

平成21年3月31日現在

研究種目：基盤研究（B）
 研究期間：2006～2008
 課題番号：18380130
 研究課題名（和文） グローバリゼーション下における消費者直売型農産物流通の
 国際比較研究
 研究課題名（英文） International Comparative Analysis of Direct Marketing of
 Agricultural Products under the Globalization
 研究代表者
 氏名（ローマ字）：櫻井 清一（SAKURAI SEIICHI）
 所属機関・部局・職：千葉大学 大学院園芸学研究所 准教授
 研究者番号：60334174

研究成果の概要：アジアおよび欧米諸国で多様に展開している農産物および加工食品の消費者向け直売活動について、運営の仕組みや農家・地域社会に与える影響を国際比較した。アジア諸国では農村・農家主導で直売が展開しているのに比べ、欧米諸国では都市部の消費者が直売型流通を主導している。流通業の国際化と食文化の標準化は国を超えて浸透しているが、その中でも地域の食材を評価し実際に購入できる場として農産物直売は評価されている。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	5,800,000	1,740,000	7,540,000
2007年度	4,600,000	1,380,000	5,980,000
2008年度	4,300,000	1,290,000	5,590,000
総計	14,700,000	4,410,000	19,110,000

研究分野：農学

科研費の分科・細目：農業経済学

キーワード：国際農業・農産物流通

1. 研究開始当初の背景

農産物流通のグローバル化が進展し、これまでの農業の主たる担い手であった家族経営農業は、食品製造業者・流通業者との垂直的取引関係に取り込まれつつある。しかしこうした状況下でも、日本では農産物直売所をはじめとする消費者直売型流通チャンネルが発展を遂げており、家族経営農業を支える重要な販路として注目されている。こうした動きは世界各国にもみられ、直売型流通をオルタナティブな流通チャンネル、コミュニティ活動の場、農村経済多角化の手段として評価する論考は多い。

しかし国・地域により、消費者直売型農産物流通は異なる展開をみせている。その背景には、各国の農業生産構造、食品流通市場構造、社会的基盤、政策等の違いがあると考えられ、これらの規定要因を比較考察し、普遍

的要因と国毎の特殊要因を整理することが、直売型流通を正確に評価する上で必要である。しかし既存の研究やマスコミ報道では、こうした普遍的要因の整理や特殊要因の把握は厳密になされていない。そのため、海外の取り組みを無批判に紹介する動きや、現地での適用可能性を考慮せずに日本の取り組みを開発途上国に導入しようとする例も散見される。こうした動向は、安易にグローバル化の対抗策として直売型流通を位置づけ、かえってその意義の過大評価や、その反動としての過小評価をもたらす恐れがある。直売型農産物流通が持つオルタナティブな特性を精査し、その真の意義・有効性と問題点・課題を明らかにすることが求められている。

2. 研究の目的

アジアおよび欧米諸国を対象とし、各国における消費者直売型農産物流通の実態を詳細に明らかにする。さらに直売型流通を規定する要因である農業生産構造、市場条件、社会条件、政策対応のあり方を国際比較することにより、消費者直売型流通を発展させるための条件を具体的に解明することを目的とする。

具体的には、4つの個別課題を解明することで上記の目的を達成することを目指す。

(1)消費者直売型農産物流通の具体的なマネジメント方式、販売組織の形態および運営方法を国別に比較考察する。

(2)直売型農産物流通の展開を規定する要因を、農業生産構造、市場および社会条件、政策の3視点から抽出し、国際比較を行う。

(3)直売型農産物流通の発展が、グローバリゼーション進展下においてその存在基盤を弱めつつある家族経営農業にどのように貢献しているかを具体的に明らかにする。

(4)国毎に異なる農業政策、流通政策および食品安全政策が、直売型農産物流通の展開にどのような影響を及ぼしているかを解明する。

3. 研究の方法

(1)海外フィールド調査

2006年から08年にかけて、研究メンバーのこれまでの調査フィールドを考慮しながら、韓国、台湾、中国、タイ、インドネシア、アメリカ、ドイツ、イタリアにて現地調査を実施した（ただし台湾は後に考察対象から除外した）。各国に複数回、概ね1回あたり1～2週間程度滞在し、複数のメンバーで調査を実施した。現地では直売型農業を実践する農家、農業団体、行政機関、研究機関に対するインタビューを中心に情報収集に努めた。タイとアメリカでは農家に対する質問票調査を実施し、個別出荷者の行動を把握した。

(2)研究レビュー

日本と海外の直売型農業・農産物流通に関する既存文献をレビューし、これまでの研究の達成度と問題点を明らかにした。

(3)補：用語の整理

研究を進めるに連れ、「(消費者)直売型(農産物)流通」と「(消費者)直売型農業」という二つの用語を併用する必要が生じたので、概念整理を行った。

直売型農産物流通という用語は、生産者が自家農産物や加工食品を自ら販売する場を念頭に置いて用いる。しかし生産者が流通に関する意思決定を行う場合は、自身の農業経営の在り方に制約を受ける場合が極めて多い。直売型流通では生産・営農の場と流通の場の相互規定性が極めて強い。そこで流通・販売の場だけでなく、その背景にある生産・営農の場も念頭において考察する場合は、直売型農業という用語を用いることにした。

4. 研究成果

(1)直売型農業に関する研究・調査動向（レビュー）

①日本：日本では2000年代前半より直売型農業に関する研究が増加している。その大半は農産物直売所を対象とした分析で占められている。中でも直売所の利用者（顧客）の意識や行動に関する成果が多い。反面、出荷者の意識や行動、さらに直売所が農業委経営に与える影響については蓄積が乏しい。事例分析より、直売所の経営規模・組織形態・運営方法が多様化していることも明らかになっている。

一方、観光農園、通信販売など他の直売型流通チャンネルに関する研究は十分に行われていない。直売型農業の多様な形態と地域活性化との概念との関係についての理論的考察も残された課題である。

②海外諸国：直売型農産物流通の市場シェアを具体的に計測することは極めて難しいが、青果物に限定すれば簡易推計されている国もある。概ね総流通量の数%（英語の a few に相当）という報告が多い。

いずれの国においても量販店の伸長が著しく、直売型農産物流通にも影響を及ぼしている。その評価の方向性は二つある。一つは零細な直売型流通システムは衰退すると捉える方向で、伝統的直売システムに対しこうした評価を与える論者が多い。もう一つは量販店主導のグローバルに対抗するオルタナティブな流通システムとして直売型農産物流通をポジティブに評価する方向性で、先進国にその傾向がみられる。

直売型流通システムの多様な運営方式についてはケーススタディが蓄積されている。しかし直売型農業に携わる農家の出荷行動や、直売型農業が農業経営に与えるインパクトについてはあまり分析されていない。

アジアと欧米諸国の間に直売型流通システムの運営実態やその評価をめぐって違いがある。アジア諸国では直売型流通と農村ツーリズムが接点を持ちつつあり、相互の展開に影響を与えあっている。都市農村交流のメディアとしても直売型流通が注目されている。欧米諸国では、均一的なグローバリゼーション経済に対するオルタナティブな流通システムとして直売型流通を評価する傾向が、特に社会学の分野でみられる。さらに直売型農業がコミュニティに及ぼす社会的効果についても考察されている。ただし、こうした傾向は直売型農業を単純化して把握してしまうと批判する論者も存在する。

(2)国別にみた直売型農業の展開

①韓国：

韓国では農協が中心になって「身土不二」運動を展開しており、地域・国産農産物に対

する消費者の関心は高い。農協組織はハナロマート・ハナロクラブという2系統の小売店舗を持っており、生鮮品売場では国産農産物のみを扱うという原則を掲げ、他の大型マートとの差別化を図っている。ハナロマートは単位農協が経営する小売店舗、ハナロクラブは農協中央会および関連会社が運営する大型マートである。ただし、ハナロマート/クラブとも、地域の農家の直接出荷を認めているものの、大きなロットや一定の規格遵守を求められるため、日本の直売所のようなフレキシブルな地場農産物出荷拠点とはなっていない。売り場でも国産品であることは強調されるが、地域レベルで産地を表示することは京畿道（調査地）ではまれである。

一方、韓国では農村ツーリズムの振興に力を入れているが、ツーリズムサイトにおいて地元の農産物や加工食品の販売および体験が重要な提供メニューとなっており、ツーリズムの実際の収入源の一つとしても大きな役割を果たしている。ツーリズムに関係する省庁が提供する多様かつ体系的な支援メニューを現地サイトが選択することにより実際の支援がなされている。近年の特徴として、ツーリズムを実践するマウル（韓国最小の地域単位：ほぼ集落に相当）全体による事業遂行を推奨し、ツーリズム事業の成果を特定農家だけでなく地域の住民全体にもたらそうとしている。韓国の農村部は兼業機会に乏しく、地域の食に関する体験メニューの提供や直売は収入源の多角化に貢献すると評価されている。しかし、マウルが地域活動の単位としては小さいこと、ツーリズムに通じた人的資源の不足、政策メニューの多様化による行政上の非効率等が問題点として指摘されている。

②中国：

消費者に直接販売する一般的な直売型農産物流通の展開はみられない。しかし都市近郊を中心に農村ツーリズムの萌芽がみられ、ツーリズムサイトでは都市住民との交流プログラムの一要素として直売部門が一定の役割を果たしている。

都市農業観光型ツーリズムは、都市郊外に大規模な農場施設を建設し、最先端の農業技術を紹介する事例が多い。ハイテク技術を用いた収穫物や清浄な環境で栽培された緑色野菜が土産品として販売され、収入源の一角を占めているが、入場料収入に比べその割合は低い。

滞在休養型ツーリズムは、農村の景観、農産物、生活を滞在中にそのまま経験してもらうタイプのツーリズムである。中でも「農家楽」と呼ばれる既存の設備を活用した農村観光プログラムの導入が進んでいる。そこでは地元の食材を活用したレストラン、喫茶、特産物の購入が重要な体験メニューとなつて

いる。

③タイ：

タイ東北部で試行されているコミュニティ・マーケット（CM）を対象を絞って分析した。東北タイでは、自給用稲作と換金作物（キャッサバ、サトウキビ等）に偏ったモノカルチャー的農業から脱却するため、複合農業が推奨されている。そこで多品目少量の農産物を出荷できる販路としてCMが試行されている。設立に当たってはJBICや民間コンサル会社の支援を受けているが、ハード面と設立後の運営については地域住民の組織に委ねられている。集・分荷圏は開催地を含む数集落レベルであるが、交通の要衝では拡大する傾向にある。販売されるのは農産品の他、山林の収穫物、伝統的加工食品など幅広い。CMの設置により集落内の経済循環や農家の現金収入源の確保につながった。しかし総じて小規模であり、設置後数年して売上額が減少しているマーケットが多い。比較的 success を収めている JNK 集落と NTNT 集落の取り組みを分析すれば、今後の対策として、販売チャネルの複線化（都市部への出張販売等）とチャネル別の品揃え変更が必要と考えられる。

④インドネシア：

伝統的市場であるパサールでは、食料品・日用品が移動商人の手により販売されている。しかし農村部の産地の女性も近隣農家から少量の野菜を買い付けてパサールで販売し、現金収入を得ている。

また、農村部にはキオスと呼ばれる小店舗が存在する。日配品と食料品を販売しているが、域外から持ち込まれた産品が多い。ただし生鮮野菜に関しては地元から仕入れることが多く、地域農業との結びつきは深い。

⑤アメリカ：

全米で4,400件（2006年）のファーマーズ・マーケット（FM）が設置されており、増加傾向にある。特にカリフォルニア州での設置数が多い。FMは一般的に常設の構造物を持たず、都市中心部の公園や道路で週に1～2回開催されることが多い。営業時間も半日程度である。出荷を許可された農家は指定されたブースにテントを持参し、自身の産品のみを陳列し、対面方式で消費者に販売する。

FMの開設主体は農家、NPO、行政である。小規模農家の支援を目的とする事例が多いが、消費者教育、都市中枢部の経済活性化などを目指してFMを設けている例もある。近年はこうした食育や都市コミュニティ活性化の拠点としてもFMが注目されている。

出荷者は小規模経営が中心であるが、日本の直売所出荷農家に比べれば、大規模な農家や遠隔地からの出荷者も多い。

FMにはマネージャーと呼ばれる責任者がおり、運営に関して大きな権限を与えられている。日常の運営管理はマネージャーが取り

仕切るのが一般的である。

アメリカのFMは農家による直接販売を原則とする青空市的な開催が中心である。簡素だが運営方法、品揃え、品質等は厳しく規制・管理されている。また対面販売により消費者との直接的な交流が確保されている。

⑥ドイツ：

直売農家数に関する厳密な統計的把握は不可能であるが、推測値として全体の10%との指摘がある。特に有機農業経営には直売経営が多い。消費者の簡便化志向を受け、加工品に取り組む直売農家も多い。

直売農家の具体的販売経路は、農家店舗での販売、定期市、小売店との連携販売である。

調査事例の農家店舗（フライブルク近郊）では、自宅の1階を店舗とし、週6日営業している。店舗は経営主と姉が主に管理している。多品目の生鮮品に加え、果実類の加工品に取り組み、品揃えを充実させている。

定期市は特定の曜日に教会前など都市部の中心地で開催される。運営は市町村役場が行っており、出店権を管理している。出店者は間口の広さに応じた出店料を支払う。出店者は農家だけでなく、商工業者も参加しているので、近年では農家のみの農民市を開く地域もある。

⑦イタリア：

広場等で開催される伝統的な露天市の市場シェアは2割程度と推測されている。ただし日本のような共同直売所はみられない。これは農家と商業者の間にある社会的分業意識の強さやそれを前提とした課税・許認可の制度の存在により、実際に農家が直売活動を行うのが難しいためと考えられる。それでも近年は多様な形態をとりながら直売型農業に取り組む事例が散見される。

スローフード協会では、地域の食文化を守る活動の一環として、大地のマーケットプロジェクトを実施している。生産者が地域農産物を消費者に直接販売することにより、生産者のアイデンティティ確保や能力向上を目指している。マーケット開設には自治体や商工会議所、保健所等との綿密な調整が必要である。価格は生産者自身が合理的に設定することになっている。マーケット開設費の一部はEUのLEADERプログラム（地域活性化プログラム）より資金援助されている。

調査事例のモンテバルキ市では日本的な常設共同直売所が設けられ、12%の手数料で運営されている。地元生産者の参加が増え、伝統的食材の復活がみられた。しかしここでも会計上の規制によりレシートを生産者別に複数枚発行しなければならない等、運営上の問題点を抱えている。

イタリアでは農村ツーリズムも発展しているが、各種規定によりあくまでも農業を補完することで成立するサービス業として位

置づけられている。ツーリズムの事業規模は農業経営の規模に応じてその上限が定められる。食材の提供においても自家農産物の利用が原則である。また加工に関する衛生基準が厳しくなっており、伝統的製法との齟齬が問題になりかけている。

(3) 複数の視点からみた直売型農業の国際比較

①販売形態とマネジメント

全体的な傾向としては原初的な対面販売から日本・韓国等にみられるセルフ・委託方式に展開しつつある・しかし欧米の直売型流通では、あえて対面販売方式を維持している。アジアでは農家の販売面への関与は弱いのが運営組織へのマネジメントは強い。欧米は逆の傾向にある。しかしいずれもオルタナティブな流通形態として消費者から評価されている。

②立地論の視点から

日本では都市郊外、アジア諸国では農村部に直売型流通が立地しているが、欧米諸国ではむしろ都市中心部に立地している。都市と農村の境界をめぐる国土構造の違いが影響していると考えられる。都市と農村の境界が明確な欧米では、農村という「出自」自体が直売型流通の差別化要因となりやすい。

③直売型農業を支える農業生産構造

アジア諸国では直売型農業が当該地域の自然的生産環境に強く規定されている。その一方でグローバリゼーションの影響も受けている。欧米ではグローバリゼーション進展による食文化の危機が強く意識されており、その中で生き残るニッチな市場の差別化要素として地域性が注目されている。各国共通して都市・消費者が全体的な主導権を握っており、農業に求められるものに応えるため多様な直売型流通システムが展開している。それでも各国とも農業の結合生産物である食料以外の財・サービスに高い価値が置かれている。

④対象国の市場条件

流通業の国際化と流通機構の近代化はどの国でも進んでいる。直売型農業はこうした動きとは相反する動きととらえられる。国際化・近代化が早くから展開した欧米諸国で直売型農業が一定の評価を得ている。

大規模小売業が採用しているセルフ販売・チェーンオペレーションといった経営技術と対極的な伝統的経営技術を活用しているのも直売型農業の特徴である。ただし日本の直売所ではセルフ販売が一般化しており、国際的に見れば異質な存在である。

⑤直売型農業を支える社会条件

食生活の国際的な標準化が進む中、逆にローカルな食生活を見直す気運が高まり、直売型流通もその媒体として評価されている。直売型流通と食育をリンクさせる取り組みも

各地でみられる。

ただし加工食品の提供については、農業部門も積極的に加工に取り組む国と、生業としての農業生産を重視する観点から一定の規制をかけている国とに分かれる。

直売組織とコミュニティの関係も地域差がある。アジア諸国は総じて農村・農家主導で直売組織が構成されているが、欧米諸国では都市部の消費者がイニシアティブをとって組織が運営されている。さらに「ローカル」として想定される範囲も国により差がある。

⑥直売型農業と政策・制度

自給率水準の低いアジア諸国（特に日本と韓国）では、国内自給基盤の維持という視点も踏まえて各種支援が行われている。

自給率水準の高い欧米諸国では、家族経営農業および食の安全・食文化に対する生消双方の危機感に裏打ちされた形で、消費者直売型農業を多面的に支援しようという方向がみられる。

一部の国では農村経済の多角化・活性化の一環として直売型農業への行政支援が行われている。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕（計 28 件）

- 1) 櫻井清一・霜浦森平、韓国における身土不二運動の展開、野菜情報、査読無、51、2008、23-30
- 2) 櫻井清一、韓国における地産地消運動「身土不二」、アグリふくおか、査読無、4、2008、18-19
- 3) 櫻井清一、研究動向：農産物マーケティングにおける関係性マーケティング論の適用可能性、農業経営研究、査読無、46(3)、2008、16-19
- 4) Shoji Shinkai, Kazuhiro Hotta, Kazumori Nishi and Boonjit Titapiwatanakun, A Study of Food Consumption Patterns and Consumers' Rice Purchase Behavior in Asia, ISSAS International Congress 2008, 査読無 (Available in CD)
- 5) Shoji Shinkai, N. M. Dung, K. Nishi and K. Hotta, A Study of Consumers' Behavior on Rice Purchase, 査読無、Proceeding of the JSPS International Seminar on Hybrid Rice and Ecosystem, 2008, 260-267, 査読無
- 6) 新開章司、アメリカのファーマーズ・マーケットと地産地消、査読無、野菜情報、53、2008、24-29
- 7) 西和盛・新開章司・堀田和彦、青果物購入時の価値観と商品属性評価の関係、査読有、食農資源経済論集、59(1)、2008、101-112
- 8) 佐藤和憲、東北タイのコミュニティ・マー

ケットの特性、査読無、野菜情報、54、2008、23-29

- 9) 藤井義隆・梅本雅・大浦裕二・山本淳子、農産物直売所における購買行動の特徴と店頭マーケティング方策、査読有、農林業問題研究、44(1)、2008、163-168
- 10) 市田知子、ドイツの農産物直売所から、野菜情報、査読無、50、2008、23-28
- 11) 市田知子、ドイツの直売農家を訪ねて、アグリふくおか、査読有、5、18-19
- 12) 横山繁樹・櫻井清一、地産地消に関連する諸活動と社会関係資本、査読有、経済地理学年報、55、2009、印刷中
- 13) 櫻井清一・横山繁樹、農村経済の多角化と農業者の組織参加、査読有、2007年度日本農業経済学会論文集、2007、141-148
- 14) Seiichi Sakurai, Shinpei Shimoura, Takehiro Fujita, Cheol-Hi Lee and Tae-Seok Wi, Development of Local Food Marketing in Korea、農業市場研究、査読有、16(2)、2007、114-119
- 15) 櫻井清一、産地における農産物ブランド化の動向と課題、長期金融、査読無、98、2007、2-6
- 16) 新開章司・西和盛・堀田和彦、農産物直売所の経営戦略と組織に関する一考察、農業経営研究、査読有、45(2)、2007、159-162
- 17) 西和盛・新開章司・堀田和彦、消費者の価値観と店舗選択行動、農業経営研究、査読有、45(2)、2007、147-152
- 18) 佐藤和憲・新開章司・安藤益夫・ウィラ・パーク・ウ・タイ、タイ東北部における地域農産加工事業体の経営発展と企業形態、農業経営研究、査読有、45(1)、2007、90-93
- 19) 長崎千津香・石田章・横山繁樹、コンビニエンスストアの利用頻度と消費者属性に関する考察、農業生産技術管理学会誌、査読有、14(2)、2007、115-120
- 20) 陰山善照・石田章・横山繁樹・會田陽久、食品表示 10 項目における消費者意識とその属性に関する考察、農業市場研究、査読有、16(2)、2007、120-127
- 21) 伊藤悦子・石田章・伊藤康宏・横山繁樹、水産物ブランド化に対する漁協間の取り組み格差、農業市場研究、査読有、16(2)、2007、78-83
- 22) 横山繁樹・櫻井清一、農村地域における社会関係資本と地産地消、都市の農村を結ぶ「地産地消」システム研究成果集、査読無、2007、16-26
- 23) 横山繁樹、書評・宮崎猛編『日本とアジアの農業・農村とグリーンツーリズム』、農業経営研究、査読無、45(2)、2007、167-168
- 24) 新開章司、カリフォルニアのファーマーズ・マーケット、アグリふくおか、査読無、1、2007、18-19

- 25) 藤田武弘、産地と実需者を結ぶ卸売市場のとりくみ、農業と経済、査読無、73(12)、2007、42-51
- 26) 櫻井清一、ローカル・フードシステムの現段階、農業および園芸、査読無、82(1)、2007、211-217
- 27) 櫻井清一、農産物直売所を核とした地産地消の展開と地域農業振興、農業市場研究、査読有、15(2)、2006、21-29
- 28) 佐藤和憲・安藤益夫・ウイ・パク・ウ・タイ、東北タイにおける地域農産加工事業体の制約条件、農業経営研究、査読有、44(1)、2006、153-157

[学会発表] (計8件)

- 1) 新開章司、農産物直売所新時代：競争激化と今後の競争戦略、農村計画学会九州地区セミナー、2009年1月31日、前原市
- 2) Seiichi Sakurai, Toward a Comparative Analysis of Farmers' Markets, 12th World Congress of Rural Sociology, 6-11th Jul. 2008, Seoul.
- 3) 佐藤和憲・小田哲郎・櫻井清一・伊藤史朗、東北タイにおけるコミュニティー・マーケットの特性、日本流通学会第22回全国大会、2008年10月、草津市
- 4) Shigeki Yokoyama and Seiichi Sakurai, Activities in "Local Production for Local Consumption" and Social Capital, 6th Asian Society of Agricultural Economists International Conference, 28-30th Aug. 2008, Manila.
- 5) 櫻井清一・梅本雅・上田賢悦・藤井吉隆、プロトコル法を用いた農産物直売所における消費者購買行動の分析、第55回日本農村生活研究大会、2007年11月21日、つくば市(研究交流センター)
- 6) 市田知子・高橋克也・櫻井清一、農産物直売と支援の現状ードイツにおける事例調査結果よりー、平成19年度日本農業経営学会研究大会、2007年9月15日、仙台市(東北大学)
- 7) 藤田武弘・内藤重之・細川允史、営農支援活動を通じた卸売市場活性化の取り組みと意義、日本農業市場学会2007年度大会、2007年7月1日、松山市(愛媛大学)
- 8) Shinpei Shimoura, Shinichi Kurihara and A. E. Luloff, Japanese Case Study on the Management of Rural Tourism in Farm Villages, The 13th International Symposium on Society and Resource Management, 2007年6月20日、アメリカ合衆国ユタ州パーク市

[図書] (計4件)

- 1) 新開章司、増える農企業と地域経済：農企業の地域経済を支えるポテンシャル、九州

- 経済白書、2009、pp.159-179
- 2) 櫻井清一、農林統計協会、農産物産地をめぐる関係性マーケティング分析、2008、152p
- 3) 横山繁樹、食料安全保障と輸出志向の狭間に立つインドネシア農業、進藤榮一・豊田隆・鈴木宜弘編、農が拓く東アジア共同体、2007、pp.181-187
- 4) 大浦裕二、農林統計協会、現代の青果物購買行動と産地マーケティング、2007、143p

[その他]

ホームページ

http://www.geocities.jp/ku_farm_mgmt/

(新開章司：日米ファーマーズ・マーケットの比較)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

櫻井 清一 (SAKURAI SEIICHI)
千葉大学・大学院園芸学研究所・准教授
研究者番号：60334174

(2) 研究分担者

霜浦 森平 (SHIMOURA SHINPEI)
千葉大学・大学院園芸学研究所・助教
研究者番号：40372354

(3) 連携研究者

新開 章司 (SHINKAI SHOJI)
九州大学・大学院農学研究院・助教
研究者番号：30335997

佐藤 和憲 (SATO KAZUNORI)
独立行政法人農業・食品産業技術総合研究機構・中央農業総合研究センター・チーム長
研究者番号：80335601

大浦 裕二 (OHURA YUJI)
独立行政法人農業・食品産業技術総合研究機構・中央農業総合研究センター・主任研究員
研究者番号：80355479

藤田 武弘 (FUJITA TAKEHIRO)
和歌山大学・観光学部・教授
研究者番号：70244663

市田 知子 (ICHIDA TOMOKO)
明治大学・農学部・准教授
研究者番号：00356304

高橋 克也 (TAKAHISHI KATSUYA)
農林水産省農林水産政策研究所・評価・食料政策部・主任研究官
研究者番号：20371015

横山 繁樹 (YOKOYAMA SHIGEKI)
独立行政法人国際農林水産業研究センター・国際開発領域・プロジェクトリーダー
研究者番号：30425590