

## 機能的食品の需要構造と市場支配力に関する計量経済分析

金, ダウム

<https://hdl.handle.net/2324/6787682>

---

出版情報 : Kyushu University, 2022, 博士 (農学), 課程博士

バージョン :

権利関係 : Public access to the fulltext file is restricted for unavoidable reason (3)

氏 名	キム ダウム			
論 文 名	機能的食品の需要構造と市場支配力に関する計量経済分析			
論文調査委員	主 査	九州大学	教 授	前田 幸嗣
	副 査	九州大学	教 授	矢部 光保
	副 査	九州大学	准教授	森高 正博
	副 査	九州大学	助 教	高橋 昂也

## 論 文 審 査 の 結 果 の 要 旨

わが国の食品市場においては、「体脂肪を減らすのを助ける」や「食後の血糖値の上昇を穏やかにする」等の効果を持つ機能的食品が数多く販売されている。一般的に不完全競争市場であると言われる食品市場において、機能的食品の販売は、製品差別化の進展を通して食品メーカーおよび消費者の行動に影響を与える可能性がある。したがって、機能的食品がフードシステムにおける主体間のパワーバランスに与える影響を明らかにすることが、重要な課題となっている。

本論文は、実証的産業組織論の観点から、機能的食品の需要構造および市場支配力について計量経済分析を行い、機能的食品のフードシステムにおける主体間のパワーバランスについて考察を行ったものである。

第2章では、わが国において機能的食品を規制している保健機能食品制度の概説、同制度の米国・EU との国際比較、特定保健用食品（以下、トクホ）の市場概況の整理等を行い、実証的産業組織論の観点から機能的食品を分析するに当たって、差別化財を前提として不完全競争性を分析することの重要性を明らかにしている。

第3章では、不完全競争性および機能的食品に対する消費者行動に関する文献レビューを行い、実証的産業組織論の観点から機能的食品を分析するに当たって、機能的成分の含有量および健康強調表示の有無という製品属性に着目した上で、実際の購買データを用いることの重要性を明らかにしている。

第4章では、財の製品属性に対する消費者行動を捉えることで、多数の商品が存在する差別化財市場においてブランドレベルの分析を可能にする BLP モデルについて説明を行っている。後述の BLP モデルを用いた分析において、これまで着目されていなかった機能的成分の含有量および健康強調表示の有無という製品属性に焦点を当て、同モデルの応用範囲を拡張させたことは、実証研究上の貢献の1つである。

第5章では、緑茶飲料のカテキン含有量を対象として分析を行っている。市場シェアの価格弾力性や市場支配力（プライス・コスト・マージン）等の推計値をもとに、消費者は価格が一定ならばカテキン含有量がより多いブランドをより選択すること、価格が低い（カテキン含有量が少ない）ほど市場支配力が高く、価格が高い（カテキン含有量が多い）ほど市場支配力が低い傾向にあること等を明らかにしている。以上のように、機能的成分の含有量が機能的食品市場に与える影響について、重要な知見を導いている。

第6章では、ヨーグルトのトクホ表示を対象として分析を行っている。市場シェアの価格弾力性や市場支配力（プライス・コスト・マージン）等の推計値をもとに、消費者はトクホ表示があるブランドをより選択すること、価格が低いほど市場支配力が高い傾向にあること、トクホ表示は、市

場支配力の低下（価格の上昇）につながらず、市場シェアを増加させるなど、食品メーカーに対して非常にポジティブな影響を与えていること等を明らかにしている。以上のように、健康強調表示の有無が機能性食品市場に与える影響について、重要な知見を導いている。

本論文では、以上の分析結果から、以下の結論を導いている。まず、緑茶飲料およびヨーグルト市場における価格が低いブランドほど利潤率（プライス・コスト・マージン）が高いという結果は、価格が低いブランドほど、限界費用（原料供給者への支払い）が相対的にさらに低く抑えられている可能性を示すとともに、小売業者や食品メーカーが強い買手市場支配力を持っており、農家が公正な価格を享受していないと言われている1つの証左と考えられるとしている。また、価格が低いブランドにおいて、限界費用および価格を変更することによって、農家および消費者の利益を増加させることができる点も指摘している。次に、価格が低いブランドの方が販売量も相対的に多いことから、食品メーカーは価格が低いブランドを重視している可能性があるが、価格が低いブランドが重視されるほど原料供給者である農家に対する買い叩き圧力が強まる可能性が考えられるため、食品メーカーの商品販売戦略を注視する必要があるとしている。最後に、価格が低いブランドについて、開発者の利益を保証しながら、政策や制度等を通して適正価格を形成していくことが必要であると述べている。以上のように、主に価格が低いブランドを対象として、機能性食品のフードシステムにおける主体間のパワーバランスや今後の政策等について重要な知見を導いている。

上述してきたように、本論文は、機能性食品の需要構造および市場支配力について計量経済分析を行い、機能性食品のフードシステムにおける主体間のパワーバランスについて重要な知見を導くなど、新規性および独創性が高く、農業経済学およびフードシステム学に寄与する業績であると認められる。よって、本論文の提出者は、博士（農学）の学位を授与される資格があるものと認められる。