

機関番号：32658

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2008～2010

課題番号：20780167

研究課題名（和文） 流通再編下における冷凍野菜開発輸入業者の企業行動に関する研究

研究課題名（英文） Study on the Corporate Actions Taken by Frozen Vegetable Development Importers under the Ongoing Distributional Reorganization

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・助教

研究者番号：30445689

研究成果の概要（和文）：本研究では、卸売業界の再編を受けた冷凍野菜開発輸入業者が国内外で講じている企業行動を解明することを目的とした。統計資料、企業データ、ヒアリング結果、政府関連資料を用いてフードシステム論およびマーケティング論の視点から考察を加えた結果、次の3点が明らかになった。第1に、食品卸売業者にみられる流通再編の内実である。これは、大規模卸売業者の系列化と中規模の淘汰および生き残り策の出現に現れている。第2に、流通再編の影響を受けた冷凍野菜開発輸入業者が倒産による売掛金の未回収問題を回避するためにチャンネル戦略を講じた結果、輸入冷凍野菜を扱う業務用食品卸売業者に関して元々緩やかに形成されていた重層的なチャンネル構造がいっそう深化した。第3に、顧客のバイイングパワーの強化に対応するためのコスト削減策が中国を中心とした海外生産基地において講じられていないのは、2006年以降、安全性確保に関する法制度が厳格化され、輸出環境が変化しているからである。

研究成果の概要（英文）：This study explores the corporate actions taken domestically and overseas by frozen vegetable development importers faced with the wholesale industry reorganization. The following three points are revealed from the viewpoint of food system theory and marketing theory by analyzing statistical materials, corporate data, survey outcomes, and governmental documents. The first thing is the effect of the distributional reorganization on food wholesalers. The distributional reorganization is reflected in the integration of large-scale wholesalers and the selection of the middle-sized wholesalers that struggle for survival. Second, as a result of the channel strategies employed by the frozen vegetable development importers affected by the distributional reorganization for the purpose of avoiding uncollectible accounts receivables, the multi-layered channel structure around the food service wholesalers dealing with imported frozen vegetables that was once formed moderately has further deepened. Third, cost-cutting measures are not being carried out at overseas production sites concentrating in China, because the export environment has been changing due to the legal system related to food safety which has been strictly enforced since 2006.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2008年度	600,000	180,000	780,000
2009年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2010年度	1,000,000	300,000	1,300,000
総計	2,600,000	780,000	3,380,000

研究分野：農産物マーケティング論

科研費の分科・細目：農業経済学・農業経済学

キーワード：マーケティング、農産物流通、開発輸入業者

1. 研究開始当初の背景

かつて、野菜は国内で生産され、国内だけで流通・消費していた。しかも、それは生鮮野菜が中心であった。そのため、国内産地、農協、卸売市場が野菜流通の担い手として注目を集め、主な研究対象となっていた。ところが、1980年代中頃以降、輸入野菜、それも冷凍野菜に代表される加工野菜が急増すると、その担い手が新たに注目されることとなった。

輸入加工野菜の急増は、藤島「流通構造変貌下の野菜生産の後退と市場問題（2000年）」が指摘しているように、国内卸売市場の経路率低下や野菜価格の全般的低位収斂化を招き、市場流通の後退を引き起こす等、従来からの野菜流通の担い手に大きな影響を与えている。なかでも中国からの影響は顕著であり、加工野菜のなかでも最も輸入量の多い冷凍野菜輸入量について、1990年から1999年の10年間を例にすると、総輸入量が35万tから77万tへと増加しているなか、同国産は4万tから30万tへと増加しており、増加分の半分以上を占めた。この結果、国産と中国産のシェアは同期間にかけて7:3から2:8へと激変した。それゆえ、この担い手である日本の農産物開発輸入業者に関する研究は、単に輸入野菜に関する研究を深く掘り下げるものとして、そして、生産から消費にわたる一連のシステムの中における川上・川中段階の主体として重要であるという訳ではなく、わが国の農産物市場問題を考察していくうえでも重要である。

また、フードシステム論で論じられているように、「食」と「農」とが大きく乖離した今日、消費者が日々食する食品が、いつ、どこで、誰がどのようにして生産し、加工し、流通させてきたか、全く知らされておらず、「食」と「農」との間には大きなブラックボックスが形成されている。海外産地で原料を生産・加工した輸入加工野菜は、まさにこの典型であり、当該のブラックボックスを解明することによって、事実の背後にあるもの、あるいはその事実がこれからわが国の「食」、農業、食品産業等にもたらすであろうことを察知できると考える。

こうしたなか、各方面で冷凍野菜を対象に農産物開発輸入業者に関する研究が進められている。例えば、この分野について日本農業市場学会でミニシンポジウムが開催される等、

わが国の多方面において活発な研究活動がなされている。しかし、その多くは海外での企業行動やそれを引き起こす外部環境に着目したものがほとんどで、国内の企業行動および国内市場を取りまく環境に着目した成果は極めて少ない。すなわち、農産物開発輸入業者の活動範囲は、海外で商品を生産・輸入し、それを国内の顧客に販売するまでであるので、既存研究の成果では、その半分にしか焦点が当たっていないのである。いうまでもなく、これらは同主体の企業行動の全体像を解明するうえで、当然、必要不可欠なものである。

2. 研究の目的

フードシステム論に関する研究成果において、川下側優位の主体間関係が構築されていることが解明されており、冷凍野菜開発輸入業者の主要な販路である食品卸売業者の動向は、川上側の冷凍野菜開発輸入業者の企業行動に対して大きな影響を与えようと考えられる。

そこで、本研究では食品卸売業者の今日的動向を解明したうえで、その動向から冷凍野菜開発輸入業者は国内でどのような影響を受けているのか、また、その影響を受けて海外および国内においてどのような企業行動をとることによって対応しているのかを解明したい。具体的には次のとおりである。

第1は、食品卸売業界の今日的動向についてである。これについては、大規模食品卸売業者の系列化と中小規模食品卸売業者の淘汰および仕入コスト削減を目的とした生き残り策を取り上げる。なお、本研究では全国展開するのではなく、地域を重視しながら営業をし、なおかつその地域において一番手の規模となっている中規模の食品卸売業者に特に焦点を当てる。それは、こうした存在の企業が有益な戦略を講じることができていなければ、そこから商品を購入する地域内の実需者とともに淘汰される可能性が高く、ひいては食品業界の構造にも影響が発生すると考えたからである。

第2は、第1であげた食品卸売業者の今日的動向が冷凍野菜開発輸入業者に与える影響についてである。このことについては、中小規模食品卸売業者が淘汰される一方でみられる買い手の交渉力の拡大が冷凍野菜開発輸入業者の経営面にどのような影響を与えているのかを取り上げる。

第3は、第2であげた影響を受けて、冷凍野菜開発輸入業者は、どのような対応策を講じているのかについてである。ここでは、買い手の交渉力の増大を受けて、冷凍野菜開発輸入業者は利益を確保するべく、国内外でどのような戦略を講じているのか、また、中小規模食品卸売業者の倒産の動向を受けて、冷凍野菜開発輸入業者はどのような対応策を講じているのかの2点に焦点を当てたい。

3. 研究の方法

本研究では、冷凍野菜開発輸入業者の海外での企業行動と当該分野において未着手であった国内での企業行動の両方を、業界を取り巻く外部環境を踏まえながら分析対象としていること、そして、これまで先行研究では全くと言って良いほど調査がなされてこなかった民間の食品卸売業者を対象に、あまり公表されてこなかった詳細な企業データ、ヒアリング結果、政府関連資料、統計資料を用いて実証を試みている点に独創性および先駆性がある。なお、本研究では、事例企業の位置づけを行ったうえで、事例分析を行い、成果の一般化を試みているが、対象とした企業は多数存在することから、ここでは割愛するので、公表している各成果から確認されたい。

4. 研究成果

上述の3つの課題に関して、次の(1)から(3)の成果を得た。また、本研究の論旨には直接的に関与しないが、フードシステム論的な視点から、冷凍野菜開発輸入業者に関連する主体にも焦点を当て、各業界における構造変化の状況や企業行動等を解明したものを(4)に、そして総括を(5)に示す。

(1) 食品卸売業界の今日的動向

大規模卸売業者の系列化

日本食糧新聞社『食糧年鑑』2007年度版によると、大手のコンビニエンスストア(以下、CVS)、外食企業、量販店を主要な顧客としている卸売業界5位の三井食品(三井物産子会社)が経営不振から同業界首位の国分と業務提携を結ぶといった行動がみられるほか、大手商社系の菱食(三菱商事系列)と日本アクセス(伊藤忠商事系列)では、豊富な資本力を背景に系列化をますます加速し、買手としての交渉力の拡大をもって仕入コストの削減を図るとともに、売手としても交渉力の拡大を図っている。例えば、菱食は2006年にオールワイフードサービスの内部合併を行っている。また、日本アクセスと西野商事も同年に経営統合がなされている。なお、三井食品

が大手商社系列であるにもかかわらず、系列化を進めることができないのは、業績悪化が続いており、親会社の三井物産がそれほどまでにバックアップしていないからと推察される。

中小規模食品卸売業者の淘汰

食の安全・安心財団『外食産業統計資料集』をもとに、中小規模食品卸売業者が主要な販路としている集団給食市場の推移と競合するCVS市場(大手商社系列の食品卸売業者が主な顧客としている)の推移を分析したところ、2000年以降、CVS市場が規模拡大する一方で、集団給食市場が縮小している。とりわけ、事業所給食市場において顕著であり、2,000億円以上も縮小している。この規模は、集団給食市場を販路とする業務用食材卸売業者の最大手であるトーホーの年間売上額よりも大きいことから、その程度の高さが窺える。こうしたなか、工業統計をもとに、規模別にみた食料品卸売業者の動向を捉えた結果、中小規模の業者が減少している。また、中小企業庁のホームページから倒産企業の理由を調べたところ、販売不振が60%以上と、最も高い割合を示していることを踏まえると、食料品卸売業者も同様の理由によって中小規模を中心に淘汰が進んでいると判断される。

中小規模食品卸売業者の生き残り策

本研究の事例企業である業務用食材卸の野口食品は、商圏が直接バッティングしない同等規模の関東の独立系食品卸売業者4社と1997年に共同で仕入会社の国際食品流通同友会I.F.A.社(以下、IFA)を設立した。これは、スケールメリットの発揮による仕入コスト削減を主たる目的としたことである。5社の内訳は、横浜市を地盤とする野口食品(約80億円)、茨城県を地盤とするウルノ商事(約80億円)、群馬県を地盤とする関東食品(約85億円)、静岡県を地盤とするコーゲツ(約75億円)、東京都区内を地盤とする大京食品(約100億円)である。これら5社は各地域の業務用食材卸として最も大きい規模にあり、売上を合計すると420億円となる。これは業務用卸売業界5位の久世(食品卸売業全体としても2007年において59位)に匹敵する規模となる。

(2) 冷凍野菜開発輸入業者に与える影響

本研究では、中小規模食品卸売業者の淘汰の一方でみられる買い手の交渉力の拡大が冷凍野菜開発輸入業者の販売価格にどのような影響を与えているのかについてIFAを事例に

考察を行った。ヒアリング調査の結果、ボリュームディスカウントを背景としたリバース・オークションを導入することによって、IFA が一定のマージンを得るシステムとなっているものの、加盟企業は取引の対象となった商品に関して平均して1割程度の仕入コストを削減することに成功しており、商品によっては3割以上も可能となっている。ちなみに、1割というのは、粗利に相当する水準であり、これは大きな意味を有している。

IFAのような組織は、同業界に複数存在していることから、「卸売業者のグループ化」と位置づけられる。しかし、この現象は業界の規模縮小に伴う商圈のバッティングが発生していること、食品メーカーとのリベート締結の制約といった要因から、業務用食品卸売業者は特定の共同仕入組織に仕入先を集約し、コスト削減を行うといった行動を進展させていない。それゆえ、現状において、仕入価格を1割程度削減することに成功しているものの、これ以上のスケールメリットの発揮が期待できないことから、同対応によるいっそうのコスト削減は困難な状況にある。

(3) 冷凍野菜開発輸入業者の対応策 売掛金未回収問題への対応

冷凍野菜開発輸入業者は、顧客となる中小規模の卸売業者が倒産した際に発生する売掛金の未回収問題を回避するための対策を帝国データバンク等の信用調査企業の機能を活用しながら講じていた。具体的には、新規取引を行う可能性のある企業及び既存顧客の経営状況を把握し、それに応じて与信枠を設定したうえで直接取引を行ったり、帳合取引を行ったりと、多様な取引形態を導入することによってリスクを回避する対策である。集団給食市場をはじめとする顧客の事業縮小のありを受け、業務用食材卸（中小規模食品卸売業者）が淘汰されるなか、この対策が一般的に普及した結果、輸入冷凍野菜を扱う業務用食品卸売業者に関して元々緩やかに形成されていた重層的なチャンネル構造がいっそう深化している（図）。

業界を取り巻く環境変化への対応（中国）

冷凍野菜開発輸入業者は営利を追求する企業であるから、顧客のバイイングパワーの強化に対応するために、海外での製品製造段階においてコスト削減策を進展させていると推察される。ところが、実際には進展しておらず、むしろ輸出価格は上昇傾向にある。

そこで、本研究では沿岸部を中心に行われている中国産冷凍野菜の生産基地を対象にそ

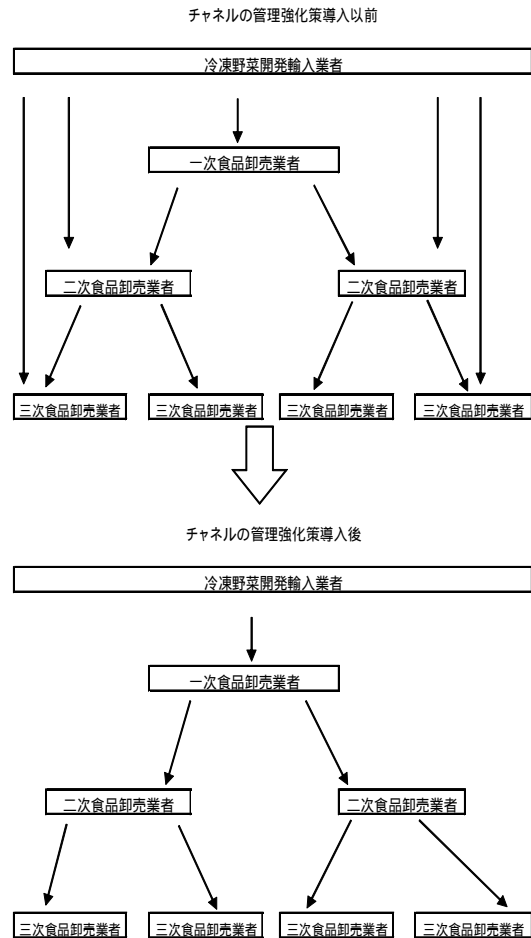


図 食品卸売業者を対象とした輸入冷凍野菜のチャンネル構造の変化

資料：調査結果から作成。

の要因の解明を試みた。統計資料、中国政府機関の資料、中国の冷凍野菜製造企業の内部資料、冷凍野菜開発輸入業者の内部資料をもとに考察した結果、輸出環境が変容していることが原因となっていたことが解明された。すなわち、ポジティブリスト制度導入以降の近年において、中国政府が輸出食品の安全確保に向けて食品テロ防止のための対策も打ち出す等法整備を進めるとともに、従来から講じていた対策についてもその内容をより厳格化させる姿勢をみせていることから、現地の冷凍野菜製造企業および日本の冷凍野菜開発輸入業者もそれに対応せざるを得ず、コストが上昇しているのである。こうした一方で、品目数、件数、そして発生率をみると中国産冷凍野菜の日本での残留農薬違反は2007年から2009年にかけて減少しており、ポジティブリスト制度にみられる日本の検疫検査基準の強化に対して、中国で講じられている官民一体の対策は効果をあげていることが確認された（表1・表2）。

表1 中国産冷凍野菜の残留農薬違反の推移 (単位:件)

品目名	冷凍野菜			
	02年	04年	07年	09年
赤ピーマン			1	2
アスパラガス			2	1
いちご		1		
いんげん			4	1
えだまめ	8		2	
エリンギ				
大粒落花生				
おおば				
からし菜			1	
カリフラワー	2			
きくらげ			1	
きぬさや		1		
黄ピーマン				1
ケール				
小粒落花生				
ゴマ				
小松菜			1	
こまつな				1
コリアンダー				
混合野菜			1	1
サイシン				
ささげ				
さやえんどう	3			
しいたけ				
しそ				
シソの葉				
しゅんぎく	12	1		
しょうが			8	
スナップエンドウ	1			
にら				
セロリ	1			
ちんげんさい		2	2	
にら	7	1	1	
にんじん			1	1
にんにくの茎			2	
ねぎ			3	1
バクチョイ				
花にら				
パブリカ			1	1
ピーマン			1	2
ブロッコリー				
ほうれんそう	46		2	1
ポテト				1
まつたけ			1	
ミックスベジタブル			1	
もろへいや	1	1		
ライチ		7		1
わけぎ				2
わさび				
品目合計	9	7	19	14
件数数合計	81	14	36	17

資料：輸入監視課HPより作成。

表2 中国産冷凍野菜の違反件数の推移

	02年	04年	07年	09年
違反件数	81	14	36	17
輸入量	317	345	389	313
違反率(/) (件/千t)	3.9	24.6	10.8	18.4

資料：輸入監視課HPおよび農畜産業振興機構「ベジ探」より作成。

(4) 冷凍野菜開発輸入業者に関連する主体に関する研究成果

倉庫業者とのパートナーシップ構築

これまでの研究成果において冷凍野菜開発輸入業者と倉庫業者がパートナーシップを構築し、国内物流コストの削減を実施していることを解明したが、なぜ倉庫業者がそのような行動に積極的に乗り出しているかの背景が

未解明であった。調査の結果、近年、冷蔵倉庫業界では構造変化が進んでいることが原因であった。構造変化は、荷主の行動変化による保管料収入の継続的減少、冷蔵倉庫業者間の競争が保管料以外の面にも波及したためである。そして、構造変化の具体的な部分は、中小企業の淘汰と大規模企業の増加、配送業を中心とした新規参入の増加として表れている。

弁当給食業界におけるボランタリーチェーン(VC)チェーン本部の機能

冷凍野菜の主要ユーザーである事業所給食企業のうち、弁当給食VCの国内最大手であるAチェーンへの実態調査を通し、弁当給食業界におけるVC本部の機能を考察した。この結果、VC本部の機能として注目すべき点として、メニュー作成機能、商圏の棲み分け機能がかった。これらの機能は外食産業市場がすでに成熟期を迎え競争が激化しているなか、中小規模の加盟企業が生き残っていくために必要な役割を果たしている。そうしたことから、経営不振にある中小規模の弁当給食企業がVCに加盟するメリットは一定程度あると考えられる。ところが一方で弁当給食を手掛けるVCの国内最大手であるAチェーンも例外ではないように、VCの場合、本部の強制力がそれほど強くないことからRCやFCでは強みとなる大量購入によるコスト削減機能がそれほど発揮されていないという課題が存在していた。

(5) 総括

顧客となる外食産業市場や小売市場の規模縮小を背景に、今日、食品卸売業界では淘汰(倒産)が進む一方で、バイイングパワー強化のための対策が進展している。例えば、大規模では系列化を進展させ、また中規模ではグループ化を進展させている。これらの対策は中規模の事例であっても平均して約1割程度の値下げに成功している。

こうしたなか、冷凍野菜開発輸入業者も顧客となる卸売業者の動向を受けて対応策を講じている。国内では倒産による売掛金の未回収問題を回避するべく、信用調査企業の機能を活用しながら、チャネル管理を行う対策が普及した。この結果、輸入冷凍野菜を扱う業務用食品卸売業者に関して元々緩やかに形成されていた重層的なチャネル構造がますます深化した。

なお、冷凍野菜開発輸入業者は営利を追求する企業であるから、顧客のバイイングパワーの強化に対応するために、海外での製品製

造段階においてコスト削減策を進展させていると推察されるが、実際には進展していない。それは、輸出環境が変容していることが関係している。すなわち、中国および日本において安全性確保に関する法律が強化されており、コストを削減するどころか、むしろ、安全確保のための対策を深化させることによってコストが上昇する局面にあるからである。

このことを踏まえると、今後、輸入冷凍野菜の安全性はより高い水準で確保されるものの、輸出価格は低下せずに推移していくであろう。

5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計5件)

Masaya Kikuchi and Takuji Tsusaka 「The Reality and the Mechanism of the Ongoing Structural Transformation Occurring in the Refrigerated Warehouses Industry」日本農業市場学会『農業市場研究』査読有、第20巻第1号、2011年、50-60頁。

菊地昌弥「業務用食品卸売業者の仕入コスト削減への対応と課題」日本農業市場学会『農業市場研究』査読有、第20巻第1号、2011年、61-67頁。

菊地昌弥「上海市における日系野菜製造企業の販売戦略」日本農業市場学会『農業市場研究』査読有、第19号第4号、2011年、68-74頁。

菊地昌弥「国内冷凍野菜製造業者と冷凍野菜開発輸入業者の連携に関する考察」日本フードシステム学会『フードシステム研究』査読有、第15巻3号、2008年、25-38頁。

菊地昌弥「冷凍野菜開発輸入業者におけるチャネルの管理強化策とその影響」日本農業市場学会『農業市場研究』査読有、第17巻第2号、2008年、15-25頁。

菊地昌弥「弁当給食業界におけるボランティアチェーンチェーン本部の機能」日本農業市場学会『農業市場研究』査読有、第17巻第2号、2008年、67-73頁。

[学会発表](計4件)

菊地昌弥「外食企業におけるボランティアチェーンの機能 - 弁当給食企業の事例 -」2008年度日本農業市場学会大会個別報告、於東京農業大学

菊地昌弥「冷蔵倉庫業界における機能の多様化の進展」2009年度日本農業市場学会大会個別報告、於三重大学

菊地昌弥「業務用卸売業者の仕入コスト削減への対応と課題」2010年度日本農業市場

学会大会個別報告、於北海道大学
菊地昌弥「上海市における日系野菜製造企業の販売戦略」2010年度日本農業市場学会大会個別報告、於北海道大学

[図書](計1件)

菊地昌弥、農林統計協会『冷凍野菜の開発輸入とマーケティング戦略』2008年、177頁。

[その他]

ホームページ等

http://dbs.nodai.ac.jp/html/53_ja.html

6. 研究組織

(1)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・助教

研究者番号：30445689

(2)研究分担者

無

(3)連携研究者

無