

	材シ 仁キ	
<b>氏 名</b>	<b>大西 偉益</b>	
本籍（国籍）	東京都	
学位の種類	博士（農学）	
学位記番号	連研第 838 号	
学位授与年月日	令和 5 年 3 月 2 3 日	
学位授与の要件	学位規則第 5 条第 1 項該当課程博士	
研究科及び専攻	連合農学研究科 地域環境創生学専攻	
<b>学位論文題目</b>	<b>農産物流通における価値共創に関する研究 —生産者と消費者・実需者との直接的な取引関係を対象として—</b> <b>(Research on co-creation of value in the distribution of agricultural products : study on direct transactional relationships between producers and consumers or food services)</b>	
学位審査委員	主査 山形大学教授	藤科 智海
	副査 山形大学准教授	栞原 良樹
	副査 弘前大学助教	吉仲 怜
	副査 岩手大学客員准教授	安江 紘幸

## 論 文 の 内 容 の 要 旨

我が国においては、多段階なフードシステムが形成され、生産者から消費者に至る農産物流通において食と農の距離が拡大している状況にある。そのため、フードシステムの各主体間の連携を強化することが求められている。本研究では、生産者と消費者とが協調的でつながりの深い関係を構築することで価値が創造されるという「価値共創」の概念に着目する。価値共創によって生産者と消費者・実需者の間で長期継続的な関係が構築されることで、消費者・実需者は文脈価値を感じることができ、生産者は所得の向上や安定が期待できる。以上を踏まえ、本研究の目的は、生産者と消費者・実需者がどのように価値共創しているのか、創造された文脈価値が何なのか、文脈価値がどのような過程を経て形成され生産者はどのような影響を与えたのか、価値共創する生産者組織はどのような特徴を持っているのかを明らかにすることで、今後の農産物流通における価値共創の位置づけを検討した。第 1 章では、生産者と消費者・実需者の取引関係の実態を先行研究から整理した。第 2 章では、生産者と消費者による価値共創の事例として生活クラブ生協と庄内みどり農協の産消提携運動を取り上げ、価値共創がどのように行われているのかを価値共創の「対話」「利用」「リスク評価」「透明性」の 4 つの要素から評価し、消費者の感じる文脈価値が何かを明らかにした。第 3 章では、生活クラブ生協役員を事例として、生協へ加入するまでの経験、加入後の生産者との関わり、感じている文脈価値をライフストーリー・インタビュー調査から把握し、文脈価値がどのように形成されたのかを明らかにした。第 4 章では、かほくイタリア野菜研究会と飲食店との取引関係を事例として、生産者と実需者との価値共創の実態を把握した。さらに、生産者組織の社会ネットワーク分析から、価値共創する生産者組織の特徴を明らかにした。

分析の結果は次の通りである。第2章では、消費者が生産者との交流を通して「自分で作ったものを食べる感覚になる」ことに文脈価値を感じていることが明らかとなり、交流会や学習会という「対話」を通して文脈価値が形成されていた。近年では、時間や労力のかかる交流会や学習会を軽視する傾向にあったが、その交流会や学習会こそが消費者の文脈価値を形成する場となっていたことが明らかとなった。第3章では、ある生協役員は生活クラブ生協を利用することで家族が幸せになるという文脈価値を感じており、その文脈価値が子育てを通じて食の安全・安心への関心が高まって生協へ加入し、産地の視察研修で生産者を知り、生活クラブ生協の農産物が家族の健康と幸せにつながると実感できたという過程を経て形成されていたことが明らかとなった。生協への加入後に産地への視察研修で生産者と交流するのが生協役員に共通した経験だった。この経験を通して、これからも生産者と一緒に活動できることに文脈価値を感じていたことも役員に共通していた。第4章では、生産者と実需者がイベントや商談会、圃場見学等で交流していることが「対話」から評価できた。生産者は実需者との交流が農業のモチベーションになっていた。生産者組織のネットワーク分析の結果、事務局長や生産者代表である組合長に話しかけている人が多く、生産者からの信頼が寄せられていた。山形市や西川町といった遠方に住む生産者は知識を補うために積極的に話しかけていた。役員経験者は生産者間を媒介する役割を担っていた。飲食店の要望に応えるために積極的に相談しに行く生産者が多いことと、組合長だけに依存するのではない幅広い生産者間のネットワークが構築されていたことが価値共創する生産者組織の特徴だった。

本研究の結果から次のことがいえる。まず、生産者と消費者の関係からは、消費者は生産者との交流によって文脈価値を感じていたことが明らかとなったため、生産者と消費者とが交流する場を設けることが必要である。近年では、生活クラブ生協組合員の居住地にあるデポでも生産者交流会を開催しているため、買い物する際の少しの時間でも生産者と交流する機会が持てる。交流会に参加するハードルが下がることで、より多くの消費者が生産者と交流でき、文脈価値の形成が期待される。生産者と実需者の関係からは、実需者が生産者との交流や圃場見学などの「対話」を通して生産現場のことを知り、無理のある栽培方法では産地が成り立たなくなることを理解していた。生産者にとっての価値共創とは、所得の向上や安定化だけではなく、農業のモチベーションを喚起するものであった。消費者や実需者にとっての価値共創とは、生産者との交流を通して文脈価値を感じるものであり、一般的なモノの購入では得られない価値を感じるができるものであった。

## 論文審査の結果の要旨

本研究は、農産物流通における生産者と消費者・実需者との関係を Prahalad and Ramaswamy (2004) によって提唱された「価値共創」という概念で捉えようと試みたものである。農産物流通において、消費者や実需者を農産物の単なる受け手として捉えるのではなく、生産者と一緒に価値を共に創り出す立場として捉える考え方である。生産者と消費者の関係として、庄内みどり農協と生活クラブ生協による産消提携運動を取り上げ、農協や生協の関係者に対するヒアリング調査、両者が共同で開発した共同開発米の生産者に対するアンケート調査で、価値共創がどのように行われているかを、価値共創の4つの要素である「対話」「利用」「リスク評価」「透明性」の視点から見ることで明らかにした。また、生活クラブ生協役員を

対象に、ライフストーリー・インタビュー調査を行うことで、価値共創による消費者の文脈価値がどのように形成されたのかを明らかにした。次に、生産者と実需者の関係として、かほくイタリア野菜研究会と飲食店の取引関係を取り上げ、研究会、生産者および飲食店に対するヒアリング調査で、価値共創がどのように行われているかを、先の4つの要素の視点から見ることで明らかにした。また、生産者組織の社会ネットワーク分析を行うことで、価値共創を行っている生産者組織の特徴を明らかにした。

本研究の成果として注目すべき点は、農産物の卸売市場外流通の取り組みとして、1970年代から有機農産物を手に入れた消費者によって行われてきた産消提携運動を価値共創という視点から再評価を行ったことである。これまでの先行研究では、理念をどのくらい重視しているかどうかで、産消提携運動を評価してきたが、本研究では、価値共創という農産物流通における一つの取引関係として位置付けており、新たな知見を提示している。また、かほくイタリア野菜研究会を事例に、この価値共創が生産者と実需者の間でも起こることを示した。産消提携運動の事例では、特に消費者側に注目し、価値共創の結果、消費者にどのように文脈価値が形成されるのかを明らかにしている。かほくイタリア野菜研究会の事例では、特に生産者側に注目し、価値共創する生産者組織の社会ネットワーク構造を明らかにしている。農産物流通を価値共創の視点から分析した研究がほとんどない中で、農産物流通における価値共創の実態を明らかにした本研究の価値は大きい。

以上のことから、本審査委員会は、「岩手大学大学院連合農学研究科博士学位論文審査基準」に則り審査した結果、本論文を博士（農学）の学位論文として十分価値のあるものと認めた。

#### 学位論文の基礎となる学術論文

##### 1.大西偉益・藤科智海・小沢互（2020）

産消提携運動の価値共創概念からの再評価ー生活クラブ生協と庄内みどり農協の共同開発米を事例にー

農村経済研究 38（1）：79-90

##### 2.大西偉益・藤科智海・小沢互・栞原良樹（2022）

産消提携運動における消費者の文脈価値の形成過程ーライフストーリー・インタビューをもとにした計量テキスト分析ー

農村経済研究 39（2）：66-76