

業界レポート
食料品製造業
産業分類コード 09



食料品製造業（産業分類コード 09）

（1）市場概要

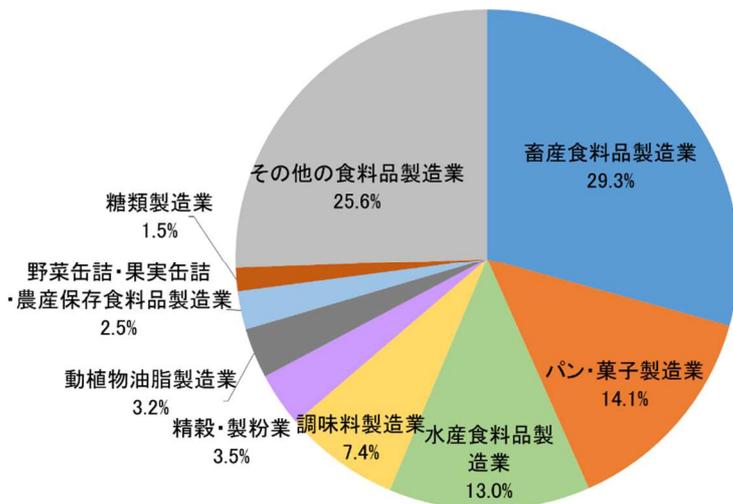
① 営業種目

- ▶ 畜産食料品製造業
- ▶ 野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業
- ▶ 調味料製造業
- ▶ 精穀・製粉業
- ▶ 動植物油脂製造業
- ▶ 水産食料品製造業
- ▶ 糖類製造業
- ▶ パン・菓子製造業
- ▶ その他の食料品製造業

② 業界規模

総売上高 33 兆 454 億円
 上場企業数 91 社
 非上場企業数 27,314 社

営業種目別売上高割合



③ 業界サマリー

総務省「2022 年経済構造実態調査（産業横断調査）一次集計（企業等に関する集計）」

食料品製造業の取扱製品は多種多様であり、製造方法は素材や加工方法によって大きく異なる。製造形態は、「素材型」と「加工型」の2つに大別され、企業数の約 95%、製造品出荷額の約 90%は、乳製品、パン、菓子、冷凍食品、惣菜など、原材料を加工して食料品を製造する「加工型」が占めている。

「素材型」

- ▶ 精穀・製粉業、動植物油脂製造業、砂糖精製・製造業、でんぷん製造業の4業種が中心となり、これらの製造物を原料として加工・調理部門へ供給する。

「加工型」

- ▶ 畜産食料品、水産食料品、パン・菓子、野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品などを製造し、製品を直接需要者へ供給する。

（業界の特徴）

- ▶ 食料品は、健康に影響を及ぼすため、製造、保管、輸送におけるすべての工程において、徹底した品質管理が求められる。「食の安心・安全」に対する社会的関心の高まりに加え、感染症拡大防止のためにさらなる衛生管理設備への投資が必要不可欠である。
- ▶ 斯業者は、食品特有の鮮度維持や消費期限の設定を背景に、過剰生産抑制や廃棄ロス削減のための製品・在庫管理を徹底する必要がある。また、受注量を事前に予測した見込み生産に対応するべく、高水準の受注予測や生産管理体制の構築が必要となる。
- ▶ 消費者の嗜好やニーズは変化しやすく、製品のライフサイクルは短いため、斯業者にとって、消費者ニーズを意識した新製品開発が事業継続のために欠かせない要素となる。

(2) ビジネスモデル

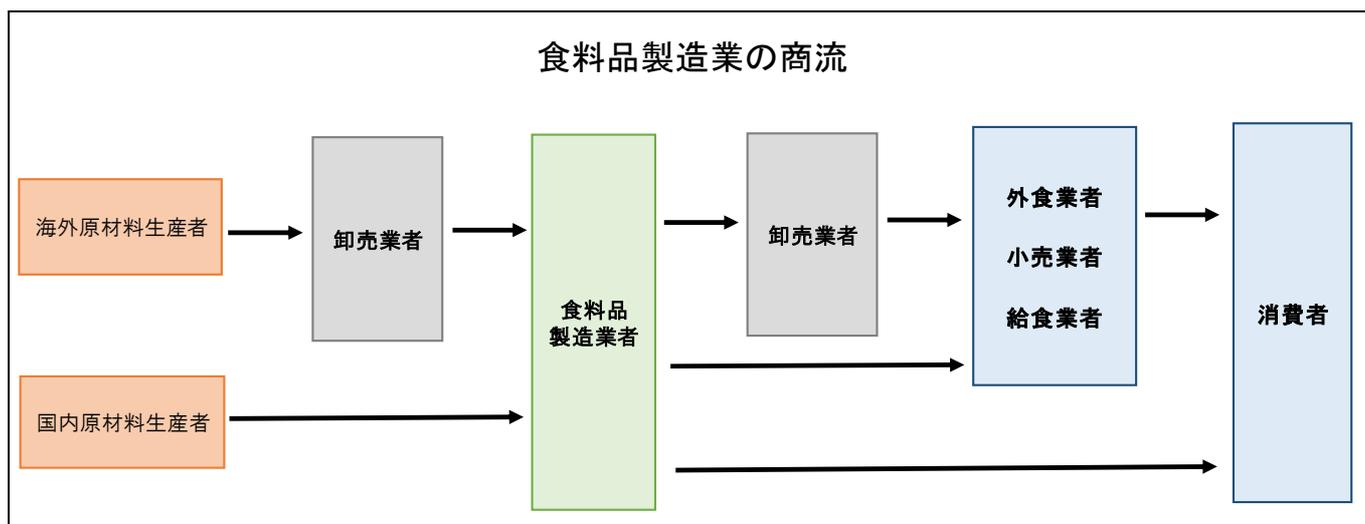
食料品製造業における一般的な商流では、国内外の原材料生産者から卸売業者を経由して原材料を仕入れ、製造した食料品を卸売業者や外食業者、小売業者、給食業者に供給し、最終的に消費者へ提供される。

食料品は、販売価格の上昇が販売数の減少やシェアの低下に繋がりやすく、特に乳製品やパンなど、一般消費者の購買頻度が高い食料品ほどその傾向が強いため、原材料価格の上昇を販売価格に転嫁することが難しい。斯業者が安定的に収益を確保するには、原材料の安定した仕入れが不可欠である。取引慣行上、スーパーマーケットなどの小売業者が事前に発注予定数量を提示するケースは稀であるため、斯業者は、見込み生産による対応が求められ、受注予測を誤ると、過剰生産や商品不足となり、廃棄ロスもしくは欠品が生じることとなる。

斯業界独特の商慣習として、以下の2つが挙げられる。1つ目は「欠品ペナルティ」、2つ目は「3分の1ルール」である。

前者は、斯業者が受注数量分を納品できなかった場合、小売店に支払う罰則のことであり、損失補償金の支払いのほか、取引停止などのペナルティが生じることもある。そのため、精緻な受注予測、生産管理体制を構築する必要があり、欠品ペナルティを回避するため、実際の受注予測数量を上回る生産を行う傾向がある。製品の流通においては、斯業者が広範囲の小売業者・飲食店と直接取引を行う場合、営業コストや取引管理コストが嵩むため、特に中小規模の斯業者においては、多少粗利が低減することになっても、卸売業者を介することで自社商品の拡販を図ることが多い。

後者は、食料品の賞味期間の3分の1を経過するまでに製造業者および卸売業者は小売業者へ納品を行うものとし、小売業者は、賞味期間が残り3分の1となる前に消費者へ販売するという慣習である。賞味期間の3分の1以内に納品できなかった食品は、賞味期限前にも関わらず、行き場がなくなり廃棄となる可能性があり、廃棄ロスを生む商慣習となっている。どちらの商慣習も斯業者にとって不利であり、取引における斯業者の立場が弱いことが表れている。



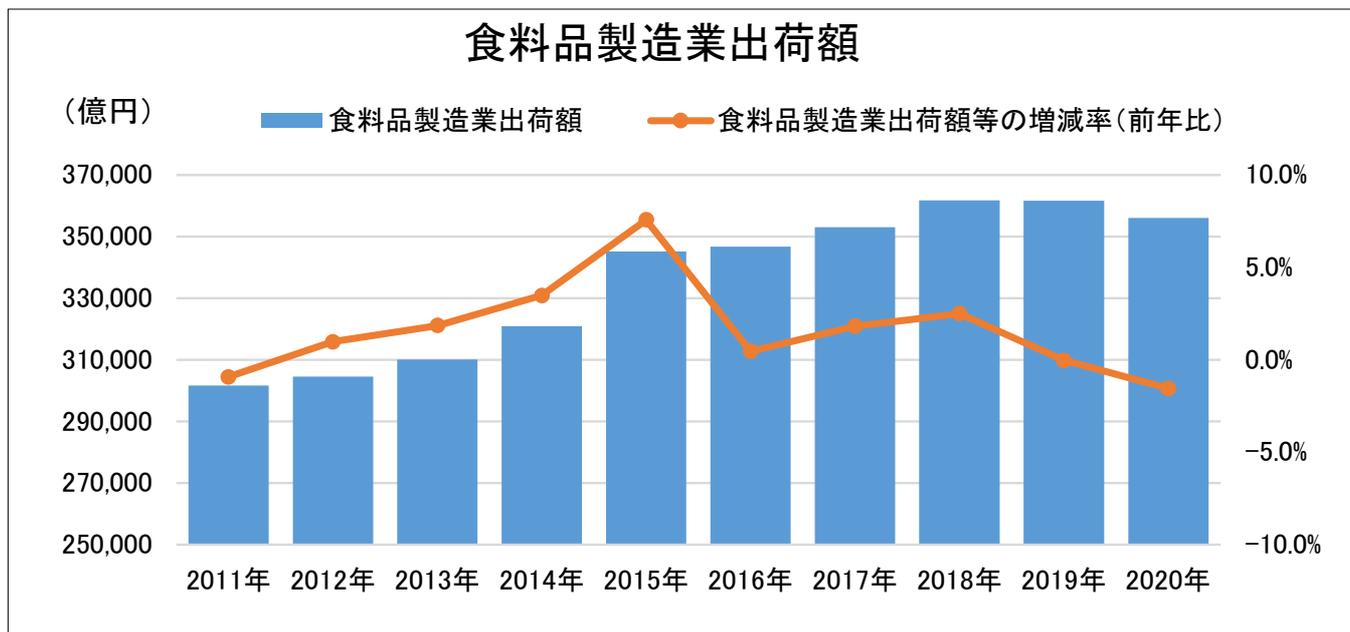
(3) 業界動向

食料品製造業界は、2018年12月に締結されたTPP11（環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定）により、海外食料品製造業者との競争が加速しているほか、中長期的には、日本国内の少子高齢化に伴う人口減少によって、市場の縮小が予想されており、事業環境は厳しい状況といえる。

かかる状況下でありながら、出荷額は、2014年から2015年における原材料価格の上昇を背景とした出荷額拡大などにより増加基調が続き、2011年から2018年にかけて約5兆円拡大したが、2019年以降は減退傾向がみられる。

現下の状況においては、2022年以降のウクライナ情勢により、斯業界全体に悪影響が生じている。特に、我が国において8割以上を輸入に依存している小麦は、新型コロナウイルス感染症の拡大を発端に価格が上昇傾向にあった中で、世界情勢の影響により価格高騰に拍車がかかっており、2022年4月以降、食品価格の値上げが相次ぐ状態となっている。

また、国内における事業系廃棄ロスの8割以上は斯業種において発生しており、廃棄ロスに関する国際的な関心の高まりから、2019年10月に「食品ロス削減推進法」が施行され、政府による削減目標も設定されている。同法には、廃棄ロスの要因となっていた「欠品ペナルティ」、「3分の1ルール」、「賞味期限表示」などの是正が盛り込まれていることから、斯業種と小売業者との公平な関係性や取引の適正化が期待されている。



(出所)農林水産省「食品産業動態調査(令和4年度年報)」

(4) 財務指標分析

(安全性分析)

自己資本比率、流動比率は概ね良好な水準にあるが、固定比率は製造業全体と比べて高い水準となっている。食料品製造業は、原材料や製品の保管、製造、輸送のすべての工程において徹底した品質管理が求められることから、安全管理用の高度な設備投資が必要となり、固定資産が膨らみやすいことが一因といえる。

(収益性分析)

原材料価格の変動に影響を受けやすいが、価格高騰に伴うコスト増加分を製品価格へ転嫁することができれば、売上高総利益は確保でき、利益率も上昇が見込める。しかし、他方で、衛生管理にかかる費用や、新商品の開発、マーケティングにかかる費用が嵩みやすい点や、冷蔵・冷凍など特殊な配送方法による流通コストが嵩みやすい点など、コスト増加の要因も多いため、製造業全体と比べ売上高営業利益率や売上高経常利益率は低い傾向にある。

(効率性分析)

食料品には消費期限があるため、川下の小売店や飲食店における消費も早く、同時に代金回収も早くなりやすい。そのため、川中の卸売業者や川上の製造業者に対しても、短期での支払いが可能になるため斯業種における売掛債権回転期間は製造業全体と比べて短い傾向にある。また、食料品の特性上、在庫を長期間保持することが難しいため、棚卸資産回転期間も製造業全体と比べて短くなっている。

【 財務指標 】

		食料品製造業	製造業
安全性	自己資本比率(%)	42.6	49.4
	流動比率(%)	127.8	154.6
	固定比率(%)	133.0	105.2
	借入依存度(%)	21.2	12.8
収益性	売上高総利益率(%)	25.1	21.6
	売上高営業利益率(%)	2.9	5.2
	売上高経常利益率(%)	4.6	8.3
効率性	売掛債権回転期間(か月)	1.6	2.4
	買掛債務回転期間(か月)	1.0	1.6
	棚卸資産回転期間(か月)	1.2	1.5
	付加価値率(%)	16.6	20.2
	設備投資効率(%)	59.4	77.8

(出所) 財務省「令和3年度法人企業統計調査」

(5) 与信限度額の考え方

■与信限度額の設定方法

与信限度額とは、取引において自社が許容する信用供与の最大額であり、いかなる時点でも超過してはならないものである。与信限度額は、「必要かつ安全な範囲内」で設定する必要がある。必要な限度額は、取引実態を基に算出し、安全な限度額は、自社の財務体力や取引先の信用力（格付）を基に算出する。

●与信金額（必要な限度額）

実際の取引において、必要となる与信金額。食料品製造業に対して発生する与信取引としては、原材料や生産機器の販売などでの「売買取引」が挙げられ、継続取引における必要な与信金額は、以下のとおり算出される。

$$\text{与信金額} = \text{月間の取引金額} \times \text{回収サイト}$$

取引を行う際には、自社の取引条件が斯業種の平均水準から大きく乖離していないか、確認すべきである。買掛債務回転期間の業界標準値が「斯業種の平均的な支払サイト」を表しているため、「月間の取引金額×買掛債務回転期間の業界標準値」によって、与信金額の基準とすることができる。

$$\text{食料品製造業に対する平均的な与信金額} = \text{月間の取引金額} \times 1.0 \text{ か月}$$

●基本許容金額（安全な限度額）

基本許容金額は、自社の財政がどの程度の貸倒れまで耐えうるかを予め計ることで、自社の体力を超える取引に対する牽制機能を働かせるものであり、自社の財務体力と取引先の信用力を考慮して算出する。一例として、自社の自己資本額に対して、取引先の信用力（格付）に応じた割合を安全な限度額とする方法がある。

$$\text{基本許容金額} = \text{自社の自己資本額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

（例：A格 10%、B格 5%、C格 3%、D格 0.5%、E格 0.3%、F格 0%）

●売込限度額（安全な限度額）

販売先において、自社との取引シェアが高くなり過ぎると、自社が取引から撤退することが困難となる恐れがある。そのため、取引先の信用力（格付）に応じて取引シェアに上限を設けるべく、取引先が抱える買掛債務額の一定割合を売込限度額として設定する方法が考えられる。

$$\text{売込限度額} = \text{買掛債務額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

（例：A格 30%、B格 20%、C格 15%、D格 10%、E格 6%、F格 0%）

仮に、取引先の売上高情報しかなく、買掛債務額が不明な場合であっても、業界標準値を用いて売上高総利益率（25.1%）と買掛債務回転期間（1.0 か月）から、以下のように買掛債務額を推定することができる。

$$\begin{aligned} \text{買掛債務額} &= \text{売上高} / 12[\text{月商}] \times (1 - 0.251)[\text{原価率}] \times 1.0(\text{か月})[\text{買掛債務回転期間}] \\ &= \text{売上高} \times 0.062 \end{aligned}$$

（例：売上高 100 億円・A格の場合：100 億円 × 0.062[買掛債務額] × 30%[信用力に応じた割合] = 1.86 億円）

(6) 与信管理のポイント

食料品製造業は、取り扱う商材や商流の特異性から他の製造業よりも過剰生産による不良在庫・廃棄リスクが高い業種であり、取引の際には、収益性に関わる生産管理が的確に行われているかを確認する必要がある。

また、「食の安心・安全」の観点から、食中毒や異物混入などの事故が大幅な業績悪化につながるケースも少なくない。社会的な影響が大きい場合には、倒産に直結する可能性もあるため、厚生労働省が推進する衛生管理手法「HACCP（ハサップ）」の導入など、衛生管理が的確に行われているかも重要なチェックポイントである。

食料品流通経路の変化から、斯業者と小売業者との取引関係はより密接なものとなっている。小売業者が持つ消費者情報の活用や流通ルートの利用により、生産や流通面で効率化を図ることができる一方で、直接取引の拡大により、特定の販売先への依存度が高まれば、相手の業況に自社の業績が大きく左右されてしまうことから、特定の小売業者への販売割合が高い場合には、販売先の業績を確認しておく必要がある。

斯業種の決算書分析を行う上では、棚卸資産の状況に留意すべきである。食料品は、鮮度や消費期限などの理由から保存性に乏しい商品が多いため、棚卸資産は膨らみにくく、棚卸資産が過大に計上されている場合は、不良在庫などが損失計上されていない可能性がある。取引先の決算書を複数期比較し、棚卸資産が正常値にあるか確認すべきである。

人口減少・少子高齢化により、中長期的にみると国内市場は縮小傾向にあるといえ、需要減少や人材確保の観点から中小規模の食品メーカーにとっては、今後より一層厳しい競争にさらされることが予想される。

以上から、与信管理を行う上では、短期的な事業継続性を確認するだけでなく、人口減少時代を勝ち残れる成長戦略を持ち合わせているか、コストが上昇している局面において十分な価格転嫁が行われているか等に注目し、長期的な事業継続性について確認すべきである。

【参考資料】

財務省：「令和3年度法人企業統計調査」

中小企業庁：「令和4年中小企業実態基本調査（令和3年度実績）」

総務省統計局：「令和3年経済センサス」

「2022年経済構造実態調査（産業横断調査）」

農林水産省：「食品産業動態調査（令和4年度年報）」

「食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢（令和5年1月時点）」

「令和元年度 食品製造業における HACCP の導入状況実態調査（食料需給表）」

経済産業省：「工業統計調査」

「商業動態統計調査」