【シンポジウム報告】

フードシステムは新たな消費の「質」に対応できるか
－川下の現状と未来に着目して－

福山市立大学 清原 昭子

An Emerging Demand of Food System:
Agenda for Food Retailers and Consumers

Akiko KIYOHARA
Fukuyama City University

Abstract:

Previous studies showed that a reference diet that meets nutritional requirements, within planetary boundaries to minimize damage to Earth's systems. And increased consumption of plant-based foods while limiting animal source foods minimize damage. Healthy diet and sustainable food consumption are key. We discussed these key theme in some symposiums of the Food System Research of Japan. In this paper, I reviewed those discussions about food accessibility for healthy diet and credence attribute of foods, and defined three functions of food retailers. First, the stores must be located at social needed place for all. Secondly, the stores must keep providing good quality foods. Third, the stores must contribute to communication of the quality of process. Then I estimated mutual relationship of the household attributes and the location of supermarkets, convenience stores in Hiroshima prefecture and Okayama prefecture. The result of the multiple regression analysis concluded that supermarket stores couldn't be located at social needed place by the market principle.

Keywords: sustainable food consumption, healthy diet, food retailer, store location

1. 背景と目的

今年度学会シンポジウムのメインタイトルに含まれる「健康かつ持続可能な食事」を実現しようとする場合、消費者の選択の前提としてそれを可能とする資源、つまり健康的で自然環境や社会への配慮を伴う食品やサービスにアクセスできる状態にあることが必要である。その条件整備を担うフードシステムの主体には、どのような役割が求められるかを明らかにすることが本稿の課題である。

食料の生産、消費のあり方と自然環境、資源の関連は農業経済学やフードシステム研究の分野で

議論されてきたが、保健・栄養・医療等の幅広い分野からも議論が及ぶようになった。Summary Report of the EAT-Lancet Commission (2019) (以下、Summary (2019)) では、食料消費のあり方がフードチェーンを遡り流通・生産段階での土地、水等の資源の利用や温室効果ガス排出に影響を与えることを示している。さらに、消費段階での食品群の組み合わせパターンの選択もこの経路に影響を与えることが指摘される。同レポートでは、フードシステムにおける生産工程の改良、廃棄物量の制御、食料消費パターンが変化することによって、温室効果ガス排出（気象変動）、耕地利用（Land-system change）、水利用（Fresh water use）の他、窒素供給量、リン供給量、生

物多様性に与えるインパクトが示されている。

Summary (2019) に関連するWillettら (2019) には、以上の課題に関する357の文献リストが掲載されている。Willettら (2019) を手がかりにこれらの研究の動向をみると、食品のカテゴリーごとの生産、消費が温室効果ガスの排出、土地資源利用、水資源利用に与える影響についての研究レビュー(Clarkら, 2017)、食料消費パターンの変化が温室効果ガスの排出や土地利用に与える影響に関する研究のレビュー(Hallströmら, 2015)、畜産物消費が温室効果ガスの排出に明確な関連がある事を示したシステマティック・レビュー(Cluneら, 2017、Vermeulenら, 2012) など、多数の研究が蓄積されてきたことが分かる。このような研究において、解決すべき自然あるいは社会的課題は、我々の暮らす社会やフードシステムの中ではどのように位置づけられるのだろうか。

今日まで、食品関連事業者は食料の量的ニーズを満たしつつ、その時代ごとの消費者ニーズに応じた多様な質の食品を供給してきた。それは、味や見た目、パッケージなど商品の外形に表れている質だけでなく、食生活の外部化に対応して生み出された調理済み食品や外食という形での対応も含まれる。食品関連事業者にとってこれらの質は、市場の中で各主体が存続するために対応する動機が十分にあるものであった。しかし、本稿で対象とする「質」は上記の消費者ニーズとはやや異なる。資源利用や環境への負荷に配慮しながら生産・流通活動を展開することは、食料生産、食品の加工・製造工程で求められる社会的責任として位置づけられる一方で、それらの質は従来の質のように消費者ニーズとして浮かび上がることは少ない。つまり、本稿で対象とする「質」は市場取引を通じた選択や定義がなじまない部分を含んでおり、重要であるが見えにくい変化を社会から求められているのである。

以下では、本稿で取り上げる健康な食事と持続可能性に貢献する食事、つまり新たな「質」とは何か、先行研究に依拠しつつわが国のフードシステム研究の中での意義について整理し、そしてその実現のために必要な仕組みを検討する。続いて、新たな「質」に対応するために、フードシステム

の川下段階、とくに食品小売業に求められるもの、消費者に求められるものを考えたい。なお、食品の消費行動には廃棄行動も含まれるが、これについては他の報告にて取り扱われるため、本稿では触れないこととする。

2. 課題の整理—新たな「質」とは何か—

「健康的な食事」と「持続可能性に貢献する食事」に関連するフードシステムの課題については、本学会でも議論が蓄積されてきた。「健康的な食事」については、2014年度大会のシンポジウムにおいて第2部のテーマを「健康と生活を繋ぐ」と設定し、村山 (2014) では、経済的要因と食物摂取、身体状況の関連についてのデータが紹介されている。さらに同報告では、近接する食料品店、外食店のタイプによって、住民の食物摂取の内容や身体状況 (BMI) が影響を受けることを示唆する国外の研究成果に加え、世帯年収と食品群ごとの摂取状況の関連性についても紹介されている。薬師寺 (2014) では高齢者に着目し、食品への地理的なアクセスが食品摂取の多様性に与える影響を提示した。これらの議論から、健康な食生活を維持することは、消費者個人の選択問題の域には収まらず、地理的なアクセスの改善や健康の保持に必要な食品を選択可能な環境の整備が市場外の制度によって整えられなければ達成不可能であることが示されている。

続いて、2018年大会のシンポジウム「フードシステム再構築に求められる公共性と経済性—買物困難者問題対応への課題を探る—」において、高橋 (2018) が地理的アクセス困難人口の推移とその増加に寄与した3つの要因として、人口増加、店舗数の減少、高齢者の自動車利用状況を示した。また、岩間 (2018) では、食料品店で販売される食品の種類まで踏み込んだ食品アクセスの実態が示されている。これら報告は個人には制御することが出来ない食環境によって、高齢者の食事の内容が影響を受けてしまうことを示している。そして、立川 (2018) は、北米で展開されているフードポリシーに関する動向を紹介している。その中で、健康でリーズナブルな価格の食品へのアクセ

ス問題はコミュニティ・フードセキュリティ問題として捉えられていることを紹介し、食料アクセス問題を経済力や福祉の話ではなく、権利の話と捉え直す必要性を指摘している。

従来から、「健康的な食事」とは消費者の選択や調理の能力、つまり店頭から家庭内に至る個人の食事のマネジメントの問題として捉えられてきた。しかるに「健康的な食事」を維持するには、食品選択や調理のための知識の獲得や意識の向上が鍵であり、それらを個人にいかにかに定着させるかが課題とされてきた。しかし、上記のシンポジウムで議論されてきたのは、個人の選択以前の食品調達に関する環境、あるいは所得・教育水準などの個人をとりまく社会経済的要因に左右される食生活の質に関わる問題である。つまり、個人の責任に帰さない要因によって剥奪される「健康的な食事」の機会の問題として扱われるのである。

一方「持続可能性に貢献する食事」に関しては、2013年大会シンポジウムにおいて、氏家（2013）が公共財的側面を持つ信用属性が消費者にどう評価されて来たのか、研究レビューによって示している。同報告では、環境保全属性、動物福祉属性、資源管理属性といった環境に関連する属性のみでなく、フェアトレード属性、地域農業属性といった人間社会に関連する属性への評価に関する研究もレビューされている。そして、表示制度が普及した環境保全型商品（コメ）を例に、わが国でも一定の条件下で、消費者が公共財的属性をもつ商品の購入を通じて環境保全に対して「寄付」を行っている可能性があることを示唆している。Summary（2019）における持続可能性は主に環境に関連する属性に重点が置かれているが、経済システムでもあるフードシステムについて「持続可能性」という用語を用いる場合、後者の属性、つまり生産活動に関わる人々や地域の持続・存続にも同様の注意が払われるべきである。氏家（2018）も後者の属性の消費者評価に関するさらなる研究の必要性を指摘している（註2）。

上記の公共財的属性を持つ食品が市場取引を通じて供給される条件とは消費者への情報提供、つまり表示が充実すれば整うのだろうか。この点をさらに考えるため、学会シンポジウムを離れ、新

山（2018）らによる食品の品質概念の拡張と、山野（2020）における食品の「社会貢献要素」の特徴と市場での課題の整理をみてみたい。工藤（2000）、新山（2018）によれば、1980年代後半から90年代の食品事件を経て、欧州各国では従来の自然科学的な方法で検証できる「製品に体现された品質」に対し、どのような方法で生産されたか、どこで生産されたかを重視する「生産プロセスに意識を向けた品質」（プロセスの品質）と呼ばれる品質概念が登場したとされる。そして、新山（2018）は、消費者は商品の使用前にも後にもこれらの品質を認識（評価）できないことを指摘し、プロセスの品質をもつ食品とその生産者、それを求める消費者を守るためには、関係者組織からなる社会的な調整が必要であると述べている。それは生産、製造、流通というフードチェーンの各段階における関係者集団の中での調整であり、品質の決定、文言による定義によって同等性が判定できる指標を作り出した上で、これにもとづく生産方法の適切な管理と表示制度等の規制を行うこととされる。以上の調整を経て、第三者機関による検証を可能とした上で、表示が有効に用いられる。表示のみではプロセスの品質への信頼は得られないのである。

また、山野（2020）は佐藤他ら（2012）の有機物循環農産物の概念に、遊休農地の利用、食料・飼料自給率の向上など広く農業・農村や環境に関わる社会的な問題を複数、改善しうる方法で生産され、かつ消費者による購入が社会的問題の解決の助けになると言う視点を加えた農産物を「社会貢献型農産物」としている。その上で、このような属性（社会貢献要素）をもつ農産物が市場において次のような課題を有することを指摘している。商品を見ても生産時の社会貢献が確認できないこと、供給の最終のライフサイクルしか見えにくいこと、慣行栽培農産物との価格差は社会貢献への対価であることを消費者が実感しにくい上、対価の正当性を明示しにくいこと、購入者が直接の便益を感じにくい場面が多く、慣行栽培農産物に比較して需要が少ない点である。山野はさらに、生協組合員へ提供される情報のタイプの違いによって、購入者による社会貢献型農産物の商品属性の

認識に差があることを示している。以上から「持続可能性に貢献する食事」を実現するには、フードチェーン全体を通じた品質の調整の仕組みが必要であり、消費者による属性の認識とそれへの信頼が鍵となっていると言える。

以上より、「健康的な食事」「持続可能性に貢献する食事」の実現とはつまり、健康的な食品や社会貢献要素を備えた食品へのアクセスと選択の前提条件を、いかに多くの人々に担保するか、という課題と言い換えることができる。次節では、フードシステムの中で消費者にとって、これら条件のアクセスポイントである川下段階に着目し、食品小売業と消費者に求められるものについて考えたい。

3. 新たな「質」を整えるために川下段階に必要なもの

1) フードシステムの川下段階に求められるもの

今日のフードシステムでは、川下段階での食品の販売や消費のあり方の変化が、取引を通じてフードシステムの流れを廻り、供給される食品に影響を与える。消費者の食生活が変化する場合、そのニーズの変化は食品小売業を通じて食品卸売業者に変化を伝えられ、食品製造業者、長期的には農業・漁業段階の事業者に影響を及ぼすこととなる。同様に、食品小売業の商品展開、価格設定は消費者の購買行動や食生活に影響を及ぼす。

「健康的な食事」は野菜、果物、魚介類、肉類、乳製品その他の豊富な食材、あるいはこれらをバランス良く利用した加工食品、調理済み食品、外食サービス等へのアクセスが前提となる。このアクセスとは小売・外食店舗そのものへの地理的なアクセスに加え、価格や品揃えを含んだ食品へのアクセスも含む。「持続可能性に貢献する食事」についても、アクセスできることが選択の前提となる。社会貢献要素をもつ食品が店頭になければ、選択の対象とはならない。そして店頭にあっても、消費者にその品質が認識、理解されなければ、選択されない。購買時にこれらを識別出来るようにしなければ、標準品との価格競争で市場から駆逐されてしまう(新山, 2018))。以上から、新たな

「質」を整えるには、食品小売業には以下のことが求められると考えられる。

第一に、社会的に必要な場所へに立地すること、第二に、良質な食品の提供を持続すること、第三に、プロセスの品質の伝達に寄与することである。

第一の、社会的に必要な場所への立地とは、全ての人に「健康的な食事」に結びつくような品揃えをした食品売り場へのアクセスを担保することを意味する。この場合の対象となる人々とは、食品アクセス問題の当事者とされやすい高齢者のみでなく、若年層や子育て世代を含む幅広い年齢や世帯構成の人々であり、さらにどの世代においても社会経済的格差の問題と結びつけて捉える必要がある。つまり、自家用車等での移動が不自由なく出来る人(困難な人)、食品への支払い能力が高い人(低い人)、密集して居住する人々(密集して居住していない人々)、いずれの人々も一定の「質」を保った食品小売店舗へのアクセスを保証されるべきである。市場メカニズムに任せた現状では、移動に不自由がなく、支払い能力が高い人々が密集して暮らすようなエリアが大多数の食品小売店にとって魅力的な出店エリアとなってしまう。この課題を考える際に必要なのは、立川(2018)がMckeewn(2012)に依りながら提言する、食料品店の立地は市場メカニズムで決まるという考え方から、食料アクセスを考慮した近隣住区を計画するべきという発想の転換である。当然ながら、この転換と実施は小売業者が単独で解決できる課題ではない。フードポリシーが必要とされるのは、このような背景がある。

第二の良質な食品の提供に関しては、質と価格という2つの側面がある。「健康的な食事」の側面では食品小売業が消費者の長期的な利益に貢献し続けられるか、つまり食品小売業本来の機能が問われているのである。必要なコストと人材を投じて、生鮮野菜・果物、生鮮魚介類を仕入れ、管理、販売する能力が、地域の消費者の健康的な食事を支える能力を問われているのである。さらに、消費者のライフスタイルの変化や高齢者世帯の増加を背景に、調理済み食品や加工食品の需要も伸びている。中食商品についても食材や調理方法、味付け等についてイメージではなく栄養学的な根

拠に基づいた食品を提供することが必要である（註3）。この点について、立川（2018）はMckeewn（2012）に依りながら、「栄養と食品価格は別問題」からの発想の転換が必要と指摘している。「健康的な食事」を手に取りやすくする手頃な値段の実現は、小売事業者の役割の一つであるが、一方でそれが店頭での過度の安売りに転じてしまうと、生産者や製造業者の経営を圧迫し、さらには小売業者自身の経営の存続を脅かしかねない。消費者のアクセスとフードシステムの存続の観点から見た価格のあり方は小売業者単独では解決できない課題となっているのかもしれない。

第三の「プロセスの品質の伝達」については、小売業者自身がその価値を理解し、それを販売することを通じて環境や社会へ貢献できるかが問われている。健康という個人の長期的な利益に加えて、環境、社会といった社会的貢献要素に踏み込んだ品揃えと情報提供が出来るかどうかである。そのためには、小売業者自身が生産段階や製造段階を理解し、環境や人間社会に関連する属性を担保するしくみに関与することも求められる。

氏家（2013）の膨大な研究のレビューからは、情報が提供されるとそれを参考に消費者は信用属性を評価し、一定額の価格上乗せを受け入れることが示唆されている。多くの研究が仮想的な空間での評価に関するデータであることに留意が必要であるが、これらは購買時に価値を伝えることの重要性を示している。商品そのものの自然科学的な特徴には特に違いが無く、消費者個人に直接的なメリットは感じにくいこれらの商品属性を、氏家（2013）は「おもしろい」と表現している。このような食品が安価な標準品に埋もれてしまうことがないよう、小売業には特徴ある食品と同時に情報の提供を続けられるしくみと売り場の運営が求められる。

2）食品小売店舗は何を基準に立地しているのか －中国地方2県での予備的分析結果－

食品へのアクセスに影響すると考えられるスーパーマーケットの立地は、市場メカニズムの中でどんな現状にあるのか。筆者らは食品小売業の立地の法則性を解明するために、食品スーパーマー

ケットを中心とした立地の現状と、出店・退店行動に関する調査を実施した。ここでは広島県と岡山県の市区町村ごとのデータを用いた予備的分析の結果を紹介する。

まず中国四国地方を中心に店舗展開するスーパーマーケットチェーン本部3社の店舗開発担当部門に対するインタビュー調査を実施した。その結果、スーパーマーケットは商圏内の人口、世帯数を参考に、あるエリアでの出店を判断すること、その際、自社および他社の既存店の配置、自社の物流センターとの距離等が判断の材料となるという仮説を立てた。つまり、いったんあるエリアに出店すると、同一エリア内に一定の距離を保って再び出店する可能性が高いと考えられる。さらに他社との競合が激しいエリアでは、敢えて競争が激しい場所や自社の既存店舗近くに出店することで、他社の出店を防ぐ出店行動を取る場合もあることが明らかになった。つまり、人口が集中し、スーパーマーケットが多く存在するエリアにはさらに店舗が集積しやすいことが考えられる。

表1には、広島、岡山両県内の3つの都市圏およびその他の地域のスーパーマーケットのタイプ別店舗数およびコンビニエンスストアの店舗数を示している。さらに、都市圏ごとに10万世帯あたりの店舗数を（）内に示している。

また、図1には両県を中心とした大手スーパーマーケットチェーン4社と小規模スーパーマーケットチェーン2社の店舗の分布を示している。スーパーマーケットは大手、ローカル、小規模と、企業としては3タイプに分類されているが、3種類のいずれのタイプでも多様な規模の店舗が展開されており（表2）、特に大規模チェーンでは4,000m²を超える規模から2,000m²未満の店舗まで、幅広い規模の店舗を展開している。図1からは、県庁所在地や中核市を核とした瀬戸内海側の都市圏に店舗が集中していること、そしてこれら地域に加えて、県北の市町へも店舗を展開するチェーンがあることもわかり、企業ごとの出店に関わる基本方針や戦略の違いも読み取れる。さらに表1からは都市圏間で小売店のタイプ別の構成に違いがあることが読み取れる。例えば、岡山経済圏は広島都市圏と比較すると大手スーパーマーケット

表1 中国地方3都市圏における小売店タイプ別店舗数と10万世帯当たり店舗数

都市圏	世帯数	大手スーパー マーケット	ローカルスーパー マーケット	小規模スーパー マーケット	コンビニエンス ストア
広島都市圏	627,574	49 (7.8)	9 (1.4)	63 (10.0)	311 (49.6)
岡山都市圏	580,264	86 (14.8)	20 (3.4)	52 (9.0)	421 (72.6)
福山都市圏	291,817	44 (15.1)	7 (2.4)	30 (10.3)	201 (68.9)
上記以外	480,875	50 (10.4)	14 (2.9)	74 (15.4)	302 (62.8)

註：1) 東洋経済「全国大型小売店総覧2016年版」、株式会社ゼンリン「広域地図」より作成した。

2) 都市圏の設定には「都市雇用圏」を用いた。

3) スーパーマーケットチェーンの分類基準は下記の通り。

大手スーパーマーケット：中国・四国地方を含む複数の都道府県に店舗展開しており、年間売上高が1,000億円以上のチェーン

ローカルスーパーマーケット：中国・四国地方を含む複数の都道府県に店舗展開しており、総店舗数が20店舗以上、年間売上高が1,000億円未満のチェーン

小規模スーパーマーケット：中国・四国地方のみでの店舗展開、かつ総店舗数が20店舗未満、あるいは年間売上高が1,000億円未満のチェーン

チェーンとコンビニエンスストアの店舗数、10万世帯あたり店舗数が多い。これに対し広島都市圏では小規模スーパーマーケットチェーンの店舗数が多い。

また、図1には両県を中心とした大手スーパーマーケットチェーン4社と小規模スーパーマーケットチェーン2社の店舗の分布を示している。スーパーマーケットは大手、ローカル、小規模と、企業としては3タイプに分類されているが、3種

類のいずれのタイプでも多様な規模の店舗が展開されており（表2）、特に大規模チェーンでは4,000m²を超える規模から2,000m²未満の店舗まで、幅広い規模の店舗を展開している。図1からは、県庁所在地や中核市を核とした瀬戸内海側の都市圏に店舗が集中していること、そしてこれら地域に加えて、県北の市町へも店舗を展開するチェーンがあることもわかり、企業ごとの出店に関わる基本方針や戦略の違いも読み取れる。さらに表1

図1 中国地方3都市圏におけるスーパーマーケットの分布

資料：各社HPより作成。

表2 広島県、岡山県におけるスーパーマーケットチェーンタイプ別の店舗数

	大規模店舗 4000㎡以上	中規模店舗 2,000～4,000㎡	小規模店舗 2,000㎡未満	合計
大手スーパーマーケット	68	77	79	224
ローカルスーパーマーケット	15	13	22	50
小規模スーパーマーケット	1	57	150	208
合計	84	147	251	482

註：1) 東洋経済「全国大型小売店総覧2016年版」より作成した。

2) スーパーマーケットチェーンの分類基準は表1と同じ。

からは都市圏間で小売店のタイプ別の構成に違いがある事が読み取れる。例えば、岡山経済圏は広島都市圏と比較すると大手スーパーマーケットチェーンとコンビニエンスストアの店舗数、10万世帯あたり店舗数が多い。これに対し広島都市圏では小規模スーパーマーケットチェーンの店舗数が多い。

次に、小売店の立地に関連する要因を探るため、世帯類型別の世帯数とタイプ別スーパーマーケットの店舗数の関連を検討した。広島県内および岡山県内の全市区町村の世帯類型別の世帯数を説明変数、タイプ別スーパーマーケット、コンビニエンスストアの店舗数を目的変数として重回帰分析を行った結果の要約が表3である。ここから、スーパーマーケットはチェーンのタイプによって立地に関連する世帯属性に特徴が見いだされる。大手スーパーマーケットは18歳未満の子どものいる2人以上の世帯、小規模スーパーマーケットは子どもと同居しない2人以上の世帯、ローカルスーパーマーケット、コンビニエンスストアは65歳未満の単独世帯と関連がある。小規模スーパーマーケットは子どもと同居しない2人以上の世帯と、ローカルスーパーマーケットは65歳未満の単独世帯と関連がみられた。図1の分布と併せて考えると、大規模チェーンの店舗が都市部に店舗が集中

する傾向は、人口集中だけでなく、子どものいる世帯の数と関連すると考えられる。このことは購入点数や金額の多いこれらの世帯が大規模スーパーマーケットにとってターゲットとしやすい顧客層であることを意味しており、その限られた層が集中するエリアで顧客を奪い合う構図が見て取れる。

また、表2で示したように、大規模チェーン、ローカルチェーンも多様なタイプの店舗を展開していることから、どのチェーンの店舗であるかは問わず、店舗規模別のスーパーマーケットの立地と世帯属性別の世帯数の関連を確認した。世帯類型別の世帯数を説明変数、店舗面積別のスーパーマーケットの店舗数を目的変数として重回帰分析を行った結果の概要が表4である。この結果から、大規模および中規模の店舗は子どものいる2人以上世帯と関連が見られ、また、小規模な店舗は子どものいない2人以上の世帯との関連が見られた。小規模店舗あるいは小規模チェーンが存続することは、高齢者が大半を占めるこれら世帯の食品アクセスに影響を与える可能性があると言えよう。

大規模チェーンあるいは大規模店舗は子どものいる世帯数の変化によって、今後、どのような店舗展開をとるのだろうか。今回の結果では岡山都市圏、福山都市圏は大手スーパーマーケット、コ

表3 チェーンタイプ別のスーパーマーケット店舗数と世帯類型の関連

	世帯数	大手スーパー マーケット	ローカルスーパー マーケット	小規模スーパー マーケット	コンビニエンス ストア
2人以上世帯（子ども有り）	797,621	+ *			
2人以上世帯（子ども無し）	497,898			+ *	
単独世帯（65歳以上）	230,289				
単独世帯（65歳未満）	435,288		+ *		+ **

註：1) 資料：東洋経済「全国大型小売店総覧2016年版」、株式会社ゼンリン「広域地図」、総務省「国勢調査」。

2) 広島県、岡山県内の市区町村（60）ごとのデータを利用した。

3) +**は1%有意水準、+*は5%有意水準で正の相関があることを示す。

4) スーパーマーケットチェーンの分類基準は表1と同じ。

表4 店舗規模別のスーパーマーケット店舗数と世帯類型の関連

	世帯数	大規模店舗 4000㎡以上	中規模店舗 2,000～4,000㎡	小規模店舗 2,000㎡未満
2人以上世帯（子ども有り）	797,621	+	+	
2人以上世帯（子ども無し）	497,898			+
単独世帯（65歳以上）	230,289			
単独世帯（65歳未満）	435,288			

註：1）資料：東洋経済「全国大型小売店総覧2016年版」、総務省「国勢調査」。

2）広島県、岡山県内の市区町村(60)ごとのデータを利用した。

3）+**は1%有意水準、+は10%有意水準で正の相関があることを示す。

コンビニエンスストアといった企業本部を域外にもつ大手チェーンストアが食品小売段階で中心的な役割を担う現状にあることが分かった。これらのチェーン小売店が、商圈の客層の変化に対し、どのような対応を取るのか、各社の戦略に踏み込んだ検討が必要である。また、高齢者（65歳以上）の単独世帯が本分析でのどのタイプの食品小売業、規模のスーパーマーケットとも関連が確認されなかったことは、高齢単身世帯がスーパーマーケットやコンビニエンスストアにとって、少なくとも出店を決定する際のメインターゲットとは見なされていないことを意味する。わが国における食料品店への地理的アクセス問題は高齢者を対象として論じられることが多い。このことは、上記のような食料品店の配置から高齢単身世帯が取り残されている現状を反映しているのかもしれない。

今後、各地において人口の高齢化や少子化がさらに進行し、単身世帯が増加していった時、スーパーマーケットやコンビニエンスストアのチェーンはどのような出店・退店行動、品揃え戦略を取るのだろうか。例えばそれは、以下のような具体的課題となるだろう。どのようなタイプのスーパーマーケットが高齢単独世帯や少人数世帯の食生活を支えることが出来るのか、コンビニエンスストアは若年単身世帯の食生活に簡便性以外の貢献が出来るのかといった課題に関して、小売チェーンの行動に関する研究が必要となる。さらに、人口減少と高齢化が先行して進む地方都市やその周辺地域での食品小売業の動向を解明することは、将来、首都圏やその他の大都市で生じうる課題を考えることに資すると考えられる。

本項で紹介した結果は、市場メカニズムは食料品小売店を社会的に最適に配置できるとは限らないことを示している。繰り返すが、ここでの「社

会的に最適な」とは、居住地域や移動の困難、経済的資源の多寡などを要因として、市場でニーズを表明しにくい人々を含む、という意味である。

立川（2018）が指摘するように、食料品店の立地は市場メカニズムで決定され、そこにアクセス出来ない者には福祉や経済力の補完という考え方から、そもそも食料アクセスを考慮したまち作りをするという発想の転換が求められている。

3）消費者に求められるもの

ここまで、食品は売られていなければ購入できない、店舗がなければ購入できない視点からの議論を進めてきた。一方で、食品や販売店舗へのアクセスが良くても、その人々の食生活が望ましいとは限らないことも事実である。最後に、新たな「質」をもつ食生活の実現に向けて、食品小売業との相互関係から、消費者に求められることを考えたい。

フードデザート研究から、身近に店舗があっても品揃えに課題がある場合、「健康的な食事」の実現は難しいことが指摘されている。では、小売店での品揃えはどう決まるのか。現状では、一定の数量が売れないもの、選ばれないものは店頭から姿を消さざるを得ない。例えば、Summary（2019）が示すような植物由来の食材・食品が、「健康的な食事」に結びつくことが自明であっても、多くの消費者に受け入れられるわけではない。そのことが小売店の品揃えに反映されてしまう。自身の利益に叶うことであっても、人は長期的な利益のために、店頭で合理的な選択をすることは難しいのである。ましてや食品の外形的・自然科学的な質には違いが無く、自身の健康にすら利益を見いだしにくい社会貢献要素を持つ食品の選択はさらに難しい。

このような「質」を選び取るために消費者に求められるものは、選ぶ力である。現代において消費者が備えるべき力は「食べものを選ぶ力」「味がわかる力」「食べものと体の関係がわかる力」「食べものの作られ方がわかる力」「食べものを作る仕事ができる力」である（（清原，2017））（註4）。これらの力はこれまで一部の消費者（むしろ生活者と呼ばれる）によって保持され、生産者との提携関係を持つなど、「質」を意識した食品の取引を実現してきた。今後は、上記の力を多くの人々が保持し、通常の買物の中で「質」を意識出来るようになることが必要となってくるであろう。社会貢献要素のある属性を持つ食品の取引のためには、プロセスの品質を証明する供給側のしくみが不可欠である事を示したが、それだけでは成り立たない。食品と情報を受け取る側の消費者にも、それを理解し、共感する力が求められている。

また、上記の「質」を考えると、「手に取りやすい価格」とは何か、消費者のアクセスとフードシステムの存続の両方を視野に入れた検討が必要なが来ていると言える。

どのように消費者を変えるか、そもそも食料生産のしくみや、食品や食生活に興味・関心のない人々にいかに訴求するのは大きな課題である。系統的な消費者教育に加えて、小売店舗における購入時点での有効な説得の有効性と方法も再検討されるべきである。消費者の長期的利益に配慮した情報提供や対話が食品小売業の役割となるかも知れない。

4. まとめ

本稿では「健康的な食事」を支える店舗・食品（食材）へのアクセス確保と、「持続可能性に貢献する食事」を支える社会貢献要素を有する食品の取引を成立させるための川下段階の機能を検討してきた。

「健康的な食事」の実現には、基本的権利として人々に必要な資源へのアクセスが保証されるべきもの、という発想が必要である。食品や店舗へのアクセスはどこまでが市場メカニズムで実現可能なことであるのか、フードシステム研究の分野

でも見直しが必要である。本稿の分析は一地方の都市圏を対象とした限定的なものであるが、そこからですら食品小売業の出店行動が都市部での限られた顧客層に規定される可能性が示唆された。

社会貢献要素を有する食品の供給については、新山（2018）が指摘する品質の定義や生産プロセスの管理のように、市場取引に乗せられる以前になされるべきプロセスがある。この点についてもフードシステム研究の分野で食品そのもの、そして供給プロセスにおける「質」の担保と信頼を保証するための広い意味での社会的制度を検討する必要がある。さらに、氏家（2013）が整理した公共財的属性の中の、地域農業属性という概念を発展させ、地域の食品製造業や加工業、流通業の存続にも目を向けた属性を定義することが出来れば、地域でのフードシステムの持続性に貢献することができよう。

食品小売業は必要な地域に存続しなければならないし、かつ「質」を保っていなければならない。生鮮食料品あるいは、社会貢献要素のある食品を、多くの人々が選べる、理解できる売り場の創造が求められている。食品小売業に求められるのは、存続と対話である。そして対話に応じることのできる生活者をどう増やしていくのか、食品に関わる消費者行動研究、その成果にもとづく食育の力が問われている。

（註1）またSummary（2019）では、植物由来の食品の消費を増加させる意義を強調しつつも、同時に食料消費を変えることのインパクトや食生活上の意味は国や地域によっても異なるため、注意が必要であることも付記されている。

（註2）この他に、2019年度大会における公開地域シンポジウム「SDGs（持続可能な開発目標）とローカルフードシステム」では、SDGsの個別目標と照らし合わせ、東北地方における被災地の農業復興（堀越2020）、フードバンク（小椋2020）、大学附属農場におけるGAP認証取得等の活動（斉藤・三石2020）等が紹介されている。いずれの報告も実践活動の中から問題提起がなされている。

（註3）中食商品の品質にまで踏み込んだ研究は多くない。品質問題も含む社会的責任については水嶋・中塚（2015）で紹介されている。

(註4) パルシステム生活協同組合連合会 (2010) を参照。

付記：本稿第3節の分析には、大門創（福山市立大学都市経営学部准教授）の協力を得た。なお本稿の成果の一部はJSPS科研費補助金（19K06260）を受け、実施したものである。

参考文献

- Clark, M., and Tilman, D. (2017) Comparative analysis of environmental impacts of agricultural production systems, agricultural input efficiency, and food choice, *Environmental Research Letters* 12(6): 1-11.
<https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa6cd5>.
- Clune, S., Crossin, E., and Verghese, K. (2017) Systematic review of greenhouse gas emissions for different fresh food categories, *Journal of Cleaner Production* 140: 766-783.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.082>
- Hallström, E., Carlsson-Kanyama, A., Börjesson, P. (2015) Environmental impact of dietary change: a systematic review, *Journal of Cleaner Production* 91, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.008>.
- 岩間信之・今井具子・田中耕市ら (2018)「食料品充足率を加味した食料品アクセスマップの開発」『フードシステム研究』25 (3) : 81-96. https://doi.org/10.5874/jfsr.25.3_81.
- 清原昭子 (2017)「食生活の「危機」と食育」小池恒男・新山陽子・秋津元輝 編著『新版キーワードで読みとく現代農業と食料・環境』昭和堂：236-237.
- 工藤春代 (2000)「ヨーロッパにおける食品の品質概念の変化」『農業と経済』66 (14) : 79-90.
- McKeown, D. (2012) Cultivating Food Connections: Towards a Healthy and Sustainable Food System for Toronto, *Toronto Public Health*:1-29.
http://torontourbangrowers.org/img/upload/food_connections_report.pdf.
- 村山伸子 (2014)「健康格差とフードシステム」『フードシステム研究』21 (2) : 77-85.
<https://doi.org/10.5874/jfsr.21.77>.
- 水嶋敦・中塚千恵 (2015)「問われる中食企業の責任と姿勢」日本惣菜協会編『中食2025』: 182-19
- 新山陽子 (2018)「食品の価格と品質の調整システム」新山陽子編著『フードシステムと日本農業』放送大学教育振興会：170-187.
- パルシステム生活協同組合連合会 (2010)
<https://www.pal.or.jp/> (2010年1月参照)
- 佐藤真行・村上佳世・新山陽子・細野ひろみ・工藤春代 (2012)「有機物循環農産物の社会的便益と消費者行動」植田和弘・高月紘・楠部孝誠・新山陽子 編著『有機物循環論』昭和堂：231-268.
- Summary Report of the EAT-Lancet Commission, Healthy Diets From Sustainable Food Systems. (2019) : 1-30.
<https://eatforum.org/eat-lancet-commission/eat-lancet-commission-summary-report/>
- 高橋 克也 (2018)「食料品アクセス問題の現状と今後－「平成27年国勢調査」に基づく新たな食料品アクセスマップの推計から－」『フードシステム研究』25 (3) : 119-128. https://doi.org/10.5874/jfsr.25.3_119.
- 立川雅司 (2018)「北米におけるフードポリシー・カウンシルと都市食料政策」『フードシステム研究』25 (3) : 129-137. https://doi.org/10.5874/jfsr.25.3_129.
- 氏家清和 (2013)「『おいしいやり』と食料消費－公共財的側面をもつ属性に対する消費者評価－」『フードシステム研究』20 (2) : 72-82.
<https://doi.org/10.5874/jfsr.20.72>.
- Vermeulen, S. J., Campbell, B. M., Ingram, J. S. I. (2012) Climate Change and Food Systems, *Annual Review of Environment and Resources* 37: 195-222.
<https://doi.org/10.1146/annurev-environ-020411-130608>.
- Willett, W., Rockström, J., et al. (2019) Food in The Anthropocene: The EAT-Lancet Commission on Healthy Diets From Sustainable Food Systems. *THE LANCET COMMISSIONS* 393(10170):447-492. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(18)31788-4).
- 薬師寺哲郎 (2014)「超高齢社会におけるフードシステムの課題－高齢者の健康、食の外部化、食料品アクセス、食品摂取－」『フードシステム研究』21 (2) : 87-97. <https://doi.org/10.5874/jfsr.21.87>.
- 山野薫 (2020)「社会貢献要素はどう評価されるか－飼料米給与鶏卵の商品属性に対する購入者の認識－」新山陽子編『消費者の判断と選択行動』昭和堂：147-168.