

食品流通におけるW／R比率について

高 橋 正 郎

はじめに

わが国の流通は「非効率で複雑」「迷宮のような流通機構」「世界中でもっとも込み入ったものであり、また迂回的なものである」とアメリカの多くのビジネス誌からも批判されているという。その内容は、わが国流通が、小売段階では、零細・過多で、生業的なものが多く、制度的な規制もあって大型店の発展が遅れていることから、小売業の生産性が低く、また、卸売段階では、その経路が複雑、かつ多段階であるため流通経費が多くかかり、さらには、取引形態が日本独特な閉鎖的な方式であることから、外国企業にとって大きな参入障壁となっているというのである¹⁾。

このような批判は、もちろん、わが国流通全般に対するものではあるが、小売段階の販売額で31%、従業者数で37%、商店数で41%、卸売段階でもそれぞれ21%、22%、23%を占める食品流通でも、当然、上述の指摘はそのまま当てはまる。食品流通の場合、消費者の日々の生活に直結しているだけに、それらの批判は、国内的にも「円高差益が還元されない」「価格の4分の1強を占める流通マージンが食料品価格を押し上げている」といった批判とも重なって、わが国食品流通は、その近代化、構造改革をめぐって、内外から注目されている。

この小論では、その食品流通について、批判の一つともなっている流通経路の長さ、つまりその多段階性について分析することを課題としたい。とくに、多段階性を計測する一つの尺度としてよく用いられる流通迂回率、すなわち、W／R比率について、それが、流通近代化の掛け声とは逆に、年々高まっている統計数値を紹介し、それをどう理解するかについて考えてみたいと思う。

1. 流通迂回率、W／R比率について

わが国流通が国際的にみてきわめて多段階であることを説明しようとする場合、よく用いられるものが流通迂回率である。これは、卸売業の総販売額（W）を小売業の総販売額（R）で割った値で、W／R比率ともいう²⁾。

例えば、W／R＝1の場合は、卸売業の総販売額と小売業の総販売額が等しいことになるので、卸売業者を1段階のみ経由したことを示し³⁾、W／Rが1より小さく0.5であった場合は、卸売を経由しないでメーカーから小売業者に直結する商品が全体の半分あること

を示す。逆にW/R比率が2もしくは3である場合は、卸売業者を2段階、もしくは3段階経由することを意味する。わが国の場合、第1次卸、第2次卸、ものによっては第3次卸などと、商品がいくつかの段階の卸売業者の手を経ることから、当然、このW/R比率は高いものとなる。

表1 主要国のW/R比率

アメリカ	イギリス	フランス	西ドイツ	日 本
1.87	2.03	1.57	1.67	4.21

1) 経済企画庁物価政策課『輸入品の流通及び商慣行』大蔵省印刷局 1986 p12

2) 西ドイツは1979年、イギリスは1983年、他は1982年

によって統計分類の仕方が違うこと、わが国の卸売販売額には商社による原料輸入や製品輸出が含まれていることなどから、とくに高くなっているためこれをそのまま単純に比較することはできない。⁴⁾

通産省『通商白書』では、その点を勘案して、分母の小売業販売額に卸売業者からの産業用使用者への販売額、国外への販売額を加算して修正W/R比率を試算している。その結果は1.7となり、他国の修正前の数値とほぼ同水準となるが、しかし、他国も同様の修正をすれば減少するであろうから、わが国の場合「流通迂回度が相対的に見てある程度高いことは事実である」と結んでいる。⁵⁾

このW/R比率は、産業別もしくは商品別に比較することによって、より厳密となっていくが、表2は食品流通についての国際比較をみたものである。ここでも、アメリカの1

表2 各国の食品流通におけるW/R比率

	アメリカ	フランス	西ドイツ	日 本
1966-8	1.02	0.82	1.26	2.01
1972	1.02	1.02		2.08
1976-7	1.12	0.74	1.59	2.48
1979			1.34	2.56

1) 田島義博他編『流通の国際比較』有斐閣 1985 p126 から作成

表1は、経済企画庁物価政策課『輸入品の流通及び商慣行』から引用した主要先進諸国のW/R比率であるが、これをみると、欧米諸国のそれが1.5から2.0であるのに対して、わが国のそれは4.21ときわめて高い数値を示している。ただ、この国際比較は、さきの文献でも注釈しているように、国に

～1.1、フランスの0.7～1.0、西ドイツの1.3～1.6に対して、日本は2～2.6と高くなっている。もちろん、これもさきの『通商白書』と同様に修正する必要があるが、1985年のデータにもとづきそれを試算してみると、修正前W/R比率が2.68に対して、修正W/R比率は2.24⁶⁾となり、食品の場合

は、産業用使用者への販売、国外への販売を加味しても、諸外国に対してかなり高い迂回率であることが確認できる。

しかし、この小論で問題としたい主題は、その国際比較ではない。そのこと自体は、わが国における食品流通の特質、とくに徒歩で、しかも毎日のように新鮮な食品を購入するという食品に対する購買行動などによって説明されねばならないが、これについては他日を期すことにして、ここで問題としたい点は、さきの表2からも指摘できるように、わが国の場合、そのW/R比率が年々高まっていることについてである。

通産省『商業統計表』から、各調査年次の食品流通におけるW/R比率を算出してみると表3のようになる。ここでは、過去四半世紀のW/R比率を比較することができるが、

表3 食品流通のW/R比率の推移

	W/R比率	小売店/卸売店
1960	1.81	12.22
1962	1.88	12.49
1964	2.06	12.26
1966	2.24	10.43
1968	2.11	11.28
1970	2.23	10.79
1972	2.21	10.56
1974	2.44	10.25
1976	2.67	9.19
1979	2.74	8.46
1982	2.77	7.72
1985	2.77	7.20

1) 商業統計表産業編(各年次)から作成

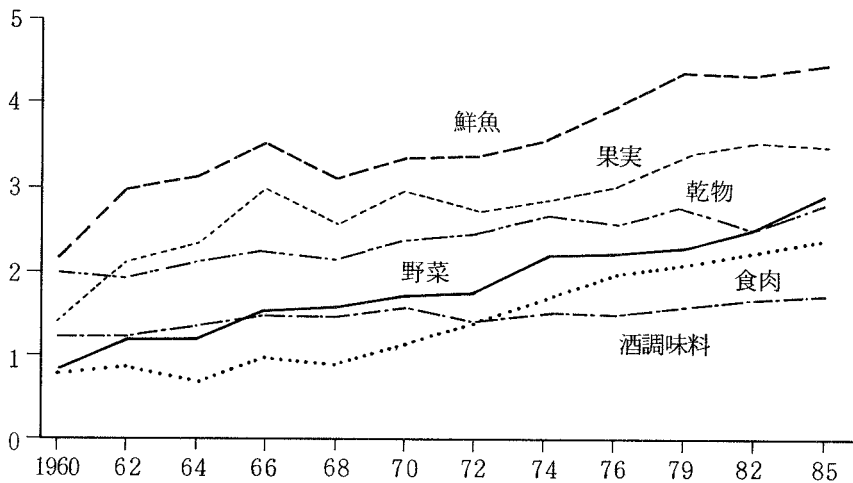
2) $W/R = (\text{農畜水産卸売額} + \text{食料飲料卸売額}) \div (\text{飲食料品小売金額})$

これによると、食品全体で1960年の1.81から1985年の2.77へと年々上昇し、25年間に0.96も増えている。高度経済成長から今日に至る過程でわが国の食品流通は、単純に考えるとその卸売経路をほぼ一段階増し、流通の多段階性は解消するどころか、かえって高めてきているのである。

この表3の数値は、商業統計表の産業編からのもので、商店単位の販売額について農畜水産物卸売業と食料飲料卸売業の合計額を分子に、飲食料小売業のそれを分母に計算したものである。これに対してそのW/R比率を品目別にみた図1は、商業統計表の品目編から、品目別の卸売総額(当該品目の専門卸売業以外からの卸売額も含む)、小売総額(百貨店を除く)から計算したものである。ただし、統計分類上の制約から、食肉については小売販売額に鶏肉が含まれていないため多少高めに出ていること、酒

調味料では、卸売に酒類と味噌しょうゆ卸売だけでその他の調味料が含まれていないことから低めに出ている点に注意する必要がある。しかし、年次変化を見るには支障はないので、そのW/R比率の変遷についてみると、いずれの食品も明瞭にその上昇傾向を読み取ることができ、しかも、それが最近になっても衰えていないことが読み取れる。品目別に細かくみていくと、比較的伸び率が低い酒調味料でも1960年の1.22から1985年の1.72

図1 食品のW／R比率の変遷



資料：商業統計表（品目編）

に増えているし、食肉では、その間に0.75から2.36に、野菜では0.83から2.91へ、鮮魚では2.14から4.44へと大幅に高めているのである。

そのことは、さきの表3の右欄に、参考までに掲げた食品卸売一店当たりの食品小売店数が、逆に大幅に減って、1960年には12.2店あったものが、1985年には7.2店に4割以上も少なくなっていることとも関連する。食品流通の場合、1960年代、華やかに論じられた「流通革命」での「問屋無用論」とは裏腹に、むしろ卸売業が相対的に増加し、流通経路がより長くなっているように、これらの表や図は物語っているのである。

2. 食品卸売業の増加

食品流通におけるW／R比率の増加は、食品小売業に対して食品卸売業の一店舗当たりの販売額が大幅に増加したか、小売業者に対して卸売業者の数が大幅に増えたか、その両方に要因を求めることができる。そこで、それぞれの販売額の増加率、店舗数の増加率を比較してみると、1960年から1985年にかけて一店舗当たりの販売額の伸び率は、飲食料品小売業で17.2倍、農畜水産物・食料・飲料卸売業全体で16.3倍で、むしろ小売業の方が大きいということから、そのW／R比率の増加は、卸売業における店舗数そのものの増加から説明されねばならない。

表4は、その店舗数の推移をみたものである。1985年で食品にかかわる小売業が67万

表 4 食品小売店卸売店の変遷

(千店, %)

	飲食料品小売業		農畜水産物卸売業		食料・飲料卸売業	
	実 数	指 数	実 数	指 数	実 数	指 数
1960	673.5	100.0	21.7	100.0	33.5	100.0
62	666.3	98.9	21.3	98.7	32.0	95.6
64	674.7	100.2	21.8	100.7	33.3	99.4
66	704.3	104.6	27.4	126.9	40.1	119.8
68	708.9	105.3	25.8	119.2	37.1	110.7
70	711.3	105.6	27.3	126.1	38.7	115.4
72	711.4	105.6	28.2	130.4	39.2	117.1
74	721.2	107.1	29.6	136.9	40.7	121.7
76	732.8	108.8	33.3	154.2	46.4	138.6
79	734.8	109.1	36.8	170.4	50.1	149.4
82	725.6	107.7	39.8	184.3	54.2	161.8
85	671.2	99.7	39.2	181.4	54.1	161.5

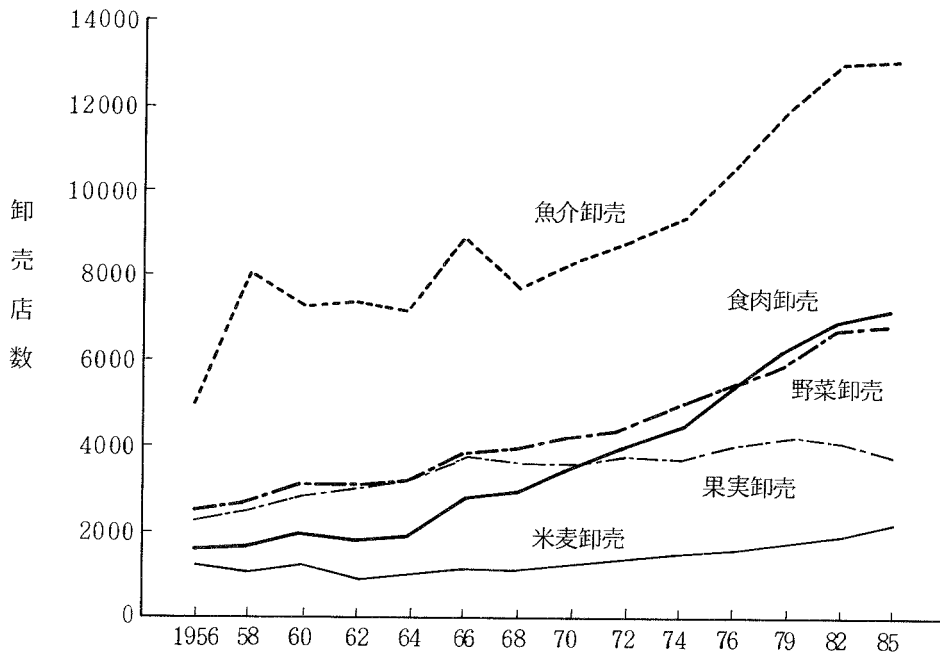
資料：商業統計表（産業編）

店、農畜水産物卸売が3.9万店、飲料食料卸売が5.4万店と、小売が多いことは当然のことだが、1960年を100とした指数をみると、小売業では1979年までやや増加(109)してきたとはいえ、それ以降は減少に転じ、1985年には99.7と1960年の水準を下回ってきているのに対して、卸売業では、いずれも大幅な増加をみて、1982年以降、多少の減少はみられるものの、1985年の農畜水産物卸売で181、食料飲料卸売で162という高い水準にある。このように、わが国における食品流通は、卸売業は店舗を一貫して増加させながらW/R比率を高めてきたのである。

その卸売店数の増加について、業種別にみたものが図2-(1)(2)である。繁雑になるため、雑穀豆類卸、砂糖卸、缶詰・瓶詰卸、茶類卸等は除外してあるが、菓子パン類卸、味噌醤油卸を別にしていずれの業種でも顕著な増加を読み取ることができる。しかも、その傾向は、野菜、魚介、食肉の生鮮三品や、乾物、酒類、清涼飲料などの加工食品で卸売店の増加が近年まで続いていることは特記されてよい。この図2を、さきの図1と対象させながらみると、W/R比率の増加が、いかにそれぞれの業種で卸売業者の増加によって促されてきたかを知ることができよう。

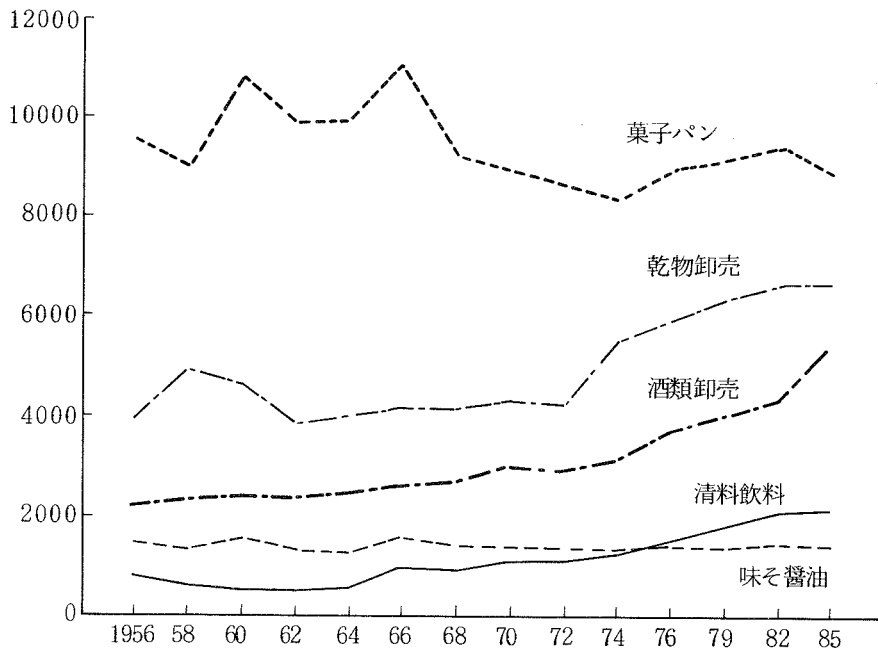
なお、それら農畜水産物、食料飲料の卸売業全体について、従業員規模別の店舗数の変化を参考までに見ておこう。図3がそれであるが、一見して零細規模の卸売が多いことが分かる。1985年で、1～4人規模の卸売業が47.9%と半数近くを占め、それに5～9人

図2-(1) 農畜産物水産物卸売業の推移



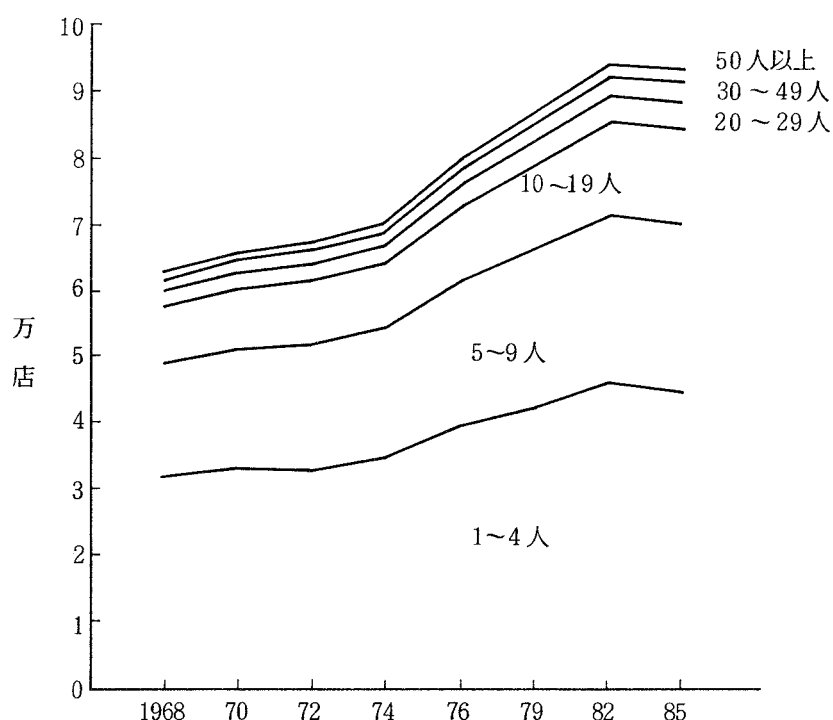
資料：商業統計表（産業編）

図2-(2) 食料飲料卸売業の推移



資料：商業統計表（産業編）

図3 農畜水産・食料飲料卸売の推移



資料：商業統計表（産業編）

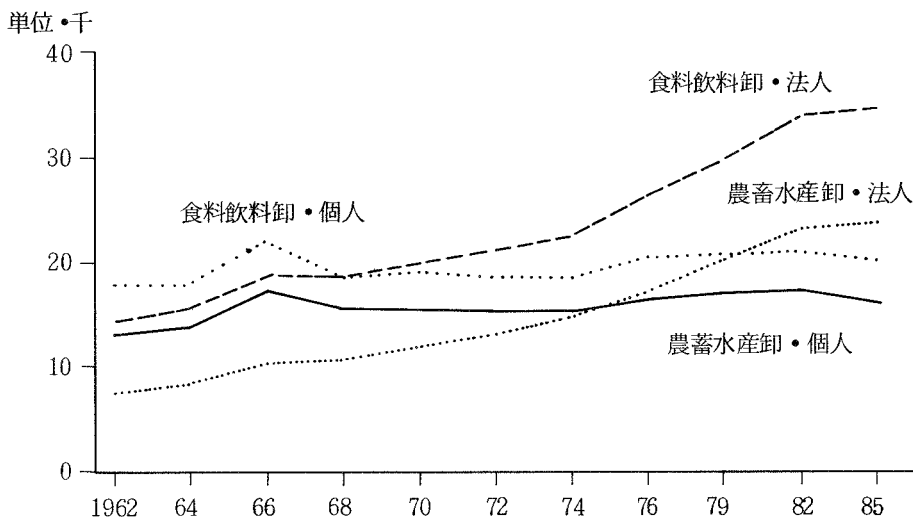
規模の26.9%を加えると、10人未満の零細卸売業が全体の4分の3を占めることになる。ただ、年次別にそれを追ってみると、年々増え続けた零細規模の農畜水産物、食料飲料の卸売業も、1982年から85年にかけてわずかではあるが減少し始め、食品小売業で見えはじめた構造変化の兆し⁷⁾がようやく卸売業でも窺えるようになってきたのかも知れない。この間に減少した規模階層は1~4人の1,103店(2.4%)、5~9人の405店(1.6%)だけであって、それ以上の階層でいずれも増加していることから、農畜水産物、食料飲料の卸売業でも階層分解が起き始めたといえなくもない。しかし、この推移は次回の商業統計の結果にまたなければならないが、後にみるように、多品目少量多頻度流通というそれとは逆の動きを促す社会的要請が食品流通業界にあることも顧慮しておかなければならない。

3. 食品流通の多様化 — 本支店間移動の増加

商業統計表を通じた卸売業の分析は、以上、主に用いてきたような同統計表の産業編でも、業種別にみる店舗別が細かく個人経営と法人経営とに分けて統計表示されていることから、そのいずれか、またはその合計か、注意して使い分ける必要がある。いままで、とくに断わらない限り両者を合わせた卸売業全体のデータを扱ってきたが、この個人経営と法人経営は、調査時点の調査票自体から違って、法人経営の統計だけはより詳細なものになっている。以下、本節で用いる流通経路別統計編（卸売部門）で集計されている卸売業も、その法人経営を対象にしたものであって、卸売業全体ではないことを断っておかなければならない。

そこであらかじめ、その法人経営の食品卸売業全体に占める地位を理解しておくために、若干の基礎データを示しておきたい。表4でみたように、1985年の食品卸売は、農畜水産物卸売業で39,193店、食料飲料卸売業で54,082店である。これを個人経営、法人経営に分けてみると、農畜水産物卸売業で個人15,798(40.3%)、法人23,395(59.7%)、食料飲料卸売業では、それぞれ19,908(36.8%)、34,174(63.2%)で、いずれの場合も、概数でいって4割が個人経営、6割が法人経営ということになる。図4は、その法人経営、個人経営の年次別推移をみたものであるが、農畜水産物卸売、食料飲料卸売、ともに法人経営が急増し、個人経営の卸売業者数は、過去20年、停滞もしくは減少、とくにここ3年、

図4 卸売業商店数の変遷



資料：商業統計表（産業編）

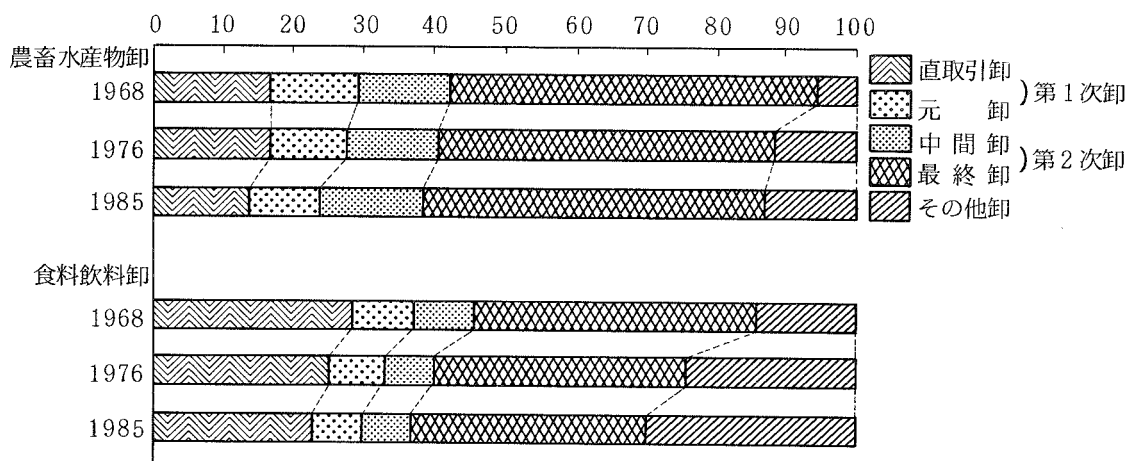
前回の統計とでは減少傾向が明確化しているといえる。いうまでもないことだが、従業員規模をみると、個人経営の平均が農畜水産物卸の個人経営で3.8人、法人経営13.6人、食料飲料卸で3.2人、12.6人(1985)であって、個人経営の規模はきわめて零細である。

ところで、販売額をみると、1985年で、農畜水産物卸売業が53兆3,585億円、食料飲料卸売業が34兆8,664億円。これを個人経営、法人経営に分けてみると、農畜水産物卸で、個人1.62兆円(3.0%)、法人51.74兆円(97.0%)、食料飲料卸で1.09兆円(3.1%)、33.78兆円(96.9%)と、販売額では、個人経営のシェアは無視できるほどのものである。1店舗あたりの販売額をみても、農畜水産物卸の個人経営で1.03億円、法人経営22.11億円、食料飲料卸で1.55億円、9.88億円で、個人経営の規模がきわめて零細である。

以上のように、店舗数にして6割程度だが、その規模が大きく、卸売販売額の97%を占める法人経営を対象とした商業統計表流通経路別統計編ではあるが、以下、それを素材に、食品卸売流通の内容とその変化をみてゆきたい。

図5は、その法人経営の卸売業者を流通段階別に分類し、それぞれの割合を年次別に比較したものである。「直取引卸」とは直接、生産業者や国外から仕入れ、直接、小売業者、産業使用者、国外に販売する業者であり、「元卸」とは、やはり直接、生産業者や国外から仕入れて卸売業者に販売する業者で、ともに「第1次卸」とよばれるものである。また、「中間卸」とは、卸売業者から仕入れて卸売業者に販売するもの、「最終卸」とは、卸売業者から仕入れて小売業者、産業用使用者、国外に販売するもので、その両者で「第2次卸」を構成する。さらに「その他の卸」とは、本支店間卸を主とするものである。

図5 類型別農産物食品卸店舗数



資料：商業統計表流通経路別統計編（法人経営）

このように卸売業を類型区分すると、農畜水産物卸の場合、「1次卸」より「2次卸」が圧倒的に多く、全体の3分の2近くを占めていること、食料飲料卸では、「1次卸」のウェイトが次第に減少し、その分「その他の卸」が増加し、全体の3割を占めるようになったことなどが把握できる。この「その他の卸」すなわち本支店間移動を主とする業者の増加は、農畜水産物卸の場合でもいえることだが、この商業統計が流通企業単位の調査ではなく、店舗、事業所単位の調査であることから、卸売企業の支店網の拡充に伴って、当然、この類型の卸売業が増加することになる。

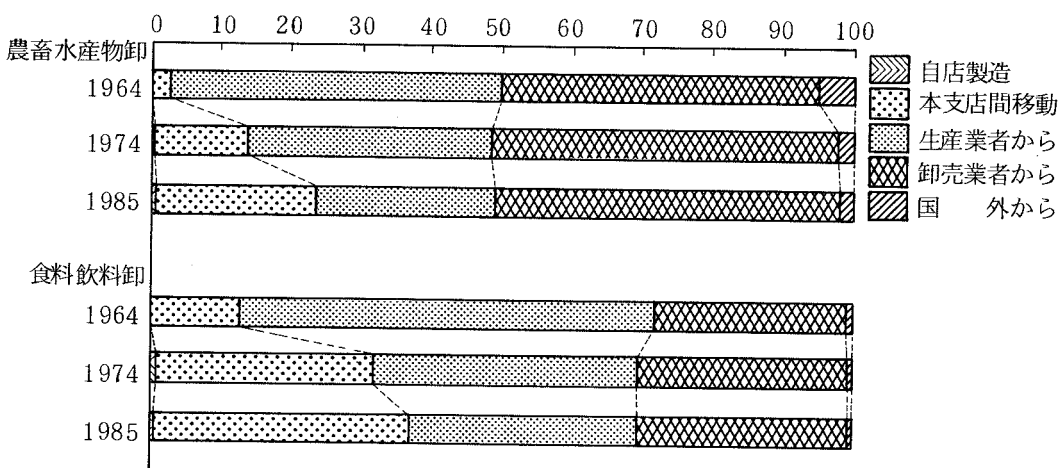
この図5は店舗数の割合を示したものであるが、これを販売額でみると、「その他の卸」のシェアはより大きくなる。1985年の例でみると、農畜水産物卸では、店舗数で13.4%であるものが、販売額では33.4%を占めるようになり、食料飲料卸でも、店舗で30.3%のものが、販売額で40.3%も占めるようになる。このような「その他の卸」の増加が、本稿の主題であるW/R比率にどう影響するか、第5節で述べることになる。

4. 農畜水産物卸、食料飲料卸売の仕入先、販売先

商業統計表流通経路別統計編からは、それぞれの卸売業について、商品の仕入先、販売先を知ることができる。

まず、仕入先、販売先別の仕入額、販売額のシェアの変遷をみてみたい。図6はその仕

図6 農産物食品卸の仕入先

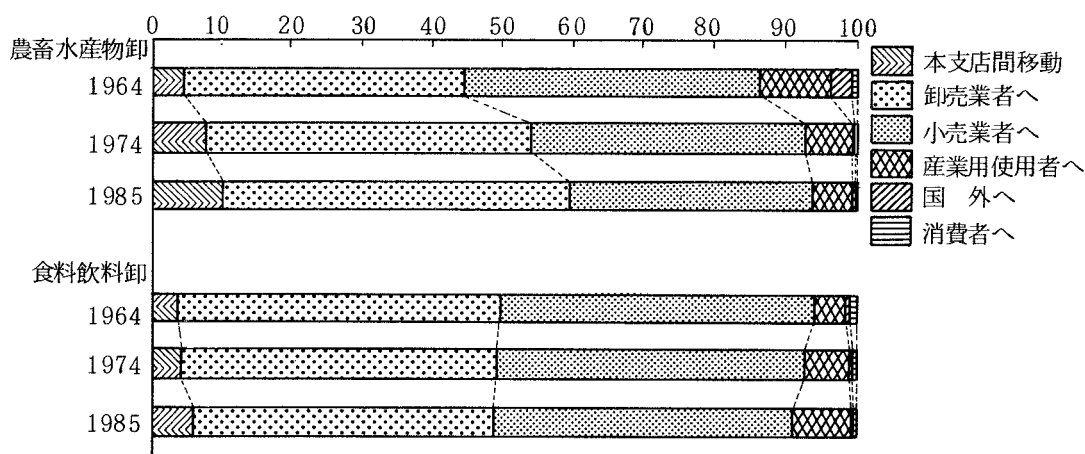


資料：商業統計表流通経路別統計編（法人経営）

入先別シェアであるが、いずれの場合も、本支店間移動のウェイトが年を追って増えていることが指摘できる。そのシェアの増加は、主として生産業者からの仕入を減少させ、それに代替してきているのであって、卸売業者からの仕入のシェアはほとんど変わっていない点に注目する必要がある。

一方、図7の販売先についてみると、農畜水産物卸では、本支店間移動、卸売業者への

図7 農産物食品卸の販売先



資料：商業統計表流通経路別統計編（法人経営）

販売のシェアが増え、小売業への販売が減っている。食料飲料卸では、本支店間移動と卸売業者への販売を合わせたものと、小売業者と産業用使用者への販売を合わせたものが、ほぼ均衡し、全体を二分している。そのなかにあって、本支店間移動と産業用使用者への販売が増加している。

産業用使用者には、農産加工を行なう食品製造業者だけでなく、飲食店等の外食産業の業主も含まれている。農畜水産物や食料飲料の卸売を考える場合、当然、その最終販売先は小売業者だけでなく、いまなお成長過程にある外食産業も含めなければならない。まして、外食産業では、そこで用いる食材について、その調理過程の一部を外注するなり、前処理加工食材を仕入れる度合いを増してきている⁸⁾。図7でみたように、食料飲料卸において産業用使用者への販売が増えてきていることの一因も、そこにあるといえよう。

ただ、農畜水産物卸では、その産業用使用者への販売がそれ程増えていない。しかし、

この図に示される販売額では増加していないとはいえ、表5でみるように、この農畜水産

表5 農畜水産物卸売業における販売先別商店数（法人経営）

	商店数合計		卸売業者へ販売した商店数		小売業者へ販売した商店数		産業用使用者へ販売した商店数	
	実数	指数	実数	指数	実数	指数	実数	指数
1972	12,915	100.0	6,037	100.0	10,257	100.0	2,744	100.0
1974	14,433	111.8	6,741	111.7	11,449	111.6	3,316	120.8
1976	16,988	131.5	8,346	138.2	13,337	130.0	3,804	138.6
1979	20,059	155.3	9,885	163.7	15,612	152.2	4,515	164.5
1982	22,835	176.8	11,060	183.2	17,307	168.7	5,471	199.4
1985	23,395	181.1	11,689	193.6	17,601	171.6	6,123	223.1

資料：商業統計表流通経路別統計編

物卸でも、その産業用使用者へ販売する店舗数は着実に増えている。これは1972年以降の農畜水産物卸売業の法人経営のうち卸売業者へ販売した商店数、小売業者、産業用使用者へそれぞれ販売した商店数（相互に重複ある）の変遷を示したもので、1972年を100とした1985年の指数をみると、卸売店計では181.1であるのに対して、卸売業者へ販売した商店は193.6、小売業者へ販売した商店が171.6と、前者がやや多いが、それ以上に産業用使用者へ販売する卸売業者が223.1と大幅に伸びている。

表6は、その産業用使用者への販売について、従業員規模別にみたものである。同様に指数をみると、零細規模の卸売業者ほどその伸び率が大きいことが分かる。表示していな

表6 農畜水産物卸売業における産業使用者への販売商店数（法人経営）

	合 計		1 - 4 人		5 - 9 人		10 人 以 上	
	実数	指数	実数	指数	実数	指数	実数	指数
1972	2,744	100.0	471	100.0	1,097	100.0	1,176	100.0
1974	3,316	120.8	636	135.0	1,328	121.1	1,352	115.0
1976	3,804	138.6	783	166.2	1,532	139.7	1,489	126.6
1979	4,515	164.5	997	211.7	1,752	159.7	1,766	150.2
1982	5,471	199.4	1,365	289.8	2,057	187.5	2,049	174.2
1985	6,123	223.1	1,564	332.1	2,235	203.7	2,324	197.6

資料：商業統計表流通経路別統計編

いが、1985年の販売額でも、農畜水産物卸売業全体での産業用使用者への販売は5.5%であるのに対して、1～4人規模の卸売業者ではそれが12.5%と高い。零細規模ほど産業用使用者への販売割合を高めているということは、さきに指摘したようにこれが外食産業向けの販売であると考えてよからう。

この表6は、法人経営を対象にした数値である。前述のように農畜水産物卸売業には、全体の4割を占める個人経営があるが、その個人経営の販売先等についての統計はない。ただ、その個人経営の農畜水産物卸の平均規模が3.8人であることから考えれば、その個人経営の性格は、この表6の1～4人規模の統計からある程度類推することも許されよう。増加してきている外食産業の食材需要の少なからぬ部分が、食品卸売業全体の4割を占める個人経営を含むこれら零細卸売業者からの供給増によって賄われているといえる。

5. 食品流通におけるW/R比率の修正

第2節で指摘したように、本稿の主題は食品流通におけるW/R比率が年々増えてきていることをどう理解するかという点にある。流通革命が叫ばれて久しいわが国において、また、流通経路が複雑で多段階に過ぎると諸外国から指摘されている今日、このような流通迂回率の上昇はきわめて重大な問題であると考えたからである。

ところが、第3節、4節と食品卸売流通の内容に立ち入って検討してみると、いくつかの点でこのW/R比率の計算方式は修正せねばならないことが明らかになってきた。その一つは、食品卸売流通のなかで本支店間移動が多く、それが年々増加してきていることである。さきにも指摘したように、店舗、事業所単位の調査であることから商業統計ではこの本支店間移動も卸売流通としてカウントされるのではあるが、本来、本支店間移動は企業内の移動であって、社会的分業にもとづく商品流通とは異なるものである。したがって、修正の第1はW/R比率のW、すなわち、卸売販売額から本支店間移動分を控除することである。

つぎに、食品卸の場合、その販売先は小売業だけではなく、産業用使用者、すなわち、食品工業への原料供給もあるし、近年増加している外食産業への食材供給もあり、さらには、量的に多くはないが、国外への販売、消費者への直接販売もあるという点にかかわる。第4節で指摘したように、とくに零細卸売業者による外食産業への販売は、法人経営の統計でカウントされない個人経営分を顧慮すれば無視できない卸売流通となろう。したがって、食品流通におけるW/R比率の修正の第2は、そのR、すなわち、小売販売金額に産業用使用者への販売、国外への販売、消費者への販売額を加えることである。

そのように修正したW/R比率を、ここではW/U比率と呼ぶことにして、表7に示し

表7 修正W/R (W/U) 比率

	食品全体		野 菜		食 肉		魚 介		食料飲料	
	W ₁ /R	W ₂ /U	W ₁ /R	W ₂ /U	W ₁ /R	W ₂ /U	W ₁ /R	W ₂ /U	W ₁ /R	W ₂ /U
1968	2.44	1.89	1.56	1.41	0.91	1.46	3.10	2.38	2.11	1.86
1970	2.67	1.95	1.70	1.48	1.13	1.63	3.35	2.44	2.26	1.83
1972	2.55	1.89	1.74	1.59	1.39	1.60	3.38	2.71	2.21	1.83
1974	2.82	1.94	2.14	1.80	1.67	1.73	3.56	2.89	2.36	1.88
1976	3.02	2.04	2.17	1.75	1.96	1.63	3.95	2.78	2.40	1.91
1979	3.00	2.08	2.25	1.58	2.06	1.73	4.36	2.77	2.38	1.90
1982	3.06	2.02	2.49	1.61	2.23	1.76	4.32	2.66	2.40	1.85
1985	3.08	2.02	2.91	1.68	2.36	1.89	4.44	2.64	2.28	1.81

- 1) 商業統計表品目編、流通経路統計編から作成
- 2) W₁/Rは品目編から(卸売販売額)÷(小売販売額)
- 3) W₂/Uは経路編から(卸売業販売総額-本支店間移動額)÷(卸売業の小売業者・産業用使用者・国外・消費者への販売額の計)
- 4) 食料飲料のRは、品目編の飲食料小売額から米穀、生鮮食品小売額を差引いて算出した

た。表注にも書いてあるように、比較対照するW₁/R比率とW₂/U比率で用いた統計は異なっているので、まず、そのことにかかわって表を読む注意をいくつか述べておく必要がある。いずれの統計も同じ通産省調査統計部の商業統計表からのものではあるが、W₁/R比率の方は品目編の統計を用い、それぞれの食品について、百貨店を除くすべての商店で販売する(したがって食品専門店以外での食品販売も含む)卸売金額と小売金額から算出している。ただし、食料飲料については、卸売金額の集計はあるものの、小売金額の集計がないので飲食料小売総額から米穀類、野菜、食肉、鮮魚などの生鮮食品の小売販売額を除いたものとの比率で計算している。

これに対して、W₂/U比率の方は、流通経路統計編の統計を用いていたもので、食品の卸売、小売を業とする法人経営に限定されたデータをもとにしている。特徴点は分母Uの数値が、卸売業者からの小売業者への販売額だけでなく、産業用使用者、国外、消費者への販売額も含めたものであること、分母W₂は卸売総額から本支店間移動額を除いたものだという点であるが、この場合の分母Uは、ユーザーの販売額そのものでなく、ユーザーへの卸売額であることから、さきのW₁/Rの分母には小売マージンが含まれているのに対して、W₂/Uにはそれが含まれず、それだけ後者の数値が高くなっているといえる。

以上のような限定はあるが、ここで問題としたいことは、それぞれの数値の年次別変化

であるとすれば、同じ基準の統計にもとづくそれらの数値の時系列変化を比較するという点では問題はなかろう。

表に戻って、まず、 W_1/R 比率についてみると、1968年から1985年にかけて、食料飲料ではわずか0.17ポイントの上昇に過ぎないが、食品全体では0.64、生鮮三品の野菜では1.35、食肉では1.45、鮮魚では1.34と、いずれも1ポイント以上の上昇をみている。前述のように W/R 比率が1ポイント上昇することは、卸売を一段階多くすることを意味するが、一般に、卸売金額と小売金額との単純な W/R 比率の計算では、そのように高い数値となっている。

ところが、それを卸売販売額から本支店間移動の金額を除去し、小売金額には他のユーザーである産業用使用者への販売額等を加えて修正した W_2/U 比率をみると、その値は大幅に変わってくる。すなわち W_1/R 比率の大幅な上昇のあった生鮮三品でも、過去17年の間に野菜では0.27、食肉では0.43、魚介では0.26ポイントの上昇率に過ぎないものとなる。まして、食料飲料については、マイナス0.05と僅かながら減少し、最近の1985年の数値がもっとも低い値となっているのである。

6. 多品目少量多頻度流通への対応

以上のように、単純な W/R 比率からではなく、内容に立ち入ってそれを修正した W/U 比率から判断すると、わが国の食品流通における迂回率も左程上昇しているということにはならない。とくに加工食品をまとめた食料飲料についてみると、ここ10年来、徐々にその W/U 比率を減少させ、ピーク時に比べて0.1ポイントの減少さえみている。加工食品流通では、流通経路はむしろ短縮しつつあるとさえ言えるのである。

しかし、肝心の生鮮三品については、その W/U 比率を高めてきているではないか、食品流通の近代化を促進する立場から考えると、やはり、その値は減少すべきものではないか、と指摘する向きもあろうかと思う。これに対してどのように答えるか、小論のむすびとして、そのことを考えてみたい。

このことに関連して、まず指摘しておきたいことは、表8に示したアメリカにおける W/R 比率の推移である。これはUSDAの資料から作成したものだが、アメリカでも、その値が年々上昇し、1967年の1.07から、86年の1.30へと0.23ポイントの上昇をみているのである。この値は、表7でみたわが国における生鮮三品の W/U 比率の上昇とほぼ見合うものである。もちろん、このアメリカの W/R 比率も同様の修正する必要があるから、その数値そのものを比較するには注意を要するが、ここで重視したいことは、流通近代化の先端をゆくアメリカに於いてさえもこの W/R 比率が上昇しているという事実につ

表8 アメリカの食品流通におけるW/R比率の変遷

	1967	1972	1977	1982	1986
卸売業販売額	74.3	106.3	182.9	288.6	382.1
小売業販売額	69.4	99.0	157.9	245.3	294.6
W/R	1.07	1.07	1.16	1.18	1.30

1) USDA *Food Marketing Review*, 1986 p17, 25 より作成

2) 販売額の単位は10億ドル

いてである。それをどう理解するか、残念ながら説明するに十分な材料を持ち合わせていない。ただ、食品流通をめぐってそれを促す何か時代的な要請がそこあって、同様の要請がわが国でもみられるようになったのではないかと推察するにとどめざるをえない。

その推察を多少、敷衍してみると、わが国においても、いわゆる飽食の時代に入って、食品市場が成熟し、そこでの消費者のニーズが、多分に個性化し、また多様化してきていることに、それはかかわっているといえる。近年、食品をめぐる新製品が次々に開発され、商品としてのライフサイクルを極端に縮小させながら、食品小売をめぐる競争はきわめて激しいものとなってきている。そのことが食品流通をめぐって第二次流通革命を展開させてきていると別の機会に論じた⁹⁾ ことがあるが、その小売市場をめぐる競争がもたらした食品卸売流通への影響が、かつて規模の経済を求めて展開した「少品目大量流通」とは違う「多品目少量多頻度流通」を要請し、それに卸売業者が応えていったその結果が、迂回率の上昇とむすびついているのではなかろうか。

多品目少量多頻度流通は、当然、卸売業において小回りのきく小企業の存立の基盤となり、また、全国に細かく支店網を設置することを必要とさせてくる。第3節でみたように卸売販売額に占める本支店間移動の割合を増加させてきたことも、4節で外食産業を含む産業用使用者への販売が小卸売業者に増えてきていることもこのことに係わっている。

しかし、この多品目少量多頻度流通と流通迂回率との関係については、いまだ類推の域を出ていない、そこには詰めるべき課題が多く残され、今後の研究に委ねざるをえないが、本稿では、とりあえず、年々増加してきている単純計算によるW/R比率は、必ずしもわが国食品流通の実態を反映せず、それを表7に示したような修正、すなわち、本稿でいうW/U比率を示すことで、その実態により接近できるということを示すにとどめておきたい。

注

- 1) 田村正紀『日本型流通システム』千倉書房 1986. 2 p 3
- 2) 手近かにあるW/R比率に関する文献を紹介すると以下のようなものがある。
 田村正紀「卸売の多段階性とその変化」前掲『日本型流通システム』p 103
 相原修「流通迂回率の計測」田島義博編『流通のダイナミックス』誠文堂新光社 1984. 9
 p 186
 流通経済研究所「流通機構の多段階性」同研究所編『流通がわかる事典』日本実業出版
 1985. 3 p 70
 佐々木実雄「W/R比率と集中度からみた流通構造の国際比較」田島義博他編『流通の国際
 比較』1985.
 鳥居昭夫「卸売迂回度と流通系列化」『城西経済学会誌』22 - 3
 鳥居昭夫「日本の卸売迂回度－流通系列化との関連」『城西経済学会誌』20 - 1
 風呂 勉「流通迂回分析の課題」神戸商大『商大論集』4 - 4 1972
 今村達生「わが国卸売商業における流通迂回率について」『修道商学』21 - 3 1981
 西村文孝「流通構造の多段階性の研究－計測指標を中心として」『千葉商大論叢』22 - 1
- 3) ここでは小売マージンを無視している。それを加味すると当然1より小さくなる。
- 4) 経済企画庁物価政策課『輸入品の流通及び商慣行』大蔵省印刷局 1986 p 12
- 5) 通商産業省編『昭和63年版通商白書』大蔵省印刷局 p 75, p 290
- 6) 商業統計表は8分冊刊行されている。W/R比率を算出する場合、第1巻産業編、第4巻品
 目編、ならびに流通経路統計編の3つの分冊でそれぞれ算出することができる。その間に多
 少の差がでるが、その都度、いずれの統計による数値か明示していきたい。なお、この数
 値は流通経路統計編によるものである。
- 7) 高橋正郎「第二次流通革命と食品流通」日本大学食品経済学科『食品経済研究』16号 1988. 3
- 8) 高橋正郎・稗貫峻稿『外食産業の食材調達』外食産業総合調査研究センター 1982. 3
- 9) 前掲注7論文