

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—

2016年1月

池川 真里亜

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—

筑波大学大学院
生命環境科学研究科
国際地縁技術開発科学専攻
博士(学術)学位論文

池川 真里亜

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—

筑波大学大学院 生命環境科学研究科 国際地縁技術開発科学専攻
博士(学術) 学位論文

池川 真里亜

要約

本研究の目的

本稿では、東アジア各国における経済成長を背景に、日系冷凍食品企業の立地選択行動がどう変化したか、また当該国内の消費者の生活水準の向上や、当該国内における輸送の質の向上が、日系冷凍食品企業の立地選択行動に影響を及ぼすかを、定量的に明らかにすることを目的として分析を行った。

なお、本稿で対象とする「東アジア」には、一般的に東アジアに区分される中国、香港、台湾および韓国に加え、東南アジアに区分されるフィリピン、マレーシア、タイ、インドネシア、シンガポール、ベトナムと、南アジアに区分されるインドが含まれ、また、分析対象期間は、ブラザ合意以降の1985年から2010年までとした。さらに本稿では、『海外進出企業総覧2011』で、業種分類が食品企業である企業のうち、「事業内容」項の主とする製造品目に「冷凍」「フリーズ」等の言葉を含み、冷凍技術を利用している企業を「冷凍食品企業」として分析を行った。

また本稿では、Fujita, Krugman and Venables [14], Fujita and Thisse [15] 等によるNEG理論に基づいた、市場アクセス・サプライヤーアクセスを利用した。これらの「アクセス」には、一定の空間内における輸送費用の存在が含まれており、「市場アクセス」は、ある国や地域が保持する、自国内市場への、あるいは貿易相手国市場への輸送費用を考慮した、当該財の「需要力」を意味し、「サプライヤーアクセス」は、ある国や地域が保持する、自国内市場からの、あるいは貿易相手国市場からの、輸送費用を考慮した当該財の「供給力」を意味する。本稿では、これらの市場アクセス、およびサプライヤーアクセスの概念を用いて、東アジア各国が保持する潜在的な「需要力」あるいは「供給力」を数値化、可視化し、立地選択要因分析に利用した。その上で、東アジア各国における経済成長を背景に、日系冷凍食品企業の立地選択行動がどう変化したか、また当該国内の消費者の生活水準の向上や輸送の質の向上が、日系冷凍食品企業の立地選択行動に影響を及ぼすかを検証する

ため、定量的な分析を行った。

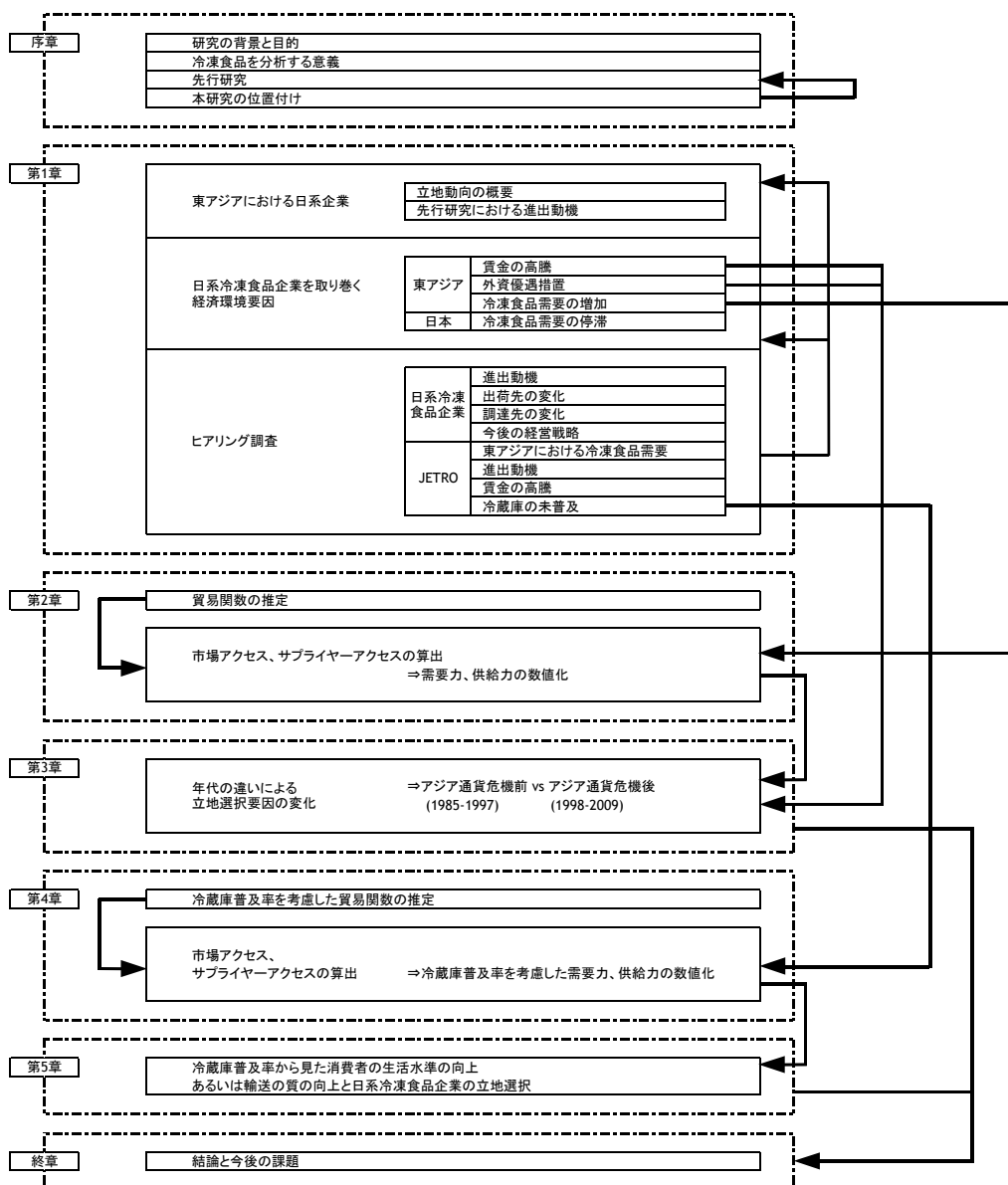


図1 フローチャート

出所：筆者作成。

各章の小括

日系冷凍食品企業の立地動向と課題

まず第1章では、東アジアにおける日系冷凍食品企業の生産拠点を対象にして、データサーベイと日系冷凍食品企業およびJETROへのヒアリング調査の結果から、その立地動向の概要と課題を明らかにすることを目的とした。

その結果、プラザ合意以降から1990年代中ごろまでは、安価な労働力やそれを利用した生産、生産品の日本への逆輸入を主な目的として東アジアへ進出し、低い生産コストで生産した製品を日本へ逆輸入することで、企業利潤を高めていたことが明らかになった。一方で、近年においては、東アジアの経済成長を背景に賃金が高騰し、かつての主な進出動機であった、安価な労働力とそれを利用した日本への逆輸入が、主な進出動機となら

なくなったこと、現地国市場の獲得が主目的となったことが、データサーベイとヒアリング調査から明らかになった。また、生産コスト削減要因として重要であった優遇措置も、近年では日系冷凍食品企業にとっては、あまり恩恵が得られなくなってきていることがわかった。さらに、現地市場型への生産にシフトした日系冷凍食品企業にも、冷蔵庫の未普及やコールドチェーンの未整備状態、消費格差、消費者のニーズの把握など、多くの課題があることがヒアリング調査から明らかになった。

東アジアにおける食品に対する需要力と供給力

第2章では、Redding and Venables [54] に基づいて、東アジアにおける1985年から2009年までの食品貿易関数を推定し、食品の市場アクセスとサプライヤーアクセスを算出することによって、東アジア各国がもつ食品の「需要力」と「供給力」の推移を明らかにすることを目的とした。近年経済成長の著しい東アジアについて、各国がもつ食品の「需要力」と「供給力」の推移を、NEG理論に基づいて数値化し、可視化したことが本章の特徴である。貿易関数の推定の結果より、輸出国の特徴として用いた相対輸出価格と、輸入国の特徴として用いた輸入国市場規模については、どちらも最終財で最も係数が大きくなり、付加価値が大きくなるにつれて、価格優位性や輸入国市場規模が大きい方が貿易が活発化するという結果を得た。また、輸送費用として用いた二国間時間距離については、素材と最終財について係数が1を超え、両財の貿易において輸送費用が重要であることが明らかになった。素材の係数の絶対値が最も大きいのは、加工度が低いほど財の物理的な大きさが大きく、単位当たり付加価値が下がるため、より輸送コストを削減しようとするためと考えられ、現実に即した結果を得た。同じく取引費用として用いた自由貿易協定の締結の有無は、最終財が最も係数が大きく、加工度が低いほど係数が小さくなる傾向にあり、農産品ほど関税によって保護される傾向があることを表す結果を得た。

さらに、貿易関数を推定して得たパラメータを利用して算出した、市場アクセスとサプライヤーアクセスについて見ると、素材と中間財、最終財で大きく特徴が異なることが明らかになった。特に加工度が高く、付加価値が高い最終財で、日本やシンガポールなどの所得水準の高い国の市場アクセスが非常に高く（需要力が高く）、中間財や素材に関しては、実質GDPの高い日本よりも、地理的に中心に位置し、輸送費用が日本よりも低いシンガポールや香港が高い値となった。また逆に供給については、対象国内の地理的な中心付近に位置するマレーシアやフィリピンについて、サプライヤーアクセスが高くなっており、取引費用の低さから、供給力が高いことを表す結果を得た。さらに、食品への需要を表す市場アクセスは、いずれの財においても増加傾向にあり、特に、1990年代以降日本の市場アクセスがほぼ横ばいになっているのに対して、東アジア各国の市場アクセスが大きく上昇しており、東アジア各国内における需要力が増加していることが明らかになった。一方で、食品の供給を表すサプライヤーアクセスに関しては、中間財では増加傾向にあり、最終財では減少傾向にある。これは、中間財に関しては食品の原材料価格の高騰を反映しており、一方で最終財に関しては製品価格の下落を反映していると考えられ、農産品などの素材に関しては、気候変動などによる価格の上下が激しく、一概には言えないが、いずれにおいても、現実を反映した結果を得た。

東アジアにおける日系冷凍食品企業の立地選択要因の変化

第3章では、東アジアにおける日系冷凍食品企業の生産拠点の海外立地選択要因として、1990年代と2000年代とで期間を区別し、海外立地選択要因の変化を実証的に明らかにすることを目的として分析を行った。特に、年代による立地選択要因の変化に着目したことが、本章の特徴である。

推定の結果から、東アジアにおける日系冷凍食品企業の生産拠点の海外立地選択要因として、伝統的なコスト削減要因である実質賃金やインフラ、優遇措置とともに、NEGモデルが重視する、需要力を表す市場アクセス、供給力を表すサプライヤーアクセスが重要であることが明らかになった。さらに、1990年代と2000年代とで、日系冷凍食品企業が重視する立地要因が変化してきている可能性が示唆された。具体的には、プラザ合意からアジア通貨危機前までの1985年から1997年には、日本への逆輸入と立地国内からの原材料の供給を重要視していたが、アジア通貨危機以降には、立地国内市場の需要と立地国内からの原材料供給を重要視するよう

に変化した。また、近年では FTA の影響などにより、原材料の調達先が、立地国内からのみだったものが、より価格の低い周辺諸国からも調達するようになった可能性が示された。さらに近年では、優遇措置がさほど重要視されなくなった可能性も示され、いずれも第 1 章のヒアリング調査と整合的な結果を得た。

東アジアにおける市場アクセスの質的变化

第 4 章では、第 3 章で日系冷凍食品企業は立地国内市場を重視していることが明らかになったため、立地国内市場獲得の際の障壁となり得る、立地国内の冷蔵庫普及率の状況を考慮するモデルを新たに構築した。具体的には、Redding and Venables [54] 等に基づいて、東アジアにおける 1985 年から 2010 年までの食品貿易関数を推定し、冷蔵庫普及率を加味した市場アクセスとサプライヤーアクセスの算出によって、東アジア各国がもつ『冷凍食品の「需要力」と「供給力」』の推移を明らかにし、第 2 章で算出した冷蔵庫普及率を考慮しない従来型の需要力・供給力との比較を行うことを目的とした。特に、近年経済成長の著しい東アジアについて、各国がもつ食品に対する「需要力」と「供給力」と、それらの推移を、NEG 理論に基づいて数値化、可視化し、冷凍食品の消費に深く関係すると考えられる、各国の冷蔵庫普及率を、市場アクセスおよびサプライヤーアクセスにおける、一国内輸送費用として捉え、明示的に導入したことが本章の特徴である。

貿易関数の推定結果より、輸出国の特徴として用いた相対輸出価格と、輸入国の特徴として用いた輸入国市場規模については、いずれも最終財で最も係数が大きくなり、加工度が高く、付加価値が大きくなるにつれて、価格優位性や輸入国市場規模が大きい方が貿易が活発化するという結果を得た。二国間輸送費用として用いた二国間時間距離については、素材の係数の絶対値が最も大きくなり、より輸送費用を削減しようとした結果を得た。同じく二国間輸送費用として用いた自由貿易協定の締結の有無は、第 2 章では、最終財が最も係数が大きく、加工度が低いほど係数が小さくなる傾向にあったが、本章では中間財でもっとも係数が大きくなった。また、素材では有意とならなかったことから、2010 年までを分析の対象とした場合には、農産品などの素材は FTA によって貿易は活発化しない結果となった。冷蔵庫普及率については、素材と最終財で係数が大きくなった。

貿易関数の推定結果から算出した、市場アクセス、サプライヤーアクセスについて見ると、冷蔵庫普及率を考慮しない場合については、特に加工度が高く、付加価値が高い最終財で、日本や香港、シンガポールなどの所得水準の高い国の市場アクセスが非常に高く、需要力が高いことを表す結果となったが、冷蔵庫普及率を考慮した場合については、最終財でも日本よりも地理的に中心に位置する香港やシンガポールで、市場アクセスが大きな値となった。これは輸送費用を明示的に導入した結果であると考えられ、市場アクセスの値が、サプライヤーアクセスに対して大きくなる傾向も改善されたことから、輸入国の購買力として導入した実質 GDP が過大評価される傾向が改善されたと考えられる。素材や中間財に関しては、冷蔵庫普及率を考慮した場合および考慮しない場合の双方で、日本よりもシンガポールや香港が高い値となっており、これは今回対象とした国や地域の中で、地理的に中心に位置し、輸送費用が日本よりも低いためと考えられる結果を得た。また逆に供給力については、対象国内の地理的な中心付近に位置するマレーシアやフィリピンについて、サプライヤーアクセスが高くなっている。

市場アクセス、サプライヤーアクセスの推移については、冷蔵庫普及率を考慮しない場合と冷蔵庫普及率を考慮した場合とで、大きな差異は認められなかった。

東アジアにおける市場アクセスの質的变化と日系冷凍食品企業の新規立地選択

第 5 章では、東アジアにおける日系冷凍食品企業の最終財生産拠点を対象にして、Fujita, Krugman and Venables [14], Fujita and Thisse [15] 等に代表される NEG 理論に基づき、コールドチェーンの末端である冷蔵庫普及率を考慮した、立地先の市場アクセスとサプライヤーアクセスが、日系冷凍食品企業の立地選択に影響を及ぼすかを、海外立地選択モデルを用いて分析を行った。特に、冷凍食品の需要あるいは供給に深く関係すると考えられる、各国の冷蔵庫普及率を、市場アクセスおよびサプライヤーアクセスにおける一国内輸送費用

として捉え、立地選択分析に取り入れたことが本章の特徴である。

推定の結果、東アジアにおける日系冷凍食品企業の生産拠点の海外立地選択要因として、伝統的なコスト削減要因である実質賃金、インフラ指数、優遇措置とともに、本章で着目した冷蔵庫普及率を加味した市場アクセス、およびサプライヤーアクセスが重要であることが明らかになった。また、冷蔵庫普及率を考慮した市場アクセスおよびサプライヤーアクセスを採用したモデルが、もっともモデルの適合度が高かったことから、日系冷凍食品企業にとって当該国内の冷蔵庫普及率が重要であることが実証された。これは特に冷凍食品の製品の特徴を捉えた結果と考えられ、コールドチェーンの最も川下にあたる、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。今回の分析により、立地先の国内需要の中でも、冷蔵庫の普及率などの、消費者の生活水準の向上と購買力の増加を、日系冷凍食品企業は重要視している可能性が示され、A社のヒアリング調査で挙げられた「海外売上比率の増加」を目標とする、日系冷凍食品企業の行動とも整合的な結果を得た。また、冷蔵庫普及率を考慮した国内サプライヤーアクセスが正で有意となったことから、日系冷凍食品企業は立地国内における輸送の質を重要視していることが明らかになり、JETRO等へのヒアリング調査で挙げられた「コールドチェーンの未整備が課題となる」としたヒアリング調査結果とも、整合的な結果を得た。

本研究の結論

本稿では、東アジア諸国における経済成長を背景に、

- 1: 日系冷凍食品企業の立地選択行動がどう変化したか、
- 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の質の向上が、日系冷凍食品企業の立地選択行動に影響を及ぼすか

を定量的に明らかにすることを目的として分析を行った。特に冷凍食品の需要あるいは供給に大きく関連すると考えられる、冷蔵庫の普及率に着目し、一国内輸送費用として捉え、立地選択要因分析に明示的に導入したことが、本研究の特徴である。

進出動機の年代による変化

1985年のプラザ合意から、日系冷凍食品企業も他の日系企業の例に漏れず、積極的に海外進出を行ってきた。特にアジア通貨危機前の、1980年代後半から1990年代にかけては、安価な労働力や原材料である農産品、東アジア各国が競って導入した外資優遇政策とともに、日本への逆輸入、すなわち安価な労働力や原材料を利用し、コスト削減に重点を置いた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した、いわゆる垂直型の生産を行うことが、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。しかし、ヒアリング調査でも挙げられたように、アジア通貨危機以降の2000年代においては、東アジア各国内における経済成長を背景とした、賃金の高騰や、日本国内における消費の停滞、また一方では東アジア各国内における購買力、あるいは需要の増加などの理由から、日系冷凍食品企業は特に東アジア国内の市場に着目するようになり、立地国で生産した財を立地国内市場で販売する、いわゆる水平型の生産を行うことを、主な進出動機とするように変化したことが明らかになった。また、1990年代までは日本への逆輸入と優遇措置が主な進出動機となっていたが、2000年代に入ると、それ以上に東アジア国内の市場の存在が、日系冷凍食品企業の新規立地選択要因として重要となってきた可能性が示された。先行研究でも、これらの進出動機の変化の存在は示唆されてきたが、本研究ではそれを、ヒアリング調査と計量分析の両面から実証した。

当該国内の消費者の生活水準の向上あるいは輸送の質の向上による影響

冷凍食品の財の特徴として、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などから、一定以上の所得水準、生活水準が消費者にも求められ、1990年代までは東アジアにおいては、冷凍食品はあまり一般的な財ではなかった。しかし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から、消費者の生活水準が向上し、冷蔵庫の普及率も大幅に上昇した。そのため、東アジア国

内における冷凍食品の需要や購買力は増加傾向にあり、それによって日系冷凍食品企業は、かつて主な進出動機としていた日本への逆輸入や優遇措置よりも、東アジア国内の市場の存在を重視するようになった。一方で、日系冷凍食品企業が東アジアへ新規に進出する際、コールドチェーンの未整備など、輸送の質が問題となっていることが、ヒアリング調査から明らかになった。

そこで本研究では、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に、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として、各国内における冷蔵庫普及率を導入し、立地選択要因分析を行った。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、冷凍食品の財の特徴を捉えたと考えられる結果を得た。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が明らかになった。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結果を得た。

今後の課題

今後の課題として、以下の点が挙げられる。

まず1点目として、輸送の質に関する変数の選択を再考慮する必要がある。本稿においては、業務用冷蔵設備や冷凍倉庫等に関するデータが公開されていないため、民生用冷蔵庫の普及率を代理変数として用いたが、企業が所持する業務用冷蔵設備、あるいは明確なコールドチェーンの整備状況を説明するためには、説明力に欠ける。特に「コールドチェーンの整備状況」を明示的に説明する変数の選択と、データの整備を今後の課題としたい。

また2点目として、冷蔵庫普及率以外の各国における消費者の生活水準の向上が挙げられる。例えば、消費者の生活水準の向上として、冷凍食品と関連の深い電子レンジの普及率を、今回と同様にして冷蔵庫の普及率の代わりに導入したところ、有意な結果を得ることが出来なかった。その理由としては、電子レンジを使わない冷凍食品の調理方法、具体的には、冷凍野菜（自然解凍）、フライドポテト（揚げる）、点心類（ふかす）、などの調理方法が主である ASEAN 諸国などの影響が考えられるが^{*1}、調理済み冷凍食品の需要も今後は拡大していくと考えられるため、より直近のデータの入手、整理とモデルの改善を今後の課題としたい。

参考文献

- [1] Access Asia, “Frozen Food in China 2009: A Market Analysis”, 2009.
- [2] 阿久根優子・徳永澄憲・石敏俊, 「東アジアにおける日系食品産業の資源立脚型海外立地選択の実証分析」, 『開発学研究』, 第13巻, 第13号, 2003, pp.3-10.
- [3] 阿久根優子・徳永澄憲・石敏俊, 「東アジア, NAFTA・EUにおける日系食品企業の海外立地の動向と海外立地選択に関する計量経済学的分析」, 『筑波大学農林社会経済研究』, 第20号, 2003, pp.55-78.
- [4] 阿久根優子・徳永澄憲, 「東アジアと NAFTA・EUにおける日系食品企業の海外立地選択と産業集積に関する計量分析: パネルデータ分析」, 『応用地域学研究』, 第12号, 2007, pp.27-39.
- [5] 阿久根優子・徳永澄憲, 「東アジアにおける日系加工食品企業の海外立地選択での垂直的・水平的産業集積効果」, 『2009年度日本農業経済学会論文集』, 2009, pp.226-231.
- [6] 阿久根優子, 『食品産業の産業集積と立地選択に関する実証分析』, 筑波書房, 2009.
- [7] 阿久根優子・徳永澄憲, 「東アジアにおける食品産業の市場アクセスとサプライヤーアクセス—Redding and Venables (2003) の貿易関数に基づいて—」, 『筑波大学農林社会経済研究』, 第28号, 2012, pp.1-25.

*1 インドネシアでの現地調査, および JETRO ジャカルタ事務所へのヒアリング調査 (いずれも 2013 年 7 月) による。

- [8] 阿久根優子・徳永澄憲, 「東アジアにおける日系多国籍食品企業の最終財生産拠点の海外立地選択分析: 市場アクセスとサプライヤー・アクセスを用いて」, 『地域学研究』, 第 42 巻, 第 2 号, 2012, pp.287-304.
- [9] 青木健・馬田啓一, 『日本企業と直接投資—対アジア投資の新たな課題—』, 勁草書房, 1997.
- [10] Belderbos, Rene and Carree, Martin, “The Location of Japanese Investments in China: Agglomeration Effects, Keiretsu, and Firm Heterogeneity” , *Journal of the Japanese and International Economies*, Vol.16, No.2, 2002, pp.194-211.
- [11] Breen, Richard, *Regression Models: Censored, Sample Selected, or Truncated Data*, a SAGE University Paper, 1996.
- [12] Chamberlain, Gary, “Analysis of Covariance with Qualitative Data” , *Review of Economic Studies*, Vol. 47, 1980, pp.225-238.
- [13] De Sousa, Jose, Mayer, Thierry, and Zignago, Soledad, “Market Access in Global and Regional Trade” , *Munich Personal RePEc Archive*, 2011, pp.1-32.
- [14] Fujita, Masahisa, Krugman, Paul, and Venables, Anthony J., *The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade*, Cambridge, MA: MIT Press, 1999.
- [15] Fujita, Masahisa, and Thisse, Jacques-Francois, *Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location, and Globalization*, Cambridge University Press, 2nd Edition, pp.453-471.
- [16] 後藤拓也, 「日本のアグリビジネスによる海外進出の空間的パターン—食品企業を事例に—」, 『人文科学研究』, 第 17 号, 2011, pp.15-28.
- [17] 後藤拓也, 「日本の食品企業による中国生産拠点の立地再編—冷凍食品企業 2 社の事例を中心に—」, 人文地理, 第 63 巻, 第 3 号, 2011, pp.70-86.
- [18] Greene, William H., *Econometric Analysis*, 6th Edition, pp.841-843.
- [19] Guimaraes Paulo, Rolfe Robert J. and Woodward Douglas P., “Regional Incentives and Industrial Location in Puerto Rico” , *International Regional Science Review*, Vol.21, No.2, 1998, pp.119-138.
- [20] Guimaraes, Paulo, Figueiredo, Octavio, and Woodward Douglas P., “Agglomeration and the Location of Foreign Direct Investment in Portugal” , *Journal of Urban Economics*, Vol.47, No.1, 2000, pp.115-135.
- [21] Harris, Chauncy, D., “The Market as a Factor in the Localization of Industry in the United States” , *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 44, No. 4, 1954, pp.315-348.
- [22] Head, Keith, Ries, John and Swenson, Deborah, “Agglomeration Benefits and Location Choice: Evidence from Japanese Manufacturing Investments in the United States” , *Journal of International Economics*, Vol.38, No.3-4, 1995, pp.223-247.
- [23] Head, Keith and Mayer, Thierry, “Market Potential and the Location of Japanese Investment in the Europe Union” , *Review of Economics and Statistics*, Vol. 86, No.4, 2004, pp.959-972.
- [24] 洞口治夫, 『日本企業の海外直接投資—アジアへの進出と撤退—』, 東京大学出版会, 1992.
- [25] 池川真里亜, 阿久根優子, 徳永澄憲, 「東アジアにおける日系冷凍食品企業の海外立地選択に関する NEG モデル分析—最終財生産拠点を対象として—」, 『2013 年度 日本農業経済学会論文集』, 2013, pp.372-378.
- [26] 池川真里亜, 阿久根優子, 徳永澄憲, 「国内・周辺国サプライヤーアクセスと東アジアにおける日系冷凍食品企業の海外立地選択要因—アジア通貨危機前後における比較—」, 『2014 年度 日本農業経済学会論文集』, 2014, pp.159-164.
- [27] 池川真里亜, 阿久根優子, 徳永澄憲, 「NEG モデルを用いた日系冷凍食品企業の海外立地と優遇措置に関する経済分析—海外投資の新たなインセンティブ—」, 『地域学研究』, 第 44 巻, 第 3 号, 2014, pp.371-387.
- [28] 池川真里亜, 徳永澄憲, 「市場ポテンシャルと冷蔵庫普及率が日系冷凍食品企業海外立地選択に及ぼす影響に関する計量分析—東アジアを事例として—」, 『地域学研究』, 第 46 巻, 第 1 号, 2016, 掲載予定.
- [29] 石塚哉史, 相良百合子, 「中国系食品企業における対日野菜輸出の現段階と展望—山東省産にんじく・ご

- ぼうの事例を中心に」, 『農村経済研究』, 第 31 卷, 第 1 号, 2013, pp.108-114.
- [30] JETRO, 「ベトナム日本食品消費動向調査」, 日本貿易振興機構 (ジェトロ), 2012.
- [31] JETRO, 「2012 年度インドネシア日本食品消費動向調査」, 日本貿易振興機構 (ジェトロ), 2013.
- [32] Jin, Shaosheng and Tokunaga, Suminori, “Agglomeration Effects and Japanese Food Industry Investment in China -Evidence from the Cities-”, *Studies in Regional Science*, Vol.36, No.4, 2007, pp.899-908.
- [33] 甲斐諭, 周怡, 「中国の冷凍食品企業の新たな対日輸出動向—日本の農薬等ポジティブリスト制度への対応—」, 『中村学園大学流通科学研究所報』, 第 1 号, 2007, pp.57-67.
- [34] 川津のり, 「ASEAN 成長国の生活者動向と小売市場の拡大」, 『知的資産創造』, 2012 年 11 月号, 2012, pp.56-73.
- [35] 経済産業省, 『海外事業活動基本調査』1998 年版~2011 年版.
- [36] 経済産業省, 『海外投資統計総覧』第 1 回, 第 2 回, 第 3 回, 第 4 回, 第 5 回.
- [37] 経済産業省, 『通商白書』1985 年版~2013 年版.
- [38] 経済産業省, 『我が国企業の海外事業活動』1975 年版, 1976 年版, 1978 年版, 1980 年版, 1981 年版, 1987 年版, 1988 年版, 1989 年版, 1990 年版, 1991 年版, 1993 年版, 1994 年版, 1995 年版, 1996 年版, 1997 年版.
- [39] 木村彰利, 「在中国日系調理冷凍食品製造業者における食品のトレーサビリティ導入に関する研究」, 『農政経済研究』, 第 25 号, 2003, pp.37-46.
- [40] Krugman, P., “Increasing Returns and Economic Geography”, *Journal of Political Economy*, Vol. 99, 1991, pp.483-499.
- [41] Lu, Jia and Tokunaga, Suminori, “Market Potential and Location Choice for the Japanese Food Industry FDI in East Asia: An Approach of New Economic Geography”, 『地域学研究』, 第 38 巻, 第 1 号, 2008, pp.109-119.
- [42] Lu, Jia and Tokunaga, Suminori, “Supplier Access and the Location Choice of Japanese Food Industry FDI in East Asia”, *Letter in Spatial and Resource Science*, Vol.2, No.1, 2009, pp.1-10.
- [43] 松浦寿幸, 「日本企業の本社部門の立地について—本社移転の決定要因と生産性による選別」, 『日本経済研究』, No. 72, 2015, pp.73-93.
- [44] McFadden, D., “Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior”, *In Frontiers in Econometrics*, 1974, pp.105-142.
- [45] みずほ総合研究所, 「中間層を核に拡大する ASEAN 消費市場—購買力ある中間層の増加に伴い, 耐久財の普及が加速—」, みずほレポート, 2010 年 6 月 9 日発行, 2010.
- [46] 森隆行・石田信博・横見宗樹, 『コールドチェーン』, 晃洋書房, 2013.
- [47] 森川浩一郎, 「サーベイデータを用いた日本企業の海外直接投資・海外生産に関する実証分析」, 『三重大学法経論叢』, 第 20 巻, 第 2 号, 2003, pp.155-171.
- [48] 内閣府, 『年次経済報告』1985 年版~2000 年版.
- [49] 内閣府, 『年次経済財政報告』2001 年版~2013 年版.
- [50] 中村良平・猪原龍介・森田学, 「地域ポテンシャルと賃金格差、地域統合と雇用分布のシミュレーション—地域間産業連関構造を考慮した NEG モデルの実証—」, 『RIETI ディスカッション・ペーパー』, 10-J-031, 2010, pp.1-59.
- [51] 日本経済新聞出版社, 『日経シェア調査 2014』, 2014.
- [52] 日本食糧新聞社, 『食品産業辞典』, 2008.
- [53] 大泉啓一郎, 「先進国化する中国・東南アジアの大都市—メガシティ (大都市) からメガリージョン (大都市圏) へ—」, 環太平洋ビジネス情報, 第 9 巻, 第 32 号, 2009, pp.27-51.
- [54] Redding, Stephan, and Venables, Anthony J., “Economic Geography and International Inequality”,

Journal of International Economics, Vol.62, 2004, pp.53-82.

- [55] Ruan Wei, 「グローバル化が加速する中国の食品市場と食品産業—高まる外資系のウェイト—」, 『農林金融』, 第 55 巻, 第 5 号, 2002, pp.21-37.
- [56] 関満博・範建亭, 『現地化する中国進出日本企業』, 新評論, 2003, pp.11-21.
- [57] 財団法人 食品産業海外事業活動支援センター・社団法人 日本冷凍食品協会, 「中国コールドチェーン実態調査報告書」, 2009.
- [58] 財団法人 食品産業海外事業活動支援センター, 「インドネシア食品産業進出可能性調査報告書」, 2012.
- [59] Smith, Donald F. Jr., and Florida, Richard, “Agglomeration and Industrial Location: An Econometric Analysis of Japanese-Affiliated Manufacturing Establishments in Automotive-Related Industries”, *Journal of Urban Economic*, Vol.36, No.1, 1994, pp.23-41.
- [60] 高橋大輔, 「日本の食品関連産業による海外進出と撤退の動向」, 『2011 年度日本農業経済学会論文集』, 2011, pp.134-141.
- [61] 帝国データバンク, 「海外への進出意向に関するアンケート調査」, <http://www.tdb.co.jp/>, 2011.
- [62] 帝国データバンク, 「海外進出に対する企業の意識調査」, <http://www.tdb.co.jp/>, 2012.
- [63] 帝国データバンク, 「海外進出意向に関するアンケート調査」, <http://www.tdb.co.jp/>, 2012.
- [64] 手島茂樹・小川直子, 「最近の東アジア向け海外直接投資動向とその特徴—日本と世界の比較—」, 『国際法経』, 第 7 号, 2001, pp.39-64.
- [65] 徳永澄憲・石井良一, 「日本企業のグローバルおよび東アジアにおける直接投資決定に関する計量分析—コンディショナル・ロジット・モデルによる多国籍企業の立地選択分析—」, 『EC・NAFTA・東アジアと外国直接投資—発展途上国への影響—」, アジア経済研究所, 1995, pp.133-167.
- [66] Tokunaga, Suminori and Ishii, Ryoichi “An Empirical Analysis of Agglomeration Effects and Locational Choice of Japanese Electronics Firms in East Asia”, *Regional Cohesion and Competition in the Age of Globalization*, 2000, pp.127-143.
- [67] 徳永澄憲・阿久根優子, 「東アジアと NAFTA・EU における日系多国籍食品企業の海外立地と産業集積効果の実証分析」, 『農業経済研究 別冊 2003 年度日本農業経済学会論文集』, 2003, pp.360-362.
- [68] Tokunaga, Suminori and Jin, Shaosheng, “Market Potential, Agglomeration and Location of Japanese Manufacturers in China”, *Letter in Spatial and Resource Science*, Vol.4, 2011, pp.9-19.
- [69] 徳永澄憲, 阿久根優子, 池川真里亜, 沖山充, 「我が国製造業の産業集積と東アジアにおける日系多国籍企業のサプライチェーン・グローバル化の経済的要因分析: 食料品・電気電子・自動車産業のケース」, 『RIETI ポリシーディスカッションペーパー』, 15-P-021, 2015, pp.1-116.
- [70] Wei, Houkai, He, Can Fei and Wang, Xin, 『中国における外資系企業の立地決定と公共政策』, 日本橋報社, 2009.
- [71] Woodward, Douglas P., “Locational Determinants of Japanese Manufacturing Startups in the United States”, *Southern Economics Journal*, Vol.58, No.3, 1992, pp.690-708.
- [72] 山本成信, 「日系食品産業の海外直接投資の決定要因に関する分析」, 『フードシステム研究』, 第 17 巻, 第 3 号, 2010, pp.170-174.
- [73] Zhou, Changhui, Delios, Andrew and Yang, Jing Yu, “Locational Determinants of Japanese Foreign Direct Investment in China”, *Asia Pacific Journal of Management*, Vol. 19, 2002, pp.63-86.
- [74] A 社社史, web ページ, CSR レポート等企業関連資料.