

食 品 流 通 の 現 状 に つ い て

平成 1 4 年 7 月

農 林 水 産 省 総 合 食 料 局

目 次

I	食品流通を取り巻く環境の変化	1
1	食品産業の概況	1
2	食料消費構造の変化	2
3	食品製造業、外食産業の原料調達等の動向	8
4	食品流通技術の向上	9
5	グローバリゼーションの進展	11
II	食品流通の現状	13
1	食品小売業の概要	13
2	食品卸売業の概要	17
3	生鮮食品流通	18
4	加工食品の流通概要	28

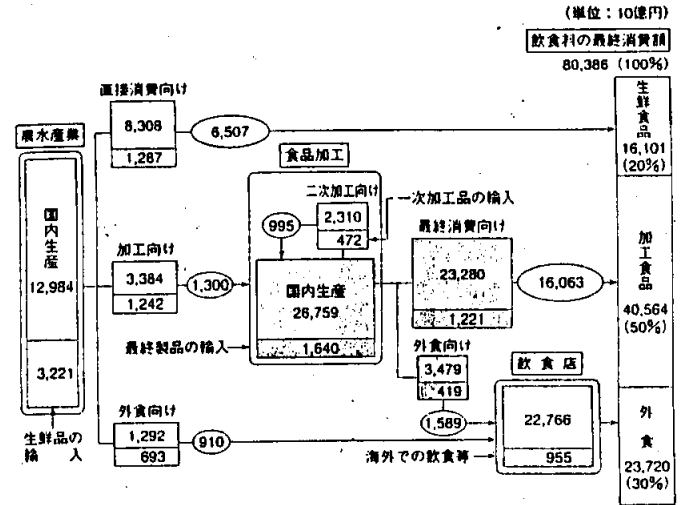
I 食品流通を取り巻く環境の変化

1 食品産業の概況

(1) 食品流通をはじめとする食品産業は、農水産業と消費者の間に位置し、食料の生産から消費までの段階において食品の品質と安全性を保ちつつ、安定的かつ効率的に消費者に供給するとともに、消費者ニーズを生産者に伝達する役割を担っている。

(2) 国民の飲食費支出は、平成7年で80兆円になっているが、飲食費のうち食品流通に掛かる割合は34%で、国民の食料消費に掛かる負担の大きな位置を占めている。

○ 最終消費者からみた飲食費の流れ (平成7年)



資料: 総務庁他10省庁「産業調査」から農林水産省で試算
 注: 1) 飲食料の最終消費額は3859億円に至る流れを表している。
 2) ○内は、付随する流通経費(商業経費と運賃)である。
 3) 農水産業には特別林産物(きのこ類等)を含む。
 4) 精穀(精米、精麦等)と畜(各種肉類)、冷凍魚介類は食品工業から除外し、農水産業に含めている。
 5) 飲食費には、旅館・ホテル等で消費された食料費部分は含まれていない。

2 食料消費構造の変化

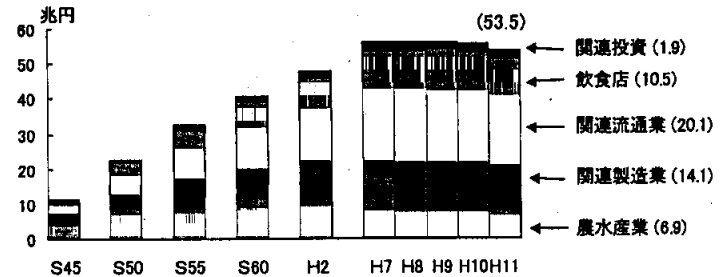
(1) 国民の飲食費の概要

農業・食料関連産業の国内総生産は、全産業の約1割を占める54兆円となっているが、食の外部化・サービス化、流通の広域化等の進展を反映して、食品関連産業の占める割合が高まる傾向にある。

(2) 消費者ニーズの動向

- ① 我が国経済がデフレ傾向にある中で、食料品価格は近年低下傾向に推移しており、特に、青果物においては、生産量の増加や輸入の増加等の影響を受け、下げ率が大きくなっている。

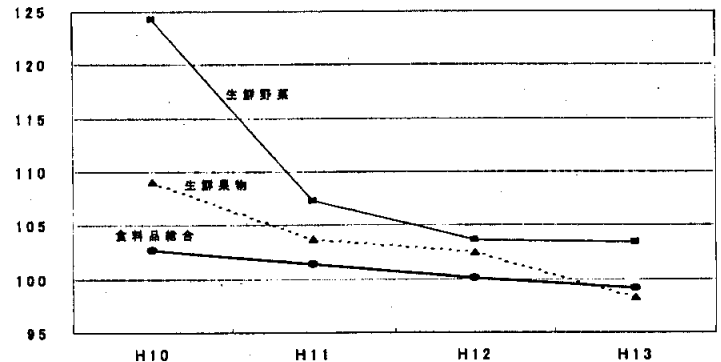
○ 農業・食料関連産業の国内総生産



資料：農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」

注：()内の数値は、11年度の数値である。

○ 食料品消費者価格指数の推移

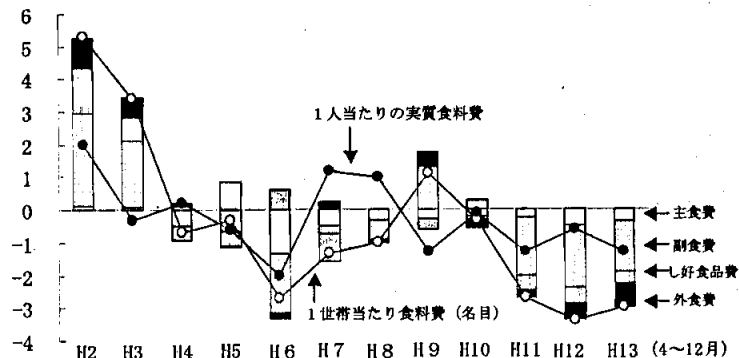


資料：総務省「消費者物価指数」

注：各年度の指数は、12年（1月～12月）を100とした場合の各年度（4月～3月）の指数である。

② これに加えて、一人当たりの食料消費支出が減少傾向で推移している。

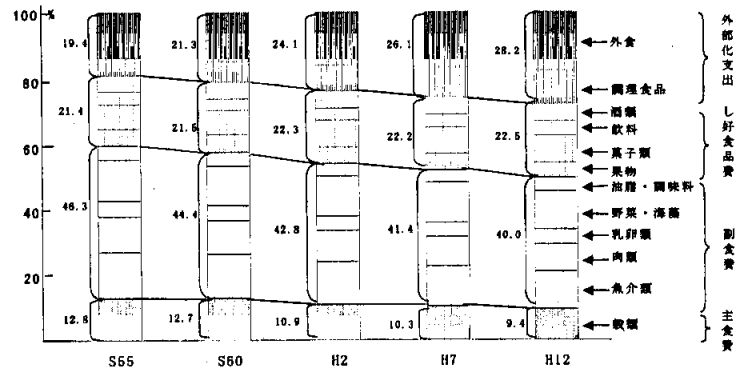
○食料費の動向 (対前年度増減率)



資料：総務省「家計調査」、「消費者物価指数」を基に農林水産省が作成

③ 単身世帯の増加、高齢化の進展、食生活スタイルの多様化等を背景に、家庭における調理や食事を調理食品や弁当という「中食」や「外食」で代替する食の外部化が進展している。

○食料費の費目別構成比の推移 (全国・全世帯)



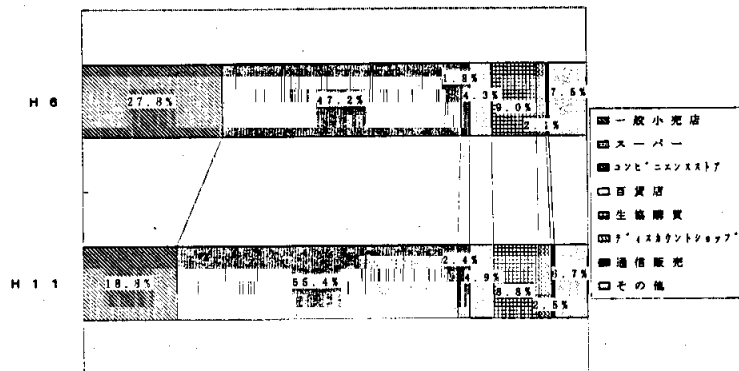
資料：総務省「家計調査」(品目分類)

(3) 消費者の購買行動

① 女性の社会進出、単身世帯の増加等を背景とした消費者の簡便化志向の高まり、家庭内冷蔵庫機能の充実、モータリゼーションによる購買圏の拡大が進んでおり、これらを反映して、消費者の食料品の購買は、ワンストップ・ショッピングや生活行動に合わせた自由な購入を重視する方向にある。このため、購入先としては、食品専門小売店の比率が減少し、食料品スーパー、コンビニエンス・ストアの割合が増加している。

② モビリティが低い高齢者等にとって食品の買物が食生活における負担の一つとしてあげられるが、高齢者においては、身近な食品専門小売店を購入先としている割合が高い。

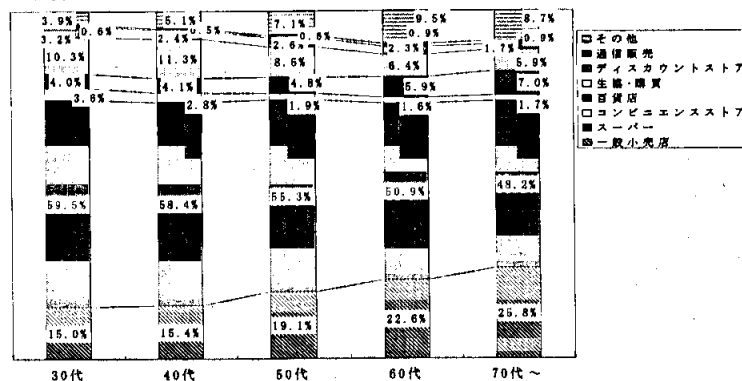
○食料品の購入先別支出割合



資料：総務省「全国消費実態調査報告」

注：二人以上の世帯の1ヶ月の支出額における割合である。

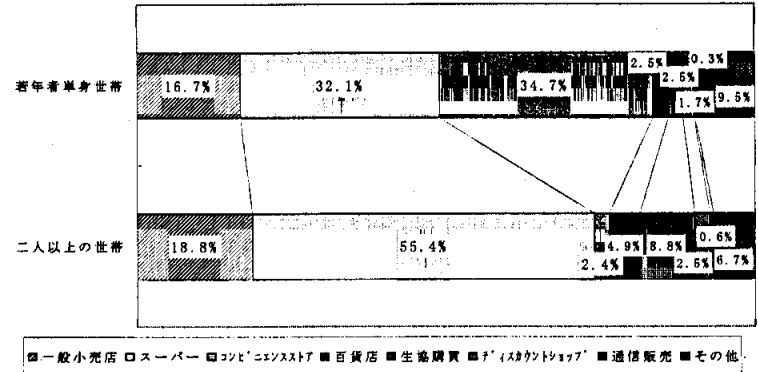
○食料品の年代別購入先



資料：平成11年度総務省統計局調査「全国消費実態調査報告」

③ 若年単身者世帯においては、二人以上の世帯と比較して、コンビニエンスストアで食品を購入する比率が高く、一般小売店で購入する比率が低い。

○購入先別支出割合の比較（若年単身者世帯、二人以上の世帯）

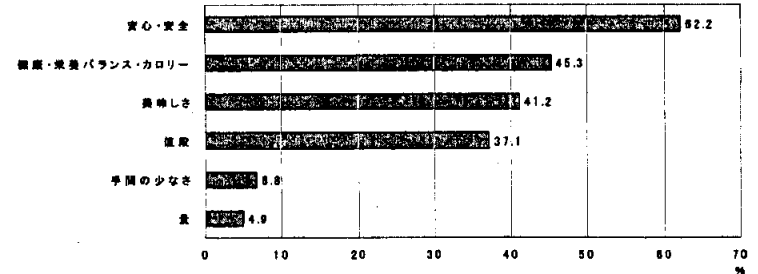


資料：平成11年総務省統計局「全国消費実態調査」による。

注：「若年」とは30歳未満のことをいう。

④ 品質等にこだわらない商品には低価格志向を追求する一方、品質や安全性にこだわる商品については支出を惜しまない等、消費内容や、購入の行動を使い分ける多様化又は多極化が見られる。

○食品を購入するときに重視すること



資料：農林漁業金融公庫「景気低迷下における食料品の購買行動に関するアンケート調査」（平成14年2月）

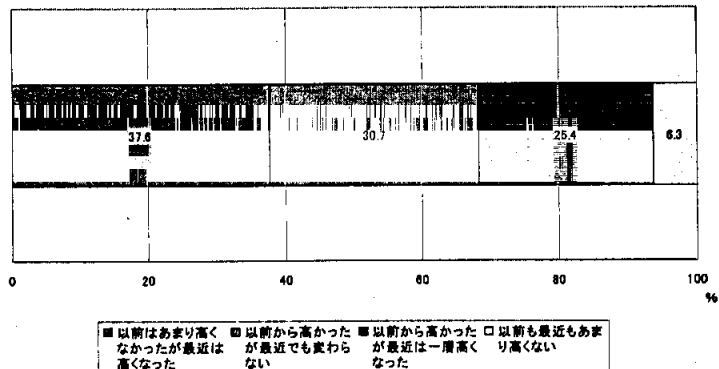
注：2つまでの複数回答

(4) 消費者の食の安全・安心に対する関心の高まり

① 食料品の生産と流通が大量かつ広域に行われるフードシステムの下で、食品の事故が発生すると、被害が広範囲かつ多数の消費者に及び、食品汚染の原因が多岐にわたるなどの状況にあり、食品の安全性に対する関心は高まっている。

② 昨年のBSE患畜の発生、食品虚偽表示、無許可添加物の使用、輸入食品の残留農薬等消費者の食に対する信頼を大きく揺るがす事件が続いて発生している中で、国民の食の安全・安心に対する関心はかつてないほど高まっている。

○食品の安全性に対する消費者の関心の度合い



資料：農林漁業金融公庫「消費者動向等に関する調査」（12年11～12月調査）
注：沖縄県を除く都道府県庁所在地に居住する2,300世帯を対象に、郵送により調査を行った結果である（回収率35.0%）。

○最近の食品の安全性に関する事件

発生年月日等	内容等
平成8年5月	・腸管出血性大腸菌O157による集団食中毒の発生
11年2月	・ダイオキシン含有騒動（一部報道による風評被害により、県産野菜等の販売に影響）
12年6月	・大手乳業会社の低脂肪乳等に混入した黄色ブドウ球菌毒素による食中毒事故
13年9月	・国内でBSE発生
14年1月	・食肉等の偽装表示事件相次ぐ
5月	・無認可添加物使用問題発生
6月	・残留農薬の基準値を超えた輸入冷凍ホウレンソウの回収相次ぐ

(参考)

このような中、最近の食品の偽装表示の多発を踏まえ、消費者への情報提供及び実効性確保の観点から、公表の弾力化及び罰則の強化のため、JAS法が今国会において改正された。

農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律の一部を改正する法律

I 趣 旨

農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（以下「JAS法」という。）については、最近の食品の偽装表示の多発を踏まえ、消費者への情報提供及び実効性確保の観点から、公表の弾力化及び罰則の強化の措置を講ずることとする。

II 概 要

1 公表の弾力化

消費者への迅速な情報提供を図る観点から、必要なときに公表することを可能とするようにする。（現行の「指示に従わない」場合の公表の規定を削除）

※現在のJAS法では、指示以前の時点では、相手方の同意がない限り公表できない。

2 罰則の強化

指示を遵守すべき旨の命令に違反した場合の罰則を、次のとおり大幅に強化する。

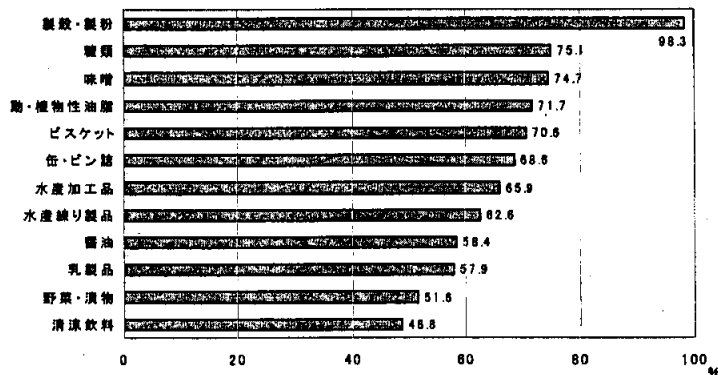
①懲役	なし	→1年
②罰則	個人 50万円	→100万円
	法人 50万円	→1億円

3 食品製造業、外食産業の原料調達等の動向

(1) 食品製造業や外食産業では、低価格や数量・品質の安定性を求める姿勢が厳しく、食品産業の輸入食材への依存度が高まっている。近年のデフレ経済の中でそれが強まる傾向にある。

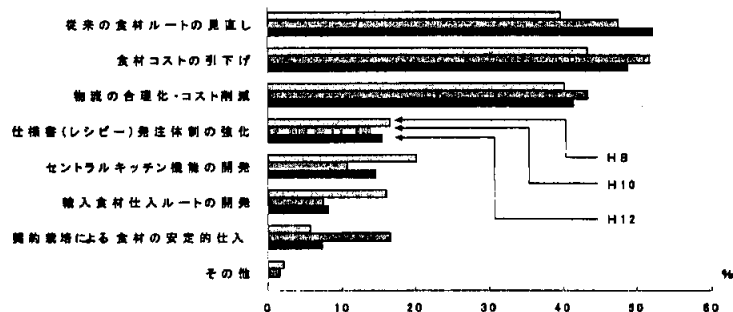
(2) 外食産業においては、近年における国民の外食支出の減少と、消費者の鮮度志向や健康・安全志向等に対応して、食材ルートの見直し、物流の合理化、コスト削減、国内産地との産直などの新たな食材ルートの開発等の取組が急速に進められている。

○食品工業の輸入原料の割合



資料：食品需給研究センター 平成10年度調査による

○外食企業が重視する物流・仕入面での施策



資料：(社)日本フードサービス協会「外食産業経営動向調査」

4 食品流通技術の向上

(1) IT技術導入等情報化の進展

① 情報処理技術の進展に伴い、加工食品分野では、オンライン受発注システム（EOS）が構築され、さらに、メーカー、卸売業等の企業間の取引に関する業務情報をオンラインで電子的に交換する仕組み（EDI）の構築が進んでいる。

② 農林水産分野においては、他産業に比較してIT技術の活用が遅れているが、特に生鮮食品の流通においても、消費者ニーズの適切な対応の充実や効率化を図る観点から、その促進が求められる。

○ e-Japan 重点計画-2002（平成14年6月18日IT戦略本部決定）（抄）

3 電子商取引等の促進

(4) 具体的施策

b) 企業等におけるIT活用の促進

ii) 中小企業を対象としたIT共通基盤整備

(略)

IT化が相対的に遅れている農林水産分野等のIT化のための施策についても充実を図る。

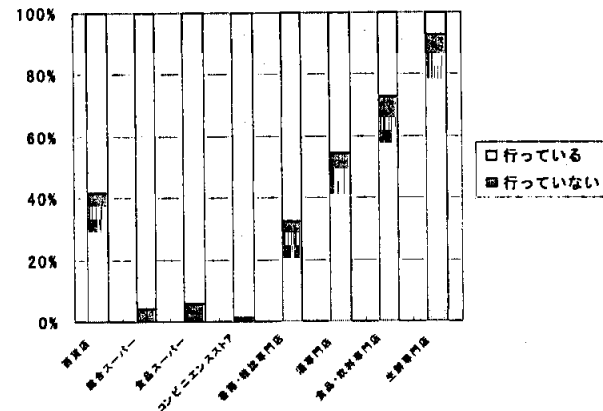
(略)

○食品業界の共同ネットワーク

業界共同ネットワーク					
	ネットワーク名称	運営主体	設立年月	利用企業数	サービスメニュー
加工食品	FINET (ファイネット)	(株)ファイネット	86年 4月	メ:157 卸:284	受発注・請求 出荷案内・在庫報告 販売実績報告
酒類	GNN	全国酒類卸売業共同組合	89年 10月		受発注・新商品情報 メールサービス 経営分析
菓子	菓子業界VAN	菓子業界VANシステム 運営委員会	87年 4月	メ:611 卸:76	受発注・直送 請求・支払 店出し 取引先コード照会 配送先 運用状況照会 商品マスタ照会メンテ

資料：(財)流通システム開発センター「概説 流通情報システム化 2002年版」

○食料品小売店における発注業務のシステム化



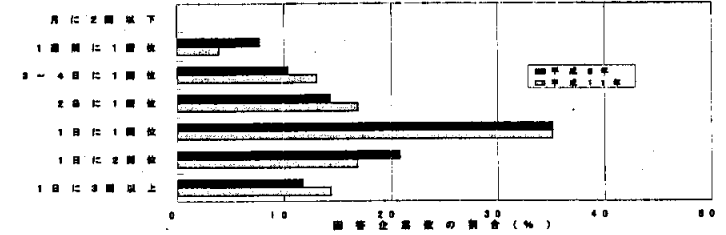
資料：(財)流通システム開発センター「2001年度流通情報システム化実態調査」

(2) 食品物流の動向

① 消費者ニーズの多様化やIT物流技術の進展等を背景として、食品の多品種・少量生産、在庫圧縮等に対応するため、多頻度・小口配送が増加している。

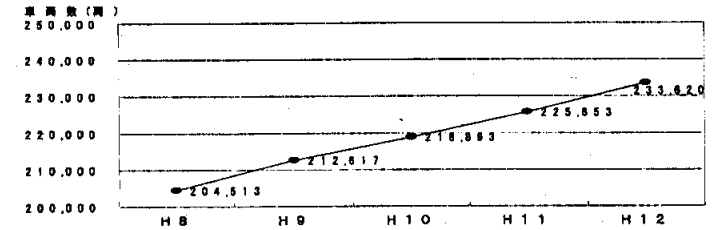
② 生鮮食品をはじめとする食品の特性に応じた温度帯での一貫した適切な管理の下での流通を確保するため、冷蔵、冷凍等管理技術の向上、一貫管理システムの整備が図られている。

○卸売業（消費財関連）における出荷頻度の動向



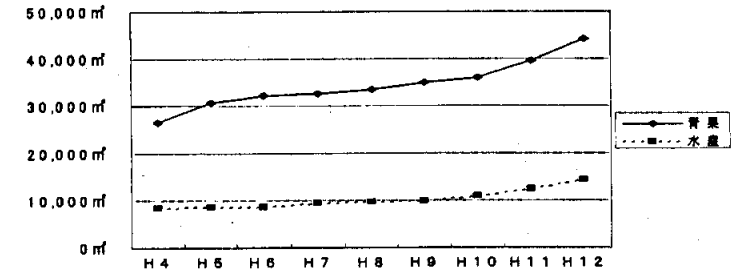
資料：日本通運「最近における荷主企業の物流動向」（平成12年1月）

○冷凍冷蔵車の保有数



資料：国土交通省自動車交通局「形状別自動車保有車両数」

○中央卸売市場における低温卸売場施設面積の推移

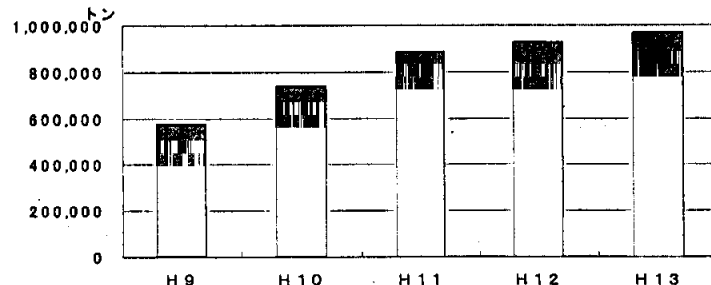


資料：農林水産省流通課調べ

5 グローバリゼーションの進展

(1) 海外からの食品の輸送、保管等物流技術の向上等を背景として、海外の食品の輸入が増加しており、特に近年は、加工食品に加え生鮮食品の輸入が増加する傾向にある。

○生鮮野菜輸入量の変化



資料：財務省「日本貿易統計」

○冷凍野菜輸入量の変化

平成9年 954千トン → 平成13年 1,118千トン

資料：財務省「貿易統計」

(2) 企業活動のグローバル化が進展しているが、流通業界においても、外資系小売業が進出するなどの動きが出ている。

○量販店等への海外流通資本の参入状況

平成11年4月	コストコ・ホールセール(米)が福岡県久山町に1号店を出店
平成12年12月	コストコ・ホールセール(米)が千葉県美浜区に2号店を出店
平成12年12月	カルフル(仏)が千葉県美浜区に1号店を出店
平成13年1月	カルフル(仏)が東京都町田市に2号店を出店
平成13年2月	カルフル(仏)が大阪府和泉市に3号店を出店
平成14年5月	ウォルマート(米)が西友と資本提携(19年末までに最大66.7%の株式保有権)
平成14年6月	ディーン&デルーカ(米)が伊藤忠商事と日本における長期独占契約を締結
平成14年12月	メトロ(独)が千葉県美浜区に出店予定
平成15年6月	ディーン&デルーカ(米)が旗蔭店(青山)を出店予定
平成15年	メトロ(独)が埼玉県川口市他2カ所に出店予定
平成16年	メトロ(独)が2カ所に出店予定

(参考)

- 輸入野菜における残留農薬の問題など、食品の表示や安全性に対する関心が高まっている。

このため、厚生労働省は、

- ・ 輸入時残留農薬検査の対象に冷凍ほうれんそう等 18 品目を追加
 - ・ 違反事例の輸入業者名等の情報提供を開始
 - ・ 各検疫所に対し、検査強化前に輸入された中国産冷凍ほうれんそうの自主検査実施を輸入業者に指導するよう指示
 - ・ 各検疫所に中国産冷凍ほうれんそうの検体数を倍化する検査強化を指示
- 等の取組を行うとともに、農林水産省においても厚生労働省の指示について販売・実需団体等への周知徹底を行っているところである。

- 独立行政法人農林水産消費技術センターは、残留農薬基準に違反する蓋然性の高さや輸入の増加傾向等を勘案して、市販輸入野菜約 6 0 0 検体について約 9 0 農薬を検査することとしている。

○ 「中国産冷凍ほうれんそう」の残留農薬問題の経緯

14年	主な事項
3月	・ 農民達が量販店の中国産冷凍野菜から残留農薬検出と発表(15日) ・ 厚労省が輸入時残留農薬検査の対象に冷凍ほうれんそう等18品目を追加(20日)
4月	・ 中国産冷凍ほうれんそうからパラチオン検出(22日) ・ 厚労省がパラチオンにつき、中国産冷凍ほうれんそうの輸入時100%モニタリング検査実施(22日) ・ 農民達が外食店等の中国産冷凍野菜からクロルピリホス等検出と発表(26日) ・ 農水省が関係団体等に対し、農民達の発表に係る事実関係・対応策を聴取(26日)
5月	・ 厚労省がクロルピリホスの全ロット検査を輸入業者に指導(14日) ・ 中国産冷凍ほうれんそうからディルドリン検出(21日) ・ 厚労省がディルドリン、エンドリンの全ロット検査を輸入業者に指導(21日) ・ 中国産冷凍ほうれんそうからクロルピリホス検出(23日)
6月	・ 厚労省が違反事例の輸入業者名等の情報提供を開始(1日) ・ 厚労省が各検疫所に中国産冷凍ほうれんそうの検査試験品採取数の増加を指示(4日) ・ 中国産冷凍ほうれんそうからクロルピリホス検出(5日) ・ 厚労省が各検疫所に対し、検査強化前に輸入された中国産冷凍ほうれんそうの自主検査実施を輸入業者に指導するよう指示(6日) ・ 中国産冷凍ほうれんそうからクロルピリホス、フェンバレート検出(7日) ・ 輸入業者指導に係る厚労省指示を受け、農水省が販売・実需団体等にも周知徹底(11日) ・ 中国産冷凍ほうれんそうからクロルピリホス検出(10日、11日、12日) ・ 厚労省が各検疫所に中国産冷凍ほうれんそうの検体数を倍化する検査強化を指示(14日) ・ 中国産冷凍ほうれんそうからクロルピリホス検出(14日、19日、24日、25日)

II 食品流通の現状

1 食品小売業の概要

(1) 食品小売業の販売額は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、それぞれ約3分の1程度になっている。

このうち生鮮小売業は、販売額4兆円、店舗数8万3千店、従業者29万人となっている。

(2) 総合スーパー等の増加

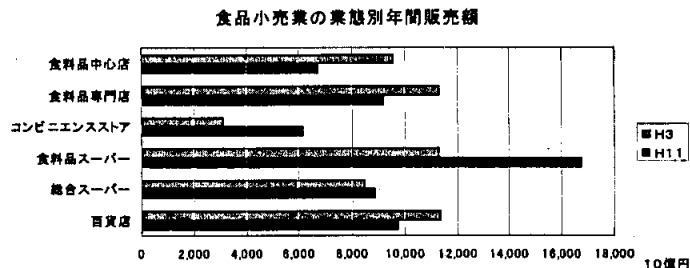
店舗数が全体として減少傾向にある中で、食料品スーパー及びコンビニエンス・ストア等の店舗数が増加している。また、年間販売額でも、これらの業態のシェアが拡大している。

○食品小売業の店舗数、従業者数、販売額

業種	H8/H3	H9/H8	H11/H9	H11	
販売額	小売業計(10億円)	0.7%	3.0%	▲8.0%	143,833
	食品小売業	4.6%	▲0.5%	▲2.0%	43,887
	鮮魚小売業	▲5.1%	▲14.7%	▲10.7%	1,327
	野菜・果実小売業	▲12.7%	▲17.1%	▲5.4%	1,585
店舗数	小売業計(千店)	▲7.1%	▲5.6%	▲7.5%	1,407
	食品小売業	▲9.5%	▲8.0%	▲8.7%	488
	鮮魚小売業	▲17.1%	▲16.7%	▲9.4%	30
	野菜・果実小売業	▲17.5%	▲14.3%	▲8.1%	34
従業者数	小売業計(千人)	5.2%	▲0.4%	2.6%	8,029
	食品小売業	7.7%	2.0%	6.8%	3,114
	鮮魚小売業	▲10.3%	▲12.6%	▲6.7%	96
	野菜・果実小売業	▲10.2%	▲13.4%	▲1.6%	119

資料：通商産業省「商業統計表」

○食品小売業の業態別年間販売額



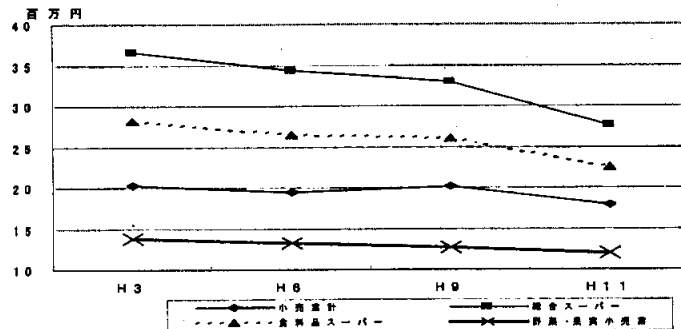
資料：通商産業省「商業統計表」(H11)

(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。

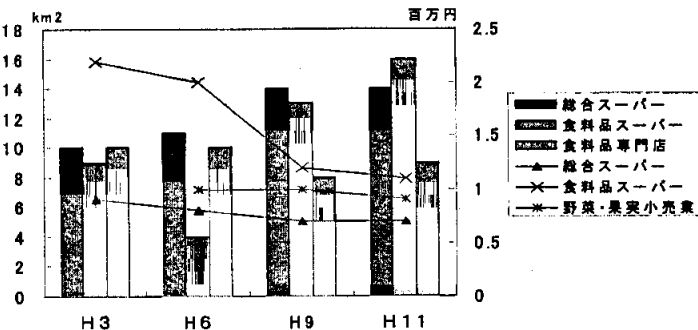
② 特に大規模小売業を中心として、近年の売り場面積の拡大等が影響し、売り場面積当たりの販売額が大幅に低下する等生産性、収益性が悪化している。

○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1m²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1m²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	1,870
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	879,368
小売業計	▲ 7.0	▲ 5.7	▲ 7.5	1,406,884

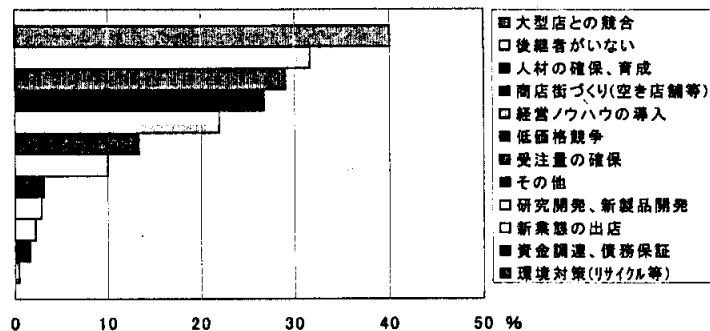
資料：通商産業省「商業統計表」

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。

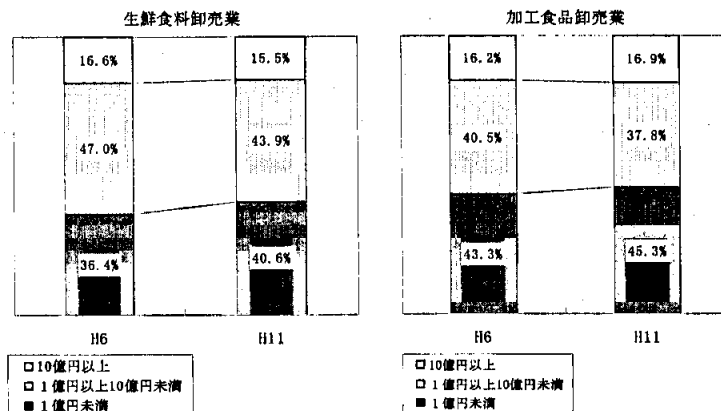
○食品卸売業の商店数、従業者数、販売額

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)

(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。

○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

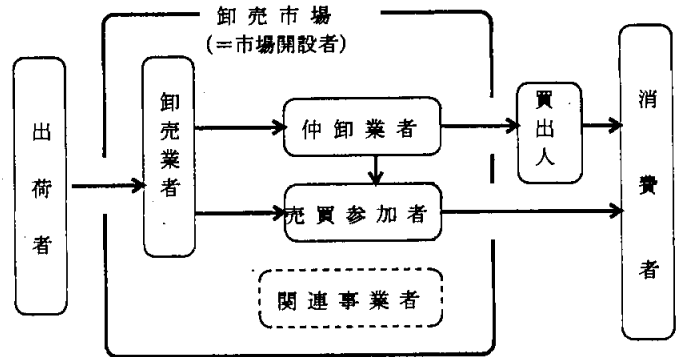
(1) 卸売市場の概要

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 等
- 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 等

○主要市場におけるせり・相対比率

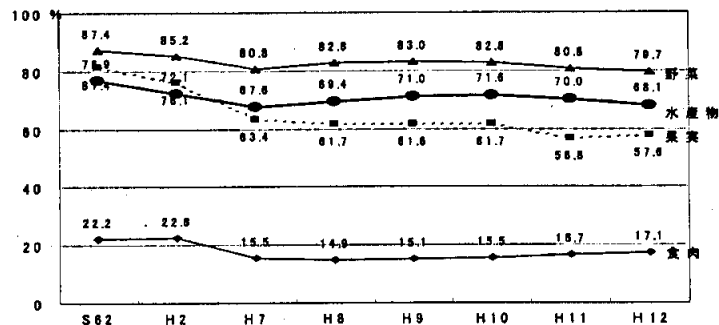
	せり	相対取引
大田市場	24 %	76 %
大阪市場（本場）	90 %	10 %
福岡市場	43 %	57 %

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由については、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。

○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。

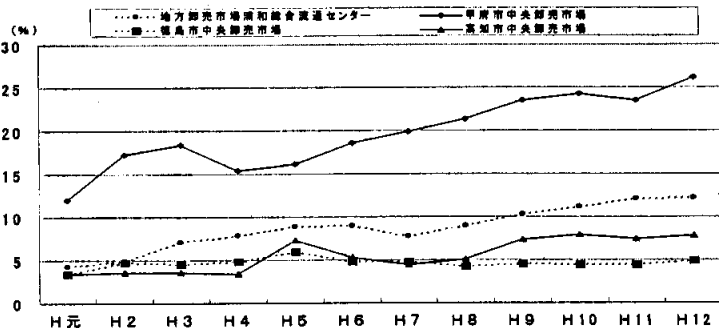
注1：卸売市場経由率

= 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。

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。

○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）

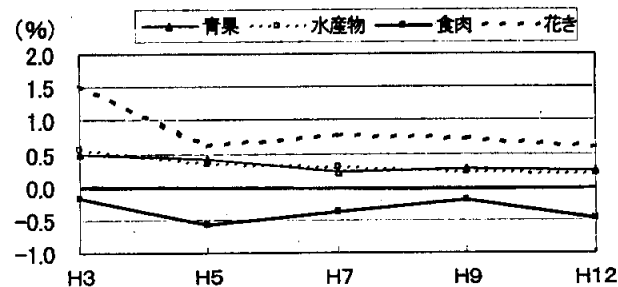
注：地方卸売市場浦和総合物流センター、甲府市中央卸売市場は東京都の市場からの転送集荷割合、徳島市中央卸売市場、高知市中央卸売市場は大阪府の市場からの転送集荷割合

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。

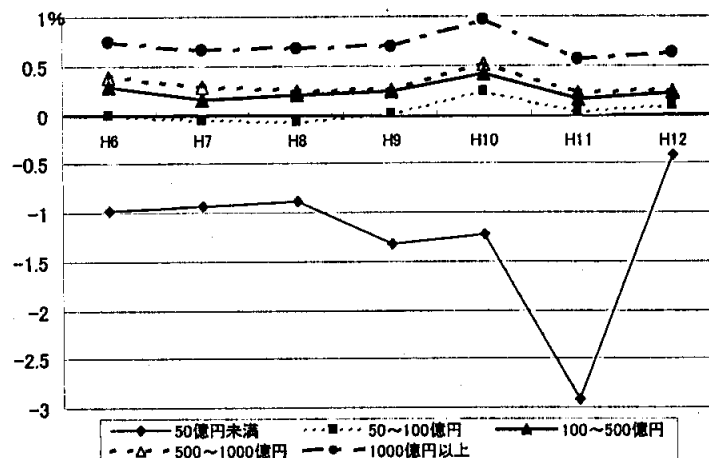
イ 特に小規模業者は、営業利益を確保できない状況が継続しており、卸売業者の合併・統合等による経営基盤の強化、経営改善が課題となっている。

○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）

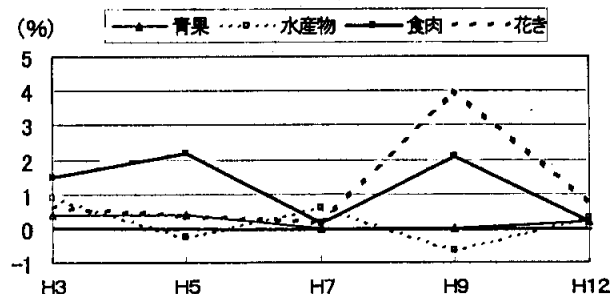


資料：中央卸売市場青果部卸売業者の事業報告による。

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。

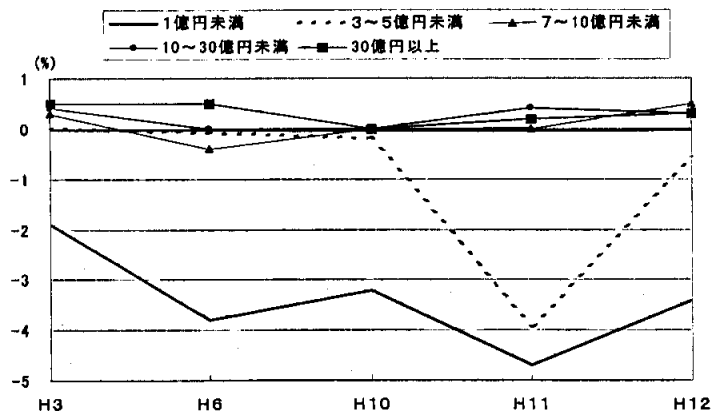
エ 仲卸業者の経営規模の拡大等経営基盤の強化が課題となっている。

○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

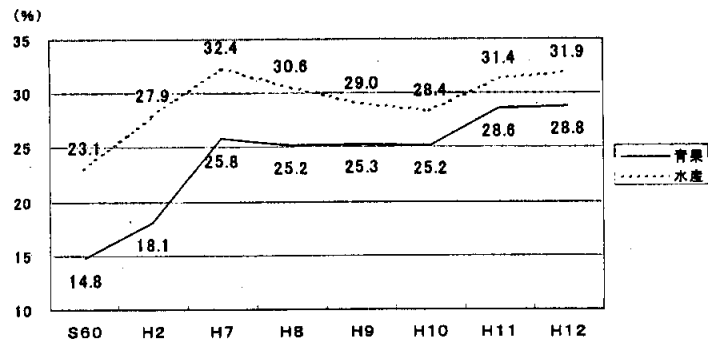
「中間報告」については、広く消費者、生産者、食品産業関係者等からも意見を聴いているところであり、これらの意見を踏まえて検討を深める予定。

(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。

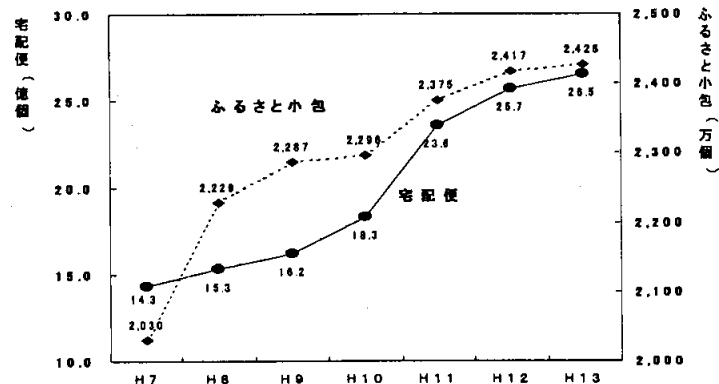
○市場外流通の推移（試算、重量ベース）



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

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 (O I S I X) (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。

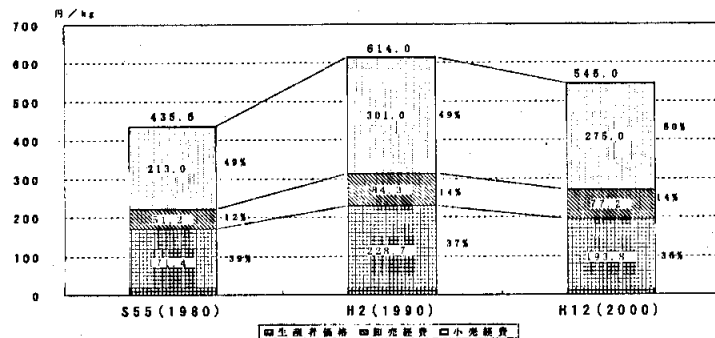
〔契約野菜安定供給事業の概要〕

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。

2 生産者価格は、統計情報部「農作物価統計」の農産物品目別全国平均販売額による。

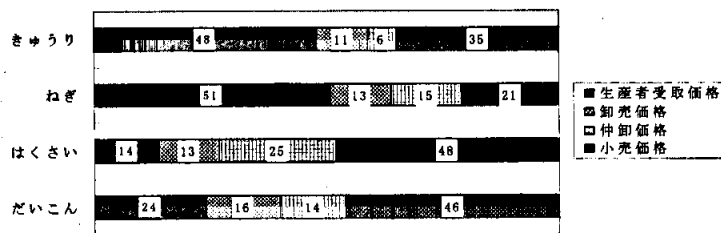
3 卸売経費は、統計情報部「青果物卸売市場調査報告」の東京都(計)の卸売価格から生産者価格を差し引いたものである。

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。

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。

○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