

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 6 日現在

機関番号：32636

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23520965

研究課題名(和文) タイの生鮮食品市場と流通機構

研究課題名(英文) Fresh Produce Marketing System in Thailand

研究代表者

遠藤 元 (ENDO, Gen)

大東文化大学・国際関係学部・准教授

研究者番号：30307144

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,600,000円、(間接経費) 780,000円

研究成果の概要(和文)：新興国タイにおける生鮮食品の流通システムの実態を、スーパーマーケットなど小売新業態の台頭の影響に注目しながら研究した。調査は首都のバンコクと生産地のチェンマイで実施した。バンコクでは生鮮食品を取り扱う小売新業態の主要企業各社担当者から、チェンマイでは農業協同組合、生産農家、産地仲買人をはじめとする中間流通業者などから、それぞれ聞き取りした。

その結果、小売新業態の台頭にともない生鮮食品の生産・流過程において、特に多国籍小売企業の影響力が増大しているという「スーパーマーケット革命」仮説に反して、依然として中間流通業者の役割の方が小売新業態各社の役割よりも大きいことが明らかになった。

研究成果の概要(英文)：New overseas retail formats have been entering emerging markets, including Thailand, since the late 1990s. Accordingly, research on transnational retailers' advances into emerging markets have recently flourished. In case studies of Thailand, the specific roles of intermediaries throughout the entire retail and distribution system are commonly overlooked. This study argues that intermediaries continue to play an important role in Thailand's distribution systems, especially in the system of fresh vegetable distribution.

After discussing the key roles of intermediaries in Thailand's vegetable distribution system, this study concludes that because modern retailers' involvement, particularly that of transnational retailers, at the agricultural production stage is still limited in Thailand, they often rely on intermediate distributors, such as local assembling wholesalers, coordinator-type intermediaries, and wholesale markets, for the intermediate distribution process.

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：人文地理学・人文地理学

キーワード：東南アジア タイ 生鮮市場 流通 中間流通 多国籍小売企業 産地仲買人

1. 研究開始当初の背景

1990年代以降、欧米に本社を置く多国籍小売企業が、発展途上国のなかでも経済成長率が相対的に高い、いわゆる「新興国(emerging markets)」への進出を本格化させている。特にスーパーマーケットやハイパーマーケットなどの小売新業態の進出が顕著である。それにともなって、近年、多国籍小売企業による新興国市場への進出に関する研究が盛んになりつつある。これらの研究の多くは、「小売国際化過程」の解明を主たる目的とし、多国籍小売企業は母国市場で標準化に成功した業務システムを進出先市場にどの程度移転し、また進出先市場の事情を踏まえてどの程度適応化を図るかという論点に分析の焦点を当てている。

しかし、受け入れ国の「コンテキスト(文脈)」それ自体の解明を目指す地域研究の立場からみると、これらの研究は次の3点で必ずしも十分ではないと思われる。第1に、受け入れ国の消費市場の構造に対する注意が不十分である。新興国の消費市場は先進国よりも所得格差がはるかに大きいという特徴をもつ。そうした消費市場の特徴は消費行動や小売業の展開にも色濃く影響するはずである。第2に、これらの研究は受け入れ国の流通業界の実態や流通業者の主体的行動を看過している。小売国際化過程研究は、当然ながら主要なアクターとして多国籍小売企業を取り上げる一方、受け入れ国の地場系企業、とりわけ中小流通業者に対する関心は希薄になりがちである。第3に、特に、受け入れ国の中間流通、例えば卸売業の役割に対して、これらの研究は十分な関心を示していない。しかし、小規模な生産者が卓越する状況の下では、中間流通が重要な役割を果たす可能性は否定できない。それは、零細農家が生産の中心を担う農産物の分野で特に当てはまる。

こうした研究状況に鑑みれば、生産段階から販売段階にまで至る「流通システム」の一部として小売業を位置づけることによって、小売業者間の競争関係、すなわち流通の「水平的関係」だけでなく、供給業者・小売業者間の取引関係、すなわち流通の「垂直的關係」も考察の射程に入れる研究が必要となることは明らかである。申請者はこれまで日用品・加工食品・家電の消費市場と流通システムについてタイを事例に研究を積み重ねてきたが、生鮮食品については、先行研究も含めてまだほとんど手つかずの状態にある。そこで本研究では、多国籍小売企業の進出が集中するタイを事例に、生鮮野菜流通の実態、特にそこにおける中間流通業の役割について実証的に論じることとした。

新興国の生鮮食品流通に関する僅かな先行研究のうち、国際的に注目されているのが、欧米の農業経済学者たちによる「スーパーマーケット革命」仮説である。それは、多国籍小売企業が新興国に生鮮食品の調達システムの近代化と現地サプライチェーンの開発を通

じて小売新業態を普及させ、進出先の流通システムを劇的に変容させていると主張する。

しかし、この仮説に基づく事例研究の多くは、多国籍企業の行動に過度に注目するあまり、受け入れ国の流通システムの実態や流通業者、とりわけ中間流通業者の主体的行動を軽視している。

2. 研究の目的

そこで本研究は、多国籍小売企業が集中するタイを事例に、生鮮食品流通の実態、とりわけ流通システム全体における中間流通業の役割を明らかにし、それを踏まえてスーパーマーケットをはじめとする小売新業態が本当に生鮮品流通システムに「革命的变化」をもたらしているかどうかについて実証的に論じることを目的とした。

発展途上国の農産物流通システムにおける中間流通の役割については、すでにいくつかの先行研究が実証的計量分析を行い、中間商人・地主・金貸しによる私的独占、農民搾取という神話とは異なり、伝統的な中間流通業者は主要なアクターとして肯定的な役割をはたしていることを明らかにしている。申請者による予備的調査でも、野菜生産者(農家)は特定の間商人との不利な取引に拘束されているわけではなく、所与の選択肢のなかから自分にとって最も有利な販路を選択していることをすでに観察済みである。

そこで本調査では、中間流通の効率性それ自体を判断する計量的研究ではなく、中間流通業者(intermediaries)が農産物流通システム全体のなかではたす役割、特にスーパーマーケットやハイパーマーケットなど小売新業態の台頭にともなう変化に注目しながら、その実態を定性的に明らかにすることを主たる目的とした。具体的には次の3つが主要論点である。

(1) 多国籍小売企業をはじめとする小売新業態企業は、タイでどのような生鮮食品調達システムを導入してきたか。

(2) 小売新業態各社が調達システムの近代化を進めるなかで、小売新業態企業と中間流通業者(産地仲買人や大規模卸売商など)はどのような取引関係を結んでいるか。

(3) 小売新業態各社が構築しつつある現地サプライチェーンのなかで、生産者と小売各社の間に位置する中間流通業者はどのような役割を果たしているか、またどのような中間流通業者がそのサプライチェーンに参加しているか。

これら3つの論点を検討することを通じて、小売新業態企業は実際のところタイの生鮮食品流通機構をどの程度変容させてつつあるのか、あるいは変容させていないのかを明らかにする。

3. 研究の方法

日本語、英語、タイ語の先行研究を幅広く渉猟したうえで、現地調査を実施する。

(1) 業界の全体像を把握

タイの行政機関において、企業の登記簿と財務諸表、政府の各種統計、報告書などを収集するほか、タイ語ビジネス新聞の記事を幅広く集め、申請者独自のデータベースを作成する。また、農業・協同組合省の地方レベルの事務所（県事務所や郡事務所）をはじめ、商業省や厚生省など関係省庁で生鮮食品流通について聞き取り調査を行う。

(2) 小売新業態各社での聞き取り調査

生鮮食品販売に従事するスーパーマーケット（タイの業界最大手のトップス、日系のイオン）、ハイパーマーケット（業界最大手のテスコ・ロータス）、キャッシュ&キャリア（業界最大手のマクロ）、コンビニエンスストア（業界最大手のセブンイレブン）など小売新業態の大手企業を訪問し、聞き取り調査を実施する。とりわけ、生鮮食品仕入れ部門の責任者にインタビューする。

(3) 生鮮市場・卸売市場での聞き取り調査

在来生鮮市場の運営者および卸売商から、生鮮食品の調達（仕入れ）・物流・保管・販売などに関する聞き取り調査を実施する。調査対象とした生鮮市場は、バンコク首都圏にある事実上の中央卸売市場、パーククロン・タラート、タラート・シー・ムム・ムアン、タラート・タイ、地方都市の中核的卸売市場、タラート・ムアン・マイ、タラート・ワローロットなどである。

(4) 青果物のなかから具体的にいくつかの産品を具体的に選定し、その生産・中間流通・小売の間の取引関係や流通チャンネルに関して、それぞれの担い手に聞き取り調査を実施する。産地レベルについては、換金作物の栽培が盛んなタイ国北部のチェンマイ県を事例に、小規模農家、農業協同組合、大規模農園経営者、産地仲買人、ブローカー、運送業者などを対象にする。

4. 研究成果

研究の結果、おもに次の3点が明らかになった。

(1) 小売新業態大手といえども生鮮野菜の生産段階を主導的にコントロールしているわけではなく、中間流通業者の役割が大きい。そのため、小売各社が商品差別化政策をどれだけ遂行できるかは、中間流通業者に依存しているということになる。小売各社が最も重要な競合相手を生鮮市場だとみなしていることから判断すると、その差別化政策は十分に成功していない可能性が高いと言える。

(2) 大規模農園と中間流通業者、例えば産地仲買人や新たに出現した「調整型仲介業者」は、生産・中間流通過程において「スーパーマーケット革命」仮説が想定しているよりも大きな裁量権を有している。特に、中間流通業者が介在する間取引の場合は、小売新業態が生鮮野菜の生産と中間流通に関与する余地はほとんどない。

(3) 小売新業態の生鮮野菜差別化政策は消

費者に十分アピールできていない可能性がある。それは、野菜販売において、小売新業態が生鮮市場に対する優位性をまだ発揮できていないことからわかる。

したがって、タイの事例研究から判断すると、小売新業態は、地場企業か多国籍企業かにかかわらず、同国の生鮮食品流通機構に対して上記仮説が主張するほどのインパクトをまだもたらしていないと考えられる。そして、この結論は、申請者がこれまで積み重ねてきたタイの日用品・加工食品・家電の消費市場と流通システムに関する研究の成果と整合的である。

本研究は、タイを事例とした生鮮食品流通の詳細な実証研究の成果であり、日本国内にとどまらず、海外におけるこの分野の研究に対して大きな貢献をなし得ると考えられる。申請者は、下記のとおり、研究期間中に国際会議で研究発表を2度行ったほか、英語の学術単著を1冊、英語の学術論文を1本、ともにタイで公刊した。また、現在、流通研究の分野で国際的に著名な英文学術誌、*The International Review of Retail Distribution and Consumer Research* に研究成果の一部を論文として投稿中である。

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1件)

Endo, Gen. 2014. How convenience stores have changed retail and distribution in Thailand: A comparative business history of 7-Eleven stores in Japan and Thailand. *Japanese Studies Journal* (Thammasat University). (印刷中)(査読あり)

[学会発表](計2件)

Endo, Gen. How have convenience stores changed retail and distribution in Thailand?: A comparative business history of 7-Elevens in Japan and Thailand. Thammasat Business School International Conference on 'Siam then, Thailand now: Creating Thai Capitalism during two Eras of Globalization,' July 13-14, 2013, Thammasat University, Bangkok.

Endo, Gen. Key Roles of international distribution in Thailand's retail and distribution system: From a viewpoint of area studies. NUS International Workshop on 'Transnational Retailers and Retail Change in Southeast Asia,' December 13-14, 2013, National University of Singapore, Singapore.

[図書](計1件)

Endo, Gen. 2013. *Diversifying Retail and*

Distribution in Thailand. Chiang Mai:
Silkworm Books, pp.275.

〔産業財産権〕

出願状況（計0件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況（計0件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

遠藤 元 (Endo Gen)

大東文化大学・国際関係学部・准教授

研究者番号：30307144

(2) 研究分担者

なし()

研究者番号：

(3) 連携研究者

なし()

研究者番号：