

水産物市場におけるグローバル企業の行動様式による経済影響構造の特定化研究

近畿大学 有路 昌彦

農林水産政策研究所では、新たな視点や長期的視野に立った政策研究を推進するため、大学、シンクタンク等の研究機関の幅広い知見を活用する提案公募型の研究委託事業を行っています。

今回は、その中から、「グローバル化する水産物市場において、様々な規制の変化や消費者ニーズ等に対応して企業はどのような行動をとるかを予測できるシミュレーションモデルの特定」に取り組んでいる研究について、その概要を紹介します。

この研究成果は、市場の動向や国際的規制の変更を踏まえて、我が国の水産関連企業に対する有効な支援策を検討する際の科学的資料として活用が期待されます。

1. 研究の背景

水産物は我が国の動物性タンパク質源としては最も大きな割合を占め、穀類に次いで重要な食料です。一方、現在我が国で取引される水産物の半分以上が輸入によるものであり、国際化の進展に伴い我が国の水産物貿易および国内水産物市場は、国際的な要因によって大きく左右される状態にあります。このため、我が国の水産業がグローバル経済のもとで持続可能な発展をしていくためには、水産物市場の動向を予測できるようにその市場メカニズムを定量的に明らかにするとともに、国内事情の分析に加え、グローバルな市場とそれを構成する企業の行動メカニズムを解析し、日本の水産業がとるべき戦略とその戦略の実現に必要な政策を検討することが求められています。

水産資源は国際的には減少傾向にあり、主要魚種を中心に漁獲制限が厳しくなりつつあります。また、EUや北米では水産物の輸入条件として、環境基準や食品安全基準などを設け、その基準を満たすものしか輸入できないようにする動きも見られます。その動きの背景には、MSC（海洋管理協議会）認証のような民間の認証制度が、国際的に広まっていることがあり、世界最大の小売業者である米国のウォルマートは、自社で扱う天然の水産物を今後5年間ですべてMSC認証を取得した水産物にすることを明確に打ち出しています。国内でもイオンが輸入水産物に関して同様の認証商品を積極的に扱い始めています。

このように、水産物のグローバル市場は、漁業生産に関する国際的な規制の変更、自由貿易協定締結による関税率の低下、認証制度の導入などに機敏に反応する養殖業者や大手水産メーカー、商社などの企業戦略、消費者イメージを向上させるべく企業ブランドの形成に積極的に取り組み始める大手量販店の販売戦略が相まって、急速に変化しつつあります。

水産物のグローバル市場を読み解くためには、マクロで見た市場全体の動きを結果論として追うだけでなく、その背景にある企業の経済行動の様式を明らかにしなければなりません。しかしながら、これらを定性的に分析した例はあるものの、定量的な分析は十分行われていません。このため、①規制の変更と企業戦略の関係、②関税率の変化と生産戦略の関係、③企業戦略の結果としてのグローバル市場（国際、貿易、国内市場）の変化を、経済理論および計量経済学により分析し、水産物市場の変化を予測できる段階にまで研究を深め、政策決定に資する情報を提供することが必要です。

2. 研究の内容

本研究では、①水産物を生産・供給する「供給企業」（漁業会社や専門商社）の行動メカニズム、②水産物を購入し販売する「需要企業」（量販店のような小売業者）の行動メカニズム、③海外における水産物の生産・加工拠点の立地条件、について分析します。次に、④得られた分析結果をもとに、規制が変更した場合の企業行動および水産物市場への影響を定量的に予測します。さらに、⑤この予測結果をもとに、日本の水産業がグローバル経済のもとでどのような戦略を取るべきか、またその戦略を実現するにはどのような支援策が必要なのかを明らかにすることとしています。

3. 現段階で明らかになったこと

これまで得られた結果の中から、水産物市場で重要な地位を占めている「供給企業」に焦点を当てた研究の成果について紹介します。近年の水産物の供給企業の行動を理論経済学、計量経済学によって分析した結果、国内外の市場条件の変化に機敏に反応する行動様式をとることが明らかになりました。ゆえに、国内だけではなく国外で活動する企業がより活動しやすくなる支援策が重要になります。

水産物の供給企業がこのような行動様式をとる

背景として、原魚が調達できれば自社で漁業を行う必要性は徐々に小さくなっているということが重要なポイントとしてあげられます。図に示されるように、近年多くの供給企業は、原魚の「生産」から「調達」へと事業内容を移行させており、「商事事業」および「加工事業」のウエイトを高めています。このため収益の柱はすでに漁業からシフトしています。

他方、漁業を継続しているのは、付加価値化および安定性の面から、自社(子会社を含む)で漁業(養殖を含む)を行うメリットを認める企業のみとなっています。たとえばクロマグロに関しては、自社養殖・流通の方が戦略的に優位であると大手水産企業の多くが判断しています。これは、クロマグロ市場の中心が国内であること、国際的な規制により地中海での蓄養が困難であること、国内漁場では安定的に幼魚であるシビを確保しやすいこと、完全養殖の実現の可能性が高まっていることがその理由であり、クロマグロビジネスは国内完結型に変化しつつあります。

一方、市場の視点から見ると、水産物消費の低迷から国内市場は頭打ちであるというのが水産業界の認識ですが、国内市場は安定的に確保すべき市場と位置づけられています。しかし、新規マーケット拡大の余地は少ないと判断されるため、BSE危機以降水産物消費が拡大しているとされる北米およびEU市場をターゲットにしていく動きもみられます。

また、近年注目される動きとして、中国における水産物加工の拡大があります。人件費の安さと技術レベルから、加工は中国等で行う方が有利であるとみられているためです。

このように、近年水産物の供給企業の水産物(原魚)の調達先は地域を問わなくなっており、世界中の漁場から資源の賦存状況や技術・価格の面での優位性がある原魚を調達し、さらに加工も国内外の間

で人件費等の面で有利なところを選択し、日本や欧米を消費市場とするという流れが定着しつつあります。

特に、国内市場が頭打ちの中、欧米市場では、「水産商品の高品質化」志向による市場拡大の可能性がります。その背景には、近年、高品質冷凍と超低温輸送の発達で、水産物を高品質でグローバルに展開できる環境が整備されてきていることがあります。言い換えれば、こうした状況に十分対応ができず、鮮魚流通のみに対応する国内生産はさらに比較劣位になる危険性があるということです。これは国内のJF(全国漁業協同組合連合会)系統においても例外なく該当し、JFもグローバル化した市場展開ができるシステムを導入できれば、ビジネスチャンスは十分にあるのです。

4. 今後の方向性

本研究では、供給企業の行動様式に加え、需要企業の行動様式も分析しており、研究の最終段階では、両者を合わせたシミュレーションを行い、国際規制などの変化がこれらの行動様式にどのような影響を及ぼすかを明らかにしていきます。その結果を踏まえてグローバル経済のもとで持続可能な発展に向けての我が国の水産物の最適な戦略を抽出し、これを実現する有効な政策について考察することとしています。

国内市場も生鮮魚の流通だけでなく、中食外食市場では加工水産物が流通の中心となっており、特に刺身での消費が可能な高品質冷凍水産物の展開は、我が国の水産物市場の流通形態を根本から変化させつつあります。同時に、この動きは、グローバル化に対応した強い水産物のひとつの方向性でもあり、具体的な支援策を検討していきたいと考えています。

図 供給企業の基本行動様式の変化

