

令和 元年 6 月 20 日現在

機関番号：11501

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2018

課題番号：26450302

研究課題名(和文)消費者の能動的行動が生産者に与える影響

研究課題名(英文)Impact of Consumers' Active Behavior on Producers

研究代表者

小沢 互(Ozawa, Wataru)

山形大学・農学部・教授

研究者番号：70211141

交付決定額(研究期間全体):(直接経費) 3,900,000円

研究成果の概要(和文): 取引額が大きいほど生協と生産者団体の交流は増え、生協組合員が生産者側に多様なアプローチを試みることで、生産者は自立性が高まること、消費者と積極的にコミュニケーションを取る生産者は多くが地域農業の担い手となり、リーダーとなるキャリアパスを構築し、さらに経済的にも確立されてくること、消費者と直接関わる生産者団体は輸送手段、栽培方法など全てに渡って新たな生産・流通様式の形成し、総合的技術革新として評価されること、また生産者が1回でも交流に参加することで刺激を受ける領域と複数回参加しなければ刺激を受けない領域があることを明らかにし、生協と生産者の関わりによって生産者の成長を促進することを確認した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

農業構造の変化は提携生産者がいる地域だからといって提携生産者団体の規模にあまり関係せず他の地域と顕著な違いがないこと、提携生産者団体の中には市町村単位で組織化しているものから、ごく限られた人数の団体まで幅広く存在し、依然として渾然として明確なタイプ分けが困難であるが、消費者と直接関わる生産者団体は総じて新たな生産・流通様式の形成に取り組んでおり、新たな農産物流通の潮流を構築する可能性がある。

研究成果の概要(英文): The following points were clarified as characteristics of the exchange between the co-op and producer groups. The exchange between co-ops and producer groups will increase as the transaction amount increases. Co-op members try different approaches on the producer side. Producers are more independent. Many producers who actively communicate with consumers become leaders in regional agriculture, build career paths to become leaders, and become financially self-sustaining. Producer groups directly involved with consumers will create new production and distribution styles, including transportation and cultivation methods. In addition, even if producers participate in the exchange once, there are a region that receives stimulation and a region that does not receive stimulation unless they participate multiple times. As a result, the relationship between co-op and producers promotes the growth of producers.

研究分野：農学

キーワード：経営主体 産消提携 主体性 コミュニケーション

## 1．研究開始当初の背景

日本全土に整備された卸売市場は遠隔の生産地と消費地の距離を短縮し効率的な流通を確立した。さらに貿易自由化と流通手段の高度化によって、海外からの輸入が拡大し、消費者の豊かな食生活を可能とした。一方で、生産者は輸入農産物との価格競争に直面し困窮するとともに、消費者との関係が希薄化した。また高度経済成長に伴って農業労働力の質的变化し、農業生産力も大きく低下した。これに対して、1960年代から始まる消費者運動を背景として各地に設立された生活協同組合は産消提携を標榜し、農産物の産地、生産者に様々な刺激を与えてきた。とりわけ O-157、BSE 問題や食品偽装問題などで食品の安全・安心が求められる中、より生産者との提携を強めている。そして、2008 年から急速に拡大した飼料用米、米粉用米の新規需要米でも最終需要者として大きな役割を果たしている。

農業者の高齢化、農村の過疎化、農業就業人口の減少で農業の担い手育成が叫ばれているが、十分な効果を上げていない。しかし、生活協同組合との提携産地において担い手の減少に歯止めがかかり、農地の集積、新規作物の導入などが進んでいるケースが見受けられる。消費者の産地訪問、交流、生産物の監査など消費者の能動的行動が影響しているように思える。担い手の育成確保が求められる中、この消費者の能動的行動が生産者にどのように影響するかを明らかにすることが必要である。

これまで生活協同組合と農産物の産地、生産者との関係は関係性マーケティングの視点（櫻井清一著『農産物産地をめぐる関係性マーケティング分析』）や有機農業を展開するための重要な要素（波多野豪『有機農業の経済学 産消提携のネットワーク』）として、直近ではフェア・トレードの 1 つ（辻村英之『農業を買い支える仕組み フェア・トレードと産消提携』）として分析されている。また、消費者側からの働きかけによって始まった山形県庄内地域の飼料用米プロジェクトが高い生産意欲を持っている耕種農家(地域)が主体となっていること(農林水産省委託プロジェクト研究「自給飼料を基盤とした国産畜産物の高付加価値化技術の開発(国産飼料プロ)」平成 23 年度課題成績書)、地域経済への波及効果が大きい(野崎大喬・小沢互「農商工連携がもたらす地域活性化への影響 - 飼料用米プロジェクトを対象として - 」農村経済研究、第 29 巻第 2 号、71-78、2011)ことが明らかにされている。このように産消提携は産地、生産者に強い刺激と高い効果を与えていることは明らかであるが、消費者の行動の程度によってどのような違いがあるのか、また農業における担い手育成にどのような効果をもたらすのかは明らかにされていない。

## 2．研究の目的

消費者の能動的行動の農業者への影響を明らかにするためには、消費者の能動的行動のタイプ、農業者への影響(生産力の維持・向上)、消費者の能動的行動の影響を左右する媒介(組織や活動)を明らかにする必要がある。具体的には以下のような点を明らかにする。

生活協同組合の生産地へのアプローチの方法と消費者の意識

影響を受ける農業者の意識と経営成果

JA や生産者団体の役割と影響

地域の農業構造の変化

### 3．研究の方法

生活クラブとその提携産地を事例として、生活クラブの生産地へのアプローチの方法、JAや生産者団体の役割と影響について聞き取り調査を行い、提携産地の農業者の意識と生協組合員の意識を調査票調査、代表的農業者の経営成果を聞き取り調査、地域農業構造の変化を公表統計の加工で分析し、生協組合員の能動的行動が生産者の意識や経営、地域農業構造にどのように影響するかを明らかにする。

具体的に明らかにするのは以下の項目である。

生活協同組合の生産地へのアプローチの方法と消費者の意識

提携産地の農業者の意識と経営成果

JAや生産者団体の役割と影響

地域の農業構造の変化

生活協同組合の代表的事例として生活クラブを取り上げる。生活クラブは積極的に生産者に関わっている（小沢互「生活クラブ生協の環境保全型農業への取組み」農業と経済、2006年1月）。生活クラブの提携生産者は親生会という組織を構成し、活動を行っている。121の会員の中で、JA等の生産者団体は12団体あり、この中から代表的な5地域程度を選抜し、これらの生産者団体と生活クラブの関係性から～を明らかにする。

### 4．研究成果

#### (1). 1年目（2014年度）

生活クラブで同生協の生産者団体との連携について聞き取り調査を行うとともに、同生協の提携生産者が組織する新生会事務局で新生会の機能と生産者団体との取引と交流の実態について概要を調査した。取引額が大きいほど生協と生産者団体の交流は増える傾向があり、生協組合員はより強い親近感を持ち、生産者側に多様なアプローチを試みることで、生産者は交流が増えることで生協組合員とのコミュニケーションが質量ともに増大し、自立性が高まることが想定される。そして、このような生産者団体は取引量の多さというだけでなく、多様な付加価値も獲得し、親生会の中で強い優位性を確保しているようである。

また、消費地で行う販売会での消費者の反応と農家の対応についても立ち会い調査を行った。販売会への参加回数が多い農家ほど、消費者と積極的にコミュニケーションをとるとともに、リピーターも多く、農家の販売会の経験回数がコミュニケーション力を高め、販売額にも影響するようである。

以上のようなことから消費者が生産者の意識、経済的実績にも影響しそうであることを確認できた。

#### (2). 2年目（2015年度）

生活クラブで同生協の生産者団体との連携について聞き取り調査を再度行い、同生協の提携生産者が組織する新生会の機能と生産者団体との取引と交流の実態について詳細に調査した。取引額に加え、交流における生産者団体の主要な参加者が生産者であるかどうかで生協組合員はより強い親近感を持ち、生産者側に多様なアプローチを試みることで、交流に参加した生産者は生協組合員とのコミュニケーションを積極的に取るようになる傾向があることが明らかに

なった。さらに、交流に参加し、消費者と積極的にコミュニケーションを取る生産者は、多くが地域農業の担い手となり、リーダーとなるキャリアパスを構築し、さらに経済的にも確立されてくることが明らかとなった。

### (3). 3年目(2016年度)

生活クラブの提携生産者組織である親生会の中から詳細調査対象とする生産者団体を絞り込むために、候補生産者団体の位置する地域の農業構造の変化について農林業センサス等公表統計の分析を実施するとともに、提携の効果进行分析するための基準となる青果物の市場価格変動を把握した。

提携生産者団体が存在する地域と周辺地域の公表統計の分析から、農業構造の変化は提携生産者がある地域だからといって提携生産者団体の規模にあまり関係せず他の地域と顕著な違いがないことが明らかとなった。提携生産者団体の中には市町村単位で組織化しているものから、ごく限られた人数の団体まで幅広く存在し、生活クラブは規模要因以外の要素で高い評価を行っているのではないかと予測されること、また市町村単位であろうと提携生産者団体の存在は限定的であるのではないかと予測されることの2点を想定した。

また、青果物の日別市場価格を通年にわたって記録し、その動きを確認した。市場価格の変動は品目によって異なり、総じて変動の程度は大きく、きわめて不安定であることを確認した。

### (4). 4年目(2017年度)

生活クラブの提携生産者組織である親生会の中から詳細調査対象とする生産者団体として3カ所を選定し、訪問調査を行った。いずれも旧来型の組織からの脱却を図ることを意図して組織を作り、流通のメインルートである系統出荷、市場取引を避け、直接的に消費者に販売できる方法を模索し、生活クラブとの直接取引に結びついている。その過程は輸送手段、栽培方法など全てに渡って新たな生産・流通様式の形成過程であり、総合的技術革新として評価されるものといえよう。

次に、生活クラブの提携生産者の中でも主要な産地として評価されている遊佐町の共同開発米部会員を対象として、消費者との関わりの程度と生産者の成長の関係を調査した。部会では出来るだけ多くの会員が消費者と直接関わるように配慮し、生活クラブを構成する単協でのイベントに会員を派遣している。分析では1回でも参加することで刺激を受ける領域と複数回参加しなければ刺激を受けない領域があることが明らかとなった。

近年、経済発展が続く開発途上国においても、食の安全性の観点から生産者と消費者の連携が模索されている。ベトナムをその事例として調査した。農業組織である合作社の中に、近年有機農産物に特化して生産をする合作社ができはじめ、従来型の流通と異なる流通経路を構築して消費者と連携をし始めている事例を確認できた。一方で、多くの合作社は依然として従来型の流通から脱せられず、また多くの消費者もまだ新たな流通に対応できていないことが明らかとなった。

### (5). 5年目(2018年度)

過去4年間の研究を総括し、「取引額が大きいほど生協と生産者団体の交流は増え、生協組合員はより強い親近感を持ち、生産者側に多様なアプローチを試みることで、生産者は交流が増えることで自立性が高まること」が想定されること、販売会への参加回数が多い農家ほど、消費者と積極的にコミュニケーションをとること」を明らかにし、「交流への参加者が生産者であるかどうかで生協組合員はより強い親近感を持ち、生産者側に多様なアプローチを試みることで、

消費者と積極的にコミュニケーションを取る生産者は多くが地域農業の担い手となり、リーダーとなるキャリアパスを構築し、さらに経済的にも確立されてくること」を明らかにし、「提携生産者団体が存在する地域と周辺地域の公表統計の分析から、農業構造の変化は提携生産者がいる地域だからといって提携生産者団体の規模にあまり関係せず他の地域と顕著な違いがないこと、提携生産者団体の中には市町村単位で組織化しているものから、ごく限られた人数の団体まで幅広く存在し、生活クラブは規模要因以外の要素で高い評価を行っているのではないかと予測されること、市町村単位であろうと提携生産者団体の存在は限定的であるのではないかと予測され、「消費者と直接関わる生産者団体は旧来型の組織からの脱却を図ることを意図して組織を作り、流通のメインルートである系統出荷、市場取引を避け、直接的に消費者に販売できる方法を模索し、生活クラブとの直接取引に結びついており、その過程は輸送手段、栽培方法など全てに渡って新たな生産・流通様式の形成過程であり、総合的技術革新として評価されること、生産者が1回でも交流に参加することで刺激を受ける領域と複数回参加しなければ刺激を受けない領域があること」を明らかにし、生協と生産者の関わりによって生産者の成長を促進することを確認するとともに、その効果は限定的であると評価した。

## 5 . 研究組織

### (1). 研究協力者

研究協力者氏名：藤科 智海

ローマ字氏名：(FUJISHINA TOMOUMI)

研究協力者氏名：廣政 幸生

ローマ字氏名：(HIROMASA YUKIO)

研究協力者氏名：吉仲 怜

ローマ字氏名：(YOSHINAKA SATOSHI)