

第3章

上海における食料品の消費動向・消費者選好

牧野 文夫・羅 歡鎮

はじめに

成長著しい中国は、もはや「世界の工場」としてだけではなく「世界の市場」としても注目されている。中国の経済成長をリードする沿海地域の中でも上海は最も所得水準の高い地域で、そこに住む新興富裕層は世界でも最も高価格な日本産食料品の販売ターゲットとみなされるようになった。本章の第1節においては、マクロ統計を使って上海市全体の所得や消費の動向を分析し、食品市場としての上海の特徴をつかむことにする。ここでは1990年以降の所得増大や所得格差の拡大、他の都市と比べた上海市民全体の食料消費の特徴や、富裕層の嗜好が明らかにされる。

第2節では日本食品の潜在的購買層と目されている富裕層を対象に、2004年11-12月に実施したその消費意識や外国産食品の購入歴などについてのアンケート調査の分析結果を紹介する。それにもとづき、日本産食品の消費の現状とその問題点、今後その市場を拡大するために必要な改善点などについて考察する。

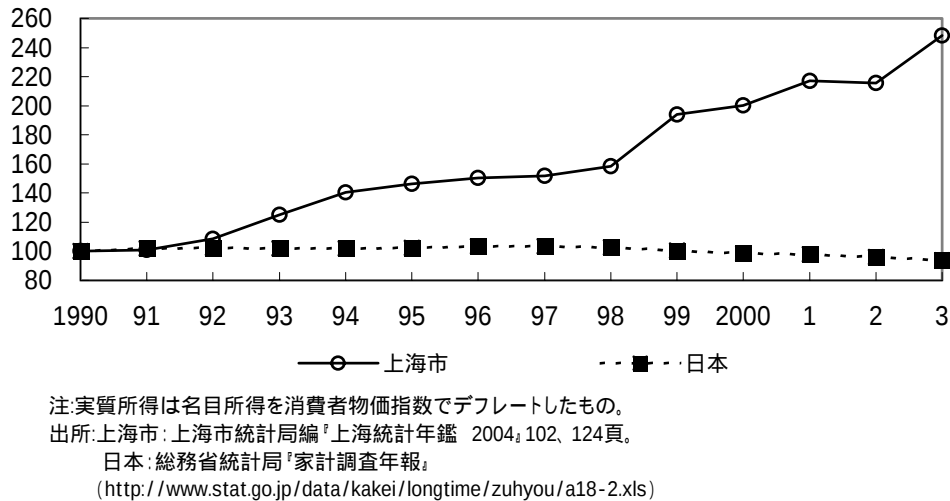
第1節 上海市の所得・消費動向：マクロ統計の分析を中心に

1. 家計所得の推移

図1は1990年から2003年までの1世帯当たり実質可処分所得¹を、1990年を100とする指数で描いたものである。実質所得は1992年（鄧小平が南巡講話を行った年）以降から急速に上昇をはじめ、90年代半ばに上昇はやや鈍化したものの、その後99年から再び大きく成長している。13年間の年平均成長率は8.1%に達している。

¹ 可処分所得は、課税前の所得から税金や社会保障料などを控除したもの。

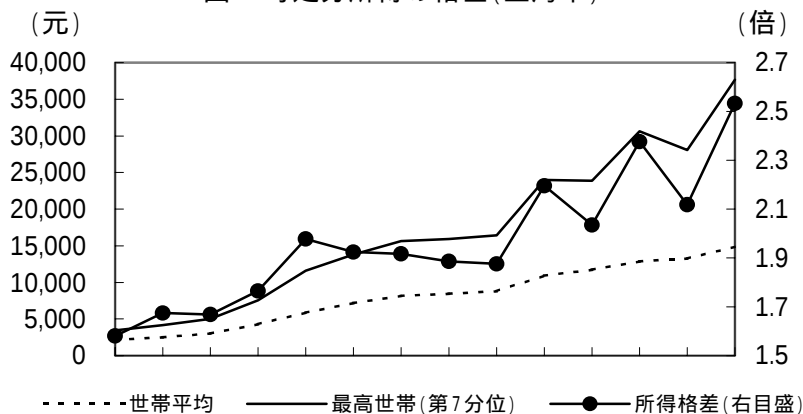
図1 1世帯当たり実質可処分所得の推移(1990=100)



この図には日本の家計の可処分所得も描かれているが、「失われた10年」とよばれた不況を経験して日本の停滞した家計所得と上昇が顕著な上海の家計所得との間のコントラストは明白である。

所得上昇にともなって中国では所得格差が急速に広がっている。それは都市と農村との間だけでなく、上海市内でも観察される現象である。すなわち図2に上海市の平均可処分所得と最高所得世帯（第7七分位²、以下同じ）の所得および両者の倍率を描いたが、最高所得世帯の所得増加は世帯平均のそれを大きく上回っており、それによって両者の格差は拡大していった。

図2 可処分所得の格差(上海市)



² 所得の低い方から高い方に並べて、それぞれの世帯数が等しくなるように7等分したグループの中で最も所得の高いグループ。

表1は、上海市の平均世帯と最高所得世帯および日本の勤労者世帯の所得水準などに関する比較（2002年）である。市場の為替レートで計測した可処分所得の水準は日本の勤労者世帯の方が高いが、物価水準を調整した購買力平価を使って比較すると、上海の最高世帯所得は日本の平均よりも60%以上高い水準となっており、富裕世帯の実質的な生活水準は日本の勤労者平均よりもはるかに高いことがわかる。また富裕世帯の平均消費性向は逆に日本より低く、高い貯蓄が形成されていることを伺わせる。

表1 所得水準の比較(上海市と日本)

出所: 『上海統計年鑑 2004』104頁。

	上海市		日本 (勤労者世帯)
	平均	最高所得世帯	
1世帯当たり可処分所得(円/月)	48,459	130,154	452,501
同上(購買力平価換算)	262,729	705,649	
平均消費性向(%)	70.5	56.7	73.1

注: 平均消費性向 = 消費支出額 ÷ 可処分所得額 × 100。

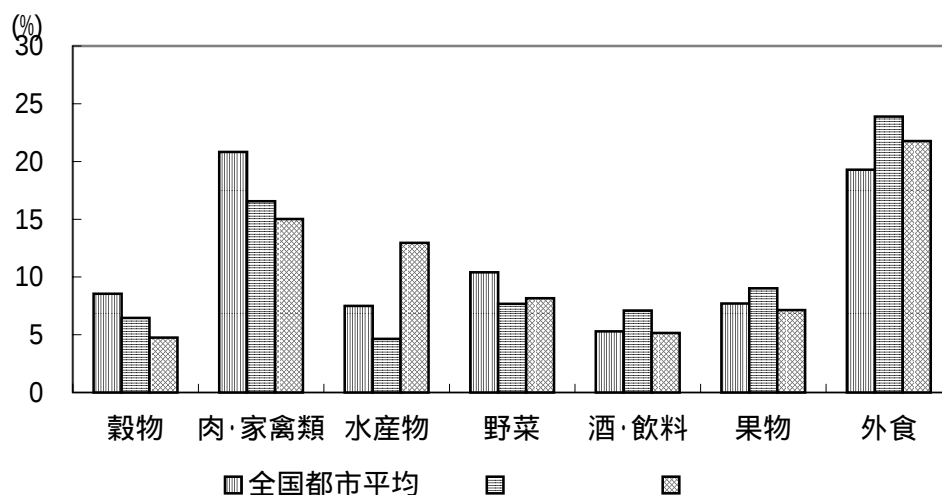
出所: 『上海統計年鑑 2004』102-104頁。日本は図1に同じ。

購買力平価は、World Bank, *World Development Indicators 2004*, CD-ROM版。

2. 食料消費の特徴

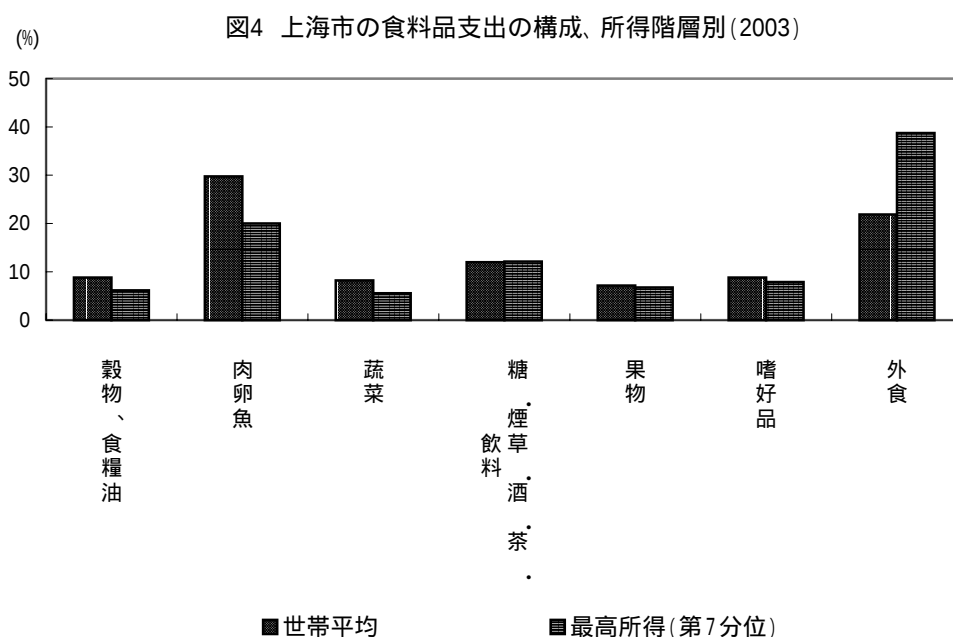
次に食料消費の特徴をみてみよう。まず食料品目別消費額の食料品支出額計に対する割合を計算し、それを上海と他の都市で比較してみる（図3）。それによると上海は水産物の割合が特に高く、逆に穀物と肉類の比率が低い。

図3 主要食料品支出額の構成の比較(2003)



出所: 『中国統計年鑑2004』

次に上海市富裕層の食料消費の特徴を調べてみる。図4は上海市の世帯平均と最高所得世帯との比較である。最も大きな特徴は、外食比率に現れている。最高所得世帯では外食費は食料支出全体の39%を占めているのに対し、平均世帯ではそれは22%である。所得が高くなると外食の割合が急増する。したがって高額所得者に対する日本産食料品の売り込み戦略は、富裕層の家庭内消費だけでなく、外食産業も同時にターゲットとすることが必要となろう。



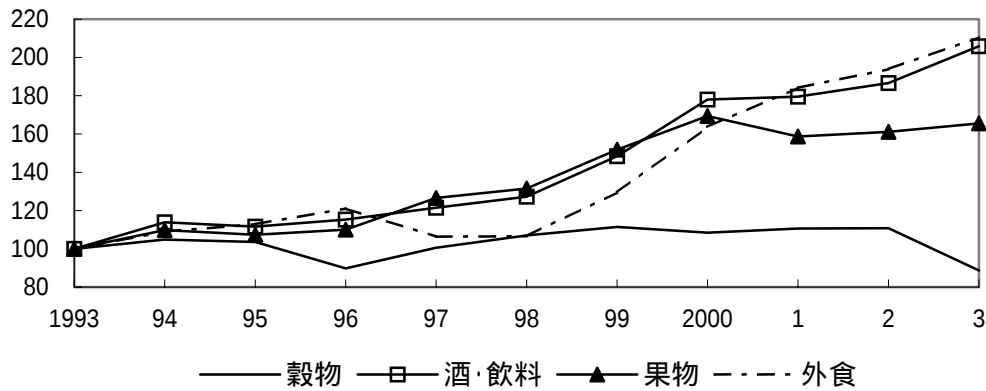
出所: 『上海統計年鑑 2004』109-110頁。

各食料品目の消費は、所得の上昇とともにどのように変化してきたのであろうか。主要品目の実質消費額の時間的変化は図5に示した。外食と酒・飲料の消費額は増加傾向にあるが、穀物の実質消費額は90年代後半にはほとんど伸びていない。果物の実質消費額も2000年以降はほぼ横ばいである。

『上海統計年鑑』には主要品目別に1人当たりの消費数量の値が掲載されている。それによると、酒と果物の消費量も90年代後半から低下傾向がみられる。実質消費額と消費数量はそもそも同一概念のはずであるが、酒と果物の時間的変化には両者の乖離現象がみられる。それに対する1つの解釈は、酒と果実の消費内容の高級化が起きているのではないかとのことである³。

³ 酒と果物の物価指数に適切な品目が採用されていないので、近年の高級化の動きがそれに反映されず、したがって物価指数が過小（あるいは実質消費額が過大）に評価されているというのが、その理由ではないか。

図5 品目別実質消費額指数(世帯平均,1993=100)



注:実質消費額 = 各品目の消費額 ÷ 各品目の消費者物価指数。

出所:『中国統計年鑑』各年版。

3.消費関数の推計

消費量の変化は、所得の変化と（相対）価格の変化とによって生じる。上海の消費の変化がどちらに起因するものか、ここで消費関数を推定して検証してみよう。

消費関数には以下のような対数線形モデルを仮定する。 $\ln(q_{it}) = a + b_1 \ln(Y_t) + b_2 \ln(p_{it} / p_t)$ で、 i は品目、 t は時間、 q は実質消費額、 Y は実質可処分所得、 p_i と p はそれぞれ i 品目と食料品全体の消費者物価指数である。 b はパラメータで、理論的符号条件は、 b_1 （所得弾力性） >0 、 b_2 （価格弾力性） <0 で、つまり所得が増えれば消費は増大する、価格が高くなれば消費は減少する、ということである。表2には主要品目別の推定結果が掲げられている。

表2 上海市の消費関数の推定結果

	所得弾力性(b_1)	価格弾力性(b_2)	調整済みR2
穀物	-0.296**	0.162	0.856
肉・家禽	0.102	-0.099	0.189
水産物	0.473**	-1.789**	0.968
酒	-0.438	-0.320	0.402
果物	-0.298	-1.771**	0.749
外食	1.659**	-1.136**	0.946

注1:**は1%の水準で有意。

2:外食の推計期間は1995～2003年、他は1993～2003年。

出所:『中国統計年鑑』各年版より推計。

穀物は b_1 の符号がマイナスで、所得が1%高くなると穀物消費は0.3%下がるという結果を示

している。すなわち上海では、家計内の消費において穀物は既に下級(劣等)財となっている⁴。この推計では外食産業での穀物消費を含んでいないことに注意をする必要があるが、今後も所得の上昇が続くことが予想されるので、家計の穀物需要には大きな拡大を期待することは難しいと判断される。

水産物は所得弾力性、価格弾力性ともに理論的符号条件を満たしている。特に価格弾力性が他の品目に比べ高く、消費が価格に敏感であることを示している。

果物の所得弾力性は負の値となっているが、統計的には有意な推定値となっていないので、所得の変化が消費に与える影響は小さい。他方価格弾力性は非常に大きく(相対)価格が1%上昇(下落)すると消費は1.8%減少(増加)する。

外食は所得弾力性が非常に大きい。1を上回っているので、所得の上昇以上に外食消費は増加している。したがって今後も所得が上昇すれば、家庭内の食事からの外食へのシフトはさらに続くことが予想される。

第2節 上海市高額所得者の消費選好

前節では上海市全体の消費動向の特徴を政府の公表統計を使って分析した。本節ではさらに焦点を絞り、日本産品の販売ターゲットである富裕世帯の消費選好や外国産食品の消費実態などについてのアンケート調査結果を紹介する⁵。過去にこのような調査は行われていないので、分析結果が今後の日本産食品の販売促進に役立つことを期待したい。

1. 調査概要

調査地点としては、近年高所得者が集住して発展してきた上海市内H区Q街道に位置する4つの団地を選んだ。調査時期は2004年11～12月で、調査の実施に当たっては現地の統計専門機関の協力を得た。

現地統計機関のアドバイスで調査対象となる団地を確定し、その住民の中からランダムサンプリングで調査世帯を確定した。調査サンプル数は200世帯を予定していたが、有効回答が得られたのはその92%に相当する184世帯であった⁶。実際の調査は現地調査員がサンプル家計を回り、調査票(本章付録参照)を示しながらヒアリングによって行われた(他計式調査)。

2. 調査世帯の概要

⁴ 下級財とは所得が上昇すると消費が減少する財貨・サービスである。もっともすべての穀物が必ずしも下級財とは限らないたとえばジャボニカ種の米は上級財の可能性もある(第5章参照)。

⁵ 調査に際しては、復旦大学中国経済研究センター張軍教授のご協力を得た。また日本貿易振興機構上海センター・高原正樹次長、東京学芸大学大学院生・曹氏などにもお世話になった。

⁶ ただし所得額に関する設問には回答しない世帯が複数あった。

家族数の最頻値は3人で96世帯（56％）、次いで2人が39世帯（21％）、4人が26世帯（14％）であった。家族の中で仕事をしている人が2人というのが最も多く137世帯（74％）で、夫婦共稼ぎで一人っ子（81世帯）あるいは夫婦共稼ぎで子供なし（32世帯）の世帯が全体の60％以上を占めている。

世帯主の職業は「専門的職業」が46世帯で最も多く、ついで「政府・企業の間管理職」が44％、「政府幹部・企業経営者」が24世帯であった。社会階層では中産階級以上の世帯が60％を占めている。

世帯主の出生地は上海が最も多く105世帯、上海以外の都市部が73世帯、農村出身者は6世帯あった。世帯主の学歴は大卒が83世帯で最も多く、ついで短大（大専）卒が66、高校卒22、大学院卒以上11となっている。

表3 サンプル世帯の2003年1人当たり可処分所得（元）

	A	B	参考値
平均値	38,416	34,540	37,658
中央値	32,333	32,000	
標準偏差	51,360	11,600	
最大値	666,333	50,000	
最小値	11,600		

注1:Aのサンプル数は163世帯。

2:Bは1人当たり所得最大値666,333元を除いた場合の数字。

3:参考値は『上海統計年鑑』の第7七分位の平均値。

出所:『上海統計年鑑 2004』104頁。

サンプル世帯の2003年における1人当たり可処分所得の平均値は38,416元である（表3）⁷。同年の『上海統計年鑑』における最高所得の第7分位世帯の1人当たり可処分所得は37,658元であるから、おおむねサンプル世帯はこの所得階級に一致している。ただしサンプル世帯の中で最高額の所得（2003年の世帯所得200万元、1人当たり可処分所得67万元）を得た1世帯だけが、他の世帯と極端にかけ離れている（表3に示したように2番目に高い世帯の1人当たり可処分所得は5万元）ので、それを除くと平均値は34,540元と若干低下する。最小値の1人当たり11,600元というのは、『上海統計年鑑』七分位の真ん中である第4分位の平均値12,602元よりわずかに低いレベルであるから、サンプル世帯は上海市の超高額所得者とはいえないものの、所得階層の「中の上以上」の世帯とみなしてよいだろう。

買い物に際しての意思決定は、妻が行うと回答した世帯が155（84％）を占めた。サンプル世

⁷ この種の調査では、所得額は実際よりも過小に回答される傾向が強い。しかも今回の調査では他計式であるので、過小のバイアスはさらに強くなっていると思われる。この点に留意されたい。

帯と第7分位世帯（図4参照）の購入食料品の品目別構成を比べると、サンプル世帯は第7分位世帯に比べて穀物、野菜、果物などの比率が相対的に高く、水産物・肉・外食の割合が低いという特徴がある。

表4と表5はそれぞれ穀物と果物を購入する際に重視する点である。穀物の場合は安全性を重視する世帯が最も多いのに対し、果物の場合は鮮度を重視する世帯が最も多い。産地と価格に関しては、重要性はそれほど高くない。とくに価格の重要性が低いのは、高額所得者がサンプルであることに原因があるのであろう。

以下では米、酒、リンゴという3つの品目に関する調査結果を示す。

表4 穀物を購入する際に重視する点

順位	品質	鮮度	価格	安全性	産地
1	50	78	26	131	21
2	83	53	34	19	50
3	46	52	6	18	9
4	5	1	30	13	75
5			88	3	29
計	184	184	184	184	184

表5 果物を購入する際に重視する点

順位	品質	鮮度	価格	安全性	産地
1	78	148	27	68	3
2	65	28	25	39	34
3	38	8	18	63	35
4	3		30	9	81
5			84	5	31
計	184	184	184	184	184

第3節 米消費に関する調査結果

普段食べる米の種類は短粒（ジャポニカ）種が90%以上で、80%が上海周辺の地域を産地としている。また日本の品種が導入されている東北三省産米を常食としている世帯は28世帯（15%）あった。普段食べる米の平均価格は1斤（0.5kg）当たり1.9元で、上海周辺地域からとれる米の平均価格は、中国国内の他の地域から持ち込まれた米よりも高い（表6）。現在のところ、サンプル世帯では中国東北産の高級米が購入されているわけではなさそうだ。

表6 普段購入する米の産地と平均価格

産 地	平均価格 (元/0.5kg)	度数
上海周辺	1.91	144
西南部	1.84	5
東北三省を除く北方	1.78	6
東北三省	1.83	28
外国(タイ)	2.00	1
合計	1.90	184

注: $F=3.81 > F_{0.01}$

過去1年に「日本米」⁸を購入した世帯は34世帯（18.5％）で20％に満たない。購入した世帯の2004年の世帯可処分所得⁹と購入しなかった世帯のそれを比較すると、前者の方が若干高いが、分散が大きいのでは統計的に有意な差とは認められなかった（表7）。

表7 過去1年の日本米購入の有無

	度数	%04年世帯可処分所得の平均値 (元)
あり	34	18.5 132,596
なし	150	81.5 117,477
計	184	100.0 $t=1.65 < t_{0.05}$

日本米に対する評価は表8にまとめた。品質については高い評価を得ているが、鮮度については、不満を持っている世帯が12もあり改善する必要がある。日本米を買った世帯と買わなかった世帯の穀物消費態度の違いをクロス集計のカイ二乗検定を施してみると（表9）、1）鮮度を重視する世帯は日本米を購入していない比率が高い（たとえば穀物を購入する時に鮮度が最も重要と回答した78世帯の中では88％（69世帯）は日本品種米を購入していないが、鮮度は2番目に重要と回答した53世帯の中では未購入世帯は70％（37世帯）に低下する）、2）価格を重視しない世帯は購入している世帯が多い、3）産地を重視する世帯は購入していない比率が高い。なお穀物を購入する際に最も重視する安全性に関する意識について、日本米の購入の有無による差はなかった。逆にいうと消費者がもっとも関心を払っている安全性（表4参照）の面で、日本米が評価されているとは言い難い。

⁸ リンゴの節でもふれるが、購入した「日本米」には中国産の日本品種（コシヒカリ、あきたこまちなど）である可能性が高い。

⁹ 本調査で得た所得は「記憶」を下に回答してもらっているため、なるべく最新の値が望ましいと判断し、2004年1月から9月までの累計所得を単純に年換算したものを使った。

表8 日本米に対する評価

	品質	鮮度	価格	安全性	包装
大変満足	6	5	5	4	9
やや満足	22	4	7	19	15
何とも言えない	5	13	18	5	6
やや不満	1	11	4	6	2
非常に不満		1			2
計	34	34	34	34	34

表9 日本米の購入の有無と穀物に対する購買意識

重要度	鮮度			価格			産地		
	あり	なし	計	あり	なし	計	あり	なし	計
1	9	69	78	5	21	26	3	18	21
2	16	37	53		34	34	3	47	50
3	9	43	52	2	4	6	5	4	9
4				2	28	30	21	54	75
5		1	1	25	63	88	2	27	29
計	34	150	184	34	150	184	34	150	184
	$\chi^2 = 7.59 > \chi^2_{0.1}$			$\chi^2 = 17.1 > \chi^2_{0.01}$			$\chi^2 = 20.7 > \chi^2_{0.01}$		

注:重要度は数字が小さいほど重要であることを意味する。

日本米を購入しない理由は表10に示した。最大の理由は価格が高いということである。それでは価格がどの位なら購入してもよいと考えているのであろうか。表11によると、消費者は普段購入している米の2～3倍程度にまで価格が下がることを期待しているようだ。普段食べている米の価格はおよそ4元/kgであるから（表6）、3倍としても12元/kg（およそ150円/kg）程度で販売しなければならない¹⁰。福島県販売農家の2003年度産米の生産費は274円/kg（資本利子・地代全額算入生産費）であったから¹¹、上海の消費者の価格要求を満たすことは非常に厳しい¹²。また表10によれば、販売店の確保、鮮度の維持、安全性のアピールなども米の販売促進にとって重要であることを示している。

¹⁰ 上海で売られている中国産日本品種米の小売価格については第5章注3を参照。そこで紹介されている日本品種米は「3倍」以内の価格帯に入っている。

¹¹ http://www.fukushima.info.maff.go.jp/sokuho/keiei/komesei_h15.pdf

¹² 詳細は第5章参照。

表10 日本米を購入しない理由(複数回答)

	度数	%
価格が高い	56	26.9
販売店がない	43	20.7
鮮度がおちる	41	19.7
安全面で不安	29	13.9
品質が悪い	20	9.6
日本産だから	14	6.7
その他	5	2.4
計	208	100

表11 普段買う品の何倍以内の価格なら日本の品を買うか

倍	米		酒		リンゴ	
	度数	%	度数	%	度数	%
2	24	68.6	52	70.3	12	66.7
2.5			4	5.4	4	22.2
3	11	31.4	16	21.6	2	11.1
4			1	1.4		
5			1	1.4		
計	35	100.0	74	100.0	18	100.0

第4節 日本製の酒に関する調査結果

過去1年に家族が日本製の酒(清酒、ビールなど)を飲んだことのある世帯は全体の3分の1の64世帯に達しているが、購入した世帯は24に低下する。飲んだ経験のある世帯の中で実際に購入したのは3分の1である21世帯に過ぎず、飲酒が必ずしも購入に結びついているわけではない。

酒を購入した24世帯の中で所得が判明する23世帯の2004年の平均可処分所得は14.1万円で、購入していない世帯の平均値11.7万円を上回っている。この格差は5%の有意水準で有意となっているので、購入世帯と非購入世帯との間には所得格差が存在していると判断してよい。

日本製の酒を飲酒した世帯による評価は表12に示す。品質については高い評価を得ており、安全性や包装に関しても満足度は高い。酒精度に関する満足度が低いのは日頃の飲みつけている中国酒との対比でそのように感じるのであろう。

表12 日本の酒に対する評価

	品質	酒精度	価格	安全性	包装
大変満足	14	4	3	4	16
やや満足	44	17	21	35	24
何とも言えない	5	35	32	15	14
やや不満		7	7	9	8
非常に不満					1
計	63	63	63	63	63

2003年における購入した酒の種類と購入本数は表13にまとめた。ビールが14世帯、清酒と品
種不明がそれぞれ5世帯となっている。平均購入本数は一桁に過ぎず、特に清酒の場合は認知度
を上げる必要がある。表14は清酒とビールで評価が異なる指標を掲げた。価格と安全性につい
ては、清酒はビールと比べかなり劣った結果となっており、市場での評価改善に向けた努力が
必要である。

表13 購入した日本の酒種と購入本数(2003年)

本数	清酒	ビール	不明	計
2	3	2	1	6
5		4		4
8	2	1		3
10		6	3	9
12			1	1
20		1		1
計	5	14	5	24

表14 購入した清酒とビールの評価比較

	価格		安全性	
	清酒	ビール	清酒	ビール
大変満足		1		1
やや満足	1	6		7
何とも言えない	3	7	3	6
やや不満	1		2	
計	5	14	5	14

表15は日本製の酒を購入しない理由をまとめた。価格が高いという理由が最も多いことでは
米と同じであるが、回答累計数に対する比率では米よりも高い。またその価格も普段飲んでい
る酒の2倍以内に抑えることも必要である（表11）。品質が低いと回答した世帯は32で米の20
を大きく上回る。これは品質が低いということではなく、中国人の好みに合う酒の開発が必要
とされている、と解釈すべきであろう。

表15 日本の酒を購入しない理由(複数回答)

	度数	%
価格が高い	74	32.7
酒精度が低い	36	15.9
販売店がない	34	15
品質が悪い	32	14.2
日本産だから	18	8
安全面が不安	13	5.8
その他	19	8.4
計	226	100

第5節 日本りんごに関する調査結果

まず普段食べているリンゴの産地と価格について表16に示す。上海周辺地域産が最も多いが、中国産に比べ2倍以上の高値ではあるが「日本産」リンゴを普段から購入していると回答した世帯が4あった。ただし日本から中国へのリンゴの輸出は2004年にはじまったばかりなので、後述するように、回答者が日本原産リンゴと中国産の日本品種を混同しており、日本原産と中国産日本品種の両方を念頭においている可能性がある。したがって以下では日本産リンゴについては、「日本品種」とよぶことにする。

表16 普段食べるリンゴの産地と平均価格

	度数	価格(元/kg)
上海周辺	94	6.0
西南地域	7	4.5
東北三省を除く北方地域	55	4.3
東北三省	24	5.8
日本	4	12.5
計・平均	184	5.5 (5.4)

注:()は日本産を除く平均値。

過去1年に外国産(品種)のリンゴを購入したことがある世帯は108で全サンプルの60%弱に達している。表17はその外国産(品種)リンゴの国別にまとめたもので、日本品種が全体の半分を占め最も多い¹³。

表17 購入した外国産(品種)リンゴの原産地

	度数	%
日本	77	48.1
アメリカ	67	41.9
タイ	15	9.4
インド	1	0.1
計	160	100.0

注:複数回答あり。

過去1年に日本品種のリンゴを購入した世帯の2004年の平均可処分所得は13.5万円で、購入しない世帯の10.9万円を上回っている。この格差は1%の有意水準で有意であるので、購入世帯と所得水準の間には相関があると見てよい。

¹³ 回答にはタイとインドという記載もあった。質問票にはリンゴ(苹果)と明記してあるので誤って回答したとは思えない。やや不思議にも思えるがここではそのままにしておく。

表18には外国産（品種）リンゴの購入目的とまとめた。家庭内の消費だけでなく、贈答用や来客接待用にもかなりの程度買われているようである。

表19は購入した外国産（品種）リンゴの単価である。kg当たり8元、10元、20元に集中している。平均価格は12.7円で日本品種に限定するとやや高く13.2円で、いずれも普段購入するリンゴの2.5倍ほどの価格である¹⁴。

表18 外国産(品種)リンゴの購入目的

	度数	%
家庭内での消費	83	39.7
贈答用	71	34.0
来客の接待用	55	26.3
計	209	100.0

注:複数回答あり。

表19 外国産(品種)リンゴの単価

価格(元/kg)	外国品種計の度数	日本品種の度数
8	24	10
9	11	
9.5	2	
10	30	8
12	9	3
15	6	2
18	1	
20	17	8
25	7	2
30	1	
計	108 (12.7)	33(13.2)

注:()は平均価格

購入店であるが、普段購入するリンゴは253回答（複数回答）中247がスーパー（142）および自由市場（105）となっている。外国産（品種）については192回答中、スーパー（81）と自由市場（73）とやはりそれらが主流となっているが、デパート（25）、小売店（13）などの取り扱いは国産リンゴよりは多い。

外国産（品種）および日本品種リンゴの評価は表20に示す。品質や包装に対する評価が非常に高い一方で、価格と鮮度については「やや不満」という回答もあった。また日本品

¹⁴ 13元という価格は日本からの輸入品と比べると安い感があるので、中国産の日本品種である可能性が高い（この点は櫻井研委員のご教示による）。ちなみに2005年2月春節期の上海・久光百貨店におけるリンゴ価格は、中国産日本品種（ふじなど）14～16元/kg、アメリカ産11.8元/0.5kgに対し、青森産（世界一、むつなど）は24～108元/個、山形産（ふじ）は18～28元/個である。リンゴ売り場では日本産が中国産やアメリカ産を数で圧倒しているという（以上の報告は曹氏の調査による）。

種は外国産（品種）全般と比べると評価は相対的に高いといえよう。

表20 外国産(品種)リンゴに対する評価

	品質	鮮度	価格	安全性	包装
大変満足	27(14)	5 (3)	9 (3)	22 (12)	46 (17)
やや満足	81(21)	41(15)	43(16)	45 (15)	45 (12)
何とも言えない	2	58(15)	41(11)	43 (8)	18 (6)
やや不満		6(2)	17(5)		1
非常に不満					
計	110(35)	110(35)	110(35)	110(35)	110(35)

注:()の数字は日本品種への評価。

表21は日本品種リンゴを購入した世帯と購入していない世帯との間の果物に関する購入意識の違いを示したものである。すなわち、日本品種リンゴを購入した世帯は、果物の購入に際して品質と価格と産地を重視する傾向が、購入していない世帯に比べて強いことがわかる。すなわち果物を購入する際に品質が最も重要と回答した世帯は、日本品種を購入した77世帯の中で60%（46世帯）を占めるのに対し、購入しなかった世帯ではそれは107世帯の中の30%（32世帯）に低下する。また一般的には果物の品質を重視する世帯ほど価格は逆に重視しない傾向が強いが（表5）、日本品種リンゴを購入した世帯の場合は、両者ともに重視するという特徴がある。

表21 日本品種リンゴの購入の有無と果物に対する購買意識

重要度	品質			価格			産地		
	あり	なし	計	あり	なし	計	あり	なし	計
1	46	32	78	3	3	6	3	3	6
2	23	42	65	22	12	34	22	12	34
3	7	31	38	22	13	35	22	13	35
4	1	2	3	16	65	81	16	65	81
5				17	14	31	17	14	31
計	77	107	184	77	107	184	77	107	184
	$\chi^2 = 19.2 > \chi^2_{0.01}$			$\chi^2 = 32.1 > \chi^2_{0.01}$			$\chi^2 = 34.2 > \chi^2_{0.01}$		

注:重要度は数字が小さいほど重要であることを意味する。

「外国産」リンゴを購入しない理由は表22にまとめた¹⁵。圧倒的に鮮度が問題となっている。したがっていかにして鮮度の高い果物を供給することが課題となろうし、特にモモのように鮮度の維持が難しい果物の輸出にとっては大きな課題である。

表22 外国産リンゴを購入しない理由(複数回答あり)

	度数	%
鮮度が落ちる	46	53.5
価格が高い	18	20.9
日本産だから	8	9.3
品質が悪い	5	5.8
販売店がない	5	5.8
安全面が不安	4	4.7
計	86	100

前問で価格が高いと回答した世帯に対し、普段購入するリンゴの何倍以内なら外国産のリンゴを買うか、と追加質問をした。回答は、2倍(12世帯)、2.5倍(4世帯)、3倍(2世帯)と回答が得られた(表11)。普段購入するリンゴはおよそ5～6円/kgであるから(表19)、価格にこだわる消費者に対しては、20円/kgくらいが価格の上限といえよう。

本報告書の第6章で青森産リンゴの上海への輸出事例が紹介されているが、それによるとJA全農あおもりの輸出業者に対する卸売価格は600～700円/kgであったという。他方青森産リンゴの東京中央卸売市場における価格は1～3月の最盛期で195円/kg(2003年)である¹⁶。つまり上海には国内向けより3倍ほど高価なリンゴが出荷されている。このような「内外価格差」は、国内向けリンゴが流通業者によって価格が低く押さえられているのに対し、上海向けには、輸送経費や保険料などの追加負担があること、大玉でかつ特別な害虫処理を施した高級品が輸出されていること、生産者側の価格設定を中国側輸入業者が受け入れていること、などに起因する¹⁷。

現在のところ意図的に高級品が上海市場に出荷されているようなので、上海向けリンゴの価格引き下げの余地は米と比べるとはるかに大きいであろう。上海では果物消費の価格弾力性が非常に高いという消費関数の推計結果を示したが(表2)、高級のみならずより安い価格のリンゴを市場に投入すれば、上海における日本産リンゴのマーケットはさらに拡大すると思われる。

¹⁵ この回答は外国品種ではなく外国産リンゴに対するものとみなしても支障ないだろう。

¹⁶ 福島県『平成15年 福島県における生鮮食料品の流通』2004年3月、140ページ。

¹⁷ 北田弘嗣委員と三井士郎委員のご教示による。したがって上海向けリンゴの売り上げマージンは、国内向けのそれより高いと推測できる。

第6節 まとめ

米、酒、リンゴについてそれぞれ調査結果を紹介してきたが、最後にそれらをまとめてみる（表23）。過去1年間に日本産（品種）の米、酒、リンゴの3種類ともに購入した世帯は6、いずれか2種類は17、1種類は83世帯で、それらを合計するとサンプル世帯の60%に達している。これは特にリンゴの貢献が大きい。

またこの表には購入種類数別の平均世帯可処分所得の計算結果も示してある。米・酒・リンゴの3種類を購入した世帯の平均所得は18.7万、2種類の場合は14.0万元、1種類は12.2万元、未購入の世帯は10.8万元で、見事なほどに購入種類が多いほど所得水準が高くなっている傾向が現れている。やはり常識的な結論ではあるが、日本産食品は高額所得者ほど浸透しやすい。

表23 過去1年日本産(品種)食品の購入の有無と所得格差				2004年世帯可処分所得の 平均値
米	酒	リンゴ	度数	
○	○	○	6	187,067 (6)
○	○	×	2	140,177 (15)
○	×	○	8	
×	○	○	7	
○	×	×	18	122,054 (81)
×	○	×	9	
×	×	○	56	
×	×	×	79	107,553 (65)
184				$F=7.31 > F_{0.01}$

注1: ○は「あり」、×は「なし」。

2: 所得額の後の()の数字はサンプル数。

以上の分析をまとめて、以下のような提言をまとめたい。

(1)米については、上海市民は食の安全性を重視する。安全性の高い日本米のアピールが求められる。また販売店の確保も重要である。さらに、米だけでなく、日本産米を美味しく食べられるためには、水や炊飯器などの「補完財」の供給も同時に考慮しておく必要がある。

(2)清酒は宣伝活動が重要である。上海市民は水産物の消費が多いから、それに親和する清酒にとって上海はその有望な市場になりうる可能性がある。清酒の試飲会を日本産水産物の試食会とパッケージにして頻繁に開催したり、清酒市場を開拓するために単に商品としての清酒だけでなく、清酒に込められている日本文化なども同時に上海消費者に紹介したり、清酒のお酒以外の機能（たとえば、健康や美容に対する役割）もアピールすればよ

いだろう¹⁸。

(3)果物には何よりも鮮度が求められる。とくに傷みやすい果物の場合、いかにして消費者の手元まで鮮度が維持されるかが重要な課題である。また鮮度をアピールするために収穫日や出荷日などの積極的な情報開示に努めることも要請される。

(4)米、酒、リンゴともに購入可能な価格上限は、普段購入している商品の2～3倍程度ということで共通している。日本産食品（特に米）が直ちにこの水準を越えることは非常に困難であるが、1つの努力目標として銘記すべき点と思われる。ただし価格設定の現状に鑑みると、リンゴの場合この制約条件はさほど困難な目標ではないと思われる。

(5)第5章でも述べるが、福島産食品のブランドの確立を急ぐべきと提案したい。たとえば、「福島」は中国語ではfudao（フーダオ）と発音されるが、同音異義で「福到」（福が到来するの意）という大変縁起の良い言葉がある。消費者に福島産をアピールするために、この言葉をブランドとして積極的に活用したら中国で受けるのではないだろうか¹⁹。

¹⁸ 怡中企業（上海越千年葡萄酒業發展有限公司）の陳真總裁に対するヒアリング（2004年9月13日）。

¹⁹ 福島県上海事務所でも「福到」ブランドを考慮しているということを聞いている。

付 録

上海市民外国産食品消費実態調査票

世帯調査

住所 上海市 _____ 区 _____

Q1 世帯構成員 () 人

世帯構成員とは、調査時点で食事と住居を共にしている同居家族（親族を含む）をさしますが、1ヶ月以内の短期の出張・留学などの理由で不在となっている家族も含みます。また間借人、家政婦など親族でない人は含みません。

Q2 世帯構成員の中で仕事をしている人は何人いますか。 () 人

Q3 世帯主の年齢は何歳ですか。 () 歳
(世帯主とは家計上主たる収入を得ている人をさします)

Q4 世帯主の出身地はどこですか。

1. 上海
2. 上海以外の中国・都市部
3. 中国・農村部
4. 外国・地域 ()

Q5 世帯主の最終学歴は以下のどれですか。

1. 高校以下（中学、中等専門学校、職業高校、技術学校を含む）卒業
2. 短期大学（大専）卒業
3. 大学卒業
4. 大学院卒業
5. その他 ()

Q6 世帯主の職務上の地位は以下のどれですか。

1. 政府・民間の幹部あるいは経営者
2. 政府・民間の中間管理職
3. 政府・民間の専門職
4. 政府・民間の一般職
5. 教師
6. その他 ()

Q7 2003年の世帯の総収入はいくらですか () 元

(収入は給料・ボーナス等の賃金収入、預貯金等の利子・株式配当・有価証券や資産の売却益等の資産収入、不動産家賃収入、年金等社会保障給付の世帯構成員すべての収入を

含みます。自営業の場合は事業経費を控除した純収入を記入してください)

支出調査

Q8 消費支出(世帯計、金額は概数で構いません)

(元)

	2003年計	2004年 月
世帯総収入(A)	(Q7の回答と一致させてください)	
世帯総支出(B)		
食料品		
住居(家賃、ローン、修繕費)		
光熱・水道		
家具・家事用品		
被服及び履物		
保健医療		
交通・通信		
教育		
教養娯楽		
税金		
その他		
貯蓄(C = A - B)		

Q9 食料品支出の内訳割合(世帯計、数字は概数で結構です)

(%)

	2003年計	2004年 月
穀類		
魚介類、肉類、乳卵類		
野菜		
果物		
その他		
外食		
計	100	100

消費支出の意思決定

Q10 日常の食料品の買い物をする際に、何を買うか主に誰が決定しますか(回答1つ)。

1 夫 2 妻 3 家政婦 4 その他()

Q11 日常の食料品の買い物は主に誰がしますか(回答1つ)。

1 夫 2 妻 3 家政婦 4 その他()

Q12 日常の食料品の買い物の頻度はどのくらいですか。

- 1 毎日 2 1日おき 3 週2回 4 週1回
5 月2回 6 月1回 7 その他 ()

Q13 日常の食料品の買い物の金額は一回でどれくらいですか。

- 1 50元以下 2 50-99元 3 100-149元
4 150-199元 5 200-299元 6 300元以上

Q14 以下の5種類の食料品を買う際に、それぞれもっとも重視する項目は何ですか。食品ごとに、1番優先順位の高いものを1とし以下2～6の順位を書いてください。

	主食の穀物	肉類	魚介類	野菜	果物	酒類
品質（賞味）						
鮮 度						
価 格						
安全性						
産 地						
その他 （具体的に）						

米消費について

Q15 普段はどこで米をご購入しますか（回答1つ）

- 1.小売店 2.スーパー 3.デパート 4.自由市場 5.その他 ()

Q16 普段購入している米の種類は何ですか（回答1つ）。

- 1インディカ（長粒種） 2ジャポニカ（短粒種） 3もち米 4その他 ()

Q17 普段購入している米の産地はどこですか（回答1つ）。

1. 上海周辺（上海、浙江省、江蘇省）、2. 中国の南西地域
3. 中国の北方（東北三省を含まない） 4. 東北三省
5. 外国・外地（具体的に：)

Q18 普段購入する米の価格はいくらですか。 元/キロ

Q19 普段購入する米の量はどのくらいですか。 キロ/月

Q20 過去1年の間に日本米を買ったことがありますか。

1. ある (あると回答された方はQ21に進んでください)。
2. ない (Q22に進んでください)

Q21 日本米に対する評価を教えてください。5つの項目ごとに該当する番号に○をつけてください。

	非常に満足	やや満足	何ともいえない	やや不満	非常に不満
品質(賞味)	1	2	3	4	5
鮮度	1	2	3	4	5
価格	1	2	3	4	5
安全性	1	2	3	4	5
包装	1	2	3	4	5

(→Q24へ進んでください)

Q22 Q20で「ない」と回答した方へ。日本米を購入しない理由は何ですか(複数回答可)。

1. 価格が高い
2. 品質が悪い
3. 鮮度が落ちる
5. 農薬等の安全面で不安
6. 販売店がない
7. 日本製品だから
8. その他(具体的に:)

Q23 Q22で「価格が高い」と回答した方へ

普段購入する米の価格と比べて()倍以内の価格なら、日本米を購入してもよい。

日本の酒の消費について

Q24 過去1年間に家族の方が日本の酒を飲んだことがありますか。

1. ある (Q25へ進んでください)
2. ない (Q26へ進んでください)

Q25 Q24で「はい」と回答した方へ。日本の酒に対する評価を教えてください。5つの項目ごとに該当する番号に○をつけてください。

	非常に満足	やや満足	何ともいえない	やや不満	非常に不満
品質(賞味)	1	2	3	4	5
酒精度	1	2	3	4	5
価格	1	2	3	4	5

安全性	1	2	3	4	5
包装	1	2	3	4	5

Q26 過去1年間にあなたの家庭では日本の酒を買ったことがありますか。

1. ある → () 本
2. ない (Q31に進んでください)

Q27 日本の酒はどこで買いましたか (複数回答可)。

1. 小売店
2. スーパー
3. デパート
4. 自由市場
5. その他 ()

Q28 日本の酒を購入した目的は何ですか (複数回答可)。

1. 家庭内での消費
2. 来客の接待用
3. 贈答用
4. その他 ()

Q29 購入した日本の酒の銘柄がわかれば書いてください (複数回答可)。

()

Q30 日本の酒の価格はいくら位でしたか。

() 元/本 または () 元/ミリリットル

Q31 Q26で「ない」と回答した方へ。日本の酒を購入しない理由は何ですか (複数回答可)。

1. 価格が高い
2. 品質が悪い
3. 酒精度が低い
4. 安全面で不安
5. 販売店がない
6. 日本製品だから
7. その他 ()

Q32 Q31で「価格が高い」と回答した方へ

普段購入する酒の価格と比べて () 倍以内の価格なら、日本酒を購入してもよい。

果物 (りんご) の消費について

Q33 普段りんごはどこで購入しますか (複数回答可)。

1. 小売店
2. スーパー
3. デパート

- 4.自由市場 5.その他()

Q34 普段購入しているりんごの産地はどこですか(複数回答可)。

1. 上海周辺(上海、浙江省、江蘇省)、 2. 中国の南西地域
3. 中国の北方(東北を含まない) 4. 東北
5. 外国()

Q35 普段購入しているりんごの価格を教えてください。

元/キロ あるいは 元/個

Q36 過去1年間に家族の方が外国産りんごを食べたことがありますか。

1. ある
2. ない

Q37 過去1年間に外国産りんごを買ったことがありますか。

1. ある
2. ない(Q44に進んでください)

Q38 外国産りんごを購入した目的は何ですか(複数回答可)。

1. 自家消費 2. 来客接待用 3. 贈答用 4.その他()

Q39 外国産りんごの原産地はどこですか(複数回答可)。

()

Q40 外国産りんごへの支出額はいくらでしたか。

元

Q41 外国産りんごの価格はいくら位でしたか。

元/キロ または 元/個

Q42 外国産りんごはどこで買いましたか(複数回答可)。

- 1.小売店 2.スーパー 3.デパート
4.自由市場 5.その他()

Q43 外国産りんごに対する評価を教えてください。5つの項目ごとに該当する番号に○をつけてください。

	非常に満足	やや満足	何ともいえない	やや不満	非常に不満足
品質（賞味）	1	2	3	4	5
鮮度	1	2	3	4	5
価格	1	2	3	4	5
安全性	1	2	3	4	5
包装	1	2	3	4	5

Q44 Q37で「ない」と回答した方へ。外国産りんごを購入しない理由は何ですか（複数回答可）。

1. 価格が高い 2. 品質が悪い 3. 鮮度が落ちる
4. 食の安全面で不安 5. 販売店がない 6. その他（ ）

Q45 Q44で「価格が高い」と回答した方へ

普段購入するりんごの価格と比べて（ ）倍以内の価格なら外国産りんごを購入してもよい。

これで終わりです。ご協力どうも有り難うございました。