

令和 2 年 6 月 22 日現在

機関番号：11101

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2016～2019

課題番号：16K07887

研究課題名（和文）原発事故前後の中華圏市場における日本産農産物・食品の販路確保に関する実証的研究

研究課題名（英文）Empirical research on securing sales channels for Japanese agricultural products and foods in the Greater China market before and after the nuclear accident

研究代表者

石塚 哉史（Ishitsuka, Satoshi）

弘前大学・農学生命科学部・教授

研究者番号：70571016

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,800,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、日本産農産物・食品の中華圏市場における販路確保の現段階と課題を解明するために、以下の4点を明らかにした。震災・原発事故以降は、東海以西の事業者が増加傾向を示している。輸出相手国・地域の市場において従前よりも非代替性という差別化戦略の重視した展開に取り組んでいた。内外価格差の存在から中間層以上の消費者に販路を設定して取り組まざるを得なくなっていた。現時点では、輸出相手国・地域の市場における日本産農産物の需要が、細分化された範囲であるが故にセグメントマーケティングが中心であった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、輸出入国の双方で調査を実施し、幅広い品目と事業主体を対象に農業経済学視点からマーケティング戦略を体系的に検討した点に学術的な特徴がある。

また、震災・原発事故以降の限定された期間に焦点を当てているが、その影響は甚大であったために、当該期間における輸出停滞の原因究明と対応策の検討は、緊急性の高い重要なテーマである。本研究の成果は、輸出政策の成熟化や更なる輸出拡大の進展に寄与するものと期待される。

研究成果の概要（英文）： This study clarified the current situation and problems of securing sales channels for Japanese agricultural products and foods in the Greater China market. The points clarified in this study are as follows. West Japan's exports became active after the earthquake. Non-substitutability is emphasized in the export partner country, and differentiation was an absolute requirement. For Japanese agricultural products and food, segment marketing for the middle class and above was weekly.

研究分野：社会経済農学

キーワード：輸出 販路確保 中華圏市場 原発事故 マーケティング 非代替性 セグメント

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

(1) わが国では少子高齢化に伴う国内市場の縮小化が危惧されており、製造業・サービス業を問わずアジア諸国等新規市場への販売増加に取組む事業者が増加している。農林水産物・食品の分野も例外ではなく、2007年に政府が掲げた「我が国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略」を契機に活発な取組を示す事業者が登場しつつある。前述の輸出戦略は幾度かの再検討・改訂を経て、2020年迄に農林水産物・食品輸出額を1兆円規模という目標を掲げている。

(2) 政府は1兆円の目標を達成するために、2013年に「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」を策定し、新興市場を中心とした重点国・地域、重点品目を設定し、更なる支援強化を決定した。さらに、2014年には、産業競争力会議において「日本再興戦略の改定案」を策定し、経済成長に伴って人口増加・市場拡大が見込まれる新興国での販売拡大を目指すため、海外の市場に合わせた輸出環境、海外市場向けの商品開発等の体制整備を推進し、2020年に1兆円を達成した先の目標として、2030年に輸出額5兆円を実現する目標を掲げ、現在に至っている。

(3) 上述の様に政府が積極的な輸出支援を打ち出しているのにも関わらず、農産物・食品の輸出額は輸入額の約1/20というアンバランスな状況となっており、すなわち、日本産農産物・食品輸出の実情は、期待する報道に反して未だ限定された範囲といえよう。2013年、2014年の輸出金額が連続して統計を取り纏めて以降の最高額を計上したことに伴い、震災・原発事故の風評被害から回復したと認識されがちであるものの、輸出相手国・地域での実態を鑑みると、輸出相手国・地域による輸入規制措置(輸出禁止)対象地域(東北、関東甲信越)の存在、加工食品や水産物に比して青果物、畜産物の回復速度が遅いという品目間のギャップという深刻な問題も顕在化している。日本産農産物の震災・原発事故からの復興・復旧は未だ緒に就いた段階で有り、全面回復とは言い難い段階にあるといえよう。

(4) このような動向であるにも関わらず農業経済分野の関連学会等において日本産農産物・食品輸出関連の研究成果は、関連データが未整備な点、調査実施の困難性等の要因から公表数が停滞しつつある。現状の研究動向が継続するならば、震災・原発事故以降において輸出回復を実現させた品目のマーケティング戦略のみでなく、回復基調に至っていない品目の輸出停滞の原因についても究明が不明瞭なままとなってしまう可能性が高い。

2. 研究の目的

(1) 本研究の目的は、日本産農産物・食品の中華圏市場における販路確保の現段階と課題を解明するために、震災・原発事故前後において日本産農産物・食品マーケティング戦略が示した効果と問題点に焦点をあてて検討することにおかれる。

(2) 具体的には、農産物・食品輸出支援政策及び政府の掲げた戦略の内容と効果、輸入規制措置や風評被害の影響について、その内容と発生後から現在にかけての緩和の有無と輸出数量及び輸出額の増減、震災・原発事故後における輸出主体の流通業務、販路確保の変化、震災・原発事故以降の輸出相手国・地域における消費者の日本産農産物・食品に対する意識、購買行動、の4点を明らかにしていく。

3. 研究の方法

(1) 本研究では、国内の輸出産地主体、海外の消費地、実需者を対象とした現地での実態調査を実施し、研究課題に対する現状と問題点について実証的な分析を行うことを重視している。本研究が現地調査結果を中心に検討する理由は、現時点において日本産農産物・食品輸出に関連する統計データ等資料が輸出入国の双方で未整備であり、実態把握を行う上で不足していることが関係している。

(2) 農産物・食品輸出に対する国内産地及び企業の選定に関しては、震災・原発事故前後に農産物・食品輸出を継続している産地・企業という点を絶対条件として設定した。具体的には、産地の中でも輸出相手国・地域による規制措置対象地域の周辺県(東北、関東甲信越)を設定している。それに加えて、前述の地域から遠隔地に立地している故、震災・原発直後から輸出金額を増加させつつある地域(北海道、九州)に該当する産地・企業で設定した。

(3) 輸出相手国・地域における消費実態調査に関しては、わが国における農林水産物の最大輸出相手国・地域(金額ベース)である「香港」に設定し、日本産農産物・食品の需要動向と消費実態を適切に把握するために、日本産農産物・食品を取り扱っている量販店、外食産業の幹部・仕入担当者を対象としたヒアリング調査および日本産農産物・食品の試食交流会や展示会の催事へ参加した消費者を対象としたアンケート調査を実施した。

1) 平成 28 年度

国内での日本産農産物・食品輸出に関する基礎的な情報収集に力点を置き、農業・食関連機関において輸出動向、関連政策・制度、支援事業の実態把握を目的とした資料収集（農林水産省東北農政局）産地農協、食品企業等において輸出実態の詳細な把握を試みるため、訪問面接調査を実施（主に震災・原発事故以降における輸出動向の差異、販路確保に向けた取り組み状況、輸出の障害となっている事項について分析）の2点を行った。

なお、今年度実施した訪問面接調査における調査対象事例は以下の通りである。「ながいも」は、オホーツク網走農業協同組合、帯広川西農業協同組合、「和菓子（大福）」は、岩手阿部製粉、「水産物加工品（さば加工品）」は武輪水産であった。

2) 平成 29 年度

前年に引き続き国内での日本産農産物・食品輸出に関する基礎的な情報収集に力点を置き、農業・食関連機関において輸出動向、関連政策・制度、支援事業の実態把握を目的とした資料収集を実施した。また、産地農協、食品企業等において輸出実態の詳細な把握を試みるため、訪問面接調査を実施（主に震災・原発事故以降における輸出動向の差異、販路確保に向けた取り組み状況、輸出の障害となっている事項について分析）した。さらにそれに加えて、香港の一般消費者を対象に日本産りんごジュースの消費者意識と購買動向についてアンケート調査（50名）も実施した。

なお、今年度実施した訪問面接調査における調査対象事例は以下の通りである。「りんご」は青森県農林水産部りんご果樹課、「りんご果汁」は青森県農村工業農業協同組合連合会、「日本梨」は全国農業協同組合連合会鳥取県本部、「日本酒」は福島県酒造協同組合およびほまれ酒造、大和川酒造であった。香港でのアンケート調査表の配布・回収は、welcome（恵康）において行った。

3) 平成 30 年度

国内での日本産農産物・食品輸出に関する事業主体を対象としたヒアリングに力点を置き、地方自治体、農業・食関連団体において輸出動向、関連政策・制度、支援事業の実態把握を目的とした訪問面接調査を実施した。主に震災・原発事故以降における輸出増加の牽引役となっているぶどう、日本酒を事例に、販路開拓および販路確保に向けた取り組み状況に焦点をあてて分析した。

なお、今年度実施した訪問面接調査における調査対象事例は以下の通りである。「日本酒」は、日本貿易振興機構青森センター、青森県酒造組合、北海道農政事務所、「ぶどう」は、全国農業協同組合連合会山梨県本部、長野県農政部農業政策課農産物マーケティング室であった。

4) 平成 31 年/令和元年度

前年と同様に国内での日本産農産物・食品輸出に関する事業主体を対象としたヒアリングに力点を置き、地方自治体、農業・食関連団体において輸出動向、関連政策・制度、支援事業の実態把握を目的とした訪問面接調査を実施した。主に震災・原発事故以降における輸出増加の牽引役となっている「たまねぎ」、「加工食品」を事例に、販路開拓および販路確保に向けた取り組み状況に焦点をあてて分析した。

なお、今年度実施した訪問面接調査における調査対象事例は以下の通りである。「たまねぎ」は北海道農業協同組合連合会、北みらい農業協同組合、「加工食品（漬物）」は、道本食品であった。

4. 研究成果

本研究では、前述の3の1)～4)の調査を通じて、日本産農産物・食品の中華圏市場における販路確保の現段階と課題を解明するために、震災・原発事故前後において日本産農産物・食品マーケティング戦略が示した効果と問題点に焦点をあてて検討した。本研究によって明らかとなった点を示すと以下の通りである。

第1に、震災・原発事故以降の農林水産物・食品輸出をみると直後の2カ年は停滞したものの、それ以降は増加傾向を継続させている。品目別にみえていくと、加工食品が全体の輸出金額に占める比率は、50%前後の範囲で安定しており、他の品目との差が著しい。

第2に、震災・原発事故以降は、東海・北陸、近畿、中国・四国、九州・沖縄に立地する事業体が輸出に取組む件数が以前よりも増加傾向を示している点が指摘できる。このことは関東・甲信越地域は輸出停止措置による規制の影響から、以前よりも輸出に対して積極的な取組姿勢を見出しにくくなった点が関係していよう。

第3に、輸出産地および輸出事業主体は、輸出相手国・地域の市場において従前よりもアイテム（産品）の希少性・話題性または季節性という非代替性という差別化戦略の重視した展開に取り組んでいることが明らかとなった。

第4は、中間層以上の消費者に販路を設定して取り組まざるを得ないことが明らかとなった。現時点では、輸出相手国・地域の市場における日本産農産物の需要が、細分化された範囲であるが故にセグメントマーケティングが中心であった。

上述の通り、わが国の農産物輸出は輸出金額が増加傾向を示しつつあるが、克服すべき課題も存在している。先進事例であっても現在の輸出産地による主要な取組は単一品目によるものが主流である。したがって、単一品目での輸出では数量が限定されており、現地での販路拡大や販路確保を目指す上での隘路となっている。ただし、以上の点を単一の協議会や単協のみの取り組みで全て担い、克服することは不可能で有ることは明らかであり、複数の自治体、協議会、関連機関、企業等を含めた地域や品目を越えた連携が望まれている。

以上の結果を踏まえ、今後の農産物輸出に係る展望を述べていこう。農林水産物・食品輸出を安定させるためには、今までの全体対戦略よりも一歩踏み込んだ産地および消費地個々の実態を踏まえた上での輸出事業主体に対する客観的な提言や実現性のあるプランニング、プロジェクトの提案が求められるのではないかと考える。それ故、農林水産物・食品輸出の研究や提言に関しては、優良事例又は先行事例、消費地（輸出相手国・地域）の実態調査を中心にデータを蓄積し、具体的な検証を行う段階にあると容易に指摘できるため、これらの点に対応できる分析を引き続き検討していきたい。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 2件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 石塚哉史	4. 巻 84巻6号
2. 論文標題 野菜産地における輸出の現段階と課題	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本健康学会誌	6. 最初と最後の頁 232-241
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） https://doi.org/10.3861/kenko.84.6_232	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 石塚哉史	4. 巻 54
2. 論文標題 農産物・食品輸出の今日的展開と課題	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 技術と普及	6. 最初と最後の頁 21-23
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 石塚哉史	4. 巻 25-3
2. 論文標題 農産物・食品輸出の現段階特質と展望	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 農業市場研究	6. 最初と最後の頁 4-13
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 石塚哉史	4. 巻 39-1
2. 論文標題 転換期の加工専門農協	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 協同組合研究	6. 最初と最後の頁 35-41
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計7件（うち招待講演 3件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 中村哲也・丸山敦史・矢野佑樹・石塚哉史
2. 発表標題 ロシアにおける輸入農産物の国際認証と信頼性に関する分析 日本産輸出を考慮して
3. 学会等名 日本国際地域開発学会春季大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 石塚哉史
2. 発表標題 福島県内酒造業者における日本酒輸出の今日的展開と課題
3. 学会等名 日本国際地域開発学会秋季大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 成田拓未・石塚哉史
2. 発表標題 わが国におけるぶどう輸出の現状と課題
3. 学会等名 東北農業経済学会2017年度大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 石塚哉史
2. 発表標題 農産物・食品輸出の現段階特質と展望
3. 学会等名 日本農業市場学会2016年度大会シンポジウム（招待講演）
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 石塚哉史
2. 発表標題 農産物輸出産地におけるマーケティング戦略に関する今日の展開と課題 - 野菜・畜産物の事例を中心に -
3. 学会等名 日本国際地域開発学会 2019年秋季大会シンポジウム (招待講演)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 石塚哉史
2. 発表標題 【座長解題】日本産農林水産物・食品輸出の意義と展望 - 輸出額 1兆円とその先に目指すもの -
3. 学会等名 日本国際地域開発学会 2019年秋季大会シンポジウム (招待講演)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 石塚哉史
2. 発表標題 ぶどう産地における輸出マーケティング戦略の今日的展開 - 山梨県の事例を中心に -
3. 学会等名 日本国際地域開発学会 2019年春季大会シンポジウム
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計2件

1. 著者名 カーベントナー・ピクター・黄孝春・神田健策・荒川修・大橋治・石塚哉史・今智之・四宮俊之・田中紀充・玉真之介・成田拓未・長谷川啓哉・松本和浩・山野豊	4. 発行年 2017年
2. 出版社 弘前大学出版会	5. 総ページ数 286 (63-77、263-275)
3. 書名 グローバル下のリンゴ産業 - 世界と青森 -	

1. 著者名 福田 晋・石塚哉史・神代英昭・菊地昌弥・豊智行・成田拓未・郭万里・根師梓・林明良・堀田和彦・森高正博・安川大河・李哉ヒョン・岩元泉・後藤一寿・清水邦義・中川敏法	4. 発行年 2019年
2. 出版社 筑波書房	5. 総ページ数 292 (13-36, 167-181)
3. 書名 加工食品輸出の戦略的課題	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織		
氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考