

立教大学学術推進特別重点資金（立教SFR）

個人研究

2021年度研究成果報告書

研究代表者	所属部局・職名	氏名
	経済学部・教授	郭 洋春
研究課題	(有機)農業従事者と消費者の有機的結びつきを通じた地方活性化の可能性の実証的研究	
研究期間	2021年度	
研究経費 (1円単位)	(支出金額) 805,000円 / (採択金額) 805,000円	

研究の概要 (200～300字で記入、図・グラフは使用しないこと。)

本研究は衰退の一途をたどる農業をいかに活性化させ、地域の活性化につなげる可能性を、コロナ前後の消費動向の変化の有無に着目し、聞き取り調査を中心に研究した。

調査地域は5地域（北海道、石川県、高知県、熊本県、沖縄県）14か所である。

本研究から明らかになったことは、有機農業の拡大＝地域活性化には、

- ①消費者の意識喚起で重要であること
- ②農業を1次産業ではなく、(1次×2次×3次＝)6次産業にすること
- ③分離・分散している農業従事者をネットワーク化することで、農業の効率化を図ること、④消費者が自然食品、有機野菜を継続して購入するには、生活水準の向上が要諦であることが明らかになった。(287字)

キーワード (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

[新6次産業化] [多品種少量生産] [農業のネットワーク化]

研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)**【本研究の目的】**

- ① コロナ禍が発生する前後の消費者の意識の変化の有無とその内容に検討する。
- ② 有機農業が地域活性化の起爆剤になる可能性の有無とその根拠を明らかにする。
- ③ 地域と地域を結ぶネットワーク構築の仕組みを検討する。
- ④ 上記の取り組みが日本社会に存在する「格差」解消に向けた「解」になりうるか否かを検証する。

以上の研究目的を遂行するために、全国の有機農業従事者に対して、新型コロナウイルス発生前と後における消費者の消費行動の変化に対する聞き取り調査並びに視察を行った。

【調査先】

- ① 「農業経営者A」、「フレンチ農家B」(石川県)
- ② 「自然食品販売店C、D、E、F、G」(北海道)
- ③ 「農業経営者H」(熊本県)
- ④ 「自然食品販売店I、J、K」(高知県)
- ⑤ 「自然食品販売店L、M、N、O」(沖縄県)

【調査内容】

① 「農業経営者A」。「千年産業を目指して」を経営理念に、石川県で環境保全型農業を営むオーガニックファームである。そのために、「有機農業を通じて、サステナビリティや生物文化多様性を大切にする— Organic Farming for Sustainability and Biocultural Diversity —」ことを実践している。それは、地域や世界の持続可能な生業や、生物文化多様性を大切に考えながら、耕作放棄地を中心に耕し、金沢郊外や奥能登に位置する日本最大規模の広大な農地(約180ha)で、米、大麦、小麦、大豆、蕎麦、野菜、ブドウなどを有機栽培している。農業経営者Aの特徴は、企業の発想で農業を実践しているところである。その端的な例が、グループ会社の金沢ワイナリーで、1階に石川県産ブドウ100%使用のワイン醸造所を設置、2階では、農業経営者Aグループで生産した有機農産物や農産加工品などを提供する地産地消フレンチレストランを運営し、農業の「6次産業化」に積極的に取り組んでいる点である。

② 「自然食品販売店C」。「自然食品販売店C」が他の自然食品店と決定的に異なるのは、「代替医療」を農業生産・販売に応用している点である。「0-1テスト」(Applied kinesiology: 筋肉の強度を触診することで病気を診断し、治療法を選択できると主張する代替医療の診断手法)や「Bi-Digital 0-Ring Test」(筋の緊張を利用して生体情報を感知する検査手技)がそれである。医学分野のメソッドを、食品の良し悪し(添加物や残留農薬の有無、栄養バランス等)の判断、独自の商品開発(浄水器、化粧品、サプリメント、調味料等)や、直営有機農場の農業栽培技術、店舗の場所選びや設計、食生活相談等、あらゆる方面に独自に応用発展させている。こうした人間と自然との調和を経営理念とする「自然食品販売店C」は多くの消費者の食生活への意識を変えるのにかなりの影響を与えている。その好例が、400㎡の農地には約1000人の援農ボランティアが登録・実践していることだ。援農ボランティアが1000人を超える事業者は他に例を見ない。

③ 「農業経営者H」。度重なる緊急事態宣言並びに蔓延防止など重点措置により、外食産業は甚大な被害を被っている。その結果、食材を提供している農業も苦境に立たされている。実際、農業経営者Hが共同経営をしている直売所も2019年に比べ2020年の来客数はおよそ1割減少した。しかし、逆に売り上げはおよそ5%増加した。「おうち時間」の増加は、「内食」の機会が増やしたからだ。特に、備蓄できる米、自宅時間が増えた子供が嗜好する菓子類、来客した際の欲求を満たすデザート類が増加した。

「農業経営者H」が経営する直売所の年間売り上げは12億円超であるが、1996年の創業以来、一貫して黒字経営を継続している。熊本県北部の山間部にあり、決して熊本市内から近いわけではないにもかかわらずだ。その背景は、ターゲットを熊本県民に絞らず、巨大な商圏である福岡県、特に南関町に最も近い大牟田市をも視野に入れているからである。

それは単なる商圏としてみているだけではなく、大牟田漁港から鮮魚を仕入れることで、山間地であっても新鮮な「野菜、肉はもちろん、魚も同時に購入できる」拠点にしたからである。さらに、有機野菜＝高付加価値の概念を打破すべく、安価な有機野菜栽培・市販化に向けて取り組んでいる。農業経営者Hの取り組みは、①立地の悪さ＝商圏不成立という既成概念を切り崩し、近隣をも商圏として取り込むことで経営を黒字化できる、農業技術の開発と農法の改良は、有機野菜＝高額という概念を覆せる、③地元農家による研究会発足、ネットワーク化は、農業の小規模化＝低生産性を生産的産業へと転化できる可能性を示唆している。

研究成果の概要 (つづき)

④「自然食品販売店I」。同店の特徴は、森下自然医学に基づき、人体の免疫力向上を通じた健康増進、生活スタイルの変化を目指している点である。そのため店主の医学に対する知識・知見の高さが、消費者の食生活にも根拠をもって説明・理解されている点は特筆すべきものがある。消費者もかなり森下医学を勉強している問題意識の高い消費者が多い。一方、高知県は沖縄県と並び全国平均年収が最も低い県の一つでもあり、市場の安定・拡大という点では、継続購入のこんなさというディレンマがある。有機農業普及→消費者の所得水準の向上→地域の活性化にとって不可欠であることが明らかとなった。

⑤「自然食品販売店L」。新型コロナウイルスが発生してからの2年間で消費者の属性・消費性向の変化は、それまでの消費者の年齢層が年配者中心から子育て世代、男性客、移住者の割合が増えた。購入品も込め、調味料など中食を意識した購買が増えたことである。本部は、静岡県熱海市にあるが、那覇店には、店舗以外に保育園、クリニック、研修センターも併設されている。特に、保育園においては同店の食材を利用した給食を提供しており、保護者からの信頼も厚い。単なる食材の提供から、次世代育成＝教育、健康管理＝医療まで融合することで、地域活性化の新たなモデルを実践している事例である。

⑥「自然食品販売店M」。「自然食品販売店M」は、店の前にはバス停はあるものの1日に2本しか運行しておらず、来店者のほとんどは車で買いに来る。それでもこの場所を選んだ理由は、元来沖縄が車社会であること、高速道路のインターチェンジから3km以内なので、十分商圈として成り立つと考えたからである。同店を訪問し、再認識できたのは、養蜂産業の先行きだ。同店では有機栽培のはちみつを置いているが、日本では年々養蜂場が減少している。その背景には、日本で、土地開発が進んだことによる自然環境変化がある。ハチは、巣箱で飼育するが、昼は餌を求めて解放する。しかし土地開発の結果、野山では少なくなった蜜を求めてミツバチが農地へ行くことになり、農薬との接点が多くなり、それにより帰巢本能に狂いが生じてしまったのだ。海外では、農薬規制が厳しくなっている一方で、日本では規制が緩和され続けている。養蜂業の現状は、日本政府の農業に対する認識・政策を判断するうえでの反面教師というべきものである。

【研究成果】

①農業＝衰退産業といわれているが、調査対象先のほとんどは、コロナ禍以前より地元はもちろん、全国の消費者から支持され経営が安定・向上している。また、売り上げの増大も、消費者の行動様式の変化によるところが大きい。したがって、(有機)農業の発展は、元来指摘されてきた「農業の近代化」以上に、消費者の意識改革が重要であると理解できる。言い換えるならば、「農業の活性化＝消費者の意識喚起・変化」ということだ。

②農業＝1次産業ではなく、農業生産者自らが、1次×2次×3次＝6次産業化(生産・加工・流通)を実現することで、自立した経営が可能となることが明らかとなった(「農業経営者A」「自然食品販売店C」の事例より)。

③一方で、(有機)農業を維持・継続していくには、各事業者が単体で経営をするのではなく、ネットワークを形成すること。特に、ネットワークのハブとなる存在が必要であり、場合によっては第3者が担った方がフラットな関係を構築できる可能性があることが明らかとなった。過当競争を防ぎ、共存共栄を図ることが各事業体、地域の農業の活性化につながる。そのためには、同じ地域で同種類の農産物を栽培(地域として少品種大量生産)するのではなく、それぞれ異なる農産物を生産することで、「地域としての多品種少量生産」を実現することで、天候に左右されず、価格の維持＝高付加価値商品の生産＝農業の所得増大＝新規就業の拡大の可能性を見出すことができた(「自然食品販売店C」「農業経営者H」の事例より)。

④地域によっては、継続して自然食品、有機野菜を購入できないほど所得水準が低い地域があること。このことから有機農業の拡大＝地域活性化には、消費者の生活水準の向上が要諦であることを見出した(「自然食品販売店I」の事例)。これも①で述べたことに関連し、現在の日本経済の停滞を回復すること＝農業の向上につながる。農業は都市の問題でもあることが明らかとなった。

⑤調査先から更なる調査対象となる事業者を紹介された。次年度以降さらに調査を継続することで、より多くの事例を集め、研究の深化を図る可能性を見出すことができた。

※この(様式2)に記入の、成果の公表を見合わせる必要がある場合は、その理由及び差控え期間等を記入した調書(A4縦型横書き1枚・自由様式)を添付すること。

研究発表 (研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。)

- ①雑誌論文 (著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ)
- ②図書 (著者名、出版社、書名、発行年、総ページ数)
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催 (会名、開催日、開催場所)
- ④その他 (学会発表、研究報告書の印刷等)

②図書

単著『100均資本主義 (仮称)』プレジデント社、近刊予定。