

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 18 日現在

機関番号：32658

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2011～2014

課題番号：23780237

研究課題名(和文)「買い負け」現象下における冷凍野菜開発入業者の企業行動に関する研究

研究課題名(英文) The trend of "unsuccessful bidding" and corporate behavior of developers and importers of frozen vegetables

研究代表者

菊地 昌弥 (KIKUCHI, Masaya)

東京農業大学・国際食料情報学部・准教授

研究者番号：30445689

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,400,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は日中の統計資料および企業データと実態調査の結果を基に、主体間関係論、フードシステム論、国際マーケティング論の視点から考察を加えた結果、わが国において直面する中国産冷凍野菜の「買い負け」現象の実態とその要因を解明するとともに、その状況下において日本の大手冷凍野菜開発入業者が商品を安定して調達するために中国国内で講じている対策の内容とその限界を明らかにした。

研究成果の概要(英文)：We confirmed that the trend of "unsuccessful bidding" is not because an increase in worldwide demand has shot up international prices and Japanese importers cannot cope with the increased prices, unlike the case of fishery products. At the same time, we examined the factors that led to this situation using international marketing theory and learned that Japan's presence as a buyer has decreased, as problems have been arising, including the detection of residual agricultural chemicals, with the expansion of the frozen Chinese vegetable export business. We also confirmed that leading Japanese developers and importers of frozen vegetables are cultivating new producing areas in inland China to purchase frozen vegetables and overcome the present stalemate, but this approach is not an effective measure currently and has failed to improve the situation.

研究分野：農業経済

キーワード：構造変化 主体間の関係変化 企業行動 中国産冷凍野菜

1. 研究開始当初の背景

わが国においては、「食の外部化」が進展しており、日本国民の「食」は外食や中食に依存する傾向が高まっている。ところが、小田論文(参考・参考文献[1])で言及しているように、外食産業市場では成熟期を迎えていることに加え、消費者の低価格へのニーズが高いことから価格競争が進展している。そのため、外食産業では中国産を中心とした廉価な輸入冷凍野菜を使用せざるを得ない状況にある。この点から冷凍野菜開発輸入業者はわが国の「食」に大きく関与していると判断される。

過去に「流通再編化における冷凍野菜開発輸入業者の企業行動に関する研究」というテーマで研究助成(課題番号20780167)を受けていた際、この調査を進める中で関西の大手冷凍野菜開発輸入業者から2009年以降において、厳格な安全管理対策の導入を要望する一方で買い取り価格の低さを一因に、既に魚介類で指摘されている「買い負け」現象に直面しはじめている実態を耳にした。つまり、中国にとって最大の販売先国である日本の、しかも大手企業が従来通りに商品を購入できないというのである。このことは、嗜好品だけではなく、日常品までにこの影響が及んでいる事を意味しているものであり、食料の安全保障を考える上で極めて重要な実態である。

中国の統計資料「中国海関統計年鑑」を確認すると、2000年から2008年にかけて中国の冷凍野菜輸出量は31.2万tから77.6万tへと3倍以上も増加しているが、日本への輸出量は24.1万tから19.2万tへと減少している。一方、この期間中、中国が販路を拡大させたのは米国向けと韓国向けであり、それぞれ、1.2万tから10.7万tへと9.5万t、1.2万tから19万tへと17.8tも増加させている。これに伴い、中国の冷凍野菜総輸出量に占める日本の割合は、77.2%から24.8%

へと低下しており、日本向けは相対的にも絶対的にも供給量が減少している。こうしたなか、大手の冷凍野菜開発輸入業者は、この新たな状況において同国から商品を安定して調達するための対策や他国からの調達を進展させる等の企業行動を起こしていると考えられる。

日中間を中心とする農産物貿易に関する研究は、日本農業経済学会、日本フードシステム学会、日本農業市場学会といった複数の学会で個別報告やシンポジウム等が行われる等、活発に研究が行われている。なかでも冷凍野菜開発輸入業者に焦点を当てた研究は特に多く、現地での原料調達方法や安全管理対策に関する成果が残されている。だが、上述の「買い負け」現象およびそのことに対する企業行動の研究は一切行われていない。

いうまでもなく、食料自給率が約40%のわが国において国内で有効な対策を講じることが困難となっている状況下で同傾向が深化することは、冷凍野菜開発輸入業者、食品卸売業者、外食企業の経営を逼迫させるだけではなく、量および金額の両面から消費者である日本国民の「食」をも脅かすことになる。

2. 研究の目的

上記の背景を踏まえ、本研究では中国産冷凍野菜の「買い負け」現象の実態とその要因を解明するとともに、その状況下において冷凍野菜開発輸入業者は商品を安定して調達するためにどのような対策を講じているのかを明らかにすることを目的とする。具体的には、「買い負け」現象の実態の解明、「買い負け」現象の背景の解明、買い負け現象に対する冷凍野菜開発輸入業者の対応策(企業行動)の解明を行なう。そして、これらの3つの結果を基に、今後、中国産を中心とした輸入冷凍野菜は安定して調達できるのか否かについて展望を結論づける。

3. 研究の方法

本研究では、日本の冷凍野菜開発輸入業者とその企業の商品を製造している中国の冷凍野菜製造企業、業界の動向を明記している日中の統計資料や専門書、そして、企業データや実態調査の結果を基に、主体間関係論、フードシステム論、農産物市場論の視点から考察を加え課題の解明を試みる。

4. 研究成果

上述の3つの課題に関して、次の(1)から(4)の成果を得た。

(1) 中国産冷凍野菜の「買い負け」現象の実態

わが国に輸入される食料品は、世界基準ともいえるような一般性を有した規格の食料品と、日本の細かな様式に基づいて生産されたいわば日本型の食料品が輸入されている。前者については、大豆、小麦、鶏肉といった基礎的かつ必需的な品目を対象に、加工度がそれほど高くなく荷姿も同様となっている特徴がある。それゆえ、買い手が世界に多く存在することから輸出国は生産した商品を日本以外の複数の国へ販売することが容易である。一方、後者は日本の「食」を構成する幅広い品目を対象に、日本側が指定する独自の加工基準や安全基準を満たしたものであり、加工の程度が高いものについては指定の味付けまでがなされている。そのため、日本以外の国ではそれほどニーズがないことから他国へ転売することが容易ではない。そのような食料品の場合、生産国の企業は工場内の敷地や稼働率に限りがあること、加えて販路の広さや要求の高さ・複雑さを勘案すると他国よりも魅力的な条件でなければ生産を志向しない。

では、日本向けのシェア低下は買い付け価格の相対的低下が要因となっているのだろうか。「中国海関統計年鑑」に明記され統計上輸出実績のある11品目を対象に日本向けの動向を捉えると、2000年と2011年の比

較で数量、シェアともに大きく減少しているのは、その他の豆、ほうれん草、ミックス野菜の3品目である。その他の豆は6万4,331tから2万5,617tへ3万8,714t減少し、シェアが83.9%から32.8%へと低下している。また、ほうれん草は3万9,832tから2万1,486tへと1万8,346t減少し、シェアも97.7%から45%へ低下している。そして、ミックス野菜は2万4,765tから1万775tへ1万3,990t減少し、シェアも90.8%から20.1%へ低下している。これらは2000年当時、1万tを超える規模を有し、かつ日本向けが80%を超えるシェアを有していた品目である。つまり、残留農薬問題発生以前、日中両国にとって中心的であった品目と位置づけられる。これら3品目は米国向けで増加しており、同品目について今日では中国の最大の輸出先が日本ではなく同国となっている。

この3品目を対象に、日本向けと米国向けの価格差と米国向け輸出数量の関係を、2000年、2006年、2011年を例に捉えると、日本向け価格が相対的に年々高くなっている傾向にあるにもかかわらず、米国向け輸出数量が急拡大している(図1)。すなわち、水産物とは異なり世界的な需要拡大により国際価格が上昇し、日本の輸入業者がそれについ

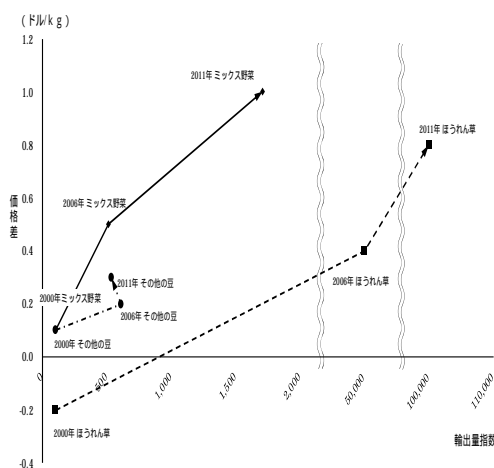


図1 中国産冷凍野菜における日本向けと米国向けの価格差と米国向け輸出量の動向
資料：中華人民共和国海関総局「中国海関統計年鑑」より筆者作成。
注：1) 2000年の輸出量を100.0とした。2000年の韓国向け輸出量は11,432.7t、米国向け輸出量は、ほうれん草16.0t、ミックス野菜436.2t、その他の豆5,677.0tである。
2) 価格差は「日本向けの単価・米国向けの単価」の意味である。そのためマイナスになっているのは米国向けが高いことを示す。

てゆけずに買い負けているような状況にはない。それどころか品目全般的に捉えると日本は依然として中国の主要輸出先国の中で最も高く買っているうえ、価格上昇の程度も最も著しい。このことについて 2000 年と 2011 年を比較すると中国冷凍野菜の輸出価格平均が 1.0 ドル/kg から 1.1 ドル/kg へ 10% 上昇しているのに対して、中国の輸出先上位 3 カ国のうち首位の韓国向け平均価格は 0.7 ドル/kg から変化がない。また第 3 位の米国向けの平均価格は 0.9 ドル/kg から 1.1 ドル/kg へ約 20% 上昇しているものの、第 2 位の日本向け平均価格は 1 ドル/kg から 1.5 ドル/kg へと 50% も高騰している。こうした実態から日本のシェア急落に伴う存在感の低下が価格面にも波及している可能性が伺える。

(2) 中国産冷凍野菜の「買い負け」現象の背景

主体間関係が変化し、日本側が買い負ける現象が発生するようになった背景には、中国の冷凍野菜輸出の段階が進展していることが要因となっている。佐藤論文(参考・引用文献[3])では輸出や海外への事業展開に関するマーケティングのことを国際マーケティングとし、その発展段階論について先行研究を整理している。同成果を引用すると、輸出を行わず国内生産・販売だけの段階(国内段階)から、国内生産・販売を主体としながら一部を輸出する段階(国内段階)の次に国際的な標準品を生産し直接輸出する段階(国際段階)または相手国のニーズに適応した製品について現地チャネルを利用して輸出する段階(国際段階)があり、さらに次には世界的な標準品を生産しグローバルな販売チャネルで販売する海外事業重点企業の段階(グローバル段階)または世界中の生産拠点で世界的な差別化商品を生産しグローバルな販売チャネルや現地の販売チャネルで販売する多国

籍企業の段階(グローバル段階)となっている。

同論を援用し先行研究をみると、日本のニーズに合った商品を生産している企業行動が解明されており(参考・引用文献[2])この点からこれまでは国際段階にあったと位置づけられる。ところが、近年では日本向けの販売量を大幅に低下させることによって同国向けのシェアを低下させるのではなく、韓国、米国、それ以外の国々に販売量を拡大させながら総輸出量を大きく増加させたために日本のシェアが低下しており、しかも中国の冷凍野菜製造企業が凍菜協の評価表に示した安全管理策を導入しない理由がこの傾向に関連している(世界的な制度になっていない)ことを踏まえると、グローバル段階に突入したと判断される。

中国がグローバル化に向けて舵を取るきっかけとなったのは、2002年に日本で顕在化した残留農薬問題が大きかった。それはこの問題発生以前において最大の販売先であり、かつ80%弱ものシェアを占めていた日本で同問題が頻発し、日本政府がポジティブリスト制度の導入、モニタリング検査の検査項目の大幅な拡大(2005年:240項目、2011年:694項目)検査所の監視員の増員(2005年:300名、2011年393名)等、同問題への対応を厳格化させるとともに、中国政府においても輸出先国で残留農薬違反を起こした場合、冷凍野菜製造企業に対して輸出の禁止や罰金等の厳格な措置を講じたので先行きに対して不安が高まり、リスク回避の観点から積極的に脱日本向けに着手せざるを得なかった状況にあったためである。またわずかな期間にもかかわらずそれに成功したのは、中国の冷凍野菜製造企業が世界で最も厳格な基準を品質、規格、安全性に設けている日本と多品目にわたる商品を長年取引していたことから、他国へのシフトを容易に行える能力を持ち合わせていたためである。

(3) 同現象に対する冷凍野菜開発輸入業者の対応策(企業行動)

日本側は、コストおよび多品目の原料を生産できる気候的環境、そして安全性への対応能力の観点から調達先を中国以外の国へシフトさせることができていない。そのため今日では大手開発輸入業者であっても安全管理対策の面や価格交渉面においても日本の主体間関係が弱体化するかたちで変化が生じており、値上げしたものを購入するか、もしくはより管理レベルが低くコストの安い工場から調達するかを選択を迫られている。

こうしたなか、日本の大手企業では、2010年前後から新興産地に参入し冷凍野菜を調達する行動が確認される。本研究では2009年に設立された安徽省の新興の冷凍野菜製造企業と大手開発輸入業者の取引を対象にその詳細を研究した。この事例は沿岸部の伝統的な産地の企業のものよりも製品1tあたりのコストが200ドルから400ドル程度も廉価であったことから大手開発輸入業者が関心を示し設立の年から取引が開始されることとなった。

ただし、近年、人件費や陸上輸送費の上昇を要因に沿岸部地域の企業と価格面で大きなメリットを発揮できなくなっていることに加え、安全管理対策の面や異物混入対策の面で能力が低く、また品質の問題でのトラブルが続出したため、事例の企業間ではすでに取引が停滞している。これらの要因は、非伝統的な産地に共通する事項であること、そして、一般的にはこれらの解決には一定程度の時間を要することを踏まえると、主要産地においてマイナス面での大きな構造変化が突発的に発生しない限り、非沿岸地域を中心とした新興産地への対日輸出野菜基地のシフトは短期的には起こらないと考えられる。

(4) 今後の展望

これまで中国産冷凍野菜の開発輸入は日本側が主導権を持ち生産段階の細部に関与しながら安価かつ安定的に行ってきたが、それが段階的に変化しており、今日では弱体化するかたちで転換期に差し掛かっている。こうした状況にあり、しかも中国以外に有力な輸入先国を開拓できないなか、日本が安定的に冷凍野菜を調達するには同国で市場の動向に合わせた効果的な対策を講じることによって輸入を継続しつつ、国内からも一定程度確保していく必要がある。それゆえ、今後はそれに資する研究が不可欠になってくるであろう。

また、本研究では冷凍野菜の開発輸入だけを対象にしているが、他の品目の開発輸入でも同様に転換期に差し掛かっている可能性が示唆される。というのは、冷凍野菜だけではなく、中国の食料品輸出における日本向けのシェアそのものが急減しているし、輸出企業が特定国や特定企業に販売先を過度に依存するのが経営上のリスクとなる点は冷凍野菜にとどまらず食料品すべてに共通していること、また冷凍野菜以外の品目でも日本において残留農薬違反等の問題が発生すると中国では罰則の対象となることも共通しているためである。いうまでもなく、このことがもし確かであれば同国における日本型の食料品の生産やその安定調達がいっそう危惧されるだけに、その検証作業が望まれる。

参考・引用文献

- [1] 小田勝己『外食産業の経営展開と食材調達』農林統計協会、2004。
- [2] 菊地昌弥『冷凍野菜の開発輸入とマーケティング』農林統計協会、2008。
- [3] 佐藤和憲「農産物輸出におけるマーケティングの課題 - 台湾向けリンゴ輸出を事例として - 」日本フードシステム学会監修、斎藤修・下渡敏治・中嶋康博編『東アジアフードシステム圏の成立条件』農

林統計出版、2012、pp.61-96。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計3件)

能宗桃子・菊地昌弥・渡辺万里恵・平岩由希「水産物の「買い負け」現象下における大手水産商社の企業行動に関する考察 - 大手回転寿司企業向けの寿司ネタの調達を中心に - 」実践総合農学会誌『食農と環境』、査読有、No.13 巻、2014、pp.95-101。

菊地昌弥「経済環境の変化と食品企業の食材調達行動の新たな動き - 中国からの冷凍野菜輸入の事例を中心に - 」日本フードシステム学会誌『フードシステム研究』査読なし、20 巻 2 号、2013、pp.108-119、DOI : 10.5874/jfsr.20.108。

菊地昌弥・竹埜正敏・佐藤敦信・船津崇「中国における日本向け冷凍野菜の輸出価格高騰の一因に関する考察」日本農業市場学会誌『農業市場研究』査読有、第 21 巻 第 2 号、2012、pp.20-28。

〔学会発表〕(計3件)

菊地昌弥「経済環境の変化と食品企業の食材調達行動の新たな動き - 中国からの冷凍野菜輸入の事例を中心に - 」日本フードシステム学会、2013 年度シンポジウム「食品産業のグローバル化と国際分業の展開」(筑波大学) 2013 年 7 月 16 日。

菊地昌弥・竹埜正敏「中国対日輸出基地における原料調達方法の変化」日本農業市場学会、2012 年度大会個別報告(広島大学) 2012 年 7 月 8 日。

菊地昌弥・竹埜正敏・佐藤敦信「輸入冷凍野菜高騰の一因に関する考察 - 中国産を対象に - 」日本農業市場学会、2011 年度大会個別報告(鹿児島大学) 2011 年 7 月 3 日。

〔図書〕(計5件)

菊地昌弥・大島一二・金子あき子「上海市における中小企業の内販戦略の新展開」大島一二・菊地昌弥・石塚哉史・成田拓未編著『日本農業市場学会研究叢書 No15 日系食品産業における中国内販戦略の転換』筑波書房、2015、pp.53-65、総頁数 207。

菊地昌弥・竹埜正敏・古屋武士「大手冷凍野菜開発輸入業者の事業所給食事業への参入に関する考察」大島一二・菊地昌弥・石塚哉史・成田拓未編著『日本農業市場学会研究叢書 No15 日系食品産業における中国内販戦略の転換』筑波書房、2015、pp.179-196、総頁数 207。

菊地昌弥「食料品開発輸入の転換期 - 中国産冷凍野菜を事例に - 」斎藤修監修、下渡敏治・小林弘明編集『フードシステム学叢書第3巻 グローバル化と食品企業行動』農林統計出版、2014、pp.83-95、総頁数 211。

菊地昌弥・竹埜正敏「中国の対日野菜輸出基地にみられる新動向 - 新興産地安徽省の合作社と冷凍野菜製造企業の事例から - 」『日本農業市場学会研究叢書 No13 中国農業の市場化と農村合作社の展開』筑波書房、2013、pp.155-176、総頁数 206。

菊地昌弥・竹埜正敏・佐藤敦信「中国産冷凍野菜の「買い負け」現象の発生とその一因」板垣啓四郎編著『我が国における食料自給率向上への提言 PART-2』筑波書房、2012、pp.91-108、総頁数 189。

〔産業財産権〕

なし

〔その他〕

ホームページ等

http://dbs.nodai.ac.jp/html/53_ja.html

6. 研究組織

(1) 研究代表者

菊地 昌弥 (KIKUCHI Masaya)
東京農業大学・国際食料情報学部・准教授
研究者番号 : 30445689