

今月の

数字

5.9%

(食料品支出のインターネット経由割合、ただしインターネットで消費している世帯に限る)

松田 恭子

Profile まつだ・きょうこ ●津田塾大学国際関係学科卒業後、日本能率協会総合研究所で10年間公共系の地域計画コンサルタントとして勤務。その後、東京農業大学国際食糧情報学科助手を経て、現在、農業マーケティングアドバイザーとして農産物商品開発や販路開拓などをサポートする。(株)結アソシエイト代表取締役。

4月30日に発表されたヤマトホールディングス（ヤマト運輸）の2014年度業績は売上高が前期比1.6%増（1兆3,967億円）となった。売上高の7割弱を占める宅配便事業は取扱数量が16億2,200万個と前期に比べ4,300万個減少したが、宅配便の単価は595円と同21円上昇した。

直接販売に宅配便を利用している農業経営者は、14年春先の料金の大幅値上げを覚えているだろう。単価下落による収益低下と深刻な労働力不足の問題を抱えていたヤマト運輸が法人向け運賃の価格改定交渉を行ない、2～3割の値上げ要請を受けた法人もあった。そもそも値上げの背景には、それまでの宅配便事業のシステムが取扱数量とサービスの多様化に追いつかなくなったという事情がある。国土交通省の調べでは、宅配便の取扱数量はインターネット通販の普及により1998年の18億3,300万個から13年には36億3,700万個とほぼ倍になっていた。

総務省では家計調査のなかでインターネットを利用した世帯当たりの支出額を調査している。その結果によれば、02年にはインターネットを利用して注文する世帯は全世帯のわずか5.2%だったが、14年には25.2%にまで増加した。このような世帯におけるインターネットでの支出金額は15年1月には月額3万円を超え、その世帯の全消費支出の11%を占めている。

15年1月から始まった品目別データを見ると、インターネット経由の食料品支出は3,903円と注文世帯の食料品支出合計の5.9%である。今後、食料品購入のインターネット利用がどこまで伸びるのか統計を追ってみたい。

生鮮の物流コストを削減する取り組みとしては、昨年11月から九州で始まったパルシステム生活協同組合連合会、らでいっしゅぼーや、大地を守る会、生活クラブ連合会などが調達する野菜の共同物流や、愛媛県西条市が目指している一次産品の貯蔵・加工機能を備えた流通センターにおける大消費地向けの農水産品の集約と一括流通など、地方における物流機能の共同化の動きがある。

小口の産地直送は、日本が世界に誇る宅配便システムによって支えられてきた。しかし、このところ落ち着いている宅配便料金や消費税は、いずれは再値上げを想定しておかなければならない。経費を削減するには、栽培工程だけではなく、物流にも知恵を絞る必要がある。

家計調査に見るインターネット経由の支出金額

		インターネットを通じて注文をした世帯の			二人以上世帯の月平均消費支出(円)
		全世帯に占める割合(%)	支出金額(円)	全消費支出に占める割合(%)	
2002年	月平均	5.2	21,102	6.9	305,953
2003年	月平均	7.3	19,557	6.5	301,841
2004年	月平均	9.0	20,436	6.7	302,531
2005年	月平均	10.8	21,212	7.1	300,943
2006年	月平均	12.7	20,706	7.4	294,943
2007年	月平均	15.7	20,601	6.9	297,782
2008年	月平均	16.3	21,198	7.1	296,932
2009年	月平均	18.1	21,719	7.4	291,737
2010年	月平均	19.7	21,552	7.4	290,244
2011年	月平均	19.9	22,927	8.1	282,966
2012年	月平均	21.6	23,416	8.2	286,169
2013年	月平均	24.3	23,857	8.2	290,454
2014年	月平均	25.2	25,846	8.9	291,194
2015年	1月	28.0	34,006	11.7	289,847
	2月	26.8	29,243	11.0	265,632