

# 農業生産資材（農機、肥料、農薬、飼料など） コストの現状及びその評価について

---

平成 28 年 2 月

**農 林 水 産 省**

# 目 次

---

## 1. 農業機械

- ① 農業機械の流通構造
- ② 主要な農業機械の出荷の状況
- ③ 農業機械の価格動向
- ④ 農業機械の低価格モデルの販売
- ⑤ 農業機械のリース・レンタルの展開

## 2. 肥料

- ① 肥料の流通構造
- ② 肥料原料の海外依存
- ③ 肥料原料の国際市況・国内販売価格の推移
- ④ 肥料費低減の取組
- ⑤ 農業者の肥料の購入・利用実態

## 3. 農薬

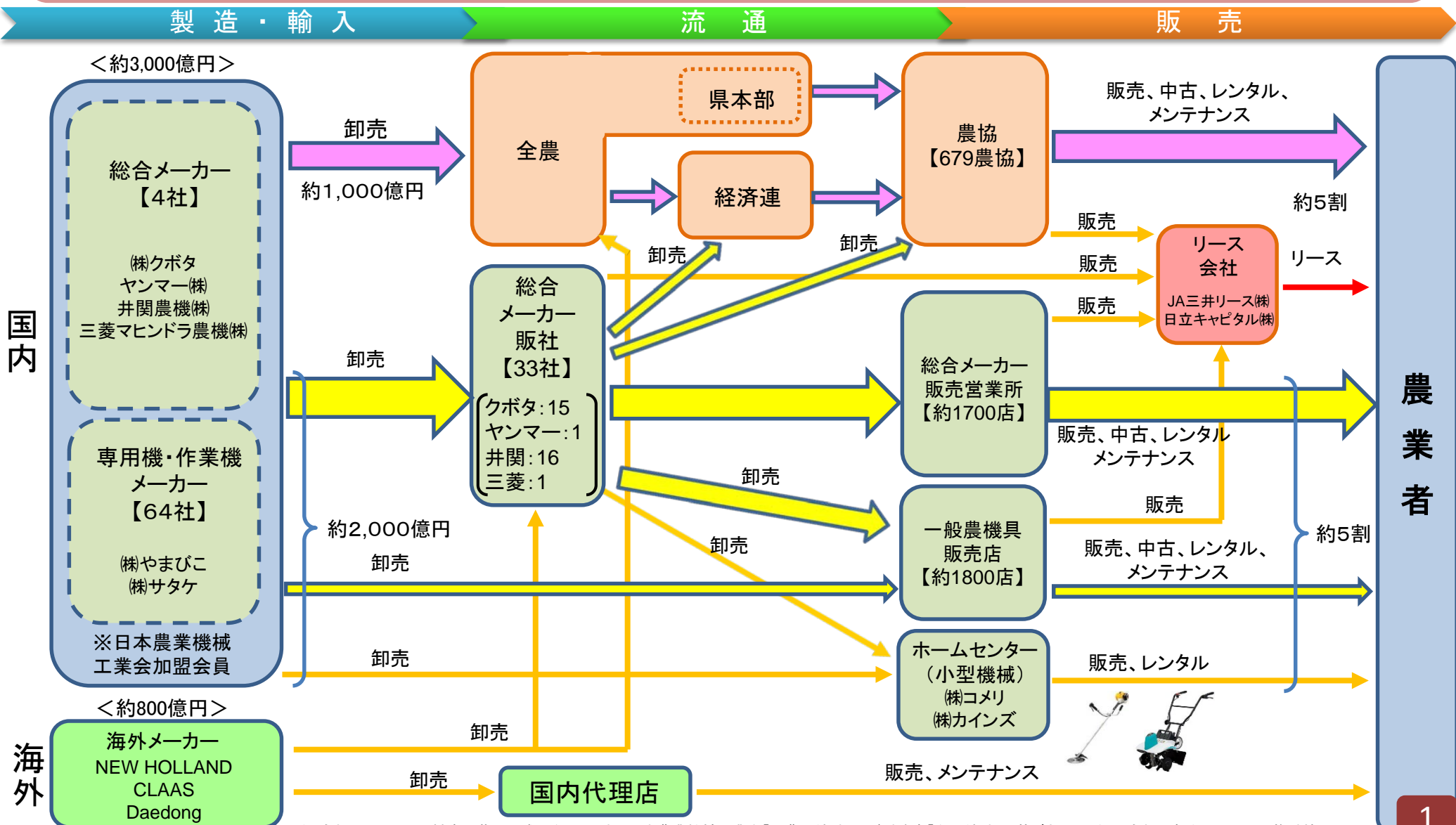
- ① 農薬の流通構造
- ② 農薬の出荷状況及び販売価格の推移
- ③ 農薬費低減の取組

## 4. 配合飼料

- ① 配合飼料の流通構造
- ② 配合飼料の農家購入価格、輸入原料価格、シカゴ相場の推移
- ③ 単位農協における配合飼料価格低減のための取組

# 1 - ① 農業機械の流通構造

- 農業機械の出荷額は、輸入を含め約3,800億円であり、メーカー販売(商系)と系統に約2:1の割合で出荷。
- 流通段階では、メーカー販売から一部は農協等にも流通し、販売段階では、商系(メーカー販売営業所、農機具店等)と農協から約1:1の割合で農業者に販売。



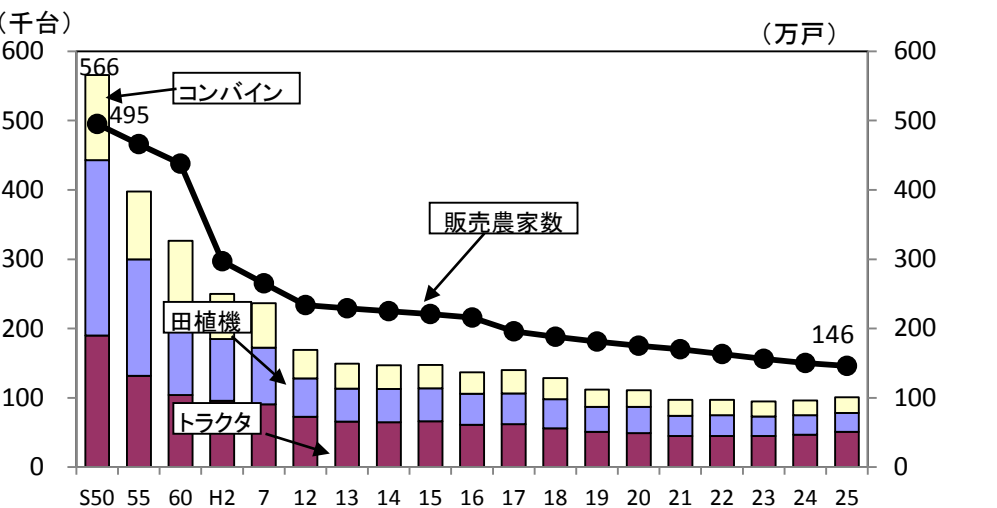
(注) 金額については、製造段階は平成26年の(一社)日本農業機械工業会「日農工統計」及び財務省「貿易統計」に基づき、その他の金額や割合については推計値

# 1 - ② 主要な農業機械の出荷の状況

- 農家数の減少に伴い、主要農業機械（トラクター、田植機、コンバイン）の国内向け農業機械の出荷台数は年々減少。
- 海外向けの輸出額については、一時的には大きく減少したものの、近年はアジアを中心に日本製農機へのニーズの高まりから持ち直し。

○ 主要農業機械の国内向け出荷台数と販売農家戸数の推移  
(単位:台)

	平成7年	平成26年	
トラクター	90,623	46,104	(▲49%)
コンバイン	64,572	21,004	(▲67%)
田植機	81,729	27,756	(▲66%)
3機種合計	236,924	94,864	(▲60%)



資料: 農林水産省「農林業センサス」、「農業構造動態調査」、  
一般社団法人日本農業機械化協会「主要農業機械の出荷状況」

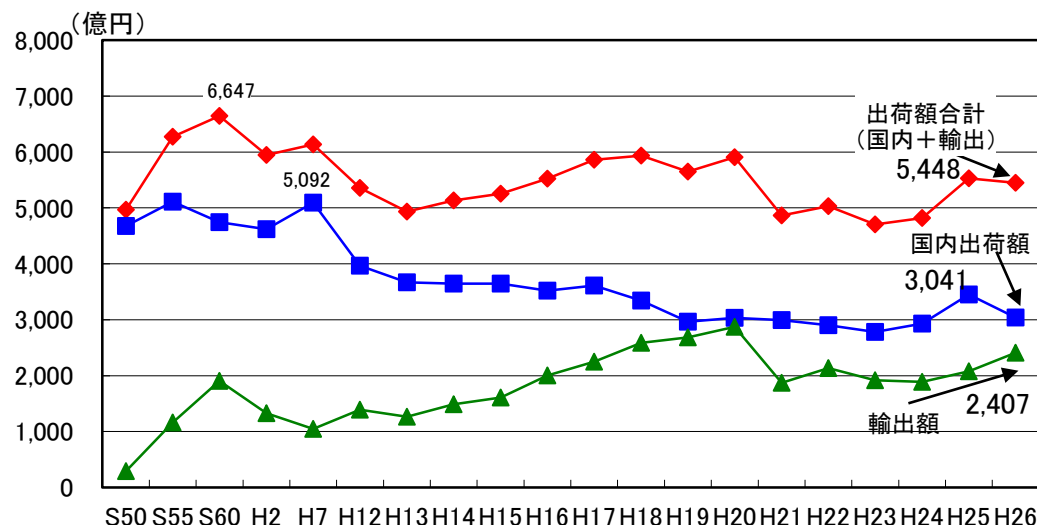
注1: 昭和60年までの販売農家数は総農家戸数である。

注2: トラクタは乗用型、田植機は歩行型と乗用型の合計、コンバインは自脱型と普通型の合計

○ 農業機械の出荷額の推移

(単位:億円)

	平成7年	平成26年	
国内出荷額	5,092	3,041	(▲40%)
輸出額	1,046	2,407	(+130%)
出荷額合計	6,138	5,448	(▲11%)



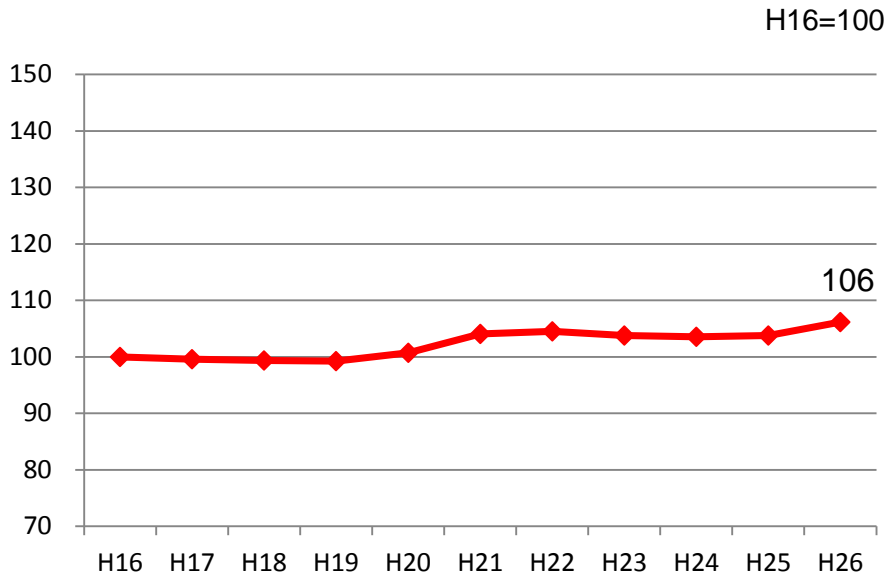
資料:(一社)日本農業機械工業会「日農工統計」

財務省「貿易統計」

# 1 - ③ 農業機械の価格動向

○ 農業機械の価格(指数)は、近年の鋼材の高騰（特に平成20年頃）、出力の向上等の高機能化、排出ガス規制への対応によるエンジンコストの上昇などにより、わずかに上昇している。

## ○ 農業機械の年次別価格指数の推移



資料: 農林水産省「農作物価統計」(平成16年を基準)

## ○ 主要な農業機械の平均的な価格

		価格(千円)			
機種名	類別	平成16年	21年	26年	27年
トラクター	30PS級	3,122	3,330	3,238	3,345
		100	107	104	107
田植機	6条	1,858	2,207	2,282	2,282
		100	119	123*1	123
自脱型 コンバイン	3条	2,780	3,139	3,364	3,364
		100	113	121*1	121
	5条	8,145	8,863	8,569	9,847
		100	109	105	121*2

資料: (社)日本農業機械化協会「農業機械・施設便覧」から推計

- 注1. 各機種の下段の数値は平成16年の価格を100とした場合の比  
 注2. \*1は馬力の向上、\*2は馬力の向上及び排出ガス規制への対応により価格が上昇

# 1 - ④ 農業機械の低価格モデルの販売

- 農機メーカーでは、価格を抑えた農業機械を求める声に応じ、便利な機能を省いた低価格シリーズの提供や、海外向けの低価格モデルを国内で販売するなどの取組を一部実施。
- こうした取組は、担い手の生産コストの低減に直結しており、担い手の低価格ニーズにも応え、選択肢の幅を広げる観点から、幅広く情報発信するとともに、取組の拡大が求められる。

## ○ 低価格シリーズの例

		クラス	希望 小売価格	主な仕様の差
トラクター	標準 モデル (例)	24 馬力	264万円	作業機の高精度水平制御、 作業機昇降動作での自動 停止機能、省エネ運転サ ポート機能、オートエアコン など
	低価格 モデル	25 馬力	214万円 (△19%)	
田植機	標準 モデル (例)	4条	123万円	セルモーター始動、苗補給 レール、枕地旋回整地ロー タ など
	低価格 モデル	4条	67万円 (△46%)	
コンバイン	標準 モデル (例)	5条	1,062万円	伸縮する排出オーガ、負荷 に応じたアクセル自動制御、 自動作業方向制御 など
	低価格 モデル	5条	878万円 (△17%)	

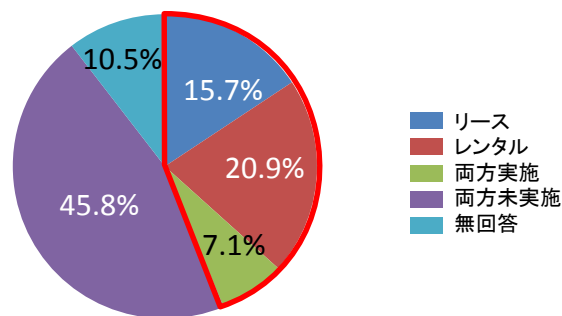
## ○ 海外向け低価格モデルの例

		クラス	希望 小売価格	主な仕様の差
トラクター	標準 モデル (例)	98 馬力	862万円	作業機制御技術、負荷に応 じた自動変速装置、作業機 水平制御、油圧増圧 など
	海外 モデル	97 馬力	685万円 (△21%)	
田植機	標準 モデル (例)	8条	382万円	アイドリングストップ、枕地旋 回整地ロータ、ハンドル操作 だけで旋回可能な自動植付 部制御 など
	海外 モデル	8条	295万円 (△23%)	
コンバイン	標準 モデル (例)	6条	1,410万円	ワンタッチ変速機構、高性能 水平制御(前後左右)、負荷 に応じたアクセル自動制御、 容易にメンテナンス可能な構 造採用 など
	海外 モデル	6条	1,093万円 (△22%)	

# 1 - ⑤ 利用面積に応じたリース・レンタルの展開

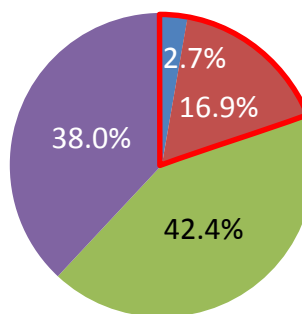
- 利用面積に対応した農業機械の有効活用の観点からは、リース・レンタルの活用も選択肢の一つであり、一定程度利用が進んでいる状況。
- リースやレンタルに取り組んでいるJAは4割程度であるが、そのうちの9割が引き続き取り組む意向。また、未実施のうち、2割程度のJAが、現在あるいは将来的に取り組むことを検討。
- 農業機械の効率利用によるコスト低減を図るためには、取り組む受付主体の拡大を図る一方、担い手の選択の拡大に資するよう、取組情報の発信、さらには、より効率的な利用方法による取組の構築を図る必要。

○ リース・レンタルに取り組んでいるJAの割合

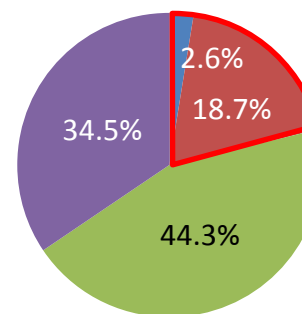


○ リース・レンタル未実施の場合、今後の展開の意向

【リース未実施の場合】



【レンタル未実施の場合】



○ 農業者から見たリース、レンタルの主なメリット、デメリット

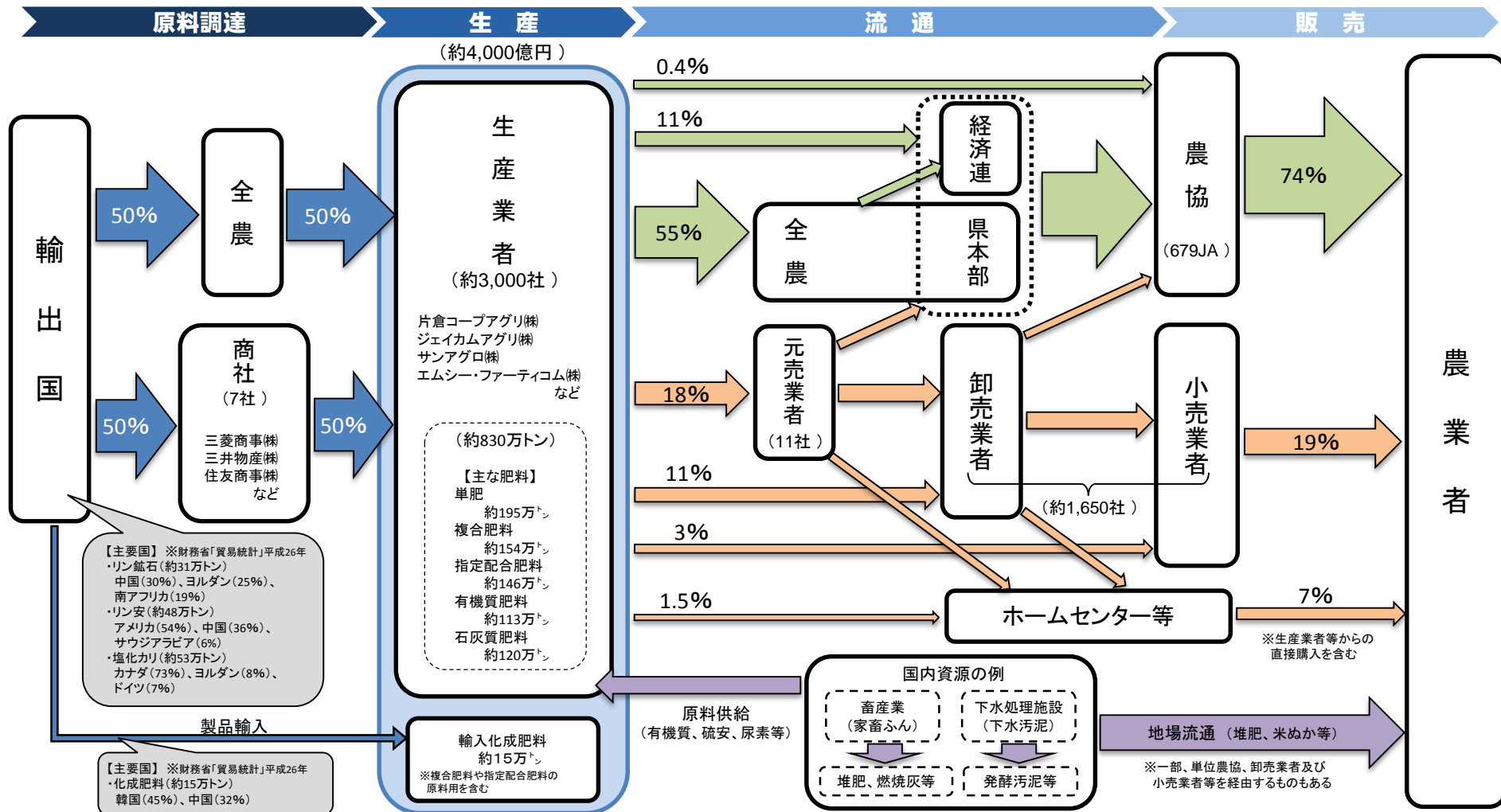
	リース	レンタル
仕組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定の顧客に比較的長期に賃貸する取引。</li> <li>保守管理は顧客が行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不特定多数の顧客に比較的短期に賃貸する取引。</li> <li>保守管理はレンタル会社が行う。</li> </ul>
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入初期負担が軽減される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用する期間が短ければ、購入するより費用が低減できる</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>リース期間中の全体費用はリース会社の手数料も加わり割高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用ニーズが特定の時期に集中すると、レンタル台数が少ないため希望した期間にレンタルできない可能性</li> <li>レンタル予定期間中に悪天候の場合には再レンタルが必要</li> </ul>

○ 新たな取組例(シェアリングリース)

- 【取組主体】生産者(4~6名程度)、リース会社、農機メーカー等の連携体
- 【取組内容】(例)大型コンバインをリース導入し、品種(稲作早生~晩生、麦)の収穫最盛期の差を勘案し、県域を跨いで利用
- 【メリット】リース料を複数で分担することで、通常リースより経費抑制が期待できる

# 2-① 肥料の流通構造

- 肥料は、原料の多くを全農と商社が海外から調達して、国内約3,000社で製造されており、国内生産額は約4,000億円。生産業者からは、全農など系統に2/3、元売業者など商系に1/3の割合で出荷。
- 流通段階では、元売業者や卸売業者から、一部は農協やホームセンター等にも流通し、販売段階では、農協から約3/4、商系(資材店など小売業者、ホームセンター等)から1/4の割合で農業者に販売。



注1: 販売額は、従業者4人以上の事業所に関する製造品出荷額等(資料: 経済産業省「工業統計表(平成25年)」)  
 注2: 生産業者数は、肥料取締法に基づく登録・届出を行っている業者数であり、その他の事業者数は、業界団体会員数  
 注3: 生産量は、肥料取締法に基づく生産数量報告及び都道府県事務報告に基づき、複合原料や輸出のために生産したものを含む(平成24年)  
 注4: 生産業者からの販売割合は数量ベース(資料: 経済産業省「平成24年度中小企業支援調査 化学肥料製造における実態調査」)  
 注5: 農業者の購入割合は購入した農業者数(資料: 農林水産省「農業資材コスト低減及び農作業の安全確保に関する意識・意向調査(平成25年)」)



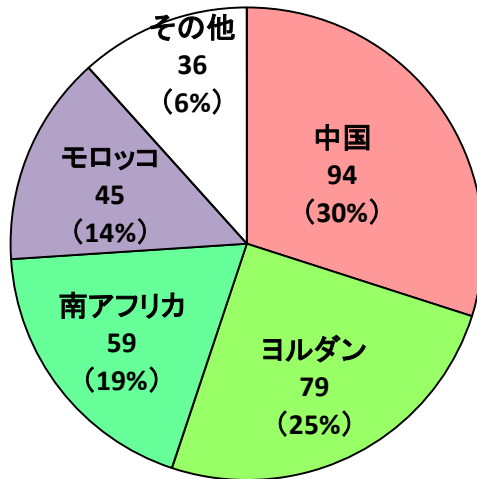
## 2-② 肥料原料の海外依存

- 我が国は、化学肥料の原料のほとんどを海外に依存。特に、リン鉱石は全量、塩化カリはほぼ全量を輸入。世界的に資源が偏在しているため、輸入相手国も偏在。
- リン鉱石は中国、ヨルダン、リン安はアメリカ、中国、塩化カリはカナダが主な輸入相手国。
- また、リン鉱石のほか、リン鉱石を加工したリン安（リン酸アンモニウム）等の形態でも相当量を輸入。

### 我が国の肥料原料の輸入相手国(平成26年)

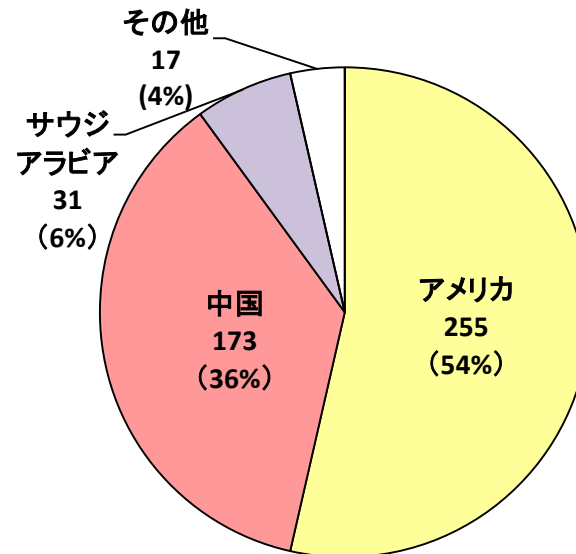
#### リン鉱石

全輸入量  
313千トン



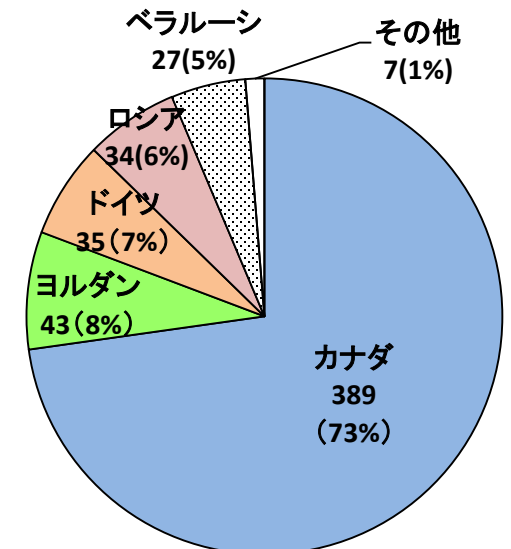
#### リン安

全輸入量  
476千トン



#### 塩化カリ

全輸入量  
534千トン

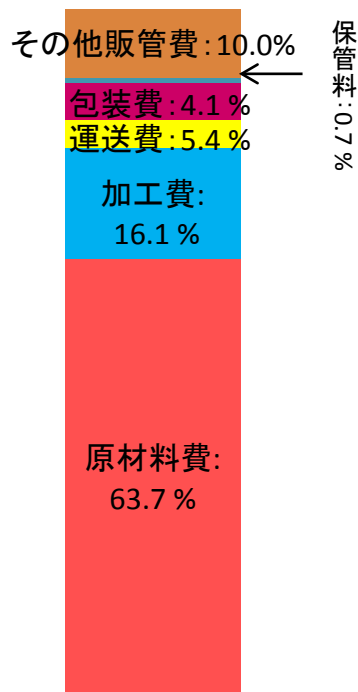


単位:千トン(全体に占める割合:%)  
(資料)財務省「貿易統計」

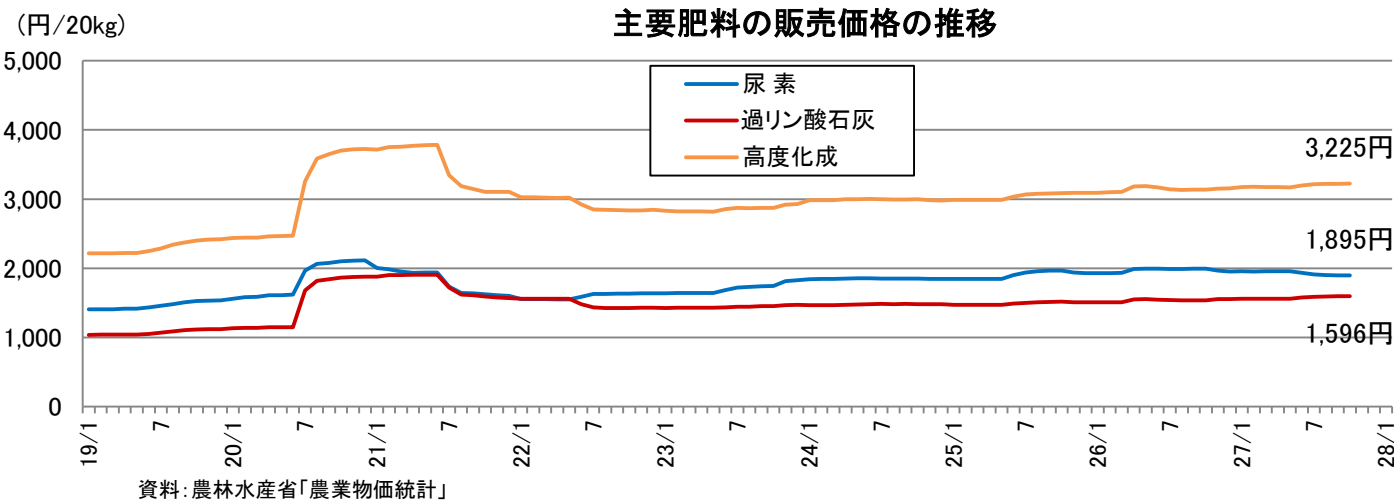
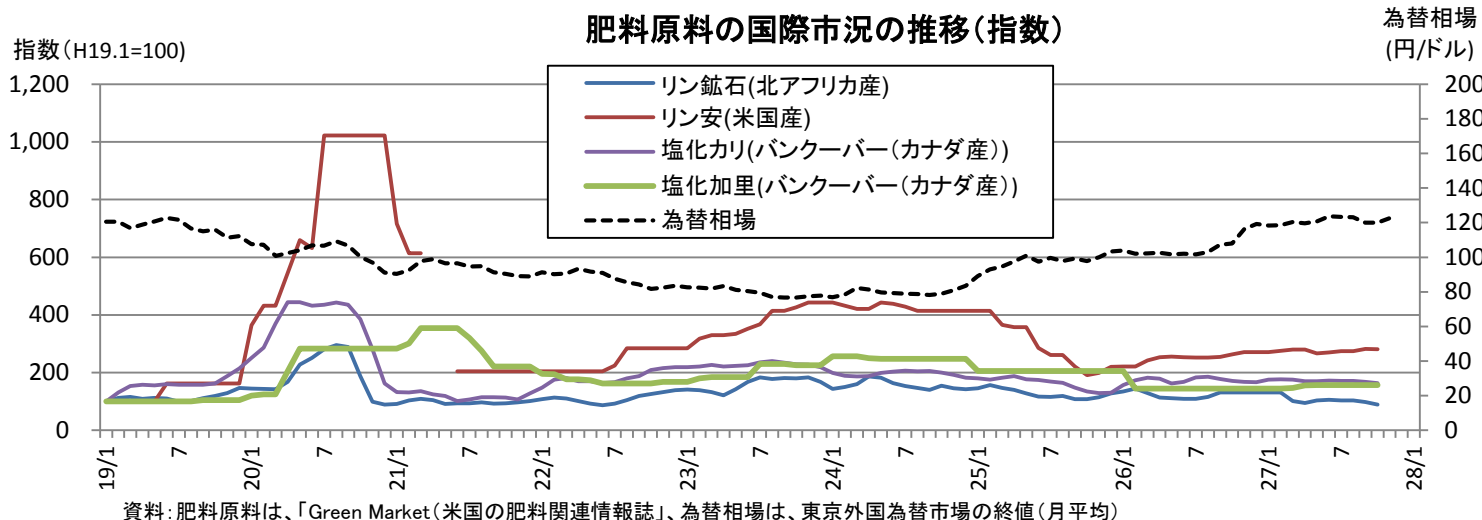
# 2 - ③ 肥料のコスト構造、肥料原料の国際市況・国内販売価格の推移

- 肥料の製造コストの約6割を原材料費が占めており、国内販売価格は原料の国際市況の影響を受けやすい傾向。
- 肥料原料の国際市況は、平成20年に原料供給のひっ迫感等を背景に高騰。21年以降は落ち着きつつも、22年秋頃から再び緩やかに上昇し、24年以降は増減しつつも横ばいで推移。
- 販売価格は、肥料原料価格や為替等の影響により、近年緩やかな上昇傾向で推移。

## 製造コストの例 (高度化成肥料)



資料：経済産業省「化学肥料製造における実態調査(H24)」



## 2 - ④ 肥料価格高騰等を踏まえた肥料費低減の取組

- 製造段階においては、低価格肥料や安価な国内未利用資源を活用した肥料の供給等により肥料費低減を進めてきており、農家や産地の意向を踏まえつつ取組を増やしていく必要。
- 流通・販売段階においては、流通の合理化や割引制度等により肥料費低減を進めてきており、農家や産地の実態に合わせて取り組みやすくしていく必要。
- 利用段階においても、各県の減肥基準（肥料を減らせる目安）の下、行政・肥料関係団体等が土壌分析に基づく減肥や効率的な施肥方法等を進めることにより、適正施肥に取り組むことが重要。

### 製造段階

#### ○ 低価格肥料(BB(バルクブレンド)肥料)の供給

(BB肥料導入15道県の系統肥料に占めるBB肥料の割合：H25年度約87%(出荷量ベース))

→例：同成分の化成肥料に比べ概ね5～10%の価格低減

#### ○ 土壌診断に基づく適正施肥を進めるリン酸、カリ成分を抑えた肥料の供給

(系統肥料「PKセーブ」の出荷実績：H26年度 約3万ト(全農化成肥料の約7%))

→例：低PK肥料(N14-P8-K8)は、高度化成肥料(N15-P15-K15)に比べ約3割の価格低減

#### ○ 安価で国内調達可能な未利用資源(家畜排せつ物等)を活用した肥料の製造

(鶏ふん燃焼灰を原料利用した系統肥料(PKセーブエコ)の出荷実績：H26年度 約9千ト)

→例：鶏ふん燃焼灰を輸入原料の代わりに利用した肥料(N14-P8-K8)は、同成分の従来品に比べ約7%の価格低減

国は、27年度から省資源・省エネ生産技術対策事業にて、下水汚泥など安価な未利用資源肥料の実用化に向けた現場実証等を支援

### 流通・販売段階

#### ○ 肥料工場から農家への直送

(10ト満車で配送実績：H26年度 約5万ト(系統肥料の約2%))  
→例：化成肥料10ト満車の場合、50～100円/20kgの値引き

#### ○ 割引制度

(大口購入、早期予約、早期引取、店頭引取、大型包装等により割引)  
→肥料の購入金額に応じた割引  
(例：40万円以上→3%、100万円以上→5%、150万円以上→7%)

### 利用段階

#### ○ 肥効調節型肥料の局所施肥による肥料利用率の向上

(稲作における育苗箱全量施肥の推定普及率(専用肥料の出荷実績から面積換算)：H26年度 約2%)

→速効性肥料の表層散布に比べ、育苗箱全量施肥(接触施肥)は施肥量を30～40%低減、側条施肥は施肥量を10～30%低減



育苗箱全量施肥



側条施肥機

# 2 - ⑤ 農業者に対する肥料の購入・利用実態アンケートの結果概要

- 農業者を対象に、「肥料の購入・利用実態に関するアンケート調査」を実施(平成27年12月～平成28年1月)。(対象者は、都道府県が地域性、営農類型、年代等に考慮して選定)
- 回答数は、合計2,170件(各県平均約50戸)で、平均経営面積約13ha、法人経営割合約2割。(営農類型：水田作3割強、露地野菜作2割弱、施設野菜作2割弱、果樹作1割強、花き作約1割、畑作1割弱)

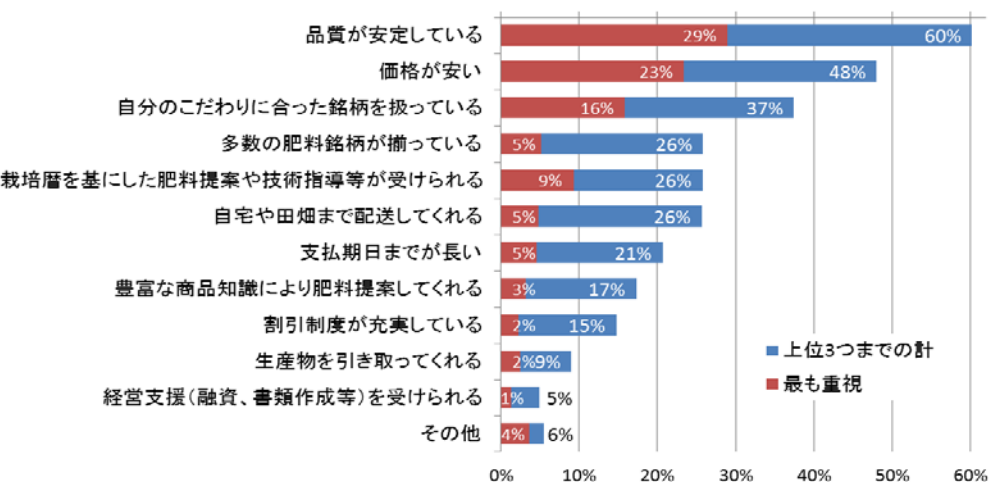
## 1. 肥料の購入先

- ・主な購入先は、「農協」が7割、「肥料商・資材店」が3割弱、「ホームセンター」が3%。
- ・「ホームセンター」から肥料を購入していない農業者は約6割、「肥料商・資材店」は3割強、「農協」は1割弱。

## 2. 肥料購入先の選択事項

- ・購入先を選択する際に、重視している事項(上位3つまで)では、「品質が安定している」が6割、「価格が安い」が約5割、「自分のこだわりに合った銘柄を扱っている」が4割弱。

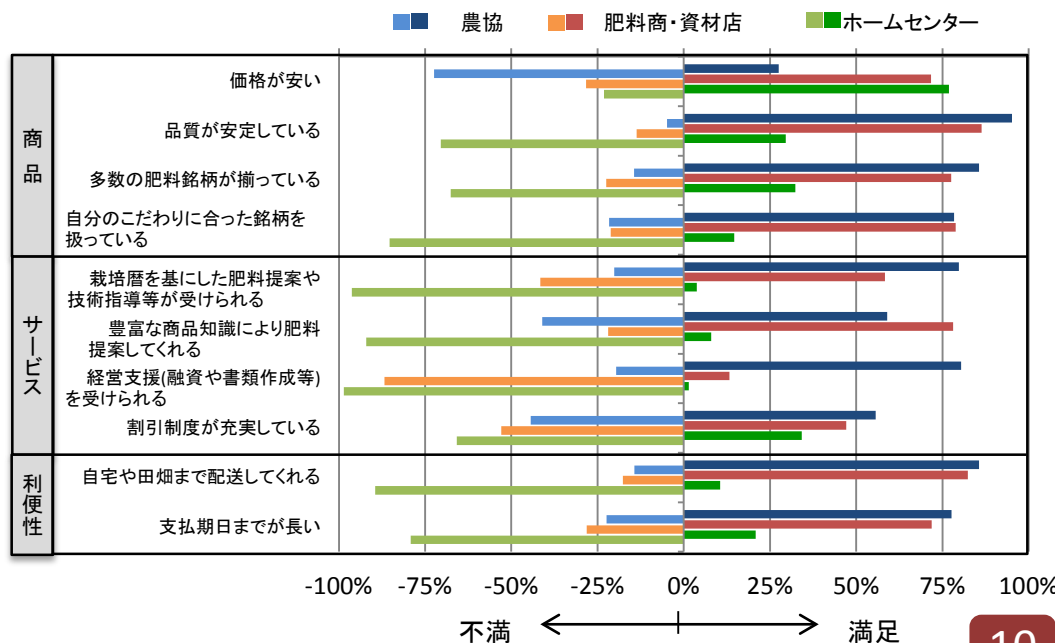
購入先を選択する際に重視していること(上位3つを選択)



## 3. 肥料販売店に対する満足度評価

- 肥料販売店の取組に係る満足度の評価は、
- ・農協には、「品質の安定」「銘柄の充実」「配送」への満足度が高く、「価格」への満足度が低い。
- ・肥料商・資材店には、「品質の安定」「配送」「こだわり銘柄の取扱い」への満足度が高く、「経営支援」への満足度が低い。
- ・ホームセンターには、「価格」への満足度が高く、その他への満足度が低い。

肥料販売店の取組に対する満足度評価



# 3-① 農薬の流通構造

- 農薬は、国内で生産される原体と海外からの原体輸入等により製剤が約24万トン製造され、生産額は約4,000億円。製造業者からは、卸売業者など商系に6割、全農など系統に4割の割合で出荷。
- 流通段階では、卸売業者から、一部は農協やホームセンター等にも流通し、販売段階では、農協から約6割、商系(資材店など小売業者、ホームセンター等)から4割の割合で農業者に販売。

生産

流通

販売

(生産金額: 約4,000億円) ※輸入製剤を含む。

製造業者等  
(171社)

原体の  
国内生産量  
約6万トン

製剤の  
国内生産量  
約22万トン

製剤の国内出荷量  
約24万トン

殺虫剤	約8万トン
殺菌剤	約5万トン
殺虫殺菌剤	約2万トン
除草剤	約8万トン
その他	約1万トン

シジエタ  
日産化学工業  
バイエルクロップサイエンス  
住友化学  
クミアイ化学  
北興化学 等

※上位6社の国内向け製剤のシェアは、約5割(出荷金額ベース)

約3万トン (輸出) 約1.5万トン

約3万トン (輸入) 約2万トン

海外の製造業者等  
(例)シジエタ、バイエルクロップサイエンス  
BASF、タウアグロサイエンス、モンサント

※その他国内農業製造業者の外国子会社や国内農業製造業者の委託を受けた海外法人を含む。

海外

約1割

経済連

県本部

約3割

全農

約4割

農協

(679JA)

約6割

約6割

卸売業者

(約200社)

約2割

約3割

小売業者

(約3,500社)

約3割

農業者

約1割

ホームセンター等

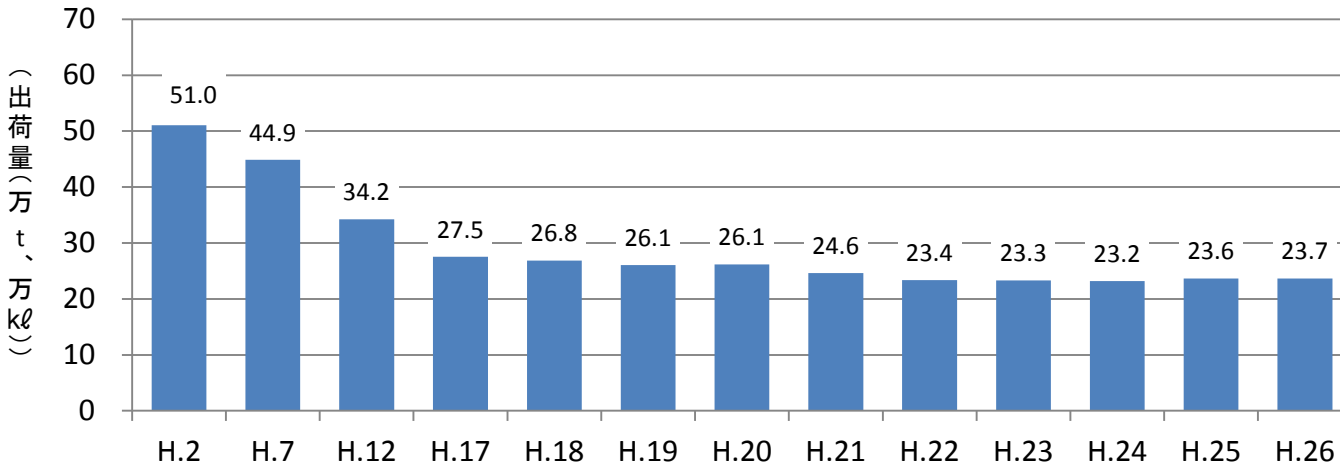
約1割

注1: 生産量・輸入量・出荷量・生産金額及び出荷金額は平成26農業年度の値。また出荷には過年度生産分を含む。(農林水産省消費・安全局調べ)。  
注2: 国内流通割合は、日本植物防疫協会「農業要覧」及び農林水産省「農業資材コスト低減及び農作業の安全確保に関する意識・意向調査(平成25年)」を基に作成。

## 3 - ② 農薬の国内出荷量及び販売価格の推移

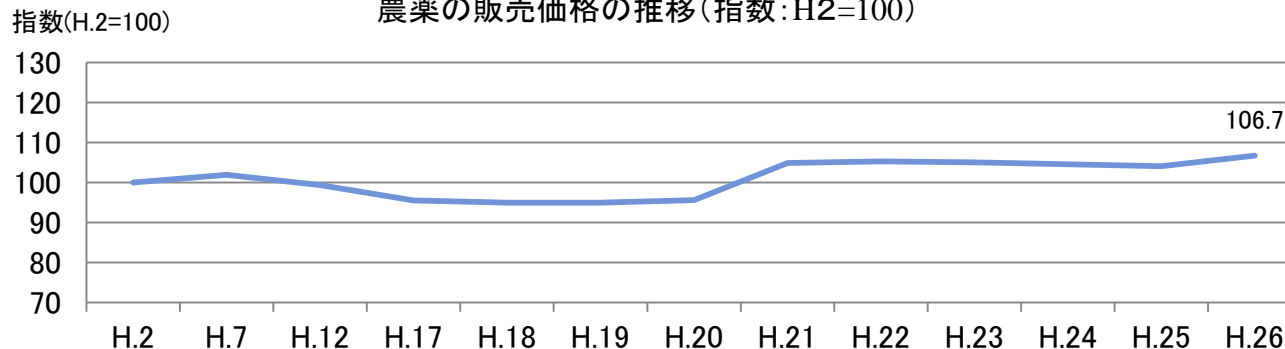
- 国内の農薬出荷量は、農作物の作付面積の減少等により、約20年間で約5割減少。
- 農薬の国内販売価格は、平成20年に原材料の値上がりに加え、世界的な穀物増産を背景とする需要の増加により約1割値上がりしたものの、以降はほぼ横ばい傾向で推移。

国内の農薬出荷量の推移



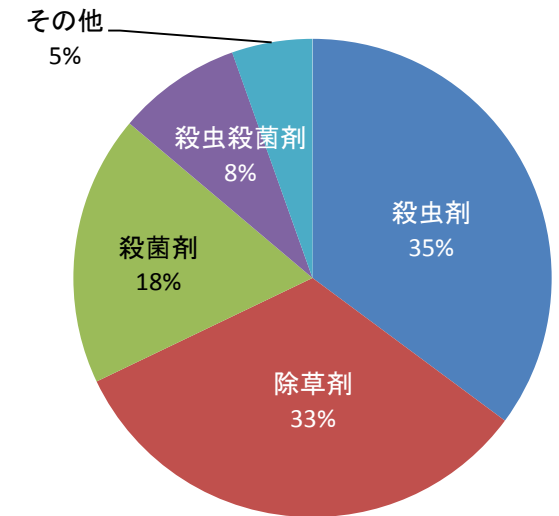
出典：農林水産省消費・安全局調べ  
 注1：農薬年度(10月～翌年9月)  
 注2：出荷には輸出分は含まない。

農薬の販売価格の推移(指数:H2=100)



資料：農林水産省「農作物価統計」

農薬の国内出荷量の種類別内訳  
(平成26農薬年度)



資料：農林水産省消費・安全局調べ  
 注1：農薬年度(10月～翌年9月)  
 注2：出荷には輸出分は含まない。

# 3 - ③ 農薬費低減の取組

- 製造・流通段階においては、農家や産地の意向を踏まえ、製造・流通業者が大型包装農薬やジェネリック農薬の生産とともに、流通の合理化等を実施。
- 利用段階においても、各県の病害虫発生予察情報の下、適期防除に取り組むことが基本であり、併せて農薬散布作業の省力・効率化を推進。

## 製造段階

### ○ 大型包装農薬

(大型規格の設定数：H26年度系統農薬187品目454規格、系統農薬出荷額に占める大型規格の割合：H26年度約13%)

→例：対象剤の通常規格(1kg袋)に比べ5%以上価格低減



通常規格(1kg)



大型規格(10kg)



愛称：デカそう君

全農の農薬大型規格  
共通ロゴマーク

### ○ ジェネリック農薬

(ジェネリック農薬の登録数：4成分67銘柄(H28年1月時点))

→先発品と比べ、約3%~15%減の価格で販売

## 流通・販売段階

### ○ 農薬工場から農家への直送

(担い手直送規格の品目数：H26年度5品目、普及面積：H26年度 約5,445ha)

→例：対象剤の通常規格(1kg袋)に比べ約3割価格低減

### ○ 割引制度 (大口、早期予約等により割引)

→農薬と肥料の合計購入金額に応じた割引

(例：40万円以上→3%、100万円以上→5%、150万円以上→7%)

10kg×5袋に小分包装



## 利用段階

### ○ 長期持続型殺虫剤・殺菌剤の利用による省力化

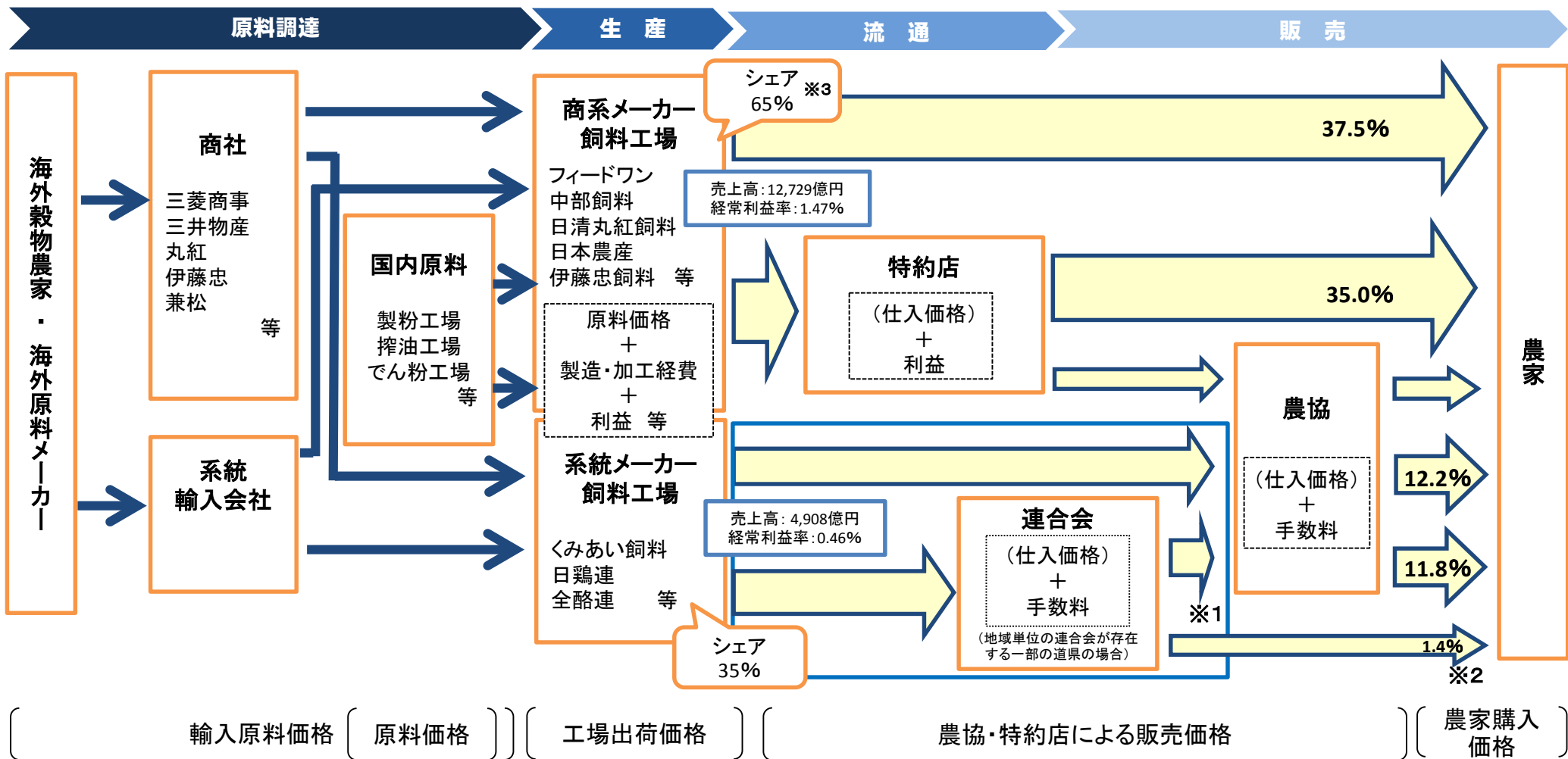
→育苗箱に専用の長期残効がある殺虫剤・殺菌剤を施用することにより、田植え後の農薬散布回数を軽減することを可能にし、防除作業を省力化

### ○ 初中期一発処理剤(除草剤)の利用による省力化

→初期と中期の両期間をカバーできる除草剤で、散布作業を省力化

# 4 - ① 配合飼料の流通構造（原料調達～配合飼料工場～農協・特約店～畜産農家）

- 配合飼料工場は海外の飼料穀物・原料を商社等を通じて調達するとともに、国内の食品工場等から製造粕等の原料を調達。
- 配合飼料の工場から農家までの流通は、「工場直送」「特約店経由」、「農協経由」等が存在。
- 農家は、「農協」や「特約店」から配合飼料を購入することにより、これらから、「技術支援」、「経営支援」等のサービスを受取る。



出典: 配合飼料供給安定機構「飼料月報」

※1: 連合会から農協への売渡しの際、管内一律の配送料を加えて「プール価格」としている場合がある。

※2: 配送の際、中継倉庫等を経由することによって段階配送料が生じる場合がある。

※3: 配合飼料価格安定制度における契約数量ベースのシェア。

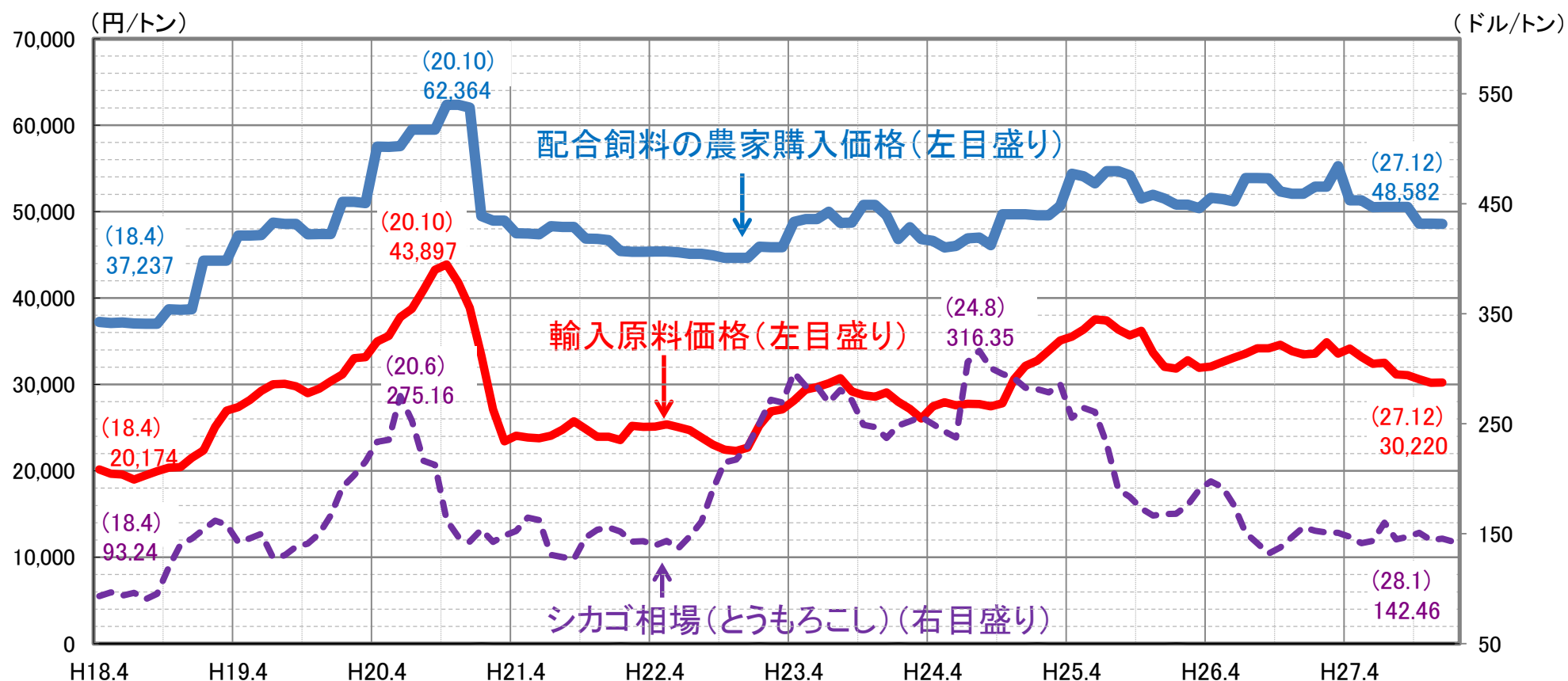
製品配送料が加算



## 4 - ② 配合飼料の農家購入価格、輸入原料価格及びシカゴ相場(とうもろこし)の推移

- 直近のシカゴ相場(とうもろこし)は、主産地である米国における3年連続の豊作、世界的に豊富な在庫等から、軟調に推移。
- 一方、輸入原料価格(※注1)及び配合飼料価格(※注2)の下落は、シカゴ相場(とうもろこし)の下落に比較して小幅。
- なお、海上運賃(フレート)(※注3)は、平成25年12月以降軟調となり、直近では過去最低水準で推移(56.0ドル/トン→25.7ドル/トン)。

為替相場は、平成24年11月中旬以降円安が進展し、120円前後で推移。平成28年1月末以降、世界同時株安等により円高傾向で推移し、日銀のマイナス金利政策等により一旦は円安に転じたものの、直近では再び円高傾向へ(約113円/ドル)。



出典：財務省「貿易統計」、(公社)配合飼料供給安定機構「飼料月報」、「WORLD MARITIME ANALYSIS REPORT」

注1：主要6原料(とうもろこし、こうりゃん、大豆油かす、大麦、小麦、ふすま)のCIF価格を、それぞれの原料使用量(全畜種合計)で加重平均した価格。

注2：「飼料月報」の畜種別の配合飼料生産量が最大である肥育豚用配合飼料の農家購入価格(消費税込み)。

注3：ガルフ～日本 72千トン級パナマックス

# 4 - ③ 単位農協における配合飼料価格低減のための取組

- 多くの単位農協においては、購買事業において配合飼料の価格を低減させるため、計画的な受発注・早期予約の推進による値引き、飼料メーカーが製造する低価格な飼料の供給と併せた技術指導等を実施しているほか、農協ごとに個別の取組を実施。

## 北海道 R農業協同組合

- ① 概要：R農協においては、配合飼料の購買に当たって、系統の上部組織・飼料メーカーに強く協力を求め、飼料分析に基づき、地域の自給飼料に合わせた低コストの専用飼料の供給とコンサルタントの派遣による技術協力を実現。  
また、「一戸も離農者を出さない取組」として、農協独自の低利融資事業、TMRセンターからの安価な飼料の供給実現、普及センター・役場・農協と一体となった巡回指導等を実施。

- ② 取組の効果：生産乳量の増加と飼料コストの低減に努めた結果、生産者の所得向上を実現。系統組織一丸となって地域農業の安定に尽力。

### 【平成27年】

- ・所得率（平成26年→平成27年）  
地域全体：16.7%→21.6%  
TMRセンター構成員：12.5%→22.8%
- ・生乳生産量：103.3%（対前年比）

- 系統の上部組織からの支援により、安価な配合飼料を供給していることにより、系統飼料供給率が大幅に増加。
- ・系統メーカーからの配合飼料の供給シェア  
平成25年：3.0%→現在：33.0%

## 茨城県 H農業協同組合

- ① 概要：H農協においては、取扱品目（輸入乾牧草、単味飼料、生産資材等）について、毎月、各メーカーからの提示価格を分析・検討し、仕入価格を抑制。  
配合飼料については、組合独自の指定配合飼料（※）の製造に当たって飼料メーカー8社による一般競争入札を実施することや飼料メーカーに対して製造銘柄数の見直し（集約化）を要請することにより、価格低減を実現。

- ② 取組の効果：指定配合飼料の価格については、原料の配合割合等が異なることから市販銘柄との単純な比較は困難であるが、同等の銘柄と比較して2割弱程度低減できているものと推測（販売当初の比較）。  
また、指定配合飼料を使用する酪農家を指定配合飼料の試験牧場と位置付けることによって酪農家の意識を高め、個体管理を含む経営全般の意識を向上。

- ③ その他（留意点等）  
農協独自の指定配合飼料を製造・供給することは組合員の経営について、一層の責任を持つことになることから、飼料メーカー・獣医師を含めたスタッフを配置し、事前説明、アフターケア、希望者への繁殖検診等の指導を徹底する必要。

## 熊本県 K農業協同組合

- ① 概要：K農協においては、飼料用米や稲WSCの生産に積極的に取組み。  
管内で生産された飼料用米を原料とした指定配合飼料（※）を製造することにより、原料コストの低減・安定化や畜産物のブランド化を推進。  
また、系統事業としてJA北九州くみあい飼料（株）が、農協管内に中継基地を設置したことにより、流通コスト低減と安定した配合飼料の供給を実施。

- ② 取組の効果：地域で生産した飼料米を配合飼料原料とすることにより銘柄化し、肉牛の付加価値を向上することによって上乘せ（プレミアム）価格を設定するなど、農家の所得向上を実現。  
また、農協管内に中継基地が設置されたことにより、段階的な物流コスト低減と安定供給を実現。

（※）指定配合飼料とは、発注者（農協等）が原料の種類・配合割合や栄養規格等を指定して飼料メーカーに製造を注文する飼料。

なお、飼料メーカーにとっては、製造する配合飼料の銘柄数が多くなるため、必ずしも製造コストの低減につながるものではないが、特長のある畜産物の生産や配合飼料価格の低減等のために製造されている。

# 農産物の流通・加工業界構造の現状及び その評価について（概要）

---

平成 28 年 2 月

**農林水産省**



# 食品の流通構造に係る我が国と諸外国との比較

○ 諸外国と比較して、我が国の青果物価格に占める流通費の比率は低い傾向。

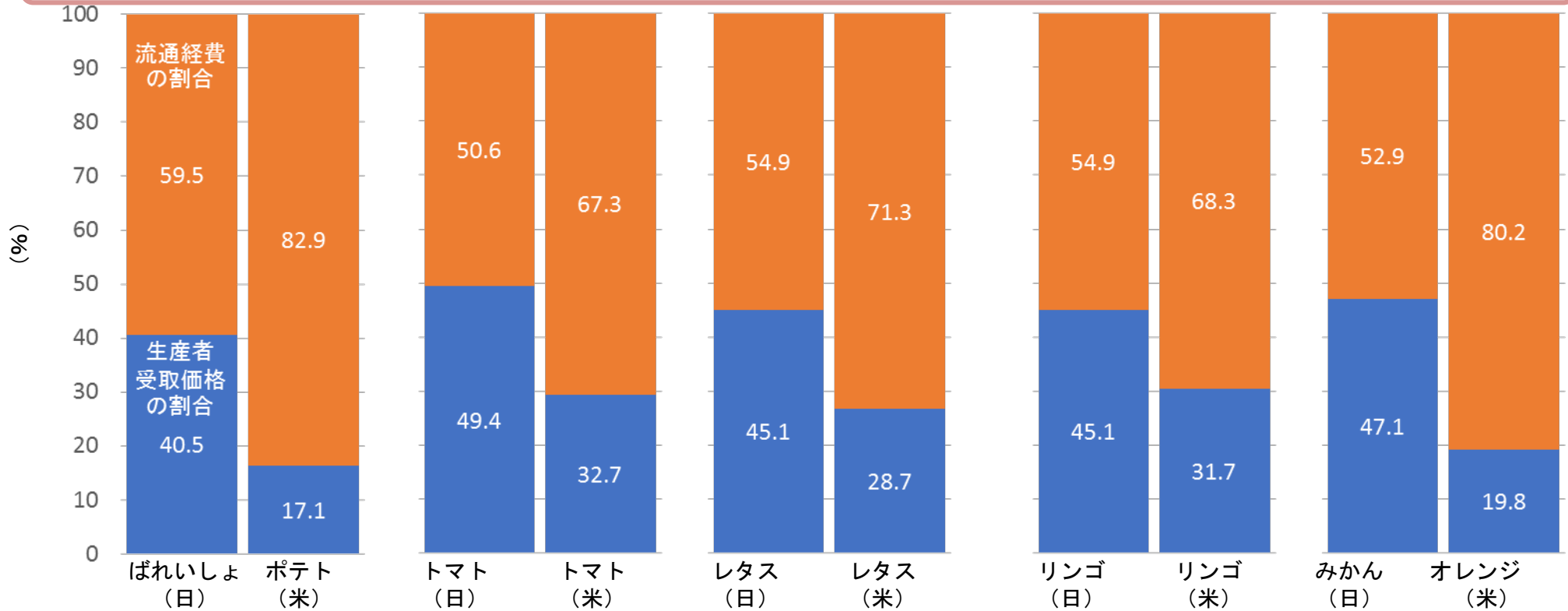
	卸／小売比率	流通費比率	物流費比率	業界寡占化率	食品関連小売業の売上上位社の収益性				
	飲食料品	青果物	全業種	食品スーパー等業界 上位5社のシェア	社名	小売業売上 世界ランキング (2013年)	売上 (兆円)	売上 総利益率	営業 利益率
日本	1.4 (2014年)	54%(野菜、果実)  (小売25%、 卸売14%、 集出荷団体15%) (2013年)	4.7% (2014年)	約20% (2013年)	イオン株式会社	17	6.2	27.0%	2.3%
米国	1.2 (2013年) 【参考(青果物)】 1.5 (1997年)	73%(生鮮野菜) 65%(生鮮果実) (2013年)	9.3% (2014年)	約45% (2012年)	株式会社セブン&アイHD	19	5.0	21.4%	6.9%
					ユニーグループHD	101	0.8	25.9%	2.4%
					株式会社イズミ	167	0.6	21.2%	5.5%
					株式会社ライフコーポレーション	173	0.6	27.4%	1.9%
					Wal-Mart Stores, Inc.	1	51.0	24.3%	5.6%
オランダ	1.5 (2013年)	【参考(英国)】  75%(キャベツ) 53%(ニンジン) 86%(タマネギ) 75%(ジャガイモ)	7.7% (2013年) ※EU全体	約70% (2012年)	Costco Wholesale Corporation	2	12.0	11.1%	3.2%
					The Croger Co.	6	11.5	21.3%	2.9%
フランス	0.8 (2014年)	61%(トマト) 56%(リンゴ) (2013年)	7.7% (2013年) ※EU全体	約75% (2012年)	Target Corporation	10	7.7	29.4%	6.2%
					Amazon.com, Inc.	15	7.4	10.5%	0.3%
					Koninklijke Ahold, N.V.	24	4.6	26.5%	3.8%
韓国	1.7 (2014年)	76%(葉根菜類) 47%(果菜類) 48%(果実類) (2008年)	12.5% (2008年) ※GDP比マクロ物流 コスト	約20% (2012年)	Jumbo Groep Holdings B.V.	111	0.8	13.3%	2.5%
					Carrefour S.A.	3	10.5	22.8%	3.2%
					Casino Guichard-Perrachon S.A.	13	6.8	24.9%	4.6%
					Groupe Auchan S.A.	14	7.5	23.0%	2.1%
					Lotte Shopping Co., Ltd.	40	2.8	31.2%	4.2%
					E-MART Co., Ltd.	90	1.1	29.5%	6.1%

【出典、資料等】

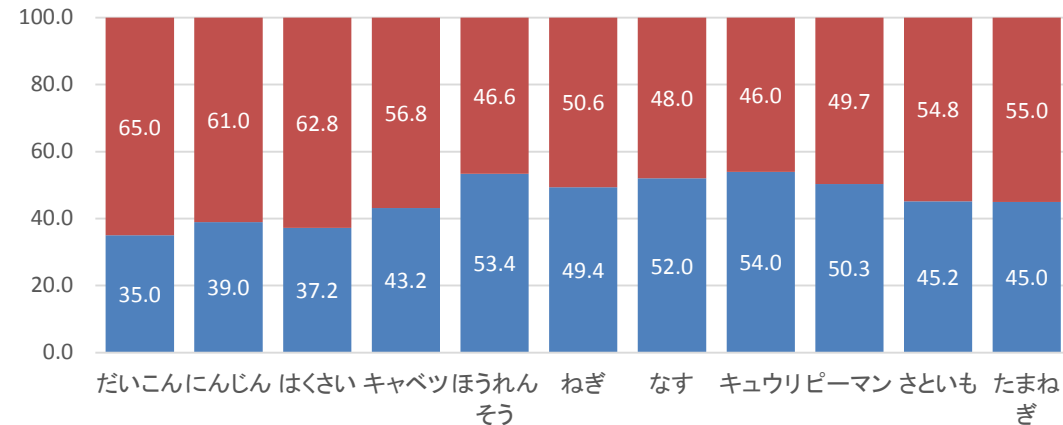
卸/小売(W/R)比率: 飲食料品の卸売業販売額/小売業販売額 日本(平成26年商業動態統計)、米国(Census of Wholesale Trade(2013), Census of Retail Trade(2013)、青果: U.S. Fresh Produce Markets: Marketing Channels, Trade Practices, and Retail Pricing Behavior(USDA, 1997))、オランダ(Wholesale trade; employment and finance per sector, SIC 2008(2013)(Statistics Netherlands))、フランス(Activite dans le commerce de gros en 2014(INSEE))、韓国(大韓民国統計庁2014年基準卸売・小売業調査報告書)  
 流通費比率: 日本(食品流通段階別価格形成調査(平成25年度))、米国(USDA HP, Price Spreads from Farm to Consumer)、英国(Agriculture in the United Kingdom 2013)、韓国(農畜産業振興機構(韓国における野菜の生産・流通および加工の現状))  
 物流費比率: 企業の物流経費/売上高: 日本ロジスティクスシステム協会(2014年度物流コスト調査報告書)、EUはELA/AT KEARNEY、Supply chain excellence amidst the global economic crisis  
 寡占化率: 日本(2015年版スーパーマーケット白書(新日本スーパーマーケット協会)、2013年度)、米国(Access 6 Food & Drink ProgrammeHP、2012)、オランダ(Netherlands Retail Foods The Dutch Food Retail Market(USDA)、2015/2016)、フランス(Access 6 Food & Drink ProgrammeHP、2012)、韓国(Korea - Republic of Retail Foods Retail Food Retail Food Sector Biennial Report(USDA)、2012)  
 収益性: 順位はデロイトトーマツ「世界の小売業ランキング2015」(百貨店は含めない)、コンビニはFC加盟店売上を含めない、売上等は各社決算書等(ウォルマート、コストコは2015年、その他の社は2014年)

# 青果物の小売価格に占める生産者受取価格の割合の日米比

○ 米国と比較して、我が国の青果物小売価格に占める生産者受取価格の割合は大きい。



(参考) その他国産青果物の生産者受取価格の割合



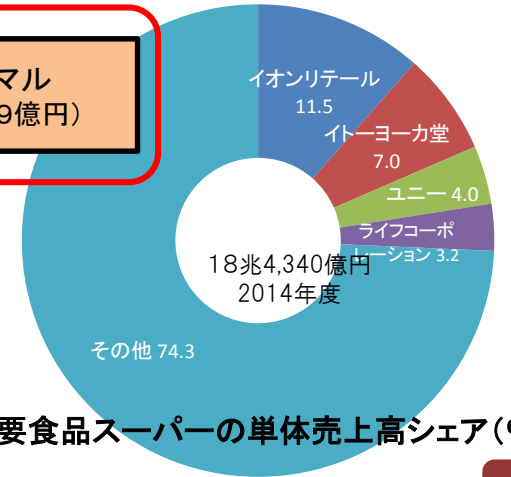
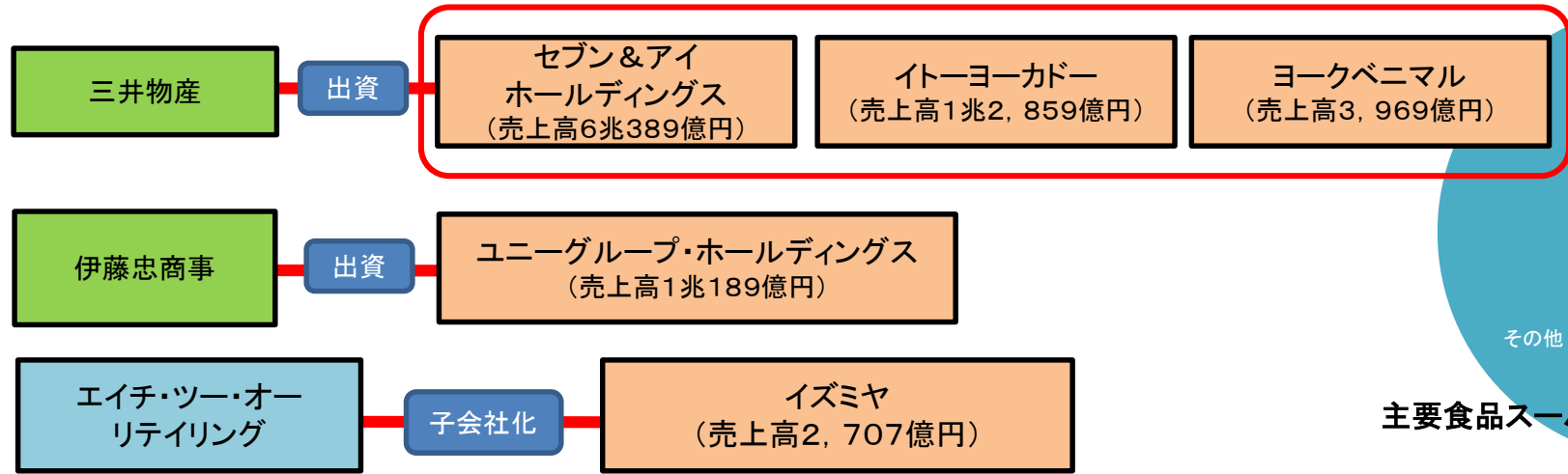
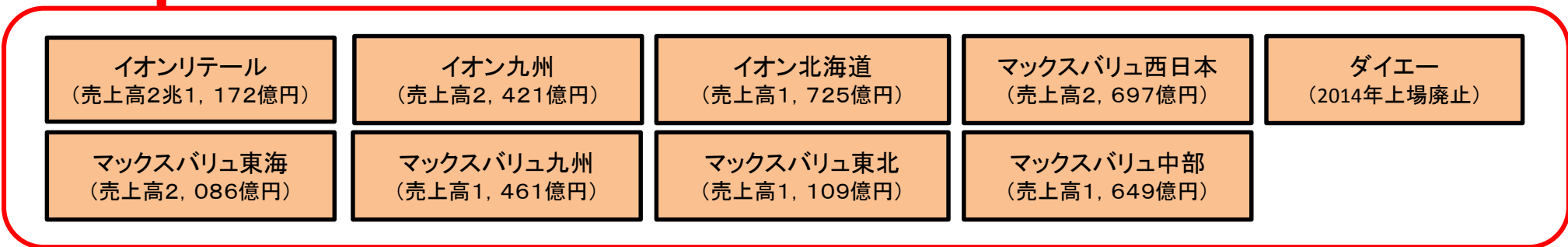
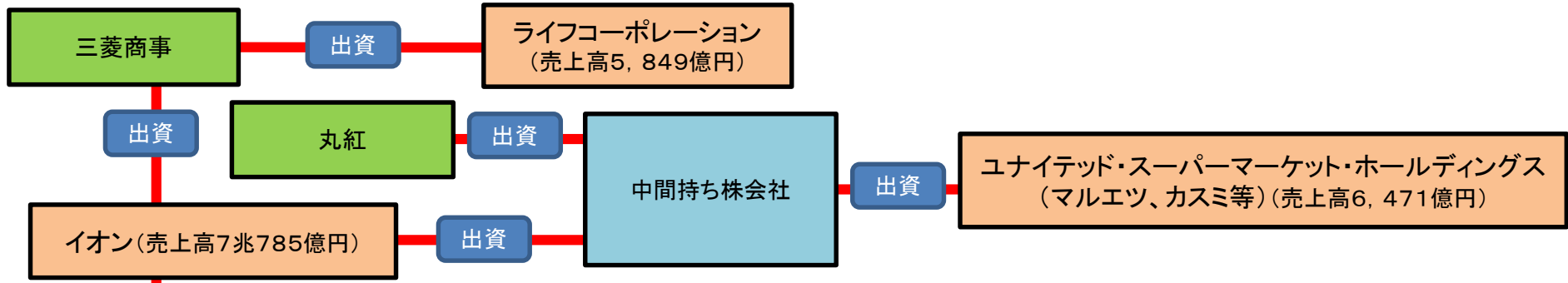
資料：農林水産省食品流通段階別価格形成調査・青果物経費調査 (平成25年度 (2013年))

USDA Farm-to-Retail Price Spreadsより算出 (リンゴは2012年、その他は2013年)

# 食品スーパー、GMS業界の相関図

(参考)

○ 大手小売業の企業グループは形成されているが、寡占化は進んでいない。

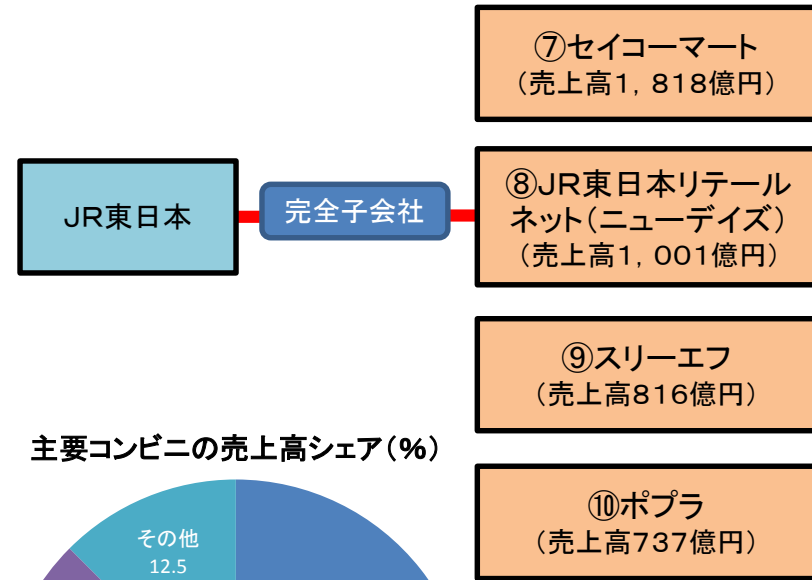
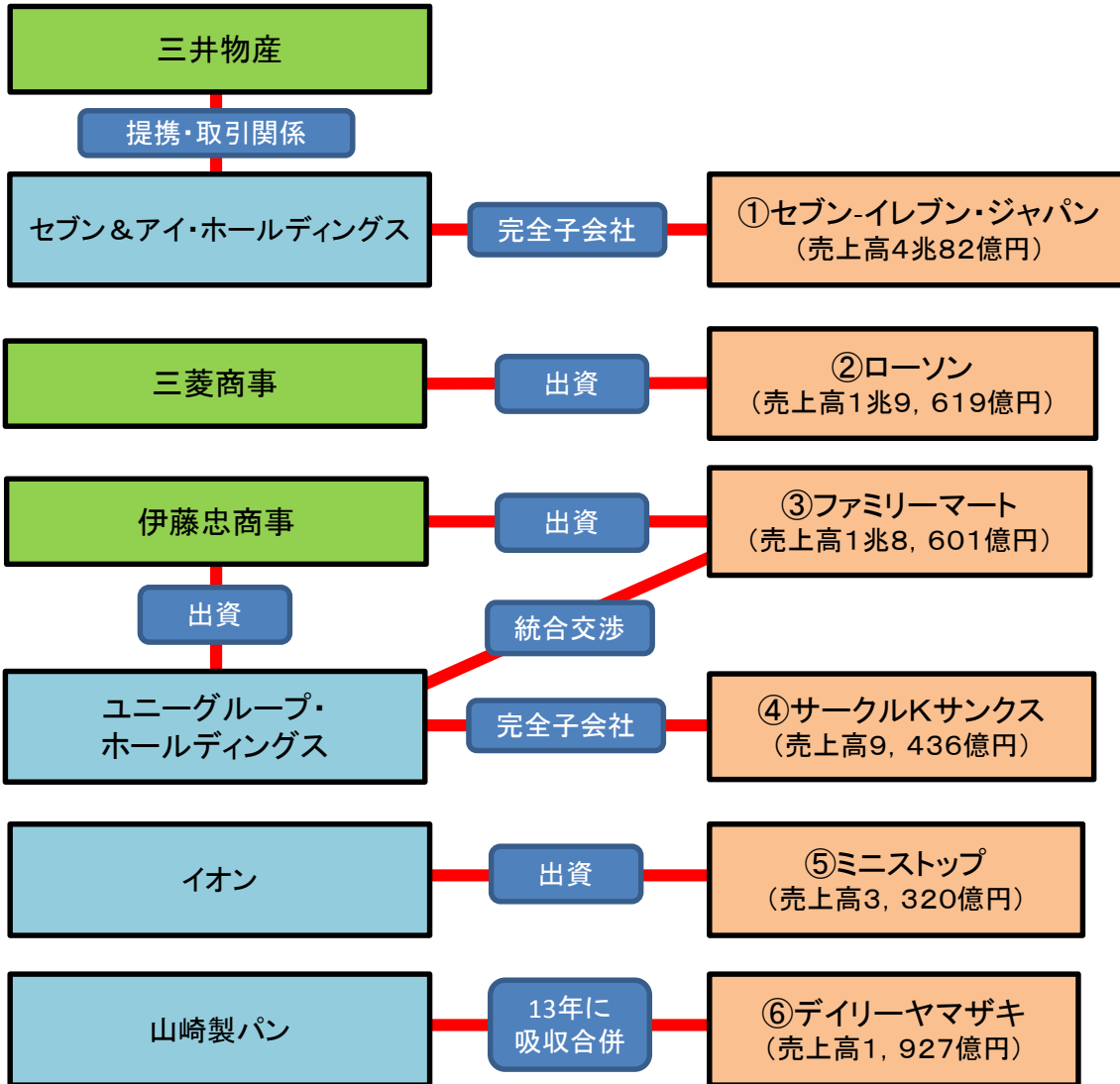


資料: 日経MJ調べ(2014年度)

# コンビニストア業界の相関図

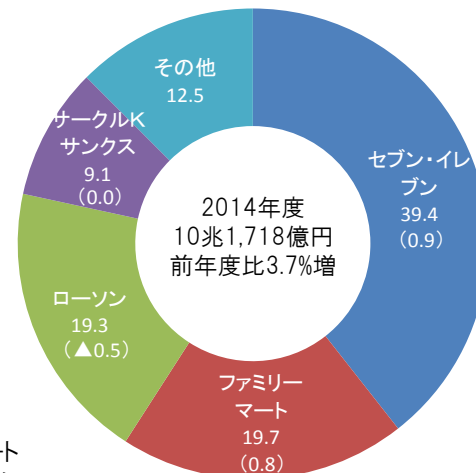
(参考)

○ 寡占化が非常に進捗、上位3社で8割を占める。



- ⑦セイコーマート  
(売上高1,818億円)
- ⑧JR東日本リテールネット(ニューデイズ)  
(売上高1,001億円)
- ⑨スリーエフ  
(売上高816億円)
- ⑩ポプラ  
(売上高737億円)

主要コンビニの売上高シェア(%)



※カッコ内は前年度比増減率ポイント、▲は減

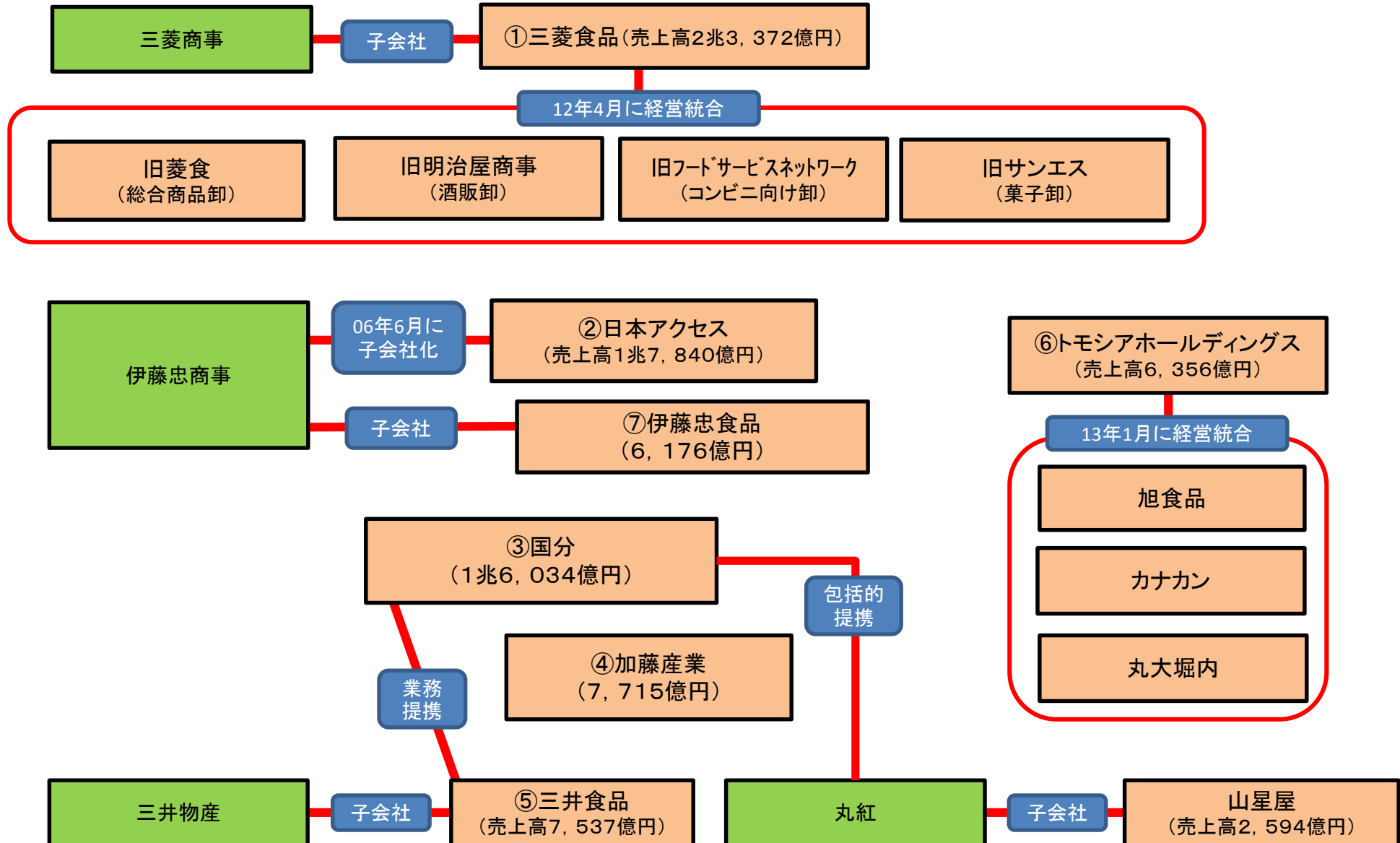
※ファミリーマートは国内エリアフランチャイズの売上を含む。

資料: 日経MJ調べ(2014年度)

※売上は全店売上高  
※ローソンは海外売上含む、ファミリーマートは海外や国内エリアフランチャイズの売上を含まない。



○ 大手総合商社系の卸会社を中心に再編が進捗。



資料: 日経MJ調べ(2014年度)