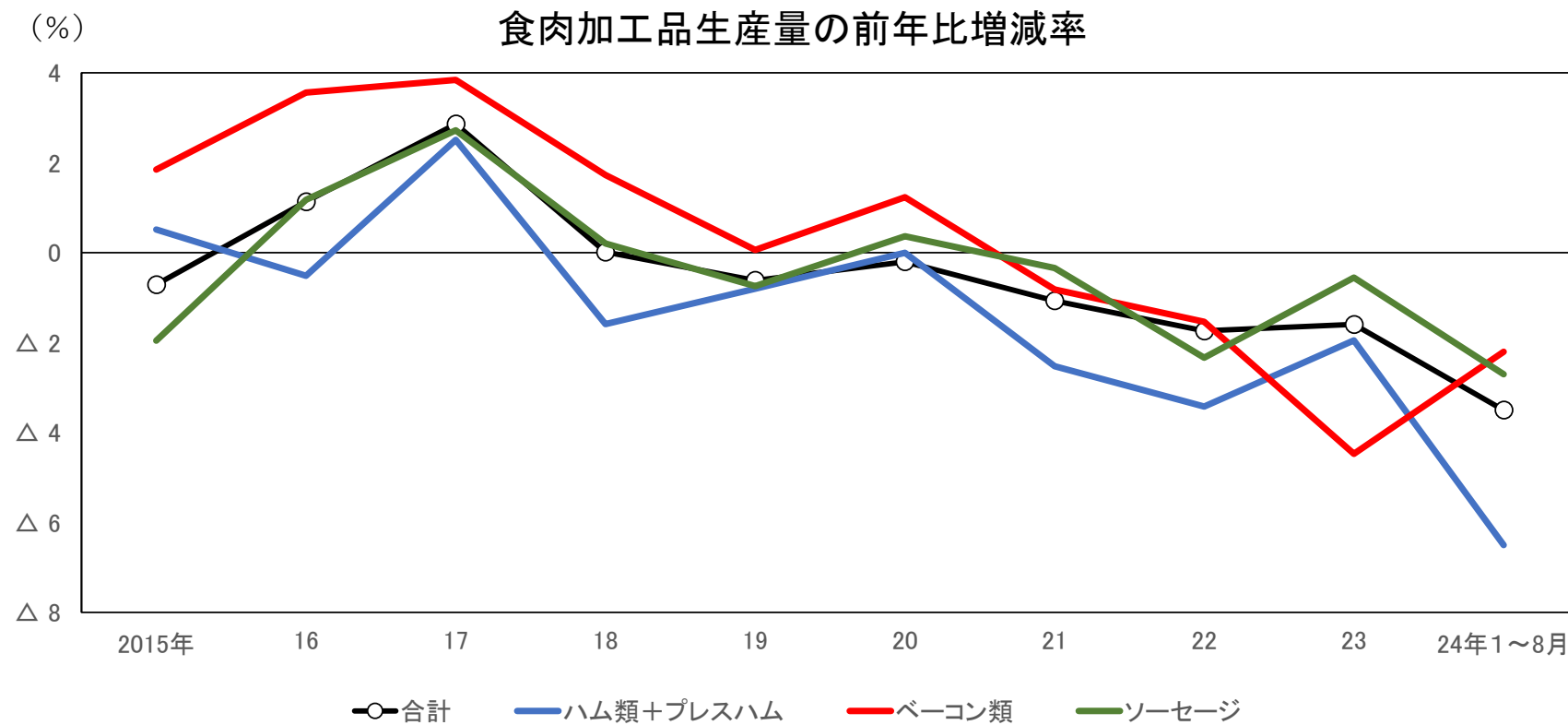
食肉加工品の需要量の前年比増減率 (単位 %)

	2017年	18	19	20	21	22	23
合計	2.4	△ 0.1	0.3	△ 1.6	△ 1.7	△ 1.5	△ 2.1
国産	2.9	0.0	△ 0.6	△ 0.2	△ 1.1	△ 1.7	△ 1.6
輸入	△ 3.0	△ 2.2	12.6	△ 18.6	△ 10.3	2.8	△ 9.9

日本ハム・ソーセージ工業協同組合Webサイトより作成

国内生産量は2019年から減少に転じ、減少幅は拡大傾向

- 食肉加工品の生産量は2019年から減少に転じた。
- 24年1～8月は前期比△3.5%となり、減少幅は拡大している。

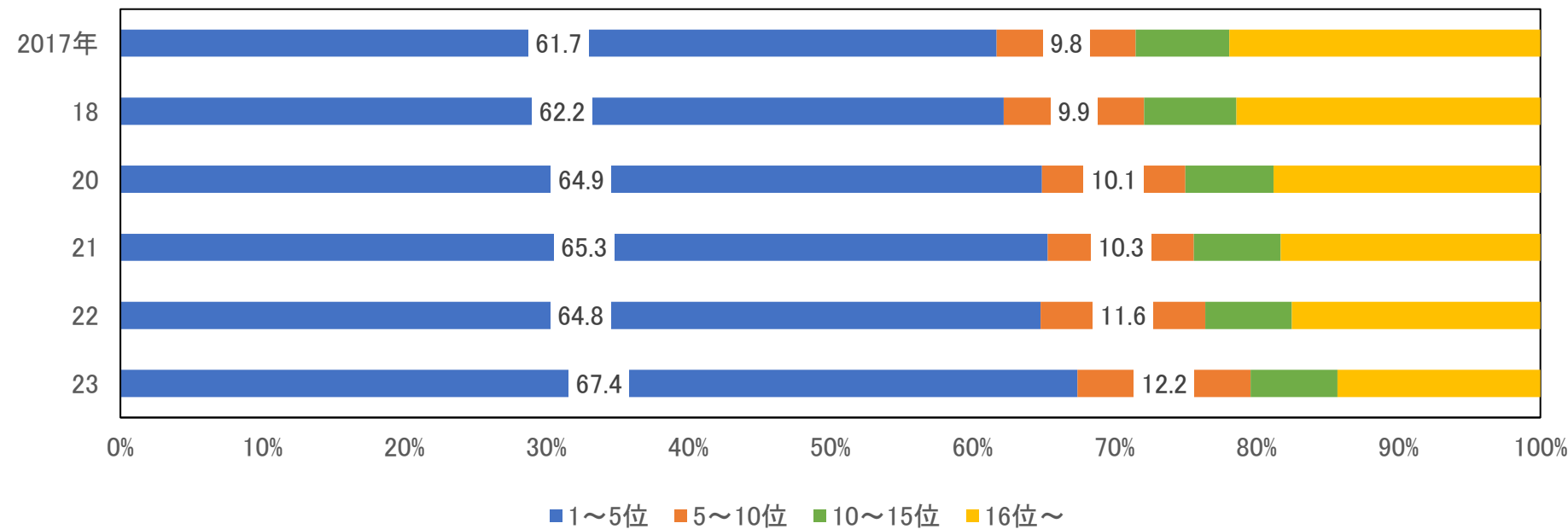


日本ハム・ソーセージ工業協同組合Webサイトより作成

上位5社で生産量全体の7割弱を占め、市場縮減のなかで上位集中が進展

- 2023年の食肉加工品生産量は上位5社で全体の67.4%を占める。生産割合が上昇しているのは上位10位までで、それ以下の層は低下傾向にある。
- 業界内での販売競争が激しく、採算性確保が課題と指摘されてきた。

食肉加工品生産数量全体に占める上位企業の割合（生産集中度）



食肉通信社「数字でみる食肉産業」各年版より作成
(注) データの出所は日本ハム・ソーセージ工業協同組合。2019年は未掲載

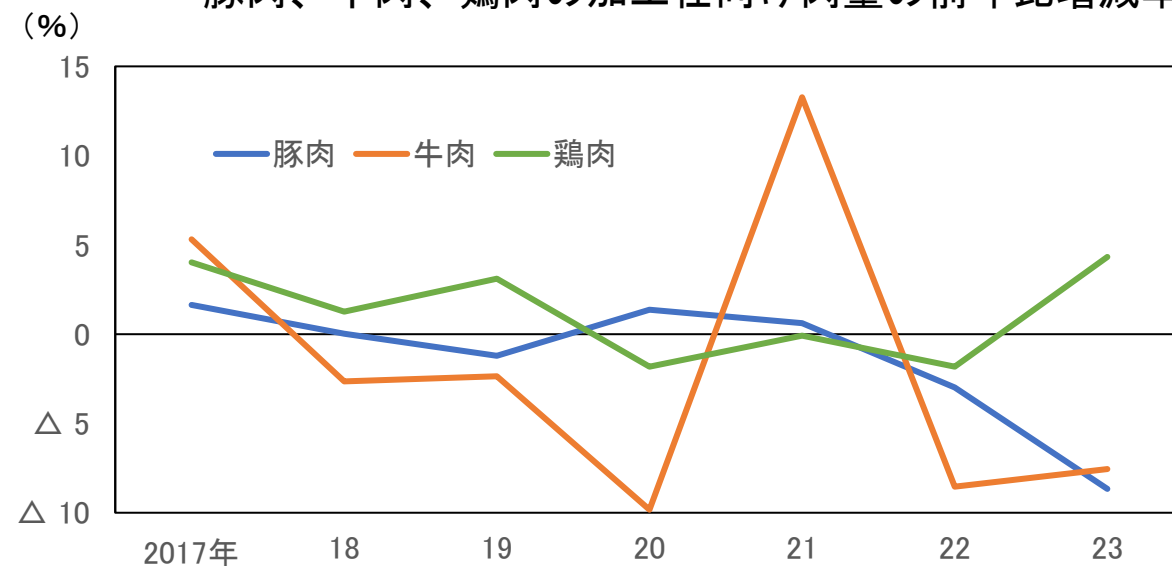
加工仕向けは輸入豚肉が最も多い。食肉加工品の消費減少で豚肉仕向け量も減少

- 食肉加工品製造に仕向けられる肉量は豚、鶏、牛の順で、輸入豚肉が最も多い。
- 2023年の仕向け量のうち輸入割合は、牛(90.4%)、豚(80.6%)で高い。鶏は国産割合が76.3%と高い。

豚肉、牛肉、鶏肉の加工仕向け肉量

	(万t)						
	2017年	18年	19年	20年	21年	22年	23年
豚合計	37.7	37.7	37.2	37.7	38.0	36.8	33.6
国産物	7.5	7.0	6.7	7.2	7.4	7.2	6.5
輸入物	30.1	30.7	30.5	30.6	30.6	29.7	27.1
牛肉計	1.9	1.8	1.8	1.6	1.8	1.7	1.5
国産物	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1
輸入物	1.8	1.7	1.6	1.5	1.7	1.5	1.4
鶏肉計	5.3	5.4	5.5	5.4	5.4	5.3	5.5
国産物	4.5	4.4	4.6	4.5	4.2	4.4	4.2
輸入物	0.8	0.9	1.0	0.9	1.2	0.9	1.3

豚肉、牛肉、鶏肉の加工仕向け肉量の前年比増減率



(独)農畜産業振興機構Webサイトより作成

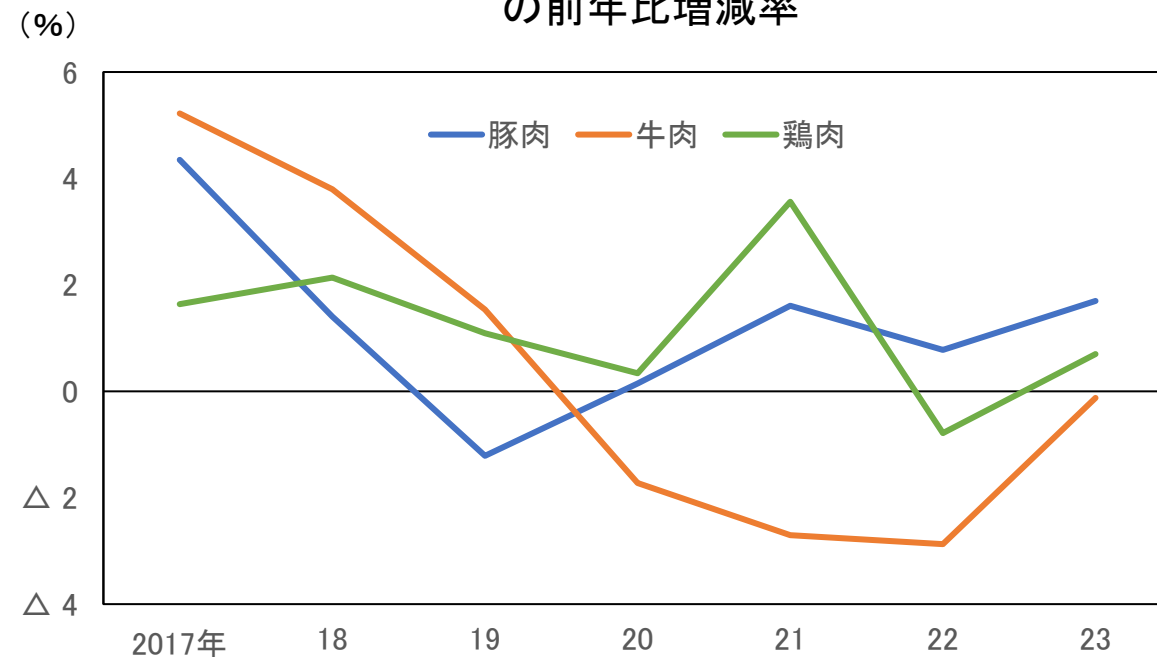
加工仕向けを除く食肉消費量をみると、牛肉消費の減退が顕著

- コロナ禍後の物価高を受けた食品全般の値上げにより消費者の生活防衛意識が高まり、高単価である牛（とりわけ輸入牛肉）の消費減退が顕著。
- 豚肉・鶏肉の消費は堅調。

豚肉、牛肉、鶏肉の推定出回り量
（除く加工仕向け）
（万t）

	2017年	18年	19年	20年	21年	22年	23年
豚合計	143.6	145.6	143.9	144.1	146.4	147.5	150.0
国産物	81.5	82.6	82.6	84.2	84.5	83.5	83.7
輸入物	62.1	63.0	61.3	59.9	61.9	64.0	66.3
牛肉計	87.7	91.0	92.4	90.8	88.3	85.8	85.7
国産物	32.5	32.8	32.1	32.8	32.4	33.6	34.1
輸入物	55.1	58.1	60.3	58.0	56.0	52.2	51.6
鶏肉計	207.0	211.4	213.7	214.4	222.1	220.3	221.9
国産物	152.7	155.6	158.4	160.9	162.7	164.7	163.8
輸入物	54.3	55.8	55.3	53.6	59.4	55.6	58.0

豚肉、牛肉、鶏肉の推定出回り量（除く加工仕向け）
の前年比増減率



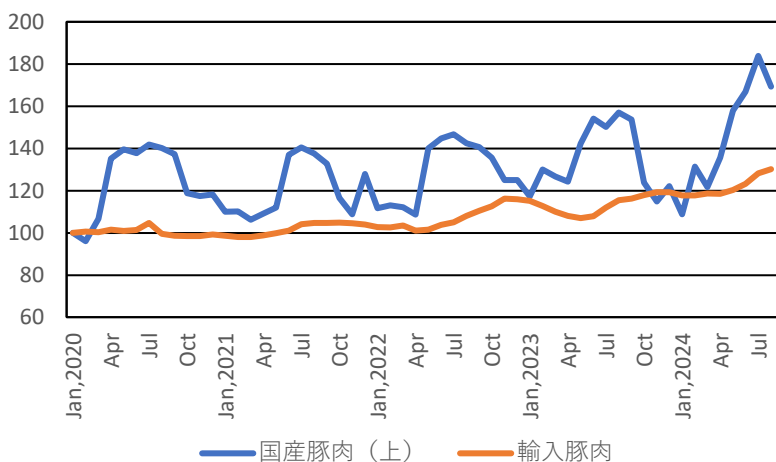
（独）農畜産業振興機構Webサイトより作成

価格動向

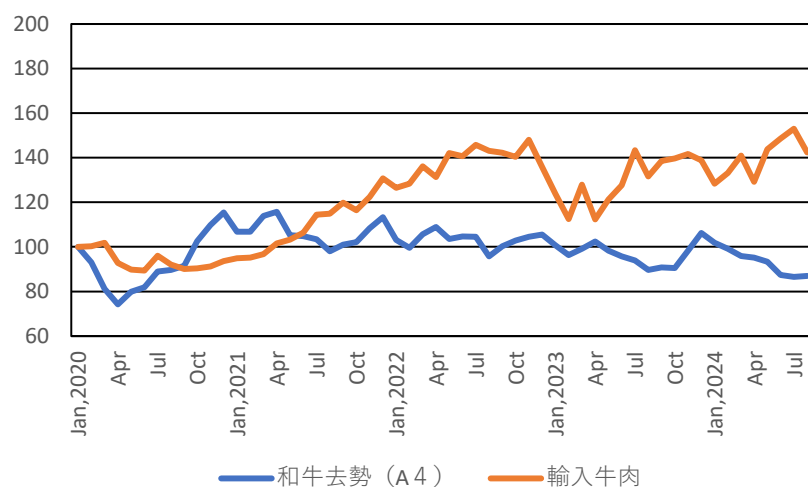
2021年以降、輸入価格は上昇、国産は豚肉価格の上昇が顕著

- 食肉加工品に最も仕向けられる輸入豚肉の価格は2021年以降、上昇が継続している。輸入価格の上昇幅は豚肉よりも牛肉・鶏肉で大きい。
- 国産では豚肉の価格上昇が顕著である一方、和牛は低下傾向。

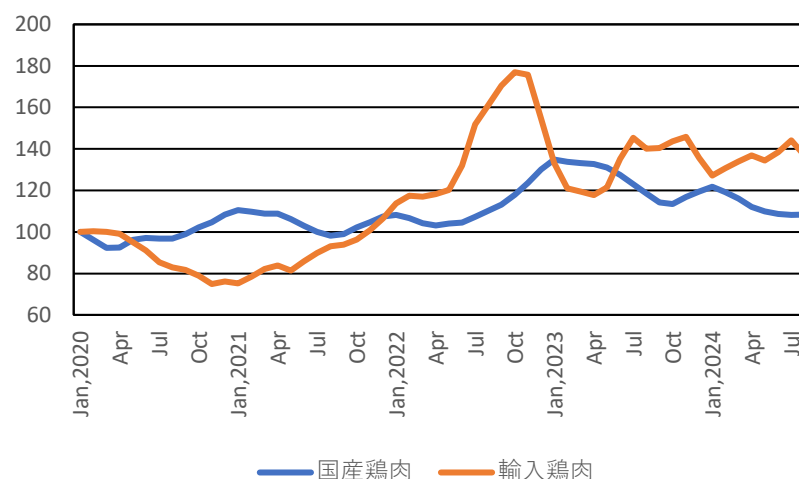
国産豚肉の卸売価格、輸入豚肉の価格推移
(2020年1月=100)



国産牛の卸売価格、輸入牛肉価格の推移
(2020年1月=100)



国産鶏肉、輸入鶏肉の価格推移
(2020年1月=100)



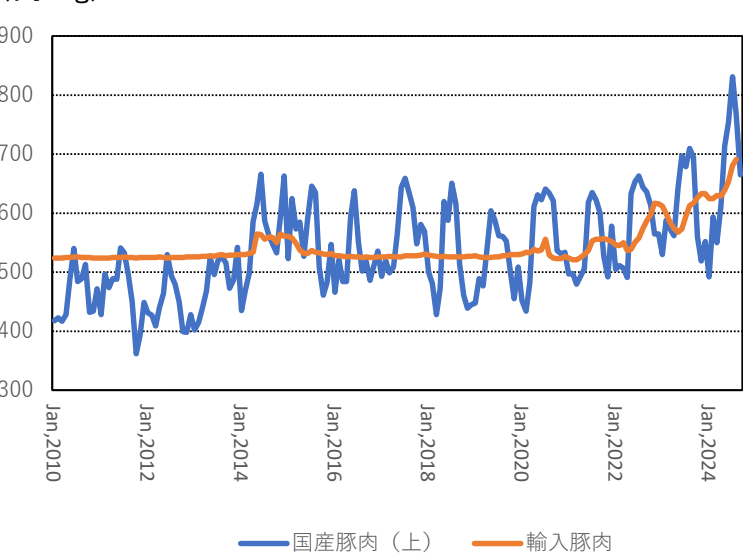
(独)農畜産業振興機構Webサイトより作成

(注)国産は東京都中央卸売市場の価格、輸入はCIF価格

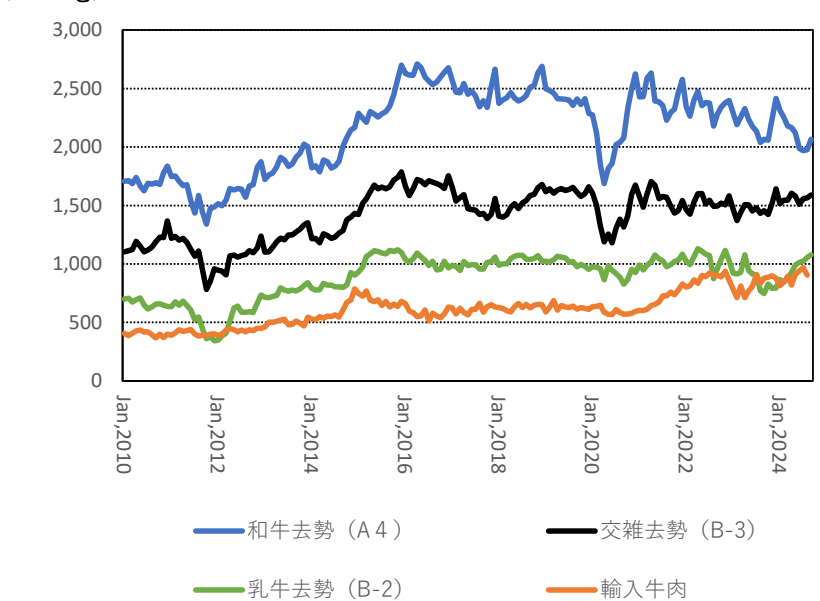
長期的にみると、国産と輸入の価格差は縮小

- 長期的にみる、輸入価格と国産価格の差は縮小傾向にあり、安価な原料としての輸入食肉の位置づけが変化している。

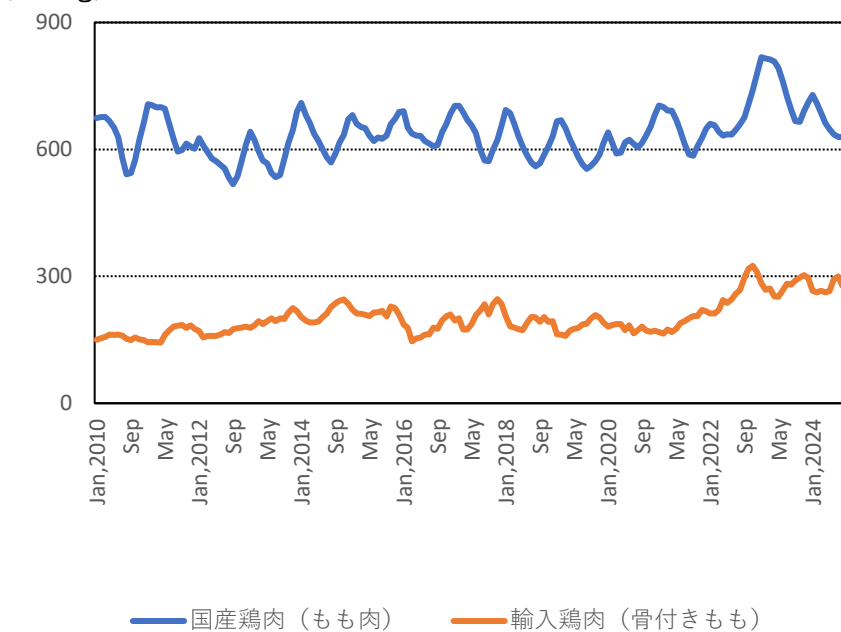
(円/kg) 国産豚、輸入豚肉の価格推移



(円/kg) 国産牛肉の卸売価格、輸入牛肉の価格推移



(円/kg) 国産鶏肉、輸入鶏肉の価格推移



(独) 農畜産業振興機構Webサイトより作成
(注) 国産は東京都中央卸売市場の価格、輸入はCIF価格

企業対応

上場企業の開示情報を基に取りまとめているが、留意事項として、①開示情報の量・質に差があり、特定の上場企業の公表事例が分析の中心となること、②開示されている加工事業は食肉加工以外に冷蔵・乳製品等と幅広いため、開示情報から、食肉加工品に関するものの抽出に限界があることが挙げられる。

■ コロナ禍当初、内食需要拡大への対応がみられた。その後、原材料等のコスト高により加工事業での改善活動がなされるとともに、2022年以降、価格改定が実施されている。

個別企業の開示情報にみる事業環境変化と事業動向

	事業環境	事業動向	
		加工事業 (ハム・ソーセージ)	食肉事業
2020年度	・コロナ禍で、内食需要増加、業務用需要減少 ・内食需要の高まりで、国産の豚肉・鶏肉は相場高	・内食需要に対応した商品提供(買い物頻度を減らせる大袋商品等の導入)	・量販店チャネルを強化 ・国産鶏肉・豚肉を中心に価格転嫁も進む
2021年度	・コロナ禍で引き続き内食需要好調 ・原材料等製造コスト上昇 急激な円安 ・海外の食肉相場高、穀物相場高騰	・内食需要高止まり、業務用もやや回復 ・コストアップは生産性向上、効率化で抑制 ・年度後半から価格改定実施	・飼料等の生産コスト増加で国内生産に影響 ・輸入食肉の価格転嫁遅れ
2022年度	・行動制限等の緩和 ・製造コスト上昇継続 ・海外の食肉相場高、飼料価格高騰、円安継続	・外食向けは回復 ・価格改定実施 ・価格改定で主力ブランドの販売数量減	・輸入食肉の価格転嫁遅れ ・相場連動した収益性を重視した販売行動

事業動向は、上場企業3社の開示資料より作成

■ コロナ禍後、物価高が消費者意識に強く影響。加工事業は、製造コスト高が継続するなかで価格改定が進展。食肉事業は「価格転嫁遅れ」。

個別企業の開示情報にみる事業環境変化と事業動向

	事業環境	事業動向	
		加工事業 (ハム・ソーセージ)	食肉事業
2023 年度	・コロナ禍の行動制限は解除。外食等は回復 ・物価高で消費者の生活防衛意識が高まる ・円安継続、製造コスト上昇継続、海外の食肉相場高、飼料高も継続	・業務用は外食需要の回復により伸長、内食向けは買い控えによる販売数量減 ・価格改定と工場の内部改善も進み収益性が改善	・量販店向けは国産鶏肉・豚肉の販売伸長、外食向けで牛肉の販売伸長 ・仕入れコスト上昇に対しての価格転嫁、相場連動の取引、仕入れロス・在庫管理の徹底
2024 年度 第1四半期	・物価高で消費者の生活防衛意識が高まる ・円安継続、製造コスト上昇継続、海外の食肉相場高、飼料高も継続	・低収益商品の見直し(計画的に売上高減少) ・主力商品の製造体制が改善	・急激な相場上昇に対して価格転嫁遅れ ・相場連動取引への取引条件改善

事業動向は、上場企業3社の開示資料より作成

2022年以降、各社は価格改定を実施、2024年度も継続

- 各社とも2022年以降、断続的に価格改定を実施。もともと価格感応度の高い商品であり、買い控えを招くとの指摘もある。

個別企業の価格改定の実施状況

	2021年度				2022年度				2023年度				2024年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
A社				5~12% 40品目			2~34% 78品目		2~26% 184品目	7~20% 18品目			1~28% 55品目		2~22% 未公表	
B社				3~14% 126品目			3~30% 126品目		5~20% 126品目		5~15% 37品目		5~25% 40品目			
C社				5~12% 200品目			5~30% 400品目		5~20% 400品目		5~20% 200品目		5~38% 130品目			

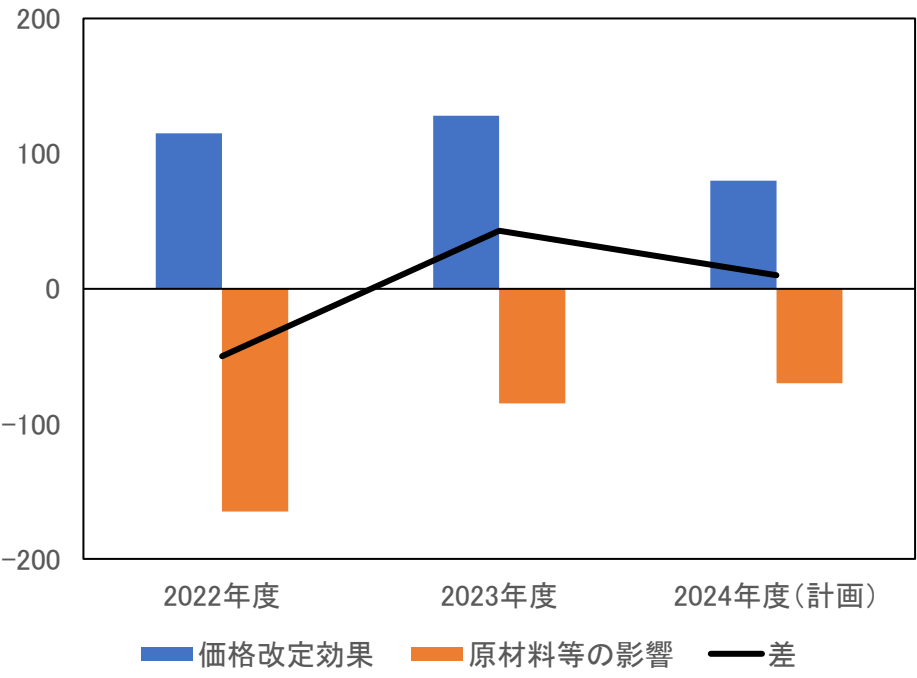
各社開示資料より作成

(注) A社の改定率は全加工食品、品目数は家庭向け、B社の改定率は全加工食品、品目数は家庭向けハム・ソーセージ、C社は改定率、品目数(概数)ともに全加工食品

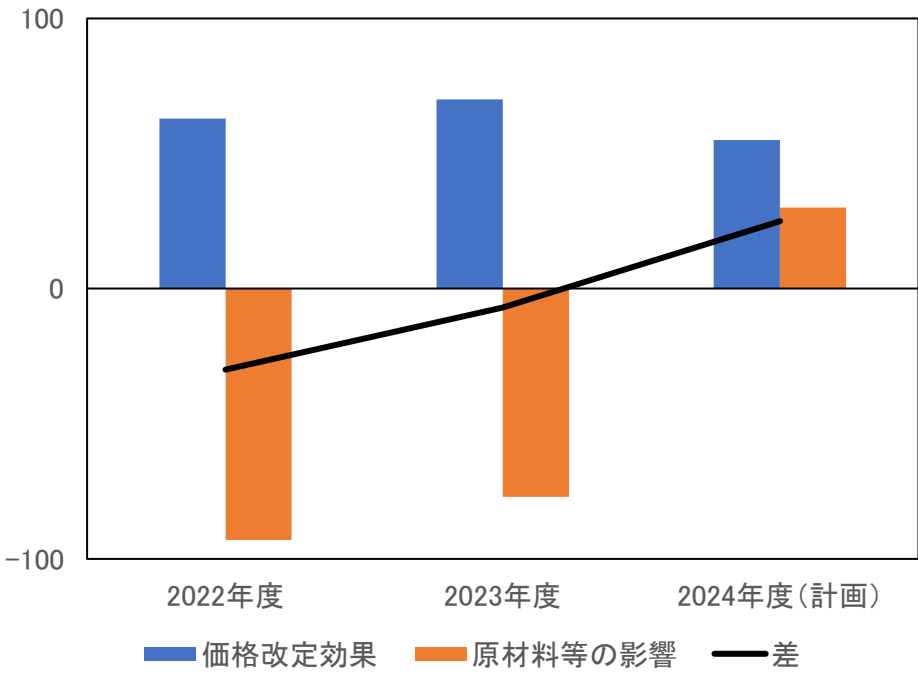
価格改定は断続実施したが、足元で原材料等の価格高騰分を相殺

■ 加工事業において、2022年当初から価格改定を行ってきたが、事業利益への寄与は、23年度ないし24年度を見込む。

A社における価格改定の加工事業収益への影響



B社における価格改定の加工事業収益への影響

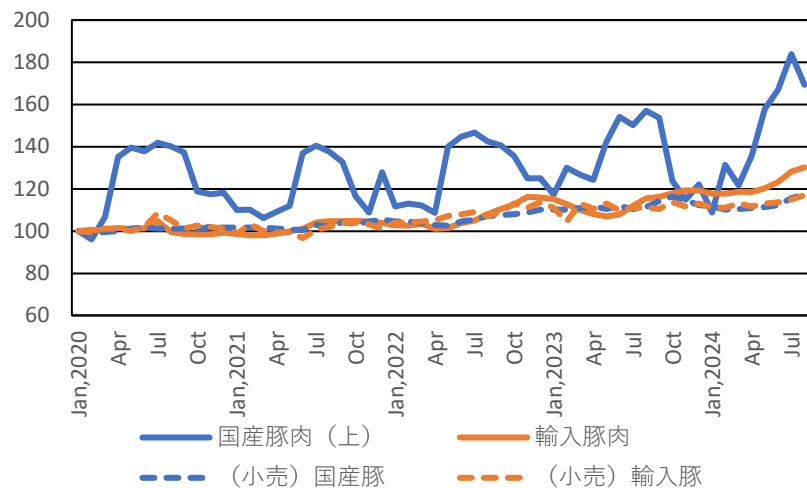


各社開示資料より作成

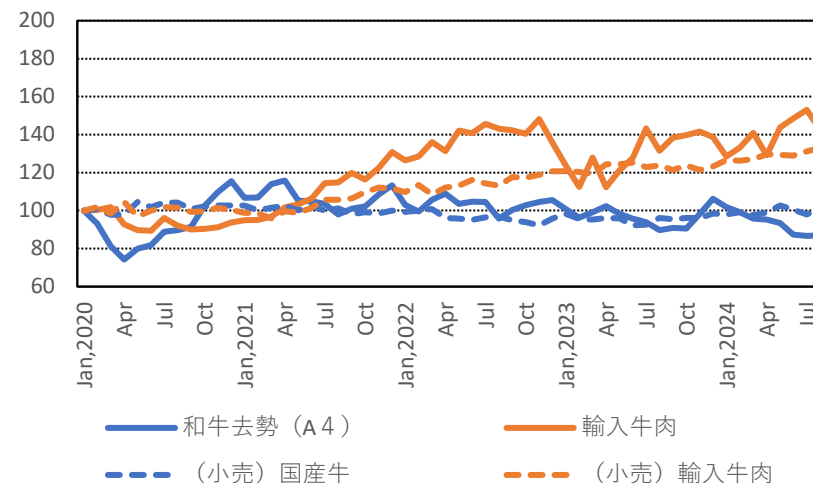
食肉販売は、食肉価格上昇と比較すると、小売価格への転嫁が追いついていない

- いずれの畜種、国産輸入ともに、卸売等の価格と小売価格との連動は緩慢。
- 食肉加工企業の食肉事業に引き付けて考えると、自社肥育の多寡が事業収益に影響。

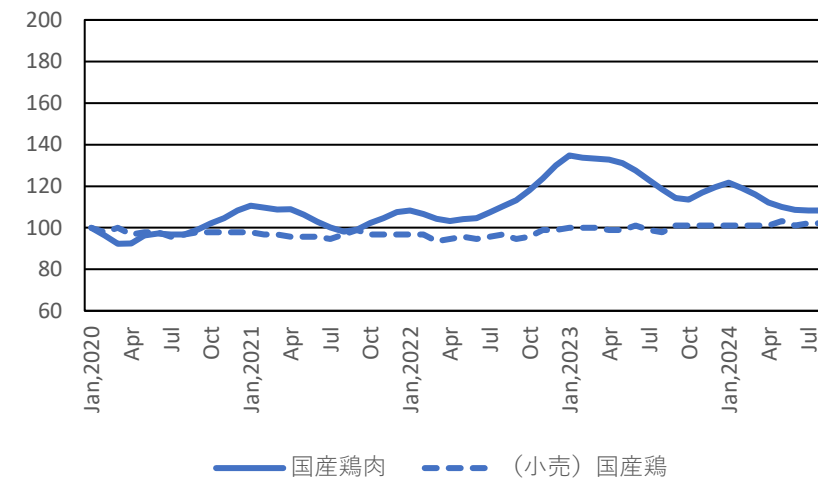
豚肉の卸売等の価格と小売価格の推移
(2020年1月=100)



牛肉の卸売等の価格と小売価格の推移
(2020年1月=100)



鶏肉価格と小売価格の推移
(2020年1月=100)



(独)農畜産業振興機構Webサイトより作成

(注)国産は東京都中央卸売市場の価格、輸入はCIF価格、小売価格は総務省「小売物価統計調査」

今後見込まれる変化と対応

原材料価格の高止まりが市場縮減に拍車をかける可能性

- 食肉加工企業の食肉・加工事業、とりわけ食肉加工品の調達環境に注目し、対応と今後の変化を整理。
- 食肉加工品は、2019年から需要量が減少し、それに伴い国内生産量も20年から減少に転じている。また食肉については、牛肉の消費減退が顕在化している。
- 企業対応についてみると、加工事業は、2022年から断続的に価格改定が実施され、足元でようやく原材料等の高騰分をカバーできる水準にまで引き上げることが出来たが、ここ数年の高騰分をカバーするには相応の期間を要することが指摘できる。
- 足元でも外部環境は好転しておらず、国内での価格改定・転嫁の対応が引き続き求められる。
- 一部企業は、低収益商品の見直し等を実施し、収益確保に注力。一方、消費者も買い控え傾向にあり、市場縮減が加速する可能性があり、生産構造の上位集中が進むなかで、下位企業の動向が注目される。
- 食肉事業（食肉販売）は、上場企業の開示資料において、「価格転嫁遅れ」が多く挙げられており、転嫁の難しさが読み取れる。
- 牛・豚・鶏の生産・販売は、これら構成比の違いが、企業業績に影響するため、バランスがより重要となる。

本報告のまとめ

3業界の分析を通じた食品産業の現状と今後

- 小麦粉とその加工品、飲料（オレンジ飲料）、食肉加工の3業界を取り上げ、調達環境の変化（つまり原材料等を輸入依存するなかでの国際価格高騰）とその対応を分析した。
- 現状をまとめると、3業界ともに、価格高騰局面で、商品の価格改定、販売休止といった対応がここ数年取られている。こうした取り組みとともに、各業界では内部改善も行いつつ、局面打開を図ろうとしていることが、各社の開示情報からうかがえる。こうした対応は、足元の食品産業に共通する一般課題である。また、価格改定にあっては、食品価格が全般的に上昇するなかで、消費者の買い控えに至らないような規格変更等の様々な工夫も併せてなされている。
- ただし、製粉・食肉加工の業界事例からは、価格改定が2022年初頭から断続的に実施されているものの、ここ数年の製造コスト上昇分のすべてをカバーするには至っていないことが明らかとなった。したがって、今後とも、価格改定が事業継続にとって重要な課題となる。さらに、国産を含めた産地代替の検討、高騰原料を削減した商品開発等がなされるものとみられる。
- 原材料等調達の課題感は今後も継続する。人口減少に伴う世界市場での日本の購買力低下が進むなかで、質・量の面での安定確保という課題である。つまり、食品産業は相対的に安価な輸入原料による国内製造という、これまでのあり方に変化が生じることも懸念される。
- 消費者の生活防衛意識の高まりで（商品毎に消費感応度の違いもあり一般化は難しいが）、消費者の買い控えは避けられない面がある。一部商品では、市場縮減が予見される。

- 本資料は信頼できると考えられる情報に基づいて弊社が作成しておりますが、情報の正確性、完全性が保障されているものではありません。
- 本資料中の記述内容等については、資料作成時点のものであり、今後の業界動向、社会情勢等の変化により内容が変更となる場合があります。
- 本資料に関わる一切の権利は、他社資料等の引用部分を除き、弊社に帰属し、いかなる目的であれ本資料の一部又は全部の無断での使用・複製・第三者への開示は固くお断りいたします。

2024年10月23日 農中総研Webセミナー

主事研究員 鈴木基臣 (p.2-30)

研究員 河野駿哉 (p.31-52)

主席研究員 長谷川晃生 (p.53-73)