

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24年 5月20日現在

機関番号：14501

研究種目：基盤研究（B）

研究期間：2009～2011

課題番号：21380138

研究課題名（和文） 農水産物における垂直的マーケティング・システム形成の態様に関する実証的研究

研究課題名（英文） Empirical Study on the Formation of Vertical Marketing system in Agricultural and Marine Products

研究代表者

小野 雅之（MASAYUKI ONO）

神戸大学・大学院農学研究科・教授

研究者番号：90224279

研究成果の概要（和文）：

本研究では、米、青果物、畜産物、水産物を対象に、流通チャネルの垂直的統合の態様を、垂直的マーケティング・システムの視点から実証的に研究した。その結果、米においては、歴史的な閉鎖的な流通チャネルから開放的流通チャネルへの移行が進むなかで、後方統合型垂直的マーケティング・システムが形成されつつあり、卸売市場を中心とした開放的流通チャネルが形成されている青果物においても、加工・業務用野菜では後方統合型垂直的マーケティング・システムの形成が見られることを明らかにした。他方で、食肉加工企業や水産企業による前方統合型垂直的マーケティング・システムが早期に形成されてきた畜産物や水産物においても、近年、後方統合型垂直的マーケティング・システム形成の動きが現れていることも明らかにした。

研究成果の概要（英文）：

In this study, we study empirically from the perspective of vertical marketing system, the aspect of vertical integration of agricultural and marine products distribution channels. At that time, rice, fruit and vegetables, meat, seafood is the subject of research. As a result, in the form of vertical marketing system, the difference can be seen by the item. Among them, rice and vegetables even in vertical integration of distribution channels was weak historically, that it is seen as a backward integrated vertical marketing system became clear.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2009年度	4,900,000	1,470,000	6,370,000
2010年度	4,600,000	1,380,000	5,980,000
2011年度	4,200,000	1,260,000	5,460,000
年度			
年度			
総計	13,700,000	4,110,000	17,810,000

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：農水産物、垂直的マーケティング・システム、チャネルの開放性・閉鎖性、後方統合、前方統合

1. 研究開始当初の背景

近年の農産物流通の変化の大きな特徴の1

つは、産地の生産・出荷段階、加工段階、外食・中食事業者などフード・サービス段階、

小売段階のいずれにおいても、その経済主体の大規模化が進んできていることである。とくに、小売段階においては、消費不況のなかでスーパーの再編が急速に進み、食品小売業におけるシェアを高めつつある。また、フード・サービス業界においても業界再編が進行するなかで、大規模事業者の業容拡大が進んでいる。このように、元来は事業者数が多く、上位企業のシェアが低い競争的な産業構造を特徴としていたわが国の食品小売業界やフード・サービス業界において、これまでにない大規模な農水産物の需要者・販売者が台頭してきていることが近年の大きな特徴である。

そして、縮小する食市場をめぐる激しい業態間競争と業態内競争のなかで、生産段階、集荷段階、食品製造段階、中間流通（卸売）段階を通したサプライ・チェーンの効率化を図るために、流通チャンネルの垂直的な統合を進めつつあり、川下主導型の農水産物流通システムの形成・深化が進んでいる。

2. 研究の目的

本研究においては、以上のような近年のメガ・バイヤーによるサプライ・チェーンの垂直的統合による川下主導型農水産物流通システムの形成・深化を、一般流通研究の成果に着眼し、農水産物流通における垂直的マーケティング・システムの形成・深化・変容と捉え、その態様を明らかにするとともに、それが農水産物流通に及ぼす影響について検討することを課題とする。

その際に、一口に農水産物と言っても、品目によって異なった流通システムが歴史的に形成されてきたことから、本研究において着眼する垂直的マーケティング・システムの形成に関しても、品目によって異なった態様が見られることが想定される。インテグレーションという形態で流通チャンネルの垂直的統合が早期に進んだ食肉や、大手漁業資本による流通チャンネルの垂直的統合が早期に進んだ水産物に対して、米や青果物ではそのことを特徴とする。しかし、川下におけるメガ・バイヤーの形成、産地間競争のなかでの産地の販売戦略の変化、政策・制度的規制の大幅な緩和・撤廃などの要因によって流通システムが大きく変化するなかで、米や青果物においてもメガ・バイヤーによる流通チャンネルの垂直的統合が進み、垂直的マーケティング・システムが形成されつつあると考えられる。

そこで本研究では、生産の特性や商品性の特性、流通システムに対する政策・制度的規制の強さなどによって、流通チャンネルの垂直的統合が遅れてきた米と青果物を対象に垂直的マーケティング・システムの形成・深化の態様を明らかにするとともに、垂直的マー

ケティング・システムが早期に形成された食肉、水産物におけるその変容の態様を、米、青果物と対比して検討することにより、主要農水産物における垂直的マーケティング・システムの形成・深化・変容の態様と、それが農水産物流通システムに及ぼす影響について検討することを課題とした。

3. 研究の方法

本研究は、農水産物（米、青果物、食肉、水産物）を対象に、垂直的マーケティング・システム形成・深化・変容の態様を理論的かつ実証的に明らかにするとともに、それが農水産物流通システムに及ぼす影響について検討することを目的とした。そこで、本研究の方法は、大きく①既存研究を踏まえた農水産物における垂直的マーケティング・システム形成・深化・変容の態様に関する理論的研究、②理論的研究を踏まえた流通業者（小売業者、フード・ビジネス、中間流通業者）や産地の実態調査に基づく実証的研究、に分けられる。これらの両面からの研究を、3年間の研究期間中に継続的に実施した。また、日本と対比するために、アメリカにおける垂直的マーケティング・システムについても補足的に研究した。

4. 研究成果

(1) 研究の理論的視点

本研究の理論的視点として、商学領域の流通研究におけるチャンネル組織化論、チャンネル統合論の理論的研究成果を踏まえ、生産－中間流通－小売流通の流通チャンネルにおける開放性・閉鎖性の概念と、チャンネル統合における前方統合（より川上の段階から川下の段階への統合）・後方統合（より川下の段階から川上の段階への統合）の概念を用いて、垂直的マーケティング・システム形成の態様を分析することが有効性を持つことを導いた。

(2) 品目別研究成果

①米

米は、食糧管理制度の下で長年にわたって閉鎖的流通チャンネルが形成され、しかも政府によって流通チャンネルが統合されてきた。しかし、食糧法制定以降の流通自由化段階において、政府の役割が交代するとともにチャンネルの開放化が進み、開放的チャンネルへの移行が進んできた。そのなかで流通チャンネルの統合化における大手ナショナル・スーパーやフード・サービス業者の主導性が強まっていることが明らかになった。

他方で、産地においては全農県本部・経済連単位での組織的販売体制が、近年になって弛緩しつつもなお多くの産地において維持されており、実需者ニーズへの対応を進めてきた。なかでも、北海道においては、ホクレ

ン・単協による品質区分の細分化と品別仕分集荷・販売体制を構築している。こうした対応のなかで、実需者と産地との取引関係が契約方式へと進みつつあることが明らかになった。ただし、米価変動による契約的取引の不安定化要因を内在的に抱えている現状では、この取引方式が、コンフリクト調整を踏まえた安定的かつ提携的な関係として形成されるのかについては、課題が残される。

②青果物

卸売市場流通を基本とした青果物においては、伝統的に開放型の流通チャンネルが形成されている。そのなかにあつて、地域段階での寡占化が進みつつあるとともに、リージョナル・スーパーの青果物調達システムが、店舗展開エリアの卸売市場からの仕入れを基本としつつ、産地直接仕入れや東京・大阪の拠点卸売市場を帳合する商物分離取引など調達チャンネルの多様化が進んでいることが明らかになった。

他方で、卸売市場においても、スーパーの調達システムに対応するため、拠点卸売市場と中小規模卸売市場間のネットワークや、中小卸売市場間のネットワーク形成の動きが進んでいることが明らかとなった。

また、増加してきた加工・業務用野菜、なかでもサラダ等の生食用においては、製品差別化戦略や安全・安心を担保する必要性から、国内産地・生産者との取引における関係性を強めてきた。ただし、少品目・小ロットの周年的・安定的調達を特徴とする加工・業務用野菜の調達においては、農協・農業生産法人との直接取引は、主要品目でかつ周年供給力や加工処理能力を農協・農業生産法人が持つ場合に限られており、一般には卸売業者やカット業者など中間流通事業者の介入を必要としていることが明らかとなった。

③畜産物

畜産物においては、大手食肉加工資本による生産段階の垂直的統合が早期に形成され、後方統合型の垂直的マーケティング・システムが今日まで維持されている。また、大手ナショナル・スーパーも、おいしさと低価格を消費者に訴求するために直営牧場や契約・預託生産方式による生産段階の垂直的統合を早期に形成してきたが、さらに近年には安全・安心を消費者に訴求するために生産・流通段階への関与を強めており、後方統合型の垂直的マーケティング・システムがより強まっていることが明らかになった。

④水産物

水産物においては、大手漁業資本による前方統合型の垂直的マーケティング・システムが、市場外流通だけではなく、卸売市場流通

においても卸売業者等への資本参加や系列化によって早期に形成されてきた。他方で、小規模沿岸漁業によって漁獲される水産物を扱う産地市場等は基本的に開放的流通チャンネルであり、垂直的統合の対象とはなっていなかった。しかし、近年になって、大手ナショナル・スーパーやローカル・スーパーのなかで、消費者の鮮魚嗜好に対応した商品差別化のために産地市場との結びつきを強める動きが現れており、後方統合型の垂直的マーケティング・システムの形成が見られるようになってきていることが明らかになった。

⑤アメリカにおける垂直的マーケティング・システム

アメリカにおける青果物流通においては、パッケージ商品化がさらに進展することによって、生鮮食品のグローサリー化、すなわち生鮮食品と加工食品の境界の消失がすすみ、生鮮食品・加工食品を問わず共通の垂直的マーケティング・システムの構築が生じており、それが典型的にはPB商品化という形態で進行しつつあることが明らかになった。その際に、垂直的マーケティング・システム形成の様態は、従来の資本統合型よりも協同的ネットワーク型が選択されていることが明らかになったが、そこに真の提携的な関係性が構築されつつあるのかについては、今後の課題として残された。

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 16 件) (総計 31 件)

- ①岸上光克・藤田武弘, ウメ需給構造の変化と農商工連携の現段階, 農業市場研究, 有, 第 20 巻第 4 号, 2012 (印刷中)
- ②金成學・朴徳乗, 韓国ブローラー産業における「生産契約」の現状と課題—H社の「相対評価方式による生産契約」を中心に—, 農村経済研究, 有, 第 30 巻第 1 号, 2012, 64-73
- ③佐藤和憲, 業務用需要に対応した野菜産地の販売戦略と組織体制, フードシステム研究, 無, 第 18 巻第 1 号, 2011, 41-45, DOI : 10.5874/jfsr.18.41
- ④佐藤和憲, 1990 年代におけるアメリカ青果産業の構造変化, フードシステム研究, 有, 第 17 巻第 4 号, 2011, 283-294, DOI : 10.5874/jfsr.17.283
- ⑤冬木勝仁, 米政策改革と米流通の行方, 地域農業と農協, 無, 第 40 巻第 4 号, 2011, 35-44
- ⑥木立真直, 食品小売市場の再編と小売主導型流通システム—PB商品供給をめぐる関係性を中心に—, 農業市場研究, 有, 第

20 卷第 3 号, 2011, 24-34

- ⑦杉村泰彦, 流通システムの変化と卸売業の再編, 農業市場研究, 有, 第 20 卷第 3 号, 2011, 35-49
- ⑧SAKAZUME, Hiroshi, Formation of Regional Supermarket Chains in Hokkaido and Their Procurement Channels of Fruit and Vegetables, Agricultural Marketing Journal of Japan, 有, Vol. 20, No.1, 2011, 1-14
- ⑨小野雅之, 米の価格動向と流通再編—川下のバイイング・パワーの強まり—, 農業と経済, 無, 第 76 卷第 12 号, 2010, 17-25
- ⑩小森崇史・小野雅之, J A グループによる米トレーサビリティシステム構築の現状と課題—J A 全農京都のトレーサビリティへの取り組みを事例として—, 農業市場研究, 有, 第 19 卷第 2 号, 2010, 34-40
- ⑪副島久美, 水産物における地域団体商標制度の効果と課題—「間人ガニ」を事例に—, 地域漁業研究, 有, 第 50 卷第 3 号, 2010, 13-28
- ⑫木立真直, 食品サプライチェーンの構造転換と産地との協働型ネットワークの課題, 農業と経済, 無, 第 75 卷第 11 号, 2009, 5-14
- ⑬木立真直, 小売主導型食品流通の深化とサプライチェーンの現段階, フードシステム研究, 無, 第 16 卷 2 号, 2009, 31-44
- ⑭小野雅之, J A グループは組合員の販売力強化の要望にどう応えるか—大規模小売業者のバイイング・パワーへの対抗の方向と課題—, 農業と経済, 無, 第 75 卷第 8 号, 2009, 33-40
- ⑮小野雅之, 規制緩和は米流通をどう変えたか, 農業と経済, 無, 第 75 卷第 4 号, 2009, 5-13
- ⑯辻政良・小野雅之, 地方都市小規模卸売市場における地場産農産物の集荷力強化に向けた事業展開と課題—豊岡中央青果地方卸売市場の事業展開を事例として—, 2009 年度日本農業経済学会論文集, 有, 2009 年, 174-181

[学会発表] (計 9 件) (総計 14 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
- ②小池(相原)晴伴, 米系統共販における契約的取引の意義, 日本農業経済学会, 2012 年 3 月 30 日, 九州大学 (福岡県)
- ③木立真直, 食品流通の変貌と卸売市場の課題—スーパーの対応からみた生鮮食品流通の日米比較—, 卸売市場政策研究会, 2012 年 3 月, 東京農工大学
- ④木立真直, 食品小売市場の再編と小売主導

型流通システム, 日本農業市場学会, 2011 年 7 月 2 日, 鹿児島大学

- ⑤杉村泰彦, 流通システムの変化と卸売業の再編, 日本農業市場学会, 2011 年 7 月 2 日, 鹿児島大学
- ⑥小野雅之・堀奈緒美, コンビニエンスストアにおける見切り販売の実態と食品廃棄削減の可能性—加盟店へのアンケート調査を中心に—, 日本農業市場学会 2011 年度大会個別報告, 2011. 7. 3: 鹿児島大学
- ⑦坂爪浩史, 東北地方におけるチェーンスーパーの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
- ⑧小野雅之, 日本における卸売市場の動向と卸売業者の経営問題, 東北アジア農産物市場制度・流通改革フォーラム 2010 年国際シンポジウム, 2010. 11. 19: 台湾
- ⑨木立真直, 小売主導型食品流通の進化とサプライチェーンの現段階, 日本フードシステム学会, 2009 年 6 月 20 日, 東京海洋大学。

[図書] (計 2 件) (総計 7 件)

- ①小野雅之, 地産地消と食育で生産者と消費者を結ぶ食品スーパー大阪・株式会社サンプラザ, 高橋信正編, やっぱりおもしろい! 関西農業, 昭和堂, 2012 年 3 月, 242-254, 昭和堂
- ②杉村泰彦・小糸健太郎, 北海道における地方卸売市場の現況, 酪農学園大学農業経済学科編, 農業政策と地域農業, 酪農学園大学エクステンションセンター, 2011, 153-167

[その他]

ホームページ等 なし

6. 研究組織

(1) 研究代表者

小野 雅之 (MASAYUKI ONO)
神戸大学・大学院農学研究科・教授
研究者番号: 20994279

(2) 研究分担者

小池(相原) 晴伴 (HARUTOMO KOIKE-AIHARA)
酪農学園大学・酪農学部・教授
研究者番号: 70316248

杉村 泰彦 (YASUHIKO SUGIMURA)
酪農学園大学・酪農学部・准教授
研究者番号: 8405662

坂爪 浩史 (HIROSHI SAKAZUME)
北海道大学・大学院農学研究科・准教授
研究者番号: 80258665

佐藤 和憲 (KAZUNORI SATO)
岩手大学・農学部・教授
研究者番号：80355601

冬木 勝仁 (KATSUHITO FUYUKI)
東北大学・大学院農学研究科・准教授
研究者番号：00229105

安部 新一 (SHINICHI ABE)
宮城学院女子大学・学芸学部・教授
研究者番号：30326730

木立 真直 (MANAO KIDACHI)
中央大学・商学部・教授
研究者番号：10224982

藤田 武広 (TAKEHIRO FUJITA)
和歌山大学・観光学部・教授
研究者番号：70244663

矢野 泉 (IZUMI YANO)
広島大学・大学院生物圏科学研究科・准教授
研究者番号：90289265

副島 久美 (HISAMI SOEJIMA)
水産大学校・水産流通経営学科・講師
研究者番号：40455499

中安 章 (AKIRA NAKAYASU)
愛媛大学・農学部・教授
研究者番号：20145064

白武 義治 (YOSHIHARU SHIRATAKE)
佐賀大学・農学部・教授
研究者番号：10192121

細川 允史 (MASASHI HOSOKAWA)
酪農学園大学・酪農学部・教授
研究者番号：70295898
(H21, H22→H23：連携研究者)

(3)連携研究者

金 成學 (SEIGAKU KIN)
山形大学・農学部・教授
研究者番号：90361279
(H21 連携研究者→H22, H23 研究分担者)

呉 軍 (GUN GO)
流通経済大学・経済学部・准教授
研究者番号：30326798
(H21 連携研究者→H22, H23 研究分担者)