

氏名	池川真里亜		
学位の種類	博 士 ( 学 術 )		
学位記番号	博 甲 第 7756 号		
学位授与年月日	平成 28年 3月 25日		
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当		
審査研究科	生命環境科学研究科		
学位論文題目	日系冷凍食品企業の海外立地選択と市場アクセスに関する実証分析 —東アジアを事例として—		
主査	筑波大学教授	博士 (農学)	松下 秀介
副査	筑波大学教授	博士 (農学)	茂野 隆一
副査	筑波大学准教授	博士 (農学)	首藤 久人
副査	筑波大学准教授	博士 (農学)	氏家 清和
副査	筑波大学名誉教授	Ph.D. (地域科学)	徳永 澄憲

## 論 文 の 要 旨

1985年のプラザ合意以降、相対的にドル高円安となった交易条件を背景として、日系企業の海外進出が活発化した。日系冷凍食品企業による海外進出も例外ではなく、同時期に多くの企業が海外に進出したという事実がある。特に、アジア通貨危機以前、1980年代後半から1990年代にかけての期間には、相対的に安価な労働力や原材料としての農産品の存在、東アジア各国が競って導入した外資優遇政策を背景として、低廉な価格の生産要素を利用した低コスト生産を東アジア各国内で行い、最終財は日本で販売するという、いわゆる垂直型の生産により日本への逆輸入を行うことが、日系冷凍食品企業の東アジアへの主な進出動機であった。以上のような日系冷凍食品企業行動の現状を背景として、本研究では1) 東アジア諸国における経済成長による日系冷凍食品企業の立地選択行動の変化、2) 当該国内の消費者の生活水準の向上、あるいは当該国内における輸送インフラの質の向上による日系冷凍食品企業の立地選択行動の変化という2つの課題について、冷蔵庫の普及率に着目した分析フレームにより、定量的に明らかにすることを目的とした。

本研究における分析フレームでは、新経済地理学理論に基づいた「市場アクセス」、「サプライヤーアクセス」という概念を援用する。これらの概念では、一定の空間内における輸送費用の存在が重要な変数として位置づけられている。具体的に、「市場アクセス」とは、ある国や地域が直面している自国内市場、および貿易相手国内市場への輸送費用を考慮した当該財の「需要力」と定義される。また、「サプライヤーアクセス」とは、ある国や地域が直面している自国内市場、および貿易相手国内市場への輸送費用を考慮した当該財の「供給力」と定義される。

アジア通貨危機以降、2000年代における東アジア各国での急速な経済成長は、各国内における賃金水準の高騰をもたらし、このことが食料品の購買力の増大、つまり、需要の拡大を実現したといわれている。分析対象国で独自に実施したヒアリング調査によると、日系冷凍食品企業は、同時期における日本国内での食料品に対する需要の飽和・停滞を背景として、東アジア国内の市場の成長に注目していたことが明らかとなった。また、同時期において、日系冷凍食品企業は、東アジア国内（立地国）で生産した財を同国内（立地国内）市場で販売するという、いわゆる水平型の生産を目的とした海外立地選択を

行っていたことが明らかとなった。つまり、以上の結果は、1990年代までは各種の交易上の優遇措置の元で日本への逆輸入を行うことが日系冷凍食品企業にとっての主な海外立地選択の誘因であったこと、他方、2000年代以降は東アジア国内の市場の存在自体がその主な誘因へと変化したことを示している。

冷凍食品の消費財としての特徴として、調理が簡便であるものの価格が他の食品よりも高く、保存の際に冷蔵庫が必要とされることが指摘できる。よって、冷凍食品は、一定以上の所得水準、生活水準を享受している消費者によって消費される財であり、そのために、東アジア各国内では、1990年代まではあまり一般的な財ではなかったといわれている。ところが、これらの国々では、2000年代以降の経済成長を背景に、中間所得層が増加したことなど、消費者の生活水準が向上したため、冷蔵庫の普及率が大幅に上昇した。この結果、東アジア各国内における冷凍食品の購買力は増大し、日系冷凍食品企業の海外立地行動が活発化したと考えられる。ただし、その一方で、分析対象国で独自に実施したヒアリング調査によると、日系冷凍食品企業が東アジア各国内へ進出する場合、コールドチェーンの未整備など、輸送インフラの量的・質的な整備水準が新たな問題となっていることが明らかになった。

以上の定性的な理解を定量的に確認するため、立地選択要因分析モデルの構築と推定を行った。具体的には、ある国（あるいは地域）が保有する、輸送費を考慮した需要力を表す「市場アクセス」、輸送費を考慮した供給力を表す「サプライヤーアクセス」、消費者の生活水準の向上、あるいは輸送の質の向上を表す代理変数である各国内における冷蔵庫普及率を導入し、モデル分析を行った。これらのモデル分析では、分析対象国において独自に実施したヒアリング調査結果に加え、東洋経済新報社『海外進出企業総覧2011』、(独)経済産業研究所「RIETI-TID 2011」、ILO “LABOSTAT”、World Bank “World Development Indicator”などをパネルデータとして整理し、データベースを構築・利用した。

推定の結果から、日系冷凍食品企業は当該国内の冷蔵庫普及率を重視していることが明らかになり、冷凍食品の消費財の特徴を捉えたと考えられる妥当な結果を得た。ここから、サプライチェーンのうち最も川下にあたる消費者の生活水準の向上が、最も川上にあたる日系冷凍食品企業の立地選択行動に影響を及ぼす可能性が示唆された。また、日系冷凍食品企業は、立地先国内における輸送の質、具体的には製品を低温に保つための輸送網を重視していることも明らかになった。

以上のように、本研究の分析結果からは、「市場アクセス」、「サプライヤーアクセス」を変数とするモデル分析により、日系冷凍食品企業の海外立地選択行動の決定要因が定量的に示された。これらの結果からは、今後さらに冷蔵庫普及率の向上など、東アジア各国内における消費者の生活水準が向上すれば、さらに冷凍食品への需要が増加し、今まで立地していなかった国や地域にも、日系冷凍食品企業が新規に進出する可能性が高まると考えられることが実証的に指摘された。

## 審 査 の 要 旨

本研究では、東アジア諸国における経済成長による当該国内の消費者の生活水準の向上、あるいは、当該国内における輸送インフラの質の向上等による日系冷凍食品企業の立地選択行動の変化について、分析対象国で独自に実施したヒアリング調査により仮説を提示した。また、冷蔵庫の普及率に着目した立地選択要因分析モデルの構築と推定により、この課題を定量的に明らかにした。

また、本研究における実証分析では、さまざまなデータソースから収集した1次データ・2次データにより構成されるデータセットを独自性の高い方法によってパネルデータとして整理し、データベースを構築するなど、データの整備について適切な方法が採られていると判断された。また、これらのデータの集計・分析作業も理論的に妥当であり、論旨の展開とその論証の過程も適切に実行されていると評価された。

平成28年1月21日、学位論文審査委員会において、審査委員全員出席のもとに論文の審査及び最終試験を行い、本論文について著者に説明を求め、関連事項について質疑応答を行った。その結果、審査委員全員によって合格と判定された。

よって、著者は博士（学術）の学位を受けるのに十分な資格を有するものとして認める。