

農産物・食品の価格形成をめぐる事情

新事業・食品産業部

2023年8月

MAFF

Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries

農林水産省



目次

【I 物価と価格転嫁の動向】

○長期的な物価の動向	3
○直近の物価の動向	4
○円安の進行と原油価格の高騰	5
○農産物・食品の価格の動向	6
○食品の値上げ状況と見通し	7
○政府による価格転嫁促進の取組(2021年から)	8
○食品関連産業の価格転嫁状況	9
○食品関連産業における価格転嫁未実施率	10
○生産段階における価格転嫁の状況	11
○価格転嫁に関する現場の声	12

【II コストの状況】

○農業物価指数の動向	14
○肥料と飼料の国際価格推移	15
○物流費や賃金の動向	16
○流通・小売の経営収支	17
○コストに関する現場の声	18

【III 農産物・食品の価格形成に関する留意点】

○①天候等による影響で価格変動が大きい	20
○②輸入品へ代替する可能性がある	21
○③食品産業と生産基盤や食文化との結びつきが強くなっている	22

【IV 適正な価格形成による持続可能な食料システムの実現】

○適正な価格形成による持続可能な食料システムの実現	24
---------------------------	----

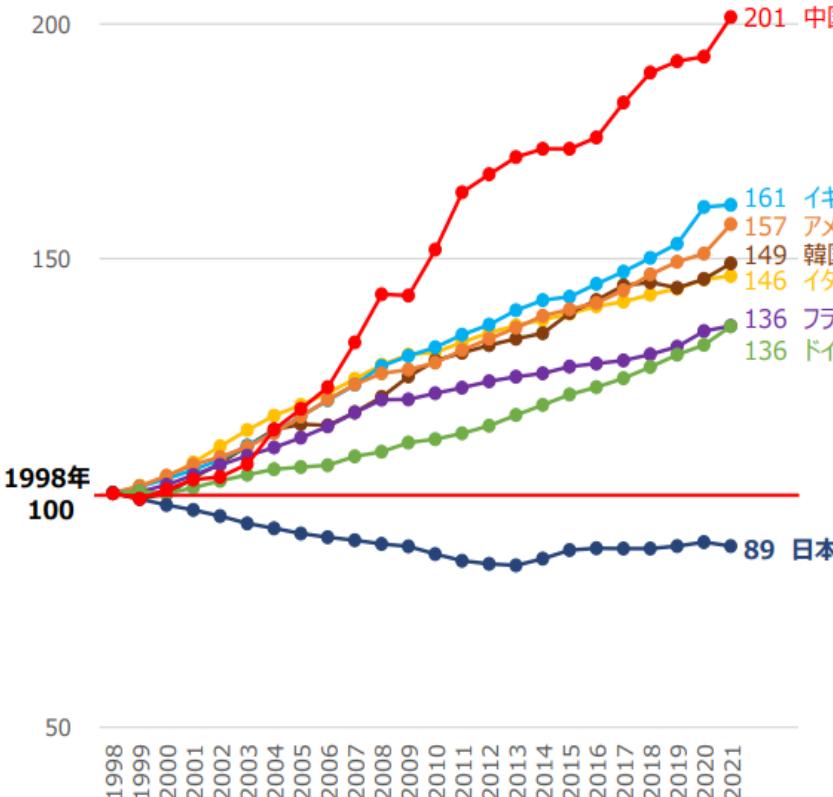
I 物価と価格転嫁の動向

長期的な物価の動向



- GDPデフレータは、1998年以降、各国で上昇するも、日本では下降傾向で推移している。
- 食料の消費者物価指数は、長期のデフレ下にあって、低位に推移していたが、2014年以降、上昇傾向で推移している。

○ 各国におけるGDPデフレータの推移 (1998年=100)



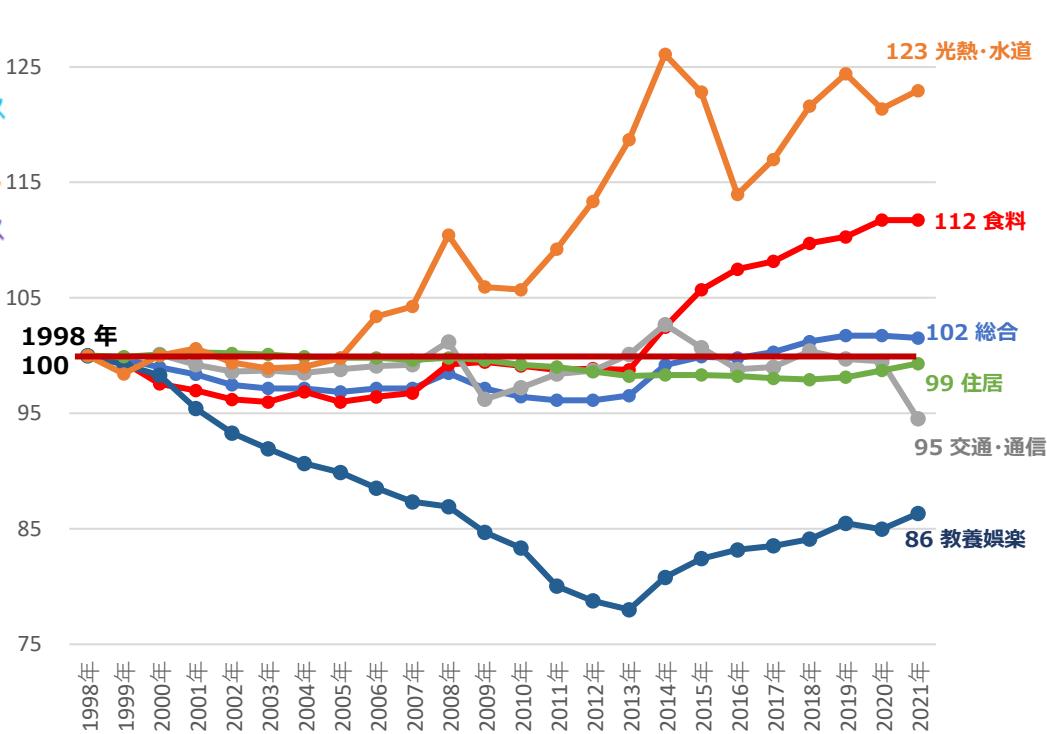
資料：THE WORLD BANK

注1：GDPデフレータとは、(名目GDP) / (実質GDP) ×100で計算される、

消費だけでなく、設備投資や公共投資なども含めた国内経済全体の物価動向を表す包括的な指標。

注2：資料では2015年=100とおいているものを、1998年=100とおいて計算。

○ 消費者物価指数の推移 (1998年=100)



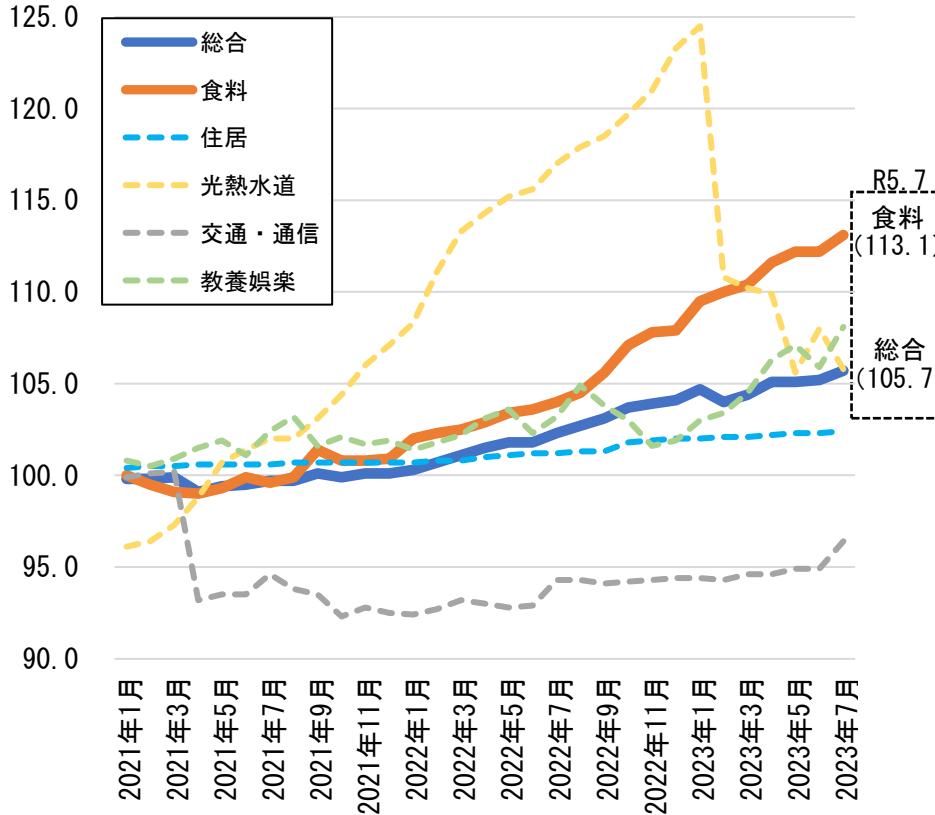
資料：総務省「消費者物価指数」(2020年基準消費者物価指数)

注：資料では2020年=100とおいているものを、1998年=100とおいて計算

直近の物価の動向

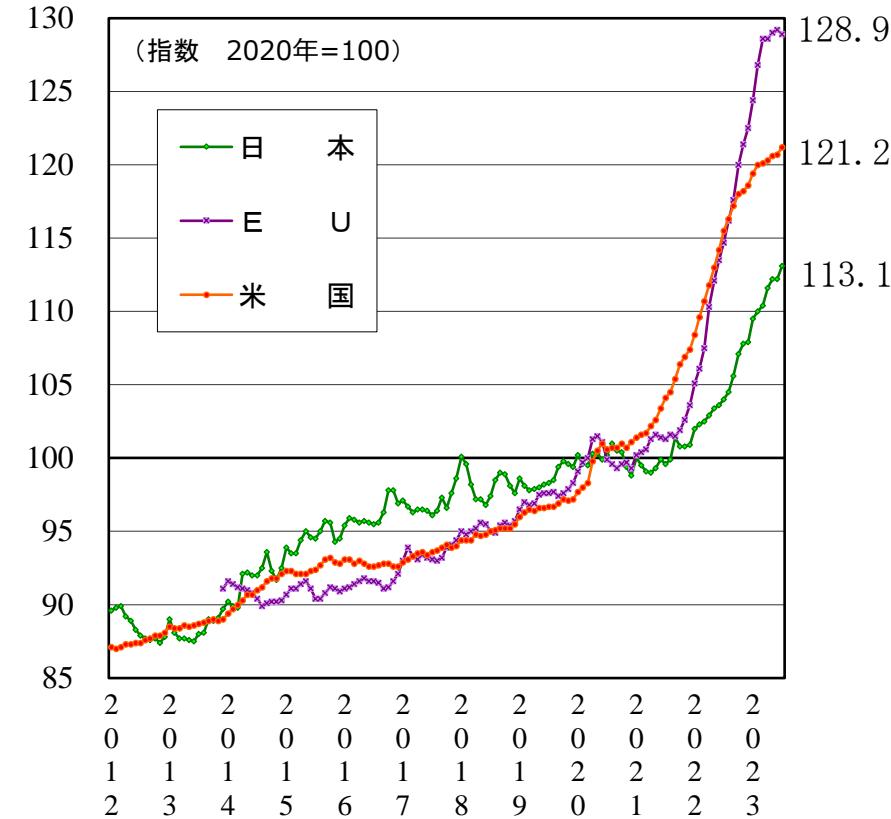
- 2021年9月以降、総合物価は上昇傾向。食料については、2021年9月以降、一貫して総合物価を上回って推移。
- 2023年7月時点で、EU（128.9）と米国（121.2）は、日本（113.1）と比して物価上昇が著しい。

○直近の国内物価の動向



資料：総務省「消費者物価指数」（2020年基準）を基に農林水産省作成

○食料價格動向の諸外国との比較



(出典) 日本：総務省「消費者物価指数」、EU：「EUROSTAT」、米国：米国労働省「LABSTAT」を基に農林水産省作成

注1：EUは2013年のクロアチア加入による第6次拡大後のデータを使用し、2020年2月以降は英国脱退後のデータを使用。

注2：日本の2014年4月及び2019年10月の上昇は主に消費税率引上げによるもの。

注3：日本は2021年8月に基準年を2015年から2020年に変更。

各国の出典の基準年はEUが2015年、米国が1982-84年であり、本資料の数値は農林水産省にて2020年を基準年として換算したもの。

円安の進行と原油価格の高騰

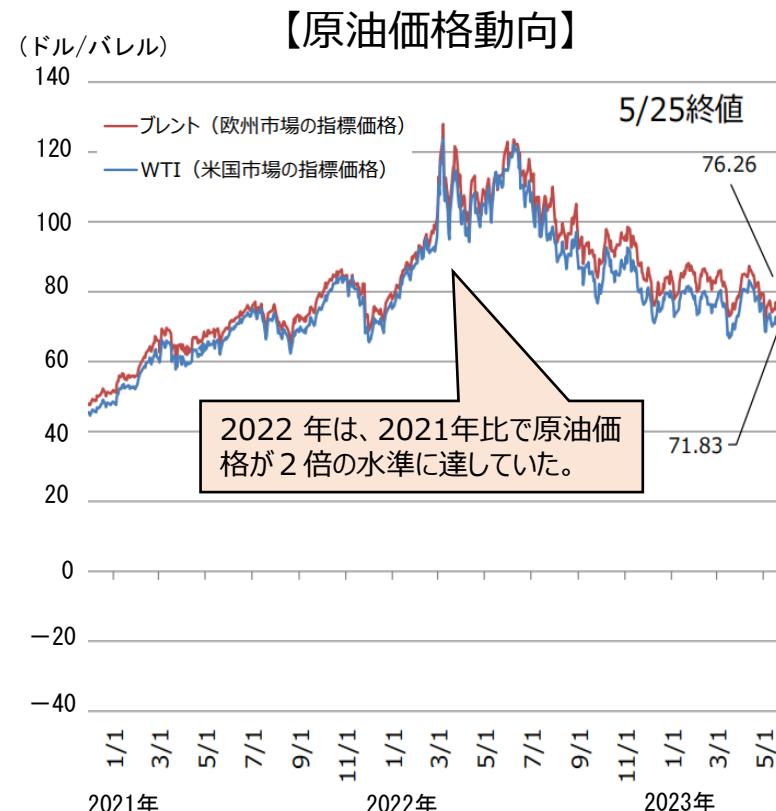
- 為替レートは、2022年以降、米国における金利上昇等の影響により、円安が急速に進行。
- 原油価格は、ロシアによるウクライナ侵攻等の影響を受けて、2022年2月以降、上昇。その後、徐々に低下したが、2021年以前の水準と比較すると高値の水準。

【為替の動向】

米ドル/円



資料：日本銀行「時系列統計データサイト」から農林水産省作成



資料：経済産業省が貿易統計等を基に作成した「日本のエネルギー政策について～GX実現に向けて～令和5年8月経済産業省」に掲載されている、貿易統計等を基に作成したグラフを抜粋の上、加工

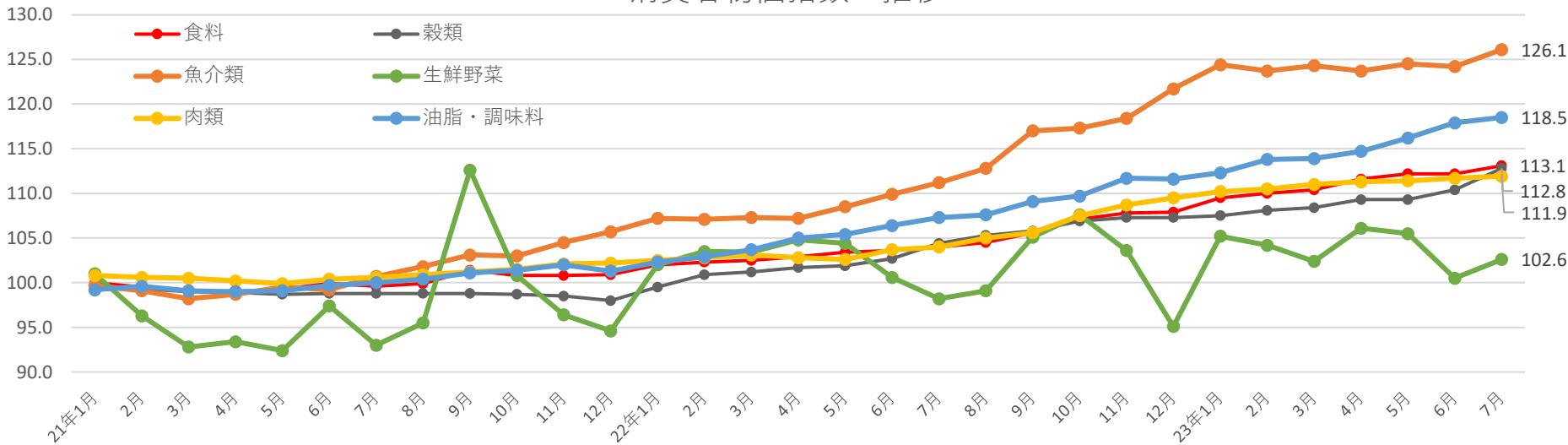
農産物・食品の価格の動向



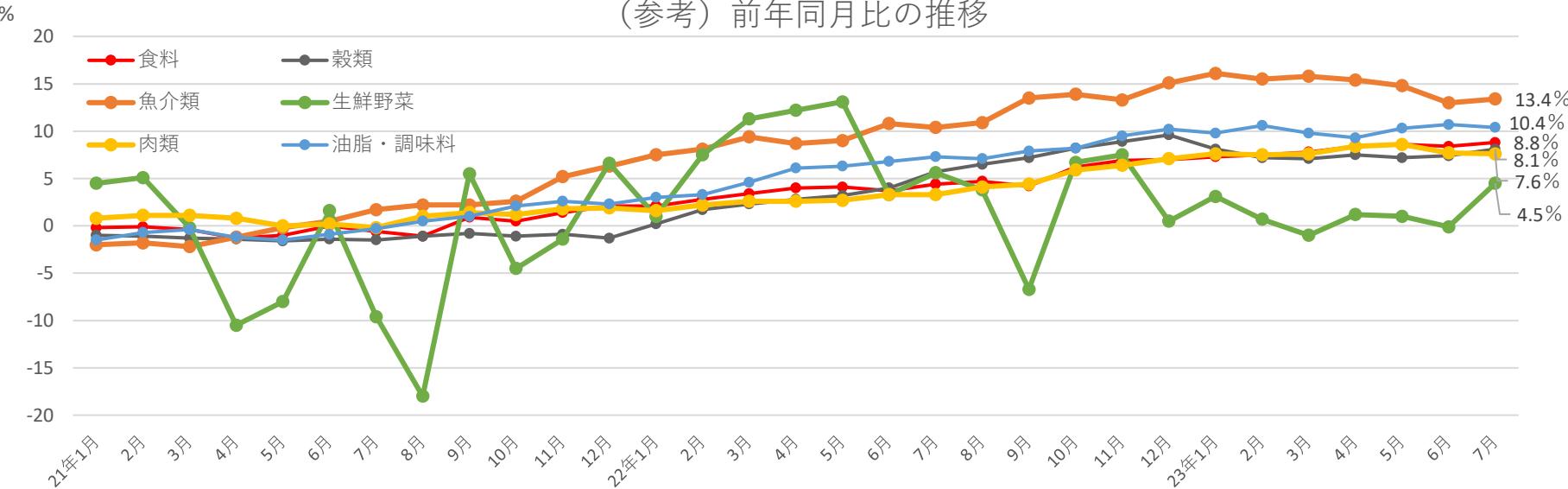
○ 食料のうち魚介類や油脂・調味料の価格は、食料（全体）価格を上回って推移。野菜の価格は天候等により乱高下する傾向。

2020平均=100

消費者物価指数の推移



(参考) 前年同月比の推移

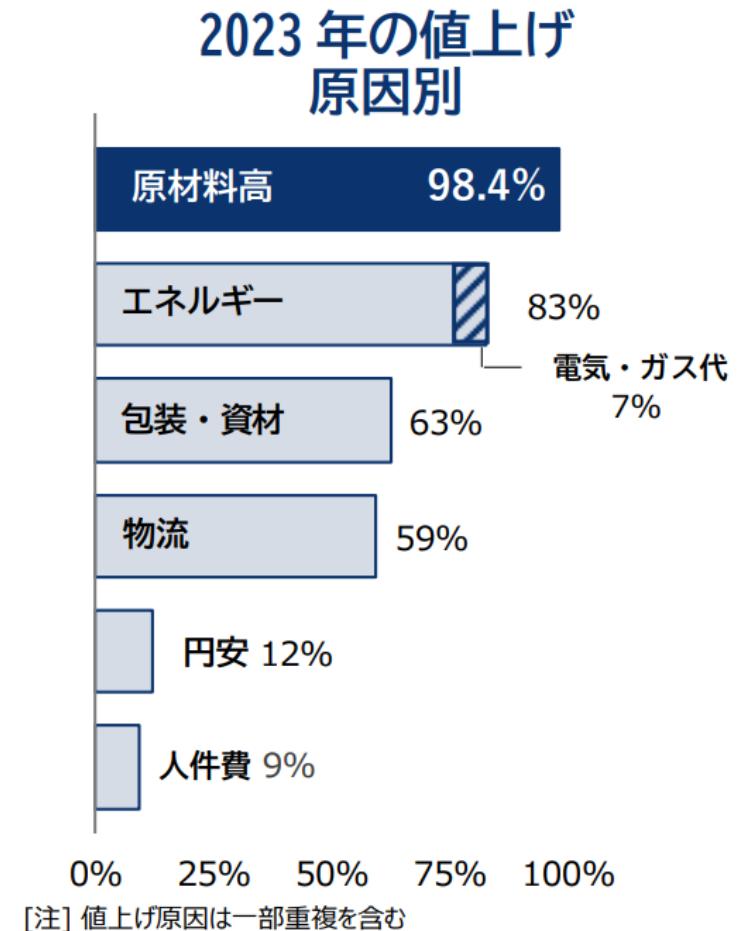
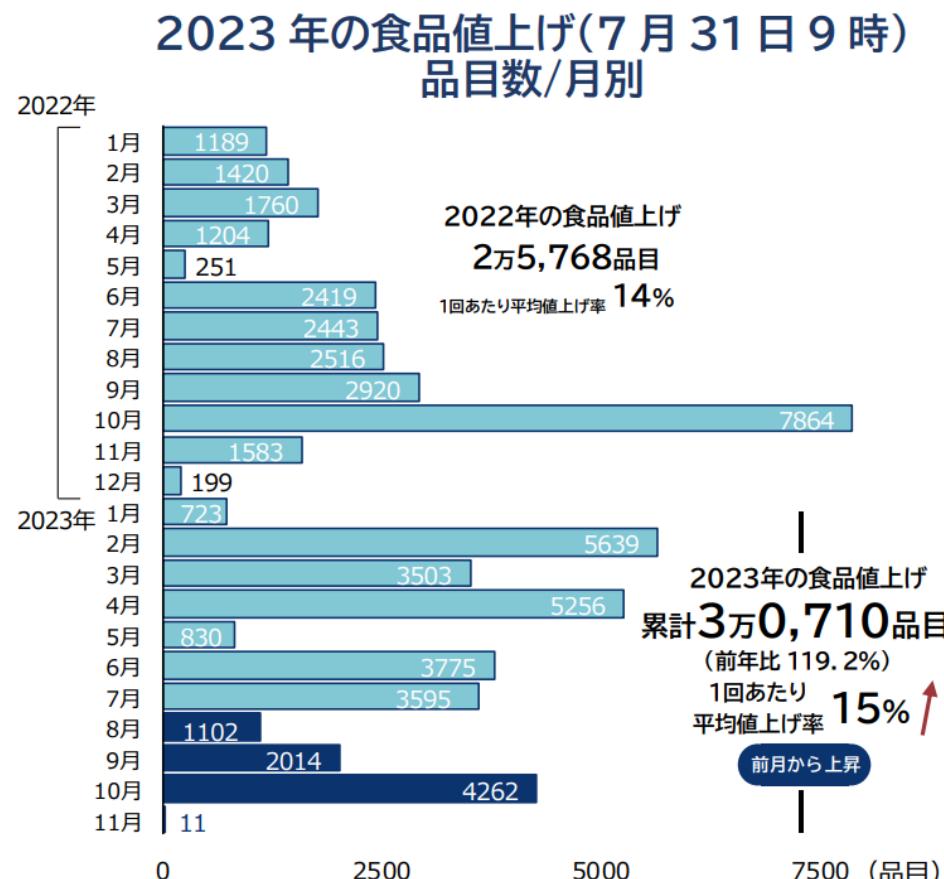


資料：総務省「消費者物価指数」より作成。注：2020年平均を100とする。

食品の値上げ状況と見通し



- 2023年通年の値上げ品目数は、既に実施されたものや今後予定するものを含め、累計で3万710品目となり、2022年通年の2万5768品目を既に上回る水準。
- 値上げ要因としては、原材料やエネルギー、包装・資材、物流に係るコストの高騰等が挙げられている。



資料：帝国データバンク「食品主要195社」価格改定動向調査—2023年8月

政府による価格転嫁促進の取組（2021年から）

- 2021年12月から、原材料や原油等の価格が高騰する中、コスト上昇分を適切に価格転嫁していくことが課題となっており、政府全体で「転嫁円滑化施策パッケージ」に基づく各般の取組を実施している。
- 農林水産省としても、適正取引推進ガイドラインの策定・普及や、食品関係事業者への協力要請（食品等流通法に基づく大臣通知の発出）、消費者の理解醸成のための取組を実施。

パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ（令和3年12月27日閣議了解）に基づく取組

◎独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査

令和4年、コスト上昇分の転嫁拒否が疑われる事案が発生していると見込まれる業種を中心に公正取引委員会が緊急調査を実施した結果、①協議なく価格を据え置くなどの行為が認められた4,030事業者に対し、注意喚起文書を送付、②多数の行為が確認された13事業者の事業者名を公表。

フォローアップ調査及び特別調査を継続的に実施。

食品製造業者・小売業者間における適正取引推進ガイドラインの策定（令和3年12月27日）

独占禁止法や下請法で「問題となり得る事例」とともに、「望ましい取引事例」を13項目にわたり分かりやすく掲載。

原材料価格等の上昇時の取引価格改定

＜問題となり得る事例＞

- ✖ 大幅な原材料価格高騰に当たり、資料を基に値上げ要請をしたが、販売価格を一方的に据え置かれた。



こんなにコストが上がって
いるのに…。
作れば作るほど、赤字…。



＜望ましい取引実例＞

- 原材料価格の大幅な変動に当たり、製品の原材料比率などの根拠を示して交渉した結果、価格転嫁が認められた。

[※ 加えて、あらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。]

食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査の結果に基づく協力要請について（令和5年4月28日付通知）

食品等流通法に基づく令和4年度食品等流通調査の結果を踏まえ、食料品製造業、飲食料品卸売業、飲食料品小売業等の関係団体・事業者に対して、コスト上昇分の取引価格への適切な反映について農林水産大臣名で協力を要請（令和4年にも同様の協力要請を実施）。

消費者の理解醸成のための取組

消費者等に対し、牛乳、お茶、パン、豆腐、施設野菜のコスト上昇の背景等を伝える動画を農林水産省HPで公開中（令和4年度予備費）。 <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/think-food-agri/>



さらに、品目を拡大しつつ、生産現場の状況等を伝えるためのインタビュー動画に加えて、農場での体験学習、インフルエンサーやSNSの活用、親子で楽しみながら学べるアニメーション動画の発信等を通じて、消費者に対し、生産・加工・流通の実態や生産資材、原材料等のコスト上昇の背景等について、分かりやすく伝える広報を実施（令和4年度補正予算）。



<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fair-price-project/> 8

食品関連産業の価格転嫁状況

- 食品関連産業において、コスト増に対する価格転嫁割合は、全産業平均に比べて、概ね上回っている。
- 2022年3月から2023年3月にかけて、コスト増に対する価格転嫁割合は着実に改善。

【コスト増に対する価格転嫁割合（転嫁率）】

集計方法

⇒中小企業に、主要な発注側企業（最大3社）との間で、「直近6ヶ月（2022年10月～2023年3月）のコスト上昇分のうち、何割を価格転嫁できたか、回答を依頼し、発注側の企業ごとに集計。」

全体平均の数値以上の数値は黄色ハイライト

	コスト増に対する転嫁率			各要素別の転嫁率								
				原材料費			エネルギー			労務費用		
①は2022年3月 ②は2022年9月 ③は2023年3月	①	②	③	①	②	③	①	②	③	①	②	③
全体	41.7%	46.9%	47.6%	32.4%	48.1%	48.2%	44.2%	29.9%	35.0%	32.3%	32.9%	37.4%
食品製造	45.3%	51.2%	55.8%	35.1%	54.2%	55.2%	47.0%	35.2%	39.9%	34.9%	35.2%	39.3%
飲食サービス	41.7%	46.9%	55.6%	29.5%	50.1%	55.8%	43.4%	21.2%	37.3%	28.8%	22.3%	41.4%
卸売	43.9%	54.2%	56.9%	34.2%	53.8%	55.5%	44.7%	35.6%	41.5%	32.2%	35.0%	41.7%
小売	39.7%	46.6%	53.7%	31.8%	48.0%	53.3%	40.2%	28.3%	38.3%	30.8%	29.5%	39.1%
(参考)石油製品・石炭製品製造	42.6%	56.2%	57.0%	38.5%	52.7%	50.4%	46.1%	41.5%	45.8%	34.5%	40.1%	45.8%
(参考)トラック運送	17.6%	20.6%	19.4%	17.3%	17.8%	17.9%	16.0%	19.2%	19.4%	14.7%	15.5%	18.2%

資料：中小企業庁「価格交渉促進月間（2023年3月）フォローアップの結果について」（令和5年6月）及び「価格交渉促進月間（2022年9月）フォローアップの結果について」（令和4年12月）を基に農林水産省作成

食品関連産業における価格転嫁未実施率

- 食品関連産業において、依然として価格転嫁が未実施である割合は、2割程度。

食品製造業

【直近6ヶ月間の価格転嫁の状況（コスト全般）】

転嫁状況（何割転嫁できたか）	割合
10割	24.3%
7～9割	24.7%
4～6割	12.8%
1～3割	17.0%
0割（費用が上昇している中、価格が据え置かれている場合等）	16.1%
マイナス（費用が上昇したにもかかわらず、逆に減額された場合等）	0.9%
コストが上昇していないため、価格改定不要	4.3%

卸売・小売・飲食サービス

【直近6ヶ月間の価格転嫁の状況（コスト全般）】

転嫁状況 (何割転嫁できたか)	10割	7～9割	4～6割	1～3割	0割	マイナス	コスト増がなく、 価格改定不要
卸売	26.7%	22.2%	11.7%	17.7%	14.8%	1.0%	5.9%
食品製造	24.3%	24.7%	12.8%	17.0%	16.1%	0.9%	4.3%
飲食サービス	28.6%	19.0%	12.7%	18.3%	17.5%	0.0%	4.0%
小売	25.6%	20.7%	13.1%	14.5%	19.4%	1.9%	4.9%

【直近6ヶ月間の価格交渉の状況（コスト全般）】

交渉状況	割合
① コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、話し合いに応じてもらえた。	69.7%
② コスト上昇分を取引価格に反映させる必要がないか、発注側企業からの声かけがあり、話し合いが行われた。	5.8%
③ コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった。	4.3%
④ コストが上昇しているが、自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れなかった。	8.2%
⑤ コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えていいるところ、発注側企業の方から「価格に反映させる必要が無い」との声かけはあったが、発注量の減少や取引中止を恐れ、自社から協議を申し入れなかった。	0.3%
⑥ コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えていいるところ、発注側企業の方からの声かけも受けておらず、発注量の減少や取引中止を恐れ、自社から協議を申し入れなかった。	5.7%
⑦ コストが上昇しているので、発注側企業に協議を申し入れたが、協議にすら応じてもらえないかった。	5.0%
⑧ 取引価格を減額するために、発注側企業から協議の申し入れがあった。もしくは、協議の余地なく一方的に取引価格を減額された。	1.0%

価格交渉の協議が
行われていない割合
20.2%

生産段階における価格転嫁の状況

- コスト高騰を受け「価格転嫁した」は45.0%。2022年5月時点の調査（28.7%）から16.3ポイント上昇。
- 一方、「価格転嫁できていない」は55.0%で、販売価格にコスト上昇分を上乗せできていない。

調査の概要：2022年11月から12月にかけて、日本農業法人協会の正会員2082先にWEB又はFAXでアンケート調査
(460先から回答あり。回答率22.1%)

価格転嫁

(N=460)

45.0%
が
価格転嫁した

1.3%

13.5%

53.7%

31.5%

■ 値上げ（価格転嫁）した

■ 一部値上げ（価格転嫁）した

■ 改定していない（値上げできなかっ
た）

■ 値下げした

55.0%
が
価格転嫁できていない

業種別の価格転嫁

(N=460)

稲作 (N=149)

8.1%

30.9%

58.4%

2.7%

麦類・穀類・芋類・工芸
(N=21)

9.5%

52.4%

38.1%

野菜 (N=147)

12.9%

27.2%

59.9%

果樹 (N=26)

23.1%

30.8%

46.2%

花き (N=14)

7.1%

50.0%

42.9%

畜産 (N=87)

21.8%

33.3%

42.5%

2.3%

その他 (N=16)

18.8%

25.0%

56.3%

資料：日本農業法人協会「2022年12月 コスト高騰緊急アンケート」から引用

価格転嫁に関する現場の声

＜生産者之声＞

- 消費者の農業のコスト高騰の理解が進んでいない。
- 他社にシェアを奪われるおそれがあり、交渉を自粛した。

＜卸売事業者に対する声＞

- 70%程度の単価の引き上げに応じてもらったが、その後のリベートの要求、事後値引きによって、実質的に価格転嫁できていない。
- 価格交渉を依頼しているが、取引先は「商品が売れなくなる」と頑なに拒否。

＜食品製造事業者に対する声＞

- 取引先からは、「発注量が大きいので稼働率を上げるのに貢献できる。固定費相当は回収できるはず。」と言われた。
- 材料費に加え、エネルギー代や梱包副資材費が上昇したので、22年秋に協議を要請したが、交渉に応じてもらえなかつた。

＜飲食サービス事業者に対する声＞

- 価格改定のお願いをすると、代替商品の存在を匂わせられる。売上があるのだから良いでしょう、というスタンスである。
- 2023年冬から春にかけて交渉をしたが、電気料金の値上げ分を認めてもらえなかつた。電気料金の値上げ幅が大きくなるほど、価格転嫁に追いつけない。

＜小売事業者に対する声＞

- 取引先は「言っていることは分かるが、他のスーパーが値上げしないと不可能。」という返答。
- 価格交渉を申し入れただけで失注した同業者があるため、自社も値上げを打ち出すと、失注の可能性が高いと予想している。

資料：中小企業庁「価格交渉促進月間（2023年3月）フォローアップ調査の結果について」、農林水産省「令和4年度食品等流通調査に関する報告書」、日本農業法人協会「第2回 農業におけるコスト高騰緊急アンケート」を基に農林水産省作成

II コストの状況



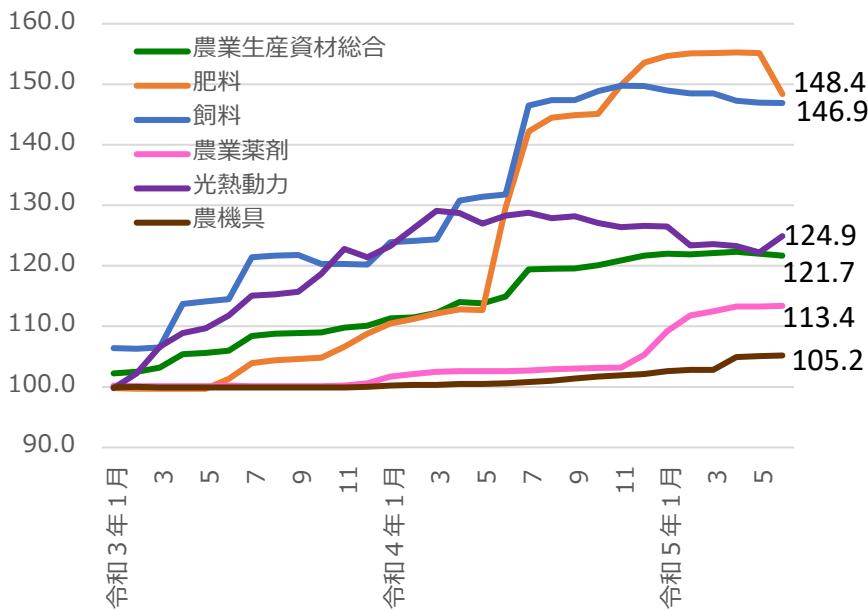
農業物価指数の動向



- 農業生産資材の価格は、2021年頃から上昇傾向。
- 農産物の価格は、調査項目（総合、米、野菜、花き、鶏卵）のうち鶏卵を除き、おむね横ばいで推移。野菜、花は変動が大きい。

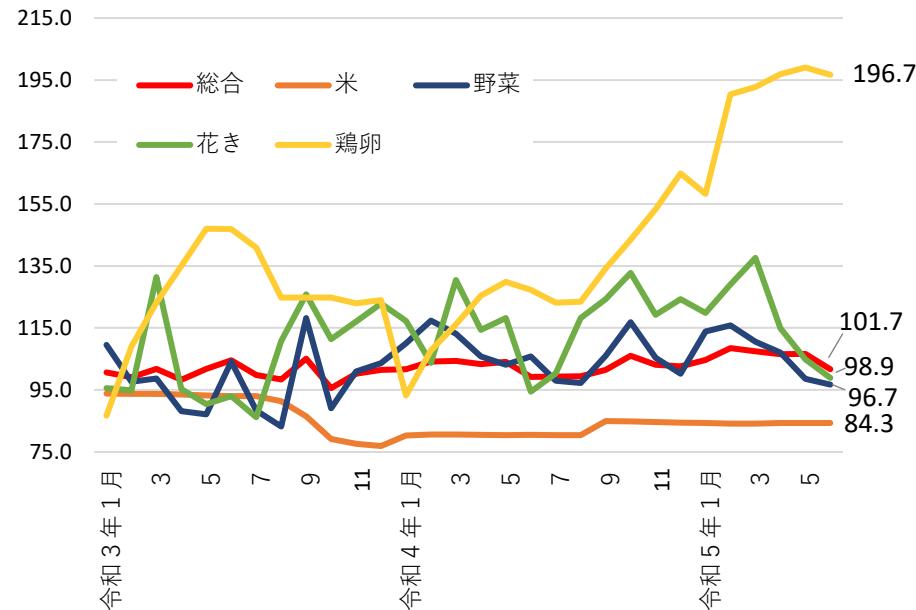
【農業生産資材価格指数の推移】(令和2年=100)

(農業経営体が購入する農業生産資材の価格を指指数化したもの)



【農産物価格指数の推移】(令和2年=100)

(農業経営体が販売する農産物の価格を指指数化したもの)



資料：農林水産省「農業物価統指数（令和2年基準）」（令和5年6月）を基に作成

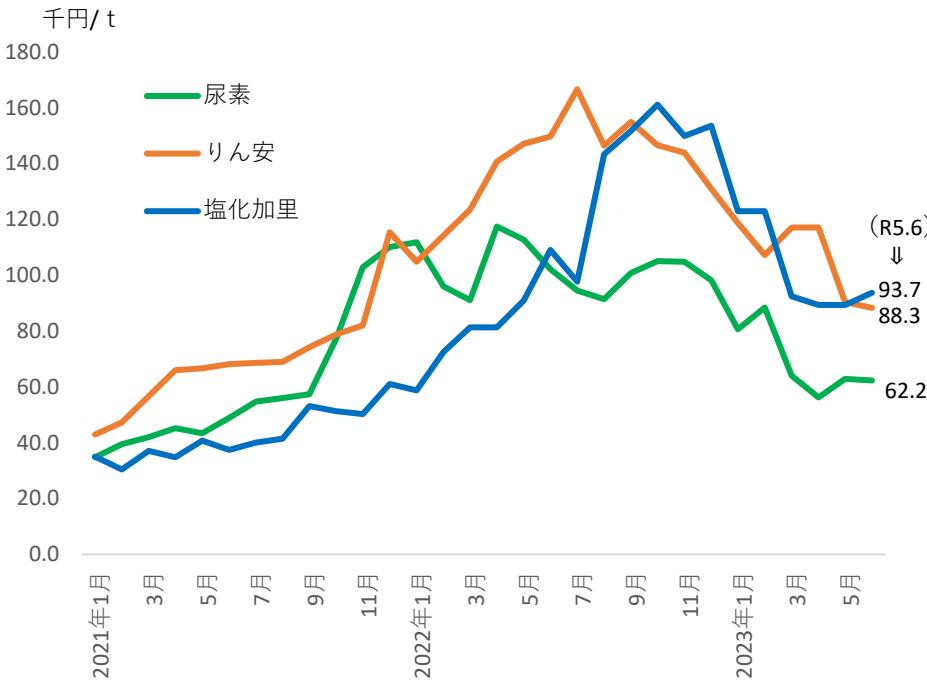
資料：農林水産省「農業物価指数（令和2年基準）」（令和5年6月）を基に作成

肥料と飼料の国際価格推移



- 肥料原料の輸入通関価格は、中国の輸出厳格化措置等により価格が上昇していたが、令和4年後半以降は、下落傾向。
- 飼料の主な原料であるとうもろこしの国際価格は、国際的な穀物需要の増加やウクライナ情勢等により上昇していたが、現在は下落傾向で推移。

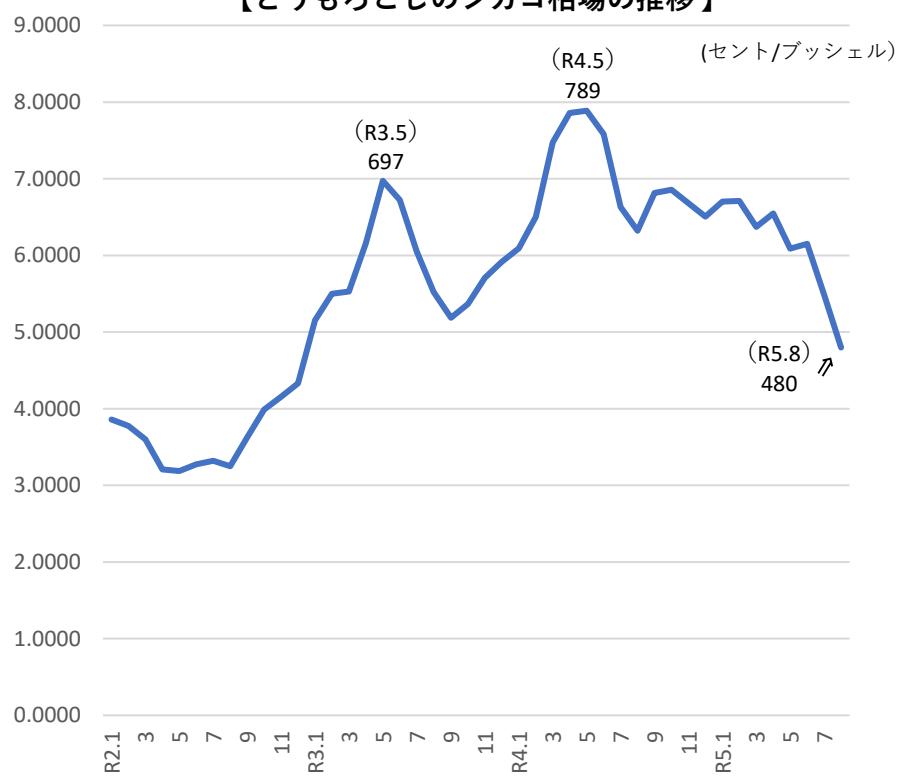
【肥料原料の輸入通関価格の推移】



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

注：月当たりの輸入量が5千t台以下の月は前月の価格を表記

【とうもろこしのシカゴ相場の推移】



資料：シカゴ相場を基に農林水産省作成

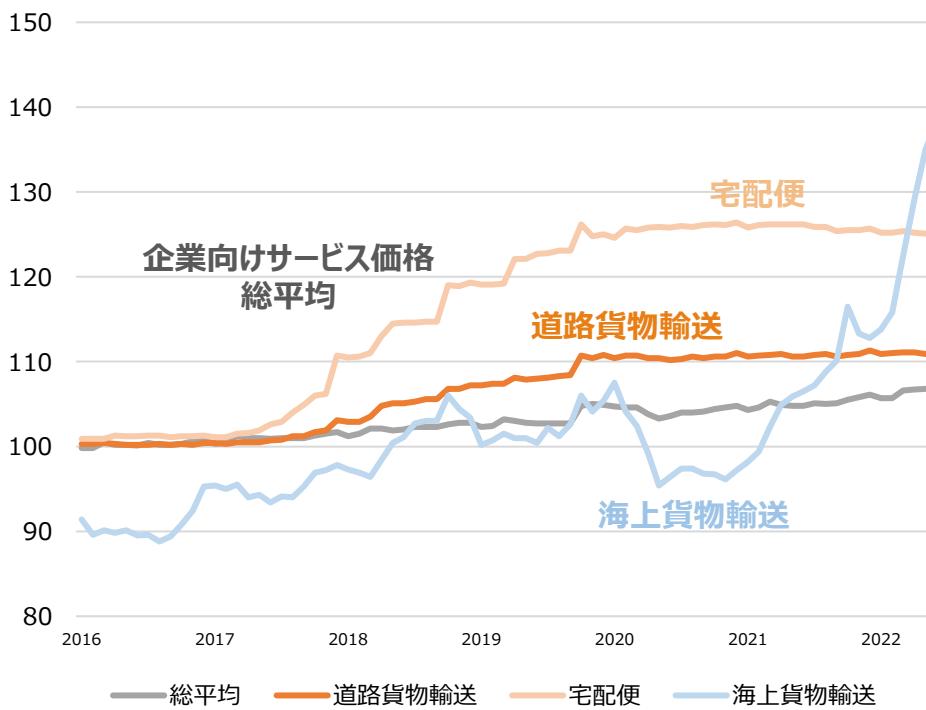
注1：シカゴ相場（期近物）の日々の終値の月平均値

注2：令和5年8月の値は18日までの平均値である

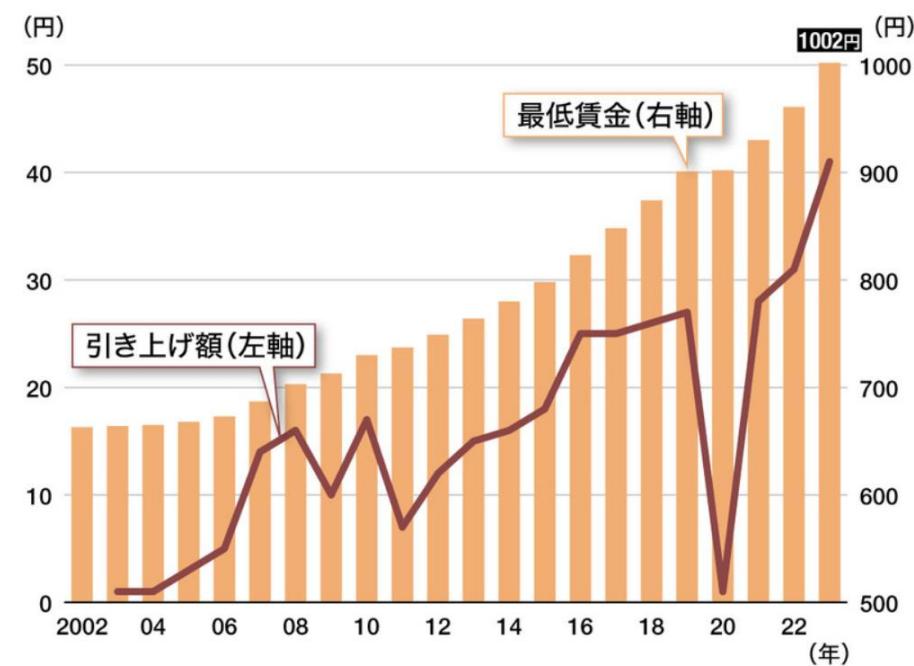
物流費や賃金の動向

- 物流費は、2017年頃から上昇傾向。
- 最低賃金は上昇傾向にあり、2021年以降、引き上げ額が拡大。

【道路貨物輸送・海上貨物輸送の
サービス価格指数の推移】



最低賃金の推移(時給 / 全国加重平均)



資料：日本銀行「企業向けサービス指標」（2015年基準）を基に農林水産省作成
注：企業向けサービス指標とは、企業間で取引されるサービスに関する価格の変動
を測定する指標

資料：厚生労働省の公表データを基にnippon.comが作成したものを利用

流通・小売の経営収支



- 卸売業者、仲卸業者の営業利益率は、いずれの分野においても±1%前後。
- スーパーマーケットの営業利益率は1.4%。

○中央卸売市場卸売業者及び仲卸業者の営業収支（総売上高に対する割合）の内訳（令和2年度）

【卸売業者】

単位：%

	青果	水産	食肉	花き
売上総利益（粗利）	6.57	5.41	4.27	9.73
販売費・一般管理費	6.16	5.05	4.20	9.88
うち人件費	2.74	2.89	2.13	6.40
営業利益	0.41	0.36	0.07	▲0.15

【仲卸業者】

単位：%

	青果	水産	食肉	花き
売上総利益（粗利）	12.81	13.16	8.00	19.25
販売費・一般管理費	13.24	13.62	7.20	20.11
うち人件費	5.75	7.44	3.13	10.95
営業利益	▲0.42	▲0.46	0.80	▲0.86

資料：食品流通課調べ

○スーパーマーケット経営指標（令和3年度）

売上高規模	全体	30億円未満	30億円以上 100億円未満	100億円以上 300億円未満	300億円以上 1000億円未満	1000億円以上
売上総利益（粗利）	26.17	26.45	25.20	26.37	26.90	26.05
営業利益	1.40	0.35	0.89	1.40	2.13	2.61

資料：2022年「スーパーマーケット年次統計調査報告書」（一社）全国スーパーマーケット協会、（一社）日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパー マーケット協会

コストに関する現場の声

＜生産者＞

- 生産コストの高騰が継続する中で、今後2～3年で離農者（廃業又は倒産）の増加も見込まれるほど苦しい状況。
- 生鮮食料品について、市場の需給に応じて価格（相場）が決定されるため、生産コスト上昇分の転嫁は難しい。

＜製造事業者＞

- 食品製造業全体の転嫁状況について、原材料価格等の上昇分を転嫁できていない場合がある。
- 値上げを依頼すると、他社への乗り換えの可能性を示される場合など、価格交渉や価格引上げを実現できていない例もある。

＜外食事業者＞

- 食材・エネルギー・物流・人件費等の上昇と人手不足による時短営業などが経営上のマイナス要因となっていることは否めず、また、諸コストの上昇分を価格転嫁だけで補うことは難しく、経営的には厳しい状況。
- 現在の売上は原料高と光熱費の高騰等に起因するコスト上昇の結果と考えられ、外食企業の経営状況は変わらず厳しい。

＜小売事業者＞

- 値上げの要請が多すぎて作業が追い付いていない状況で、基本的に全て受け入れているが、本当にその値上げ幅が妥当なのか検証できており、小売りが強いと言われることがあるが、必ずしもそうではない。
- エネルギーコストが高騰し、その影響は深刻であるが、売価に反映できていない状況。
- 値上げについての消費者理解が進むようにしてほしい。

＜消費者＞

- 割高でも国産品を選ぶ消費者の割合は減少傾向。
- 値上げを納得できる要因は、天候不順による影響や品質の向上。

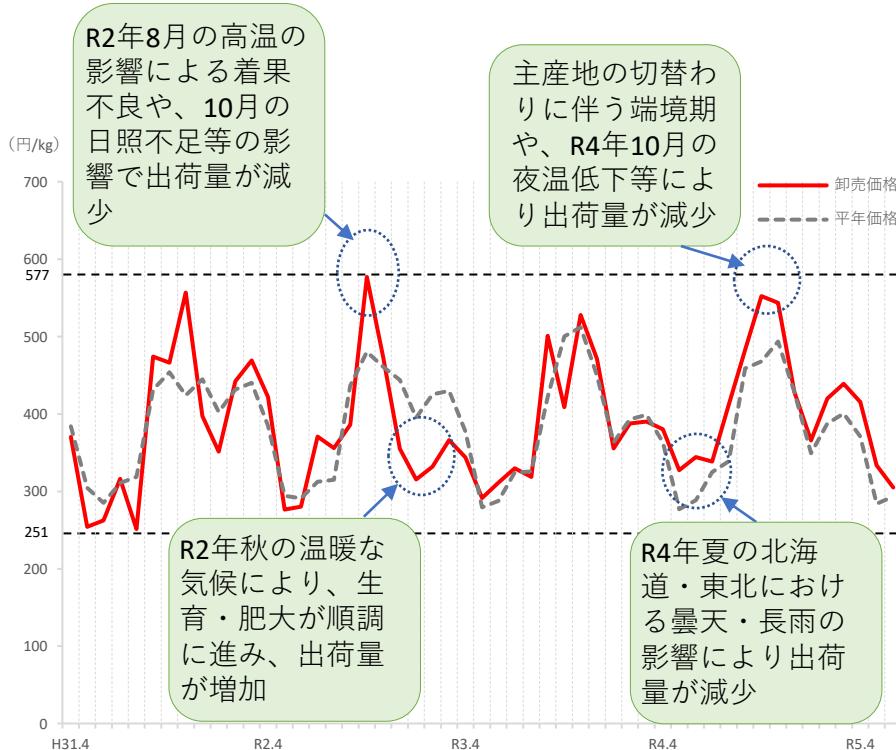
III 農産物・食品の価格形成に関する留意点



① 天候等による影響で価格変動が大きい

- 農産物は、天候による生産量の増減などの供給サイドの要因による価格変動が激しい。

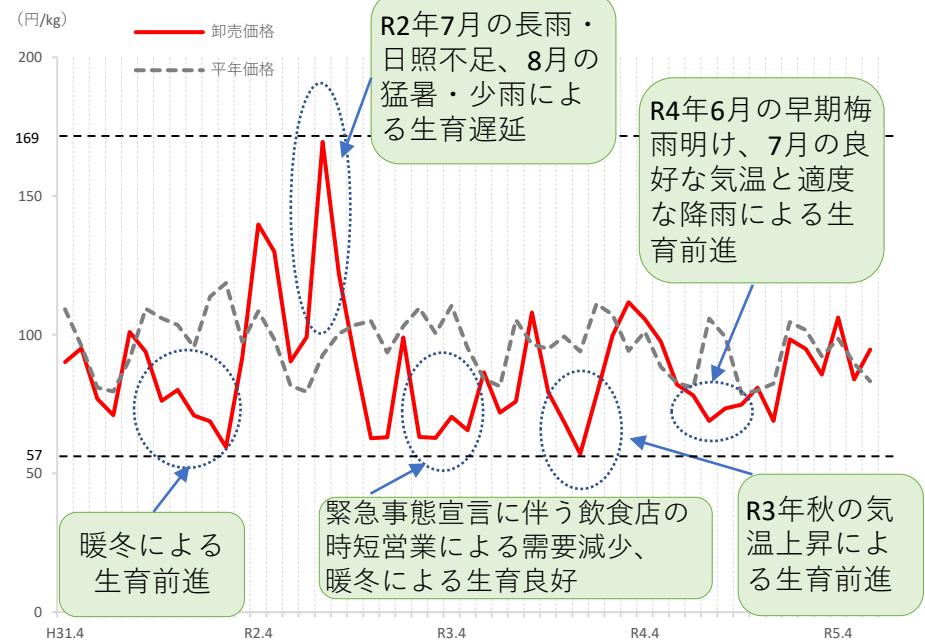
トマトの卸売価格（月別）推移



出典：（独）農畜産業振興機構「ベジ探」旬別価格・出荷量（東京都中央卸売市場）を基に作成

注： 平年価格は、前年以前の5か年平均を指す

キャベツの卸売価格（月別）推移



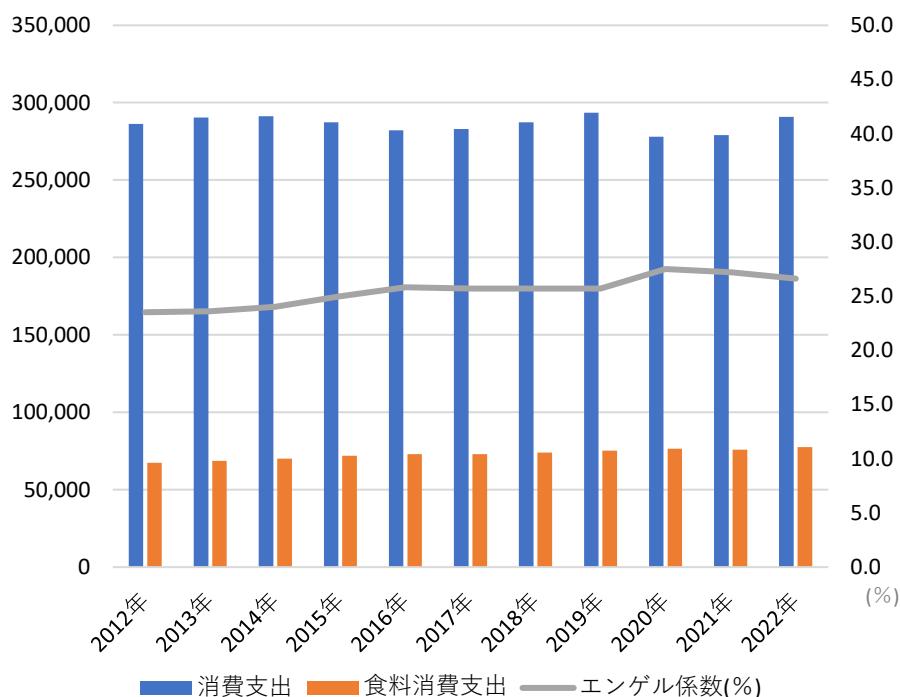
出典：（独）農畜産業振興機構「ベジ探」旬別価格・出荷量（東京都中央卸売市場）を基に作成

注： 平年価格は、前年以前の5か年平均を指す

② 輸入品へ代替する可能性がある

- 過去10年間、食料消費支出は殆ど変化しておらず、消費者の食料への支出は増えていない。
- 例えば、加工・業務用に使われる野菜のうち3割程度は輸入品がシェアを有しているが、消費者支出が増えない中で、国産品と輸入品が代替関係にある場合には、より安価な方へ需要がシフトする可能性がある。
(なお、加工・業務用野菜については、価格の要素だけではなく、「定時」「定量」「一定価格」「一定品質」といった供給の安定性が求められることに留意が必要。)

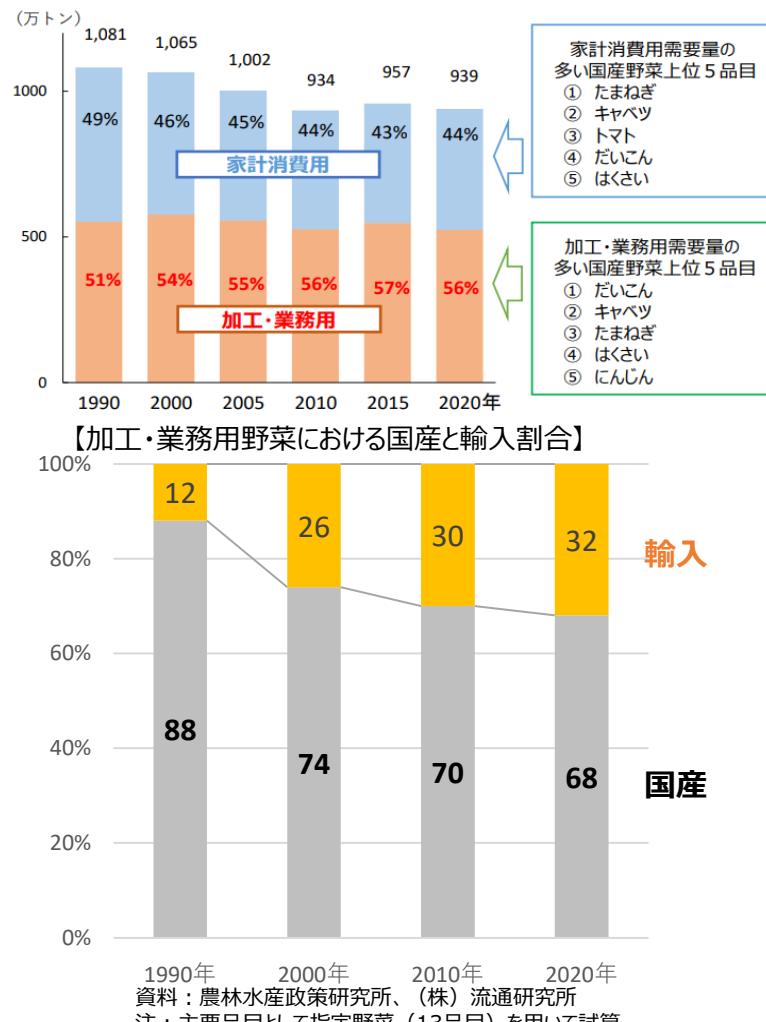
食料消費支出の推移



資料：「家計調査」を基に農林水産省作成

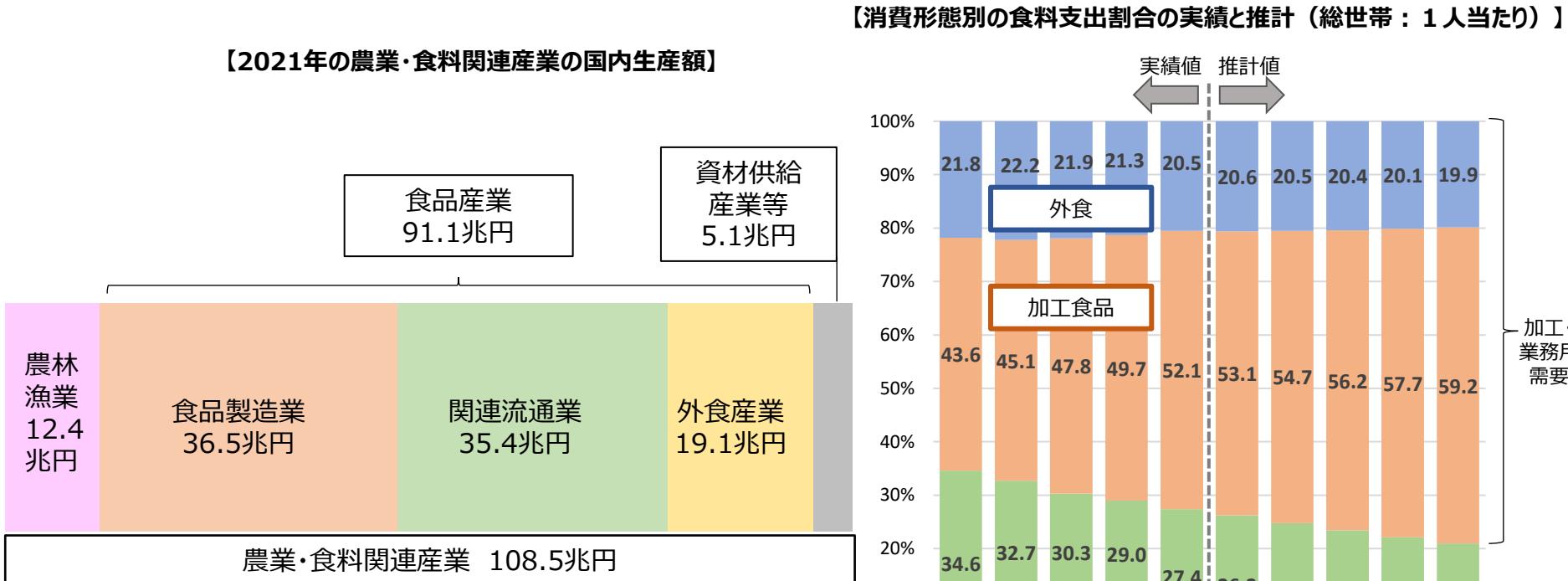
注1：二人以上世帯における一世帯あたりの1か月の支出（年平均）

加工・業務用野菜と家計消費用野菜の
需要量（国内消費仕向け量）の推移



③ 食品産業と生産基盤や食文化との結びつきが強くなっている

- 食品産業は、技術革新を進めながら、高度な分業システムを構築することで、消費者ニーズの変化に対応してきている。また、農業と結びつき、地域の生産基盤や食文化にも深く関わってきている。
- 消費に占める加工食品・外食の比重が高まる中で、食品産業については、国民への食料の安定供給の役割だけでなく、農業の生産基盤や地域の食文化との結びつきも強まっている。



資料：農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」

注1：国内生産額とは、生産された財及びサービスを生産者が出荷・提供した時点の価格（生産者価格（消費税を含む。））で評価したものである。

2：農林漁業の林業は食用の特用林産物の値、資材供給産業等は資材供給産業と関連投資の値の合計、関連流通業は農業及び食料関連産業の商品の取引に係る商業（卸売、小売）及び運輸業の値。

3：ラウンドの関係で、全体の生産額と内訳の生産額を合計した値は完全には一致しない。

資料：農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」

注1：2015年までは、家計調査、全国消費実態調査等より計算した実績値で、2020年以降は推計値。

注2：生鮮食品は、米、生鮮魚介、生鮮肉、牛乳、卵、生鮮野菜、生鮮果物の合計。加工食品は、生鮮食品と外食以外の品目。

IV 適正な価格形成による 持続可能な食料システムの実現



適正な価格形成による持続可能な食料システムの実現

【直面する課題】

原材料価格の高騰や急速な円安の進行など、農業・食品産業の事業環境が急激に変化。



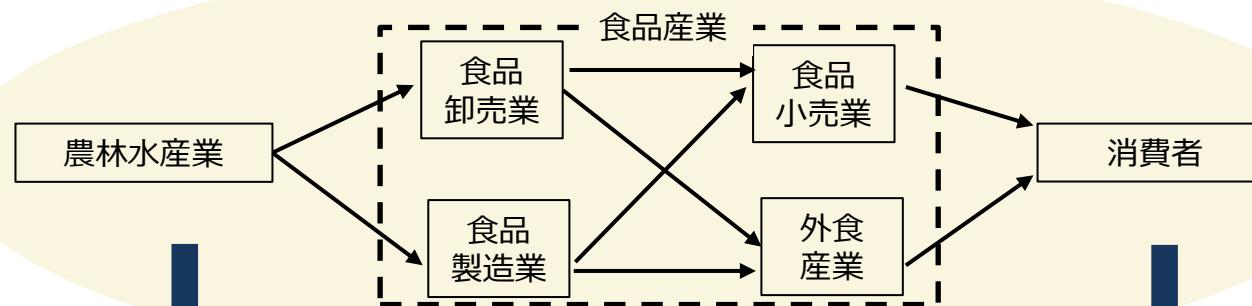
【本協議会の目的】

生産から消費までの各段階の関係者が一堂に集まり、適正な価格形成の在り方を協議。



【目指すべき食料システムの姿】

消費者の理解の下、食料システムの持続性を確保するために、協調することが必要。



農林水産業

食品
卸売業

食品
製造業

食品
小売業

外食
産業

消費者

生産性や付加価値の向上

多様な商品・サービスの提供

生産・流通段階への理解

持続可能な食料システムを実現