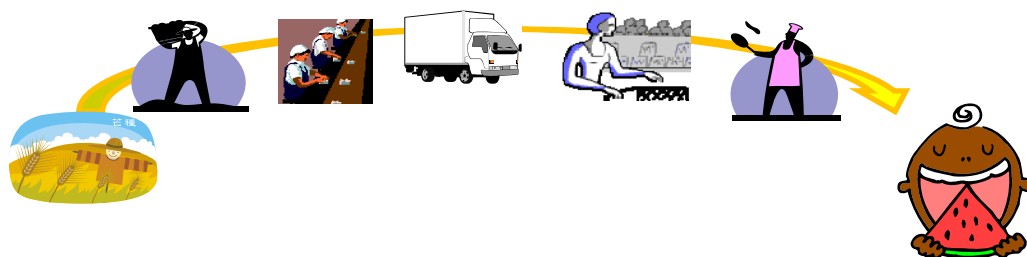


聖徳大学 食の安全・安心に関する講演会



食品のマーケティング戦略と 安全・安心のシステム

日 時：平成20年11月 8日（土）

13:00~15:00

会 場：聖徳大学1403教室

ご挨拶

本日はお忙しいところ、聖徳大学 食の安全・安心に関する講演会にご参加くださりまして、誠にありがとうございます。

今日、食の安全・安心が社会問題となり、多くの日本国民が将来の食料供給のあり方に大きな関心を持つようになりました。しかしながら、生産から消費に至るまでのフードチェーンの現状について、きちんと全体像が紹介され、将来の食の方向を共に考えるような機会が提供されることはあまりありませんでした。

そこで今回、本学では、大学が有する知的財産を地域・社会に還元していく社会貢献活動の一環として、社団法人日本フードスペシャリスト協会の共催をいただきながら、食の安全・安心に関する講演会を開催する運びとなりました。

講演会の講師には、農産物流通研究の第一人者としてご活躍されるとともに、ご専門である食品のマーケティング戦略、食品流通システムについてわかりやすい解説をされることで有名な、日本大学客員教授・梅沢昌太郎先生をお招きし、有意義なお話をいただきます。

本日の講演会が、ご参加くださいました皆様にとりまして、楽しく実り多いひとときとなりますことを、また、皆様の明日からの食生活のご参考となりますことを、教職員一同心より願っております。

平成20年11月 8日
聖徳大学

目 次

- 1 なぜ食品商品学ではないのか……………P2
- 2 食育が叫ばれている……………P3
- 3 食をマーケティング戦略から見ると……………P4
- 4 流通が変わっている……………P5
- 5 流通を考える……………P6
- 6 女性の社会的進出を考える…・時間の新しい使い方…P7
- 7 イノベーションを考える……………P8
- 8 物流のイノベーションを考える……………P11
- 9 食の安心・安全を考える……………P12
- 10 中国冷凍餃子事件の教えること……………P13
- 11 トレーサビリティが重要になる……………P14
- 12 まとめ……………P15

1 なぜ食品商品学ではないのか

* 食と食品は違う

* 食品はモノ主体・・・物性主体である

* 食は食へること

* 食へる行為は多様な要素を含んでいる

* 文化、民族性、歴史、地域性など

2 食育が叫ばれている

*なぜ食教育ではないのか

*教育は強制の側面を持つ

*生活環境全てで食育が必要となる

*育った環境が食の消費に関係する

*つまり、生まれてからの環境が重要な要素になる

* 子どもから教わるお母さん・・・問題ではないか？

3 食をマーケティング戦略から見ると

* マーケティング戦略の4Pを考えることは重要だが

* もの(goods)よりもホスピタリティ(サービス)が中心になる

* 食の外部環境の変化を考える必要がある

* 女性の社会的進出が食生活を大きく変えている

*イノベーションが食の形態を変えた

4 流通が変わっている

*生鮮食品／加工食品というカテゴリーは古い

*片方向の情報から双方向のコミュニケーションへ・・・IT革命の影響

*ケイタイ社会の変化

*マスから個への情報の伝わり方

* BtoCからCtoCへの変化

* 食の形態も大きく変わる

5 流通を考える

* 加工食品と生鮮食品では流通システムが異なる

* 穀類は政府が買い上げてくれた

* チェーン小売業の隆盛と専門小売商の衰退

* 生鮮食品の流通の主体となっている卸売流通システムの危機

* 情報流通に帰結する

* 信用流通という新しい流通のコンセプト

6 女性の社会的進出を考える・・・時間の新しい使い方

* 高学歴化・・・大学卒は当たり前となった

* 団地という生活空間の出現

* 家庭内技術革新の結果・・・時間の使い方の変化

* 電気洗濯機

* 電気掃除機

* 電気冷蔵庫

7 イノベーションを考える

* 温度に対する関心の高まり

* 食品を温度帯で考えたほうが合理的である

* 19世紀は缶詰が食のイノベーションとして偉大であった

* 20世紀は冷凍の時代

* 21世紀はあいまい領域(生鮮的加工食品/加工的生鮮食品)あるいは
HMR/HMSの時代?

* 冷凍食品の二つの特性・・・
簡便性(消費者志向)と貯蔵性(政策的志向)

* 生活者は便利性というペネフィットを重視した

* 食品を温度で考える

* 常温

* 恒温

* 冷蔵

* 冷凍

* 「あったか温度帯」が必要になる

8 物流のイノベーションを考える

* 宅配便の革新性

* 消費者物流のコンセプトの確立

* 需要開発の重要性

* 食は宅配便の出現によって基本的に変わった

10 中国冷凍餃子事件の教えること

* 冷凍というイノベーションは否定されない

* 流通の安心・安全は日本には不完全であった

* 生産側に非があることが証明されたが

* 中国側は最初テロの可能性を示唆していた

* EUのGAP意味

* アメリカのテロとの戦いの意味

* PBが日本でも注目されている

* 食の生産から流通そして消費までの安心・安全が問われる

11 トレーサビリティが重要になる

* 生活者に浸透している考え方とは言い難いが

* 消費者・生活者が生産流通の情報を得ることのできるシステム

* IT技術との関連が大きくなる

* 小売主導か

* 生産者主導か

* PBがSB化することと普及は連動しよう

12 まとめ

* 食商品学から戦略マーケティング戦略へ

* マネジリアルからディスマーケティングへの視点

* 消費者の視点の重要性

* トレーサビリティの意味・・・消費者の立場に立った安心・安全

* 双方向コミュニケーションの重要性

[MEMO]



講師プロフィール
農産物流通研究の第一人者

梅沢 昌太郎 先生

1937年（昭和12年）生まれ

1960年（昭和35年）3月 早稲田大学政経学部卒業

協和ガス化学株式会社、社団法人日本能率協会コンサルタント、
社団法人農協流通研究所などを歴て、高千穂商科大学教授

1998年（平成10年） 日本大学大学院商学研究科教授

2008年（平成20年） 日本大学大学院商学研究科客員教授

著作

『食商品学』2004年 新書版2006年 日本食糧新聞社

『食品のマーケティング』1981年 白桃書房

『アグロ・フード・マーケティング』1999年 白桃書房

『トレーサビリティ』2004年 白桃書房

『ビジネス・モデルの再生…ディスマーケティングを問う』

2006年 ほか多数

社会的活動

農林水産省「トレーサビリティ実証委員会」座長

2002年～2004年

農林水産省「ユビキタス社会実証」2004年～2008年3月

山形県「山形セレクション」農産物部会座長（2005年より現在）

日本農業新聞「視点」執筆（3か月に1回）



SEITOKU

主催／聖徳大学 人文学部人間栄養学科 知財戦略課

〒271-8555 千葉県松戸市岩瀬550

TEL047-365-1111 (大代表)

共催／社団法人日本フードスペシャリスト協会