

## 食 品

## 【要約】

- 国際的な農産物相場高騰の影響で食料工業製品物価は急速に上昇しているが、外食需要不振や一部品目の購入数量減少等から 2008 年の食料支出は微増に留まると予想される。食品製造業出荷額は、輸入原料コストのさらなる上昇を反映した値上げを受けて 1%前後の増加が見込まれる。
- 主要食品メーカー32 社の 2007 年度業績は、売上高が 2006 年度同期比 +5.0%、営業利益が▲2.7%となった。2008 年度は多くの品目で値上げ効果が通年化することから全体では増収微増益が見込まれる。主なセグメント別では清涼飲料、調味料、菓子が増益傾向だが、酒類、乳業、食肉加工、冷凍食品は減益の恐れがある。油脂、製粉、パン、めん、水産の利益はさらなる原料調達コスト上昇時の追加値上げの時期や幅に左右されることになろう。
- 2007 年に高騰した農産物の国際相場は、農地や水の制約から中長期的にも高値圏での推移が予想され、時期や作物によって先進国ですら絶対量が不足しかねない懸念がある。こうしたなか、食料輸入大国日本の食品メーカーは現在、原料調達先の分散・代替原料の模索や同業者との調達共同化等に取り組んでいるが、中長期的には大手企業が農業への関与拡大や環境・バイオ事業への進出、といった事業構造の転換を図るケースも想定される。

## I. 産業の動き

## 1. 食料工業製品の物価上昇が進むも食料支出全体の伸びは小幅に留まる

農産物相場高騰に伴う値上げで物価は上昇

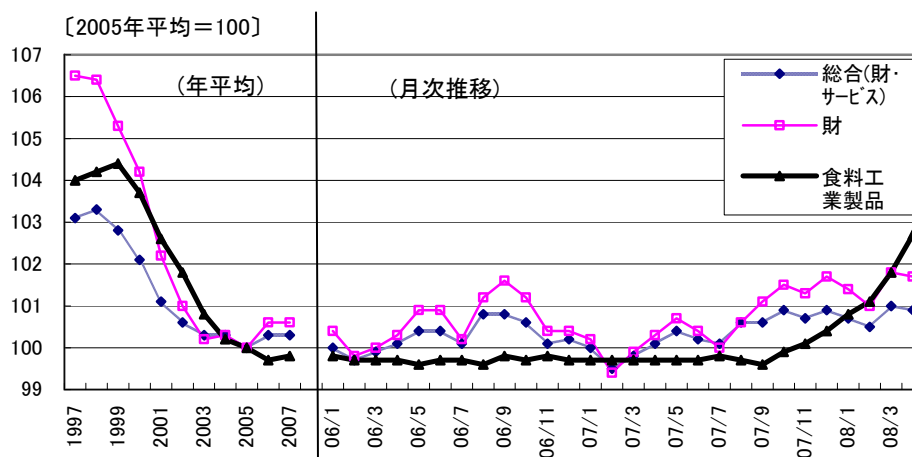
1999 年をピークに低下傾向が続いていた食料工業製品の消費者物価指数は、国際的な農産物相場高騰に伴う食品メーカーの定番製品値上げを受けて 2007 年に上昇に転じた（【図表 20-1】）。2008 年に入ってから、値上げの動きが食肉類や素材系加工食品（例：油脂、製粉、砂糖）から二次加工品の各種品目にも広がっており、1～4 月実績では前年同期比で同指数が 1.9% 上昇し、2001 年並みの水準まで急速に回復するに至っている。

物価の上昇に比して低い食料支出の伸び

一方、食料支出の伸びを見ると 2008 年 1～4 月実績は前年同期比 0.1% 増と、食料工業製品の消費者物価指数に比べて低い伸びとなっており、同時期の消費支出全体の伸びをも下回っている（【図表 20-2】）。この背景としては、食料支出の中で最も大きいウェイト（2 割弱）を占める選択的支出項目の外食が、消費者の生活防衛的な態度を反映して減少していることが第一に挙げられる。この他にも、①値上げに伴う購入数量の減少が顕著な品目（例：牛乳、飲料）があること、②消費者物価指数の調査対象である定番商品よりも安価なプライベート・ブランド商品への需要シフトが見られること、③比較的価格水準の高い調理食品の消費が冷凍ギョーザ事件の発生で落ち込んだこと、等が影響し

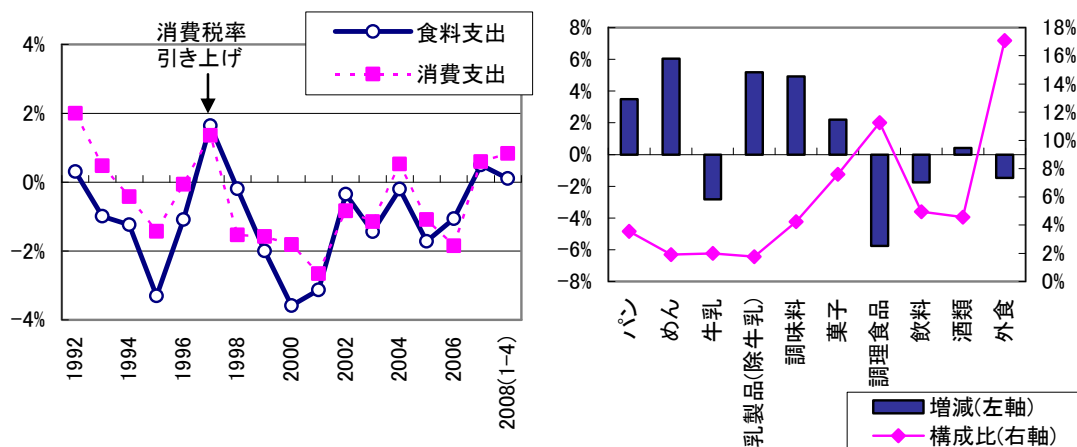
ていると推測される。2008 年通年で見ても、値上げの浸透が徐々に進む一方、消費者 1 人当たり食料消費の量的な飽和感が根強く一部品目の購入数量減少トレンドが続き、食料支出は 2007 年実績(対前年比 0.5%増)とほぼ同程度の伸びに留まることになろう。

【図表20-1】食料工業製品の消費者物価指数



(出所)総務省「消費者物価指数月報」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表20-2】食料名目支出の前年比伸び率推移(左)と2008年の主要品目別支出増減(右)



(出所)総務省「家計調査」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注)右グラフの増減は対前年同期比、構成比は対食料支出(1～4月)。

## 2. 原料コストのさらなる上昇を反映した値上げにより出荷額は増加

出荷額は 2 年連続増加の見込み

年初に企業の販売目標数値から集計された統計によれば、2008 年の食品製造業出荷額は全体で前年比 1.3%増の 22 兆 9,690 億円程度と推計されている(【図表 20-3】)。通常、出荷額実績は販売目標に比べて下振れるケースが

多いものの、輸入原料コストのさらなる上昇を反映した値上げも予想されることから、2007年に続き、前年比1%前後の増加が見込まれる。

【図表20-3】食品製造業の推定出荷額構成

(単位:10億円)

| 業種          | 出荷額    |        |               | 2008年<br>前年比<br>増減 | 当部<br>修正<br>予想 |
|-------------|--------|--------|---------------|--------------------|----------------|
|             | 2006年  | 2007年  | 2008年<br>(予想) |                    |                |
| 清涼飲料        | 3,712  | 3,814  | 3,866         | 1.4%               | ➡              |
| 酒類          | 3,741  | 3,733  | 3,691         | -1.1%              |                |
| 菓子類         | 2,367  | 2,357  | 2,398         | 1.8%               |                |
| 小麦粉・同二次加工品  | 2,196  | 2,203  | 2,327         | 5.6%               | ➡              |
| 牛乳・乳製品      | 2,013  | 2,003  | 2,040         | 1.8%               |                |
| 油脂・調味料      | 1,864  | 1,896  | 1,931         | 1.8%               | ➡              |
| 食肉加工品・水産練製品 | 998    | 1,013  | 1,014         | 0.0%               |                |
| 嗜好飲料類(茶葉等)  | 926    | 936    | 955           | 2.0%               |                |
| 健康食品        | 560    | 625    | 680           | 8.8%               |                |
| 冷凍食品        | 666    | 668    | 669           | 0.1%               | ➡              |
| 砂糖・糖化製品     | 393    | 399    | 398           | -0.2%              |                |
| レトルト食品      | 279    | 285    | 284           | -0.1%              | ➡              |
| 缶瓶詰(除く飲料缶)  | 252    | 251    | 249           | -0.9%              |                |
| その他農産・水産加工品 | 2,476  | 2,493  | 2,544         | 2.1%               | ➡              |
| 合計          | 22,444 | 22,675 | 22,969        | 1.3%               | 1%前後           |

(出所)㈱日刊経済通信社「酒類食品統計月報」2008年1月号を基に、みずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注)当部修正予想は2008年予想に対する6月末時点での見通し。

セグメントにより  
異なる値上げの  
インパクト

主なセグメント別に見ると、清涼飲料はプレミアム商品の増加による出荷額増が見込まれるが、他のセグメントに比べて定番商品を値上げする動きが鈍いことが増加幅を抑制すると予想される。他に出荷額増が見込まれるセグメントとしては、菓子類、小麦粉・同二次加工品、牛乳・乳製品、油脂・調味料等があるが、このうち小麦粉・同二次加工品と油脂・調味料については一部品目で年後半にさらなる値上げが実施されることで出荷額の増加幅が拡大する可能性がある。一方、酒類、食肉加工品・水産練製品、砂糖・糖化製品、缶瓶詰は従来から需要が減少トレンドにあるなかで、原料コストの上昇を背景とする値上げが販売数量のさらなる減少を招き、出荷額の減少を招く恐れがある。

## Ⅱ. 企業業績

### 1. 2007年度：原材料コスト上昇の価格転嫁で総じて増収となるも利益はセグメント間で格差

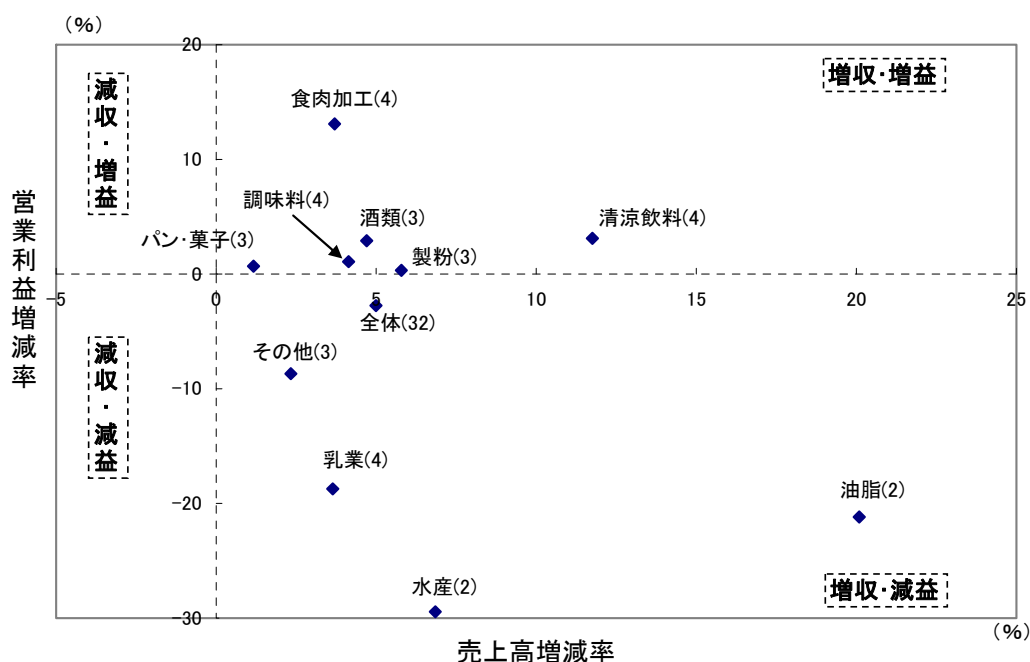
全体では増収減益

連結売上高 2,000 億円以上の上場食品メーカー32 社(以下、主要食品メーカーグループ)の 2007 年度業績(加重平均)は、売上高が 2006 年度比+5.0%、営業利益が同▲2.7%であった(【図表 20-4】)。原料コスト上昇を受けた価格転嫁が進むなかで、全てのセグメントが増収を達成したが、利益面では、国際相場の影響をより直接的に受けやすい素材系セグメント(価格面での政府規制色が強い製粉を除く)の減益が顕著となった。

油脂、水産、乳業、その他を除き増益

増益幅が最も大きかったのは、食肉卸事業の販売価格引き上げが進んだ食肉加工で営業利益が前年比 13.0%増加した。この他、猛暑による販売数量増で損益分岐点が改善した清涼飲料、M&A によりグループ企業の利益が増加した酒類や調味料、コスト削減と値上げで原料調達価格上昇をほぼ相殺できた製粉やパン・菓子も食肉加工に比べて小幅ながら増益を達成した。一方、①魚介類の買い付け不振や冷凍ギョーザ事件の影響に晒された水産、②年度を通して輸入原料のコスト上昇が続いた油脂や乳業、③サブプライム問題による北米の低所得者層の即席めん需要減退の影響を受けた「その他」、の 4 セグメントは減益となった。

【図表20-4】主要食品メーカーグループのセグメント別 2007 年度業績(前年度比増減率)



(出所)各社決算資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注)セグメント別企業：(①水産：マルハニチロホールディングス・日本水産、②製粉：日清製粉グループ・日本製粉・昭和産業、③乳業：明治乳業・森永乳業・ヤクルト本社・雪印乳業、④食肉加工：日本ハム・伊藤ハム・プリマハム・丸大食品、⑤パン・菓子：山崎製パン・明治製菓・江崎グリコ、⑥調味料：味の素・キューピー・キッコーマン・ハウス食品、⑦油脂：日清オイログループ・不二製油、⑧酒類：キリンホールディングス・アサヒビール・サッポロホールディングス、⑨清涼飲料：コカコーラウェストホールディングス・伊藤園・コカコーラセントラルジャパン・カゴメ、⑩その他：ニチレイ・日清食品・東洋水産)

## 2. 2008年度予想：値上げ効果の浸透により増収微増益を予想

大手7社は増益  
に転じる見込

主要食品メーカーグループのうち、連結売上高が7,000億円超の上位7社について2008年度の業績を推計すると、2008年度は売上高が前期比+6.0%、営業利益が+8.2%と、減益から増益に転じると予想される(【図表20-5】)。これら企業の場合、マルハニチロホールディングスの統合やキリンホールディングスによる協和発酵工業の子会社化等、大型M&Aに伴う収益増分があるため、食品業界全体に比べて増収増益幅がやや大きいと推測される。とはいえ、主要食品メーカーグループ全体でも、価格転嫁が原料価格高騰にかなり遅行した2007年度と異なり、2008年度は値上げ効果が多くの品目において通年化し、増収が確実視されるとともに微増益に転じると予想される。

清涼飲料、調味  
料、菓子等が増  
益傾向

主なセグメント別について2008年度の利益トレンドを見ると、比較的需要が堅調な商品(例：清涼飲料)、分野毎のガリバー型企業の主導による値上げが末端小売価格まで浸透している商品(例：調味料)、リニューアルや新商品発売による出荷価格の引き上げを実施しやすい商品(例：菓子)、等のメーカーは総じて増益が見込まれる。一方、近年の需要減退が顕著な酒類、乳業、食肉加工や、中国産ギョーザの影響を受けた冷凍食品のメーカーは、値上げによって販売数量減少が加速することで減益となる恐れがある。これらセグメントの企業は、自社内での努力や他社とのアライアンスによるサプライ・チェーンの効率化をさらに進めることで利益維持に注力していくことになる。この他、油脂、製粉、パン、めん、水産については2008年度中の原料調達コスト上昇如何で再値上げが必要となる可能性があり、値上げの時期や幅が利益の増減を左右することになると推察される。

【図表20-5】上場食品メーカー上位7社の企業収支

### 【実額】

|      | (社数)<br>(単位) | 06fy<br>(実績) | 07fy<br>(実績) | 08fy<br>(予想) |
|------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高  | 7社<br>(億円)   | 74,376       | 78,391       | 83,121       |
| 営業利益 | 7社<br>(億円)   | 3,381        | 3,355        | 3,629        |

### 【増減率】

|      | 摘要<br>(単位) | 06fy<br>(実績) | 07fy<br>(実績) | 08fy<br>(予想) |
|------|------------|--------------|--------------|--------------|
| 売上高  | 7社<br>(%)  | + 1.9%       | + 5.4%       | + 6.0%       |
| 営業利益 | 7社<br>(%)  | + 6.6%       | ▲ 0.8%       | + 8.2%       |

(出所)各社公表データを基に、みずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注)連結ベース

2007・2008年度の数値はみずほコーポレート銀行産業調査部予測

7社・・・キリンホールディングス、アサヒビール、味の素、日本ハム、マルハニチロホールディングス、山崎製パン、明治乳業

## Ⅲ. トピックス ～ 資源の制約が促す日本の食品メーカーの構造転換

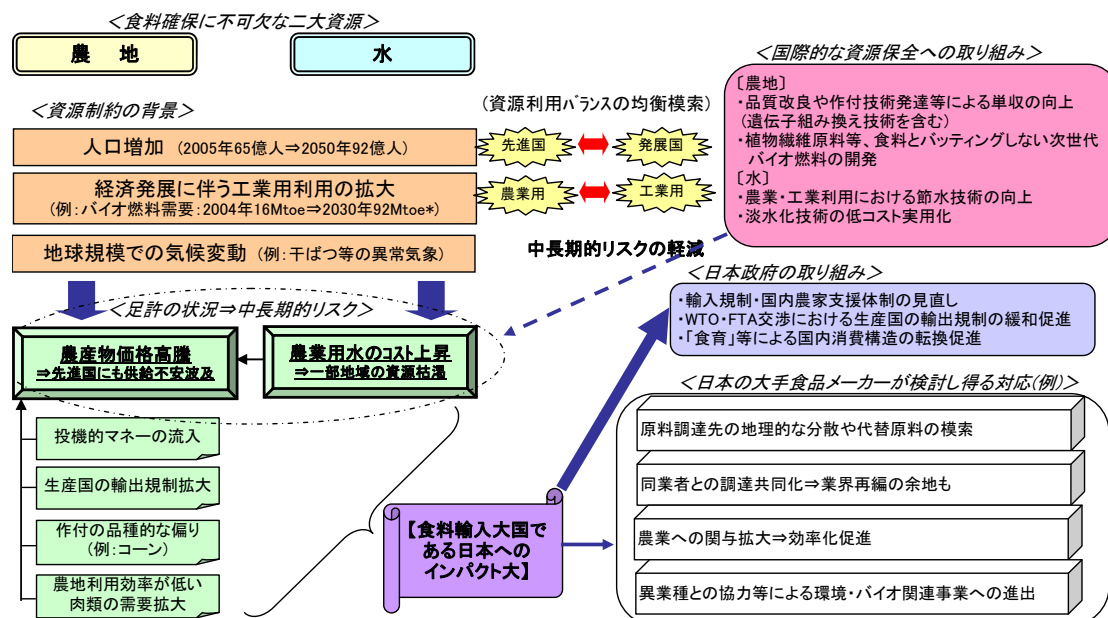
資源保全や食料  
確保に向けた取  
り組みの重要性

2007 年は、中国・インドの成長やバイオ燃料の需要拡大によって農地や水といった資源の利用バランスが急速に変化し始めたことと、天候要因や投機的マネーの流入等の要因が相俟って、各種農産物の国際相場が高騰した。①人口増加、②経済発展に伴う工業用利用の拡大、③地球規模での気候変動、といった構造的要因から、相場は今後も中長期的に高値圏での推移が予想され、時期や作物によっては先進国ですら絶対量が不足しかねない懸念がある。こうしたリスクを軽減するためには、次世代バイオ燃料や淡水化といった高度な技術を含む、資源保全への各種取り組みを国際的に推進していくことが不可欠であろう。また、食料輸入大国である日本においては今後、輸入規制・国内農家支援体制の見直しや WTO・FTA 交渉等を通じて政府が食料確保への取り組みを強化していくことが極めて重要であると考えられる。

農業や環境・バイ  
オ関連事業への  
関与も

日本の食品メーカーとしても、従来の価格・品質・数量での海外農産物調達が見込み薄との判断から現在、①原料調達先の地理的な分散や代替原料の模索、②国内外の同業者との調達共同化(例:キリンホールディングスとサントリー[対象:資材]、森永製菓とベルギー企業バリー・カレボー社[同:一次加工品])や業界再編といった取り組みが拡大する傾向にある。しかし、大手メーカーについては①・②のような動きだけに留まらず、中長期的に農業への関与拡大や環境・バイオ関連事業への進出といった事業構造の転換を図ることで資源制約に対応するケースも想定されよう(【図表 20-6】)。

【図表20-6】資源と食料を取り巻く環境変化



(出所)みずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注)Mtoe とは、1 単位当たり石油 100 万 t に相当するエネルギー。人口は、UN「World Population Prospects 2006」、バイオ燃料需要は IEA「World Energy Outlook 2006」に基づくデータ。

(流通・生活チーム 堀 千珠)