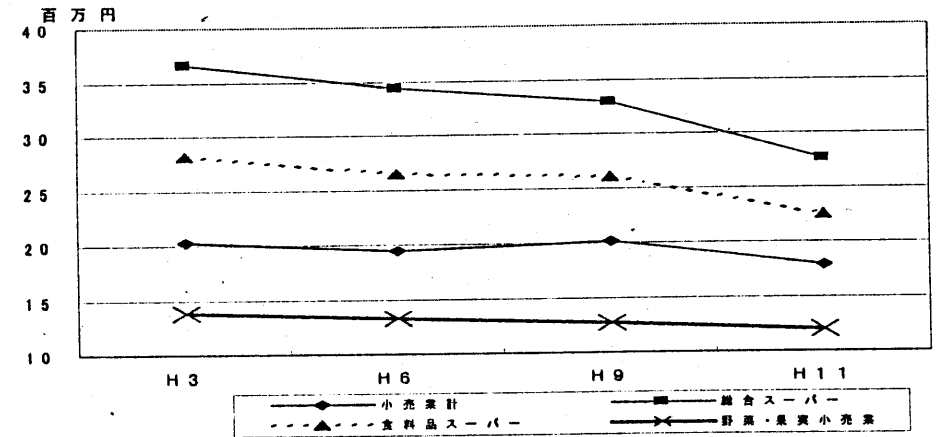


(3) 食品小売業の生産性の動向

① 食品小売業においては、近年、販売額が全体として低迷しており、一人当たり販売額、単位売場当たり販売額が減少し、生産性が低下している。

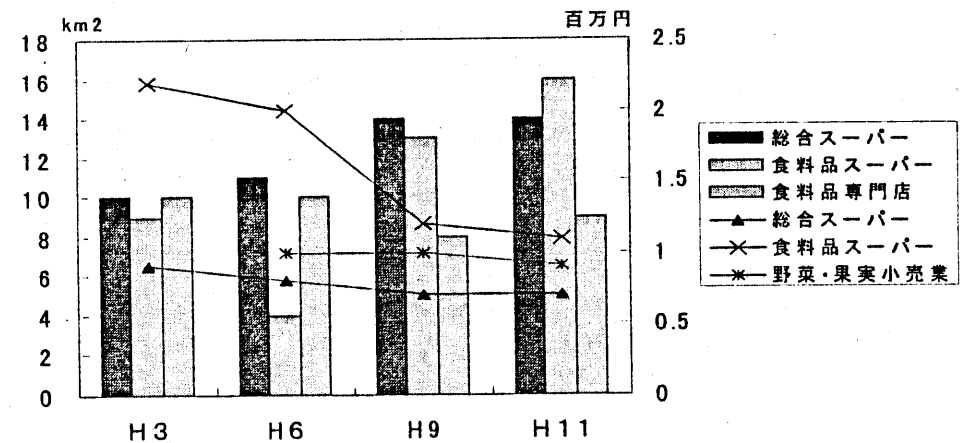
② 特に大規模小売業を中心として、近年の売り場面積の拡大等が影響し、売り場面積当たりの販売額が大幅に低下する等生産性、収益性が悪化している。

○従業員1人当たり年間販売額



資料：通商産業省「商業統計表」(H11)

○総売場面積の推移と1m<sup>2</sup>当たり年間販売額



資料：通商産業省「商業統計表」(H11)

注1：棒グラフは売場面積、折れ線グラフは1m<sup>2</sup>当たりの年間販売額を示す。

注2：平成11年は調査対象の見直しを行ったため以前のデータとの継続性がない。

③ こうした中で、食品小売業においては営業利益率が低下するなど収益状況が悪化しており、近年、大型小売店の倒産が発生している。

○食品関連小売業の営業利益率の推移

(単位：%)

	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年
量販店(A社)	3.5	3.4	2.0	1.1	2.1
中小スーパー	▲0.04	▲0.2	0.3	0.4	▲0.5
食品専門小売	▲0.05	▲0.7	▲0.7	0.7	▲0.4

資料：量販店(A社)は財務諸表、中小スーパー及び食品専門小売は中小企業庁「中小企業の原価指標」

○大型小売店の倒産等の状況

平成9年	平成12年	平成13年	平成14年
1件	2件	4件	3件

資料：日本経済新聞(14年2月27日)等

注1：法的整理の申請時期等により集計したもの

2：平成14年は2月27日現在

(4) 食料品専門店等の減少と経営問題

① 生鮮食料品等を中心として販売する食料品専門店は減少傾向が続いており、平成11年においては24万9千店と、平成3年度に比較して3割弱減少している。

② 食料品専門店の減少の内訳としては、個人経営の割合が高く、その要因としては、大型店との競合に加え、後継者の確保、人材の確保・育成、経営ノウハウの導入等が深刻な課題となっている。

○食品小売店の業態別推移

業態別	H6/H3	H9/H6	H11/H9	H11
百貨店	▲ 3.2	3.5	▲ 19.1	394
総合スーパー	6.7	4.3	▲ 12.5	1,670
食料品スーパー	8.3	8.7	1.8	18,707
コンビニエンスストア	16.7	21.8	1.6	39,628
その他のスーパー	16.5	30.8	▲ 31.7	86,367
食料品専門店	▲ 12.6	▲ 14.6	▲ 0.4	249,287
食料品中心店	▲ 14.4	▲ 19.7	▲ 17.4	131,465
その他の小売店	▲ 7.4	▲ 8.0	23.2	879,366
小売業計	▲ 7.0	▲ 5.7	▲ 7.5	1,406,884

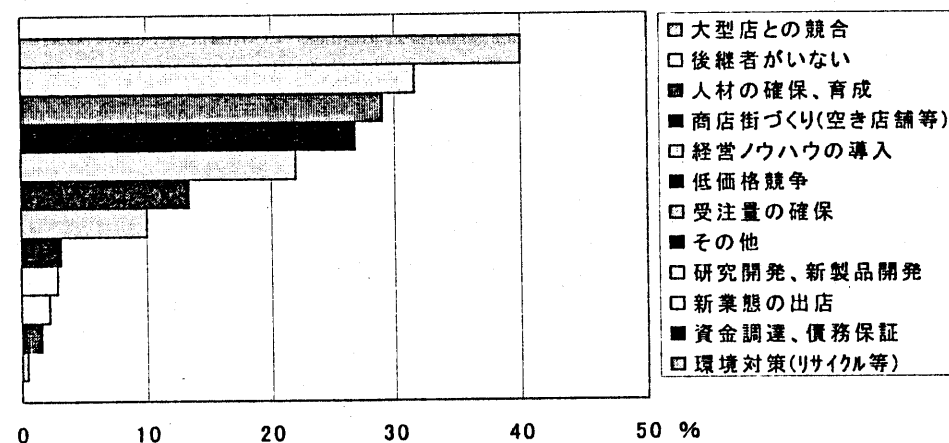
資料：通商産業省「商業統計表」

注1：平成11年の単位は店である。

2：食料品専門店とは、取扱商品として食料品が90%以上の小売店。

3：食料品中心店とは、取扱商品として食料品が50%以上の小売店。

○中小食品小売業の経営課題



資料：中小企業庁「平成10年商工業実態基本調査」

注：課題があるとした企業を100とした割合（複数回答）

## 2 食品卸売業の概要

(1) 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、全卸売業の約2割程度となっている。

小売業の直接仕入れ等が進む中で、食品卸売業の再編・統合が進んでおり、食品卸の店舗数等は近年減少傾向にある。

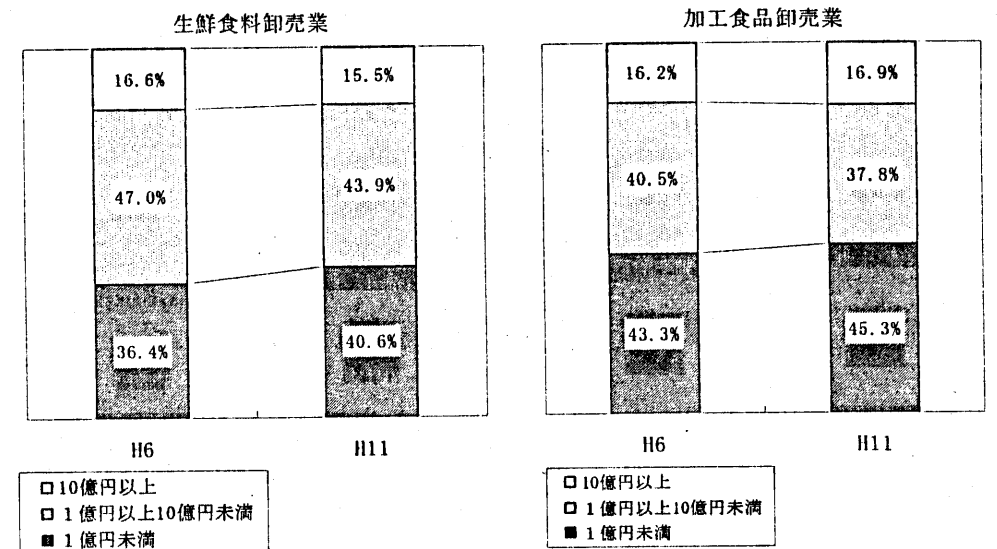
(2) 加工食品卸売業の減少は、卸売業全体の減少幅を上回って減少するなど再編が急速に進んでいるが、これに比較して、生鮮食品卸売業においては、比較的緩やかに推移している。

### ○食品卸売業の商店数、従業者数、販売額

業種	H6/H3	H9/H6	H11/H9	H11	
販売額	卸売業計(10億円)	▲ 11.1%	▲ 7.2%	▲ 9.7%	495,453
	生鮮食品卸	▲ 6.3%	▲ 10.8%	▲ 6.4%	50,284
	加工食品卸	▲ 1.7%	▲ 2.0%	▲ 7.1%	49,447
店舗数	卸売業計(千店)	▲ 7.7%	▲ 9.4%	▲ 5.2%	426
	生鮮食品卸	0.0%	▲ 7.5%	0.1%	44
	加工食品卸	▲ 5.6%	▲ 12.5%	▲ 6.1%	51
従業者数	卸売業計(千人)	▲ 2.8%	▲ 10.0%	▲ 5.9%	4,496
	生鮮食品卸	6.3%	▲ 8.3%	3.0%	457
	加工食品卸	1.9%	▲ 10.4%	▲ 4.7%	564

資料：通商産業省「商業統計表」(H11)

### ○販売規模別の構成比の推移(加工食品、生鮮食品)



資料：通商産業省「商業統計表」

### 3 生鮮食品流通

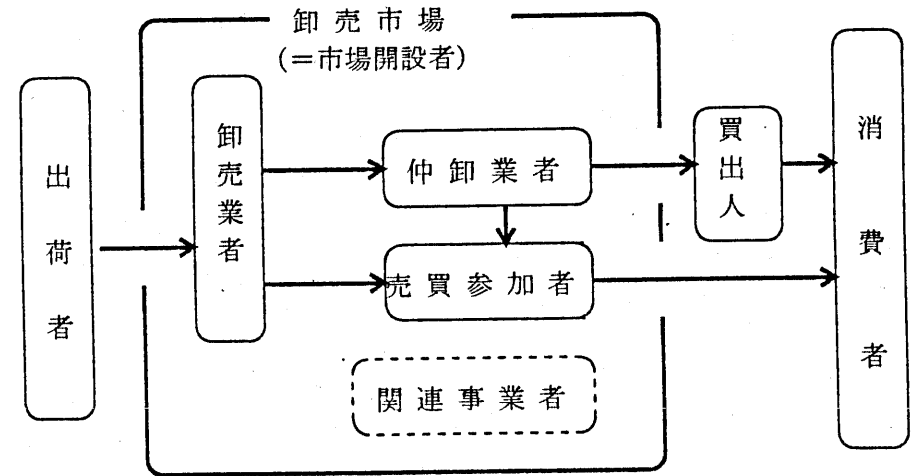
#### (1) 卸売市場の概要

##### ① 市場取引の状況

ア 生鮮食品等の基幹的な流通拠点となっている卸売市場については、平成14年現在中央卸売市場86市場、地方卸売市場1,427市場が運営されている。

イ 卸売市場の取扱金額は、中央卸売市場5.5兆円、地方卸売市場4.5兆円となり、近年、取扱金額等は減少傾向で推移している。

#### ○卸売市場における取引の流れ



#### ○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	54,518	249	5,719	45,576
うち青果	71	23,240	106	2,213	24,587
水産物	53	27,177	93	3,267	9,414
食肉	10	2,339	10	104	1,941
花き	24	1,392	31	100	9,628
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：(中央) 市場数：14年3月末現在、取扱金額：12年度、  
卸売業者数：14年3月末現在、他の業者数：13年3月末現在  
(地方) 市場数：12年4月1日現在、取扱金額：11年度、  
業者数：12年4月1日現在

#### ウ 卸売市場の主要機能

卸売市場は、生鮮食料品等の基幹的流通機構としての役割を果たしており、品揃えなど多様な機能を発揮している。

#### エ 卸売市場の主な規制

卸売市場がその役割を適切に果たせるよう、卸売業者、仲卸業者の許可制等のほか、売買取引等について各種の規制が設けられている。

#### ○卸売市場の主要機能

- ① 品揃え機能（多種多様な品目の豊富な品揃え）
- ② 集分荷・物流機能（大量単品目から少量多品目への迅速・確実な分荷）
- ③ 価格形成機能（需給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成）
- ④ 決済機能（販売代金の迅速・確実な決済）
- ⑤ 情報受発信機能（需給等に係る情報の収集・伝達）
- ⑥ 災害時対応機能（災害時にライフラインとして機能）

#### ○ 売買取引等に係る規制（例示）

- ① 卸売業者への規制
  - ・生産者からの委託の申込みに対する受託拒否の禁止
  - ・生産者等に対する差別的な取扱いの禁止
  - ・卸売市場以外での卸売の禁止
- ② 公正な売買取引の確保
  - ・市場での売買取引についての調査審議を行う市場取引委員会
  - の設置
  - ・せり、相対別の取引数量、価格の公表の義務づけ

#### ○主要市場におけるせり・相対比率

	せり	相対取引
大田市場	24 %	76 %
大阪市場（本場）	90 %	10 %
福岡市場	43 %	57 %

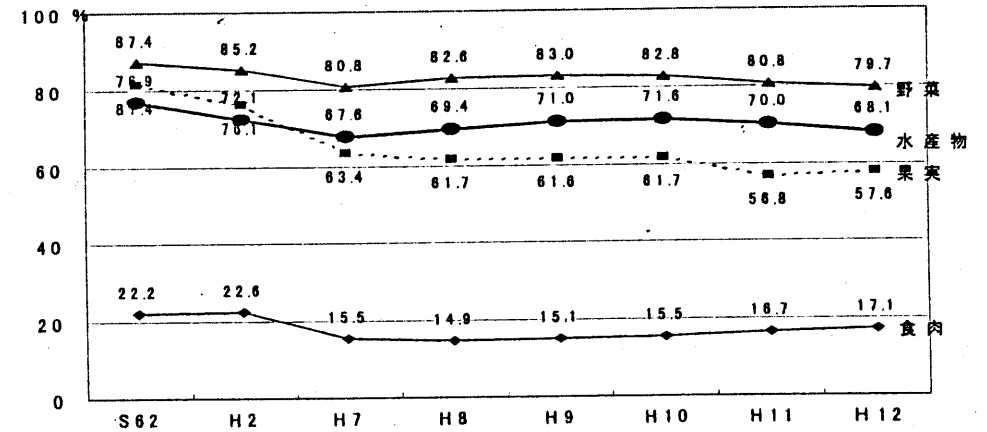
資料：農林水産省流通課調べ

注：青果・金額ベース（平成12年度）

オ 生鮮食品等の卸売市場の経路については、輸入食品の増加や市場外流通など生鮮流通の多元化が進む中で、野菜、果実等の市場経由率は低下傾向にある。

カ 道路交通網の整備、物流の広域化等が進展する一方、取引量が低迷する中で、地方の卸売市場等においては、集荷力が低下しているものも多く、今後、市場の統合・再編が求められる。

○生鮮食品等の卸売市場経由率



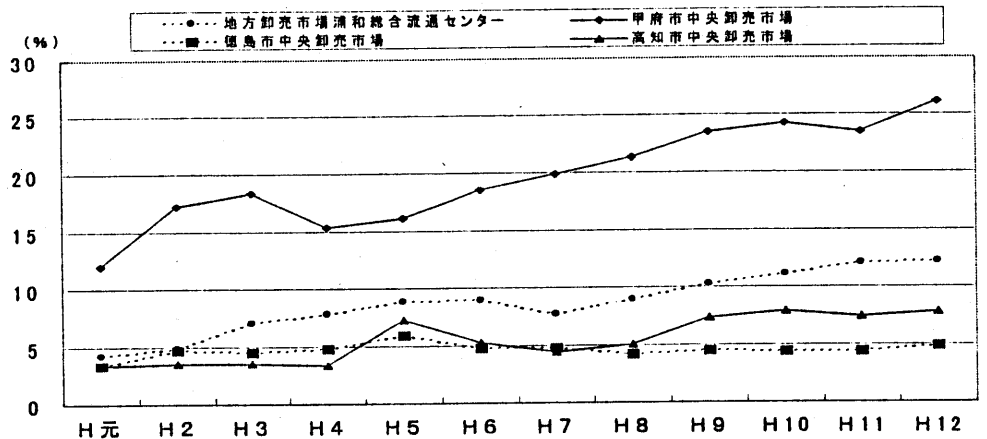
資料：農林水産省流通課推計による。

注1：卸売市場経由率

= 卸売市場の取扱数量（市場間取引による転送量を除く）／国内流通量

2：12年は速報値である。

○転送集荷割合の推移（野菜）



資料：「青果物卸売市場調査報告」（農林水産省統計情報部）

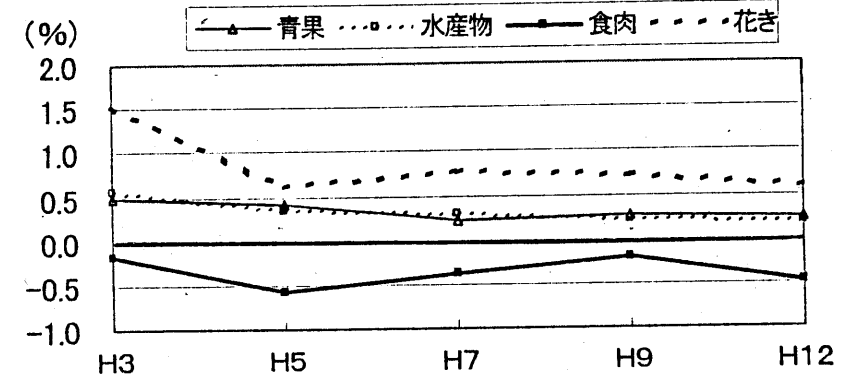
注：地方卸売市場浦和総合物流センター、甲府市中央卸売市場は東京都の市場からの転送集荷割合、徳島市中央卸売市場、高知市中央卸売市場は大阪府の市場からの転送集荷割合

② 卸売業者、仲卸業者の状況

ア 卸売市場の卸売業者は、青果物価格の低迷や取扱量の減少等により、収益が悪化傾向にある。

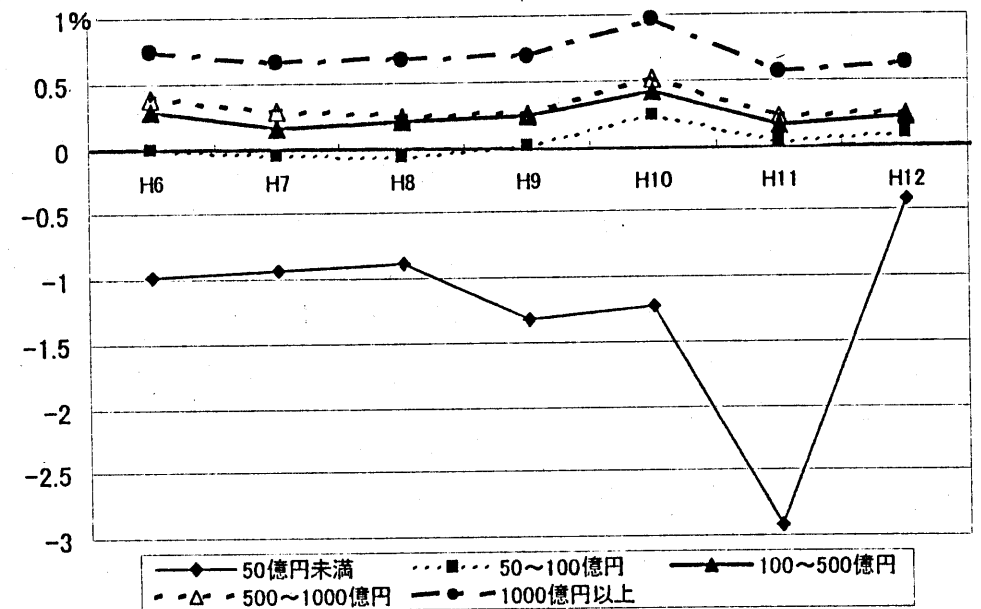
イ 特に小規模業者は、営業利益を確保できない状況が継続しており、卸売業者の合併・統合等による経営基盤の強化、経営改善が課題となっている。

○卸売業者の営業利益率の推移（年度）



資料：農林水産省流通課調べ

○卸売業者の取扱規模別営業利益率の推移（年度）

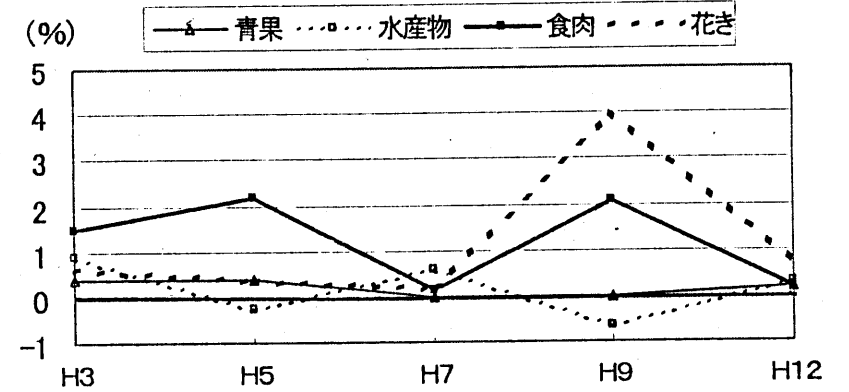


資料：中央卸売市場青果部卸売業者の事業報告による。

ウ 仲卸業者についても、厳しい経営環境が継続している中で、市場外流通や景気低迷による取扱高の伸び悩み、大規模小売業との取引拡大に伴う決済サイトの長期化等により、収益状況が悪化している。

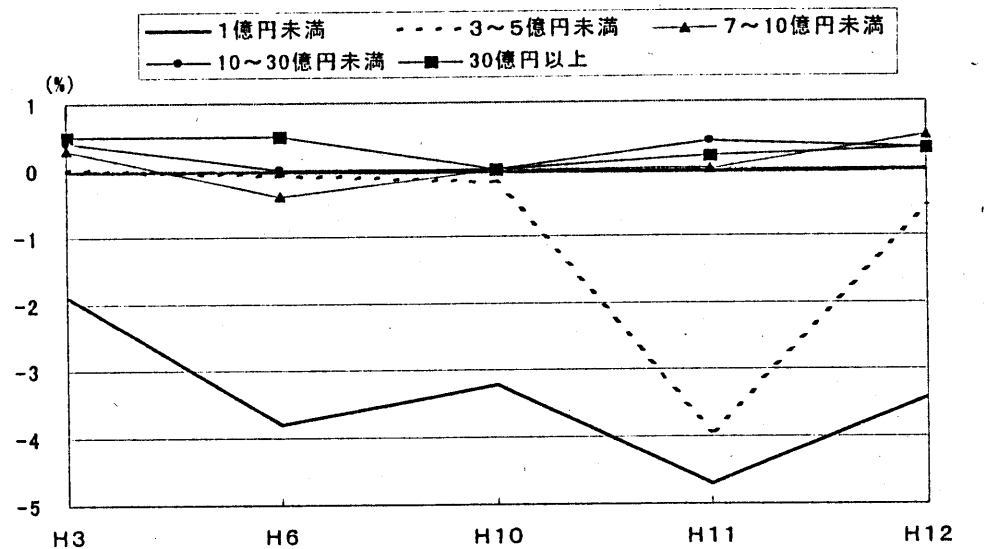
エ 仲卸業者の経営規模の拡大等経営基盤の強化が課題となっている。

○仲卸の営業利益率の推移



資料：全国中央卸売市場協会「仲卸業者の経営状況調査に関する報告書」

○中央卸売市場の仲卸業者（青果）の取扱規模別営業利益率の推移



資料：全国中央卸売市場協会調べ

③ 卸売市場の機能等の強化

ア 産地の大型化、量販店の進出、市場外流通の増大、市場関係者の経営悪化等卸売市場をめぐる状況が変化する中で、今後とも、卸売市場が基幹的流通機構として機能していくためには、その競争力の強化を図ることが必要である。

イ このため、市場関係者等からなる卸売市場競争力強化総合検討委員会で卸売市場のあり方についての議論が行われ、先日中間報告が取りまとめられたところである。

〔卸売市場競争力強化総合検討委員会の論点〕

- ・ 卸売市場から生産者・小売への情報提供
- ・ 卸売業者のリスクの負担
- ・ 取扱品目の範囲
- ・ 卸売市場の開設区域と開設者
- ・ 卸売市場における売買取引
- ・ 卸売市場の施設の機能高度化
- ・ 市場関係者の経営改善
- ・ 料金（卸売委託手数料や市場使用料のあり方等）

○ 卸売市場に関する総合的検討

① 卸売市場総合検討ワーキンググループ

平成 12 年 11 月 設置(市場の実務関係者等が構成員)

平成 13 年 9 月 卸売市場の競争力強化のための総合的な検討項目)の取りまとめ

② 卸売市場競争力強化総合検討委員会

平成 13 年 10 月 設置(市場関係団体の長等が構成員)

平成 14 年 5 月 中間報告を取りまとめ

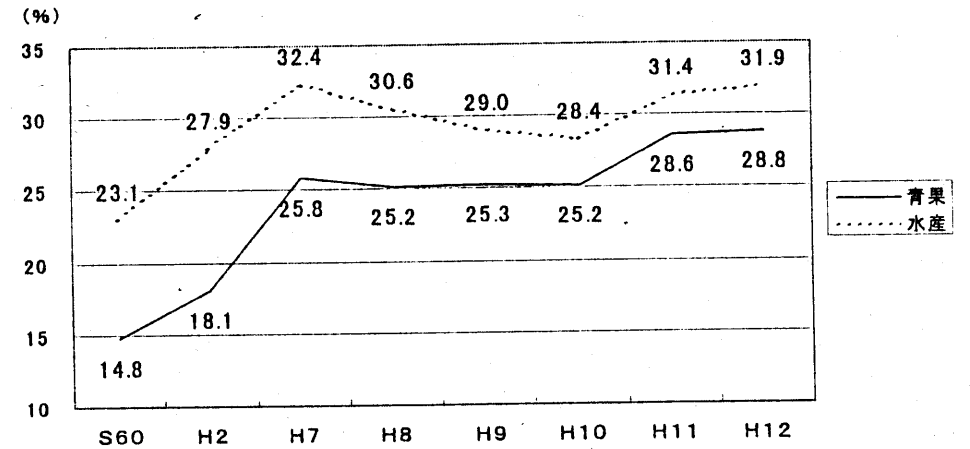
「中間報告」については、広く消費者、生産者、食品産業関係者等からも意見を聴いているところであり、これらの意見を踏まえて検討を深める予定。

(2) 市場外流通の概要

① 消費者ニーズの多様化等に伴い、小売業態が急速に構造変化を進めるなかで、生鮮食料品等についても小売業等の各々の販売コンセプトに即した流通チャネルへの見直し・選択を図りつつあり、そうした中で市場外流通が増加している。生協や農協等による産直の取り組み、産地と大型ユーザーとの直接取引が進んでいる。

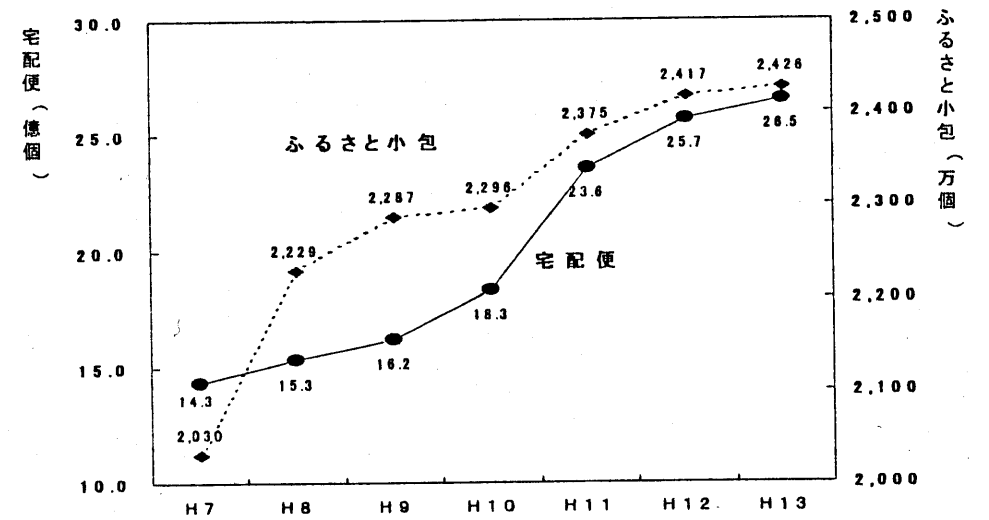
② また、情報化の進展、物流技術の向上等を背景として、インターネット等を活用した無店舗販売等の動きが見られ、食品の流通経路は多様化してきている。

○市場外流通の推移（試算、重量ベース）



資料：農林水産省流通課推計による。  
注：12年は速報値である。

○宅配便等取扱個数の推移



資料：国土交通省、郵政事業庁調べ

- ③ 経済産業省の調査によれば、食料品の消費者向け電子商取引市場の規模は、2006年に1兆1,830億円と急速に伸びる事が予測されている。

○食料品の消費者向け電子商取引市場の規模と予測

1999年	2001年	2006年(予測)
170億円	560億円	1兆1,830億円
(0.06%)	(0.13%)	(2.6%)

資料：経済産業省等「電子商取引に関する市場規模・実態調査」

注1：平成12年、13年度調査より抜粋

注2：( )内は全体の市場規模に占める比率

○市場外流通の事例

○ オイシックス (OISIX) (東京都品川区)

無農薬・減農薬を原則に、約1000農家を組織化。規格外野菜の専門サイト「不揃いな野菜たち」を開設。注文を受けてから収穫し、最短3日間で各家庭に配達。販売額は年間4億円(推計)。

○ 栽培ねっと

栽培ねっと(神奈川県横浜市)が運営する会員制の農業情報交換の場。約2500農家を組織化。青果物取引サイト「朝摘み畑」では、農産物の栽培履歴、生育状況をネットで確認しながら注文できる。販売額は年間6億円(推計)。

○ すかいらーくの食材調達

すかいらーく(東京都武蔵野市)グループが取り扱う約3000品目の食材のうち、1割に当たる300品目で逆オークション形式でネット調達。仕入れ原価の額でも約1割(約40億円)を占める。

(参考)

なお、今国会において、野菜生産出荷安定法の改正により、生産者が実需者との間で契約取引を行う場合のリスクを軽減し、契約取引を推進するため「契約野菜安定供給事業」を創設したところであり、このような市場外流通にも対応できるようしたところである。

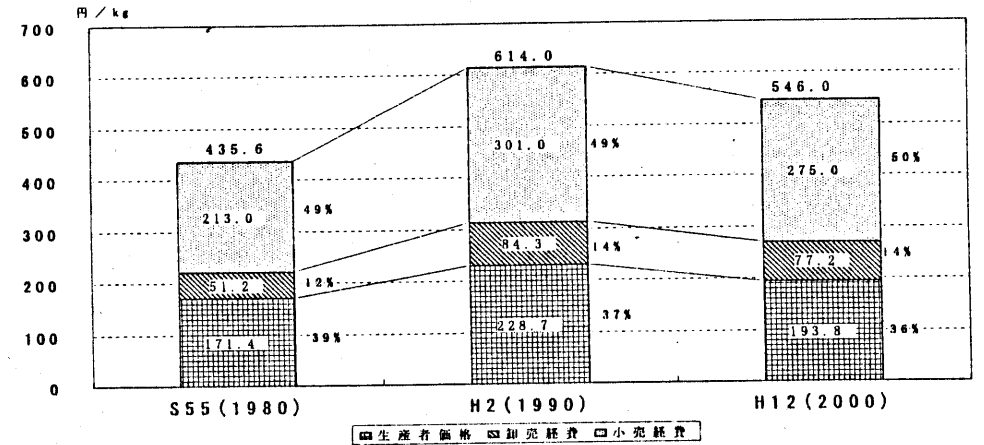
〔契約野菜安定供給事業の概要〕

1. 対象となる取引  
農協や大規模生産者と加工、外食、量販店等の実需者との契約取引（卸売市場を経由するものを含む。）
2. 対象産地： 野菜指定産地等
3. 対象野菜： 指定野菜及び特定野菜
4. 補てん内容
  - ① 定量供給契約において作柄変動による減収の際に契約数量を確保する経費の補てん  
( 契約価格と購入価格の差額の9割を補てん  
(購入せずに仕向け先の変更により確保する場合は5割)
  - ② 市場価格と連動する契約において価格が著しく低落した場合の補てん  
(指定野菜事業に準じ、基準価格との差額の9割を補てん)
  - ③ 定量供給契約において作柄変動による過剰生産の際に出荷調整（産地廃棄等）を行う場合の経費の補てん  
(廃棄した野菜につき市場価格の4割を補てん)
5. 基金造成  
国・都道府県、生産者が基金を造成  
( 指定野菜の場合： 野菜供給安定基金  
特定野菜の場合： 県法人 )
6. 基金造成割合  
指定野菜の場合 国：都道府県：生産者＝2：1：1  
特定野菜の場合 国：都道府県：生産者＝1：1：1

(3) 青果物の流通コストの概要

① 青果物の流通段階別の価格をみると、小売価格に対する生産者価格の割合は低下する一方で、卸売、小売段階の経費が増加する傾向にある。

○きゅうりの段階別価格内訳 (推計)

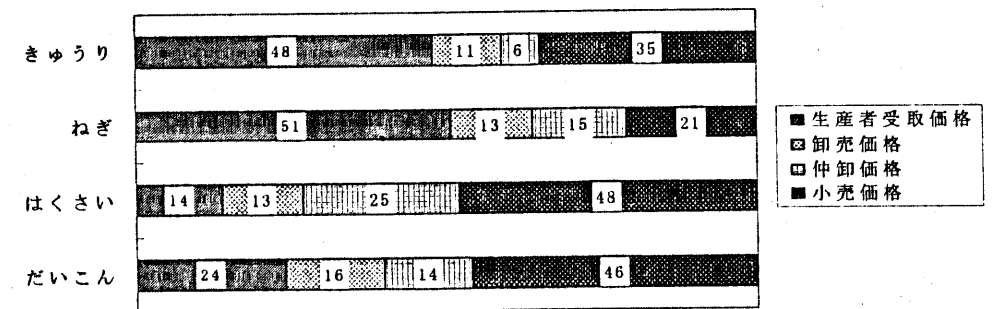


- 注1 単位は円/kgである。
- 注2 生産者価格は、統計情報部「農村物価統計」の農産物品目別全国平均販売額による。
- 注3 卸売経費は、統計情報部「青果物卸売市場調査報告」の東京都(計)の卸売価格から生産者価格を差し引いたものである。
- 注4 小売経費は、総務省統計局「小売物価統計調査年報」の東京都区部平均価格から生産者価格及び卸売経費を差し引いたものである。
- 注5 ( )内は構成比。

② 野菜の小売価格に占める各流通段階別価格差の構成割合をみると、生産者受取価格は小売価格の1～5割と品目によって格差が大きい。

特にはくさい、だいこん等の重量野菜は、生産者受取価格に比較して流通段階におけるコストの割合が高くなっている。

○野菜の流通段階別価格の構成割合 (%)



資料：農林水産省統計情報部調査「食品流通段階別価格形成追跡調査」  
(平成13年11月青果物調査)

#### 4 加工食品の流通概要

(1) 加工食品卸売業は、平成11年には5万店で販売額49兆円となっている。加工食品卸売業は、全体的に減少傾向にある。

(2) 大手量販店を中心に小売業が食品メーカーとの直接取引を進めるケースがでているとともに、海外流通資本の卸売業への参入が見られ、グローバル化が進展する傾向にある。

#### ○平成11年の卸売業者の商店数、従業員数、年間販売額

	商店数 (千店)	従業者数 (千人)	年間販売額 (百万円)
卸売業計	426 (▲5.2)	4,496 (▲5.9)	495,452,580 (▲9.7)
食料・飲料 卸売業	51 (▲6.1)	564 (▲4.7)	49,447,282 (▲7.1)
農畜産物・ 水産物	44 (0.1)	457 (3.0)	50,284,423 (▲6.4)

注) 下段の( )内は対9年比

資料: 商業統計

#### ○大手量販店のメーカーとの直接取引の事例 (イオン㈱プレスリリースより)

- ・ はごろもフーズ㈱とイオン㈱は、はごろもフーズ㈱のインドネシアの合弁会社で製造された「シーチキン」製品(ダブルチョップ)2品目を直接取引することで合意。
- ・ 本年4月1日より、東北地区40店舗で開始、今後、販売地域の拡大、その他のNB製品についても、取引条件等を調整しながら、直接取引を実施していく予定。

#### ○海外流通資本の参入の状況

企業名	国名	出店状況等
コストコ・ホールセール	アメリカ	1号店(11年4月)福岡県久山市 2号店(12年12月)千葉市美浜区
メトロ	ドイツ	14年12月に千葉市美浜区、 15年に埼玉県川口市他2ヶ所、 16年に2ヶ所、 の計6店舗を出店予定

(3) 加工食品卸売業においては、販売額、商店数ともに減少傾向にある中で、大手においては概ね売上高が拡大する等の業界の再編が急速に進展している。

○ 12 年度経営指標

(単位：%)

	売上高 伸び率	営業利 益伸び 率	経常利 益伸び 率	売上高 粗利益 率	売上高 営業 利益率	売上高 経常 利益率
全業種	▲ 0.6 (▲ 0.1)	▲ 2.8 (21.7)	▲ 12.3 (35.5)	15.6 (15.5)	1.6 (1.6)	1.6 (1.7)
うち食品	0.0 (1.8)	3.7 (8.6)	▲ 1.9 (17.5)	10.2 (10.0)	0.9 (0.9)	0.9 (0.9)

注) 下段の( )内は前年度

資料：日経MJ

○ 12 年度売上高ランキング

順位	社名	本社	売上高 (百万円)	伸び率 (%)
1	国分	東京	1,021,487	6.0
2	雪印アクセス	東京	661,027	▲ 11.0
3	菱食	東京	634,425	1.4
4	伊藤忠食品	大阪	484,244	3.5
5	明治屋	東京	481,227	▲ 1.8
6	加藤産業	兵庫	386,935	4.8
7	日本酒類販売	東京	385,871	0.1
8	旭食品	高知	314,842	7.5
9	ヤマエ久野	福岡	223,414	1.6
10	西野商事	東京	213,291	5.2

資料：日経MJ