

農産物流通・加工に関する施策の展開方向

平成29年6月

農林水産省

目次

【農産物の流通・加工に係る国が講ずべき施策】

- | | | |
|---|--------------------------------|---|
| 1 | 農産物流通等事業に係る事業環境の整備 | 1 |
| | ・ 卸売市場法の抜本的な見直しを含めた流通全体の構造改革 | |
| | ・ 民間事業者が定めた規格の見直しの取組の促進 | |
| | ・ 農産物流通等における情報通信技術その他の技術の活用の促進 | |
| 2 | 農産物の直接販売の促進、出荷等に必要な情報入手の円滑化 | 5 |
| | ・ 生産者と流通業者等を双方向につなぐWebシステム | |
| | ・ 農産物の直接の販売の促進 | |
| 3 | 農産物の品質等についての適切な評価 | 9 |
| | ・ JAS制度の戦略的活用 | |
| | ・ 地理的表示保護制度 | |

【説明参考資料】

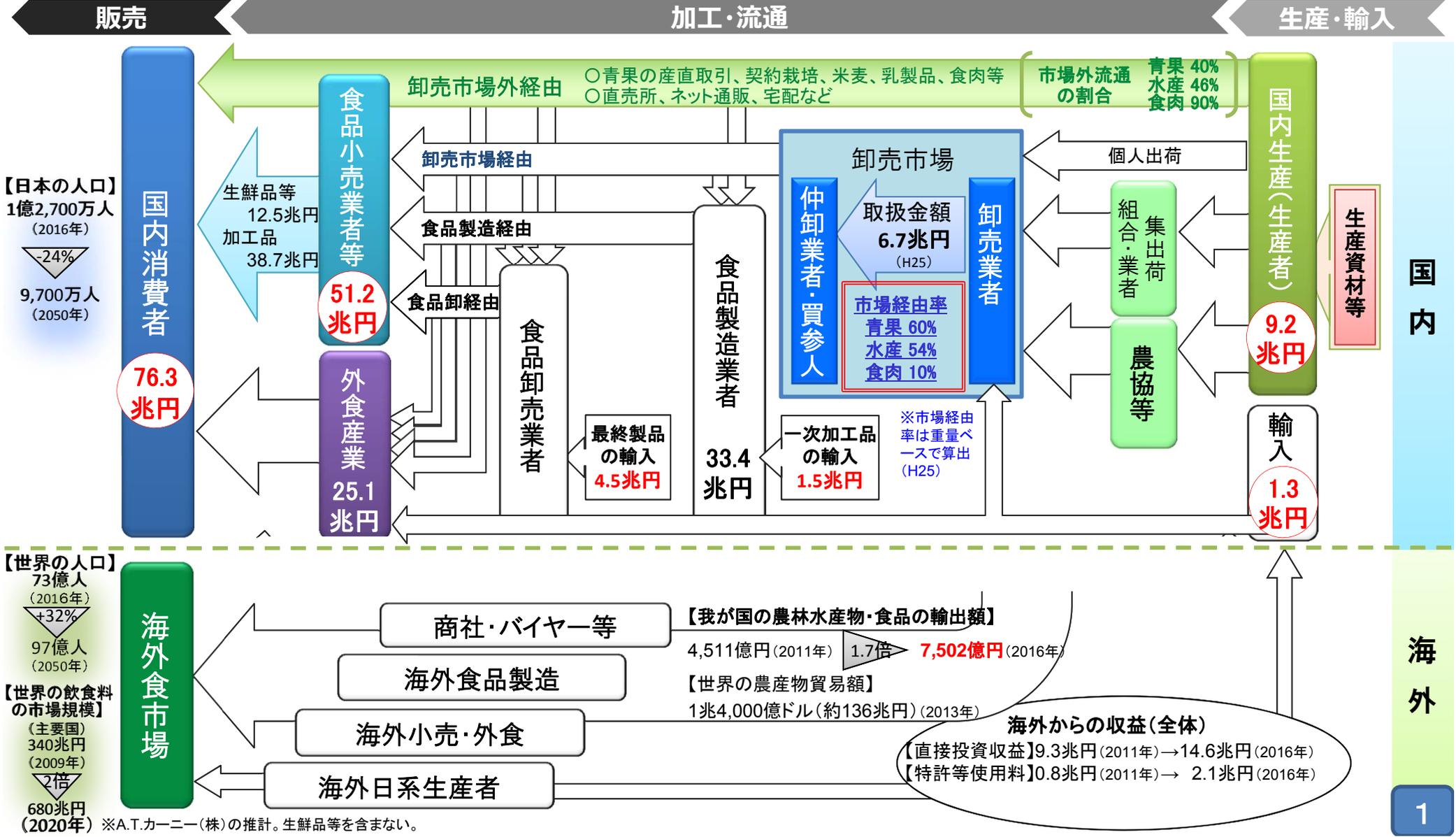
- | | | |
|---|-------------------------|----|
| ○ | 卸売市場経由率等の推移 | 13 |
| ○ | 米卸売業の規制の変遷と現状 | 14 |
| ○ | 米卸売業の主な機能、業界構造、経営状況 | 15 |
| ○ | 精米工場の稼働率 | 18 |
| ○ | 米流通の今後の方向 | 20 |
| ○ | 多様な小売業の販売や経営状況 | 21 |
| ○ | 国内経済、地域経済における食品製造業の位置付け | 22 |
| ○ | 食品製造業の構造 | 24 |
| ○ | 製粉企業の現状（稼働率の状況） | 25 |
| ○ | 中小製粉企業と国内産麦の関係 | 26 |
| ○ | 製粉業界の体質強化による効果 | 27 |
| ○ | 製粉業界の今後の方向 | 28 |
| ○ | 乳業の現状（工場数、収益性） | 29 |

1. 食品市場全体のイメージ

飲食料の国内最終消費
76.3兆円

※資料：農林水産省「平成23年農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」等を基に試算
本資料は年次や対象等が異なる複数の統計、調査等を組み合わせて作成したものであり、金額等が整合しない点がある。

国内消費向け食用農林水産物
10.5兆円



1-1. 卸売市場法の抜本的な見直しを含めた流通全体の構造改革

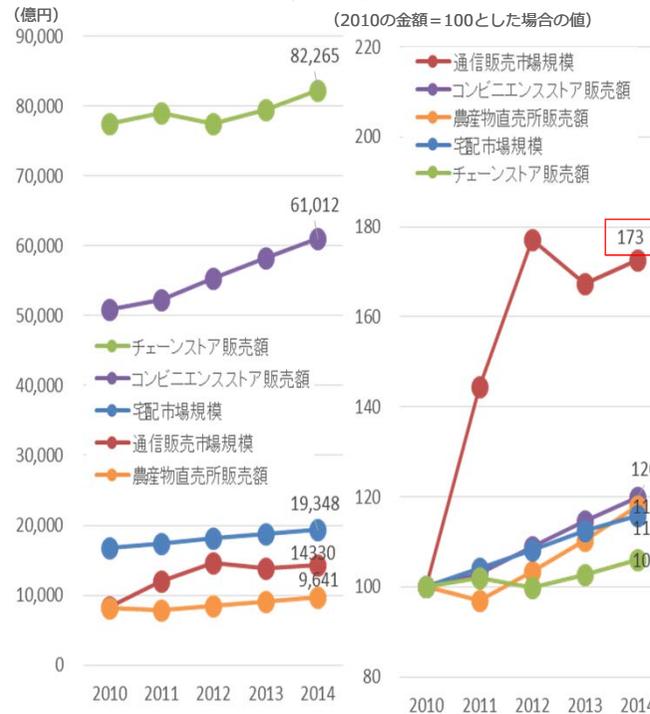
- 食品流通においては、インターネット通販、産地直売等の増加等により、流通の多様化が進展。
- 食品流通については、基本的に規制はなく、卸売市場にのみ様々な規制が課されている状況。
- この結果、卸売市場のシェアは低下しつつあることから、今後、消費者のニーズに応じつつ、生産者の所得向上に繋がるよう、卸売市場法の抜本見直しや、生産者と流通業者・製造業者との連携による付加価値向上など流通全体の構造改革を推進。

中央卸売市場の主な規制の現状

- 売買取引の方法（せり売、入札又は相対）
- 第三者販売（仲卸業者、売買参加者以外への販売）の原則禁止
- 商物の一致（当該市場内以外での生鮮食料品等の卸売の禁止）
- 受託拒否の禁止
- 代金決済の確保

流通の多様化が進んでいる中、特に通信販売の伸びが顕著

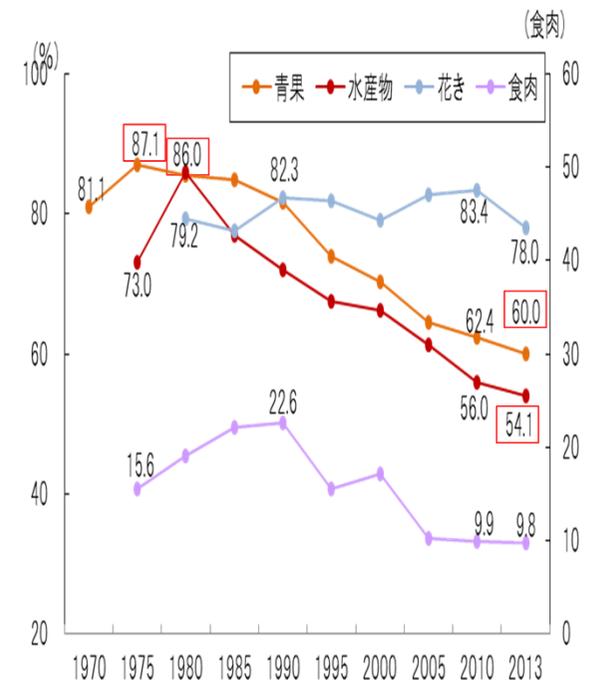
◇ 食品の業態別市場規模



資料：矢野経済研究所「食品宅配市場の展望と戦略」、日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」、日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計」、日本通信販売協会「通信販売企業実態調査報告書」、農林水産省「6次産業化総合調査」※2014は推計値

卸売市場のシェアは、青果、水産でピーク時に比べて2/3程度に低下

◇ 卸売市場のシェアの推移(重量ベース、推計)



資料：農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告書」等により推計
注：卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場(水産物についてはいわゆる産地市場は除く。)を経由したものの数量割合(花きについては金額割合)の推計値。

1-2. 民間事業者が定めた規格の見直しの取組の促進

- 野菜の大きさや品質の規格には、農林水産省が「野菜の標準規格」を昭和45年から順次定め、指導してきた。しかしながら、国が当該規格を定めていることで流通の合理化が進まないのではないかとの観点から、平成14年3月に廃止。
- 平成14年4月以降は、出荷団体等が自主的な取組として規格を設けている。ただし、団体ごとに規格が異なること、区分が細かすぎることで、非効率をもたらしているとの指摘もある。
- このため、これらの規格について、流通実態や消費者ニーズに即した合理的なものとなるよう自主的な見直しを促し、農業者と実需者・消費者の双方がメリットを享受できるものとするため、産地・流通・製造・小売等の各分野から意見を聴き、規格の見直しの視点を整理する。

■「野菜の標準規格」(平成14年3月廃止)の変遷 (例 にんじん)

簡素化 ➔ 廃止

	当初 (にんじんはS49年に策定)	S58年	H7年	H14年
大小	2L 250g～(秋冬) L 170g～250g M 100g～170g S 60g～100g 2S 40g～60g(春夏)	2L 300g～(秋冬) 250g～(春夏) L 200g～300g(秋冬) 150g～250g(春夏) M 120g～200g(秋冬) 80g～150g(春夏) S 60g～120g(秋冬) 40g～80g(春夏) ※2Sを廃止し、簡素化	2L 250g～(秋冬) 200g～(春夏) L 150g～250g(秋冬) 120g～200g(春夏) M 80g～150g(秋冬) 70g～120g(春夏) ※Sを廃止し、簡素化	廃止

※ 大小の他にも、品位、1包装当りの重量、包装についての基準あり。

■規格の事例 全農広島県本部の規格(例 にんじん)

等級	大小
A 品 ・ B 品	3L 300g～400g
	2L 230g～300g
	L 170g～230g
	M 120g～170g
	S 80g～120g

※ 大小の他にも、品位、1包装当りの重量、包装についての基準あり。

(出典) 全農広島県本部ホームページ

■規格の事例 S農協の規格(例 にんじん)

等級	大小
A 品	3L 400g～
	2L 300g～400g
	L 200g～300g
	MA 150g～200g
	M 100g～150g
	S 80g～100g
2S 60g～80g	
O品	OL、OM
B品	B、BS

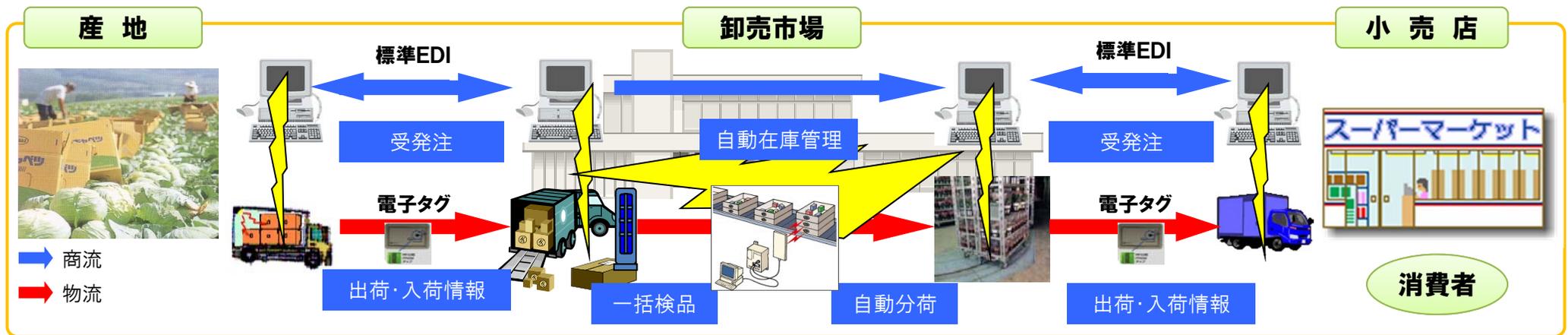
※ 大小の他にも、1包装当りの重量、袋詰め等についての基準あり。

(出典) 骨太PT提出資料(1/18開催、さんぶ野菜ネットワーク 下山久信氏)

1-3. 農産物流通等における情報通信技術その他の技術の活用の促進

- 農産物流通の効率化を図るため、標準EDI(標準化された受発注等の電子データの交換)の導入を通じた商取引の電子化による商流の効率化、電子タグやトラック予約受付システム等のICTの導入等による物流の効率化を推進。

農産物流通(商流・物流)におけるICT活用等のイメージ



【出荷前】

- 荷の手積み作業はドライバーへの負荷が大きく、効率が悪い
- ▶ パレット化やフレコンの活用



【出荷前】

- 出荷量が日によって変動し、適正配車が難しい
- ▶ ICT活用の効率集荷システムの導入

【出荷時】

- 各集荷場を回るため効率が悪く、待ち時間が長い
- ▶ ICT活用のトラック予約受付システムの導入

【荷受け(卸売市場等)】

- 荷降ろしの待ち時間が長く、ドライバーの労働時間が増える

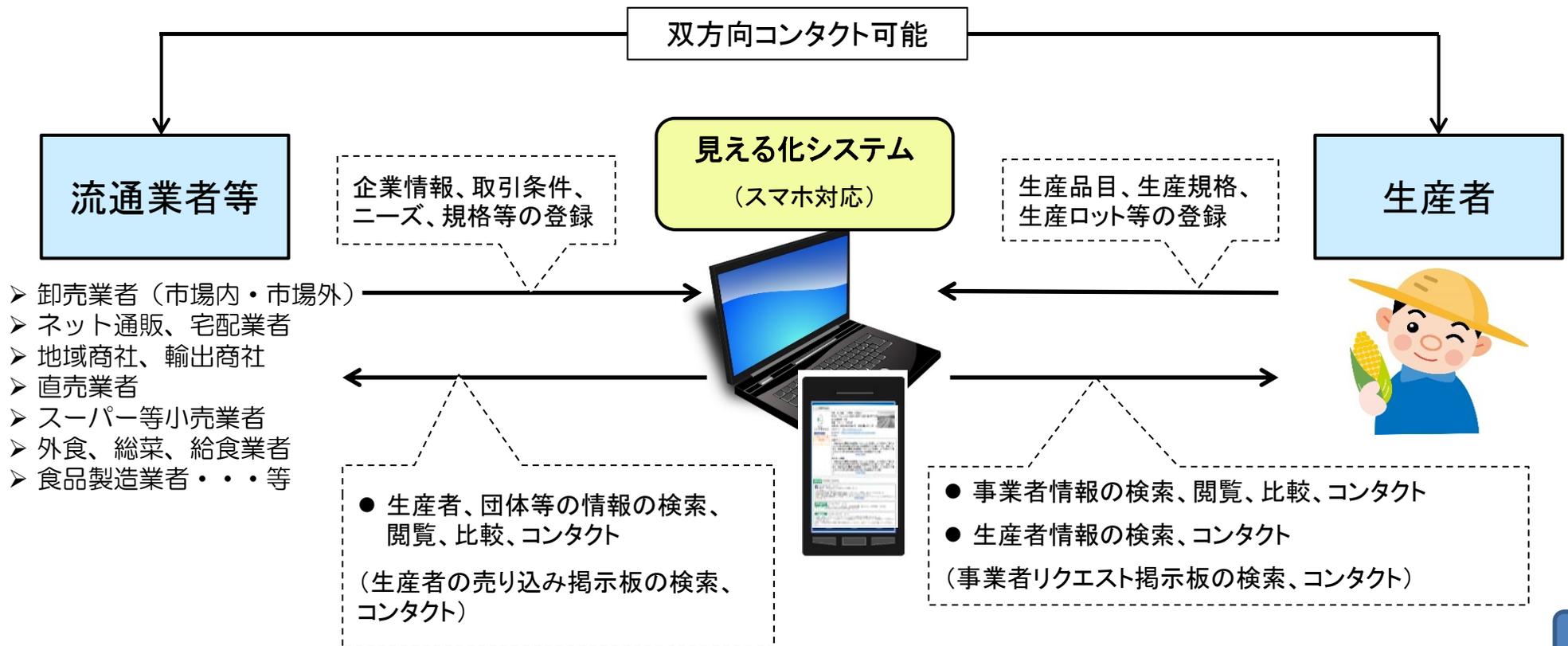
2-1. 生産者と流通業者等を双方向につなぐWebシステム

- 全国の多様な流通業者の取引条件等を「見える化」し、生産者が有利な出荷先を比較・検討できるシステムを開発。
- 生産者が多様な流通ルートの中から選択できる環境を整備。

見える化システムの全体イメージ

生産者と流通業者等を双方向につなぐWebシステム

①利用は無料、②誰でも閲覧可能、③商取引には介入しない(取引先候補の発見までを支援)



2-1. 生産者と流通業者等を双方向につなぐWebシステム

見える化システムの画面イメージ

検索・比較画面のイメージ(生産者がバイヤーを探す場合)



バイヤーを探す

検索・絞り込み

企業情報を指定する

仕入希望品目と地域を指定する

キーワードを指定する

企業キーワード:

農産物希望

水産物希望

畜産物希望

小ロット歓迎

大ロット歓迎

ISO9001取得

ISO14001取得

ISO22000取得

HACCP取得

地産地消推進

BtoB

BtoC

契約栽培希望

直接取引希望

卸売市場経由対応

卸売企業等経由

独自集荷・物流あり

品目キーワード:

<仕入希望品目の特性>

バイヤー一覧

検索結果 4件

並べ替え:

企業名カナ (五十音順)

↓ チェックボックスで選択した企業情報の [比較をする](#) [印刷画面を表示](#)

株式会社〇〇〇〇

[詳細](#)

[お気に入り解除](#)

仕入形態 納品場所

業種・業態

通信販売・インターネット販売

所在地

××県××××

仕入希望品目

野菜、果物、穀物類、農産加工品、水産品、水産加工品、畜産

仕入希望地域

企業キーワード

農産物希望、水産物希望、畜産物希望、小ロット歓迎、大ロット歓迎、BtoB、BtoC、契約栽培希望、直接取引希望

NO IMAGE

株式会社□□

[詳細](#)

[お気に入り解除](#)

仕入形態 締め支払 納品場所

業種・業態

卸売業

所在地

県*

仕入希望品目

野菜、果物、穀物類、農産加工品、水産品、水産加工品、畜産、花卉

NO IMAGE

2-1. 生産者と流通業者等を双方向につなぐWebシステム

見える化システムの画面イメージ

検索・比較画面のイメージ(バイヤーが生産者を探す場合)



生産者を探す

検索・絞り込み

組織情報を指定する

生產品目を指定する

生產品目:

リスト

複数ある場合はスペースで区切ってください

出荷時期:

~

産地を指定する

産地(都道府県):

リスト

複数ある場合はスペースで区切ってください

産地(市区町村):

リスト

複数ある場合はスペースで区切ってください

生産者一覧

検索結果 2件

並べ替え:

更新日 (降順)

↓ チェックボックスで選択した企業情報の [比較をする](#) [印刷画面を表示](#)

○○株式会社

[詳細](#)

[お気に入り解除](#)

主な生產品目

大根, かぶ, キャベツ, レタス, 小松菜, みず菜, ねぎ, ブロッコリー, モロヘイヤ

生産地域

〇〇県〇〇〇

組織キーワード

野菜生産, 樹売対応可

NO IMAGE

株式会社△△

[詳細](#)

[お気に入り解除](#)

[品目写真](#) [SNS](#)

主な生產品目

ねぎ, 冷凍野菜, その他野菜加工品, ドレッシング, その他調味料, その他びん缶詰類, 九条ねぎの生産加工販売 (原体, カット, パースト, パウダー, 九条ねぎドレッシング, 九条ねぎ味噌, 乾燥九条ねぎ, 九条ねぎのグリーンカレー, 九条ねぎのポタージュ等)

生産地域

××県××××

組織キーワード

野菜生産, 畜産, 6次産業化実施, J-GAP取得, トレーサビリティ対応, エコファーマ認証

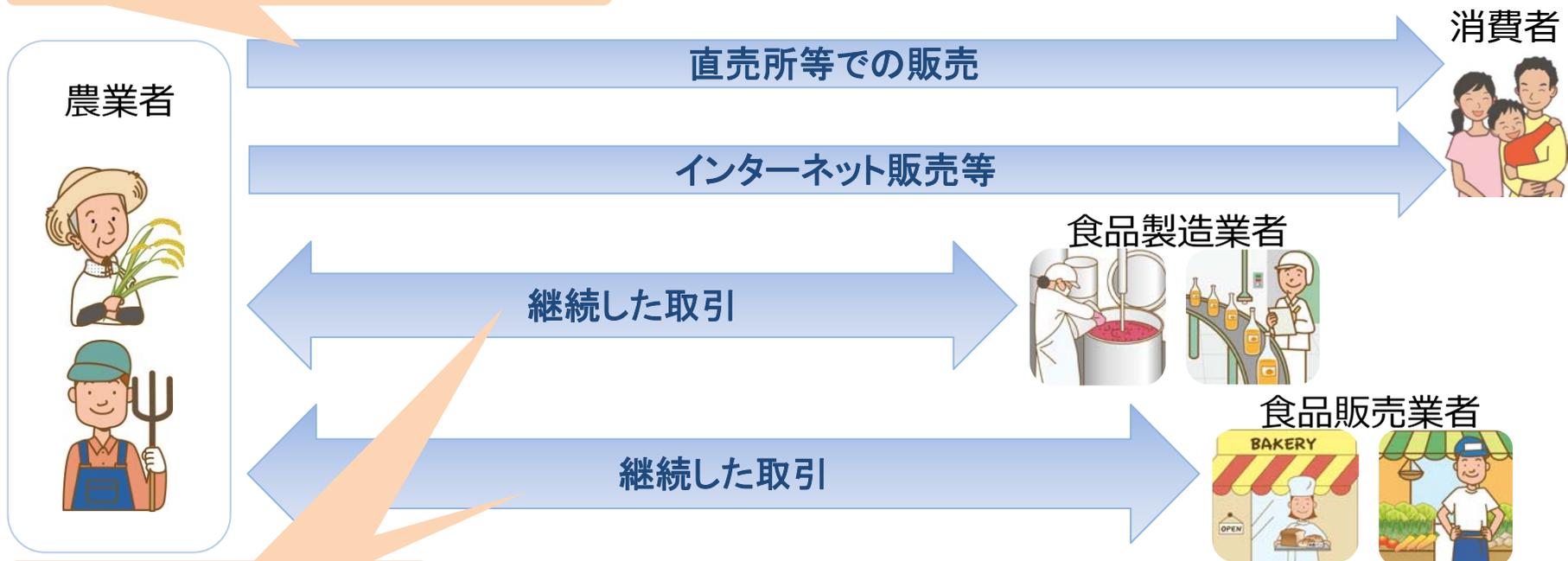


2-2. 農産物の直接の販売の促進

- 農業者等による直接販売は、販売量が限定的であり、出荷・販売等を行うためのコストや、売れ残りリスクを自ら負うことに留意する必要があるものの、流通マージンを最小限に抑えられるとともに、農業者自身が価格決定を行うことができ、また消費者ニーズを直接把握できるという点で農業者に有利な流通形態の一つ。
- 農業者が誰でも直接販売を選択することができるよう、直販ルートへの整備・取組を促進。

- 農林漁業者が流通・加工業者等とネットワークを構築して、消費者や実需者への直接販売を含めた新たな販路開拓等を行う場合や直売所等の販売施設等の整備を行う場合、必要な費用の一部を補助します。

6次産業化ネットワーク活動交付金



食品生産製造等提携事業

- 小売業者、飲食業者等又は食品製造業者が、契約栽培など農林漁業者と顔の見える関係で、継続した取引を行う場合、これに必要な建物や設備の導入に際し、低利の融資が受けられます。
注) 中小企業や事業協組合などが対象者です。

3. 農産物の品質等についての適切な評価

今後の農業の発展のためには、販売力を強化していくことが必要。販売力を向上させていくための様々な仕組みがあるので、経営体が何に取り組んでいきたいかに合わせて、適切な仕組み、支援策を活用していくことが重要。

品質等の良さ、
強みの「見える
化」

- ・ 産品や取組について国のお墨付きがほしい！
- ・ 自らの強みのアピールにつながる規格が新たに欲しい！

⇒農産物・産品の「品質」を保証してきたJAS規格について、その「生産方法」や「保管・輸送方法」等も対象に(JAS法改正法案を国会審議中)。

JAS制度

(根拠法: JAS法→JAS法改正法案を国会審議中)

偽物、模倣を排
除し、ブランドを
保護

- ・ 地域ならではの特徴的な産品をブランド化したい！
- ・ 地域ブランドの偽物を排除して本物を保護したい！

⇒地域ならではの農林水産物・食品の名称を知的財産として保護する地理的表示(GI)保護制度を活用した特色ある産品のブランド化。

地理的表示(GI)

(根拠法: GI法)

3-1. JAS制度の戦略的活用の方角

- 規格・認証は、品質や生産・流通方法等の特性の適切な評価につながるツール。①サプライヤーにとっては製品や技術、取引についての説明が容易に、バイヤーにとっては評価が容易になることによる取引の円滑化、②規格に合ったものの供給量の増大による市場の拡大、③規格の水準・内容によっては差別化・競争力強化等に寄与するもの。
- 規格・認証の活用を推進するため、①事業者や産地からの規格の提案をサポートし、強みのアピールにつながる多様なJAS規格を制定。

※現在、JAS法改正法案を国会審議中

強みのアピールにつながるJAS規格の制定

- 規格の対象は、製品の成分等のほか、製品の生産方法、事業者の運営・管理の方式、測定・分析方法等。



製品の品質が出荷後に変化する場合、品質では表せない特色がある場合、ノウハウなど産地の秘伝や企業の秘密をオープンにしたい場合にもアピールへ活用可能。

■ 製法に関する規格

例えば、伝統的な抹茶をアピールするため、我が国特有の製法を規格化。



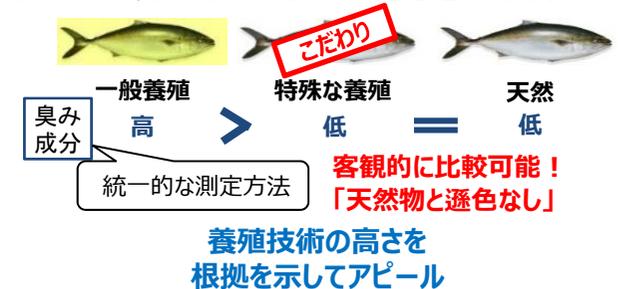
■ 管理方式に関する規格

例えば、鮮度をアピールするため、定温保管・輸送方式を規格化。能力を有する事業者を認証。



■ 測定・分析方法に関する規格

例えば、魚に臭みが出ない養殖技術をアピールするため、臭み成分の統一的な測定・分析方法を規格化。



- 事業者や産地の提案に応じて、自らの製品の品質や特色、「こだわり」についてのJAS規格の制定が可能。農林水産本省及びFAMIC((独)農林水産消費安全技術センター)において相談窓口を設けるほか、予算事業による規格制定の支援を実施。

アピール内容が分かるJASマーク表示

- 規格に合っていることを国際的に通用する手続により認証・証明。
- 海外の消費者も、一見して認証内容が分かる標語をマークに表示。

【現行】

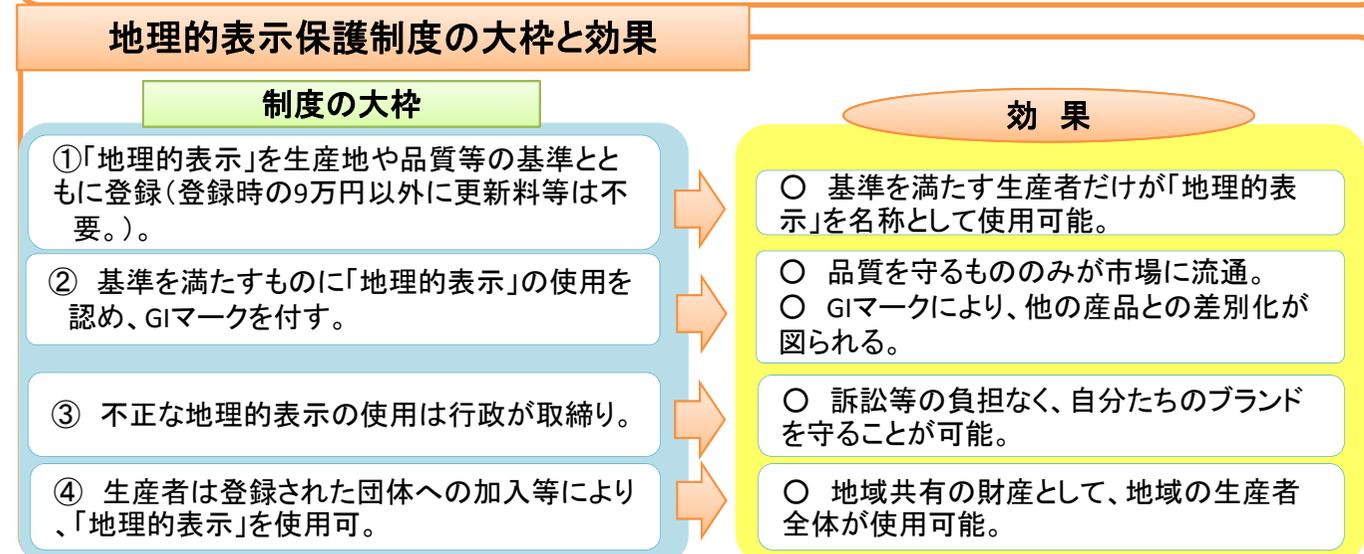
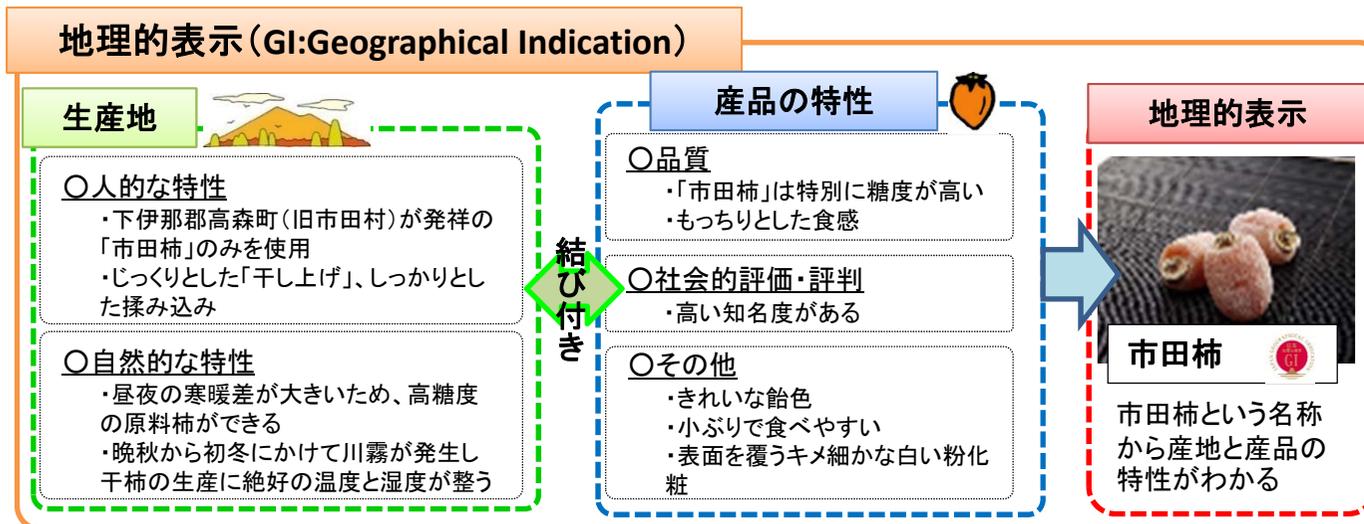


【見直し後】
(イメージ)



3-2. 地理的表示保護制度

- 地理的表示とは、地域で育まれた伝統を有し、その品質等の特性が生産地と結び付いている農林水産物・食品等の名称。
- この名称を知的財産として保護する地理的表示保護制度の運用を平成27年6月から開始。今後、国内外の市場においてGIマークによる差別化と保護を図ることで、我が国の地域特産品のブランド化を促進。





登録産品の例

- 夕張メロン** (北海道) 
- みやぎサーモン** (宮城県) 
- 三島馬鈴薯** (静岡県) 
- 山内かぶら** (福井県) 
- 西尾の抹茶** (愛知県) 
- 神戸ビーフ** (兵庫県) 
- 下関ふく** (山口県、福岡県) 
- 鹿児島壺造り黒酢** (鹿児島県) 