

日本フードシステム学会

2013 年 4 月発行

FS ニュース・レター 第 48 号

巻頭言

「FCP 産官学連携活動とフード・コミュニケーション勉強会」

2010 年 11 月と 2012 年 11 月の 2 回、フード・コミュニケーション・プロジェクト（略称 FCP）を扱った秋季研究会を開催しました。特に 2 回目の研究会では、FCP をさらに発展させることを目指して、「フード・コミュニケーションの未来」というテーマで議論をしました。以下、その背景とその後の展開を説明させていただきます。

FCP とは、2007 年～08 年に起きた食品事故・偽装によって失墜した「食の信頼」を回復するため、食品事業者がどのように取り組むべきか、基本となる枠組み、具体的な活動手段を開発するプロジェクトです。それは、2008 年度、農林水産省消費・安全局表示・規格課にもうけられたフード・コミュニケーション・プロジェクト・チーム（現在は同省食品産業局食品企業行動室内）によって立ち上げられて、産官連携の協働の活動をベースに、食の信頼回復のための社会技術の開発が進められました。そのコアが「協働の着眼点」、ツールが「展示会・商談会シート」「共通工場監査項目」などです。前者のシートは国内で開催される主要な展示会・商談会のほとんどで利用されています。FCP には現在 1,440 社・団体が参加しています。秋季研究会記録を掲載した「フードシステム研究」第 17 巻 4 号と最近の学会ホームページ、そして FCP ホームページをご覧ください。

筆者は、2010 年から FCP 事務局・参画事業者の協力の下、農林水産政策研究所の研究事業によって FCP を評価する研究を開始しました。研究成果は学会で発表してきましたが、FCP 定例報告会（年 2 回）や FCP 普及・戦略研究会の場でも研究内容の報告をし、食品事業者や行政の方々にフィードバックする活動をしています。

筆者はこの 3 年間の経験から、FCP での産官学連携活動は、日本フードシステム学会の理念「食品産業界、食品行政当局と学者研究者との間で官産学共同の研究を推進する」（会則第 2 条）にまさに合致するという確信を持ちました。そして FCP が生み出した「フード・コミュニケーション（FC）」という社会技術は、信頼問題を超え、食をめぐるさらに深い社会問題を解決するアカデミックな枠組みとなる可能性をもつと予想しています。

そこで FC 研究の確立を目指して、本年 2 月にフードシステム研究者有志の定期的な勉強会を立ち上げました。この勉強会では、FCP に関する食品企業や行政と、学会の研究者をつなげ、産官学協働で研究課題の発見、研究活動の遂行、若手研究者の研修を進めたいと考えています。関心・興味をお持ちになられた方は、ぜひ筆者までご連絡ください。

（東京大学 中嶋康博）

寄稿

特別研究会「JA のフードシステム戦略」の意図

この特別研究会は、JC 総研で 2 年間継続してきた「JA のフードシステム戦略研究会」をベースとして開催され、JC 総研との共同開催の方式をとった。生協は産直をめぐってフードシステム視点での研究が先行してきた。JA もシステム間競争やチェーンをめぐる競争激化の時代に入り、小売主導型流通システムの強まりとともに JA の新たな役割が期待されている。いくつかのフードシステム視点からの課題は、実需者・消費者までのサプライ・バリューチェーンの構築の可能性、ブランド化戦略と管理、新たな投資戦略と統合化戦略、販売事業革新から組織革新へという内容である。以下では、JA の地域における優位性と販売事業と組織革新に限定して説明する。

JA の地域の優位性は、第 1 に地域資源の活用と地域ブランドを繋ぎやすく、地域のイメージを取り込みやすいこと、第 2 に農協が販売事業として確実な成功をとげているのは直売所では、地域拠点としての社会的コミュニティと経済的には 6 次産業化へと繋ぐビジネスモデルという 2 つのベクトルがあり、この 2 側面を統合化する戦略が必要になること、第 3 に JA は自治体等との連携によってプラットフォームづくりに関係しやすく、食品・関連企業との連携が強まってくると、クラスター形成のためのイノベーションが期待できることである。地域再生には、知識の集積と学習、実需者・消費者への価値提案、資源活用と所得の拡大が成果になる。

JA の組織革新は販売事業革新を契機にして展開し、小売主導型流通システムの拡大のなかでのサプライ・バリューチェーンの構築に向けて、組織内の資材―営農指導―販売の関係性を取引先との販売戦略として再編することである。量販店の PB や産地のブランドをベースとして、実需者からのチェーンを構築することである。この関係性を再編することは、産地の粗マージンの拡大になり、収益性の改善になるであろう。食品企業によっては資材でマージンを取り、販売では手数料を取らないケースやその逆もあり、マージンはセットという理解がなされている。

JA の販売事業の革新は、量販店・生協・外食企業等の連携の深化から発生し、特定取引先への投資から農業生産法人の育成までそれぞれの戦略があり、産地サイドからの多くの提案が可能である。流通機能とサービスの移転、価格形成など産地サイドがバリューチェーンを形成する条件が見えるようになったといえよう。部会組織は平等原則が強く作用し、多様な生産者のインセンティブを引き起こしにくかったが、法人化や一部生産者の組織化など、JA に全面的に依存せず、かつ独自の提案力をもつべきであろう。法人化は組織としての責任を負い、ビジネスとして組織の成熟を促進することになる。

なお、この研究会の成果は「JA のフードシステム戦略 (仮)」として農文協から 21 章編成で出版される予定である。

(千葉大学大学院 斎藤修)

寄稿

JAの「営農の復権」

品目横断経営安定対策から戸別所得補償制度へ、さらに人・農地プランまで、めまぐるしく農政の転換が実施されるなかで、生産現場が振り回されないようしっかりした営農スタンスが求められる。JA のお家芸である営農指導は、どちらかといえば、これまで「国の制度の鋳型に身体を合わせる」という他律型の指導が多かったのではないか。「自らの営農の設計図を作り、そこに制度を使いこなしていく」という自律型営農への力点が不足していたのではないか。水田農業ビジョン運動も、助成要件を満たすためのビジョンづくりで終わり、ビジョンが「絵に描いた餅」「仏作って魂入れず」の状態だったところも多いようだ。

昭和 20 年後半、経営不振に陥った農協組織を支援するため「整備促進法」の下で経営再建を図った経過があるが、その時に生まれたのが、予約注文、共同計算、全利用、無条件委託販売、計画取引、実費手数料主義、現金決済の経済事業 7 原則と言われる「整促事業方式」である。食管法も「米は全量農協へ」の流通規制であった。

当時ほとんど均質の営農であった農家は、こうした統制型の平等主義の下にまとまることができ、これを「協同組合事業方式」と言ってきた。しかし、兼業化がすすむ一方で、大規模経営や法人組織が出てきて、農協離れが顕在化してきた。食管法が食糧法に変わり、流通規制がなくなった。生活者のライフスタイルの変化でマーケットも多様化し、大量生産・大量消費の「作れば売れる」時代は終わった。輸入品も含めて農産物過剰基調のなかで価格低迷が続き、内食・中食・外食など食生活の変化を受けてマーケットの展開も多様化している。そうしたなかで、特に青果物など 6 割近くを占める加工・業務用需要に十分対応し切れていないという問題も抱えている。

農家組合員も多様化し、硬直化した画一的な従来型の事業方式では対応しきれなくなってきた。農家からすれば、農協も選択肢の一つになった。オール・オア・ナッシングという全利用主義のパラドックス、「利用しない者が悪い」という排除の論理もみられる。従来型の「経済事業方式」(市場出荷・卸対応中心)は、それに乗る人だけのものになっている。米、青果を含めて農産物が原料のまま、大部分が「商品」となって販売されていない。JA では販売事業と言いながら、それは「販売」でなく、集出荷事業で終わっているといわれるゆえんである。

第 26 回 JA 全国大会議案でも「地域農業戦略の実践」を大きな柱としているが、その実現に向けて「営農の復権」が不可欠である。「復権」とは、過去に戻るのではなく、新しい多様化した時代に対応した新しいビジネスモデル構築に向けた事業革新＝イノベーションでなければならない。

イノベーションは「創造的破壊」があって、次の新しい事業スタイルが形成されえ、時代の変化に対応して再びイノベーションが繰り返される。「創造的破壊」の前提は自己否定とされる。自己否定とは、人格的な否定ではなく、今までの考え方や方法が有効性を失っていることを自覚することである。JA 事業も平等主義と統制型システムでコントロールできた時代は良かったが、生産現場とマーケット双方の多様性を尊重した事業革新が必要である。「営農の復権」には、組織、事業のイノベーションが不可欠なのである。農家組合員との接点で、また、消費者・実需・取引先との接点でイノベーションが具体化されなければ、それはスローガン、「方針(放心)状態」に終わるだけであろう。

(JC 総研 松岡公明)

寄稿

JAと食品企業との提携条件

川下の需要構造の変化はこれまでの生鮮野菜類の流通に大きな変化をもたらしており、JA 生産組織による販売戦略は見直しが求められている。JA 富里村（現富里市）は過去に京浜市場の「草刈り場」と化すなど JA としての生産販売集約力を欠いていたが営農指導により企業との契約栽培を推し進め、その過程で野菜共販組織を JA 主導で育成してきた。このことが後に JA の販売事業の柔軟性を育み、大手食品スーパー各社や加工企業、原料企業などとの契約取引まで発展させている。

これらの販売戦略を支える組合員は 500 名におよぶ主業農家（地域の主業率 43%）の共販組織と原料契約取引や加工・業務用野菜契約取引で育成した組合員が底辺を支え、毎年組合員が取引を自由に選択できるようにした。営農指導と販売事業の連携を強化するため生産組織を主体とする複線型共販体制と JA 指導型販売（組合員公募型の原料企業契約）や食品スーパーとの取引強化（関係の安定）を図るためインショップ取引組織（地場野菜部会）を育成するなど需要変化に対応したサプライチェーンを構築してきた。

平成 22 年度の JA 富里市販売事業取扱額 72 億 2 千万円（平成 10 年度対比 143%）に占める野菜販売取扱額 65 億 9 百万円（野菜・果実比率 90%）その内訳は卸売市場経由取扱額 34 億 6 千万円（市場経由率 53%）とほぼ半分まで減少している。これに対して野菜の直販取引は食品スーパーや加工業務用、原料取引額は 30 億 4 千万円（直販比率 47%）を占めている。直販取引額は平成 10 年 1 億 3 千万円に対して 2,372%と伸びており、取引割合は食品スーパー 6 社のピッキング納品及び生鮮野菜取引が 82%を占めている。

直販取引はバイヤーとの取引交渉がすべて、単品共販品のロット取引では食品スーパーとの関係性が希薄となるため多品目の野菜提案企画が求められる。常に産地情報をバイヤーに流し、バイヤー情報を組合員に伝える。その役割をフロント（販売開発課「直販取引」と販売事業課「卸会社と企業契約取引」）がおこない、営農指導課が生産管理をバックアップすることだと考えます。

直販取引における最大の課題は、販売債権の回収リスク・取引サイト・価格交渉の三点があげられ、次に生産供給管理と品質及び欠品リスクにある。この問題が食品企業等との取引を抑えている。特に JA と生産組織はこれまでの卸会社と系統共販（全農）でサイトおよび債権回収リスクを負うことがなかったが、個別 JA 取引ではすべて負うため内部合議が得られない。また取引先との信頼感を得るには欠品リスクを回避するため組合員に対する意識改革が重要となる。以上のことから JA が販売事業改革を推し進める場合、組合員と JA 役職員の意識改革やリスク対策（販売対策基金 1 億円積立）などそれなりの取り組みが求められることを申し上げたい。

（元 JA 富里市常務理事 仲野隆三）

寄稿

JA における営業活動の革新

農家・農業法人等による量販店や外食企業等との直接取引が増加しているが、農産物販売においては依然として農協（以下、JA）の役割は大きい。とくに、フードシステムにおけるバリュー・サプライチェーンを構築し、そして地域へのメリット還元を図るためには、JA における販売活動の再編・強化が求められることになる。しかし、そうしたチェーン構築において中心的な役割を果たす営業（活動）については、その研究は立ち遅れてきた。本報告では、青果物を主たる対象として、先進的 JA における営業活動の現状（到達点）を、(1)営業の位置づけ、(2)営業体制、(3)営業活動、の視点から分析・整理を試みた。

結果は以下の通りである。

(1)先進事例はいずれも、経営戦略にもとづく活動として、営業を位置づけている。単なる営業の実行ではなく、目的を実現するための手段として捉えているところに共通点がある。

(2)営業体制については、生産体制の編成・再編を能動的に行うとともに、販売面では営農指導員が重要な役割を果たし、営農指導と販売との部門間連携が図られている。それまでの卸売市場出荷を前提とした「標準品」においては生産面での編成・再編はさほど必要とはされないが、「オーダー品」（例えば、PB 商品や業務用商品）においては、その編成・再編が必要となり、「対内営業」がとりわけ重要となる。なお、県域 JA（例、全農いばらぎ・VF 事業）における営業体制では、単協における生産面での編成・再編をカバー（農業法人対策等）することに、その革新性がある。

(3)顧客の開拓と関係管理を担う営業活動においては、「相互作用」型のマーケティングが展開され、さらには特定業者との取引関係のなかで、物的基盤や技術などへの投資を通じた組織間関係を強化する行動がとられている。そしてこのことにより、顧客からの様々な実需情報を得るなどして産地内の経営資源として蓄積している。そしてまた、その経営資源より JA によるマーケティング活動のさらなる展開が支えられている。つまり「関係の資産化」を図っていることに特徴がある。なお、県域 JA においては、商品ラインの広さと、拡張商品（パッケージング、物流等）づくりを意識した投資が、その営業活動の特徴として指摘できる。

(4)青果物販売の不振を背景に、多くの JA で営業に対する関心が高まっている。しかし、単に販売担当者を組織内に配置するだけでは、JA の営業活動は進展しない。JA における営業革新への最大の課題は、これまでの販売事業改革においては見落とされがちであった「対内営業」としての営農指導機能の強化にある。TAC 活動を含め、営農指導機能として、「生産者、法人の JA との関係性」、さらには「販売対応力」の 2 つの視点から、その評価と強化を図るためのマネジメントが求められている。

(新潟大学 清野誠喜)

図書紹介

Food Consumption – Empirical Studies of Japanese Dietary –
Edited by Kozo Sasaki

本書は、文部省科学研究費「多様な食ベクトルを捉える需要分析の新展開」(研究代表は本書の編著者・佐々木康三)による研究成果を加筆修正して取りまとめたものです。昨今の多様な食需要のベクトルを捉えるに相応しい方法を開発し、そしてこれを明らかにすることを目的とした研究の成果です。我が国の近年の食料需要・消費と消費者行動の内外の研究をレビューしつつ、消費行動、主婦の就業形態等の特性や安全・安心の訴求、資源・環境への関心の高まりと、米を中心とする食生活パターンや品目間・品質間代替性等との関係、その変遷等を論じており、日本の食料消費行動に関する包括的な分析となっています。

食料消費行動の研究は、戦後のわが国の経済学を先導する形で発展してきました。これらの研究成果を、一冊の英文書籍としてまとめておきたいという意向から本書は公刊されました。本書によって、近年の我が国の多様化した食料消費の姿とともに、この分野の豊富な研究蓄積を多くの人に知っていただければ幸いです。

以下、各章のタイトルと執筆者を紹介します。

I 部 新しい消費分析 / Frontier of Demand Analysis

1. Recent Development in Food Demand Analysis in Japan (松田敏信) / 2. Consumption Behavior of Japanese Agricultural Households : Analysis of an Almost Ideal Demand System (佐々木康三) / 3. Labor-Force Participation of Women and Food Consumption of Households (草薙仁) / 4. Food Demand and Outsourcing of Household Work (茂野隆一) / 5. A Generalized Rank-3 Demand System Nesting the AIDS and Translog Models (松田敏信) / 6. Bayesian Inference of the Rotterdam Model under the Different Conditions (三枝義清) /

II 部 中長期的需要動向分析 / Recent Trend of Japanese Food Industry and Food Consumption

7. Household Food Expenditures and the Growth of Japanese Food Industries during the periods of 1985-1995 (藤田夏樹, 塚田和也) / 8. Eco-Label Certification as a Product Attribute: Information Availability and Consumer Behavior (永木正和, 松島華恵) / 9. A Simulation Analysis of the Influence on Japanese Industries Due to the Import of Farm Products and Processed Foods (上路利雄) / 10. Perceived Total Demand Elasticities in a Product-Differentiated Oligopolistic Market : A Generalized Bertrand Model (木下順子, 鈴木宣弘, Harry M. Kaiser) / 11. An Econometric Analysis of Japanese Consumer Preferences for HACCP and Eco-Labeled Milk (岩本博幸, 佐藤和夫, 山本康貴) / 12. Food Consumption and Information on Food Safety-An analysis of the food poisoning outbreak caused by a major dairy products market (氏家清和) / 13. Structural change and the Japanese household demand for fresh meat in the 1990s (澤田学) / 14. Ethics of Dietary (長谷部正) / 15. Water consumption and Dietary as a Culture : A Comparison between Japan and Western Europe (石田正昭)

(筑波大学 茂野隆一)

事務局通信

◆2013年度日本フードシステム学会大会について

2013年度日本フードシステム学会大会は、2013年6月15日(土)、16日(日)に筑波大学にて開催いたします。会員外の方々もお誘いの上、多数の皆さんのご参集をお待ちしております。また、2013年度大会の参加申し込みを受け付けています。大会に参加される方は学会ホームページにて5月8日(水)正午までに申し込みを行って下さい。

大会での個別報告の希望者は、学会ホームページでの参加申し込み後、報告要旨を所定の様式にて、5月8日(水)正午までに、fs-houkoku13@ml.affrc.go.jpに提出して下さい。なお、提出後の報告要旨の差し替えはできませんのでご注意ください。

◆メールアドレス登録のお願い

事務局では、引き続きメールアドレスの登録を受け付けております。皆様の周りに当学会の会員で、学会からのメールニュースが届いていないという方がいらっしゃいましたら、学会事務局(office_fsraj@ml.affrc.go.jp)までご連絡を頂きたい旨お知らせ下さいますようお願い申し上げます。

(竹下)

編集後記

本号では、2012年12月8日に東京大学農学部で開催された特別研究会「JAのフードシステム戦略」を特集してお届けします。消費者ニーズの変化と流通機構の変貌に対応するため、JAの販売事業は生産から消費にいたるトータルなフードシステムの視点に立った戦略への再編が迫られています。本研究会は、こうした状況を踏まえてJAのフードシステム戦略のあり方を多面的に検討することを目的に開催されました。研究会では、当会会員はもとより、JA関係者、行政、一般参加者などの多数の参加を得て、活発な討議が行われました。

(茂野)

FSニュース・レター 第48号 2013年4月10日発行

発行 日本フードシステム学会事務局

〒252-0880 神奈川県藤沢市亀井野1866

日本大学生物資源科学部食品ビジネス学科

TEL・FAX : 0466-84-3409・3402

E-mail : office_fsraj@ml.affrc.go.jp