【シンポジウム報告】

食品企業のグローバル化と国際分業の新展開

日本大学 下渡 敏治

New Dimensions of Globalization and International Direct Investment
in Food Sector

Toshiharu SHIMOWATARI

Nihon University

Abstract:

This study analyses new dimensions of food enterprises from the perspectives of global activities and global entrepreneurship. Japan's current food sector is facing a transition period due to the decline in population growth rate as well as globalization. Decreased population contributed to the decrease in production and consumption of foods, which ultimately accelerated the activities to find out new markets at home and abroad since 1990s. Under this circumstance, food sector in Japan needs to be rearranged to cope with the global market as well as maintaining the stability and sustainability of the domestic market. The food system in Japan has been composed of and characterized by agriculture and related industries such as food processing, food distribution and service. Accordingly, the maturity of food markets and the scale-down tendency of consumption demand depend upon each constituent of the food system. To resolve the situation, a standard of global entrepreneurship particularly to make cooperation and linkage with rapidly increasing Asian market is essential.

Keyword: globalization, decreased population, food enterprises, global activity, international direct investment, asian market

1. 課題

わが国では人口減少に伴う経済のダウンサイジング、国内市場規模の縮小が懸念されており、既に食品市場では過去10数年間市場規模（需要）の縮小が進んでいる。一方、世界の食品市場は新興国を中心に需要の高成長が続いており日本市場と好対照をなしている。いまわが国では経済活動のグローバル化や為替相場の円高化が進展し、さらに少子化・高齢化に起因した人口減少社会の到来という未曾有の事態に直面しており、食品業界も

否応なしにその影響を受けている。さらに民主党政権の下で、アジア共同体構想に続いて環太平洋経済連携協定（TPP）への参加問題が浮上しており、近い将来、アジア太平洋地域に二つの巨大経済圏が誕生する可能性が高まっている。こうした中で、典型的な内需型産業として国内市場向けに製品を供給してきたわが国の食品企業は食品市場の成熟化と内需の縮小によって国際市場への事業展開が不可欠なものとなっている。これまでの国内市場一辺倒の事業活動から海外市場を視野に入れた事業活動への転換を図る食品企業が増えつつある中で、グローバルな視点からフードシステム

の中核を担う食品産業とりわけ食品製造業の事業活動の内容を検証し今後の展開方向を展望することは重要な課題である。もとよりわが国の食品企業は1970年代以降、賃金率の上昇や労働力不足、為替変動、原材料価格の高騰などマクロ経済要因の変化に対応してそのたび毎に海外直接投資を積み重ねてきた。本学会でも食品企業の国際化に焦点をあてたシンポジウム、研究会が過去数回開催され、食品企業の国際化に関する研究蓄積も少なくない。しかしながら近年における食品企業の海外直接投資は、投資目的、投資形態や投資主体の拡がりなどの点で輸出代替や日本国内への食材調達を目的に進展してきたこれまでの直接投資、海外生産立地とは大きくその様相を異にしている。

本報告は、グローバル化に伴う国内外の市場環境の急速な変化によって根本的な事業戦略の転換を迫られている食品企業の国際展開に焦点をあてて、海外事業活動の背景と要因、進出パターン、投資形態、先行研究をレビューし、アジア・太平洋地域で加速している地域経済統合の動きを踏まえながら、食品企業の海外事業活動と国際分業化の新たな展開とそこでのわが国フードシステムの進むべき方向と今後の課題を検討し若干の問題提起をおこなうことにある。

2. シュリンクする食品の生産と消費

1) 過去10年間の食品市場の変化

図1にみるように、わが国の食料費支出は過去10年間減少傾向で推移しており（註1）、こうしたトレンドは一人あたり支出額の推移や外食産業の売上高の推移にも現れている。その結果、図2にあるように、わが国の農業・食品関連産業の生産額はこの10数年間軒並み縮小傾向で推移している。一方、円高を背景に1980年後半以降拡大基調を辿ってきた農産物輸入も2000年代に相次いで発生した感染症や残留農薬等の食品安全問題の影響もあって近年減少傾向で推移している。つまりそれは、グローバル化の進展や人口減少に伴う食品需要の縮小過程の下で、わが国の食品業界が今後どこに活路を見いだして業績を維持していくべきか、その方向性についての早急な対応を求められ

ていることを意味している。その対応策として注目されているのが食品企業のグローバル化への対応であり、国際食品市場への進出（海外直接投資）である。

2) 変わる食品業界の事業環境

もとよりこうした食品市場の規模縮小は少子高齢化、人口減少、消費者嗜好の変化、消費の安全志向などの多数要因の複合に基づくものであるが、国内市場の縮小傾向が食品企業の市場構造変化への対応を迫り、生産・販売拠点の海外シフトによる新市場の開拓、グループ化やM&Aなどを含む事業再編を促していることは明らかである（図3）。次の図4は2000年代における大手食品企業のM&Aの動きを示しており、大きく4つのタイプに分かれている。そのひとつは、国内市場への対応強化を目指すタイプであり、2つめは、海外企業との提携を重視するタイプである。3つめは、原料調達力の強化・市場シェアの向上を目指すタイプ、4つめは、取扱商品を増やすことで対応しようとするタイプである。

3) 内需依存から外需志向への転換

以上のように、わが国の食料・食品市場は人口減少とともに段階的な縮小過程をたどることは避けられないものとみられ、食品企業の海外への事業展開は今後一段と加速化してゆくことが予想される。もとより、経済のグローバル化が急速に進んだ今日の社会では内需、外需に関わりなく需要の成長が見込める市場に商品を販売するのは当然のことであり、企業活動にとって内需、外需を区別すること自体が意味を成さなくなる可能性がある。地理的、文化的にも日本に近いアジアとの間では輸入食料の4割弱、海外投資の7割、日本産食品輸出の7割を依存するようになっており、アジア市場との間にはすでに「内需」と呼べるほどの強い結びつきが生まれつつあることも事実である（註2）。表1は躍進著しいアジアの経済規模とその世界シェアを示したものであるが、ASEAN+6はこの四半世紀に及ぶ高い成長によって人口規模で世界シェアの49.5%、名目GDPで25.3%、一人あたりGDPで51%、貿易総額で24.6

図1 家計食料費とその支出構成の推移 (1970～2010年)

出所：総務省統計局『家計調査一家計収支編―』(品目分類・二人以上の世帯)より作成。

注：「穀物」とは粒状のまま最終消費される豆類及び穀物をいい、「加工食品」とは穀物及び生鮮食品以外の食品をいう。

表1 アジアの経済規模と世界シェア

	人口 (2009年)	名目GDP (2009年)	1人当たり 名目GDP (2009年)	貿易総額 (2008年)
単位	億人	10億ドル	ドル	10億ドル
ASEAN計	5.91	1,480	2,504	2,104
ASEAN+3計	21.09	12,289	5,827	7,072
ASEAN+6計	33.34	14,640	4,391	7,993
世界計	67.34	57,937	8,604	32,550
ASEAN+6計の世界シェア	49.5%	25.3%	51.0%	24.6%

出所：人口、名目GDP、1人当たり名目GDPはIMF「World Economic Outlook April 2010」、総貿易額はIMF「DOT」より。

注：ASEANは、ブルネイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナムの10カ国、ASEAN+3は、ASEANに日本、中国、韓国を加えたもの。ASEAN+6はASEAN+3にインド、オーストラリア、ニュージーランドを加えたもの。

%を占めるようになっており、NAFTA（北米自由貿易協定）、EU（ヨーロッパ連合）に次ぐ第3の巨大経済圏に成長している。この巨大化した東アジア経済圏を相互に開放（オープン・リージョナリズム）し、相互の発展を促すことが日本経済の発展、日本のフードシステムの真のグローバル化に繋がるといえよう。

3. グローバル市場の出現と食品企業の事業活動

1) 二極化する食品企業の事業活動

縮小に向かう食品市場への食品業界の対応は、基本的には二つの方向、すなわち①いかにして付加価値の高い製品分野に特化して商品を作って売り上げの減少をカバーし、国内市場で生き残って

食品企業のグローバル化と国際分業の新展開

図2 農業・食品産業等の国内生産額

出所：農林水産省「農業食料関連産業の経済計算」

図3 日本の食品業界と経営環境の変化

ゆくか、もうひとつは、②グローバル市場に進出して新たな市場・販路を確保すること、に焦点が当てられている。前者は専門的企業に多く、後者は一般的に企業規模の大きな食品企業に多いといえる。このため日本国内では、企業買収、合併、資本参加、提携を含めた企業再編が加速してきている。水産業界におけるマルハとニチロの経営統合をはじめ、味の素、ホーネン、吉原製油の提携、キリンビールによるメルシャンの買収、アサヒビールの和光堂の買収、日清食品による明星食品の子会社化、山崎製パンによる東ハト、不二家の統合、三菱商事による日本農産工業、米久、日東富

士製粉、塩水港精糖、かどや製油、日本食品化工への資本参加など1996年から2007年にかけて食品業界で計79件のM&Aが進展し、海外では味の素のアモイフーズ（中国）、エルビーの買収、ヤクルトのダノンとの提携、キリンビールのフィリピン・サンミゲル社との提携など様々なレベルでの企業統合、提携が進展している。これらの動きは、①既存事業の強化に加えて、②国内食品事業の再構築、③事業ポートフォリオの見直し、④成長著しいアジアの複数市場に成長基盤を築くことによって、新たな成長軌道を確認しようとする食品企業の成長戦略の一環と見ることができる。

図4 食品業界のM&A

出所：レコフ・マールM&Aデータによる。

注：（ ）内は公表年。

一方、資本金や人材不足が指摘されている中小食品企業は製品の輸出（一部、直接投資も見られる）を通じて需要の成長が著しい海外市場に進出し、成果を挙げている企業も出始めており、食品企業のグローバル化が様々なレベル、形態をとって進展してきていることが窺える。

2) 変わる進出パターン：輸出補完・輸出代替、サプライチェーン構築、新市場開拓

1995年に食品産業センターが食品メーカー1,800社、商社、食品・農産品卸、外食産業等300社の合計2,100社を対象に実施した「食品産業の海外進出実態調査」によると、①今後、中長期的（5～10年）にみて海外進出が増加する企業数が半数を越える。②進出形態は生産委託が多く、加工形態は原材料、一次加工品、二次加工品の間接財が多く最終製品は少ない。③立地企業（製造業）の上位5カ国は、中国、アメリカ、台湾、タイ、韓国であるが、中国、東南アジアが今後とも拡大

基調にある一方、台湾、韓国からは撤退・縮小する企業が多い。④大半の企業では5年前に比べて日本への輸入量が増えており、今後とも海外調達が増える企業が多い一方、品質面から国産原料にシフトする企業も多い。⑤海外生産の長所は原料価格と安価な労働コスト。短所は原料の納期、製品の品質及び衛生・安全管理、という結果が報告されている（註3）。これらの調査結果からみても、多くの食品企業が海外市場での事業活動を重視していることが窺える。

1970年代のわが国の海外直接投資は相手国の輸入制限措置を克服するための輸出補完的な性格をもっていた。しかし1980年代以降次第に製造業投資のウエイトが増し、とりわけアメリカへの輸出代替を目的とした現地生産型投資が活発化した。他方、アジアへの進出は比較優位が低下した業種が日本向けの原材料確保、低賃金労働力利用を目的とした投資が多かった。わが国の海外直接投資の特徴として、①1件あたりの投資規模が小さい、

②アジア向けが多く、製造業投資が多い、③総合商社主導の投資が多い、④労働集約型業種の投資が多い、などの点が指摘されてきた。国際競争力（比較優位）が低下した労働集約型産業が生き延びるための産業調整の一方策として国内生産から海外生産に転換する傾向が多く見られた。一方、高い技術力に裏付けられた業種では積極的に海外生産を進め、本格的な国際事業活動に乗り出していった企業もある。日本経済が高度成長から低成長に移行するにしたがい、食品企業が事業機会を国内だけでなく、次第に海外に求めざるを得なくなってきたことがその背景にある。とくに、醤油、即席麺、パン・菓子などのように独自の技術あるいは製品を持ち、国内市場でも一定のシェアを確保し、海外市場でも十分に競争していけるだけの力を持った食品企業が、事業拡大のため、販売拠点さらには生産拠点を求めて海外に進出していったのである（註4）。

この時期の食品企業の国際化への対応策としては、当初は国内市場での近代化、合理化による生産性向上、コスト削減が重視された。しかし80年代になるとコスト競争力の強化だけでは対応しきれなくなり、競争の回避、新分野への進出などを重視せざるを得なくなってきた。つまり食品企業も国際分業化を指向せざるを得なくなってきたのである。日本経済全体の国際分業化指向が高まる中で、日本国内にとどまったままで、という前提が取り除かれるようになり、海外での事業展開がひとつの政策課題として登場することになるのである。とりわけ2000年代半ば以降になると、政府が食品産業振興策のひとつとして食品産業の海外進出を強く後押しするようになってきた。農水省が推進している「アジア食品産業共同体構想」もそのひとつである（註5）。

3) 変わる投資形態：完全所有から合弁・提携へ

経済のグローバル化を集中的に表現しているのが海外直接投資である（註6）。直接投資は国境を越えた企業活動であり、市場の不完全性、生産・販売面での独占的優位性、賃金格差などの労働要因、進出先国の市場規模や需要の成長の大きさなどのマーケティング要因、現地政府の優遇措

置、プロダクトサイクル、バンドワゴン効果などがこれを促進すると言われている（註7）。わが国食品企業の海外直接投資は1950年代末に始まり、1985年のプラザ合意とその後の円高の進行によって海外生産立地が急速に進展し、90年代以降は立地先としての中国を巻き込んでこの動きがさらに増幅された（註8）。しかし2000年代以降になると、わが国食品企業の海外直接投資は国別にも業種別にも収斂化の傾向を示しており、進出件数も減少傾向を辿っている。これは投資受入国の賃金率（所得）の上昇によって従来型の新規投資が限界に達したことを意味する。つまり投資受入国（アジアなどの発展途上国）の経済が一定の段階に達すると、それ以上の直接投資の受け入れは不必要となる（因みに2000年代になると、中国は低次加工品などを製造する外資系企業の新規投資を制限し始めた）。これは経済発展が或る段階に達すると技術力、貯蓄率が高まり外国企業が植え付けた産業を自前で拡大していけるようになるからである。その典型が繊維、雑貨などの労働集約型産業であり、食品の一部もこれに含まれる。さらに国内市場の成熟化に伴う食材需要の低迷も新規の投資にブレーキをかけているといえよう。2000年代に入って、食品企業の海外直接投資の中味、企業の進出形態にも変化が見られるようになった。表2にあるように、1980年代までの直接投資、企業進出は100%出資の完全所有子会社と現地企業その他との合弁企業や資本参加などのジョイント・ベンチャー形態の投資がほぼ拮抗していた。ところが、2000年以降の進出形態を見ると100%出資にこだわらない合弁投資、株式を持たない提携、技術提携、調達提携、生産提携、販売提携などが増えていることが判る（図5）。ここで注目すべきことは、従来の完全所有形態の閉ざされた経営支配から現地企業、複数企業との提携関係、協調

表2 海外進出企業の所有形態の変化

年代 所有形態	2000年以前	2000年以降
完全所有	200	58
合弁・提携	199	78
計	399	136

資料：東洋経済『海外進出企業総覧 2011年度版』より作成。

図5 海外市場進出の参入形態と所有形態

関係による投資が大きく増えつつあることである。もう一つの変化は現地市場での製品販売を目的とした営業推進型、市場開拓型の投資が増えていることである。つまり近年では現地生産或いは他の国・地域で生産した製品を販売する或いはそれらの販売ルートや販売チャネルの構築を目的とした投資が増えてきたことを意味している。つまり新規投資の多くは「市場拡大型」或いは「営業推進型」の投資形態である点がこれまでと大きく異なる点である。

4. フードシステムの同質化と国際分業パターンの変化

1) フードシステムの同質化

1985年のプラザ合意に端を発した日本企業のアジア地域への直接投資はアジア地域の食品製造業の生産性上昇、技術水準の向上に大きく貢献した。それによってアジアの食品市場は香港、台湾、韓国、シンガポール等の東アジアの先進国を中心に日本との同質化が進んだ。その後、これらの国々に対する日本からの直接投資は次第に減少し、ASEAN、中国に直接投資の重点が移行してゆくことになる。これらの製造業の進出と軌を一にしてアジアの主だった都市には欧米系や日系、アジア系の量販店、流通企業が次々に進出し、これら

の都市では急速に食生活の欧米化を基調とするフードシステムの同質化現象が見られるようになった（註9）。これに伴い、食品製造業の付加価値率や原材料の加工度指数、加工原料の輸入依存度、水平分業度指数といった指標を用いて直接投資による貿易パターンの変化とその影響を定量化して計測する試みが見られるようになった（註10）。日本企業の海外展開に関しては、1980年代以降、直接投資論、産業内貿易、プロダクトサイクル、雁行形態論、マーケティング論、多国籍企業論などの手法を用いてアジアで生起している直接投資と貿易パターンの変化、国際分業化を解明する動きが盛んにおこなわれているが、食品産業の海外直接投資、国際分業に関しては斎藤高宏、豊田隆、木南章、木南莉莉、阿久根優子・徳永澄憲らによる優れた先行研究が見られるものの（註11）、アジアの食品産業の市場構造や分業構造、グローバル化と国際分業化の展開に関するフードシステム的アプローチに関しては未だ少数にとどまっている。

2) 先行研究

(1) 産業内貿易（製品差別化貿易）、企業内貿易の興隆

リカードやヘクシャー＝オーリンが生産面（比較優位）から産業間貿易（垂直分業）の仕組みを

明らかにしたのに対してリンダー(S. B. Linder)は所得水準、生活水準、需要パターンが似通った国と国との間では同じ産業内での貿易すなわち水平分業、製品差別化貿易が進展することを消費面から説明した(註12)。食品企業の国際分業化は産業内貿易、さらには多国籍企業化の進展に起因する企業内貿易と関わりの深い概念である。通常、産業内貿易の実態を計測するのに用いられる「産業内貿易度指数」(Grubel=Lloyd指数は、

$$IT = \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{X_i + M_i} = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}$$

で表され、 X_i と M_i は*i*商品の輸出額と輸入額である。この指数の値が、 $X_i = M_i$ になれば1となり、 $X_i = 0$ または $M_i = 0$ で片貿易になり、指数が0になる。指数ITが1に近いほど産業内貿易が進展していることになる。)は、各々の産業コンセプトによって計測結果が大きく異なるといった問題が指摘されておりその評価をめぐる議論が大きく分かれている。しかし、アジア市場などでは食品産業の産業内貿易が盛んになっており、これまで木材などの一次産品や農水産物だけを輸出していたような国が外資系食品企業の直接投資や自前の工業化によって加工品も輸出できるようになり、加工食品・食材等の相互輸出、相互輸入が活発化していることも事実であり、それ自体好ましいことである。したがって、今後は様々な指標や方法を用いて産業内貿易の実態を明らかにする必要があるが、現時点では木南等による国際分業パターンと加工食品貿易の類型化(産業内貿易と産業間貿易)や阿久根らによる食品生産拠点の垂直的リンケージの研究などが散見される程度で産業内貿易に焦点を絞った研究はそれほど進んでいない。木南章は日本を中心とした食品産業国際化の流れ

を整理したうえで、国際産業連関表を用いて産業内貿易と産業間貿易を区分し、90年代以降産業内貿易(水平分業)のウエイトが高まり、日本との貿易関係が補完的から競争的に変化しつつあることを(註13)、また阿久根はNEG理論によって国際分業の進展過程における産業・企業のリンケージの内容を分析している(註14)。報告者は嘗て貿易結合度(輸出能力に対する実際の輸出実績を測る指標)によって、アジア環太平洋域内の貿易構造の相互緊密度を計測し、日本と東アジア、東アジア域内における加工食品の相互貿易が緊密化していること、つまり水平分業が進展していることを明らかにした(表3)(註15)。

(2) プロダクトサイクルとMulti市場

バーノンが提示したプロダクトサイクルもまた国際分業化の解明に一役買っている(註16)。プロダクトサイクル論は、あらゆる商品には導入期、成長期、成熟期、衰退期があり、日本国内で成熟期を過ぎ、衰退期を迎えた商品であってもそれらの商品が普及していない海外市場が導入期や成長期にあるとすれば、それらの市場で販路を拡大することが可能であるというものであり、海外市場に新たな販路を開拓することによってその製品のライフサイクルを引き延ばすことが可能であるという考え方である。導入期と呼ばれる新製品の開発段階では科学者、技術者に恵まれた先進国が比較優位を持つが、先進国市場が成熟化する過程で輸出が始まり、やがて海外現地生産に移行し、その製品が広く普及するようになると、製造技術や品質の標準化、大量生産が可能となるため、賃金コストの安い発展途上国に比較優位が移り、現地生産に移行するというものである(図6)。

表3 加工食品の貿易結合度(1900~2004年平均)

	アメリカ	カナダ	東アジア	日本	オーストラリア・ ニュージーランド	中南米
アメリカ		694.5	132.6	218.6	36.2	277.5
カナダ	611.2		5.5	56.1	40.8	460.9
東アジア	132.6	40.8		465.5	200.4	37.3
日本	218.5	66.7	284.4		173.9	38.0
オーストラリア・ ニュージーランド	36.2	40.8	200.4	104.9		33.3
中南米	276.9	512.2	37.3	38.0	33.3	

資料：INTERNATIONAL TRADE YEARBOOK.

図6 プロダクトサイクルと多市場

資料：文献〔6〕p.146を一部加工修正した。

この考え方は、味噌、醤油、各種調味料、清酒、ビールなどの飲料、うどん、そば、即席麺などの麺類、漬物、菓子類などの伝統食品や国内市場で成熟期を迎えた多くの加工食品の進出過程を見るとかなりの説得力を持っており、戦後間もなくアメリカ向けの醤油の輸出に着手したキッコーマンは、やがて日本国内の醤油需要が成熟期を迎える中で、アメリカ市場など海外での醤油需要が成長期に入ると現地に工場を設立し、現地生産に切り替えている。現在では、日本からの輸出に加えて、米国、ヨーロッパ（オランダ）、アジア（シンガポール、台湾、中国）に複数の生産拠点（工場）を設置し、全売上高の3割近くを海外市場で売り上げるまでになっており、醤油の代名詞にもなったキッコーマン醤油は海外市場で圧倒的な優位性を保持している。醤油以外では、アメリカ市場におけるインスタントラーメン（アジア市場では幾分劣勢）、調味料（味の素）、アジア市場におけるパン・菓子類など多くの商品が挙げられる（註17）。

5. オープン・リージョナリズムと国際分業の新展開

1) アジア・環太平洋における地域経済統合の進展

日本政府は既に故大平首相の時代（環太平洋連携研究グループ報告書、1980年5月）に、“世界に開かれたリージョナリズム”という考え方を打ち出しており（註18）、1992年9月開催のPECC（太平洋経済協力会議）のサンフランシスコ総会では“オープン・リージョナリズム”が主要なテーマに取り上げられている。オープン・リージョナリズムとは、グローバル秩序の推進と貿易の自由化を意味する概念であり、保護貿易主義、国内保護政策に対する反語であるといつて良い。2012年現在、世界中で締結、発効している地域経済協定（FTA、EPA）の数はおよそ250件に達し、その中味も多様化している。つまり、FTA（自由貿易協定）やEPA（経済連携協定）による地域経済統合（オープン・リージョナリズム）は今や世界的な潮流になっているのである。ヨーロッパ（EU）やアメリカ大陸（NAFTA、MERCOSUR）などに比べて大きく出遅れたアジアの地域統合化の動きは2000年代に入って急速に進展し、二国間、

複数国間でのFTA、EPAが矢継ぎ早に締結され、日本は2002年2月にシンガポールとの間で最初のEPAに調印し、以後、メキシコ（2004年）、マレーシア（2005年）、フィリピン（2006年）、チリ（2007年）、タイ（2007年）、ブルネイ（2007年）、インドネシア（2007年）、ASEAN（包括的経済連携協定、2008年）、ベトナム（2008年）、スイス（2009年）、ペルー（2010）との間で二国間協定を締結している。日本の自由貿易協定の締結が大幅に遅れている中で、中国、韓国両国は、いち早くASEAN、EU、米国（韓国）などとの間でFTAを締結し、2010年には中国・ASEAN（ブルネイ、タイ、マレーシア、フィリピン、シンガポール、インドネシア）のFTAであるACFTAが発効し、約7,000品目の関税が撤廃されている。また韓国はASEAN、EFTA（アイスランド、ノルウェー、スイス、リヒテンシュタイン）、チリ、インドとのFTAが発効しており、さらに米国、EUとのFTAに署名し、とりわけ資源国との間での協定締結に積極的に取り組んでいる（註19）。これに対して、日本は2011年からTPP（環太平洋経済連携協定）への参加協議を進めており、さらに最近では中国、韓国との間でFTAの協議を開始することで合意した。各国との間で締結されたわが国の経済連携協定の中味はそれぞれの国内事情に応じて違いがあるものの、EPA、FTAの基本的な方向性は貿易や投資を自由化して、市場メカニズム、市場統合による経済活動、経済協力を推進することにある。

2) オープン・リージョナリズムと食品企業の市場選択

1980年代半ば以降、わが国の食品企業は海外生産立地、生産委託、ライセンス生産、調達提携、販売提携、技術移転、技術提携などを通じて海外に事業活動の範囲を拡げており、それは日本型フードシステムのグローバル化といえるものである。もとより、グローバル化の内容や程度は進出地域、業種・製品、企業によってまちまちであり、現地生産、現地販売のパフォーマンスにも大きな違いが見られる。表4はわが国現地法人の国・地域別企業数、従業者数、売上高を示している。法人数

は全世界で427社、アジアが288社と最も多く、嘗ては首位の座を占めた北米の法人数は66社にとどまっている。

アジアに進出した食品企業の3割、食品製造業の62%が現地市場の確保を進出目的のトップに挙げており、食品卸、飲食・外食企業の2割弱も市場確保を重要視していることが判る（表5）。逆に、日本への逆輸入を目的とする企業数は少数にとどまっている。同様の結果が、次の図7のアジア現地法人の製品販売先、原材料等の調達先からも読み取れる。進出企業の主たる販売先は進出先国の市場であり、そのボリュームは年々拡大しつつある。同様に原材料調達額でも現地調達が圧倒的に多い。この点からも日本の食品企業がその市場選択において世界市場、グローバル市場の中でもとりわけ成長が見込まれているアジア市場を重視した事業展開に取り組んでいることが窺える。しかしながら、表6に見るように、日本の主だった食品企業の販売高の8、9割は国内販売（内販）によるものであり、食品企業のグローバル化、海外市場開拓はむしろこれからが本番という印象は拭いきれない。東アジア共同体、環太平洋経済連携協定（TPP）という二つの地域統合への動きが強まる中で、今後日本のフードシステム、日本の食品企業は何を目指すべきなのか、どこに新たな活路を見出していっていいのかという課題を突きつけられているといえる。

3) 日本型分業構造からグローバル分業構造へ

明治以降の日本経済の基本的な枠組みは国民経済であり、生産も販売も国内市場で自己完結的にこなわれてきた。しかしグローバル化が進展し、人口減少社会が現実のものとなり、国内市場が成熟化した今日、国内市場に新たな成長の機会を求めること自体が難しくなっている。表7は成長著しいASEANとアジア各国、豪州・ニュージーランドとの自由貿易協定の概要を示したものである。既に中国、韓国はASEAN原加盟国6ヶ国との間で2010年に関税率を0%に引き下げており、2015年までには全ての加盟国との間で関税率を0%に引き下げることになっている。さらにインドもASEAN加盟国5ヶ国との関税率を0%に引き下

表4 海外現地法人の企業数・常時従業者数・売上高・経常利益・当期純利益・設備投資額の推移

年度	企業数 (社)	常時従業者数 (人)	売上高 (百万円)	経常利益 (百万円)	当期純利益 (百万円)	設備投資額 (百万円)
2002	351	148,569	2,146,394	177,883	98,445	66,778
2003	373	156,430	2,156,226	142,814	▲29,230	60,720
2004	390	133,057	2,060,975	136,617	40,972	64,206
2005	393	137,509	1,925,583	102,753	75,099	79,939
2006	392	136,843	2,073,743	107,707	74,228	91,731
2007	405	146,929	2,293,940	125,329	85,342	127,025
2008	406	153,994	2,029,075	125,287	77,498	106,219
2009	427	157,417	2,191,245	167,128	109,942	77,348

出所：経済産業省『海外事業活動基本調査』

表5 食品産業のアジア地域への投資目的

目的	食料品製造業	食品卸売業	飲食・外食	合計
現地市場の確保	62	17	17	96
海外生産ネットワーク構築	53	0	0	53
ロイヤリティ取得、情報収集	7	15	8	30
第三国への輸出	19	4	0	23
労働力の確保・利用	12	0	11	23
新規事業への進出	8	6	2	16
海外流通ネットワーク構築	3	12	1	16
資源・素材の確保・利用	11	1	0	12
国際市場向け商品の開発・企画	1	6	1	8
日本への逆輸入	2	2	1	5
その他	2	1	0	3
現地政府の優遇	1	1	0	2
資金調達・運用・為替リスク対策	0	1	0	1
地域統括機能の強化	0	0	1	1
取引先や関連企業に随伴	0	1	0	1

出所：東洋経済新報社『海外進出企業総覧2009』をもとに集計。

注：食品小売業については、調査を実施したものの、回答が得られなかった。

図7 アジアにおける食品製造業現地法人の販売額の推移

出所：経済産業省「海外事業活動基本調査」

注：対象国・地域は、中国、シンガポール、台湾、韓国、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、インド

食品企業のグローバル化と国際分業の新展開

表6 国内主要食品製造企業の地域別売上高比較

	北米	中南米	ヨーロッパ	アジア・太平洋	その他	日本
味の素	7.2%		9.7%	10.8%		72.2%
日本ハム			10%未満			90%超
マルハ			10%未満			90%超
山崎製パン			10%未満			90%超
明治乳業			10%未満			90%超
森永乳業			10%未満			90%超
日本水産			10%未満			90%超
伊藤ハム			10%未満			90%超
ニチレイ			10%未満			90%超
キュービー			10%未満			90%超
日清製粉G			10%未満			90%超
明治製菓			10%未満			90%超
キッコーマン	18.2%		6.2%			76.2%
日清食品	7.6%		5.6%			86.2%
東洋水産	15.1%			0.5%		84.4%
加ト吉			10%未満			90%超
雪印乳業			10%未満			90%超
プリマハム			10%未満			90%超
伊藤園			10%未満			90%超
江崎グリコ			10%未満			90%超

出所：農林水産省資料

註：各社決算資料（2004年）をもとに、農林水産省において作成。

表7 ASEANの自由貿易協定概要

交渉妥結済み協定	
中国	2002年：枠組協定署名 2010年：中国及びASEAN原加盟国6カ国の関税率をゼロまで引下げ 2015年：カンボジアを含むASEAN新規加盟国の関税率をゼロまで引下げ
インド	2003年：包括的経済協力協定署名 2011年：インドとシンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、ブルネイ5カ国の関税率の0%への引下げ 2011年：下記5カ国を除くASEAN諸国とインド双方の関税率をゼロまで引下げ 2016年：カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム、フィリピンの関税率をゼロまで引下げ
韓国	2006年：自由貿易協定署名（タイを除く） 2010年：韓国とASEAN原加盟国6カ国の関税率をゼロまで引下げ 2016年：ベトナムの関税率をゼロまで引下げ 2018年：カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム、フィリピンの関税率をゼロまで引下げ
日本	2008年：日本ASEAN包括的経済パートナーシップ協定の締結 2018年：90%の品目につき、日本とASEAN原加盟国6カ国の関税率を0%に引下げ 2023年：90%の品目につき、ベトナムの関税率を0%に引下げ 2026年：85%の品目につき、カンボジア、ラオス、ミャンマーの関税率を0%に引下げ
オーストラリア、 ニュージーランド	2009年：ASEAN - オーストラリア - ニュージーランド自由貿易地域協定の締結。シンガポールの関税率を0%への引下げ 2020年：オーストラリア、ニュージーランドの関税率の0%への引下げ。90%以上の品目につき、ブルネイ、マレーシア、タイ、フィリピンの関税率の0%への引下げ。約90%の品目につき、ベトナムの関税率の0%への引下げ 2023年：88%の品目につき、ラオスの関税率を0%へ引下げ 2024年：85%以上の品目につき、カンボジア、ミャンマーの関税率を0%に引下げ 2025年：93.2%の品目につき、インドネシアの関税率を0%に引下げASEAN-オーストラリア-ニュージーランド自由貿易地域協定の締結。シンガポールの関税率を0%への引下げ

出所：日本国外務省、JETRO、オーストラリア外務通商部。

げており、2016年には全ての加盟国に拡げること
で合意している。日本の場合はどうか。日本は
2008年にASEANとの間で包括的経済協力協定に
署名したが、加盟6ヶ国との間で関税率を0%に
引き下げるのが2018年、ベトナムについては2023
年、カンボジア、ラオス、ミャンマーは2026年か
らと大きく出遅れている。このため、日本企業が
東アジアに有利な条件で輸出するにはASEAN或
いはASEANと協定を結んでいる国に生産立地す
るなどの選択を余儀なくされる可能性があり、食
品企業の新たな投資先、立地先の移転に拍車をか
ける可能性がある。

一方、21世紀は地球環境変動、資源・環境の制
約といったグローバルな問題に直面しており、さ
らに最近のEU(27ヶ国)加盟国の財政破綻問題
に見るようにグローバル或いはリージョナルな経
済の相互依存の脆弱性や危険性が高まっているこ
とも事実である。それにも拘わらず、今後、わが
国のフードシステム、その構成主体である食品企
業は否応なしにグローバル市場、グローバルな市
場環境の下で事業展開せざるを得ない状況にある。
つまりそれは、これまでの日本型分業構造がグロ
ーバルな分業構造に組み込まれることを意味して
おり、食品安全や貿易や投資といったフードシ
ステムに拘わる制度や政策も国内市場だけでなく、
グローバル或いはリージョナルなフードシステ
ムに整合したものになってくる可能性がある。そ
こではフードシステムに関わる問題もこれまで以
上に複雑になり、その対応もより一層複雑なもの
になるものと思われる。

6. 結語

以上、わが国食品企業のグローバル化への対応
策としての海外事業活動と国際分業化との関係に
ついて検討してきた。わが国の食品業界はいま大
きな転換期を迎えているが、その背景には予想外
に早く進展している人口減少とグローバル化の影
響がある。人口減少は食品需要の縮減をもたらし、
グローバル化の進展によって食品企業活動の国際
的な流動性が高まっている。食品市場の安定性、
持続性を維持しつつ、グローバル市場に対応した

仕組みをどう創るかが問われているといえる。
1990年代以降、わが国の食品市場に現れはじめた
市場の成熟化と消費需要の縮小傾向は食品市場の
構造変化のひとつの兆候であり、これが長期に亘
って持続することになればフードシステムを構成
する農業、食品製造業、食品流通業、飲食業(フ
ードサービス)などの停滞を招くことになる。食
品市場に生起している“需要縮小”という新たな
要因は、フードシステム全体の発展を阻害し、停
滞に導く恐れがある。これを打開するにはグロー
バル市場、とりわけ東アジア市場との市場結合に
よる国際分業化の新たな展開が求められていると
いえる。

(註1) 日本食糧新聞(2006年12月6日)に食料費支
出が8年連続で減少した(総務省報告)こと、同
紙2012年2月6日にも食料消費額が3年連続減少
したことが報道されている。

(註2) 柳川は世界経済が制度選択競争時代に突入し
たことを踏まえて、アジア内で日本が率先して規
格・制度の標準化を進め、アジアを内需に取り込
むことが重要であり、とりわけ食品産業でそれが
重要だという。NIRA研究報告書「アジアを「内需」
に」2009年10月。食品産業センター『食品産業海
外進出実態調査報告書』1995。

(註3) 拙稿「国際化・グローバル化の進展と食品製
造業」農林漁業金融公庫『輸入農産加工品による
食品産業への影響と今後の課題』長期金融91、
2004。

(註4) 農林水産省『東アジア食品産業活性化戦略(東
アジア食品産業共同体構想)』会議資料、2006年
8月。

(註5) 島田克美・下渡敏治「「食」への「商社」の関
わり」島田・下渡・小田・清水著『食と商社』日
本経済評論社、2006、p.6。

(註6) 宮崎義一『現代資本主義と多国籍企業』岩波
書店、1982、pp.102-157。

(註7) 拙稿「食品産業の海外事業展開の役割」食料
政策研究センター『食料政策研究』No.120、pp.18-
23。

(註8) 拙稿「東アジアフードシステムの新局面」山
田三郎監修『食料需給と経済発展の諸相』筑波書
房、2008、pp.50-53。

(註9) 斎藤高宏『わが国食品産業の海外直接投資』
筑波書房、1992、豊田隆『アグリビジネスの国際

- 開発—農産物貿易と多国籍企業』農文協、2001。
- (註10) 堀口健治・下渡敏治編集『世界のフードシステム』農林統計協会、2005、木南莉莉『国際フードシステム論』農林統計出版、2009などがある。
- (註11) S. B. リンダー著、藤井茂訳『発展途上国の貿易と貿易政策』日本評論社、1968。
- (註12) 小島清『世界経済評論』1991。
- (註13) 木南章「食品産業の海外進出と北東アジア・フードシステム」八木宏典編『経済の相互依存と北東アジア農業』東京大学出版会、2008、pp.64-66。
- (註14) 阿久根優子・徳永澄憲「東アジアにおける日系多国籍企業による素材・中間財生産拠点の海外立地選択分析」『フードシステム研究』第18巻3号、2011年、pp173-178。
- (註15) 拙稿「東アジアと環太平洋」堀口健治・下渡敏治編集『世界のフードシステム』農林統計協会、2005、p.256。
- (註16) R. Vernon, “International Investment and International Trade in the Product Cycle,” Quarterly Journal of Economics, May 1964.
- (註17) 鈴木他『米麦加工食品製造業の海外進出に関する調査報告書』(財)食生活改協会、1991。
- (註18) 小島清「オープン・リージョナリズム(上)(下)」『世界経済評論』1992、pp.23-38。
- (註19) JETRO「アジア発世界のFTAネットワーク」『ジェトロセンサー』2010年、木村福成・鈴木厚『加速する東アジアFTA』ジェトロ、2003。