

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 10 日現在

機関番号：12605

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2012～2015

課題番号：24780209

研究課題名(和文) 中華圏市場の成熟化と震災後風評被害下の日本産果実輸出のターゲットマーケティング

研究課題名(英文) Maturing of Chinese sphere market and target marketing of Japanese fruits export after Grate East Japan Earthquake

研究代表者

成田 拓未 (NARITA, Takumi)

東京農工大学・(連合)農学研究科(研究院)・助教

研究者番号：50614260

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,200,000円

研究成果の概要(和文)：東日本大震災によって発生した原子力発電所事故後の日本産果実の輸出戦略の実態について、りんごを中心に検討した。

我が国最大の輸出向けりんご産地である青森県においては、円高による輸出向けりんご出荷量の減少は顕著であったものの、産地自治体による、風評被害対策もあり、風評被害による悪影響は比較的小さかった。

一方で、中国がりんご輸出国としての実力を高めてきている。現状では、世界の市場で日本産りんごと中国産りんごは棲み分けている。いずれ、中国におけるりんご生産が高級志向となった場合には、日本産りんごと競合する可能性がある。

研究成果の概要(英文)：The objective of this study is to examine the actual situation of the Japanese fruit, mainly apple, export strategy after the nuclear power plant accident that occurred by the Great East Japan Earthquake.

In Aomori that is our country's greatest apple production center for export, the apple volume of shipment for export decreased by a fall in the exchange rate of the yen. However there were the harmful rumors measures by the local government of apple production center, and the adverse effects by rumors were relatively small.

On the other hand, China is raising the ability as the apple export country. Under the present conditions, Japanese apple and Chinese apple are segregated. But if China apple production became high quality-oriented, Chinese apple will compete with Japanese apple.

研究分野：農業市場学

キーワード：りんご 輸出 マーケティング 中国 台湾 香港 原子力発電所事故

様式 C - 19、F - 19、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

中華圏(台湾・香港・中国)市場は、共通の文化的背景と多様な成熟度、膨大な人口によって構成され、わが国農産物の有望な輸出先と位置づけられる。一方、原子力発電所事故によって輸出の継続・発展が危ぶまれる中、これら有望市場に対する実態把握は体系的に欠き、甚だ不十分である。

2. 研究の目的

本研究では、中華圏における消費者の日本産果実に対するニーズを把握し、比較分析することによって、原子力発電所事故による風評被害の実態も踏まえて、我が国果樹産地のとるべきターゲットマーケティングのあり方を検討し、果樹農業再編の方向を展望することを目的とする。

3. 研究の方法

消費地においては、小売店舗におけるりんごの品揃えと価格動向の観察、産地および中間流通においては、りんご集出荷業者へのヒアリング調査によって課題の解明を試みる。

4. 研究成果

(1) 青森県産地りんご集出荷業者・Y社を対象とする事例分析により、我が国りんご輸出量が一定の飽和状態となっている台湾市場においては、大玉で着色の良い高級品のみならず、多様な品種、中・小玉、比較的着色の劣るもの、障害果であるつる割れりんご、食味が良いとされる蜜入りりんごに至るまで、消費者の嗜好が広がり、日本産りんごの平均価格も下がってきていることが明らかとなった(表1)。

表1: Y社における台湾向けりんごの構成(2009年産)

品種名	階級(玉)	数量(箱)	構成比(%)	収穫期
つがる	26~56	5,940	4.1	9月10日~
早生ふじ	26~56	5,940	4.1	10月1日~
大紅栄	8~12	109	0.1	10月中旬
世界一	8~12	5,227	3.6	10月12日~
	26~36		0.0	
王林	26~56	9,604	6.6	10月29日~
ふじ	有袋	22,944	15.8	10月31日~
	無袋	94,643	65.0	11月5日~
金星	22	1,140	0.8	11月9日~
計	—	145,547	100.0	—

出典: Y社への聞き取りを元に筆者作成。また、収穫期については、青森県りんご生産指導要項編集委員会編集[1]および弘果弘前中央青果株式会社(以下、「弘果」)ホームページ(<http://www.hiroka.org/xoops/modules/pico/index.php/content0003.html>)参照。

注1) 単位の「箱」の容量は、基本的には10kg/箱だが、大玉である大紅栄および世界一の8~12玉については5kg/箱となっている。

注2) 大紅栄は弘果が専用利用権を保持しており、同社が中心となって品種の普及、栽培指導を行っている。

注3) 数量については出荷箱(概ね10kg入)換算で表記している。

表2: Y社における台湾向けりんご出荷量の推移

年	数量(箱)	金額(万円)	価格
			(円/kg)
2000(A)	4,722	1,888	400
2005	96,551	28,919	300
2009(B)	145,547	37,930	261
増加量(%・A・B)	2982.3	1909.0	-34.8

出典: Y社への聞き取りを元に筆者作成。

注) 数量については出荷箱(概ね10kg入)換算で表記している。

(2) したがって、安定的に輸出を継続していくためには、産地としては多様な品種について、高級品から廉価な中・小玉まで安定的に供給することが求められるといえる。

(3) 一方、香港市場においては、近年の円安傾向の追い風もあって日本産りんごの輸入量が急増しているが、同時にその価格が台湾向けと同等の水準に近づいてきている。このことが、香港りんご市場の“台湾化”と捉えるべきか否かは、今後の検証を待たねばならない。

(4) また、中国市場においては、世界最大のりんご生産国という台湾・香港とは異なる条件を有しており、その産地の動向が日本産りんご輸出の動向に影響を及ぼしうる。その意味ではこれまで、中国産りんごは国内外のりんご市場において最も廉価なりんごとして消費されてきており、日本産りんごとは対照的な位置にあった。

表3 香港のりんご輸入状況(2010年)

	輸入量 (トン)	輸入価格 (ドル/kg)
アメリカ	52,745	1.18
中国	41,137	0.37
チリ	19,367	0.94
NZ	10,165	1.11
南アフリカ	2,851	1.06
フランス	1,650	1.18
日本	1,336	4.43
その他	1,760	—
計	131,011	—

資料: FAOSTAT

(5) しかしながら近年、急激な増産を経てきた中国りんご産地は、農民の組織化、独自の育種等の研究成果、消費者における購買力の向上を背景として、量から質への転換、産地再編を進めつつある。

(6) 特に、遼寧省等の寒冷地においては、りんご新品種・寒富の生産が普及してきている。寒富は、耐寒性に優れ、大玉という特徴を持っている。階級の面では、寒富は日本産の世界一・むつ・大紅栄に匹敵する。現状では、

日本産りんごに比べて着色や形状の面での品質が劣っている。しかしながら、中国農民が寒富の大玉という特徴を活かそうとするならば、農民專業合作社を通じて、組織的に着色や形状の面での品質向上に取り組むだろう。

(7) 日本のりんご輸出戦略は、着色や形状の良さ、大玉といった品質の高さによって、海外産りんごとの徹底した製品差別化を図り、台湾を始めとする海外市場において、独自の地位を築きまた築こうとしている。しかしながら、世界最大のりんご生産国かつ輸出国である中国によって、こうした日本独自の地位が揺らぐ可能性がある。

(8) 更に中国では、りんごに限らず多様な果実が生産されており、その産地形成に農民專業合作社が一定の役割を果たしている。

(9) 山東省のおうとう産地においては、1経営体当たりでは生産量の僅かな上位等階級のおうとうの販売のため、農民專業合作社が組織され、一定のロットを形成し、大口需要者への販路を確保している。

(10) また、同じく山東省のりんご産地においては、農薬や化学肥料の使用量を削減して取得することができる“有機食品”認証を農民專業合作社を通じて取得し、その取組を核に安全性と環境負荷の低減に積極的な農民を糾合しつつ、認証取得を背景に大手小売資本数社と“農超対接(産直)”に取り組み、販路を確保している。

(11) 消費者の購買力向上に対しては、例えば大手食品加工資本が農場とワイナリーを直営し、原料調達から加工、販売まで一貫して担うことによって、高品質、高価格なワインを製造し、高所得者の需要にこたえようとする事例も確認された。

(12) 以上のことより、中国の果実産地が、高級化、安全性の向上、環境負荷の低減、加工などの手段を通じて、果実の高付加価値化に取り組みつつあることが示唆される。その際注目されるのは、農民組織や大手資本が核となることによって、組織的に取組みが展開されていることである。個別の農家では対応困難な諸課題に対して、組織的な対応が広がってきていることは、各産地や経済主体が自ら掲げる目標の達成までのプロセスを効率化するだろう。

(13) 我が国果樹農業の苦境の要因は、基本的には、長引く消費低迷の上に、多様な輸入果実・果汁の増大、飲料・菓子類等代替財の普及などによって、国産果実に対する需要が縮小したことにある。そのなかで中華圏市場への果実輸出は、特に膨大な人口と高い経済

成長率の維持によって形成される中国市場への進出であって、我が国果樹農業が久しく遠ざかってきた需要拡大局面に直面していることを意味する。そこで本研究は当初、台湾同様にいずれ到来すると考えられる中国中間層への日本産りんごの普及段階を想定し、我が国産地において高級品のりんご供給を維持し続けることの意義を、実証的に解明するものと考えられた。香港・中国市場へ的高级品輸出を一定期間継続することは、台湾同様に日本産りんご購買層が中間層へと拡大するために不可欠である。しかしながら、産地の現状を見ると、担い手不足が著しく進展しており、労働集約性を強く求められる高級品や、長距離・長期間の輸送や熱帯・亜熱帯にも耐えうる保存性の高いりんご(有袋栽培)の数量確保が困難になりつつある。よって、輸出向けりんごの計画的な数量確保と、そのための組織的な労働力の投入方法の確立が求められる。

(14) あわせて本研究は、中国における果実の産地形成は、果実市場における日中の棲み分けの構造から、日中による競合の構造へと転換する可能性を持ち始めていることを解明することとなった。こうした事態を想定した産地のあり方に関する検討は現状皆無であり、今後究明すべき新たな課題として提起する。

参考文献

[1] 青森県りんご生産指導要綱編集部会編集、青森県りんご協会、りんご生産指導要項(平成22年改訂版)、2010

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 8 件)

曹斌・成田拓未、中国における有機農産物の過小供給の要因分析、農業市場研究、査読有、24巻3号、2016、1-10

成田拓未、東北における農協の現状と課題：販売事業を中心に農家支援を考える、農村経済研究、査読有、33巻2号、2015、84-93

成田拓未・隋姝妍、中国におけるワイン市場の変容とワイン製造企業の対応、農業市場研究、査読有、24巻2号、2015、51-57

成田拓未、アジアにおける果実貿易の動向：日中両国産りんごの競合の展望、開発学研究、査読有、25巻1号、2014、11-18

成田拓未・大島一二、中国農民專業合作社における“農超対接”の現状と課題、農村経済研究、査読有、31巻1号、2013、75-82

成田拓未・隋姝妍、産地商人群を基盤とする農民專業合作社の現状と課題：中国おうとう産地を事例として、農村経済研究、査読有、31巻1号、2013、18-24

成田拓未、国産リンゴの輸出競争力、査読無、農業と経済、79巻9号、2013、30-36
成田拓未、台湾りんご市場とわが国産地流通主体の輸出対応の現段階：青森県りんご産地商人の事例を中心に、農業市場研究、査読有、21巻2号、2012、55-61

〔学会発表〕(計 6 件)

成田拓未、東北における農協の現状と課題：販売事業を中心に農家支援を考える、東北農業経済学会 50 周年記念シンポジウム、2014 年 11 月 15 日、フォレスト仙台(宮城県・仙台市)

成田拓未、アジアにおける果実貿易の動向：日本産りんごを軸として、日本国際地域開発学会 2013 年度秋季シンポジウム『アジアの農産物貿易と食品企業・合作社の動向』報告、2013 年 11 月 9 日、弘前大学(青森県・弘前市) 招待

成田拓未、TPP と農産物市場：りんご、中国を事例に考える、日本協同組合学会第 33 回大会特別シンポジウム『TPP をはじめとするグローバリズムと協同組合を考える』報告、2013 年 10 月 6 日、明治大学(東京都・千代田区) 招待

成田拓未・隋姝妍、中国におけるワイン産業の今日的対応、日本農業市場学会個別報告、2013 年 6 月 30 日、新潟大学(新潟県・新潟市)

成田拓未・大島一二、中国農民專業合作社における販売事業の新動向：“農超对接”における農民專業合作社の役割、東北農業経済学会個別報告、2012 年 8 月 25 日、東北大学(宮城県・仙台市)

成田拓未・隋姝妍、中国における農民專業合作社の販売事業の存立条件：おうとう産地の事例分析、日本農業市場学会個別報告、2012 年 7 月 8 日、広島大学(広島県・東広島市)

〔図書〕(計 6 件)

大島一二・菊池昌弥・石塚哉史・成田拓未編著、筑波書房、日系食品産業における中国内反戦略の転換、2015、207

成田拓未、原子力発電所事故後のリンゴ輸出における“風評被害”の実態と対策：弘前市における自治体の取り組みを中心に、神田健策編著、筑波書房、新自由主義下の地域・農業・農協、2014、135-150

王江・神田健策・成田拓未、中国における農村信用社改革の実態と協同組合金融の展開、神田健策・大島一二編著、筑波書房、中国農業の市場化と農村合作社の展開、2013、109-134

成田拓未、農産物産地商人の農民專業合作社への変容、神田健策・大島一二編著、筑波書房、中国農業の市場化と農村合作社の展開、2013、65-85

神田健策・成田拓未、中国農民專業合作社法制定の意義と課題、神田健策・大島一二

編著、筑波書房、中国農業の市場化と農村合作社の展開、2013、25-42

成田拓未、農業法人主導による果実輸出システム、石塚哉史・神代英昭編著、筑波書房、我が国における農産物輸出戦略の現段階と展望、2013、37-71

〔産業財産権〕

出願状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

成田 拓未(NARITA, Takumi)
東京農工大学・大学院農学研究院・助教
研究者番号：50614260

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

()

研究者番号：