

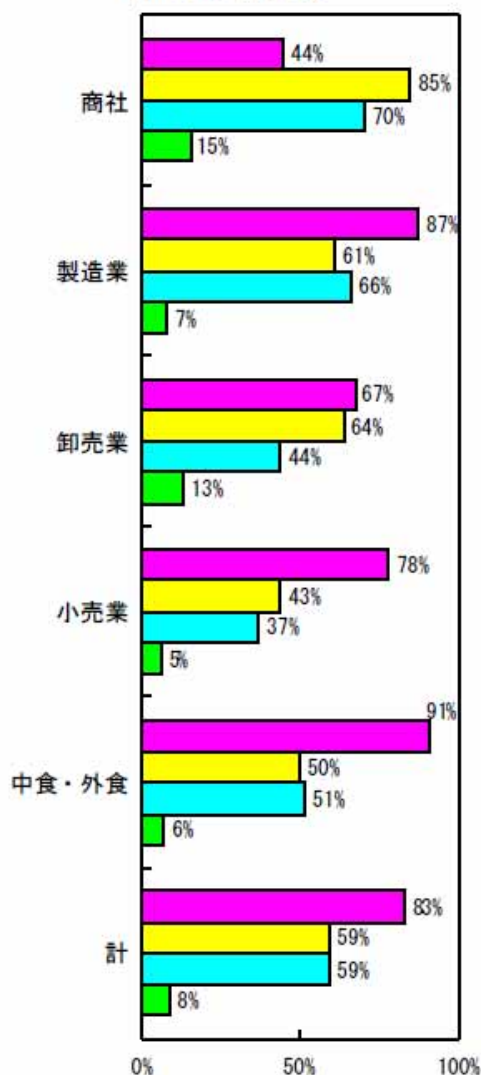
「食品産業の意識調査」(平成19年8月公表)

4 食品の安全性確保のために作成しているものは？

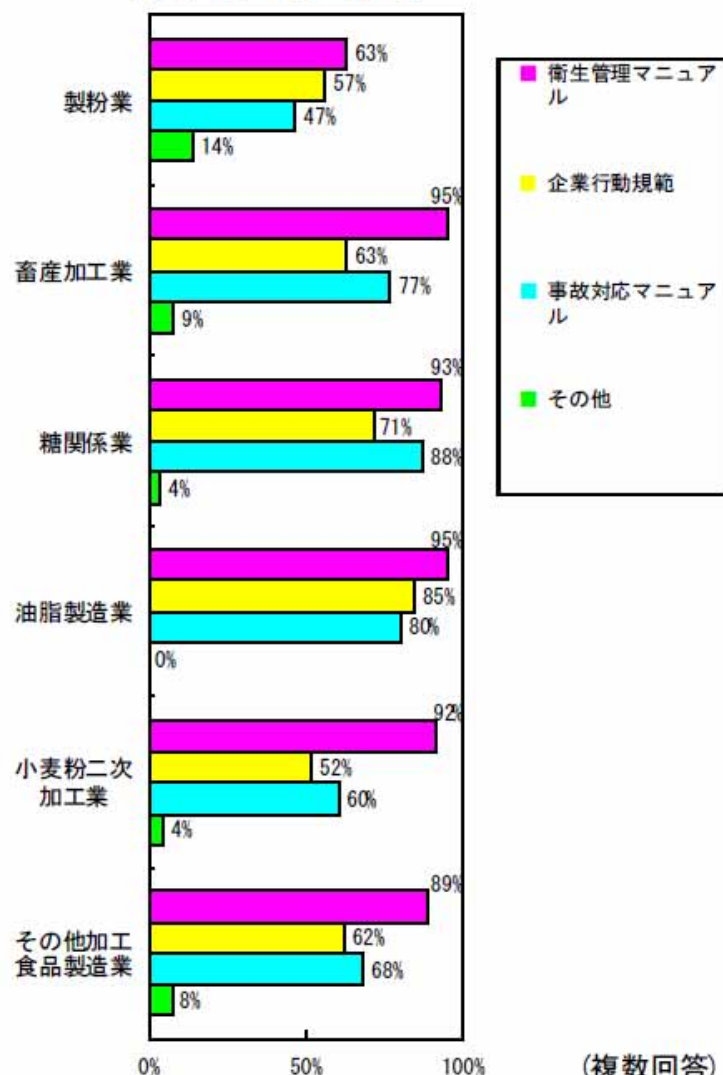
食品の安全性確保のために、約8割の企業が「衛生管理マニュアル」を作成しており、また、約6割の企業が「企業行動規範」と「事故対応マニュアル」を、それぞれ作成している。

- (1) 流通段階ごとに見ると、「衛生管理マニュアル」の作成については、商社を除く全ての流通段階において最も多く、特に中食・外食では91%と多くなっている。また、「企業行動規範」と「事故対応マニュアル」の作成については、商社がそれぞれ85%、70%と最も高く、小売業がそれぞれ43%、37%と最も低くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、「衛生管理マニュアル」の作成については、製粉業において63%となっている以外は、どの業種も9割前後となっている。また、「企業行動規範」の作成については、油脂製造業が85%と最も高い一方、小麦粉二次加工業が52%と最も低くなっている。「事故対応マニュアル」の作成については、糖関係業が88%と最も高い一方、製粉業が47%と最も低くなっている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】



平成19年8月20日
農 林 水 産 省

食品産業の意識調査の結果について

【概要】

食品産業においては、国際穀物相場の大幅な高騰による原料調達コストの増加、原油価格の高騰に伴う製造・輸送コストの増加など、様々なコストアップ要因に見舞われる一方、偽装表示をはじめとする消費者の食に対する不審を招く様々な事件や問題も発生しております。

農林水産省では、食品産業が現在抱えている問題点や今後の対応方向を把握するため、食料品の製造段階から流通・販売段階までの幅広い関係企業に対するアンケート調査を実施しましたので、その結果をお知らせします。

標記についての概要は以下のとおりです。

- 1 調査時期 平成19年7月
- 2 調査対象者 食料品の製造から流通・販売に係る関係企業
- 3 調査方法 インターネットやファックス等によるアンケート調査
- 4 有効回答数 914社
- 5 結果概要 消費者や取引先が重視していると考える事項は、「安全性」や「高品質」といった、一定のコストがかかる回答が多い一方、「低価格」という回答も多い。
1, 2年前と比較して約8割の社が経営状況が厳しくなっているとの回答で、その原因としては、製造業を中心に「原料価格の上昇」や「コストアップ要因の転嫁の困難性」といった回答が多い。
また、製造業では、経営を改善するために必要となる事項として、「販売価格の改定」、「原料価格の抑制」との回答が多い。
- 6 その他 その他の設問については、別紙をご覧ください。

問い合わせ先
農林水産省総合食料局食品産業企画課
担 当：下條、中澤
代 表：03-3502-8111（内線4136）
直 通：03-3502-5742
当資料のホームページ掲載先
<http://www.maff.go.jp/www/press/press.html>

平成19年8月20日

食品産業の意識調査（アンケート調査）の結果概要について

農 林 水 産 省 総 合 食 料 局

<本件に対する問い合わせ先>
食品産業企画課 下條、中澤
(直通：03-3502-5742)

＜ 目 次 ＞

○ 食品産業の意識調査（アンケート調査）の結果概要……………	1
1 製造業者等が消費者や取引先が重視していると考える事項……………	2
2 最近、経営上重点的に取り組んでいる事項……………	3
3 食品の安全性について消費者の信頼を得ていくために解決すべきこと……………	4
4 消費者の信頼感を得るための安全対策の事項……………	5
5 食品の安全性について消費者の信頼を得ていくために重視していること……………	6
6 海外からの原材料・製品の輸入に当たって、支障が生じている事項……………	7
7 今後、仮に輸入原材料・製品の供給が不足した場合の対応に関する事項……………	8
8 国産原材料・製品を取扱うメリットやデメリットに関する事項……………	9
9 社会機能が混乱した際の備えとしてとっている対策に関する事項……………	11
10 経営状況……………	12
11-1 経営状況が厳しくなっている理由……………	13
-2 経営状況が良くなっている理由……………	14
12 経営を改善するために必要となる対応方策……………	15
13 食品産業行政への要望・意見等について……………	16
(参考) アンケート調査票……………	

食品産業の意識調査（アンケート調査）の結果概要

1 調査の目的

現在、食品産業においては、国際穀物相場の大幅な高騰による原料調達コストの増加、原油価格の高騰に伴う製造・輸送コストの増加など、様々なコストアップ要因に見舞われる一方、偽装表示をはじめとする消費者の食に対する不審を招く様々な事件や問題も発生しております。

本調査は、このような状況を踏まえ、現在置かれている食品産業の実態を早急に把握する必要があることから、食料品の製造段階から流通・販売段階までの幅広い関係企業のご協力を得て、食品産業が現在抱えている問題点や今後の対応方向を把握し、今後の食品産業行政を推進していくに当たっての基礎資料として活用することを目的として実施しました。

2 調査の方法

① 調査時期

平成19年7月

② 調査方法

各業種の全国団体等を通じて各社にインターネットやファックス等により調査票（回答用紙）を配布し、アンケートにご協力頂いた各社から回答を回収した上で、集計。

③ 調査対象者

食品原材料を供給し、食品流通を企画する商社及び食料品を製造する企業等から、消費者に直接販売する小売店に至るまで、食料品の流通に関わる業種を対象（有効回答数 914社）。

- ・ 商社（食料、食品部門） 27社
- ・ 食料品製造業（製粉業、畜産加工業、糖関係業、油脂製造業（油脂加工品の製造を含む）、小麦粉二次加工業（製パン業、製麺業等、小麦粉を主な原材料とした製品の製造業）、その他加工食品製造業） 598社
- ・ 卸売業（食品卸売業等） 119社
- ・ 小売業（量販店） 92社
- ・ 中食・外食 78社

④ 調査票及び報告書作成担当課

総合食料局食料企画課、食品産業企画課

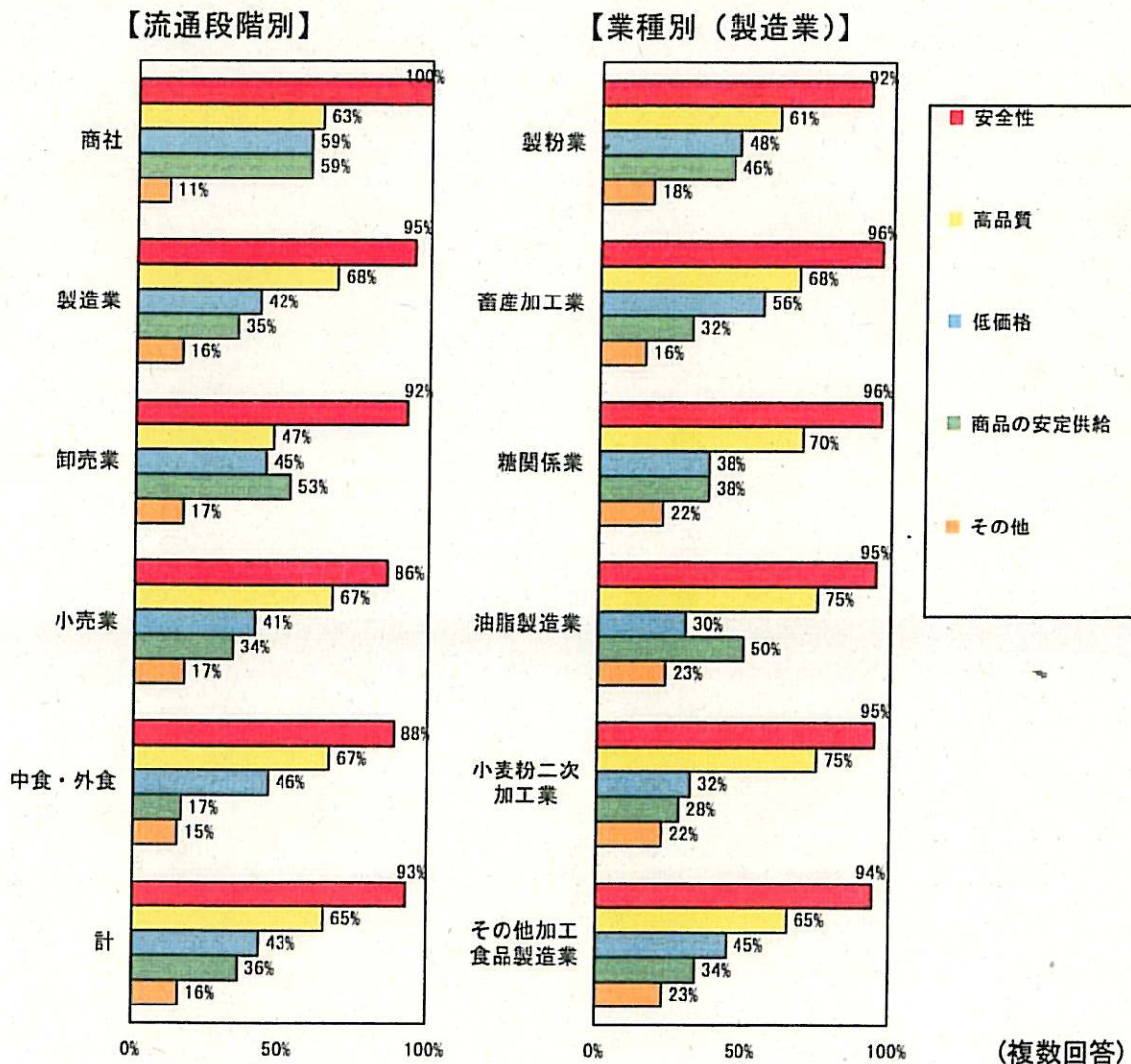
3 報告書を読む際の注意事項

- ① 複数回答の集計表中、構成比（％）は、その流通段階別あるいは業種別における、回答した社の割合を示します。
- ② 単数回答の集計表中、構成比（％）は、表章単位未満を四捨五入しているため、内訳の合計が100％にならない場合があります。

1 消費者や取引先が重視していることは何か？

消費者や取引先が重視していると考える事項としては、「安全性」や「高品質」といった、一定のコストがかかる事項が最も多く、次いで、「低価格」を重視する傾向が依然として強くなっている。

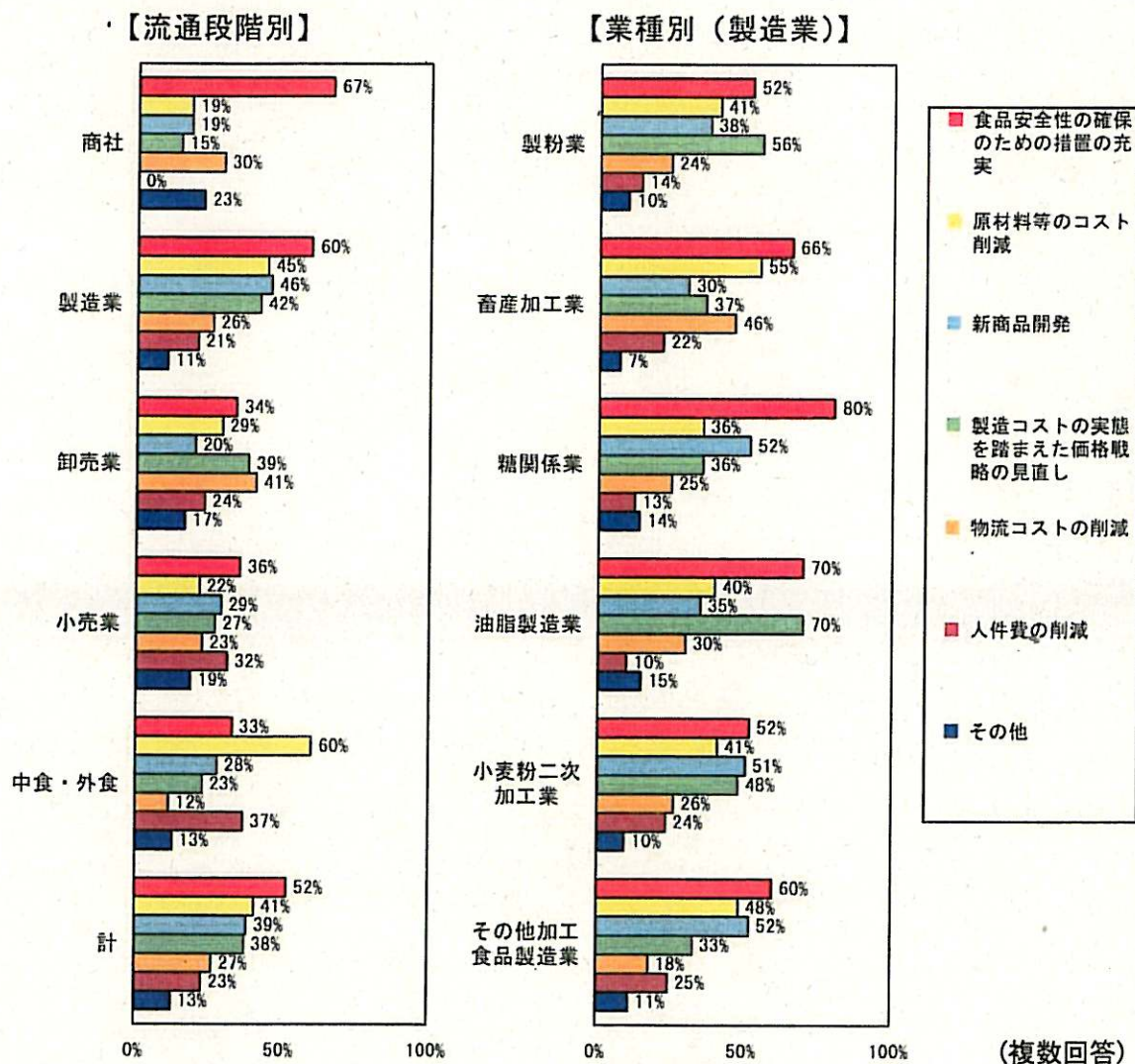
- (1) 輸入を手がける商社や製造業の段階から、消費者に接している小売業や中食・外食の段階まで、「安全性」と回答した社の割合が最も多く、全体で9割以上を占めている。次いで「高品質」、「低価格」と回答した社の割合が概して多くなっている。また、これらに並んで、商社や卸売業では「商品の安定供給」と回答した社が多く、それぞれ59%、53%となっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、各業種とも「安全性」と回答した社の割合が9割以上を占めて最も多く、次いで「高品質」と回答した社が6～8割と多くなっている。また、「低価格」と回答した社が畜産加工業で56%、製粉業で48%と多くなっている。



2 最近、経営上重点的に取り組んでいる事項は？

最近、経営上重点的に取り組んでいる事項としては、「食品安全性の確保のための措置の充実」、「原材料等のコスト削減」、「新商品開発」、「製造コストの実態を踏まえた価格戦略の見直し」などの回答が多くなっている。

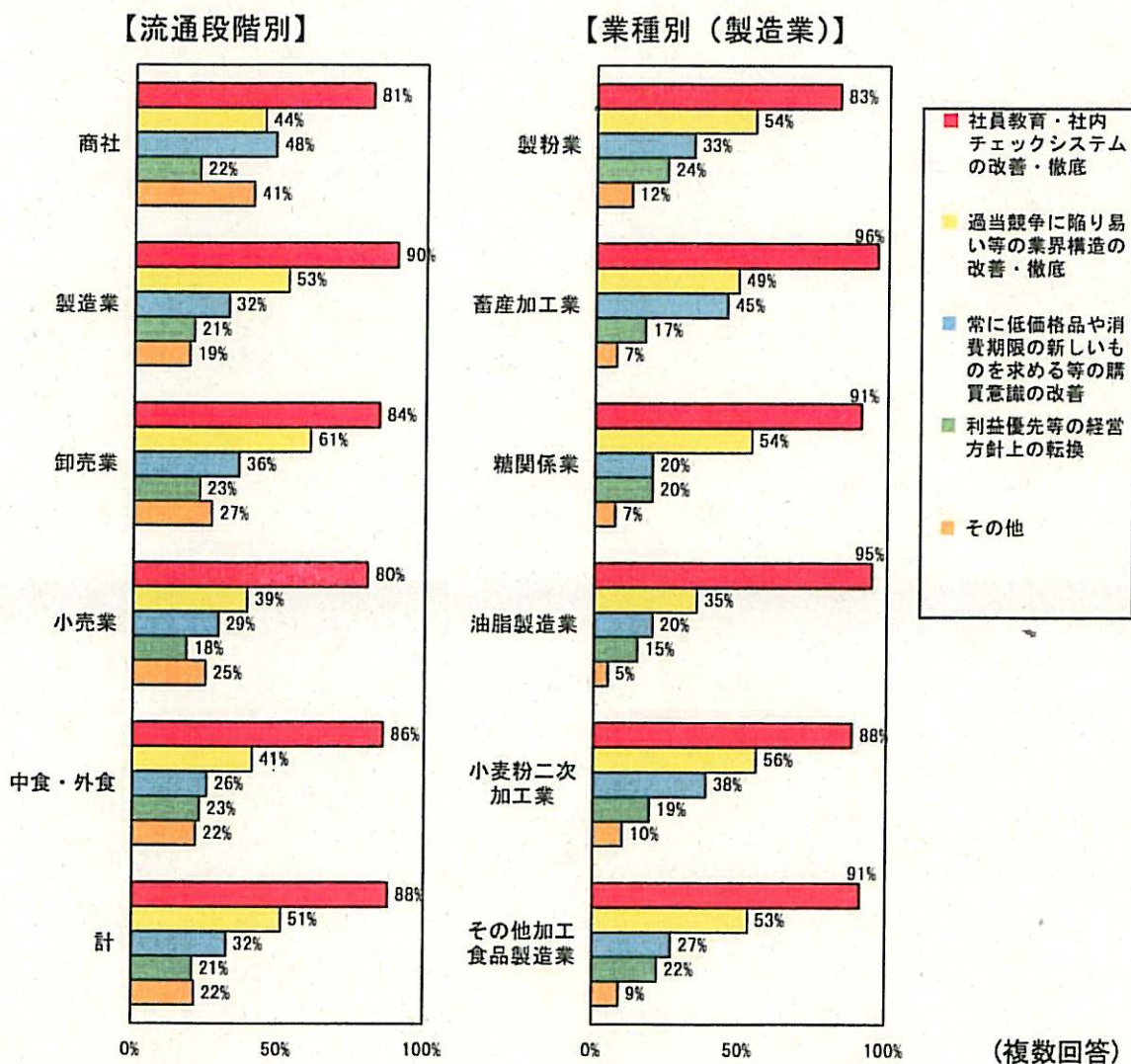
- (1) 流通段階ごとに見ると、商社や製造業では「食品安全性の確保のための措置の充実」と回答した社の割合が最も多く、製造業では次いで「新商品開発」、「原材料等のコスト削減」、「製造コストの実態を踏まえた価格戦略の見直し」といった回答の割合が多くなっている。また、中食・外食では「原材料等のコスト削減」と回答した社の割合が最も多く60%となっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、製粉業や油脂製造業では「製造コストの実態を踏まえた価格戦略の見直し」や「食品安全性の確保のための措置の充実」と回答した社が最も多く、いずれも5割以上を占めている。また、糖関係業では、「食品安全性の確保のための措置の充実」と回答した社の割合が80%と多くなっている。



3 食品の安全性について消費者の信頼感を得ていくために優先して解決すべき課題は？

食品の安全性について消費者の信頼感を得ていくために優先して解決すべき事項としては、「社員教育・社内チェックシステムの改善・徹底」との回答が最も多く、次いで「過当競争に陥り易い等の業界構造の改善・徹底」が多くなっている。

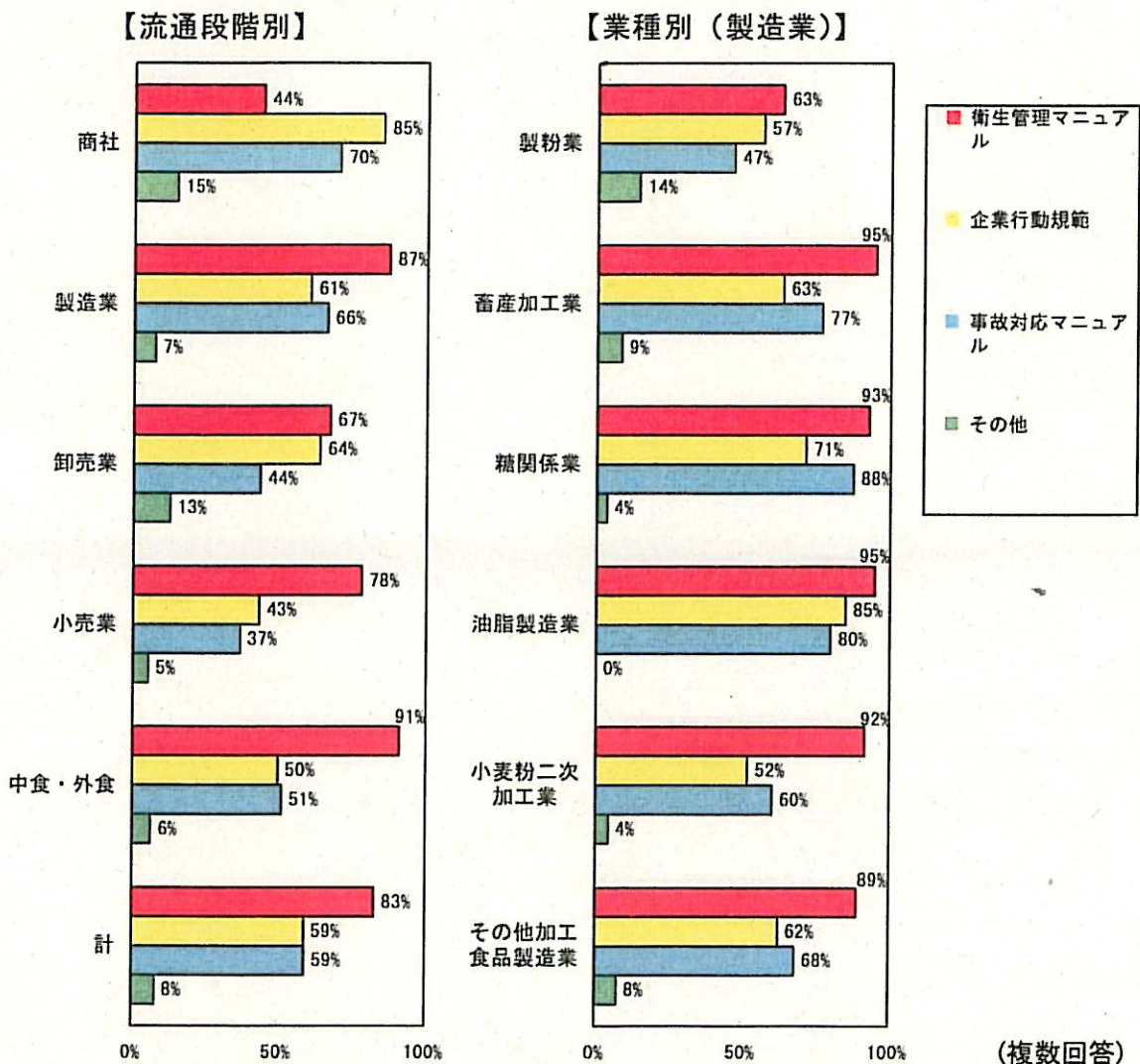
- (1) 流通各段階ともに、「社員教育・社内チェックシステムの改善・徹底」と回答した社が8割以上と最も多くなっている。次いで、「過当競争に陥り易い等の業界構造の改善・徹底」が4割～6割と多くなっている。また、商社においては「常に低価格品や消費期限の新しいものを求める等の購買意識の改善」が48%と多くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、いずれの業種においても、「社員教育・社内チェックシステムの改善・徹底」と回答した社が8割以上と最も多く、次いで「過当競争に陥り易い等の業界構造の改善・徹底」が多くなっている。



4 食品の安全性確保のために作成しているものは？

食品の安全性確保のために、約8割の企業が「衛生管理マニュアル」を作成しており、また、約6割の企業が「企業行動規範」と「事故対応マニュアル」を、それぞれ作成している。

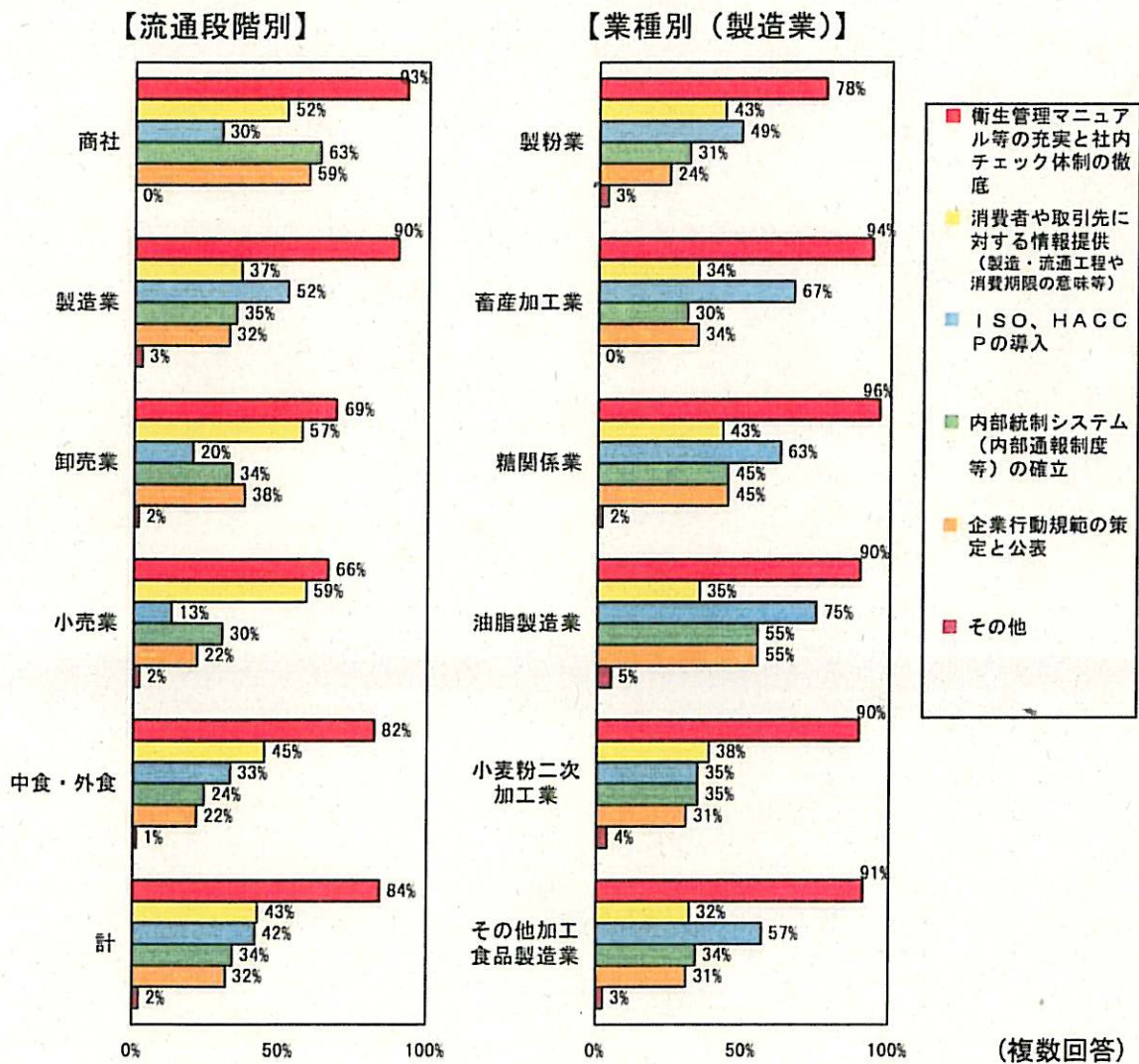
- (1) 流通段階ごとに見ると、「衛生管理マニュアル」の作成については、商社を除く全ての流通段階において最も多く、特に中食・外食では91%と多くなっている。また、「企業行動規範」と「事故対応マニュアル」の作成については、商社がそれぞれ85%、70%と最も高く、小売業がそれぞれ43%、37%と最も低くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、「衛生管理マニュアル」の作成については、製粉業において63%となっている以外は、どの業種も9割前後となっている。また、「企業行動規範」の作成については、油脂製造業が85%と最も高い一方、小麦粉二次加工業が52%と最も低くなっている。「事故対応マニュアル」の作成については、糖関係業が88%と最も高い一方、製粉業が47%と最も低くなっている。



5 食品の安全性確保のために重視していることは？

食品の安全性確保のために重視している事項としては、「衛生管理マニュアル等の充実と社内チェック体制の徹底」との回答が最も多くなっている。

- (1) 流通各段階ともに、「衛生管理マニュアル等の充実と社内チェック体制の徹底」と回答した社が最も多く、特に、商社や製造業では9割と多くなっている。次いで、小売業、卸売業、中食・外食では「消費者や取引先に対する情報提供」が多く、製造業では「ISO、HACCPの導入」が、商社では「内部統制システムの確立」が、それぞれ多くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、どの業種も「衛生管理マニュアル等の充実と社内チェック体制の徹底」と回答した社が最も多く、8割以上を占めている。次いで、「ISO、HACCPの導入」と回答した社が多く、特に、畜産加工業、糖関係業、油脂製造業で多くなっている。

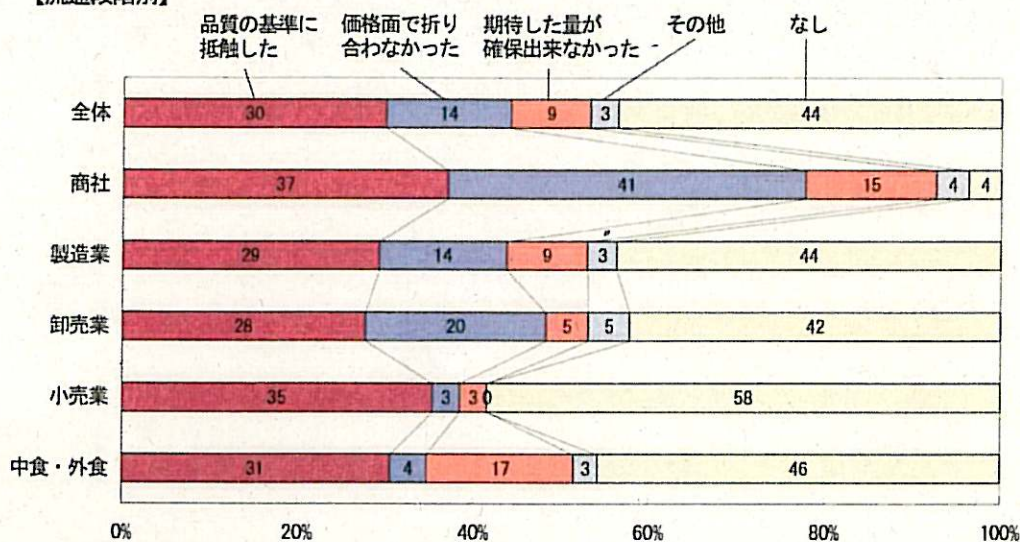


6 海外からの原材料・製品の輸入に当たって、支障が生じたことは？

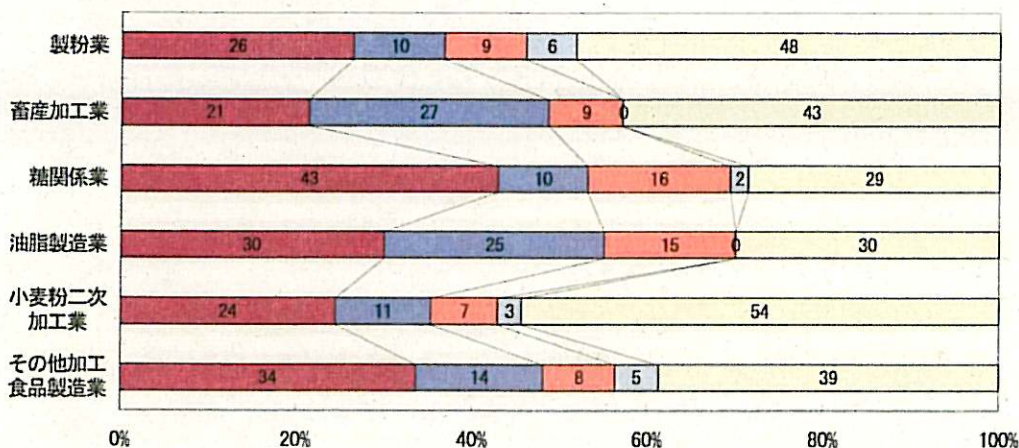
海外からの原材料・製品の輸入に当たって、商社では9割以上が支障が生じたことが「ある」と回答している。

- (1) 流通段階ごとに見ると、商社では、ほとんどの社で支障が生じたことがあるとし、「価格面で折り合わなかった」との回答が41%と最も多くなっている。その他の流通段階では、「なし」との回答が4割以上となっており、「ある」と回答した社では「品質の基準に抵触」との回答が多くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、いずれも「なし」との回答が3割以上を占めている。「ある」とした社では、畜産加工業では「価格面で折り合わなかった」が、その他の業種では「品質の基準に抵触」との回答が多くなっている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】

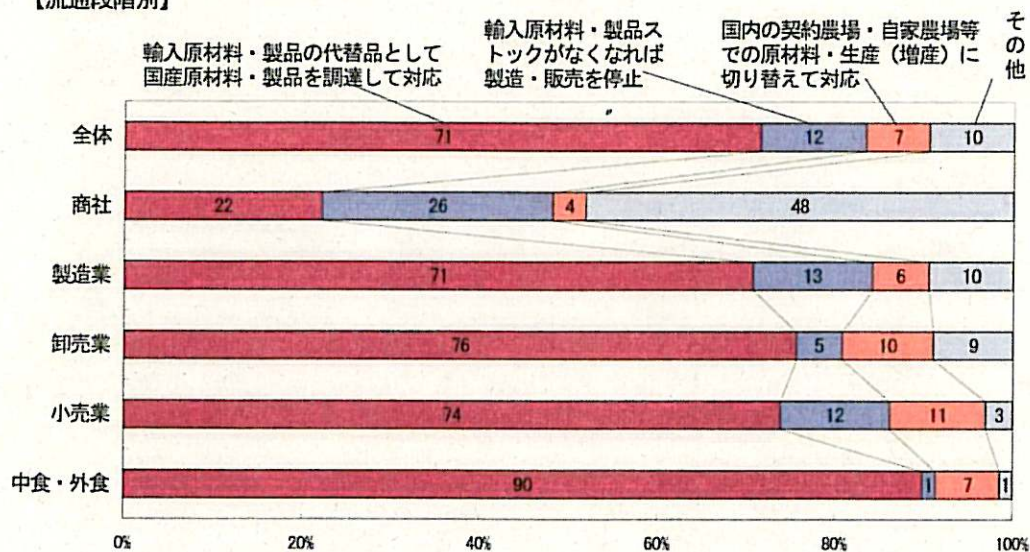


7 今後、仮に輸入原材料・製品の供給が不足した場合の対応は？

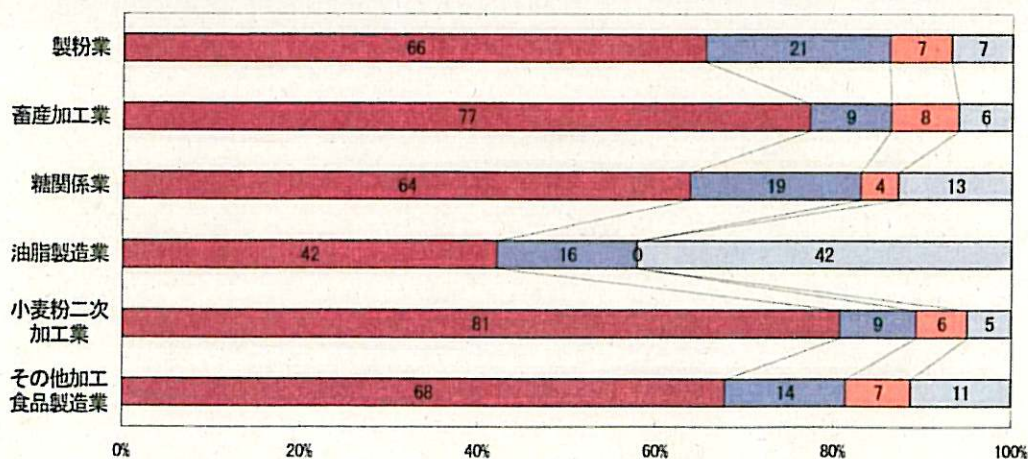
今後、仮に輸入原材料・製品の供給が不足した場合の対応としては、「輸入原材料・製品の代替品として国産原材料・製品を調達して対応」との回答が7割を占めている。

- (1) 流通段階ごとに見ると、商社では、「輸入原材料・製品ストックがなくなれば製造・販売を停止」が26%と最も多く、その他の流通段階においては、「輸入原材料・製品の代替品として国産原材料・製品を調達して対応」とする回答が7～9割を占めている。
- (2) 製造業について業種別にみると、すべての業種で「輸入原材料・製品の代替品として国産原材料・製品を調達して対応」と回答した社が4～8割と大層を占め、次いで製粉業や糖関係業、油脂製造業といった使用原料を直接海外に依存する度合いの高い業種では、「輸入原材料・製品ストックがなくなれば製造・販売を停止」との回答が2割となっている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】



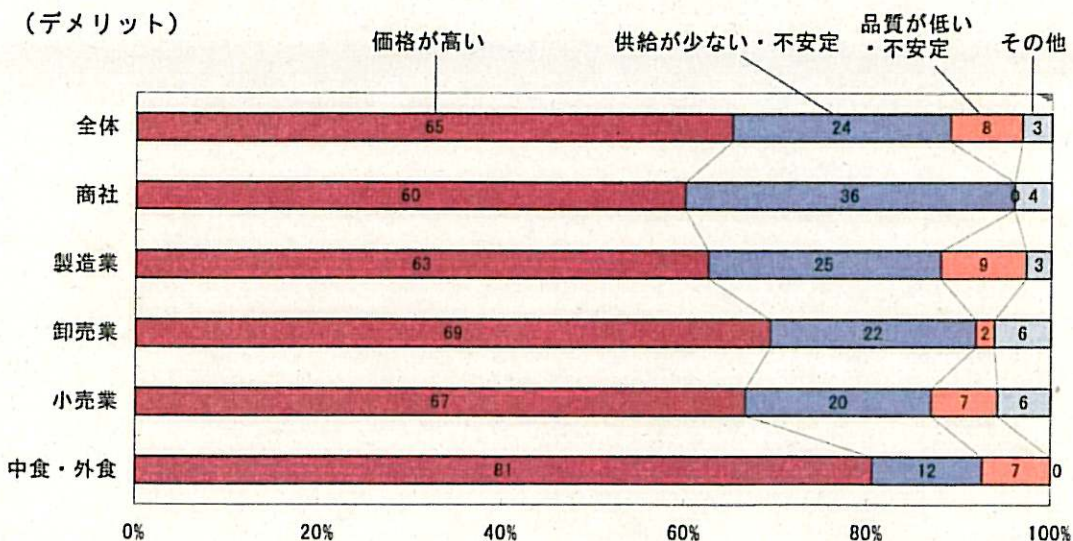
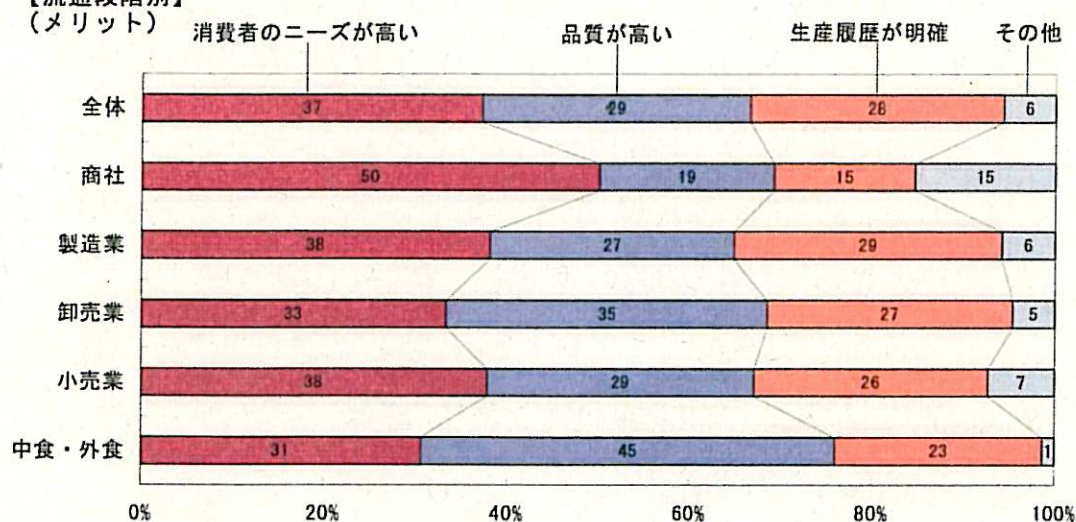
8 国産原材料・製品を取扱うメリットやデメリットは？

国産原材料・製品を取扱うメリットとしては、「消費者のニーズが高い」、「品質が高い」との回答が多くなっている。

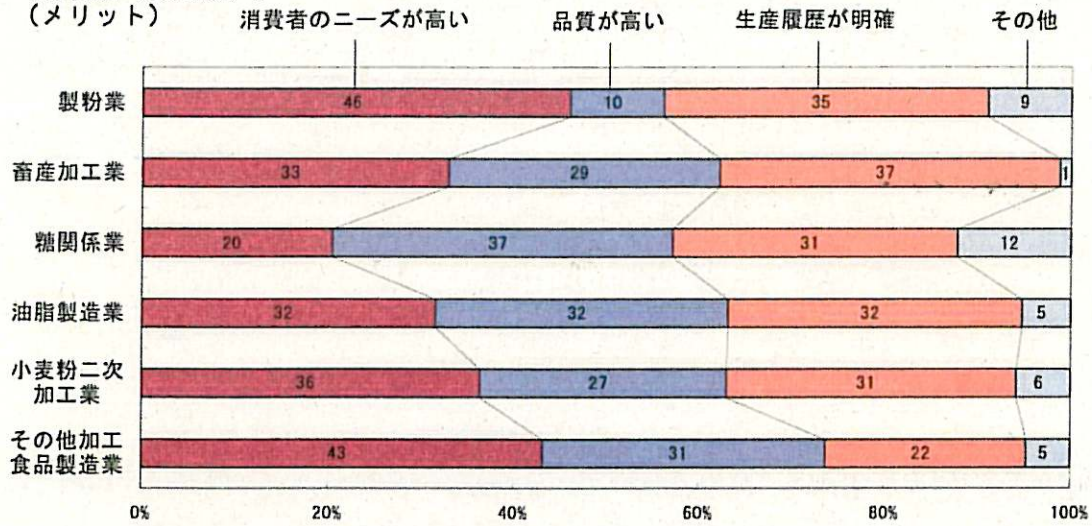
一方、デメリットとしては、「価格が高い」との回答が6割を占めている。

- (1) 国産原材料・製品を取扱うメリットについて、流通段階ごとに見ると、商社、製造業では、「消費者のニーズが高い」と回答した社が4～5割と多く、中食・外食では、「品質が高い」と回答した社の割合が最も多くなっている。
- 一方、デメリットとしては、すべての流通段階において「価格が高い」と回答した社の割合が多く、特に中食・外食では、8割を占めている。
- (2) 製造業について業種別にみると、メリットとしては、概して「消費者のニーズが高い」、「品質が高い」との回答が多くなっている。一方、デメリットとしては、製粉業が「供給が少ない・不安定」と回答した社の割合が最も多く、その他の業種においては、「価格が高い」との回答が6割以上を占めている。

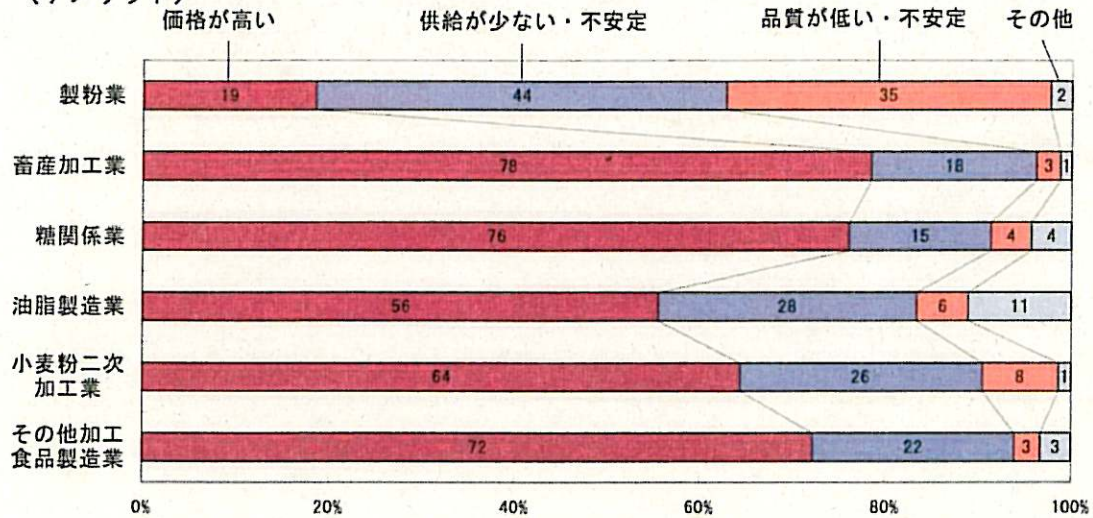
【流通段階別】



【業種別（製造業）】
（メリット）



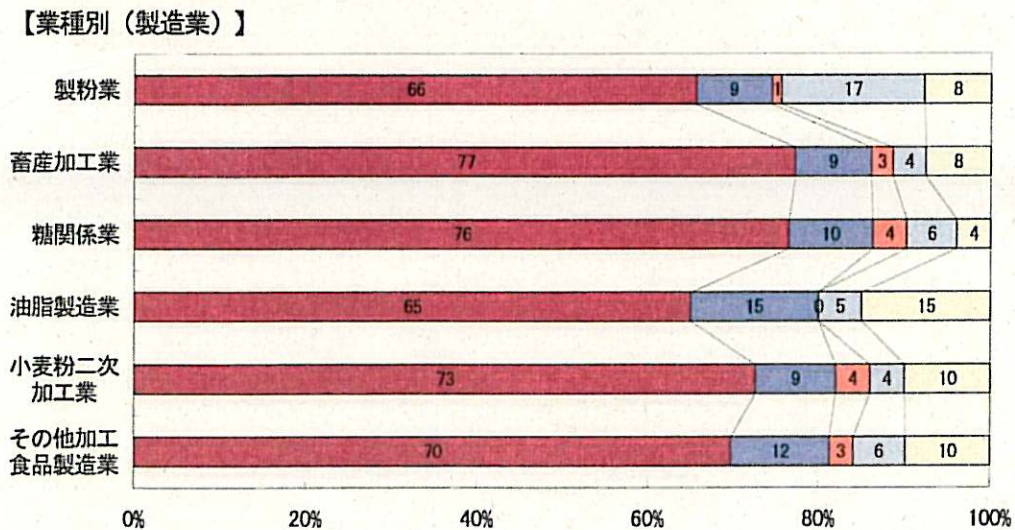
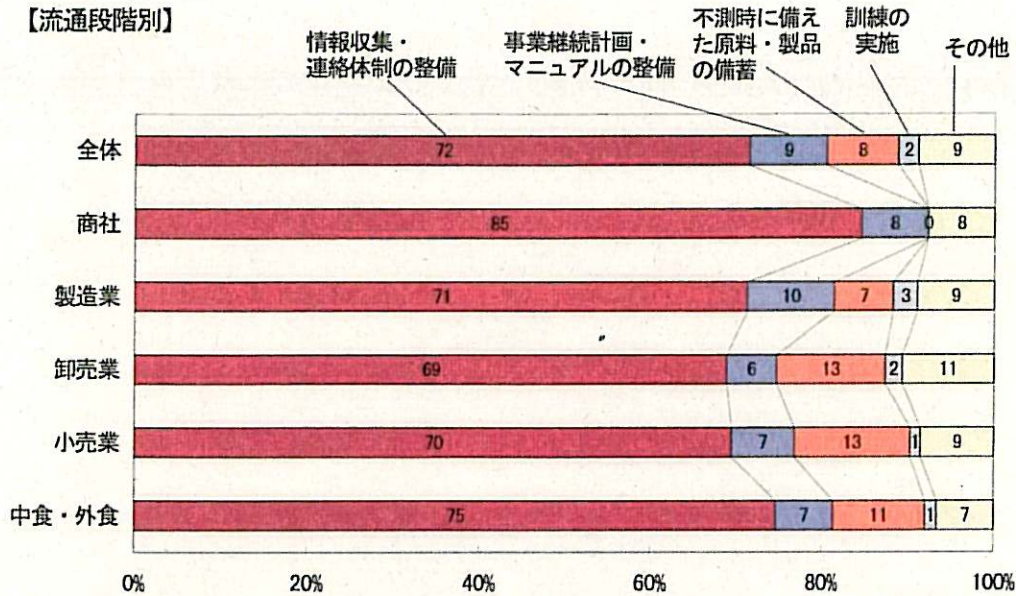
（デメリット）



9 社会機能が混乱した際の備えとしてとっている対策は？

大規模地震、新型インフルエンザ、大規模テロ等、社会機能が混乱した際の備えとしてとっている対策としては、「情報収集・連絡体制の整備」との回答が最も多くなっている。

大規模地震、新型インフルエンザ、大規模テロ等、社会機能が混乱した際の備えとして、どのような対策をとっているかについては、全ての流通段階、業種（製造業）において「情報収集・連絡体制の整備」と回答した社の割合が多く、7～8割と大層を占めている。

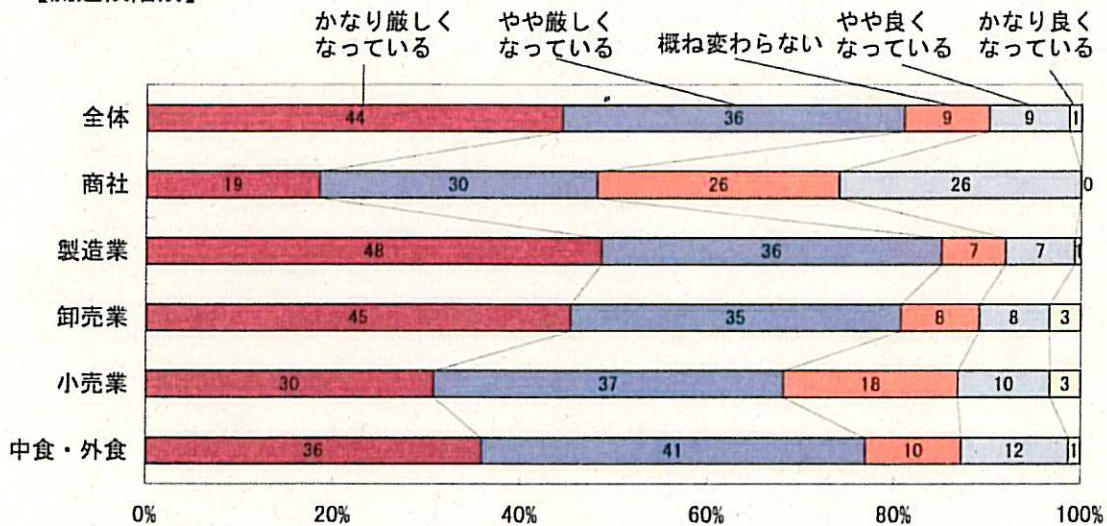


10 1、2年前と比べて経営状況はどうか？

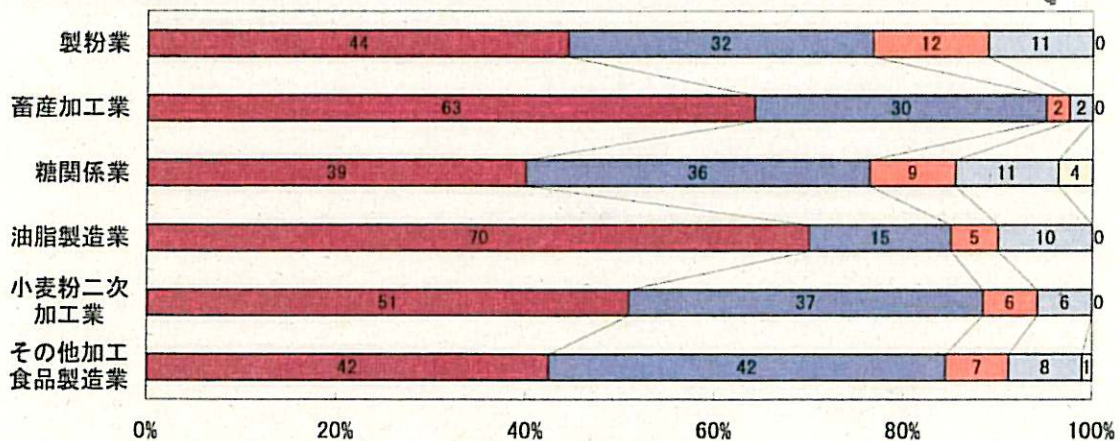
1、2年前と比較した経営状況については、「かなり厳しくなっている」が44%、「やや厳しくなっている」が36%となっており、合わせて8割の社が経営状況が悪化しているとなっている。特に製造業、卸売業でこの傾向が顕著である。

- (1) 製造業や卸売業では「かなり厳しくなっている」と回答した社の割合が最も多く、それぞれ48%、45%となっている。小売業や中食・外食においては、「やや厳しくなっている」と回答した社の割合が最も多く、それぞれ37%、41%となっている。また商社では「やや厳しくなっている」が30%、次いで、「概ね変わらない」、「やや良くなっている」がそれぞれ26%となっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、いずれの業種においても、「かなり厳しくなっている」と回答した社の割合が最も多く、特に畜産加工業、油脂製造業がそれぞれ63%、70%と多くなっている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】

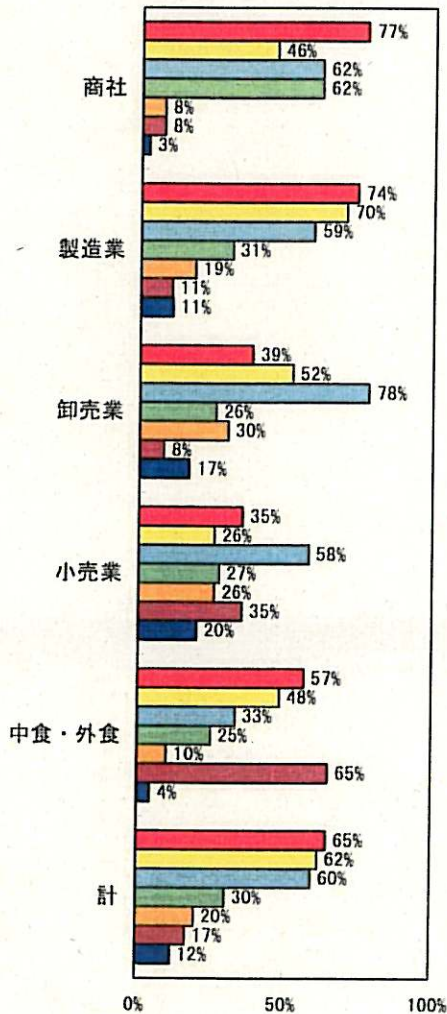


11-1 経営状況が厳しくなっている理由は？

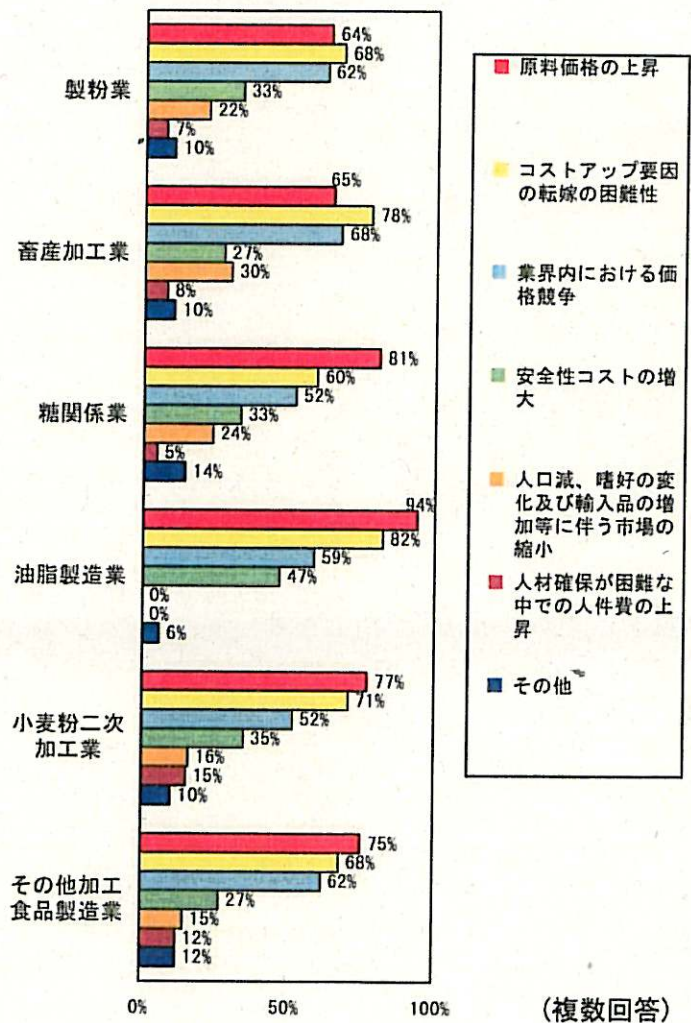
経営状況が厳しくなっている原因としては、「原料価格の上昇」や「コストアップ要因の転嫁の困難性」といった回答が多く、食品産業では食料品の製造等に必要のコストが、販売価格に反映できていないことが経営を圧迫している要因となっている。

- (1) 流通段階ごとに見ると、商社や製造業では「原料価格の上昇」が、卸売業や小売業では「業界内における価格競争」が、それぞれ最も多くなっている。次いで、製造業や卸売業、中食・外食では、「コストアップ要因の転嫁の困難性」と回答した社がそれぞれ70%、52%、48%と多くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、いずれの業種においても「原料価格の上昇」や「コストアップの要因の転嫁の困難性」と回答した社の割合が多く、いずれも6割以上を占めている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】

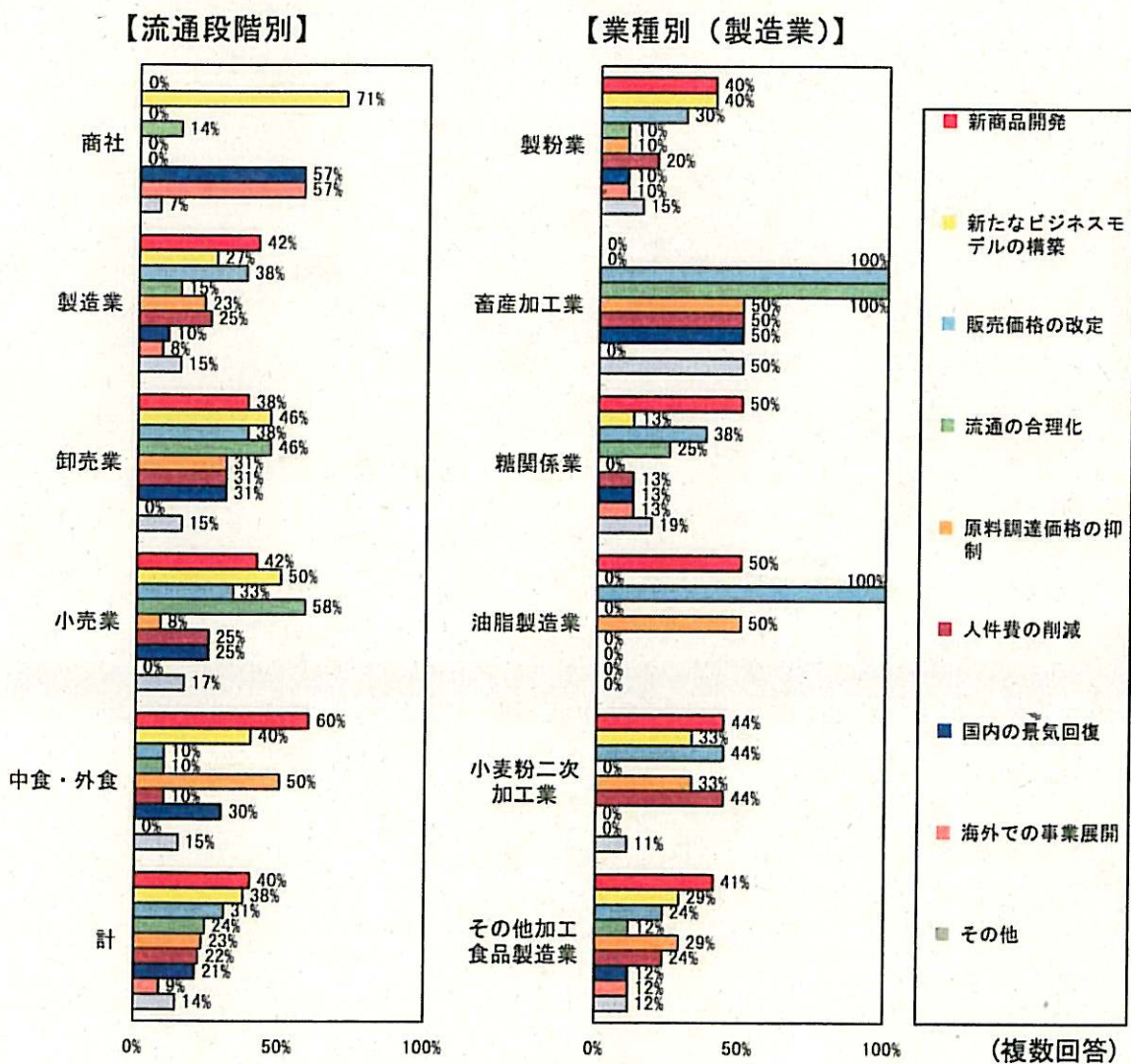


(複数回答)

11-2 経営状況が良くなっている理由は？

経営状況が良くなっている要因としては、「新商品開発」、「新たなビジネスモデルの構築」、「販売価格の改定」、「原料調達価格の抑制」などが多くなっている。

- (1) 流通段階ごとに見ると、商社においては、「新たなビジネスモデルの構築」、「海外での事業展開」、「国内の景気回復」と回答した社が多く、製造業においては「新商品開発」、「販売価格の改定」が多くなっている。また、卸売業や小売業では「流通の合理化」、「新たなビジネスモデルの構築」が多く、中食・外食では「新商品開発」、「原料調達価格の抑制」が多くなっている。
- (2) 製造業について業種別にみると、製粉業においては、「新たなビジネスモデルの構築」、「新商品開発」と回答した社が多く、畜産加工業や油脂製造業においては、「販売価格の改定」が多くなっている。



12 今後、経営を改善するために必要な対応は？

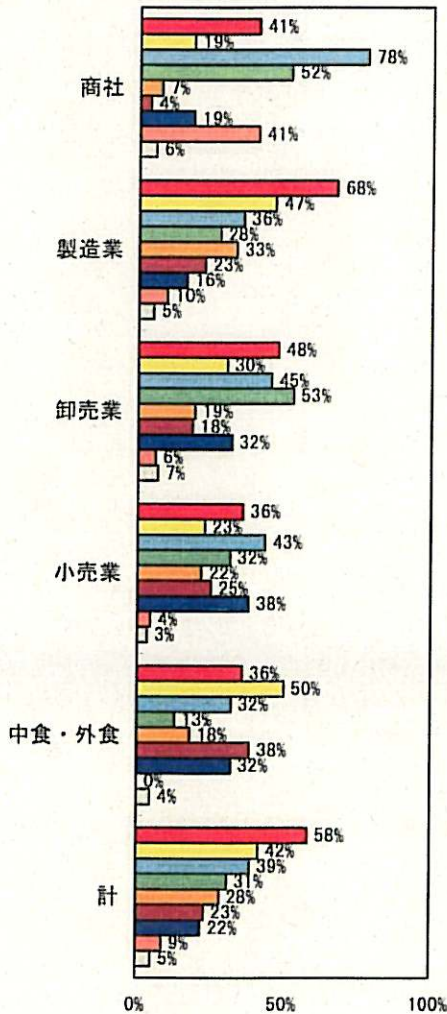
今後、経営を改善していくために対応すべき事項としては、「販売価格の改定（値上げ）」との回答が最も多く、特に製造業でこの傾向が顕著である。

(1) 流通段階ごとに見ると、商社では「新たなビジネスモデルの構築」と回答した社の割合が78%と最も多く、製造業では「販売価格の改定」が68%と最も多くなっている。

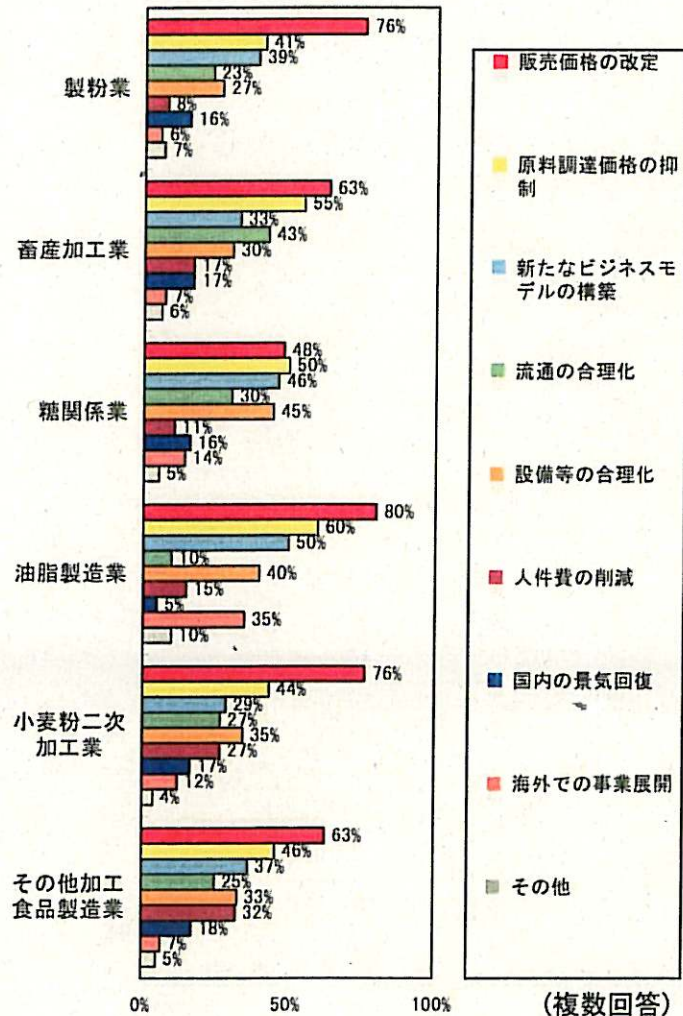
また、卸売業では「流通の合理化」が53%、中食・外食では「原料調達価格の抑制」が50%と多くなっている。

(2) 製造業について業種別にみると、糖関係業を除く全ての業種において「販売価格の改定」と回答した社が6~8割を占め最も多く、糖関係業でも「原料調達価格の抑制」に次いで「販売価格の改定」が48%と多くなっている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】



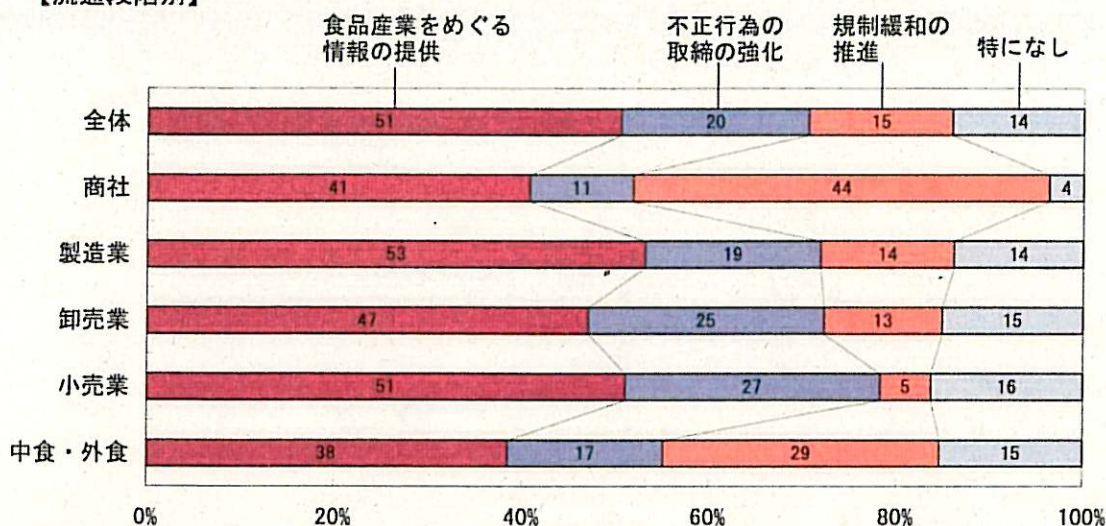
(複数回答)

1 3 食品産業行政への要望・意見等は？

食品産業行政への要望・意見等については、「食品産業をめぐる情報の提供」と回答している社が最も多くなっている。

- (1) 流通各段階において、「食品産業をめぐる情報の提供」と回答している社の割合が多く、製造業、卸売業、小売業では5割を占めている。また、商社においては、「規制緩和の推進」が44%と最も多くなっている。
- (2) 製造業において業種別にみると、いずれの業においても「食品産業をめぐる情報の提供」が最も多く、特に製粉業では66%と多くなっている。

【流通段階別】



【業種別（製造業）】

