

協同組合における生花通信配達事業の展開と加盟店への影響に関する研究

共生基盤学専攻 共生農業資源経済学講座 食料農業市場学 久郷 優

1. 問題の所在

日持ちのしない生花を遠隔地へ届ける際、生花専門小売店単体での配達には限界がある。そこで、日本各地の生花専門小売店は、生花通信配達協同組合を組織し、送り先エリアの小売店へ通信を用いて遠隔地配達を行っている。しかし昨今、加盟店の減少が見られる。これは景気悪化に加え、従来の生花通信配達において協同組合加盟店間で利用件数に偏りが生じていることに起因する。そこで、協同組合は新たな事業を展開し対応を行っている。この事業展開と加盟店に与える影響を分析することは、今後、生花通信配達事業の方針を考える上で意義がある。本論では花キューピット協同組合を事例に通信配達事業の展開を見た上で、その展開が加盟店に与える影響を明らかにする。

2. 分析

第1章では、生花通信配達事業が広く浸透し、中でも花キューピット協同組合が最も古く、加盟店が多い事実を整理した。

第2章では、花キューピット協同組合の事業展開を明らかにした。近年、同協同組合では加盟店・取引件数の減少が見られる。これは店舗間型生花通信配達事業が長期間継続する過程の中で、相互の取引が固定化し生じた偏りが主な理由である。この対応として協同組合本部がインターネット上で生花販売を行い、それを、加盟店へ発注するネット注文型生花通信配達を新たな事業として展開した。この事業により受注件数を伸ばし店舗間格差の打開を図っている。

第3章で、北海道札幌市の加盟店を事例に、生花通信配達における加盟店別利用状況を顧客形態による販売先の相違と、配達エリアの相違から「法人・葬儀型」「郊外型」「都心部型」の3つに類型した。「法人・葬儀型」は、法人や葬儀を顧客とした店舗間型の受発注を多く抱えている。「郊外型」は、競合加盟店が少ない郊外において、狭いエリアで店舗間型の受発注を寡占している。そのため、これらはネット注文型の事業展開による影響が小さい。一方、「都心部型」は競合加盟店が多く、受発注件数が少ない。そこで受注件数維持のため、配達エリアを広く設け、ネット注文型を多く受注している。広域の配達エリアは、負担となる郊外への配達が存在する。しかし受注件数を維持するためにはそうした配達を断ることができない現状にある。

3. 結論

以上の分析を総括し、加盟店が減少する中、花キューピット協同組合が新たに展開したネット注文型通信配達事業は、店舗の所在地によって受注件数に大きな影響を与えていることが明らかとなった。これは一見すると、受注件数の偏りをなくし、加盟店格差を打開している。しかし、その内実は配達の負担を考えない、応急処置的な対応でしかない。協同組合本部が一方向的に受注を要求する形態ではなく加盟店間の相互扶助に基づいた店舗間型取引の再検討が必要である。