



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	eコマース向け青果物サプライチェーンに関する研究 [論文内容及び審査の要旨]
Author(s)	末永, 千絵
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(農学)
Dissertation Number	甲第14372号
Issue Date	2021-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/81295
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	doctoral thesis
File Information	Suenaga_Chie_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 末 永 千 絵

学 位 論 文 題 名

e コマース向け青果物サプライチェーンに関する研究

オンライン上のモノ・サービスの取引(e コマース)において、場所・時間の制約なくあらゆる商品の購入が可能になった。中でも消費者向け e コマース事業を主軸に、無店舗販売を行う企業(e コマース企業)は、幅広い商品を揃え、全国の消費者個々の希望に応じた注文に対応し事業拡大を遂げた。これら e コマース企業の台頭によって青果物供給に関わる主体間の連鎖、すなわちサプライチェーンが変化しつつあると考える。

これまでインターネットは、空間的・時間的制約を除去する性質から、商取引発展に伴い、中間業者が多数介在するという従来の流通多段階化とは異なり、中間業者を排除する可能性が考えられてきた。しかし青果物は卸売市場を経由する多段階流通が一般的で、慣行栽培青果物についても、スーパーや生協等との大規模取引では栽培方法や味、伝統品種など特色ある品目を専門的に取り扱う流通事業者(専門流通事業者)が介在することがわかっている。e コマースにおいても専門流通事業者は重要な役割を持つと考える。

本稿の課題は、e コマース向け青果物サプライチェーンを明らかにすることである。e コマース向け青果物サプライチェーンは、オンライン上で消費者によって注文がなされた青果物が、生産者から消費者に至る間でなされる取引の連鎖と定義する。関与する主な主体として生産者、e コマース企業ほか、近隣の生産者が組織化した生産者組織、専門流通事業者を想定し、各主体の機能・役割解明後、e コマースの特性に伴う取引を通じた調整(垂直的調整)分析により、取引に関わる主体間の関係を明らかにする。

第1章では分析対象である e コマース市場の概況を整理し、本稿で主に着目する大手 e コマース企業の青果物調達先を推定する。第2章は青果物生産者における e コマース向けサプライチェーンの性質とその変化を把握する。第3章は近隣の青果物生産者で構成された生産者組織、すなわち農協・生産者グループの役割を明らかにする。第4章では専門流通事業者の e コマース向け青果物サプライチェーンを明らかにする。第5章では e コマース向け青果物サプライチェーンにおける垂直的調整を明らかにする。以上を踏まえ、終章では結論を述べる。

本稿では青果物を扱う大手 e コマース企業 3 社を主な対象とし、近隣の会員に店舗の商品を配送するネットスーパー事業を行うスーパーは除外した。供給に関わる主体は、これら e コマース企業 HP 上で名称を確認できた事業者及び、左記事業者からの紹介等により e コマース向け取引が判明し、かつ協力を得られた事業主体からの聞き取り調査に基づき分析した。

第1章では国内 e コマース市場の概要と大手 e コマース企業の青果物調達先の推定を行った。国の統計資料を通じ、e コマース市場の拡大傾向、2010 年以降のスマートフォンの

急速な普及拡大傾向を把握した。消費者の e コマースを利用した食料品購入にかかる既存研究より、e コマースは利便性が求められる一方で、店舗で購入できない商品の購入先であると整理した。そして e コマース企業は、極めて多品目を取り扱い、中でも非慣行栽培青果物が多く取り扱われていることを確認し、e コマース企業と生産者が直結したサプライチェーンは僅かで専門流通事業者等、中間流通組織が主に介在することを推定した。

第 2 章では青果物生産者における e コマース向けサプライチェーンの性質とその変化を把握した。青果物生産者は、e コマース向けの販売比率が上位の生産者ほど、e コマース企業が介在するチャンネルを有し、いずれも e コマース向けに栽培方法又は希少品種・品目を単品又は少量多品目供給することを確認した。そしてサプライチェーン上に e コマース企業・流通事業者が介在し、流通の間接性が高まるにつれ、出荷にかかる特殊性や取引条件が緩和されることを示した。

第 3 章では e コマース向け青果物サプライチェーンにおける生産者組織の役割を明らかにした。事例の生産者組織は e コマース企業から直接受注し、e コマース向け青果物サプライチェーンは卸売市場向けを中心に、高品質な商品を単品又は少量多品目出荷する販路として部分的に存在していることを確認した。そして生産者組織が、生産者と e コマース企業の間で介在する場合のそれぞれに対する役割の分析を行い、介在することで生産者の効率的な出荷を実現する一方、e コマース企業に対する品揃えは限界があることが明らかになった。

第 4 章では専門流通事業者における e コマース向け青果物サプライチェーンを明らかにした。まず専門流通事業者は全国に複数の産地を持ち、多品目供給できる機能を持つことを確認した。次に専門流通事業者は生産者、生産者組織、専門流通事業者から調達すること、専門流通事業者の主な販路は e コマース企業のほか、スーパーや生協等であることがわかった。そして専門流通事業者における e コマース向け青果物サプライチェーンは専門流通事業者が複数介在する多段階流通となっており、役割は分化していることがわかった。

第 5 章では e コマース向け青果物サプライチェーンにおける垂直的調整を明らかにした。e コマース向け青果物サプライチェーンにおいて、e コマース企業の機能が限定的な場合、e コマース企業を通じ受注する専門流通事業者等、供給主体が消費者対応を担う。そして受注手段がインターネットで、これまで調達先・販売先が用いてきた受注手段である FAX と異なること、生協・スーパーと比べ受注頻度が高く納品期日が短く不定と不安定な性質を持つため、専門流通事業者が発注手段の統一及び集出荷調整を行うことが明らかになった。

これまでインターネットによって、流通段階は省略される可能性が考えられていた。だが本稿で分析した結果、専門流通事業者を主とする多段階流通となっており、役割は分化し、需給調整を行っていることがわかった。全国に分散し特定品目を季節出荷する青果物生産者と、全国の多数の消費者へ年間を通じ多品目を供給する e コマース企業の間において、中間流通組織は生産者の取引条件を緩和し、生産者の効率出荷を実現するが、専門流通事業者が主となるのは、生産者組織は品揃えにおいて限界があるのに対し、専門流通事業者は全国の産地から年間を通じた多品目供給が可能であるためである。多段階となるのは、e コマースは供給主体にとって異なる受注手段で、高い受注頻度、短く不定な納品期日という不安定性をもつことから、e コマース企業の流通機能が限定的な場合、専門流通事業者間で、連絡対応、発注手段の統一、集出荷調整にかかる分業がなされるためである。