

平成 21 年度農林水産省補助事業
食農連携事例等情報活用支援事業

平成 21 年度 食農連携率調査 報告書

平成 22 年 3 月

財団法人 食品産業センター

要 旨

■調査の目的と方法

- ・食品産業と農業との連携状況を把握するために、全国の食品企業を対象にしたアンケート調査を行った。対象は、地域の食料産業クラスター協議会に参加するすべての事業者と、農協、その他食品事業者である。平成 21 年 9 月に 3,164 通発送し、有効回答数は 556 件（17.6%）であった。

■食料産業クラスター事業への参加状況

- ・食料産業クラスター事業（平成 21 年度からの食農連携促進事業を含む）に参加している食品企業の割合は、23.2%であった。平成 19 年度・20 年度の調査結果（各 28.7%・31.1%）と比較して、参加企業の割合はやや減少している（9 ページ）。

参加割合が減少した背景として、一つには、調査対象にクラスター協議会に参加していない事業者が新たに母集団に加えられたことが挙げられる。

- ・参加した取組内容をみると、19・20 年度調査と比較し、「マッチング（交流会）」に参画した企業の割合は増えている一方、「新製品開発」や「人材育成（研修会）」といった取組みでは取組み企業の割合が減少している。

補助を受けて新製品開発に取り組むことに積極的な事業者は、一部の者に固定される傾向にあり、それらの事業者の応募・開発が一巡した結果、「新製品開発」に取り組む事業者が減っているのではないかと考えられる。また人材育成についても、毎年機会を提供してきたことが、参加事業者が減った一つの要因と考えられる。その一方で、「マッチング（交流会）」は、継続的に利用されやすいと言える（14 ページ）。

- ・クラスター事業に参加した企業は、「自社にとって参考になる取組み事例を知ることが出来た」（48.1%）、「国産原料を用いた新製品の商品化に成功した（または成功しそう）」（22.5%）、「国産原料に関する人脈が広がった」（21.7%）、「これまで以上に、地域の農林水産業や食品産業の振興に貢献できるようになった」（21.7%）、「顧客に対する企画提案力が向上した」（20.9%）といった効果を挙げている。一方、「国産原料の仕入れ増加につながった（またはつながりそう）」企業は 13.2%にとどまる。

とはいえ、クラスター事業への参加が国産原料利用の増加につながった企業は少数だが、すでに確実に存在することがわかった。食品企業における国産原料利用の増加がクラスター事業の最終的な目標の一つではあるが、原料の供給力が急には伸びないことが、国産原料利用を増加させる企業が現時点で少数である一つの要因と考えられる。

また、参考となる事例、知識や人脈形成、新製品の商品化などの面で効果を感じる企業が多いことについては、国産原料利用の増加につながる潜在能力が高まっていると考えられる。（19～20 ページ）。

■国産原料仕入金額の増減とその理由

- ・平成 19 年度と比べて平成 20 年度の国産原料仕入金額が「大きく増えた」企業は 22.3%であり、「大きく減った」企業 10.8%を上回っている（33 ページ）。

- ・国産原料仕入金額が大きく増えた理由としては、「商品の売上増減への対応」が 37.1%と最も多いが、そのほかの理由として、中国産原料や加工品に対する消費者の不安・敬遠や、消費者の国産志向への高まりを挙げている（34-35 ページ）。また、国産原料の単価の高騰を挙げる者も多い（36 ページ）。逆に、国産原料仕入金額が減った理由としては、「商品の売上増減への対応」が 60.0%と最も多いが、原料の不作・不漁を挙げる意見も 8 件あった（38-39 ページ）。

平成 20 年 1 月に発生した中国製冷凍餃子の毒物混入事件や粉ミルク等へのメラミン混入事件等により、消費者の国産原料の製品に対する志向が高まったことが、平成 20 年度の国産原料仕入額の増加に影響したと考えられる。このため、安全性への懸念による消費者の国産志向が続いている間に、品質などの面での国産原料を使った製品の優位性を確立すること、国産原料供給の安定性を向上させることが重要と考えられる。

- ・平成 20 年度と比べて平成 21 年度の国産原料仕入金額の見込みは、「大きく増えそう」が 13.7%、「大きく減りそう」が 13.3%で、ほぼ同数であった（42 ページ）。

■国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合

- ・平成 20 年度の国産原料仕入数量のうち、地場産原料の使用割合が「0～20%」の企業は 41.7%と多い一方で、「80～100%」の企業は 24.3%と少ない（51 ページ）。
- ・地場産原料の使用割合が「80～100%」の企業は、「清涼飲料」で 53.8%、「畜産食料品」で 37.1%、「農産食料品」で 35.7%と多い一方で、「調味料」「その他の食料品」「パン・菓子」などのメーカーで少なかった。

「清涼飲料」「畜産食料品」「農産食料品」のメーカーは、「その他の食料品」等のメーカーと比較して特定少数の農産物・畜産物を原料とするメーカーが多く、もともと地域の生産者との取引関係を持っている場合が多かったと考えられる。

一方、多様な種類の原料を用いる食品メーカーは、国産原料に占める地場産原料の利用割合が低い傾向が見られる。今後、地場産原料の生産者との連携を強化したり、消費者に地場産原料を利用していることを訴求したりすることにより、ビジネスチャンスを得やすいのではないかと考えられる（53 ページ）。

■国産原料の生産者への提案や要請

- ・国産原料を仕入れている食品企業に対し、国産原料の生産者に対する生産工程についての提案や要請を行っているか尋ねたところ、「取引の規格を提示し、それを満たすことを要請している」が最も多く 25.1%、次いで「直接現地で、品質の改善や規格変更の提案・要請をしている」（15.1%）であった。「特に行っていない」は 42.4%にとどまっており、国産原料を仕入れる企業の半数以上が、単に調達するだけでなく、生産者に対する提案や要請を行っていることがわかった（55 ページ）。
- ・地場産原料の利用割合が高い企業ほど、生産者に対する提案や要請を行っており、生産者との緊密な関係が構築されやすいと考えられる（57 ページ）。

■契約取引の調達状況

- ・契約取引により「20 年度も、21 年度も調達している」企業は 45.0%であり、「平成 21

年度からは調達している」の 1.8%を加えると、約 47%の企業が国内農業者等との契約取引を行っている。一方、21 年度から契約取引をやめた企業は 0.5%だけであった（59 ページ）。

- ・平成 20 年度の契約取引数量が、平成 19 年度よりも増えたとする企業は、「肉類」（46.2%）で最も多く、次いで「麦類」（34.8%）、「大豆」（34.6%）となった。多くの品目では、契約取引数量が「増えた」とする企業のほうが、「減少した」とする企業よりも多い。ただし「生乳」だけは、増えたとする事業者は 26.3%に対し、減少したとする回答が 36.8%と多かった（72 ページ）。

■輸入原料調達をめぐる環境変化の国産原料調達や契約取引に与えた影響

- ・輸入原料調達をめぐる環境変化の影響として、「国産原料の調達価格が上昇した」が 37.8%と最も多かった。「国産原料の調達割合を増加させた」企業は 16.9%であった。割合は少ないが、「生産者や生産者団体との直接取引を増加させた」企業も 4.9%あった。一方、「特に影響はない」と回答した企業は 38.1%であり、過半数の企業が影響を受けていることがわかる（85 ページ）。

目 次

1.	調査の概要	1
1. 1	調査の概要	1
1. 2	集計分析の概要	1
2.	集計結果(1) 企業概要	3
2. 1	回答企業の地域分布	3
2. 2	回答企業の業種	4
2. 3	回答企業の従業員数	5
2. 4	回答企業の総売上高	6
2. 5	回答企業の製品仕向け先	7
3.	集計結果(2) 食料産業クラスター事業への参加状況	9
3. 1	食料産業クラスター事業への参加状況	9
3. 2	参加した食料産業クラスター事業の取組内容（複数回答）	14
3. 3	クラスター事業への参画による効果（複数回答）	19
4.	集計結果(3) 国産原料の調達状況	21
4. 1	総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合	21
4. 2	国産原料仕入数量割合	27
4. 3	平成 20 年度の国産原料仕入金額の増減理由	33
4. 4	平成 21 年度の国産原料仕入金額の増減見込みの理由	42
4. 5	国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合	51
4. 6	国産原料の生産者に対する生産工程についての提案や要請	55
5.	集計結果(4) 契約取引の調達状況	59
5. 1	契約取引の実施状況	59
5. 2	国産原料仕入に占める契約取引の割合（金額ベース、数量ベース）	65
5. 3	契約取引により調達している原料	70
6.	輸入原料調達をめぐる環境変化の国産原料調達や契約取引への影響	85
6. 1	輸入原料調達をめぐる環境変化の国産原料調達や契約取引に与えた影響	85
	（参考・アンケート票）	89

1. 調査の概要

1.1 調査の概要

本調査は、平成 21 年度食農連携事業等情報活用支援事業の一環として、食品産業と農業との連携状況を把握することを目的に、食品企業におけるクラスター事業（平成 21 年度より「食農連携促進事業」）への参加状況や国産原材料調達、国内農業者との契約取引の動向をアンケート調査によって明らかにするものである。

1.1.1 調査の方法と対象

調査は、地域の食品産業協議会を通じ、全国の食品企業を対象にアンケート票を送付し回収した。対象は、地域の食料産業クラスター協議会に参加するすべての事業者と、農協、その他食品事業者である。

1.1.2 アンケートの発送・回収

発送時期：平成 21 年 9 月
発送数：3,164 件
回収数：568 件（回収率 18.0%）
有効回答数：556 件（有効回答率 17.6%）

1.2 集計分析の概要

1.2.1 集計分析の方法

11 月末までに回収されたアンケート票を対象に、社団法人 食品需給研究センターにおいて、データの整理、集計・分析（単純集計や任意のセグメントにおけるクロス集計）を行った。

1.2.2 集計・分析におけるセグメントの選定

今回の調査で回収されたアンケート票については、その回答を単純集計するとともに、いくつかの項目について、表 1.1 に示すセグメントを設け多角的な視点からクロス集計を行った。

また、一部の設問に対しては、平成 19 および 20 年度調査との比較を行った。

表 1.1 クロス集計のためのセグメントの種類と概要

セグメントの種類	概要
(1) 回答企業の地域分布	農林水産省地方農政局の7つの管区に北海道と沖縄を加えた以下の9区分を設定した。 ① 北海道(北海道) ② 東北(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県) ③ 関東(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、静岡県) ④ 北陸(新潟県、富山県、石川県、福井県) ⑤ 東海(岐阜県、愛知県、三重県) ⑥ 近畿(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県) ⑦ 中国四国(鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県) ⑧ 九州(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県) ⑨ 沖縄(沖縄県)
(2) 回答企業の業種	日本標準産業分類の小分類に従い、以下の12区分を設定した。 本文中では、「製造業」を省略して表記する。また、③野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業については、「農産食料品」として表記する。 ① 畜産食料品製造業 ② 水産食料品製造業 ③ 野菜缶詰・果実缶詰農産保存食料品製造業 ④ 調味料製造業 ⑤ 糖類製造業 ⑥ 製穀・製粉業 ⑦ パン・菓子製造業 ⑧ 動植物油脂製造業 ⑨ その他の食品製造業 ⑩ 清涼飲料製造業 ⑪ 酒類製造業 ⑫ 茶・コーヒー製造業
(3) 回答企業の総売上高	以下の8区分を設定した。 ① 5,000万円未満 ④ 5～10億円 ⑦ 50～100億円 ② 5,000万～1億円 ⑤ 10～30億円 ⑧ 100億円以上 ③ 1～5億円 ⑥ 30～50億円
(4) 製品仕向け先	以下の3区分を設定した。 ① 一般消費者向け製品が多い ② 一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度 ③ 業務用製品が多い
(5) 食料産業クラスター事業への参加	以下の2区分を設定した(①の内数として、①'も設定)。 ① クラスター事業に参加している (①' うち、新製品開発を行っている) ② クラスター事業に参加していない

2. 集計結果(1) 企業概要

2.1 回答企業の地域分布

平成 21 年度調査の回答企業の地域分布についてみると、「関東」(20.0%)、「九州」(15.6%)、「東北」(15.1%)、「中国四国」(15.1%)が多い。

平成 20 年度調査と比較すると、「北海道」、「九州」がやや減少し、「関東」、「北陸」がやや増加しているが、大きな差はない。

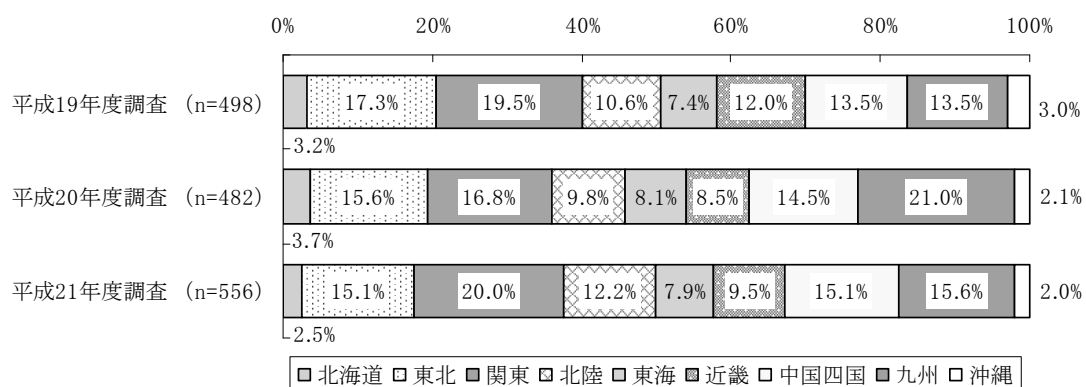


図 2.1 回答企業の地域分布

2.2 回答企業の業種

平成 21 年度調査の回答企業の業種分類についてみると、「その他の食料品」が最も多く 24.8%、次いで、「パン・菓子」が 14.0%、「水産食料品」が 13.1%、「調味料」が 12.6%、「農産食料品」が 10.1%などと続いている。

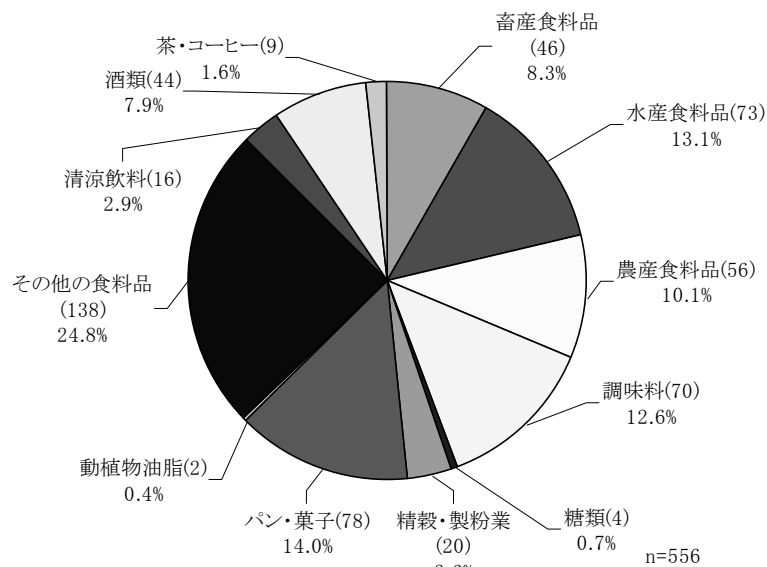


図 2.2-1 回答企業の業種分類

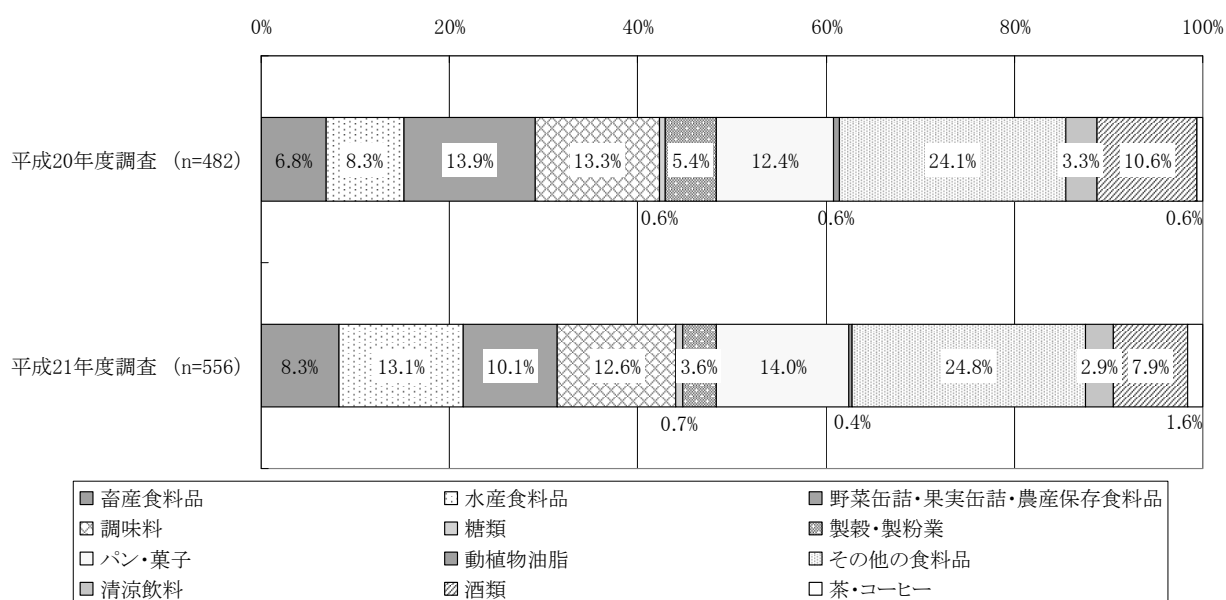


図 2.2-2 回答企業の業種分類（平成 20 年度との比較）

2.3 回答企業の従業員数

平成21年度調査の回答企業の従業員数をみると、「10～29人」(22.7%)が最も多く、次いで「50～99人」(21.0%)、「200～299人」(14.6%)、「30～49人」(14.4%)となっている。平成20年度調査と比べると、「9人以下」が減少し、「300人以上」が増加した。

このように、従業員数の多い事業者の回答割合が、やや大きくなっている。

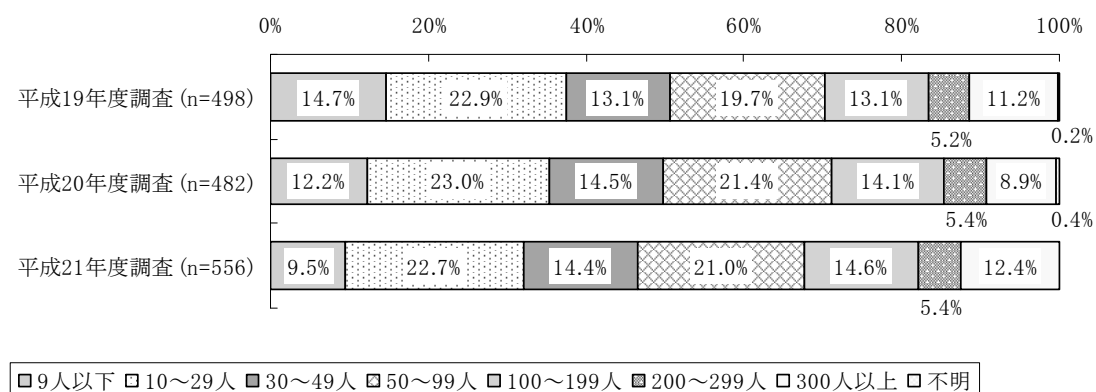


図 2.3 回答企業の従業員数

2.4 回答企業の総売上高

平成21年度調査の回答企業の総売上高をみると、「10～30億円」(21.4%)が最も多く、次いで「1～5億円」(18.3%)、「5～10億円」(12.9%)となっている。

2.3と同様に、回答企業に占める売上規模の大きい事業者の割合が、過去の調査と比較してやや大きくなっている。

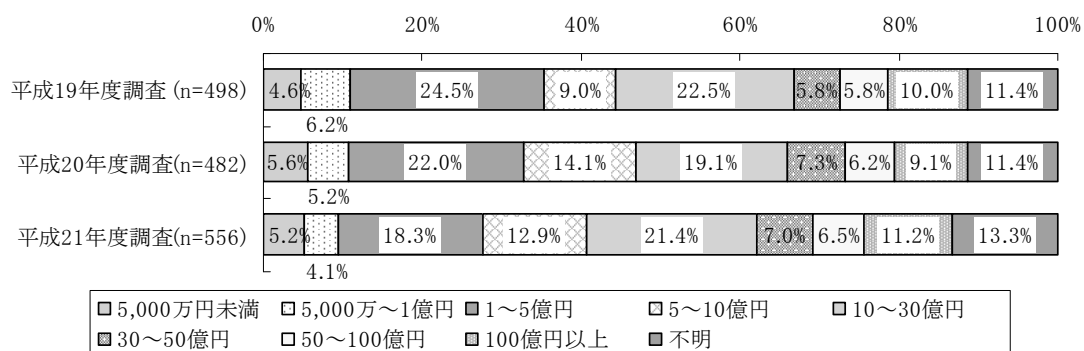


図 2.4 回答企業の総売上高

2.5 回答企業の製品仕向け先

平成21年度調査の回答企業の製品仕向け先をみると、「一般消費者向け製品が多い」企業が55.0%、「業務用製品が多い」企業が30.6%となっている。今年度調査より「一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度」との選択肢を新たに入れたところ、12.9%となり、「その他」が減少した。

その他として、「製造業者」（3件）、「学校給食」（2件）、「親会社」（1件）、「委託者」（1件）があげられた。

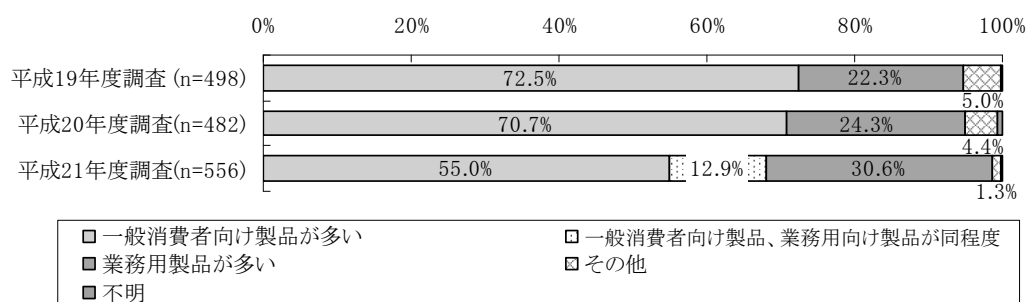


図 2.5 回答企業の製品仕向け先

3. 集計結果(2) 食料産業クラスター事業への参加状況

3.1 食料産業クラスター事業への参加状況

平成20年度調査に引き続き、平成21年度調査においても、食料産業クラスター事業に参加しているかどうかについて尋ねた。

ここでいう「食料産業クラスター事業への参加」とは、農林水産省が平成17年度から実施している食料産業クラスター展開事業において、主に都道府県単位に設立されている食料産業クラスター協議会の会員として食料産業クラスター事業に参加していることを指す。なお、平成21年度より食農連携促進事業として進められている。

平成21年度調査では、「参加している」と回答した企業が129社、23.2%となっている。調査対象企業が2カ年で完全に同じではないため、直接の比較はできないが、平成20年度調査の150社、31.1%と比較し、参加割合が減少している。

参加割合が減少した背景として、一つには、調査対象にクラスター協議会に参加していない事業者が新たに母集団に加えられたことが挙げられる。

また、一部の事業者が他省庁の支援措置（補助事業）を利用に移行した影響もあるのではないかと考えられる。

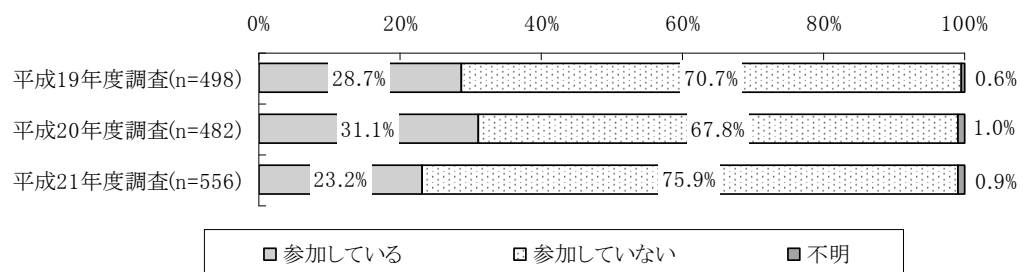


図 3.1-1 食料産業クラスター事業への参加状況

3. 1. 1 地域別

地域別の集計結果をみると、「九州」が食料産業クラスター事業に「参加している」割合が 34.5%で最も高く、次いで「東北」が 29.8%、「北陸」が 25.0%と続いている。一方、「東海」では 13.6%、「沖縄」では 9.1%と「参加している」割合が低い。

九州・東北で食料産業クラスター事業に参加している割合が高いのは、原料の生産の多い地域であり、地域原料の利用を促進する食料産業クラスター事業に適當であるためと推測される。また、原料の産地であるにも関わらず北海道の参加割合が小さいのは、地域が広い割に協議会事務局が1箇所しかなく、ほかの地域と比較して、新製品開発等の事業の申請を行いつらいためではないかと考えられる。

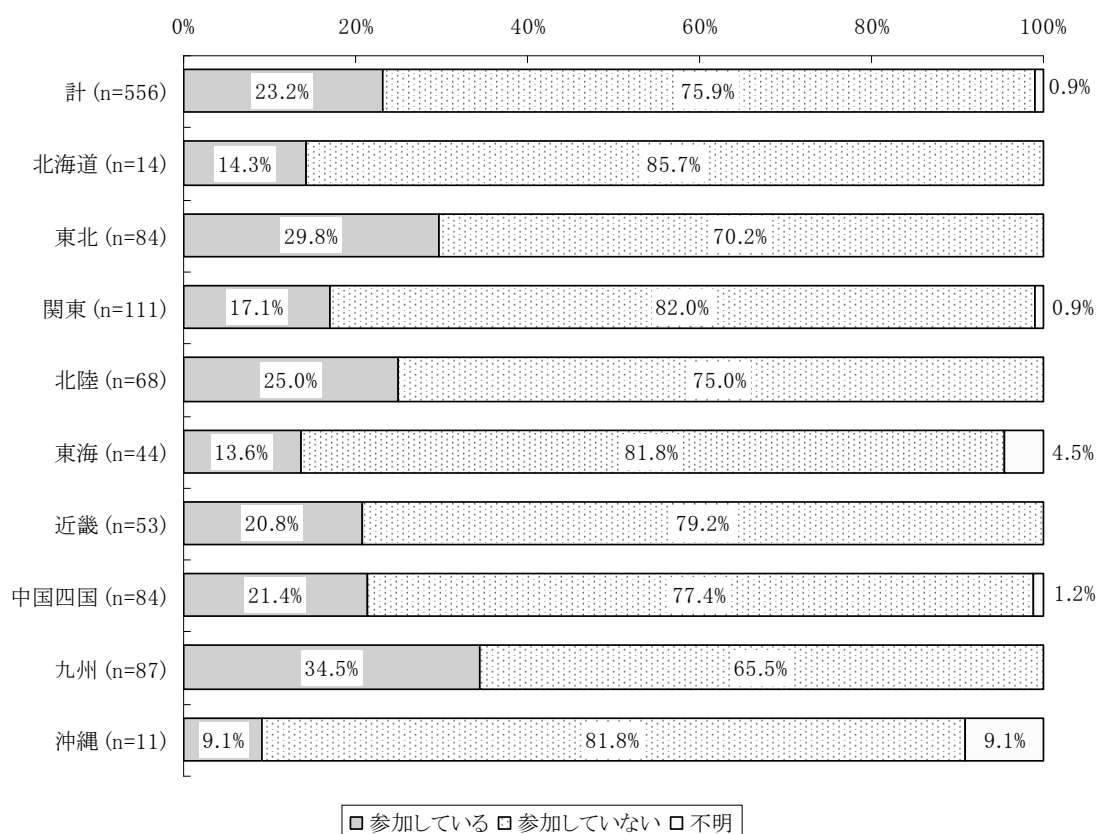


図 3.1-2 食料産業クラスター事業への参加状況（地域別）

3. 1. 2 業種別

業種別の集計結果をみると、食料産業クラスター事業に「参加している」と回答した企業は、「清涼飲料」が 43.8%で最も高く、次いで「調味料」が 30.0%、「精穀・製粉」 30.0%となっている。

なお、業種区分は全部で 12 区分であるが、回答数が少なかった「糖類」（4 社）、「動植物油脂」（2 社）、「茶・コーヒー」（9 社）の 3 業種については、分析から除外した。そのため、業種別では 9 業種について集計を行っている（以下、業種別の分析において同様）。

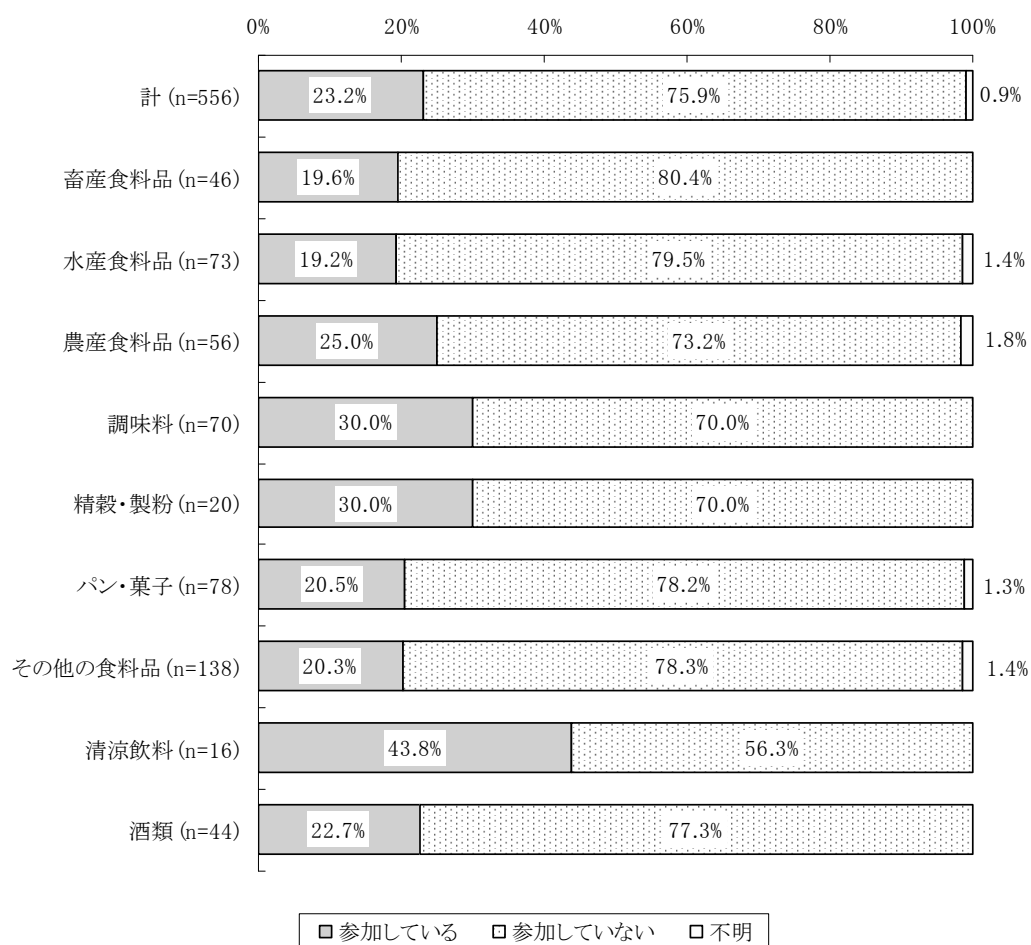


図 3.1-3 食料産業クラスター事業への参加状況（業種別）

3. 1. 3 総売上高規模別

総売上高規模別の集計結果をみると、食料産業クラスター事業に「参加している」と回答した企業は、「1～5億円」が26.5%で最も多く、次いで「5000万～1億円」と「10～30億円」が26.1%などとなっている。全体的に総売上高規模による参加している割合について大きな差はなかった。

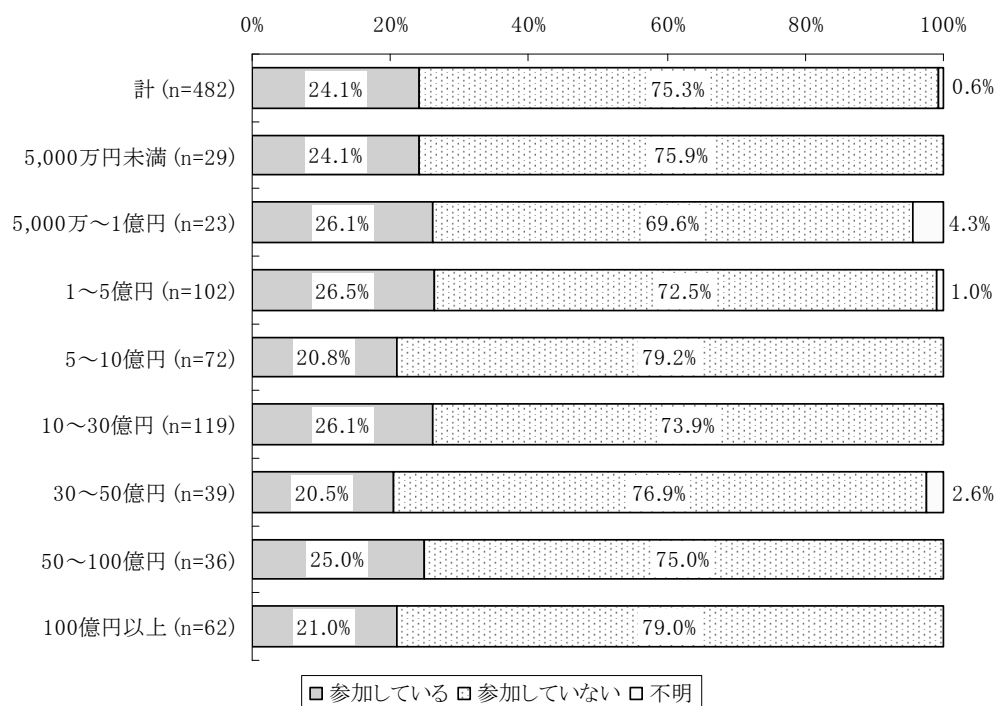


図 3.1-4 食料産業クラスター事業への参加状況（総売上高規模別）

3. 1. 4 製品仕向け先別

製品仕向け先別の集計結果をみると、食料産業クラスター事業に「参加している」と回答した企業の割合は、「一般消費者向け、業務用向け製品が同程度」が 26.4%と最も多く、「一般消費者向け製品が多い」グループの方が 24.5%と「業務用製品が多い」グループの 20.0%より多くなっている。

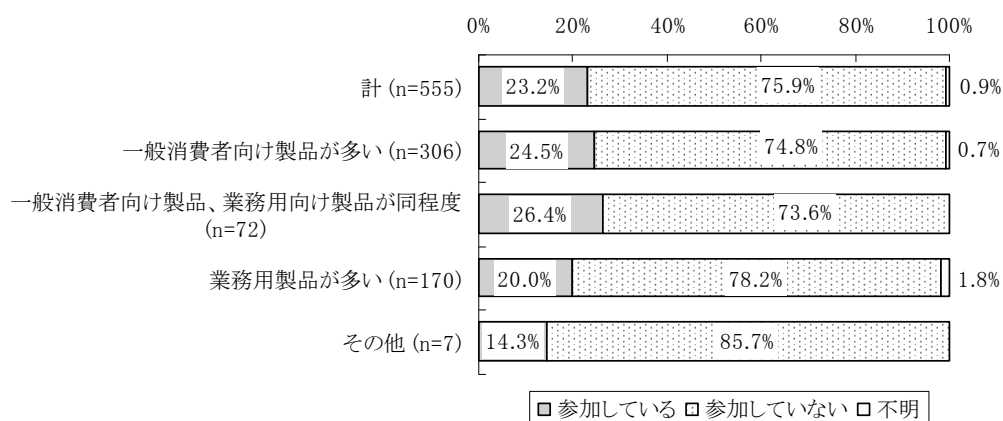


図 3.1-5 食料産業クラスター事業への参加状況（製品仕向け先別）

3.2 参加した食料産業クラスター事業の取組内容（複数回答）

3.1 で食料産業クラスター事業に「参加している」と回答した企業（129 社）に対し、地域の食料産業クラスター協議会等が行った取り組みのなかで、これまでに参画したことがある取り組みについて尋ねた。

最も多かったのは「マッチング（交流会）」（70.5%）で、次いで「シンポジウム（講演会）」（60.5%）、「新製品開発」（37.2%）となっている。

平成 19 年度、平成 20 年度調査と比較し、「マッチング（交流会）」に参画した企業の割合は増えている一方、「新製品開発」や「人材育成（研修会）」といった取り組みでは取り組み企業の割合が減少している。

その背景要因として、補助を受けて新製品開発に取り組むことに積極的な事業者は、一部の者に固定される傾向にあり、それらの事業者の応募・開発が一巡した結果、「新製品開発」に取り組む事業者が減っているのではないかと考えられる。また人材育成についても、毎年機会を提供した結果、参加事業者が減っていると考えられる。その一方で、「マッチング（交流会）」は、継続的に利用されやすいと言える。

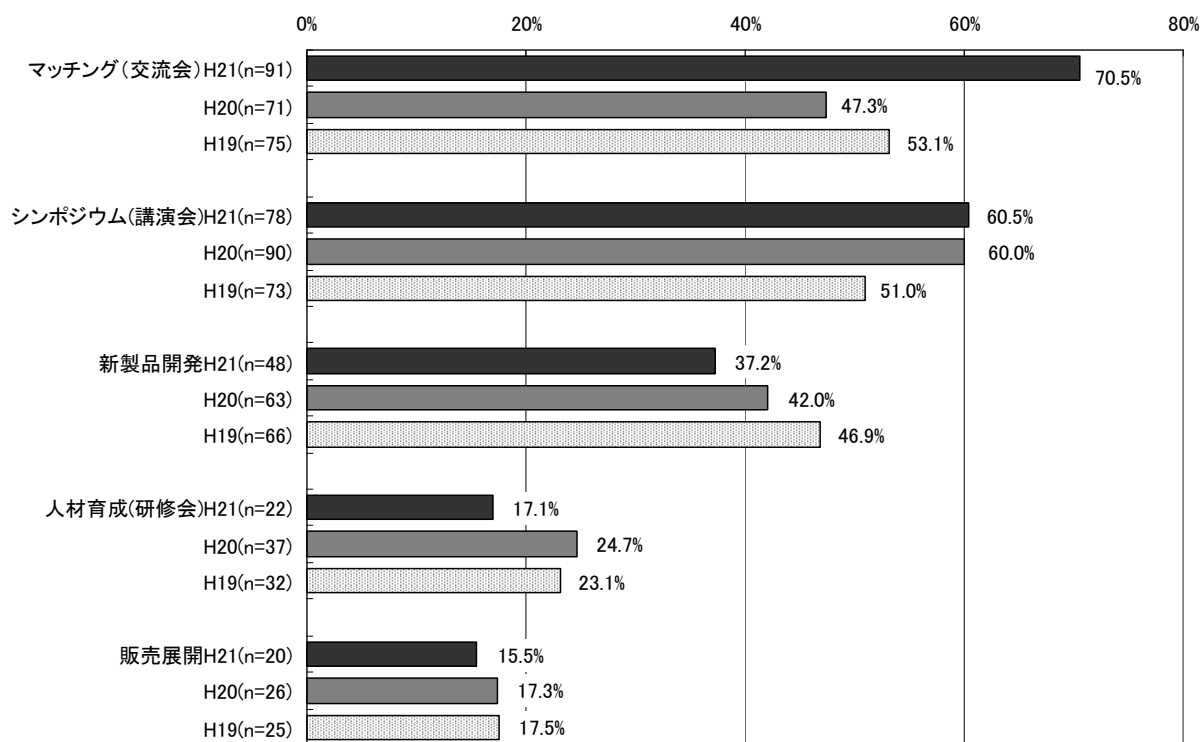


図 3.2-1 参加した食料産業クラスター事業の取り組み（複数回答）

3. 2. 1 地域別

地域別の集計結果をみると、どの地域でも「マッチング（交流会）」や「シンポジウム（講演会）」に参画している割合が高いが、近畿では「新製品開発」の方が63.6%と高い結果となっている。

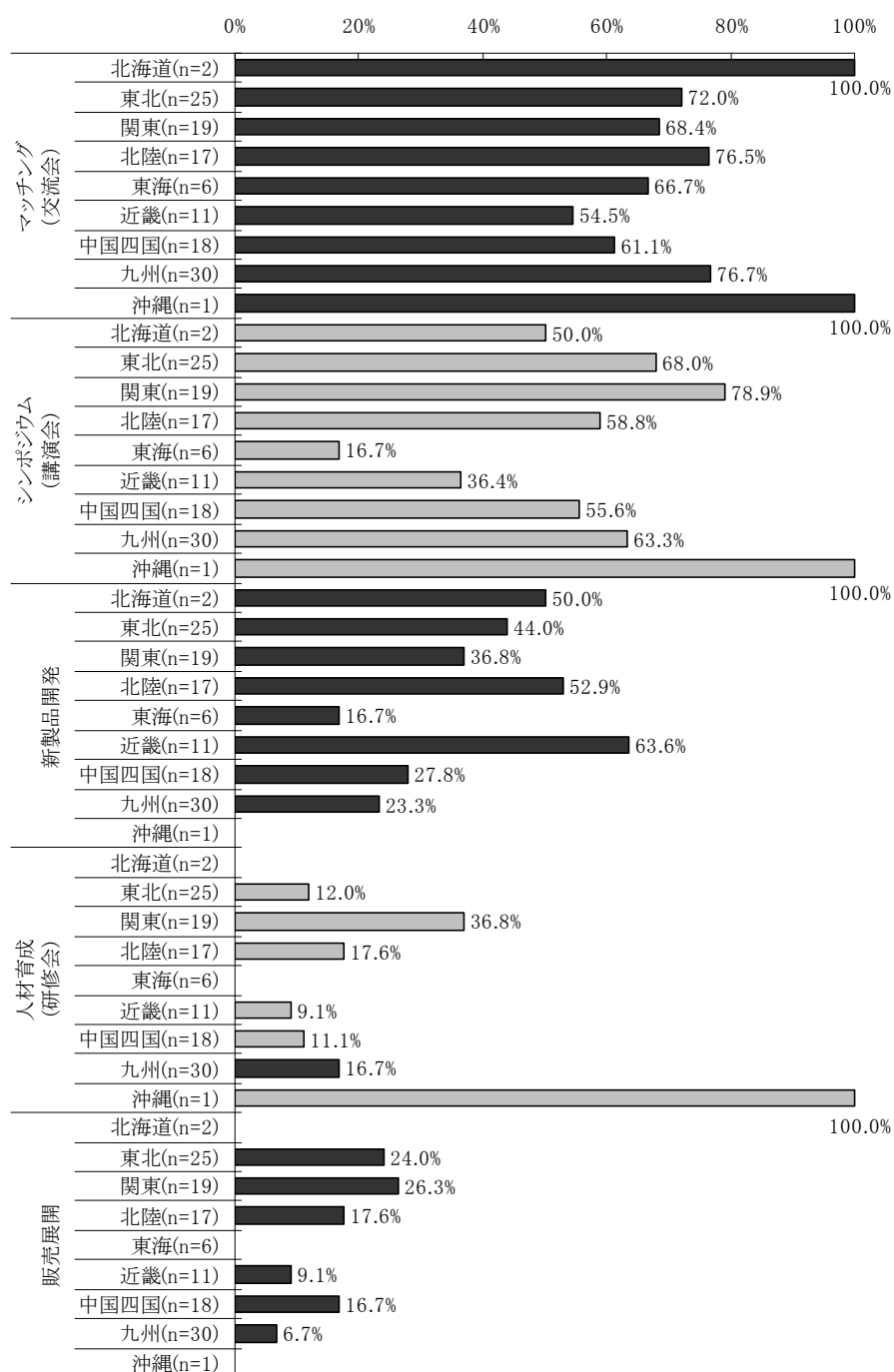


図 3.2-2 参加した食料産業クラスター事業の取り組み（地域別、複数回答）

3.2.2 業種別

業種別の集計結果をみると、「マッチング（交流会）」は、パン・菓子（56.3％）以外のどの業種でも 7 割を越えている。「シンポジウム（講演会）」は精穀・製粉（100％）、清涼飲料（85.7％）で高く、「新製品開発」は、清涼飲料（57.1％）、酒類（50.0％）で高い結果となっている。

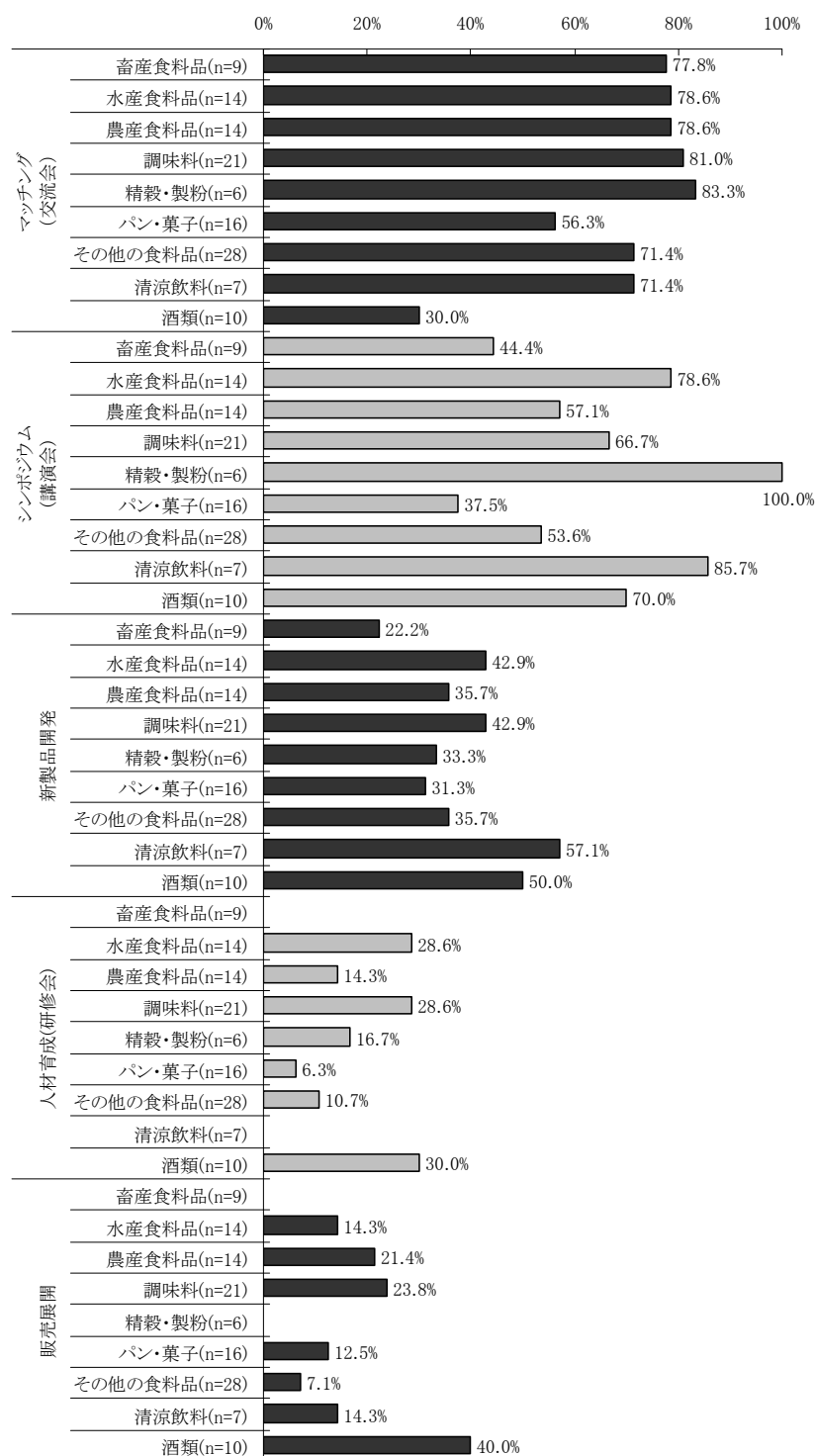


図 3.2-3 参加した食料産業クラスター事業の取り組み（業種別、複数回答）

3. 2. 3 総売上高規模別

総売上高規模別の集計結果をみると、「マッチング（交流会）」は階層に大きな差はなく、規模を問わず利用されていると言える。「シンポジウム（講演会）」と「新製品開発」は、30～50 億円で 87.5%と 75.0%で高い結果となっている。

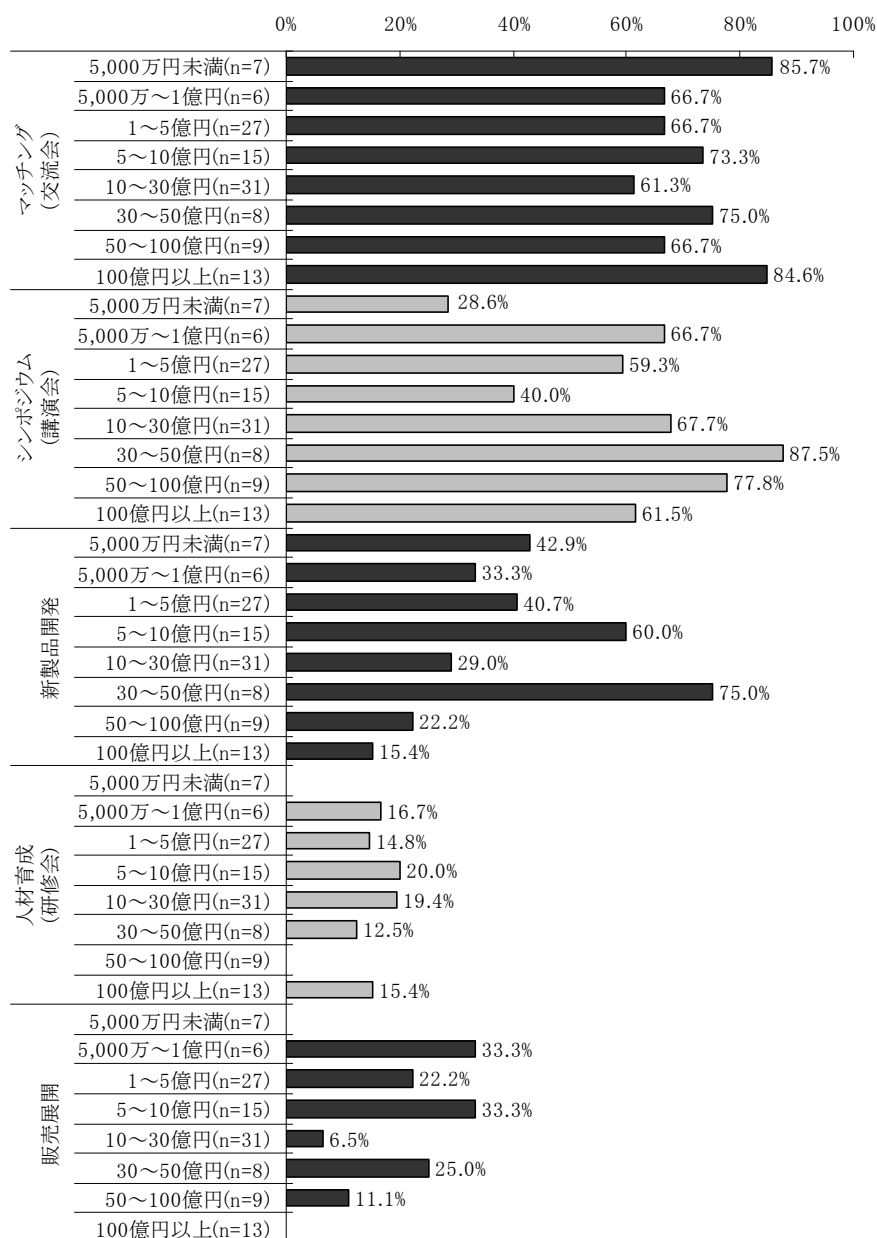


図 3.2-4 参加した食料産業クラスター事業の取り組み（総売上規模別、複数回答）

3. 2. 4 製品の仕向け先別

製品の仕向け先別の集計結果をみると、「マッチング（交流会）」及び「シンポジウム（講演会）」は業務用製品が多い企業で76.5%、64.7%と高かった。「新製品開発」も、業務用製品が多い企業（52.9%）で高い結果となっている。

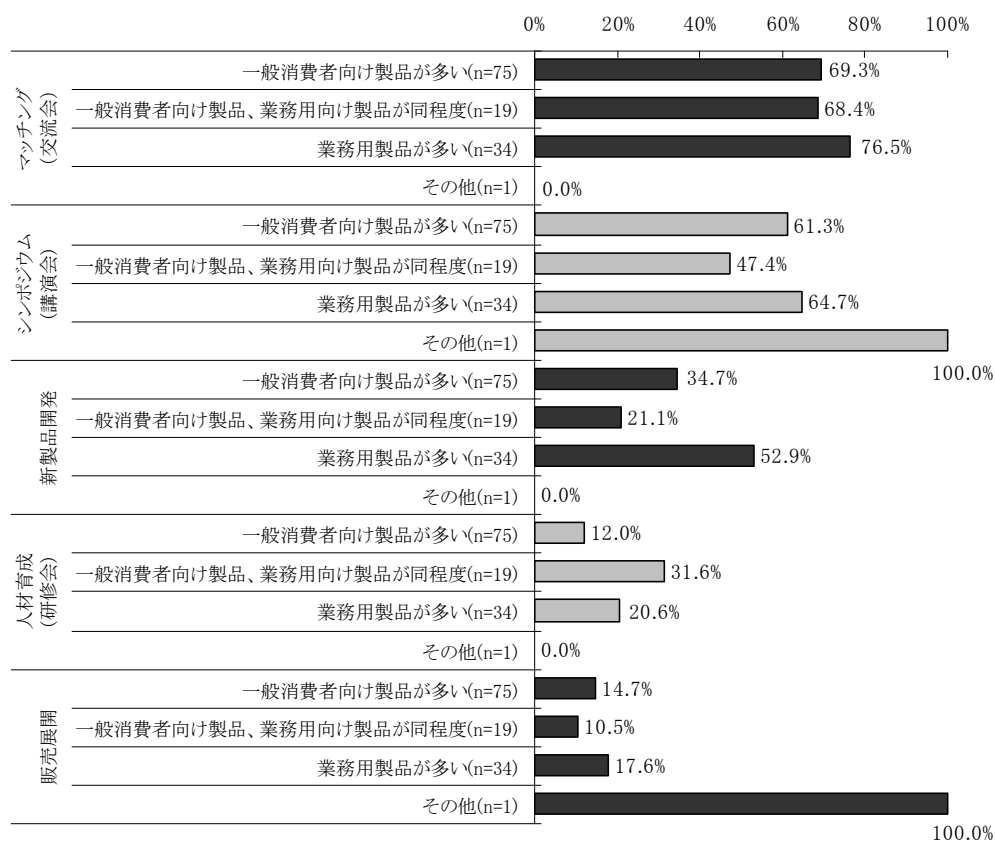


図 3.2-5 参加した食料産業クラスター事業の取り組み（製品の仕向け先別、複数回答）

3.3 クラスター事業への参画による効果（複数回答）

クラスター事業に参加したと回答した 129 社に対し、参加しての効果について質問した。「自社にとって参考になる取り組み事例を知ることが出来た」が 48.1%で最も多い。「国産原料を用いた新製品の商品化に成功した（または成功しそう）」「国産原料に関する人脈が広がった」「これまで以上に、地域の農林水産業や食品産業の振興に貢献できるようになった」「顧客に対する企画提案力が向上した」が 20%強で続いている。

それらと比較すると、国産原料の利用との関わりを示す「国産原料の仕入れ増加につながった（またはつながりそう）」は 13.2%と少ない。

その他として、「あまり効果はない」「事業そのものの活動が弱い」など効果を感じていない場合が 5 件あるものの、「連携機関とより深い話ができ、原料調達の可能性が更に広がってきた」（1 件）という効果を感じている意見もあげられた。

この結果から、すでに国産原料利用の増加につながった企業は少数だが、確実に存在することがわかった。食品企業における国産原料利用の増加がクラスター事業の最終的な目標の一つではあるが、原料の供給力が急には伸びないことを考慮すれば、国産原料利用を増加させる企業が現時点で少数なのは、自然な姿だと考えられる。

また、参考となる事例、知識や人脈形成、新製品の商品化などの面で効果を感じる企業が多い。国産原料利用の増加につながる潜在能力が高まっていると考えられる。

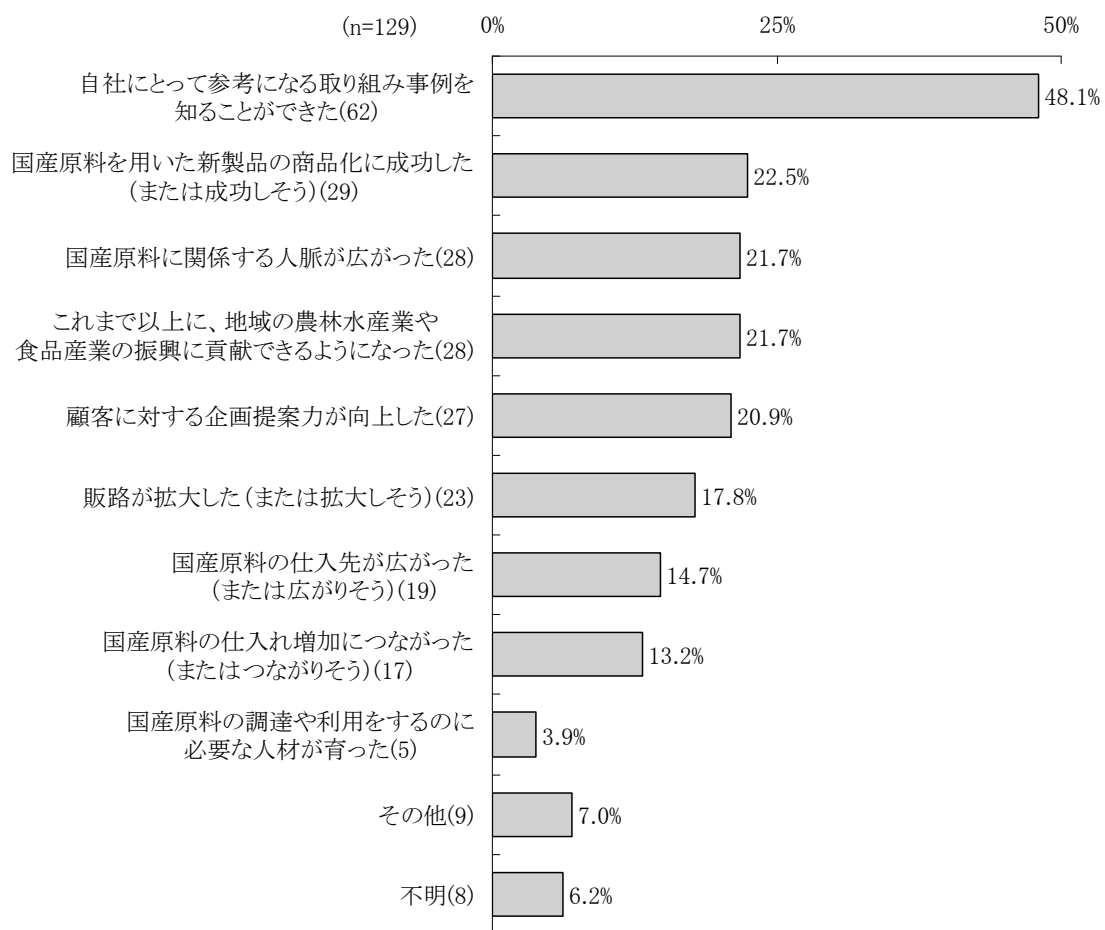


図 3.3 参加した食料産業クラスター事業の取り組みの効果（複数回答）

4. 集計結果(3) 国産原料の調達状況

4.1 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合

食品の売上高、総原料仕入金額、国産原料仕入金額の平成19年度実績、平成20年度実績、平成21年度見込みについて、全て回答のあった369社を対象に集計し、1社あたりの平均値を出した。

食品の売上高は、20年度は19年度に対して減少しており、その一方で仕入れ金額は増加した。また、仕入れに占める国産原料の割合は38.6%から39.4%とやや増加した。

平成21年度については、売上高に占める仕入れ金額の割合は21.6%と平成19年度と同様になると見込まれている。一方で、国産原料仕入金額は、39.7%と、平成20年度よりさらに増加すると見込まれている。

表 4.1-1 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合 (1社平均)

	食品の 売上高 (万円)A	総原料 仕入金額 (万円)B	比率 B/A	国産原料 仕入金額 (万円)C	比率 C/B
平成19年度実績	794,802	171,850	21.6%	66,281	38.6%
平成20年度実績	787,505	174,945	22.2%	68,862 **	39.4%
平成21年度見込み	791,060	171,014 *	21.6%	67,861	39.7%

(n=369)

注) 「食品の売上高」、「総原料仕入金額」、「国産原料仕入金額」について、平成19年度から平成21年度にかけて変化しているかどうかを確かめるために、t検定を行った。平成19年度実績と平成20年度実績の間、また、平成20年度実績と平成21年度見込みの間に、5%水準で有意な差があるものに**、10%水準で有意な差があるものに*を付した。

4. 1. 1 地域別

地域別の集計結果をみると、国産原料仕入金額割合が、北海道（88.4%、86.9%、84.9%）、九州（71.9%、71.4%、72.5%）では高く、東海（16.8%、18.4%、18.0%）や近畿（19.8%、21.5%、20.3%）では低くなっている。

表 4.1-2 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合（地域別、1社平均）

	食品の 売上高 (万円)A	総原料 仕入金額 (万円)B	比率 B/A	国産原料 仕入金額 (万円)C	比率 C/B
平成19年度実績計(n=369)	794,802	171,850	21.6%	66,281	38.6%
北海道(n=10)	1,263,812	677,937	53.6%	599,393	88.4%
東北(n=56)	215,690	41,705	19.3%	17,771	42.6%
関東(n=72)	1,458,082	240,890	16.5%	63,759	26.5%
北陸(n=51)	457,999	120,242	26.3%	51,156	42.5%
東海(n=26)	1,282,043	463,159	36.1%	77,959	16.8%
近畿(n=39)	1,835,581	234,376	12.8%	46,495	19.8%
中国四国(n=52)	286,243	71,582	25.0%	41,975	58.6%
九州(n=59)	330,657	96,927	29.3%	69,734	71.9%
沖縄(n=4)	227,811	49,390	21.7%	32,934	66.7%
平成20年度実績計(n=369)	787,505	174,945	22.2%	68,862 **	39.4%
北海道(n=10)	1,287,396 *	712,161	55.3%	618,616	86.9%
東北(n=56)	216,643	45,870	21.2%	17,441	38.0%
関東(n=72)	1,411,914	245,033	17.4%	67,310	27.5%
北陸(n=51)	472,657	130,463 **	27.6%	55,849 **	42.8%
東海(n=26)	1,353,274	425,285	31.4%	78,406	18.4%
近畿(n=39)	1,778,249	252,285 **	14.2%	54,212 **	21.5%
中国四国(n=52)	290,910	75,845 **	26.1%	44,208	58.3%
九州(n=59)	324,661	94,370	29.1%	67,369	71.4%
沖縄(n=4)	250,255	40,020	16.0%	31,551	78.8%
平成21年度見込み計(n=369)	791,060	171,014 *	21.6%	67,861	39.7%
北海道(n=10)	1,309,050	766,938	58.6%	651,367	84.9%
東北(n=56)	196,467	43,238	22.0%	17,527	40.5%
関東(n=72)	1,437,857	234,567 **	16.3%	64,349	27.4%
北陸(n=51)	486,783 *	127,456 *	26.2%	55,358	43.4%
東海(n=26)	1,355,211	429,914	31.7%	77,552	18.0%
近畿(n=39)	1,767,563	233,598 *	13.2%	47,452 *	20.3%
中国四国(n=52)	293,519	73,065 **	24.9%	42,308	57.9%
九州(n=59)	321,472	91,067	28.3%	65,990	72.5%
沖縄(n=4)	264,137	40,982	15.5%	32,190	78.5%

注) 「食品の売上高」、「総原料仕入金額」、「国産原料仕入金額」について、平成19年度から平成21年度にかけて変化しているかどうかを確かめるために、t検定を行った。平成19年度実績と平成20年度実績の間、また、平成20年度実績と平成21年度見込みの間に、5%水準で有意な差があるものに**、10%水準で有意な差があるものに*を付した。

4. 1. 2 業種別

業種別の集計結果をみると、国産原料仕入金額割合が、酒類（74.7%、69.9%、79.6%）や畜産食料品（67.2%、68.5%、71.1%）で高い一方、パン・菓子（14.6%、14.4%、13.6%）では低くなっている。

表 4.1-3 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合（業種別、1社平均）

	食品の 売上高 (万円)A	総原料 仕入金額 (万円)B	比率 B/A	国産原料 仕入金額 (万円)C	比率 C/B
平成19年度実績計(n=369)	794,802	171,850	21.6%	66,281	38.6%
畜産食料品(n=32)	2,323,290	436,052	18.8%	293,061	67.2%
水産食料品(n=50)	494,216	172,228	34.8%	70,934	41.2%
農産食料品(n=36)	301,642	87,094	28.9%	45,406	52.1%
調味料(n=47)	349,993	48,596	13.9%	29,227	60.1%
精穀・製粉(n=13)	763,675	369,616	48.4%	74,010	20.0%
パン・菓子(n=49)	1,141,266	297,795	26.1%	43,498	14.6%
その他の食料品(n=91)	769,083	132,525	17.2%	33,780	25.5%
清涼飲料(n=13)	1,923,723	184,213	9.6%	80,940	43.9%
酒類(n=32)	139,423	17,450	12.5%	13,043	74.7%
平成20年度実績計(n=369)	787,505	174,945	22.2%	68,862 **	39.4%
畜産食料品(n=32)	2,233,084	446,205	20.0%	305,586	68.5%
水産食料品(n=50)	496,992	181,879 **	36.6%	76,325	42.0%
農産食料品(n=36)	294,207	90,761	30.8%	48,057	52.9%
調味料(n=47)	356,782	53,907 *	15.1%	31,959	59.3%
精穀・製粉(n=13)	821,974	233,298	28.4%	68,460	29.3%
パン・菓子(n=49)	1,211,115 **	326,972 **	27.0%	47,161 **	14.4%
その他の食料品(n=91)	731,456	137,955 **	18.9%	34,769	25.2%
清涼飲料(n=13)	1,872,305 *	172,834 **	9.2%	76,439	44.2%
酒類(n=32)	135,857	16,532	12.2%	11,560	69.9%
平成21年度見込み計(n=369)	791,060	171,014 *	21.6%	67,861	39.7%
畜産食料品(n=32)	2,192,237	444,939	20.3%	316,315	71.1%
水産食料品(n=50)	488,452 **	166,775 **	34.1%	68,895 *	41.3%
農産食料品(n=36)	298,123	85,473	28.7%	46,923	54.9%
調味料(n=47)	364,399 *	53,511	14.7%	33,094	61.8%
精穀・製粉(n=13)	815,592	229,621	28.2%	73,566	32.0%
パン・菓子(n=49)	1,224,238	331,522	27.1%	45,214	13.6%
その他の食料品(n=91)	764,224	133,913	17.5%	33,574 **	25.1%
清涼飲料(n=13)	1,803,527	165,482	9.2%	68,395	41.3%
酒類(n=32)	137,151	15,513 **	11.3%	12,352	79.6%

注) 「食品の売上高」、「総原料仕入金額」、「国産原料仕入金額」について、平成19年度から平成21年度にかけて変化しているかどうかを確かめるために、t検定を行った。平成19年度実績と平成20年度実績の間、また、平成20年度実績と平成21年度見込みの間に、5%水準で有意な差があるものに**、10%水準で有意な差があるものに*を付した。

4. 1. 3 総売上高規模別

総売上高規模別の集計結果をみると、国産原料仕入金額割合は、概ね規模が大きくなるにしたがい低くなる傾向がみられる。

表 4.1-4 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合（総売上高規模別、1社平均）

	食品の 売上高 (万円)A	総原料 仕入金額 (万円)B	比率 B/A	国産原料 仕入金額 (万円)C	比率 C/B
平成19年度実績計(n=369)	794,802	171,850	21.6%	66,281	38.6%
5,000万円未満(n=20)	2,700	1,101	40.8%	974	88.5%
5,000万～1億円(n=14)	7,259	1,605	22.1%	704	43.8%
1～5億円(n=80)	26,091	8,203	31.4%	5,719	69.7%
5～10億円(n=53)	70,463	20,950	29.7%	13,260	63.3%
10～30億円(n=91)	161,083	72,955	45.3%	33,240	45.6%
30～50億円(n=35)	333,194	136,346	40.9%	63,711	46.7%
50～100億円(n=28)	621,816	206,008	33.1%	99,195	48.2%
100億円以上(n=47)	5,181,754	945,033	18.2%	324,142	34.3%
平成20年度実績計(n=369)	787,505	174,945	22.2%	68,862 **	39.4%
5,000万円未満(n=20)	1,795	1,064	59.2%	946	88.9%
5,000万～1億円(n=14)	7,115	1,646	23.1%	738	44.8%
1～5億円(n=80)	24,832	9,125	36.7%	6,184	67.8%
5～10億円(n=53)	72,229 **	21,193	29.3%	13,182	62.2%
10～30億円(n=91)	162,721 *	53,369	32.8%	33,196	62.2%
30～50億円(n=35)	349,851 *	148,372	42.4%	67,193	45.3%
50～100億円(n=28)	618,711	205,386	33.2%	95,531	46.5%
100億円以上(n=47)	5,111,325	996,813 **	19.5%	343,349 **	34.4%
平成21年度見込み計(n=369)	791,060	171,014 *	21.6%	67,861	39.7%
5,000万円未満(n=20)	1,735	940	54.2%	796	84.7%
5,000万～1億円(n=14)	7,171	1,598	22.3%	694	43.4%
1～5億円(n=80)	24,500	8,362	34.1%	5,541	66.3%
5～10億円(n=53)	72,801	21,284	29.2%	12,424	58.4%
10～30億円(n=91)	158,921	53,892	33.9%	34,976	64.9%
30～50億円(n=35)	348,695	140,031 *	40.2%	62,045	44.3%
50～100億円(n=28)	620,490	195,466	31.5%	89,629	45.9%
100億円以上(n=47)	5,146,333	978,332	19.0%	341,422	34.9%

注) 「食品の売上高」、「総原料仕入金額」、「国産原料仕入金額」について、平成19年度から平成21年度にかけて変化しているかどうかを確かめるために、t検定を行った。平成19年度実績と平成20年度実績の間、また、平成20年度実績と平成21年度見込みの間に、5%水準で有意な差があるものに**、10%水準で有意な差があるものに*を付した。

4. 1. 4 製品の仕向け先別

製品の仕向け先別の集計結果をみると、一般消費者向け製品が多い企業の国産原料仕入比率は平成 20 年度実績で 28.2%と、業務用製品が多い企業の平均（42.5%）や一般消費者向け製品・業務向け製品が同程度の企業の平均（67.9%）と比較して低い。

表 4.1-5 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合（総売上高規模別、1 社平均）

	食品の 売上高 (万円)A	総原料 仕入金額 (万円)B	比率 B/A	国産原料 仕入金額 (万円)C	比率 C/B
平成19年度実績計(n=369)	794,802	171,850	21.6%	66,281	38.6%
一般消費者向け製品が多い(n=206)	1,077,537	203,867	18.9%	58,033	28.5%
一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度(n=112)	419,548	144,216	34.4%	88,629	61.5%
業務用製品が多い(n=48)	414,862	92,420	22.3%	37,428	40.5%
その他(n=2)	63,283	31,007	49.0%	29,857	96.3%
平成20年度実績計(n=369)	787,505	174,945	22.2%	68,862 **	39.4%
一般消費者向け製品が多い(n=206)	1,066,684	213,924 **	20.1%	60,319 **	28.2%
一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度(n=112)	410,346	133,019 **	32.4%	90,280 *	67.9%
業務用製品が多い(n=48)	422,651	96,414	22.8%	40,980	42.5%
その他(n=2)	68,295	30,459	44.6%	29,259	96.1%
平成21年度見込み計(n=369)	791,060	171,014 *	21.6%	67,861	39.7%
一般消費者向け製品が多い(n=206)	1,068,592	208,312 *	19.5%	57,784	27.7%
一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度(n=112)	413,925 *	130,306	31.5%	91,738	70.4%
業務用製品が多い(n=48)	429,872	96,576	22.5%	40,688	42.1%
その他(n=2)	68,866	30,990	45.0%	29,790	96.1%

注) 「食品の売上高」、「総原料仕入金額」、「国産原料仕入金額」について、平成19年度から平成21年度にかけて変化しているかどうかを確かめるために、t検定を行った。平成19年度実績と平成20年度実績の間、また、平成20年度実績と平成21年度見込みの間に、5%水準で有意な差があるものに**、10%水準で有意な差があるものに*を付した。

4. 1. 5 食料産業クラスター事業への参加状況別

食料産業クラスター事業への参加状況別の集計結果をみると、国産原料仕入金額比率は平成 20 年度実績で、クラスターに参加している企業の平均が 28.0%で、参加していない企業の平均 41.9%より低い。

クラスター事業に参加している企業のうち、事業のなかで新製品開発を行っている企業においては、国産原料仕入金額割合が 56.8%と高い。

表 4.1-6 総原料仕入金額割合及び国産原料仕入金額割合（クラスター事業の参加状況別、1 社平均）

	食品の 売上高 (万円)A	総原料 仕入金額 (万円)B	比率 B/A	国産原料 仕入金額 (万円)C	比率 C/B
平成19年度実績計(n=369)	794,802	171,850	21.6%	66,281	38.6%
クラスター事業に参加している(n=86)	633,243	132,167	20.9%	37,092	28.1%
うち、新製品開発を行っている(n=38)	220,006	56,574	25.7%	32,266	57.0%
クラスター事業に参加していない(n=281)	848,615	185,189	21.8%	75,659	40.9%
平成20年度実績計(n=369)	787,505	174,945	22.2%	68,862 **	39.4%
クラスター事業に参加している(n=86)	607,770	135,910 *	22.4%	37,993	28.0%
うち、新製品開発を行っている(n=38)	222,073	58,471	26.3%	33,237	56.8%
クラスター事業に参加していない(n=281)	846,640	188,094	22.2%	78,759 **	41.9%
平成21年度見込み計(n=369)	791,060	171,014 *	21.6%	67,861	39.7%
クラスター事業に参加している(n=86)	635,361	131,662	20.7%	37,524	28.5%
うち、新製品開発を行っている(n=38)	217,849 **	56,936	26.1%	31,572	55.5%
クラスター事業に参加していない(n=281)	842,716	184,220	21.9%	77,575	42.1%

注) 「食品の売上高」、「総原料仕入金額」、「国産原料仕入金額」について、平成19年度から平成21年度にかけて変化しているかどうかを確かめるために、t検定を行った。平成19年度実績と平成20年度実績の間、また、平成20年度実績と平成21年度見込みの間に、5%水準で有意な差があるものに**、10%水準で有意な差があるものに*を付した。

4.2 国産原料仕入数量割合

総原料仕入数量、国産原料仕入数量の平成 19、20 年度実績と平成 21 年度見込みに
ついて全て回答のあった 307 社について集計し、1 社あたりの平均値を出した。

全体として、総原料仕入数量、国産原料仕入数量ともに、平成 20 年度は平成 19 年
度よりも減少しており、平成 21 年度にはさらに減少が見込まれている。また、総原料
仕入数量に対する国産原料仕入数量の割合は、平成 19 年度の 60.9%に対して平成 20 年
度は 61.7%と増加し、さらに平成 21 年度見込みでは 64.9%とさらに増加が見込まれてい
る。国産原料以外の仕入量が大きく減少する見込みであることを示している。

表 4.2-1 国産原料仕入数量割合（1社平均）

	総原料 仕入数量 (t)A	国産原料 仕入数量 (t)B	比率 B/A
平成19年度実績	922	561	60.9%
平成20年度実績	901	556	61.7%
平成21年度見込み	829	538	64.9%

(n=307)

4. 2. 1 地域別

地域別の集計結果をみると、国産原料仕入数量割合が、北海道（99.2%、99.1%、99.3%）で高い一方、近畿（19.9%、20.7%、20.1%）では低い。

表 4.2-2 国産原料仕入数量割合（地域別、1社平均）

	総原料 仕入数量 (t)A	国産原料 仕入数量 (t)B	比率 B/A
平成19年度実績計(n=307)	922	561	60.9%
北海道(n=10)	8,294	8,231	99.2%
東北(n=50)	236	127	54.0%
関東(n=64)	974	448	46.0%
北陸(n=38)	815	269	33.0%
東海(n=22)	543	215	39.5%
近畿(n=30)	820	163	19.9%
中国四国(n=39)	347	194	55.9%
九州(n=49)	879	548	62.3%
沖縄(n=5)	345	111	32.3%
平成20年度実績計(n=307)	901	556	61.7%
北海道(n=10)	8,020	7,946	99.1%
東北(n=50)	238	127	53.6%
関東(n=64)	932	462	49.5%
北陸(n=38)	792	284	35.9%
東海(n=22)	446	219	49.1%
近畿(n=30)	1,026	212	20.7%
中国四国(n=39)	352	196	55.7%
九州(n=49)	795	511	64.3%
沖縄(n=5)	307	114	37.1%
平成21年度見込み計(n=307)	884	554	62.6%
北海道(n=10)	8,158	8,097	99.3%
東北(n=50)	243	135	55.3%
関東(n=64)	924	438	47.4%
北陸(n=38)	814	288	35.3%
東海(n=22)	492	215	43.6%
近畿(n=30)	793	159	20.1%
中国四国(n=39)	350	195	55.7%
九州(n=49)	772	524	67.9%
沖縄(n=5)	322	116	36.1%

4. 2. 2 業種別

業種別の集計結果をみると、国産原料仕入数量割合が、畜産食料品（89.9％、89.7％、90.1％）や清涼飲料（74.4％、73.2％、74.1％）で高い一方、パン・菓子（16.9％、18.5％、18.5％）では低い。

表 4. 2-3 国産原料仕入数量割合（業種別、1社平均）

	総原料 仕入数量 (t)A	国産原料 仕入数量 (t)B	比率 B/A
平成19年度実績計(n=307)	922	561	60.9%
畜産食料品(n=26)	4,179	3,759	89.9%
水産食料品(n=41)	484	232	47.9%
農産食料品(n=28)	521	292	56.0%
調味料(n=46)	433	247	57.1%
精穀・製粉(n=15)	2,879	795	27.6%
パン・菓子(n=26)	1,116	188	16.9%
その他の食料品(n=78)	308	146	47.4%
清涼飲料(n=11)	1,342	999	74.4%
酒類(n=31)	169	101	59.7%
平成20年度実績計(n=307)	901	556	61.7%
畜産食料品(n=26)	4,047	3,631	89.7%
水産食料品(n=41)	482	260	54.0%
農産食料品(n=28)	493	295	59.7%
調味料(n=46)	453	273	60.3%
精穀・製粉(n=15)	2,464	778	31.6%
パン・菓子(n=26)	1,095	203	18.5%
その他の食料品(n=78)	315	152	48.2%
清涼飲料(n=11)	1,216	890	73.2%
酒類(n=31)	161	99	61.9%
平成21年度見込み計(n=307)	884	554	62.6%
畜産食料品(n=26)	4,116	3,709	90.1%
水産食料品(n=41)	446	223	50.0%
農産食料品(n=28)	490	294	60.0%
調味料(n=46)	452	265	58.8%
精穀・製粉(n=15)	2,444	758	31.0%
パン・菓子(n=26)	1,105	204	18.5%
その他の食料品(n=78)	316	147	46.6%
清涼飲料(n=11)	1,200	889	74.1%
酒類(n=31)	157	99	63.1%

4. 2. 3 総売上高規模別

総売上高規模別の集計結果をみると、5 億円未満の規模の小さい企業では規模が小さいほど国産原料仕入数量割合が、高い傾向にある。

表 4.2-4 国産原料仕入数量割合（総売上高規模別、1 社平均）

	総原料 仕入数量 (t)A	国産原料 仕入数量 (t)B	比率 B/A
平成19年度実績計(n=307)	922	561	60.9%
5,000万円未満(n=12)	10	6	58.0%
5,000万～1億円(n=15)	8	6	75.8%
1～5億円(n=64)	35	24	70.6%
5～10億円(n=42)	135	78	57.8%
10～30億円(n=75)	413	230	55.7%
30～50億円(n=29)	762	335	43.9%
50～100億円(n=22)	963	425	44.2%
100億円以上(n=43)	4,392	2,962	67.4%
平成20年度実績計(n=307)	901	556	61.7%
5,000万円未満(n=12)	9	5	58.6%
5,000万～1億円(n=15)	8	6	76.0%
1～5億円(n=64)	37	27	73.8%
5～10億円(n=42)	131	74	56.4%
10～30億円(n=75)	399	245	61.5%
30～50億円(n=29)	907	328	36.2%
50～100億円(n=22)	919	431	46.9%
100億円以上(n=43)	4,240	2,897	68.3%
平成21年度見込み計(n=307)	884	554	62.6%
5,000万円未満(n=12)	8	5	61.2%
5,000万～1億円(n=15)	8	6	74.0%
1～5億円(n=64)	37	27	74.1%
5～10億円(n=42)	133	77	58.3%
10～30億円(n=75)	405	238	58.7%
30～50億円(n=29)	685	308	44.9%
50～100億円(n=22)	916	408	44.6%
100億円以上(n=43)	4,279	2,918	68.2%

4. 2. 4 製品の仕向け先別

製品の仕向け先別の集計結果をみると、国産原料仕入数量割合が、一般消費者向け製品・業務用向け製品が同程度の企業（75.1%、74.5%、77.8 %）で高くなっている。

表 4. 2-5 国産原料仕入数量割合（製品の仕向け先別、1社平均）

	総原料 仕入数量 (t)A	国産原料 仕入数量 (t)B	比率 B/A
平成19年度実績計(n=307)	922	561	60.9%
一般消費者向け製品が多い(n=172)	720	321	44.6%
一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度(n=97)	1,450	1,089	75.1%
業務用製品が多い(n=36)	340	150	44.1%
その他(n=1)	287	280	97.6%
平成20年度実績計(n=307)	901	556	61.7%
一般消費者向け製品が多い(n=172)	694	321	46.3%
一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度(n=97)	1,431	1,066	74.5%
業務用製品が多い(n=36)	321	149	46.5%
その他(n=1)	290	280	96.6%
平成21年度見込み計(n=307)	884	554	62.6%
一般消費者向け製品が多い(n=172)	690	314	45.4%
一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度(n=97)	1,376	1,070	77.8%
業務用製品が多い(n=36)	343	156	45.3%
その他(n=1)	290	280	96.6%

4.2.5 食料産業クラスター事業への参加状況別

食料産業クラスター事業への参加状況別の集計結果をみると、国産原料仕入数量割合は、クラスターに参加している企業の方が低くなっており、特に新製品開発をおこなっている企業はその割合が低い傾向にある。

クラスター事業に参加している企業のうち、新製品開発を行っている企業では、国産原料仕入割合が平成19年度の43.4%から平成20年度の47.3%へと増加した。平成21年度においては51.2%とさらに増加する見込みである。

表 4.2-6 国産原料仕入数量割合（クラスター事業の参加状況別、1社平均）

	総原料 仕入数量 (t)A	国産原料 仕入数量 (t)B	比率 B/A
平成19年度実績計(n=307)	922	561	60.9%
クラスター事業に参加している(n=66)	673	324	48.2%
うち、新製品開発を行っている(n=30)	736	319	43.4%
クラスター事業に参加していない(n=239)	997	630	63.2%
平成20年度実績計(n=307)	901	556	61.7%
クラスター事業に参加している(n=66)	618	306	49.5%
うち、新製品開発を行っている(n=30)	647	306	47.3%
クラスター事業に参加していない(n=239)	986	629	63.8%
平成21年度見込み計(n=307)	884	554	62.6%
クラスター事業に参加している(n=66)	613	318	51.9%
うち、新製品開発を行っている(n=30)	639	327	51.2%
クラスター事業に参加していない(n=239)	966	623	64.5%

4.3 平成20年度の国産原料仕入金額の増減理由

4.3.1 増減の動向への認識

国産原料仕入金額が「大きく増えた」と認識している企業は22.3%であった。逆に「大きく減った」は10.8%であった。

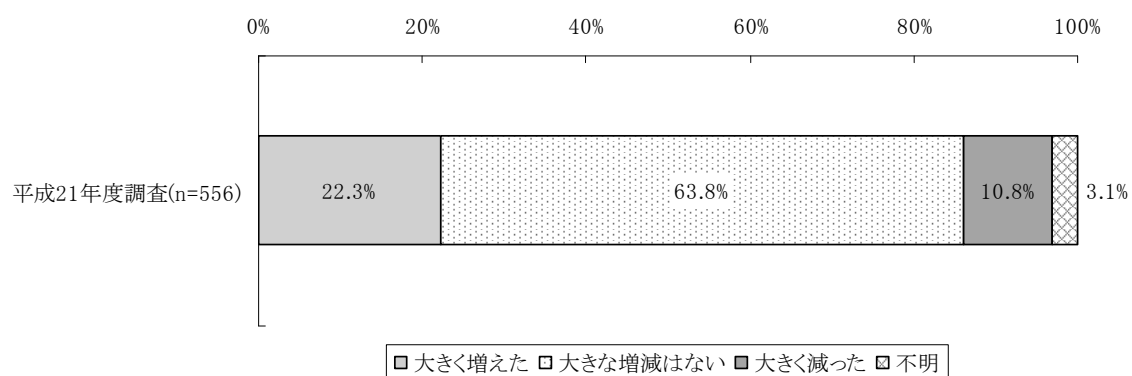


図 4.3-1 平成20年度の国産原料仕入金額の前年比較への認識

4. 3. 2 国産原材料の仕入れが「大きく増えた」企業における、増えた理由

「大きく増えた」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、「商品の売上増減への対応」が最も多く 37.1%であった。

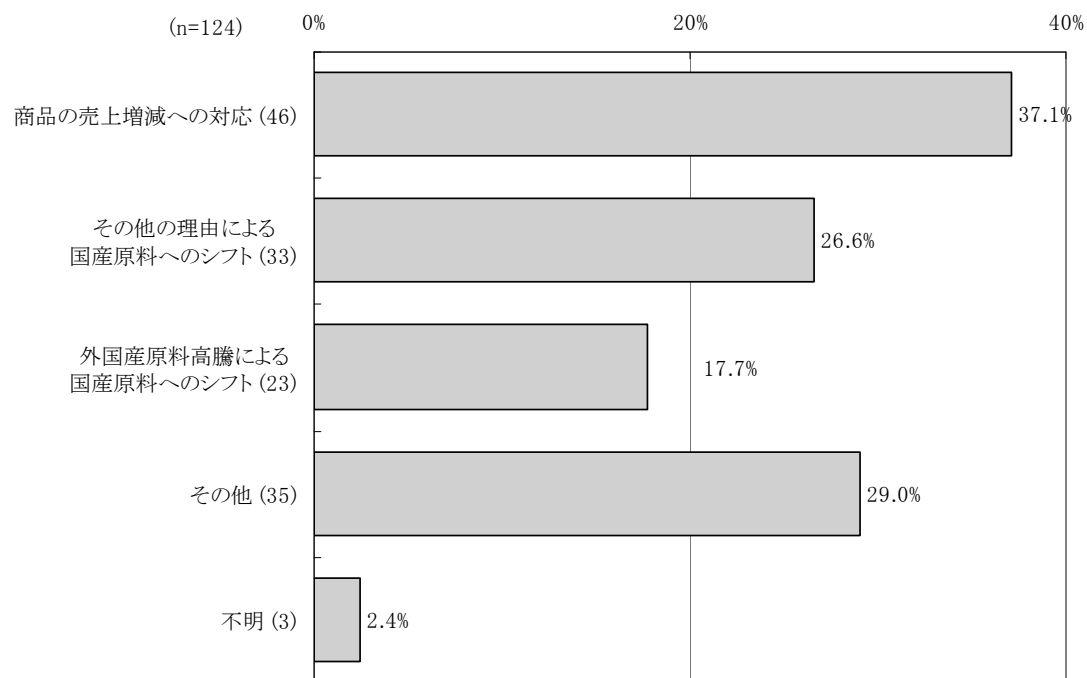


図 4.3-2 平成 20 年度の国産原料仕入金額が大きく増えた理由（複数回答）

表 4.3-1 平成 20 年度の国産原料仕入金額が大きく増えた理由（業種別、複数回答）

	商品の売上増減への対応	外国産原料高騰による国産原料へのシフト	その他の理由による国産原料へのシフト	その他	不明
計 (n=124)	37.1%	17.7%	26.6%	29.0%	2.4%
畜産食料品 (n=14)	57.1%	0.0%	28.6%	21.4%	0.0%
水産食料品 (n=16)	31.3%	18.8%	6.3%	43.8%	6.3%
農産食料品 (n=18)	38.9%	11.1%	33.3%	27.8%	0.0%
調味料 (n=13)	38.5%	15.4%	38.5%	23.1%	0.0%
精穀・製粉 (n=6)	16.7%	33.3%	50.0%	33.3%	0.0%
パン・菓子 (n=16)	31.3%	37.5%	25.0%	25.0%	0.0%
その他の食料品 (n=33)	39.4%	21.2%	27.3%	21.2%	6.1%
清涼飲料 (n=1)	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
酒類 (n=4)	50.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%

「その他の理由による国産原料へのシフト」として具体的な理由は、中国餃子事件以来の「中国産に対する不安や敬遠」が最も多く 14 件あった。次いで「国産志向の高まり」(7 件)、「商品の差別化」(2 件)、「新商品開発」(2 件)、などであった。表 4.3-2 には業種別に理由をまとめた。

表 4.3-2 「その他の理由による国産原料へのシフト」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	2	中国産への不安や敬遠	・中国餃子問題から国産へのシフト
	1	ブランド、安全	・ブランド、安全
	1	表示方法の変更	・表示方法の変更による対応
水産食料品	1	中国産への不安や敬遠	・中国産食品の安全性問題
農産食料品	4	中国産への不安や敬遠	・毒ギョーザ事件発生により販売先からの要望増のため
	1	国産志向の高まり	・消費者ニーズの変更に対応
	1	原料調達	・購入競争があったため
調味料	2	国産志向の高まり	・国産原料希望のニーズ対応
	1	中国産への不安や敬遠	・中国原料への不安
	1	商品の差別化	・差別化
	1	新商品開発	・新製品を投与したため
精穀・製粉	1	国産志向の高まり	・需要増による
	1	中国産への不安や敬遠	・中国産に対する不安
	1	原料変更、加工依頼	・国内当社のみので米粉超微粉依頼、加工
パン・菓子	1	国産志向の高まり	・販売先が国産にこだわる。中国問題等により
	1	中国産への不安や敬遠	・中国産ボイコット、国産へ
	1	商品の差別化	・商品の差別化を図るため
	1	国産提携による原料増加	・産地及びメーカーとの国産提携による原料を増加
その他の食料品	4	中国産への不安や敬遠	・中国大豆への消費者の不安感あり
			・中国産の食材・加工の問題
	2	国産志向の高まり	・消費者の国産志向に対応
	1	新商品開発	・国産原料使用新製品開発
酒類	1	安全性	・安全性

その他として、最も多かったのが「国内産原料価格の高騰」(21 件)であった。他に「新商品への国産原料の採用」(3 件)、「原料仕入量の増加」(2 件)などがあげられた。表 4.3-3 には業種別に理由をまとめた。

表 4.3-3 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	3	国内産原料価格の高騰	・国産原料の相場高騰のため
水産食料品	5 1	国内産原料価格の高騰 原料仕入量の増加	・国産原料の高騰 ・増産に伴う
農産食料品	2 2 2	国内産原料価格の高騰 原料の増加 新商品への採用	・国産原料の高騰 ・豊作で量が増えた ・国産原料を用いた新商品の増加
調味料	3	国内産原料価格の高騰	・MA 米、ミカサ問題から米(加工米)の価格高騰
精穀・製粉	1 1	国内産原料価格の高騰 製品アイテムの増加	・国産原料の高騰 ・そば加工プラス米粉加工
パン・菓子	1 1 1 1	国内産原料価格の高騰 新商品への採用 原料仕入先の変更 販売	・国産原料の値上がり ・新商品への国産原料の採用 ・砂糖を北海道国産へ ・売上アップ
その他の食料品	5 1 1	国内産原料価格の高騰 新規の取引先の開拓 原料仕入量の増加	・商品相場であるため仕入価格の上昇 ・新規のお客様、小麦、米 ・安心な食材の使用のため
清涼飲料	1	原料の過剰在庫	・災害による加工原料過剰在庫、青森県産
酒類	1	国内産原料価格の高騰	・国産原料の高騰

参考：食品の売上高が「大きく増えた」理由

売上高が「大きく増えた」理由としては、販売先の増減や変更、既存の販売先での需要の変化が挙げられる。

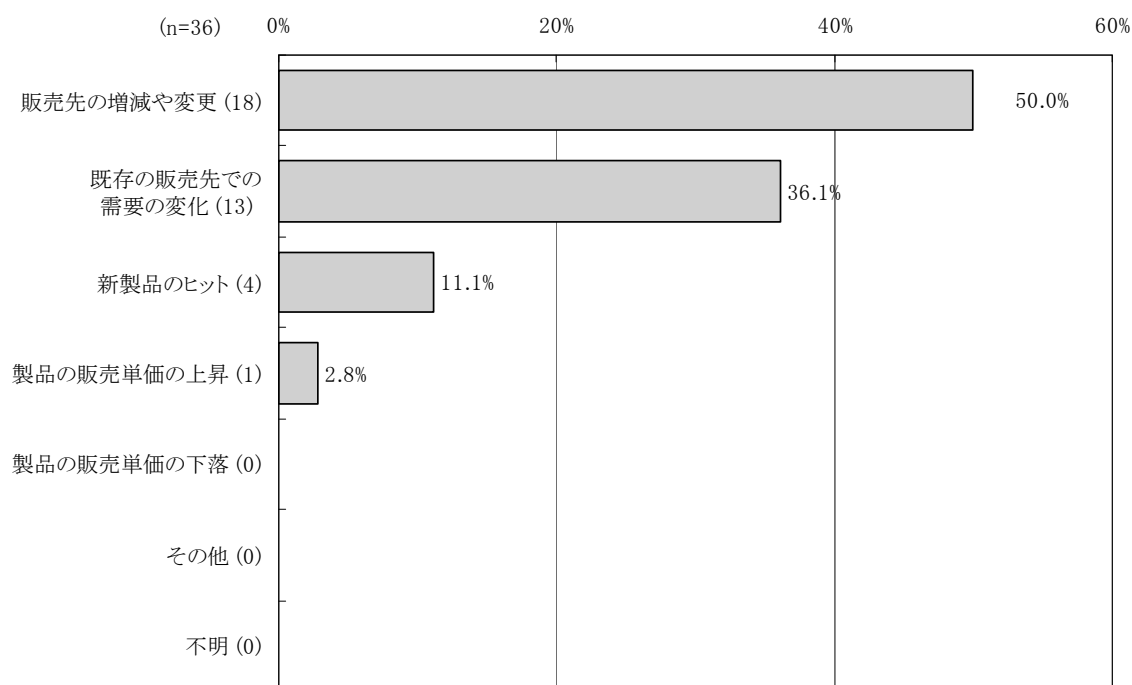


図 4.3-3 平成 20 年度の食品の売上高が大きく増えた理由（複数回答）

その他として、「販売先の増加」や「低価格品の急伸」など様々な理由があげられた。表 4.3-4 には業種別に理由をまとめた。

表 4.3-4 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
農産食料品	1	販売	・豊作で量が増えた
精穀・製粉	1	社内事情	・会社合併により
その他の食料品	2	販売	・販売先の増加 ・低価格品の急伸
酒類	1	販売	・ブーム

4. 3. 3 国産原料の仕入金額が「大きく減った」企業における、減った理由

国産原料の仕入金額が「大きく減った」企業は、その理由として、60%が「商品の売上増減への対応」を挙げている。

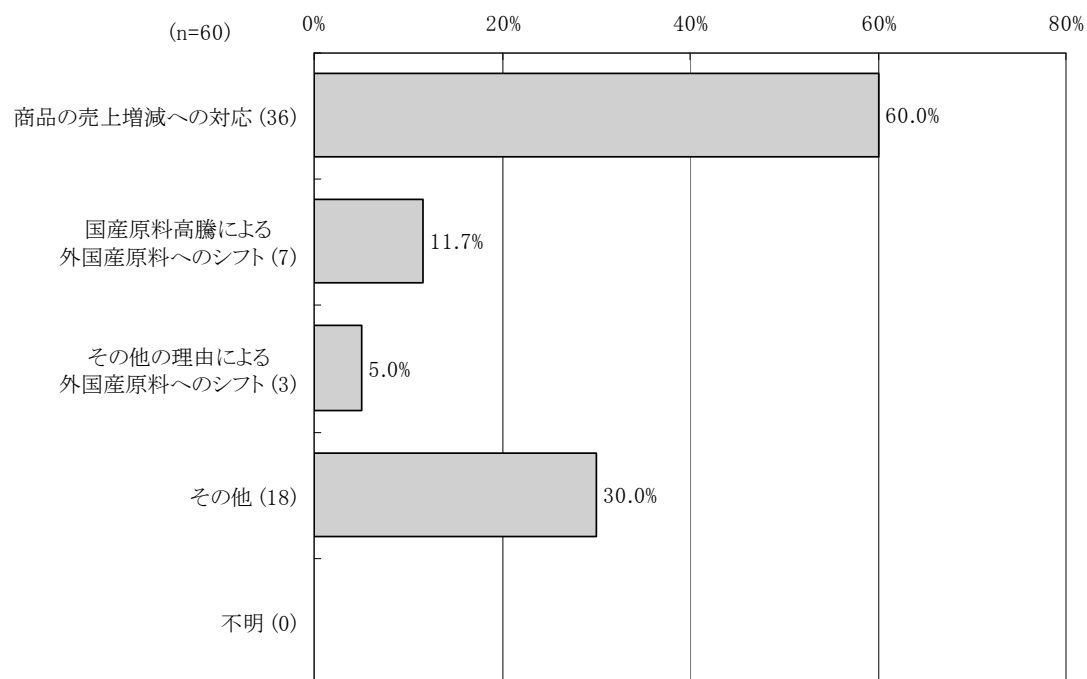


図 4.3-4 平成 20 年度の国産原料仕入金額が減った理由（複数回答）

表 4.3-5 平成 20 年度の国産原料仕入金額が大きく減った理由（業種別、複数回答）

	商品の売上増減への対応	国産原料高騰による外国産原料へのシフト	その他の理由による外国産原料へのシフト	その他	不明
計 (n=60)	60.0%	11.7%	3.3%	30.0%	0.0%
畜産食料品 (n=6)	66.7%	33.3%	0.0%	16.7%	0.0%
水産食料品 (n=9)	33.3%	11.1%	0.0%	55.6%	0.0%
農産食料品 (n=6)	16.7%	0.0%	0.0%	83.3%	0.0%
調味料 (n=5)	80.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%
精穀・製粉 (n=3)	33.3%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%
パン・菓子 (n=2)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他の食料品 (n=16)	75.0%	12.5%	6.3%	6.3%	0.0%
清涼飲料 (n=4)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
酒類 (n=6)	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%

「その他の理由による外国産原料へのシフト」としては、「数量が確保出来なかった」「販売不振」があげられた。表 4.3-6 には業種別に理由をまとめた。

表 4.3-6 「その他の理由による外国産原料へのシフト」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
調味料	1	仕入	・数量が確保できなかった
その他の食料品	1	販売	・販売不振

その他として、「原料の不作・不漁」（8 件）、原料や製品の「在庫調整」（4 件）、「原料の生産量の減少」（3 件）などがあげられた。表 4.3-7 には業種別に理由をまとめた。

表 4.3-7 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	1	原料生産量の減少	・牛減少、豚数量減、金額増、鶏相場高で増
水産食料品	4	原料の不作・不漁	・不漁による原料入手難
	1	在庫調整	・在庫調整
農産食料品	2	原料の不作・不漁	・原料の不作による影響
	2	原料生産量の減少	・生産農家の減少
	1	在庫調整	・前年度の在庫のため
精穀・製粉	1	在庫調整	・前年度の在庫調整(国産原料)
	1	仕入数量の減少	・国産原料仕入数量の減少
その他の食料品	1	原料の不作・不漁	・天候等による作物の不良
酒類	1	原料の不作・不漁	・収穫量が少なかったから
	1	在庫調整	・19 年度に製造した商品が残ったため
	1	社内事情	・一部を外部へ発注することにした

参考：食品の売上高が「大きく減った」理由

食品の売上高が大きく減った理由としては、「販売先の増減や変更」「既存の販売先での需要の変化」が挙げられている。

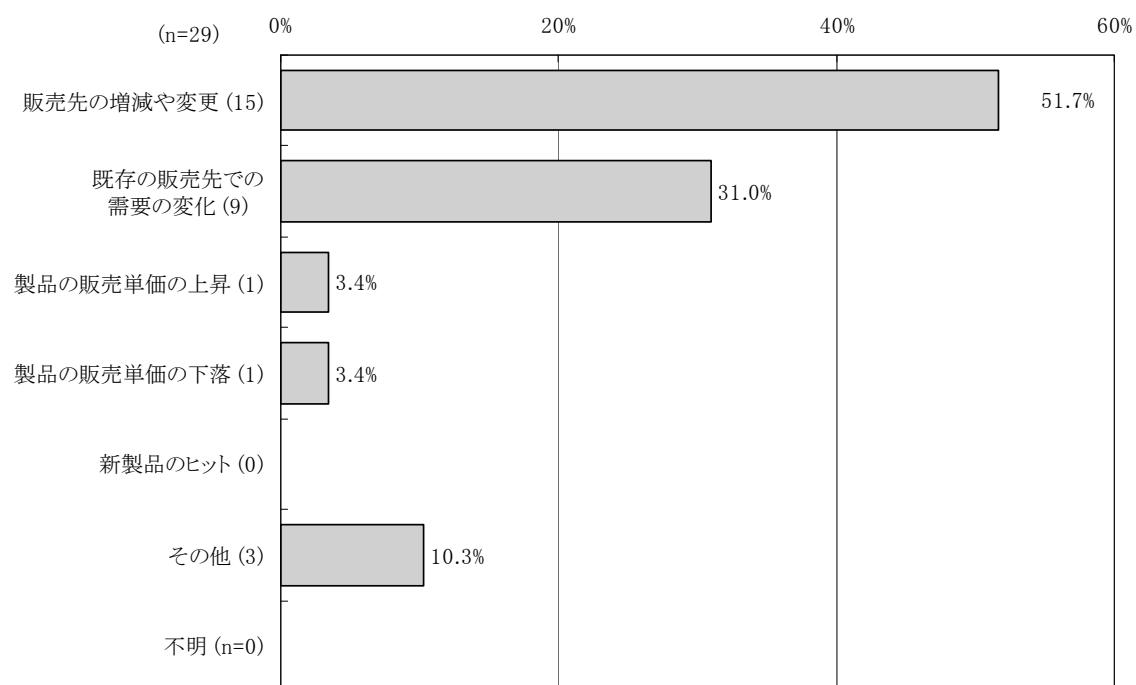


図 4.3-5 平成 20 年度の食品の売上高が大きく減った理由（複数回答）

その他として、「原料不足」(5件)、「中国餃子事件の影響」(4件)、「製造量の減少」(3件)などがあげられた。表 4.3-8 には業種別に理由をまとめた。

表 4.3-8 「その他」の具体的な理由(業種別)

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	1	原料不足	・主力商品の原料不足
	1	製造量の減少	・OEM 減
	1	社内事情	・自社ブランドから受託へ変更
水産食料品	3	原料不足	・原魚の不漁
	2	売上の減少	・夏場の売上減少
	1	社内事情	・重大クレーム発生による発注キャンセル
農産食料品	2	中国産への不安や敬遠	・中国産食品風評被害
	2	製造量の減少	・OEM 製造中止
	1	原料不足	・生産量の減少
パン・菓子	1	社内事情	・分社化のため
その他の食料品	2	中国産への不安や敬遠	・中国製冷凍ギョーザ事件
	2	販売	・低価格競争により、乱売の影響 ・値上げ交渉
清涼飲料	1	景気	・不景気
酒類	2	販売	・他社の値下げ ・清酒ばなれ

4.4 平成21年度の国産原料仕入金額の増減見込みの理由

4.4.1 増減見込みの認識

国産原料仕入金額が、平成21年度に「大きく増えそう」と認識している企業は13.7%、「大きく減りそう」と認識している企業は13.3%で、ほぼ同数であった。

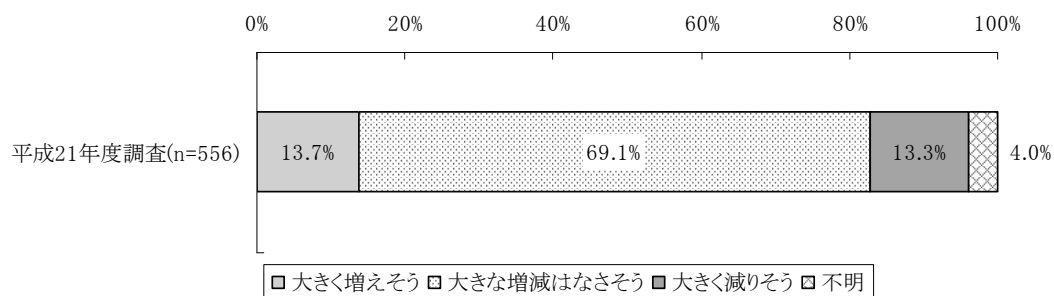


図 4.4-1 平成21年度の国産原料仕入金額の前年度比較への認識

4. 4. 2 国産原料仕入金額が「大きく増えそう」な企業における、その理由

国産原料仕入金額が「大きく増えそう」と認識している企業において、その理由を尋ねたところ「商品の売上増減への対応」が 39.5%と最も多い。「国産原料へのシフト」は外国産原料高騰によるのが 5.3%、その他の理由によるものが 27.6%であった。

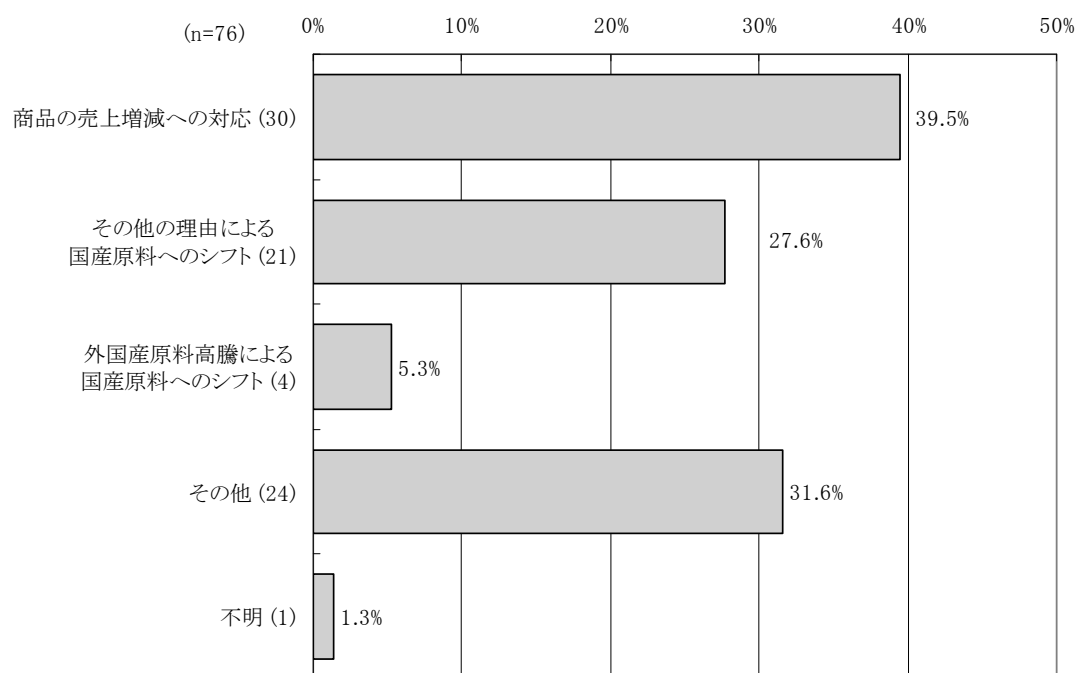


図 4. 4-2 平成 21 年度の国産原料仕入金額が大きく増えそうな理由（複数回答）

表 4. 4-1 平成 21 年度の国産原料仕入金額が大きく増えそうな理由（業種別、複数回答）

	商品の売上増減への対応	外国産原料高騰による国産原料へのシフト	その他の理由による国産原料へのシフト	その他の理由による外国産原料へのシフト	その他	不明
計 (n=76)	39.5%	5.3%	27.6%	0.0%	31.6%	1.3%
畜産食料品 (n=5)	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%
水産食料品 (n=5)	40.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%
農産食料品 (n=11)	36.4%	0.0%	36.4%	0.0%	36.4%	0.0%
調味料 (n=10)	50.0%	10.0%	30.0%	0.0%	30.0%	0.0%
精穀・製粉 (n=9)	11.1%	0.0%	22.2%	0.0%	55.6%	0.0%
パン・菓子 (n=10)	40.0%	20.0%	20.0%	0.0%	30.0%	0.0%
その他の食料品 (n=19)	52.6%	0.0%	36.8%	0.0%	15.8%	5.3%
清涼飲料 (n=2)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
酒類 (n=4)	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%

「その他の理由による国産原料へのシフト」の具体的な理由は、「国産原料志向の高まり」が最も多く5件あった。次いで「国産原料の需要増加」(3件)、「国産原料の高騰」(2件)などであった。表4.4-2には業種別に理由をまとめた。

表 4.4-2 「その他の理由による国産原料へのシフト」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	1	国産原料相場	・国産原料相場安のため
農産食料品	1	国産原料志向の高まり	・消費者ニーズの変更に対応
	1	国産原料の増加	・国産原料が豊作
	1	国産原料の高騰	・国内産原料高騰
調味料	1	中国産原料への不安	・中国原料への不安
	1	商品の差別化	・差別化
	1	国産原料の需要増加	・小麦について、国産麦の使用増加
精穀・製粉	1	政策	・国の政策転換
	1	国産原料の高騰	・国産原料の高騰
	1	国産原料の需要増加	・需要増、新製品
パン・菓子	2	国産原料志向の高まり	・消費者のニーズに合わせた国産への切替え
その他の食料品	2	地産地消への対応	・地産地消に対応したいしブランドも確立したい
	1	国産原料志向の高まり	・国産商品志向の高まりによる
	1	原料の品質	・安心、安全な原料の確保
	1	国産原料の需要増加	・国産原料需要増
酒類	1	国産原料志向の高まり	・消費者動向
	1	表示	・米の原産国表示に向けて

その他として、最も多かったのが「国産原料の高騰」（11 件）であった。次いで「製品の増産」（4 件）、「原料の増加」（4 件）などがあげられた。表 4.4-3 には業種別に理由をまとめた。

表 4.4-3 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	2	国産原料の高騰	・原料価格の変動
水産食料品	1	製品の増産	・増産
農産食料品	2	原料の増加	・国産原料の作柄良好
	1	国産原料の高騰	・国産原料の高騰
	1	製品の増産	・国産原料を用いた新商品の増加
調味料	1	在庫	・在庫などの影響
	1	国産原料の高騰	・国産米が豊作にも関わらず、加工米の価格が下がらない。正否の食管理制度の復活
	1	原料のトレーサビリティ確保	・トレーサビリティの確立のため出所（産地）のしっかりとした原料使用のため
精穀・製粉	4	国産原料の高騰	・国内産小麦自体の値上がり（約 39% 高騰）
パン・菓子	1	国産原料の高騰	・国産原料の高騰
	1	国産原料の採用	・砂糖を北海道国産へ
	1	新商品への採用	・新商品への国産原料の採用
その他の食料品	1	国産原料の高騰	・原料の値上げによる
	1	製品の増産	・新商品のヒット
	1	原料の増加	・天候による作物の豊作
酒類	1	国産原料の高騰	・国産原料の高騰
	1	製品の増産	・前年度少なかったが、平年の水準に戻ったため
	1	原料の増加	・収穫量が平年並に戻りそうだから

参考：食品の売上高が「大きく増えそう」な理由

平成 21 年度に食品の売上高が「大きく増えそう」と回答した企業にその理由を質問したところ、「販売先の増減や変更」が 61.1%と最も多い。

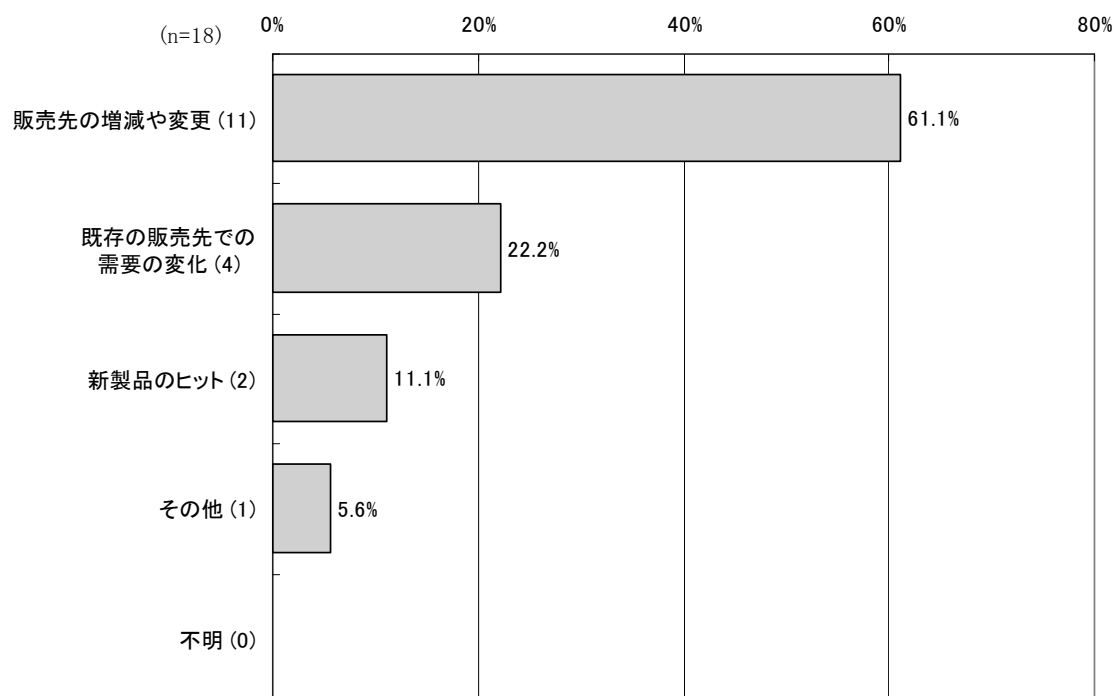


図 4.4-3 平成 21 年度の食品の売上高が大きく増えそうな理由（複数回答）

その他として、「製品の増産」や「販売エリアの変更」などの理由があげられた。表 4.4-4 には業種別に理由をまとめた。

表 4.4-4 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由理由
水産食料品	1	製品の増産	・増産
パン・菓子	1	販売	・販売エリアの変更
その他の食料品	2	販売	・営業戦略の成果 ・低価格品の急伸

4. 4. 3 国産原料仕入金額が「大きく減りそう」な企業におけるその理由

国産原料仕入金額が平成 21 年度に「大きく減りそう」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、59.7%が「商品の売上増減への対応」と回答している。「国産原料高騰による外国産原料へのシフト」は 15.3%で、パン・菓子に多い。

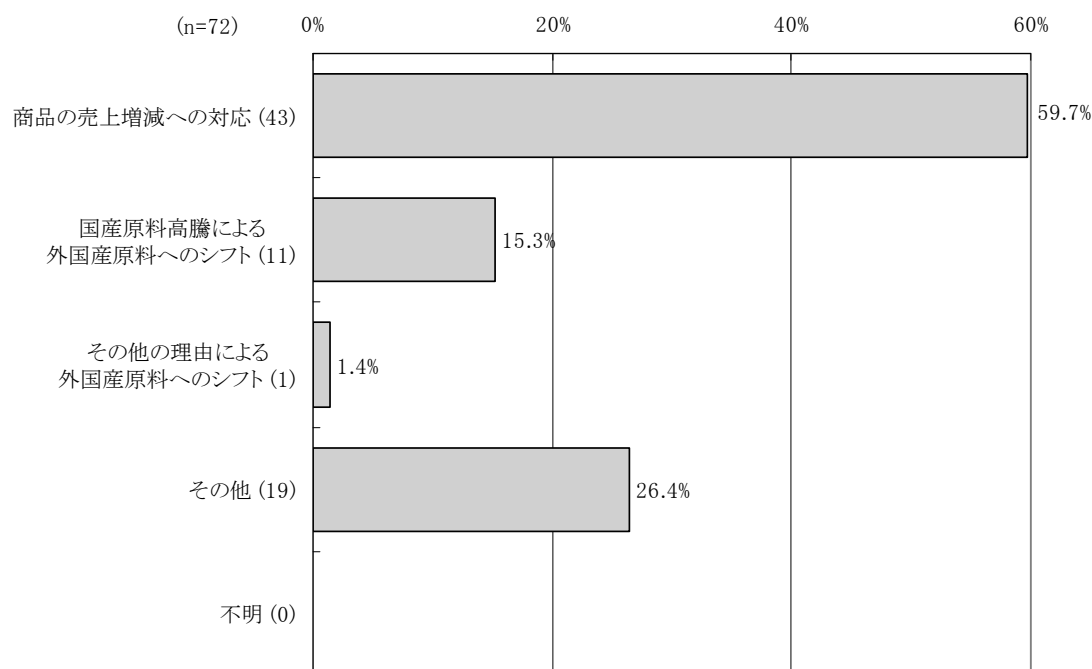


図 4.4-4 平成 21 年度の国産原料仕入金額が減りそう理由（複数回答）

表 4.4-5 平成 21 年度の国産原料仕入金額が減りそう理由（業種別、複数回答）

	商品の売上増減への対応	外国産原料高騰による国産原料へのシフト	国産原料高騰による外国産原料へのシフト	その他	不明
計 (n=72)	59.7%	1.4%	15.3%	26.4%	0.0%
畜産食料品 (n=9)	88.9%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%
水産食料品 (n=14)	57.1%	7.1%	7.1%	35.7%	0.0%
農産食料品 (n=6)	50.0%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%
調味料 (n=6)	83.3%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%
精穀・製粉 (n=2)	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
パン・菓子 (n=7)	42.9%	0.0%	42.9%	28.6%	0.0%
その他の食料品 (n=16)	43.8%	0.0%	25.0%	37.5%	0.0%
清涼飲料 (n=3)	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%
酒類 (n=7)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

「その他の理由による外国産原料へのシフト」としては、「生産量の減少」があげられた。表 4.4-6 には業種別に理由をまとめた。

表 4.4-6 「その他の理由による外国産原料へのシフト」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
精穀・製粉	1	生産量の減少	・収穫量の大幅減少

その他として、「原料や製品の在庫調整」（5 件）、「原料価格の下落」（4 件）、「景気の影響」（3 件）などがあげられた。表 4.4-7 には業種別に理由をまとめた。

表 4.4-7 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	1	原料価格の下落	・原料相場下落
水産食料品	3	原料価格の下落	・成育良好により、原料費安 ・外国産原料の値下げ
	1	在庫調整	・在庫調整
	1	原料の取扱減少	・秋刀魚の取扱減
農産食料品	1	原料の減少	・値段は 20 年度と同じだが、不作のため量が減った。
	1	景気の影響	・計画時予想から円高に振られているため
調味料	1	在庫調整	・20 年末の在庫が多いため
パン・菓子	2	販売	・インフルエンザによる売上高の減少
その他の食料品	2	在庫調整	・2008 年度の調達量が多く調整するため
	2	景気の影響	・環境の変化
	1	原料の減少	・天候不順による原料不足
	1	原料価格の上昇	・商品相場であるため仕入価格の上昇
清涼飲料	1	在庫調整	・国産果汁過剰在庫による調整

参考：食品の売上高が「大きく減りそう」な理由

食品の売上高が平成 21 年度に「大きく減りそう」な理由としては、「既存の販売先での需要の変化」を挙げる企業が最も多く、52.8%であった。

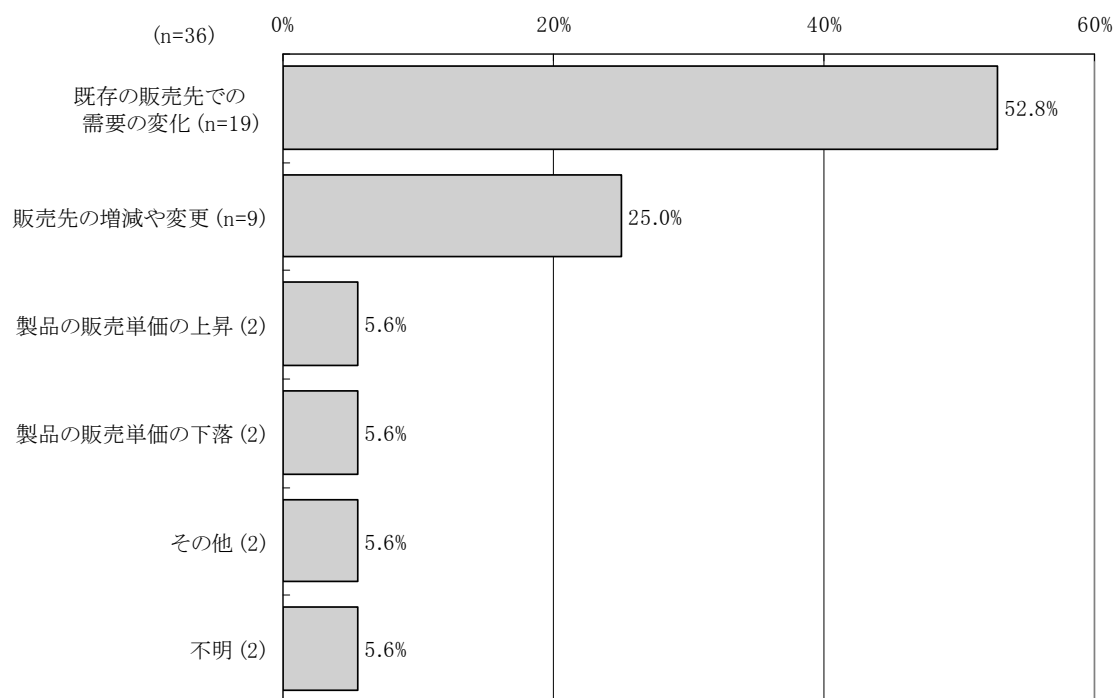


図 4.4-5 平成 21 年度の食品の売上高が大きく減りそう理由（複数回答）

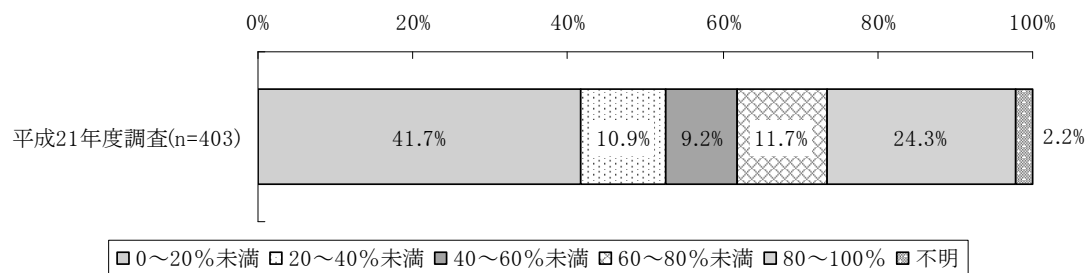
その他として、「景気の影響」(5件)、インフルエンザの影響や気候など「環境」(2件)に由来する理由など、様々な理由があげられた。表 4.4-8 には業種別に理由をまとめた。

表 4.4-8 「その他」の具体的な理由(業種別)

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	1	販売	・相場安
	1	社内事情	・営業部門の譲渡によるもの
水産食料品	1	景気の影響	・海外金融不安、円高
	1	販売	・中国産が増加し国産のみの売上のため、当社の売上が減少する予想
農産食料品	2	景気の影響	・リーマンショック以来の不景気 ・円高の予想
パン・菓子	1	社内事情	・分社化のため
	1	環境	・インフルエンザの影響
その他の食料品	3	販売	・消費者の買い控え ・アイテムカット ・低価格競争により
	1	景気の影響	・不景気による
	1	環境	・気候の変異
酒類	1	景気の影響	・不景気
	1	販売	・清酒ばなれ

4.5 国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合

平成 20 年度の国産原料仕入数量のうち、地場産原料の使用割合が「0～20%」の企業は 41.7%と多い一方で、「80～100%」の企業は 24.3%と少ない。



注) 平成 20 年度に国産原料仕入実績のある事業者を対象とした質問。

図 4.5-1 国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合

4.5.1 地域別

北海道、九州、東北では、地場産原料を使う割合の高い企業が多く、東海・近畿・北陸では、地場産原料を使う割合の低い企業が多い。

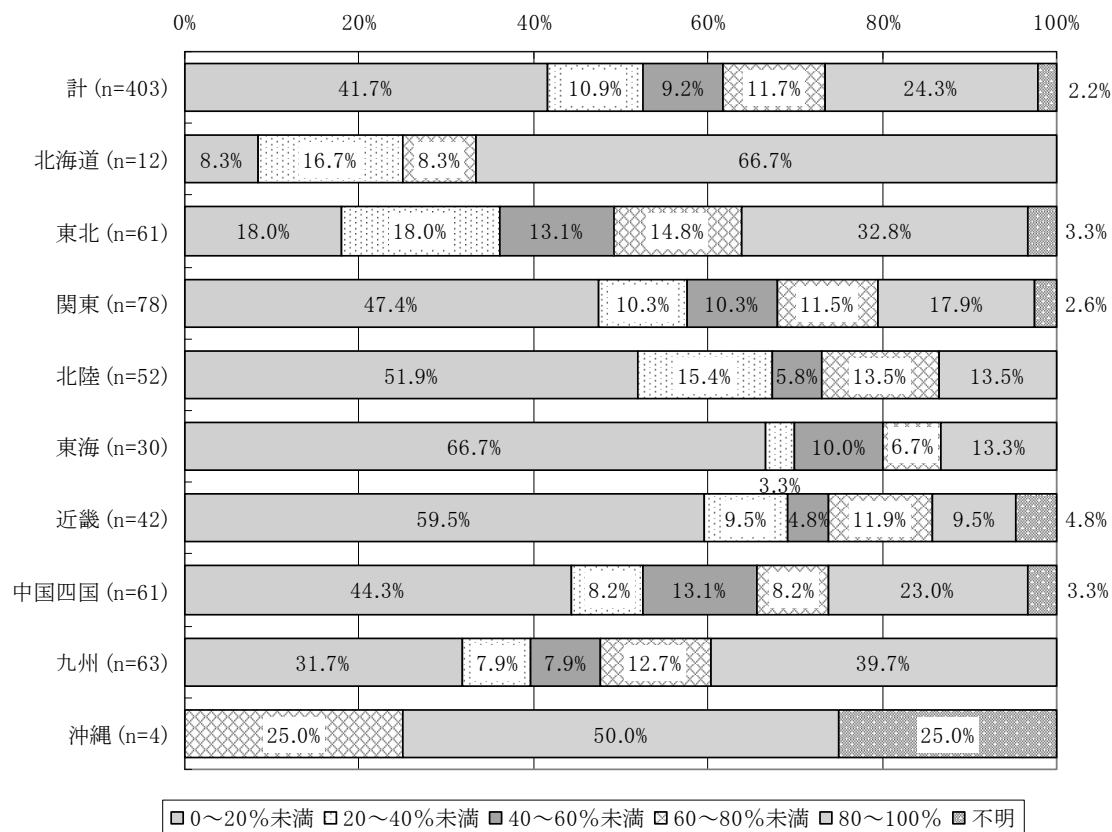


図 4.5-2 国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合（地域別）

4.5.2 業種別

地場産原料の使用割合が「80～100%」の企業は、「清涼飲料」で 53.8%、「畜産食料品」で 37.1%、「農産食料品」で 35.7%と多い一方で、「調味料」「その他の食料品」「パン・菓子」などのメーカーで少なかった。

「清涼飲料」「畜産食料品」「農産食料品」のメーカーは、特定少数の農産物・畜産物を原料とするメーカーが多く、もともと地域の生産者との取引関係を持っている場合が多かったと考えられる。

一方、多様な種類の原料を用いる食品メーカーは、国産原料に占める地場産原料の利用割合が低い傾向が見られる。今後、地場産原料の生産者との連携を強化したり、消費者に地場産原料を利用していることを訴求したりすることにより、ビジネスチャンスを得やすいのではないかと考えられる。

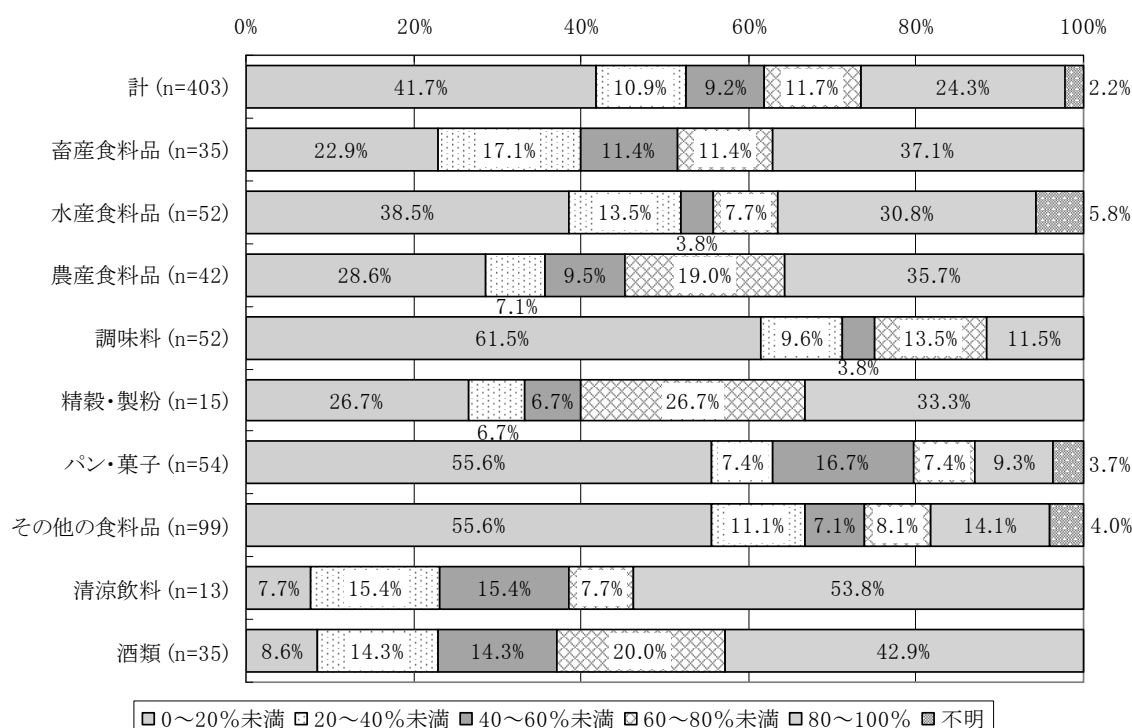


図 4.5-3 国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合（業種別）

4. 5. 3 総売上高規模別

規模の小さい企業ほど、地場産原料の利用割合は大きい傾向がある。

地域内の生産者と食品製造との連携を、小規模なメーカーが担っていると言える。また、小規模メーカーにとって、地場産原料の利用が経営上の大きな資源になっている場合が多いとも言える。

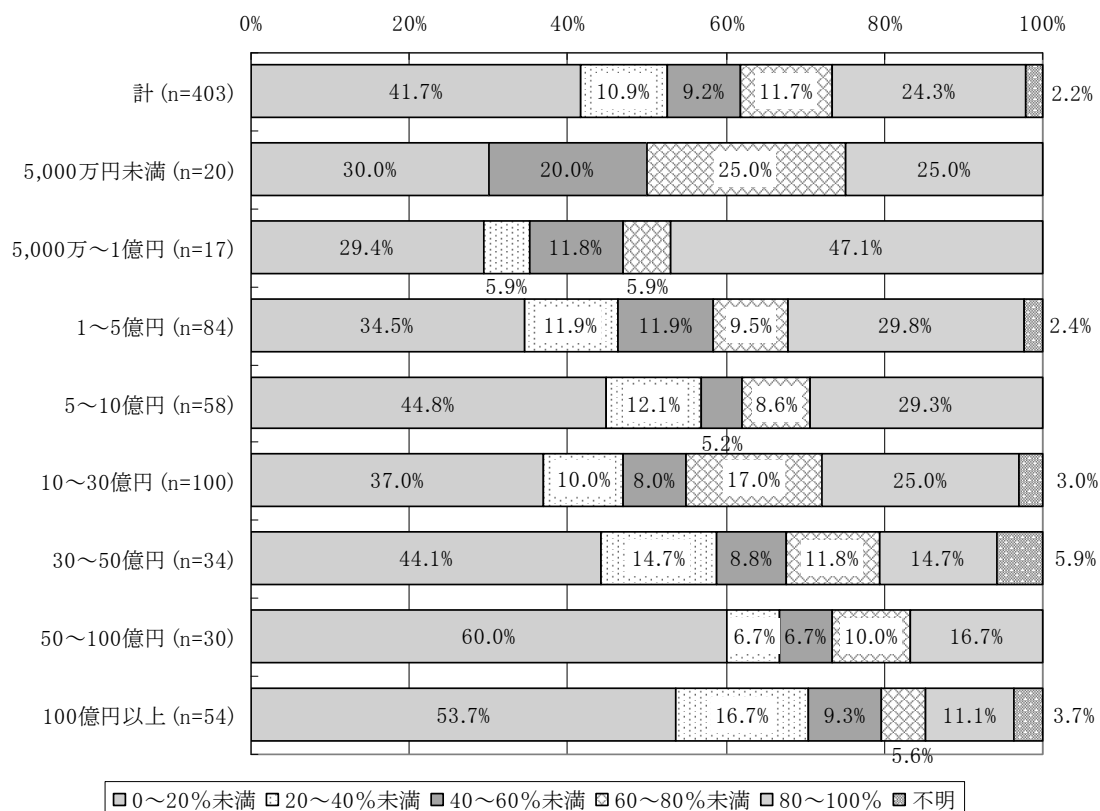


図 4. 5-4 国産原料仕入数量のうち地場産原料の使用割合（総売上高規模別）

4.6 国産原料の生産者に対する生産工程についての提案や要請

平成 20 年度の実績として国産農畜水産物原料の仕入があった事業者国産原料の生産者に対する提案や要請についてたずねたところ、「特に行っていない」が最も多く 42.4%であった。提案や要請を行っている中で最も多かったのが、「取引の規格を提示し、それを満たすことを要請している」(25.1%)で、次いで「直接現地で、品質の改善や規格変更の提案・要請をしている」(15.1%)であった。

その他として、「栽培管理」(4 件)などがあげられた。具体的な内容は、表 4.6 にまとめたとおりである。

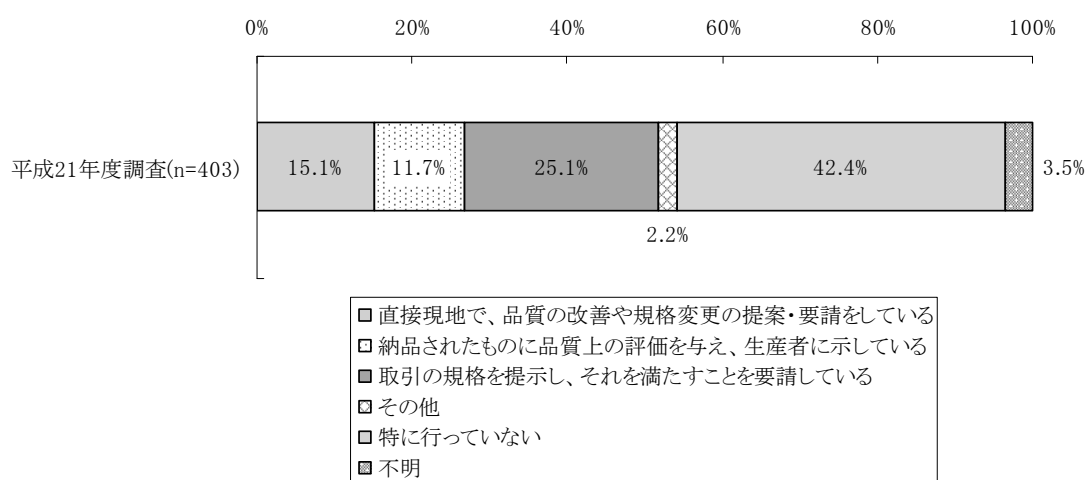


図 4.6-1 国産原料の生産者に対する生産工程についての提案や要請

表 4.6 国産原料の生産者に対する生産工程についての提案や要請の具体的な内容

カテゴリ	件数	内容
栽培指導	4	・契約栽培による生産指導 ・栽培を奨励。決算時良好の場合、別途(仕入単価を)奨励金を支給している
原料の自社調達	3	・自社農園で栽培 ・自社産を主に使用
原料へのトレーサビリティ	2	・トレース管理 ・国産米のトレーシングが出来るようにする
農薬管理	2	・一部の原料について無農薬栽培であることを確認 ・ポジティブリストに対応する農薬管理の指導
資材の提供	2	・新品種の提供 ・初心者には苗、肥料を無料で提供
指導の依頼	2	・仕入先の指導にゆだねる(種子の販売業者) ・生産者に直接話すことはないが、帳合先に依頼
共同研究	1	・原材料の養殖を提案、共同研究

4. 6. 1 地場産原料の利用割合別

地場産原料の利用割合の高い企業ほど、生産者に対する提案や要請を行っている。
地場産原料の利用のほうが、生産者との緊密な関係が構築されやすいと考えられる。

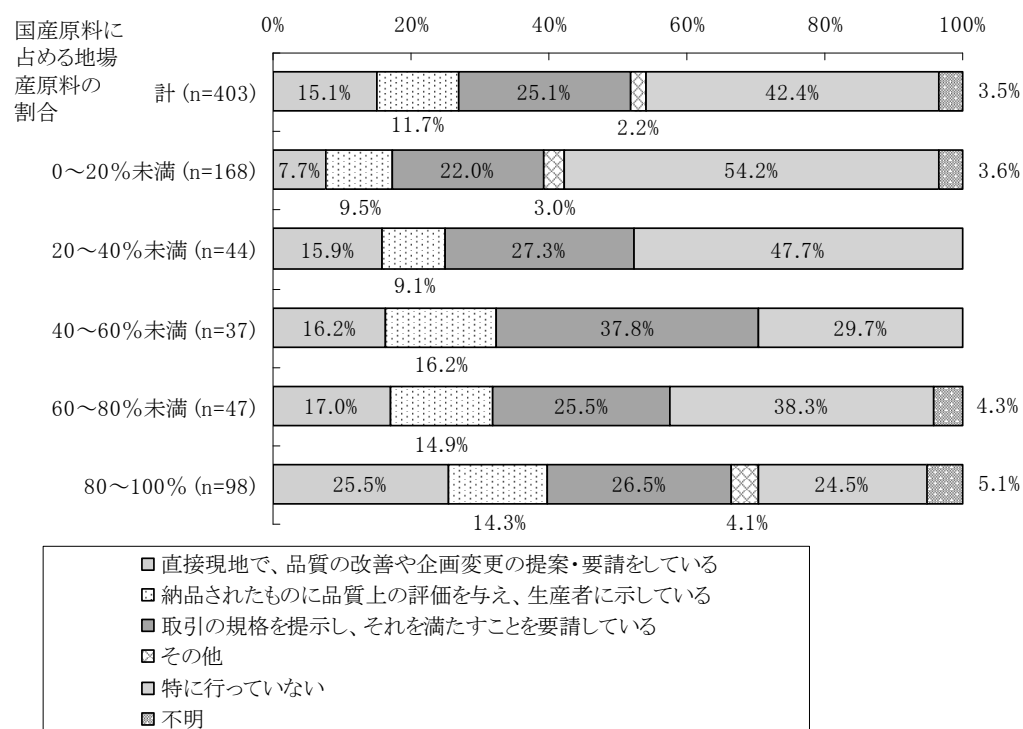


図 4. 6-2 国産原料の生産者に対する生産工程についての提案や要請(地場産原料利用割合別)

5. 集計結果(4) 契約取引の調達状況

5.1 契約取引の実施状況

現在、各企業が利用している原料の一部（又は全て）を国内農業者等との「契約取引」により調達しているかどうかについて尋ねた。なお、ここでいう「契約取引」とは、「自ら又は仲介業者を介して特定の農家、農協などから価格、数量、規格などについて特別の約束の下に国内産地から農産物などを調達している状況を指すこと」としている。

契約取引により「20年度も、21年度も調達している」企業は45.0%であり、「平成21年度からは調達している」の1.8%を加えると、約47%が国内農業者等との契約取引を行っている。一方、21年度から契約取引による調達をしていない企業は0.5%だけであった。

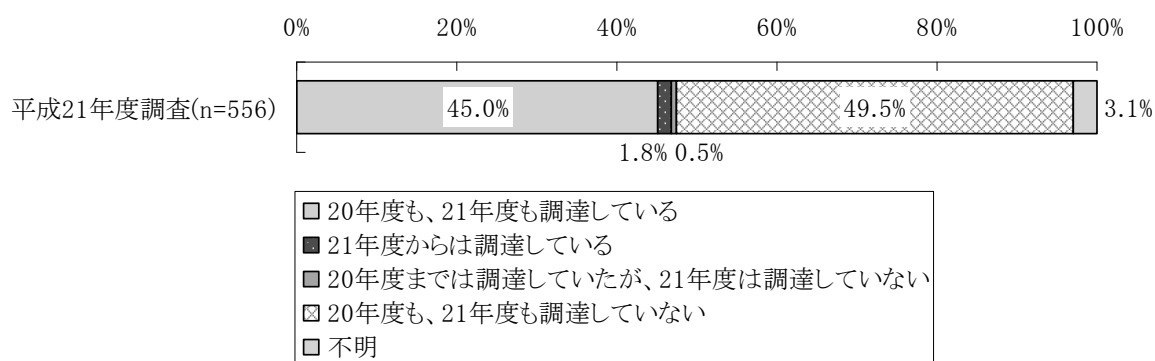


図 5.1-1 国内農業者等との契約取引の実施状況

5.1.1 地域別

地域別の集計をみると、19 年度も、20 年度も契約取引により調達しているのが最も高いのは、北海道で 78.6%となっており、次いで九州が 52.9%となっている。一方、最も低いのは北陸の 33.8%、次いで東海が 38.6%となっている。

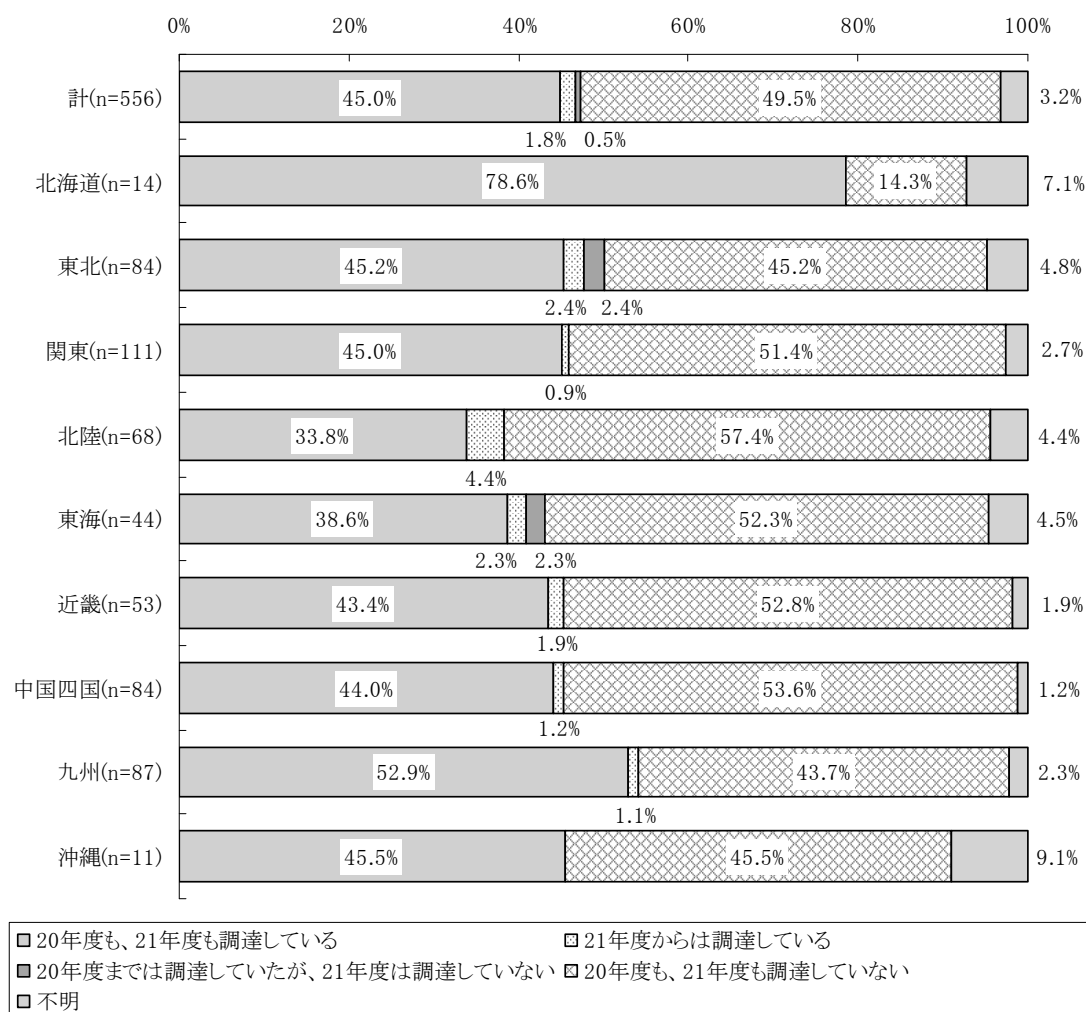


図 5.1-2 国内農業者等との契約取引の実施状況（地域別）

5. 1. 2 業種別

業種別の集計をみると、20 年度も、21 年度も契約取引により調達しているのが最も高いのは、「酒類」で 79.5%となっており、次いで「精穀・製粉」が 70.0%、「清涼飲料」が 68.8%となっている。一方、最も低いのは「調味料」の 30.0%、次いで「その他の食料品」が 36.2%となっている。「21 年度からは調達している」割合が最も高いのは「清涼飲料」(6.3%)、次いで「調味料」(5.7%) となっている。

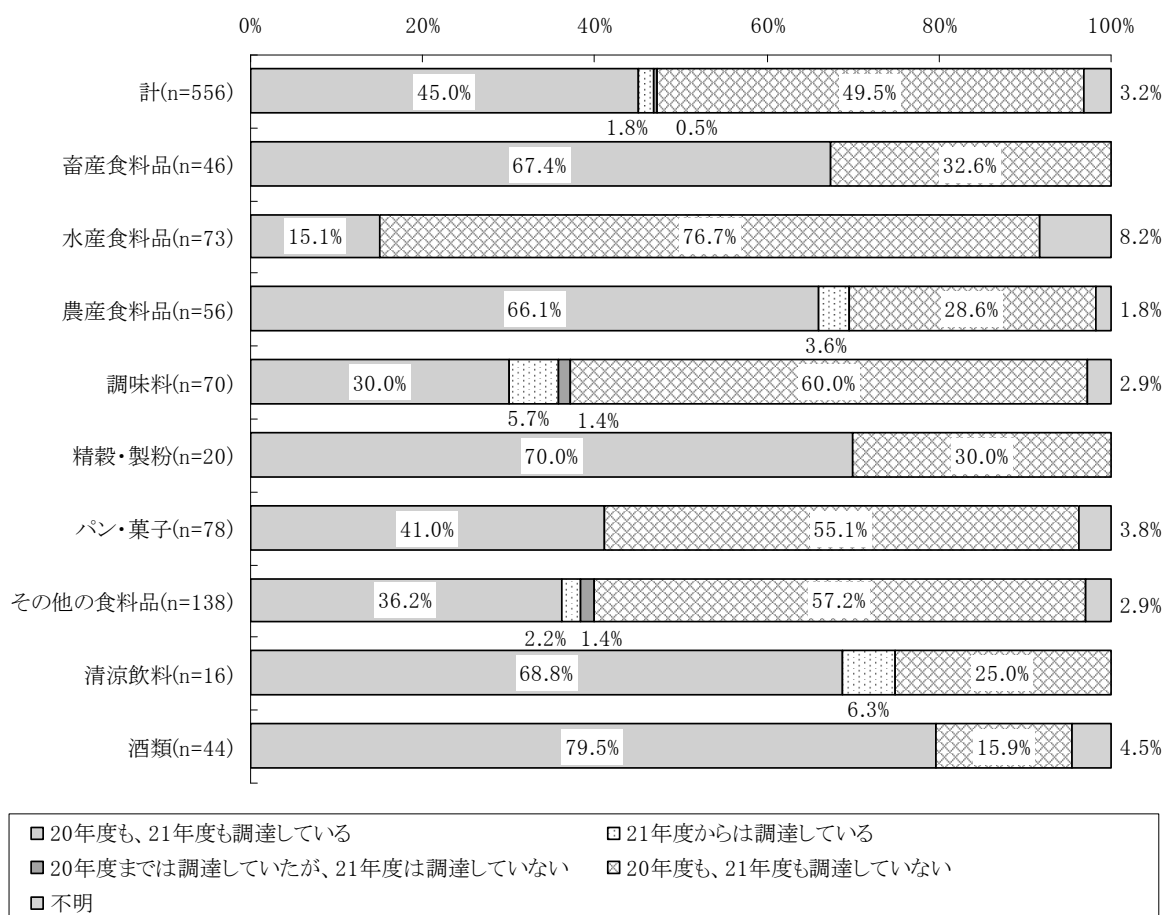


図 5.1-3 国内農業者等との契約取引の実施状況（業種別）

5.1.3 総売上高規模別

総売上高規模別の集計をみると、19年度も、20年度も契約取引により調達しているのが最も高いのは、100億円以上の61.3%となっており、その他は40%代前後となっている。「21年度からは調達している」割合が最も高いのは5～10億円の4.2%となっている。

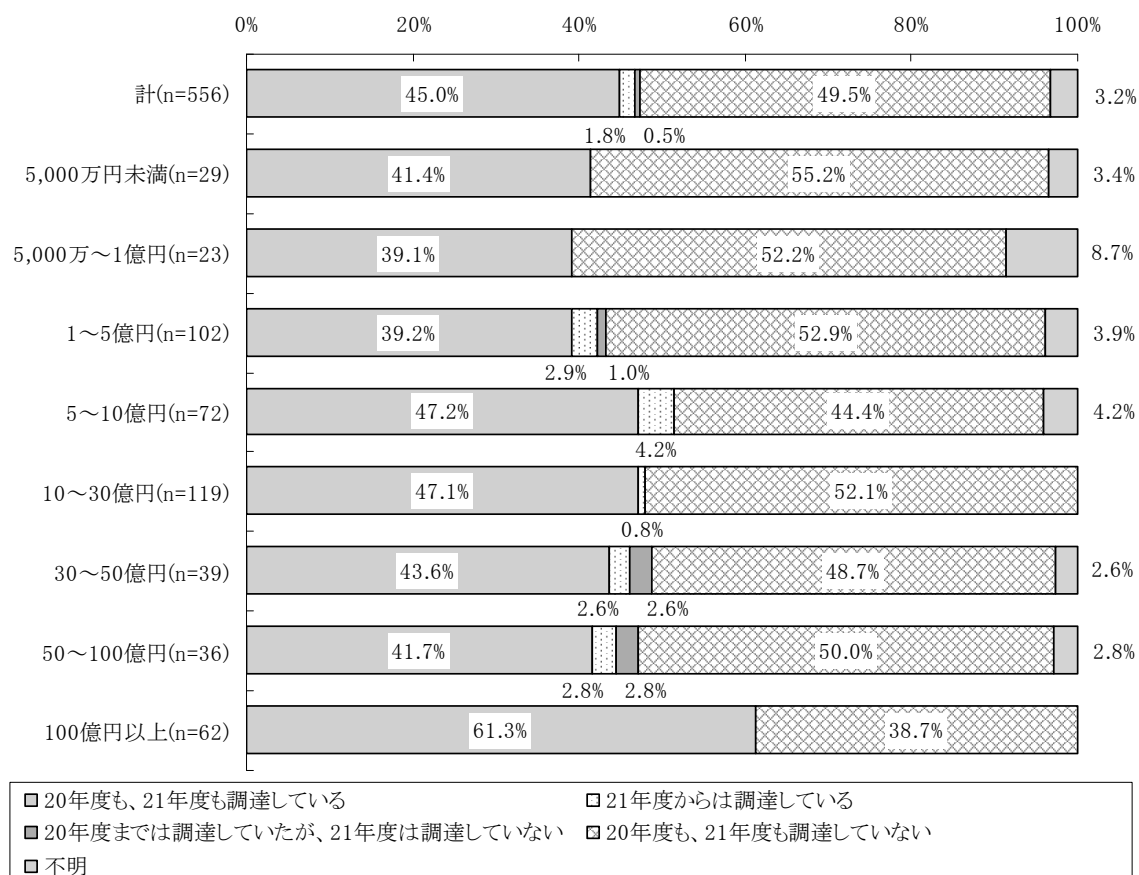


図 5.1-4 国内農業者等との契約取引の実施状況（総売上高規模別）

5. 1. 4 製品の仕向け先別

製品の仕向け先別の集計をみると、20 年度も、21 年度も契約取引により調達している割合は、「一般消費者向け製品が多い」事業者が 47.7%と他より若干高くなっている。

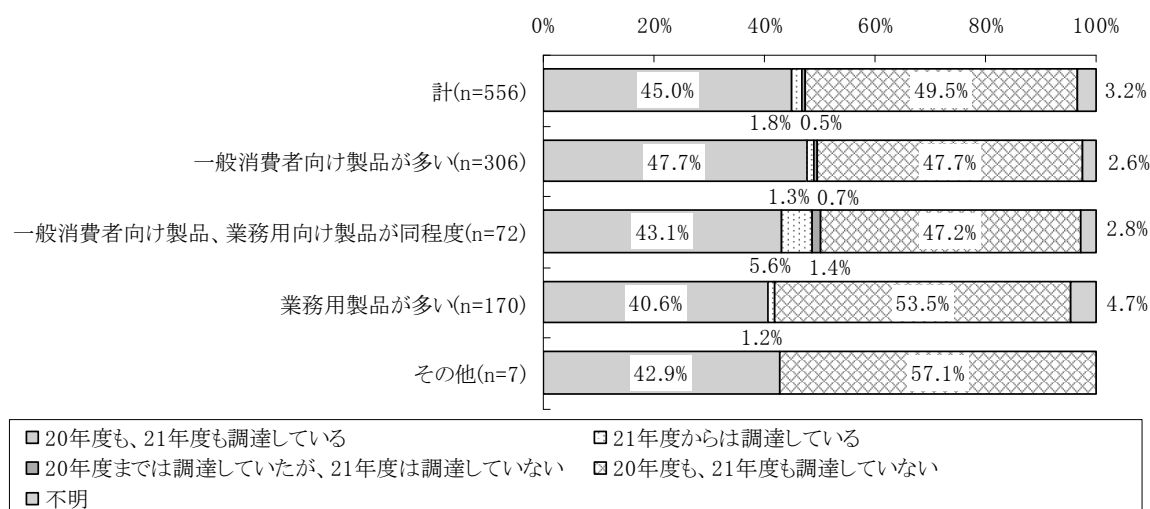


図 5.1-5 国内農業者等との契約取引の実施状況（製品の仕向け先別）

5.1.5 食料産業クラスター事業への参加状況別

食料産業クラスター事業への参加状況別の集計をみると、20年度・21年度とも契約取引により調達している割合は、クラスター事業に参加している企業の方が参加していない企業より高くなっている。特に、クラスター事業に参加している129社のうち、新製品開発を実施している28社は100%契約取引を実施している。

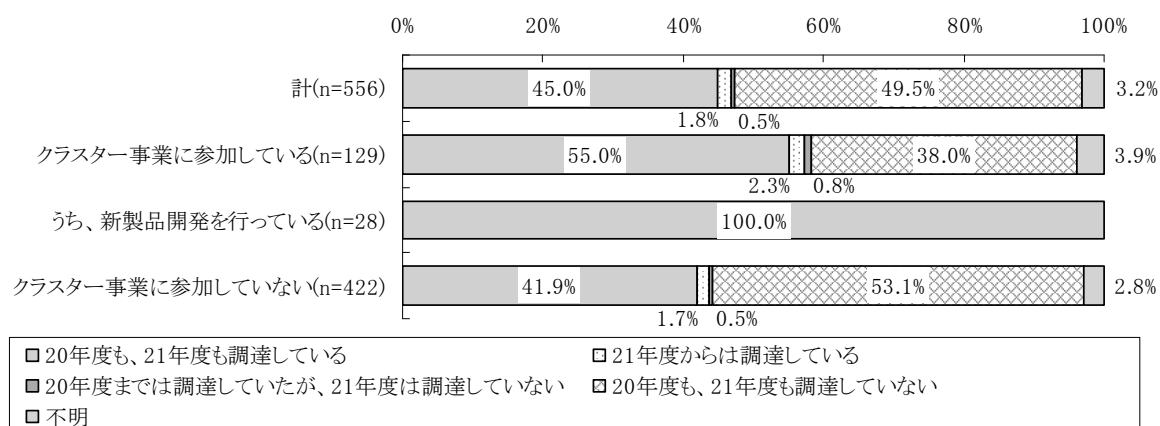


図 5.1-6 国内農業者等との契約取引の実施状況（クラスター事業への参加状況別）

5.2 国産原料仕入に占める契約取引の割合（金額ベース、数量ベース）

平成 21 年度調査（平成 20 年度実績）において、国産原料仕入金額及び仕入数量のうち、「契約取引」により調達している割合について尋ねた。

その結果、金額ベースでは、契約取引の割合は 60.8%、数量ベースでは 84.9%となっている。

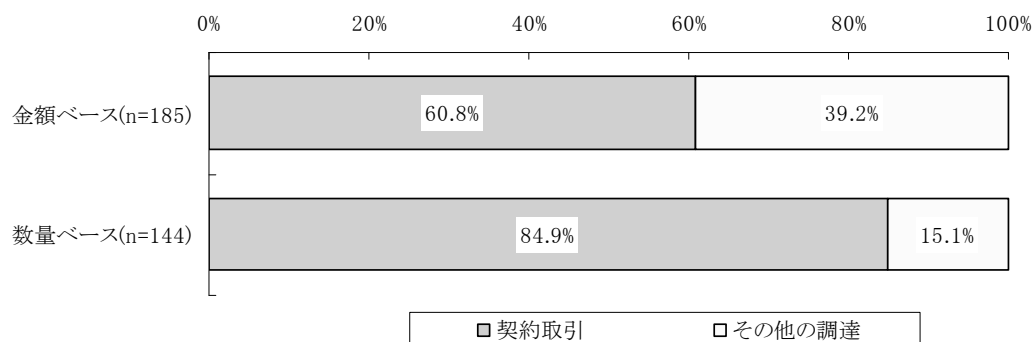


図 5.2-1 国産原料仕入に占める契約取引の割合（金額ベース平均、数量ベース平均）

5. 2. 1 地域別

地域別の集計結果をみると、国産原料に占める契約取引の比率が高いのは、金額ベースでは、回答数の少ない「北海道」(8)、「沖縄」(3)を除くと、中国四国が 85.0%、九州が 69.4%、北陸が 63.5%などとなっている。

数量ベースでは、やはり回答数の少ない「北海道」(6)、「沖縄」(2)を除くと、中国四国(98.1%)が最も高く、次いで九州(83.9%)となっている。

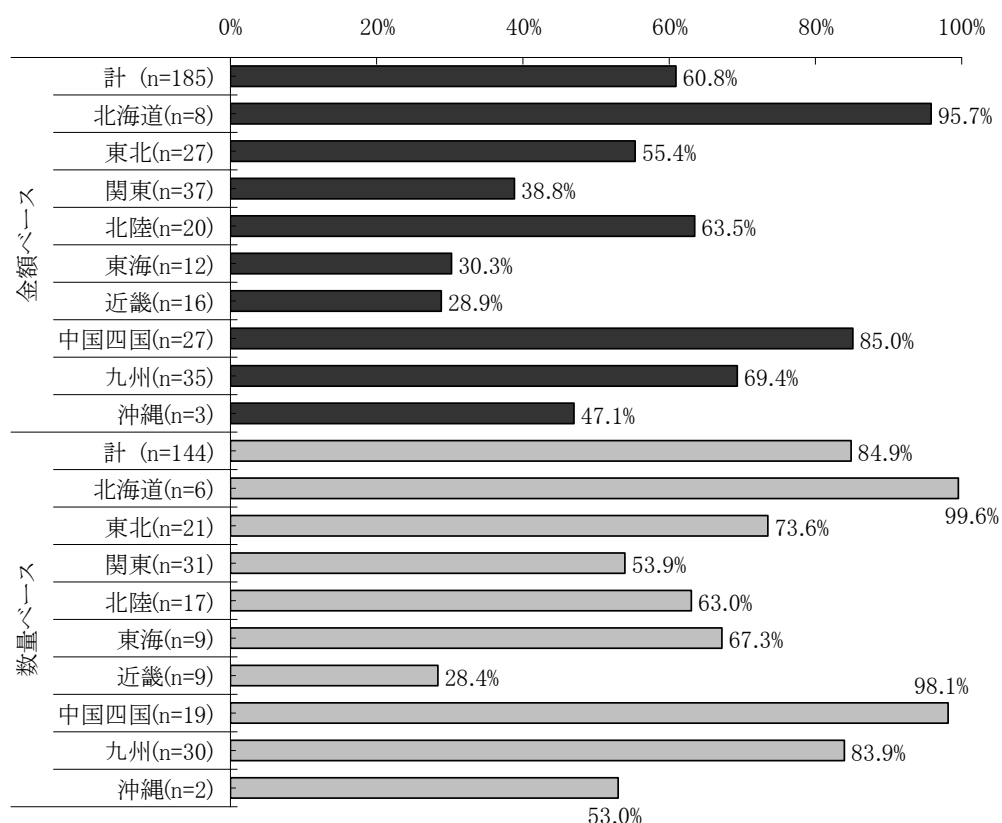


図 5.2-2 国産原料仕入に占める契約取引の割合（地域別）

5. 2. 2 業種別

業種別の集計結果をみると、国産原料に占める契約取引の比率が高いのは、金額ベースでは、回答数の少ない「水産食料品」(7)、「精穀・製粉」(8)を除くと、「農産食料品」(90.5%)が最も多かった。

数量ベースでは、やはり回答数の少ない「水産食料品」(3)を除くと、「畜産食料品」(94.5%)が最も高くなっている。

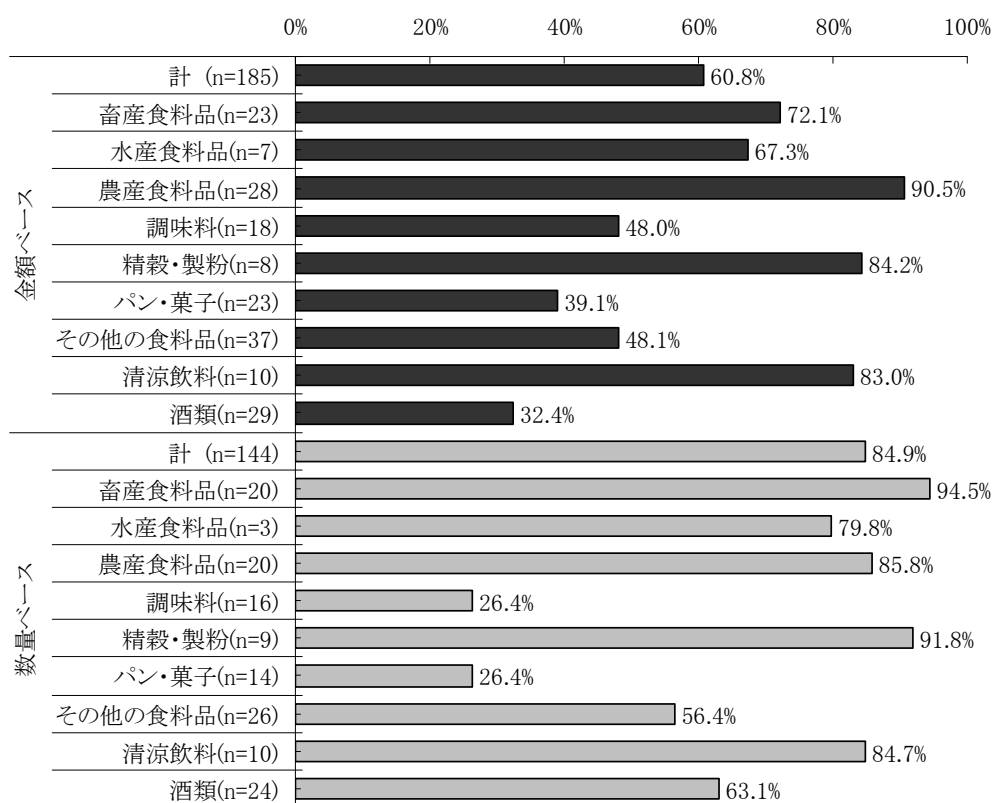


図 5. 2-3 国産原料仕入に占める契約取引の割合（業種別）

5. 2. 3 総売上高規模別

総売上高規模別の集計結果をみると、国産原料に占める契約取引の比率が高いのは、金額ベースでは、1～5億円が74.2%、5～10億円が72.1%などとなっている。

数量ベースでは、100億円以上（86.9%）が最も高く、次いで50～100億円、5～10億円（80.1%）となっている。

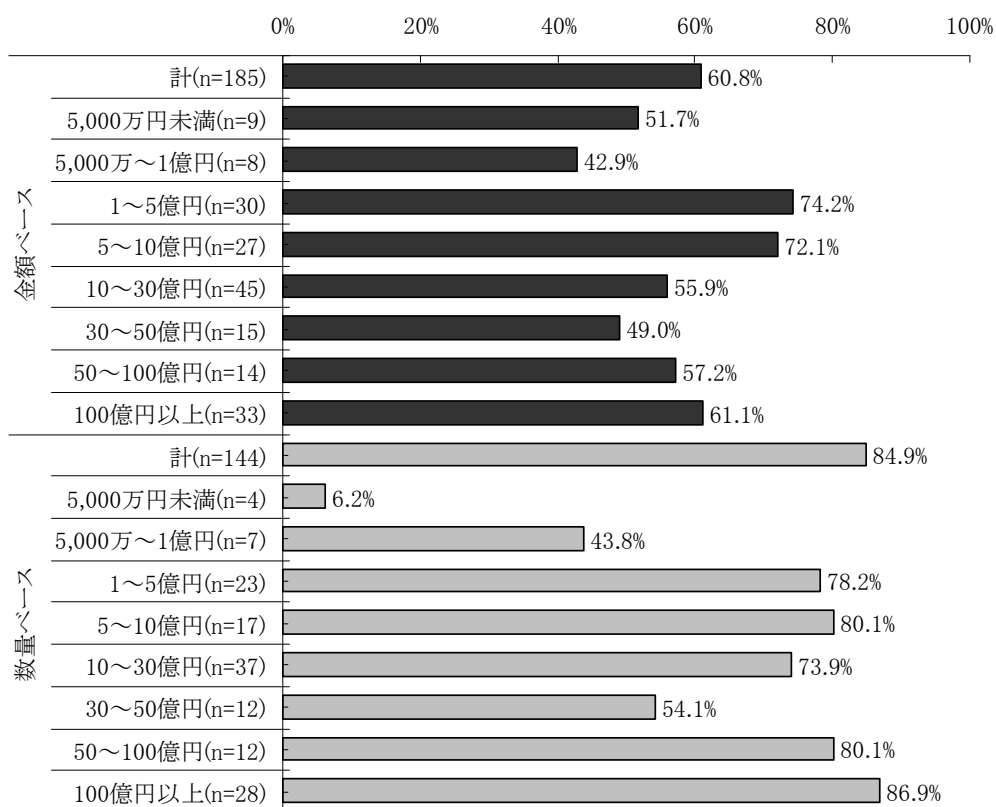


図 5.2-4 国産原料仕入に占める契約取引の割合（総売上高規模別）

5.2.4 製品の仕向け先別

製品の仕向け先別の集計結果をみると、国産原料に占める契約取引の比率が高いのは、金額ベース、数量ベースともに「業務用製品が多い」企業で、金額ベースで85.2%、数量ベースで96.5%であった。

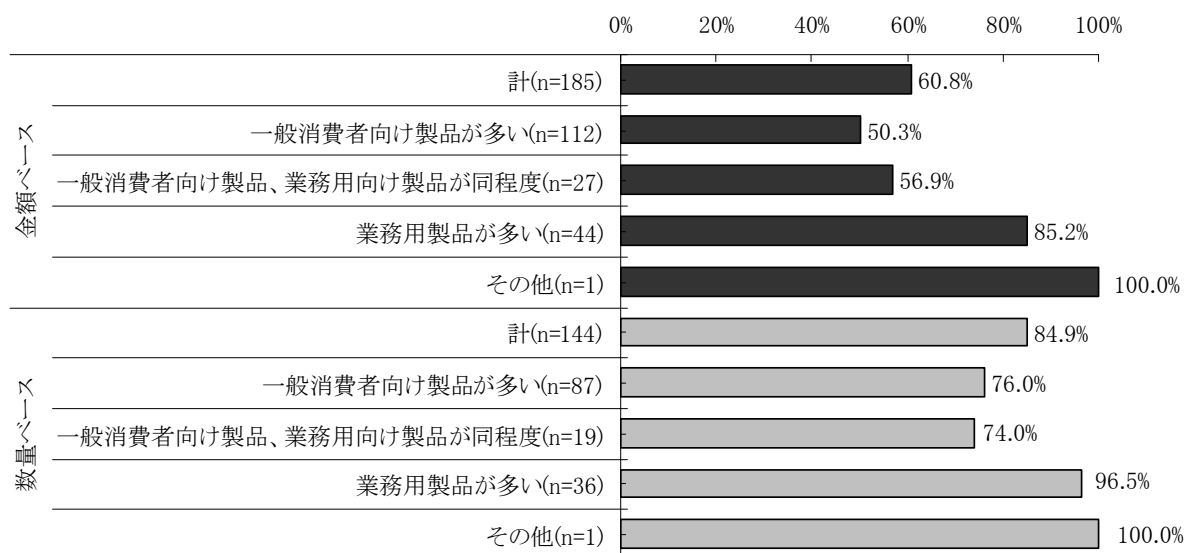


図 5.2-5 国産原料仕入に占める契約取引の割合（製品の仕向け先別）

5.2.5 食料産業クラスター事業への参加状況別

食料産業クラスター事業への参加状況別の集計結果をみると、国産原料に占める契約取引の比率が最も高いのは、金額ベースでクラスター事業に参加している企業の中で新製品開発を実施している企業（86.2%）であった。

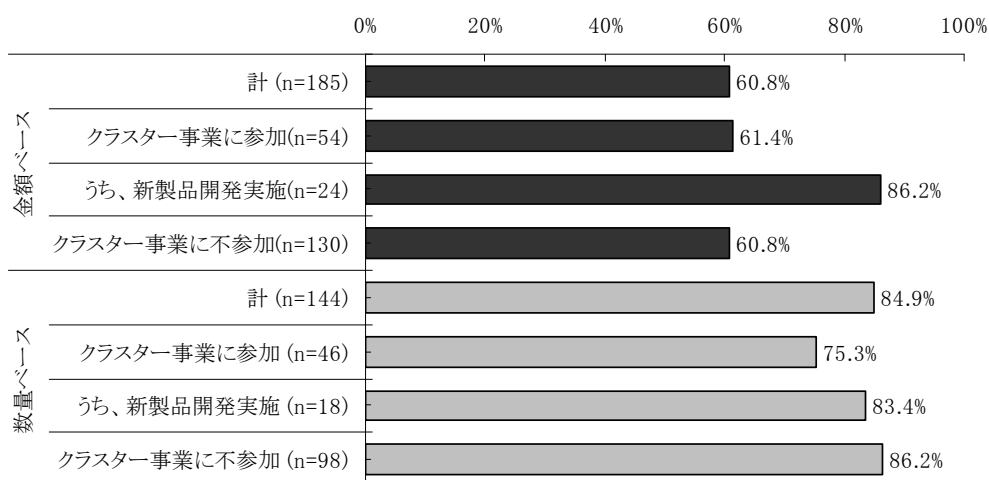


図 5.2-6 国産原料仕入に占める契約取引の割合（クラスター事業への参加状況別）

5.3 契約取引により調達している原料

自社で利用している原料の一部（又は全て）を国内農業者等との契約取引により調達していると回答した企業に対し、契約取引により調達している原料を尋ねた。

平成21年度調査において、契約取引により調達している原料としては、「米」と「野菜」と回答した企業が最も多く、事業者全体（253社）のうち30.4%となっている。次いで、「果実」（19.4%）、「大豆」「肉類」（10.3%）となっている。

表 5.3-1 契約取引により調達している原料（複数回答）

	平成19年度調査 回答割合(n=214)	平成20年度調査 回答割合(n=259)	平成21年度調査 回答割合(n=253)
米	33.6%	20.5%	30.4%
麦類	10.3%	6.2%	9.1%
大豆	16.8%	10.0%	10.3%
その他豆類	3.7%	4.6%	5.1%
野菜	29.0%	23.2%	30.4%
果実	20.1%	14.3%	19.4%
肉類	8.4%	2.7%	10.3%
鶏卵	7.5%	3.9%	7.1%
生乳	5.6%	3.9%	7.5%
水産物	—	3.5%	6.3%
その他	19.6%	7.3%	10.3%

5.3.1 契約取引数量

契約取引により調達している原料で、最も契約取引数量が多いのは「生乳」(937,954t)で、次いで、「米」(386,369 t)、「野菜」(175,245t)となっている。また、1社あたりの平均では、「生乳」(72,150 t)が多くなっている。

表 5.3-2 契約取引数量

	合計 (t)	1企業あたりの平均 (t)
米 (n=64)	386,369	6,037
麦類 (n=20)	88,011	4,401
大豆 (n=22)	5,179	235
その他豆類 (n=9)	1,119	124
野菜 (n=63)	175,245	2,782
果実 (n=40)	58,721	1,468
肉類 (n=20)	55,728	2,786
鶏卵 (n=12)	17,498	1,458
生乳 (n=13)	937,954	72,150
水産物 (n=14)	11,014	787
その他 (n=21)	6,316	301

5.3.2 契約取引数量の増減

平成 20 年度に契約取引により調達した原料について、前年度と比較しての増減を尋ねた。「肉類」(46.2%) が最も多く、次いで「麦類」(34.8%)、「大豆」(34.6%) となった。一方、「生乳」(36.8%) では、減少したとする回答が他の原料に比べて高くなっている。

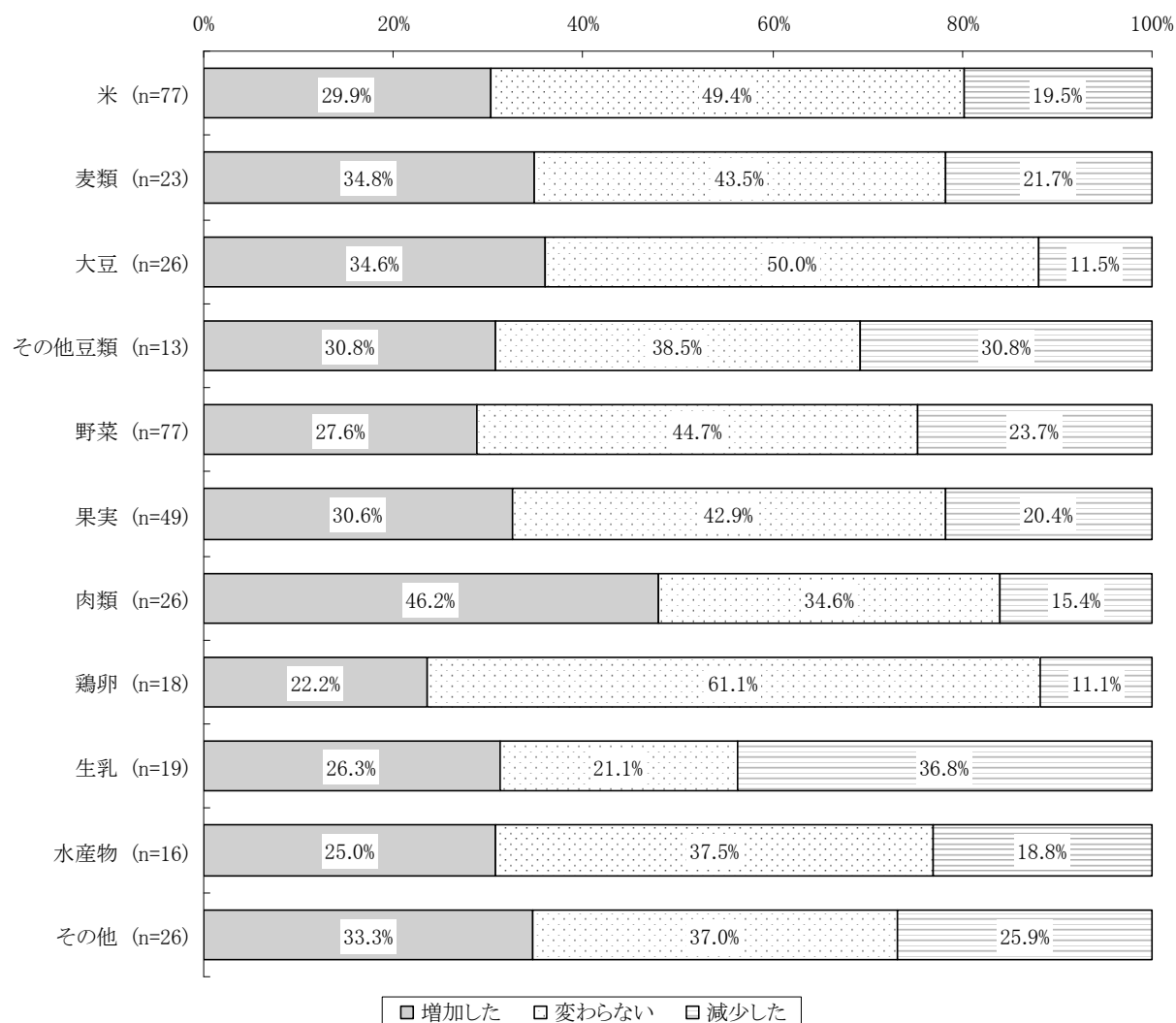


図 5.3-1 契約取引数量の増減

5.3.3 契約取引数量の増減の理由

国産原料を「契約取引」により調達している量が平成 19 年度と比較して「増加した」または「減少した」と回答した事業者に増減の理由を聞き、品目ごとにまとめた。

(1) 米

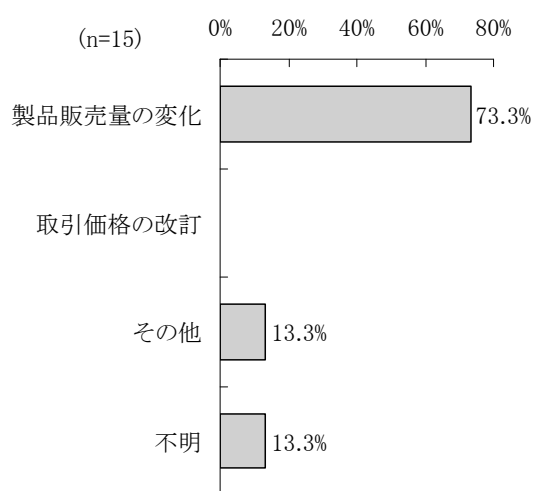
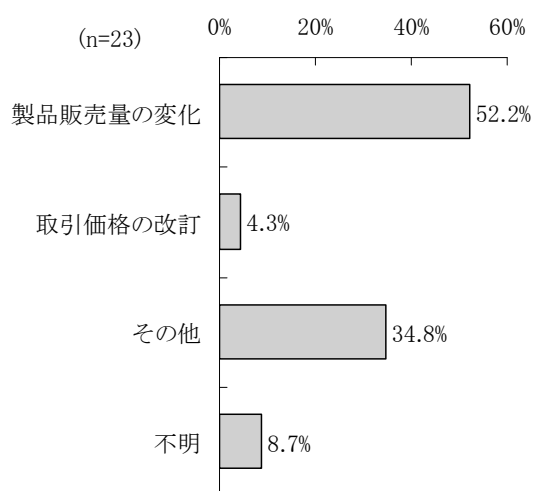


図 5.3-2 米の契約取引数量が増加した理由

図 5.3-3 米の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-3 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・新商品の開発、導入のため(3 件) ・収量が多かったため ・平成 19 年は契約していなかった ・外国産を国産にシフトしつつあるため ・契約農家の増加 ・新たな取り組みとして	・特別栽培のため生産者の負担が大きい

(2) 麦類

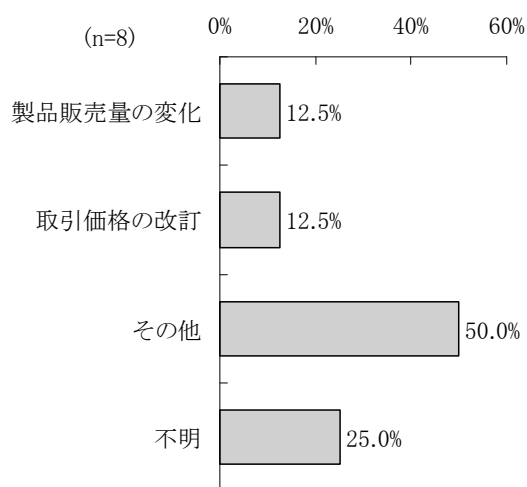


図 5.3-4 麦類の契約取引数量が増加した理由

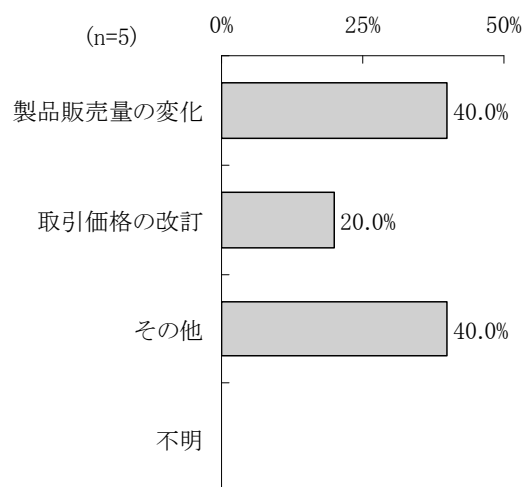


図 5.3-5 麦類の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-4 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・生産者からの要請 ・外国産大麦からのシフト ・契約取引の拡大 ・小麦の作付面積の増加	・播種前契約で申込が多く、落札できなかった ・19 年度分が豊作で購入数量が多くなっており、20 年度購入はほぼ通常に戻ったため

(3) 大豆

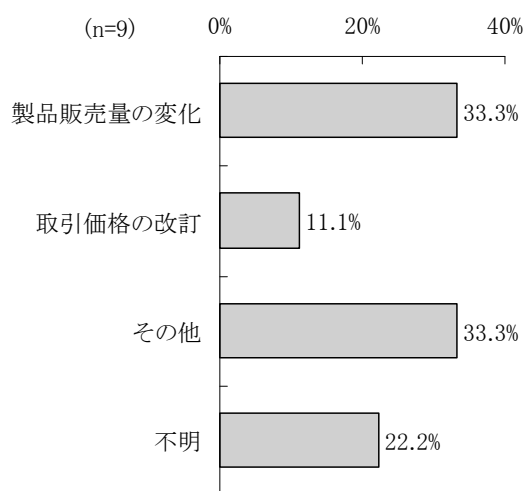


図 5.3-6 大豆の契約取引数量が増加した理由

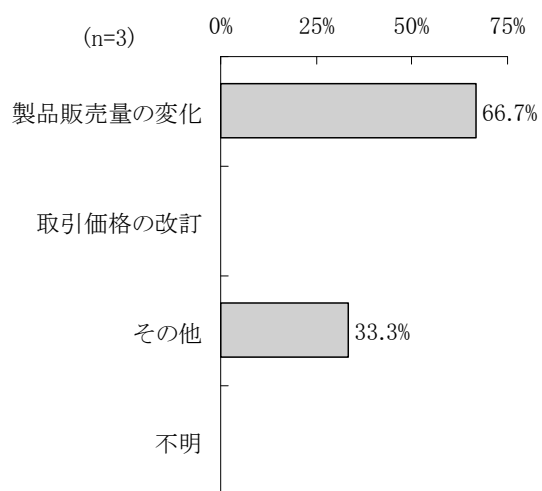


図 5.3-7 大豆の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-5 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・新商品を導入したため ・2007 年度の入札価格が暴騰したため、契約数量を増やした(北海道産スズマル) ・良品質で、数量を満たすため	・経営上の問題

(4) その他の豆類

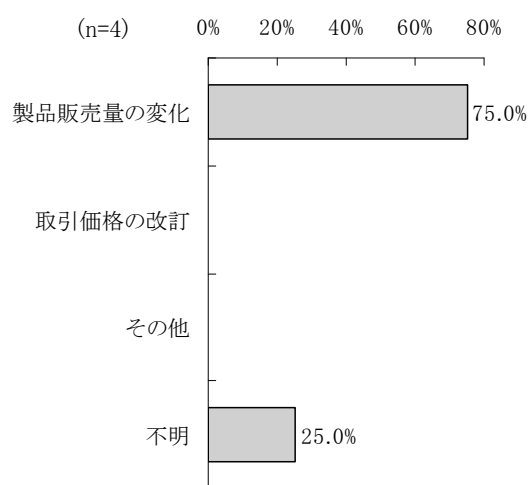


図 5.3-8 その他の豆類の契約取引数量が

増加した理由

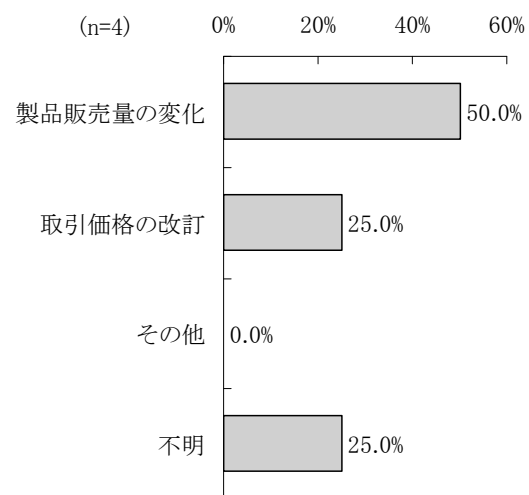


図 5.3 - 9 その他の豆類の契約取引数量が

減少した理由

(5) 野菜

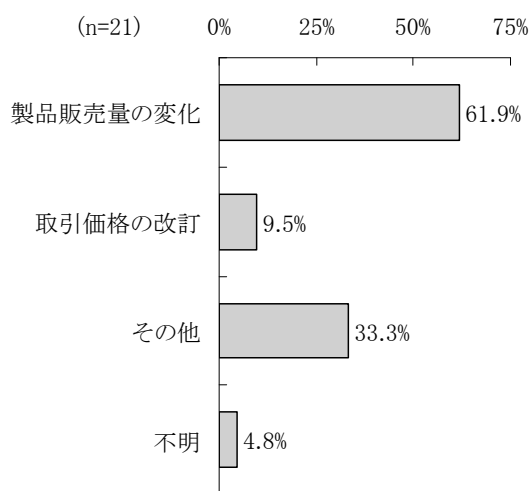


図 5.3-10 野菜の契約取引数量が増加した理由

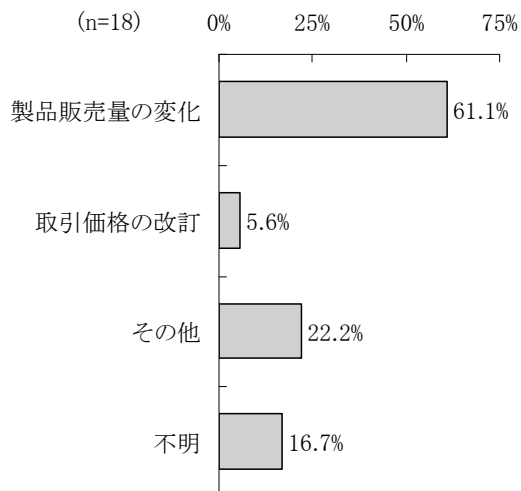


図 5.3-11 野菜の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-6 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・豊作(3件) ・農家との信頼関係構築・向上し、安心して出荷してもらえるようになった。 ・毒ギョーザ事件の発生のため、要望が増加した ・新製品への採用 ・使用量の割合を増やす	・天候不順による不作(2件) ・自社生産量の増加 ・生産農家の減少

(6) 果実

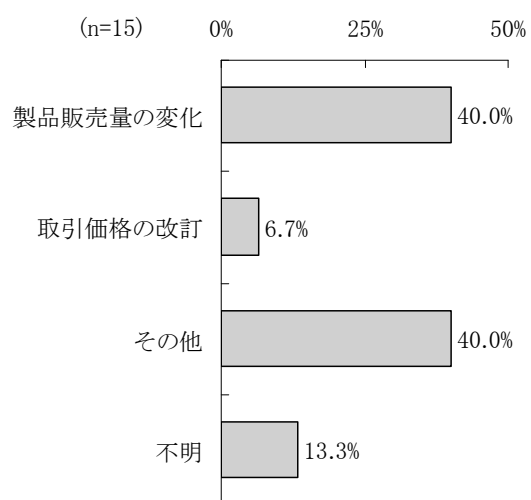


図 5.3-12 果実の契約取引数量が増加した理由

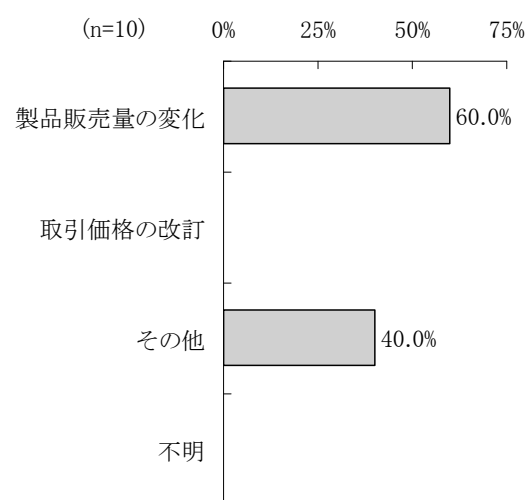


図 5.3-13 果実の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-7 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・豊作のため(2件) ・生産量の増加 ・契約農園の拡大 ・中国製品離れがあったため ・集荷エリアの拡大	・生産量の減少(2件) ・収穫量が少なかったから(2件)

(7) 肉類

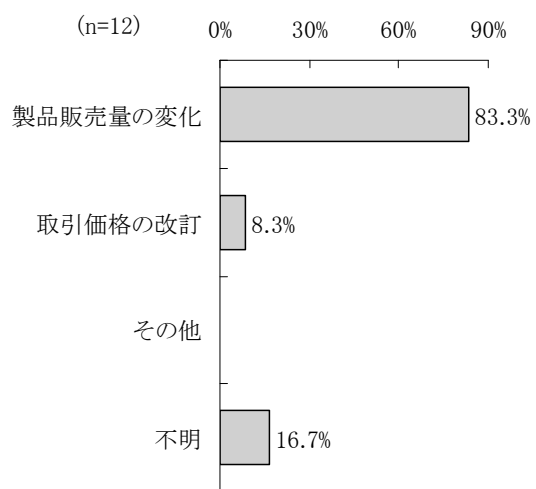


図 5.3-14 肉類の契約取引数量が増加した理由

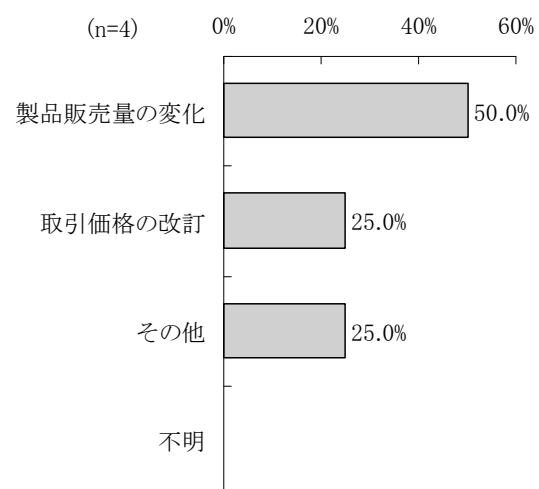


図 5.3-15 肉類の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-8 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
なし	・生産者、飼育羽数の減少

(8) 鶏卵

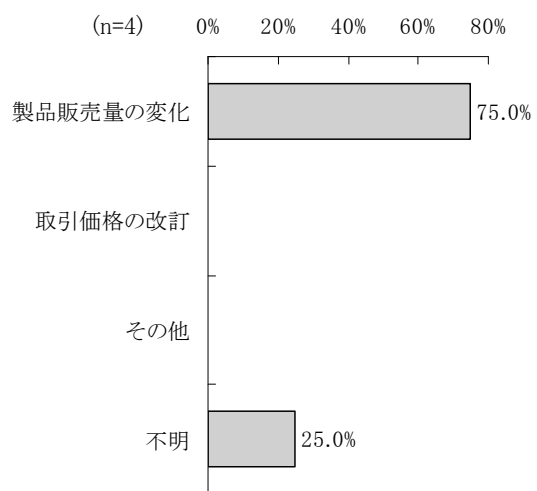


図 5.3-16 鶏卵の契約取引数量が増加した理由

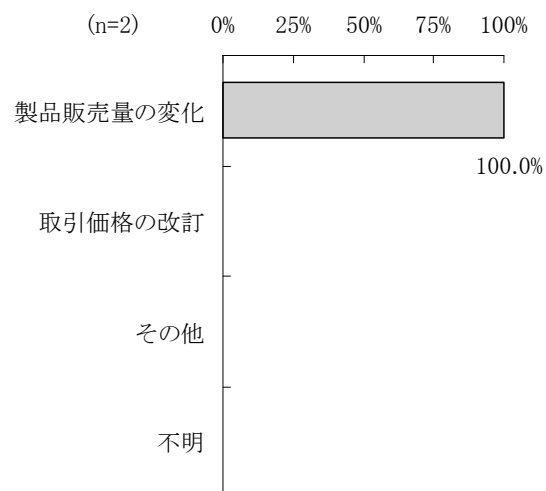


図 5.3-17 鶏卵の契約取引数量が減少した理由

(9) 生乳

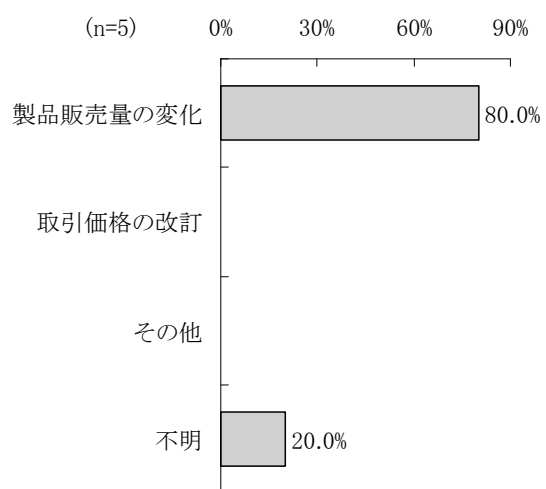


図 5.3-18 生乳の契約取引数量が増加した理由

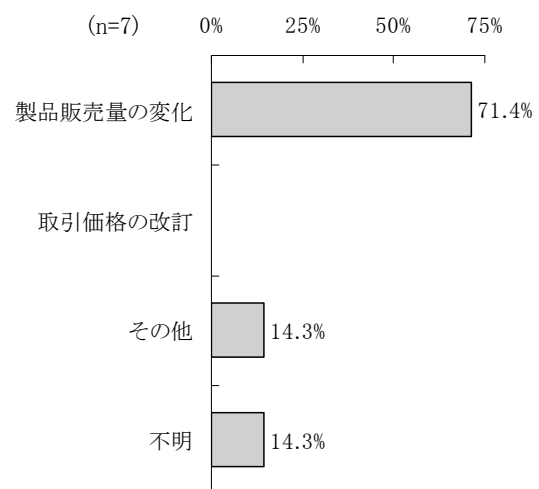


図 5.3-19 生乳の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-9 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
なし	・生乳の不足

(10) 水産物

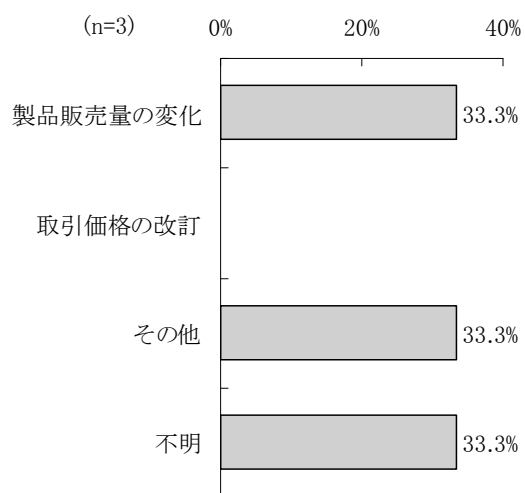
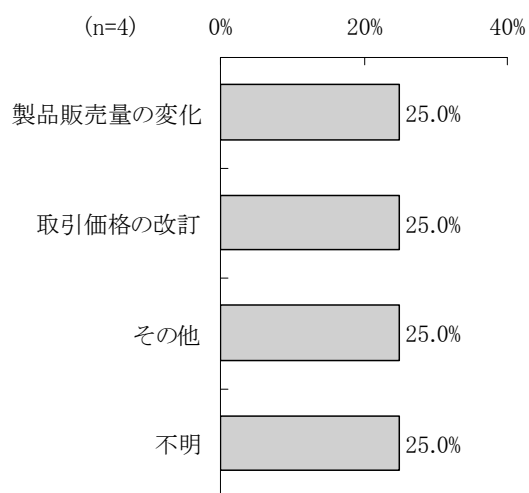


図 5.3-20 水産物の契約取引数量が増加した理由 図 5.3-21 水産物の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-10 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・価格高騰による先買い	・水揚げ量の減少

(11) その他

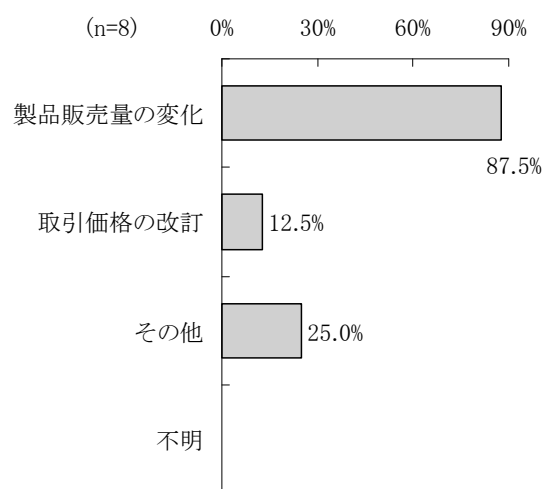


図 5.3-22 その他の契約取引数量が増加した理由

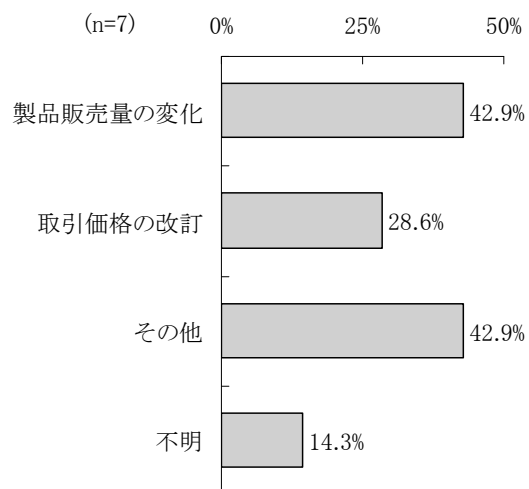


図 5.3-23 その他の契約取引数量が減少した理由

表 5.3-11 その他増減の理由

増加した理由	減少した理由
・販路拡大(2件)	・消費量の減少(2件)
	・在庫調整

6. 輸入原料調達をめぐる環境変化の国産原料調達や契約取引への影響

6.1 輸入原料調達をめぐる環境変化の国産原料調達や契約取引に与えた影響

輸入原料をめぐるのは、この1～2年、穀物の価格高騰、為替相場の変動など、大きな環境変化が生じた。そこで、これらの環境変化が、各社の国産原料調達や契約取引にどのような影響を与えているか、質問した。

「国産原料の調達価格が上昇した」が37.8%と最も多かった。ついで「国産原料の調達割合を増加させた」企業は16.9%であった。「特に影響はない」と回答した企業は38.1%であった。

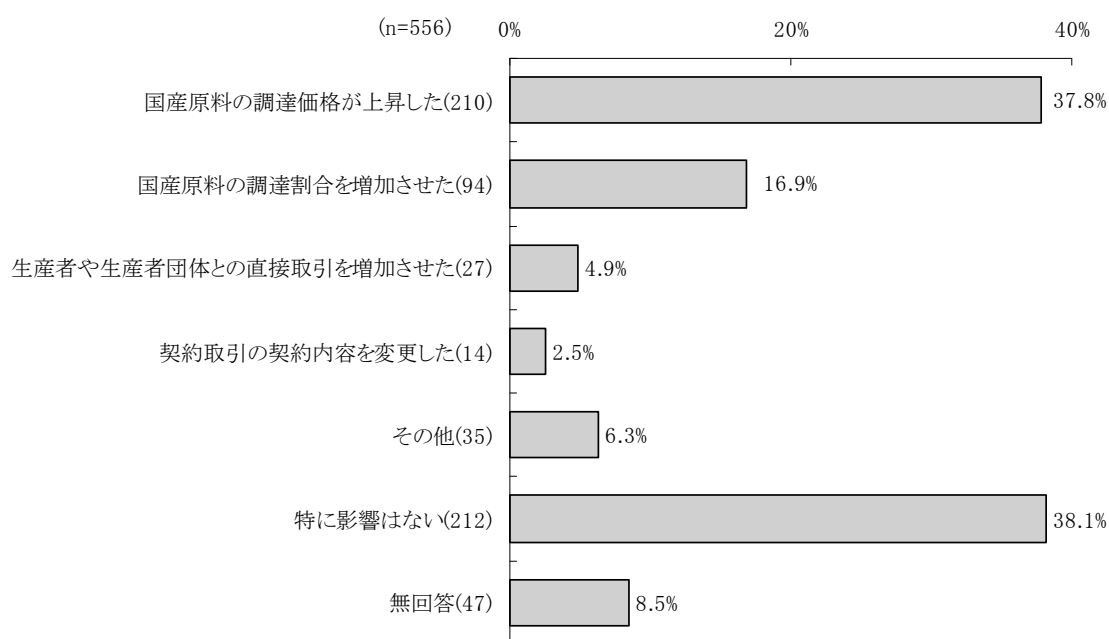


図 6.1 輸入原料調達をめぐる環境変化の国産原料調達や契約取引への影響（複数回答）

契約取引の契約内容を変更した具体的な理由としては、主に「価格調整」（6件）があげられた。表 6.1 では業種別にまとめた。

表 6.1 「契約取引の契約内容を変更した」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	具体的な理由
畜産食料品	1	取引数量の減少	・数量の減少
水産食料品	1	販売	・販売数減
農産食料品	2	価格調整	・価格改定 ・価格を上昇させた
その他の食料品	2	価格調整	・価格の交渉
	1	生産量の減少	・生産者側の生産規模の縮小による納品数量の減少、他の生産者へのシフト、新規取引
	1	契約変更	・年間契約を1回ごとにした
清涼飲料	1	価格調整	・一部価格調整
酒類	1	価格調整	・加算金の廃止

契約取引の契約内容を変更した具体的な理由としては、「外国産原料へのシフト」(5件)、「国産原料へのシフト」(3件)などがあげられた。表 6.2 では業種別にまとめた。

表 6.2 「その他」の具体的な理由（業種別）

業種	件数	カテゴリ	理由
畜産食料品	1	外国産原料へシフト	・国内原料コストの上昇とデフレ傾向で安価な輸入原料の販売数量が一時増加した。今は落ち着いている。
	1	価格	・地方の卸業から総合卸、商社へ仕入先を変更させて調達価格を下げた。
水産食料品	2	販売	・値上がりによる利益の減少
	1	未利用資源活用	・今年度については急激な下落が起こっている ・低利用雑魚あるいはサイズにより価格が暴落する魚の活用を図るための技術を修得した。
農産食料品	1	自社栽培	・自社にて栽培参入
	1	中国産の敬遠	・中国産原料を使用した製品の売上不振
調味料	1	国産原料の不足	・国産加工用米の不足
	2	その他	・今後の状況を見て、判断したい。 ・影響はあるが特に手を打てない、ひたすら我慢
精穀・製粉	1	外国産原料へシフト	・輸入を拡大している
	1	国産原料の不足	・国、県、経済連共にコメの生産奨励ばかりで麦の生産力が減少している近い将来、静岡県は麦の生産力がなくなるのでないか
パン・菓子	2	価格	・変動に対応するのは難しい ・商品の原価に反映する
	1	国産原料へシフト	・今後国産を増やす。農商工連携で補助金が出るので 22 年度に計画している。
	1	国産原料使用減	・国産原料(特にバター)の調達割合を減少させた
	1	外国産原料へシフト	・輸入品にシフト
	1	製品仕様の変更	・海外に由来する原料の割合が多く、国産品では割高のため、配合の調整、商品の内容量の調整により利益を図った。

業種	件数	カテゴリ	理由
その他の食料品	2	国産原料へシフト	・輸入大豆の価格変動と関係なく、消費者の国産志向の高まりにより、国産原料の商品出荷量が増えたことに対応し、仕入量も増加している。 ・安心、安全な原料確保のため国産原料の調達割合を増加させた
	2	原料価格の高騰	・原料ではない調味料類又資材関係など全てが価格上昇した。 ・外国産原料の高騰とともに国産も高騰したため、仕入れる機会がなかった。
	1	外国産原料へシフト	・早めに輸入米を手配(長い取引関係なので手配をしてくれる
	1	製品仕様の変更	・値上がり加工品に対し代替品へ切替えた
	1	調達機会	・国産原料の供給量が限定され、調達量を増やすことはできなかった
	3	その他	・委託生産をしており、原料等も取引先の指定による物が多い。 ・小麦価格は事実上国の管理下にあるので、市場価格がいかにあろうとも国→製粉メーカー→二次加工メーカールートで小麦粉を調達するしかなく価格も国の払い出し価格により決まるので変化しうなし。 ・国産原料はない、製品の値上げによりカバー
酒類	1	外国産原料へシフト	・価格の高くなったものを輸入した
	1	地域活性化	・米の生産農家、地域が活性化した

(参考・アンケート票)

国産原料調達、契約取引に関する実態調査

貴社名 (会社名、 組合名等)		ご担当者名	
所在地	都道 府県	連絡先 (TEL)	

I 企業概要(受託生産分も含む。)

問 1 貴社(組合等を含みます。また、以下同様とします。)の業種についてお答え下さい(該当する番号 1 つに○印を)。

- | | | |
|--|-------------|---------------|
| 1. 畜産食料品製造業 | 2. 水産食料品製造業 | |
| 3. 野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業 | 4. 調味料製造業 | 5. 糖類製造業 |
| 6. 精穀・製粉業 | 7. パン・菓子製造業 | 8. 動植物油脂製造業 |
| 9. その他の食料品製造業(でんぷん、めん類、豆腐・油揚げ、あん類、冷凍調理食品、惣菜の各製造業を含む) | | |
| 10. 清涼飲料製造業 | 11. 酒類製造業 | 12. 茶・コーヒー製造業 |

問 2 平成 21 年 10 月 1 日現在の貴社の従業員数をお答えください(該当する番号 1 つに○印を)。

- | | | |
|------------|--------------|--------------|
| 1. 9 人以下 | 2. 10～29 人 | 3. 30～49 人 |
| 4. 50～99 人 | 5. 100～199 人 | 6. 200～299 人 |
| 7. 300 人以上 | | |

問 3 貴社の製造する商品の仕向け先(消費先)についてお答えください(平成 20 年度実績)(該当する番号 1 つに○印を)。

- | | |
|--------------------------|---------------|
| 1. 一般消費者向け製品が多い | 2. 業務用向け製品が多い |
| 3. 一般消費者向け製品、業務用向け製品が同程度 | |
| 4. その他 () | |

問 4 現在、地域の食料産業クラスター協議会の会員として食料産業クラスター事業(または食農連携促進事業)に参加していますか(該当する番号 1 つに○印を)。

注:農林水産省では、「食料・農業・農村基本計画」に基づき、平成 17 年度より、地域の食材、人材、技術その他の資源を効果的に結び付け、地域に密着した食品産業の振興を図るため、農業・食品産業・関連産業その他異業種も含めた連携の構築(食料産業クラスターの形成)を推進しています。

各都道府県に形成された地域の食料産業クラスター協議会は、「食料産業クラスター事業(平成 21 年度より「食農連携促進事業」)(補助事業)を活用するなどして、地域の農畜水産物を利用した新商品の開発や販路開拓、人材育成のための研修などの取り組みを進めています。

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. 参加している(問 5 へ) | 2. 参加していない(問 6 へ) |
|------------------|-------------------|

* この調査票のご質問は、(社)食品産業センター 板窪、今関、大西までお願いします。
TEL:03-3224-2355 電子メール:jfarb9@shokusan.or.jp

問 5 問 4 で「1.参加している」と回答した方におたずねします。

(1) 地域の食料産業クラスター協議会等が行った取り組みのうち、貴社が今までに参画したことがあるものを全てお選びください(該当する番号すべてに○印を)。

- | | |
|--------------------|----------------|
| 1. マッチング（交流会、セミナー） | 2. 人材育成（研修会） |
| 3. 新製品開発 | 4. 販売展開 |
| | 5. シンポジウム（講演会） |

(2) 地域の食料産業クラスター協議会等の取り組みへの参画による、貴社にとっての効果として、あてはまるものを全てお選びください(該当する番号すべてに○印を)。

- | |
|---|
| 1. 国産原料の仕入先が広がった（または広がりそう） |
| 2. 国産原料の調達や利用をするのに必要な人材が育った |
| 3. 国産原料を用いた新製品の商品化に成功した（または成功しそう） |
| 4. 販路が拡大した（または拡大しそう） |
| 5. 自社にとって参考になる取り組み事例を知ることができた |
| 6. 国産原料の仕入れ増加につながった（またはつながりそう） |
| 7. 顧客に対する企画提案力が向上した |
| 8. 国産原料に関係する人脈が広がった |
| 9. これまで以上に、地域の農林水産業や食品産業の振興に貢献できるようになった |
| 10. その他（ ） |

II 原料の調達状況

問 6 貴社の総売上高と食品の売上高について、平成 19、20 年度の実績及び 21 年度の見込み（計画）を下記の回答欄にお答えください。また、貴社で食品を加工・製造するために調達している農畜水産物原料の仕入金額及び仕入数量について、さらには、そのうちの国産原料の仕入金額と仕入数量についても、平成 19、20 年度の実績及び 21 年度の見込み（計画）をお答えください（おおよその数値で結構です。）。

<記入方法>

- ・ A 欄に貴社における総売上高を 3 ヶ年度分、回答欄にご記入ください。
- ・ B 欄に貴社における総売上高のうち、食品の売上高を 3 ヶ年度分、回答欄にご記入ください。
- ・ C 欄に貴社における農畜水産物原料の総仕入金額と仕入数量を 3 ヶ年度分、回答欄にご記入ください。
- ・ D 欄に貴社における農畜水産物原料の総仕入金額と仕入数量のうち、国産原料であるものを、3 ヶ年度分、回答欄にご記入ください。
- ・ 原則として記入年度は、4 月～3 月の期間（の実績等）を対象としますが、決算年度等の違いから、算出等が難しい場合は、他の区切り（「1 月～12 月」等の期間）でも構いません。

<回答欄>

		平成19年度(実績)		平成20年度(実績)		平成21年度(見込み)	
		金額(千円)	数量(トン)	金額(千円)	数量(トン)	金額(千円)	数量(トン)
A	総売上高	千円		千円		千円	
B	食品の売上高	千円		千円		千円	
C	農畜水産物原料の仕入金額・仕入数量	千円	トン	千円	トン	千円	トン
D	うち国産農畜水産物原料の仕入金額・仕入数量	千円	トン	千円	トン	千円	トン

問 7 問 6 の回答において、①食品の売上高、②国産原料仕入金額が平成 19～21 年度の間、各々、前年に比べ大きな増減があるか、ご回答ください(該当する番号 1 つに○印を)。また、大きな増減がある場合は、その理由としてあてはまるものすべてに○印をつけてください。

(1) 平成 20 年度の食品の売上高について

平成 19 年度と比べ

1. 大きく増えた 2. 大きな増減はない 3. 大きく減った

増減の理由

1. 販売先の増減や変更 2. 既存の販売先での需要の変化
3. 新製品のヒット 4. 製品の販売単価の上昇
5. 製品の販売単価の下落 6. その他 ()

(2) 平成 21 年度の食品の売上高について

平成 20 年度と比べ

1. 大きく増えそう 2. 大きな増減はなさそう
3. 大きく減りそう

増減の理由

1. 販売先の増減や変更 2. 既存の販売先での需要の変化
3. 新製品のヒット 4. 製品の販売単価の上昇
5. 製品の販売単価の下落 6. その他 ()

(3) 平成 20 年度の国産原料仕入金額について

平成 19 年度と比べ

1. 大きく増えた 2. 大きな増減はない 3. 大きく減った

増減の理由

1. 商品の売上増減への対応
2. 外国産原料高騰による国産原料へのシフト
3. その他の理由による国産原料へのシフト
(その他の理由:)
4. 国産原料高騰による外国産原料へのシフト
5. その他の理由による外国産原料へのシフト
(その他の理由:)
6. その他 ()

(4) 平成 21 年度の国産原料仕入金額について

平成 20 年度と比べ

1. 大きく増えそう 2. 大きな増減はなさそう 3. 大きく減りそう

増減の理由

1. 商品の売上増減への対応
2. 外国産原料高騰による国産原料へのシフト
3. その他の理由による国産原料へのシフト
(その他の理由:)
4. 国産原料高騰による外国産原料へのシフト
5. その他の理由による外国産原料へのシフト
(その他の理由:)
6. その他 ()

問 8 問 6 で回答した平成 20 年度の国産原料仕入数量のうち、地場産原料の使用割合はどれくらいですか(該当する番号 1 つに○印を)。

※なお、この調査票で「地場産原料」とは、基本的には貴社の工場等の所在する都道府県の農畜水産業で生産された原料を指します。ただし、産地が県境を越えて広がっている場合は、その隣接する県で生産されたものも含めてご回答ください。

a. 0～20%未満 b. 20～40%未満 c. 40～60%未満 d. 60～80%未満 e. 80～100%

問 9 貴社では、国産原料の調達先の生産者に対して、栽培方法・飼育方法など生産工程についての提案や要請を行っていますか(該当する番号 1 つに○印を)。

1. 直接現地で、品質の改善や規格変更の提案・要請をしている
2. 納品されたものに品質上の評価を与え、生産者に示している
3. 取引の規格を提示し、それを満たすことを要請している
4. その他 ()
5. 特に行っていない

Ⅲ 契約取引の現状

問 10 現在、貴社で利用している原料の一部(又は全て)を国内農業者等との「契約取引」により調達していますか(該当する番号 1 つに○印を)。

注:「契約取引」とは、自ら又は仲介業者を介して特定の農家、農協などから価格、数量、規格などについて特別の約束の下に国内産地から農産物などを調達している状況を指すこととします。

- a. 20 年度も 21 年度も契約取引により調達している
- b. 21 年度から契約取引により調達している
- c. 20 年度までは契約取引により調達していたが、21 年度は調達していない
- d. 20 年度も 21 年度も契約取引により調達していない

問 11 問 6 でお答えいただいた国産原料仕入金額・仕入数量(平成 20 年度実績)のうち、「契約取引」により調達している割合はおおよそどの程度ですか。その割合を____にご記入下さい。

契約原料比率(国産原料仕入を 100 とした割合をご記入下さい。)

取引金額ベースでは約 _____ % (取引数量ベースでは約 _____ %)

問 12 ① 平成 20 年度に国産原料を「契約取引」により調達している原料の番号に○印をし(該当する番号すべてに○印を)、平成 20 年度のおおよその契約取引数量を()内に記載してください。また、② 平成 19 年度から増加したのか、減少したのか等を該当するものに○印を付けて示してください(該当する番号1つに○印を)。さらに、③ 「増加した」又は「減少した」と回答された方はその理由をお答え下さい(該当する番号すべてに○印を)。

1. ① 米 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
2. ① 麦類 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
3. ① 大豆 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
4. ① その他豆類 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
5. ① 野菜 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
6. ① 果実 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
7. ① 肉類 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()
8. ① 鶏卵 (t)
 ② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
 ③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
 3. その他 ()

(つづく)

(つづき)

9. ① 生乳 () (t)
② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
3. その他 ()
10. ① 水産物（具体名：) (t)
② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
3. その他 ()
11. ① その他（具体名：) (t)
② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
3. その他 ()
12. ① その他（具体名：) (t)
② 平成 19 年度と比較して： 1. 増加した・ 2. 変わらない・ 3. 減少した
③ 増減の理由： 1. 製品販売量の変化 2. 取引価格の改訂
3. その他 ()

IV その他

問 13 輸入原料をめぐるはこの1～2年、穀物の価格高騰、為替相場の変動など、大きな環境変化が生じました。これらの環境変化は、貴社の国産原料調達や契約取引にどのような影響を与えていますか(該当する番号すべてに○印を)。

1. 国産原料の調達割合を増加させた
2. 国産原料の調達価格が上昇した
3. 生産者や生産者団体との直接取引を増加させた
4. 契約取引の契約内容を変更した（具体的に)
5. その他 ()
6. 特に影響はない

以上で終了です。ご協力ありがとうございました。