

# 食品産業の構造と担い手の対応行動

SMの商品化対応や卸売市場流通再編の動きを起点に現代の流通・取引問題を考える

やまもと なおとし

教授 **山本 尚俊** (食品産業研究室)

E-mail [naotoshi.yamamoto@setsunan.ac.jp](mailto:naotoshi.yamamoto@setsunan.ac.jp)

**キーワード** SMの水産物マーチャндаイジング 販売ロスと機会ロス  
 取引主体間の関係 卸売市場制度改革



## 研究概要

### 背景

- 一次産品の中でも水産物の生産・消費は、養殖物を含め天然資源採捕への依存が強く、当該資源の再生産力を上回る利用は資源悪化・枯渇を誘発します。
- 他方、国内の水産物消費は「魚離れ」や「加齢効果喪失」など少子高齢化を伴う人口減少と相まって市場規模の縮小が顕著です。
- こうした中、我々の主な水産物購入先であるスーパーマーケット(SM)は既存店ベース売上高の減収に直面し、同業者間の競争が強まる中で商品化戦略(販売・機会両ロス抑制含む)の見直しが進みます。
- SMの対応・行動の見直しは、その仕入先となる中間流通業者や生産者との関係をも変化させるなど流通・取引、価格形成のあり方にも影響を及ぼします。

### 目的

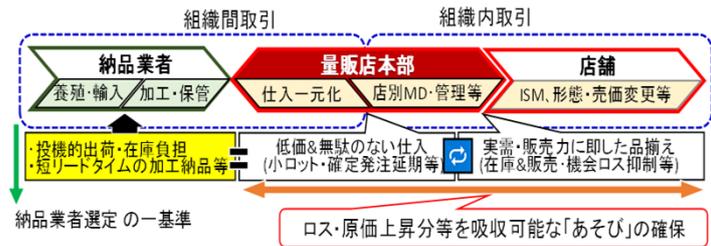
- 特に販売・機会両ロスの抑制対応に注目し、SMの商品化戦略の枠組み・特徴を明らかにします。
- 上記対応行動と、中間流通再編(約1世紀の歴史を持つ日本型食品流通制度=卸売市場流通の現代的意義を含め)との関係を考えます。
- 現代の食品流通のあるべき姿を探究します。

### 主な成果

- 漁協とSMによる取引チャンネルの認知・評価の解明。
- 卸売市場制度改革の評価・含意、課題の検証。

### 連携への展望

**【生産者、食品産業(卸・小売・外食)、自治体等との連携】**  
 生産・流通(川中・川下)・消費の各段階の担い手が直面する問題・課題について、情報共有しながら一緒に考え、経営の持続安定や産業・地域振興に少しでも寄与できればと考えております。



SMの組織内・組織間関係(マグロ商品化の検討)



写真上: 電鉄系食品SMの水産売場(神奈川・川崎市)  
 写真下: 豊洲市場のマグロのセリ場(東京・江東区)



### アピールポイント

フードシステムの各担い手の行動論理を理解すること、それが流通・取引の再編メカニズムや内在する問題の把握・解決に不可欠な要素と考えています。