行政対応特別研究[果実]
プロジェクト研究資料　第1号

果実の小売流通コストと価格形成要因に関する実態調査報告書

―アンケート調査結果分析を中心に―

平成15年8月

農林水産政策研究所

まえがき

本報告書は、行政対応特別研究「果実の需給安定政策のための経済分析」（研究実施期間：平成 14 ～ 15 年度）の第２課題「果実の流通コストと価格形成要因の解明」の中間研究成果をとりまとめたものである。

「果実の需給安定政策のための経済分析」研究の第１課題「需給モデルによる主要果実の価格に関する計量分析」は、主要果実について、市場入荷量と卸売価格に関する需給モデルを開発し、最近の価格低迷の要因を計量的に解明することを目的としている。

これに対して、第２課題は卸売段階以降の流通過程を対象とし、小売段階での流通コストと価格形成要因の解明を目的としている。より具体的には以下のとおりである。

従来から果実の小売価格に占める流通諸コストの割合は高く、また近年では果実の市場価格が低迷する中にあって卸売価格と小売価格との乖離がみられるとされている。加えて果実の消費・流通ルートが多様化する中で、仕入れルート別の流通コストのあり方も変化しているとみられる。しかしながら、こうした流通コストが果実の価格形成に及ぼす影響について十分な把握は行われてはいない。このため、主要果実について、実態調査等により仕入れルート別の流通コストおよび小売価格形成要因を明らかにする。

本報告書は、かかる研究の一環として、平成 14 年度に実施したアンケート調査「果実の流通コストと価格形成要因分析実態調査」結果の集計を中心にとりまとめたものであり、以下のような２部構成となっている。第１部では、まずアンケート調査結果から小売段階での果実流通の実態を整理している（第１部Ⅰ）。果実の流通コストと価格形成要因を考察する上での基礎的な実施把握に資するためである。あわせて第１部ではアンケート調査結果を踏まえ、近年小売流通マージンが増加傾向にある代表的な品目であるみかんを対象にマージン増加の要因についての試論的な分析を行っている（第１部Ⅱ）。

第２部は、アンケート調査結果概要である。アンケートの対象は、果実小売流通を担っている量販店、専門小売店、およびこれら小売店が主たる仕入れ先としている仲卸業者である。このアンケート調査は、社団法人食品需給研究センターが農林水産政策研究所から委託をうけて実施したものである。

それぞれ、執筆担当は、第１部は香月敏孝（農林水産政策研究所食料需給研究室）、第２部は松崎俊（食品需給センター）である。

なお、本研究資料は平成 14 年度に実施した研究の中間とりまとめであり、これを踏まえて、15 年度には、さらに量販店等の小売実態の把握を行っていくとともに、多様化する流通経路別の実態を解明するために産直や直売に関する調査分析を行う予定である。

平成 15 年 8 月

行政対応特別研究「果実需給安定」プロジェクトチーム

目　次

まえがき

第１部　果実の小売流通の実態と流通コストの変化

Ⅰ.果実小売流通の実態－アンケート調査結果から－ ……(第１部)1
１．調査事例の位置づけ…… 1
２．果実仕入の経路…… 3
３．みかん、りんごの小売包装形態…… 4

Ⅱ．果実小売マージン率の変化とその規定要因－みかんを中心に－ …… 6
１．果実流通マージンの変化…… 6
２．果実流通マージンの規定要因…… 7

第２部　アンケート調査結果概要
（平成１４年度果実の流通コストと価格形成要因分析実態調査報告書）

Ⅰ．調査の目的と方法……（第２部）1

Ⅱ．調査結果…… 2
１．調査対象の属性…… 2
２．量販店調査結果…… 4
３．一般小売店調査結果…… 18
４．仲卸業者調査結果 …… 31

調査票（様式）…… 39

第１部　果実の小売流通の実態と流通コストの変化

Ⅰ．果実小売流通の実態－アンケート調査結果から－

今回実施したアンケート調査の結果概要は第２部に示しているが、そこでの集計でかならずしも十分に行われていないのが、小売店の果実販売金額階層別の流通実態である。

とりわけ、小売流通の基幹となっている量販店（ここで対象としているのは生協を含むチェーン展開をしている量販店）の果実取扱金額規模はかなりの格差を持っており、量販店における仕入れおよび販売対応の差異も、こうした取扱規模に規定される部分がかなり大きいとみられる。このため、ここでは果実小売流通の実態を量販店規模階層区分に沿った整理を行って、果実の流通コストと価格形成要因を考察する上での基礎的な流通実態の把握に努めることにしたい。

１．調査事例の位置づけ

今回の量販店を対象としたアンケートは、チェーン展開をしている上位 1,000 社に送付し、うち 189 社の回答を得た。調査対象とした量販店には総合スーパー、食品スーパー、生協およびディスカウントショップが含まれる。

表１は回答のあった量販店での果実仕入額（果実計、みかん、りんごの平成 13 年実績）を求め、それらが全国小売および全国量販店の仕入額に占める割合を推計したものである。

これでわかるように、全小売に占める割合は、果実計で１１％、みかんで１２％、りんごで１０％と推計された。また、全量販店に占める割合は、同じく、１８％、２０％、１７％と推計された。したがって、量販店アンケートは果実小売販売のおおむね１割程度、量販店販売の２割程度をカバーしていることになる。

表1　アンケート回答量販店の果実仕入額の全小売、全量販店仕入に対する割合（試算）

		果実計	みかん	りんご	備　　考
A	アンケート回答量販店仕入額（100万円）	243,210	38,601	27,425	アンケート調査結果
B	全国小売に対する割合（推計）	11.2%	12.2%	10.3%	A/J
C	全国量販店に対する割合（推計）	18.2%	19.9%	16.9%	A/L
D	全国卸売市場取扱額（100万円）	1,421,743	207,904	168,153	「全国青果物流通統計年報」
E	転送率（平12）	0.040	0.047	0.043	「青果物卸売市場調査報告」
F	修正卸売市場取扱額（100万円）	1,364,801	198,032	160,845	D*（1－E）
G	仲卸マージン率	0.098	0.096	0.105	アンケート調査結果
H	仲卸段階取扱額（100万円）	1,498,552	217,043	177,734	F*（1＋G）
I	卸売市場経由率	0.689	0.686	0.670	アンケート調査結果
J	総仕入額（100万円）	2,174,966	316,390	265,275	H/I
K	量販店販売割合（平11）	0.613	0.613	0.613	「全国消費実態調査報告」（みかん、りんごは果実の数値を使用）
L	量販店仕入額（100万円）	1,333,254	193,947	162,613	J*K

このため、このアンケートは 200 社足らずの回答数ではあるが、果実の小売販売の大宗量を占める販店における流通・販売実態を検討する上で、一定の代表性を持つデータとして、これを位置づけることができると考えられる。

以上の確認を踏まえて、回答量販店の分布をみておくことにしよう。表２に量販店の会社形態および店舗展開の範囲について、果実仕入額規模別の分布を示した。量販店の分布は、果実仕入額で１～ 10 億円に厚く、この層は会社形態では「食品スーパー」、店舗の展

開範囲では「単一都道府県に展開」が多い。

10 億円以上の階層では度数は減るが、それぞれ会社形態では「総合スーパー」の、店舗展開の範囲では「複数の都道府県に展開」の割合が高くなっている。また、10 ～ 20 億円から 100 ～ 200 億円の階層で会社形態で「その他」が 5 事例あり、これら大規模層では無視できない存在となっている。いずれもスーパー業態でなく、かつ店舗展開の範囲を「単一都道府県に展開」としていることから判断して、これらは大規模な生協とみられる。

表2　量販店の会社形態・店舗展開の範囲（果実仕入額規模別）

（回答数、%）

果実仕入額	合計	会社形態				店舗展開の範囲			
		総合スーパー	食品スーパー	その他	不明	単一都道府県に展開	複数の都道府県に展開	全国に展開	不明
合計	189 (100.0)	27(14.3)	139(73.5)	14(7.4)	9(4.8)	129(68.3)	44(23.3)	3(1.6)	13(6.9)
1000万円未満	13 (100.0)	3(23.1)	7(53.8)	2(15.4)	1(7.7)	10(76.9)	-(-)	1(7.7)	2(15.4)
1000万～1億円未満	46 (100.0)	7(15.2)	36(78.3)	1(2.2)	2(4.3)	38(82.6)	3(6.5)	-(-)	5(10.9)
1～10億円未満	81 (100.0)	7(8.6)	66(81.5)	6(7.4)	2(2.5)	62(76.5)	16(19.8)	1(1.2)	2(2.5)
10～20億円未満	21 (100.0)	4(19.0)	14(66.7)	2(9.5)	1(4.8)	10(47.6)	10(47.6)	-(-)	1(4.8)
20～50億円未満	12 (100.0)	-(-)	8(66.7)	1(8.3)	3(25.0)	4(33.3)	5(41.7)	-(-)	3(25.0)
50～100億円未満	7 (100.0)	4(57.1)	2(28.6)	1(14.3)	-(-)	1(14.3)	6(85.7)	-(-)	-(-)
100～200億円未満	3 (100.0)	1(33.3)	1(33.3)	1(33.3)	-(-)	1(33.3)	1(33.3)	1(33.3)	-(-)
200～300億円未満	1 (100.0)	1(100.0)	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)	1(100.0)	-(-)	-(-)
300億円以上	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)	-(-)
不明	5 (100.0)	-(-)	5(100.0)	-(-)	-(-)	3(60.0)	2(40.0)	-(-)	-(-)

次に、量販店、一般小売店における、みかん、りんごの販売上の位置づけについてみてみよう。それぞれの仕入額割合（対果実仕入額計）は、量販店で、みかんが 17 %、りんごが 12 %、一般小売店では、同じく 22 %、16 %となっている（いずれも加重平均）。２品目あわせて、量販店では３割程度、一般小売店では４割近いシェアとなっており、みかん、りんごが販売主要品目となっていることがわかる。

図１は、これを果実仕入額階層別にみたものであるが、量販店、一般小売店とも、仕入額が大きくなるほど、みかん、りんごの割合が減少する傾向がうかがえる。大規模店舗のほうが、みかん、りんご以外の品目に販売のウェイトを置いていることになる。

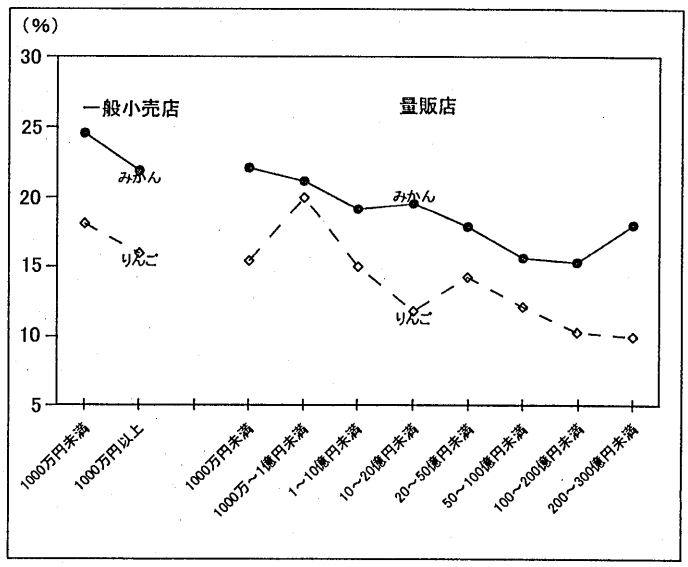


図1　小売店におけるみかん、りんごの仕入額割合（販売金額階層別）
注. 仕入額割合は、果実仕入計に対する割合.

2．果実仕入の経路

量販店における果実仕入先は、量販店規模によってかなりの差異がある（表３参照）。アンケート調査によれば、量販店平均で卸売市場からの仕入は 69 ％と大半を占めている。これを量販店規模別にみれば、果実仕入額が１億円未満の各層では、卸売市場の割合が９割以上を占めており、小規模量販店における果実の仕入は、ほとんどを卸売市場に依存していることになる。同じく、１億円から 50 億円までの各層ではこの割合は８割前後であり、やはり卸売市場依存の傾向は強い。ただし、10 ～ 20 億円規模層では任意組合・個人からの仕入が９％を占めており、この規模層には少数ではあるが、産直を指向している量販店が含まれていることになる。

以上の傾向に対して 50 億円以上の各規模層では卸売市場からの仕入割合は 50 ％台にとどまっており、販売金額が中小の量販店とは、かなり異なった仕入行動をとっていることがうかがえる。特に、これらの大規模層では、農協からの直接仕入が２割程度あることが注目される。

いずれにしても、大規模層ほど市場外からの仕入が増大する傾向にあることになる。これと関連して、かかる市場外流通を推進しているのが、集配センターとみられるが、集配センター利用の割合が、大規模層ほど高くなっている状況もあわせて確認できる。

一方、アンケートの対象となった一般小売店についてみてみれば、小規模な量販店と同様に仕入の９割以上を卸売市場に依存していることがわかる。また、一般小売店の場合においても、仕入金額が大きな層ほど市場外からの仕入が増加する傾向が確認される。

表３ 果実の仕入先割合（果実仕入金額別）

果実仕入額	量販店						一般小売店	
	回答数	仕入先割合（%）					回答数	卸売市場からの仕入割合（%）
	（うち集配センター利用）	卸売市場	業者・他	JA	任意組合・個人	その他		
1,000万円未満	12（ 3）	95.0	0.0	0.0	5.0	0.0	74	96.9
1,000万円～1億円	40（ 9）	91.9	3.0	2.5	2.6	0.1	86	93.6
（うち5,000万円以上）							(20)	(88.3)
1億円～10億円	75(35)	84.4	5.2	5.2	4.1	1.2		
10億円～20億円	20(16)	77.7	8.8	3.1	9.0	1.5		
20億円～50億円	11（ 8）	78.4	10.5	6.9	3.3	0.9		
50億円～100億円	6（ 4）	53.4	14.9	20.0	4.7	7.0		
100億円～300億円	3（ 3）	55.7	10.1	20.5	2.7	9.0		
計（加重平均）	167(78)	68.9	10.0	12.3	4.4	4.4	160	94.0

注．網掛けは相対的にウエイトが高い仕入先．
量販店の集配センター利用件数は、みかんでセンター利用率の回答があったもの．

なお、上でみた量販店規模別にみた仕入先の割合は、みかん、りんごについても検討したところ同様の結果となった。すなわち、卸売市場からの仕入割合は、みかんでは量販店平均で 69 ％、100 ～ 300 億円規模層で 51 ％、りんごでは、それぞれ 67 ％、57 ％である。また、一般小売店については、卸売市場からの仕入割合はみかんが 89 ％、りんごが 97 ％（いずれも加重平均）となっており、みかんの場合には大規模層を中心に市場外での仕入割合が若干高めとなった。

3．みかん、りんごの小売包装形態

果実の小売包装形態についてここでみておこう。小売包装形態が販売単位となっており、それぞれ消費者の１回当たりの購買量を意識した設定となっている。かかる包装形態の差異によって販売コストも異なると考えられる。小売包装形態に注目するのは、それが小売マージンを規定する要因の１つとして想定されるからである。

表４に、みかんとりんごの小売包装形態の構成を一般小売店と量販店について示した。量販店については、あわせて果実仕入金額規模別に示している。

小売包装形態は、大きくは①バラ売り（個別包装と裸売りの双方が含まれる）、②小包装売り、③箱売りの３種類に分けられる。このうち、②の小包装については、アンケートで「包装パック」、「ネット」に分けて設問しており、表５は両者について表示している。

まず、みかんについてみてみると、一般小売店と量販店とで包装形態の割合が異なっている。一般小売店では、「バラ」、「パック」、「ネット」、「箱」のいずれもが 20 ％を超えており、中心的な包装形態があるとはいえない（割合は対販売金額合計、以下同様）。これに対して、量販店では、「ネット」の割合が 40 ％と高く、「バラ」が 12 ％と低くなっている。量販店の場合、「ネット」の次に多い「パック」（25 ％）を合計すると 65 ％となり、小包装が中心的な包装形態となっていることがわかる（一般小売店では両者の合計は 48 ％にとどまる）。

表4　みかん、りんごの小売包装形態（果実仕入金額規模別）

（件数、％）

			回答数	販売額計	バラ売り	包装パック	ネット	箱単位	その他
みかん	一般小売店　計（加重平均）		103	100.0	23.1	24.5	22.9	21.0	8.5
	量販店	計（加重平均）	147	**100.0**	**12.1**	**25.2**	**39.9**	**20.3**	**2.6**
		1000万円未満	9	100.0	7.7	18.9	22.3	49.0	2.1
		1000万～1億円	33	100.0	5.3	31.8	22.3	35.0	5.6
		1～10億円	66	100.0	6.6	17.6	54.5	20.0	1.3
		10～20億円	20	100.0	8.6	17.4	44.0	26.0	4.0
		20～50億円	9	100.0	19.8	30.6	24.0	23.5	2.1
		50～100億円	7	100.0	10.8	28.6	35.6	19.7	5.3
		100～300億円	3	100.0	15.4	29.7	40.7	14.2	0.0
りんご	一般小売店　計（加重平均）		104	100.0	52.6	20.5	4.0	15.0	8.0
	量販店	計（加重平均）	146	**100.0**	**54.4**	**27.5**	**2.5**	**13.2**	**2.4**
		1000万円未満	8	100.0	53.9	41.4	0.0	1.4	3.3
		1000万～1億円	34	100.0	54.2	17.7	5.1	17.2	5.8
		1～10億円	65	100.0	54.3	27.7	4.7	8.9	4.4
		10～20億円	20	100.0	47.5	26.2	6.9	17.6	1.7
		20～50億円	9	100.0	45.6	32.5	3.0	19.0	0.0
		50～100億円	7	100.0	47.2	31.9	0.0	16.2	4.7
		100～300億円	3	100.0	73.7	20.0	0.0	6.3	0.0

注. 網掛けは、量販店販売について、相対的にウェイトが高い包装形態.

量販店の平均は以上のようであるが、果実の取扱額規模によって、包装形態は異なっている。おおよその傾向であるが、小包装以外の形態では、小規模の量販店では、「箱」での販売割合が高いのに対して、大規模層では「バラ」が高い傾向があり、小包装の場合には、概して大規模層で「パック」が高くなっている。

以上のように、みかんの小売包装形態については、一般小売店と量販店との差異のほか、

量販店内での取扱規模による差異が確認される。また、表には示していないが、果実の取扱金額が同一の階層においてもかなり異なっている場合がある（とりわけ取扱金額規模の大きな階層ではこうした差異が大きい）。こうして、みかんの小売包装形態の構成は、かなりの程度、多様であることが確認されよう。

次に、りんごであるが、一般小売店、量販店のいずれも最も多いのが「バラ」であり、それぞれ 53 %、54 %とほぼ同じ割合である。その他の包装形態では、一般小売店で「パック」（21 %）、「箱」（15 %）が続き、量販店でも「パック」（28 %）、「箱」（13 %）である。また、みかんとは異なり、「ネット」の割合はいずれも僅少である。

このように、量販店の方が、「パック」の割合が高くなってはいるが、一般小売店、量販店ともバラ販売が過半を占め、「パック」、「箱」がこれに続いている点で、両者の包装形態の構成は、かなり似通っている。

また、量販店について果実取扱規模別にみると、最大規模である 100 ～ 300 億円層を除けば、規模が大きくなるほど、「バラ」の割合が減少し、代わって「パック」ないし「箱」の割合が高くなる傾向となっている。ところが 100 ～ 300 億円層では、「バラ」が 74 %と大半を占めており、この層の包装形態の構成はかなり他と比較して異なっている。

こうした差異はあるものの、規模階層によってかなり包装形態の構成が変化しているみかんと比較すれば、りんごの場合にはバラ売りが中心的な販売形態となっている点が共通しており、かかる意味で量販店内部の包装形態の構成の差異も必ずしも大きいとはいえない。

Ⅱ．果実小売マージン率の変化とその規定要因－みかんを中心に－

１．果実流通マージンの変化

まず、既存統計により、主要果実の卸売価格、小売価格、および両者の差（マージン）の推移についてみてみよう。使用したデータは、卸売価格については「全国青果物流通統計年報」（全国生鮮食料品流通情報センター）の１，２類市場平均、小売価格については「家計調査年報」（総務庁）である。

この結果、近年においてマージンが拡大している品目としてみかんを挙げることができる（**図２**参照）。みかんの場合、卸売価格が低迷する中でマージンが拡大していることも特徴的な動きとなっている。みかんについては、近年、マージンのみならずマージン率（マージン／小売価格）も増大しているが、こうした傾向はみかんに固有な動きと位置づけられる。

すなわち、**図３**に示したように、果実全体の動きについては、平成４年辺りからマージン、マージン率とも横這い傾向となっている。りんごの場合は平成９年前後まではマージンが拡大しているが、その後は減少する傾向となっている。

こうした中で、みかんのマージンおよびマージン率の動きとして、注目すべきは、かつて果実全体と比較して、いずれも低い水準にあったが、平成７年辺りを境にそれぞれが増大し、特にマージン率については果実全体の平均と同程度となっている点である（マージンについても、果実全体の平均に対しての格差が縮小する動きとなっている）。

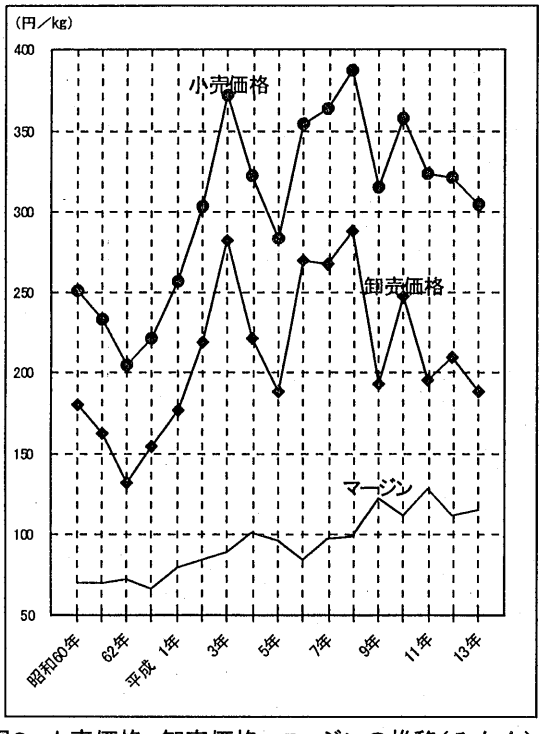


図2　小売価格、卸売価格、マージンの推移（みかん）

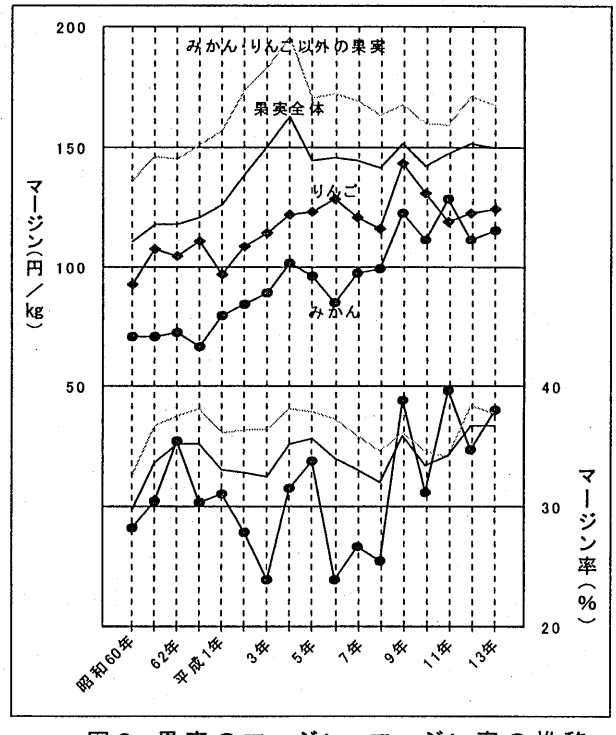


図３　果実のマージン、マージン率の推移

２．果実流通マージンの規定要因

以上のような、みかんに固有なマージンの推移について、その背景となる要因について以下のことが指摘できる。みかんは、昭和 60 年前後には小売価格が安く、購入量が多い、いわゆる大衆果実的な性格が強かった。これが、その後、平成７年辺りまでは、一貫して購入量が減少するとともに相対価格（対果実全体）が上昇している。この間、みかんの大衆果実的性格が変質してきたといえる。こうした変化を「家計調査」結果により示したのが**図４**である。

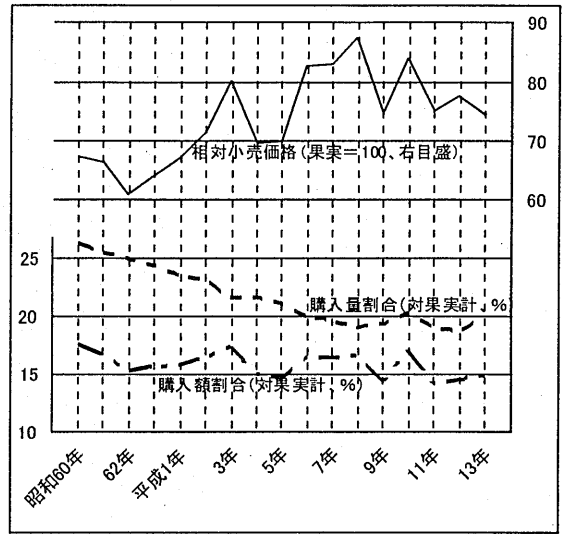


図4　家計消費におけるミカンの位置づけ

かかる動向との関連で、注目すべきは消費者の購買行動の変化として、消費者の１回当たりみかん購入量が、2.6 kg（昭和 60 ～ 62 年平均）から 1.9 kg（平成 11 ～ 13 年平均）まで減少していることである。こうした購入量単位の縮小は、果実の中でも特にみかんに特徴的な現象と位置づけることができる。

さらに、第２部で紹介する量販店に対するアンケート調査によれば、みかんの小売マージン率（(小売価格－仕入れ価格)／小売価格）については、**図５**に示したように仕入れルート等の区分よりも小売包装形態による差が大きいことが確認されている（その他、地域、果実仕入金額規模等の諸区分とクロスさせたみかんのマージン率の分布については、後掲第２部、表２－５を参照されたい）。

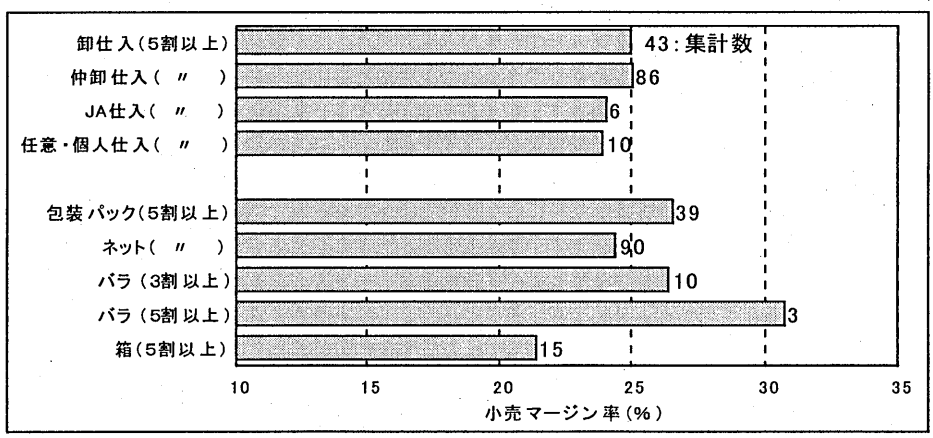


図５　量販店のみかんの小売マージン率

（仕入れ経路、小売包装形態別、平成13年度）

注．仕入れ経路区分は仕入額に、小売包装形態区分は販売金額に占める割合による．

以上の検討に基づき、みかんのマージン率を規定する要素として、①卸売価格水準に加えて②小売形態の変化（小売量単位の縮小傾向）をあわせて考慮する必要があると判断した。

①については、マージン率を規定する青果物全般に共通する要素であり、一般に卸売価格が上がる（下がる）場合にはマージン率が低下する（上昇する）という負の相関がみられる。今回実施した量販店アンケート結果でも、こうした傾向が確認できる（みかんについては第２部表２－７、りんごについては同表２－８を参照されたい）。

一方で、②はみかんのマージン率を規定する固有の要素と位置づけられる。

これらを踏まえて、先に図３で示したみかんマージン率を被説明変数とし、卸売価格と１回当たり購入量とを説明変数とする重回帰分析を行った。結果は図６に示したとおりであるが、推計結果は、ほぼ現実のマージン率の推移をトレースしている。この回帰結果の修正済み決定係数は 0.853 である。因みに卸売価格のみの単回帰では決定係数は 0.348 にとどまる結果となった。

このことにより、近年におけるみかんのマージン率の上昇には、小売量単位の縮小が寄与していることが示唆された。

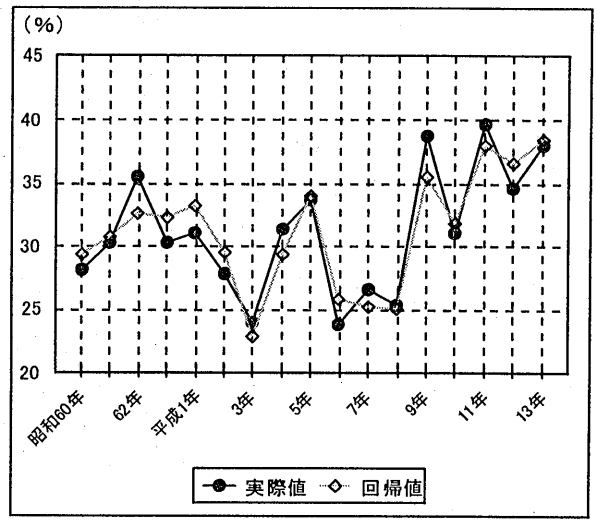


図６ みかんのマージン率（実際値、回帰値）

注. 回帰値は、卸売価格及び1回当たり消費者購入量による重回帰.

なお、この検討は、みかん小売マージン増加に関する要因解明への一次接近であり、さらなる実態調査を踏まえた分析を引き続き行っていくことにしたい。

第２部　アンケート調査結果概要

平成14年度果実の流通コストと価格形成要因分析

実態調査報告書

第２部目次

Ⅰ．調査の目的と方法 1

Ⅱ．調査結果 2

１．調査対象の属性 2
２．量販店調査結果 4
（１）果実の仕入先
（２）販売荷姿について
（３）販売価格の決め方
（４）量販店における果実のマージン率
ａ　果実全体のマージン率
ｂ　みかんのマージン率
ｃ　りんごのマージン率
ｄ　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（みかん）
ｅ　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（りんご）
ｆ　マージン率の増減傾向
（５）果実部門の販売管理費について
ａ　果実部門の販売管理費の推移
ｂ　販管費が増加している量販店における増加費目
ｃ　販管費が減少している量販店における減少費目
３．一般小売店調査結果 18
（１）果実の仕入先
（２）販売荷姿について
（３）販売価格の決め方
（４）一般小売店における果実のマージン率
ａ　果実全体のマージン率
ｂ　みかんのマージン率
ｃ　りんごのマージン率
ｄ　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（みかん）
ｅ　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（りんご）
ｆ　マージン率の増減傾向
（５）果実部門の販売管理費について
ａ　果実部門の販売管理費の推移
ｂ　販管費が増加している一般小売店における増加費目
ｃ　販管費が減少している一般小売店における減少費目

４．仲卸業者調査結果……31
（１）果実の販売先
（２）仲卸業者における果実のマージン率
ａ　果実全体のマージン率
ｂ　みかんのマージン率
ｃ　りんごのマージン率
ｄ　マージン率の増減傾向
（３）果実部門の販売管理費について
ａ　果実部門の販売管理費の推移
ｂ　販管費が増加している仲卸業者における増加費目
ｃ　販管費が減少している仲卸業者における減少費目

調査票……39
量販店
専門小売店
仲卸業者

Ⅰ　調査の目的と方法

１．調査の目的

従来から果実の小売価格に占める流通コストの割合は高く、また近年では果実の市場価格が低迷する中にあって卸売価格と小売価格との乖離がみられるとされている。加えて果実の消費・流通ルートが多様化する中で、仕入ルート別の流通コストのあり方も変化しているとみられる。

本調査は流通コストが果実の価格形成に及ぼす影響などについて把握するため、主にみかんとりんごにおける流通段階別のマージンの実態などを明らかにし、果実流通に係る基礎資料を作成することを目的に実施するものである。

２．調査の方法

全国主要都市の①量販店、②一般小売店、③仲卸業者を対象に以下の項目について、郵送によるアンケート調査を行った。

配布数は量販店 1000 社、一般小売店 1500 店、仲卸業者 500 社であり、回収は量販店 189 社（18.9％）、一般小売店 203 店（13.5％）、仲卸業者 186 社（37.2％）であった。

○　調査実施状況

	配布数	回収数	回収率
量販店	1000	189	18.9％
一般小売店	1500	203	13.5％
仲卸業者	500	186	37.2％

３．調査項目

（1）仕入、販売などの状況
（2）荷姿の状況
（3）果実全体、みかん、りんごについてのマージン率
（4）販売管理費の状況
など

II　調査結果

1．調査対象の属性

・2002 年 10 月～11 月に果実を扱う量販店、一般小売店、仲卸業者に対してアンケート調査を実施した。
・量販店についての回答業者の地域分布は「関東・東山」の割合が最も高く、果実仕入金額の規模分布は「1～10 億円未満」層が最も高い割合であった。
・一般小売店についての回答業者の地域分布は「関東・東山」の割合が最も高く、果実仕入金額の規模分布は「500 万円未満」層が最も高い割合であった。
・仲卸業者については回答業者の地域分布は「近畿」の割合が最も高く、果実販売金額の規模分布は「2～5 億円未満」層が最も高い割合であった。

表１－１　回収調査対象の分布（量販店）

回答数	北海道・東北	関東・東山	北陸	東海	近畿	中国・四国	九州・沖縄	不明
189	28	53	7	17	26	38	18	2
100.0%	14.8%	***28.0%***	3.7%	9.0%	13.8%	20.1%	9.5%	1.1%

回答数	1000万円未満	1000万～1億円未満	1～10億円未満	10～20億円未満	20～50億円未満	50～100億円未満	100億円以上	不明
189	13	46	81	21	12	7	4	5
100.0%	6.9%	24.3%	***42.9%***	11.1%	6.3%	3.7%	2.1%	2.6%

表１－２　回収調査対象の分布（一般小売店）

回答数	北海道・東北	関東・東山	東海	近畿	中国・四国	九州・沖縄	不明
203	30	63	18	60	3	18	11
100.0%	14.8%	***31.0%***	8.9%	29.6%	1.5%	8.9%	5.4%

回答数	500万円未満	500～1000万円未満	1000～2000万円未満	2000～3000万円未満	3000～5000万円未満	5000万円以上	不明
203	48	39	34	15	22	22	23
100.0%	***23.6%***	19.2%	16.7%	7.4%	10.8%	10.8%	11.3%

表１－３　回収調査対象の分布（仲卸業者）

回答数	北海道・東北	関東・東山	北陸	近畿	中国・四国	九州・沖縄	不明
186	23	65	4	71	3	14	6
100.0%	12.4%	34.9%	2.2%	***38.2%***	1.6%	7.5%	3.2%

回答数	5000万円未満	5000万～1億円未満	1～2億円未満	2～5億円未満	5～10億円未満	10～20億円未満	20億円以上	不明
186	9	13	17	38	37	29	20	23
100.0%	4.8%	7.0%	9.1%	***20.4%***	19.9%	15.6%	10.8%	12.4%

２．量販店調査結果

（１）果実仕入先

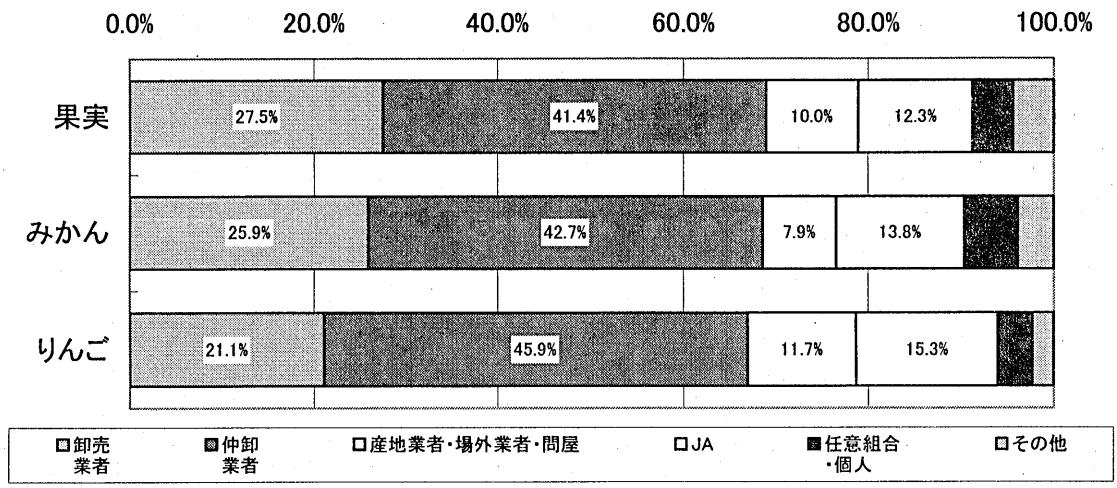
・果実仕入全体では卸売市場を経由するものが約７割であり、みかん・りんごについてもほぼ同様の傾向となっている。
・量販店の果実仕入先については、「仲卸業者」が 41.4％と最も多く、次いで「卸売業者」が 27.5％となっている。JA からの直接仕入は 12.3％である。
・みかんの仕入先については、「仲卸業者」が 42.7％と最も多く、次いで「卸売業者」が 25.9％となっている。JA からの直接仕入は 13.8％である。
・りんごの仕入先については、「仲卸業者」が 45.9％と最も多く、次いで「卸売業者」が 21.1％となっている。JA からの直接仕入は 15.3％、産地からの直接仕入の比率が若干高くなっている。

表２－１　量販店における果実の仕入先

	回答数	全体	卸売業者	仲卸業者	産地業者・場外業者・問屋	JA	任意組合・個人	その他
果実	167	100.0%	27.5%	41.4%	10.0%	12.3%	4.4%	4.4%
みかん	142	100.0%	25.9%	42.7%	7.9%	13.8%	5.8%	3.9%
りんご	136	100.0%	21.1%	45.9%	11.7%	15.3%	3.7%	2.3%

注：仕入先別金額からの加重平均値である。

図２－１　量販店における果実の仕入先



（２）販売荷姿について

・みかんの荷姿についてみると、「ネット」が最も多く 39.9%、次いで「包装パック」が 25.2%となっている。また、価格比をみると「ネット」を基準=100 とすると「包装パック」が 107.0 と最も高く、「箱単位」が 84.8 と最も低い。

・りんごの荷姿についてみると、「バラ売り」が 54.3%と最も多く、次いで「包装パック」が 27.6%となっている。また、価格比をみると「バラ売り」を基準=100 とすると「包装パック」が 102.7 と最も高く、「箱単位」が 86.4 と最も低い。

表２－２　量販店の販売荷姿の状況（みかん、りんご）

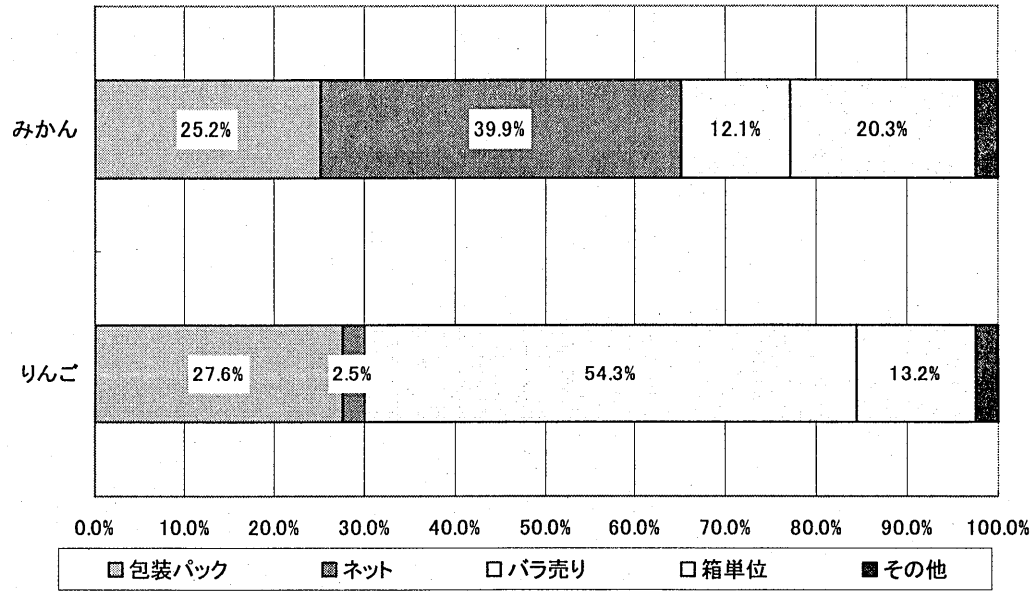
みかん

	全体	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他
構成比	100.0%	25.2%	39.9%	12.1%	20.3%	2.6%
価格比	－	107.0	基準値100	98.8	84.8	93.3

りんご

	全体	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他
構成比	100.0%	27.6%	2.5%	54.3%	13.2%	2.4%
価格比	－	102.7	95.5	基準値100	86.4	95.0

図２－２　量販店の販売荷姿の状況（みかん、りんご）



（３）販売価格の決め方

・果実の販売価格の決め方については「仕入価格に準拠」が最も多く、44.4％であった。
・地域別分布をみると北陸地域のみ「店舗で客層などを判断して値頃感で決める」の割合が42.9％と多くなっている。

表２－３　量販店における販売価格の決め方

（％）

		回答数	合計	仕入価格に準拠	競合他店の動向を見て決める	一定期間仕入価格の変動にかかわらず価格を変えない	店舗で客層などを判断して値頃感で決める	その他	不明
全体		189	100.0	***44.4***	13.8	13.8	21.2	2.1	4.8
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	***42.9***	10.7	21.4	21.4	－	3.6
	関東・東山	53	100.0	***49.1***	13.2	7.5	17.0	3.8	9.4
	北陸	7	100.0	14.3	14.3	28.6	***42.9***	－	－
	東海	17	100.0	***35.3***	11.8	29.4	17.6	－	5.9
	近畿	26	100.0	***38.5***	23.1	7.7	26.9	3.8	－
	中国・四国	38	100.0	***50.0***	18.4	13.2	15.8	2.6	－
	九州・沖縄	18	100.0	***44.4***	－	11.1	33.3	－	11.1
	不明	2	100.0	***100.0***	－	－	－	－	－
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	***69.2***	7.7	－	15.4	－	7.7
	1000万～1億円未満	46	100.0	***58.7***	13.0	15.2	13.0	－	－
	1～10億円未満	81	100.0	***38.3***	18.5	9.9	23.5	2.5	7.4
	10～20億円未満	21	100.0	***28.6***	9.5	***28.6***	***28.6***	－	4.8
	20～50億円未満	12	100.0	***41.7***	8.3	25.0	16.7	－	8.3
	50～100億円未満	7	100.0	***28.6***	－	***28.6***	14.3	***28.6***	－
	100億円以上	4	100.0	***75.0***	－	－	25.0	－	－
	不明	5	100.0	20.0	20.0	－	***60.0***	－	－

（4）量販店における果実のマージン率

a　果実全体のマージン率

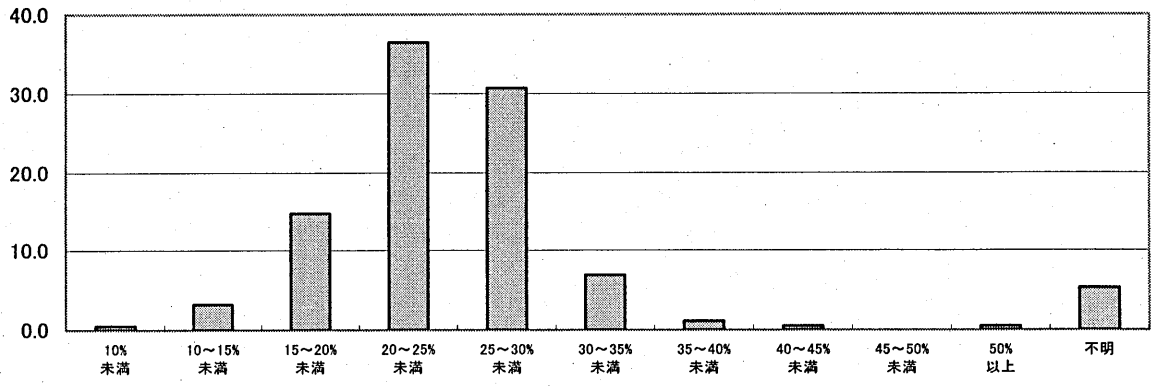
・量販店段階での果実全体の平均マージン率は 24.1％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布についてみると「20～25％未満」が 36.5％と最も多く、次いで「25～30％未満」が 30.7％で多くなっている。
・地域別にみると、全体とほぼ同様の傾向となっている。

表２－４　量販店における果実のマージン率の分布

（％）

		回答数	平均マージン率	合計	10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20～25%未満	25～30%未満	30～35%未満	35～40%未満	40～45%未満	45～50%未満	50%以上	不明
全体		189	24.1	100.0	0.5	3.2	14.8	***36.5***	30.7	6.9	1.1	0.5	－	0.5	5.3
地域区分別	北海道・東北	28	23.6	100.0	－	3.6	14.3	***46.4***	28.6	7.1	－	－	－	－	
	関東・東山	53	24.5	100.0	－	1.9	11.3	***34.0***	30.2	9.4	－	－	－	－	13.2
	北陸	7	22.5	100.0	－	－	***42.9***	28.6	14.3	14.3	－	－	－	－	
	東海	17	25.0	100.0	－	－	17.6	***29.4***	***29.4***	17.6	－	－	－	－	5.9
	近畿	26	22.2	100.0	3.8	3.8	19.2	***42.3***	26.9	3.8	－	－	－	－	
	中国・四国	38	24.7	100.0	－	5.3	13.2	34.2	***39.5***	2.6	2.6	－	－	2.6	
	九州・沖縄	18	25.0	100.0	－	5.6	11.1	***33.3***	27.8	－	5.6	5.6	－	－	11.1
	不明	2	25.0	100.0	－	－	－	***50.0***	***50.0***	－	－	－	－	－	
果実仕入金額別	1000万円未満	13	28.9	100.0	－	－	23.1	***30.8***	－	15.4	15.4	7.7	－	7.7	
	1000万～1億円未満	46	22.6	100.0	－	8.7	15.2	***43.5***	30.4	2.2	－	－	－	－	
	1～10億円未満	81	24.7	100.0	－	2.5	11.1	33.3	***34.6***	11.1	－	－	－	－	7.4
	10～20億円未満	21	22.8	100.0	－	－	23.8	***42.9***	28.6	－	－	－	－	－	4.8
	20～50億円未満	12	21.8	100.0	8.3	－	16.7	***33.3***	***33.3***	－	－	－	－	－	8.3
	50～100億円未満	7	23.4	100.0	－	－	28.6	14.3	***42.9***	－	－	－	－	－	14.3
	100億円以上	4	25.8	100.0	－	－	－	25.0	***50.0***	－	－	－	－	－	25.0
	不明	5	25.5	100.0	－	－	－	***60.0***	20.0	20.0	－	－	－	－	

図２－３　量販店における果実のマージン率の分布



b　みかんのマージン率

・量販店段階でのみかんの平均マージン率は 24.6％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布をみると「25～30％未満」が 32.3％で最も多く、次いで「20～25％未満」が 30.7％で多くなっている。果実全体のマージン率と比較すると、みかんのマージン率は若干高めとなっている。
・地域別にみると、若干違いがみられるが、平均マージン率はほとんどの地域で 24％前後となっており、全体の傾向とほぼ同様である。
・果実仕入金額別にみると、平均マージン率は最も規模の小さい層（1000 万円未満層）と最も規模の大きい層（100 億円以上層）でマージン率が高く、中間層では低い傾向となっている。
・仕入先別にみると、平均マージン率は「問屋・産地業者 50％以上」が 15.0％と低いが、それ以外は 24%前後と、全体とほぼ同様の傾向となっている。
・販売荷姿別にみると、平均マージン率は「バラ 50％以上」の区分では 30.8％と高く、一方で「箱 50％以上」は 21.0％と低い。

表２－５　量販店におけるみかんのマージン率の分布

（%）

		回答数	平均マージン率	合計	10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20～25%未満	25～30%未満	30～35%未満	35～40%未満	40～45%未満	45～50%未満	50%以上	不明
全体		189	24.6	100.0	0.5	2.6	11.1	30.7	***32.3***	6.9	2.1	－	－	0.5	13.2
地域区分別	北海道・東北	28	23.8	100.0	－	－	14.3	***46.4***	32.1	3.6	－	－	－	－	3.6
	関東・東山	53	25.3	100.0	1.9	3.8	－	24.5	***37.7***	7.5	1.9	－	－	－	22.6
	北陸	7	21.8	100.0	－	14.3	***28.6***	***28.6***	14.3	14.3	－	－	－	－	
	東海	17	24.0	100.0	－	－	17.6	23.5	***29.4***	5.9	－	－	－	－	23.5
	近畿	26	24.0	100.0	－	3.8	19.2	***34.6***	23.1	11.5	3.8	－	－	－	3.8
	中国・四国	38	25.4	100.0	－	－	10.5	31.6	***39.5***	－	2.6	－	－	2.6	13.2
	九州・沖縄	18	25.4	100.0	－	5.6	16.7	16.7	***27.8***	16.7	5.6	－	－	－	11.1
	不明	2	22.5	100.0	－	－	－	***100.0***	－	－	－	－	－	－	
果実仕入金額別	1000万円未満	13	28.2	100.0	－	－	15.4	***30.8***	15.4	7.7	15.4	－	－	7.7	7.7
	1000万～1億円未満	46	22.7	100.0	－	6.5	13.0	***43.5***	21.7	4.3	－	－	－	－	10.9
	1～10億円未満	81	25.1	100.0	1.2	－	11.1	24.7	***35.8***	9.9	1.2	－	－	－	16.0
	10～20億円未満	21	24.1	100.0	－	4.8	14.3	***33.3***	28.6	4.8	4.8	－	－	－	9.5
	20～50億円未満	12	25.0	100.0	－	8.3	－	25.0	***41.7***	8.3	－	－	－	－	16.7
	50～100億円未満	7	24.2	100.0	－	－	14.3	28.6	***42.9***	－	－	－	－	－	14.3
	100億円以上	4	27.5	100.0	－	－	－	－	***75.0***	－	－	－	－	－	25.0
	不明	5	25.5	100.0	－	－	－	40.0	***60.0***	－	－	－	－	－	
仕入先別	卸売業者50%以上	49	25.0	100.0	－	2.0	8.2	34.7	***36.7***	4.1	－	－	－	2.0	12.2
	仲卸業者50%以上	97	25.1	100.0	－	3.1	10.3	27.8	***36.1***	7.2	4.1	－	－	－	11.3
	問屋・産地業者50%以上	3	15.0	100.0	－	***33.3***	***33.3***	－	－	－	－	－	－	－	***33.3***
	JA50%以上	7	23.8	100.0	14.3	－	－	14.3	***42.9***	14.3	－	－	－	－	14.3
	個人・任意組合50%以上	12	24.0	100.0	－	－	***25.0***	***25.0***	16.7	16.7	－	－	－	－	16.7
販売荷姿別	包装パック50%以上	42	26.6	100.0	－	－	4.8	***40.5***	28.6	11.9	4.8	－	－	2.4	7.1
	ネット50%以上	100	24.5	100.0	－	3.0	14.0	26.0	***39.0***	7.0	1.0	－	－	－	10.0
	バラ50%以上	3	30.8	100.0	－	－	－	－	***66.7***	－	33.3	－	－	－	
	箱50%以上	20	21.0	100.0	－	10.0	10.0	***25.0***	20.0	5.0	－	－	－	－	***25.0***

c　りんごのマージン率

・量販店段階でのりんごの平均マージン率は 25.1％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布についてみると「25～30％未満」が 33.9％で最も多く、次いで「20～25％未満」が 27.0％で多くなっている。果実全体のマージン率と比較すると、りんごのマージン率は若干高めとなっている。
・地域別にみると、若干違いがみられるが、平均マージン率はほとんどの地域で 25％前後となっており、全体の傾向とほぼ同様である。
・果実仕入金額別にみると、平均マージン率は最も規模の小さい層（1000 万円未満層）と最も規模の大きい層（100 億円以上層）でマージン率が高く、中間層ではやや低い傾向となっている。
・仕入先別にみると、平均マージン率は「問屋・産地業者 50％以上」「JA50％以上」が約 20％と低いが、それ以外は 25%前後と、全体の傾向とほぼ同様である。
・販売荷姿別にみると、平均マージン率はほとんどの区分で 25％前後となっており、各区分間で大きな違いはみられない。

表２－６　量販店におけるりんごのマージン率の分布

（%）

		回答数	平均マージン率	合計	10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20～25%未満	25～30%未満	30～35%未満	35～40%未満	40～45%未満	45～50%未満	50%以上	不明
全体		189	25.1	100.0	－	1.6	12.7	27.0	***33.9***	8.5	2.1	－	－	0.5	13.8
地域区分別	北海道・東北	28	25.6	100.0	－	－	14.3	28.6	***32.1***	21.4	－	－	－	－	3.6
	関東・東山	53	25.6	100.0	－	1.9	7.5	18.9	***41.5***	5.7	1.9	－	－	－	22.6
	北陸	7	22.5	100.0	－	14.3	***28.6***	14.3	***28.6***	14.3	－	－	－	－	
	東海	17	24.8	100.0	－	－	5.9	***41.2***	17.6	11.8	－	－	－	－	23.5
	近畿	26	23.9	100.0	－	3.8	15.4	***38.5***	30.8	3.8	3.8	－	－	－	3.8
	中国・四国	38	25.4	100.0	－	－	13.2	26.3	***39.5***	－	2.6	－	－	2.6	15.8
	九州・沖縄	18	25.0	100.0	－	－	22.2	22.2	***27.8***	11.1	5.6	－	－	－	11.1
	不明	2	27.5	100.0	－	－	－	***50.0***	－	***50.0***	－	－	－	－	
果実仕入金額別	1000万円未満	13	28.2	100.0	－	－	15.4	***30.8***	15.4	7.7	15.4	－	－	7.7	7.7
	1000万～1億円未満	46	24.0	100.0	－	4.3	13.0	***34.8***	26.1	10.9	－	－	－	－	10.9
	1～10億円未満	81	25.5	100.0	－	1.2	8.6	25.9	***35.8***	8.6	2.5	－	－	－	17.3
	10～20億円未満	21	23.6	100.0	－	－	23.8	28.6	***33.3***	4.8	－	－	－	－	9.5
	20～50億円未満	12	26.5	100.0	－	－	8.3	16.7	***41.7***	16.7	－	－	－	－	16.7
	50～100億円未満	7	21.7	100.0	－	－	***42.9***	14.3	28.6	－	－	－	－	－	14.3
	100億円以上	4	27.5	100.0	－	－	－	－	***75.0***	－	－	－	－	－	25.0
	不明	5	26.5	100.0	－	－	－	20.0	***80.0***	－	－	－	－	－	
仕入先別	卸売業者50%以上	43	25.8	100.0	－	－	7.0	32.6	***34.9***	7.0	－	－	－	2.3	16.3
	仲卸業者50%以上	96	25.0	100.0	－	2.1	13.5	26.0	***36.5***	8.3	3.1	－	－	－	10.4
	問屋・産地業者50%以上	5	20.0	100.0	－	－	***60.0***	－	20.0	－	－	－	－	－	20.0
	JA50%以上	8	21.8	100.0	－	12.5	12.5	***37.5***	25.0	－	－	－	－	－	12.5
	個人・任意組合50%以上	10	28.1	100.0	－	－	10.0	10.0	***30.0***	20.0	10.0	－	－	－	20.0
販売荷姿別	包装パック50%以上	49	26.8	100.0	－	－	12.2	20.4	***28.6***	20.4	2.0	－	－	2.0	14.3
	ネット50%以上	8	23.8	100.0	－	－	25.0	***37.5***	25.0	12.5	－	－	－	－	
	バラ50%以上	99	24.4	100.0	－	1.0	15.2	***33.3***	***33.3***	5.1	3.0	－	－	－	9.1
	箱50%以上	18	23.5	100.0	－	11.1	11.1	16.7	***38.9***	5.6	－	－	－	－	16.7

d　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（みかん）

・仕入価格水準の変化によるみかんのマージン率の変化をみると、仕入価格が高い時は「小さくする」が最も多く、仕入価格が安い時は「大きくする」が最も多い。
・地域別、規模別にみても、全体の傾向とほぼ同様の傾向であるが、地域別では「中国・四国」が、規模別では小規模層が、仕入価格が安い時にマージン率を「変えない」割合が多くなっている。

表 2-7-1 仕入価格が高い時のマージン率

（%）

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		189	100.0	1.6	21.2	***74.6***	2.6
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	3.6	32.1	***64.3***	－
	関東・東山	53	100.0	－	17.0	***81.1***	1.9
	北陸	7	100.0	－	14.3	***85.7***	－
	東海	17	100.0	5.9	29.4	***52.9***	11.8
	近畿	26	100.0	－	15.4	***84.6***	－
	中国・四国	38	100.0	2.6	21.1	***73.7***	2.6
	九州・沖縄	18	100.0	－	22.2	***72.2***	5.6
	不明	2	100.0	－	－	***100.0***	－
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	7.7	38.5	***53.8***	－
	1000万～1億円未満	46	100.0	－	26.1	***73.9***	－
	1～10億円未満	81	100.0	2.5	21.0	***75.3***	1.2
	10～20億円未満	21	100.0	－	14.3	***81.0***	4.8
	20～50億円未満	12	100.0	－	－	***100.0***	－
	50～100億円未満	7	100.0	－	28.6	***71.4***	－
	100億円以上	4	100.0	－	25.0	***50.0***	25.0
	不明	5	100.0	－	－	***60.0***	40.0

表 2-7-2 仕入価格が安い時のマージン率

（%）

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		189	100.0	***54.0***	40.2	2.6	3.2
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	***57.1***	42.9	－	－
	関東・東山	53	100.0	***58.5***	35.8	1.9	3.8
	北陸	7	100.0	***57.1***	42.9	－	－
	東海	17	100.0	***41.2***	35.3	11.8	11.8
	近畿	26	100.0	***61.5***	38.5	－	－
	中国・四国	38	100.0	42.1	***50.0***	5.3	2.6
	九州・沖縄	18	100.0	***61.1***	33.3	－	5.6
	不明	2	100.0	***50.0***	***50.0***	－	－
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	23.1	***69.2***	7.7	－
	1000万～1億円未満	46	100.0	41.3	***54.3***	4.3	－
	1～10億円未満	81	100.0	***55.6***	40.7	2.5	1.2
	10～20億円未満	21	100.0	***85.7***	9.5	－	4.8
	20～50億円未満	12	100.0	***75.0***	25.0	－	－
	50～100億円未満	7	100.0	***42.9***	***42.9***	－	14.3
	100億円以上	4	100.0	***50.0***	25.0	－	25.0
	不明	5	100.0	***60.0***	－	－	40.0

e　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（りんご）

・仕入価格水準の変化によるりんごのマージン率の変化をみると、仕入価格が高い時は「小さくする」が最も多く、仕入価格が安い時は「大きくする」が最も多い。
・地域別にみると関東、近畿など大都市近郊では仕入価格が安い時にマージン率を「大きくする」割合が多いが、その他の地域では「変えない」が多くなっている。
・規模別に見ると小規模層で仕入価格が安い時にマージン率を「変えない」割合が多い。

表 2-8-1 仕入価格が高い時のマージン率

（%）

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		189	100.0	1.6	30.7	***64.6***	3.2
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	3.6	***50.0***	42.9	3.6
	関東・東山	53	100.0	－	26.4	***71.7***	1.9
	北陸	7	100.0	－	28.6	***71.4***	－
	東海	17	100.0	5.9	***41.2***	***41.2***	11.8
	近畿	26	100.0	－	26.9	***73.1***	－
	中国・四国	38	100.0	2.6	18.4	***76.3***	2.6
	九州・沖縄	18	100.0	－	33.3	***61.1***	5.6
	不明	2	100.0	－	***50.0***	***50.0***	－
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	7.7	***53.8***	38.5	－
	1000万～1億円未満	46	100.0	－	28.3	***69.6***	2.2
	1～10億円未満	81	100.0	2.5	27.2	***69.1***	1.2
	10～20億円未満	21	100.0	－	38.1	***57.1***	4.8
	20～50億円未満	12	100.0	－	33.3	***66.7***	－
	50～100億円未満	7	100.0	－	42.9	***57.1***	－
	100億円以上	4	100.0	－	25.0	***50.0***	25.0
	不明	5	100.0	－	－	***60.0***	40.0

表 2-8-2 仕入価格が安い時のマージン率

（%）

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		189	100.0	***46.0***	45.5	3.7	4.8
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	39.3	***57.1***	－	3.6
	関東・東山	53	100.0	***54.7***	35.8	3.8	5.7
	北陸	7	100.0	28.6	***71.4***	－	－
	東海	17	100.0	35.3	***41.2***	11.8	11.8
	近畿	26	100.0	***57.7***	42.3	－	－
	中国・四国	38	100.0	42.1	***44.7***	7.9	5.3
	九州・沖縄	18	100.0	44.4	***50.0***	－	5.6
	不明	2	100.0	－	***100.0***	－	－
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	23.1	***61.5***	7.7	7.7
	1000万～1億円未満	46	100.0	34.8	***56.5***	6.5	2.2
	1～10億円未満	81	100.0	***49.4***	45.7	3.7	1.2
	10～20億円未満	21	100.0	***61.9***	28.6	－	9.5
	20～50億円未満	12	100.0	***58.3***	41.7	－	－
	50～100億円未満	7	100.0	***42.9***	***42.9***	－	14.3
	100億円以上	4	100.0	***50.0***	25.0	－	25.0
	不明	5	100.0	***60.0***	－	－	40.0

f　マージン率の増減傾向

・最近5年間のマージン率の増減傾向について尋ねたところ、みかん、りんごともにマージン率は「変化していない」が最も多いが、「縮小傾向」の割合も多く、拮抗している。
・りんごについて地域別にみると、「中国・四国」「九州・沖縄」など西日本で「縮小傾向」が多くなっている。

表2-9-1　みかんの流通マージンの変化

(%)

		回答数	合計	拡大傾向	変化していない	縮小傾向	不明
全体		189	100.0	8.5	***47.1***	41.3	3.2
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	14.3	35.7	***50.0***	-
	関東・東山	53	100.0	3.8	***60.4***	32.1	3.8
	北陸	7	100.0	28.6	***57.1***	14.3	-
	東海	17	100.0	-	35.3	***52.9***	11.8
	近畿	26	100.0	11.5	***65.4***	23.1	-
	中国・四国	38	100.0	5.3	34.2	***57.9***	2.6
	九州・沖縄	18	100.0	16.7	***38.9***	***38.9***	5.6
	不明	2	100.0	-	-	***100.0***	-
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	7.7	23.1	***69.2***	-
	1000万～1億円未満	46	100.0	6.5	***52.2***	41.3	-
	1～10億円未満	81	100.0	8.6	***51.9***	37.0	2.5
	10～20億円未満	21	100.0	23.8	33.3	***38.1***	4.8
	20～50億円未満	12	100.0	-	41.7	***58.3***	-
	50～100億円未満	7	100.0	-	***57.1***	42.9	-
	100億円以上	4	100.0	-	***75.0***	-	25.0
	不明	5	100.0	-	20.0	***40.0***	***40.0***

表2-9-2　りんごの流通マージンの変化

(%)

		回答数	合計	拡大傾向	変化していない	縮小傾向	不明
全体		189	100.0	9.5	***46.0***	41.3	3.2
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	10.7	***53.6***	35.7	-
	関東・東山	53	100.0	5.7	***52.8***	37.7	3.8
	北陸	7	100.0	28.6	***42.9***	28.6	-
	東海	17	100.0	17.6	***41.2***	29.4	11.8
	近畿	26	100.0	11.5	***50.0***	38.5	-
	中国・四国	38	100.0	2.6	39.5	***55.3***	2.6
	九州・沖縄	18	100.0	16.7	27.8	***50.0***	5.6
	不明	2	100.0	-	***50.0***	***50.0***	-
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	7.7	38.5	***53.8***	-
	1000万～1億円未満	46	100.0	8.7	41.3	***50.0***	-
	1～10億円未満	81	100.0	11.1	***53.1***	33.3	2.5
	10～20億円未満	21	100.0	14.3	33.3	***47.6***	4.8
	20～50億円未満	12	100.0	-	***50.0***	***50.0***	-
	50～100億円未満	7	100.0	-	***71.4***	28.6	-
	100億円以上	4	100.0	25.0	***50.0***	-	25.0
	不明	5	100.0	-	-	***60.0***	40.0

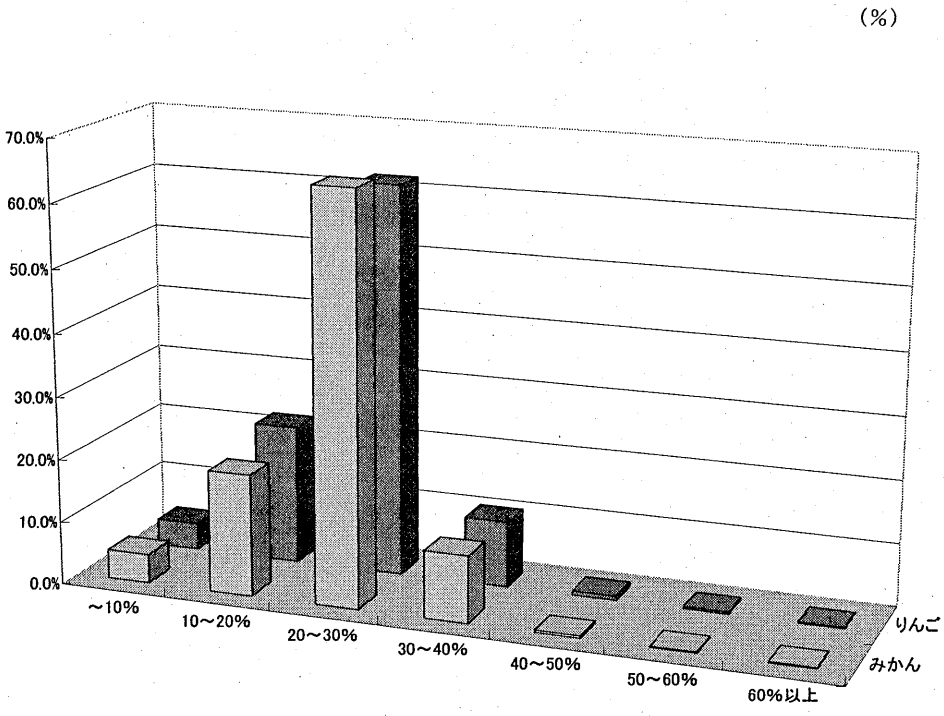
参考１　値入率（マージン率）ごとの販売金額構成比（商品構成比）

・みかん、りんごの値入率ごとの販売金額の構成比（商品構成比）について尋ねたところ、以下のような分布となり、値入率「20～30％」に全体の約 6 割の販売金額が集中し、みかん、りんごともにほぼ同様の傾向となっている。
・値入率ごとの販売金額構成比から求めた平均マージン率（加重平均）はみかん「21.5％」、りんご「21.3％」となり、マージン率の分布（前掲）から求めた平均マージン率（みかん「24.6％」、りんご「25.1％」）より低いマージン率となった。

参考表１　量販店における値入率ごとの販売金額構成比（商品構成比）

	全体	～10％	10～20％	20～30％	30～40％	40～50％	50～60％	60％以上
みかん	100%	4.6%	19.3%	64.8%	10.6%	0.3%	0.2%	0.2%
りんご	100%	4.3%	22.1%	62.0%	10.5%	0.6%	0.3%	0.2%

参考図１　量販店における値入率毎の販売金額構成比（商品構成比）



参考２　みかん、りんごの減耗率（ロス率）

・みかん、りんごの減耗率（ロス率）について、物的減耗、経済的減耗（値引き）に分けて尋ねたところ、みかんの物的減耗率は 2.6%、経済的減耗率は 3.1%であった。りんごの物的減耗率は 1.9%、経済的減耗率は 3.5%であった。
・一般小売店と比べて、減耗率は低くなっている（一般小売店調査結果参照）。

参考２　量販店における減耗率（ロス率）

（%）

	物的減耗率	経済的減耗率 （値引き）
みかん	2.6	3.1
りんご	1.9	3.5

注：仕入金額を基にした加重平均値である。

（5）果実部門の販売管理費について

a　果実部門の販売管理費の推移

・果実部門の販売管理費について最近5年間の増減傾向を尋ねたところ、「増加傾向」が40.2%と最も多いが、「減少傾向」も33.3%となっている。

表2－10　量販店における果実部門の販売管理費の推移

(%)

		回答数	合計	増加傾向	変化していない	減少傾向	不明
全体		189	100.0	*40.2*	18.0	33.3	8.5
地域区分別	北海道・東北	28	100.0	*42.9*	7.1	35.7	14.3
	関東・東山	53	100.0	*52.8*	20.8	22.6	3.8
	北陸	7	100.0	28.6	28.6	*42.9*	－
	東海	17	100.0	23.5	11.8	*52.9*	11.8
	近畿	26	100.0	30.8	11.5	*42.3*	15.4
	中国・四国	38	100.0	*39.5*	23.7	28.9	7.9
	九州・沖縄	18	100.0	33.3	22.2	*38.9*	5.6
	不明	2	100.0	*50.0*	*50.0*	－	－
果実仕入金額別	1000万円未満	13	100.0	*30.8*	*30.8*	*30.8*	7.7
	1000万～1億円未満	46	100.0	*41.3*	8.7	*41.3*	8.7
	1～10億円未満	81	100.0	*38.3*	22.2	34.6	4.9
	10～20億円未満	21	100.0	*38.1*	19.0	33.3	9.5
	20～50億円未満	12	100.0	*50.0*	8.3	41.7	－
	50～100億円未満	7	100.0	*57.1*	14.3	－	28.6
	100億円以上	4	100.0	*50.0*	25.0	－	25.0
	不明	5	100.0	*40.0*	20.0	－	*40.0*
仕入先別	卸売業者50%以上	49	100.0	*38.8*	36.7	22.4	2.0
	仲卸業者50%以上	100	100.0	*41.0*	36.0	17.0	6.0
	問屋・産地業者50%以上	1	100.0	－	－	*100.0*	－
	JA50%以上	7	100.0	*71.4*	－	28.6	－
	個人・任意組合50%以上	4	100.0	25.0	*50.0*	25.0	－

ちなみに、量販店の販売経費について経済産業省中小企業庁「中小企業の原価指標」により、スーパー（食料品等）の平成13年度における販売経費の構成をみると、「人件費」が49%とほぼ半分を占め、次いで「店舗経費」22%、「販売促進費」5%、「その他経費」21%となっている。なお、粗利益率は22.6%であった。

b　販管費が増加している量販店における増加費目

・販管費が増加している量販店に対して、増加している費目について尋ねたところ、「人件費」が61.8%と最も多く、次いで「販売促進費」が43.4%となっている。

表２－１１　販管費が増加している量販店における増加費目（複数回答）

（%）

		回答数	店舗経営費	人件費	包装資材費	運送費	販売促進費	その他経費	不明
全体		76	31.6	***61.8***	28.9	21.1	43.4	1.3	－
地域区分別	北海道・東北	12	33.3	***58.3***	25.0	16.7	41.7	－	－
	関東・東山	28	32.1	***64.3***	25.0	17.9	42.9	－	－
	北陸	2	***50.0***	－	－	***50.0***	***50.0***	－	－
	東海	4	－	50.0	75.0	－	***100.0***	25.0	－
	近畿	8	50.0	***75.0***	37.5	25.0	37.5	－	－
	中国・四国	15	26.7	***73.3***	33.3	26.7	40.0	－	－
	九州・沖縄	6	***33.3***	***33.3***	16.7	***33.3***	***33.3***	－	－
	不明	1	－	***100.0***	－	－	－	－	－
果実仕入金額別	1000万円未満	4	－	***50.0***	－	***50.0***	25.0	－	－
	1000万～1億円未満	19	36.8	***63.2***	31.6	15.8	36.8	－	－
	1～10億円未満	31	32.3	***64.5***	32.3	9.7	48.4	－	－
	10～20億円未満	8	25.0	37.5	25.0	37.5	***62.5***	－	－
	20～50億円未満	6	33.3	***66.7***	50.0	***66.7***	16.7	－	－
	50～100億円未満	4	25.0	***50.0***	25.0	－	***50.0***	25.0	－
	100億円以上	2	***100.0***	***100.0***	－	50.0	50.0	－	－
	不明	2	－	***100.0***	－	－	50.0	－	－
仕入先別	卸売業者50%以上	19	26.3	***84.2***	36.8	21.1	15.8	－	－
	仲卸業者50%以上	41	24.4	51.2	31.7	19.5	***56.1***	－	－
	問屋・産地業者50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	JA50%以上	5	***80.0***	***80.0***	40.0	－	40.0	－	－
	個人・任意組合50%以上	1	***100.0***	－	－	***100.0***	－	－	－

c　販管費が減少している量販店における減少費目

・販管費が減少している量販店において、減少している費目について尋ねたところ「包装資材費」が57.1%と最も多く、次いで「人件費」が54.0%となっている。

表２－１２　販管費が減少している量販店における減少費目（複数回答）

（%）

		回答数	店舗経営費	人件費	包装資材費	運送費	販売促進費	その他経費	不明
全体		63	22.2	54.0	*57.1*	19.0	31.7	－	3.2
地域区分別	北海道・東北	10	10.0	*70.0*	60.0	10.0	20.0	－	－
	関東・東山	12	8.3	50.0	*75.0*	25.0	33.3	－	－
	北陸	3	*66.7*	*66.7*	33.3	*66.7*	*66.7*	－	－
	東海	9	22.2	22.2	*66.7*	33.3	11.1	－	22.2
	近畿	11	36.4	*63.6*	36.4	9.1	18.2	－	－
	中国・四国	11	9.1	36.4	54.5	－	*63.6*	－	－
	九州・沖縄	7	42.9	*85.7*	57.1	28.6	28.6	－	－
	不明	－	－	－	－	－	－	－	－
果実仕入金額別	1000万円未満	4	*50.0*	*50.0*	*50.0*	25.0	*50.0*	－	－
	1000万～1億円未満	19	15.8	42.1	*63.2*	－	36.8	－	10.5
	1～10億円未満	28	17.9	53.6	*60.7*	25.0	25.0	－	－
	10～20億円未満	7	42.9	*85.7*	42.9	28.6	42.9	－	－
	20～50億円未満	5	20.0	*60.0*	40.0	40.0	20.0	－	－
	50～100億円未満	－	－	－	－	－	－	－	－
	100億円以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	不明	－	－	－	－	－	－	－	－
仕入先別	卸売業者50%以上	18	5.6	*55.6*	*55.6*	16.7	33.3	－	－
	仲卸業者50%以上	36	33.3	52.8	*58.3*	22.2	30.6	－	5.6
	問屋・産地業者50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	JA50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	個人・任意組合50%以上	2	*100.0*	50.0	50.0	50.0	*100.0*	－	－

3．一般小売店調査結果

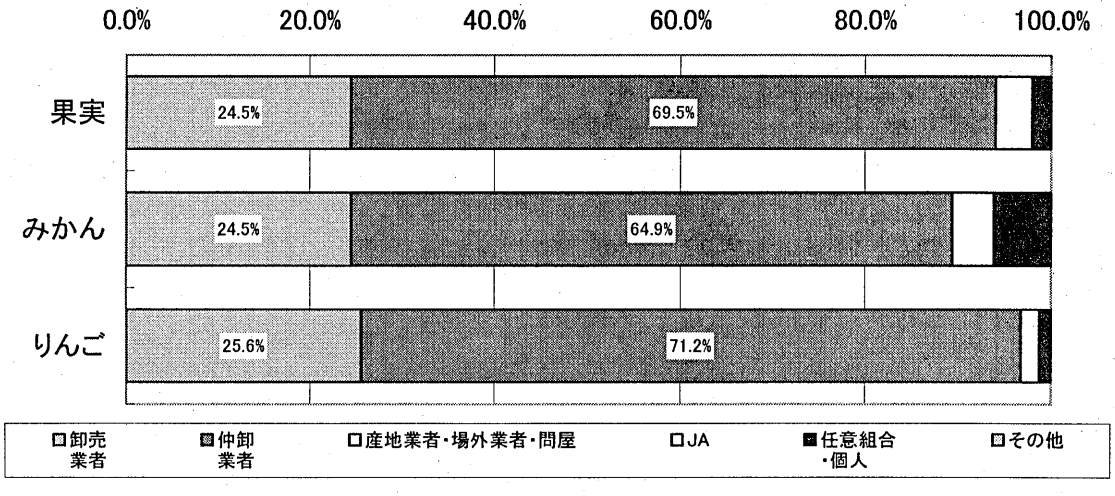
（1）果実の仕入先

・一般小売店の果実仕入先については、「仲卸業者」が69.5％と最も多く、次いで「卸売業者」が24.5％となっており、９割以上を卸売市場から仕入れている。
・みかんの仕入先についても、「仲卸業者」が 64.9％と最も多く、次いで「卸売業者」が24.5％となっている。
・りんごの仕入先についても、「仲卸業者」が 71.2％と最も多く、次いで「卸売業者」が25.6％となっている。
・一般小売店の果実仕入の場合、品目が異なっても仕入行動はほぼ同様であることがうかがわれる。

表３－１　一般小売店における果実の仕入先

	回答数	全体	卸売業者	仲卸業者	産地業者・場外業者・問屋	JA	任意組合・個人	その他
果実	160	100.0%	24.5%	69.5%	3.9%	0.2%	1.9%	0.1%
みかん	85	100.0%	24.5%	64.9%	4.5%	0.0%	6.1%	0.0%
りんご	87	100.0%	25.6%	71.2%	2.0%	0.0%	1.2%	0.0%

図３－１　一般小売店における果実の仕入先



（２）販売荷姿について

・みかんの荷姿についてみると、「包装パック」が最も多く 24.5%、次いで「バラ売り」が 23.1%となっている。また、価格比をみると「ネット」を基準=100 とすると「バラ売り」が 107.1 と最も高く、「箱単位」が 80.2 と最も低い。

・りんごの荷姿についてみると、「バラ売り」が 52.6%と最も多く、次いで「包装パック」が 20.5%となっている。また、価格比をみると「バラ売り」を基準=100 とすると「バラ売り」が 100.0 と最も高く、「箱単位」が 80.3 と最も低い。

表３－２　一般小売店の販売荷姿の状況（みかん、りんご）

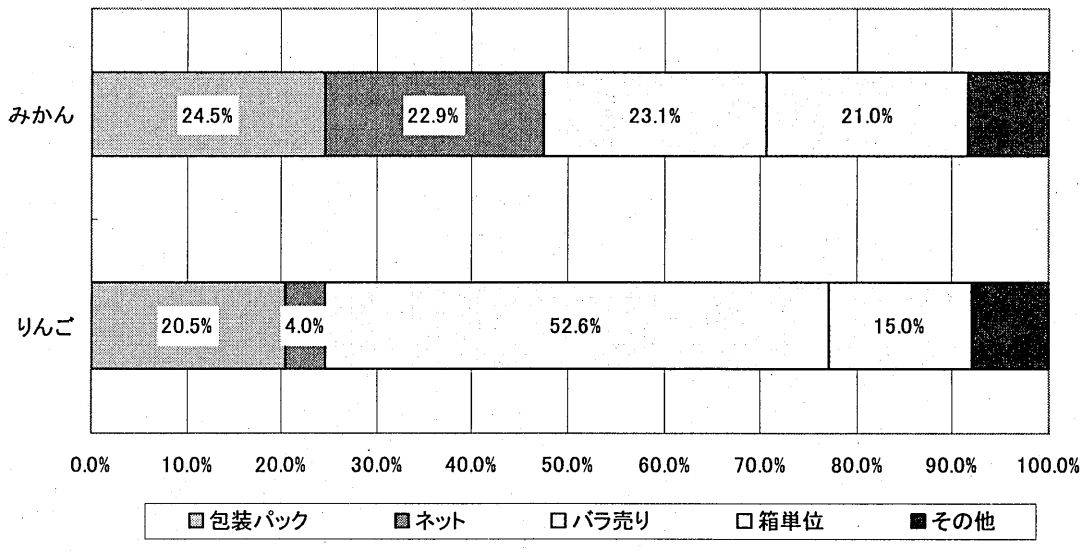
みかん　　（%）

	全体	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他
構成比	100.0%	24.5%	22.9%	23.1%	21.0%	8.5%
価格比	－	93.9	基準値100	107.1	80.2	85.7

りんご　　（%）

	全体	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他
構成比	100.0%	20.5%	4.0%	52.6%	15.0%	8.0%
価格比	－	90.8	81.2	基準値100	80.3	90.0

図３－２　一般小売店の販売荷姿の状況（みかん、りんご）



（３）販売価格の決め方

・果実の販売価格の決め方については「仕入価格に準拠」が 68.0％と圧倒的に多く、次いで「一定期間仕入価格の変動にかかわらず価格を変えない」が 11.3％となっている。
・地域別、規模別にみても、ほぼ同様である。

表３－３　一般小売店における販売価格の決め方

（%）

		回答数	合計	仕入価格に準拠	競合他店の動向を見て決める	一定期間仕入価格の変動にかかわらず価格を変えない	店舗で客層などを判断して値頃感で決める	その他	不明
全体		203	100	*68.0*	3.4	11.3	8.9	1.5	6.9
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	*60.0*	6.7	23.3	3.3	－	6.7
	関東・東山	63	100.0	*73.0*	－	11.1	9.5	1.6	4.8
	東海	18	100.0	*72.2*	－	16.7	5.6	－	5.6
	近畿	60	100.0	*70.0*	5.0	3.3	13.3	1.7	6.7
	中国・四国	3	100.0	*33.3*	－	*33.3*	*33.3*	－	－
	九州・沖縄	18	100.0	*72.2*	5.6	11.1	5.6	5.6	－
	不明	11	100.0	*45.5*	9.1	9.1	－	－	36.4
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	*75.0*	4.2	6.3	6.3	－	8.3
	500～1000万円未満	39	100.0	*61.5*	5.1	17.9	5.1	2.6	7.7
	1000～2000万円未満	34	100.0	*76.5*	2.9	14.7	2.9	2.9	－
	2000～3000万円未満	15	100.0	*66.7*	－	－	26.7	－	6.7
	3000～5000万円未満	22	100.0	*77.3*	－	9.1	4.5	4.5	4.5
	5000万円以上	22	100.0	*45.5*	4.5	22.7	27.3	－	－
	不明	23	100.0	*65.2*	4.3	4.3	4.3	－	21.7

（4）一般小売店における果実のマージン率

a　果実全体のマージン率

・一般小売店段階での果実全体の平均マージン率は24.9％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布をみると「20～25％未満」「25～30％未満」が 26.1％と最も多くなっている。
・地域別にみると、全体の傾向とほぼ同様である。
・果実仕入金額別にみると、規模が大きくなるに従い、マージン率が上がる傾向がある。

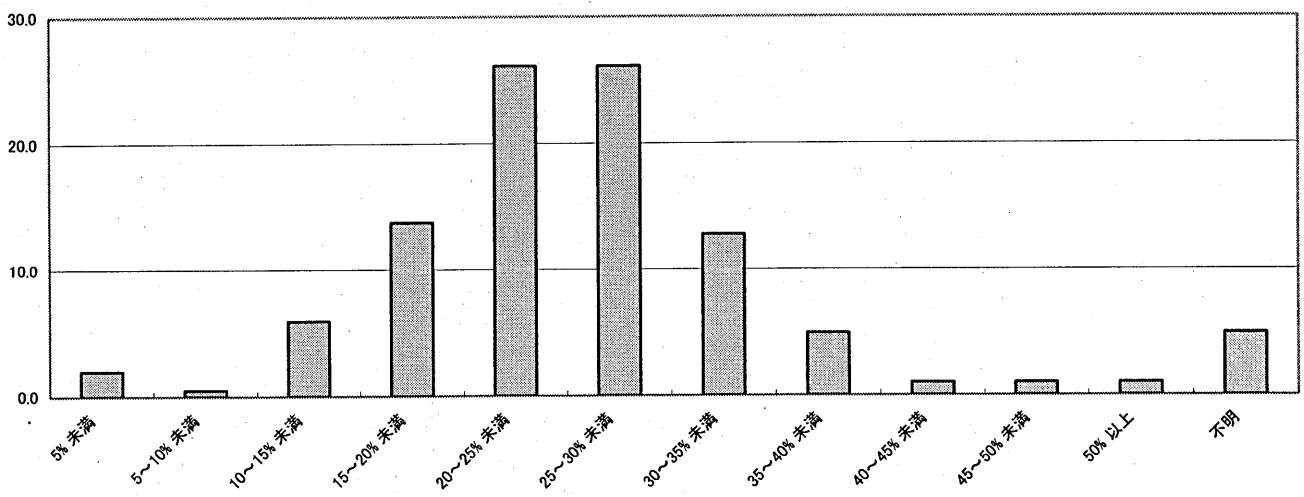
表３－４　一般小売店における果実のマージン率の分布

（％）

		回答数	平均マージン率	合計	5%未満	5～10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20～25%未満	25～30%未満	30～35%未満	35～40%未満	40～45%未満	45～50%未満	50%以上	不明
全体		203	24.9	100.0	2.0	0.5	5.9	13.8	***26.1***	***26.1***	12.8	4.9	1.0	1.0	1.0	4.9
地域区分別	北海道・東北	30	23.2	100.0	－	－	6.7	***26.7***	***26.7***	***26.7***	3.3	6.7	－	－	－	3.3
	関東・東山	63	25.3	100.0	3.2	－	4.8	12.7	***27.0***	22.2	17.5	4.8	1.6	－	1.6	4.8
	東海	18	29.1	100.0	－	－	5.6	11.1	11.1	16.7	***33.3***	11.1	－	－	5.6	5.6
	近畿	60	25.4	100.0	1.7	－	5.0	10.0	***31.7***	***31.7***	6.7	5.0	1.7	3.3	－	3.3
	中国・四国	3	24.1	100.0	－	－	***33.3***	－	－	***33.3***	***33.3***	－	－	－	－	
	九州・沖縄	18	23.9	100.0	－	5.6	5.6	11.1	27.8	***33.3***	16.7	－	－	－	－	
	不明	11	18.8	100.0	9.1	－	9.1	18.2	18.2	18.2	－	－	－	－	－	***27.3***
果実仕入金額別	500万円未満	48	23.6	100.0	－	2.1	6.3	***25.0***	20.8	20.8	8.3	6.3	2.1	－	－	8.3
	500～1000万円未満	39	25.3	100.0	2.6	－	5.1	7.7	28.2	***30.8***	17.9	5.1	－	－	－	2.6
	1000～2000万円未満	34	23.1	100.0	2.9	－	11.8	11.8	***32.4***	26.5	11.8	2.9	－	－	－	
	2000～3000万円未満	15	25.5	100.0	－	－	－	6.7	***53.3***	26.7	－	13.3	－	－	－	
	3000～5000万円未満	22	27.7	100.0	－	－	－	13.6	22.7	***31.8***	18.2	－	－	9.1	－	4.5
	5000万円以上	22	30.6	100.0	－	－	4.5	4.5	9.1	***36.4***	18.2	9.1	4.5	－	9.1	4.5
	不明	23	20.7	100.0	8.7	－	8.7	17.4	***26.1***	13.0	13.0	－	－	－	－	13.0

図３－３　一般小売店における果実のマージン率の分布

（%）



b　みかんのマージン率

・一般小売店段階でのみかんの平均マージン率は24.5％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布をみると「20～25％未満」が27.6％で最も多く、次いで「25～30％未満」が23.2％となっている。
・地域別にみると、若干違いがみられるが、平均マージン率はほとんどの地域で24％前後となっており、全体の傾向とほぼ同様である。
・果実仕入金額別にみると、規模が大きくなるに従い、マージン率が高くなる傾向がみられる。
・仕入先別にみると、「問屋・産地業者50％以上」の平均マージン率が20.8％と低く、最も高いのは「個人・任意組合50％以上」の27.5％であった。
・販売形態別にみると、若干違いがみられるが、平均マージン率などで大きな差は見られず全体とほぼ同様の傾向となっている。

表３－５　一般小売店におけるみかんのマージン率の分布

（％）

		回答数	平均マージン率	合計	5%未満	5～10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20～25%未満	25～30%未満	30～35%未満	35～40%未満	40～45%未満	45～50%未満	50%以上	不明
全体		203	24.5	100.0	1.5	3.0	5.4	14.3	***27.6***	23.2	12.8	3.9	1.5	1.0	1.0	4.9
地域区分別	北海道・東北	30	22.8	100.0	－	－	10.0	20.0	***36.7***	23.3	－	3.3	3.3	－	－	3.3
	関東・東山	63	25.0	100.0	3.2	1.6	4.8	19.0	15.9	***22.2***	19.0	6.3	1.6	－	1.6	4.8
	東海	18	26.6	100.0	－	－	－	5.6	***38.9***	22.2	22.2	5.6	－	－	－	5.6
	近畿	60	25.0	100.0	－	3.3	6.7	10.0	***31.7***	26.7	11.7	1.7	1.7	1.7	1.7	3.3
	中国・四国	3	30.8	100.0	－	－	***33.3***	－	－	－	***33.3***	－	－	***33.3***	－	
	九州・沖縄	18	23.1	100.0	5.6	5.6	－	11.1	***33.3***	22.2	11.1	5.6	－	－	－	5.6
	不明	11	19.2	100.0	－	18.2	－	18.2	***27.3***	18.2	－	－	－	－	－	18.2
果実仕入金額別	500万円未満	48	23.8	100.0	2.1	4.2	6.3	***20.8***	18.8	***20.8***	6.3	8.3	2.1	－	2.1	8.3
	500～1000万円未満	39	23.7	100.0	2.6	－	10.3	7.7	***35.9***	30.8	10.3	－	2.6	－	－	
	1000～2000万円未満	34	22.9	100.0	2.9	5.9	5.9	5.9	***38.2***	29.4	8.8	2.9	－	－	－	
	2000～3000万円未満	15	24.4	100.0	－	－	－	13.3	***40.0***	20.0	13.3	－	－	－	－	13.3
	3000～5000万円未満	22	27.0	100.0	－	－	－	13.6	***31.8***	18.2	22.7	4.5	－	4.5	－	4.5
	5000万円以上	22	28.5	100.0	－	－	4.5	13.6	13.6	***22.7***	***22.7***	9.1	4.5	－	4.5	4.5
	不明	23	22.9	100.0	－	8.7	4.3	***26.1***	17.4	13.0	17.4	－	－	4.3	－	8.7
仕入先別	卸売業者50%以上	50	23.4	100.0	4	4.0	6.0	***22.0***	20.0	***22.0***	10.0	6.0	2.0	－	2.0	2.0
	仲卸業者50%以上	98	24.3	100.0	1	4.1	3.1	12.2	***33.7***	24.5	10.2	3.1	1.0	1.0	1.0	5.1
	問屋・産地業者50%以上	6	20.8	100.0	－	16.7	16.7	－	16.7	***50.0***	－	－	－	－	－	
	JA50%以上	－	－	100.0	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	
	個人・任意組合50%以上	5	27.5	100.0	－	－	－	－	***40.0***	20.0	***40.0***	－	－	－	－	
販売形態別	包装パック50%以上	43	26.5	100.0	－	－	2.3	14.0	***32.6***	23.3	14.0	11.6	－	2.3	－	
	ネット50%以上	30	22.5	100.0	6.7	－	6.7	20.0	***26.7***	23.3	13.3	3.3	－	－	－	
	バラ50%以上	60	22.4	100.0	1.7	5.0	11.7	11.7	***31.7***	23.3	8.3	－	1.7	1.7	－	3.3
	箱50%以上	23	23.9	100.0	－	－	17.4	17.4	13.0	***21.7***	4.3	4.3	8.7	－	－	13.0

c　りんごのマージン率

・一般小売店段階でのりんごの平均マージン率は25.6％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布をみると「25～30％未満」が24.1％で最も多く、次いで「20～25％未満」が21.7％となっている。
・地域別にみると、若干違いがみられるが、平均マージン率はほとんどの地域で25％前後となっており、全体の傾向とほぼ同様である。
・果実仕入金額別にみると、規模が大きくなるに従い、マージン率が高くなる傾向がみられた。
・仕入先別にみると、「問屋・産地業者 50%以上」「個人・任意組合 50%以上」の平均マージン率は約20％と低くなっている。
・販売形態別にみると、「ネット50%以上」「箱50％以上」の平均マージン率は約20％と低くなっている。

表３－６　一般小売店におけるりんごのマージン率の分布

（％）

		回答数	平均マージン率	合計	5%未満	5～10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20～25%未満	25～30%未満	30～35%未満	35～40%未満	40～45%未満	45～50%未満	50%以上	不明
全体		203	25.6	100.0	2.0	2.0	4.9	11.8	21.7	***24.1***	18.7	4.9	2.5	0.5	1.0	5.9
地域区分別	北海道・東北	30	23.2	100.0	－	－	6.7	23.3	23.3	***33.3***	3.3	3.3	－	－	－	6.7
	関東・東山	63	26.5	100.0	3.2	1.6	－	14.3	19.0	19.0	***23.8***	7.9	1.6	－	1.6	7.9
	東海	18	28.4	100.0	－	－	11.1	5.6	5.6	22.2	***38.9***	5.6	5.6	－	－	5.6
	近畿	60	25.9	100.0	1.7	1.7	8.3	5.0	***26.7***	***26.7***	16.7	3.3	5.0	－	1.7	3.3
	中国・四国	3	32.5	100.0	－	－	－	***33.3***	－	－	***33.3***	－	－	***33.3***	－	
	九州・沖縄	18	24.2	100.0	5.6	5.6	－	5.6	***33.3***	27.8	16.7	5.6	－	－	－	
	不明	11	20.9	100.0	－	9.1	9.1	***18.2***	***18.2***	***18.2***	9.1	－	－	－	－	***18.2***
果実仕入金額別	500万円未満	48	23.9	100.0	2.1	4.2	4.2	***20.8***	***20.8***	12.5	14.6	8.3	2.1	－	－	10.4
	500～1000万円未満	39	25.1	100.0	2.6	－	10.3	5.1	***28.2***	20.5	25.6	5.1	－	－	－	2.6
	1000～2000万円未満	34	24.4	100.0	2.9	5.9	5.9	2.9	***26.5***	***26.5***	23.5	2.9	－	－	－	2.9
	2000～3000万円未満	15	28.6	100.0	－	－	－	－	26.7	***40.0***	13.3	6.7	6.7	－	－	6.7
	3000～5000万円未満	22	27.8	100.0	－	－	－	9.1	22.7	***36.4***	18.2	4.5	－	－	4.5	4.5
	5000万円以上	22	30.1	100.0	－	－	－	13.6	13.6	***22.7***	***22.7***	4.5	13.6	－	4.5	4.5
	不明	23	22.9	100.0	4.3	－	8.7	26.1	8.7	***30.4***	8.7	－	－	4.3	－	8.7
仕入先別	卸売業者50%以上	46	23.7	100.0	2.2	4.3	4.3	13.0	***39.1***	15.2	13.0	8.7	－	－	－	
	仲卸業者50%以上	107	26.7	100.0	0.9	2.8	4.7	8.4	17.8	***28.0***	20.6	5.6	1.9	－	1.9	7.5
	問屋・産地業者50%以上	4	18.8	100.0	－	***25.0***	－	***25.0***	***25.0***	***25.0***	－	－	－	－	－	
	JA50%以上	－	－	100.0	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	
	個人・任意組合50%以上	2	20.0	100.0	－	－	－	***50.0***	***50.0***	－	－	－	－	－	－	
販売形態別	包装パック50%以上	43	28.3	100.0	－	－	－	4.7	25.6	***39.5***	11.6	7.0	4.7	－	2.3	4.7
	ネット50%以上	9	19.5	100.0	11.1	－	11.1	***22.2***	－	***22.2***	***22.2***	－	－	－	－	11.1
	バラ50%以上	114	25.9	100.0	2.6	2.6	6.1	8.8	22.8	***28.1***	17.5	5.3	3.5	0.9	0.9	0.9
	箱50%以上	15	20.0	100.0	－	－	13.3	***33.3***	13.3	6.7	6.7	－	6.7	－	－	20.0

d　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（みかん）

・仕入価格水準の変化によるみかんのマージン率の変化をみると、仕入価格が高い時は「小さくする」が56.7%と最も多く、仕入価格が安い時は「変えない」が39.4%で最も多い。
・規模別にみると、大規模層では仕入価格が安い時にマージン率を「大きくする」割合が多い場合がある。

表 3-7-1 仕入価格が高い時のマージン率

（%）

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		203	100.0	7.9	30.0	***56.7***	5.4
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	3.3	33.3	***60.0***	3.3
	関東・東山	63	100.0	7.9	23.8	***61.9***	6.3
	東海	18	100.0	27.8	22.2	***44.4***	5.6
	近畿	60	100.0	6.7	33.3	***55.0***	5.0
	中国・四国	3	100.0	－	***66.7***	33.3	－
	九州・沖縄	18	100.0	5.6	44.4	***50.0***	－
	不明	11	100.0	－	18.2	***63.6***	18.2
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	4.2	35.4	***47.9***	12.5
	500～1000万円未満	39	100.0	10.3	25.6	***59.0***	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	14.7	32.4	***52.9***	－
	2000～3000万円未満	15	100.0	－	33.3	***66.7***	－
	3000～5000万円未満	22	100.0	－	36.4	***59.1***	4.5
	5000万円以上	22	100.0	13.6	13.6	***72.7***	－
	不明	23	100.0	8.7	30.4	***52.2***	8.7

表 3-7-2 仕入価格が安い時のマージン率

（%）

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		203	100.0	38.4	***39.4***	13.8	8.4
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	***40.0***	26.7	26.7	6.7
	関東・東山	63	100.0	***44.4***	36.5	11.1	7.9
	東海	18	100.0	22.2	***44.4***	16.7	16.7
	近畿	60	100.0	38.3	***46.7***	6.7	8.3
	中国・四国	3	100.0	33.3	***66.7***	－	－
	九州・沖縄	18	100.0	***38.9***	***38.9***	22.2	－
	不明	11	100.0	27.3	***36.4***	18.2	18.2
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	33.3	***37.5***	16.7	12.5
	500～1000万円未満	39	100.0	***41.0***	38.5	15.4	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	26.5	***50.0***	17.6	5.9
	2000～3000万円未満	15	100.0	***66.7***	26.7	6.7	－
	3000～5000万円未満	22	100.0	***40.9***	36.4	13.6	9.1
	5000万円以上	22	100.0	***45.5***	36.4	13.6	4.5
	不明	23	100.0	34.8	***43.5***	4.3	17.4

e　仕入価格水準の変化によるマージン率の変化（りんご）

・仕入価格水準の変化によるりんごのマージン率の変化をみると、仕入価格が高い時は「小さくする」が54.2%と最も多く、仕入価格が安い時は「変えない」が39.4%で最も多い。
・規模別にみると、大規模層では仕入価格が安い時にマージン率を「大きくする」割合が多い場合がある。

表 3-8-1 仕入価格が高い時のマージン率

(%)

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		203	100.0	6.4	32.5	***54.2***	6.9
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	3.3	33.3	***56.7***	6.7
	関東・東山	63	100.0	4.8	27.0	***60.3***	7.9
	東海	18	100.0	22.2	22.2	***50.0***	5.6
	近畿	60	100.0	6.7	38.3	***50.0***	5.0
	中国・四国	3	100.0	−	***66.7***	33.3	−
	九州・沖縄	18	100.0	5.6	44.4	***50.0***	−
	不明	11	100.0	−	18.2	***54.5***	27.3
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	4.2	35.4	***47.9***	12.5
	500～1000万円未満	39	100.0	7.7	25.6	***61.5***	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	8.8	32.4	***55.9***	2.9
	2000～3000万円未満	15	100.0	−	***53.3***	46.7	−
	3000～5000万円未満	22	100.0	−	36.4	***59.1***	4.5
	5000万円以上	22	100.0	13.6	22.7	***63.6***	−
	不明	23	100.0	8.7	30.4	***43.5***	17.4

表 3-8-2 仕入価格が安い時のマージン率

(%)

		回答数	合計	大きくする	変えない	小さくする	不明
全体		203	100.0	36.5	***39.4***	15.3	8.9
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	***33.3***	30.0	26.7	10.0
	関東・東山	63	100.0	***44.4***	38.1	11.1	6.3
	東海	18	100.0	22.2	***38.9***	22.2	16.7
	近畿	60	100.0	36.7	***45.0***	10.0	8.3
	中国・四国	3	100.0	33.3	***66.7***	−	−
	九州・沖縄	18	100.0	33.3	***44.4***	22.2	−
	不明	11	100.0	***27.3***	***27.3***	18.2	***27.3***
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	31.3	***41.7***	14.6	12.5
	500～1000万円未満	39	100.0	***43.6***	33.3	17.9	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	32.4	***50.0***	14.7	2.9
	2000～3000万円未満	15	100.0	40.0	***46.7***	13.3	−
	3000～5000万円未満	22	100.0	***45.5***	31.8	13.6	9.1
	5000万円以上	22	100.0	***45.5***	31.8	18.2	4.5
	不明	23	100.0	21.7	***39.1***	13.0	26.1

f　マージン率の増減傾向

・最近５年間のマージン率の増減傾向について尋ねたところ、みかん、りんごともにマージン率は「縮小傾向」が最も多い。

表 3-9-1 マージン率の変化（みかん）

(%)

		回答数	合計	拡大傾向	変化していない	縮小傾向	不明
全体		203	100.0	3.9	30.5	***60.6***	4.9
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	6.7	33.3	***60.0***	－
	関東・東山	63	100.0	－	34.9	***60.3***	4.8
	東海	18	100.0	5.6	22.2	***66.7***	5.6
	近畿	60	100.0	8.3	30.0	***55.0***	6.7
	中国・四国	3	100.0	－	***66.7***	33.3	－
	九州・沖縄	18	100.0	－	27.8	***72.2***	－
	不明	11	100.0	－	9.1	***72.7***	18.2
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	2.1	25.0	***62.5***	10.4
	500～1000万円未満	39	100.0	－	35.9	***59.0***	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	－	32.4	***67.6***	－
	2000～3000万円未満	15	100.0	6.7	26.7	***66.7***	－
	3000～5000万円未満	22	100.0	18.2	18.2	***59.1***	4.5
	5000万円以上	22	100.0	9.1	40.9	***50.0***	－
	不明	23	100.0	－	34.8	***56.5***	8.7

表 3-9-2 マージン率の変化（りんご）

(%)

		回答数	合計	拡大傾向	変化していない	縮小傾向	不明
全体		203	100.0	3.9	30.0	***60.1***	5.9
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	6.7	36.7	***53.3***	3.3
	関東・東山	63	100.0	1.6	28.6	***63.5***	6.3
	東海	18	100.0	5.6	27.8	***61.1***	5.6
	近畿	60	100.0	6.7	33.3	***53.3***	6.7
	中国・四国	3	100.0	－	***66.7***	33.3	－
	九州・沖縄	18	100.0	－	16.7	***83.3***	－
	不明	11	100.0	－	18.2	***63.6***	18.2
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	－	22.9	***62.5***	14.6
	500～1000万円未満	39	100.0	－	30.8	***64.1***	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	－	32.4	***67.6***	－
	2000～3000万円未満	15	100.0	13.3	26.7	***60.0***	－
	3000～5000万円未満	22	100.0	18.2	18.2	***59.1***	4.5
	5000万円以上	22	100.0	9.1	***50.0***	40.9	－
	不明	23	100.0	－	34.8	***56.5***	8.7

参考３　みかん、りんごの減耗率（ロス率）

・みかん、りんごの物的減耗、経済的減耗（値引き）に分けて尋ねたところ、みかんの物的減耗率は4.3%、経済的減耗率は8.0%であった。りんごの物的減耗率は4.2%、経済的減耗率は7.8%であった。
・量販店と比べて、減耗率は高くなっている（量販店調査結果参照）。

参考３　一般小売店における減耗率（ロス率）

（%）

	物的減耗率	経済的減耗率（値引き）
みかん	4.3	8.0
りんご	4.2	7.8

注：仕入金額を基にした加重平均値である。

（5）果実部門の販売管理費について

a　果実部門の販売管理費の推移

・果実部門の販売管理費について最近5年間の増減傾向を尋ねたところ、「減少傾向」が37.4%と最も多いが、「増加傾向」も32.5%となっている。

表3－10　一般小売店における果実部門の販売管理費の推移

(%)

		回答数	合計	増加傾向	変化していない	減少傾向	不明
全体		203	100.0	32.5	23.2	***37.4***	6.9
地域区分別	北海道・東北	30	100.0	23.3	26.7	***50.0***	－
	関東・東山	63	100.0	28.6	22.2	***44.4***	4.8
	東海	18	100.0	***50.0***	16.7	27.8	5.6
	近畿	60	100.0	***35.0***	33.3	21.7	10.0
	中国・四国	3	100.0	***33.3***	－	***33.3***	***33.3***
	九州・沖縄	18	100.0	38.9	11.1	***50.0***	－
	不明	11	100.0	27.3	－	***45.5***	27.3
果実仕入金額別	500万円未満	48	100.0	16.7	29.2	***43.8***	10.4
	500～1000万円未満	39	100.0	28.2	***33.3***	***33.3***	5.1
	1000～2000万円未満	34	100.0	***47.1***	20.6	32.4	－
	2000～3000万円未満	15	100.0	33.3	20.0	***46.7***	－
	3000～5000万円未満	22	100.0	31.8	18.2	***40.9***	9.1
	5000万円以上	22	100.0	***68.2***	13.6	18.2	－
	不明	23	100.0	17.4	13.0	***47.8***	21.7
仕入先別	卸売業者50%以上	55	100.0	34.5	***43.6***	21.8	－
	仲卸業者50%以上	112	100.0	***34.8***	32.1	25.9	7.1
	問屋・産地業者50%以上	2	100.0	***50.0***	－	－	***50.0***
	JA50%以上	－	100.0	－	－	－	－
	個人・任意組合50%以上	1	100.0	－	***100.0***	－	－

ちなみに、野菜・果実小売業の販売経費について経済産業省中小企業庁「中小企業の原価指標」により、平成13年度における販売経費の構成をみると「人件費」が55%と過半を占め、次いで「店舗経費」18%、「運送費」4%、「販売促進費」4%、「その他経費」18%となっている。なお、粗利益率は25.2%であった。

b　販管費が増加している一般小売店における増加費目

・販管費全体が増加している専門小売業者に対して、増加している費目について尋ねたところ「店舗経営費」が54.5%と最も多く、次いで「人件費」が48.5%となっている。

表３－１１　販管費が増加している一般小売店における増加費目（複数回答）

(%)

		回答数	店舗経営費	人件費	包装資材費	運送費	販売促進費	その他経費	不明
全体		66	*54.5*	48.5	39.4	9.1	28.8	4.5	3.0
地域区分別	北海道・東北	7	42.9	*71.4*	14.3	14.3	－	－	－
	関東・東山	18	*44.4*	*44.4*	27.8	5.6	16.7	5.6	－
	東海	9	*88.9*	44.4	33.3	11.1	44.4	－	－
	近畿	21	*57.1*	33.3	52.4	4.8	47.6	9.5	4.8
	中国・四国	1	－	－	－	－	－	－	*100.0*
	九州・沖縄	7	71.4	*85.7*	42.9	－	28.6	－	－
	不明	3	－	66.7	*100.0*	66.7	－	－	－
果実仕入金額別	500万円未満	8	*100.0*	12.5	50.0	－	25.0	－	－
	500～1000万円未満	11	*63.6*	27.3	36.4	9.1	18.2	－	9.1
	1000～2000万円未満	16	*50.0*	31.3	*50.0*	18.8	37.5	－	－
	2000～3000万円未満	5	40.0	40.0	*60.0*	20.0	20.0	20.0	－
	3000～5000万円未満	7	42.9	*57.1*	42.9	－	28.6	14.3	－
	5000万円以上	15	46.7	*100.0*	20.0	6.7	33.3	6.7	－
	不明	4	25.0	*50.0*	25.0	－	25.0	－	25.0
仕入先別	卸売業者50%以上	19	*57.9*	36.8	42.1	5.3	26.3	－	－
	仲卸業者50%以上	39	*59.0*	48.7	38.5	10.3	33.3	2.6	2.6
	問屋・産地業者50%以上	1	*100.0*	*100.0*	－	－	－	－	－
	JA50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	個人・任意組合50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－

c　販管費が減少している一般小売店における減少費目

・販管費が減少している一般小売店に対して、減少している費目について尋ねたところ「人件費」が44.7%と最も多く、次いで「包装資材費」が38.2%となっている。

表３－１２　販管費が減少している一般小売店における減少費目（複数回答）

（%）

		回答数	店舗経営費	人件費	包装資材費	運送費	販売促進費	その他経費	不明
全体		76	14.5	***44.7***	38.2	18.4	32.9	2.6	10.5
地域区分別	北海道・東北	15	6.7	***46.7***	33.3	40.0	40.0	－	6.7
	関東・東山	28	21.4	***46.4***	28.6	7.1	32.1	3.6	3.6
	東海	5	－	***60.0***	40.0	40.0	40.0	－	－
	近畿	13	7.7	***53.8***	38.5	23.1	30.8	－	15.4
	中国・四国	1	***100.0***	***100.0***	***100.0***	***100.0***	***100.0***	***100.0***	－
	九州・沖縄	9	11.1	－	***55.6***	－	33.3	－	44.4
	不明	5	20.0	***60.0***	***60.0***	－	－	－	－
果実仕入金額別	500万円未満	21	14.3	***52.4***	28.6	14.3	28.6	－	14.3
	500～1000万円未満	13	15.4	15.4	***46.2***	23.1	23.1	－	7.7
	1000～2000万円未満	11	9.1	***63.6***	36.4	27.3	45.5	－	－
	2000～3000万円未満	7	－	***57.1***	42.9	14.3	28.6	－	－
	3000～5000万円未満	9	22.2	***55.6***	44.4	33.3	***55.6***	11.1	－
	5000万円以上	4	25.0	***50.0***	***50.0***	25.0	25.0	25.0	25.0
	不明	11	18.2	27.3	***36.4***	－	27.3	－	27.3
仕入先別	卸売業者50%以上	24	16.7	41.7	***45.8***	16.7	29.2	－	8.3
	仲卸業者50%以上	36	11.1	***58.3***	41.7	22.2	36.1	5.6	5.6
	問屋・産地業者50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	JA50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	個人・任意組合50%以上	1	***100.0***	－	－	***100.0***	－	－	－

4．仲卸業者調査結果

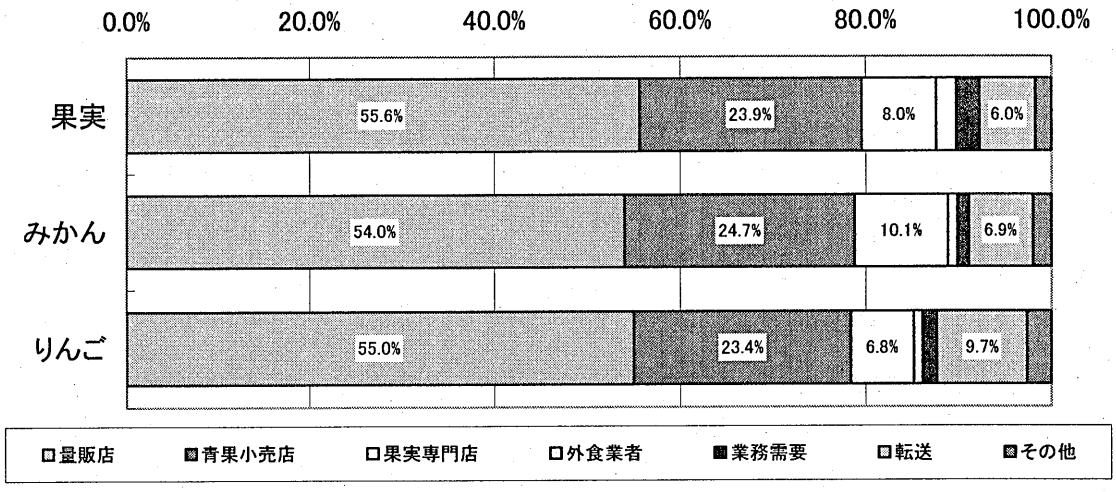
（1）果実の販売先

・仲卸業者の果実販売先については「量販店」が55.6%と最も多く、次いで「青果小売店」が23.9%となっている。
・みかん、りんごについても果実全体とほぼ同様の販売傾向となっている。

表4－1　仲卸業者における果実の販売先

	回答数	全体	量販店	青果小売店	果実専門店	外食業者	業務需要	転送	その他
果実	143	100.0%	55.6%	23.9%	8.0%	2.2%	2.5%	6.0%	1.7%
みかん	124	100.0%	54.0%	24.7%	10.1%	1.1%	1.2%	6.9%	2.0%
りんご	122	100.0%	55.0%	23.4%	6.8%	1.0%	1.5%	9.7%	2.6%

図4－1　仲卸業者における果実の販売先



（2）仲卸業者における果実のマージン率

a　果実全体のマージン率

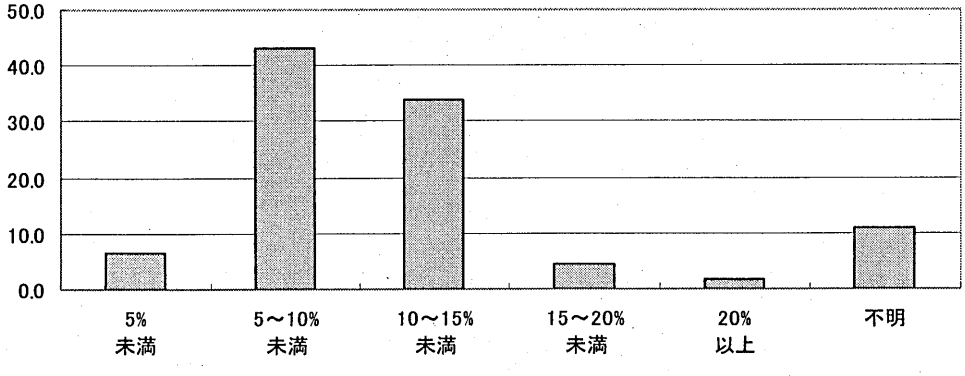
・仲卸業者段階での果実全体の平均マージン率は9.8％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布についてみると「5～10％未満」が43.0％と最も多く、次いで「10～15％未満」が33.9％となっている。
・地域別、規模別にみても、全体の傾向とほぼ同様である。

表４－２　仲卸業者における果実のマージン率の分布

（％）

		回答数	平均マージン率	合計	5%未満	5～10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20%以上	不明
全体		186	9.8	100.0	6.5	*43.0*	33.9	4.3	1.6	10.8
地域区分別	北海道・東北	23	6.9	100.0	17.4	*52.2*	8.7	－	－	21.7
	関東・東山	65	9.5	100.0	6.2	*50.8*	24.6	4.6	3.1	10.8
	北陸	4	8.8	100.0	－	*75.0*	25.0	－	－	
	近畿	71	11.0	100.0	4.2	26.8	*54.9*	5.6	1.4	7.0
	中国・四国	3	7.5	100.0	－	*100.0*	－	－	－	
	九州・沖縄	14	8.6	100.0	7.1	*57.1*	28.6	－	－	7.1
	不明	6	11.3	100.0	－	*33.3*	16.7	16.7	－	*33.3*
果実仕入金額別	5000万円未満	9	11.4	100.0	11.1	*44.4*	11.1	11.1	22.2	
	5000万～1億円未満	13	7.5	100.0	15.4	*61.5*	－	7.7	－	15.4
	1～2億円未満	17	11.5	100.0	－	*35.3*	*35.3*	17.6	－	11.8
	2～5億円未満	38	10.0	100.0	2.6	*44.7*	*44.7*	2.6	－	5.3
	5～10億円未満	37	9.3	100.0	5.4	*48.6*	40.5	－	－	5.4
	10～20億円未満	29	8.9	100.0	13.8	*44.8*	34.5	3.4	－	3.4
	20億円以上	20	9.7	100.0	10.0	35.0	*40.0*	5.0	－	10.0
	不明	23	10.5	100.0	－	30.4	26.1	－	4.3	*39.1*

図４－２　仲卸業者における果実のマージン率の分布　（％）



b　みかんのマージン率

・仲卸業者段階でのみかんの平均マージン率は9.6%であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布についてみると「5～10%未満」が42.5%と最も多く、次いで「10～15%未満」が33.3%となっている。
・販売先別にみると、マージン率は「果実専門店」で12.5%、「外食業者」で13.8%、とやや高くなっている。

表4－3　仲卸業者におけるみかんのマージン率の分布

（%）

		回答数	平均マージン率	合計	5%未満	5～10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20%以上	不明
全体		186	9.6	100.0	8.6	*42.5*	33.3	3.2	3.2	9.1
地域区分別	北海道・東北	23	7.2	100.0	21.7	*47.8*	17.4	－	－	13.0
	関東・東山	65	8.8	100.0	9.2	*53.8*	21.5	1.5	3.1	10.8
	北陸	4	10.0	100.0	－	*50.0*	*50.0*	－	－	
	近畿	71	11.4	100.0	4.2	26.8	*50.7*	7.0	5.6	5.6
	中国・四国	3	5.8	100.0	33.3	*66.7*	－	－	－	
	九州・沖縄	14	8.6	100.0	7.1	*57.1*	28.6	－	－	7.1
	不明	6	10.0	100.0	－	*33.3*	*33.3*	－	－	*33.3*
果実仕入金額別	5000万円未満	9	10.8	100.0	11.1	*44.4*	22.2	－	22.2	
	5000万～1億円未満	13	7.1	100.0	15.4	*69.2*	7.7	－	－	7.7
	1～2億円未満	17	10.5	100.0	－	35.3	*52.9*	－	－	11.8
	2～5億円未満	38	10.1	100.0	－	*47.4*	42.1	－	2.6	7.9
	5～10億円未満	37	10.1	100.0	8.1	*45.9*	29.7	8.1	5.4	2.7
	10～20億円未満	29	9.0	100.0	17.2	*44.8*	24.1	6.9	3.4	3.4
	20億円以上	20	9.3	100.0	20.0	30.0	*45.0*	5.0	－	
	不明	23	9.6	100.0	4.3	26.1	30.4	－	－	*39.1*
販売先	量販店50%以上	75	9.8	100.0	8.0	*44.0*	38.7	4.0	2.7	2.7
	青果小売店50%以上	37	9.4	100.0	8.1	*51.4*	24.3	2.7	5.4	8.1
	果実専門店50%以上	6	12.5	100.0	－	16.7	*50.0*	16.7	－	16.7
	外食業者50%以上	2	13.8	100.0	－	*50.0*	－	－	*50.0*	
	業務需要50%以上	－	－	100.0	－	－	－	－	－	
	転送50%以上	2	7.5	100.0	*50.0*	－	*50.0*	－	－	

c　りんごのマージン率

・仲卸業者段階でのりんごの平均マージン率は 10.5％であった（各階層の中位数を用いた推計）。
・マージン率の分布についてみると、「10～15％未満」が 35.5％と最も多く、次いで「5～10％未満」が 34.4％となっている。
・販売先別にみると、若干の違いはみられるが、全体の傾向とほぼ同様である。

表４－４　仲卸業者におけるりんごのマージン率の分布

（％）

		回答数	平均マージン率	合計	5%未満	5～10%未満	10～15%未満	15～20%未満	20%以上	不明
全体		186	10.5	100.0	5.9	34.4	*35.5*	8.6	2.2	13.4
地域区分別	北海道・東北	23	8.1	100.0	8.7	*47.8*	8.7	4.3	－	30.4
	関東・東山	65	9.8	100.0	6.2	*38.5*	33.8	3.1	1.5	16.9
	北陸	4	12.5	100.0	－	25.0	*50.0*	25.0	－	
	近畿	71	11.8	100.0	5.6	21.1	*49.3*	15.5	2.8	5.6
	中国・四国	3	7.5	100.0	－	*100.0*	－	－	－	
	九州・沖縄	14	8.8	100.0	7.1	*64.3*	14.3	－	7.1	7.1
	不明	6	13.8	100.0	－	－	*50.0*	16.7	－	33.3
果実仕入金額別	5000万円未満	9	10.5	100.0	11.1	*44.4*	22.2	11.1	11.1	
	5000万～1億円未満	13	7.5	100.0	15.4	*61.5*	－	7.7	－	15.4
	1～2億円未満	17	12.5	100.0	－	*29.4*	*29.4*	*29.4*	－	11.8
	2～5億円未満	38	11.7	100.0	－	34.2	*42.1*	7.9	7.9	7.9
	5～10億円未満	37	10.8	100.0	5.4	27.0	*48.6*	8.1	－	10.8
	10～20億円未満	29	9.4	100.0	10.3	*37.9*	27.6	6.9	－	17.2
	20億円以上	20	9.3	100.0	15.0	*40.0*	*40.0*	5.0	－	
	不明	23	10.7	100.0	－	21.7	*39.1*	－	－	*39.1*
販売先	量販店50%以上	68	10.4	100.0	8.8	*38.2*	36.8	11.8	1.5	2.9
	青果小売店50%以上	39	10.8	100.0	7.7	*33.3*	*33.3*	10.3	5.1	10.3
	果実専門店50%以上	4	10.8	100.0	－	25.0	*50.0*	－	－	25.0
	外食業者50%以上	1	7.5	100.0	－	*100.0*	－	－	－	
	業務需要50%以上	2	10.0	100.0	－	*50.0*	*50.0*	－	－	
	転送50%以上	－	—	100.0	－	－	－	－	－	

d　マージン率の増減傾向

・最近５年間のマージン率の増減傾向について尋ねたところ、みかん、りんごともにマージン率は「縮小傾向」が最も多い。

表 4-5-1 マージン率の変化（みかん）

(%)

		回答数	合計	拡大傾向	変化していない	縮小傾向	不明
全体		186	100.0	7.5	35.5	***50.0***	7.0
地域区分別	北海道・東北	23	100.0	8.7	30.4	***47.8***	13.0
	関東・東山	65	100.0	10.8	27.7	***55.4***	6.2
	北陸	4	100.0	－	***75.0***	25.0	－
	近畿	71	100.0	5.6	40.8	***47.9***	5.6
	中国・四国	3	100.0	－	33.3	***66.7***	－
	九州・沖縄	14	100.0	7.1	***50.0***	35.7	7.1
	不明	6	100.0	－	16.7	***66.7***	16.7
果実仕入金額別	5000万円未満	9	100.0	－	44.4	***55.6***	－
	5000万～1億円未満	13	100.0	－	7.7	***92.3***	－
	1～2億円未満	17	100.0	－	23.5	***64.7***	11.8
	2～5億円未満	38	100.0	7.9	39.5	***47.4***	5.3
	5～10億円未満	37	100.0	13.5	***45.9***	40.5	－
	10～20億円未満	29	100.0	3.4	44.8	***48.3***	3.4
	20億円以上	20	100.0	20.0	25.0	***55.0***	－
	不明	23	100.0	4.3	30.4	30.4	***34.8***

表 4-5-2 マージン率の変化（りんご）

(%)

		回答数	合計	拡大傾向	変化していない	縮小傾向	不明
全体		186	100.0	10.2	35.5	***44.6***	9.7
地域区分別	北海道・東北	23	100.0	13.0	17.4	***43.5***	26.1
	関東・東山	65	100.0	10.8	36.9	***43.1***	9.2
	北陸	4	100.0	－	***100.0***	－	－
	近畿	71	100.0	8.5	36.6	***49.3***	5.6
	中国・四国	3	100.0	－	33.3	***66.7***	－
	九州・沖縄	14	100.0	7.1	***50.0***	35.7	7.1
	不明	6	100.0	33.3	－	***50.0***	16.7
果実仕入金額別	5000万円未満	9	100.0	－	44.4	***55.6***	－
	5000万～1億円未満	13	100.0	－	7.7	***84.6***	7.7
	1～2億円未満	17	100.0	－	41.2	***47.1***	11.8
	2～5億円未満	38	100.0	15.8	34.2	***44.7***	5.3
	5～10億円未満	37	100.0	16.2	***48.6***	29.7	5.4
	10～20億円未満	29	100.0	3.4	41.4	***44.8***	10.3
	20億円以上	20	100.0	25.0	20.0	***55.0***	－
	不明	23	100.0	4.3	30.4	30.4	***34.8***

（3）果実部門の販売管理費について

a　果実部門の販売管理費の推移

・果実部門の販売管理費について最近5年間の増減傾向を尋ねたところ、「増加傾向」が58.1%と最も多く、次いで「減少傾向」が21.5%となっている。

表4－6　仲卸業者における果実部門の販売管理費の推移

(%)

		回答数	合計	増加傾向	変化していない	減少傾向	不明
全体		186	100.0	*58.1*	11.8	21.5	8.6
地域区分別	北海道・東北	23	100.0	*47.8*	13.0	21.7	17.4
	関東・東山	65	100.0	*55.4*	9.2	26.2	9.2
	北陸	4	100.0	*50.0*	*50.0*	－	－
	近畿	71	100.0	*60.6*	11.3	22.5	5.6
	中国・四国	3	100.0	*33.3*	*33.3*	*33.3*	－
	九州・沖縄	14	100.0	*71.4*	14.3	－	14.3
	不明	6	100.0	*83.3*	－	16.7	－
果実仕入金額別	5000万円未満	9	100.0	33.3	11.1	*44.4*	11.1
	5000万～1億円未満	13	100.0	*61.5*	7.7	30.8	－
	1～2億円未満	17	100.0	*58.8*	11.8	23.5	5.9
	2～5億円未満	38	100.0	*65.8*	10.5	18.4	5.3
	5～10億円未満	37	100.0	*59.5*	21.6	16.2	2.7
	10～20億円未満	29	100.0	*58.6*	10.3	24.1	6.9
	20億円以上	20	100.0	*75.0*	－	20.0	5.0
	不明	23	100.0	*34.8*	13.0	17.4	*34.8*
販売先別	量販店50%以上	75	100.0	*70.7*	14.7	12.0	2.7
	青果小売店50%以上	39	100.0	*61.5*	28.2	10.3	－
	果実専門店50%以上	6	100.0	33.3	*50.0*	－	16.7
	外食業者50%以上	1	100.0	*100.0*	－	－	－
	業務需要50%以上	2	100.0	*50.0*	*50.0*	－	－
	転送50%以上	1	100.0	*100.0*	－	－	－

ちなみに、青果物仲卸業者の販売経費について、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」によってみると、「人件費」が56%とほぼ半分以上を占め、次いで「発送・保管料」13%、「店舗経費」6%、「その他経費」25%となっている。なお、粗利益率は11.8%であった。

b　販管費が増加している仲卸業者における増加費目

・販管費が増加している仲卸業者に対して、増加している費目について尋ねたところ「人件費」が70.4%と最も多く、次いで「運送費」が55.6%となっている。

表４－７　販管費が増加している仲卸業者における増加費目（複数回答）

(%)

		回答数	店舗経営費	人件費	包装資材費	運送費	販売促進費	その他経費	不明
全体		108	28.7	*70.4*	50.0	55.6	25.0	35.2	3.7
地域区分別	北海道・東北	11	9.1	54.5	63.6	54.5	*72.7*	54.5	－
	関東・東山	36	41.7	*86.1*	41.7	50.0	5.6	27.8	－
	北陸	2	－	－	*100.0*	50.0	50.0	50.0	－
	近畿	43	30.2	*58.1*	48.8	55.8	27.9	34.9	9.3
	中国・四国	1	－	*100.0*	－	*100.0*	*100.0*	－	－
	九州・沖縄	10	10.0	*90.0*	60.0	70.0	30.0	50.0	－
	不明	5	20.0	*80.0*	60.0	60.0	－	20.0	－
果実仕入金額別	5000万円未満	3	*100.0*	66.7	－	－	－	－	－
	5000万～1億円未満	8	12.5	62.5	50.0	*87.5*	37.5	37.5	－
	1～2億円未満	10	40.0	*50.0*	*50.0*	40.0	－	10.0	－
	2～5億円未満	25	36.0	*56.0*	52.0	*56.0*	16.0	20.0	4.0
	5～10億円未満	22	31.8	*81.8*	54.5	36.4	27.3	36.4	4.5
	10～20億円未満	17	23.5	*82.4*	47.1	64.7	35.3	58.8	5.9
	20億円以上	15	6.7	*73.3*	40.0	*73.3*	46.7	60.0	－
	不明	8	25.0	*87.5*	75.0	62.5	12.5	25.0	12.5
販売先	量販店50%以上	53	24.5	*67.9*	54.7	64.2	35.8	47.2	3.8
	青果小売店50%以上	24	37.5	*70.8*	54.2	41.7	12.5	25.0	－
	果実専門店50%以上	2	－	*100.0*	－	－	－	－	－
	外食業者50%以上	1	－	－	－	*100.0*	－	－	－
	業務需要50%以上	1	100.0	*100.0*	－	－	－	－	－
	転送50%以上	1	－	－	－	*100.0*	*100.0*	－	－

c　販管費が減少している仲卸業者における減少費目

・販管費が減少している仲卸業者において、減少している費目について尋ねたところ「人件費」が57.5%と最も多く、次いで「運送費」が20.0%となっている。

表４－８　販管費が減少している仲卸業者における減少費目（複数回答）

（%）

		回答数	店舗経営費	人件費	包装資材費	運送費	販売促進費	その他経費	不明
全体		40	10.0	*57.5*	17.5	20.0	5.0	7.5	25.0
地域区分別	北海道・東北	5	－	*60.0*	20.0	40.0	20.0	－	20.0
	関東・東山	17	5.9	*64.7*	23.5	23.5	5.9	11.8	23.5
	北陸	－	－	－	－	－	－	－	－
	近畿	16	6.3	*50.0*	12.5	12.5	－	6.3	31.3
	中国・四国	1	*100.0*	*100.0*	－	－	－	－	－
	九州・沖縄	－	－	－	－	－	－	－	－
	不明	1	*100.0*	－	－	－	－	－	－
果実仕入金額別	5000万円未満	4	－	25.0	－	25.0	－	－	*50.0*
	5000万～1億円未満	4	25.0	25.0	－	25.0	－	－	*50.0*
	1～2億円未満	4	－	*75.0*	25.0	－	－	－	25.0
	2～5億円未満	7	14.3	*71.4*	28.6	28.6	14.3	42.9	－
	5～10億円未満	6	16.7	*50.0*	16.7	16.7	－	－	33.3
	10～20億円未満	7	－	*57.1*	14.3	－	14.3	－	28.6
	20億円以上	4	25.0	*100.0*	25.0	75.0	－	－	－
	不明	4	－	*50.0*	25.0	－	－	－	25.0
販売先	量販店50%以上	11	18.2	*63.6*	18.2	27.3	9.1	18.2	18.2
	青果小売店50%以上	11	9.1	*36.4*	9.1	27.3	－	－	*36.4*
	果実専門店50%以上	3	－	*66.7*	33.3	33.3	－	－	33.3
	外食業者50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－
	業務需要50%以上	1	－	*100.0*	－	－	－	－	－
	転送50%以上	－	－	－	－	－	－	－	－

調　査　票

平成14年度
農林水産省　農林水産政策研究所委託

平成14年度　果実の流通コストと価格形成要因分析実態調査

～アンケート調査票（量販店）～

調査実施機関（社）食品需給研究センター

～調査協力のお願い～

この調査は、農林水産省農林水産政策研究所からの委託を受け、当センターが実施するものです。

近年、果実の消費・流通ルートが多様化する中で、仕入ルート別の流通コストのあり方も変化していると考えられます。そこで、本調査はみかんとりんごの流通段階でのマージンなどを調査し、その価格形成要因解明のための基礎資料を作成するものです。

つきましては、毎日お仕事でご多忙のところ誠に恐縮に存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご回答を賜りますようお願い申し上げます。

調査票にご回答の上 **平成１４年１１月３０日（土）** までに同封の返信用封筒にてご返信いただきますようお願い致します。

※なお、ご回答いただいた結果につきましては、守秘義務を遵守し、調査目的以外に利用いたしません。回答結果は全て統計処理しますので回答者にご迷惑をおかけすることはありません。

－　問い合わせ先　－

このアンケートは、社団法人食品需給研究センターが実施しております。お問い合わせは下記担当者までお願いします。

〒114-0024　東京都北区西ヶ原 1-26-3 農業技術会館
TEL 03-5567-1991　FAX 03-5567-1960
担当：鎌倉、松崎　E-mail:matsu@fmric.or.jp

※貴社の概要についてお答え下さい。

Q.1　貴社の形態について該当する番号に○印をしてください。
1. 総合スーパー　2. 食品スーパー　3. その他

Q.2　貴社の店舗の展開について該当する番号に○印をしてください。
1. 単一の都道府県に展開　2. 複数の都道府県に展開　3. 全国に展開

Q.3　貴社の本社がある都道府県名をお答え下さい。

※ 以下の設問は、基本的にみかん・りんごについての質問です。

問1　仕入状況について

貴社の仕入状況についてお答え下さい。

(1)貴社の**果実全体の仕入金額（平成13年）**について該当するものに○印をしてください。

1. 1000万円未満　2. 1000万～1億円未満　3. 1～10億円未満
4. 10～20億円未満　5. 20～50億円未満　6. 50～100億円未満
7. 100～200億円未満　8. 200～300億円未満　9. 300億円以上

(2)果実全体の仕入金額のうちみかんと、りんごの占める割合をお答え下さい。

みかん　　%　　りんご　　%

(3)仕入先別の購入金額割合をご記入下さい**（本部仕入・店舗仕入計、平成13年）**。

区分			果実全体	みかん	りんご
仕入先	市場	卸売業者	%	%	%
		仲卸業者	%	%	%
	市場外	場外業者・問屋・産地出荷業者	%	%	%
		JA(全農集配センター含む)	%	%	%
		任意組合・生産者個人	%	%	%
		その他	%	%	%
計			100%	100%	100%

(4)集配センター経由率

貴社の取扱うりんご、みかんのうち、集配センターを経由して店舗に搬入される割合をお答え下さい。

みかん　　%　　りんご　　%

問2　販売状況について

貴社のみかんとりんごの販売状況についてお答え下さい

(1)荷姿の割合についてその割合をお答え下さい**（平成13年金額ベース）**。

	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他	計
ア. みかん	%	%	%	%	%	100%
イ. りんご	%	%	%	%	%	100%

(2)包装・荷姿別の価格比

同一品種・アイテムでの包装・荷姿別の価格について、みかんについては「ネット」りんごについては「バラ売り」を100とした価格比をご記入下さい。

	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他
ア. みかん		基準 100			
イ. りんご			基準 100		

(3)りんご、みかんの販売価格の決め方について該当する項目一つに○印をしてください。

1. 仕入価格に準拠　　2. 競合他店の動向を見て決める
3. 一定期間(1週間など)、仕入価格の変動にかかわらず価格を変えない
4. 店舗で客層などを判断して値頃感で決める　　5. その他(　　)

(4)マージン率(値入率)**(平成13年)**

果実全体の平成13年の平均マージン率(値入率)について該当するものに○印をしてください。

なおマージン率は**(売上金額－仕入金額)／売上金額**です。

果実全体	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20～25%未満　6. 25～30%未満　7. 30～35%未満　8. 35～40%未満 9. 40～45%未満　10. 45～50%未満　11. 50%以上

また、みかんとりんごのマージン率(値入率)について、①値入率ごとの販売額構成比、もしくは②平均マージン率(値入率)でお答え下さい。

(①または②のどちらかにお答え下さい。)

①値入率ごとの販売額構成比をご記入下さい。

値入率	～10%未満	10～20%未満	20～30%未満	30～40%未満	40～50%未満	50～60%未満	60%以上	計
ア. みかん	%	%	%	%	%	%	%	100%
イ. りんご	%	%	%	%	%	%	%	100%

②平均マージン率(値入率)該当するものに○印をしてください。

ア. みかん	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20～25%未満　6. 25～30%未満　7. 30～35%未満　8. 35～40%未満 9. 40～45%未満　10. 45～50%未満　11. 50%以上
イ. りんご	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20～25%未満　6. 25～30%未満　7. 30～35%未満　8. 35～40%未満 9. 40～45%未満　10. 45～50%未満　11. 50%以上

(5)仕入価格水準の変化によるマージン率(値入率)の変化について、該当するものに○印をしてください。

	a.仕入価格水準が高くなった時、 マージン率の幅を	b.仕入価格水準が安くなった時、 マージン率の幅を
ア. みかん	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない
イ. りんご	1.大きくする　2. 小さくする　3. 変えない	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない

(6)貴社における5年間のマージン率(値入率)の変化について、該当するものに○印をしてください。

ア. みかん	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない
イ. りんご	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない

問3　販売経費について

果実部門(又は青果部門のどちらかお答えいただける部門)についてお答え下さい。

(1)最近5年間の販売管理費の変化について、該当するものに○印をしてください。

1. 増加傾向にある　2. 減少傾向にある　3. 変化していない

(2)a. 販売管理費の中で増加している費目に○印をしてください。**(5年間比較、複数回答○印いくつでも)**

1. 店舗経営費　2. 人件費　3. 包装資材費　4. 運送費　5. 販売促進費
6. その他経費 (　　)

b. 販売管理費の中で減少している費目に○印をしてください。**(5年間比較、複数回答○印いくつでも)**

1. 店舗経営費　2. 人件費　3. 包装資材費　4. 運送費　5. 販売促進費
6. その他経費 (　　)

問4　ロス(減耗)率について

ア. みかん、イ. りんごについてのロス(減耗)率をご記入下さい。

	a.物的減耗(廃棄)は仕入数量の	b.経済的減耗は(値引き)は売上金額の
ア. みかん	約　　%	約　　%
イ. りんご	約　　%	約　　%

平成14年度
農林水産省　農林水産政策研究所委託

平成14年度　果実の流通コストと価格形成要因分析実態調査

～アンケート調査票（専門小売店）～

調査実施機関（社）食品需給研究センター

～調査協力のお願い～

この調査は、農林水産省農林水産政策研究所からの委託を受け、当センターが実施するものです。

近年、果実の消費・流通ルートが多様化する中で、仕入ルート別の流通コストのあり方も変化していると考えられます。そこで、本調査はみかんとりんごの流通段階でのマージンなどを調査し、その価格形成要因解明のための基礎資料を作成するものです。

つきましては、毎日お仕事でご多忙のところ誠に恐縮に存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご回答を賜りますようお願い申し上げます。

調査票にご回答の上 **平成１４年１１月３０日（土）** までに同封の返信用封筒にてご返信いただきますようお願い致します。

※なお、ご回答いただいた結果につきましては、守秘義務を遵守し、調査目的以外に利用いたしません。回答結果は全て統計処理しますので回答者にご迷惑をおかけすることはありません。

－　問い合わせ先　－

このアンケートは、社団法人食品需給研究センターが実施しております。お問い合わせは下記担当者までお願いします。

〒114-0024　東京都北区西ヶ原 1-26-3 農業技術会館
TEL 03-5567-1991　FAX 03-5567-1960
担当：鎌倉、松崎　E-mail:matsu@fmric.or.jp

※貴社の概要についてご記入下さい。

Q.1 貴社の形態について該当する番号に○をしてください。

1. 青果小売店　2. 果実専門店　3. その他

Q.2 貴社がある都道府県名をご記入下さい。

※ 以下の設問は、基本的にみかん・りんごについての質問です。

問1　仕入状況について

(1)貴社の**果実全体の仕入金額（平成 13 年）**について該当するものに○印をしてください。

1. 500 万円未満　　2. 500～1000 万円未満　　3. 1000～2000 万円未満
4. 2000～3000 万円未満　　5. 3000～5000 万円未満　　6. 5000 万円以上

(2)果実仕入金額のうちみかんと、りんごの占める割合をご記入下さい。

みかん　　%　　りんご　　%

(3)仕入先別の購入金額割合をご記入下さい**（平成 13 年）**。

区分			果実全体	みかん	りんご
仕入先	市場	卸売業者	%	%	%
		仲卸業者	%	%	%
	市場外	場外業者・問屋・産地出荷業者	%	%	%
		JA(全農集配センター含む)	%	%	%
		任意組合・生産者個人	%	%	%
		その他	%	%	%
計			100%	100%	100%

問2　販売状況について

貴社のみかんとりんごの販売状況についてお答え下さい。

(1)荷姿の割合についてその割合をご記入下さい**（平成 13 年金額ベース）**。

	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他	計
ア. みかん	%	%	%	%	%	100%
イ. りんご	%	%	%	%	%	100%

(2)包装・荷姿別の価格比

同一品種・アイテムでの包装・荷姿別の価格について、みかんについては「ネット」、りんごについては「バラ売り」を100とした価格比でご記入下さい。

	包装パック	ネット	バラ売り	箱単位	その他
ア. みかん		基準 100			
イ. りんご			基準 100		

(3)りんご、みかんの販売価格の決め方について主な項目一つに○印をしてください。

1. 仕入価格に準拠　　2. 競合他店の動向を見て決める
3. 一定期間(1週間など)、仕入価格の変動にかかわらず価格を変えない
4. 店舗で客層などを判断して値頃感で決める　　5. その他(　　)

(4)マージン率(値入率)**(平成13年)**

果実全体の**平成13年**の平均マージン率(値入率)について該当するもの一つに○印をしてください。

なお、マージン率は**(売上金額－仕入金額)／売上金額**です。

果実全体	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20～25%未満　6. 25～30%未満　7. 30～35%未満　8. 35～40%未満 9. 40～45%未満　10. 45～50%未満　11. 50%以上

みかんとりんごの平均マージン率(値入率)について該当するもの一つに○印をしてください。

ア. みかん	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20～25%未満　6. 25～30%未満　7. 30～35%未満　8. 35～40%未満 9. 40～45%未満　10. 45～50%未満　11. 50%以上
イ. りんご	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20～25%未満　6. 25～30%未満　7. 30～35%未満　8. 35～40%未満 9. 40～45%未満　10. 45～50%未満　11. 50%以上

(5)仕入価格水準の変化によるマージン率(値入率)の変化について、該当するものに○印をしてください。

	a.仕入価格水準が高くなった時、マージン率を－	b.仕入価格水準が安くなった時、マージン率を－
ア. みかん	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない
イ. りんご	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない	1. 大きくする　2. 小さくする　3. 変えない

(6)貴社における5年間のマージン率(値入率)の変化について、該当するものに○印をしてください。

ア. みかん	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない
イ. りんご	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない
ウ. 果実全体	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない

問3　販売経費について

果実部門(又は青果部門のどちらかお答えいただける部門)についてお答え下さい。

(1)最近5年間の販売管理費の変化について、該当するものに○印をしてください。

1. 増加傾向にある　2. 減少傾向にある　3. 変化していない

(2)a. 販売管理費の中で増加している費目に○印をしてください。**（5年間比較、複数回答○印いくつでも）**

1. 店舗経営費　2. 人件費　3. 包装資材費　4. 運送費　5. 販売促進費
6. その他経費（　　）

b. 販売管理費の中で減少している費目に○印をしてください。**（5年間比較、複数回答○印いくつでも）**

1. 店舗経営費　2. 人件費　3. 包装資材費　4. 運送費　5. 販売促進費
6. その他経費（　　）

問4　ロス（減耗）率について

ア. みかん、イ. りんごについてのロス(減耗)率をご記入下さい。

	a.物的減耗(廃棄)は仕入数量の	b.経済的減耗は(値引き)は売上金額の
ア. みかん	約　　%	約　　%
イ. りんご	約　　%	約　　%

平成14年度
農林水産省　農業政策研究所委託

平成14年度　果実の流通コストと価格形成要因分析実態調査

～アンケート調査票（仲卸業者）～

調査実施機関（社）食品需給研究センター

～調査協力のお願い～

この調査は、農林水産省農林水産政策研究所からの委託を受け、当センターが実施するものです。

近年、果実の消費・流通ルートが多様化する中で、仕入ルート別の流通コストのあり方も変化していると考えられます。そこで、本調査はみかんとりんごの流通段階でのマージンなどを調査し、その価格形成要因解明のための基礎資料を作成するものです。

つきましては、毎日お仕事でご多忙のところ誠に恐縮に存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご回答を賜りますようお願い申し上げます。

調査票にご回答の上 **平成１４年１１月３０日（土）** までに同封の返信用封筒にてご返信いただきますようお願い致します。

※なお、ご回答いただいた結果につきましては、守秘義務を遵守し、調査目的以外に利用いたしません。回答結果は全て統計処理しますので回答者にご迷惑をおかけすることはありません。

－　問い合わせ先　－

このアンケートは、社団法人食品需給研究センターが実施しております。お問い合わせは下記担当者までお願いします。

〒114-0024　東京都北区西ヶ原 1-26-3 農業技術会館
TEL 03-5567-1991　FAX 03-5567-1960
担当：鎌倉、松崎　E-mail:matsu@fmric.or.jp

※貴社の概要についてご記入下さい。

Q.1　貴社の取扱部類について該当する番号すべてに○をしてください。

1.　野菜　　2.　果実　　3.　その他（　　）

Q.2　貴社がある都道府県名をご記入下さい。

※以下の設問は、基本的にみかん・りんごについての質問です。

問1　販売状況について

(1)貴社の**果実全体の販売金額（平成13年）**についてご記入下さい。

1. 5000万円未満　　2. 5000万～1億円未満　　3. 1～2億円未満
4. 2～5億円未満　　5. 5～10億円未満　　6. 10～15億円未満
7. 15～20億円未満　　8. 20～30億円未満　　9. 30億円以上

(2)果実販売金額のうちみかんと、りんごの占める割合をご記入下さい。

みかん　　%　　りんご　　%

(3)販売先別の割合をご記入下さい。(平成13年金額ベース)。

区分		果実全体	みかん	りんご
販売先	量販店	%	%	%
	青果小売店	%	%	%
	果実専門店	%	%	%
	外食業者	%	%	%
	業務需要(加工業者など)	%	%	%
	転送	%	%	%
	その他	%	%	
計		100%	100%	100%

(4)量販店への販売の中で、量販店の集配センターに納品する割合についてご記入下さい**（平成13年）**。

みかん　　%　(量販店への販売額を100)　　りんご　　%　(量販店への販売額を100)

(5)販売の中で、パッキングして納品しているものの割合についてご記入下さい**（平成13年）**。

みかん　　%　(全体の販売額を100)　　りんご　　%　(全体の販売額を100)

パッキング費用の中で貴社が回収している割合についてご記入下さい**（平成13年）**。

みかん　　%　(パッキング経費を100)　　りんご　　%　(パッキング経費を100)

(6)販売の中で、貴社自らが配送をしている割合についてご記入下さい（**平成13年**）。

みかん　　%（全体の販売額を100）　　りんご　　%（全体の販売額を100）

配送費用の中で貴社が回収している割合についてご記入下さい（**平成13年**）。

みかん　　%（配送経費を100）　　りんご　　%（配送経費を100）

(7)マージン率(値入率)(平成13年)

果実全体の平成13年の平均マージン率(値入率)について該当するものに○印をしてください。

なお、マージン率は**(売上金額－仕入金額)／売上金額**です。

果実全体	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20%以上

みかんとりんごの平均マージン率(値入率)について該当するものに○印をしてください。

ア. みかん	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20%以上
イ. りんご	1. 5%未満　2. 5～10%未満　3. 10～15%未満　4. 15～20%未満 5. 20%以上

(8)貴社における5年間のマージン率(値入率)の変化について、該当するものに○印をしてください。

ア. みかん	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない
イ. りんご	1. 拡大傾向にある　2. 縮小傾向にある　3. 変化していない

問2　販売経費について

果実部門(又は青果部門のどちらかお答えいただける部門)についてお答え下さい。

(1)最近5年間の販売管理費の変化について、該当するものに○印をしてください。

1. 増加傾向にある　2. 減少傾向にある　3. 変化していない

(2)a. 販売管理費の中で増加している費目に○印をしてください。**(5年間比較、複数回答○印いくつでも)**

1. 店舗経営費　2. 人件費　3. 包装資材費　4. 運送費　5. センターフィ
6. 販売促進費(協賛金、従業員派遣含む)　7. その他経費（　　）

b. 販売管理費の中で減少している費目に○印をしてください。**(5年間比較、複数回答○印いくつでも)**

1. 店舗経営費　2. 人件費　3. 包装資材費　4. 運送費　5. センターフィ
6. 販売促進費(協賛金、従業員派遣含む)　7. その他経費（　　）

問３　ロス（減耗）率について

ア．みかん、イ．りんごについてのロス(減耗)率をご記入下さい。

	a.物的減耗(廃棄)は仕入数量の	b.経済的減耗は(値引き)は売上金額の
ア．みかん	約　　%	約　　%
イ．りんご	約　　%	約　　%

※　ロスには返品なども含みます。

平成15年8月28日　　印刷・発行

行政対応特別研究［果実］プロジェクト研究資料　第1号

果実の小売流通コストと価格形成要因に関する実態調査報告書

――アンケート調査結果分析を中心に――

編集発行　農林水産省　農林水産政策研究所

〒114－0024　東京都北区西ヶ原2丁目2－1

電話　東京　（03）3910－3946

FAX　（03）3940－0232

有限会社 ソウユー印刷