



Title	韓国外食企業による青果物調達構造の再編とその論理 [論文内容及び審査の要旨]
Author(s)	朱, 在昌
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(農学)
Dissertation Number	甲第12703号
Issue Date	2017-03-23
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/65645
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.1/jp/
Type	doctoral thesis
File Information	Joo_Jaechang_abstract.pdf, 論文内容の要旨



学 位 論 文 内 容 の 要 旨

博士の専攻分野の名称： 博 士（農学）

氏名 朱 在昌

学 位 論 文 題 名

韓国外食企業による青果物調達構造の再編とその論理

近年、韓国においては経済活動への女性の参加が持続的に増加し、国民の所得水準が高くなることによって外食に対する消費支出も増加している。2014 年の時点で外食産業の市場規模は 83 兆ウォンに迫っており、年平均 6.9% 増加している。このうち、外食フランチャイズ企業は 33 兆 7,000 億ウォンで約 35%を占めている。このような外食産業の成長と食の外部化の進展は、一時的・経過的なものではなく、単身世帯の増加や食の簡便化志向の高まり等の動きに伴ったものであり、韓国の産地においても、家庭消費用に加え、加工・業務用需要への対応の重要性を増している。しかし、韓国における外食産業に対する研究は主に食品産業に対する研究の一部として行われており、これらは外食産業の現況説明および中・小飲食店や食材流通業者を対象としたものが多い。そのため、韓国の外食産業の成長による青果物流通構造そのものの在り方や今後の動向を展望する上で、外食企業による青果物調達構造の特徴について分析する必要がある。そこで本論文では、韓国の事例を中心に、外食企業による青果物調達構造の再編とその論理を明らかにする。課題に接近するため、次のような構成を取る。

第1章では、各種統計資料を用い、韓国における食品消費構造の変化とともに、外食産業の構造と概況を整理し、続いて外食フランチャイズ企業の動向について検討する。第2章では、外食産業の成長を主導している大型外食フランチャイズ企業の観点からの青果物調達行動の特徴とその再編過程を明らかにする。続いて第3章・第4章・第5章では、前章において明らかとなる外食企業の調達経路、すなわち、卸売市場(仲卸業者)、農協・営農組合法人、納入業者のそれぞれの販売・調達行動に焦点を当てて特徴を分析する。終章では、各章の要約を行った上で、韓国外食企業による青果物調達構造の再編とその論理について考察し、今後の動向について展望する。分析の結果は以下の通りである。

第1章では、韓国における外食産業成長の背景と外食フランチャイズ企業の動向を把握し、韓国においては国民所得の増加と食の外部化の進展によって外食産業は成長しており、外食フランチャイズ企業も持続的な成長とともに大規模化・チェーン化が進んでいることを確認した。

第2章では、大型外食フランチャイズ企業による青果物調達行動の特徴について分析し、外食企業は 2000 年代に入ってから大規模化・チェーン化が進展しており、主力品目の本部調達とバンチャン(韓国の飲食店において注文した料理の前に出てくるキムチ類・ナムルなど)用青果物の加盟店独自調達が並存している。また、外食企業の本部は価格変動のリスクが高い卸売市場からの調達は一部の利用に留まっており、生産者、農協、産地商人からの調達割合を減らし、外食企業が求める青果物を効率的に確保することが可能な納入業者からの調達を中心に再編されていることが明らかになった。

第3章では、卸売市場の動向と外食企業への対応上の特徴について分析し、外食企業は多様な調達経路を取っており、卸売市場からの青果物調達は価格変動に伴う発注量の変動が見られる。そのため、卸売市場の仲卸業者は市場価格の変動に伴うリスクを負担し、なおかつ外食企業が求めている加工機能に対応することが難しいという限界性が存在していることが明らかになった。

第4章では、外食企業と取引している生産者団体の販売・調達行動について分析し、外食企業と営農組合法人との直接取引については単一品目への専門化と品質の差別化を実現している一方で、農協の場合、広域集荷や加工機能など新たな機能を構築することによって対応していること、こうした対応は本来の単位農協の事業方式とはかけ離れたものであり、単位農協と外食企業との

直接取引には限界性が存在していることが明らかになった。

第5章では、外食企業向け納入業者の形態と存立根拠について分析し、納入業者は分散卸型納入業者、収集卸型納入業者に大別でき、それぞれ特徴的な調達・販売行動を採っていることが明らかになった。すなわち、分散卸型納入業者は卸売市場からの調達を中心であり、品揃えの確保とセントラルキッチン(CK)・配送センター(DC)機能を一部代替することによって、外食企業を含む多元販売を実現している。収集卸型納入業者は多数の生産者および生産者団体からの多元集荷を通じた物量確保とともに物量の調整や不要な等階級の処理を実現している。つまり、外食企業自らが直接調達を行うよりも効率的でなおかつ低いリスクで青果物を調達することを可能としていることが、外食企業向け納入業者の存立根拠であることを明らかにした。

以上の実証分析より、以下のことが明らかになった。韓国は国民所得の増加や食の外部的化の進展によって外食産業は持続的に成長している中で、外食フランチャイズ企業は大規模化・全国的なチェーン化の傾向であり、外食企業の本部は、自社が求めている青果物の品質や規格の調達と主要品目を低コストで効率的に調達することが課題になっている。このような動きに対して卸売市場(仲卸業者)、単位農協および生産者は外食企業が求めている取引条件に対応することは機能的に困難な状況である。そのため、韓国の外食企業は青果物の調達において、自社の青果物供給・調達機能を補完しつつ、自社が求めている規格と主要品目の青果物を効率的に調達することが可能な納入業者を中心に青果物調達構造の再編が進展していると言える。すなわち、韓国外食企業による青果物調達構造の再編は仲卸業者、単位農協と生産者から納入業者を中心に再編されており、その理由として、外食企業では、多元集荷や多元販売を実現している納入業者を利用することによって効率的でなおかつ低いリスクで調達することが可能となることが挙げられる。

韓国外食企業による青果物調達構造の再編とその論理は以上のようなものであるが、今後も外食産業の成長が続くならば、産地では多元集荷や多元販売を行っている農協流通センターや収集卸型納入業者を通じた出荷割合の増加が予想される。一方、卸売市場については、外食企業が卸売市場を直接利用する割合は減少しているが、外食企業の主な調達経路である分散卸型納入業者は卸売市場からの調達が中心であるため、間接的ではあるが重要な役割を担っている。しかし、仲卸業者の規模は零細であり、卸売市場内の設備・施設も外食企業の求める機能を十分に果たせないという問題が生じているため、仲卸業者の規模拡大とともに卸売市場の機能整備のための政策的な検討が必要であろう。