

農産物・食料の流通チャネルの 解明と選択に関する研究

地域共創学部
地域づくり学科
助教



高山 和幸

研究シーズの紹介

本研究は、米の流通構造を、生産、流通・消費それぞれの構造変化とそれらのつながり（サプライチェーン）を解明していきます。生産者・流通業者のみなさまには、チャネル選択（マーケティング戦略）のアイデアを提供します。また、自治体のみなさまには、産地振興やその事業評価、消費者へ食料安定供給など、政策提言へ展開することも可能です。

これまで、青果物・米を中心に、流通業界はもちろん、生産、消費についても研究してきました。近年では、流通構造の複雑化、6次産業化の進展など、農産物と食品を単純に分離して考えることが難しくなっています。流通の垂直方向にも水平方向にも展開し、それらを一連のサプライチェーンとして分析できることが、私の研究の強みです。



流通構造の解明

● 水平的な業界構造、および生産・流通・消費の垂直的なサプライチェーン全体の構造を解明します。

① 公開資料・統計から、業界の構造を把握

② 関係者へのヒアリングから、実態を解明

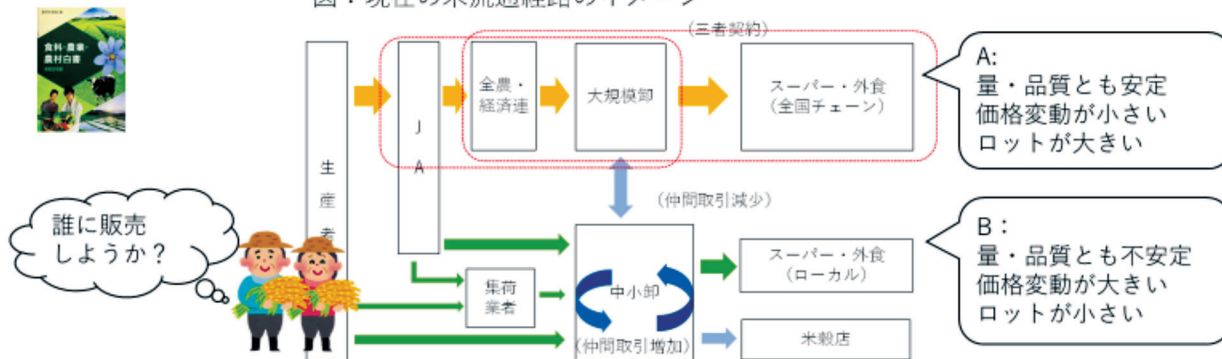
③ ①②をすり合わせ、サプライチェーン全体を明らかに

④ 政策提言やマーケティング戦略への活用

品名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
米	480,000	470,000	460,000	450,000	440,000
小麦	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
大豆	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
畜産物	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
水産物	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
野菜	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
果物	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
合計	4,880,000	4,770,000	4,660,000	4,550,000	4,440,000



図：現在の米流通経路のイメージ



※社会全体では、Bが調整のバッファとなっている。

期待される活用シーン

● どこに販売すれば、ターゲットの消費者に届けられるだろう？どんなマーケティングをしたいのだろう？

産地・流通業者



チャネル選択やマーケティング戦略の基礎となる情報の収集・分析ができます。

JAの米マーケティング戦略への活用 など

● どのような産地振興政策をとったらいだろう？消費者に地元の食料を安定供給したい。

自治体



生産・流通・消費のサプライチェーン全体を考慮した政策提言ができます。

農業構造改善事業の事業評価 など

その他の研究テーマ

- 青果物の卸売市場に関する研究
- 農産物直売所利用者の購買行動に関する研究
- 米の産地マーケティングに関する研究