

## 補章 アジア諸国の米事情

### 第1節 中国における米の消費動向とブランド選択要因

#### 1. はじめに

経済成長によって一人当たりの所得が向上すると、一般的に食料消費は、消費量が拡大するとともに、相対的に上級財の消費が増加し、下級財の消費が低下する。そして、所得が一定水準以上になると、食料消費は量よりも質が重要となる。そこで本稿では、まず、近年中国における米の需給動向について一次統計データを用いてその量的変化を捉える。続いて、米の消費における質的变化について、上海市における米の消費行動の実態とブランド選択要因を産地分化、製品差別化、ブランド化、消費者の分化、嗜好変化の側面から明らかにする。そこで用いた方法は関係者への聞き取り調査、市場調査、アンケート調査、グループ・インタビューなどである。最後に、聞き取り調査および食味調査を通じて富裕層を中心とする高級米志向、安全性志向の動きを踏まえ、日本米の販売可能性および課題についても言及する。

#### 2. 中国における米の需給動向

2004年時点において、世界の米生産量は約6億558万トン（籾米ベース）であり、消費量は4億7,862万トンである。そのうち、中国は1億8,052万トン（29.8%）を生産し、1億3,893万トン（29.0%）を消費している。

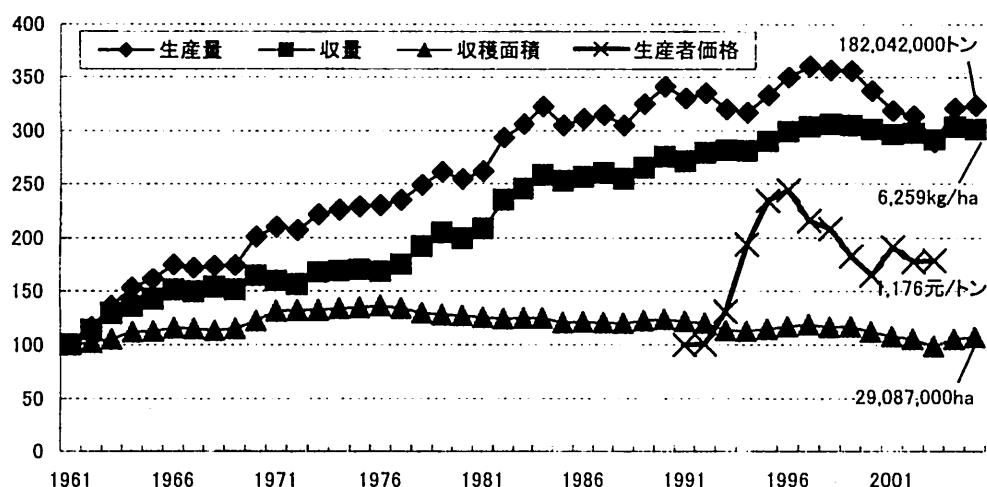
##### (1) 米生産の長期的変化

中国における米生産の長期的変化を示したのが図1である。1961年時点において中国の米生産量は5,622万トン（籾米ベース）であったが、期間中は生産量が大幅に増加し、1997年にはピーク（2億277万トン）に達し、その後は減少傾向に転じたことが分かる。1961年から1997年の間に、米の総生産量は約3.5倍になったが、そのほとんどが収量の増加（3倍）によるものと思われる。

ところで、もう少し詳しく期間ごとに見ると、1970年代後半までは、収穫面積と収量の増加がともに生産量の増加に寄与したことが分かる。このことは、1960年代後半以降において、灌漑、脱穀・調整労働の機械化・省力化によって多毛作が普及・定着したためであると考えられる（Ishikawa [1981]）。また、1970年代後半以降に、収穫面積の減少がみら

れ、農政改革とともに多毛作化の行き過ぎが労働生産性を低下させる要因として批判されるようになり、土地利用率の低下が生じたためである（木南 [1993]）。さらに、1980年代半ば以降、収穫面積が減少する一方で生産量が増加し続けたのは、農業経営における効率性の改善、土地改良や新品種の開発・普及などによる技術進歩、その他の政策的要因などによって米の収量が大幅に増大したためである（Dong et al. [2006]）。しかしながら、図1に示したように、近年における米の生産量の低下は生産者価格の低下に伴って生じており、中国の米をめぐる消費動向は米の生産に大きく影響していると考えられる。

図1. 中国における米生産の長期的変化（1961=100）



注：生産者価格については、1991年を100とした。

出所：FAOSTAT>Production>ProdSTAT 及び Core Production Data (2007年2月10日)

## (2) 米消費の長期的変化

中国における米消費の長期的変化を示したのが図2であり、1961年から2003年における米の消費量（粗食料）、人口、1人当たり年間消費量が描かれている。1961年時点において、米の消費量は約5,001万トンであったが、1997年にはピーク（1億7,168万トン）に達し、その後減少傾向にある。1961年から1997年までの間に、米の消費量は約3.5倍になったが、期間中の人口および1人当たり年間消費量はともに約1.9倍になった。ところで、米の1人当たり年間消費量は、1984年にピーク（146.9kg）に達したのち増減を繰り返しながら減少に転じてきており、1990年代末から近年にかけては大幅に減少してきている（2003年、117.7kg）。人口が増加する一方で、それを上回るほどに1人当たりの年間消費量が減少したため、1997年以降は消費量全体も低下したのである。

また、国内消費仕向け量のうち約9割は粗食料として消費されているが、その他の利用も行われている。図3は、中国における米の利用における長期的変化を示したものであり、1961年から2003年までに米の利用における飼料用、種子用、減耗量、加工用の用途別の利用量が国内消費仕向け量全体に占める割合の変化を示したものである。この図からは以下のことが分かる。

図 2. 中国における米消費の長期的変化 (1961=100)

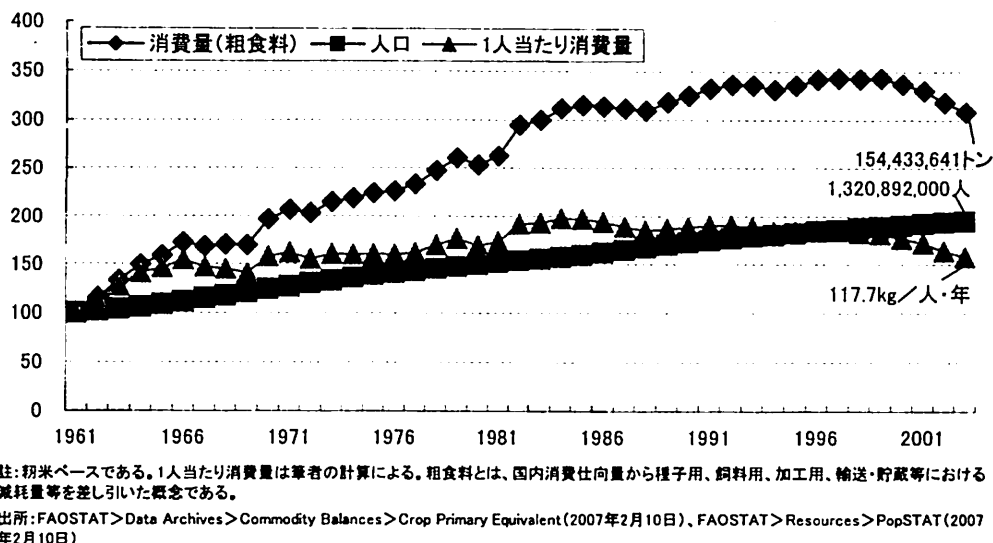
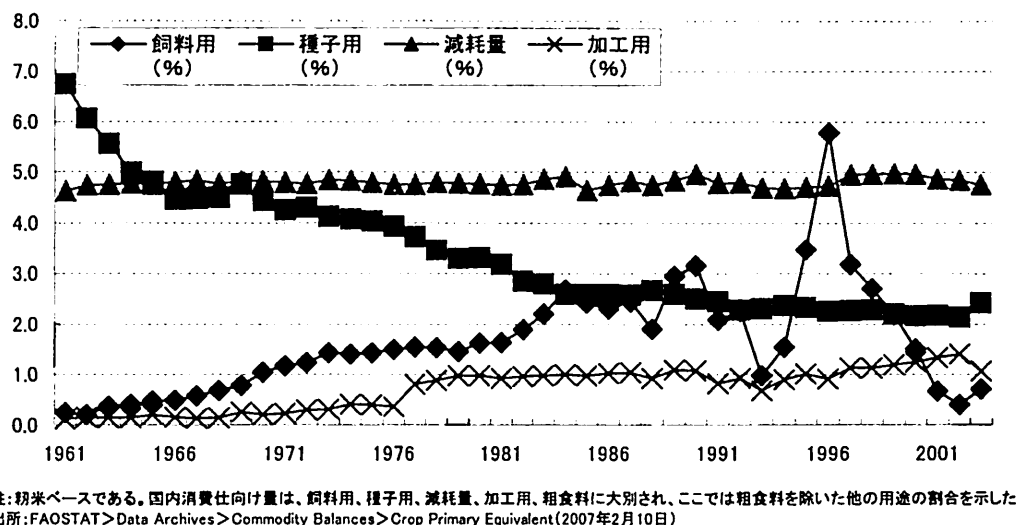


図 3. 中国における米の利用の長期的変化 (国内消費仕向け量に対する割合)



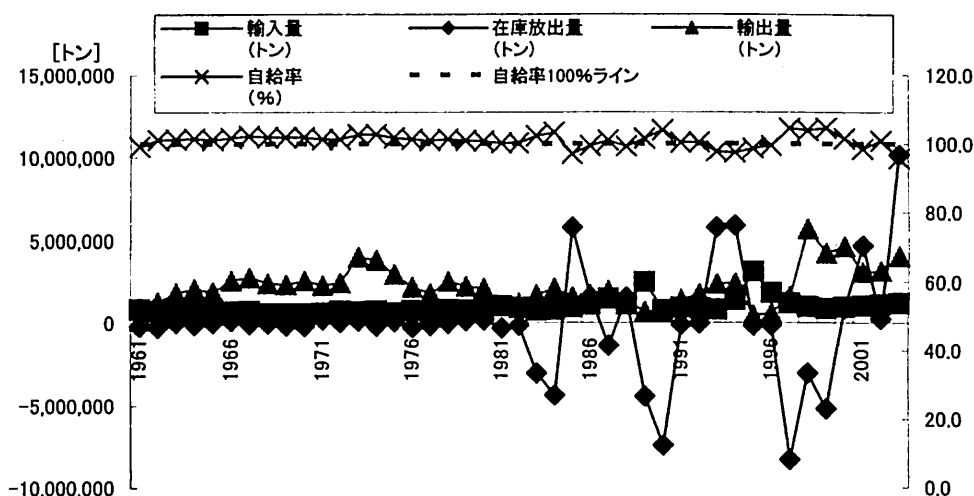
まずは、各用途のうち、総じて減耗量の割合が最も大きく約5%を占めている。ここでの減耗量とは、輸送や貯蔵における減耗分のことであり、米の流通過程におけるロスが大きいことがうかがえる。次に、種子用の利用量は、1961年には約7%であったが期間中は低下し、近年では約2%になっている。さらに、加工用の利用は1961年にはほとんど見られなかったが、期間中は上昇してきており、近年では約1%占めるようになってきている。このことは、経済成長に伴い、ライフスタイルや食生活の変化に伴い、加工食品に対する需要が相対的に増大したことを読み取れる。最後に、飼料用の利用量の変化である。飼料用の利用は1961年時点ではほとんどなかったのに対して、1990年代初めごろには約3%に達した後、1993年にかけて約1%にまで低下し、1996年には約6%までに達し、近年では再び低下してきている。

### (3) 米の自給率の長期的変化

中国における米の貿易量、在庫変動、自給率の長期的変化を示したのが図4である。この図からは中国における米自給や貿易に関する特徴を以下のように指摘することができる。

まずは、中国の米の自給率は、1970年代後半までにほとんど100%を達成したが、その後は97%（1985年）から105%（1997年、1999年）の間で変化してきている。そして、1980年代以降の米供給において在庫の放出と積増しの組み合わせが大きな役割を果たしており、在庫の放出が続いた後は、輸入の急増による米の供給を確保してきた。また、上述した輸入が急増する年を除けば、輸出量（403万トン、2003年）は常に輸入量を上回っているものの、輸入量（119万トン、2003年）も常にある程度存在し、しかも長期的には増加傾向にある。

図4. 中国における米の貿易量、在庫変動、自給率の長期的変化



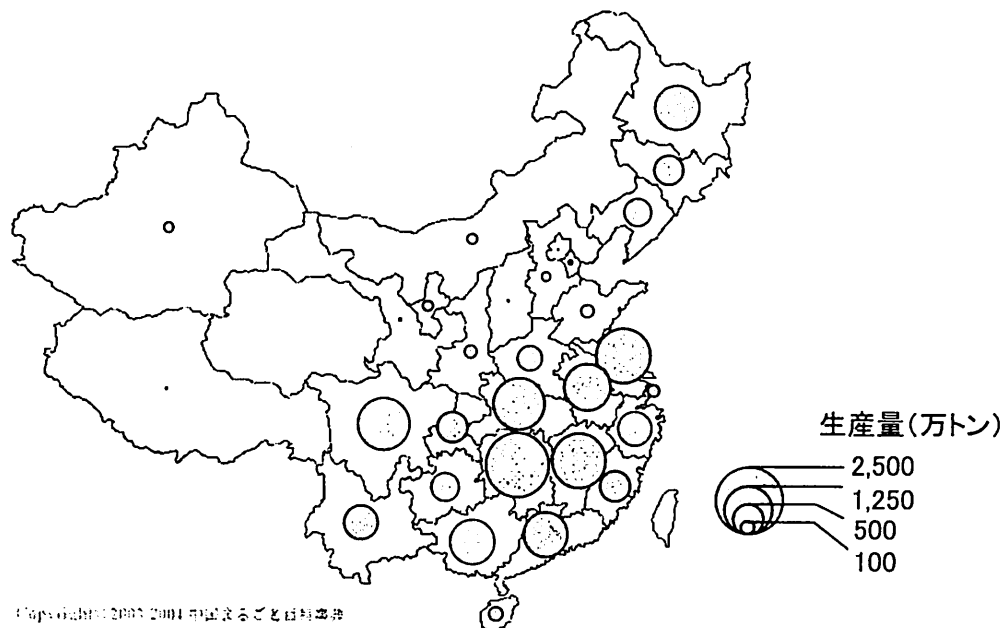
注：初米ベースである。自給率は筆者の計算による（国内生産量÷国内消費仕向量）。  
出所：FAOSTAT>Data Archives>Commodity Balances>Crop Primary Equivalent(2007年2月10日)

### (4) 米生産の地域的分布

2005年における米生産の省別分布を示したのが図5である。年間の生産量が1,000万トンを超えた地域は湖南省、四川省、江蘇省、江西省、湖北省、安徽省、広西省、黒龍江省、広東省であり、20年前に比べて米の生産地に大きな変化が生じたことが分かる。表1は過去20年における米生産の上位10省の推移を5年ごとに示したものである。この表からは浙江省、広東省、福建省などの中国沿海部の産地において米の生産が縮小する一方で、黒龍江省では生産が拡大していることが分かる。

また、米生産の上位10省の集中度は、1985年には87.2%であったが、2005年には80.5%となり、低下してきている。一方、上位5省の生産の集中度は、1985年には53.6%であったが、その後低下し、2000年には49.8%になったのち、2005年には51.1%に上昇している。

図 5. 中国における米生産の省別分布 (2005 年)



出所: <http://zzys.agri.gov.cn/nongqing.asp> (2007 年 2 月 10 日)

表 1. 米生産の上位 10 省の推移 (1985-2005 年)

単位: 10,000 トン

順位	1985		1990		1995		2000		2005	
1	湖南	2,339	湖南	2,468	湖南	2,438	湖南	2,393	湖南	2,296
2	四川	1,926	四川	2,197	四川	2,098	四川	2,167	四川	2,027
3	江蘇	1,639	湖北	1,790	江蘇	1,799	江蘇	1,801	江蘇	1,707
4	湖北	1,572	江蘇	1,709	湖北	1,731	湖北	1,497	江西	1,667
5	広東	1,561	広東	1,678	江西	1,487	江西	1,492	湖北	1,535
6	江西	1,476	江西	1,588	広東	1,472	広東	1,423	安徽	1,251
7	浙江	1,358	安徽	1,340	安徽	1,270	広西	1,227	広西	1,169
8	安徽	1,163	浙江	1,321	広西	1,260	安徽	1,222	黒竜江	1,122
9	広西	986	広西	1,201	浙江	1,219	黒竜江	1,042	広東	1,117
10	福建	681	福建	731	福建	725	浙江	990	雲南	646
集中度 5 省	53.6		52.0		51.6		49.8		51.1	
10 省	87.2		84.6		83.7		81.2		80.5	

出所: <http://zzys.agri.gov.cn/nongqing.asp> (2007 年 2 月 10 日)

註: 集中度とは上位 5 省(10 省) の米生産量が全国生産量に占める割合である。

四川省の生産量は重慶市 (1997 年に直轄市に昇格) の生産量を含む。

以上の分析からは少なくとも 1990 年代末以後、中国での米の需要と供給において大きな構造変化が生じていることが示唆された。それらはすでに一人当たり年間消費量の減少、米の生産者価格の低下、輸入量の増加、産地分布の変化など量的な側面から捉えることができた。しかしながら、米の需給動向に影響を与える要因は所得、価格、人口、嗜好など複数に存在し、これらの要因はどのように絡み合いながら米の消費行動に影響を与え、さらにどのような米が消費者に選ばれ、それが最終的に米の生産および貿易に影響を与えるかについては、米の消費行動の実態とブランド選択要因を明らかにし、米の消費についての質的变化を捉えることが必要である。

### 3. 上海市における米の消費行動の実態とブランド選択要因

米の消費行動の実態を探るために、2004 年と 2005 年に上海市における実地調査を行った。調査方法は以下の通りである。まずは 2004 年 7 月末に JETRO 上海事務所の担当者、復旦大学の学者および上海市農業委員会の担当者に対する聞き取り調査、富裕層主婦および上海大学の教員・学生へのグループインタビューと試食会、外資系スーパーやコンビニおよび農産物市場などでの価格調査を行った。続いて 2005 年 3 月末に上海糧食局の担当者に対する聞き取り調査、富裕層主婦および一般市民へのグループインタビュー、一般市民へのアンケート調査、高級デパートや外資系スーパーおよび農産物市場での価格調査を行った。さらに 2005 年 9 月に上記同様の価格調査や富裕層主婦へのグループインタビューを行った。以下の分析はこれらの調査結果を踏まえたものである<sup>1)</sup>。

#### (1) 米の消費パターン

上海市における年間の穀物消費量は約 570 万トンであり、うち米の消費量は 200 万トンである。上海市の米の生産量は年間 10 万トン以下であり、東北三省、江蘇省、安徽省などからの米で需要を満たしている。改革開放前まで上海市民はインディカ米を主食としていたが、現在は流動人口を含めてもジャポニカ米の消費がほとんどである。

まず、上海市民にとって米飯をよく食べる場所について質問したところ、回答者のうち 6 割が「自宅」と答え、4 割が「レストラン・食堂など」と答えた。経済成長に伴い中国の都市部において「食の外部化」が進んでいることが窺える<sup>2)</sup>。また、1 日当たりの米飯を食べる回数については「3 回」と「2 回」がほぼ同等で半数をやや下回る。「2 回」と答えた理由について尋ねたところ、朝食は時間がないためおかゆではなく、点心を食べることが多いことが分かった。さらに、1 回につき米飯を食べる量については個体差があるものの総じて女性は 0.5～1 杯であるのに対して、男性は 1～2 杯が最も多いようである。

#### (2) 米の購入形態

まず米の購入先については、スーパーマーケット、米穀店（糧食総合便利店）、農産物市

場の順となっている(写真1、写真2、写真3を参照)。スーパーマーケットで米を購入する理由は品質・安全面がある程度保証されていることと品種や銘柄を豊富に揃っていることである。便利店は米の購入先として最も歴史が古い上、市街地に立地しているため、食糧の補助を受けている貧困者も指定された便利店で補助カードを使って米を購入することが出来るため住民に馴染みが深い<sup>3)</sup>。一方、農産物市場での米の購入については、野菜・肉・水産物を購入するついでに米を購入するケースがあるほか、10キロ以上購入する場合は家まで届けてくれるため年配者や常連客に支持されている。ところで、スーパーマーケットが、米の購入先としての歴史は短いものの、主な米の購入先として浮上してきた背景には、近年中国における食糧

写真1. スーパー (2004年7月)



写真2. 米穀店 (2005年9月)



写真3. 農産物市場 (2005年3月)



の流通体制に大きな変化が生じていることが考えられる。

「省長責任制」<sup>4)</sup>の導入に伴い、上海市糧食局は1998年から組織改革(政企分離)を行い、職員を従来の170人から現在の40人までに減らし、「上海良友集団」を企業部門として独立させた。現在上海糧食局の役割は主に次の5つとなっている。すなわち、①マクロ的な調整・コントロールを通じて食糧の供給バランスを保つこと、②「食糧流通管理条例」の作成と執行、③食糧の質の管理、④統計の整備、⑤食糧の買い付けなどである<sup>5)</sup>。

上海糧食局の買い付けた米の主な販売先はスーパー、糧食便利店、団体(学校・企業など)および農産物卸売市場である。上海市における食糧の卸売市場は9つ(真新、大場、曹安路、華江、農中心、十六舖、高湖、嫩原、七宝、江楊)あるが、米の生産から消費までの流通ルートは多様化し、米生産農家・加工企業・卸売業・小売業のうち小売業の力が最も強く、競争が激しい。一方、産地間の競争はそれほど激しくなく、生産者は小規模経営のため、組織されておらず、ひとつの力になるにはまだ至っていない。

次に、1回当たり米の購入量についてみると、農産物市場での購入は少量の量り売りを中心であるのに対して、スーパーマーケットでの購入は1回につき10キロが最も多い。しかしながら、富裕層の主婦たちはスーパーで5キロ詰めのを買っているし、5キロ以下の袋詰めが良いとも答えた。実際に高級デパート(久光)の米売場では2.5キロ袋詰めのを最も

売れている。

さらに表 2 と表 3 に示したように、近年上海市における米の小売価格は品種・銘柄・店舗によってばらつきが大きく、1 キロ当たりでは 2.6～18.4 元の開きがある。最も安い米は大手スーパーの量り売りのノンブランド・ジャポニカ米であり、キロ当たりは 2.6 元である。一方、最も高い米は広東省産の有機栽培コシヒカリ(穂の香り)であり、キロ当たりは 18.4 元である。アンケート調査によれば、キロ当たり 2～6 元の米を購入する人が最も多く、約 8 割を占める。

表 2. 上海市における米の小売価格 (2004 年 7 月)

小売店	分類	ブランド	価格(元/5kg)	産地	備考
日本食品生活館	日本米	美濃米	35.0	吉林省	日本はつしも改良種子
		秋田小町 (黄袋)	45.0		あきたこまち
		秋田小町 (青袋)	45.0		
		秋田小町 (白袋)	60.0		
		心悅こしひかり	56.0	遼寧省	28 元/2.5kg で販売
	その他	富硒營養米	45.0	黒龍江省	緑色食品
家得利超市	ジャポニカ米	八五八精洁大米	22.0	黒龍江省	※37.8 元/10kg でも販売
		乐惠清香粳米	18.6	上海市	37.2 元/10kg でセール販売 (元の価格は 38.8 元)
		金福丝苗米	33.5	広東省広州市	
		福临门大米	20.8	江苏张家港	
		新米	17.4	江苏张家港	34.8/10kg で販売
	香米	金福泰香米	51.6	広東省広州市	25.8 元/2.5kg で販売
		黒龍江香米	29.0	黒龍江省	
		紅荔麟泰香米	51.8	上海市	
		山隆維他貴族香米	55.2	上海市	
	カルフルール	ジャポニカ米	穂の香り	91.75	広東省
錦菜園みつひかり			58※	上海市	※2003 年 8 月調査時の価格は 52 元/5kg
米飯		大盛 方便飯	27.3 (元/280g)	日本	つややかなごはん(コシヒカリ使用) 製造:S&B 食品 輸入:上海東峰实业有限公司



表 3.上海市における米の小売価格（2005年3月）

小売店	分類	ブランド	価格(元/5kg)	産地	備考
日本食品生活館	ジャポニカ米	しんせん米	45	吉林省	あきたこまち、21元/2kgで販売
		越光米	59	遼寧省	コシヒカリ
カルフル	タイ米	泰国大米 (NB)	29	不明	量り売り
	ジャポニカ米	散装大米 (NB)	12.9	不明	量り売り
		八五八	15	黒龍江省 (八五八農場)	緑色食品、30元/10kgで販売
		南方 (PB)	14.75	南方	楽恵製造、29.5元/10kgで販売
		元鶴牌优质米	14.3		28.6元/10kgで販売
	香米	天然香米	59	湖南省	11.8元/1kgで販売
		金象牌	64.6		
	タイ香米	泰香牌	68.2		
THAI HOM MALI RICE					
程家橋菜市場	ジャポニカ米		1.50~1.70元/斤	江蘇省	量り売り
			2.0元/斤	東北	量り売り

注：「NB」はノンブランド、「PB」はプライベートブランドの略。

### (3)米の購入基準とブランド選択要因

消費者は米を購入する際、最も重視する点は何か、またどのような米が消費者に選ばれているかを知るために、異なる所得階層の消費者を対象にグループインタビューとアンケート調査を行った。米の購入基準としては、①価格、②味、③銘柄、④産地、⑤精米年月日、⑥栽培方法の6つを選んだ。

表4は米購入時に最も重視する基準の順位を、所得階層別にまとめたものである。どの所得階層も米を購入する際、味を最も重視する一方で、所得の上昇につれ、価格の重要度が低下し、ブランド（銘柄・産地）、品質（精米年月日）・安全性（栽培方法）を重視するようになっている。言い換えれば、上海市における米の消費は、従来の低価格志向からブランド・高品質・高安全性志向へと重心を移してきているのである。

表 4. コメの購入基準の順序 (所得階層別)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
合計 (N=301)	味 (4.41)	銘柄 (4.32)	価格 (4.22)	産地 (3.38)	栽培方法 (3.16)	精米年月日 (3.00)
5 万元未満 (N=219)	味 (4.38)	価格 (4.30)	銘柄 (4.28)	産地 (3.32)	栽培方法 (3.08)	精米年月日 (2.85)
5・10 万元未満 (N=43)	味 (4.35)	銘柄 (4.26)	価格 (3.88)	産地 (3.75)	精米年月日 (3.55)	栽培方法 (3.38)
10 万元以上 (N=18)	味 (4.65)	銘柄 (4.35)	栽培方法 (4.18)	精米年月日 (3.82)	産地 (3.78)	価格 (3.71)

註：購入基準については、「重要である」「やや重要である」「どちらでもない」「やや重要でない」「重要でない」をそれぞれ、「5」、「4」、「3」、「2」、「1」と得点づけた。

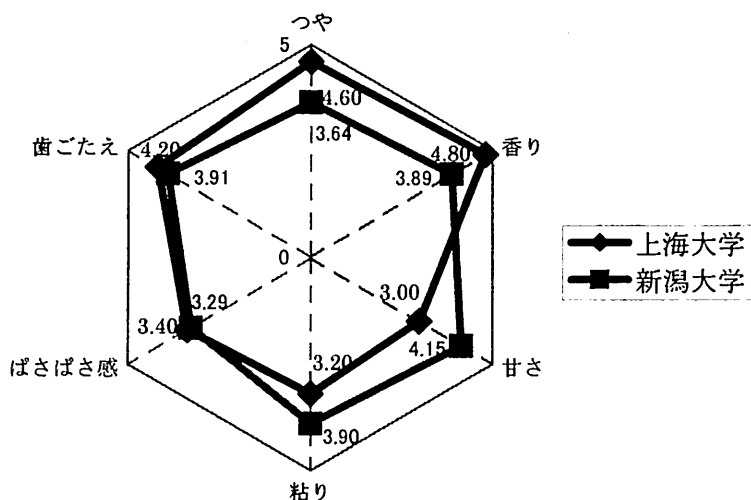
ところで、米の味については更に 6 つの指標 (①つや、②香り、③甘味、④粘り、⑤ばさばさ感、⑥歯ごたえ) を用いて階層間の嗜好の違いを探った。表 5 は所得階層別の味に対する評価順位を示したものである。中国の消費者は、どの所得層も米に香り、つや、歯ごたえを求めており、逆に甘さをあまり重視せず、日本の消費者と比べてはっきりとした違いが見られた (図 6 を参照) <sup>6)</sup>。ただし、粘りは所得が高いほど好まれる傾向が見られる。

表 5. ブランド選択要因 (所得階層別)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
合計 (N=301)	香り (4.42)	つや (4.29)	歯ごたえ (3.70)	甘さ (3.63)	粘り (3.63)	ばさばさ感 (3.20)
5 万元未満 (N=219)	香り (4.40)	つや (4.27)	甘さ (3.62)	歯ごたえ (3.58)	粘り (3.57)	ばさばさ感 (3.14)
5・10 万元未満 (N=43)	香り (4.49)	つや (4.40)	歯ごたえ (3.98)	甘さ、粘り (3.64)		ばさばさ感 (3.51)
10 万元以上 (N=18)	香り、歯ごたえ (4.65)		つや、粘り (4.29)		甘さ (3.82)	ばさばさ感 (3.53)

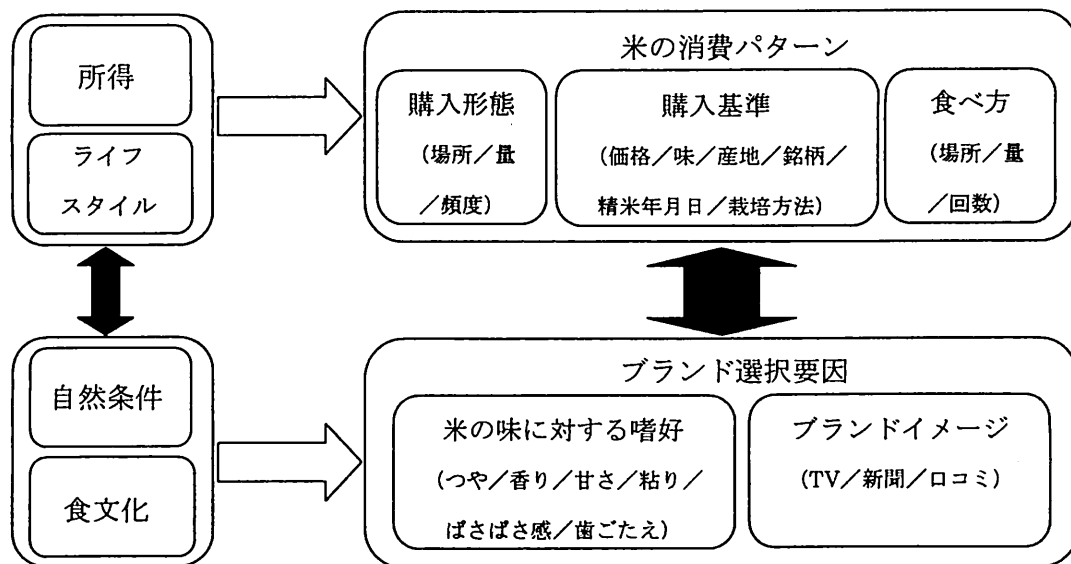
註：「5 - 10 万元未満」の 4 位と 5 位、「10 万元以上」の 1 位と 2 位ならびに 3 位と 4 位の評価点は少数点 3 桁以降もそれぞれ同一であった。

図 6. 米に対する嗜好の比較（上海大学と新潟大学の学生）



以上の分析をまとめると、上海市における消費者の米に対する嗜好の変化は図 7 に示したように大きく二つの要素から構成されているということになる。すなわち、米の消費パターンとブランド選択要因の変化である。経済成長に伴い、所得とライフスタイルの変化につれ、「食の外部化」が進み、米の消費パターンは量の減少とともに低価格志向からブランド志向、高品質・高安全性志向へと変化するのである。このような消費面での変化は、既存の生産・流通に関する研究で指摘されている米の品種別構成の変化とも整合性を有する<sup>7)</sup>。一方、米の味に対する嗜好の変化は、所得やライフスタイルの影響よりもむしろ他の要因、例えば食文化（米を主食とするか否か）や情報（口コミ、TV、新聞）および経験（普段はどの様な米を食べているか）などに影響されると思われる。

図 7. 上海市における米の消費に対する嗜好の変化



#### 4. 日本米の販売可能性と課題

中国への米輸出は過去に年間数トン程度の実績があったが、2003年に中国側が日本特有の害虫が発生するとして輸入を原則停止していた。報道によれば、この度日中間で日本産米の対中輸出解禁で基本合意し、7月にも輸出を始める計画である<sup>8)</sup>。ところで、これまでに日本産米の価格は中国産の数から10倍と高いが品質・安全性の面で優れているということから、中国市場での価格競争力は弱くても大都市の富裕層には受け入れられるのではとの見方があった<sup>9)</sup>。本文はこれらの既存研究を踏まえつつ、グループインタビューを通じて中国富裕層の実態を探りながら彼らが米にどのような特質を求めているかを明らかにする。

表6はグループインタビューの結果をまとめたものである。富裕層をFグループ、一般市民をGグループと名づけた。インタビューはGグループに対して1回(2005年3月)、Fグループに対して2回(2004年7月と2005年3月)実施した。ここでの富裕層は以下のような特徴を有する。まず、高収入・高学歴の上、国内政治への関心が薄く、個人消費や海外のライフスタイルに強い関心を示している。次に、一般市民が憧れているマイホーム、マイカー、海外旅行などをすでに手に入れたため、目的化した消費から自身のライフスタイル実現のための消費へと変化してきている。そして、消費する際、万人向けのテレビや新聞の広告からの情報に飽き足らず、仲間内の口コミと自身の購買経験などを情報源としている。さらに、日本に対するイメージは(自身の海外での生活経験が影響しているためか)一般市民のようなありきたりのステレオタイプではなく、比較的客観的なものとなっている。

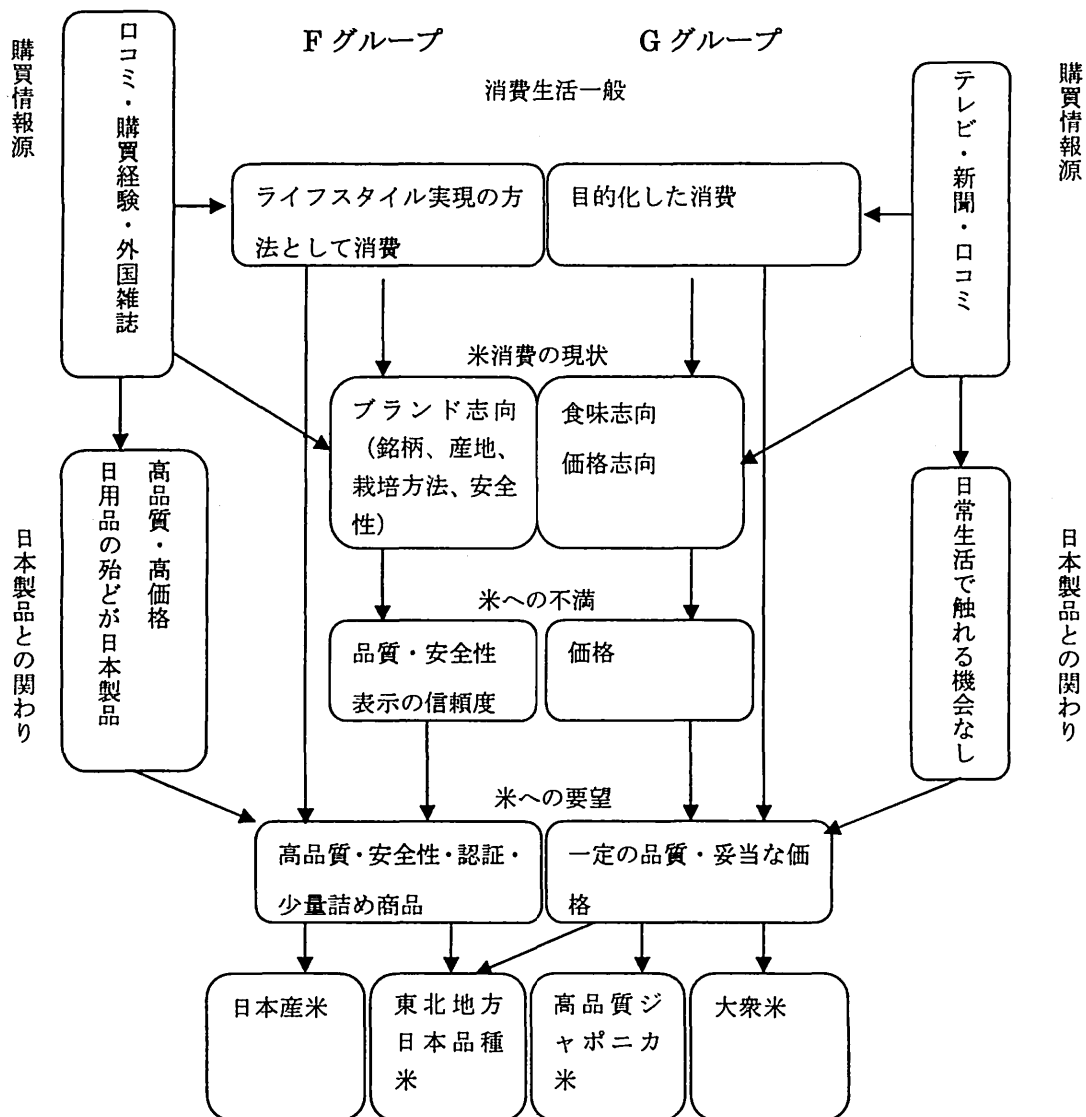
そして、富裕層のこのような特徴を踏まえて、彼らの求めている米の特質を図8に示した。なお、ここでの日本米には日本品種米(東北三省などで栽培されている米)と日本産米(日本からの輸入米)の二種類が含まれる。まず、富裕層は米消費においてブランド志向が強く、現状の中国産米に対して品質・安全性・表示の信頼度などの面において不満を抱いている。また、口コミや自身の購買経験を重視するため、米への要望として高品質や少量詰めがある。さらに、日常的に日本製品(食品を含む)との関わりを持っているため、高品質・高級感の溢れる日本産米は彼らの米に対するニーズを満たすだけでなく、彼らのライフスタイル実現の方法としての消費スタイルとも合致する。

一方、一般市民は米消費において食味・価格志向が強く、一定の品質を有しながらも妥当な価格で販売される米を望んでいる。また、テレビや新聞などの広告に対して敏感に反応するため、食味は日本産米に近いが値段はその10分の1以下である東北産日本品種米は、彼らの米に対するニーズを満たすことができると同時に、彼らの目的化した消費スタイルとも合致すると思われる。

表 6. グループインタビューのまとめ

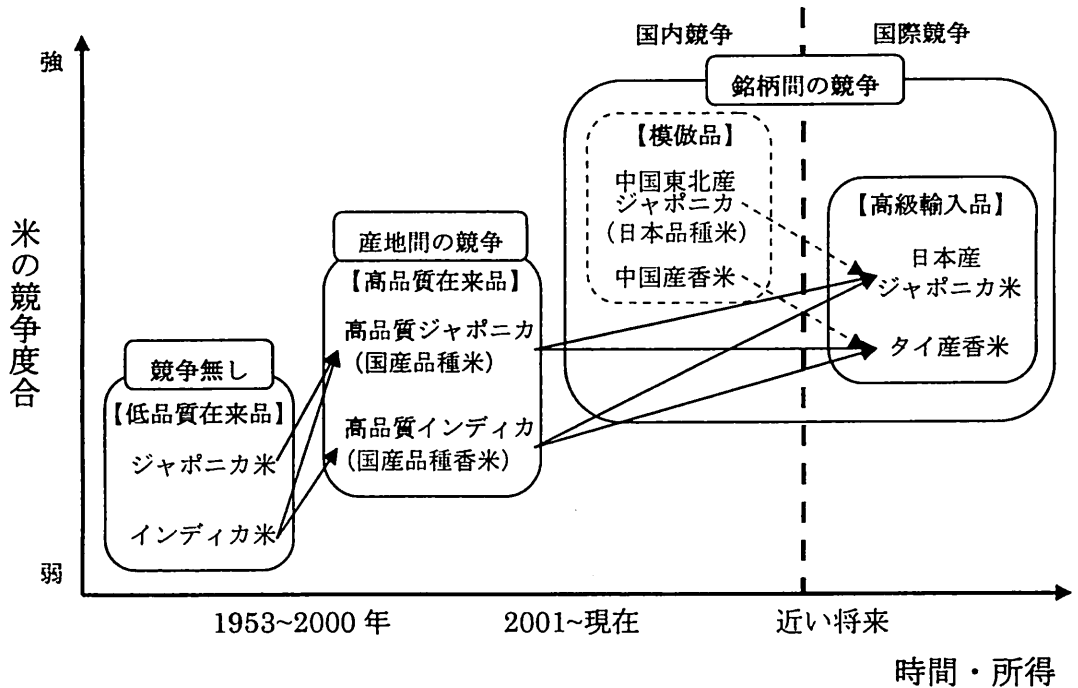
名称	F グループ	G グループ
属性 (年齢/ 性別/職 業など)	年齢・性別：30 才代 4 名、40 才代 1 名、50 才代 1 名全員女性 職業：全員専業主婦。元の職業は医師、法律顧問、設計士、外資企業社員など 婚姻：全員既婚 子供の数：1 人(晩婚のため)或いは 2 人 学歴：大卒以上 世帯年収：50～100 万元以上 出身地：上海市 4 名、北京など 2 名	年齢・性別：20 才代 4 名(男性 2 名、女性 2 名)、40 才代 1 名(女性) 職業：博物館職員、銀行員 月収：3,000～4,000 元 婚姻：既婚 3 名・未婚 2 名 子供の数：理想は 2 人。子育て費用の高さを考えると 1 人しか欲しくない 学歴：専門学校卒以上 出身地：全員上海市
自身への 評価	・ニューリッチ、貴族、情報の発信者 ・政治と一定の距離を保っている。 ・「博愛心」と「宗教心」を持つ	上海市民の中では中間より下に属する
日常の関 心事	①子供の教育(世界で通用する人になってほしい) ②良いお手伝いさん ③日本製の蚊取り器と使い捨てカイロ	①健康(飲食・運動) ②住宅 ③自家用車 ④旅行(国内・海外)
購買情報 源	①口コミ ②購買経験 ③雑誌(外国誌)	①テレビ ②新聞 ③口コミ
日本に対 する イメージ	日本：とても美しい国。秩序がある。ストレス社会。 日本人：礼儀正しい。仕事は真面目。生活にゆとりがない。 日本製品：値段は高いが、品質が良いため、安心できる。 日本製品との関わり：日用品の殆どが日本製品。食品(特に子供用)も日本製品を購入。「不買運動」はばかばかしい	日本人：女性は身だしなみ重視、ファッションセンスが良い。男性は酒癖が悪く、女性に対して無礼 日本製品：高品質・精緻(SONY)。日本式の食品(ラーメン、すしなど)は美味しい、健康的なイメージ 日本製品との関わり：不買運動(最近の 5-6 年)の影響、日常生活で触れる機会はほとんどない。
米の消費 について	理由：健康・栄養・生活習慣 購入基準：銘柄・産地 購入する銘柄：東北米、有機米 1 回の購入量：5kg 味への評価：「甘さ」、「香り」、「粘り」の調和	理由：生活習慣 購入基準：食味・価格 購入する銘柄：楽恵、東北米 1 回の購入量：10kg 味への評価：「香り」、「つや」、「歯ごたえ」、「甘さ」の順
中国産米 への不満	・古くて品質の悪い米が売られている ・米に関する事件が報道されている ・ほとんどの商品に「有機」「緑色」表示があるが、あまり信頼できない	値段が上がっている
改善され た点	・最近包装が良くなった	
要望	・品質の良い米 ・5kg 以下の袋詰め ・日本やヨーロッパで認証された米	
日本米に ついて	・半数の人が食べた経験があり、美味しいと思う ・以前そごうデパートで 188 元/2kg の日本米を購入した。味は日本で食べた米と変わらないが、少し古い感じがした ・高品質で安全なら高くても買う	・食べたことはないが、食べてみたい ・55 元/10kg (中国の緑色米より 10-15% 高い) なら日常的に購入 ・贈答品としてならば、PR 次第である程度売れる

図8.異なる消費者の求めている米の特質



以上の分析を踏まえると、近い将来、上海市場において異なる品種・銘柄・価格帯の米の間で激しい競争が予想され、その中で食味・品質・安全性の面において優れたものは消費者に選ばれ、そうでないものは淘汰されていくことが予測される。図9はこのような米消費のダイナミズムを描いたものである。

図9. 上海市における米消費のダイナミズム



横軸は時間と所得の推移を表し、縦軸は米の品種・産地・銘柄間の競争度合を表している。2000年以後、中国の食糧供給において市場原理が導入され、米の一大消費地としての上海市場では生産面における産地間の競争が映し出され、産地表示の銘柄が小売を席卷したのである。しかし、このような状況は流通改革（特に小売の急速な発展）<sup>10)</sup>によって覆され、あっという間に産地表示の銘柄が消え、品種・品質・栽培法を表す銘柄に取って代わられた。また、これまで、一部の高級タイ産輸入米を除けば、東北産ジャポニカ米が圧倒的な人気を誇ったが、2005年以後は消費者の安全性への関心の高まりと所得の一層の向上に伴い、東北産ジャポニカ米の人気に陰りが見え始めたのである。近年、有機栽培米、日本品種米などへの関心が高まり、消費者の米に対する高品質・安全性志向が一層強まったのである。

筆者はこのような状況は、日本産米の中国への輸出の地ならしが見えたように見える。しかしながら、日本産米を今後中国市場において一定のロットを継続的に販売していくためには、米生産者・流通業者が一体となって、適切なマーケット・セグメンテーションとターゲティングを基にした販売戦略をたてる必要がある。また、一言で「日本産米」と言っても、実際には多数の産地銘柄のブランドによって構成されている。したがって、輸出する「日本産米」のブランド管理のあり方について、「日本」ブランドと「産地」ブランドとの関係、「産地」ブランド間関係を踏まえて検討する必要がある。

注釈

- 1) アンケート調査の詳細については木下他 [2006] を参照されたい。
- 2) 例えば、猪口他 [2005] では、アジアの都市部の価値観や生活スタイルに関するアンケート調査を実施しており、朝食と夕食に関して「店の料理を家で食べる」、「インスタント食品を家で食べる」、「外食（レストラン）」、「外食（屋台等）」などの食の外部化を表す項目について、中国では日本よりも回答割合が高いことが示されている。
- 3) 詳細については、渡邊・木南 [2006] を参照されたい。
- 4) 省長責任制とは、省段階の政府機関のリーダーに責任を持たせて、①域内の食糧作付面積の安定確保、②買付・備蓄計画の完全達成、③各省間の移出入計画の完全実施を義務付け、④備蓄運用のための政府規模の食糧リスク基金の確立を行い、生産と市場の安定を確保する取り組みである。
- 5) 詳細は、上海市糧食局 HP (<http://www.chinagrains.gov.cn:82/shanghai/index.html>) を参照されたい。
- 6) 新潟大学の学生に対するアンケートは、2005年6月8日に、筆者が一部担当する講義（コメ産業論）の受講生を対象に実施したものである。配布数は112（回収率100%）であった。
- 7) 詳細は、青柳 [2005] を参照されたい。
- 8) 日本経済新聞 2007年1月19日。
- 9) 牧野・羅 [2004] と羅・牧野 [2004] を参照されたい。
- 10) 詳細については、蒼蒼社他 [2003] を参照されたい。

参考・引用文献（著者名のアルファベット順）

- 青柳斉「中国長江下流域のコメ主産地の特質と展開過程」『新潟大学農学部研究報告』第57巻第2号、2005年、pp.71-81
- Dong, Xiao-yuan, Shunfeng Song and Xiaobo Zhang. *China's Agricultural Development: Challenges and Prospects (The Chinese Economy Series)*, Ashgate, 2006
- 猪口孝・ミゲルバサネズ・田中明彦・ティムール、ダダバエフ『アジア・バロメーター 都市部の価値観と生活スタイル—アジア世論調査(2003)の分析と資料—』明石書店、2005年
- Ishikawa, Shigeru “Labor Absorption in Asian Agriculture” *Essays on Technology, Employment and Institutions in Economic Development: Comparative Asian Experience*, Kinokuniya, 1981, pp.1-150
- 木南莉莉「中国農業の技術変化と労働力の吸収」『農業経営研究』第31巻第3号、1993年、pp.49-55
- 渡邊千香・木南莉莉「上海市における貧困問題への対策—糧油補助制度を中心に—」『新潟大学農学部研究報告』第59巻第1号、2006年、pp.11-19
- 木下幸雄・木南莉莉・高福男「第16章 コメの消費・購買行動に関わる日・中・韓比較—日本米の市場開拓可能性を意識して—」『平成15～平成17年度科学研究費補助金：基盤研究(A)(1)研究成果報告書：地域貿協定進展下における東アジア農業の競争と協



調条件の解明（研究代表者：八木宏典）』2006年、pp.200-210

牧野文夫・羅歆鎮「第3章 上海における食料品の消費動向・消費者選好」（菅沼圭輔編『中国・上海の市場と福島県食品の展望』日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所・福島県国際経済交流推進協議会）2005年、pp.37-61

羅歆鎮・牧野文夫「第5章 上海市場における福島県産米の国際競争力」（菅沼圭輔編『中国・上海の市場と福島県食品の展望』日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所・福島県国際経済交流推進協議会）2005年、pp.77-90

蒼蒼社編集部編・（財）横浜産業振興公社編集協力『上海経済圏情報』蒼蒼社、2003年

（木南莉莉）