

令和元年5月15日現在

機関番号：17701

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K16958

研究課題名(和文)食と農を結ぶ地域農産物のブランド化戦略とバリューチェーン構築に関する地理学的研究

研究課題名(英文)A Geographical Study Regarding Branding Strategies and the Construction of Value Chains for Local Agricultural Products That Link Food and Farms

研究代表者

深瀬 浩三 (FUKASE, kozo)

鹿児島大学・法文教育学域教育学系・准教授

研究者番号：50631884

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,700,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、グローバル化の進展によって日本の農業や食を取り巻く環境がダイナミックに変化している中で、食の安全・安心の確保を図るために、ブランド化を積極的に推進している農産物産地を事例に、生産、加工、流通に関わる各主体によるバリューチェーンの構築を明らかにした。農産物産地は、産地の立地、生産する農産物の商品的性格と生産規模などに応じて、多様な販売チャネルの中から多様な取引・分業体制を構築していた。その中でも農産物やその加工品のブランド化戦略は、品質だけではなく、産地の銘柄、歴史や文化、自然、エピソード、認証評価が価値に大きく関与していることが明らかになった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

食と農を結ぶ地域ブランド農産物の生産・加工、流通に関わる各主体の機能、役割、関係性について、価値創造の供給連鎖(バリューチェーン)からのアプローチは、地理学でもとても有効であるといえる。空間的特性を明らかにする地理学のように、ブランド化のメカニズムとその空間的特性を明らかにすることで、今後の日本の農業政策がとるべき方向性や地域農業の衰退の抑制、農業・農村振興の手がかりが掴めることができると考える。今後も事例研究を蓄積して、体系的把握と理論化を検討していきたい。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study is, within the environment that surrounds food and agriculture in Japan, which is dynamically transforming as a result of the progress of globalization, to elucidate how value chains, which are made up of the entities involved in production, processing.

Agricultural areas are made up of diverse trading and division-of-labor systems that emerge from a variety of sales channels in response to the location of the area, the characteristics of the agricultural products being produced, and the scale of production.

Within this diversity of production areas, it has become clear that, when dealing with branding strategies for agricultural products and the products they are processed into, not only product quality, but also the name of the producing area, its history and culture, the nature surrounding it, and historical episodes that may have occurred there, as well as certifications or evaluations, have a significant influence on value.

研究分野：人文地理学

キーワード：農業(食料)地理学 農産物産地 ブランド化戦略 フードシステム バリューチェーン

## 様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

21世紀に入ってから、日本の農業や食を取り巻く環境がダイナミックな転換期を迎えようとしている。輸入農産物の増加による国産品価格の低迷やさらなる食糧自給率の低下に加えて、最近では、環太平洋戦略的経済連携協定(TPP)などによる貿易の自由化の進展により、日本の農業や食料生産はとてつもない厳しい現実と直面している。また、安全保障という面では頻発する食品事件から分かるように、今日、食をめぐるフードシステムが大きく揺らいでいる。このような状況下で、日本各地の農産物産地では再編が進められ、その方向性はグローバル化とローカル化に2極化している。だが、両方向も食の安全・安心に対する消費ニーズの高まりに対して、生産者や産地は、農産物・食品の高付加価値を獲得するために、ブランド化戦略が欠かせなくなっている。

農と食を結ぶブランド化戦略は、消費者や地域住民の支持を得やすく、社会・経済的効果も期待されている。そのため、産地や企業だけではなく、地域活性化の手段として自治体などの支援も活発になってきている。現在では、日本各地に様々なブランド・ポジションの農産物・食品ブランドがたくさんあり、また、2006年から始まった地域団体商標登録をみると、現在にかけて500以上の地域ブランドが登録されている。

ブランド化戦略に関する研究は、1990年代からDavid A. Aaker(1994, 2014)などによって、商品マーケティングでのブランドの重要性が認識され、ブランドの創造、高付加価値化、品質の管理と方法に関する研究が蓄積されてきた。また、農産物産地のマーケティングに関しても、ブランド化を含めたフードシステムや商品の供給連鎖のアプローチなどの分析枠組が様々な分野で蓄積されてきた。なかでも農業経済学では、佐藤(1998)や櫻井(2008)などのように農産物の生産から流通に至る各主体間の関係性の視点を加えた産地マーケティング研究も行われている。また、地理学でも、これら研究視点と分析枠組を援用した農と食を結びつける研究が行われ始めている。

農産物・食品の生産から消費に至るまでのフードシステムの中で、生産・加工・流通の各主体の連携による供給連鎖(サプライチェーン)の構築が求められているが、さらに、高付加価値(バリュー)が連続的に付け加えられる新たな供給連鎖、いわゆるバリューチェーンの構築も求められている。ブランドの源は、品種、生産・加工技術、品質管理、産地条件などがあり、これらから構築されるブランド・ポジションによって、ブランド化戦略やその課題も地域差があると考えられる。

研究代表者は、今までに農産物産地の生産・流通システムの変容について、フィールド調査に基づいた実証的研究を行い、農家や農協などが生産から流通に至る技術革新の導入と農産物の商品的性格と出荷規模に応じて、多様な販売チャネルを選択していることを明らかにした。農産物の生産主体だけではなく、地理学の空間的な観点からブランド形成主体の動きと各主体間の関係性を重視し、バリューチェーン(価値創造の供給連鎖)構築とそのメカニズムを明らかにして体系化を図ることは、今後の日本の農業政策がとるべき方向性に重要な示唆を与えると考え、本研究の着想に至った。

### <引用文献>

- 佐藤和憲：『青果物流通チャンネルの多様化と産地マーケティング戦略』 養賢堂，1998年。
- 櫻井清一：『農産物産地をめぐる関係性マーケティング分析』 農林統計協会，2008年。
- David A. Aaker：『ブランド・エクイティ戦略 競争優位をつくりだす名前，シンボル，スローガン』ダイヤモンド社，1994年。
- David A. Aaker：『ブランド論 無形の差別化を作る20の基本原則』ダイヤモンド社，2014年。

### 2. 研究の目的

本研究の目的は、グローバル化の進展によって日本の農業や食を取り巻く環境がダイナミックに変化している中で、食の安全・安心の確保を図るために、ブランド化を積極的に推進している農産物産地を事例に、地域ブランド農産物の形成主体によるバリューチェーン(価値創造の供給連鎖)の構築を明らかにした。

具体的な目的は、1) 1990年代以降における日本の農産物の国内生産量と輸入量の変化などを把握した。2) 上記1)と関連付けて、近年、地域団体商標登録や日本農業賞を受賞した農産物産地のブランド化戦略の類型化とその特徴を分析した。3) 上記2)で分類したタイプ別にフィールド調査を行い、農と食を結ぶ農産物の生産・加工・流通主体によるブランド化のメカニズムとその空間的特性を考察した。4) 事例調査で蓄積した情報をもとに比較し、グローバル経済下における農と食を結ぶ地域ブランド農産物のバリューチェーン構築の体系的把握と理論化を試みた。

### 3. 研究の方法

本研究は研究代表者が行い、平成27年度から平成29年度の3か年計画で年度ごとに研究目標を立てて、次のステップを踏んで研究を遂行した。

(1) 研究動向の把握・・・近年の日本と諸外国における国内外の農業(食料)地理学や隣接分野の

農業経済学などから農産物・食品のブランド化やフードシステムに関する先行研究のレビューを行い、本研究の学際的な視座を構築した。

(2) 基礎資料の入手とデータベース化・・・貿易統計や農産物の生産出荷統計などの統計資料をもとに、1990年代以降の日本における各農産物の国内生産量と輸入量の推移、また、主要都市の卸売市場年報を用いて卸売市場の入荷量と農産物集荷圏の変化（国産品と輸入品の競合）をみた。それと併せて、経済産業省や農林水産省、地方農政局、各自治体の農政担当部局、農協などがまとめたブランド化戦略の計画書や報告書、統計資料を収集し、整理・分析した。そして、農産物のブランド・ポジション、ブランド化戦略の類型化とその特徴を分析した。

これらの基礎資料を用いて研究補助員の協力のもとでデータベース化、そして、GIS(地理情報システム)を活用して地図化した。

(3) 農産物のブランド形成主体の取り組みに関するフィールド調査の実施...上記1)、2)で得られた情報から農産物のブランド化戦略を類型化した。そして、九州地方を中心に、タイプ別に事例地域の農産物の生産・加工・流通主体、関係団体を対象に、ブランドの品質と管理のメカニズムを分析した。

具体的に、農産物のブランドと品質の形成については、農家や農業法人、農協を訪問し、農業経営(土地利用や栽培作目、生産量、労働力、出荷販売の選択など)について聞き取り調査を行った。次に、加工主体である食品加工業者へ農産物の集荷方法・取引方法、高付加価値などについて聞き取り調査を行った。農産物の出荷流通主体である農協共販や産地集荷業者、任意集出荷団体へ経営内容(農産物の調達・集荷、生産量、出荷販売先の選択)や事業展開について聞き取り調査を行った。

(4) 農産物のバリューチェーンの体系化と理論化・・・3年目は調査結果を整理し、総合的に分析した。

(5) 研究成果の公表・・・各年度の研究を円滑に進めるために、研究成果を積極的に論文や学会で公表した。学会等で報告するなどして、農業(食料)地理学を研究している研究者に助言を求めたり、情報交換を行った。

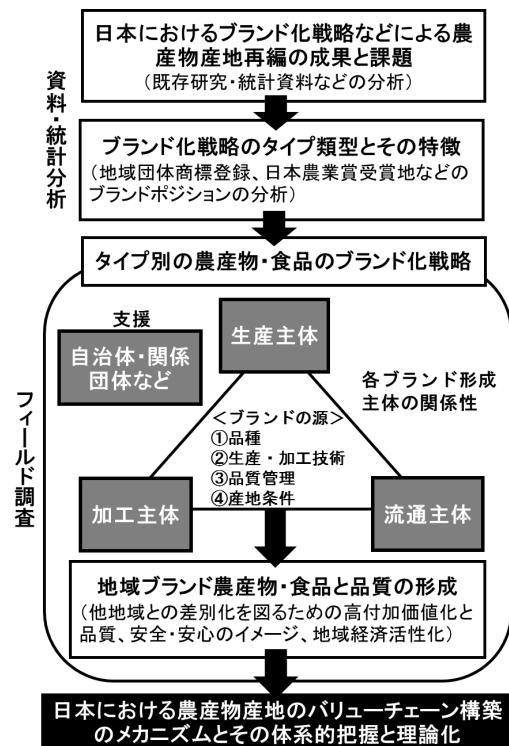


図 本研究のフローチャート

#### 4. 研究成果

グローバル経済下で、輸入農産物の増加や小売主導型の流通システムによって農産物流通は大きく変化している。このような状況下で、産地内外からの変動を被ったとしても、そこから回復・耐える力を持つ農産物産地は存在している。本研究は、農と食を結ぶ農産物の生産・加工・流通主体によるブランド化のメカニズムとその空間的特性を考察した。

まず、1970年代以降の県・市町村レベルの各野菜の生産・流通の地域的变化を明らかにした。各品目の生産地別作付面積の変化をみると、すでいくつかの品目の生産は偏在しているが、1970年代～1980年代には、野菜作の補助事業の実施、施設園芸の普及、減反政策などによって飛び地のように広がっている。

また、1980年半ば以降の北海道、東京、名古屋、大阪、北九州の中央卸売市場における各品

目の流通をみると、各卸売市場において入荷先地域については、品目によって、広域流通による量的にシェアをとる、あるいは質的な差別化によって、全国的に認知されるパワーブランドと、地場流通を図っているなど農産物産地ごとの市場展開がみられた。輸入品については、国産の端境期や不作時などに流通しており、品目によっては輸入先も入れ替わっている。

事例対象地域のフィールド調査については、佐賀県伊万里地方（果樹、農産物直売所、伊万里牛）、長野県小諸・佐久地方（観光農業、高原野菜、農産物直売所）、山梨県勝沼地方（果樹観光農業、ワイナリー、農産物直売所）、静岡県磐田地方（クラウンメロン、農産物直売所）、鹿児島県（肉牛、豚、ブロイラー）、鹿児島県奄美群島（サトウキビ、園芸農業）宮崎県（肉牛）、埼玉県北部（深谷ネギ）を対象に実施した。

その結果、農産物産地は、立地、生産する農産物の商品的性格と生産・出荷規模などに応じて、多様な販売チャネルの中から多種多様な取引・分業体制を構築している。その中でも農産物・食品のブランド化は、品質だけではなく、産地や銘柄、歴史や文化、自然、エピソード、食の安全、認証評価が価値に大きく関与していた。また、産地のブランド化戦略は多様性に富んでいた。

さらに、事例調査で蓄積した情報をもとに比較し、農産物のバリューチェーン（価値創造の供給連鎖）の構築の体系的把握と理論化を検討した。従来の地理学であまり取りあげられていなかった地域ブランド農産物の形成主体の機能、役割、関係性について、供給連鎖（フードチェーン）からのアプローチは、地理学でもとても有効であるといえる。しかし、3 年間の調査研究において、研究者自身の勉強・調査不足で事例数が少なかったため、体系的な把握と理論化には不十分だったと反省している。また、学会発表や論文で研究成果を公表できていないものもあるので、早急に取り組みたい。

基礎的な研究のフレームワークはできたので、今後も継続してこの課題に取り組み、今後の日本の農業政策がとるべき方向性や地域農業の衰退の抑制、農業・農村振興の手がかりを掴めるように、研究を進めていきたい。

## 5 . 主な発表論文等

### 〔雑誌論文〕(計 5 件)

深瀬浩三：シラス台地の土地利用—笠野原台地の農業開発— . 地図情報 , 38 ( 2 ) , pp.16-19 , 2018 年 . ( 査読無し )

深瀬浩三：南九州の畜産業 鹿児島 . 上野和彦・本木弘悌・立川和平編：『東京学芸大学地理学会シリーズ 第 1 巻 日本をまなぶ 西日本編』 古今書院 , pp.22-25 , 2017 年 . ( 査読無し )

深瀬浩三：日本における果菜類の生産と市場流通の地域的变化—1980 年代～2010 年を対象として— . 鹿児島大学教育学部研究紀要 ( 人文・社会科学編 ) , 69 , pp.27-72 , 2018 年 . ( 査読無し )

深瀬浩三：日本における根菜類の生産と市場流通の地域的变化—1980 年代～2010 年を対象として— . 鹿児島大学教育学部研究紀要 ( 人文・社会科学編 ) , 68 , pp.61-106 , 2017 年 . ( 査読無し )

深瀬浩三：日本における野菜類の輸入量と国産出荷量の変化—1990 年代半ばから 2010 年を対象として— . 鹿児島大学教育学部研究紀要 ( 人文・社会科学編 ) , 67 , pp.11-48 , 2016 年 . ( 査読無し )

### 〔学会発表〕(計 5 件)

深瀬浩三・宮地忠幸：埼玉県北部の野菜産地における産地市場の存続意義 . 2019 年日本地理学会春季学術大会 , 2019 年

深瀬浩三：近年における日本の農産物の輸出入の動向( 講演 ) . 鹿児島県高校地理部会研究会 , 2018 年 .

寺内 愛・深瀬浩三：輸入鶏肉急増下における鹿児島県のブロイラー養鶏地域の存続 . 2018 年日本地理学会秋季学術大会 , 2018 年 .

深瀬浩三：地理教育における日本の農業 ( 地域 ) の扱い方 ( 講演 ) . 第 58 回鹿児島県社会科教育研究会 , 2017 年 .

深瀬浩三：JA による農産物の地域ブランド化と輸出事業への取り組みに関する研究 . JC 総研 , 2017 年 .

### 〔図書〕(計 0 件)

### 〔産業財産権〕

出願状況 ( 計 0 件 )

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年：  
国内外の別：

取得状況（計 0 件）

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
取得年：  
国内外の別：

〔その他〕  
ホームページ等

## 6. 研究組織

(1)研究分担者 なし

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号（8桁）：

(2)研究協力者 なし

研究協力者氏名：

ローマ字氏名：

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。