

平成 28 年 5 月 23 日  
全国乳業協同組合連合会

## 食品衛生管理の国際標準化に関する検討会におけるヒアリング資料

### 1. 業界の一般的な状況

中小乳業界の一般的な状況は別紙資料に記載した。

HACCP との関連では、中小乳業においては、学校給食用牛乳供給事業(学乳供給事業)が経営の柱となっており、学乳供給のためには、総合衛生管理製造過程(マル総)の承認取得、あるいは、マル総に準ずる衛生管理助言による監査を受けていることが条件となっている。

### 2. 食品安全上の管理のなかで優先度が高い課題

(平成 27 年度 中小乳業経営内容実態調査より)

経営課題として最も多かったのは、施設・設備の老朽化(65%)であり、また新たな設備投資をする投資余力がない(40%)も多かった。安全な食品を製造するためにも、老朽化した設備の更新は必要であるが、資金が無く更新できない状況となっている。

### 3. HACCP の取り組み状況(平成 27 年度 中小乳業経営内容実態調査より)

取得している 57%

取得していない 36% ⇒ 取得予定 50%  
予定無し 46%

[理由]・取得・更新に要する費用が確保できない 60%  
・品質・安全確保上問題が無い 40%  
・意義を感じない 15%

### 3. 業界団体として実施している HACCP 普及や輸出の取り組み

#### (1) 研修事業:

1) H25 年度:総合衛生管理製造過程(以下マル総という)の承認取得と衛生管理に関する研修

H28 年度:実施予定

2) 衛生講習会・・・地域の要請で講師を派遣

H27 年度は 1 地区、21 名を対象に実施

(2) 衛生管理助言:マル総未取得の事業者に講師を派遣し

衛生管理指導(事業者あたり年 1~4 回)

平成 27 年度実績 49 事業者、延べ 134 回

### 4. HACCP の制度化に対する意見・要望

安全な食品を製造することは食品製造事業者の使命であり、HACCP 導入を積極的に進めていくべきと考えている。ただし、中小・零細事業者では「人」と「金」という大きな課題がある。

#### (1) 人材不足

HACCP 導入を進めるために中心となり活動できる人、導入後 HACCP を維持・管理できる人がいない。たとえ能力がある人がいたとしても、日常業務に忙殺されており、HACCP 構築あるいは維持・管理まで手が回らない状況である。

専門家の指導のもと、時間をかけて HACCP システムを構築したとしても、維持・管理が難しいと考えている経営者が多く、HACCP 導入に消極的となっている。

(2) 資金の確保

中小・零細事業者にとって、施設の補修資金や新規設備の導入資金の確保は難しい。ソフトでの対応では、人手が掛かりコストアップ要因となる。さらに記録や、文書管理にも人手がかかり、コストアップにつながることから、導入に消極的となっている。また、HACCP 認証申請やその維持に掛かる資金の確保も難しい。HACCP 導入が売り上げ増につながる、あるいはコストアップ分を回収できるのであれば、導入は進むと考えられ、経営的なメリットを生ずる何らかの施策が必要である。

(3) マル総の扱い

マル総を「HACCP」と称している。今後もマル総はそのまま残るのか、HACCPに一本化するのか、早く決めて頂きたい。

マル総取得に向けて取り組みを進めている事業者が複数あり、方向性を示せず苦慮している。

既にマル総を取得している事業者の今後の対応についても早急に 方向性を示して頂きたい。

(4) 「義務化」について

中小・零細事業者の中には、上記のように人材不足、資金の確保難などがあり、このことからみて、全企業体に対する HACCP の一律の義務化は困難と考える。企業の規模等によっては、現行の「マル総に準ずる衛生管理助言による監査」制度の適用を残すように措置する必要がある。

以上

## 平成27年度 中小企業経営内容実態調査

### アンケート実施時期

・平成27年10月～11月

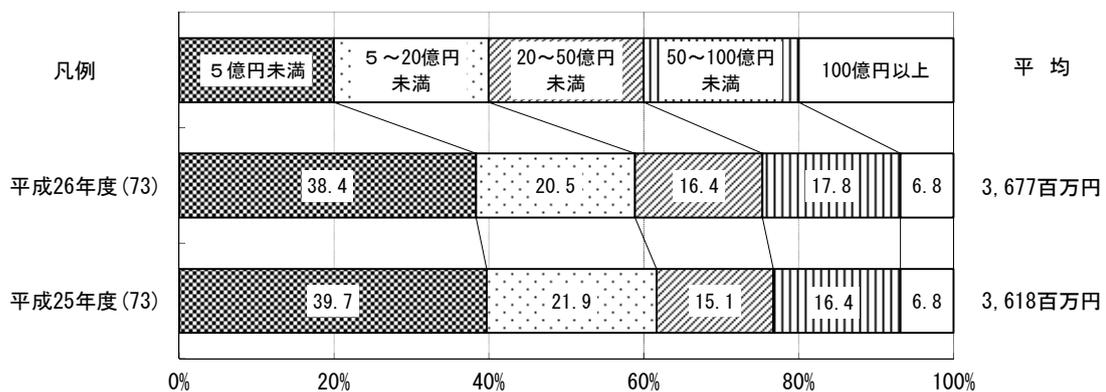
### 配布及び回収状況

・アンケートの配布数152社に対し、回収数は77社、回収率は50.7%である。

### 1. 売上高規模

- ・回答企業の平成26年度売上高規模は「5億円未満」が38.4%と最も多く、次いで「5～20億円未満」(20.5%)の順で、平均では3,677百万円となっている。
- ・回答企業の平成26年度の売上高規模を平成25年度と比較すると、売上高規模ごとの企業の割合に大きな変動は見られない。

図表2-2 売上高規模



注) 四捨五入の関係で比率を合計しても100にならない場合がある。

## 2. 経営状況

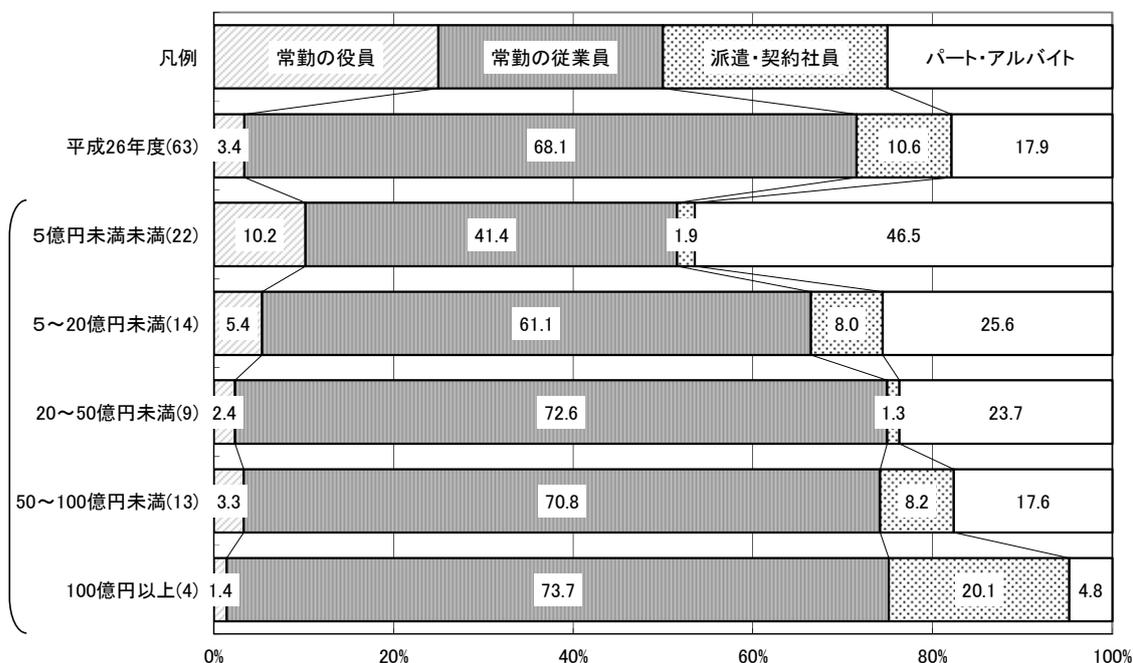
### (1) 従業者数、パート・アルバイト

アルバイトを合わせた非正規社員の割合は28.5%となっている。

- ・売上規模別にみると、概ね売上規模が大きくなるほど常勤の従業員の割合が大きくなる傾向にあり、パート・アルバイトの割合が小さくなる傾向にある。
- ・平成27年3月末時点の常勤従業員の平均年齢は43.3歳であり、売上規模が小さい企業ほど平均年齢が高くなる傾向にある。
- ・平成27年3月末時点の常勤従業員の平均勤続年数は13.6年であり、売上規模「5億円未満」の起業では14.1年と若干長く、「100億円以上」の企業では12.3年と若干短い、その他は売上規模による傾向はあまり見られない。

図表2-3 売上規模別1社平均従業者数とパート・アルバイト数

		企業数	合計(人)	常勤の役員(人)	常勤の従業員(人)	派遣・契約社員(人)	パート・アルバイト(人)	常勤従業員平均年齢(歳)	常勤従業員平均勤続年数(年)
全体		63	73.1	2.5	49.8	7.7	13.1	43.3	13.6
売上規模別	5億円未満	22	18.7	1.9	7.7	0.4	8.7	45.4	14.1
	5～20億円未満	14	43.9	2.4	26.8	3.5	11.2	42.2	13.3
	20～50億円未満	9	75.4	1.8	54.8	1.0	17.9	42.9	12.6
	50～100億円未満	13	104.2	3.5	73.8	8.5	18.4	40.5	13.5
	100億円以上	4	385.0	5.5	283.8	77.3	18.5	39.0	12.3



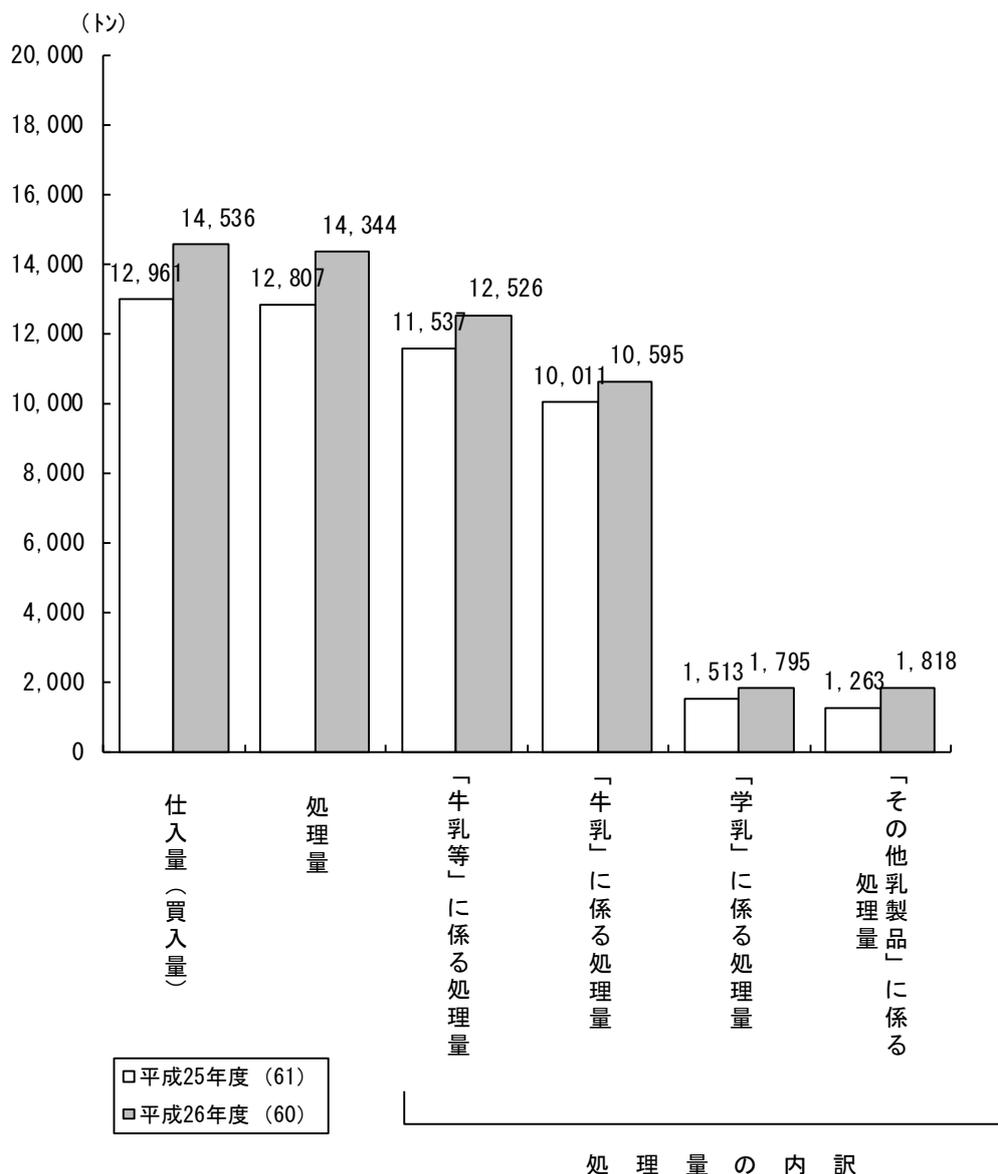
注1) 四捨五入の関係で比率を合計しても100にならない場合がある。

注2) 平均値の算出にあたり無回答データは除いているため、売上規模別の企業数を足しても、合計とは合致しない。

## (2) 原乳の仕入量及び処理量

- ・回答企業の平成26年度における1社平均の原乳仕入量は14,536トン、処理量は14,344トンとなっている。
- ・平成26年度は平成25年度（平成26年度調査結果）に比べて仕入量・処理量ともに増加傾向にある。

図表2-7 1社平均の原乳の仕入量及び処理量

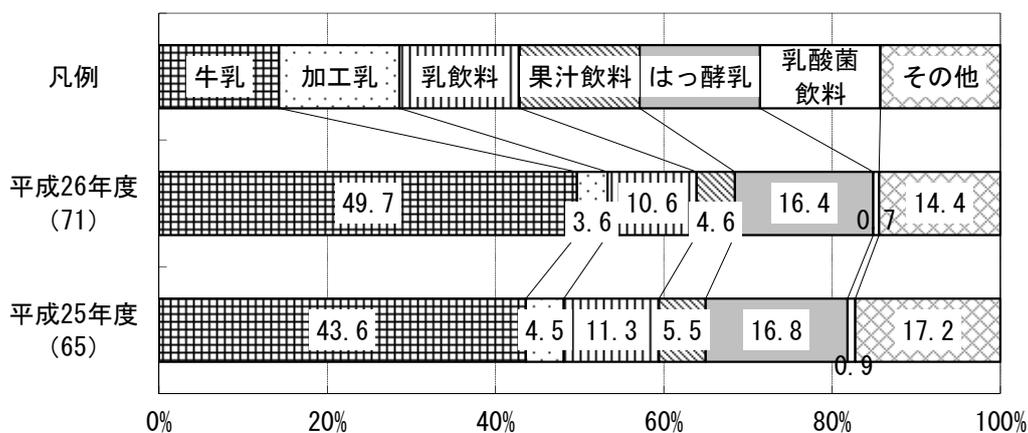


- 注1) 平均値の算出にあたり無回答は除いている。  
 2) 処理量には受託処理分を含めて集計してある。  
 3) 仕入量と処理量は受託・委託処理の関係で一致しない場合もある。  
 4) 「牛乳等」＝牛乳、加工乳、乳飲料、はっ酵乳、乳酸菌飲料  
 「その他乳製品」＝クリーム、バター、チーズ、練乳、粉乳等

### (3) 製品種類別売上高構成比

- ・回答企業における平成26年度の牛乳の売上高構成比は49.7%、加工乳の売上高構成比は3.6%、乳飲料の売上高構成比は10.6%、果汁飲料の売上高構成比は4.6%、はっ酵乳の売上高構成比は16.4%である。
- ・平成25年度（平成26年度調査結果）と比較すると、牛乳の割合が増加している一方で、他の製品は全て割合が微減している。
- ・売上規模別にみると、売上規模が大きい事業者ほど、牛乳が売上高に占める比率が小さく、「はっ酵乳」や「その他」が売上高に占める比率が大きい傾向にある。

図表 2-8 製品種類別売上高構成比



平成26年度 1社平均の製品種類別売上高 (単位：百万円)

	企業数	合計	製品種類							
			牛乳	加工乳	乳飲料	果汁飲料	はっ酵乳	乳酸菌飲料	その他	
全体	71	3,726	1,851	134	395	170	613	25	538	
売上規模別	5億円未満	27	235	197	7	10	0	11	3	7
	5～20億円未満	15	1,172	896	26	50	9	58	2	130
	20～50億円未満	11	3,143	2,295	40	187	12	287	4	317
	50～100億円未満	13	7,539	4,772	276	779	602	539	0	571
	100億円以上	5	21,611	5,076	982	2,973	792	6,435	325	5,028

平成26年度 1社平均の製品種類別売上高構成比率 (単位：%)

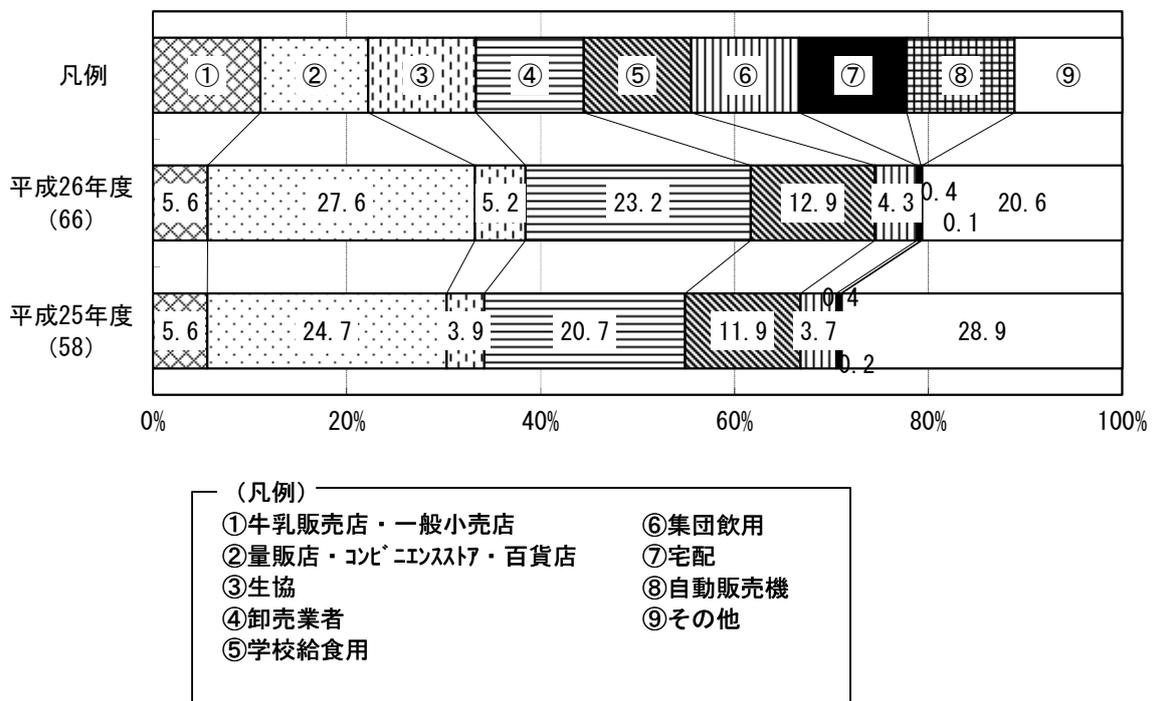
	企業数	合計	製品種類							
			牛乳	加工乳	乳飲料	果汁飲料	はっ酵乳	乳酸菌飲料	その他	
全体	71	100.0	49.7	3.6	10.6	4.6	16.4	0.7	14.4	
売上規模別	5億円未満	27	100.0	84.1	3.1	4.1	0.2	4.6	1.2	2.9
	5～20億円未満	15	100.0	76.5	2.3	4.3	0.8	4.9	0.1	11.1
	20～50億円未満	11	100.0	73.0	1.3	6.0	0.4	9.1	0.1	10.1
	50～100億円未満	13	100.0	63.3	3.7	10.3	8.0	7.2	0.0	7.6
	100億円以上	5	100.0	23.5	4.5	13.8	3.7	29.8	1.5	23.3

注) 平均値の算出にあたり無回答は除いている。

#### (4) 販売先別販売金額構成比

- ・回答企業の平成26年度の販売金額の大きな販売先は「量販店・コンビニエンスストア・百貨店」(27.6%)と「卸売業者」(23.2%)である。
- ・平成25年度(平成26年度調査結果)と比較すると、「量販店・コンビニエンスストア・百貨店」の割合が2.9%増加、「卸売業者」の割合が2.5%増加しており、その分「その他」が8.3%減少している。
- ・「その他」の具体的な販売先は親会社・グループ会社も含め、他の乳業メーカー等であり、受託生産となっている。

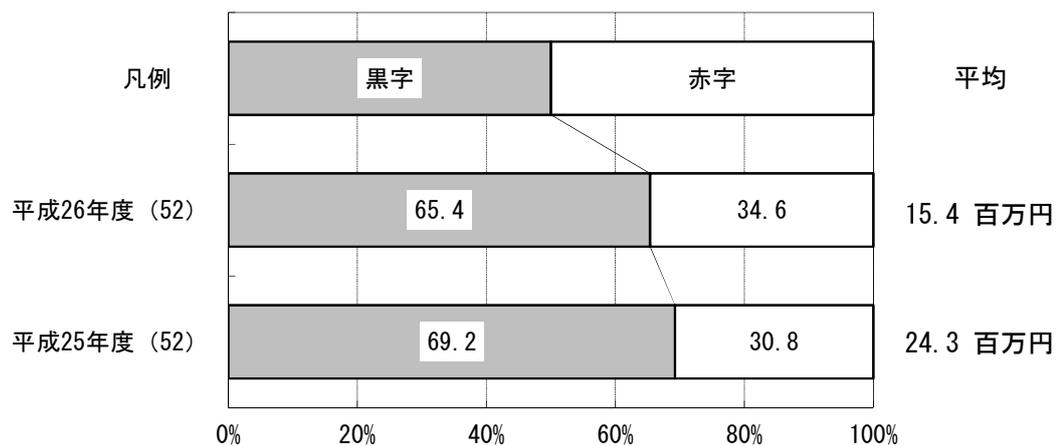
図表 2-9 販売先別販売金額構成比



## (5) 損益の動向

- ・回答企業のうち、平成26年度の黒字企業（経常利益ベース）の割合は65.4%、赤字企業の割合は34.6%である。
- ・平成25年度（回答企業）から比べると、平成26年度は黒字企業の割合が3.8%（2社）減少しており、経常利益の平均も8.9百万円減少している。

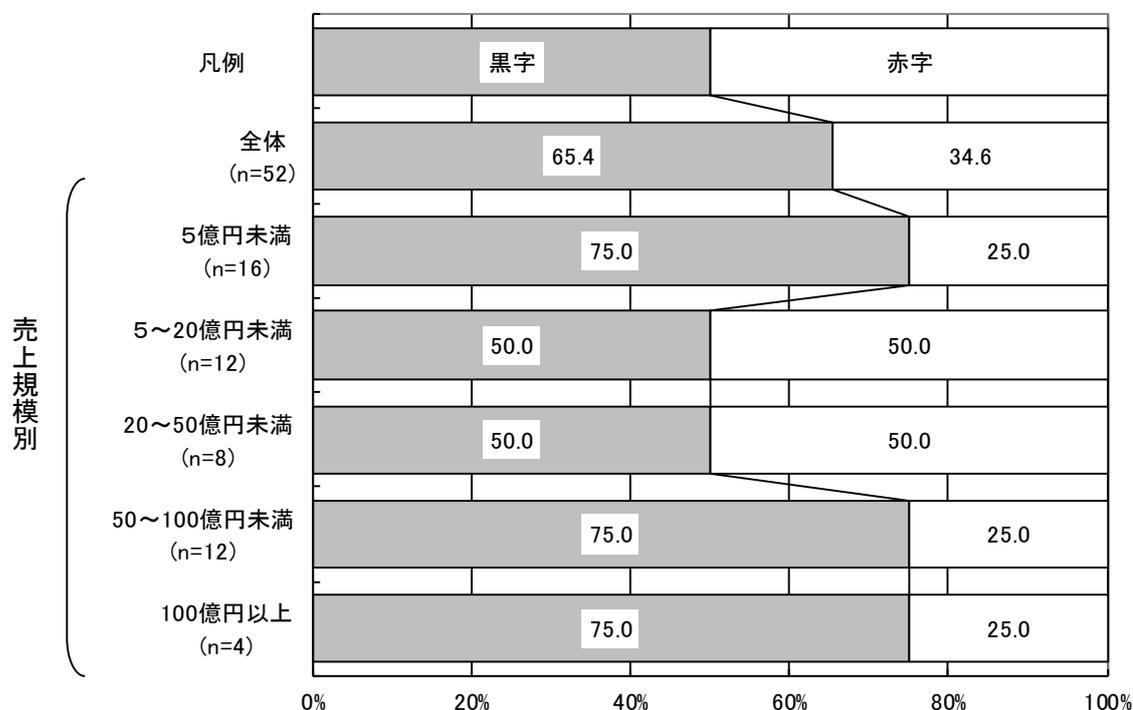
図表 2 - 1 1 黒字企業の割合（経常利益）



- ・売上規模別に平成26年度の黒字企業（経常利益ベース）の割合をみると、「5～20億円未満」「20～50億円未満」の企業で50%と少ない一方で、「5億円未満」「50～100億円未満」「100億円以上」の企業では75.0%と比較的多い。
- ・経常利益が売上高に占める比率でみると、「5億円未満」「20～50億円未満」の企業は「5～20億円未満」「50～100億円未満」「100億円以上」の企業に比べて低い水準にある。

図表2-12 売上規模別黒字企業の割合（経常利益）

上段：度数 下段：%		企業数	H26年度経常利益			
			収支		平均 (百万円)	対売上高比率 平均(%)
			黒字	赤字		
全体		52 100.0	34 65.4	18 34.6	15.4	0.4
売上規模別	5億円未満	16 100.0	12 75.0	4 25.0	-0.4	-0.1
	5～20億円未満	12 100.0	6 50.0	6 50.0	10.8	1.0
	20～50億円未満	8 100.0	4 50.0	4 50.0	-6.6	-0.2
	50～100億円未満	12 100.0	9 75.0	3 25.0	13.8	0.2
	100億円以上	4 100.0	3 75.0	1 25.0	140.8	1.1

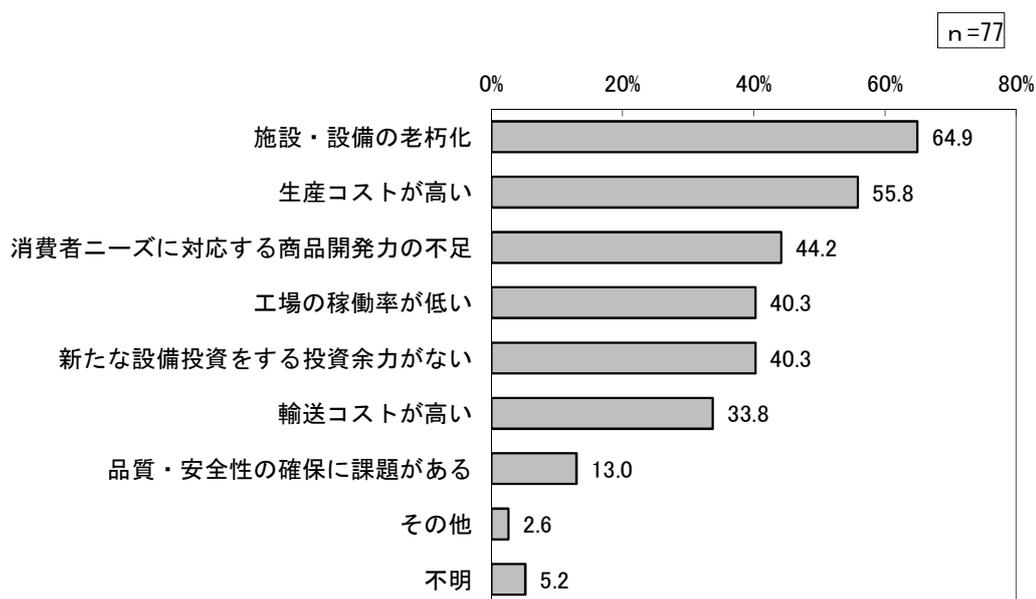


注) 四捨五入の関係で比率を合計しても100にならない場合がある。

## (6) 経営における問題点・課題

- ・経営において各社が課題として感じていることをきいたところ、最も多かったのは「施設・設備の老朽化」で64.9%、次いで「生産コストが高い」が55.8%となっており、いずれも半数以上の企業が課題として認識している。
- ・また、「消費者ニーズに対応する商品開発力の不足」(44.2%)、「工場の稼働率が低い」(40.3%)、「新たな設備投資をする投資余力がない」(40.3%)を問題点・課題に挙げる企業も比較的多い。
- ・「その他」の意見としては「人員不足」などが見られた。

図表 2-16 経営課題

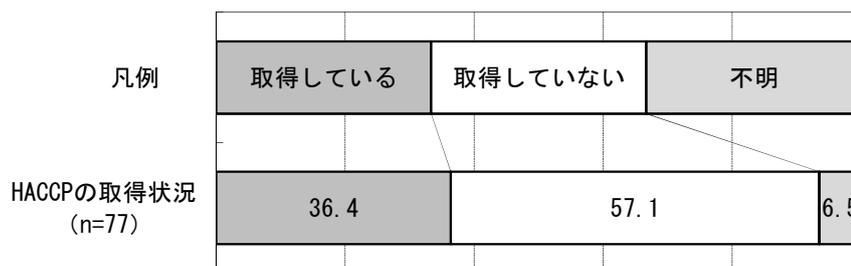


## (7) HACCP 認証の取得

### 【HACCP 認証の取得状況】

- ・ HACCP 認証について、「取得している」は36.4%と「取得していない」(57.1%)に比べて少数となっている。

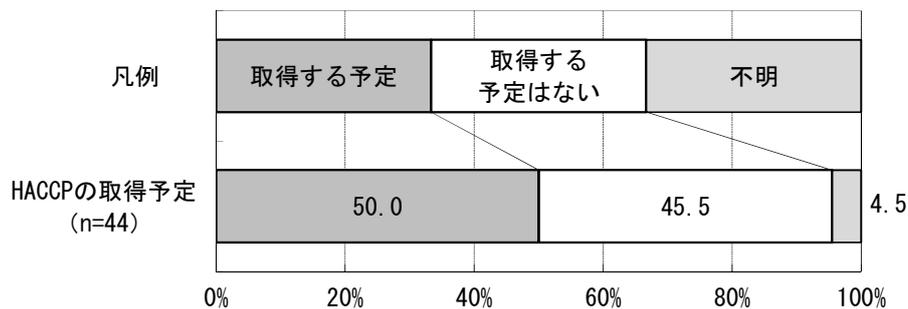
図表 2-21 HACCP 認証の取得状況



### 【HACCP 認証の取得予定】

- ・ HACCP 認証を取得していない企業 (44社) における、今後の取得意向は「取得する予定」が50.0%となっており、「取得する予定はない」(45.5%)より若干多い。

図表 2-22 HACCP 認証の取得予定



**【HACCP 認証取得予定がない理由】**

- HACCP 認証を取得する予定がない企業（20社）における理由は、「取得・更新に要する費用が確保できない」（60.0%）が最も多い。
- その他（20.0%）の具体的内容としては「衛生指導を受けたが工場の改築をしても取得できないと指導された」「社内認証制度で対応している」等の回答が見られた。

図表 2-23 HACCP 認証の取得予定がない理由

