

令和 4 年 6 月 21 日現在

機関番号：21401

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2018～2021

課題番号：18K05851

研究課題名(和文) 外食産業向け青果物流通システムの機能高度化と再編に関する研究

研究課題名(英文) Research on functional sophistication and reorganization of fruit and vegetable distribution system for food service industry

研究代表者

林 芙俊 (Hayashi, Futoshi)

秋田県立大学・生物資源科学部・准教授

研究者番号：70571107

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,700,000円

研究成果の概要(和文)：外食産業向けの青果物流通について、市場流通システムと市場外流通システムのそれぞれを分析対象とし調査研究をおこなった。市場外流通システムでは全国に事業展開するD社を調査対象とした。D社の顧客は大手ファミレスなど全国展開する外食チェーンであり、それらに対して自社で物流網を構築し均質な製品を配送していることが、競争力となっているものと考えられた。これに対して市場流通システムについては、県域エリア程度の規模で店舗展開する外食企業を主な顧客としており、顧客層において市場外流通システムとある程度棲み分けが成立しているものとみられた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

卸売市場流通は法制度の見直しや流通環境の変化のなかで再編をせまられており、その将来展望を見通す上で、本研究の知見は重要となる。また、コロナウイルスに打撃を受けた外食産業事態も再編の過程にあり、それに伴って青果物流通のあり方も見直しを迫られるものと考えられるが、その方向性についても本研究をもとに展望することができる。さらに、産地の高齢化等により青果物需給が逼迫する傾向のもとで、産地により利益を還元できる流通システムのあり方を考えるうえでも、本研究の成果は基礎的な情報となる。

研究成果の概要(英文)：Regarding the distribution of fruits and vegetables for the food service industry, we conducted research on each of the market distribution system and the off-market distribution system. For the off-market distribution system, we surveyed Company D, which is expanding its business nationwide. Company D's customers are restaurants that are expanding nationwide, such as major family restaurants, and it is thought that their competitiveness is that they have built their own distribution network and delivered homogeneous products. On the other hand, regarding the market distribution system, the main customers are restaurant companies that open stores on the scale of the prefecture area, and it seems that the customer base is separated from the off-market distribution system to some extent.

研究分野：農業経済学

キーワード：加工・業務用青果物 卸売市場 市場外流通 外食産業

1. 研究開始当初の背景

研究を開始した時期は、政府の規制改革会議や農業競争力強化プログラムなどにおいて、卸売市場制度の抜本的な見直しが行われていた。その方向性は中間流通の排除を志向するものであったが、現実の青果物流通の動きは、中間流通に求められているのはむしろ機能の高度化であると考えられた。小売業態の多様化が進む中で、青果物流通には供給の安定性や柔軟性、充実した品揃え形成機能、物流機能の高度化などが求められるためである。

こうした機能の高度化をめぐって、従来主流であった卸売市場流通と市場外流通の両流通システムのあいだでシステム間競争が展開されてきた。本研究では、こうした競争が最も顕著にみられる外食産業向けの青果物流通に注目する。システム間競争というのは、市場外の流通業者も仕入先として卸売市場を利用していることから、市場外の流通業者が関わる流通を単純に市場外流通とは呼べないためである。

市場外の流通業者は、産地との契約栽培もおこなっているが、過不足調整には卸売市場を活用しているため、卸売市場も流通システムを構成する要素として組み込まれている。そこで本研究では、産地や卸売市場、市場外の流通業者など複数の主体から構成される流通システム全体を競争の主体とみなす。

また、従来の農業経済学においては、外食産業はメニュー差別化のために青果物産地との連携を求める存在として、あるいは農業生産に参入しようとする存在として注目されてきた。しかし、そうした行動をとる企業は外食産業の一部であると考えられる。産地との連携を重視しない企業も多いとみられるため、そうした企業が、青果物の調達において何を重視し、どのような行動をとっているのかを明らかにすることが、青果物の流通構造全体の再編が生じている要因を解明するために必要である。

2. 研究の目的

本研究の目的は、外食産業向けの青果物流通における市場流通と市場外流通の両システムが展開する競争の構造を明らかにすることである。このシステム間競争では、市場流通システムの機能不全と市場外流通システムの拡大がみられるため、これをもたらしした構造的な要因を解明する。そのために、外食産業は流通システムにどのような機能をどのような理由で要求するのかと、その要求に、市場と市場外の流通システムはどのように応えているのかを明らかにする。

3. 研究の方法

上述のように、本研究においては産地との連携を志向しない外食産業にも注目する。そのため、企業を提携型と非提携型に分け、それぞれの青果物調達のあり方について調査分析をおこなう。既存研究においては、提携型については差別化のために産地と連携し契約栽培をおこなうことが指摘されている。非提携型については、効率性や安定性、もしくは利便性を重視しているのではないかという仮説を設定し、これを検証することとする。

市場流通システムと市場外流通システムの競争構造については、企業のニーズに合わせて流通機能を高度化したり、産地との関係をコーディネートする能力が主要な競争力要因となっていると考えた。具体的には、加工の程度、価格及び数量の安定性、衛生管理の高度化、コスト削減、物流・配送機能などである。

市場外流通システムを担う市場外の卸売業者は、これらの点について積極的に機能の高度化を図っているとみられる。一方の市場流通システムにおいては、実需者と直接的に取引をおこなうのは仲卸業者であり、それらがどのように機能の高度化を図っているのかを明らかにする必要がある。

その際、仲卸業者が卸売市場を事業領域として従来よりおこなってきた事業と、外食産業対応のための機能高度化とのあいだに何らかのシナジー効果が発揮されているならば、それは市場流通システムに固有の競争力とみなすことができよう。そうでないならば、仲卸業者は市場外流通業者と同等の条件で競争せざるをえないことになり、卸売市場に事業基盤を置くことは各種の規制を受けるために、むしろ競争力の制約要因となることも考えられる。その場合、仲卸業者は卸売市場外に流通施設を整備するなどして、脱卸売市場の方向を志向することもあり得るだろう。

また、垂直的な取引関係における主体間関係については、新制度学派の分析枠組みも援用する。外食産業向けの青果物では、専用の規格が設定されるケースもみられる。この場合、その青果物においては、新制度学派・流通チャネル論でいうところの資産特殊性が高まるとみなすことが出来る。資産特殊性の高い商品を生産する側は、その商品を生産するための投資をおこなった場合、その投資により得られた資産を他の販売先への商品生産に利用することが難しくなるため、交渉力が低下するおそれがあることが指摘されている。こうしたケースが、外食産業向けの青果物流通においても発生していないか、調査を通じて明らかにする。

本研究では、以上のような仮説を検証することにより、本研究の目的を達成しようとした。

4. 研究成果

外食産業および中間流通業者に対してヒアリング調査などをおこない、取引の状況などを把握した。とくに、全国展開により外食産業向けの青果物流通を担う上場企業であるD社を重点的に調査した。D社は卸売市場外の流通業者であり、ファミリーレストランを主要な顧客とするが、個人経営の小規模飲食店とも取引をしている。

調査の結果明らかになったことはまず、D社が構築している全国的な商品供給体制と配送網が大手外食チェーンから選ばれる要因となっていることである。D社は、青果物加工施設の新設や同業他社の買収などにより各地に加工施設を各地に保有している。さらに、そこで生産された商品の配送については、地域によってはアウトソーシングをおこなっているものの、基本的には自社で物流施設やトラックを保有しており、全国をカバーする事業体制を構築している。

全国展開する外食チェーンは、創業した地域から全国にチェーン展開する過程で青果物調達体制を見直すことが多い。個別の店舗が青果物の発注をおこなっていたものが、セントラルキッチンの整備や株式の上場などのタイミングで、品質の統一や調達の効率化のために、個店対応をみなおし仕入機能を集約する対応が取られるケースが観察された。全国展開する場合、セントラルキッチンは東日本と西日本など、2から3ヶ所に整備するケースが多いが、このセントラルキッチンごとに、青果物の調達体制が整備される。

このような過程において、全国展開するD社は、どの地域に対しても均質な製品を供給できることが強みとなる。また新たにセントラルキッチンを整備した地域において、その地域の仲卸や青果物卸売業者などと新たに取引関係を構築する手間が省けるというメリットがある。

ただしD社は、青果物の市場外流通業者としては、青果物の仕入について卸売市場に対する依存度が高く、6割程度を市場から調達している。これは、市場外流通を担う同業他社よりも高い水準であると思われる。デリカフーズでは全国展開し大手外食チェーンに青果物を供給しているために、多量の青果物を調達する必要があるため、契約栽培への依存度を高めてしまうと、数量過不足のリスクが大きくなりすぎることで、その要因と考えられる。

これに対して卸売市場の側の対応としては、秋田県の手卸 M社を対象に調査をおこなった。M社は、全国展開する大手量販店であるI社と取引をおこない、秋田を中心とする東北地方一円の店舗に青果物を納品している。これにより、東北地方にありながら全国的にみても販売規模の大きい仲卸となっている。M社は、近年卸売市場の敷地外に大規模な流通施設を整備した。形式的には卸売会社を通した仕入となっている青果物もあるが、産地と直接取引をおこなっており、市場流通システムの枠にとどまらない事業展開をみせている。

このM社の外食産業への対応は、地元のホテルや飲食店などを主要な顧客としており、全国にチェーン展開するような外食企業との取引はない。カット野菜製造設備は整備されており、生菌数管理なども市場外の青果物卸と遜色のない体制が取られている。しかし、青果物の加工拠点からの配送体制は秋田を中心とするエリアとなっており、その地域内に大手の外食・中食企業の拠点が少ないため、加工・業務用の青果物への取り組みは限定的なものとなっている。

そうしたなかでM社は、スーパー向けのカット野菜、ならびに大手コンビニエンスストア向けのカットフルーツの製造を開始した。これは、前述の市場外施設の整備にともなって開始したものであり、店頭に並べられる最終製品である、袋詰めやプラスチックトレイ入りのサラダの形態まで加工をおこなっている。

以上のように、M社においては、外食産業への対応は比較的小規模なものにとどまり、事業エリアが東北の一部に限られていることが、その要因と考えられた。しかし、市場流通システムの一構成主体としての枠から大きく外れるような多角化・事業拡大がみられた。

以上を総括し、本研究の成果は下記のようにまとめられる。

市場流通システムでは、主に仲卸が外食産業向けの対応をおこなうが、量販店向けの商品の小分け・袋詰め等をこえたカット・包装等の対応は可能であり、この面では市場外流通システムと大きな機能の差はみられなかった。しかし、大きくは県単位のエリアを念頭において公的セクターにより整備されてきた経緯からみて、全国展開する外食チェーンへの広域的な販売対応は困難であり、県単位で店舗展開する小規模から中規模の外食企業を主要な顧客としていた。本研究では調査できなかったが、全国に流通加工施設を整備して事業展開している仲卸もあるとみられる。しかし、そのような事業展開においては、市場流通システムとしての性格は著しく後退し、仲卸から業態転換し青果物専門商社というべき存在へと転換するものとみるべきではないだろうか。M社においても、事業エリアの広域化は全国展開の段階にはないが、卸売市場の枠をこえた事業展開をみせている。市場流通システムの一部が変質し、市場外流通システムに合流してゆくような再編の方向性が示唆される。

その一方で、市場外流通システムも青果物の安定調達においては、卸売市場に大きく依存している。全国にチェーン展開する大規模な企業に強みをもつD社に対し、市場流通システムも地場展開する飲食企業を主要な顧客として、ある程度の棲み分けがされつつ、両流通システムは併存してゆくものと考えられる。

なお、本研究の実施期間においてコロナウイルス感染症の問題が発生し、外食産業に大きな打撃を与えた。外食産業向けの青果物の流通に対して少なからず影響があったものと考えられるが、本研究の実施期間中にはそのことを調査分析するには至らなかったため、今後の課題とし

たい。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 0件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 林芙蓉	4. 巻 83
2. 論文標題 農業における企業の経営とJA	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 農中総研情報	6. 最初と最後の頁 36-37
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 林芙蓉	4. 巻 119
2. 論文標題 北海道の農協に期待すること	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 地域と農業	6. 最初と最後の頁 4-12
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 高梨子文恵・林芙蓉
2. 発表標題 農産物直売所の販売対応に関する一考察 - 青森県を事例に -
3. 学会等名 日本農業市場学会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 林芙蓉
2. 発表標題 ボトムアップ型地域技術マネジメントについて
3. 学会等名 日本流通学会北海道・東北部会第1回研究例会
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 林 芙俊	4. 発行年 2019年
2. 出版社 筑波書房	5. 総ページ数 208
3. 書名 共販組織とボトムアップ型産地技術マネジメント	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分担者	高梨子 文恵 (Takanashi Fumie) (60547214)	東京農業大学・国際食料情報学部・准教授 (32658)	
研究 分担者	齋藤 文信 (Saito Fuminobu) (40425476)	高崎健康福祉大学・農学部・准教授 (32305)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------