

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 2 5 年 5 月 1 7 日現在

機関番号：10101
 研究種目：基盤研究（C）
 研究期間：2010～2012
 課題番号：22580230
 研究課題名（和文）小売業地域寡占下の青果物流通再編に関する実証的研究
 研究課題名（英文）A Research Study on the Reorganization of Fruit and Vegetable Distribution under the Oligopolistic Trend in the Regional Retail Stage
 研究代表者
 坂爪 浩史（SAKAZUME HIROSHI）
 北海道大学・大学院農学研究院・准教授
 研究者番号：80258665

研究成果の概要（和文）：本研究ではまず、小売業の地域寡占度は各地域とも大幅に上昇し、上位 3 社系列で 25% 程度に達していること、その要因がチェーンスーパーの店舗展開ならびに企業統合によることを明らかにした。そしてチェーンスーパーの青果物調達方式を分析し、一方ではチェーン規模の拡大にともなって市場外仕入れが増大し、他方では地産地消対応のため、店舗展開エリアを細分化し、各地区ごとに地場市場からの仕入れを重視していることを明らかにした。

研究成果の概要（英文）：First this study clarified that concentration ratio of the top 3 retail groups in each region became much higher to approximately 25 % because of the expansion of store networks and mergers. Secondly, fruit and vegetable procurement systems of supermarket chains are made clear as follows: On the one hand, these chains increase direct purchase from producing areas due to their upgraded powers for procurement. On the other hand, these chains divide their wider business regions into several areas and purchase local produces by area.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2011年度	900,000	270,000	1,170,000
2012年度	900,000	270,000	1,170,000
年度			
年度			
総計	2,800,000	840,000	3,640,000

研究分野：農学

科研費の分科・細目：農業経済学、農業経済学

キーワード：農業市場学、マーケティング、青果物流通、小売業地域寡占化、チェーンスーパー、卸売市場

1. 研究開始当初の背景

日本の生鮮食品小売段階は、スーパーマーケットや地域生協などがチェー

ン展開することによって、それまでの零細な専門小売店を主体とするものから大きく変貌を遂げた。しかし、小売段階における大手小売業のシェアは上

位10社で約12%と低い水準にあるといえる。こうした寡占度の低さが、チェーンスーパーに、片務的な取引を進めつつも、卸売市場利用を重視する調達行動を採らせる背景とされてきた。

しかし、出店規制の緩和や企業統合等によって、各地域ごとにみた寡占度は近年、急速に上昇しつつある。こうした地域寡占化の進展は、生産と消費の地域性が比較的強く残っている生鮮食品の流通にとっては大きな影響を与えていると想定される。

2. 研究の目的

本研究の目的は、チェーンスーパーの青果物調達方式の分析を中心に据え、これら小売企業の成長を起点とした食品小売業地域寡占化の下における青果物流通再編の動向について、実証的に明らかにすることである。

3. 研究の方法

(1) 小売業地域寡占化に関する統計整理

日本の各地域におけるチェーンスーパー上位企業のシェアを時系列的に整理し、地域寡占化の状況を明らかにする。

(2) チェーンスーパーによる青果物調達方式の解明

各地域の主要チェーンスーパーを訪問し、①沿革と概要、②出店・販売戦略、③調達戦略、④商品開発と調達経路、⑤直売所型売場、の諸点について聞き取り調査を実施する。これらを総合し、チェーンスーパーによる青果物調達の特徴を明らかにする。

(3) 小売業地域寡占化による青果物流通への影響

小売業地域寡占化の状況ならびにその体现者であるチェーンスーパーの青果物調達方式の特徴を総合的に分析し、青果物流通への影響を明らかにする。

4. 研究成果

(1) 地域における小売業寡占化の深化

図1は北海道、東北、中四国の各地域における上位小売企業3社系列（スーパーに限定、系列企業を含む）のシェアの推移をみたものである。分母はスーパーの他、食料品店や衣料品店も含んだ地域全体の小売業販売高となっている。

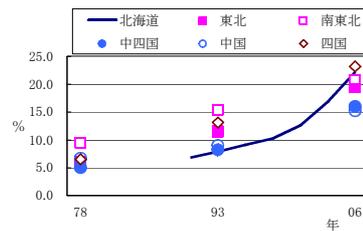


図1 地域における量販店上位3社系列のシェア

資料：経済産業省『商業統計表』、帝国データバンク『北海道内スーパーストア売上高ランキング』、日本経済新聞社『流通経済の手引き』、商業界『日本スーパー名鑑』各年次版。
注：CR(上位企業集中度)は、全小売販売高のうち、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り小売業、飲食料品小売業の小計値を分母にして算出。

同図によれば、1978年時点では、各地域とも5～10%程度であったが、その後傾向的に上昇し、2006年には15～23%に達している。2006年の上位3社系列の内訳としては、北海道、中四国はそれぞれナショナルチェーン1社とリージョナルチェーン2社であり、東北はナショナルチェーン2社とローカルチェーン1社となっている。こうしたシェアの上昇（地域寡占化）は、各社自身による多店舗展開によるものと、他チェーンの買収や経営統合の両面から進展してきたものである。周知の通り、2006年以降もチェーンスーパー

一の経営統合、系列化は加速的に進展しており、上位3社系列のシェアがさらに高い値となっていることは確実である。

(2) 量販店の青果物仕入れ戦略

① 統一仕入れと分散仕入れ

こうして形成されてきた広域チェーンのうち、各地域に基盤をおく主要なチェーンスーパーの青果物仕入れ戦略は、端的にいえば、全国商材（遠隔地からの大ロットでの調達品）ならびに輸入商材についての統一管理、統一仕入れと、地場産品についての徹底した分散仕入れ（現地調達）の両輪から構成されている。以下、具体的にみていこう。

各チェーンの青果物仕入れ状況を集計して示したのが表1である。これによれば、チェーンスーパーの卸売市場仕入れ割合は60～75%であり、決して低い水準ではない。ただ、各社が店舗を展開する地域内の卸売市場からの仕入れは、全体の50～70%程度であり、残りの10%程度はその他の、つまり地域外の卸売市場からの仕入れとなっている。

表1 チェーンスーパーの青果物調達先

所在地	企業数	卸売市場		卸売市場外
		地域内	その他	
北海道	2	61	51	10
南東北	4	75	70	5
中四国	4	70	56	14

資料:各社に対する聞き取り調査(2008～11年)。

地域外の卸売市場としては、2種類ある。ひとつは東京・大阪の中央卸売市場である（もちろん、中央拠点市場に指定されている）。両市場からの仕入れの多くは商物分離取引で産地出荷団体から量販店の配送センターに直送されており、また産地との情報交換も

事前に密に行われていることから、量販店の多くは産直の一形態と認識している。

もうひとつは、長野など大規模な野菜産地を周辺に抱える卸売市場を産地市場的に利用するものである。内容としては、周辺産地の系統外農家の個人出荷を背景とした低価格品の調達の場合と、当該卸売市場の業者による開発商品の調達の場合の2種類を含んでいる。

量販店各社では、これら1割程度の地域外卸売市場からの調達と3割程度ある市場外仕入れ、合わせて4割程度の青果物を本部管轄とし、一括仕入れ、一括配送の仕組みを構築している。

なお、チェーン規模が拡大するのにもなると、拠点的に利用してきた中核地区の卸売市場についても、次第に地場産品の仕入れに限定されていき、遠隔産地の青果物については産直ないし東京・大阪市場からの調達に置換される傾向がある。

こうした卸売市場の使い分けの状況について模式的に示したものが図2である。量販店は多くの店舗が集中し、本部の所在する中核地区（同図網掛け部分）に配送センターを整備し、広域配送の拠点としている。配送センターに持ち込まれるのは主として、先に本部管轄と説明した遠隔産地からの産直品、東京・大阪など域外の卸売市場からの調達品、それに中核地区にある卸売市場で仕入れた青果物である。

その一方で、量販店は近接する10前後の店舗ごとにグループ化(地区分け)し、エリアバイヤーを配置するなどして、それぞれ独自調達(エリア調達)を行わせている。エリア調達の基本は消費者の地場産指向に対応した地場産品の調達であるが、その他にも、本部

一括仕入れにともなう調達価格の高騰を回避するため、遠隔地産品を分散的に仕入れることもある。

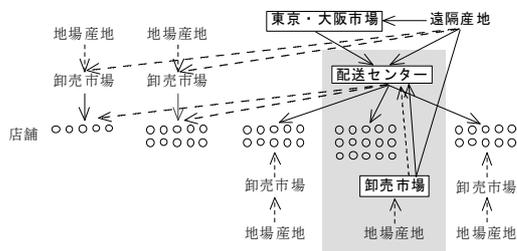


図2 広域に展開する量販店の青果物調達・配送パターン

資料：著者作成。

さらに、本部や配送センターから距離の離れた地区については、店舗密度の低さも合わさって配送効率が落ちるため、地場産品のみならず、遠隔産地の青果物についても地区内の卸売市場からの調達で代替する傾向がある。

いずれにしても、量販店各社は定期的にバイヤー会議をもち、エリア調達する場合の品質、価格面の目揃えを行い、取扱商品の統一性の維持、向上を図っている。

②エリア仕入れの実相

こうした点について、地域内卸売市場からの調達割合を具体的に例示したものが図3である。これは11県にわたって店舗を展開する量販店について、各地区（ここでは県）別に、売上高の割合（横軸）と地元卸売市場からの仕入割合（縦軸）の関係をみたものである。同社はD県発祥であり、同県に本部と配送センターを置くほか、広域展開にともなって遠隔地域（G～K県）を担当する配送センターをH県に設置、運用している（D・H両県で同社が基幹的に利用している卸売市場はいずれも中央拠点市場である）。

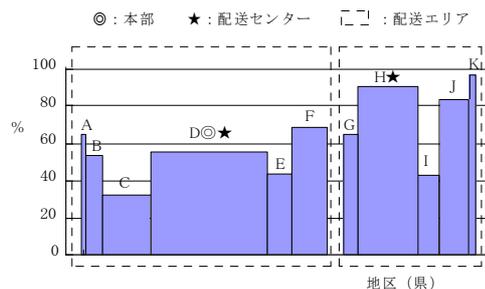


図3 地区別に見た地元卸売市場利用率（野菜）

資料：量販店に対する聞き取り調査。

注：1) 横軸は各地区ごとの販売高の多寡を示す。

2) ある地区の卸売市場から仕入れたものは全量当該地区内に配送されるものとして計算。

同図から分かることは、前掲表1で確認した「地域内卸売市場から6割程度」が、量販店の中核地区の卸売市場（ここではD県内の卸売市場）の重視を意味するものではなく、ということである。確かに、D県内市場の利用率は隣接県（C・E両県）より高く、これら3県という範囲においてはD県内の卸売市場（中央拠点市場）は拠点的に利用されていることが想定されるが、それ以遠の地区（県）においては、むしろD県よりも地区内卸売市場の利用割合は高いことが明らかである。なお遠隔地域（G～K）には配送センターが整備されているが、地域的な消費動向等について十分な情報収集・分析が出来ないため、本部調達の割合が低く、H県内の中央拠点市場に9割方、依存している。

いずれにしても、量販店の本拠地にある中央拠点市場について整理すれば、遠隔産地の青果物は本部直轄のもとで産直ならびに大都市の中央拠点市場、産地市場からの調達とされ、地場産品については各地区ごとの地場産指向によって分権的に調達されるため、次第に当該地区内という狭い領域の店舗群に対する地場産品の調達チャンネルに過ぎない存在へと追い込まれつつあるのである。

(3) 結 論

本研究ではまず、小売業の地域寡占度は各地域とも大幅に上昇し、上位3社系列で25%程度に達していること、その要因がナショナル・リージョナルの両チェーンスーパーの出店ならびに企業統合によることを明らかにした。そしてチェーンスーパーの青果物調達方式を分析し、一方ではチェーン規模の拡大にともなって市場外仕入れが増大し、他方では地産地消対応のため、店舗展開エリアを細分化し、各地区ごとに地場市場からの仕入れを重視していることを明らかにした。

青果物流通の中心的な役割を果たしている卸売市場に即していえば、大都市中央卸売市場（特に東京、大阪市場）がこれらチェーンの市場外仕入れの一角に商物分離取引を活用して食い込む一方で、チェーン本部最寄りの卸売市場については当該エリア担当という限定された役割に留め置かれる傾向が強まっていることが明らかとなった。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計3件）

① SAKAZUME, Hiroshi: Expansion of Retail Store Networks and Procurement Systems of Fruit and Vegetables in Supermarket Chains in the Tohoku Region, *Agricultural Marketing Journal of Japan*, Vol. 22, No. 2, Sep. 2013, in press, 査読有

② 坂爪浩史: 量販店の青果物仕入れ戦略と卸売市場『農業と経済』2012年

12月臨時増刊号、2012年10月、69-75、査読無

③ SAKAZUME, Hiroshi: Formation of Regional Supermarket Chains in Hokkaido and Their Procurement Channels of Fruit and Vegetables, *Agricultural Marketing Journal of Japan*, Vol.20, No1, Jun. 2011, 1-14, 査読有

〔学会発表〕（計2件）

① 坂爪浩史・高梨子文恵: 中四国地域におけるチェーンスーパーの展開と青果物調達システム、日本農業経済学会2012年度大会、九州大学、2012年3月30日

② 坂爪浩史: 東北地方におけるチェーンスーパーの広域展開と青果物調達方式、日本農業市場学会2011年度大会、鹿児島大学、2011年7月3日

〔図書〕（計1件）

① 坂爪浩史: 青果物小売市場、美土路知之・玉真之介・泉谷眞実編『食料・農業市場研究の到達点と展望』筑波書房、2013、104-116

6. 研究組織

(1) 研究代表者

坂爪 浩史 (SAKAZUME HIROSHI)

研究者番号: 80258665

北海道大学・大学院農学研究院・

准教授