



我が国における食品流通システムに関する基本分析

齊藤, 昭

(Citation)

神戸大学農業経済, 24:127-152

(Issue Date)

1989-12

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/00178195>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/00178195>



我が国における食品流通システムに関する基本分析

齊 藤 昭

1. はじめに
2. 我が国の食品流通の構造特性
3. 流通構造のダイナミックな変化
4. 食品流通の効率性
5. 食品流通の商慣行
6. 食品流通の機能・役割と今後の方向

1. はじめに

我が国1億2000万人の国民に日々食料を供給している食品関連産業（農漁業、食品製造業、食品流通業、外食産業等）は、国内総生産（GDP）ベースで約40兆円と我が国全体のGDPの13%をしめる一大産業となり、食生活の多様化、高度化に当たって大きな役割を果たしている。このうち、農漁業・食品製造業等の生産サイドと消費者サイドとの架け橋となっている食品流通業（食品卸売業、小売業）は、食品関連産業全体のGDPの約3割を占めるに至っている。

一方、近年、国際化の進展のもとで、我が国流通機構を非関税障壁であるとする指摘が各方面からなされているが、流通機構を検討するためには、流通産業全体のGDPにおいても約3割を占め、流通全体の特性そのものを大きく規定している食品流通の基本構造や特性を分析することが不可欠である。

このため本論では、流通の中でもとりわけ“食品関連産業の一翼を担わざるを得ないことから生じる食品流通の特異性”に焦点をあて、欧米との比較を交えてその分析を行なう。

2. 我が国の食品流通の構造特性

近年、世界経済の相互依存関係が強まる中で、各国の食品流通構造にはかなり共通した現象が生じているが、我が国独特の消費構造や都市構造など多様な要素の相互作用により、いわば“日本型食品流通システム”ともいえるような特徴も存在している。

(1) 食品流通業の地位

我が国食品関連産業は、農漁業を始め、食品製造業、外食産業及び食品流通業により構成されているが、これらのGDPの時系列的な変動を部門別に見ると、現在では、食品流通業が農漁業を抜き最大のシェアを持つにいたっている（表1）。これは、多様かつ高度化しつつある食生活を維持していくにあたって川下に位置する流通部門の役割が高まっていることを示している。この食品流通業は、機能面からみると食品小売業、食品卸売業に分類される。このうち消費者に直接商品を手渡す食品小売業は、商店数が約67万店で全小売業の約4割、年間販売額は約32兆円で全小売販売額の約3割を占めている。一方、これらの食品小売業及び、外食、学校給食等に食材を卸している食品卸売業（加工、生鮮卸売業）は、商店数が約9万店、年間販売額が約88兆円でそれぞれ全卸売業の約2割をしめている。このように食品小売業、食品卸売業は、いずれも流通産業全体の中で重要な地位を占めている（表2）。

(2) 食品小売業

我が国食品小売業は、以下に検討するように、店舗の零細性、生業性、多数性といった特性を有しており、これらの各要素は相互に関連しながら我が国独特の食品小売業の構造を作り上げている。

1) 構造特性

㊦小規模零細性

我が国の食品小売店数は、全小売店数（約162万店）のうち約4割を占め、小売業を構成する各業種のうち最大の業種となっている。これに対し米国の場合、

小売業全体に占める食品小売業の割合は2割を切っている（我が国と英・仏とはほぼ同程度）。これを従業員数規模別にみると、米国では小規模食品小売（従業員1～2名）の構成比が3割を切っているのに対し、我が国の場合は6割強と高く、その小規模零細性が伺われる（表3）。（1店舗当たり売上高をみても米国の2億5400万円に対し、我が国は4800万円）（1\$ = 249円 1982年）

また、食品小売業の約8割が個人経営であり、約6割が常時従業者を雇用していないことなどからみて、このような小規模零細小売店のほとんどは家族労働を背景にして成立しており、極めて生業性が強いものと推察される。

④専門店性（商品別流通ルートの存在）

各種の食品小売業種が当該業種品目にどれほど特化しているかを示す「専門化比率」（例えば、食肉小売店であれば全販売額のうちの食肉販売が占める比率）をみると全般的にその専門化比率は高く、時系列的にみてもほとんどの業種において比率の著しい変化（低下）は見出せない。これは後に見るように、我が国食品流通が消費構造の特徴に規定されているとともに、比較的強固な縦の業種別流通ルートが存在していることを伺わせる。

⑤多数性

国土条件や小売業成立の歴史的背景が異なるとはいえ、米国の場合、国土面積（100k m²）当たり約3店の食品小売店が存在するのに対し、我が国においては約160店もの店舗が存在している。人口（1万人）当たりでみると米国の10店に対して我が国は50店以上存在している。いずれにせよ、これらの数値からは我が国食品小売業の店舗密度の高さが明らかとなる（表4）。

2) 食品小売業の構造特性の形成要因

1)の㉖～㉙の特性の形成要因としては、以下の㉖～㉙の理由を指摘しうる。

㉖我が国消費者の購買属性

鮮度と献立の多様性を重視する我が国の消費者の多くは、住居スペースの制約から在庫保有コストが高いこともあり「多頻度少口購買」という消費行動をとるとともに、「品質・販売上の付随サービスの重視」、「継続的取引関係の重視」といった消費行動上の特徴を有している。こうした消費者の購買行動やそれを

反映した店舗選択基準のおかげで比較的狭い地域に限定された商圈が成立し、同一商圈内には異なった業種の専門小売が1セット（例えば、八百屋、魚屋、肉屋、米屋等の組み合わせ）成立するといった我が国特有の食品小売店立地パターンが形成されるに至っている。

④都市形成パターン

主要先進国の中では、人口規模との関係で我が国の国土面積は最も狭く、可住地面積は全国土の20%以下にすぎない。この可住地面積部分に、人口稠密部分が多数存在する結果、規模の経済性の追求等の観点から、陸上交通において公共交通機関（特に鉄道）が発達してきた。この結果、駅前商店街等の形で商業と公共交通機関との関係が強まったのに対し、商業とモータリゼーションの結合は相対的に微弱な関係で推移することになった。また、1969年に施行された都市計画法も自動車交通依存度の強い郊外型商業の形成にとっては制約的条件となったものとみられる。

⑤量販店の動向

我が国食品流通の小規模零細性を検討する場合には、戦後の量販店の動向にも留意する必要がある。

1つは従来から、我が国量販店が必ずしも低価格追求的ではなかったことである。特に生鮮食料品については、取扱上のリスク等の関係から一般小売店に比べ相対的に割高である状態が量販店形成時から現在に至るまで比較的長い間続いている。2つは、大店法などの各種法的規制が存在したことである。特に大店法については、大規模店の出店を困難にし、中小企業の存続にとって有利に働くことになった他、小型で機動力のあるCVS等の拡大に結果的に貢献することになった。（なお、大店法のような規制は諸外国にも存在するが、例えばフランスのロワイエ法などは商業従事者に対する社会保障条項を持っており中小店の高齢経営者が商業から不安なく退出できるシステムとなっている。）

(3) 食品卸売業の構造特性

食品小売及び外食産業に食材を卸している食品卸売業の商店数は、1988年で約9万6000店に達している。小売商店数の多数性等を反映し、人口当たり卸売

商店数も諸外国に比べて極めて多くなっている。

食品卸売業は統計上大きく、「農畜産物・水産物卸売業」と「食料・飲料卸売業」とに分かれ、前者には主として生鮮食品を扱う卸売業が含まれ、後者は加工食品を扱う卸売業で構成されている。

その構造特性に従業員数規模別の商店数分布でみると、農畜産物・水産物卸売業、食料・飲料卸売業ともに、従業員10人未満の中小商店が約7割を占め、その小規模零細性がうかがえる。従業員数規模別の販売額分布でみると、従業員10人未満クラスは、農畜産物・水産物卸売業で約1割5分弱、食料・飲料卸売業で約2割を占めており、全体的にみると、食料・飲料卸売業よりも農畜産物・水産物卸売業の方が生産・出荷単位の大規模化・組織化等を反映して従業員数別階層の上位に集中的であるといえる。

なお、その経営形態をみると、個人商店が4割ないしはその近くを占め、従業員を雇っていない家族経営が2割程度を占めている。いずれも、他の分野の卸売業よりその比重が大きく、相対的に高い生業性がうかがえる。食品卸売業のこのような生業性は、既に述べた食品小売業の生業性に対応している。

食品卸売業の業種構成をみると、「野菜卸売業」、「果実卸売業」、「食肉卸売業」、「生鮮魚介卸売業」といった生鮮食品を扱う卸売業の商店数が多い。これらの多くは、卸売市場において主に集荷機能を担う卸売業者ないし評価・販売機能を担う仲卸業者として位置づけられている。現在、生鮮食品の大宗は中央市場を中核とした卸売市場を経由しており、この意味で、卸売市場は生鮮食品流通の「社会的メーンシステム」と位置づけられ、こうした卸売市場の存在それ自体が卸売業の特色を強く規定している。例えば、生鮮食品を扱う卸売業の中でも、「生鮮魚介卸売業」の商店数が最も多い。これは、水産物流通においては消費市場の他に産地市場が形成されており、卸売過程が、より多段階になっていることによる。

3. 流通構造のダイナミックな変化

(1) 規模構造等の変化

食品流通においては、新規参入が比較的容易な産業として従来から、かなり

の規模で参入退出の新旧入れ替わりが生じているが、近年とくに退出店舗数が参入店舗数を上回る状況となっている。その結果として総数は減少傾向に転じ、この傾向はとくに中小小売店で著しくなっている。

また、既に指摘したように従来おおむね徒歩圏内限りの商圈が成立していたが、モータリゼーションの発達や郊外型大規模ショッピングセンターの増加のもとで商圈が拡がり、商業集積間の競争が激化している。

(2) 業態構造の変化

商業統計表品目編から「各種食料品小売業」における主要業種品目の市場占有率を算出し、その推移をみると、すべての品目について、その市場占有率が高くなっている。この点から見て、食品小売店においては、スーパー、CVS等の“多品目小売形態”の拡大が一つの基調になっていることがわかる。しかし、その一方で、ベーカリーに代表される「パン製造小売」、調理食品のテイクアウト販売を行う「料理品小売業」など差別化された小売サービス技術を有する小売業態の当該品目に対する専門化率も高まっており、その結果、「総合化」と「専門化」の二極化構造の深化が進行している。

(3) 卸の役割の変化と機能分担関係の変化

欧米の食品流通が、小売・メーカー主導型で卸売等中間流通を排除する形で発達してきたのに対し、我が国の場合、需給調整、信用保障等で大きな役割を果たしてきた伝統的流通機構（含、卸売市場）がその核の部分を残したまま活用される形で推移してきている。しかも、近年、多品種少量流通が拡大する中で消費・生産両サイドの“情報の束”が集積する卸売部門の戦略上の重要性が改めて認識（再発見）されつつある。こうした状況下、卸売機能（卸売業ではない）を巡る川上・川下からの争奪戦が強まってきており、この結果、食品流通各部門の機能分担は大きく変化している。

4. 食品流通の効率性

(1) 労働生産性

流通の効率性を測る指標の一つに労働生産性がある。我が国の食品小売業の1人当たり販売額（Output/Input）をみると1200万円となり諸外国（米国：2600万円）と比べてもかなり低いものとなっている。（1\$ = 227円 1980年）

ただし、こうした比較が可能となる前提としては厳密には㊦品揃え、小分け、配送等の諸サービスが一定、㊧独占的価格設定が行われていない（完全競争）㊨当該流通部門以外の者の貢献（広告等）が排除されている等の各種条件が満たされていることが必要である。しかしながら、もちろん現実にはそのような可能性は存在しない。労働生産性を測定する場合にはこうした問題点に留意する必要があるが、このような限界を踏まえた上で卸の従業員数規模別労働生産性を比較してみると、個人経営卸の生産性向上の遅れに比してシステム化の進んだ法人卸の生産性が相対的に上昇している事実を認めることができる（図1）。

(2) 多段階性とW/R比率

流通の効率化を評価する場合、国際的にも比較的よく利用されるものにW/R（W：卸の総販売額/R：小売の総販売額）比率がある。

W/R比率のWは卸－卸間取引を経由する毎に増大する。従って、W/R比率が大きい程、卸売の段階数（卸－卸間取引の経由数）が多くなっていることが推察できる。

表5、表6にみるように、我が国食品流通のW/R比率は、諸外国に比べて高く、かつ、ほぼ一定の比率で推移している。

ただし、実際のW/R比率には商業統計の性格上、次の様な問題が存在している。

① W/R比率のうち、W（卸の総販売額）については、所有権移転を前提とした数値を利用すべきであるが、実際には、「商業統計表」が事業所単位統計であることから、本支店間移動がカウントされている。したがってより現実接近するためには、これを控除する必要がある。（「商業統計表」の経路別統計編で時系列的にみると本支店間移動が増加しているため、修正したWはやや小さ

くなるものと推測される)。

② W/R 比率のうち、 R については、小売業販売額のみであり、外食産業、輸出等の販売額がカウントされていないが卸の販売先が小売だけではないことを考えれば、厳密にはこれを加える必要がある。(近年の外食産業の成長等から、修正した R はやや大きくなるものと推測される)。

このため、適切な修正を加えた W/R 比率を作成することが必要となるが「商業統計表」の限界もあり、実際にはこれが不可能である。このため、一次接近として法人経営に限定されたデータを作成すると表6のようになり、 W/R 比率自体低く、かつ時系列的にはほとんど上昇していないという結果を得る。

(3) 迂回度と $\mu = w/W$ 比率

流通段階が多段階であるかどうかは W/R 比率で一定の説明が可能であるが、その迂回度については卸総販売額 (W) に占める卸売迂回販売額 (w) [卸売の販売先が卸売業者である場合の計] の比率 ($\mu = w/W$) を検討することが有効である。これで見ると、食品流通の μ は流通全体の μ より大きくその迂回性は高いことがわかる。しかし食品流通の μ 値は近年減少に転じており、1次卸から小売へのダイレクトな流通が拡大するなどの、構造変化の兆しを読み取ることができる。

なお、この μ と先の W/R 比率の関係は、式の定義から $W/R = 1/(1 - \mu)$ となる。しかし、この関係は自由度 = 0 の線形関係であるので、 μ が減少して W/R 比率が変化しないという結果は一見矛盾しているかのように見える。これは、小売業のマージンを無視した定義自体の欠陥であり、より現実に接近するためには小売業のマージン (r) を算入する必要がある。これによれば、 $W/R = 1/(1 - \mu)(1 + r)$ となる。これより、 μ が減少しても W/R が変化しない場合には r は減少する。これは、1980年代前半に小売業の収益率が大きく減少した事実と合致する。こうした点を考慮すれば、流通段階数は、基本としては減少傾向にあるものとみられる。

なお、図2は小売のマージンが散乱要因として存在する W/R 比率の限界を克服するため、卸から小売への総販売額と、同じく小売への迂回販売額との比

率をみたものである。

(4) 多段階性と効率性

以上、(2)～(3)の検討の結果、我が国食品流通の迂回度や流通段階数にはやや低下の兆しがあることが明らかになったが、諸外国との比較においてその多段階性の特色は依然として解消したとはいえない。我が国食品流通（卸売）業におけるこうした多段階性は、消費者の「多頻度・少量買い」等に対応すべく広範に分布している多数の小売店舗に、鮮度が重視される食品を社会的ロスを最小限にしつつ頻繁かつ効率的に供給する必要上、多段階にわたる“リスク分散”と“卸売間の機能分担”が不可欠であったことによるものとみられる。このことについては、我が国の卸売機関が諸外国にみられるように単なる商取引機能のみを担うペーパーブローカーではなく、取引に伴う決済、物流、品揃え（含、流通加工）機能など多様で高度な機能の発揮が求められてきたことや、卸と仲卸の機能分担を前提とした卸売市場システムがその社会的有効性を求めて人為的に形成されてきたことにも留意する必要がある。

なお、小売の多数性のもとでこうした多数の卸が存在する必要性は、「取引単位最少化の原則」が教えるところである。すなわち、小売とメーカーが直接取引するよりも、両者の間に卸が存在すれば取引のネットワーク数や取引費用を社会的に節減することが出来、トータルとしての効率性が得られることになる。

しかし、この原則からは、卸が存在することの合理性は説明できても、どの程度の卸が存在するべきかの問には答えられない。どの程度の卸が必要であるかは、「小売の数や業態の多様性」あるいは「卸の取引管理能力の限界」等、主に小売との関係に大きく規定されているものとみられる。

ここで、卸の店舗数と小売店舗数の比率をとると、国際的にはほぼ同程度の比率となり、消費構造等の特性を反映した、小売の多数性を前提とすれば、卸の店舗数を独立に引き出して過多であるとの結論は得られない（表7）。

(5) マージン率

流通の効率性を検討する場合、流通マージン率（小売、卸の1次的取分）の検

討も避けて通れない。図3は流通マージンの特徴をみるため小売価格とマージン率の変化を時系列的にみると、価格の変動に対して一定の「マージン額」を確保しようとする傾向から価格が低迷した場合生産者サイドにしわよせがくるといふ基本的特性が存在しており、マージン率それ自体は年々大きく変動している。従って、マージン率の国際比較をみるにはその比較年次にも十分注意をする必要がある。こうした点に配慮し、ほぼ同様な食品について日米のマージン率を比較すると国土条件の差から米国の運送コストがやや高いのを除けばマージン率はほぼ同程度となっている（表8）。

このようにマージン率をみる限り、必ずしも我が国の流通の効率が諸外国と比べて相対的に劣っているとの結論は得られない。

ただし、マージン率が同程度でも、小売価格に差があれば、マージン額は異なることに注意する必要がある。このため、次に諸外国との小売価格の差、即ち内外価格差を検討する必要がある。

(6) 内外価格差

内外食品価格を比較する方法としては、①品目別の単純な比較、②「購買力平価」による比較、③「労働時間」による比較、等の方法がある。

まず、①による比較を行えば、内外価格差が顕著にでるが、これについては、食生活パターンの相違や食料品の品質格差、購買単位の差等により、他国と同一条件での比較は困難であるといった問題がある（表9）。

これに対して②は、①で問題となる内外の食生活パターンの相違に起因する誤差を解消するため、ある一定の財・サービスの組み合わせ（バスケット）に統一して比較する試みである。購買力平価により内外価格差を測定しても①と同様その差が存在するとの結論を得るが（表10）、購買力平価についてはそれ自体、為替レートの変数としての自己矛盾からのがれない他、カバーすべき商品選択の偏り（一般的に欧米中心の選択となりやすい）や、カバレッジ（食品で3割未満）の低さ、などの問題を抱えている（表11）。

一方、③は②で問題となる為替レートの影響を排除しようとする一つの試みである。これによれば、採用する労働時間の測定等に問題があるものの、①、②

と異なり、内外の差はそれほど存在しないとの結論が得られる（表12）。

以上、結論から言えば、いずれの測定方法にも限界が存在しており、現在の分析手法では内外価格差が存在するともしないとも断定できない。

いわゆる内外価格差の“実状”は以上のとおりであるが、内外価格差の“原因”を考えるには、やや基本に立ち返ってみる必要がある。例えば、完全競争の世界経済モデルの中で当該商品が「純粋な貿易財」であれば、内外価格差は限りなく0に収斂することは理論経済学の提供する基本メッセージの1つである。ここで純粋な貿易財とは、①物理的（流通技術）制限がない。②制度的（公的規制等）制限がない。③流通構造が相等しい（流通段階で利用される非貿易財の利用条件が同一）などである。

しかしながら、現実の経済の中ではもちろんこうした純粋な貿易財は存在しない。食品の場合、ジャーナリスティックな意味合いもあり、②の公的規制、とりわけ農産物の価格支持制度等が問題視されてきた。実際、パン1つとってみてもわかるとおり、②の問題をはるかに超えて、鮮度保持の関係で、①が制約的条件となっている。さらに、それ以上に流通で利用される非貿易財の利用条件が異なっている。

ここで、非貿易財の利用条件が異なる場合とは、例えば、土地代（テナント代）、公益コスト、労賃その他の流通に利用される財の価格が国によって異なっている場合である（表13～15）。

実際のところ、食品流通にとって与件であるこうした諸コストが諸外国と比べきわめて高く、たとえ内外価格差が存在し、その結果として流通のマージン額が高いとしてもそのすべてを食品流通の責に帰すことはできない。

（7）流通選別性

食品流通一般に効率上問題がないとしても、輸入食品流通が国産食品流通とは異なったチャンネルを利用せざるを得ないとすれば問題が残ることになる。これについては、図4のように輸入品について輸入業者が介在することを除けば両者の流通段階数、マージン率ともほぼ同程度であり、両者に明確な差は存在していない。

(8) 流通効果（パフォーマンス）

以上（1）～（5）で主に流通の効率、コスト（費用）面に重点を置いた検討を行ってきたが流通を評価する基準としてはパフォーマンス（効果）にも注目する必要がある。

小売業におけるパフォーマンスとしては①商品サービスの内容充実や快適な買物空間の提供といった“機能面での充実”の他②多様な商品の品揃えを前提とした多様な商品の選択可能性、あるいは又、多様な業態の存在を前提とした商品の選択可能性（同一の商品についても営業時間帯、取扱商品の価格帯、包装・配達等のサービス等について多様な商店が多数存在する）といった“選択自由度の高さ”を上げることができる。

特に②の後者の“商店の選択自由度”はこれまで比較的軽視されてきた視点であるが、買物における地理的、時間的便利性は小売成果の重要なファクター（低所得者、老人、身体障害者等の社会的弱者にとって不可欠）であることからみれば、我が国食品流通の多数性はこの観点からも再評価される必要がある。

5. 食品流通の商慣行

我が国食品流通は、取引の継続性・反復性や安定性を重視しており、「市場」的取引のなかに「組織」的取引が組み込まれた取引形態が一般化している。そして、取引の継続により形成される相互理解や取引上のノウハウの蓄積を前提に「不確実性」の解消を図り、「長期的にトータルとしての利益の最大化」を図る“意志決定の共同化”が追求されてきた。そして、この場合、厳密な契約書は作成されず、“この部分で損をしても、他の部分で得をする”といった臨機応変の対応（最適ナリスクシェアリングのルール化）が図られている。生活必需品的性格が強い食品の場合、たとえ需給逼迫が生じて、一定の範囲内で安定供給を保証するこのシステムの存在意義は大きなものがある。この意味で、我が国食品流通取引システムは、ファジー（あいまいさ）の中にトータルとしての効率性と有効性が貫かれる、合理的なシステムとして形成されてきたといえるし、その商慣行は従来言われてきたように単に歴史的、文化的に形成されて

きたものというよりは、むしろ経済的合理性、あるいは社会的有効性を求めて形成されてきたものであるといえる。なお、一口に商慣行といっても具体的には返品、系列化等多様な形態の商慣行が存在している。

(1) 返品

食品の中でも加工食品の一部に返品制が存在する。返品制が生まれた背景としては、メーカーの売込が需要を超えて行われたことや消費者市場の需給に対して小売の販売力が不十分であったこと等、メーカーと小売の各々複雑な事情によるものである。

こうした返品制については、①価格の下方硬直性②返品を受ける事業者の不利益の発生、等の問題点を有しているものの、

①需給調整の円滑化（需要と供給の迅速かつ的確なマッチング）

②非ブランド品の市場へのアクセスの容易化などのメリットを有しており、その是非に関する判断は容易ではない。

(2) リベート

我が国のリベートは、金銭支払における“時差”の問題を別にすれば、米国のアローワンスに近い概念であるが、メーカー等から商店等へその販売額の多寡に応じて支払われる（累進リベート）とか、メーカー等の販売に対する商店等の協力度合に応じて支払われる（忠誠度リベート）等、多様な形態が存在している。こうしたリベートの種類、方法のいかんによってはメーカーによる流通業の系列化を促し、また建値制と相まって消費者価格の硬直化をもたらす可能性があることや、更にしばしば支払基準が不明確であり、リベート体系が複雑である等の問題がある。

(3) 流通系列化

食品流通の場合、加工食品流通を中心として、取引の継続性の観点から“特約店”という形で一定の系列は存在しているものの、家電等其他の商品流通に比べその系列性は弱く、排他的なものになっておらず、きわめて柔軟度の高いシ

システムとなっている。ただし、返品、リベートなどの個々の商慣行が“複合化”すると、結果としてかなり強力な「流通系列化」が成立することになる。

以上、我が国食品流通の商慣行は、各々問題を含みつつもそれなりの合理性をもって形成されてきたものであるが、その合理性は、あくまでもクローズした国内経済上のものであり、経済国際化の進展のもとでは、よりオープンで、国際経済における合理性を有して他国にも理解しうる“明示的な流通システム”へと転換することが求められる。

6. 食品流通の機能・役割と今後の方向

(1) 機能・役割

流通の機能については従来、商取引機能、物的流通機能、情報機能などといったレベルで記述される場合が多いが、よりベーシックな機能は「消費」と「生産」を社会的にマッチングさせることにある。ここでの需給マッチングとは、内容的には消費者ニーズの変化に対応し、様々な財、サービスを意識的に関連づけて固有の消費バスケットを形成する行為を指す。食品の場合、膨大な種類の単品が最終的に“料理”という形で組み合わせられるため、その組み合わせを的確にサポートする食品流通業の役割は極めて高いものとなる。

特に、供給過剰基調を強めつつある現代の食品流通の場合、食品流通が生活者のアソートメント（財・サービスの最適な組み合わせ）形成をサポートしていくために、川下主導型の需給マッチング過程が極めて重要なものとなっている。実際のところ、例えば、小売業については、財・サービスの最適な組み合わせを図るためオーダーメイド型商品の提供や多頻度配送等川上に対する要求を一層強めつつある一方、生鮮流通の社会的なメインシステムに位置付けられている卸売市場については、従来の受動的な価格形成機能のみならず、川下の要求に応えうる最適な商品の品揃えやそのための物流形態転換機能等が一層重要視されつつある。

こうした意味で現代の食品流通に求められる基本的機能は“川下（消費者）の変化に積極的に対応するアソートメント形成機能”と言い換えることもできる。

近年、食品の消費において個性化、多様化がますます進む方向にあるが、このことは、食に対する消費者アソートメントが個々人のライフスタイルやTPOの違いにより、ますます多様化していくであろうことを意味する。この結果、流通过程のアソートメント形成プロセスはますます複雑化していく。しかも、このような複雑化は需給不適合に係る社会的ロスの発生等を通じて流通コストを上昇させる可能性も内包している。このような状況を打開するため、複雑化するプロセスを効率的に処理しうるようなアソートメント形成機能の“高度化”が強く求められる。

その方法の一つは、小売、卸、メーカー・生産サイドがノウハウをネットワーク的に共有して最適な機能分担関係を確立し、整合的に連動していくことにより消費者アソートメントに適応していくための“組織的対応”であり、今一つは、情報・物流技術の有効活用により、いわば、「範囲の経済性」(Scope Merit)を追求する“技術的対応”である。

(2) 食品流通の今後の方向

我が国食品流通の構造は、水平的には、機構、業態の著しい多様性と広がりを、垂直的には規模の大小と柔軟な取引関係という階層性を持つ中に、卸売市場等の中間流通機構が効果的にビルトインされているという、緻密で有機的な立体構造を有している。従来、規模の経済性を追求して、小売部門を起点とする構造変化が生じていたが、供給過剰が基調となった現在の食品流通においては、消費水準の質的变化に柔軟に対応するために生販（生産－販売）三層（メーカー、卸、小売）といった縦の連携や同業種の横断的な横の連携、さらには、異業種（物流業務）との関係が強化される方向での構造変化が生じており、これは、情報、物流等のハードウェアの発達と導入に伴い今後とも一層加速されていくものとみられる。

こうした中で、今後とも最も大きく変化するのは消費者に直面している小売部門であろうことに変わりはないが、一方で、より大きな再編を迫られるのは、その機能の見直しがますます強くせまられつつある卸売部門（含、卸売市場）になるものとみられる。

表 1 食料供給システムを構成する各部門の規模（国内総生産ベース）

単位：兆円

	全 体				食 品			
	1970年	'75年	'80年	'85年	1970年	'75年	'80年	'85年
農林 水産業	-	-	-	-	3.7	6.8	7.2	9.6
製造業	24.7	41.2	66.8	89.1	2.6	4.2	7.5	10.7
卸売・ 小売業	9.7	20.1	34.3	38.9	2.5	5.2	9.5	12.0
生鮮卸 ・小売業	-	-	-	-	0.8	1.6	3.9	4.8
加工食品 卸小売業	-	-	-	-	1.7	3.6	5.6	7.2
外食産業	1.0	3.5	5.3	7.4	1.0	3.5	5.3	7.4
国内総生産計	72.8	148.2	239.9	315.8	9.8	19.8	29.4	39.7

資料：総務庁他10省庁「産業関連表」（1970、75、80、85年）より作成。

注）業種別の分類であり、農林水産業部分には非食料を含む。

表2 食品流通業の地位

		店舗数 (千店)		従業員数 (万人)		販売額 (兆円)	
		1968年	1985年	1968年	1985年	1968年	1985年
卸売業	合計 (A)	240	413	270	400	63	428
	うち食品 (B)	63	93	53	88	11	88
	うち加工 (C)	37	54	33	50	5	35
	うち生鮮 (D)	26	39	20	38	6	53
	比率 (B) / (A)	26%	23%	20%	22%	18%	21%
	比率 (D) / (C)	41%	42%	38%	43%	55%	60%
小売業	合計 (E)	1,432	1,629	465	633	17	102
	うち食品 (F)	709	671	182	235	5	32
	うち加工 (G)	552	537	139	196	4	27
	うち生鮮 (H)	157	134	43	39	1	5
	比率 (F) / (E)	50%	41%	39%	37%	29%	31%
	比率 (H) / (G)	22%	20%	24%	17%	20%	16%

資料：通商産業省「商業統計表」

注) 1. 従業員数は6月1日現在

2. 食品卸とは、食料・飲料卸と農産物・水産物卸の合計。

食品小売とは、飲食良品小売で生鮮を含む。

表3 小売業の従業者規模別商店数 一日米比較— (1982年)

	日 本		米 国	
	商店数(千店)	構成比 (%)	商店数(千店)	構成比 (%)
食品小売業	616.0	100.0	241.7	100.0
1人～2人	399.7	65.0	62.1	25.7
3人～4人	135.8	22.0	47.6	19.7
5人以上～	80.5	13.0	132.0	54.6
食品小売業比率	35.8%		16.0%	

資料：日本は「商業統計表」、米国は「Census Of Retail Trade」

米国は'82年修正値 ('85年作成)。

表4 食品小売店数の国際比較

	日('82)	米('82)	英('82)	仏('82)
小売店数(千店)	1,721.5	1,508.8	343.1	472.0
食品小売店数(千店) (構成比)%	616.0 (35.8)	241.7 (16.0)	114.8 (33.5)	160.4 (34.0)
人口1万人当たりの 食品小売店数	52.6	10.4	19.7	29.4
面積100k m ² 当たりの 食品小売店数	163.0	2.5	47.0	29.1

資料：日「商業統計表」('82)、仏「INSEE」('82)

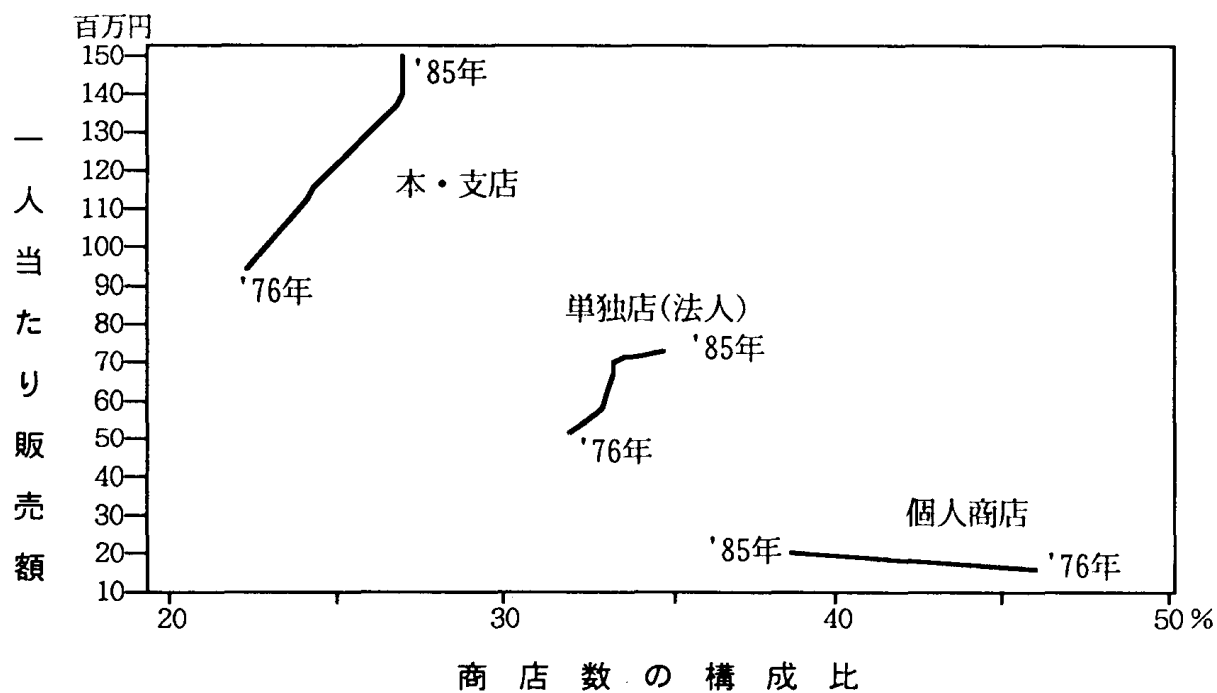
米「Census of Retail Trade」('82)

英「Retailing Business Monitor」('82)

米国は'82年修正値('85年作成)。

図1 卸売業の商店数構成比と一人当たり販売額

(1976年→1985年)



注) 本・支店とは支店を持つ企業の本店及び支店の数の合計である。

表5 主要国のW/R比率

	日('82)	米('82)	仏('82)
流通全体	4.24	1.87	-
食品	2.77	1.12	0.80
家具	1.54	1.51	-
衣料品	2.10	1.20	-
家電	2.48	4.98	2.83

資料：日「商業統計表」('82)

米「Census of Wholesale Trade」('82)

仏「Enquete Annuelle d'Entreprise dans le Commerce」

注) W/R比率とは、卸売業の販売額を小売業の販売額で除したもの。

表6 W/R比率、Wa/Ra比率、w/W比率の比較

	W/R比率	Wa/Ra比率	w/W比率 (μ)
1974年	2.44	1.94	0.46
76年	2.67	2.04	0.46
79年	2.67	2.08	0.48
82年	2.77	2.04	0.47
85年	2.77	2.02	0.46

資料：「商業統計表」

注) Wは卸売業（食料・飲料、農畜水産物）の販売額計。

Rは飲食料品小売業の販売額計。

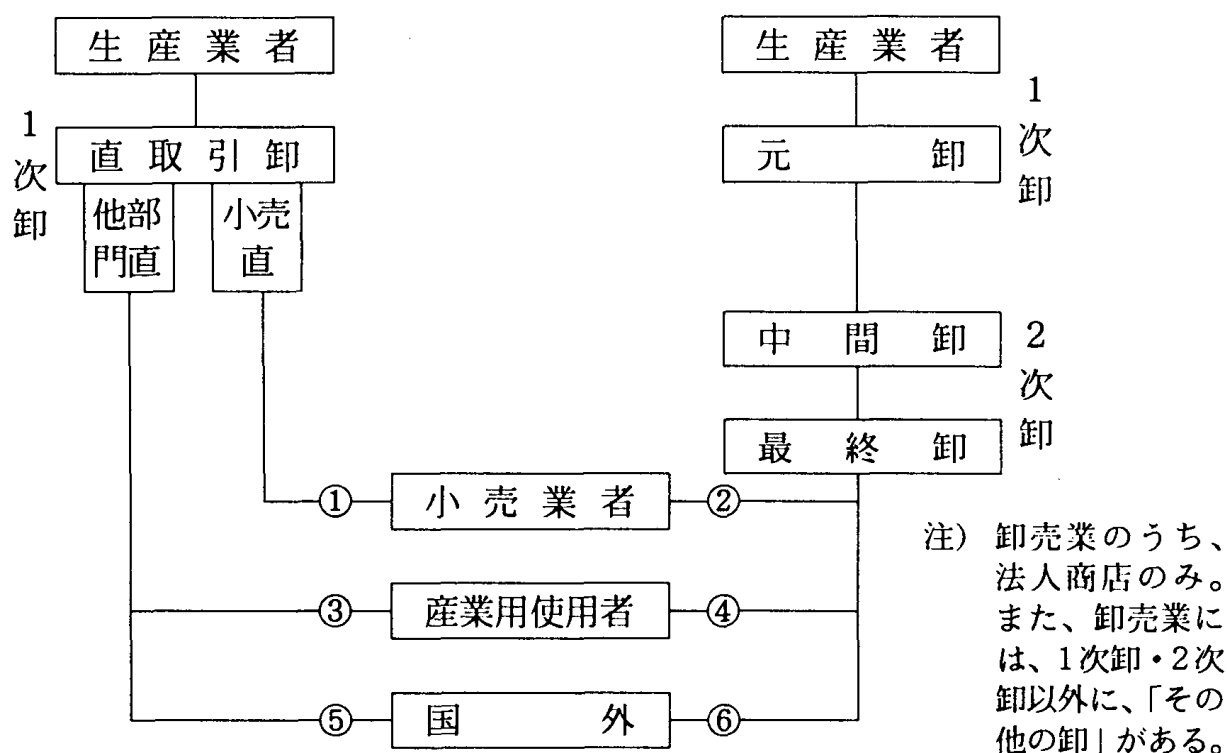
Waは卸売業（同上）の（販売額計－企業内取引額計）。

Raは卸売業（同上）の販売額計のうち、小売業、産業使用者、国外、消費者向け取引計。

（Wa、Raは、法人経営商店だけに絞った1次近似データ）

wは卸－卸間の販売額計。

図2 卸売業の流通段階別の販売額構成



	1次卸直接：最終卸
1972年	1.00 : 0.95
74年	1.00 : 1.06
79年	1.00 : 1.29
85年	1.00 : 1.17

資料：通商産業省「商業統計表」より作成

注) 1次卸直接 = ① + ③ + ⑤, 最終卸 = ② + ④ + ⑥

表7 小売1店当たり卸売店数

		日('82)	米('82)	英('82)
小売1店当たり 卸売店数	全小売業	0.25	0.22	0.28
	食品小売業	0.15	0.22	-

資料：日本は「商業統計表」、米国は「Census of Retail Trade」

英は「Retailing Business Monitor」('82)

米国は'82年修正値('85年作成)である。

図3 マージン率と小売価格の関係

マージン率（トマト）1975年～'86年

生産者価格
 出荷経費
 卸マージン
 小売

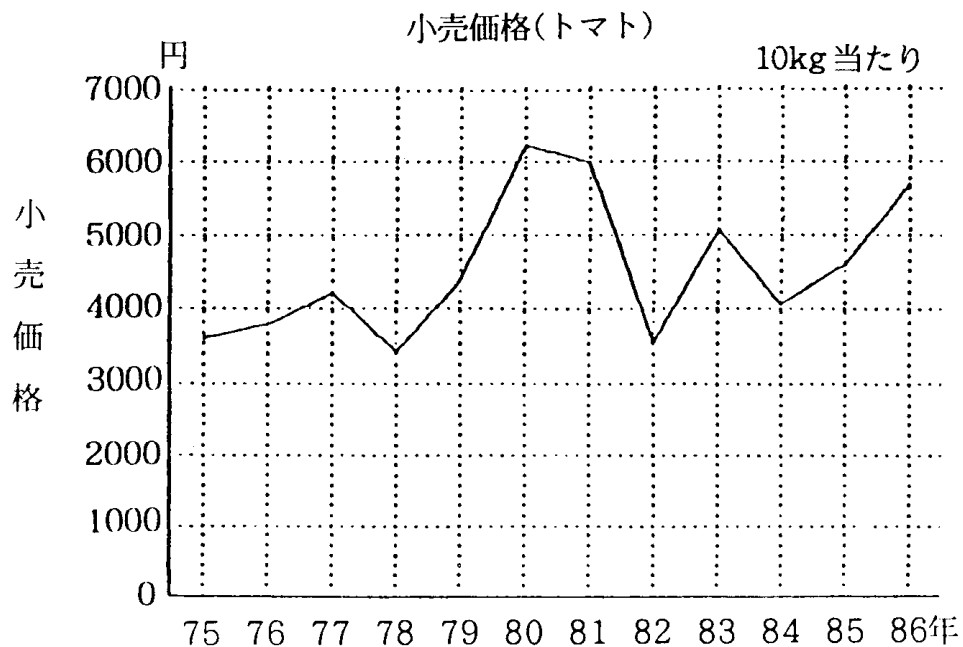
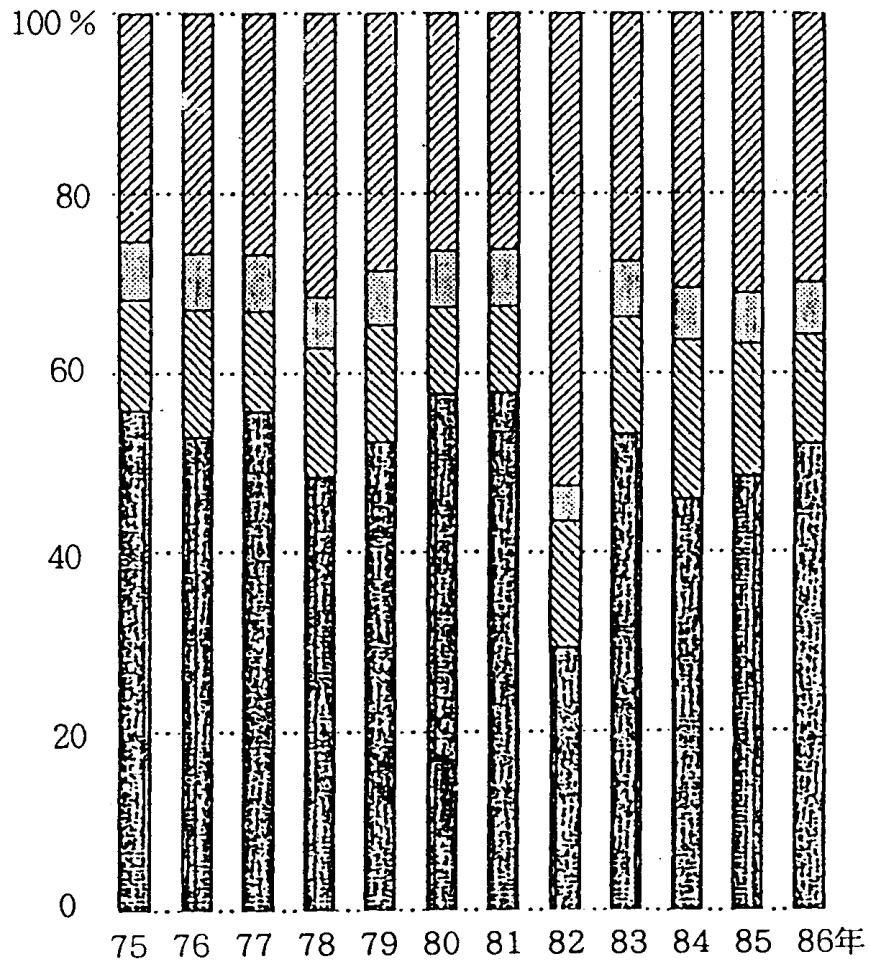


表 8 流通マージン率

(日本)

単位：％

品 目		生産者出荷価格			卸・小売マージン		
		生産者受取価格	出荷経費	計	卸マ-ジ	小売マ-ジ	計
野菜	レタス	11.1	37.2	48.3	4.5	47.2	51.7
	たまねぎ	32.1	26.0	58.1	5.4	36.5	41.9
果実	みかん	42.3	12.6	54.9	11.8	33.3	45.1
食肉	豚肉	59.4	8.1	67.5	3.7	28.8	32.5
加工食品	ナチュラルチーズ	-	-	65.2	10.2	24.6	34.8
	クッキー	-	-	70.0	10.0	20.0	30.0
	食用油	-	-	80.0	5.2	14.8	20.0

(米国)

単位：％

品 目		生産者出荷価格			卸・小売マージン		
		生産者受取価格	出荷経費	計	卸マ-ジ	小売マ-ジ	計
野菜	レタス	9.6	36.9	46.5	6.6	46.9	53.5
	たまねぎ	30.0	6.0	36.0	-	-	64.0
果実	オレンジ	19.7	31.1	50.8	6.6	42.6	49.2
食肉	豚肉	45.4	22.5	67.9	8.9	23.2	32.1
加工食品	牛乳	-	-	74.6	13.5	11.9	25.4
	バター	-	-	80.8	3.6	15.6	19.2

資料：統計情報部「青果物流通段階別価格形成追跡調査報告」

農林水産省「輸入食料品流通実態調査結果」(1985年11月)

USDA「Development in Farm to Retail Price Spreads for Food Products」(1984年)、USDA「National Food Review」(1984年)

注) 野菜、果物は1986年、食肉、加工食品、日用品は1984年調査(日本)。

たまねぎは1983年、その他はすべて1980年(米国)。

表9 小売価格の国際比較

(東京 = 100)

項目	単位	東京 (円)	ニューヨーク		ハンブルグ		ロンドン		パ リ	
			換算 価格 (円)	価格 比	換算 価格 (円)	価格 比	換算 価格 (円)	価格 比	換算 価格 (円)	価格 比
食 パ ン	1kg	371	293	79	351	95	238	64	282	76
牛 肉	100g	354	141	40	183	52	252	71	190	54
ソーセージ	100g	141	133	94	127	90	131	93	88	62
たまねぎ	1kg	144	104	72	159	110	231	160	158	110
砂 糖	1kg	257	158	61	156	61	148	58	153	60
食 用 油	700g	341	279	82	298	87	352	103	202	59

- 注) 1. 東京の小売価格は総務庁統計局「小売物価統計調査」、その他の都市については世界主要都市の小売価格調査(食料品は、日本貿易振興会調査(当該都市のスーパーマーケットにおける事例調査)、その他の品目は経済企画庁委託調査(日本貿易振興会調べ)による。
2. 調査時点は、1987年10月である。円換算は調査時点の各国のレートによる。
3. 品質、規格等が必ずしも一致しないこと、サンプル数が限られていることなどから単純比較はできない。

表10 日本－欧米主要国間の費目別の消費購買力平価と物価水準(OECD 試算)

		日本－米国		日本－西独		日本－英国		日本－仏国	
		消費購 買力平 価 円/ドル	米国= 100とし 日本の 物価水 準	消費購 買力平 価 円/マルク	西独= 100とし 日本の 物価水 準	消費購 買力平 価 円/ポンド	英国= 100とし 日本の 物価水 準	消費購 買力平 価 円/フラン	仏国= 100とし 日本の 物価水 準
民間最終消費支出		218	91	84.8	104	369	121	29.0	109
内 訳	食料・たばこ	294	123	124.6	153	480	157	41.5	156
	衣服・履物	238	100	91.5	113	434	147	29.4	111
	交通・通信	280	117	81.2	100	292	95	25.2	95
	レクリエーション教育	291	122	99.0	122	408	133	30.5	115

- 注) 1. Supplement to the 1987 edition of “National Accounts Volume 1” OECD による。
2. 物価水準は消費購買力平価を為替レートで除して算出したもの。

$$3. \text{PPP (購買力平価)} = \sqrt{\{\text{PPP(A)} \times \text{PPP(B')}\}}$$

$$= \sqrt{\frac{\sum(\text{PAi} \times \text{Wai})}{\sum(\text{PBi} \times \text{Wai})} \times \frac{\sum(\text{PAi} \times \text{WBi})}{\sum(\text{PBi} \times \text{WBi})}}$$

PPP(A)はA国のCPIウェイトベースでA、B両国通貨の交換レートを算出、PPP(B')は同様にB国ベースで算出し、その逆数を算出し、PPP(購買力平価)は両者の幾何平均。

PAi, PBiは対象品目の価格、Wai WBiは対象品目のCPIウェイト。

表11 OECD試算による品目数及びカバレッジ

	OECD試算	
	品目数	カバレッジ %
食料	67	29
全体	174	48

注) 品目数及びカバレッジは総務庁「消費者物価指数」(1985年基準)に基づくものである。

表12 一人当たり食料費支出(年間)のために要する労働時間の
各国比較(試算) 単位: 時間

	1975年	1980年	1984年
アメリカ	181.6 (240.4)	181.7 (246.9)	167.0 (231.0)
日本	207.9 (255.1)	194.5 (246.6)	188.4 (248.9)
西ドイツ	 (248.3)	 (242.2)	 (239.5)
イギリス	211.9 (315.8)	209.9 (324.4)	191.5 (306.6)
イタリア	286.2 (347.4)	243.2 (302.2)	253.9 (325.4)

資料: ILO「Year Book of Labour Statistic」

OECD「National Accounts」

労働省「毎月勤労統計調査年報」

日本銀行「外国経済統計年報」

注) 1. 食料費には飲料、タバコを含み、外食費を含まない。

2. ()内の数字は外食費を含んだ食料費である。

表 13 公共料金等の国際比較例

品 目	単 位	東京 (円)	ニューヨーク (円)
電気料金	200kwh/月	4,863	3,711
ガス料金	35万kcal/月	4,714	2,105
水道料金	30m ³ /月	3,735	1,485

- 注) 1. 東京の公共料金等は総務庁統計局「小売物価統計調査」、ニューヨークは、経済企画庁調査による。
2. 調査時点は、食料品が1987年10月、その他の品目は1988年1月である。
3. 円換算は、調査時点の対米ドル円レートを用いた。

表 14 商業地地価の国際比較 (1985 年)

(1 m²当たり)

東京	ニューヨーク		フランクフルト	
現地通貨	現地通貨	換算価格	現地通貨	換算価格
7,632,000円	26,900ドル	6,417,000円	3,200マルク	267,000円

資料： 経済企画庁調べ

- 注) ニューヨークは、日本不動産研究所調べ、その他は、不動産鑑定協会「1984年国際地価調査」より作成。ただし、フランクフルトは1984年の資料である。

表 15 日本の卸売業、小売業、外食産業の賃金格差 (1987 年)

1時間当たり 平均賃金	日本		アメリカ	
	円	指数	円	指数
卸売業	1,727	100	1,387	80.3
小売業	1,372	100	884	64.4
外食産業	1,111	100	639	57.5

資料： 日本は労働省「賃金構造基本調査」

米国は米国労働省「Employment and Earnings, monthly」

- 注) 1987年の平均為替レート1ドル=144.6円で換算した。

図4 輸入品と国産品の流通マージン及び流通段階数の比較（事例）

品目 \ マージン率		10	20	30	40	50	60	70	%
同一品質の商品	豚肉		④ (4)		④ (4)				
	まぐろ				③ (2)	④ (3)			
	ジャム			(2)(4)		③②			
	桃缶詰			③③		(3)(3)			
	ポーク ランチョンミート		④		(6)				
差別 商品	ナチュラル チーズ					④④ (5)			

資料：農林水産省「輸入食料品等流通実態調査結果」（1985年11月）

注）各品目とも、○印は輸入品、（ ）印は国産品、数字は流通段階数。