

卸売市場を含めた流通構造について

平成29年10月

I. 農業競争力強化プログラム等	2
II. 食品の流通構造の変化	6
III. 食品流通における課題と方向性	10
IV. 卸売市場流通	24

I . 農業競争力強化プログラム等

農業競争力強化プログラム・農業競争力強化支援法

- 農業競争力強化プログラムでは、「効率的・機能的で農業者と消費者双方がメリットを受けられる流通・加工構造を確立する」と明記。
- 農業競争力強化支援法では、「我が国の農業が将来にわたって持続的に発展していくため」、「農産物流通等の合理化の実現を図る」と明記。

■ 農業競争力強化プログラム(平成28年11月29日農林水産業・地域の活力創造本部決定)

2 生産者が有利な条件で安定取引を行うことができる流通・加工の業界構造の確立

(1) 生産者に有利な流通・加工構造の確立

現在の食料需給・消費の実態等を踏まえた効率的・機能的で農業者と消費者双方がメリットを受けられる流通・加工構造を確立するため、以下のとおり取り組む。

- ② 国は、農業者・消費者のメリットを最大化するため、農業者・団体から実需者・消費者に農産物を直接販売するルートの拡大を推進するとともに、農業者の所得向上に資するよう農業者・団体と食品製造業等との連携を一層促進する。
また、農業者の努力・創意工夫と消費者のニーズ・評価が双方で情報交換できるようICTを最大限に活用するとともに、農産物の規格（従来の出荷規格・農産物検査法の規格等）についてそれぞれの流通ルートや消費者ニーズに即した合理的なものに見直す。
- ④ 中間流通（卸売市場関係業者、米卸売業者など）については、抜本的な合理化を推進することとし、事業者が業種転換等を行う場合は、国は、政府系金融機関の融資、農林漁業成長産業化支援機構の出資等による支援を行う。
- ⑤ 特に、卸売市場については、経済社会情勢の変化を踏まえて、卸売市場法を抜本的に見直し、合理的理由のなくなっている規制は廃止する。
- ⑦ 国は、民間のノウハウを活用して、農業者が各種流通ルートについて、手数料や取引条件等を比較して選択できる環境を整備する。
また、農産物の物流については、パレット化やICTを活用した共同配送等の効率化によりコストを削減する等の取組を推進する。

■ 農業競争力強化支援法(平成29年法律第35号)〔平成29年8月1日施行〕

(目的)

第1条 この法律は、我が国の農業が将来にわたって持続的に発展していくためには、経済社会情勢の変化に対応してその構造改革を推進することと併せて、良質かつ低廉な農業資材の供給及び農産物流通等の合理化の実現を図ることが重要であることに鑑み、これらに関し、国の責務及び国が講ずべき施策等を定め、当該施策の一環として事業再編又は事業参入を促進するための措置を講ずること等により、農業者による農業の競争力の強化の取組を支援し、もって農業及び農業生産関連事業の健全な発展に寄与することを目的とする。

(農産物流通等事業に係る事業環境の整備)

第11条 国は、農産物流通等の合理化を実現する上で必要な事業環境の整備のため、次に掲げる措置その他の措置を講ずるものとする。

- 一 農産物流通等に係る規制について、経済社会情勢の変化を踏まえた見直しを行うこと。
- 二 農産物流通等に係る規格について、農産物流通等の現状及び消費者の需要に即応して、農産物の公正かつ円滑な取引に資するため、国が定めた当該規格の見直しを行うとともに、民間事業者が定めた当該規格の見直しの取組を促進すること。
- 三 農産物流通等について、その業務の効率化に資するため、情報通信技術その他の技術の活用を促進すること。

(農産物流通等事業に係る事業再編又は事業参入の促進等)

第12条 国は、農産物流通等の合理化を実現するため、農産物流通等事業について、次に掲げる措置その他の必要な措置を講ずるものとする。

- 一 農産物の卸売又は小売の事業について、適正な競争の下で効率的な農産物の流通が行われることとなるよう、事業再編又は事業参入を促進すること。
 - 二 農産物を原材料として使用する製造又は加工の事業について、適正な競争の下で高い生産性が確保されることとなるよう、事業再編又は事業参入を促進すること。
- 2 国は、前項各号に掲げる措置を講ずるに当たっては、農業の健全な発展に資するため、農産物の取引の安定が確保されるよう配慮するものとする。

(農産物の直接の販売の促進)

第13条 国は、農産物流通等の合理化を実現するため、農業者又は農業者団体による農産物の消費者への直接の販売を促進するための措置を講ずるものとする。

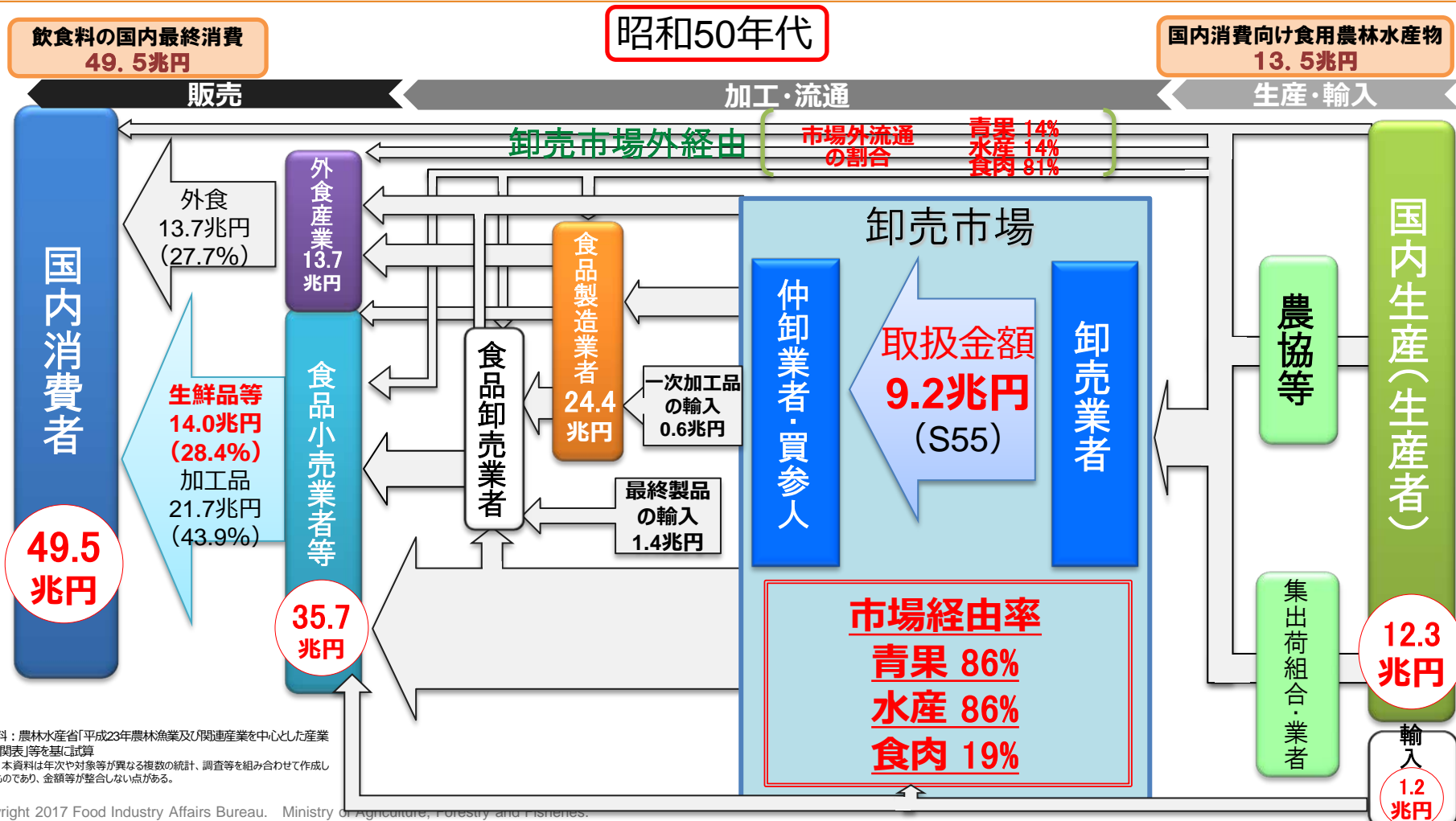
(農産物の品質等についての適切な評価)

第15条 国は、農産物流通等の合理化を実現するため、農産物の取引又は消費に際し、その品質、生産又は流通の方法その他の特性が適切に評価されるようにするための措置を講ずるものとする。

Ⅱ. 食品の流通構造の変化

食品の流通構造の変化①

- 最終消費の形態における生鮮品の割合は低下。(28.4%→16.3%)
- 卸売市場は、集荷・分荷、価格形成、代金決済等の機能を有するもの。昭和50年代は、卸売市場流通が支配的なシェアであったが、現在は、市場取引のほか、産直取引、契約栽培、直売所、ネット通販など、多様な流通が行われており、また、市場取引の内容も実際に卸売市場に商品を持ち込まず（商物一致の例外）市場の代金決済のみを利用するものもあるなど、大きく変化。



食品の流通構造の変化②

平成20年代

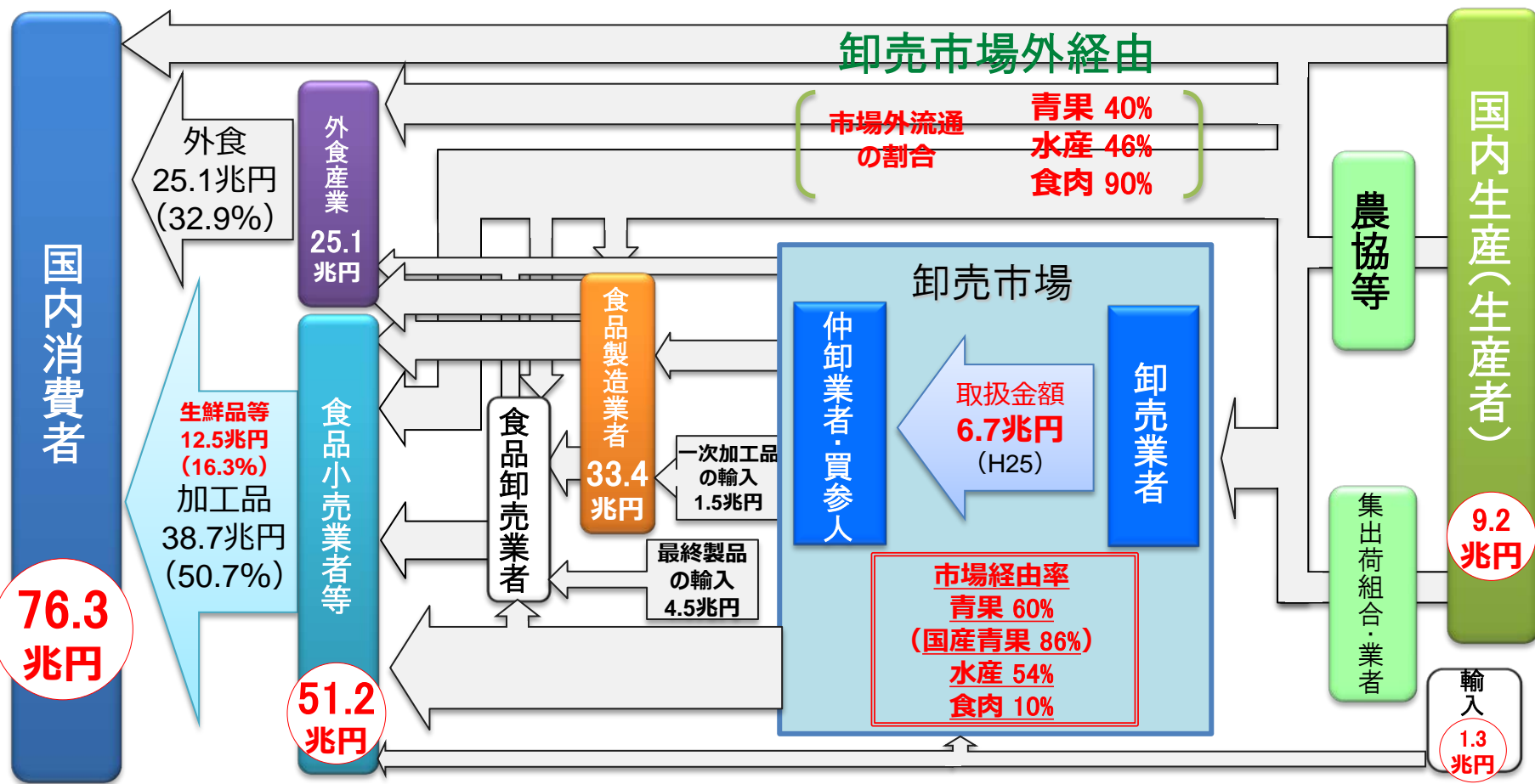
飲食料の国内最終消費
76.3兆円

国内消費向け食用農林水産物
10.5兆円

販売

加工・流通

生産・輸入



Ⅲ. 食品流通における課題と方向性

食品流通の方向性について

- 食品流通においては、消費者ニーズの変化や人手不足、情報通信技術の発達等の変化を踏まえつつ、生産者の所得向上につながるよう、コスト削減や付加価値向上などの合理化の取組を推進することが必要。
- 加えて、優越的地位の濫用や便乗値上げを防ぐ等、生産者、消費者の利益となるよう公正な取引環境を確保していくことが必要。

食品流通を取り巻く情勢

- 生活様式の変化等による消費者ニーズの変化
(加工・小分けなど簡便化需要の増加)
- コンビニやネット通販の伸長など販売チャネルの多様化
- 物流業界における人手不足の深刻化
- 情報通信技術の進歩による様々な可能性の拡大
- 鮮度・安全性などへの関心の高まり
- 国内人口の縮小⇔海外マーケットの拡大
- 卸売市場にのみ様々な規制、シェアは低下 等

食品流通の方向性

- 1 直接販売等の新たな流通経路
- 2 物流の効率化
- 3 情報通信技術等の活用
- 4 鮮度保持等の品質・衛生管理
- 5 国内外の需要への対応
- 6 卸売市場流通
- 7 公正な取引環境

(参考) 生産者の動向

- 野菜の卸売価格は、需給が締まれば値が高くなる一方で、天候不順等の様々な要因で乱高下する場合があります、生産者の手取りが安定しない傾向がある。
- 多様な販売方法の選択が可能となる中、生産者も①直接販売（インターネット、直売所等）②契約栽培③卸売市場の利用④6次産業化による加工等を活用して、経営リスクを分散する動きがみられるところ。
- 全農改革においても、全農は、直接販売を3,100億円（H28）から5,500億円（H36）に拡大することを目標としているところ（園芸事業）。

キャベツとにんじんの卸売価格

【平成27年1月～28年12月の24ヶ月】

キャベツ 53円～172円/kg

にんじん 78円～290円/kg

➤ 出典：「青果物卸売市場調査（平成27年、28年）」

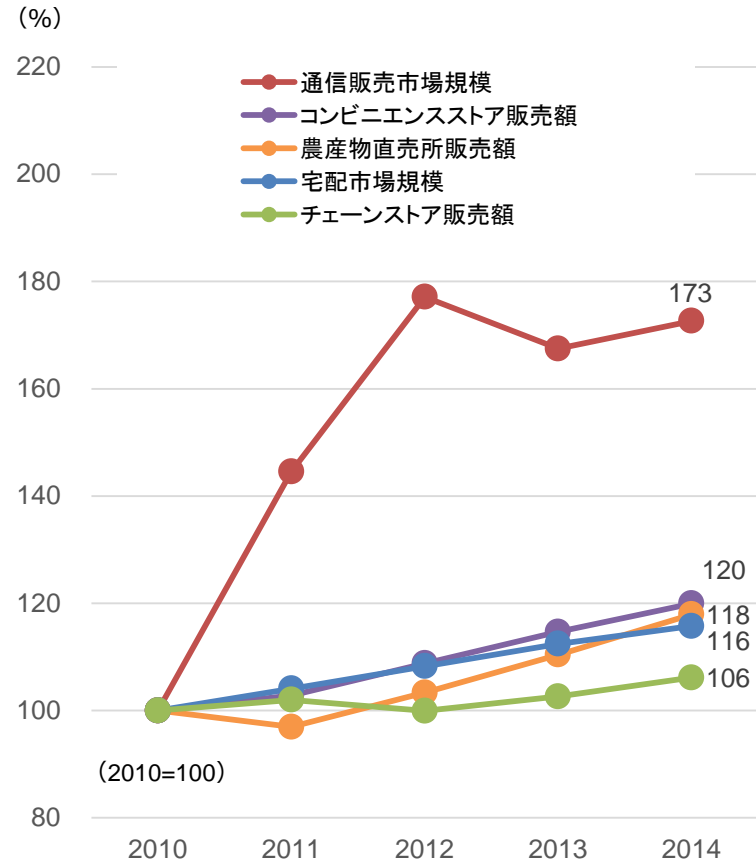
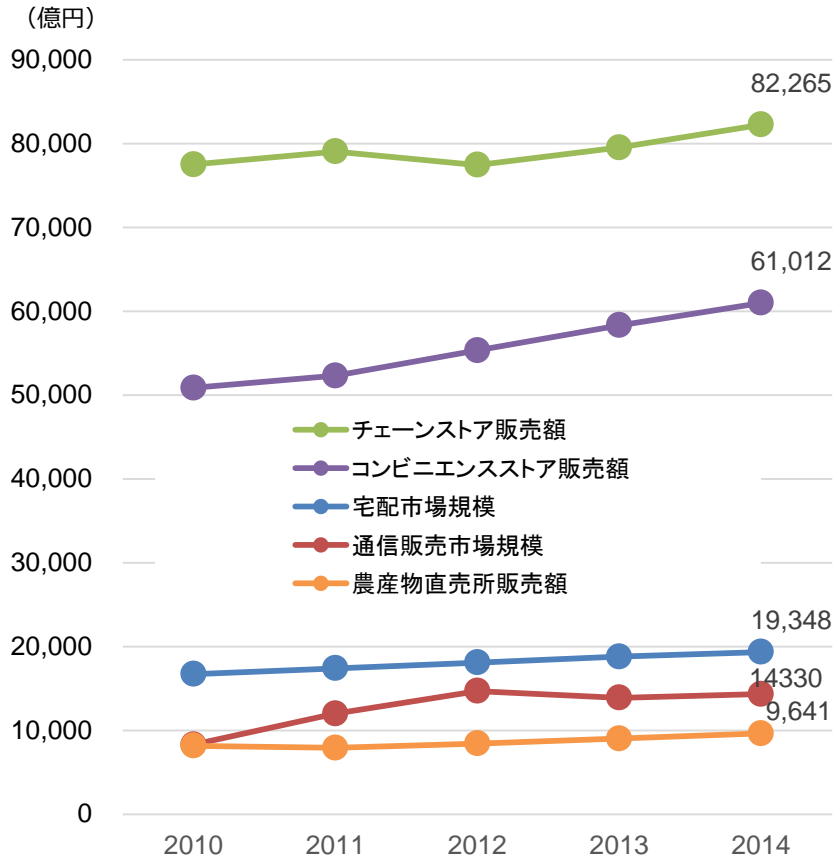
直接販売や契約栽培のメリット

- ✓ 実需者や一般消費者の動向を踏まえた生産ができ、生産者の手取りが向上。
- ✓ あらかじめ価格や取引量が確定するので経営計画が立てやすい。

直接販売等の新たな流通経路①

- 食品小売業において、大手量販店が最大の地位を占めるが、近年、通販、宅配、直売、コンビニなどの多様な流通形態が伸長しており、販売チャネルが多様化。
- 鮮度や簡便化などの消費者需要の多様化に加えて、ICT等の情報技術が大幅に進展したことにより、これらの多様な流通形態が伸長。

■ 食品の業態別販売額・市場規模の推移



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

直接販売等の新たな流通経路②

- ICT等の新たな技術の活用により、輸送時間を短縮し、鮮度・品質を維持する最適な販売ルートを生産者に提供することで、生産者の所得向上に繋がる高価格での販売を実現していく必要。

【具体的事例】

(株) 農業総合研究所

- 全国の生産者と提携し、各地に整備した集荷拠点で新鮮な農産物を集荷し、スーパーマーケット等で委託販売する仕組みを確立。独自の物流×ITプラットフォームを駆使し、都市部で自由に直売できる新たな流通ルートを生産者に提供し、所得向上等に貢献。
 - ① 生産者は農産物の規格にとらわれず自由に生産・出荷し、自ら販売価格や販売先の選択が可能。
 - ② 独自のITシステムを通じて、スーパーの売上状況や店舗情報を生産者にフィードバック。
 - ③ 新鮮な農産物やこだわりの農産物は、原則1日で集荷拠点から販売先に輸送し、生産者の名前入りラベルや売場POPによって“安心安全・顔の見える”形で生活者に提供。
 - ④ クールジャパン機構の出資を得て、流通ルート拡大のため香港を中心とした輸出事業を本格的に開始。
- 独自のアプリケーション『農直』を開発。生産者、スーパーマーケット、消費者をつなぐ新たな情報プラットフォームを構築。



生産者数：約7,000名
店舗数：約1,000店
集荷場：69か所（北海道～石垣島）

(株) フーディソン

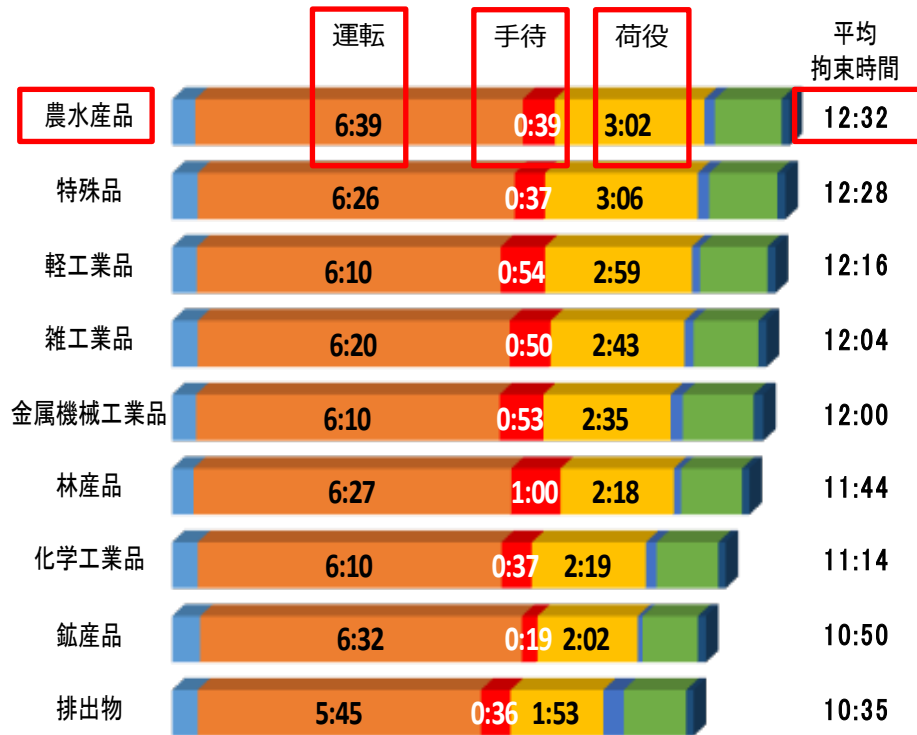
- 全国の産地等から仕入れた水産物をインターネットを活用して中小規模の飲食店向けに販売。
 - ① 産地で水揚げされた水産物を買取った上で、インターネット上で商品画像・価格・規格等を掲載し、飲食店がこれを見て発注することにより、産地からの輸送中に販売先を確保。
 - ② トレーサビリティの高い水産物を提供することで、高品質化と品質の安定化を実現し販売先の信頼を獲得。
 - ③ また一般的な流通より1日早く水産物を販売することができ、鮮度の向上、漁獲情報の伝達等により通常の流通より高価格での販売も実現。
 - ④ 30を超える産地と約8,000件の飲食店を結び付ける販売ルートを提供。
- これまで限定されていた産地に新たな流通ルートを提供し、漁業者の所得向上等に貢献。



物流の効率化①

- 食品の物流はトラックによる輸送が大宗を占めているが、トラック業界は深刻な人手不足。長時間労働の短縮等の要請が高まっている。
- 食品の物流は、長距離輸送と出荷・荷降ろし待ちによる「長時間の拘束」、手積み・手降ろし等の「荷役作業」、品質管理、多頻度納入等の「運行管理」等が、ドライバーに大きな負担。

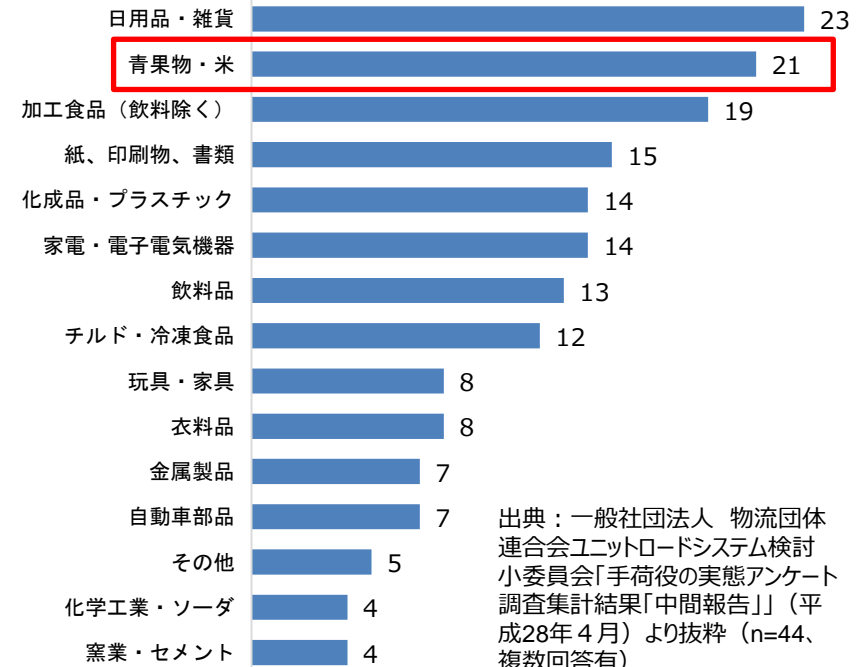
■ 輸送品類別 拘束時間の内訳



■ 点検等 ■ 運転 ■ 手待 ■ 荷役 ■ 付帯他 ■ 休憩 ■ 不明

出典：国土交通省「トラック輸送状況の実態調査（H27）」

■ 手荷役作業の多い品目



出典：一般社団法人 物流団体
 連合会ユニットロードシステム検討
 小委員会「手荷役の実態アンケート
 調査集計結果「中間報告」」（平
 成28年4月）より抜粋（n=44、
 複数回答有）

物流の効率化②

- 産地での集荷の効率化、混載による積載率の向上、荷降ろし待ちの縮減、小売店への多頻度配送の見直し等により、物流を効率化し、生産者の所得向上にも繋がる流通経費の削減を実現していく必要。
- 積み降ろし等の作業時間や、産地から実需者までの輸送時間が短縮され、鮮度保持により付加価値向上を実現していく必要。

【具体的事例】

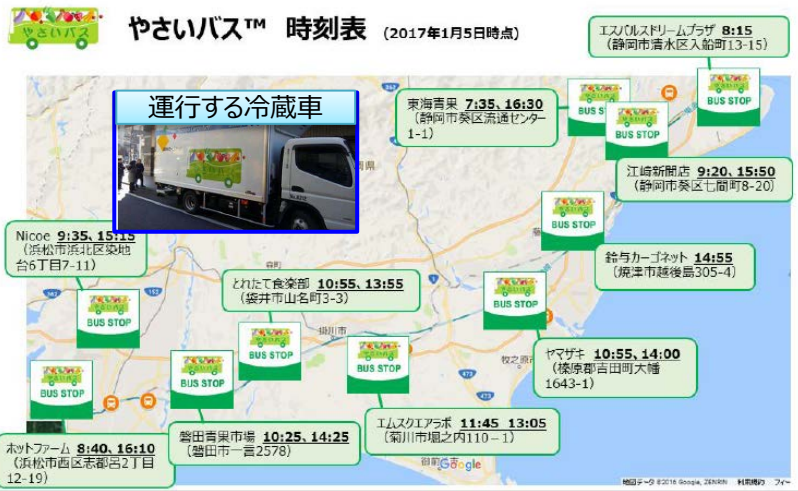
ホクレン（農業協同組合連合会）

- パレットレンタル業者や卸売市場等の出荷先と連携し、標準型パレットを活用してフォークリフトによる積み降ろしを実現。
- ① 標準型パレットをレンタルし、段ボールの手積み輸送をパレット輸送に切替え。
- ② 標準型パレットに合わせ一部のダンボールサイズを変更。
- ③ 特にパレット回収率が悪い取引先には個別訪問を行い、改善策を協議。
- 積み降ろし時間が1/2～1/3に短縮し、配達先が2市場から3市場へ増加。パレット回収率が80%（2014年度）から95%（2016年度）へ改善。



（株）エムスクエア・ラボ

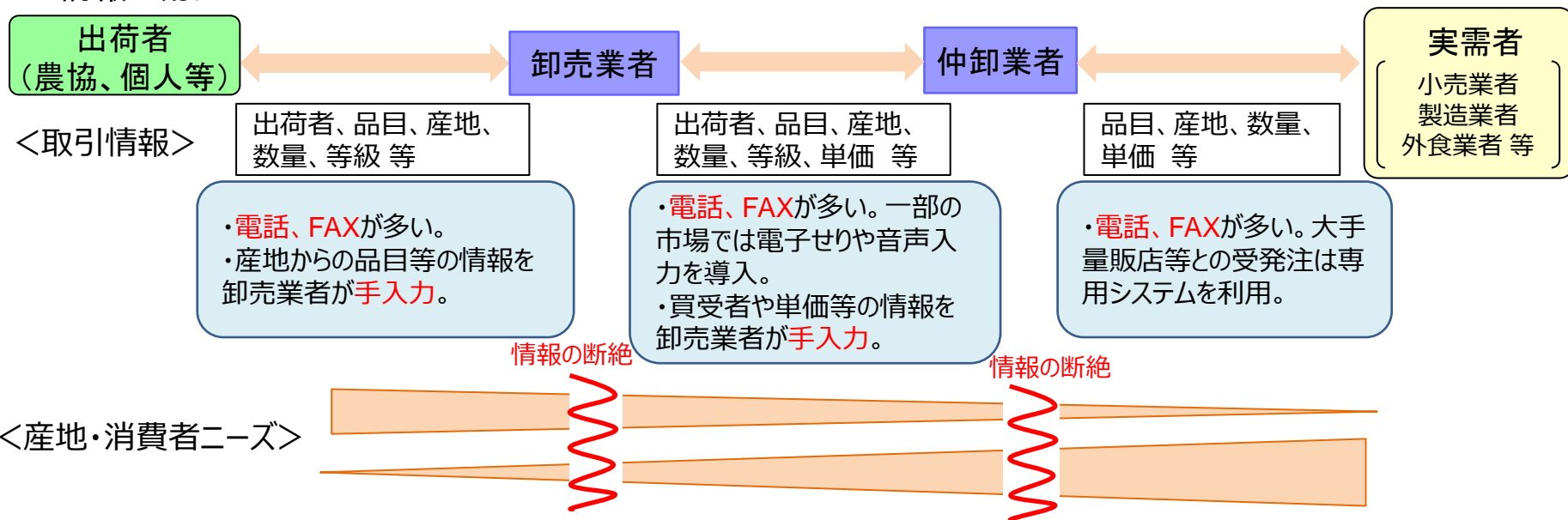
- 農産物の小規模物流の効率化を目的として、冷蔵車で地域を巡回して集荷と配送を同時に実施。
- ① 直売所や道の駅、青果店、卸売業者の倉庫などを集出荷場とバス停に設定し、「やさいバス」と名付けた冷蔵車が巡回。
- ② 農家が出荷した品物を、実需者はその日のうちに購入することができ、鮮度も向上。



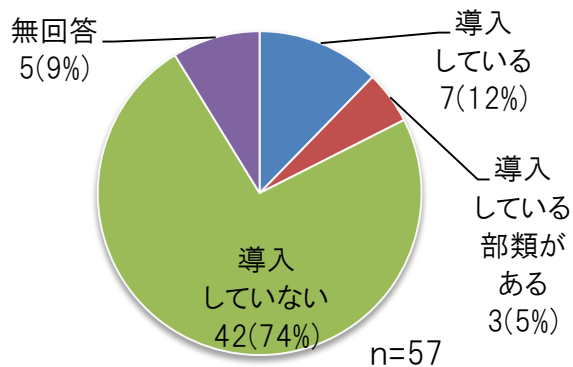
情報通信技術等の活用①

流通分野においても、様々な情報通信技術が導入されているが、卸売市場をはじめとして、生鮮食料品等流通分野においては情報通信技術の導入が遅れている。

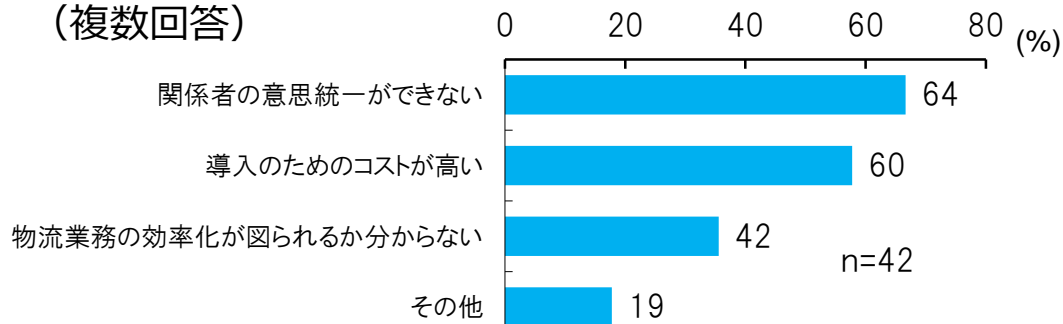
■ 情報の流れ



■ 生鮮EDI標準や電子タグの導入状況 (H25年度、中央卸売市場 (食肉を除く))



■ 生鮮EDI標準や電子タグが導入されていない理由 (複数回答)



(その他の主な理由)

- ・ 認知度が低く、普及が進んでいないため。
- ・ 24時間の受発注体制を作らなくてはならなくなるため。

情報通信技術等の活用②

➤ ICT等の技術進歩に伴い、効率的な流通の管理やコスト削減のほか、新たな販売先の開拓や付加価値向上により生産者の所得向上を実現していく必要。

【具体的事例】

(株)仙台水産（仙台市中央卸売市場卸売業者）

- 卸売市場総合情報システムを独自に構築し、仕入、販売、在庫管理をペーパーレス化。
- ① 商品の受発注を電子化し、ペーパーレス化や、受発注ミスの低減を実現。
- ② リアルタイムで商品の入出庫履歴や在庫量、産地・賞味期限等の照会が可能な物流管理システムを導入し、徹底した品質管理を実施。
- 卸売市場として全国初の音声現場入力システムを導入し、商品の入荷情報やせり情報について、年間340万件のデータ入力作業を削減。
- 宮城県三陸沖で獲れた商品を東南アジアに輸出する際に、出荷から輸出に係る行程について、電子タグを用いて温度状況を管理。

AMANES
(アマネス)の3つの柱

- 1 生鮮webEDI(電子データ交換)
商品の受発注を電子化し、web上でやり取りすることにより、伝票レス、受注ミスのない正確な取引、プロセスの効率化やスピードの向上を実現しています。
- 2 物流管理システム
商品の入出庫履歴や在庫量、産地・賞味期限等がリアルタイムに照会出来るシステムを導入、安全・安心にとことん配慮し、徹底した品質管理を行っています。
- 3 日次決算システム
リアルタイム処理にて日次決算を実現しています。現場入力システムをモバイル化することにより、全国どこからでもリアルタイムで受注、出庫、仕入の状況や作業実績を確認することが出来ます。



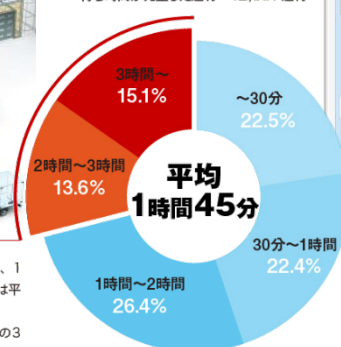
シーオス（株）

- トラックバスの空き時間が見える化し、ドライバーがスマートフォンなどの端末から事前予約できるシステム。
- これまでトラックが到着した順番で無計画に発生していた作業が予約によって計画的に行われ、トラックの待ち時間の削減や庫内作業の効率化を実現。
- システムの導入には面倒な準備は不要。クラウド型なので、契約後すぐに利用可能。

クラウド・スマートフォン対応で、即導入 トラック稼働時間の大幅増へ バス積降予約プラットフォーム



待ち時間の発生状況
(1運行あたりの分布)
待ち時間が発生した運行：12,537運行



国土交通省の実態調査によると、1運行あたりのトラック待ち時間は平均1時間45分。
2時間以上の長時間待機が全体の3割近くになっています。

国土交通省 トラック配達状況の実態調査(全国版)より抜粋



鮮度保持等の品質・衛生管理①

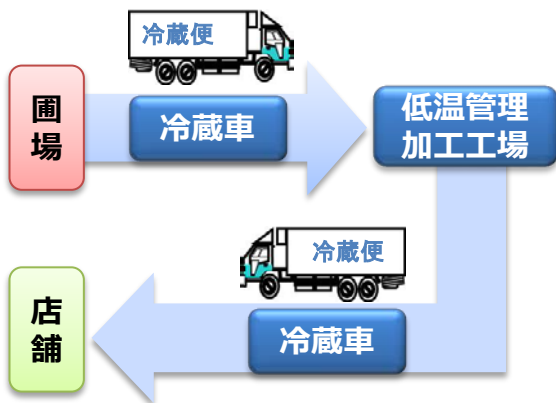
- 近年では、食品に対し、価格や国産志向のほか、品質（鮮度等）や安全性、生産者情報など、消費者の要求は多様化。
- コールドチェーンについては、産地から店舗まで一貫したコールドチェーンが構築されている取組も存在する一方で、卸売市場での整備割合は低い状況。
- 我が国においても、厚生労働省において、製造・加工、調理販売等の全ての食品等事業者を対象にHACCPによる衛生管理の義務化が検討中。EU、米国では全ての食品にHACCPに基づく衛生管理が義務付けられている。輸出の際には、それぞれの国と合意した条件に基づく施設認定等が必要となる。

■ 一貫したコールドチェーンの取組事例

外食チェーンにおける取組事例

◆ 圃場で野菜を収穫し、その場ですぐに冷蔵車で低温に冷やし、加工工場へ輸送。冷やしたまま加工、店舗へ輸送。

全ての工程を低温に保ち、一貫したコールドチェーンを確保することにより、採れたての鮮度で提供。



■ 卸売市場におけるコールドチェーンの整備状況

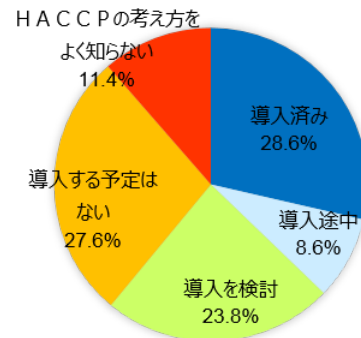
青果	水産	花き
18%	17%	13%

※中央卸売市場における低温卸売場の整備割合（面積）
出典：農林水産省調べ（H27年度末）

■ HACCP義務化に向けた動き

- HACCPの導入により、食品の安全性の向上を図る必要があるとの観点から、平成28年3月から12月まで、厚生労働省においてHACCPの制度化について検討。
- 平成28年12月に「食品衛生管理の国際標準化に関する検討会」の最終とりまとめが公表。
- 製造・加工、調理、販売等を行う全ての食品等事業者を対象としたHACCPによる衛生管理の制度化が行われる予定。

■ 食品製造業におけるHACCPの導入状況



出典：農林水産省「食品製造業におけるHACCPの導入状況実態調査（平成28年度）」

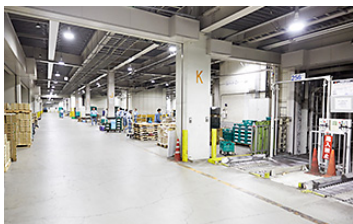
鮮度保持等の品質・衛生管理②

- 消費者の嗜好に対応した品質・衛生管理の強化は一部で取組が進んでいるが、更に強化し、生産者の所得向上に資する付加価値向上を実現していく必要。

【具体的事例】

J A全農青果センター（株）

- 全農グループの一員として青果物の仕入・販売等を実施。東京、神奈川、大阪に青果センターを開設。
- 産地から出荷された青果物について、取引先のニーズに応じて小分け・包装して配送するほか、パートナー企業と連携して、カット、チルド、冷凍、総菜などの商品開発も実施。各生協と連携した宅配集品センター機能も有している。
- センターは全館温度管理する機能を保有。5℃帯・10℃帯と分かれ、エチレン吸着機能も有する自動冷蔵倉庫、低温倉庫等により高度な鮮度管理、品質保持を実現。



福岡市中央卸売市場青果市場

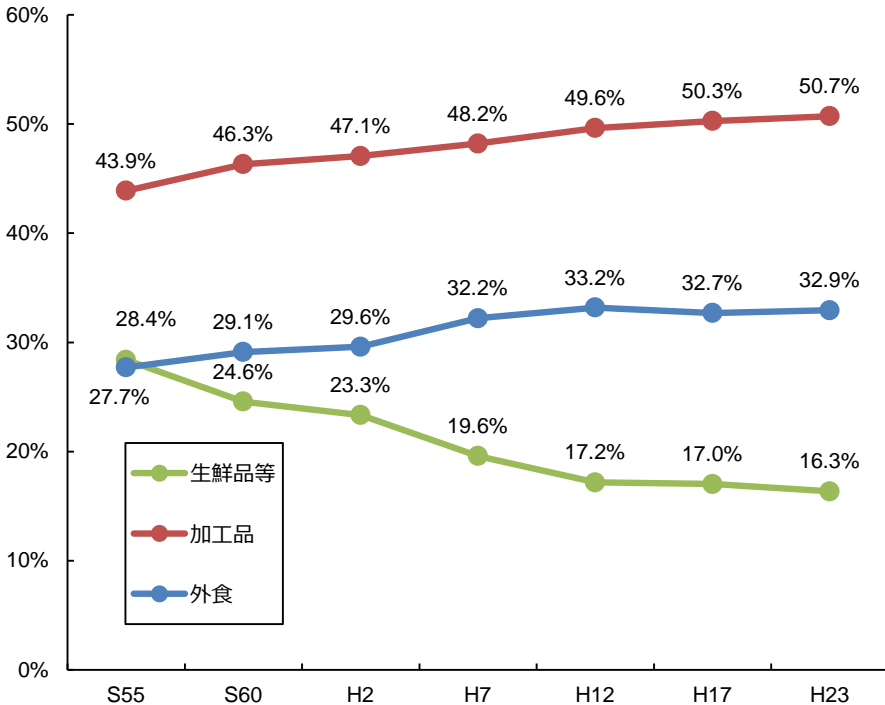
- 平成28年2月に旧3市場を統合移転して開場。移転に伴い、コールドチェーンによる品質確保のための施設整備を実施。
- ① 卸売場の84%（旧青果市場の7倍）を、密閉式の低温卸売場（5℃又は15℃）として整備。
- ② 入荷用通路、卸売場、仲卸売場・積込所を物流動線を考慮して配置。入荷から搬出までコールドチェーンを切らずに最短化。
- 市の検査員が商品の温度管理や衛生的取扱い等を毎日監視指導するほか、商品を収去し残留農薬や細菌の検査を実施。



国内外の需要への対応①

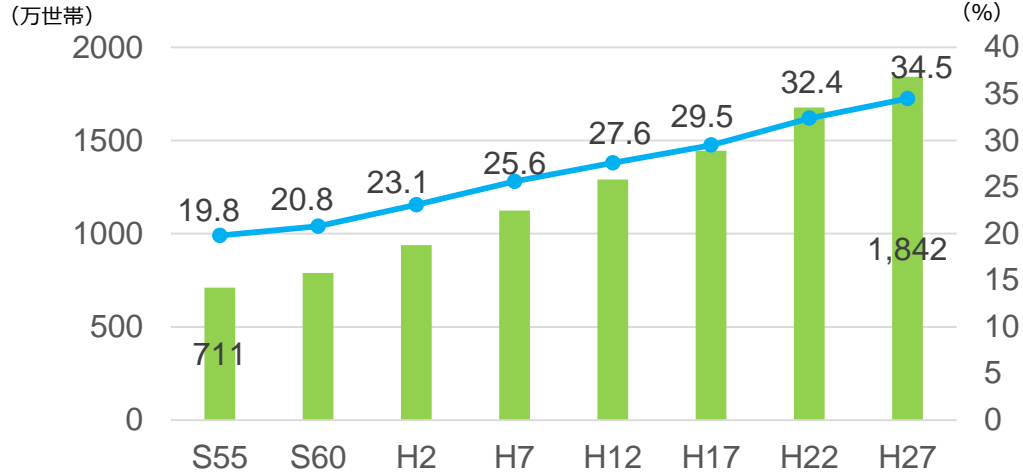
- 単身世帯や高齢者世帯、共働き世帯の増加に伴い、家庭内での調理にかけられる労力や時間が減少。
- 単身世帯数の割合が増加する中、弁当、総菜などの中食や外食、加工食品等のニーズが高まるとともに、小分け・少量化への対応も必要。

■ 国内消費に占める生鮮・加工・外食の割合



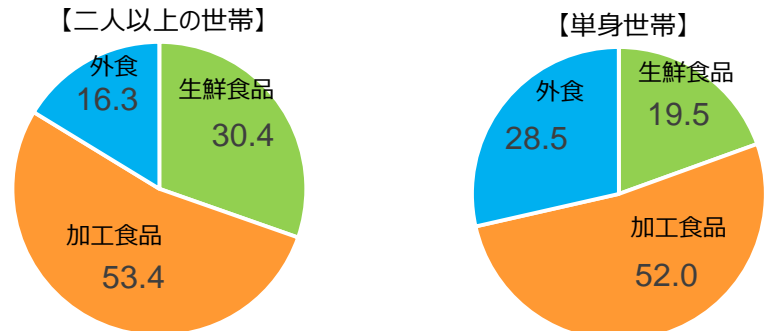
出典：農林水産省「農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表」を基に作成。

■ 単身世帯数及び総世帯数に占める単身世帯の割合の推移



注：1) 国勢調査における「単独世帯」を「単身世帯」と表記
2) 昭和55年から平成17年までは旧家族類型 資料：総務省「国勢調査」

■ 二人以上の世帯、単身世帯の食料支出割合 (平成28年度)



注：生鮮食品は、米、生鮮魚介、生鮮肉、牛乳、卵、生鮮野菜、生鮮果物の合計。
加工食品は、それ以外。 資料：総務省「家計調査」

国内外の需要への対応②

- ▶ 生活様式の変化に合わせて、カットや小分けなど消費者の求める形で食品を販売することや、海外マーケットの輸出条件に対応した輸出拠点化等を実施することで、生産者の所得向上を実現していく必要。

【具体的事例】



イオンフードサプライ（株）

- 自社グループの物流・加工センターとして、生鮮3品（農産、畜産、水産）及び惣菜の製造・加工を行い、グループ各社（イオンリテール、マックスバリュ、ビッグ、まいばすけっと他）に商品供給を実施。
- 原料生産段階から製造・加工、店舗供給に至るまでのサプライチェーン全体の中で、産地との直接取引によるリードタイムの短縮化、一括加工による生産性向上、ロス削減、品質安定、衛生管理等を実施。
- 食の安全と品質に関する国際認証規格「SQF」を2005年に取得。異物混入、食中毒、化学物質による汚染・アレルギー等のリスク管理を実施。

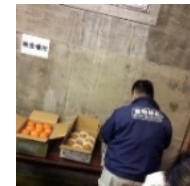


成田公設地方卸売市場の輸出拠点化

- 成田国際空港に隣接する成田市場が輸出拠点化を志向。
- ① 卸売市場内で植物検疫、輸出証明書の交付など輸出手続をワンストップ化。
- ② 海外の卸売市場（仏：ランジス）との市場間ビジネスの検証等を実施。
- ③ 成田空港隣接地に新市場を移転（2020年）し、コンテナヤード、加工施設等を整備予定。



・産地証明書の交付
・植物防疫検査の実施



コンテナヤードの整備

東京都中央卸売市場大田市場（青果仲卸業者）

- 輸出用青果物の品質保持・長期保存が可能な倉庫を導入し、計画的に輸出。
(導入前の輸出額 (1.5億円) → 導入後 (5億円))



倉庫内に電場を発生させ品質を保持

食品流通構造改善促進法（平成3年法律第59号）について

- 食品流通全体を振興する仕組みとしては、食品流通構造改善促進法があり、食品流通の構造改善事業に取り組む事業者に対し、金融等の支援措置を講じているところ。
- 他方、食品流通情勢の変化に対応し、物流の効率化や情報通信技術の活用、品質・衛生管理などの方向性を踏まえて見直しが必要。

食品流通構造改善基本方針の策定：農林水産大臣が食料・農業・農村政策審議会の意見を聴いておおむね5年ごとに策定

構造改善計画の作成：食品製造業者、食品販売業者、卸売市場関係者等は、以下の構造改善計画を作成

- 1 食品生産製造等提携事業
（食品製造業者・販売業者と生産者との安定取引関係の確立）
- 2 卸売市場機能高度化事業
（卸売市場施設の近代化等による卸売市場の機能の高度化）
- 3 食品販売業近代化事業
（食品販売に係る業務の共同化等による食品販売事業の近代化）
- 4 食品商業集積施設整備事業
（食品販売業者の店舗集積等）
- 5 新技術研究開発事業
（品質管理、製造等に係る新技術の研究開発）

構造改善計画の認定：構造改善計画が適当である旨の農林水産大臣の認定

支援措置：

- ・ 日本政策金融公庫からの長期低利資金の貸付け
- ・ 食品流通構造改善促進機構による債務保証
- ・ 税制上の措置（食品商業集積施設整備事業に係る土地の譲渡所得特別控除）

IV. 卸売市場流通

卸売市場流通①

～中央卸売市場における取引等の変化～

- 中央卸売市場の数は、昭和55年度から28%減少。今後、人口減少社会を迎える中で、中央卸売市場の増設の必要性は低下。また、地方卸売市場への転換が進んでいる状況。
- せり・入札の方法も、青果で10.6%、水産で17.1%まで低下。
- 卸売業者が減少する中であっても、卸売業者の営業利益率は向上していない。

昭和55年度

市場数	89
卸売業者数	267
仲卸業者数	6,474
売買参加者数	53,717

	青果	水産	花き	食肉
せり・入札割合 (%)	76.4	41.7	99.5	86.4
相対割合 (%)	23.6	58.3	0.5	13.6

	青果	水産	花き	食肉
委託集荷割合 (%)	83.7	41.0	99.8	93.3
買付集荷割合 (%)	16.3	59.0	0.2	6.7

	青果	水産	花き	食肉
卸売業者の営業利益率 (%)	0.37	0.59	1.17	0.20

※ 昭和56年度

平成27年度

市場数	64
卸売業者数	166
仲卸業者数	3,278
売買参加者数	24,318

	青果	水産	花き	食肉
せり・入札割合 (%)	10.6	17.1	23.0	87.2
相対割合 (%)	89.4	82.9	77.0	12.8

	青果	水産	花き	食肉
委託集荷割合 (%)	61.3	19.4	90.7	94.9
買付集荷割合 (%)	38.7	80.6	9.3	5.1

	青果	水産	花き	食肉
卸売業者の営業利益率 (%)	0.35	0.36	0.40	0.23

※ 委託集荷：卸売業者が、生産者から販売委託を受けて集荷すること。
買付集荷：卸売業者が、生産者から直接買付けて集荷すること。

卸売市場流通② ～生鮮食料品等流通における卸売市場の位置づけ～

- 国内最終消費における加工食品の割合が上昇し、生鮮品等の割合は減少。
- 平成16年の法改正により、中央卸売市場から地方卸売市場への転換に関する規定が措置されたが、それ以降、合計31の中央卸売市場が、比較的規制が緩やかで柔軟な取引が行える地方卸売市場に転換。

飲食料の国内消費に占める
生鮮品等・加工品の割合

卸売市場経由率

中央卸売市場から地方卸売市場へ転換した市場数

昭和
50年代

生鮮品等 28% 加工品 44%

青果 86% 水産 86%

31市場
(平成17年度～)

-12%

+7%

-26%

-32%

※ 1市場に複数の部門がある場合、一部の部門の地方卸売市場への転換も1市場としてカウント。

平成
20年代

生鮮品等 16% 加工品 51%

青果 60% 水産 54%

市場の取引内容は、実際に卸売市場に商品を持ち込まず（商物一致の例外）市場の代金決済のみを利用するものもあるなど、大きく変化。

卸売市場流通③ ～卸売市場法の規制について～

- 卸売市場法による様々な規制は、食品流通の実態が変化しているにも関わらず、制定時の昭和46年以來（さらには前身である中央卸売市場法制定時の大正12年以來）、その骨格を維持。
- 地方卸売市場は、中央卸売市場に比べて規制が緩やかであり、地域の実態に応じたルールを定め、適正な取引を確保しつつ、柔軟な取引が行われている。

【卸売市場法（昭和46年法律第35号）の枠組み】

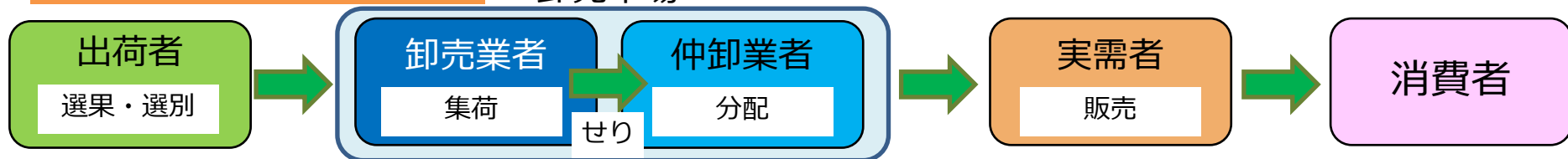
		中央卸売市場（平成28年度末64市場）	地方卸売市場（平成27年度末1,081市場）
特 徴		<ul style="list-style-type: none"> ・ 広域的な生鮮食料品等流通の中核的な拠点 ・ 開設者は都道府県や人口20万人以上の市 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域における生鮮食料品等の集配拠点 ・ 開設者に制限なし（地方公共団体、株式会社、農協、漁協等）
業者等の 許認可、指 導監督	開設者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農林水産大臣による認可（報告徴収・検査、監督処分等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都道府県知事による許可（報告徴収・検査、監督処分等） 【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農林水産大臣による許可（報告徴収・検査、監督処分等） ・ 開設者による報告徴収・検査、監督処分等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都道府県知事による許可（報告徴収・検査、監督処分等） 【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	仲卸業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開設者による許可（報告徴収・検査、監督処分等） 	法律上特段の規定なし 【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	売買参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開設者による承認（監督処分） 	
取引規制	卸売業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売買取引の方法の設定 ・ 差別的取扱いの禁止 ・ 受託拒否の禁止 ・ 卸売の相手方としての買受けの禁止 ・ 第三者販売の原則禁止 （卸売業者の販売先を市場内の仲卸、売買参加者に限定） ・ 商物一致の原則 （卸売業者の販売を市場内にある物品に限定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売買取引の方法の設定 ・ 差別的取扱いの禁止 【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	仲卸業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売の委託の引受けの禁止 ・ 直荷引きの原則禁止 （仲卸業者の仕入先を当該市場の卸売業者に限定） 	<ul style="list-style-type: none"> 【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 代金決済の確保 （業務規程で定める支払期日、支払方法等により決済） 	<ul style="list-style-type: none"> 【必要に応じて都道府県知事が条例で規定】

卸売市場流通④ ～卸売業者、仲卸業者等の役割の変化～

- ▶ 卸売市場法制定時は、卸売業者 = 集荷、仲卸業者 = 分配、実需者 = 販売という役割分担が明確で、生産地から消費地まで流通ルートが画一的。
- ▶ 現在は、仲卸業者のスーパー経営への進出や卸売業者や仲卸業者の市場外の子会社等を通じた流通など、その役割が変化し、制度と実態が乖離している状況。

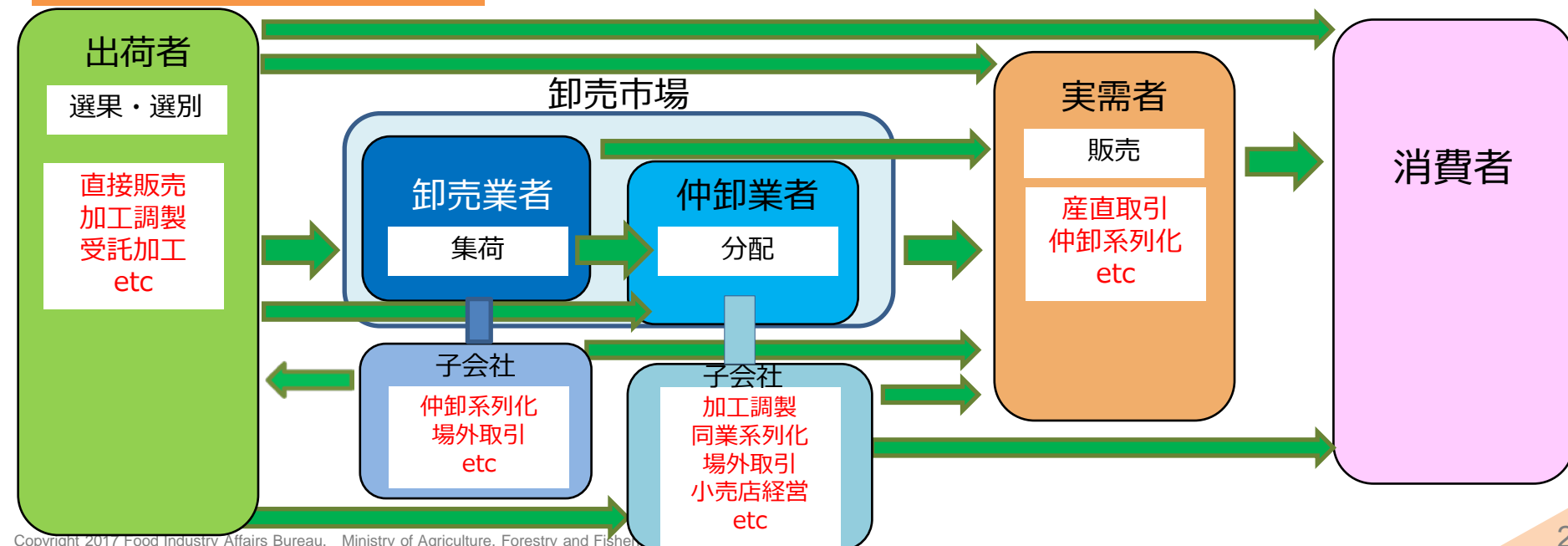
法制定時に想定した役割

卸売市場



現状

卸売市場



売買取引の方法の設定

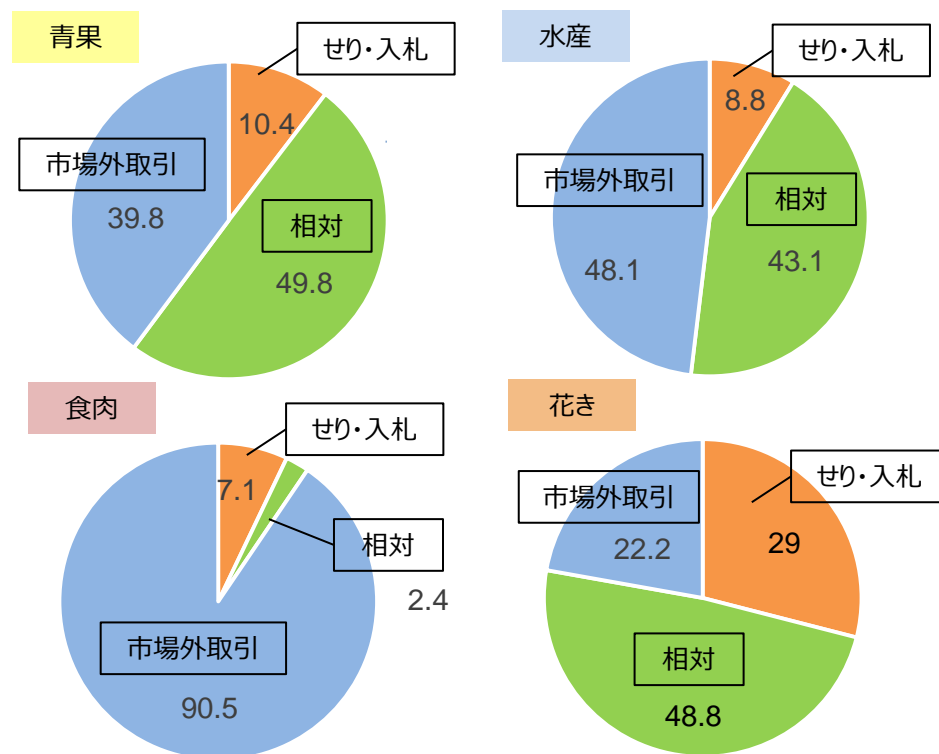
- 中央卸売市場においては、せり原則を廃止し（平成11年改正）、品目ごとに予め定めた売買取引の方法によらなければならない旨規定しているが、これは開設者の判断で、せり・入札によることが適当であるものはせり・入札によらせるためのもの。
- 各品目ごとの売買取引の方法をみると、量販店等の開店時間に間に合うよう出荷する必要がある青果、水産、花きで相対取引が拡大。市場外流通も含めた場合のせり・入札の割合は、青果、水産、食肉で10%程度。

■ 売買取引の方法に係る規定(法第35条)

中央卸売市場で行う卸売は、次に掲げる生鮮食料品等の区分に応じ、各区分に掲げる売買取引の方法によらなければならない。

	生鮮食料品等の区分	売買取引の方法
1号物品	せり・入札によることが適当である生鮮食料品等として業務規程で定めるもの	せり・入札
2号物品	毎日の卸売予定数量のうち少なくとも一定割合に相当する部分についてせり・入札によることが適当である生鮮食料品等として業務規程で定めるもの	開設者が品目ごとに定める一定割合に相当する部分についてはせり・入札、それ以外についてはせり・入札又は相対取引
3号物品	1号物品及び2号物品以外の生鮮食料品等として業務規程で定めるもの	せり・入札又は相対取引

■ 国内総流通における卸売市場のせり・入札の比率(%) (平成26年度)

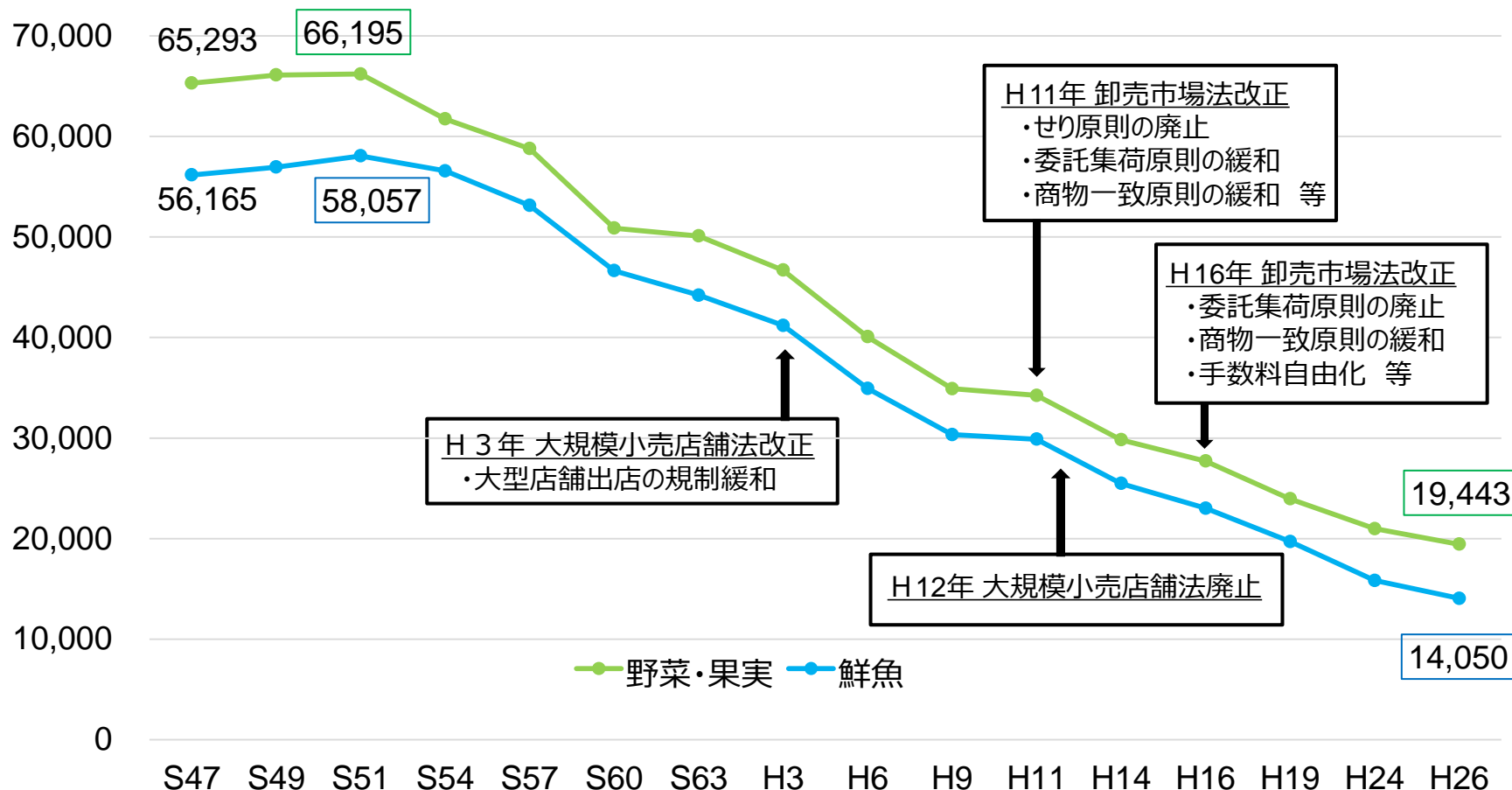


※ 青果、水産、食肉のせり・入札、相対取引割合は、市場経由率(重量ベース)にせり・入札割合(金額ベース)を掛け合わせて計算したものです。

(参考) 専門小売店の減少と卸売市場法改正の関連性について

➤ 野菜・果実及び鮮魚の専門小売店数は、昭和51年以降一貫して減少傾向にあり、せり原則の廃止等を行った平成11年・平成16年の卸売市場法改正との明確な関連性は見られない。

専門小売店数（野菜・果実、鮮魚）の推移



資料：経済産業省「商業統計表」を基に作成

差別的取扱いの禁止、受託拒否の禁止

- 中央卸売市場においては、卸売業者に対し、出荷者、仲卸業者、売買参加者への差別的な取扱い及び受託拒否を禁止している（例外規定あり）。
- 他方、地方卸売市場においては、差別的な取扱いは禁止しているが、法制定時から受託拒否の禁止については法律で規制していない。

差別的取扱い及び受託拒否の禁止 (第36条)

- 卸売業者は、中央卸売市場における卸売の業務に関し、出荷者、仲卸業者又は売買参加者に対して、不当に差別的な取扱いをしてはならない。
- 卸売業者は、中央卸売市場における卸売のための販売の委託の申込みがあった場合、正当な理由がなければその引受けを拒んではならない。

■ 受託拒否できる正当な理由の事例 (「中央卸売市場における業務運営について」(12食流第746号食品流通局長通知)より)

1. 物品が一定の機能を有しているか
 - 衛生上有害な物品等の場合
 - その市場の過去の実績からみてすべて残品となり販売に至らなかった物品と品質が同程度であるとして開設者の指定する検査員が認めた場合
2. 施設面での物理的な制約がないか
 - 市場施設の処理能力の超過の場合
3. ルールが遵守されており、権利関係も安定しているか
 - 法令違反又は行政当局の指示・命令があった場合
4. 信義則に反していないか
 - 卸売のための販売の委託の申込みが開設者の承認を受けた受託契約約款によらない場合
 - 市場外取引や他市場での残品の出荷であることが明白であり、かつ、これが同一の出荷者により繰り返し行われ、その量も相当程度ある場合
5. その他
 - 暴力団関係者から販売の委託の申込みがあった場合

卸売の相手方としての買受けの禁止、第三者販売の原則禁止、販売の委託の引受けの禁止、直荷引きの原則禁止

- これらの規制は、卸売業者 = 集荷、仲卸業者 = 分配という役割分担の下に流通ルートを守れるもの。
- 現在では、第三者販売の原則禁止及び直荷引きの原則禁止について、実需者の品揃えを確保するために例外規定が活用されており、その割合は増加傾向にあるほか、子会社等による市場外での取引も多く行われている状況にある。
- 地方卸売市場においては卸売市場法制定当時からこれらの法規制がない。

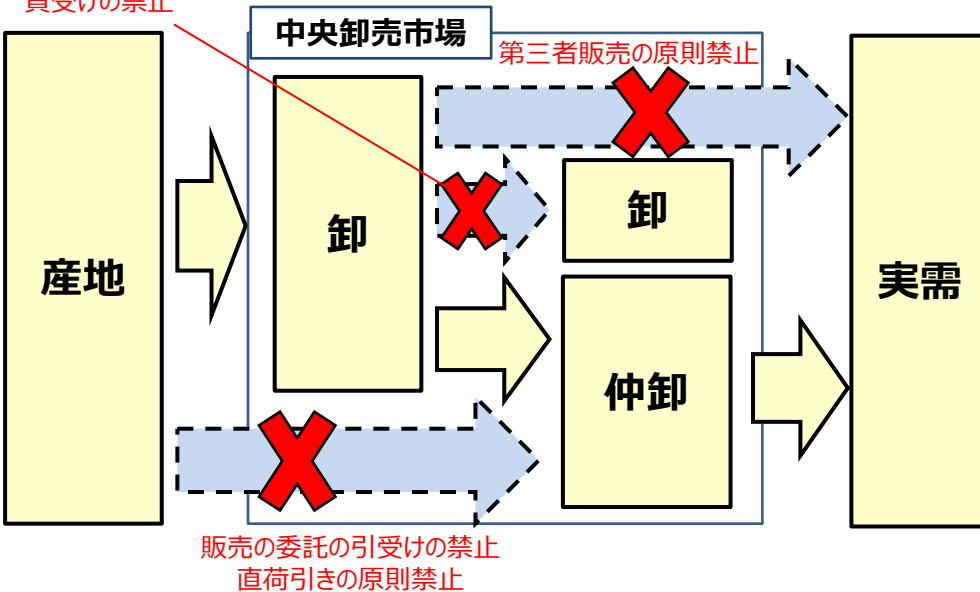
(参考1) 第三者販売の割合 上位3市場 (平成27年度)

【青果】	【水産】
1. A市場 : 32.2%	1. A市場 : 54.9%
2. B市場 : 27.6%	2. B市場 : 46.0%
3. C市場 : 27.2%	3. C市場 : 42.4%
平均9.6% (0%~32.2%)	平均22.5% (0.8%~54.9%)

(参考2) 直荷引きの割合 上位3市場 (平成27年度)

【青果】	【水産】
1. A市場 : 40.9%	1. A市場 : 55.1%
2. B市場 : 40.3%	2. B市場 : 44.4%
3. C市場 : 34.8%	3. C市場 : 43.0%
平均20.5% (0%~40.9%)	平均18.2% (0%~55.1%)

卸売の相手方としての
買受けの禁止



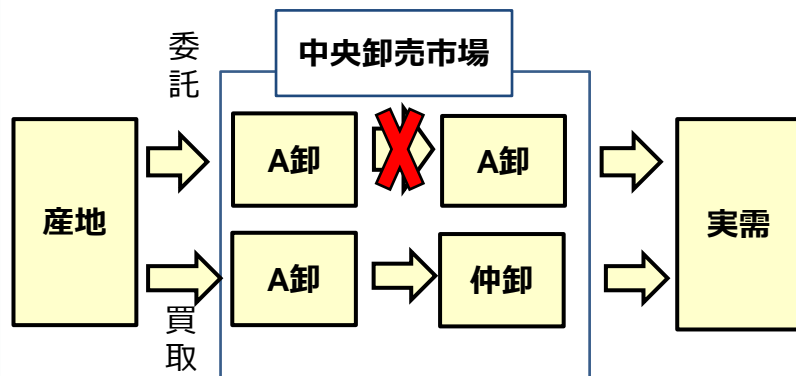
販売の委託の引受けの禁止
直荷引きの原則禁止

※地方卸売市場は法律上の制限はない。
(県条例の範囲内で、開設者のルール設定は任意)

(参考) 卸売の相手方としての買受けの禁止

卸売の相手方としての買受けの禁止 (第40条)

- 卸売業者が許可を受けて卸売を行う市場において、その許可に係る生鮮食料品等を卸売の相手方として買い受けてはならない。



■ 自己買参権を活用した所得向上の取組事例

J Fしまね

- J Fしまねは、自ら産地卸売市場（地方卸売市場）を開設。同卸売市場では、J Fしまねは、卸売業者であるとともに、買参人として水産物を競り落とし、大手量販店等に販売。

（ 買い受けた水産物について、うろこや内蔵の除去等の一次加工も行い、店舗が扱いやすい水産物を供給することにより取引を拡大。）

- 卸売業者であるJ Fしまねが自ら水産物を買受け、産地直送の販路の開拓に取り組むことにより、漁業者の所得向上に貢献。

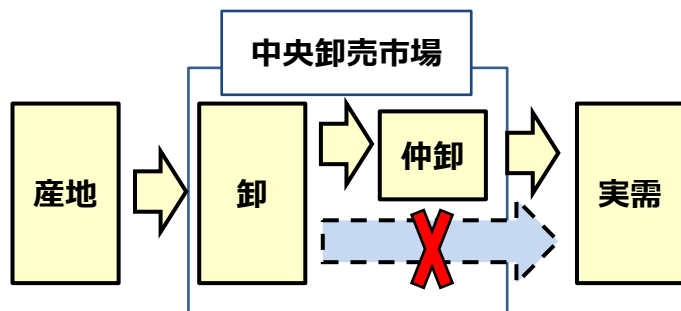
※地方卸売市場については、卸売の相手方としての買受けは法律上禁止されていない。



(参考) 第三者販売の原則禁止

卸売業者の第三者販売の原則禁止 (第37条)

- 卸売業者は、中央卸売市場における卸売の業務については、当該市場の仲卸業者又は売買参加者以外の者に卸売をしてはならない。



■ 第三者販売の原則に対する例外規定の概要

農林水産省令で定める以下の特別な事情がある場合であって、業務規程で定めるところにより、開設者が仲卸業者及び売買参加者の買受けを不当に制限することとならないと認めるとき。

- ①残品を生じるおそれがある場合
- ②残品を生じた場合
- ③開設区域内転送(調整転送)
- ④開設区域外転送
- ⑤市場間連携
- ⑥業者間連携(6次産業化、輸出)

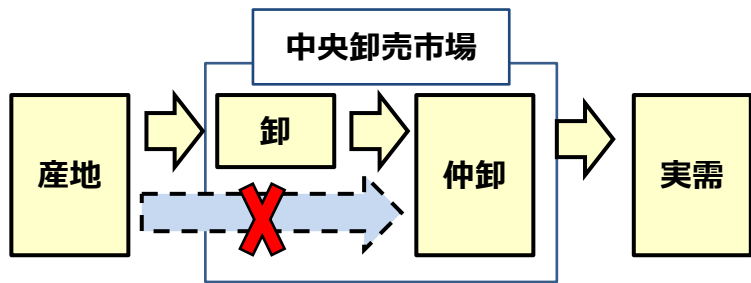
〈例外規定の適用割合〉

	残品のおそれ、 残品 ① + ②	他市場への転 送 ③ + ④	市場間・業者 間連携 ⑤ + ⑥
青果	34.5%	62.9%	2.7%
水産	76.2%	19.3%	4.5%
食肉	100%	0.0%	0.0%
花き	38.8%	60.5%	0.7%

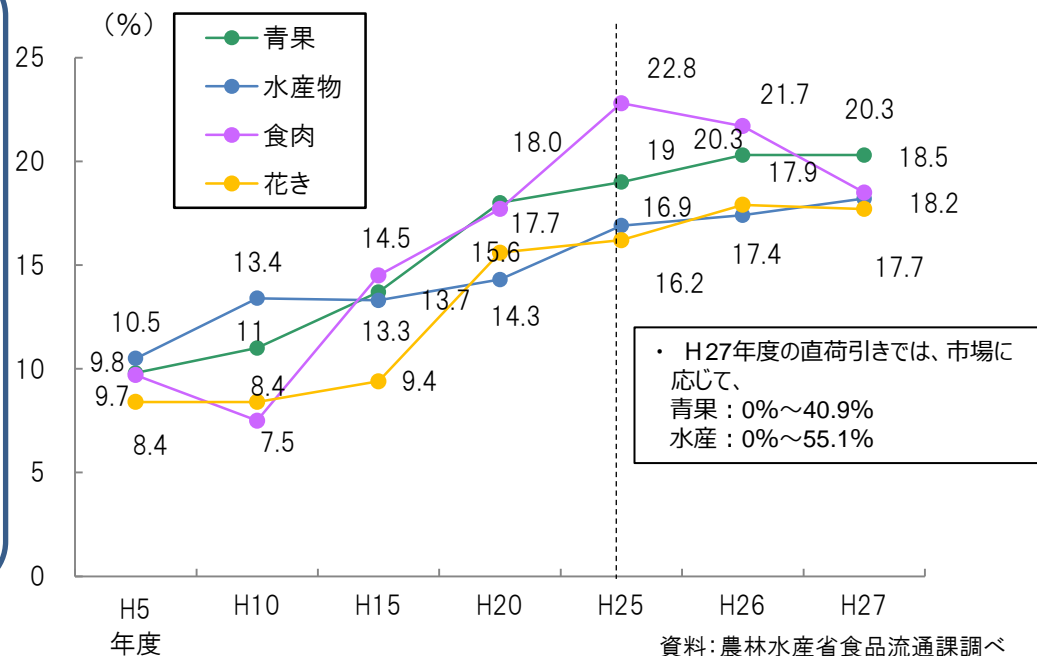
(参考) 販売の委託の引受けの禁止、直荷引きの原則禁止

仲卸業者の直荷引きの原則禁止 (第44条)

- 仲卸業者は、仲卸しの業務を行う中央卸売市場における業務については、販売の委託の引受け及び当該市場の卸売業者以外から買入れて販売してはならない。



直荷引き(中央卸売市場の仲卸業者における自市場の卸売業者以外からの仕入れ)割合の推移 (金額ベース)



・ H27年度の直荷引きでは、市場に応じて、
 青果：0%～40.9%
 水産：0%～55.1%

直荷引きの原則禁止の例外規定の概要

農林水産省令で定める以下の基準に従い、業務規程で定めるところにより、開設者が当該中央卸売市場における取引の秩序を乱すおそれがないと認めるとき

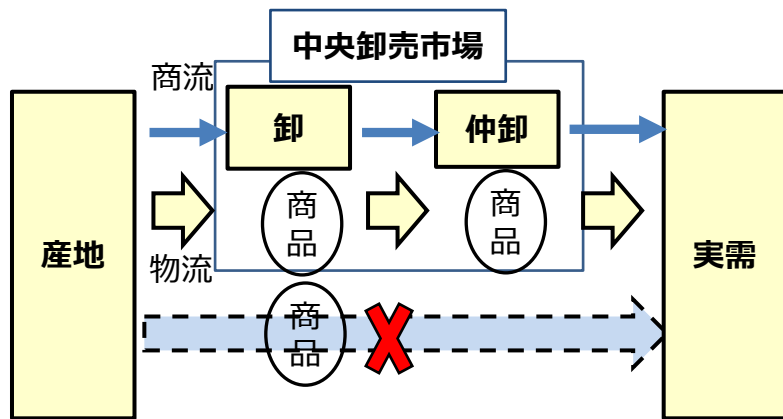
1. 開設者の許可を得て行う直荷引き、
2. 市場間連携、
3. 業者間連携(6次産業化、輸出)

商物一致の原則

- 中央卸売市場においては、卸売業者に対し、市場内にある生鮮食料品等以外の生鮮食料品等の卸売を原則として禁止している（例外規定あり）。
- 他方、例外規定による場外指定保管場所等を多くの卸売業者が活用しており（青果：約5割、水産：約9割）、商物分離取引のほか、子会社等による市場外での商物分離取引も多く行われている状況にある。

商物一致の原則（第39条）

- 卸売業者は、中央卸売市場における卸売の業務については、市場内の生鮮食料品等以外の生鮮食料品等の卸売をしてはならない。



商物一致の原則に対する例外規定の概要

次のいずれかに該当する場合。

1. 場外指定保管場所にある物品の卸売
2. 予約相対取引であって卸売業者が申請した開設区域内の場所にある物品の卸売
3. 電子商取引

中央卸売市場における市場外指定保管場所の状況（H27年度現在）

部類	卸売業者数 合計	うち指定保管場所を 利用している業者数	場外指定 保管場所数	1業者当たり箇所数		
				平均	最多	最少
青果	72	34 (47%)	227	7	42	1
水産	56	50 (89%)	1,409	28	222	1
食肉	10	5 (50%)	106	21	44	1
花き	20	2 (10%)	4	2	3	1

注：「場所数」は、各卸売業者の事業報告書に記載された市場外指定保管場所の数の合計。同一の場所在複数の卸売業者の事業報告書に記載されている場合もあるため重複を含む延べ数。

中央卸売市場における予約相対及び電子商取引に係る商物分離取引の実施状況（H27年度現在）

		予約相対	電子商取引
青果	実施業者数	4	3
	取扱数量(トン)	9,091	16,754
	取扱金額(百万円)	2,030	3,963
水産物	実施業者数	1	2
	取扱数量(トン)	550	156
	取扱金額(百万円)	371	204

注：平成27年度は、食肉・花きでの実施なし。

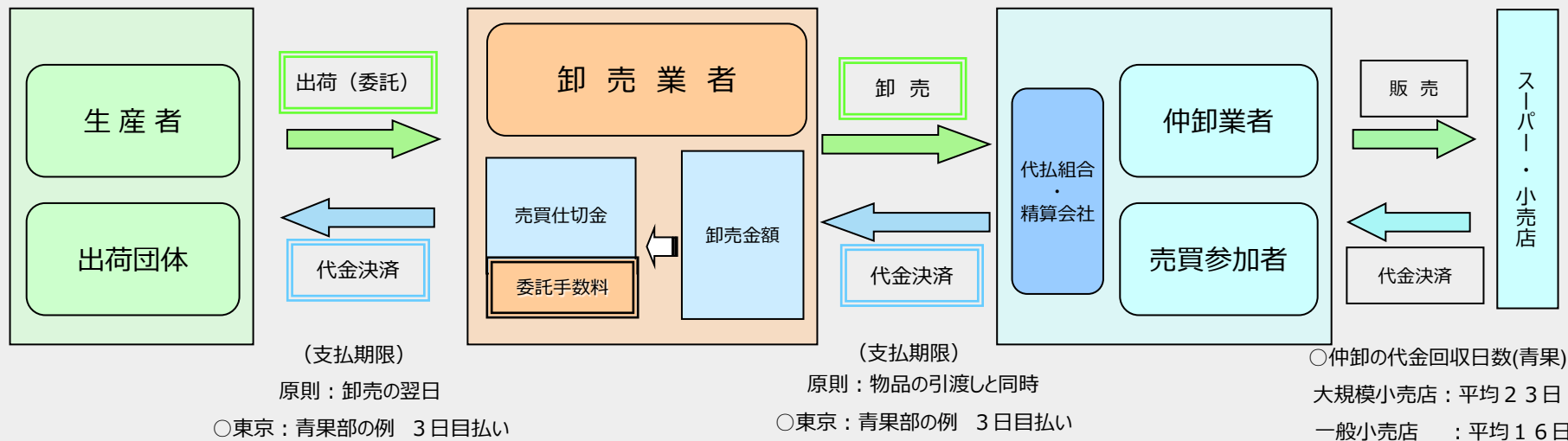
資料：農林水産省食品流通課調べ

代金決済の確保

- 中央卸売市場の代金決済は、業務規程で定める支払期日や支払方法等のルールに従って行うこととされている。
- 卸売業者は、取扱高等に応じた保証金を開設者に預託しなければならないとされている。
- 市場取引の内容は、実際に卸売市場に商品を持ち込まず（商物一致の例外）市場の代金決済のみを利用するものもあるなど、大きく変化。

決済の確保（第44条の2）

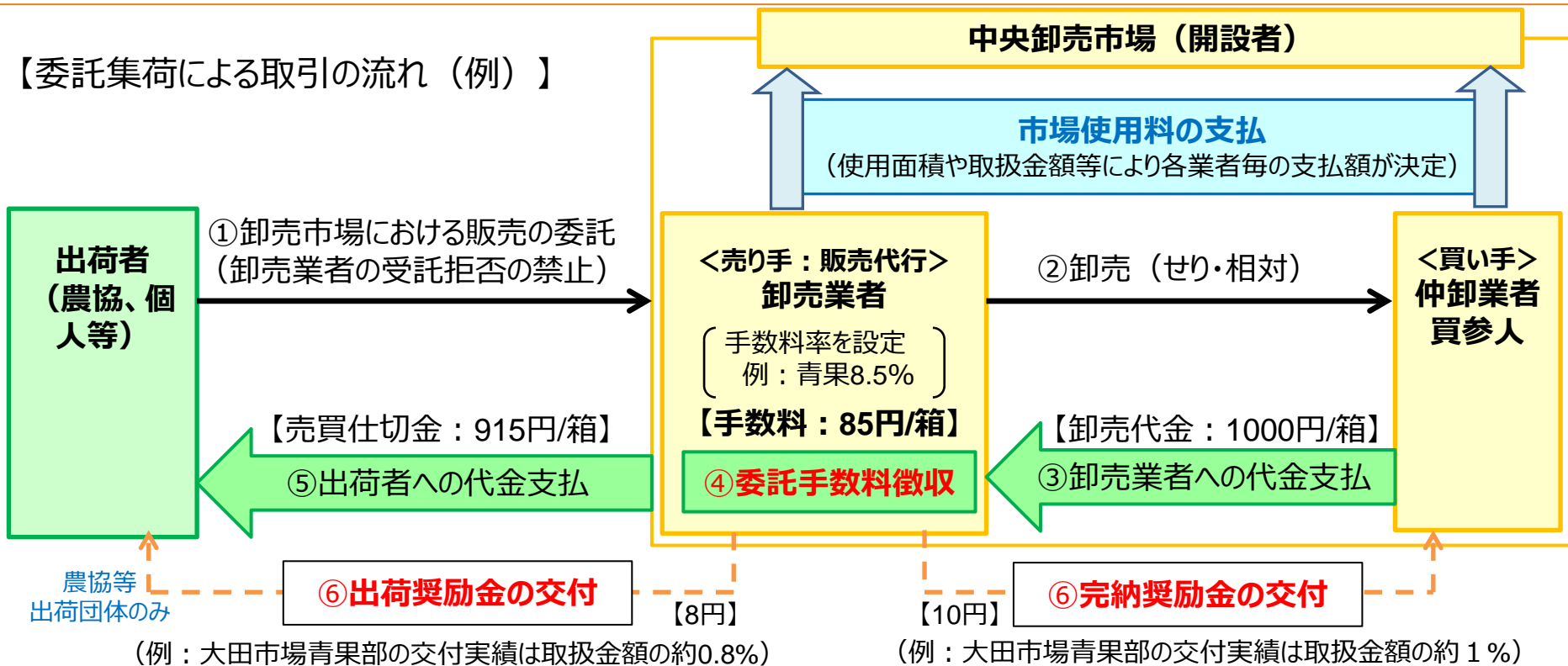
- ・ 中央卸売市場における売買取引の決済は、支払期日、支払方法その他の決済の方法であって業務規程で定めるものによりしなければならない。



委託手数料、奨励金

- 卸売市場の取引価格として公表される価格（卸売代金）には、卸売業者が委託の代価として収受する委託手数料が含まれている。卸売業者は収受した委託手数料の中から、出荷者に対し出荷奨励金を、仲卸業者等に対し完納奨励金を支払っている場合もあり、公表される価格にはこれらの部分も含まれている。
 - 委託手数料：卸売業者が行う販売代行サービスの対価
 - 出荷奨励金：一定規模以上の出荷を行った出荷団体に対する奨励金
 - 完納奨励金：期限内に代金を支払った仲卸業者等に対する奨励金
- 委託手数料の率の決定、出荷奨励金・完納奨励金、使用料の負担等について、国は規制を行っておらず、各中央卸売市場の業務規程等で規定。

【委託集荷による取引の流れ（例）】



公正な取引環境

- 食品のうち特に生鮮食品や日配品については、保存性が低く、日持ちのしないという特性が存在。取引上、売り手の立場が弱くなる傾向があり、量販店からの不当な協賛金やセンターフィー負担の要求、従業員派遣の要請、買ったたき等もみられる。
- 農林水産省では、日配品で特売の対象となりやすい豆腐について取引実態を調査し、関係法令に抵触するおそれのある取引事例が報告されたことから、平成29年3月に「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～豆腐・油揚げ製造業～」を策定。今後、牛乳・乳製品など他品目についても策定に向け取組を実施。

【H28 食品産業における取引慣行の実態調査結果】

<協賛金負担>

- ❑ 販促効果等と勘案して不当に高い協賛金を負担：**34.0%**

<センターフィー負担>

- ❑ コスト削減分を上回る金額を負担：**38.0%**
- ❑ 算出基準、根拠が明らかにされていない：**65.1%**

<買ったたき>

- ❑ 不当な値引き（事後値引き）要求があった：**13.4%**
うち「全て応じざるを得ない」「ほとんど応じている」「ケースバイケースで応じている」：**41.6%**
- ❑ 特売商品等の買ったたき要求があった：**12.9%**
うち「全て応じざるを得ない」「ほとんど応じている」「ケースバイケースで応じている」：**53.8%**

※ 小売業者との取引について食品メーカー328社からの回答を集計。

出典：（一財）食品産業センター「平成28年食品産業における取引慣行の実態調査報告書」

食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚げ製造業～

豆腐・油揚げ製造業について、スーパー、ドラッグストア等との取引実態について調査（アンケート回答企業数145社、ヒアリング実施企業数18社）。

法令に抵触するおそれのある取引事例を踏まえ、問題となり得る事例の例示等を内容とするガイドラインを策定。

【問題となり得る取引事例】

包材（フィルム等の費用負担）

- P B商品の販売打ち切りにより、一括購入した包装フィルムの購入費を小売業者に求めたが、受け入れられない。

合理的根拠のない価格決定

- 小売店が「円高還元セール」を実施するため、取引価格引下げを通知され、一方的に価格を決められた。

物の購入強制

- 小売業者の営業担当者から、前年実績を引き合いに出しつつ、季節商品の購入数量の報告を求められ、断れない。

派遣、役務の提供

- 小売業者の要請で、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、派遣費用の支払いがなかった。