

《論文》

流通システムの変化と卸売業の再編

杉村 泰彦*

Change in Distribution Systems and Reorganization of Wholesalers for Food Wholesale Trade

SUGIMURA, Yasuhiko
Rakuno Gakuen University

Abstract:

The purpose of this article is to clarify the changes in food wholesale trade and changes of the wholesale market after 2001. After 2001, some food wholesale companies merged on the basis of the leadership of the business firm. This brought concentration of handling for the food wholesale trade; in particular, in sales at the eight highest ranks has been remarkable. In 2011, it was noted that profit rates were insufficient even for large-scale companies, as found in the case of a food wholesale company selling two trillion yen. The change that is most important with regard to the wholesale market system is a law that was revised in 2004. In the case of vegetables and fruit, sales concentration is seen in the wholesale market. In contrast, some wholesale markets are increasing customers by widening the assortment of products. However, this necessitates a large amount of investment capital. In this regard, such efforts as wholesale markets do not necessarily lead to the improvement of profit rates.

[Key words] Wholesale Market, Wholesalers

I はじめに

近年、わが国の食品卸売業は買収や提携による大型化の動きが顕著となっている。これは、小売業の巨大化という流通システムの変化に対応したものであり、食品卸売業は大型化に続いて、小売業と軌を一にするがごとく取り扱い領域を拡張し、フルライン化へと変貌を遂げつつある。そして、ここで特徴的なのは、このような食品卸売業における大型化は、総合商社が主導していることである。

その一方で、生鮮食料品の卸売段階においては、その中心的経路である卸売市場が、制度的な存立基盤の揺らぎと相まって、再編が進展している。

このような流通システムの変化は、食品卸売業や卸売市場の再編を通じて、農産物市場、ひいては農業のあり方にも強い影響を及ぼすと考えられる。このことについて、日本農業市場学会では、2000年に「5巻本」を通じて分析を深めた。特に第3巻において滝澤昭義は、現在の流通再編の特徴として次の4点を指摘した。すなわち、第1に「流通段階における参入規制の緩和」、第2に

「取引方法・取引条件の規制緩和」、第3に「価格形成における規制緩和」、そして第4に「資本の回転速度を高め、効率を上げるための“時・空の圧縮”に資する“情報化と高度技術化”」である。基本的には、その後の卸売業の再編も同様の方向で進行したと考えられる。しかし、今日の食品卸売業は、取り扱いのフルライン化、商社主導による巨大化など、そこでの想定を超える構造変化も生じている。

そこで、この論文は、2000年に刊行された日本農業市場学会の「5巻本」、および2001年大会シンポジウム「食料・農業の現段階と展望」の成果を踏まえつつ、それ以降の食品卸売業の変化を整理し、商社を中心とした食品卸売業再編の現段階を明らかにすることを課題とする。さらに、それを念頭に置きつつ、青果物卸売市場の変化の現段階についても分析する。

II 卸売業の構造変化

1 卸売業の規模とその変化

卸売業の位置付けについて、1960年代以降の流

通革命論は、卸売機能が生産段階か小売段階、あるいはその双方によって吸収されるという、「問屋無用論」を展望していた。これは高度成長期を通じて進展した流通システムの近代化に強い影響を及ぼしたと考えられている。しかし、実際には、図1のように1990年代初頭まで卸売業は拡大傾向にあった。このことは図2の従業者数の変化でも同様である。また、商業統計から年間販売額に占める卸売業者間の取引の比率（W/W比率）を確認すると、1976年→1991年→2002年→2007年の推移は、卸売業全体が1.77→1.65→1.56→1.57、農畜産物・水産物卸売業が2.16→1.99→1.95→1.94、食料・飲料卸売業は1.91→1.79→1.71→1.76となっている。W/W比率は1.0に近いほど卸売段階間での取引が少ないことを示すが、必ずしも着実に1.0に近づいてきているわけではないことがわかる。つまり、これら商業統計のデータは、卸売業において「問屋無用論」が予測したような構造変化が進展したとはいえないことを示している。

ところが、「5巻本」が発刊された2000年前後からの10年間に、卸売業の事業所数および従業者数はともに急速な減少に転じている。年間

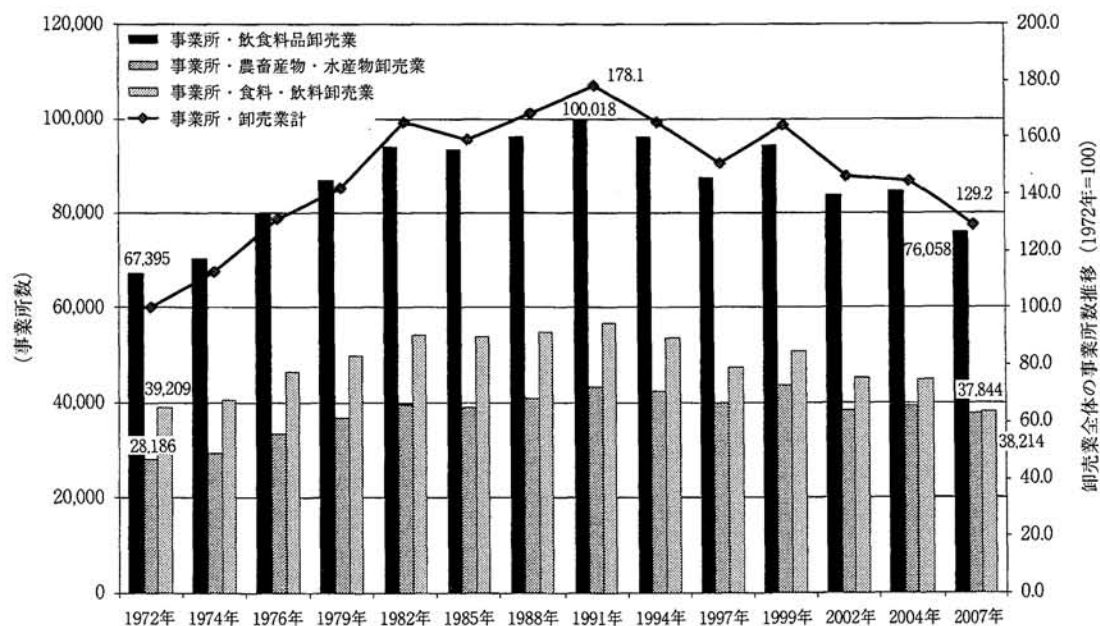


図1 事業所数の変化

資料：商業統計

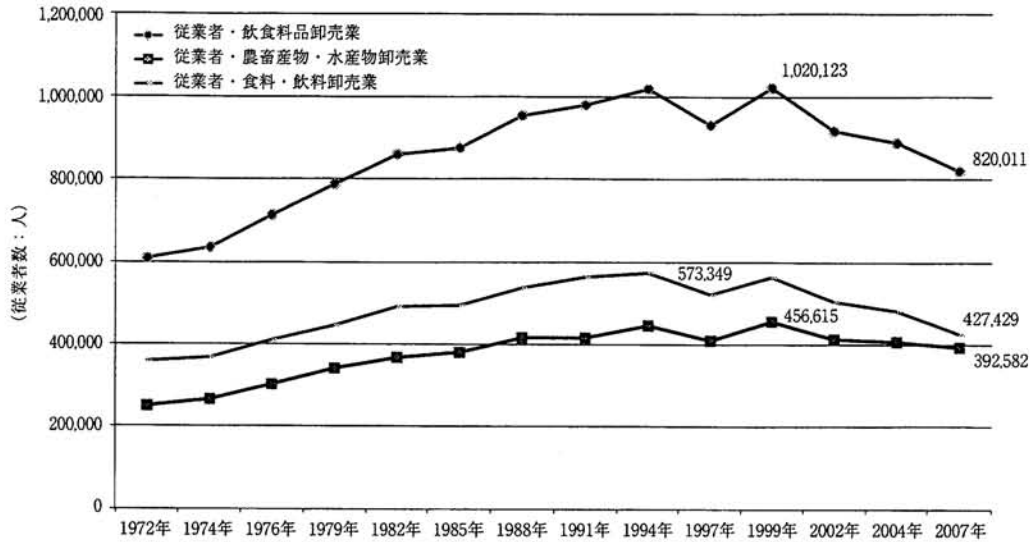


図2 従業者数の変化

資料：商業統計

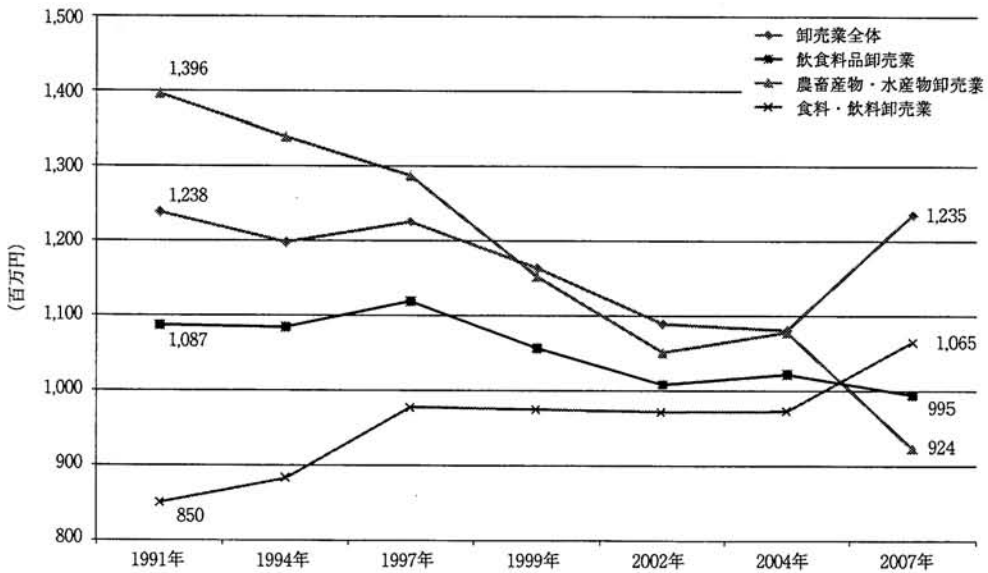


図3 1事業所当たり年間商品販売額の変化

資料：商業統計

商品販売額も減少傾向を示しており、1999年を100とした場合、2007年には食料・飲料卸売業で82.3、農畜産物・水産物卸売業では69.5にまで縮小した。しかし、これを1事業所当たりの変化でみると、図3の通り、食料・飲料卸売業は増加に

転じている。これに対し、農畜産物・水産物卸売業はやや大きく減少していることがわかる。このことは従業員1人当たり年間商品販売額についても概ね同様の傾向を示しており、卸売業全体と食料・飲料卸売業は増加傾向を示しているが、農畜

産物・水産物卸売業は減少に転じている。

これらから、食品卸売業全体としては、1990年代前半にピークを迎えて以降、全体の規模を縮小させつつ、再編が進んできたといえる。ただし、直近のデータは、食料・飲料卸売業と農畜産物・水産物卸売業とでは、異なる傾向を示している。

2 商社主導の食品卸売業再編

次に、近年の食品卸売業界の再編を整理する。現在まで続く商社主導の食品卸売業再編は、前述の「5巻本」直後の2002年に生じた、伊藤忠商事と国分による、雪印アクセス株をめぐる動きから本格化したとみられる。ここでは、酒販に強い国分がチルド製品に強い雪印アクセスと提携するという、今日まで続くフルライン化への転換の兆しを見ることができる。それと併せて、伊藤忠商事のような大手の総合商社が、食品卸売業との関係を強化しようとする動きも見られる。伊藤忠商事以外の総合商社についても、ほぼ同時期に食品卸への資本参加や系列強化に取り組み始めている。

2010年からは、商社主導による食品卸売業の大規模な再編がさらに加速し、「メガ卸」の登場などとも表現されている。

図4では、2009年までの、食品卸売業の売上高

順位を示している。これらが上位10社を占めるという構造とその序列は、過去10年間、ほとんど変わっていない。しかし、これらによる提携や合併、子会社化などは活発に行われてきた。この図においても、2007年に日本アクセスの売上高が急増しているが、これは前年に業界10位の規模であった西野商事を合併した結果である。2010年現在では、国分、菱食、日本アクセスの3社が1兆4千億円前後で4位以下を大きく引き離している。次に図5では、ローレンツ曲線の考え方を使って、上位100社の年間商品販売額合計の集中度を示している。最も内側の曲線が2002年、外側が2009年であるから、ますます上位層へ偏っていることがわかる。これによれば、2002年には上位100社の売上高合計が50%を占めているのは11社であった。それが2009年には上位8社で50%を占めるまでに集中が進んでいる。

このような食品卸売業における上位層への集中を伴った再編は、総合商社の系列ごとに進展している。そこで次に、食品卸売業の再編について商社系列ごとに整理してみよう。

図6は、三菱商事が資本関係をもつ食品卸の関係を示している。このうち菱食は加工食品を総合的に扱う卸売業であり、明治屋商事は明治屋から

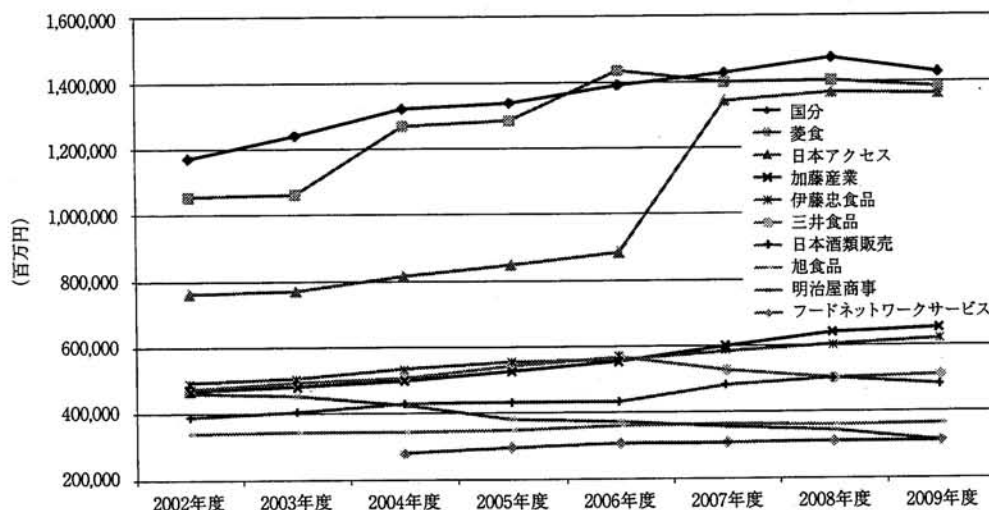


図4 食品卸売業上位10社の売上高

資料：日本経済新聞社「日本の卸売業調査」

注：日本アクセスは2002年まで「雪印アクセス」、明治屋商事は2004年まで「明治屋」

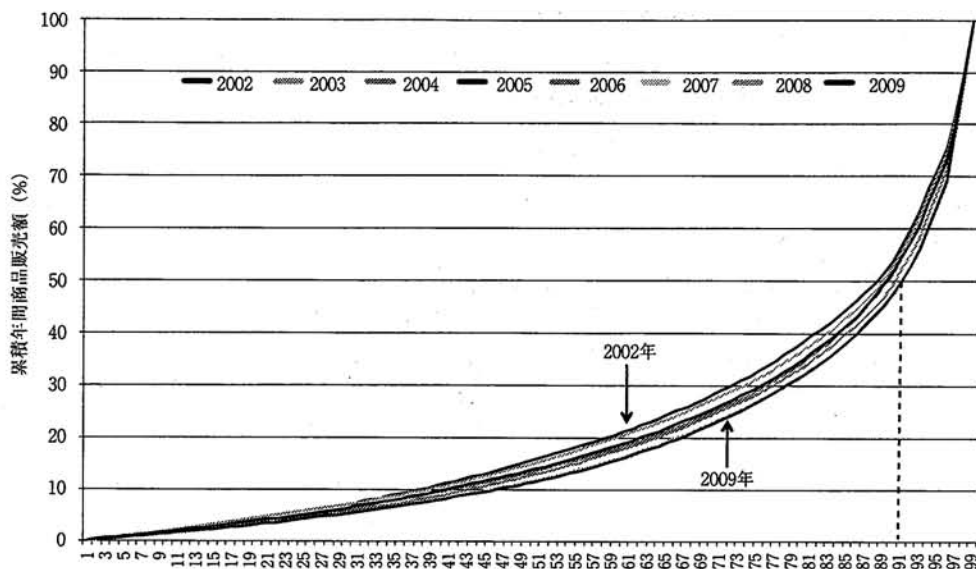


図5 食品卸売業における上位企業への集中傾向

資料：日本経済新聞社「日本の卸売業調査」

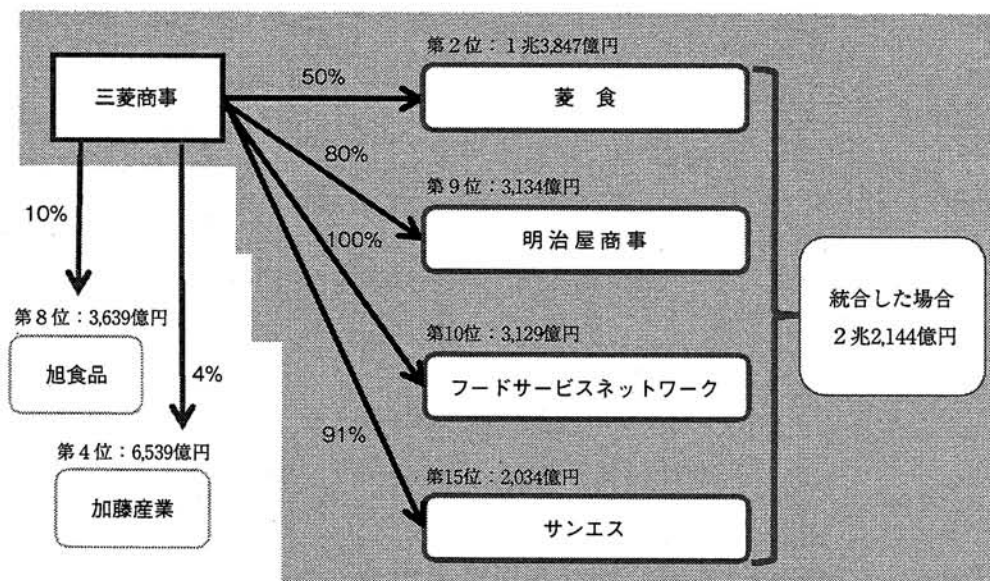


図6 三菱商事と食品卸売業の相関図

資料：日経流通新聞 2010年8月2日付の記事から引用し、一部を修正の上で作成した。

注：％で示しているのは出資比率、順位は食品卸売業での09年売上高順位。

卸売部門を切り離した会社で、ビールなど洋酒を中心に、加工食品を幅広く扱っている。フードサービスネットワークは、ローソンなどコンビニ向けチルド品の物流を手がけており、サンエスは菓

子類を中心とした卸売業である。各社とも大規模層に含まれる程度の取扱規模であるが、2010年7月には三菱商事がこれら4社の統合を検討していることを明らかにした。2011年2月には、菱食が

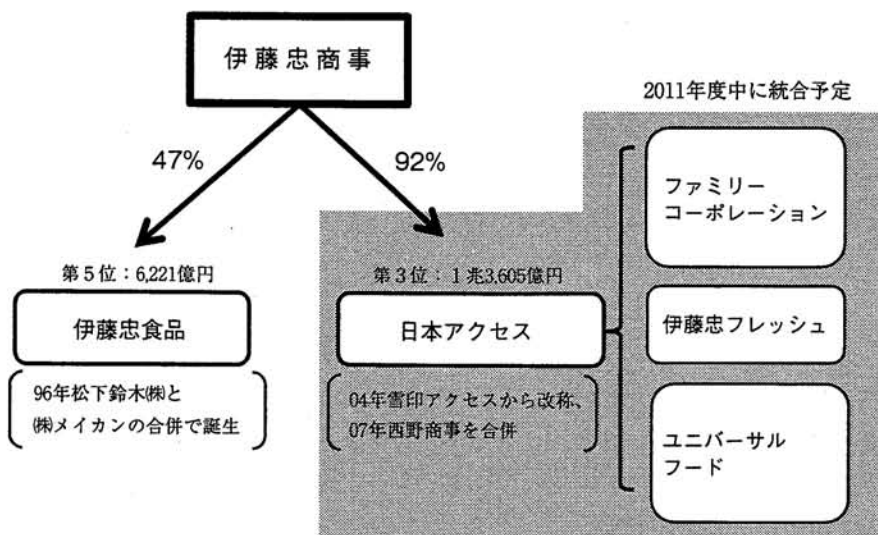


図7 伊藤忠商事と食品卸売業の相關図

資料：日経流通新聞 2010年8月2日付の記事から引用し、一部を修正の上で作成した。

注：1）%で示しているのは出資比率、順位は食品卸売業での09年売上高順位。

2）日本アクセスなど4社統合については、日本経済新聞、2010年9月29日付による。

他の3社を合併する方式で、2012年4月までに統合を完了することが決まった。統合後の社名は「三菱食品株式会社」であり、すでに2011年7月より菱食は三菱食品へと社名変更している。

三菱商事の新会社への出資比率は約60%となる見込みである¹⁾。また、統合に併せて、重複する物流センターを1割程度削減するなどの拠点再編で、2015年までに経常利益ベースで40億円程度のコスト削減効果を見込んでいるという²⁾。

この系列各社の統合は、食品卸売業界では初めてとなる「フルライン型2兆円企業」を生み出すことを意味し、2011年現在の業界最大手である国分、第3位の日本アクセスを売上高で大きく引き離すことになる。このような巨大化に対し、食品メーカーはバイイングパワーの発揮によって、中小食品製造業の再編が引き起こされる可能性をも指摘している。小売業については、規模のみならず品揃えも拡大されることから、商品提案の幅が広がることなど、一方で統合の恩恵に期待する考えもある。しかし、他方で、中小規模の食品スーパーの中には、仕入れの50%以上が三菱系の食品卸となるとところもあり、仕入れへの依存度に対する懸念もある³⁾。

図7では、伊藤忠商事を中心とした関係を示し

ている。同社の系列食品卸売業は、総合食品の日本アクセスを中心に、肉や魚などの生鮮品を扱う伊藤忠フレッシュ、外食チェーンに販路を持つユニバーサルフード、ファミリーマート向けの物流を担うファミリーコーポレーションの4社であるが、これらは2011年10月1日までに統合される予定である⁴⁾。これら4社の売上高合計は、現在の規模を維持したとすれば約1兆5千億円に達する。

なお、伊藤忠商事は、これらとは別の食品卸、伊藤忠食品を傘下に持っている。同社はセブンイレブン・ジャパンとの取引が多いことから、上記の統合には参加しないものの、同じ伊藤忠商事系列として見なした場合、先の4社と合わせて、これも売上高2兆円を超える規模に達することになる。

図8は、三井物産を中心とした食品卸売業の關係図である。ここで注目されるのは、独立系食品卸売業で業界第1位の国分と業務提携をしていることである。業務提携の目的は三井食品の立て直しのためとされており、提携内容は情報交換にとどまっていると見られ⁵⁾、現段階では統合に向けた動きはない。

また、加藤産業については、兵庫県に本社が所在する独立系の食品卸売業であり、直近のデータ

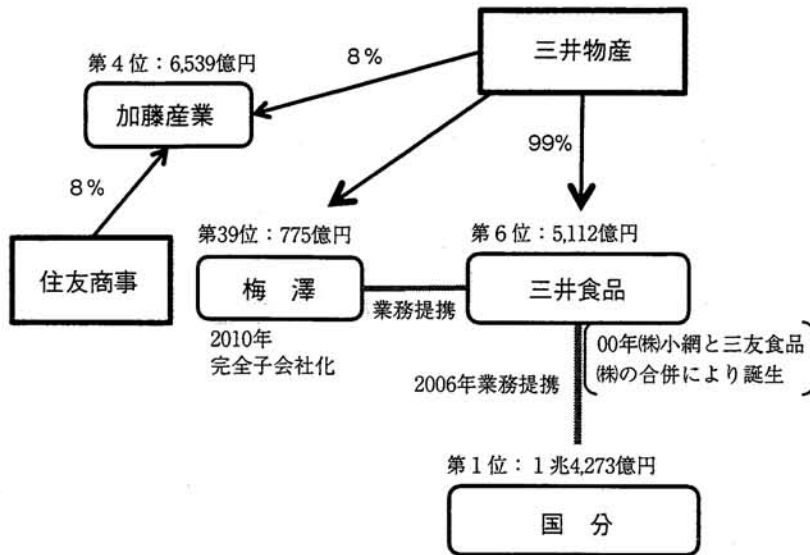


図8 三井物産と食品卸売業の相関図

資料：日経流通新聞 2010年8月2日付の記事から引用し、一部を修正の上で作成した。

注：％で示しているのは出資比率、順位は食品卸売業での09年売上高順位。

では売上高第4位の規模を有する。同社は、三井物産、住友商事のみならず、三菱商事からも出資を受けており、国分とともにこれから業界再編の中での行動が注目される存在といえる。

これらに加えて総合商社の丸紅も、東京を拠点とする菓子卸のハセガワ、関西拠点のナックスナカムラ（食品総合）、山星屋（菓子卸）に対し、出資比率がそれぞれ92%、83%、77%となっている。他の商社に比べれば小規模な関係となっているが、それでも3社の売上高合計は3,720億円に達する。

図9は、売上高について上位への集中度を占めそうとした前掲図5のデータを、総合商社4社の系列ごとにまとめたものである。実際に統合する、あるいは資本関係のある系列食品卸を一つの会社として見なした場合、上位100社の売上高合計について、2009年実績では上位4社でその50%を占めることになる。上位10社では60%を超す集中となっており、この図でも偏りははっきりと示されている。

ところで、日本の食品卸売業は、菓子や酒など伝統的に取扱分野を細分化したまま発達してきた。これらを統合しようとする動きは今に始まったことではないが、それでも商社が主導したこの

10年間の再編過程では、取扱分野の拡張や強化を通じて、食品卸売業全体がフルライン卸へと転換しようとする傾向が顕著となった。

このことは、大型ショッピングモールに象徴される、小売段階の巨大化という流通システムの変化に対応したものである。したがって、取扱分野の拡張は必ずしも食品の枠にとどまらない。例えば、医薬品卸との提携も進展しており、国分は医薬品卸第4位の東邦ホールディングスと、日本アクセスは同2位のアルフレッサホールディングスと、それぞれ業務提携を結んでいる。

そして、近年では、日本型の巨大ショッピングセンターが海外へ進出するのに合わせて、フルライン化した食品卸売業も海外への展開を模索していると見られる。このように、この10年あまりで統合を伴う再編が進展した食品卸売業だが、このことは生産と小売にどのような影響力を発揮するのであろうか。その基礎となるのは企業としての収益性であるから、次に、食品卸売業の利益率について整理したい。

3 主要食品卸売業の収益性

図10は、食品卸売業の主要9社について、営業利益率を示した。一般的に、食品卸売業は収益性

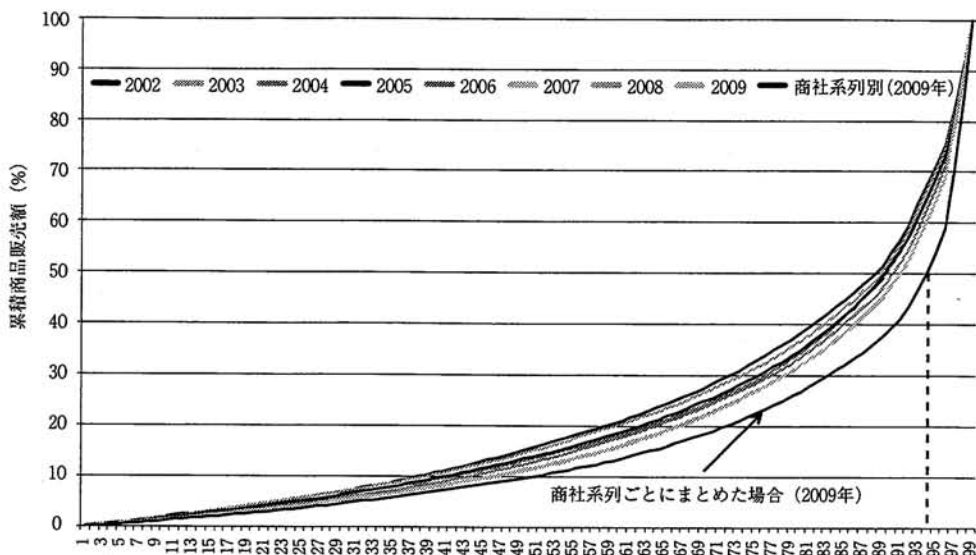


図9 商社系列別にみる上位集中

資料：日本経済新聞社「日本の卸売業調査」、日経流通業界地図2010年版

注：三菱系（菱食、明治屋商事、サンエス、FSN）、三井系（三井食品、梅澤）、伊藤忠系（日本アクセス、ファミリーコーポレーション、ユニバーサルフード、伊藤忠フレッシュ、伊藤忠食品）、丸紅系（ハセガワ、ナックスナカムラ、山星屋）

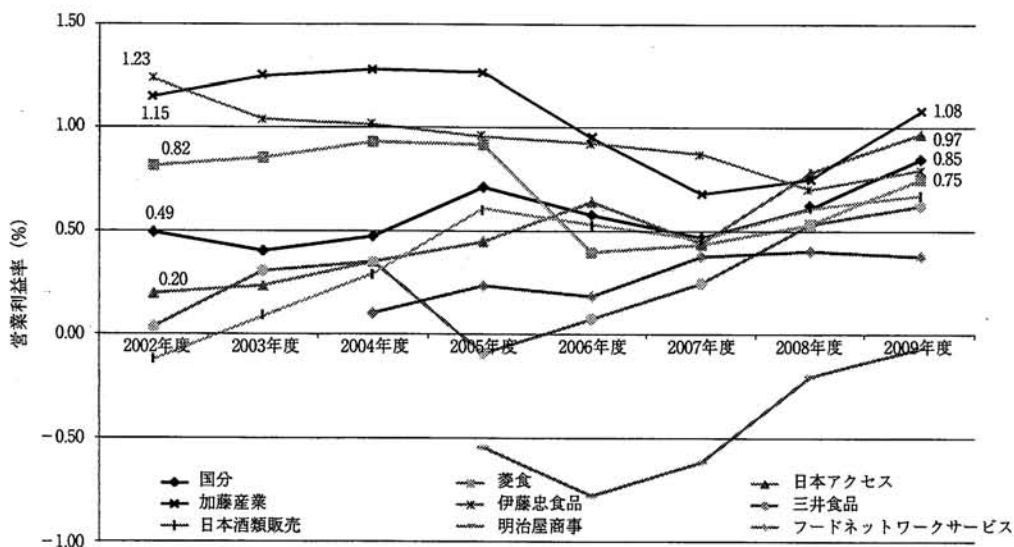


図10 主要食品卸の営業利益率

資料：日本経済新聞社「日本の卸売業調査」

注：社名は2009年度が基準。旭食品は営業利益率が不明、2009年度の経常利益率は0.91%であった。

が低いとされているが、この図を見る限り、上位層であってもその事情は大きくは変わらないことがわかる。営業利益率が1%を上回っているのは1社のみであるし、明治屋商事は、一貫して売上

高が10位以内であるのにもかかわらず、営業利益率は過去5年間マイナスとなっている。このことは、経常利益率をみた場合もほぼ同様である。2009年では、さすがにマイナスとなっている企業

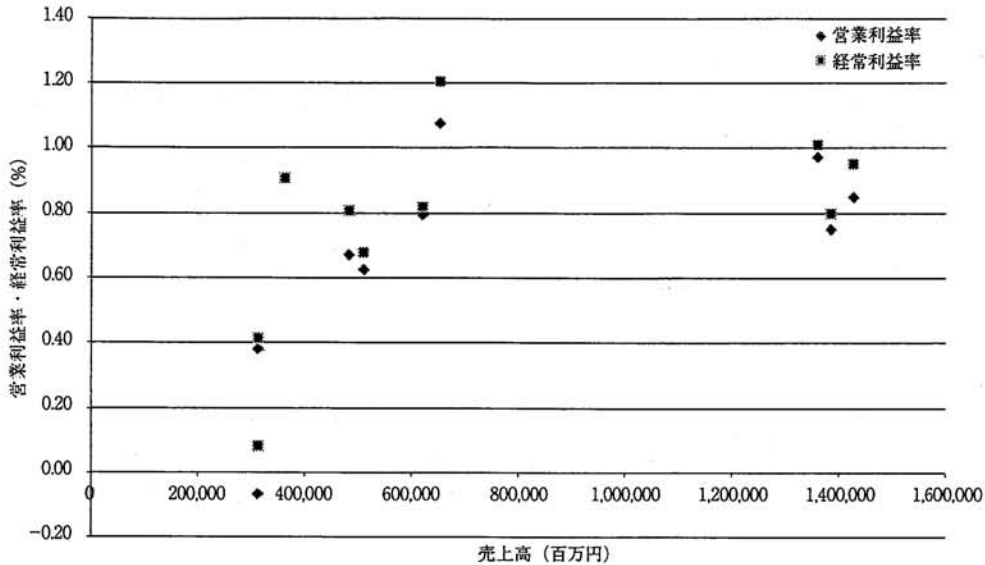


図11 売上高と利益率の関係 (2009年)

資料：日本経済新聞社「日本の卸売業調査」

はなくなったものの、1%を超えているのは主要10社中で加藤産業 (1.20%)、日本アクセス (1.01%) の2社のみであった。このように、食品卸売業界は統合大型化と売上高の集中という再編を見せてきたが、一貫して利益率を上昇させた企業なく、むしろ低下させている局面の方が目立っている。

次に、いわゆる「メガ卸」の登場が見込まれている今日で、売上高と利益率の関係を整理してみたい。図11から、規模と利益率の関係は判断が難しいことがわかる。営業利益率が1%を上回っているのは、独立系の加藤産業のみだが、だからといって、必ずしもこれが適正規模を示しているとは限らない。ここからは、食品卸売業界の場合、規模拡大によって利益が増大するという単純な構図でないことは指摘できよう。

Ⅲ 卸売市場の再編と新たな動向

1 青果物流通における卸売市場の地位

次に生鮮食品卸の変化について、青果物卸売市場を対象に整理する。

近年の卸売市場における青果物取扱金額の減少、卸売市場経由率の低下については、農林水産

省のデータからも明らかである⁶⁾。

細川允史〔1〕は2000年の「5巻本」第3巻において、量販店が小売の主流となりつつある中で、卸売市場制度の取引の公正性との矛盾が生じていること、また最低価格保証や買付集荷の増大で制度が前提とする取り引きが成立しなくなっていることを明らかにした上で、卸売市場制度は「質的な転換をする前夜」と指摘した。

また、小野雅之〔5〕も、第4巻の「規制緩和と農産物市場の構造変動」において、輸入増加、実需のウェイトの高まり、多様な流通事業体の参入など、青果物流通チャネルの多元化が、卸売市場流通の地位低下の要因であることを指摘している。

2000年以降も基本的に両氏が指摘した方向で再編が進展してきたが、この10年間には、それのみならず、卸売市場制度の根幹にも関わる重大な変化があった。

2 卸売市場法の2004年改正と第9次整備方針・同計画

2004年の卸売市場法改正については、改正当初は卸売手数料率の自由化が最も重要な変更として注目を集めたが、現在のところはほぼ足並みが揃

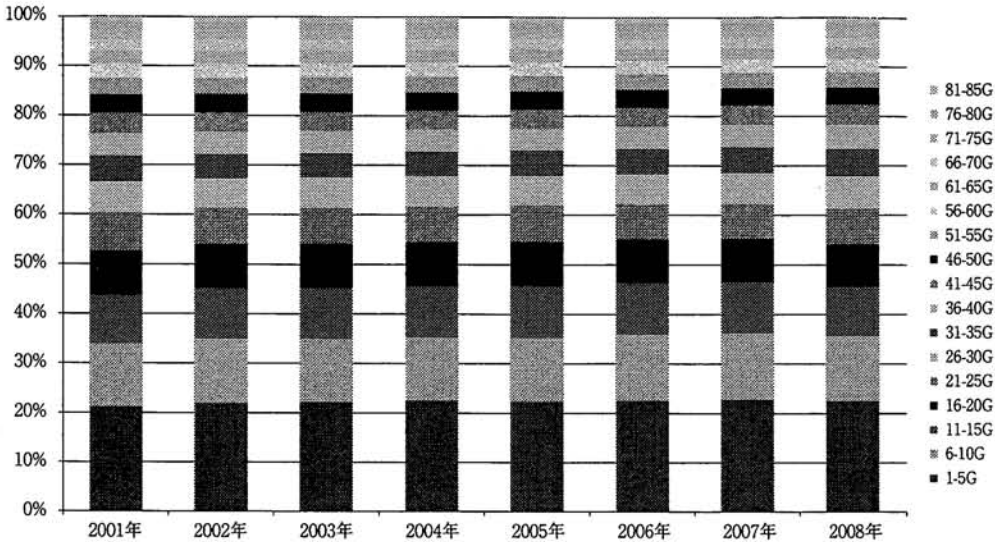


図12 取扱数量からみた上位市場のシェア

資料：農林水産省「青果物卸売市場調査報告」

注：市場数のカウントは資料に従い85市場としている。地方卸売市場は複数市場をまとめている場合がある。

った状態にある。本論文の課題である卸売業の再編という視点からは、それよりも「垣根問題の解消」や、買付集荷の自由化の方がより重要な変更といえる。なぜなら、「垣根問題の解消」は、第三者販売や直荷引きの自由化をしたわけではないものの、売り手と買い手を分離して収容した卸売市場の基本的性格に関わるからである。また、買付集荷の自由化は、卸売業者がリスク負担しつつ商品提供をする、細川氏が指摘する「まぎれもない商社化」を意味するからである。

卸売市場制度に関わるもう一つの重要な出来事として、第9次中央卸売市場整備基本方針、同計画の策定があげられる。その中でも、卸売市場再編の方向性を決めるものとして重要なのが、「中央拠点市場」構想である。これは、地域ブロックごとに定める中央拠点市場を核に、中小規模の卸売市場と連携と役割分担し、効率的な流通ネットワークを構築しようとするもので、中央拠点市場とするかどうかは、取扱数量と開設区域外販売率によって、取扱品目の部類ごとおよび卸売市場ごとに判断することとなっている。青果物の場合は20市場、水産物では10市場が指定されている。いずれにしても、この第9次整備計画は、全般的に「経営戦略的視点を持った市場運営の確保」を推

進しようとする性格が強く、これまでの卸売市場制度のあり方を大きく変えていくものといえよう。

それでは、ここまでの制度変化が、卸売業にどのような変化を引き起こしたかみてみたい。図12は、取扱数量について、5位ずつ階層化し、シェアを占めそうとしている。これによれば、上位10市場で概ね30%強を占めている。この構造は、取扱金額からみた場合も、概ね同様であり、2009年には上位10市場が4割近くにまで達している。

図13は、2001年と2008年データの比較から、数量と金額の伸び率をプロットしている。ここからも、数量、金額ともに取り扱いを減少させている卸売市場が大半を占めていることがわかる。これは中央拠点市場であっても同様である。数量、金額がともに伸びたのは、横浜市中央本場・南部、福岡市中央、千葉市中央、市川青果市場、東京都葛西、和歌山市中央、福山市青果市場の8市場に過ぎない。

それでは、これに対して、各市場はいかに対応しようとしているのか。図13において、太線の三角形で囲んだドットについては、数量と比べて金額の落ち方が緩やかであることを示している。これらの市場については、数量が減少する中で、品質面で何らかの取り組みをしている可能性も考え

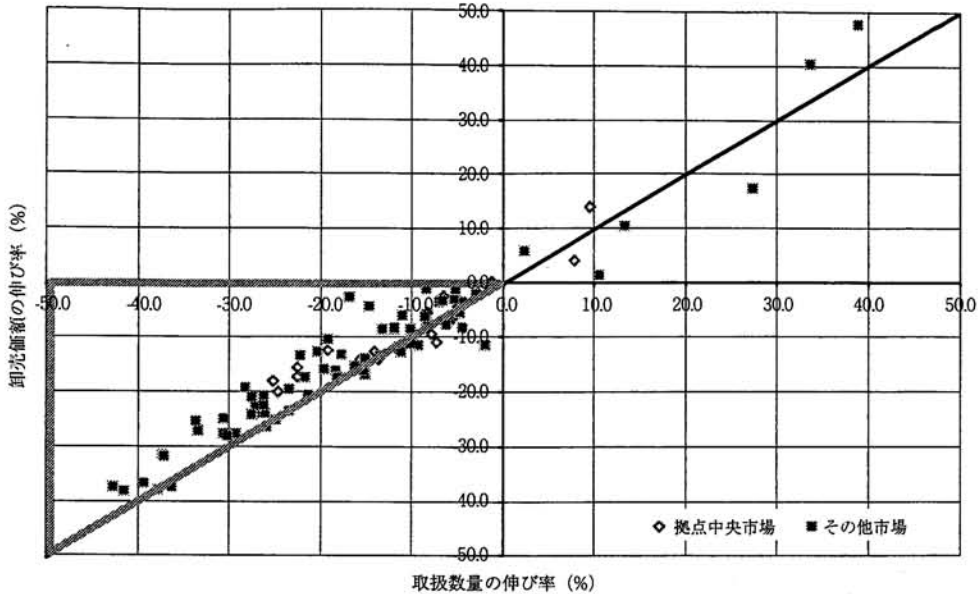


図13 青果物卸売市場の取扱数量・金額の伸び率（2001年→2008年）

資料：農林水産省「青果物卸売市場調査報告」

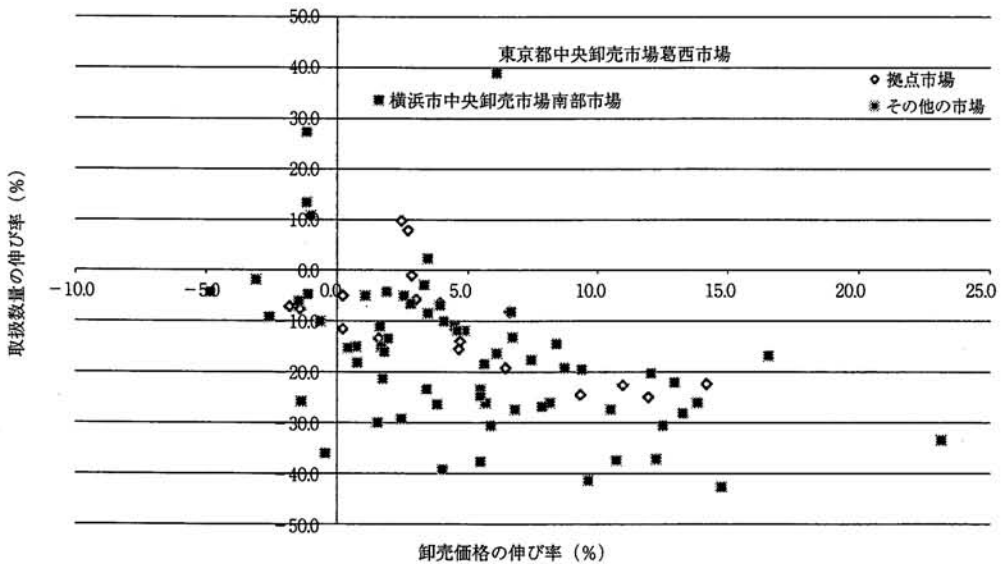


図14 価格と取扱数量の伸び率（2001年→2008年）

資料：農林水産省「青果物卸売市場調査報告」

られる。さらに、図14では、単価と取扱数量の伸び率の関係をプロットした。数量は減らしつつも、価格が伸びている市場が多く存在していることから、単価の上昇により売り上げを維持しよ

うとする動きが出ていることも考えられる。

図15では、2001年から2008年までの前半と後半で分けて示した。後半が2004年の法改正以降であり、前半と後半で大きく変化していれば法改正の

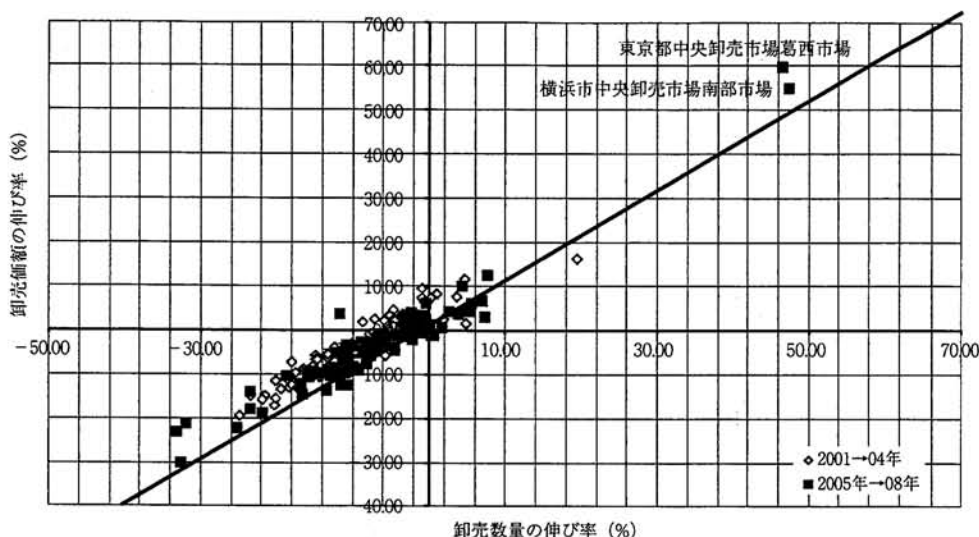


図15 青果物卸売市場における取扱数量・金額の伸び率（01→04年、05→08年）

資料：農林水産省「青果物卸売市場調査報告」

影響を受けたとも考えられるが、全般的には顕著な差はみられない。ただし、東京都中央卸売市場葛西市場、横浜市中央卸売市場南部市場の2市場については、数量、金額ともに後半に大きく伸びていることがわかる。

3 卸売市場における「フルライン化」の動き

そのうちの横浜市中央卸売市場南部市場のケースについて、確認しておきたい。

横浜市中央卸売市場南部市場は、2006年に売り場を密閉し、低温管理が可能となったことにより、コールドチェーン対応の卸売市場として、2007年から大手GMSの県内店舗の物流拠点としての役割をも担っている。この南部市場からは、卸売市場で買い付けた青果物のみならず、加工食品、冷凍食品、日用雑貨を合わせて配送している。この施設は、卸売会社の横浜丸中青果が、子会社を通じて設置しているが、卸売市場法での卸売施設とはいえない面があるため、建物は卸売市場の敷地内に設置していても、そこだけを「市場外」の扱いとしている。

このような、卸売市場における「フルライン化」は、取引において青果物の占めるウェイトが低下するものの、全体的な販売量の増加が見込める。コールドチェーンへの参加は、取り扱いの減

少傾向にある青果物卸売市場の新しいビジネスモデルとして注目されており、東京都葛西市場なども類似の事例である。

これらは、小売業のフルライン化要請に応えることで、卸売市場としての生き残りを図ろうとする動きであるといえる。しかし、その一方で、多額の投資を要することもあり、卸売会社にとってリスクは高い。しかも、特定のGMS1社との契約を前提とした投資であった場合は、それが更新されなかったときにどうするのかという問題が生じる。さらに、卸売市場としての公共性という問題も残る。

図16は東京都中央卸売市場葛西市場と横浜市中央卸売市場南部市場の卸売価額と単価を、全国平均と比較したものである。卸売価額については全国平均水準に到達しているが、市場単位で見た場合、単価には顕著な差がみられない。さらに、図17では全国主要卸売会社の営業利益率を示しているが、横浜南部市場の卸売会社、東京葛西市場の卸売会社ともに0.27%、0.13%となっている。追加的な投資を伴う、先進的な取り組みに対する収益性の向上は、これからの課題であることがわかる⁷⁾。

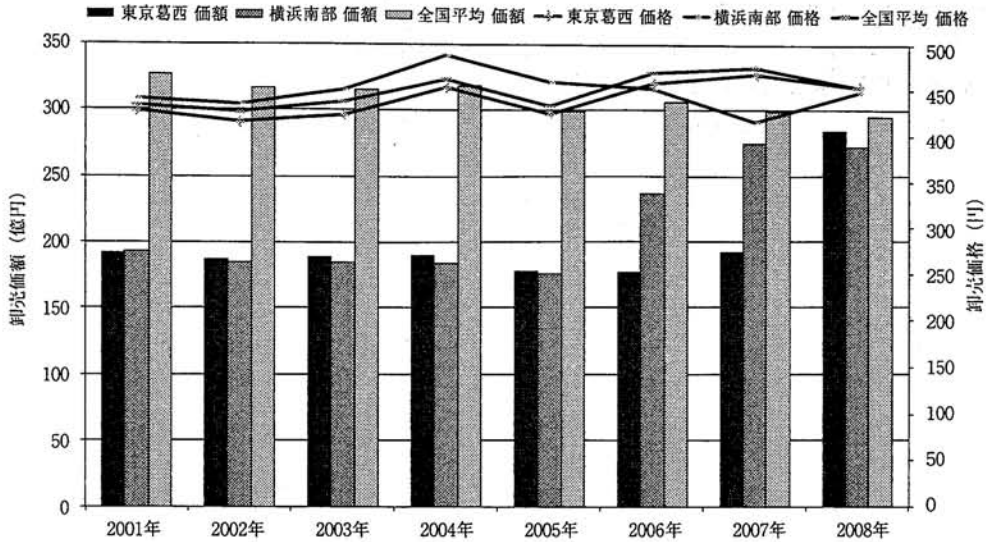


図16 東京葛西市場と横浜南部市場の取扱金額

資料：農林水産省「青果物卸売市場調査報告」

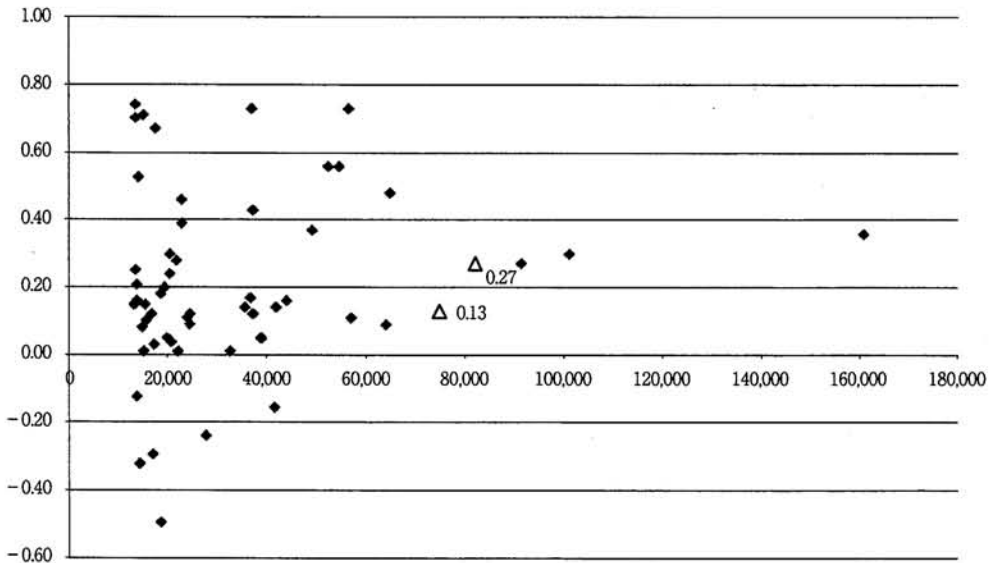


図17 主要卸売会社（上位60社）の売上高と営業利益率の関係（2009年）

資料：日本農業新聞、2010年8月19日付より作成。

Ⅳ まとめ

食品卸売業では上位企業の巨大化、フルライン化が進行している。さらに、その中で取り扱いの集中が顕著となっている。しかし、ここまでの分

析でも明らかなように、「巨大化」によっても収益性は必ずしも改善されておらず、営業利益率は低い水準にとどまっている。

ただし、「メガ卸」に代表される大型化は、食品卸売業の取引上の地位を向上させることは確実であり、「センターフィー」など、消費低迷、価

格下落のしわ寄せを食品卸売業が一方的に負担させられることは少なくなる可能性もある。さらに、これまで事実上無償で提供されてきた高度な物流サービスを、新たな事業として展開するということも考えられる。

この点から言えば、食品卸売業における取り扱いの極端な集中は、巨大化した小売業の都合によって生み出された面が強いものの、彼ら小売業から見ても、必ずしも都合の良い構造を作り上げたとはいえないのである。

青果物卸売業の場合、巨大化した小売業からの値引きや付帯サービス等の要求に直面しているという点は、食品卸売業と同様であるとみられる。2004年の卸売市場法改正や第9次中央卸売市場整備計画は、その現れとみることもできる。

しかし、青果物の場合、卸売業が大型化することによる効果は限定的であると考えられる。なぜなら、第1に青果物は天候による出荷量や品質の変動すること、第2に品揃えの多様性を維持することが不可欠であり、大量の商品を取り扱うことによるコスト引き下げは困難であること、そして第3には、青果物の場合、季節ごとに産地が移動することなど、加工食品とは異なる前提条件を有しており、食品卸売業における統合・大型化と同様の経路を辿るとは考えにくい。

しかし、食品卸売業と同様に、巨大小売業からのフルライン化を促す圧力は、もちろん卸売市場へも向けられており、横浜市中央卸売市場南部市場や東京都中央卸売市場葛西市場のように、青果物を核としながら、フルライン化を目指すケースは増加傾向にある。

その一方で、国分は2011年に、青果卸売業で最大手の東京青果と業務提携をすることで、青果卸への参入を果たしている⁸⁾。これは東京青果が調達した青果物を、入場する大田市場の仲卸を経由し、国分がスーパーに販売するというものであり、作柄状況、価格動向、青果物の専門知識など東京青果の保持する情報を活用した営業を行うとしている。このような提携関係は、大阪市中央卸売市場の大果大阪青果など、東京青果と関係の深い7社へと拡大する意向としている。

このことは、フルライン化が進展している食品卸売業ですら、青果物を直接に取り扱うことは難

しいということを示唆している。卸売市場、卸売会社の「商社化」については、本学会においても指摘されてきたところではあるが、国分と東京青果のようなケースを踏まえれば、卸売市場の「商社化」だけでなく、卸売市場を通じて、食品卸売業、さらには商社が青果物取扱へと踏み出すという方向性も併存しているといえよう。

注

- 1) 2011年2月18日付、日本経済新聞（電子版）による。
- 2) 2011年5月24日付、日本経済新聞（電子版）による。
- 3) 2010年8月1日付、日本経済新聞（電子版）による。
- 4) 株式会社日本アクセス「伊藤忠商事グループ食品中間流通事業の経営統合について～一元化・総合化によるお取引先様の満足度向上に向けて～」(2010年12月17日発表)による。
- 5) 2010年7月30日付、日本経済新聞（朝刊）、および2010年10月30日付、日本経済新聞（朝刊）による。
- 6) 農林水産省「卸売市場データ集（平成22年版）」によれば、青果物の卸売市場経由率は63.0%であり、前年61.7%よりやや上昇している。
- 7) 2010年度の決算では、横浜丸中青果は営業利益率0.45%、経常利益率0.29%、東京葛西市場の東京千住青果は営業利益率0.31%、経常利益率0.56%であったことから、収益性は改善している。数値は、農経新聞2011年8月8日付に掲載された情報による。
- 8) 2011年1月22日付、日本経済新聞（電子版）による。この記事によれば、国分の取引先には、青果物を十分に仕入れできない中小スーパー、個人商店が多く、青果卸売業に参入することで、これらを支援するということが目的の一つとしている。

引用文献・参考文献

- [1] 細川允史「流通再編と卸売市場」滝澤昭義・細川允史編『講座 今日食料・農業市場Ⅲ 流通再編と食料・農産物市場』筑波書

- 房、2000年、第3章、pp.53-70。
- [2] 木立真直「食品卸売業の存立状況と戦略展開の方向」社団法人食品需給センター『食品製造業の構造と経営課題（農林水産省補助事業平成18年度「食品企業財務動向調査」より）』<http://www.fmric.or.jp/management/index.html>
- [3] 菊池宏之「流通システムの変革と卸売商の業務拡張」『目白大学 経営学研究』第5号、2008年。
- [4] 三村優美子「食品卸売業の再編成：卸売業の新しい役割と機能」『生活協同組合研究』2008年6月号、2008年、pp.12-18。
- [5] 小野雅之「規制緩和と農産物市場の構造変動」三國英實・来間泰男編『講座 今日の食料・農業市場Ⅳ 日本農業の再編と市場問題』筑波書房、2000年、第3章、pp.71-102。
- [6] 小野雅之「2004年卸売市場法改正の特徴と歴史的意義に関する商業論的考察」『神戸大学農業経済』2006年。
- [7] 滝澤昭義「現代資本主義と流通再編」滝澤昭義・細川允史編『講座 今日の食料・農業市場Ⅲ 流通再編と食料・農産物市場』筑波書房、2000年、第1章、pp.15-26。