

第 2007 回定例研究会報告要旨（2 月 14 日）

食品流通コストのマクロ分析

薬師寺 哲郎

食品流通コストを捉える場合、特定品目について流通段階を追って把握する方法と、マクロ的に把握する方法がある。本報告では、産業連関表のデータを用いて商業マージン率をマクロ的に把握するとともに、その変動要因を分析した。

分析に入る前に、流通コストとは何かについて検討した。米などのモノの生産コストが生産物 1 単位当たりの生産に要した費用として捉えられるのと同様に、流通コストのようなサービスのコストについても本来は産出との関係で捉えられなければならない。したがって、流通コストは流通サービス水準との相対的な関係で捉えられなければならない。たとえば、わが国の食品流通コストを他国と比較する際、消費者の多頻度少量買い、鮮度志向等に対応した流通部門のサービス水準の高さを考慮する必要がある。

しかしながら、このようなサービス水準は計測が困難であるため、本報告では、まずは消費者の支払額に占める流通マージンの相対的な大きさを流通コストと考えることとし、これを産業連関表を用いてマクロ的に把握した。この方法の利点は、①農水産物全体として、あるいは食料品全体としての把握が可能であること、②他産業製品との比較が可能であること、③アメリカとの比較が可能であることである。

産業連関表を用いて、商業マージン率を、「商業マージン額÷家計の購入額」として算出した結果、

- ① わが国の食用農水産物、食料品の商業マージン率は他産業製品の平均よりも低い。
- ② 食料品については 90 年代前半に大きく上昇した。
- ③ アメリカと比較すると、食用農水産物については日本の方が高いが、耕種農業（野菜・果実）についてみるとほぼ同程度であ

る。

- ④ 食料品については、アメリカとほぼ同程度である。

という結果となった。このうち、90 年代前半における食料品の商業マージン率の上昇は、中食商品等の利便性の高い商品への需要拡大とこれらの商品の商業マージン率増大による部分が大きかった。

しかしながら、商業マージン率は、分子と分母の両方に商業マージン額を含むものであり、また、生産者価格の変動が影響を及ぼすため、流通コストの動向をみる上でわかりづらい面がある。たとえば、他が変化しなければ、生産者価格の低下は、商業マージン率を押し上げる。このため、本報告では物量 1 単位当たりの商業マージンの指数を「マージン指数」として定義し、これを用いて消費者価格と商業マージン率の変動要因の分析を行った。

まず、1985 年から 2000 年にかけてのわが国の消費者価格変化の要因を分析すると、食料品においては、マージン指数の変化が消費者価格変化（上昇、下降双方とも）の大きな要因であることが明らかとなった。食用農水産物については、生産者価格の変化の影響も大きく現れた。

また、商業マージン率の変化を、マージン指数変化、生産者価格変化、運賃指数変化に分解すると、商業マージン率上昇・下降の両局面において、マージン指数の変化が最も大きな要因であった。食用農水産物については、生産者価格の変化も大きかった。

さらに、マージン指数の変化の要因を、全産業製品（すなわち卸売部門全体、小売部門全体）について、産業連関表から得られるそれぞれのコスト構成要素の指数を利用して分析すると、卸売、小売とも雇用者所得の変化が最も大きな要因であった。また、1990 年代前半の卸売部門のマージン指数上昇には中間投入の増加も影響していた。

以上のように、物量当たりの額の指数という意味で価格指数と同じ次元の「マージン指数」を用いることで、新たな角度からの分析が可能となった。