

食 品 流 通 の 現 状 に つ い て

平成 1 3 年 1 1 月

目 次

食品流通をめぐる環境変化

- 1 . 情報化の進展 1
- 2 . 食生活の質・サービス志向の高まり 2

食品流通の現状

- 1 . 食品産業の動向 3
- 2 . 食品小売業の現状 4
- 3 . 最近の小売業の状況 5
- 4 . 食品卸売業の現状 6
- 5 . 卸売市場の現状 7
- 6 . 卸売市場機能強化のための支援措置 8

我が国食品流通の特性 10

- 1 . 流通の多段階性
- 2 . 小売店舗の特性

食品流通構造改善促進法の概要 11

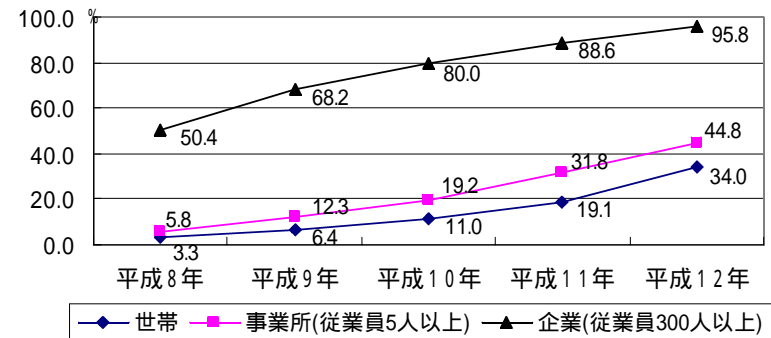
食品流通をめぐる環境変化

1. 情報化の進展

(1) インターネットの急速な普及

近年、インターネット等のIT化の進展はめざましく、平成12年の我が国におけるインターネットの普及状況は、従業員300人以上の企業で96%、世帯で34%となっている。

我が国におけるインターネットの普及状況



資料：総務省「情報通信白書」(平成13年)

(2) 食品流通における情報化の現状

生鮮食品流通における電子取引の基本となる商品コードの標準化等共通基盤の開発が進んでいる。

生鮮品におけるE D I標準

(野菜の場合)



国コード(「49」は日本)

生鮮識別コード(「22」は生鮮食品を示す。)

標準品名コード(5桁で品名を表す)

(例)ねぎ 31900

属性コード(3桁で以下の商品属性を表す。)

1桁目 栽培区分 (例)「1」=有機

2桁目 サイズ (例)「4」=L

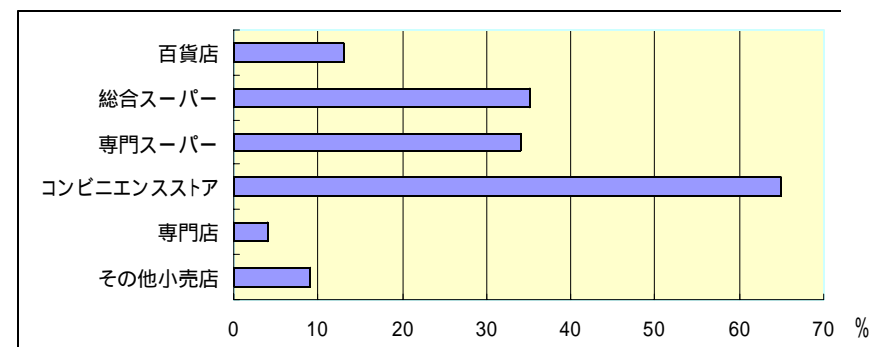
3桁目 入数、量目(例)「3」=3本

チェックジット(誤読チェック用数字)

加工品においては、小売業が卸、加工業者に通信回線を利用して電子的に商品の注文を行い、商品の供給を受けるシステム(EOS*: Electronic Ordering System)がスーパーやコンビニエンスストアを中心に普及している。

(EOSとは、企業間のオンラインネットワークを利用した企業間受発注システム。)

食品部門の発注金額に占めるEOS利用割合



資料：農林水産省「食品産業動向調査」(平成10年)

2. 食生活の質・サービス志向の高まり

(1) 品質・安全性志向の高まり

食品の消費形態は、ライフスタイルの変化の進展に伴い多様化、個食化しており、多様な食品を少量ずつ購入するという「多品目少量購買行動」がみられる。特に、食品の品質に関しては、味、鮮度等を重視する志向が強いが、「健康」や「安全性」といった点についても関心が高まっている。

(2) 食の外部化・サービス化の進展

食料消費の形態についてみると、女性の社会進出や単身世帯の増加などを背景とする消費者ニーズと、食品の供給サイド（農業、製造・加工業、流通業、外食産業）における対応とが相まって、外食や調理食品、弁当、惣菜といったいわゆる中食を利用する「食の外部化・サービス化」が進展している。

食料消費支出に占める外食・中食の支出割合、いわゆる食の外部化率は、増加傾向をたどっている。

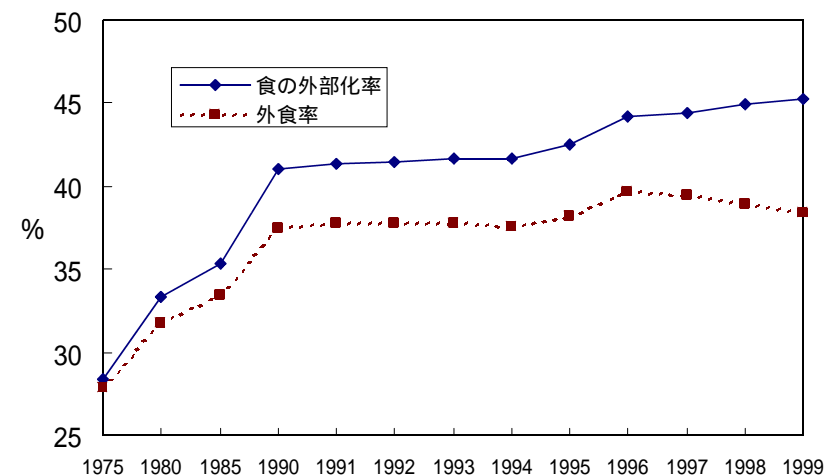
今後の食生活の変化

(上段は「そう思う」、下段は「そう思わない」の回答率。単位：%)

事項	計
食品の安全性に対する関心が強くなる	94.8 1.2
産地や栽培、製造方法など食品の品質に対する関心が強くなる	83.8 5.6
和食が見直される	66.0 9.6
加工食品の充実などにより簡便化が更に進む	61.3 17.7
ビタミン強化や食物繊維増量といった健康志向食品の利用が増加する	60.6 14.4

資料：農林水産省「食料品消費モニター第3回定期調査結果（平成10年）」

外食率、食の外部化率の推移



資料：(財)外食産業総合調査研究センター推計

注1：外食率 = 外食産業市場規模 / (家計の食料・飲料・煙草支出 - 煙草販売額 + 外食産業市場規模)

注2：食の外部化率 = (外食産業市場規模 + 料理品小売業) / (家計の食料・飲料・煙草支出 - 煙草販売額 + 外食産業市場規模)

食品流通の現状

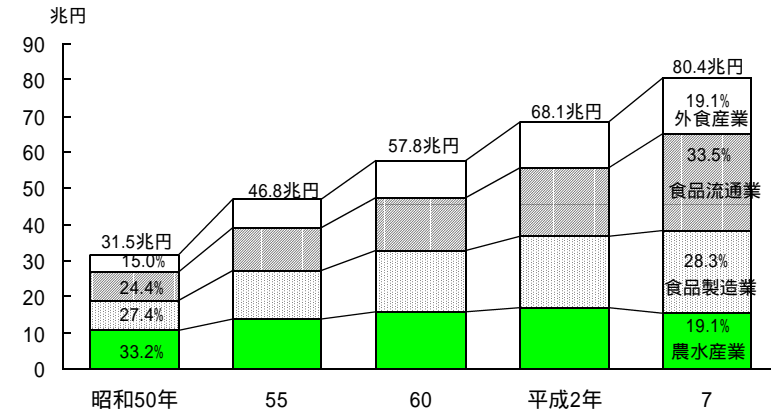
1. 食品産業の動向

国民の飲食費支出は、昭和50年の31.5兆円から平成7年の80.4兆円へと大幅に増大しているが、その中で、農水産業が低迷する一方、加工食品の増加、食の外部化・サービス化の進行に伴って、食品産業（食品製造業、食品流通業、外食産業）のウエイトが大幅に高まっている。

平成7年では飲食費支出のうち、食品製造業が28%、食品流通業が34%、外食産業が19%、合計で81%を占めるに至っている。

また、食品産業は、国内総支出の13%、就業者総数の12%を占めている。

最終消費された飲食費



(資料) 総務庁他10省庁「産業連関表」等から試算

国民経済に占める食品産業の割合 (平成7年)

(単位: 兆円、%)

飲食費全体	食品産業				農水産業	国内総支出
	食品産業	食品製造業	食品流通業	外食産業		
80.4 (15.9)	64.8 (12.8)	22.4 (4.4)	27.0 (5.3)	15.4 (3.0)	15.6 (3.1)	505.2 (100.0)

資料: 総務庁他10省庁「産業連関表」等から試算

就業者総数に占める食品産業の割合 (平成12年)

(単位: 万人、%)

食品産業	食品産業			農林水産業	就業者総数
	食品製造業	食品流通業	外食産業		
788 (12.5)	138 (2.2)	374 (5.9)	276 (4.4)	332 (5.3)	6,289 (100.0)

資料: 総務庁「国勢調査報告抽出詳細集計結果」

2. 食品小売業の現状

(1) 食品小売業の地位

我が国の食品小売業は、平成11年において、販売額は44兆円、店舗数は49万店、従業者数は311万人であり、全小売業に占める割合は各々30%、35%、39%となっている。

食品小売業については、店舗数の減少傾向が続いている。

食品小売業の販売額、店舗数、従業者数の推移

業種		平成3年	平成6年	平成9年	平成11年
販売額	小売業計(10億円)	142,291 (100%)	143,325 (100%)	147,743 (100%)	143,833 (100%)
	食品小売業	41,043 (29%)	43,021 (30%)	42,825 (29%)	43,687 (30%)
店舗数	小売業計(千店)	1,606 (100%)	1,500 (100%)	1,420 (100%)	1,407 (100%)
	食品小売業	623 (39%)	569 (38%)	526 (37%)	488 (35%)
従業者数	小売業計(千人)	7,000 (100%)	7,384 (100%)	7,351 (100%)	8,029 (100%)
	食品小売業	2,528 (36%)	2,740 (37%)	2,795 (38%)	3,114 (39%)

資料：通商産業省「商業統計表」(平成11年)

注1：平成11年において事業所の捕捉を行っており、データの連続性はない。

注2：()内は構成比である。

(2) 食品小売業の業態別店舗数の推移

食品小売業の業態別店舗数をみると、食料品専門店、食料品中心店の店舗数、年間販売額がともに減少を続けるなか、食料品スーパー、コンビニエンス・ストアでは大幅に増大している。

食品小売業の業態別店舗数の推移

	店舗数(千店)			年間販売額(10億円)		
	H3	H11	H11/H3	H3	H11	H11/H3
小売業計	1,606 (100%)	1,407 (100%)	12.4	142,291 (100%)	143,833 (100%)	1.1
百貨店	0.5 (0.0%)	0.4 (0.0%)	20.0	11,350 (8.0%)	9,705 (6.7%)	14.5
総合スーパー	1.7 (0.1%)	1.7 (0.1%)	0.0	8,496 (6.0%)	8,850 (6.2%)	4.2
食料品スーパー	15 (0.9%)	19 (1.4%)	26.7	11,297 (7.9%)	16,748 (11.6%)	48.3
コンビニエンスストア	24 (1.5%)	40 (2.8%)	66.7	3,126 (2.2%)	6,135 (4.3%)	96.3
食料品専門店	297 (18.5%)	249 (17.7%)	16.2	11,292 (7.9%)	9,207 (6.4%)	18.5
食料品中心店	212 (13.2%)	131 (9.3%)	38.2	9,591 (6.7%)	6,680 (4.6%)	30.4

資料：平成11年商業統計表

1 業態の分類は、以下のとおり。

総合スーパー：衣食住にわたる商品を小売し、それぞれの取扱いが10%以上、70%未満

食料品スーパー：食料品の取扱いが70%以上

コンビニエンスストア：飲食料品を取扱い、営業時間が14時間以上

食料品専門店：特定商品(例：食肉、鮮魚)の取扱いが90%以上

食料品中心店：食料品の取扱いが50%以上

2 年間販売額は、食料品のみ販売額ではない。

3 ()内は、構成比である。

3. 最近の小売業の状況

- (1) 9月14日、大手スーパーのマイカル(大阪市、資本金740億円)の経営が破綻し、民事再生手続開始の申し立てを行い、同日、東京地方裁判所において受理された。
- (2) また、近年、カルフルやコストコなどの流通外資の出店が相次いでいる。

流通外資の出店状況

カルフル	コストコ・ホールセール
幕張：平成12年12月	福岡県久山町：平成11年4月
町田：平成13年1月	幕張：平成12年12月
大阪府光明池：平成13年2月	

日本小売業ランキング(2000年)

(単位:億円)

順位	社名	売上高	伸び率
1	イトーヨーカ堂	31,036	1.2
2	ダイエー	29,141	2.4
3	ジャスコ	27,386	8.6
4	マイカル	17,227	7.2
5	高島屋	11,922	0.1
6	ユニー	11,726	1.5
7	西友	10,712	5.0
8	三越	9,670	1.0
9	大丸	7,948	1.3
10	伊勢丹	5,929	3.4

資料: 日経ネット

世界小売業ランキング(2000年)

(単位:億円)

順位	企業名	国名	売上高
1	ウォルマート	アメリカ	222,487
2	カルフル	フランス	69,479
3	クローガー	アメリカ	56,980
4	ロイヤル・アホールド	オランダ	56,256
5	ホーム・デポ	アメリカ	53,186
6	メトロ	ドイツ	50,315
7	シアーズ・ローバック	アメリカ	46,750
8	Kマート	アメリカ	43,058
9	ターゲット	アメリカ	42,913
10	アルバートソンズ	アメリカ	42,749
∴			
14	コストコ・ホールセール	アメリカ	34,299
15	イトーヨーカ堂	日本	31,036
16	ダイエー	日本	29,141

資料: 日経流通新聞

4. 食品卸売業の現状

(1) 食品卸売業の地位

食品卸売業は、販売額で100兆円^{*}、店舗数で9万4千店、従業者数で102万人であり、全卸売業に占める割合は各々20%、22%、23%である。なお、卸売業全体、飲食料品卸売業とも販売額、商店数、従業者数の減少が進んでいる。（* 販売額は重複計算）

食品卸売業のうち生鮮食品卸売業は、販売額で36兆円、商店数で3万5千店、従業者数で38万人であり、食品卸売業に占める割合は、各々36%、37%、37%である。

飲食料品卸売業の販売額、商店数、従業者数の推移

	業種	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年
販売額	卸売業計(10億円)	571,512 (100%)	514,317 (100%)	479,813 (100%)	495,453 (100%)
	食	108,718 (19%)	104,335 (20%)	97,848 (20%)	99,732 (20%)
商店数	■	462 (100%)	429 (100%)	392 (100%)	426 (100%)
	食	100 (22%)	96 (22%)	87 (22%)	94 (22%)
従業者数	■	4,709 (100%)	4,581 (100%)	4,165 (100%)	4,496 (100%)
	食	979 (21%)	1,018 (22%)	930 (22%)	1,020 (23%)

資料：通商産業省「商業統計表」（平成11年）

注1：平成11年において事業所の捕捉を行っており、データの連続性はない。

■

生鮮食品卸売業の販売額、商店数、従業者数の推移

	業種	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年
販売額	飲食料品(10億円)	108,718 (100%)	104,335 (100%)	97,848 (100%)	99,732 (100%)
	鮮	38,677 (36%)	36,216 (35%)	34,258 (35%)	36,122 (36%)
商店数	■	100 (100%)	96 (100%)	87 (100%)	94 (100%)
	鮮	34 (34%)	34 (35%)	32 (37%)	35 (37%)
従業者数	■	979 (100%)	1,018 (100%)	930 (100%)	1,020 (100%)
	鮮	334 (34%)	355 (35%)	331 (36%)	377 (37%)

資料：通商産業省「商業統計表」（平成11年）

注1：平成11年において事業所の捕捉を行っており、データの連続性はない。

■

5. 卸売市場の現状

(1) 卸売市場の取扱状況

卸売市場は、現在、中央卸売市場で86市場、地方卸売市場で1,427市場となっている。取扱金額は中央卸売市場で5,7兆円、地方卸売市場で4,8兆円となっている。

取扱数量は微減傾向、取扱金額は減少傾向で推移している。

中央卸売市場の取扱実績の推移

(単位: 数量 = 千トン、金額 = 億円)

区 分		H3	H5	H7	H9	H11
青 果	数 量	11,228	11,384	11,330	11,029	10,635
	金 額	29,597	28,234	26,249	25,567	24,115
水産物	数 量	3,971	3,799	3,698	3,665	3,587
	金 額	34,206	31,477	30,046	30,566	28,711
食 肉	数 量	270	244	247	244	241
	金 額	2,832	2,343	2,356	2,569	2,289
花 き	金 額	1,037	1,230	1,396	1,525	1,474
合 計	金 額	68,890	64,398	61,090	60,669	56,983

資料：農林水産省流通課調べ

注：合計は、その他の品目を加えたものである。

(2) 市場経由率

青果、水産物ともに7割強が卸売市場を経由しており、市場経由率は、ここ数年、概ね横ばいで推移している。

卸売市場の種類と数、取扱金額、市場関係業者数

	市場数	取扱金額 (億円)	卸売業者 数	仲卸業者 数	売買参加 者数
中央卸売市場	86	56,983	253	5,850	46,596
うち青 果	71	24,115	107	2,262	25,429
水産物	53	28,711	95	3,344	9,622
食 肉	10	2,289	10	105	1,949
花 き	23	1,474	31	99	9,582
地方卸売市場	1,427	44,858	1,655	2,133	179,797

資料：農林水産省流通課調べ

注1：市場数については、中央は13年9月現在、地方は12年4月現在である。

注2：取扱金額については、中央は11年度、地方は11年度である。

注3：業者数については、中央の卸売業者数は13年9月現在、他の業者数は12年3月現在、地方は12年4月現在である。

卸売市場経由率の推移（推計、重量ベース）

(単位：%)

年度	青果		水産物	食肉	花き
	野菜	果実			
昭和60年度	85.2	87.4	76.9	22.2	77.6
平成2年度	81.9	85.2	72.1	22.6	82.3
平成7年度	74.2	80.8	67.6	15.5	81.9
平成8年度	74.8	82.6	69.4	14.9	84.1
平成9年度	74.7	83.0	71.0	15.1	85.5
平成10年度	74.8	82.8	71.6	15.5	85.6
平成11年度	71.6	80.8	70.0	16.7	84.6

資料：農林水産省「食料需給表」等により推計

注1：青果、水産物、食肉については重量ベース、花きについては金額ベースの数値である。

注2：11年度は速報値である。

6. 卸売市場機能強化のための支援措置

(1) 施設整備事業

卸売市場施設整備事業

卸売市場のハード面では、第6次卸売市場整備基本方針において市場機能強化への重点化が打ち出された他、近年の卸売市場をめぐる流通環境の変化等を踏まえ、卸売市場施設整備事業（国庫補助事業）の補助体系の見直しを行っている。

(ア) 平成10年度の見直し

a 新規メニューの設定

- ・物流効率化、情報化、衛生・環境対応機能の強化や施設の高度利用等に資するメニューの新設

b 整理合理化

- ・構内舗装、電気通信設備等のうち、補修改良的なものを補助対象から除外、温度管理機能のない倉庫施設、立体化を伴わない駐車施設等の助成水準の引下げ等

(イ) 平成13年度の見直し

中核的市場の機能の高度化及び卸売市場の再編統合の促進を図る観点から、統合に伴い新設又は改良を行う場合には高い補助率を適用

卸売市場活性化推進事業（12年度創設）

民間事業者（事業協同組合等）が、市場の機能を高度化するための施設の整備を行う場合や統合を進めるための施設整備を行う場合に対して支援をする。

(ア) 市場機能強化タイプ 中央1/3・1/4、地方(公設)1/5、地方(職)1/4 各以内

(イ) 統合・大型化タイプ 中央1/3・4/10、地方(公設)1/3・1/5、地方(職)1/4 各以内

卸売市場施設整備事業の補助率の経緯

〔中央卸売市場〕

(昭和46年度以降)

	新 設 (大規模)	既 設
基幹施設	4 / 10	1 / 3
関連施設	1 / 3	1 / 4
附属施設	1 / 4	1 / 5

基幹施設：卸売場、倉庫、冷蔵庫等

関連施設：衛生施設、搬送施設等

附属施設：加工施設等



機能の高度化
再編・統合の推進

(平成13年度以降)

	新 設(大規模)			既 設
	中核市場型	統合市場型	その他	
高機能施設	4 / 10	4 / 10	1 / 3	1 / 3
その他	1 / 3	1 / 3	1 / 3	1 / 4

高機能施設：温度帯別管理、自動搬送等の機能を有する倉庫等

〔地方卸売市場〕

(昭和46年度以降)

	新 設	改 良
主たる施設	1 / 3	1 / 5
従たる施設	1 / 5	

主たる施設：卸売場、倉庫、冷蔵庫等

従たる施設：衛生施設、搬送施設等



機能の高度化
再編・統合の推進

(平成13年度以降)

	統合型中核市場		その他
	新 設	改 良	
高機能施設	1 / 3	1 / 3	1 / 5
その他	1 / 5	1 / 5	

高機能施設：温度帯別管理、自動搬送等の機能を有する倉庫等

(2) 金融措置

食品流通構造改善促進法に基づき、農林水産大臣の認定を受けた「卸売市場機能高度化事業」に関する計画に則し、卸売業者、仲卸業者又は仲卸業者の組合が、必要な施設整備と併せて、次の経営体質強化を図るために必要な資金（平成11年7月追加）

卸売業者が他の卸売業者から営業権を譲り受ける場合における当該営業権の取得に必要な資金

卸売業者が他の卸売市場の卸売業者との間で資本提携関係を構築するための出資を行う際に必要となる資金

仲卸業者が他の仲卸業者から営業権を譲り受ける場合における当該営業権の取得に必要な資金

仲卸業者の組織する組合が共同事業として廃業する仲卸業者の営業権を取得し、残存する仲卸業者がその償還を行うことにより業者数の縮減を図るために必要な資金（残存仲卸業者が経営の多角化（食品産業に限る。）のための施設整備を行うのに必要な資金を含む。）

貸付利率：中小特利2（平成13年9月3日現在 1.15%（償還期間5年の場合））

貸付限度額：貸付を受ける者の負担する額の70%に相当する額

償還期限：原則として7年以内

据置期間：原則として1年以内

注：以上の他、卸売市場の業務に必要な施設の改良・造成又は取得等に対する融資が設けられている。

(3) 税制措置

登録免許税の特例

卸売業者が合併・出資した場合における登記についての登録免許税の軽減（14年度税制改正に係る延長要望）

固定資産税の特例

(ア) 中核的な地方卸売市場の開設者が他の卸売市場と連携して卸売市場の機能の高度化を図る取組を行う場合に、当該卸売市場の開設者・卸売業者・仲卸業者が直接その本来の業務の用に供する家屋及び償却資産について、5年度分課税標準となる価格は2分の1（14年度税制改正に係る拡充・延長要望）

(イ) 都道府県卸売市場整備計画に基づき政府の補助を受けて取得した地方卸売市場の用に供する家屋及び償却資産について、5年度分課税標準となる価格は4/5（14年度税制改正に係る延長要望）

所得税・法人税の特例

地方卸売市場の開設者（卸売業者）が他の地方卸売市場と統合し、事業用資産（卸売市場）を買換え又は交換した場合の譲渡所得の課税の特例

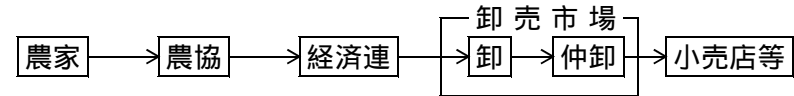
我が国食品流通の特性

1. 流通の多段階性

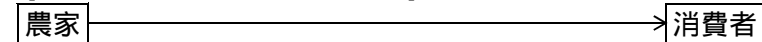
我が国における食品の流通は、例えば野菜を見ると、卸売市場を経由した多段階の流通が中心となっているが、一方、産地と量販店や食品加工業者等との間で、品質面等で多様化する消費者ニーズに応えるため、直接取引による流通が見られるようになっている。

多元的な流通システム

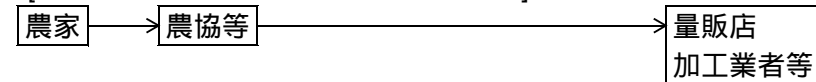
[市場経由の流通]



[生産者と消費者との直接取引]



[生産者・農協と量販店等との直接取引]



2 小売店舗の特性

我が国の食品小売店数は減少傾向にあるものの、諸外国と比較すると、店舗密度（人口比）は高い水準にある。

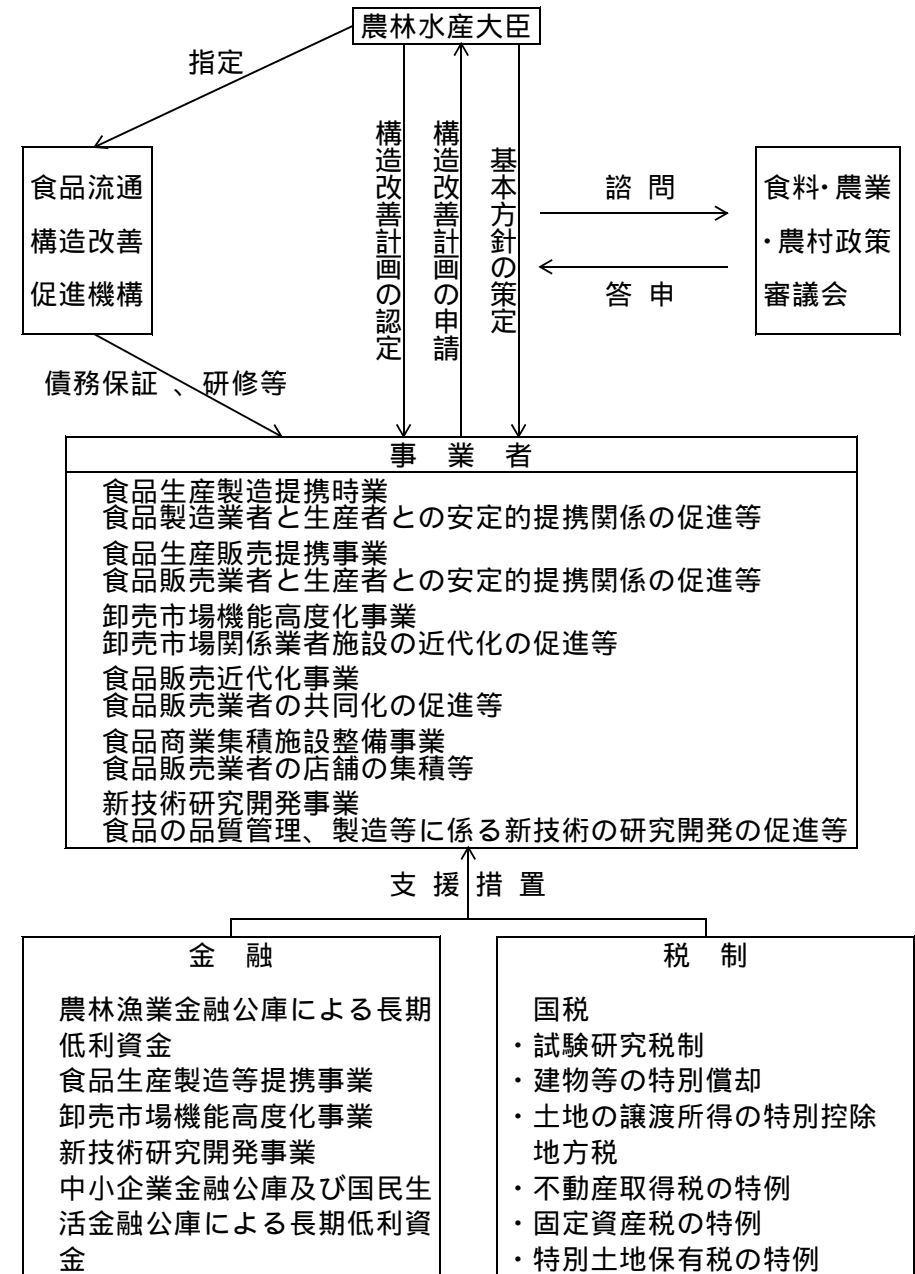
食品小売店の国際比較

	日本('99)	米国('97)	英国('92)	仏国('90)	西独('90)
小売店数(千店)	1,407	1,588	319	462	439
食品小売店数(千店) (構成比)	488 (34.7%)	177 (11.1%)	79 (24.8%)	167 (36.1%)	125 (28.5%)
人口1万人当たりの 食品小売店	38.5	6.6	13.7	29.7	19.6
面積100km ² 当たりの 食品小売店数	129.2	1.8	32.2	30.4	50.2

資料：通商産業省「商業統計表」、米国：U.S.Census Bureau、Statistical Abstract of the United States 1998、英国、仏国、独国：EUROSTATより作成

食品流通構造改善促進法の概要

〔食品流通構造改善促進法の体系〕



1 目的

食品流通を取り巻く諸情勢の著しい変化に対処し、食品流通部門の各段階を通じた構造改善を図るため、農林水産大臣が定めた統一的な方針の下に、食品流通部門の関係事業者の自主的な構造改善を促進するとともに、金融、税制その他の支援を行うことにより、食品の流通部門の構造改善を図る。

2 基本方針

基本方針は、食品の流通部門の構造改善の基本的方向を示すものであり、農林水産大臣が食料・農業・農村政策審議会の意見を聴いて、おおむね5年ごとに食品の特性に応じた流通の態様を勘案して策定する。

3 構造改善計画の策定

食品販売事業協同組合、農業協同組合、第3セクター等は、以下の構造改善計画を作成し、農林水産大臣が認定する。

- (1) 食品生産製造等提携事業
 - 食品生産製造提携事業
 - 食品生産販売提携事業
- (2) 卸売市場機能高度化事業
- (3) 食品販売近代化事業
- (4) 食品商業集積施設整備事業
- (5) 新技術研究開発事業

4 食品流通構造改善促進機構の指定

農林水産大臣は、食品流通の構造改善を目的とする民法法人を食品流通構造改善促進機構として指定（平成3年10月22日指定）する。

5 支援措置

- (1) 予算措置（利子助成補助金、食品流通構造改善基盤施設整備事業等）
- (2) 金融措置（農林公庫、国民公庫、中小公庫）
- (3) 税制措置（特別償却、土地譲渡所得特別控除等）
- (4) 食品流通構造改善促進機構による支援

