

## 利 用 者 の た め に

### 1 調査の目的

食品流通段階別価格形成追跡調査（以下「調査」という。）は、食品の生産又は輸入から消費に至るまでの各流通段階における価格形成の実態を把握し、食品の流通改善及び価格安定対策の推進等のための基礎資料を作成することを目的として実施した。

### 2 調査の機構

調査は、農林水産省大臣官房統計情報部及び地方統計情報組織を通じて実施した。

### 3 調査の種類

- (1) 小売・食材卸段階調査
- (2) 消費地仲卸段階調査
- (3) 消費地卸売段階調査
- (4) 場外・輸入段階調査
- (5) 産地出荷段階調査

### 4 調査品目

- (1) 国産品  
だいこん、にんじん、はくさい、キャベツ、ほうれんそう、ねぎ、ブロッコリー、レタス、きゅうり、かぼちゃ、なす、トマト、ピーマン、たまねぎ、みかん(温州)、りんご(ふじ)、かき
- (2) 輸入品  
ブロッコリー、かぼちゃ、たまねぎ、オレンジ(バレンシア)

### 5 調査事項

- (1) 小売・食材卸段階調査  
産地、等級・階級、仕入月日、仕入先、仕入数量・金額、販売形態、販売形態別重量・値段等
- (2) 消費地仲卸段階調査  
仕入月日、仕入先、仕入数量・金額等
- (3) 消費地卸売段階調査  
荷主名・荷印、卸売数量・金額、卸売手数料率
- (4) 場外・輸入段階調査  
仕入月日、仕入先、仕入数量・金額等
- (5) 産地出荷段階調査  
ア 産地出荷業者が荷を手当てする直前までに要した生産者の選別・荷造労働費及び運搬労働費

イ 東京都中央卸売市場（築地、大田及び淀橋市場）又は大阪市中心卸売市場（本場）（以下「調査対象卸売市場」という。）で卸売される直前までに要した産地出荷業者の出荷運送料、包装荷造材料費、団体手数料等

## 6 調査客体の選定方法

### (1) 小売・食材卸段階調査

東京都区部又は大阪市において営業し、調査対象卸売市場から仕入れを行って販売する小売店舗・食材卸問屋のうちから、地域的配分等を考慮して選定した。

## (2) 消費地仲卸段階調査

調査客体とした小売店舗・食材卸問屋に調査対象荷口を販売した調査対象卸売市場の仲卸業者を選定した。

### (3) 消費地卸売段階調査

調査客体とした小売店舗・食材卸問屋又は仲卸業者に調査対象荷口を卸売した調査対象卸売市場の卸売業者を選定した。

#### (4) 場外・輸入段階調査

調査客体とした小売店舗・食材卸売問屋又は調査対象卸売市場の卸売業者に調査対象荷口を販売した場外問屋・輸入業者を選定した。

#### (5) 產地出荷段階調査

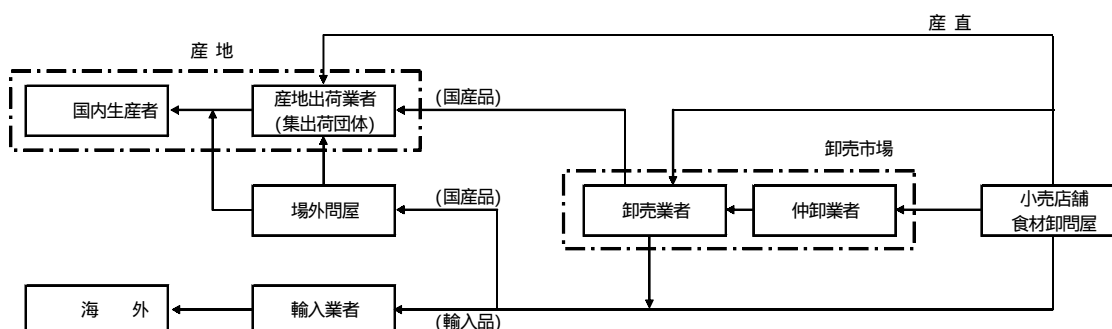
調査客体とした小売店舗・食材卸問屋、卸売業者又は場外問屋に調査対象荷口を出荷した産地出荷団体を選定した。

## 7 調査方法

調査は、調査客体に対する面接・聞き取りのほか、関係諸帳簿の閲覧等により実施した。

また、調査の手順は、小売店舗又は食材卸問屋から産地出荷段階又は輸入段階まで、調査対象荷口の流通経路をそ及する方法により行った。

## 調査の手順



注： 1 印は、調査客体以外の業者等である。

2 場外問屋からは調査を実施していないが、荷口の流れを示すために矢印を記した。

## 8 調査期日

小売・食材卸段階調査を平成13年11月13日（火）に行い、逐次、消費地仲卸段階調査から産地出荷段階調査までの各調査を行った。

## 9 定義及び約束事項

### (1) 流通段階別価格

調査対象荷口のうち、国産品については、生産者受取価格又は場外問屋販売価格まで把握できたものについて、また輸入品については、輸入価格まで把握できたものについて各流通段階別の価格(消費税(5%)を含む。)を掲載した。

#### ア 流通経路

生産者から小売店舗・食材卸問屋に至る流通経路を、そのタイプ別に以下のように区分した。

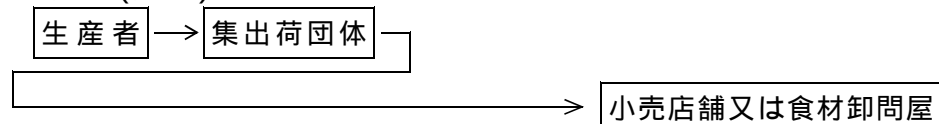
#### (ア) 国産品(5段階)



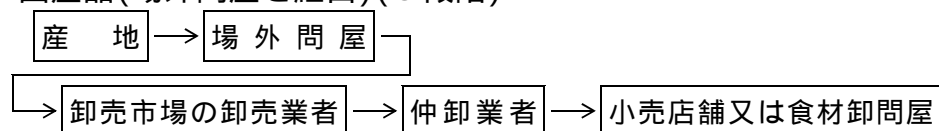
#### (イ) 国産品(4段階)



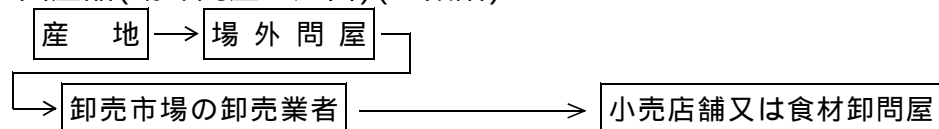
#### (ウ) 国産品(産直)



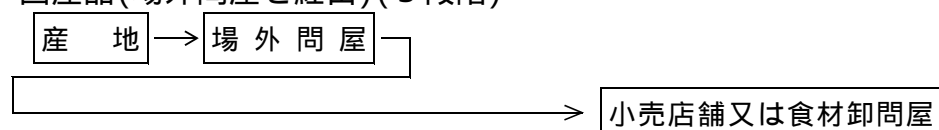
#### (エ) 国産品(場外問屋を経由)(5段階)



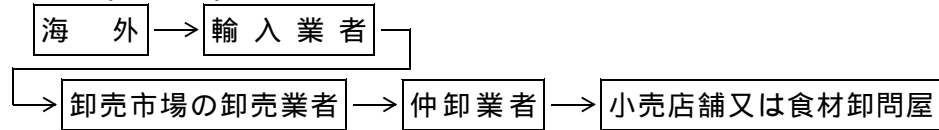
#### (オ) 国産品(場外問屋を経由)(4段階)



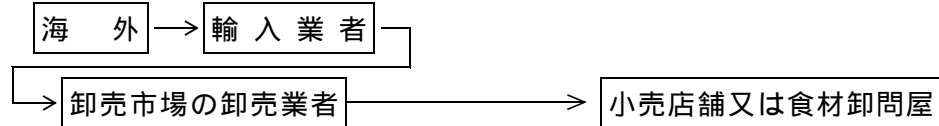
#### (カ) 国産品(場外問屋を経由)(3段階)



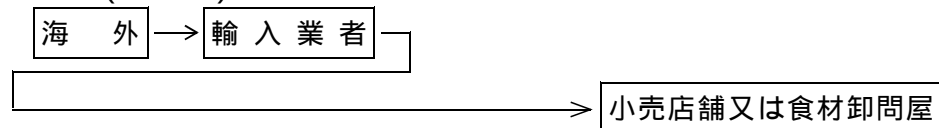
(㉑) 輸入(5段階)



(㉒) 輸入(4段階)



(㉓) 輸入(3段階)



イ 生産者庭先価格

青果物が収穫され、生産者の庭先まで運搬された時点の価格をいい、卸売価格から卸売手数料（調査対象卸売市場の卸売業者が卸売価額から委託手数料として控除した金額）及びその他の控除経費（産地出荷団体が荷を手当てする直前までに要した生産者の選別・荷造労働費及び運搬労働費並びに調査対象卸売市場で卸売される直前までに要した産地出荷団体の出荷運送料、包装荷造材料費、団体手数料等）を差し引いて算出した。

ウ 生産者受取価格

青果物の販売により生産者が実際に受け取った価格をいい、生産者庭先価格に産地出荷団体が荷を手当てする直前までに要した生産者の選別・荷造労働費及び運搬労働費を加えて算出した。

エ 卸売価格

調査対象卸売市場において、卸売業者が卸売した価格をいう。

オ 仲卸価格

仲卸業者が小売店舗・食材卸問屋に販売した価格をいう。

カ 小売価格

小売店舗が消費者に販売した価格をいう。

キ 食材卸問屋販売価格

食材卸問屋が外食事業者に販売した価格をいう。

ク 場外問屋販売価格

場外問屋が調査対象卸売市場の卸売業者または小売店舗・食材卸問屋に販売した価格をいう。

ケ 輸入価格

国内に輸入された時点の価格をいい、CIF価格(出港時の船積価格に仕向港までの運賃及び保険料を含めた価格)とした。

コ 輸入業者販売価格

輸入業者が調査対象消費地市場の卸売業者または小売店舗・食材卸問屋へ販売した価格をいう。

サ 流通価格比

(ア) 全価格比

生産者受取価格に対する小売価格(食材卸問屋販売価格)の比率をいい、下式により算出した。

$$\text{全価格比} = \frac{\text{小売価格(食材卸問屋販売価格)}}{\text{生産者受取価格}}$$

(イ) 消費地価格比

卸売価格に対する小売価格(食材卸問屋販売価格)の比率をいい、下式により算出した。

$$\text{消費地価格比} = \frac{\text{小売価格(食材卸問屋販売価格)}}{\text{卸売価格}}$$

シ 流通価格差

(ア) 全価格差

小売価格(食材卸問屋販売価格)と生産者受取価格の価格差をいい、小売価格(食材卸問屋販売価格)から生産者受取価格を差し引いて算出した。

(イ) 消費地価格差

小売価格(食材卸問屋販売価格)と卸売価格の価格差をいい、小売価格(食材卸問屋販売価格)から卸売価格を差し引いて算出した。

(ウ) 産地・消費地間価格差

卸売価格と生産者受取価格の価格差をいい、卸売価格から生産者受取価格を差し引いて算出した。

ス 集計件数

集計に用いた収集事例件数をいい、国産品については生産者受取価格または場外問屋販売価格まで、輸入品については輸入価格まで把握できた荷口数を掲載した。

セ 等級・階級

産地又は輸入先国において、品質や大きさ等により選別され、出荷される等級(A、Bや秀、優等の品質)・階級(2L、L、M等の大きさ)をいう。

なお、標準的な等級・階級は別表「青果物の等級・階級」のとおりである。

(2) 小売店舗における販売状況

小売店舗において収集したすべての販売状況を掲載した。

ア 小売価格

小売店舗が消費者に販売した価格をいう。

なお、この小売価格については、特売（あらかじめ１日以上の販売期日を定めて特売であることをチラシ等で明らかにして販売したもの）と通常販売（特売以外のもの）にも区分した。

イ 販売件数

集計に用いた収集事例件数をいい、小売店舗が１個（本、房）売り、山売り等の販売形態により消費者に売り渡した件数を掲載した。

したがって、小売店舗の仕入れが１荷口であっても、販売形態が１個売り、山売りの２種類に区分されていた場合は、販売件数は２件とした。

ウ 階級（大きさ）別、等級（品質）別

上記(1)のセに基づき、主要な階級及び等級について販売件数の多い２つについて掲載した。

エ 販売形態別

(ア) １箱売り

仕入れ時の荷姿で１箱ずつ販売する方法をいう。

(イ) １本（個、束）売り

袋詰め、カット等の処理をせずに、そのままの形態で１本（個、束）ずつ値決めをして販売する方法をいう。

(ウ) 山売り

袋詰め、カット等の処理をせずに、そのままの形態で複数を、ざる等に乗せて１山ずつ販売する方法をいう。

(エ) 量り売り

袋詰め、カット等の処理をせずに、そのままの形態で100 g 等の重量を単位として値決めをして販売する方法をいう。

(オ) 袋売り

カット等の処理をせずに、そのままの形態のものを１本（個、束）又は複数を袋に詰めて１袋ずつ販売する方法をいう。

(カ) トレーパック売り

カット等の処理をせずに、そのままの形態のものを１本（個、束）又は複数をトレーに詰めて１パックずつ販売する方法をいう。

(キ) 切り売り

半分、４分の１等にカットして販売する方法をいう。

(ク) 加工売り

漬け物等、上記(ア)～(キ)以外の販売方法をいう。

オ 仕入数量規模別

小売店舗における仕入時の数量（重量）により区分した。

## 10 利用上の注意

- (1) 調査客体とした小売店舗は、地域的配分、調査効率等を考慮して有意に選定した東京都区部の40店及び大阪市の40店とし、食材卸問屋は、外食事業者への納入販売を併せて行う小売店舗とした。また、調査対象荷口は、調査期日の平成13年11月13日に小売店舗及び食材卸問屋で販売された調査品目の青果物とした。このため、調査結果は事例的なものであり、全国的な流通実態を代表したものではない。
- (2) 小売価格はいわゆる「販売定価」であって、処分売り等を含めた販売実績ではないため、流通価格比及び流通価格差がマージン（経費・利潤の総体）の大きさを示すものにはなっていない。また、流通当事者間に交付金、販売促進費等の決済勘定が生じていることにも留意が必要である。
- (3) 流通価格比及び流通価格差は、産地出荷段階における選別・荷造りや仕向先別出荷、消費地卸売段階及び仲卸段階における集荷・品揃えや配送手配、小売段階における商品陳列前の処理や鮮度管理等、流通過程において付加される多くのサービスの費用を反映するものである。このため、流通価格比、流通価格差の大小のみをもって、流通の効率性を判断するのは適当ではない。
- (4) 流通段階別価格の各品目平均値は、個々の荷口の流通段階別価格を積み上げ、集計件数で除した単純平均である。
- (5) 表中に使用した記号は以下のとおりである。
  - 「 - 」：事実のないものを示す。
  - 「 ... 」：事実不詳又は調査を欠くものを示す。
  - 「 」：負数又は減少したものを示す。

連絡先：農林水産省 大臣官房 統計情報部 流通消費統計課  
価格形成統計班  
電話（代表） 03-3502-8111 内線2838  
（直通） 03-3502-5947