【200】

氏　名（本籍）	淡　野　寧　彦（東 京 都）
学 位 の 種 類	博　　士（理　　学）
学 位 記 番 号	博　甲　第　5351　号
学位授与年月日	平成 22 年 3 月 25 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項該当
審 査 研 究 科	生命環境科学研究科
学 位 論 文 題 目	**The Sustainability of Pork Production Areas Owing to Branding Strategy in Japan** （日本におけるブランド化による豚肉供給産地の維持基盤）

主　査	筑波大学教授	理学博士	田　林　　明
副　査	筑波大学教授	理学博士	手　塚　　章
副　査	筑波大学教授	理学博士	山　下　清　海
副　査	筑波大学教授	理学博士	村　山　祐　司
副　査	筑波大学准教授	博士（理学）	松　井　圭　介

論 文 の 内 容 の 要 旨

本研究は、日本の豚肉供給産地の維持基盤を明らかにするため、豚肉のブランド化に着目し、それが地域に与える影響と役割を 2 つの事例地域の分析をもとに検討した。第二次世界大戦後の畜産物需要の増加によって、豚肉は食肉のなかで最大の消費品目となり、日本の豚肉供給産地も著しく発展した。しかし近年では、豚肉消費量の停滞や輸入豚肉の増加による豚肉価格の低迷、食の安全や健康に強い関心を抱く消費者ニーズの高まりなどの課題に産地は直面している。そして、これらの課題に対応する手段として、銘柄豚事業による豚肉のブランド化が全国的に広まっている。

既存の研究から、豚肉供給産地の発展や維持には、生産規模の拡大や生産効率の向上に加えて、消費者からの認知も重要となりつつあることが指摘されている。日本の豚肉供給産地の分布と銘柄豚事業の分布を比較・検討した結果、有力な産地において銘柄豚事業も盛んであることが判明した。そこで、市場となる大消費地からの距離も考慮し、2 つの研究対象地域を抽出した。すなわち、日本最大の豚肉供給産地であり、大消費地からは遠い鹿児島県と、日本で第 3 位の豚肉供給産地であり、大消費地に近接する茨城県である。

これら 2 地域における豚肉のブランド化の特徴を分析した結果、以下のことが明らかとなった。鹿児島県においては、生産を担う養豚経営の発展だけでなく、加工・流通も一体となった供給体制を持つ生産グループが形成され、産地が発展した。豚肉のブランド化も、こうした生産グループがより強固に結びついて進められるだけでなく、産地全体を統合するブランド管理組織が構築されることで、産地の存続に大きな効果をもたらした。一方、茨城県では、農家が個別に規模を拡大することで産地が発展した。茨城県の場合でも、銘柄豚事業が重視され、豚肉取引価格の向上や取引の安定性などをもたらさしているが、散発的・個別的な取り組みといった性格が強い。鹿児島県のような組織的な供給体制と、茨城県のような個別的な供給体制は、豚肉を消費地に安定的に大量供給することが産地の発展につながる時期に築かれた存立基盤であり、この対照性には大消費地からの近接性の違いが強く影響している。豚肉のブランド化も、産地がこれまでに構築してきた供給体制に規定されて進められているが、大消費地からの近接性よりも、産地のアピールや需要動向

の把握を可能とする組織的・統合的なブランド管理組織の構築がより重要になっている。

以上のことから、地域条件によって豚肉のブランド化に対する産地の意識や推進方法は違っており、豚肉のブランド化が個々の生産者や地域農業などの空間スケールに及ぼす影響にも差異がみられることがわかった。さらに消費者を意識した競争力の高いブランド豚肉の供給体制やそれによる産地の新たな存立基盤の構築は、日本の豚肉供給産地の存続に大きな役割を果たすことが明らかになった。本研究は、産地の動向だけでなく消費の動向も含めて分析した点に特徴があり、このような視点は他の農産物や農業地域を考察する上でも十分に適用が可能と考えられる。

審 査 の 結 果 の 要 旨

従来の農業・農村地域を対象とした地理学的研究は、農産物の生産を第１に考え、そのうえで農業地域の構造や形成過程、農産物の加工・流通などを検討してきた。しかし今日では、他の経済活動と同様に、農産物の消費を前提とし、消費者のニーズに対応するにはどのような農産物をどのように生産し、その結果、農業地域の構造や性格はどのように再編されたか、またどのようになるべきなのか、という考え方が重視されるようになった。本研究は、消費者を意識して農業がどのように展開しているかを分析することにより、日本の食料供給産地の性格と構造を解明する上で大きく貢献した。また、日本のみならず、ポスト生産主義の時代に入った先進工業国の農業地域においても、応用が可能な研究成果である。

食料のブランド化に関する研究はこれまでも蓄積されてきたが、本研究のように地域条件の異なる豚肉供給産地を分析し、豚肉供給産地の性格について一般化を追究したものはほとんどみられなかった。本研究は丹念な現地調査によって収集した詳細なデータや資料に基づき、豚肉のブランド化という新たな動向に着目するという枠組みを用いて、豚肉供給産地の維持基盤が、大消費地との位置関係と産地が従来持っていた性格によって規定されることを明らかにしたものとして高く評価できる。

本研究は、地理学のみならず隣接諸分野からも注目される内容と分析視点をもっており、博士論文として十分な価値があることが認められる。

よって、著者は博士（理学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。