

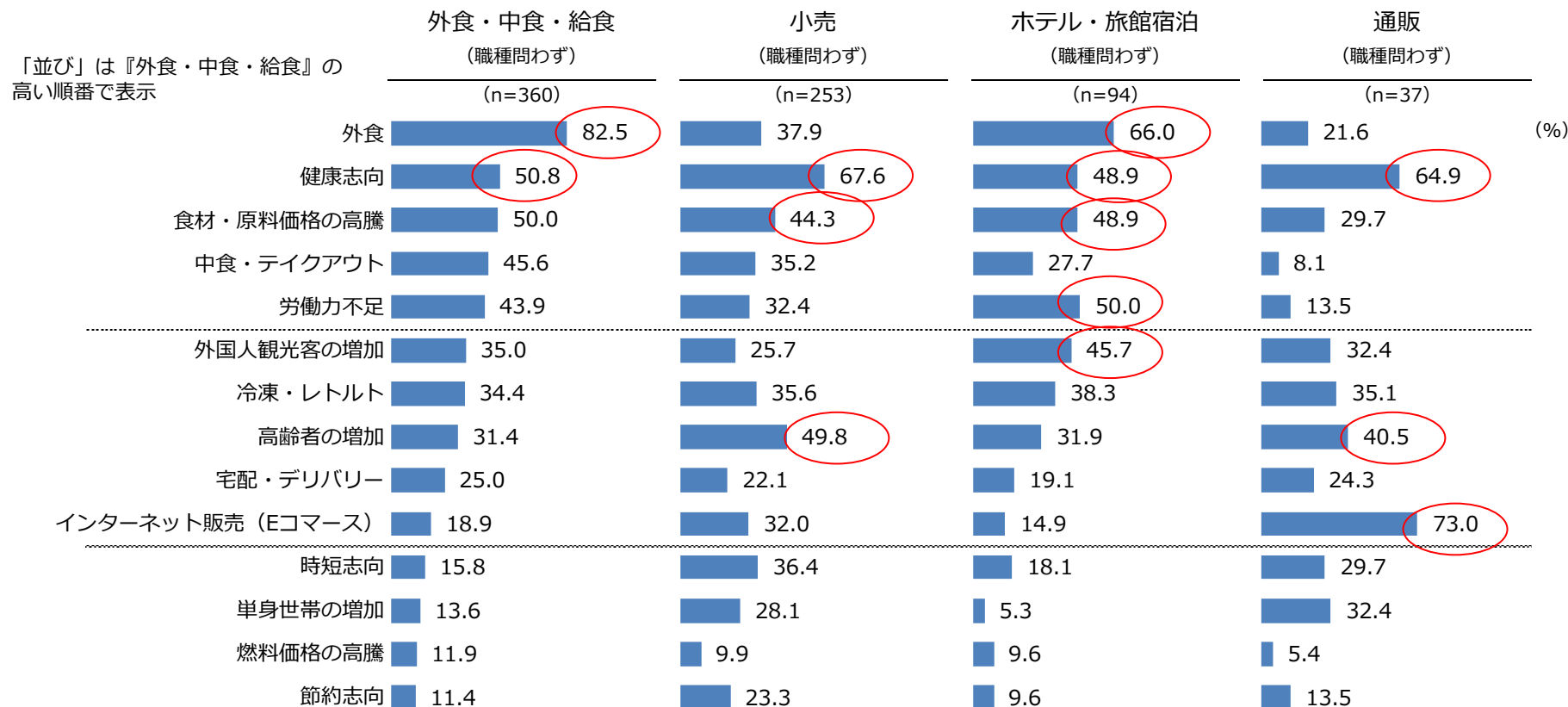


経営者・バイヤーの課題調査 ～ 食品業界の現状と今後の展望について

日本国内の「食」について関心を持っているもの 【業種別】

- 『外食・中食・給食』関係者は、「外食」以外では「健康志向」（業種共通して高い）、「食材・原料価格の高騰」、「中食・テイクアウト」、「労働力不足」、「外国人観光客の増加」などへの関心が高かった。
- 『小売』関係者は「健康」への関心が最も高く、その他「食材・原料価格の高騰」と「高齢者の増加」が高かった。
- 『ホテル・旅館宿泊』関係者は「外食」が最も高く、「健康志向」、「食材・原料価格の高騰」、「労働力不足」、「外国人観光客の増加」が高かった。
- 『通販』関係者は、「インターネット販売」以外には「健康志向」と「高齢者の増加」への関心が高かった。

Q3. 日本国内の「食」に関することで、関心を持っているものを以下からお答えください。（MA）

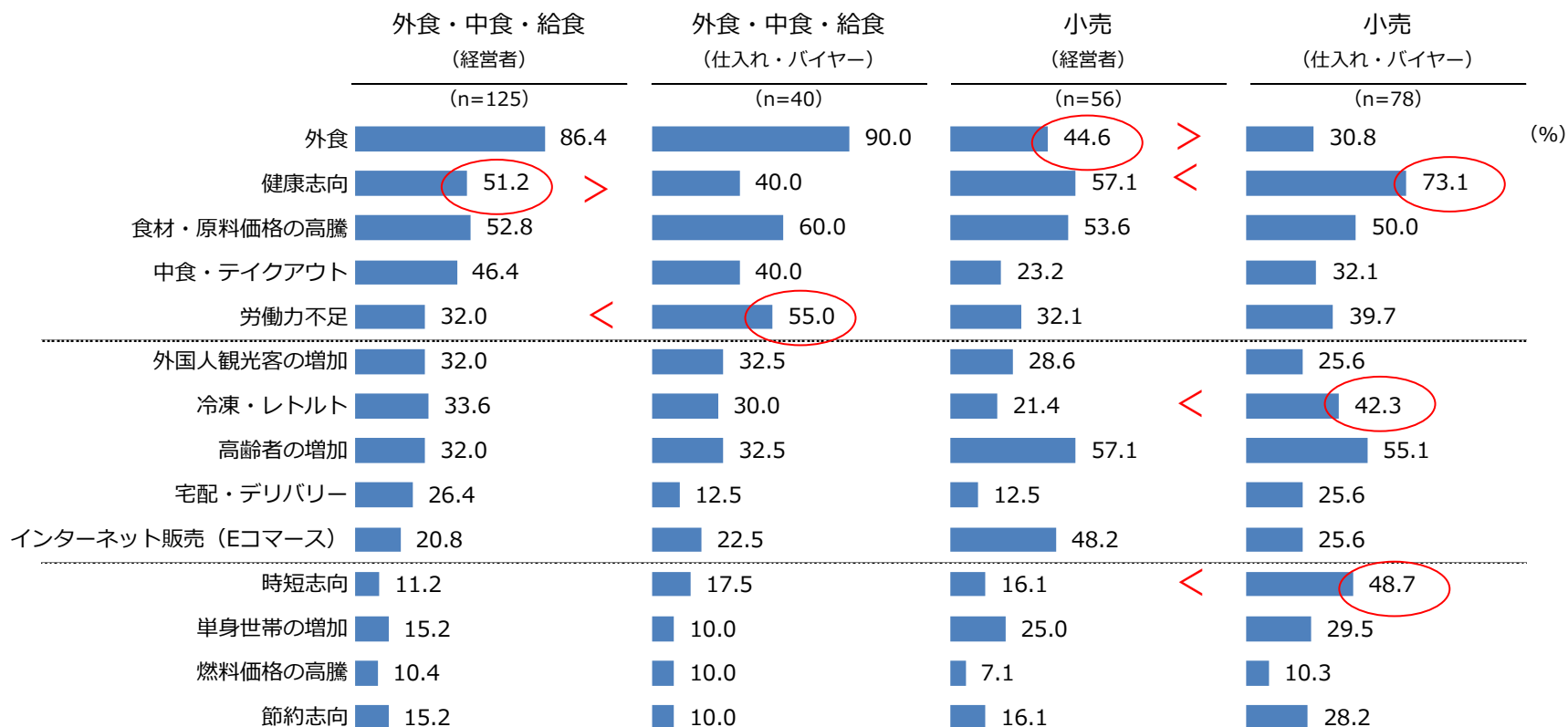


日本国内の「食」について関心を持っているもの

【外食・中食・給食/小売の経営者、仕入れ・バイヤー】

- 『外食・中食・給食』は、「健康志向」は経営者で、「労働力不足」は仕入れ・バイヤーで関心がより高かった。
- 『小売』は、「外食」は経営者で、その他の「健康志向」、「冷凍・レトルト」、「時短志向」は仕入れ・バイヤーで関心が高かった。

Q. 日本国内の「食」に関することで、関心を持っているものを以下からお答えください。(MA)



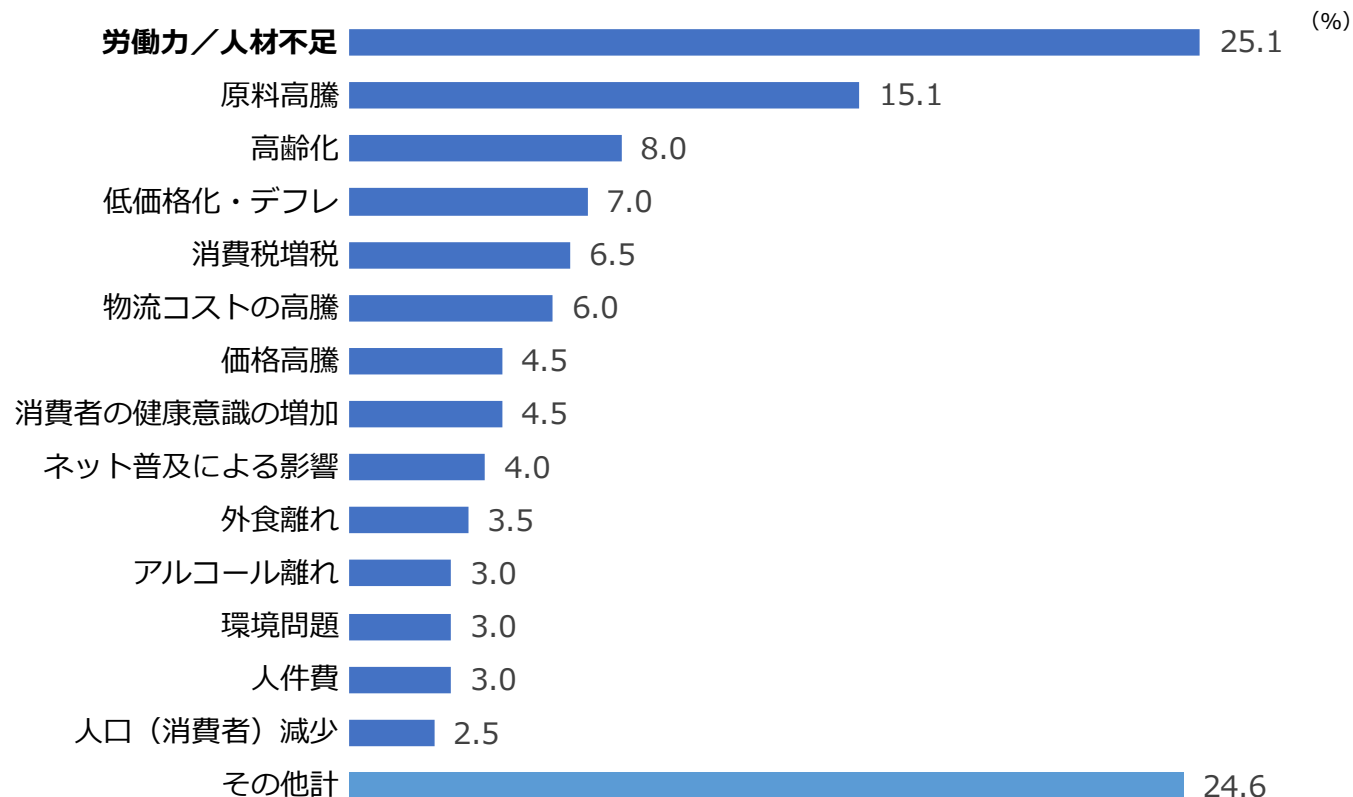
業界内での課題や危機感を感じていること 自由回答のコーディング

【経営者、仕入れ・バイヤーの回答者】

- 『経営者、仕入れ・バイヤー』のうち、何かしら回答があった199名の回答をまとめると（アフターコーディング）、「労働力／人材不足」を課題と感じる割合が最も多く、2番目に「原料高騰」であった。その他では、「高齢化」、「低価格化・デフレ」、「消費税増税」、「物流コストの高騰」、「価格高騰」などがあがった。

Q. 現在、貴社および業界内での課題、危機感として感じていることはどのようなことですか。出来るだけ具体的にお答えください。（OA）

対象者：経営者、仕入れ・バイヤー「367名」のうち、何かしら回答があった『199名』



業界内での課題や危機感を感じていること ~ 自由回答の主な回答

【経営者、仕入れ・バイヤー】

Q. 現在、貴社および業界内での課題、危機感として感じていることはどのようなことですか。出来るだけ具体的にお答えください。(OA)

No.	Q1_業種	Q2_職種	回答カテゴリ(コーディング)	Q6_現在、社内や業界内で課題や危機感を感じていること
427	商社・卸	経営者	人材不足/高齢化/価格高騰	人手不足、品質管理、価格高騰、高齢化
269	外食・中食・給食	経営者	人材不足/原料高騰/人件費	人件費がどんどん増え、高くなって、しかも、なかなか良い人材の確保が難しい！仕入れの材料費がどんどん高くなって青天井。但し、増加したのコストが消費者への転嫁が困難。消費価格が高くなると、来店のお客様が減る。大変苦しみ。
724	外食・中食・給食	経営者	人材不足/消費税増税	消費税増税の影響。働き方改革で更なる人材確保の困窮。年金二千万問題での消費の減少。
386	外食・中食・給食	経営者	人材不足/原料高騰/消費税増税/人件費	原材料費の高騰、消費税の増税のコスト高に加え、労働力不足、それに付随する人件費の高騰が重いです。昨今の一部の従業員のモラル低下による食業界全体の安心安全なイメージアップも課題だと考えています。
457	小売	仕入れ・バイヤー	人材不足/原料高騰/物流コストの高騰	人手不足や物流コストの上昇による商品原価高騰で買い控えが予測される
756	小売	仕入れ・バイヤー	人材不足/原料高騰/物流コストの高騰	人手不足、物流費・資材費の高騰、市場外取引<産地との直接取引>の増加。国内の就農人口の減少に伴う集荷力の低下
46	小売	仕入れ・バイヤー	人材不足	深刻な人不足の中、お客さまからはより手作り感のある商品が求められており、一方で別業界からの進出も相次いでおり、攻めるどころか守ることもできているのか危うい状況であること
131	小売	仕入れ・バイヤー	人材不足/原料高騰/低価格化・デフレ	労働者の不足。売値の値下がり。原価の値上がり。競合の激化。オーバーストア。集客可能な商品、企画が無い。
679	通販	仕入れ・バイヤー	原料高騰/物流コストの高騰	小規模農家からの仕入れと宅配で商品お届けをビジネスモデルとしてきたが、産地から当社物流拠点への運賃高騰で宅配する青果物の原価が影響を受けている。
737	小売	仕入れ・バイヤー	原料高騰/物流コストの高騰/表示	鮮魚部の統括バイヤーとして、消費者の魚離れだけではなく、原料の高騰、物流費の高騰、鮮魚全体の漁獲高減、其に伴う営業利益確保の難しい現状の業界では有りますが、何よりも今一番危機感を感じて居るのは、水産関連の大手企業では無い中小企業の来年度からの新法対応の表示に対する危機感の無さ。
482	小売	仕入れ・バイヤー	原料高騰/環境問題	原料調達について、このまま永続的に適切な価格で仕入れられるか。プラスチックごみを代表とした環境に配慮した提供方法
238	外食・中食・給食	経営者	低価格化・デフレ	飲食業界のサービス価格の安さ。品質の維持もしくは存続自体も難しくなってきた。
237	外食・中食・給食	経営者	低価格化・デフレ	販売価格の低下、デフレなどの影響が今後の外食の低価格が進んでいく事が懸念材料
585	外食・中食・給食	経営者	低価格化・デフレ/消費税増税	日本の外食の価格が相対的に安すぎる。消費税があがった場合、軽減税率で10%になる。
274	外食・中食・給食	仕入れ・バイヤー	低価格化・デフレ	国内需要の低さと低価格競争により、海外市場との価格差が生じ、安さのみを追い求めている節があり、市場に流通している商品の質が低下している。消費者に対して価格以外のアピールが足りない。
120	小売	経営者	人口(消費者)減少/高齢化/低価格化・デフレ	高齢化・人口減少に伴う消費の減少と消費内容の変化。業種を超えた商売のあり方の変化。デフレ(特にコモディティ商品)からの脱却の見通しが無い。(脱却どころかより顕著な傾向な続くと予測)
615	外食・中食・給食	経営者	消費税増税	税金値上げによる、外食率の低下。
781	小売	仕入れ・バイヤー	消費税増税/人件費	人件費を主とした、さまざまなコスト増=販売価格への影響 消費税による、消費の乱高下
103	外食・中食・給食	経営者	高齢化	地域の高齢化に伴って来客数の減少、より人口の大きい都市部への出店を考えている。
288	小売	仕入れ・バイヤー	高齢化/消費者の健康意識の増加/ネット普及による影響	高齢者の増加。若年層の減少。ミレニアル世代の購買意欲の減少。ネット販売の増加により安さだけの販売では顧客の獲得は難しい状況。アマゾンなどの外資系の企業がいった場合リアル店舗の良さが見えなくなってくる。買物に来ていかに商品一つ一つの情報を伝えていけるか。安心安全で健康でおいしさの分かる価値がなければ生き残ることは難しい時代に入ってきている。お客様にいかに楽しんで買物をしていただけるのか。大きな課題に直面している。

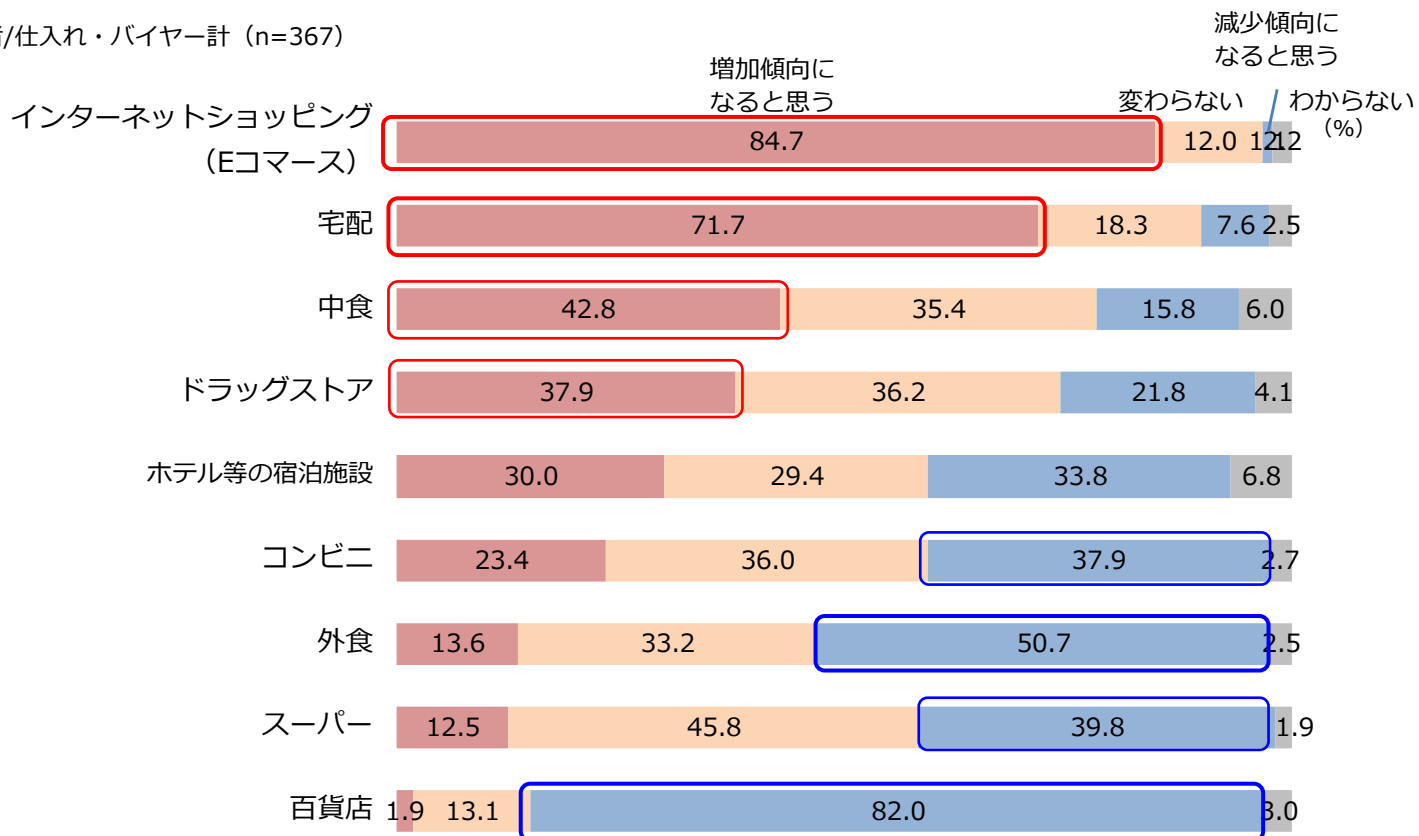
業態別の食品・飲料の市場規模の見通し

【経営者、仕入れ・バイヤー】

- 今後、『インターネットショッピング』と『宅配』の市場規模が増加すると考える割合が非常に高かった。その他では『中食』と『ドラッグストア』も「増加」が「減少」を大きく上回った。一方、『百貨店』は大多数が「減少する」と考えられていた。また、『外食』、『スーパー』、『コンビニ』も「減少する」が「増加する」を上回った。

Q. 日本国内の業態別の食料・飲料市場の市場規模は、今後（5年くらい）どのようになっていくと思いますか。
以下にあげた業態別にあなたのお考えをお答えください。（各SA）

対象者：経営者/仕入れ・バイヤー計（n=367）



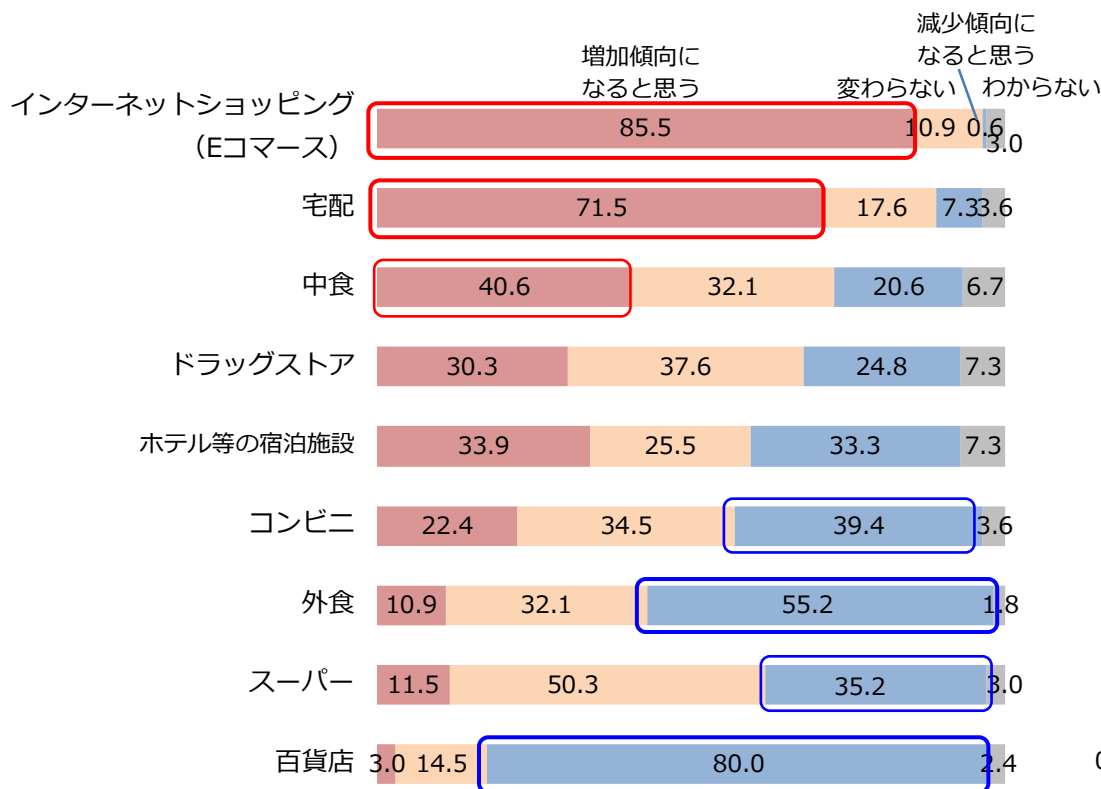
業態別の食品・飲料の市場規模の見通し

【外食・中食・給食／小売の経営者、仕入れ・バイヤー】

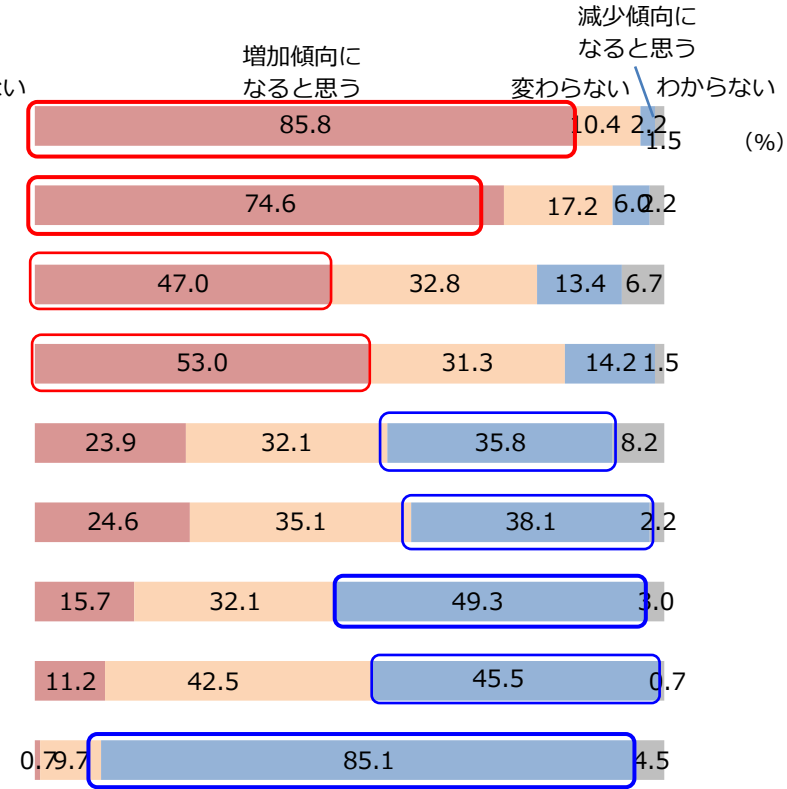
- 『外食・中食・給食』関係者と『小売』関係者を比較すると、『小売』は『ドラッグストア』が「増加する」の割合が高い一方で『スーパー』が「減少する」が高かった。

Q. 日本国内の業態別の食料・飲料市場の市場規模は、今後（5年くらい）どのようになっていくと思いますか。
以下にあげた業態別にあなたのお考えをお答えください。（各SA）

■ 対象者：外食・中食・給食×経営者/仕入れ・バイヤー計
(n=165)



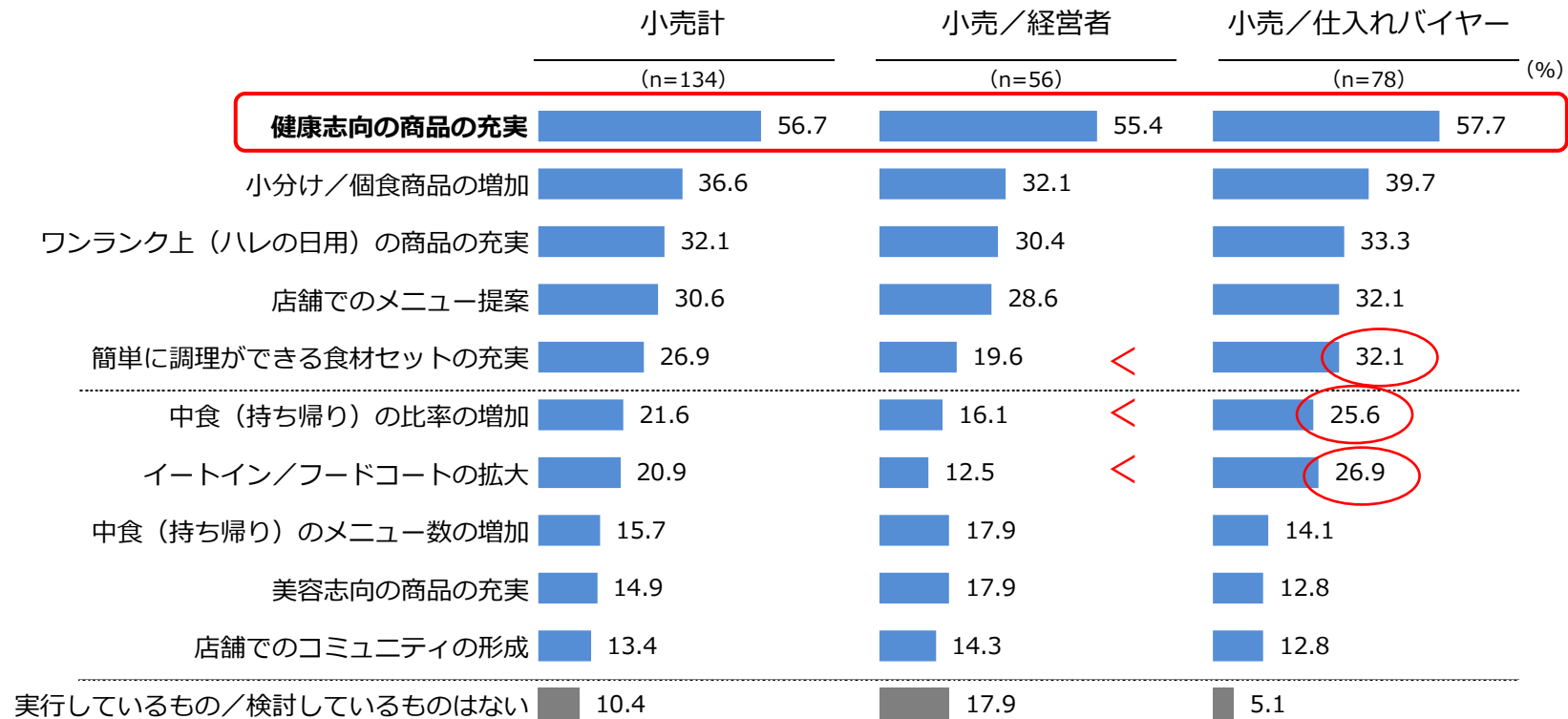
■ 対象者：小売×経営者/仕入れ・バイヤー計
(n=134)



家庭での調理機会が減少しているなか「小売ビジネス」として 実行しているものや新たに検討しているもの【小売の経営者、仕入れ・バイヤー】

- 「健康志向の商品の充実」が突出して高く、以下、「小分け／個食商品の増加」、「ワンランク上（ハレの日用）の商品の充実」、「店頭でのメニュー提案」、「簡単に調理ができる食材セットの充実」が続いた。経営者と仕入れ・バイヤーで大きな差はないが、「簡単に調理ができる食材セットの充実」、「中食（持ち帰り）の比率の増加」、「イートイン／フードコートの拡大」は仕入れ・バイヤーで高かった。

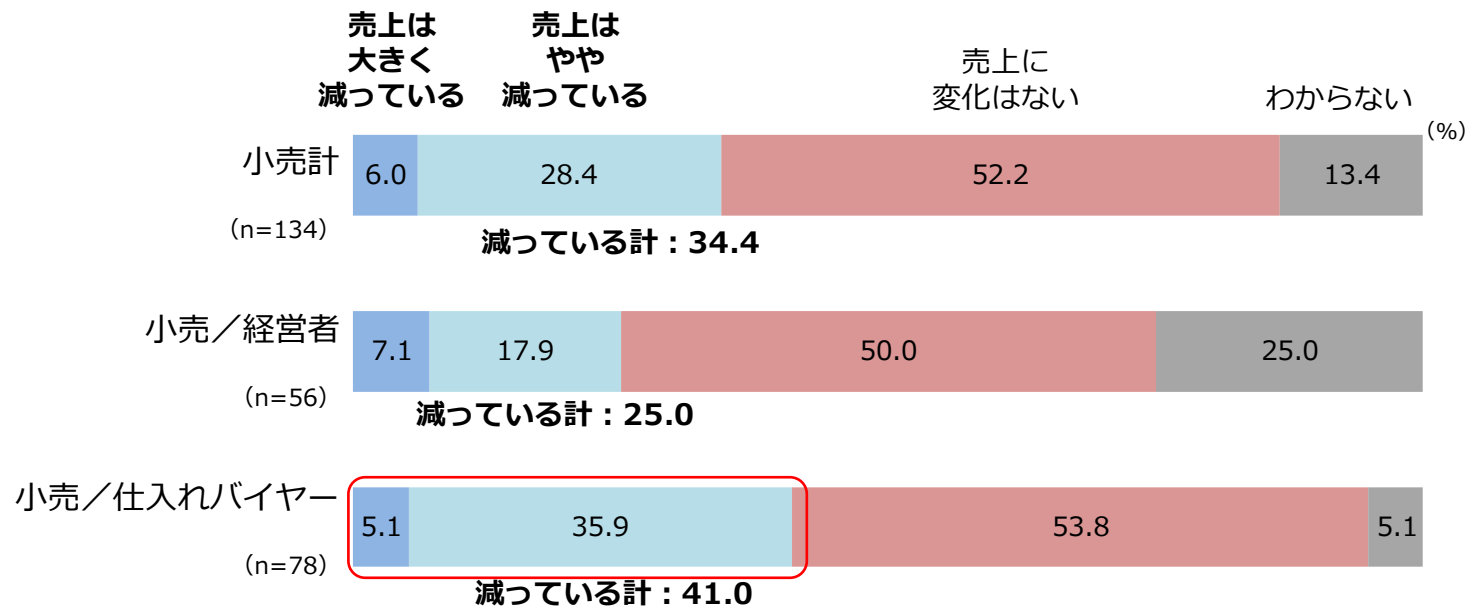
Q. 近年、家庭での調理機会が減少していると言われていたなか、小売りビジネスとして、すでに実行しているもの、新たに検討しているものはありますか。（MA）



インターネットでの食品や食材の購入率が高まっているなかの 実店舗の売上の影響度 【小売の経営者、仕入れ・バイヤー】

- インターネットでの購入率が高まっていることにより、「売上は減っている（計）」は3割強であり、「売上に変化はない」がおよそ半数。
仕入れ・バイヤーの方が「売上は減っている」と認識している割合がやや高かった。

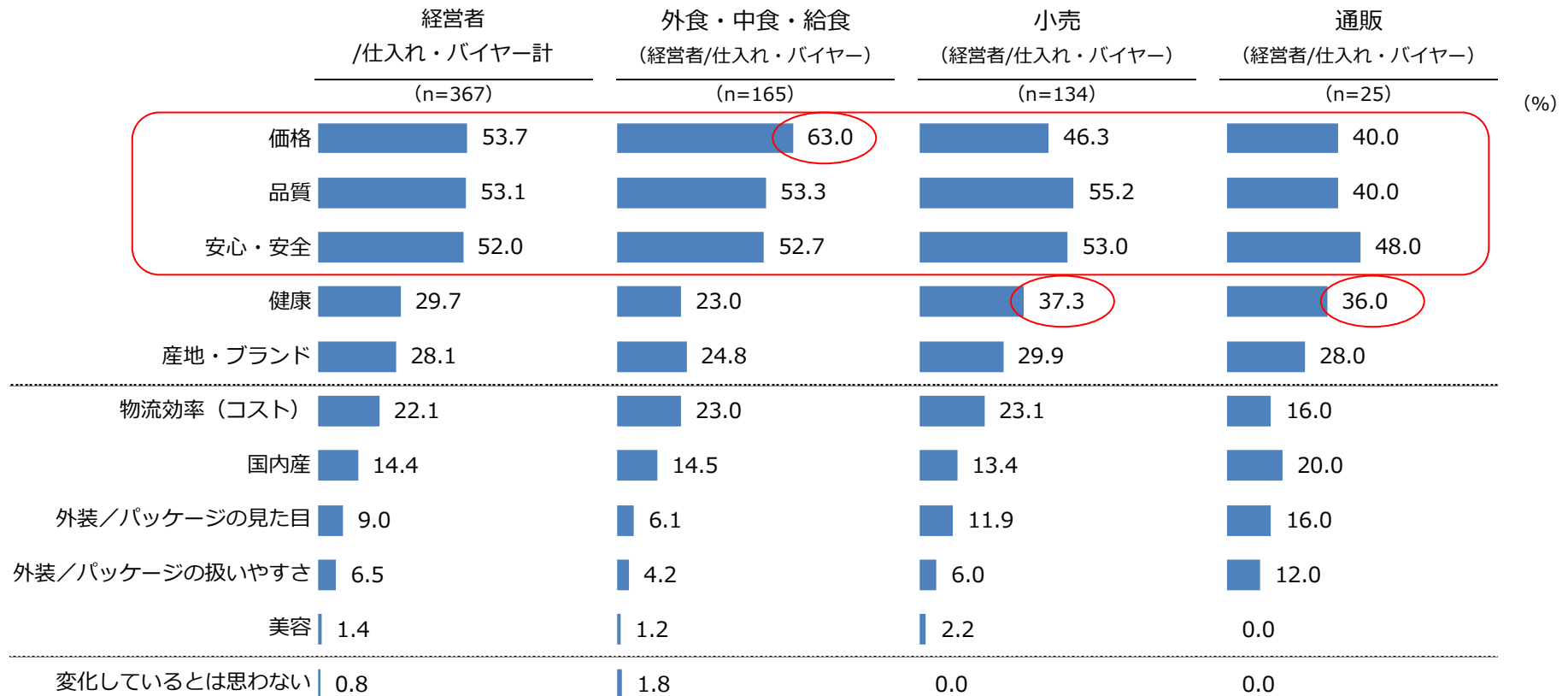
Q. インターネットでの食品や食材の購入率が高まっていると言われているなか、実際に貴社（リアル店舗）の売上への影響を感じていますか。（SA）



5年前と比較して食材や食品・飲料の選定基準で変化したもの 【業種別経営者、仕入れ・バイヤー】

- 「価格」、「品質」、「安心・安全」が業界共通して高く、『外食・中食・給食』では「価格」が特に高かった。『小売』と『通販』では「健康」が『外食・中食・給食』よりも高かった。

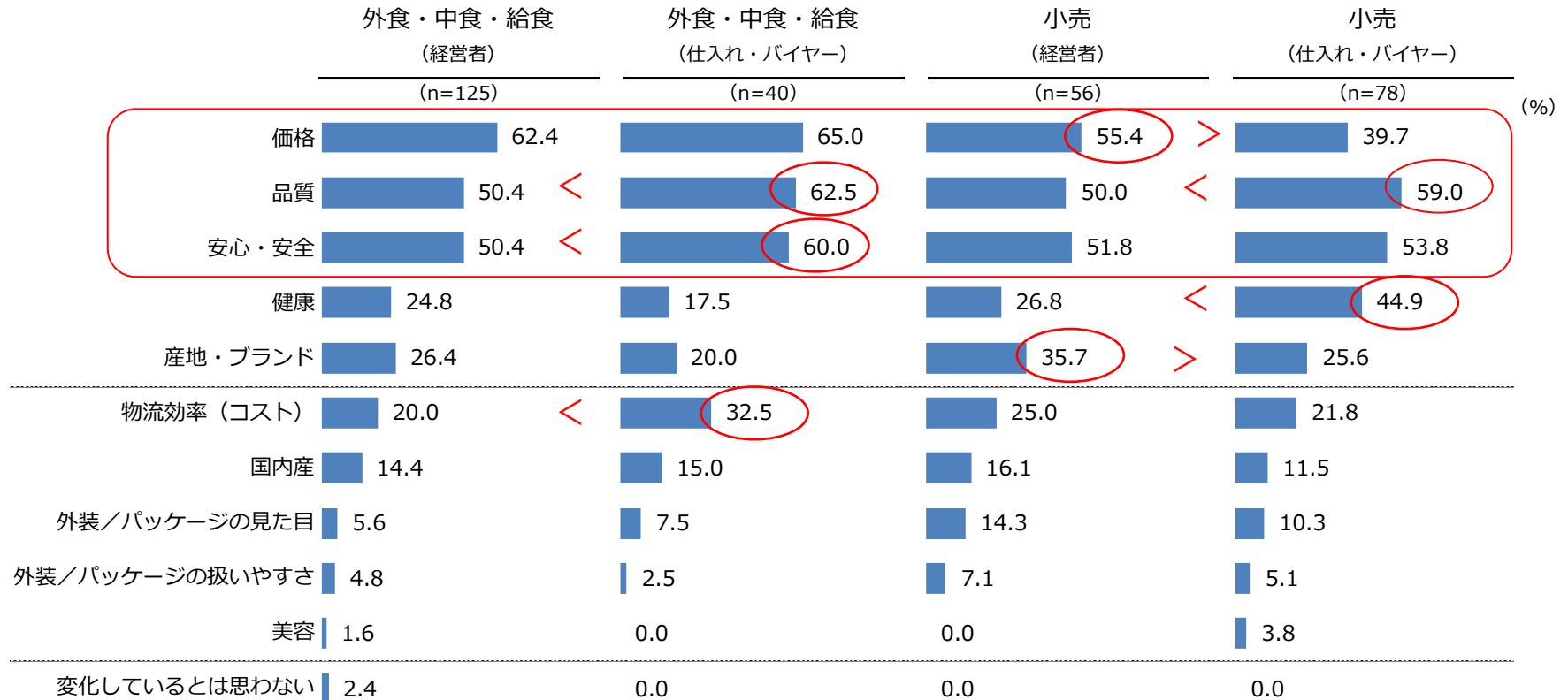
Q. 食関連のバイヤー（または経営者）として、食材や食品・飲料の選定基準は5年前と比較して変化していると思いますか。変化していると思われる場合は、より重要度が高くなったものを以下からお答えください。（3LA）



5年前と比較して食材や食品・飲料の選定基準で変化したもの 【外食・中食・給食/小売りの経営者、仕入れ・バイヤー】

- 『外食・中食・給食』と『小売』の経営者と仕入れ・バイヤーを比較すると、『外食・中食・給食』は仕入れ・バイヤーで「品質」、「安心・安全」、「物流効率（コスト）」が経営者よりも高く、『小売』は「価格」と「産地・ブランド」が経営者で、「品質」と「健康」は仕入れ・バイヤーでそれぞれ高かった。

Q. 食関連のバイヤー（または経営者）として、食材や食品・飲料の選定基準は5年前と比較して変化していると思いますか。変化していると思われる場合は、より重要度が高くなったものを以下からお答えください。（3LA）



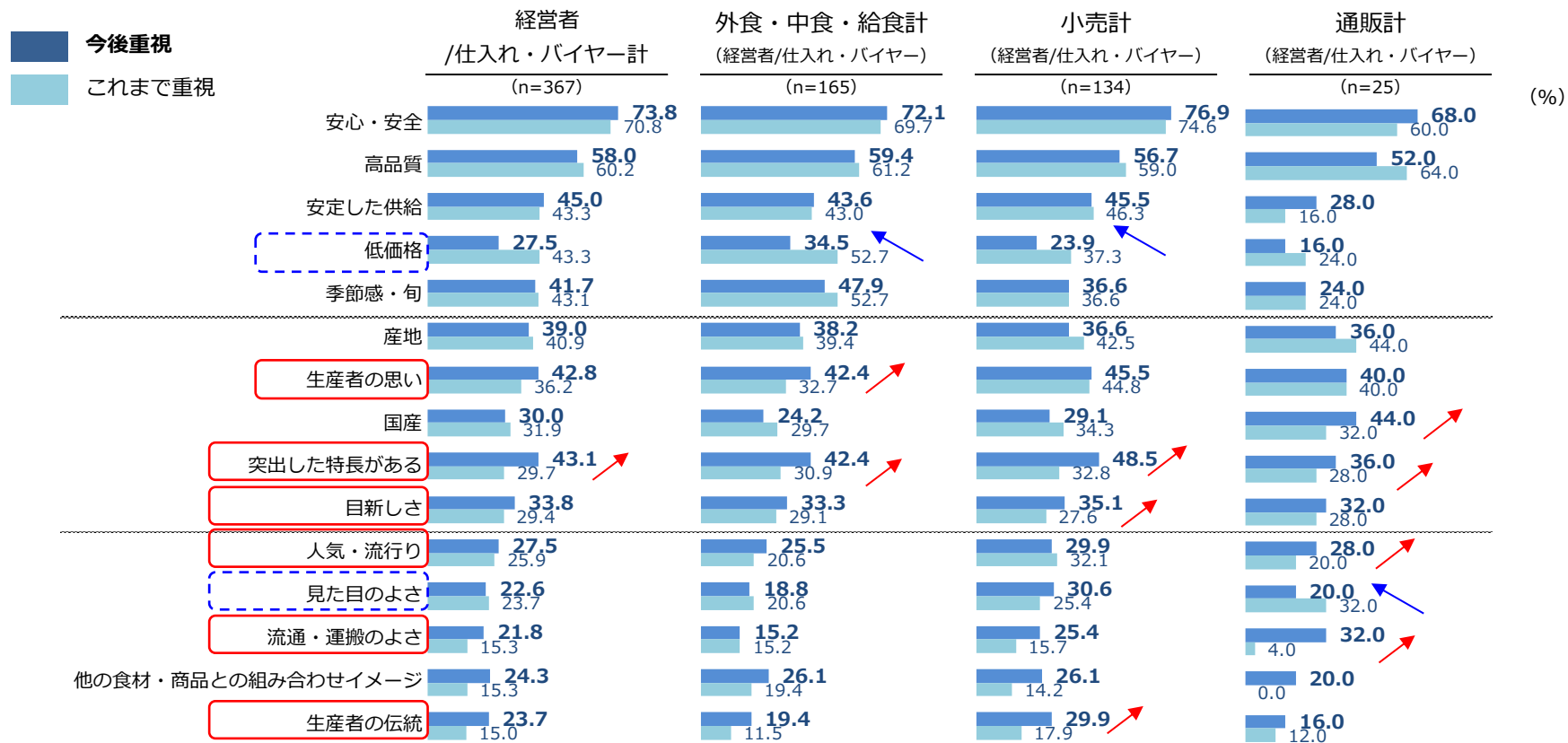
食材や商品の選定基準で重視しているものと

今後（5年後くらい）に重視するもの【経営者、仕入れ・バイヤー】

- これまで重視してきたものは、業種共通して「安心・安全」と「高品質」の2つが高かった。
『外食・中食・給食』と『小売』関係者は「安定した供給」、「低価格」、「季節感・旬」も高かった。
- 今後重視するものでも「安心・安全」と「高品質」が高かった。
今後重視するがこれまで重視を大きく上回るのは「突出した特長がある」が業種共通しており、その他では『外食・中食・給食』は「生産者の思い」、『小売』は「目新しさ」であった。『通販』は「人気・流行り」と「流通・運搬のよさ」などが高かった。
一方で、「低価格」は業種共通して今後重視がこれまで重視を大きく下回った。

Q. 食関連のバイヤー（または経営者）として、これまでどのような点を特に重視して食材や商品を選んできましたか。（MA）

Q. では今後（5年後くらい）、どのような点を特に重視して食材や商品を選ぶと思いますか。（MA）



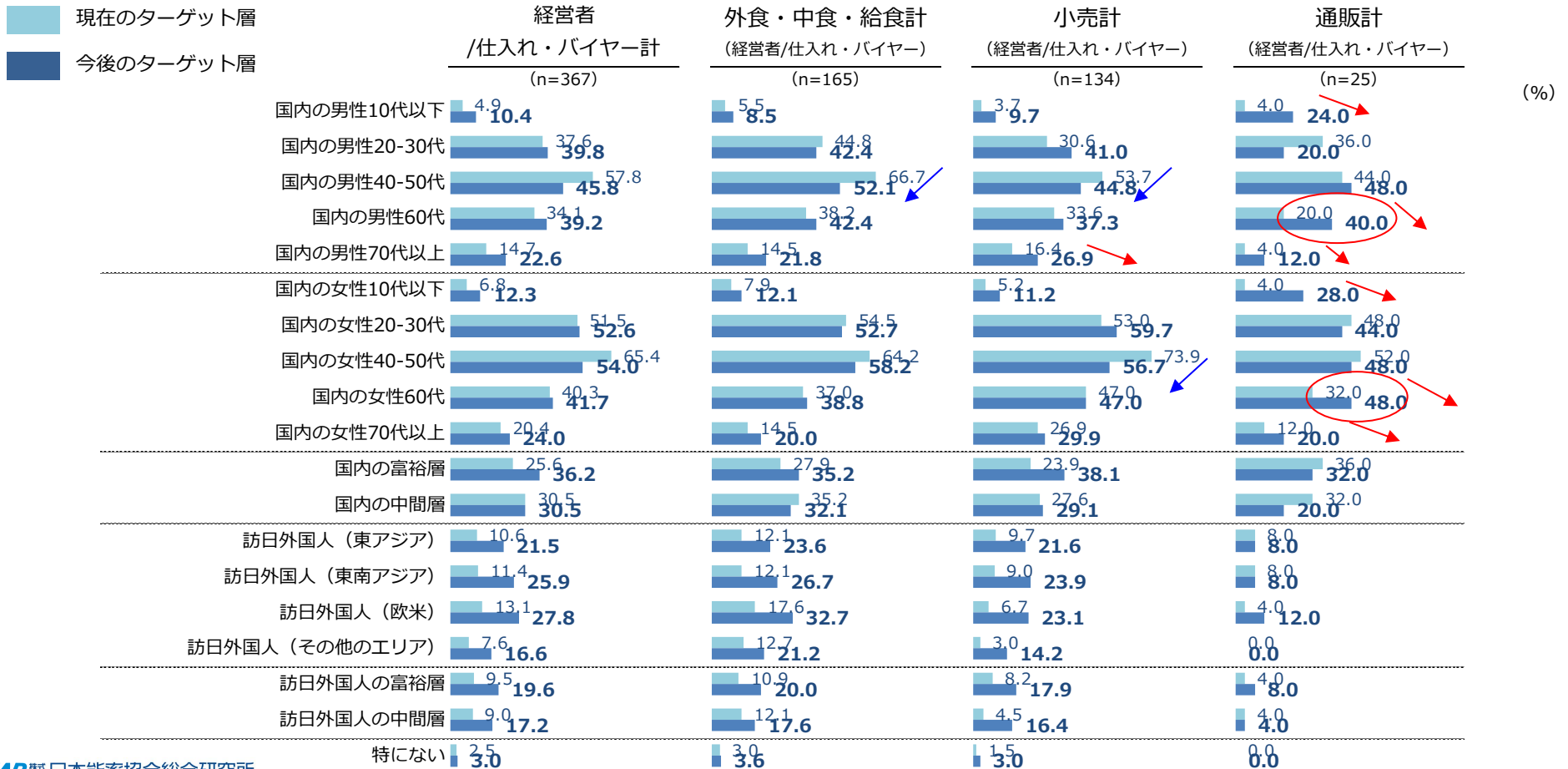
現在のターゲット層と今後のターゲット層

【経営者、仕入れ・バイヤー】

- 現在のターゲット層は、男女とも「40-50代」を中心とした「20-60代」が多かった。
- 今後のターゲット層は、『外食・中食・給食』と『小売』関係者は、「男女の40-50代」が中心だが、現在と比較するとやや低下し、「10代以下の若年層」、「60代以上の高齢層」、「国内の富裕層」、「訪日外国人」が高かった。『通販』関係者は、今後も「男女の40-50代」が高く、さらに「若年層」と「高齢層」も高く、特に男女の「60代」が現在のターゲット層を大きく上回った。

Q. 現在貴社で、特に取り込もうとしているターゲット層を以下からお答えください。(MA)

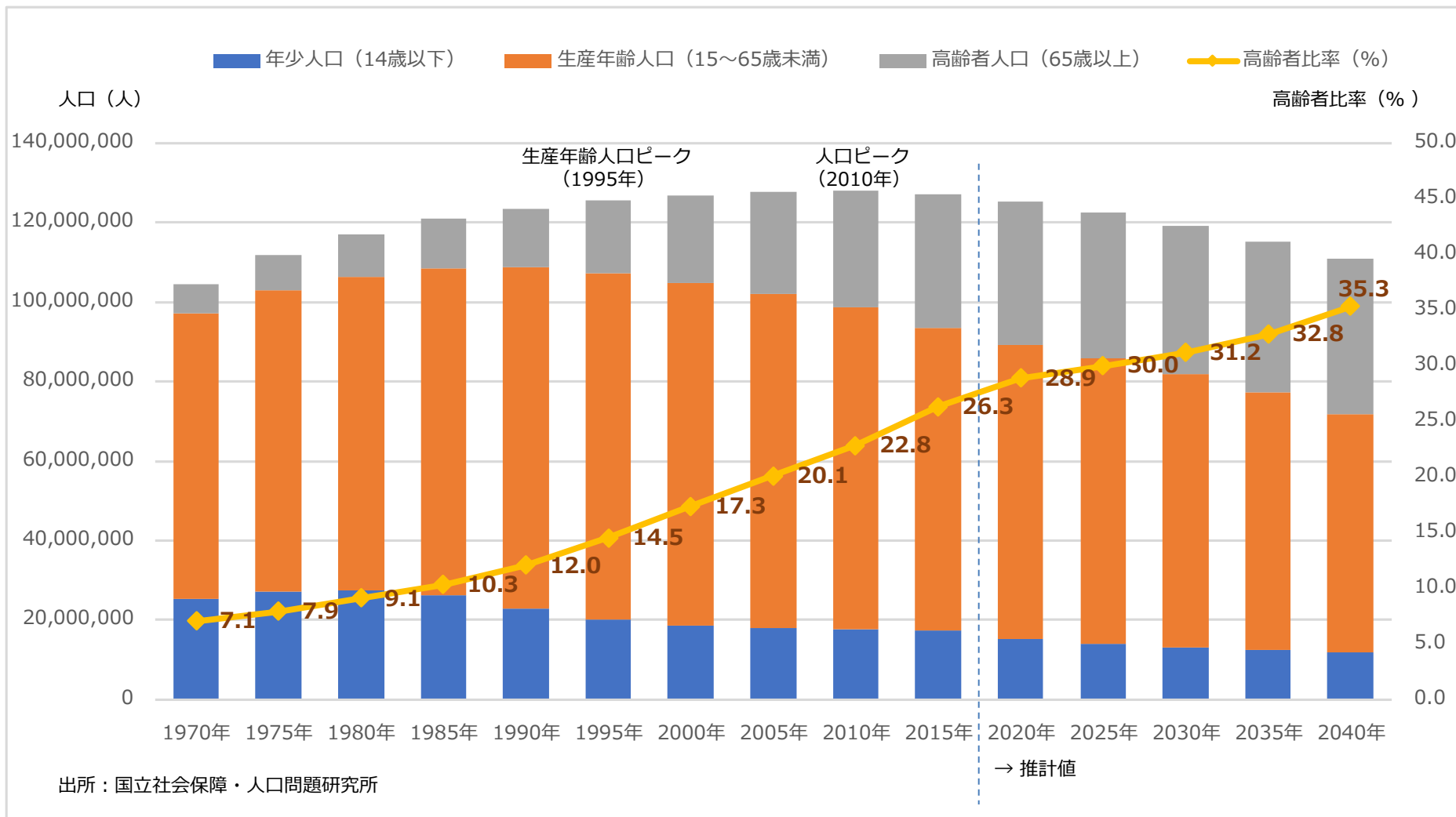
Q. では今後貴社で、特に取り込みたいと考えているターゲット層を以下からお答えください。(MA)



参考資料) 統計データ

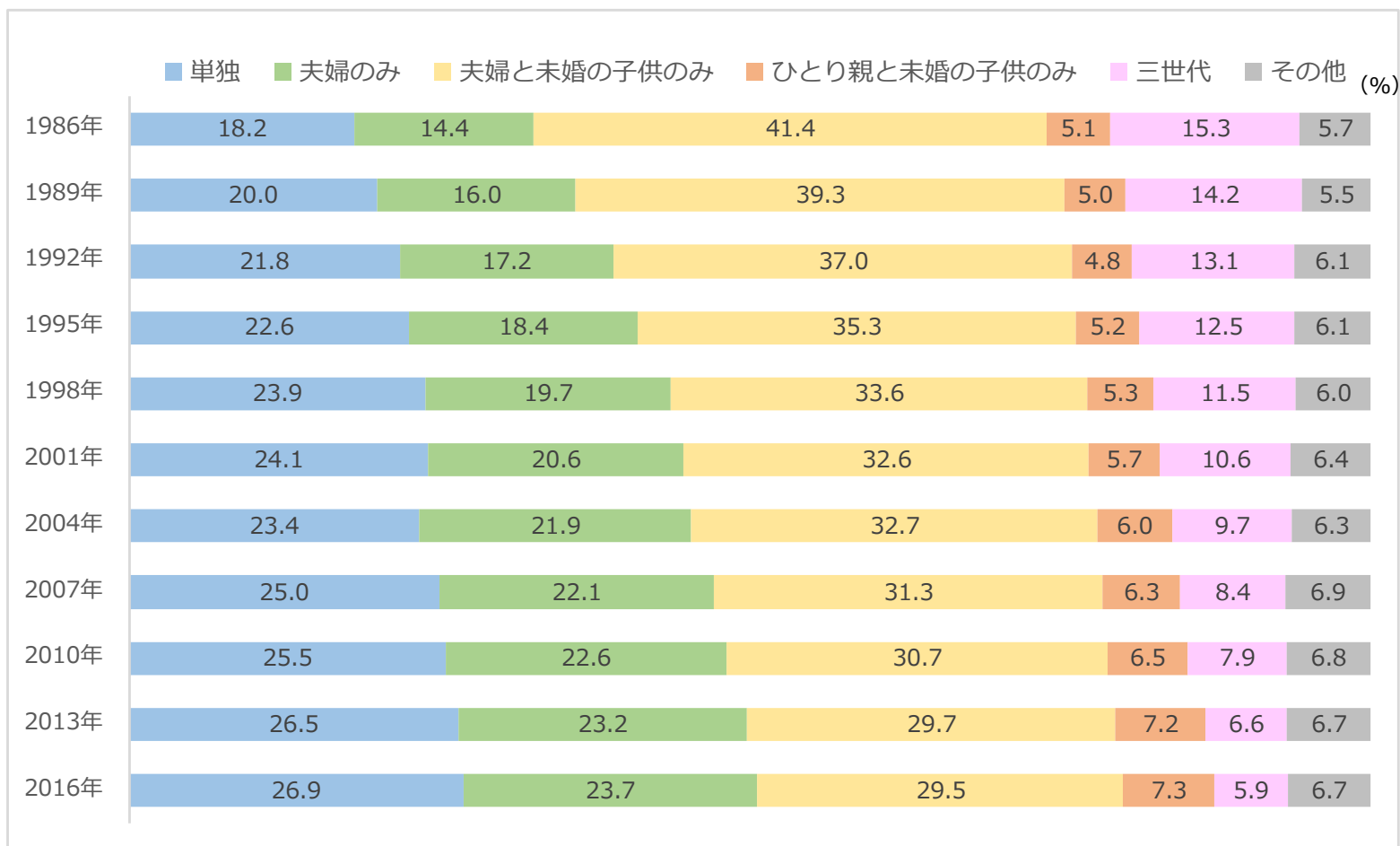
年代区分別人口の推移

■ 生産者人口、年少人口は減少し、高齢者比率が高まり、2025年に3割を上回る。



世帯構造別の世帯数構成比の推移

- 単独世帯と夫婦のみ世帯の比率が年々高まり、夫婦と子供世帯、三世帯の比率が減少。



出所：政府統計局「国民生活基礎調査」

業態別の食品販売額の推移と前年比率

- 「スーパー」の販売額は低成長ながら堅調。「コンビニ」は伸び率が鈍化、「ドラッグストア」は高い伸び率を維持している。「百貨店」は減少が続く。

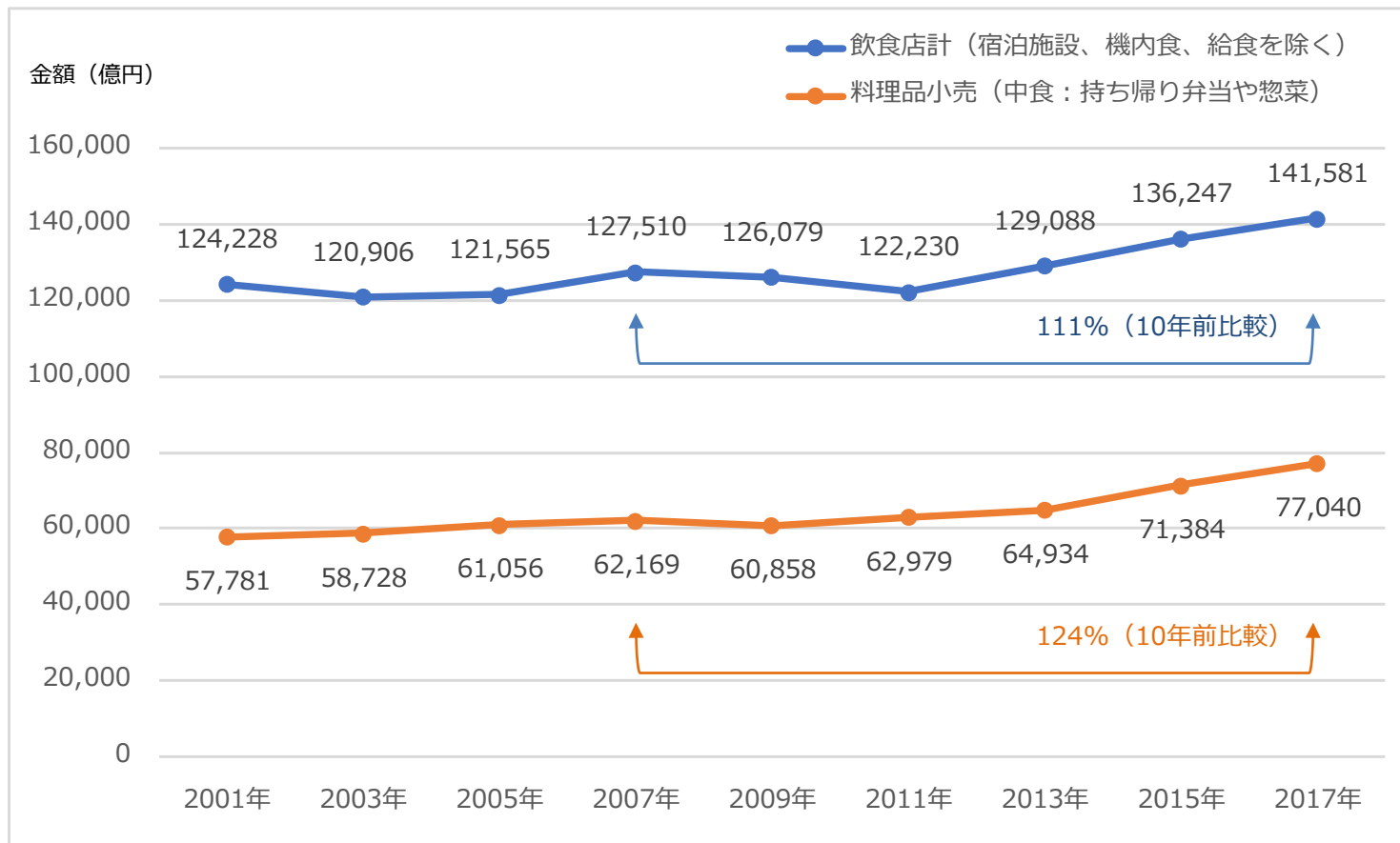
販売額（100万円）

	スーパーの飲食料品		百貨店の飲食料品		コンビニの加工食品		コンビニの ファストフード・日配		ドラッグストアの食品		ドラッグストアの 健康食品	
	販売額 (100万円)	前年比 (%)	販売額 (100万円)	前年比 (%)	販売額 (100万円)	前年比 (%)	販売額 (100万円)	前年比 (%)	販売額 (100万円)	前年比 (%)	販売額 (100万円)	前年比 (%)
2016年	9,552,469	2.2	1,895,414	-1.1	3,079,523	4.9	4,290,345	4.9	1,491,466	11.4	197,031	3.4
2017年	9,644,030	1.0	1,861,890	-0.7	3,168,830	2.6	4,423,113	2.9	1,620,640	8.4	206,730	4.6
2018年	9,830,204	1.9	1,811,601	-1.1	3,230,173	1.9	4,539,213	2.6	1,806,148	9.5	217,745	6.6

出所：経済産業省「商業動態統計」

飲食店（外食）・料理品小売（中食）の市場規模の推移

- 「外食」の市場規模は2007年から10年間で10%以上高まり、「中食」は20%以上高まった。



出所：公益法人 食の安心・安全財団