

令和元年6月12日現在

機関番号：32658

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2015～2018

課題番号：15K07621

研究課題名（和文）中国産冷凍野菜の開発輸入の転換期におけるわが国の冷凍野菜調達状況の現段階

研究課題名（英文）Current Stage on the Procurement Situation in the Turning Point of the Developmental Import of Chinese Frozen Vegetable

研究代表者

菊地 昌弥（KIKUCHI, Masaya）

東京農業大学・国際食料情報学部・准教授

研究者番号：30445689

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,900,000円

研究成果の概要（和文）：中国産冷凍野菜の開発輸入は、2010年前後より大手冷凍野菜開発輸入業者の主導権が弱体化するかたちで転換期を迎えているにもかかわらず、依然としてわが国は中国からの輸入に依存している。今後、安定的に冷凍野菜を調達するには、中国で市場の動向に合わせた効果的な対策を講じながら輸入しつつ国内からも一定程度確保していく必要がある。

本研究では、国産冷凍野菜の調達にあたり大手開発輸入業者は国内製造業者に対して経営面でプラスの効果を与えている実態と両者が連携している実態を初めて解明した。さらには、大手開発輸入業者が沿岸部の伝統産地に加えて、内陸部にも進出し冷凍野菜を調達している具体的実態も解明した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

国内製造業者に対して大手開発輸入業者がプラスの効果を与えていることが解明されたが、この研究結果からは、農林漁業の振興や農山村漁村の活性化において6次産業化や農商工連携等が推進されているなか、その新たなアプローチ方法として専門性を有する輸入業者の機能の活用が有益と示唆される。また、経済環境の変化が著しい中国に過度に依存することへの警戒から、製造業分野では同国以外にも拠点を有すべきという観点で「チャイナプラス1」という用語が存在するが、内陸部への広域化という研究結果からは、農産加工品の場合、伝統産地の沿岸部プラス他国となる前に、伝統産地の沿岸部プラス内陸部の新興産地という段階の存在が示唆される。

研究成果の概要（英文）：In the import of frozen vegetables, Japan has been depending on China. However, China decreases a share for Japan conspicuously in late years. Therefore, this trade is approaching a turning point. Under these circumstances, in the present study, I clarified the next point.

I clarified the cooperation among developmental importers and domestic manufacturers. Moreover, through this discussion, I also found the fact that developmental importers have a positive impact on the performance of domestic manufacturers. As a result, recently leading developmental importers have served as major market channels for those manufacturers handling domestic products. Besides, I elucidated the actual situation of supplied frozen vegetables that leading developmental importers added it to the tradition production era of the coastal place and went into the inland.

研究分野：農産物流通論

キーワード：開発輸入 冷凍野菜のフードシステム 市場構造 企業行動 原料調達 中国

## 様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

中国産冷凍野菜の開発輸入は、2010 年前後よりその担い手である大手冷凍野菜開発輸入業者の主導権が弱体化するかたちで転換期を迎えているにもかかわらず、依然としてわが国は同国からの輸入に依存している。今後、日本が安定的に冷凍野菜を調達するには、中国で市場の動向に合わせた効果的な対策を講じながら輸入しつつ、国内からも一定程度確保していくことが不可欠である。そのためには、まずは現段階がどのような状況にあるのかを解明する必要がある。だが、日中両国の動向を同時に取り上げ、それを考察した成果は一切存在しない。そこで、本研究では主たる担い手である大手冷凍野菜開発輸入業者に焦点を当て、産業組織論の構造と行動の枠組みから中国と国内の詳細を同時に研究し、体系的かつ総合的にわが国の冷凍野菜調達状況の現段階を解明する。

### 2. 研究の目的

本研究の課題は、次の 3 点である。

(1) 転換期と位置づけられる構造変化の具体的な実態の解明を行う(第 1 課題)。先行研究では、主導権の弱体化について日本の大手開発輸入業者が求める安全性確保に関する行動が十分に講じられていないことを明らかにしているが、本研究ではそれ以外にも中国の輸出価格と日本国内で主要な買い手となる業務用市場(外食市場および中食市場)の動向を対比させることで状況を把握する。日本の業務用市場の規模の伸びよりも中国の輸出単価が大幅に伸びていけば、日本の開発輸入業者は厳しい経営環境に置かれるので、その場合は、中国側の値上げを受け入れざるを得ない状況にあると判断され、交渉力が弱体化していると位置づける。

(2) 構造変化に対する中国国内での大手冷凍野菜開発輸入業者の対応策を明示すると共に、その内容にかかる現段階の解明を行う(第 2 課題)。元々経済発展が進んでいた沿岸部地域が対日向け冷凍野菜の伝統産地である。ここを舞台に、大手冷凍野菜開発輸入業者の主導権の弱体化が危惧されるなか、テレビや新聞で報じられているように、これらの地域ではいっそうの経済発展に伴い、人件費等が高騰している。そのため、大手開発輸入業者は伝統産地以外に調達先を求める企業行動を講じることが予測される。したがって、本研究では中国内陸部の産地の冷凍野菜製造企業との間で行われている開発輸入を対象に、その取引の位置づけや内陸部の冷凍野菜製造企業の企業行動の現状を明示することによって、中国の対日輸出向け冷凍野菜の新興産地の現段階を解明する。

(3) 構造変化に対応した大手冷凍野菜開発輸入業者の国産品の調達にあたって、どのような企業行動をとっているのかの解明を行う(第 3 課題)。業界誌より 2015 年度の大手開発輸入業者の国産の取扱状況を見ると、上位 10 社の取扱量合計は国産総生産量の 40% に達している。残留農薬問題が発生して間もない 2004 年度が 10% 台であったので、僅か 10 年程度の期間で構造変化が生じている。こうしたなか、日本冷凍食品協会の統計資料より一次産品の野菜類と果実類を冷凍した冷凍農産物(本研究ではこの合計を冷凍野菜としている)と同様に、水産物と畜産物を冷凍している水産物製造業および畜産物製造業の生産量を 2004 年と 2015 年で比較すると、国産冷凍水産物で 7 万 4,783t から 5 万 6,764t へ、そして国産冷凍畜産物で 9,463t から 4,094t へと大きく減少している一方、国産冷凍農産物だけは 9 万 2,689t から 9 万 6,591t と同様のカテゴリーで唯一規模を維持している。つまり、国産品の販路における大手開発輸入業者の台頭という構造変化の下で国産品生産量の維持・安定がなされている。そのため、この背景には国内製造業者との間で連携がなされていると考えられる。したがって、この課題については両者の連携に焦点を当てる。

### 3. 研究の方法

上記の課題について、それぞれ次の研究方法からアプローチを行った。

#### (1) 第 1 課題の方法

中国および日本には、中国の冷凍野菜産地ごとに冷凍野菜の輸出動向を示した統計資料は存在しない。また、各省ごとに冷凍野菜製造企業が何社存在し、どのような規模で、それらはどの国に向けて、どのような品目を輸出しているかを明示した統計資料も整備されていない。そのため、課題の解明にあたって、既存の統計資料を組み合わせることで構造を捉える。

中国産冷凍野菜の輸出単価の動向については、中華人民共和国海関総署編「中国海関統計年鑑」より捉える。また、日本の業務用市場(外食市場および中食市場)の動向については、公益財団法人食の安心・安全財団「2018 年改訂版外食産業データ集」を用いる。同資料には日本の食市場が明示されている。これはわが国の外食、中食、内食の合計であり、全国の食料・飲料支出額を意味している。本研究では国民 1 人当たりの値を算出したうえで、輸出単価の動向と比較する。

#### (2) 第 2 課題の方法

##### ケーススタディ

中国内陸部での企業行動については、上記の通り統計資料が存在しないことから個別企業に焦点を当てた地道なケーススタディによってアプローチをせざるを得ない。本研究では、日本

最大手の専業の冷凍野菜開発輸入業者で、2016年度の取扱量において日本で第4位(3万7,400t)にあるF社(以下、F社)と、その主要な中国の仕入先企業との取引を事例に取り上げる。こうした位置にある開発輸入業者を取り上げるのは、業界の動向を代表するにふさわしいと考えたからである。

F社は2016年度において、売上が100億円を越える専業の国内最大手の開発輸入企業である。最大の輸入先国は中国であり、その割合は43%となっている。輸入している野菜の品目数は約50品目に上るが、主要な品目はほうれん草、サトイモ、インゲン、レンコン、ブロッコリー、小松菜等である。同社は2010年~2016年にかけて取引を行った中国冷凍野菜製造企業は36社である。そのうち、中国内陸部に位置する企業は1社であり、本研究ではこの企業に焦点を当てる。同企業は安徽省の富園食品(以下、T社)である。この企業は合肥邁濤貿易の子会社として2009年に設立された。T社は輸出用の冷凍野菜を製造する企業である。主要な輸出品目はレンコン、インゲン、カボチャ等である。

#### 冷凍野菜製造企業の企業行動の現状分析に関する指標

開発輸入業者が志向する取引の多品目化は、輸出する冷凍野菜製造業者にとっても取引量が多くなるので、大きなメリットが生じる。だが、マーケティングにおいて売り手が販売量増加のために顧客ニーズに応じて製品戦略や価格戦略を講じる企業行動が理論化されていることから明らかのように、品質や価格が開発輸入業者の要求水準に満たない場合、取引量を増やすことはない。そのため、新興産地の冷凍野菜製造企業の企業行動の現状分析にあたり、成果を得るための指標として品質と価格を、そして、成果を判断する指標に輸出量を位置づける。また、成果がなぜそのようなになっているかの考察については、開発輸入業者が志向する生産の多品目化とフードシステム論において重要なテーマとなっている主体間関係の観点から行う。

これらの指標に関するデータは、F社提供の企業データを用いる。なお、品質に関する指標については、独自に日本でクレームとなった商品のPPM(Parts Per Million)を用いる。これは100万袋当たりのクレーム発生率のことを意味しており、この算出に当たって商品の1袋を500g単位としているので、500tあたりに何件クレームが生じているかという視点になる。同視点は農業経済学分野の研究分野では取り上げられることがなかったが、この業界では広く活用されている。価格に関する指標は、豆類のなかでも代表的なインゲンの輸出単価を伝統産地の企業とも比較し取り上げる。それから、主体間関係については、開発輸入業者の場合、従来から海外の冷凍野菜製造業者が自社の規格・仕様に基づいて製造するように生産指導しているが、新興産地の業者がそれを受け入れているか否かについて焦点を当てる。これは、指導を受け入れているようであれば、1)開発輸入業者は生産段階をコントロールできる余地があるので、日本のユーザーが欲する商品を調達し易くなる可能性が高まる、2)情報共有も行えるので安全管理の面も含めて安心して取引ができる、といったメリットが生じることから、そうした取引先とは一定量の取引を希望すると考えられるためである。

上記に関する企業データは、基本的に2014年のものを使用する。それゆえ、本研究で明らかにする新興産地の現段階はこの年が基準となる。

### (3) 第3課題の方法

#### ケーススタディ

課題の解明にあたり、本稿はケーススタディを用いる。それは、まだ明らかにされていない事実・現象を発見する作業になるうえ、両者は本当に連携できる関係にあるのか疑問なので、個別事例を深く掘り下げ、丁寧な検討が必要なためである。

先行研究(菊池(2007)「協調的企業関係の構築と進化 - 菓子卸売業と食品スーパーとの協調的企業間関係構築を事例に - 」『フードシステム研究』第14号1巻)では、連携の成功条件を提示している。その1つは組織間学習の重要性である。これは「取引相手企業が有する情報や知識を自社内に取り込むことで新たな情報や知識を形成する一連のプロセス」と定義している。そして、もう1つは信頼関係の構築であり、これを「相手の組織が自らにとって有益な役割を遂行する能力と意図に対する期待」と定義している。

ところが、国内製造業者にとって開発輸入業者は、冷凍野菜を取り扱う点で共通点はあるものの、大手総合をはじめとする食品卸売業者、食品製造業者等の食品産業に商品を直接販売できる。そのため、あえて取引をしなくても自身は存続できるどころか、むしろ流通経路に介入すると迂回率が高まるのでコストが割高になる恐れがある。しかも食品製造業者が食品卸売業者に対して商品を販売する一般的なケースと同様に、互いの利益獲得を巡って対立関係になる可能性もある。こうした点が連携できる関係にあるかを疑問にさせる背景である。

本研究では、この課題についてもF社とその取引先を対象とした。その理由は、1)大手開発輸入業者は、国内に冷凍野菜製造に関する事業部や子会社を有していないなか、業界でも数少ない専業商社の最大手であるため、冷凍野菜に関する情報や専門知識が特に蓄積されていると考えられ、連携の成功条件の1つである組織間学習が行われている可能性が予測できる、2)売上が100億円を越え、わが国でも10位に入る大手である、3)国産品を取り扱っているといったことがあげられる。

#### 考察の手順

菊池（2007）では、連携が成功する条件に組織間学習と信頼関係の構築をあげている。信頼関係の確認は、互いの企業への調査が不可欠な一方で、組織間学習の場合は機会の有無によってその条件の存在を確認できると考えたため、まずは組織間学習に関する調査を2016年6月2日にF社において行った。その際、同社が依頼を受けて国内製造業者の憐徳冷（以下、徳冷）との間で実施していること、およびそれによって国内製造業者側にメリットが生じている実態を聞き取ったので、その概要についてヒアリングするとともに、メリットを裏付けるためのデータを入手した。そして、2017年1月11日～12日にかけて、前回の調査で行った組織間学習についての補足調査と、両者の信頼関係に関する調査を目的に、F社と同社の組織間学習の場に同席させて貰った（於徳冷）。この機会においては、両者に同じ場でヒアリングを実施した。課題の解明にあたり、本研究では上記の複数回の調査で得たデータや事実を、連携に関する先行研究で示されたフレームワークを援用しながら考察を加えた。

#### 4. 研究成果

##### (1) 第1課題の結果：日本側の交渉力の弱体化

中国からの冷凍野菜輸入が過去最高水準にあり、わが国は中国からの輸入に依存し続けている。財務省「貿易統計」によると、冷凍野菜総輸入量に占める中国のシェアは、2000年に41.1%であったのが、2016年も42.8%となっており、依然として最大の輸入先国となっている。ここで特筆されるのが、中国は日本と逆の動向にあることである。中華人民共和国海関総署編「中国海関統計年鑑」より中国産冷凍野菜の輸出動向をみると、日本向けは2000年には75.6%であったのが、2016年には31.3%へと半数以上低下している。すなわち、日本は中国に依存し続けているものの、中国では輸出先に関する構造変動が生じており、同国は日本に依存しない貿易関係にあるので、両者の主体間関係を踏まえると、日本側が弱体化していると考えられる。現に、中国産冷凍野菜の平均輸出単価（以下、日本向け輸出単価）が、2000年から2016年にかけて0.98ドル/kgから1.2ドル/kgへと33.3%上昇しているなか、品質要求の厳しい日本向けはコストが特にかさむこともあり、同期間にかけて0.98ドル/kgから1.69ドル/kgへ70%も上昇した。

この状況を中国産冷凍野菜の国内の主要販路となる業務用市場（外食市場および中食市場）の動向と比較することで、それが厳しいものなのか否かについて表1より検討する。同表によると、わが国では2000年において国民1人当たり食市場（以下、食市場）は56万2,456円となっており、そのうち、外食産業市場規模（以下、外食規模）が21万2,663円、中食産業市場規模（中食規模）が3万9,298円であった（食の外部化比率は44.8%）。そして、この時の日本向け中国産冷凍野菜の平均輸出単価（以下、日本向け輸出単価）は0.98ドル/kgであった。その後、2012年にかけて中食規模は拡大（中食への支出増加）するものの、食市場は縮小し、同年から6.1ポイントも低下した。なかでも市場規模が大きく、中国産冷凍野菜の利用機会も多い外食規模において顕著であり、14.4ポイントも低下（外食への支出減少）した。この間、人口が大きく減少することはない。しかも外食率をみると、食生活において外食が端的に減少するという構造変化は起こっていない。そして、市場規模が日本の外食企業の売上総額を示したものであること、人口1人あたり外食規模の減少幅が人口1人あたり日本の食市場の減少幅を大きく上回るほどに低下した（消費者が外食への支出を特に減らした）ことを踏まえると、外食企業は消費者動向に合わせて低価格化（値下げ）を進展させたと判断される。

にもかかわらず、日本向け輸出単価はこの間に実に88.5ポイントも上昇した。そのため、開発輸入業者は輸入価格の上昇分をそのまま販売価格に転嫁して販売することは容易ではなく、厳しい環境にあった。なお、2012年から2016年にかけては上昇し続けていた日本向け輸出単価も落ち着きをみせると共に、中食規模が牽引するかたちで食市場が回復し、2016年には過去最高額となる58万7,164円に至った。しかし、外食規模はまだ2000年の規模には回復していないうえ、市場規模を大きく増加させている中食でさえ、日本向け輸出単価と指数間で比較すると両者には大きな乖離があり、日本の食品産業では従来ほどに利用し易い状況にはない。

こうした実情に鑑みると、日本の開発輸入業者は中国側の値上げを受け入れざるを得ない状況

表1 日本における中国産冷凍野菜の主要販路の動向と中国産冷凍野菜の日本向け単価の推移

	日本の食市場 (円/年間)	食の外部化比率 (%)	外食規模 (円)	中食規模 (円)	日本向け輸出単価 (ドル/kg)
2000年実数	562,456	44.8	212,663	39,298	0.98
指数	100.0		100.0	100.0	100.0
2004年	95.0	43.6	90.1	105.9	106.4
2008年	92.8	44.9	90.0	109.9	135.0
2012年	93.9	43.3	85.6	118.6	188.5
2016年	104.4	43.5	94.3	140.5	171.9
変化( - )	4.4	-1.3	-5.7	40.5	71.9

出所：食の安心・安全財団「2018年改訂版外食産業データ集」、総務省統計局「人口推計」、

中華人民共和国海関総署編「中国海関統計年鑑」各年版より作成。

注：1) 中国産冷凍野菜の輸出単価は、輸入統計品目表（実行関税率表）における冷凍野菜に該当するHSコード07101000 - 07109000、07141030、07142030、07149090、08111000、20041000、20049000の合計値である。

2) 食の外部化比率以外の指標は、2000年の実数を100.0としている。

3) 日本の食市場、外食規模、中食規模の実数は、国民1人当たりのものである。

にあり、交渉力が弱体化している傾向にあると判断される。それゆえ、開発輸入業者では主体間関係において優位に立ち、取り扱いアイテム数を減らすことなく、一定水準の品質で、できる限り値段を抑えながら安定的に調達できる仕入先を欲している（仕入先の広域化の背景）。

（2）第2課題の結果：内陸部への調達先の広域化と少なくない課題の存在

山東省や浙江省、福建省の伝統産地の冷凍野菜製造企業に比較して、新興産地安徽省のT社は、表2および表3に示すように品質や価格のメリットが多少劣っていた。しかし、表4に示すように日本最大の専業の開発輸入業者の仕入先として第6番目の仕入先となっており、しかも輸入量も安定（同表の変動係数を参照）していた。この実態を踏まえると、リスク分散の観点（農産物の場合、天候や病虫害の影響を受けるうえ、残留農薬問題やフードディフェンスの問題も存在）から講じる仕入先の多元化の下で、品質や価格の劣位の程度は許容範囲にあったと考えられる。また、T社では、F社の生産指導（工場内での管理技術のみならず、ワークショップを通じた工員の製品生産にかかる意識の確認などにも及ぶ）を全面的に受け入れる等、開発輸入業者優位の取引関係にあった。つまり、F社は新興産地の冷凍野菜製造企業が抱える問題点（労働環境の改善が不可欠、コミュニケーション不足、教育制度に問題がある、社内規定が不明確等）を把握しながら、伝統産地では人件費高騰し生産が困難となっている主要品目に加えて、収穫に手間隙がかかる品目（キヌサヤやシュガースナップエンドウ、レンコン等）も含めて取引の多品目化が図れるというメリットがあった。こうしたことから、2009年から取引が開始したにもかかわらず、短期間のうちにT社は主要な仕入先になった（ただし、内陸部地域の企業はまだ1社に過ぎない）。

上記を踏まえ、中国産冷凍野菜の開発輸入における新興産地の現段階を整理すると、「開発輸入業者にとって新興産地は、経済環境の変化に伴って沿岸部の伝統産地では対応し難くなっている品目の生産をはじめ、商品供給面における補完的機能を有すようになっており、既に不可欠な存在となっている。だが、新興であるがゆえに工場運営のノウハウがまだ蓄積されておらず、課題も少なからず存在しており、日本最大手の開発輸入業者にあっても企業数はまだ限定的である」と結論付けられる。

経済環境の変化が著しい中国に過度に依存することへの警戒から、製造業分野では同国以外にも拠点を有すべきという観点で、「チャイナプラス1」という用語が存在する。本研究の結果からは、農産物の場合、伝統産地の沿岸部プラス他国となる前に、伝統産地の沿岸部プラス内陸部の新興産地という段階が存在する可能性が示唆される。また、他国に拠点を設ける場合でも、人件費の低さを重視するあまり中国の新興産地よりもノウハウの蓄積がなされていない地域を選択すると、より深刻な問題点に直面する恐れも思慮される。開発輸入業者は、先行研究では言及していないこれらの知見も踏まえたうえで、今後の展開方向を検討されたい。

表2 事例企業の輸入量上位5位以内の仕入先におけるクレームの発生状況

	PPM
A社（山東省）	4.01
B社（山東省）	4.69
C社（山東省）	2.55
D社（浙江省）	7.85
E社（山東省）	4.64
上位5社平均	4.75
T社（安徽省）	13.03

出所：F社資料より作成。

表3 仕入先別にみた事例企業のインゲンの契約単価（2014年6月17日付分）

	カット 単価（ドル/t）	Mサイズ 単価（ドル/t）
H社（江蘇省）	1,220	1,300
G社（福建省）	1,350	1,300
I社（浙江省）	1,380	1,350
T社（安徽省）	1,450	1,380
D社（浙江省）	1,500	1,450
	平均：1,380	平均：1,356

出所：F社資料より作成。

表4 事例企業の年間輸入量1,000t以上の仕入先における月間輸入量の状況

	月平均輸入量(t)	標準偏差	変動係数
A社（山東省）	494.5	166.94	0.338
B社（山東省）	296.0	78.99	0.267
C社（山東省）	208.1	89.81	0.432
D社（浙江省）	161.9	56.12	0.347
E社（山東省）	160.0	51.03	0.319
T社（安徽省）	150.2	49.50	0.330
G社（福建省）	99.1	41.30	0.417

出所：F社資料より作成。

（3）第3課題の結果：国内製造業者との連携関係の構築による取引量の安定化

業界を代表する専業の大手開発輸入業者と一般的な規模にある国内製造業者が連携していた実態が存在していた。本事例の連携において確認された国内製造業者側のメリットは、商品の販売以外にもコストの低減化等、利益獲得に大きく関与する専門知識を得ることにあった。従属的關係になく、連携関係の下では、このメリットは競争優位を得るための要素にもなる。し

たがって、国内製造業者は生産量を維持しながら開発輸入業者に向けて出荷する。そのため、国産品の販路における大手開発輸入業者の台頭と国産品生産量の維持の因果関係には、両者の連携が関与していたと結論づけられる。また、この結果からは、大手開発輸入業者は国内製造業者や国内農業を衰退させる位置づけにあるどころか、プラスの効果を与える存在であることが証明された。そして、この効果の存在が国産品の流通経路の多段階性を引き起こすことになるものの、国産生産量の維持が実現されている現状に鑑みると、それは決して非効率とはいえない。本研究で検証したのは1つの事例に過ぎないが、このことは冷凍野菜のフードシステムに関する新知見として看過できない事実である。

一方、本事例の連携において確認された開発輸入業者側の大きなメリットは、顧客の一部で中国産離れとともに国産品のニーズが高まるなか、一定水準の品質の国産品が調達できることで、このような志向を有する顧客を取り逃がさない点および国産プレミアムを得ることができるところにある。また、本研究のケーススタディからはそれ以外にも、組織間学習の機会を通して、

国内製造業者から労働者の雇用・管理に関する知見を得ることが可能、相互間取引が生じ、販売面でのメリットも得ることが可能という結果が確認できた。

なお、本研究のケーススタディは、国産品を取り扱う大手開発輸入業者において特殊な例ではないと考えられる。その理由は、両者を取り巻く環境の変化は共通している、大手開発輸入業者は国産品の最大の販路となっている点も共通している、さらに大手開発輸入業者は、国内に冷凍野菜製造に関する事業部や子会社を有しておらず、国産品の製造機能がない点も共通している、連携およびその条件となる組織間学習と信頼関係の構築においては、開発輸入業者側に高い専門知識や指導能力を必要とするところ、大手はそれらを有している点も共通していることがあげられる。つまり、それぞれの主体を取り巻く環境の変化に伴って、両者が連携という企業行動を講じることによって互いにメリットが生じる状況が形成されるなか、実際に連携できる実態にもあるからである。

わが国では、農林漁業の振興や農山村漁村の活性化において6次産業化や農商工連携等が推進されている。だが、それらに関連した政策や事業、そして研究面でも同じカテゴリーの商品を輸入している輸入業者（競合者）の存在は一切注目されてこなかった。ところが、本研究を通して、大手開発輸入業者が国内製造業者と連携している実態および国内製造業者にプラスの効果を与えていることが明らかになったので、農産品加工の分野では、その推進に関する新たなアプローチ方法として専門性を有する輸入業者の機能の活用を検討する余地が出てきたと思慮される。

## 5. 主な発表論文等

### 〔雑誌論文〕(計2件)

菊地昌弥・竹埜正敏・古屋武士「国産冷凍野菜の販路における大手開発輸入業者の台頭と背景に関する考察 - 国内製造業者との連携を対象に - 」『フードシステム研究』査読有、第25巻4号、2019、155-168、DOI : [https://doi.org/10.5874/jfsr.25.4\\_155](https://doi.org/10.5874/jfsr.25.4_155)

菊地昌弥・竹埜正敏「中国産冷凍野菜の開発輸入における新興産地の現段階」『オホーツク産業経営論集』査読無、第27巻第1・2合併号、2019、11-23

### 〔学会発表〕(計2件)

菊地昌弥・竹埜正敏・古屋武士「冷凍野菜の開発輸入における専門商社の指導機能とその成果」日本農業市場学会、2018

菊地昌弥・竹埜正敏・古屋武士「冷凍野菜開発輸入業者と国内冷凍野菜製造業者の連携に関するメリットと成立要因」日本農業市場学会、2017

### 〔図書〕(計0件)

## 6. 研究組織

### (1)研究分担者

該当なし

### (2)研究協力者

研究協力者氏名：竹埜 正敏

ローマ字氏名： TAKENO, Masatoshi

研究協力者氏名：古屋 武士

ローマ字氏名： FURUYA, Takeshi

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。