

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 19 日現在

機関番号：32644

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25380563

研究課題名(和文) 海外市場への日本産農産物の輸出戦略に関する研究

研究課題名(英文) Study on the export strategy of Japanese agricultural products to overseas markets

研究代表者

朝日 弓未 (ASAHI, YUMI)

東海大学・情報通信学部・准教授

研究者番号：40453823

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,700,000円

研究成果の概要(和文)：野菜の価格を国際比較した結果、日本産野菜は他国と比較して価格が若干、高いことが多い。そのため輸出先の現地消費者は、「わざわざ高価な日本産野菜を購入しない」という選択肢をとってしまう可能性があり懸念される。

日本産野菜の輸出拡大の可能性を探るため本研究では、海外市場における日本産野菜の価格や購買状況の分析と、日本と輸出先の国々との関係性の分析を行った。まず、価格が現地野菜や他の輸入野菜と比べ高い日本産野菜に対し、現地消費者の購買の有無を確認した。また現地消費者がどの値段までなら買うかという、価格の許容範囲を調べた。

研究成果の概要(英文)：Consumers are thought not to make a special purchase of relatively expensive Japanese vegetables. In order to explore the potential for the expansion of exporting Japanese vegetables, this research analyzed the price and buying situation of Japanese vegetables and find out the relationship between Japan and export destination countries.

The study analyzed show the presence or absence of purchasing Japanese vegetables which are more expensive than local and other foreign vegetables and find out the local consumers' acceptable range of the price. The market share abroad of the export of Japanese vegetables will also be figured out.

研究分野：社会科学

キーワード：消費者行動 購買意思決定 実地調査 輸出入 購買行動 国際比較 日本近郊アジア諸国 アンケート調査

1. 研究開始当初の背景

日本では「日本産野菜の輸出」に関して以前はあまり積極的ではなかった。しかし近年 T P P 問題の影響などによりその姿勢の見直しを余儀なくされてきた。そこで海外市場における日本産野菜の現状把握が必要となってきた。本研究では、日本食品輸出シェア上位に位置づけられている国々で尚且つ日本近郊の国々(台湾・韓国など)を対象に調査研究を行うこととした。各国々において店頭(スーパーマーケット)で取られたアンケート調査及び消費者の購買履歴データを時系列的に収集し、消費者の購買意識行動の比較を行うことを検討した。調査は、同条件(立地・規模など)を考慮し「各国の首都」にある某スーパーマーケットとした。時系列的にデータ収集することから風評被害や国家間外交問題などに対する影響変数を入れ調査・分析を行うとした。

2. 研究の目的

日本の農産物の輸出額はここ数年増加傾向にある(図1)。このことを受け海外における日本産農産物に対する購買行動について調査を行うこととした。

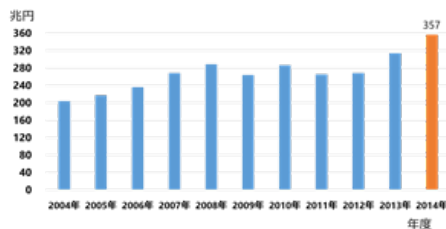


図1 日本の農産物の輸出額推移¹⁾

日本近郊の国々を対象に店頭(スーパーマーケット)で取られたアンケート調査、対面調査及び農産物の価格、消費者の購買データから消費者の購買意識行動を探ると共に国産食品と輸入食品(特に日本産ブランド)購買時の意思決定過程における選択基準を明らかにし、国産食品と輸入食品(特に日本産ブランド)に対する価格と購入の関係を導き出すことを目的とした。

3. 研究の方法

当初時系列データの取得とアンケート調査を予定していた台湾と韓国では、思うように調査が遂行できなかつた。まず韓国では、ここ数年、反日感情が高まった時期で当初協力体制にあったスーパーマーケットでの調査が困難となった。また一般市民に対するアンケート調査からの回答についても現地協力者の意見から「その影響はぬぐえない」として調査を見送る結果となった。また台湾では、時系列的な調査を試みスーパーマーケットからの協力も得られていたが、調査設定日に台風直撃、また震災の影響があったこと、また台湾政府による2015年5月から「日本からの食品輸入が全て停止する」ことが決まったことで一部商品のラインナップに影響を与える結果となった。

そのため第2年度後半から時系列調査を一部断念し、香港・シンガポール・台湾²⁾において購買価格の確認及びインタビュー調査を行った。シンガポールでは、同条件(立地・規模など)を考慮し「各国の首都」にあるスーパーマーケットの コールドストレージ フェアプライス Sheng Song。香港では、City Super Three Sixty Welcome。台湾では、Wellcome 頂好超市 Carrefour 三越において日本産野菜の現地売り場状況の確認及び、現地スーパーマーケットの顧客層の把握、顧客への聞き取り調査及びアンケート調査、現地価格のデータ取得を行った。

4. 研究成果

日本産農産物の日本における季節ごとの価格変動も海外への輸出価格に影響を及ぼすことを踏まえ日本産ブランドとして各国で売られている農産物についても価格確認を行った。

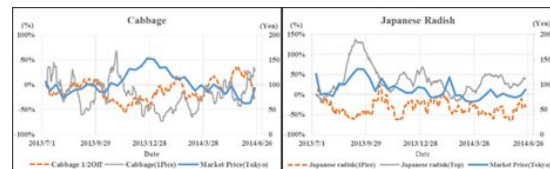


図2 キャベツ(左)と大根(右)の日本における価格変動

しかし、日本での価格が高い時期低い時期にかかわらず香港・シンガポール・台湾では、ある一定の輸入量が確保されていることが確認できた。表1に示しているのはシンガポールにおける輸入野菜の平均価格の一部を示している。

表1 シンガポールにおける輸入野菜の平均価格

商品	1kg当りの小売価格(S\$)	距離(km)
キャベツ(日)	7.9	5324
キャベツ(馬)	3.75	317
キャベツ(豪)	3	6218
キャベツ(中)	1.65	4483
レタス(日)	29	5324
レタス(馬)	8.85	317
ピーマン(馬)	3.9	317
ナス(日)	9.9	5324
ナス(馬)	4.67	317
ホウレンソウ(馬)	3.2	317
ホウレンソウ(中)	6.2	4483

それぞれ(日)は日本産、(馬)はマレーシア産、(豪)はオーストラリア産、(中)は中国産を示している。S\$は、シンガポールドルであり、1kg 当りの小売価格の平均を示したものになる。この表から日本産は他国からの輸入農産物より割高なことが分かる。

また一部データが取得できなかった結果、時系列分析での確認は、本研究では行えなかつた。しかし輸入された農産物に対する消費者のもつ意識に対するアンケート調査及び対面調査より、消費者の日本産ブランドや他国産ブランドに対する購買行動が分析でき

た．またこの調査データを基にモデルの検討を行った．



図3 日本産農産物志向モデル

日本産ブランドの購入層は、比較的裕福な層であり価格への影響はさほど見られず、購入者は野菜の品質を重視し、安全性に関心が高い層であることが分かった。ただ、スーパーによっては、同じ品物であっても流通経路の違いによる価格差が生じており、購入者によっては、購入場所を選択するなど購買行動に差がある可能性が示唆され今後とも着目していく点である。そして、まだ日本産ブランドと他国より輸入された農産物に対する購買行動への意識の違いや日本人が持つ日本産農産物志向と各国における日本産農産物志向については今後比較検討していく。

参考文献

[1] 農林水産省 <http://www.maff.go.jp/index.html>(最終閲覧日 2016/02/03)
 [2] 大島一二(2015)。「日本産農林水産物輸出の現状と課題-香港・台湾向け輸出を対象に-」桃山学院大学経済経営論集 57(2),45-58.

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 10 件)

R. Morizumi, Y. Asahi (2016). Effect of changes in fresh vegetables prices give consumers, Proceedings of the HCI International 2016, [印刷中]. (査読有)
 T. Yamada, Y. Asahi, K. Yuura (2015). An Analysis of the Synergistic Effect in the Advertisement - Between the Television Commercials and the Internet Commercials, Proceedings of the HCI International 2015, 159-170. (査読有)
 R. Morizumi, Y. Asahi (2015). Analysis using purchasing data in Japan, Proceedings of the HCI International 2015, 640-647. (査読有)
Y. Asahi (2014). Decision Making Model with Price Acceptability in Japanese products, Proceedings of the

International Conference on Operations Research 2014.(査読有)

M. Tanikawa, Y. Asahi (2014). User Analysis and Questionnaire Survey, Proceedings of the HCI International 2014, 489-497. (査読有)

Y. Takahashi, Y. Asahi (2014). User Needs Search Using the Text Mining -From Commodity Comparison, Understanding the Difference of Users Awareness-, Proceedings of the HCI International 2014, 461-467. (査読有)

Y. Ueda, Y. Asahi (2014). Suggestion of Operation Method of the Interest Shift Model of the Twitter User, Proceedings of the HCI International 2014, 664-677. (査読有)

T. Kobayashi, T. Yamaguchi and Y. Asahi (2013). Analysis of Purchasing Behavior Focusing on the Passage of Time at a Group Buying Site of Coupon, Proceedings of the HCI International 2013, 449-455. (査読有)

Y. Takahashi, Y. Asahi (2013). User Needs Search Using Text Mining, Proceedings of the HCI International 2013, 607-615. (査読有)

Y. Ueda, Y. Asahi (2013). Prediction of the Concern of People using CGM, Proceedings of the HCI International 2013, 284-292. (査読有)

[学会発表](計 20 件)

森角亮太, 朝日弓未 (2016.3.17). 生鮮野菜の市場取引価格と小売り販売価格の比較分析 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2016 年春季研究発表会アブストラクト集, 141-142, 慶應大学 矢上キャンパス (東京都).
 Y.Asahi (2015.12.18).

Consumer Consciousness on Domestic and Imported Food, Proceedings of the 9th Conference of the Asian Regional Section of the IASC, シンガポール国立大学 (シンガポール).

森角亮太, 朝日弓未 (2015.9.10). 生鮮野菜価格の変化が消費者に与える影響 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2015 年秋季研究発表会アブストラクト集, 76-77, 九州工業大学 戸畑キャンパス (福岡県).

森角亮太, 朝日弓未 (2015.9.3). 地域差から見る店舗分析 日本行動計量学会 第 43 回発表論文抄録集, 188-189, 首都大学東京南大沢キャンパス (東京都).

山田直宏, 朝日弓未, 湯浦克彦 (2015.9.7). Web 利用状況によるセグメントに基づく購買プロセスの分析 統計関連学会連合大会講演報告集, 107, 岡山大学 津島キャンパス (岡山県).

谷川未沙樹, 朝日弓未 (2015.3.27). アンケート調査を用いたユーザー意識分析 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2015 年春季研究発表会アブストラクト集, 68-69, 東京理科大学 神楽坂キャンパス (東京都).

高橋由希子, 朝日弓未 (2015.3.27). 自由記述文章によるユーザー意見把握とモデルによる確認 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2015 年春季研究発表会アブストラクト集, 66-67, 東京理科大学 神楽坂キャンパス (東京都).

高橋由希子, 朝日弓未 (2014.11.15). 商品レビューを用いた購入意識分析の比較 日本計算機統計学会第 28 回シンポジウム, 279-280, 沖縄科学技術大学院大学 (OIST)(沖縄県).

谷川未沙樹, 高橋由希子, 朝日弓未 (2014.11.15). 高齢者属性から見る小売への取組の提案 日本計算機統計学会第 28 回シンポジウム, 277-278, 沖縄科学技術大学院大学 (OIST)(沖縄県).

植田雄介, 朝日弓未 (2014.9.15). 日本における対アジア向け青果物輸出に関する分析 統計関連学会連合大会講演報告集, 233, 東京大学 本郷 キャンパス (東京都).

高橋由希子, 朝日弓未 (2014.9.3). 自由記述文章の分析による購入意向調査 日本行動計量学会第 42 回発表論文抄録集, 184-185, 東北大学 川内北キャンパス (宮城県).

谷川未沙樹, 朝日弓未 (2014.9.3). アンケート調査からみるユーザー意識分析 日本行動計量学会第 42 回発表論文抄録集, 30-31, 東北大学 川内北キャンパス (宮城県).

高橋由希子, 朝日弓未 (2014.8.28). ユーザーニーズ把握のためのテキストマイニング 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2014 年秋季研究発表会アブストラクト集, 152-153, 北海道科学大学 (北海道).

谷川未沙樹, 朝日弓未 (2014.8.28). 企業活動に活かすユーザー意識分析 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2014 年秋季研究発表会アブストラクト集, 144-145, 北海道科学大学 (北海道).

生田目崇, 朝日弓未 (2013.9.12). クーポン購入傾向に基づく好みによるユーザーの類型化 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2013 年秋季研究発表会アブストラクト集, 192-193, 徳島大学 常三島キャンパス (徳島県).

高橋由希子, 朝日弓未 (2013.9.12). ネット意見からみるユーザーが求める商品要素 日本オペレーションズ・リサーチ学会 2013 年秋季研究発表会アブストラクト集, 184-185, 徳島大学 常三島キャンパス (徳島県).

植田雄介, 朝日弓未 (2013.9.10). ネット選挙における Twitter 利用者の動向の定量的分析 統計関連学会連合大会講演報告集, 154, 大阪大学 豊中キャンパス (大阪府).

高橋由希子, 朝日弓未 (2013.9.10). テキストマイニングを用いたユーザーニーズ探求 統計関連学会連合大会講演報告集, 151, 大阪大学 豊中キャンパス (大阪府).

植田雄介, 朝日弓未 (2013.9.5). 感染症の数理モデルを利用した Twitter 上の情報伝播シミュレーション 日本行動計量学会第 41 回発表論文抄録集, 272-273, 東邦大学 習志野キャンパス (千葉県).

高橋由希子, 朝日弓未 (2013.9.4). 自由記述をデータ化し分析するユーザー意識研究 -商品イメージの分析からビジネスへ- 日本行動計量学会第 41 回発表論文抄録集, 62-63, 東邦大学 習志野キャンパス (千葉県).

〔図書〕(計 件)

〔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

朝日 弓未 (ASAHI YUMI)
東海大学・情報通信学部・准教授
研究者番号: 40453823

(2) 研究分担者

()

研究者番号:

(3) 連携研究者

()

研究者番号: