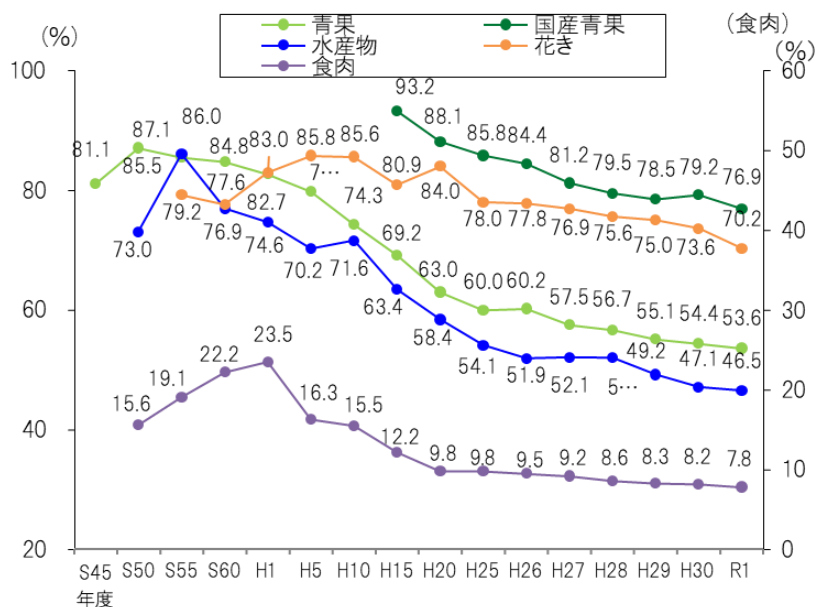


3. 卸売市場の現状

(1) 卸売市場経由率と卸売市場数・卸売業者数

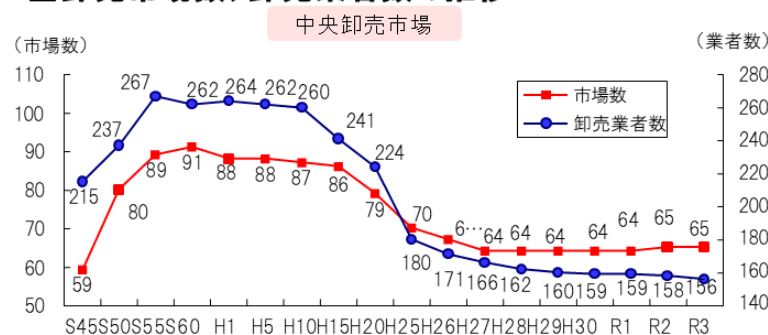
- 国産青果物では約 8 割。
- 市場経由率は、加工品など卸卸売市場は生鮮食料品等の流通の基幹的なインフラとしての役割を果たしており、**青果の 5 割強、水産物の 5 割弱**が卸売市場を経由しているが、加工品など卸売市場を経由することが少ない物品の流通割合の増加等により、総じて低下傾向で推移している。
- 中央卸売市場及び地方卸売市場の市場数及び卸売業者数は、中央卸売市場の市場数を除いて、減少している。

■ 卸売市場経由率の推移(重量ベース、推計)



資料：農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告」等により推計
 注：卸売市場経由率は、国内で流通した加工品を含む国産及び輸入の青果、水産物等のうち、卸売市場(水産物についてはいわゆる産地市場の取扱量は除く。)を経由したものの数量割合(花きについては金額割合)の推計値。

■ 卸売市場数、卸売業者数の推移



資料：農林水産省食品流通課調べ
 注：各年度とも年度末時点の数である。



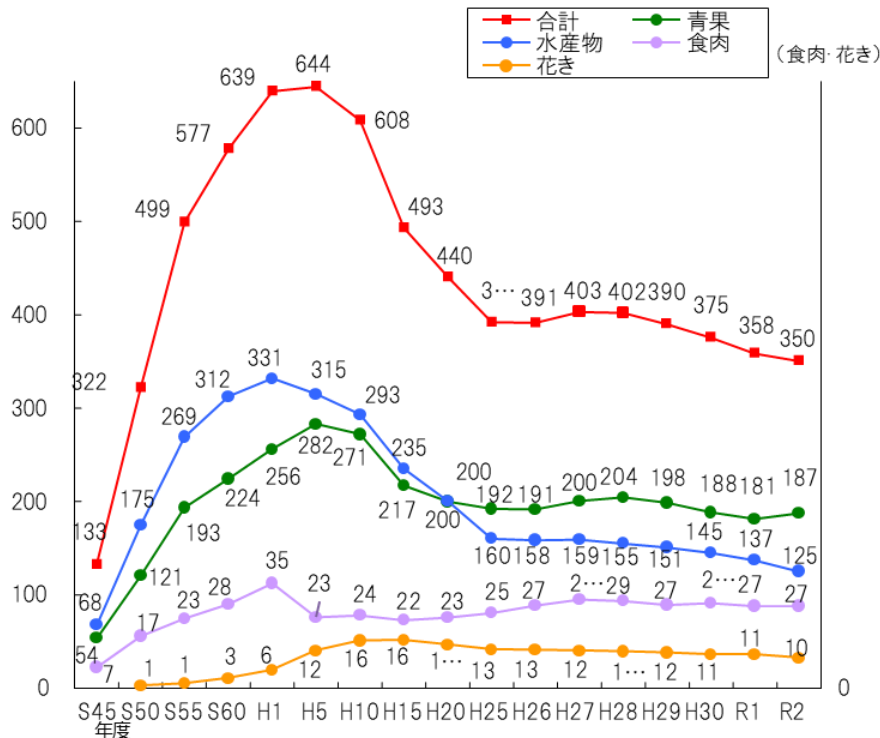
資料：農林水産省食品流通課調べ
 注：H23年度までは年度当初時点の数、H24年度以降は年度末時点の数である。

3. 卸売市場の現状

(2) 卸売市場の取扱金額

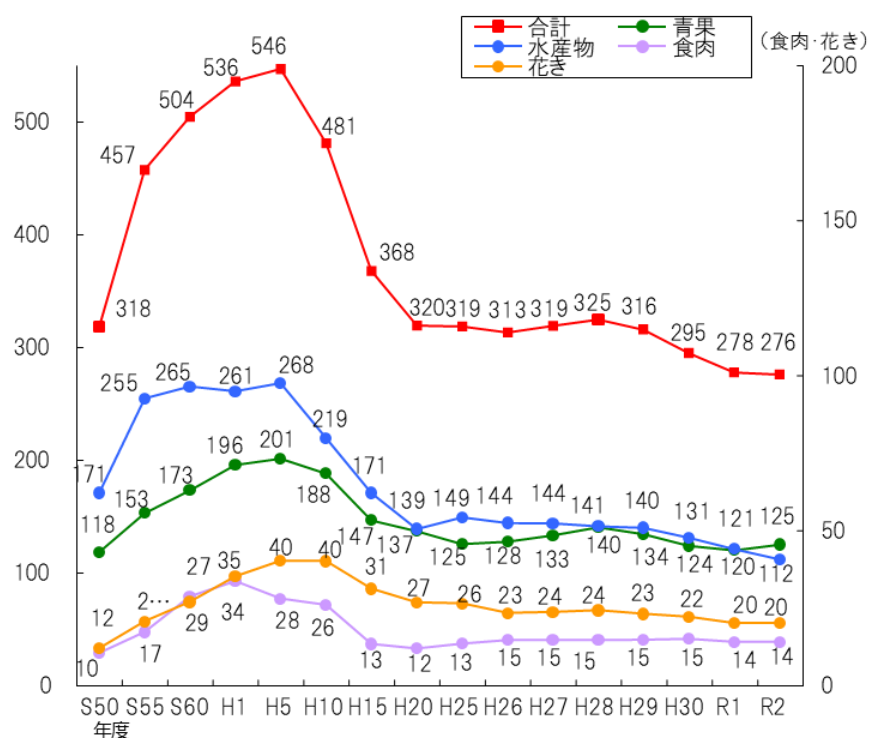
- 卸売市場における取扱金額は、平成初期にピークを迎え、その後、市場外流通の増加等の影響による取扱数量の減少等により総じて減少傾向で推移してきたが、近年、部類によっては概ね横ばいの傾向もみられる。

中央卸売市場



注：S45年度の中央卸売市場の取扱金額の合計値には花きの取扱金額は含まない。

地方卸売市場



資料：農林水産省食品流通課調べ

3. 卸売市場の現状

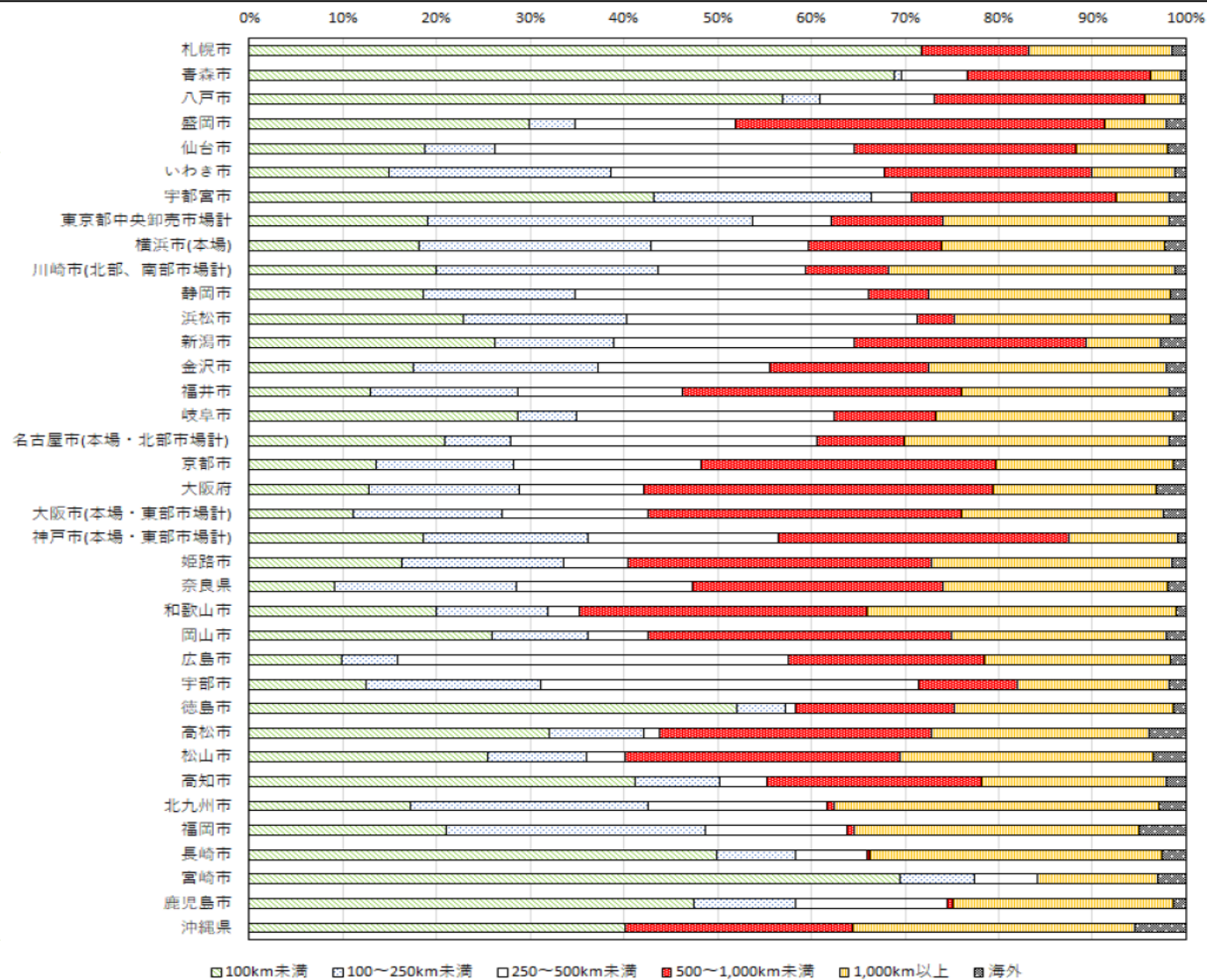
(3) 輸送距離からみたトラック輸送

- 250km未満
トラックにおける日帰り運行が可能な地域。物流上は問題が少ない。
- 250～500km
中距離。日帰り運行が難しく、今後、ドライバー確保が難しくなることが想定される。
- 500km以上
長距離。
- 1,000km以上
北海道、九州が該当し、全国のなかでも野菜の生産量が特に多い地域で、この地域はトラックでの輸送が、今後特に難しくなることが予想される地域。

3. 卸売市場の現状

(3) 輸送距離からみたトラック輸送

■ 中央卸売市場の野菜の産地からの距離帯別割合(重量ベース、2021年)



出典:各卸売市場の統計資料より作成

4. 卸売市場をとりまく環境変化

(1) 外部環境

- 近年の環境変化を、Policy（政策）、Economy（経済）、Society（社会）、Technology（技術）の視点で整理

Policy （政策）	・ 農業競争力強化プログラム、農業競争力強化支援法 ・ 卸売市場法と食品流通構造改善促進法の改正
Economy （経済）	・ 卸売市場経由率の低下、契約取引の増加、買付集荷の増加、輸出機会の拡大 ・ ドライバー不足、人手不足
Society （社会）	・ 産地の高齢化と生産減少 ・ 消費者の人口動態と消費の変化
Technology （技術）	・ 卸売市場における情報通信技術導入の遅れと新技術の登場 ・ サプライチェーンにおける情報の断絶問題

4. 卸売市場をとりまく環境変化

(2) 外部環境（政策）

- 平成29年8月に施行された「農業競争力強化支援法」において、国が講ずべき施策として、以下が示された
 - ・ 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
 - ・ 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
- 平成29年12月の「農林水産業・地域の活力創造プラン」では、第三者販売や直荷引きの原則禁止、商物一致の原則等のルールについて卸売市場ごとに定められるとすることや、食品流通の合理化の方向性として、情報通信技術等の技術を積極的に導入することが示された
- 平成30年3月6日に、「農林水産業・地域の活力創造プラン」を反映した卸売市場法及び食品流通構造改善促進法の一部を改正する法律案が通常国会に提出されている

4. 卸売市場をとりまく環境変化

(3) 外部環境（経済）

■ 2019年度のデータで卸売市場の**全体の6割以上が営業利益において赤字**

卸売市場は、本来相場による価格形成機能を持っている。しかし川上からも川下からも取引価格を要求されることで両者の負担を背負い込み財務状況を悪化させてしまっている。

原因

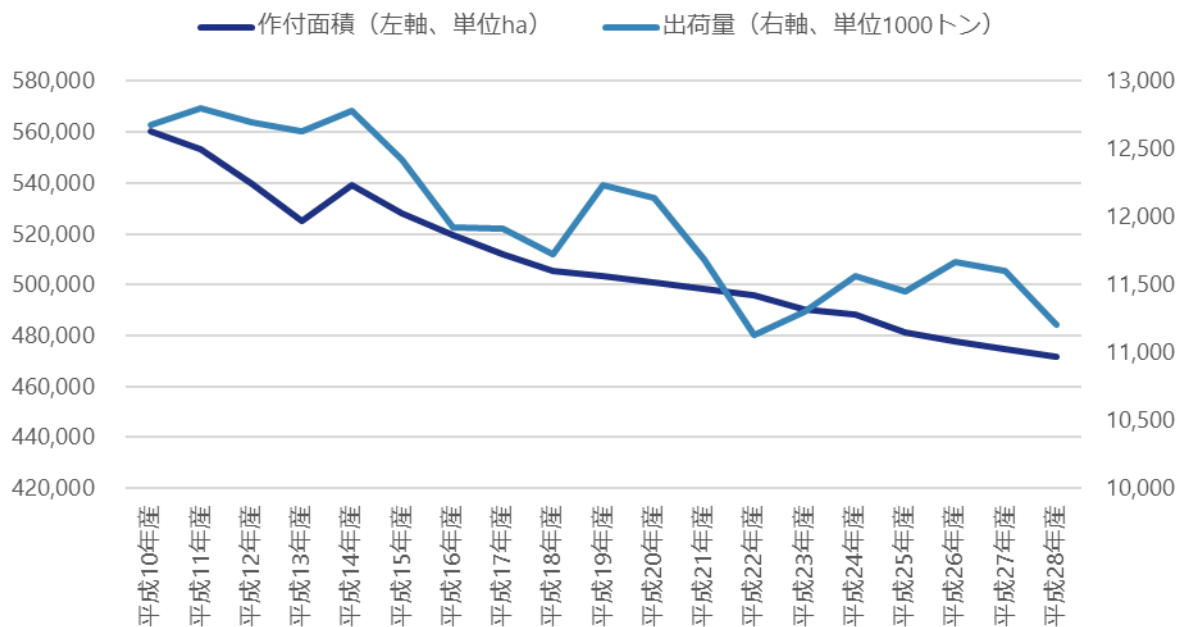
入荷量の減少	・人口減少と中食需要増加により、市場への青果物入荷はピークの6割に減少。 ・人口減少が卸売市場の農作物売上に影響し、中食や外食の農産物は市場を経ずに直接取引される傾向。 ・価格の相場よりも産地との交渉で価格を固定できるため、輸入品や国産品も市場バイパスが増加
出荷者による指値の増加	・競り取引時代では産地は値段に口を出さず、スーパーの影響で相対取引増加。 ・産地から卸売業者への指値を提示が増加。 ・卸売業者は「自己買受」で作物を仕入れ、購入金額よりも低い価格で売らねばならなくても、その損失を自ら負担する形態。
川下主導の価格形成	・1990年代後半、デフレスパイラルで日本における仲卸業者に対するスーパーからの値下げ圧力が強まり、相場無視が常態化。 ・相場が高ければ仲卸業者は購入量を減らし、冷凍食品などへの切り替え。 ・これにより仲卸業者は打つ手を失い、結果的に東京都内では平成元年以来、4割もの業者が減少

4. 卸売市場をとりまく環境変化

(4) 外部環境 (社会) ① 農業生産者の高齢化

- 長年にわたり農業者の高齢化が継続し、生産減の傾向が現れている
 - ・野菜では作付面積、出荷量ともに減少傾向にある
- 今後近いうちに、重量野菜など高齢者には生産しづらい品目で出荷量が大きく落ち込む恐れがあり、収穫作業や選果作業の負担軽減が求められる

野菜の出荷量と作付面積の推移



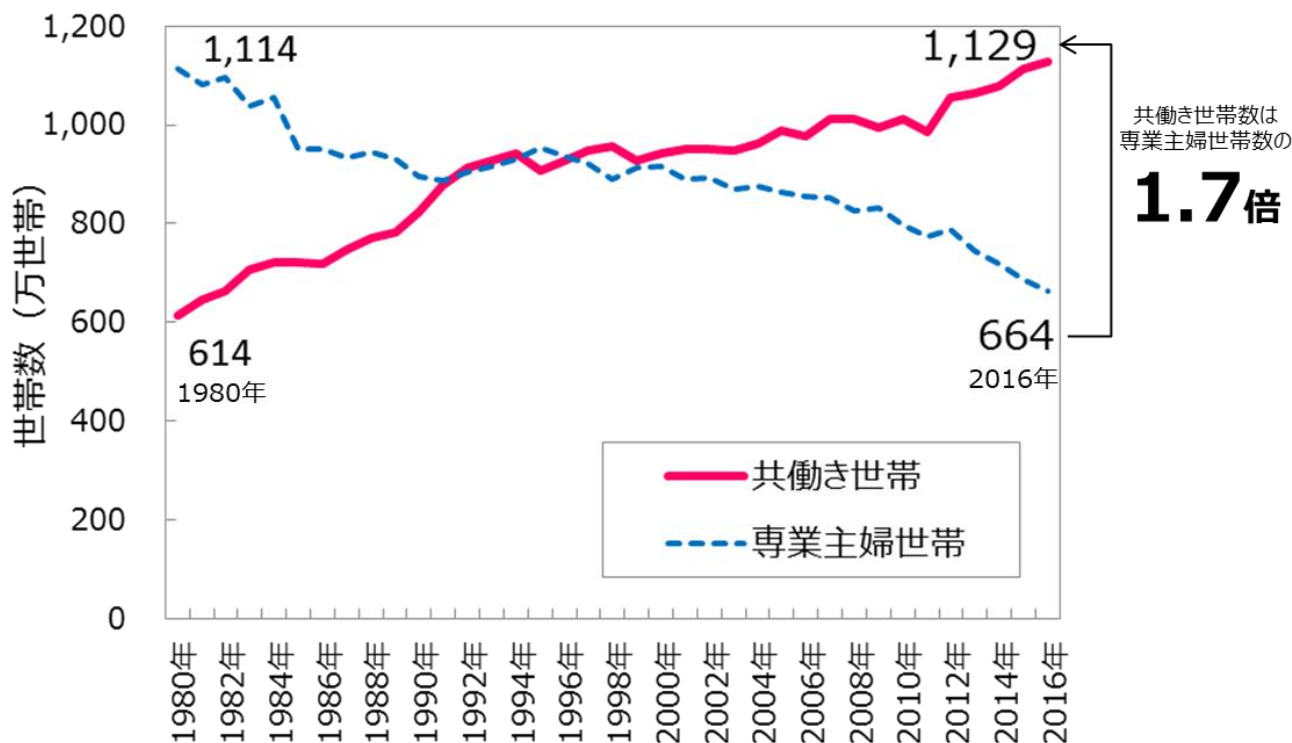
出所：作物統計調査

4. 卸売市場をとりまく環境変化

(4) 外部環境（社会）②消費者人口動態の変化

- 少子高齢化、単身世帯の増加、有職女性の増加が大きな変化である
・食の外部化や、カット野菜など加工品需要の増加につながると考えられる

共働き世帯数と専業主婦世帯数の推移

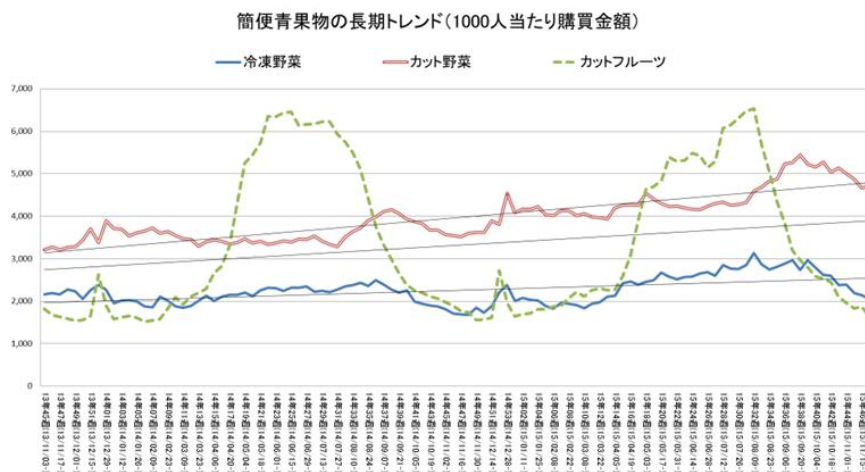


出所：内閣府「男女共同参画白書」を元に作成

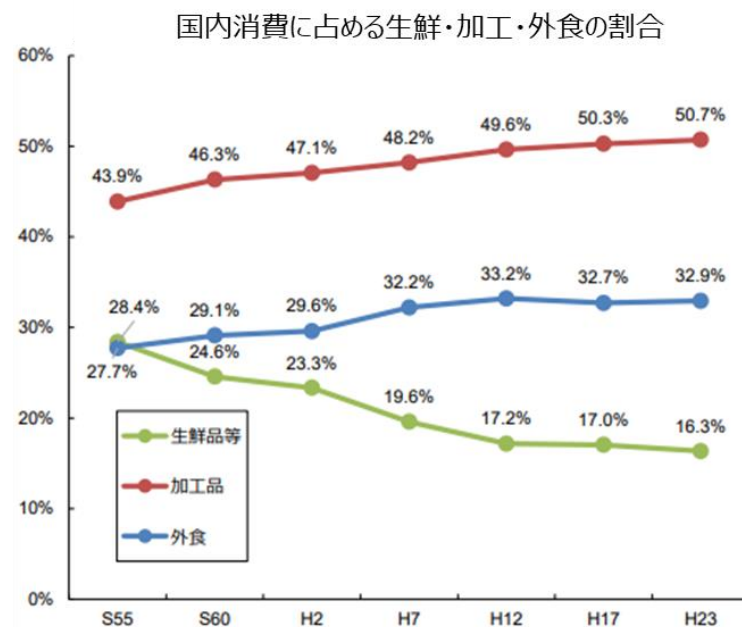
4. 卸売市場をとりまく環境変化

(4) 外部環境 (社会) ③消費の変化

- 人口動態の変化により、食品量販店では冷凍野菜、カット野菜、カットフルーツなどの簡便青果物の売上が増加傾向
- 消費の面でも、生鮮品等の割合が低下し、加工品や外食の割合が増大し続けている



出所：流通経済研究所「生鮮食品流通研究セミナー」資料
データはShopper Insight 社「real shopper SM」より



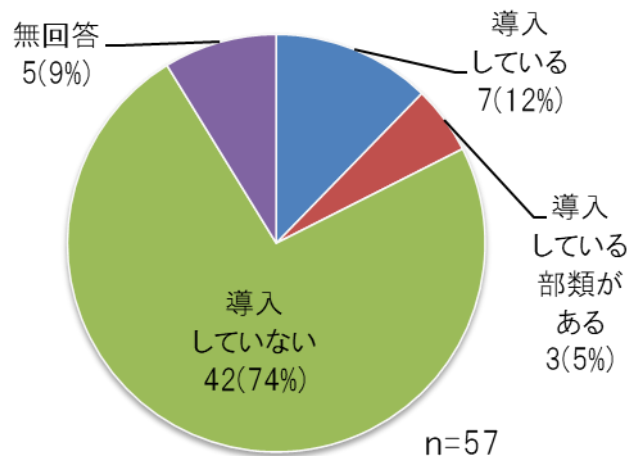
出所：農林水産省「卸売市場を含めた流通構造について」(平成29年)

4. 卸売市場をとりまく環境変化

(5) 外部環境（技術）①情報通信技術導入の遅れ

- 卸売市場では、生鮮EDI等の情報通信技術の導入が遅れている
 - ・生鮮EDI標準や電子タグの導入状況に関する調査では、74%が「導入していない」と回答している
 - ・ホームページを持っていない卸売業者や、パソコンを持っていない売買参加者などもおり、情報通信技術の導入が遅れているといえる

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))



4. 卸売市場をとりまく環境変化

(5) 外部環境（技術）②新しい情報通信技術の登場

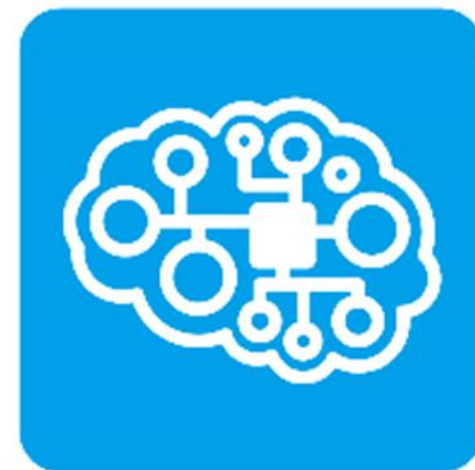
- 近年、新しい情報通信技術が登場している
例えばブロックチェーン、IoT、人工知能など
- 卸売市場流通で情報化が遅れている中、これらの技術を作業負担軽減や効率化等に活用できる可能性がある

IoT



ブロックチェーン

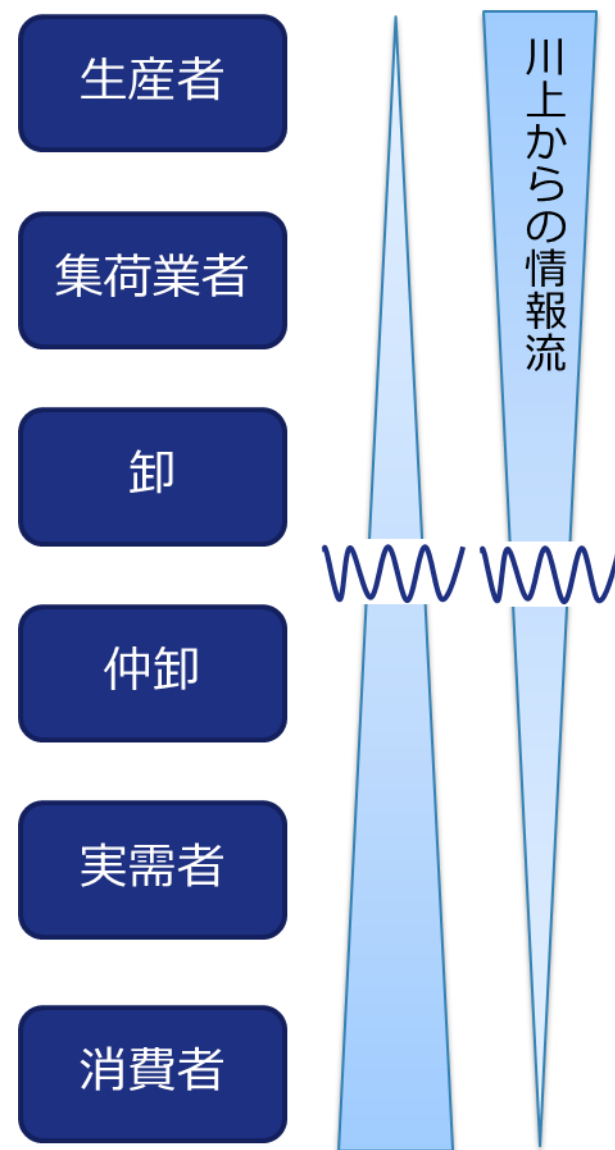
人工知能



4. 卸売市場をとりまく環境変化

(5) 外部環境（技術）③サプライチェーンにおける情報の断絶

- 産地・生産者がマーケティング活動を行うためには、川上と川下の間で、円滑な情報流が流れることが必要
- しかし卸売市場流通では、産地からの生産情報も、小売業からの消費者情報も、流通過程で途切れてしまう
- すると、産地は川下のことが分からないためマーケティングができない。また、実需は川上のことが分からないため仕入れが難しく、新産地・新商品の開発も困難となる



5. 卸売市場にもとめられる課題対応

ここまでで示してきたように、外部環境は刻々と変化しており、卸売市場が競争優位にたち、将来にわたって生鮮食料品等の安定供給を確保するためには、以下を考慮した市場整備が必要となってくるのではないかと。

業務の効率化	・ 情報通信技術の導入が遅れる中、業務の効率化が求められる ・ マーケティング力強化や付加価値向上等のために、情報流の整備が必要 ・ 加工需要の増大等から、契約取引等を推進するための情報流の強化も重要になっている。（ニーズの把握）
集荷の困難さへの対応	・ 高齢化等により生産量が減少し、集荷が難しくなっていく ・ 生産回復に向けた産地への提案強化や、需要予測に基づく産地リレーの調整と分荷計画などが必要になる
物流問題の改善	・ 物流費上昇が危惧される中、地方市場の出荷等のために物流改善が求められる ・ 市場経由率が低下する中、効率的なコールドチェーンの整備などによる競争力の強化も重要な問題