

## 論文の内容の要旨

氏名： 大橋幸多

博士の専攻分野の名称： 博士（総合社会文化）

論文題名： 海外日本食市場の研究 ―香港を中心として―

日本食が世界各国で食され、海外の日本料理店は、2017年10月時点で11万8千店である。少子高齢化で日本の食品関連産業は新たな市場の開発が必要である。東アジア・東南アジア主要国向け日本産食料品輸出は、全体の70%以上で重要地域で、香港は継続的に第一位の最重要国である。香港日本食市場の形成・発展の歴史を、経済的背景・歴史的背景・マーケティング的背景等の視点で研究を行った。本論文の構成は以下の通り。

### 序章

- 第1節 研究の背景と動機
- 第2節 研究の意義
- 第3節 先行研究と課題提起
- 第4節 研究方法
- 第5節 伝統的日本食と近代・現代の日本食 ―日本食の定義―
- 第6節 論文の構成

### 第1章 日本産食料品輸出から見た海外の日本食市場

- 第1節 日本の少子高齢化と消費
  - 第1項 少子高齢化の影響
  - 第2項 国内における食料品の消費推移 ―減少する消費―
- 第2節 日本産食料品の海外市場
  - ―東アジア・東南アジア主要国向けを中心として―
  - 第1項 農林水産省の日本産農林水産物輸出戦略
  - 第2項 東アジア・東南アジア主要国向け日本産食料品輸出

### 第2章 香港への日本産食料品輸出

- 第1節 香港向け日本産食料品輸出の推移
- 第2節 航空貨物による日本産食料品（飲料を除く）輸出推移

### 第3章 香港における日本食市場の考察

- 第1節 香港市場を研究対象とした理由
- 第2節 香港の概要
- 第3節 香港日本食市場形成・発展の歴史と現状
- 第4節 香港人の日本食に対する意識調査の分析
- 第5節 日本文化が香港の食に与えた影響
- 第6節 香港からの訪日客調査の分析
- 第7節 香港における日本食品の流通
  - 第1項 輸入・卸売業
  - 第2項 組織小売業
- 第8節 香港における日本料理店の役割
  - 第1項 日本人の経営する日本料理店（チェーンレストランを除く）の役割
  - 第2項 地場の日本料理店（日式料理店）の役割

### 第4章 考察と結論

- 第1節 香港への日本産食料品輸出の課題と結論
- 第2節 香港日本食市場形成・発展の歴史の4P's 整理
- 第3節 香港日本食市場形成・発展の歴史の分析と結論
  - 第1項 製品ライフサイクルによる分析と結論
  - 第2項 市場ライフサイクルによる分析と結論
- 第4節 香港日本食市場の将来予測

## 第5節 香港日本食市場の今後の方向性（業界の競争環境の変化）

終章：むすびにかえて

第1章では、日本国内の少子高齢化による食品消費の減少により、日本の食品関連産業は新たな市場の確保が必要であるという事実を整理し、農林水産省の「日本産農林水産物輸出戦略」に基づき日本産食料品輸出に関する整理・分析を行った。その上で、東アジア・東南アジア主要国向け日本産食料品輸出を日本の食品関連産業にとっての新たな戦略フロンティアと位置付けその推移の整理・分析を行いこの地域の重要性を明らかにした。

第1節では、日本の食品関連産業が、新たな市場を開拓する必要がある背景として少子高齢化の現状と将来予測を整理しその影響を確認した。少子高齢化で減少の兆候が出始めている国内の食料品消費の推移を確認し、海外日本食市場の必要性を明らかにした。

第2節では、新たな需要が見込まれる海外市場に関して、農林水産省が進める「日本産農林水産物輸出戦略」の内容と諸施策で方針として定められた方向性と現状を比較することにより、同戦略の実効性と有効性を明らかにすることを試みた。また、過去31年間の財務省統計を資料として日本産食料品輸出の推移を整理することにより、世界各国への日本産食料品輸出が拡大を続けている現状確認を行った。その上で、需要が高まりつつある東アジア・東南アジア主要国向けの日本産食料品輸出推移を地域、各国別に整理し、東アジア・東南アジア主要国の地域としての傾向を世界全体の推移と比較し、さらに各国の推移状況に関しての整理・分析を行うことにより、日本産食料品にとっての同地域の重要性を確認した。中でも香港は日本産食料品最大の市場であることが明らかになった。

第2章では、前章で明らかとなった日本産食料品最大の市場である香港向け輸出に関して整理・分析を進めた。その上で、高付加価値商品が航空貨物で輸出されていることに着目して整理し、日本産食料品輸出が拡大を続ける東アジア・東南アジア主要国の中でも香港が最重要市場であることを確認した。

第1節では、香港向けの日本産食料品輸出の推移と世界全体の中での位置づけを整理し、2006年以降連続して日本産食料品輸出の第一位を占めている香港の重要性を明確にした。

第2節では、先行研究で下渡（2014）、大島（2015）が述べている「日本産農水産物の高品質化をさらに進めて、他国製品との差別化を行うためには製品の高付加価値化とそれを実現するための高度なロジスティクスが今後の課題である」という点に関して、香港向け日本産食料品の航空貨物による輸出推移を空港ごとに整理した。その上で、代表的な高付加価値日本産食料品に関して事例の整理を行った。その結果から、香港が日本産食料品輸出実績の重要性に加えて、高付加価値の日本産食料品の輸出市場としても新たな重要性を持ち始めていることを導き出した。

第3章では、先行研究で石塚（2015）、大島（2015）が課題としている輸出先の市場調査の必要性という視点で、日本産食料品輸出の最重要仕向け先である香港に関して、香港日本食市場の形成・発展の歴史を整理し、現在に至る香港日本食市場の姿を明らかにした。香港人にとっての日本食の位置付けや日本文化の影響、年間200万人を超える香港からの訪日客の嗜好等の調査結果を確認することを通して香港における日本食の浸透度を明らかにした。加えて、香港における日本食の流通、日本料理店の役割を整理することにより、日本産食料品を受け入れる背景、日本料理が普及している香港日本食市場の状況を明らかにした。

第1節では、先行研究で大島（2015）が述べているように、香港で日本食が広く受け入れられ、普通の食べ物として日常的に食されている現状と前章で考察した香港が日本産食料品輸出の最大の市場であるということに、筆者が2000年2月から2003年11月末まで香港に滞在し、日本から食料品を輸入する会社の経営に携わった経験と情報を加えて、香港市場を研究対象とする理由を整理した。

第2節では、香港特別行政区の概要を整理した。

第3節では、海外における日本食の重要市場として成長した香港に関して、1950年代から現在に至るまでの香港日本食市場の形成と発展の歴史をそれぞれの時期の特徴により5つの時代区分に分類し

整理した。

第4節では、香港日本食市場を形成する香港人にとっての日本食の位置付けを検証するために、ジェトロと日本政策金融公庫がそれぞれ香港で行った調査結果を基にして整理・分析を行った。

第5節では、先行研究で、**Bumjun Lee, Sunny Ham, Donghoon Kim(2015)** が述べている、「一国の文化が食に与えた影響」に関して、日本のアニメやドラマといった日本文化が、香港の日本食市場形成・発展に対してどのような影響を与えたかという視点で整理・分析を行った。

第6節では、訪日客がその経験を通して帰国後にその国における日本食市場を形成する重要な役割を担っていることを、日本政府観光局が行っている訪日客に対する調査資料の内、香港からの訪日客に関する調査内容を精査することにより明らかにした。

第7節では、日本から輸出された日本産食料品が、最終的に現地の消費者・飲食店の元に届くためには、流通が確立されていることが重要であることから、香港の日本食の流通に関して整理し、香港日本食市場を支えている流通各段階の役割を明らかにした。

第8節では、日本食を提供する場としての日本料理店の役割を整理した。日本料理店には、大きく分けて日本人が経営する日本料理店と香港人が経営する地場の日本料理店（日式料理店）の二つがあるが、それぞれの役割によって香港の日本食市場を支えていることを明らかにした。

第4章では、先行研究の課題に対して、それぞれの課題の現状を整理・確認し、さらに分析・考察を行うことにより結論を導き出した。特に、香港日本食市場の形成・発展の歴史に関しては、マーケティング理論を用いて研究を行い結論を導き出した。さらに、香港日本食市場の将来予測と今後の方向性に関しての筆者の考えを示した。

第1節では、日本産食料品輸出に関する先行研究の課題と結論を整理した。

第2節では、香港日本食市場の形成・発展の歴史を **McCarthy, Kotler** のマーケティング・ミックスの基本要素である **4P's** に沿って整理・分析し、香港の日本食市場が総体として **4P's** を充足しながら発展してきたことを確認した。

第3節では、本研究で **5** つの時代区分に分類した香港日本食市場の形成・発展の経緯を **McCarthy, Kotler** のマーケティングの製品ライフサイクル理論と **Kotler** の市場ライフサイクル理論の発展段階区分を用いて分析を行い、**5** つの時代区分に分類した香港日本食市場が、製品ライフサイクル理論の、「製品導入段階、市場成長段階、市場成熟段階」及び市場ライフサイクル理論の「市場発生の段階、市場拡大の段階、市場成熟の段階」のそれぞれの段階を実現しながら形成・発展してきているとの結論を導き出した。

第4節では、香港の日本食市場が今後とも発展を続けることが可能であるかという視点で将来予測を行った。

第5節では、今後の香港の日本食市場がどのように変化をしていくかという視点で今後の課題を提示した。

終章では、本研究の成果を踏まえて、残された課題と今後の研究の方向性について示した。すなわち、本研究手法は香港を対象に取り組んできたものであるが、普遍性を持たせるために、香港以外の世界の諸地域・諸国の日本食市場分析に応用することができるかを検討する必要がある。日本産食料品輸出及び日本食市場の開拓・拡大の可能性が広がるのではないかと考え、引き続き他地域に関し、今後とも研究を継続することを述べた。