

A Geographical Study on the Variety Renewal Process of Fruit Production Areas in Japan and Brazil

著者	HATA Tsukasa
著者別名	羽田 司
発行年	2018
その他のタイトル	日伯果樹生産地域における品種更新プロセスに関する地理学的研究
学位授与大学	筑波大学 (University of Tsukuba)
学位授与年度	2017
報告番号	12102甲第8546号
URL	http://hdl.handle.net/2241/00152905

氏名	羽田 司		
学位の種類	博 士 (理 学)		
学位記番号	博 甲 第 8 5 4 6 号		
学位授与年月日	平成 3 0 年 3 月 2 3 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	A Geographical Study on the Variety Renewal Process of Fruit Production Areas in Japan and Brazil (日伯果樹生産地域における品種更新プロセスに関する地理学的研究)		
主査	筑波大学教授	博士 (理学)	松井圭介
副査	筑波大学教授	Ph.D.	呉羽正昭
副査	筑波大学助教	博士 (理学)	山下亜紀郎
副査	千葉大学准教授	博士 (文学)	梅田克樹

論 文 の 要 旨

農業部門におけるイノベーションの普及はこれまで、事象が社会や地域、コミュニティに普及する速度がいかなる要素に影響されて変化するのか、といった視点から研究が蓄積されてきた。その中で、普及を促進する行政や組織の役割や、イノベーションの種類による普及速度の差異が指摘され、採用者への普及速度を規定する要因としては経営規模や教育水準、年齢、社会参加の広がりなどが提示されてきた。しかしながら、特に経済活動内で生じるイノベーションに関しては、需要と供給が一致し、利益を発生させる必要性があるにも関わらず、マーケティングの観点から、イノベーションの普及を本格的に検討した研究はみられない。そこで、本論文において著者は、地域に新品種が普及する過程に関して、マーケティングの観点から検討を加えた。

本論文において著者は、研究対象地域として長野県とブラジル北東部に位置する果樹生産地域を選定し、約 25 年間におよぶ両地域における品種の更新過程を詳細に検討した。先行研究の批判的検討を通して研究課題を抽出したうえで (I 章)、両地域における果樹生産地域としての特徴を指摘し (II 章)、両地域における品種更新への対応 (III, IV 章) および品種更新プロセス (V 章) を検討した。そこで著者が明らかにした主な知見は以下の通りである。長野県の果樹生産地域ではリンゴとブドウを主幹作物としており、全国的に生産量の増加している新品種が広く普及していた。こうした新品種を採用する農家は収穫物の大半を農協に出荷する農家であり、農協の生産指導に従い品種更新を行っていた。この農家群にあっても他の農家より積極的に新品種を採用する農家が確認され、こうした農家は研究機関や種苗会社と個人的な紐帯を形成していた。一方、新品種の採用に消極的な農家や生産量が少なく希少性の高い新品種を選択して採用する農家がみられた。小売店や消費者といった顧客に直接販売を行う農家では、顧客からの要求が贈答品として嗜好される知名度の高い品種であることから、贈答用の需要の低い新品種の採用に消極的となっていた。観光農園を営む農家では、希少性の高い品種を採用することで顧客とのコミュニケーションを喚起していた。

他方、ブラジル北東部の果樹生産地域はブドウとマンゴーを主幹作物としており、ブラジル国内最大のブドウとマンゴーの輸出地域であった。この地域では世界金融危機の発生を契機とする輸出果実の価格低迷から、ブドウにおいて外国で開発された品種が、輸出を行う農家を中心に普及していた。なかで

も積極的な新品種の採用を行っていたのが個人的に果実を輸出する農家であった。こうした農家は外国への農業視察を通じて新品種の情報収集し、試験栽培を自農園の圃場の一部で実施した上で正式に採用していた。これに遅れて外国の品種を採用したのが輸出を行う出荷組合に加入する農家や輸出を他の農家に委託する農家であった。一方、出荷が国内流通のみの農家では新品種の普及が緩慢であった。また、輸出を行う出荷組合に加入する農家でも、組合の規模が大きく、組合の方針転換への合意形成が困難な組合に加入する農家では新品種の採用がみられなかった。世界金融危機の発生時における価格の下落が小幅であったマンゴーでは、農家の経営転換に対する意識の発現を抑制したため新品種への品種更新が行われていなかった。

本研究において著者は、このように果樹生産地域における新品種の普及は、主体的に新品種の情報収集する農家より開始されること、またこうした農家は消費や流通側の変化により経営転換に迫られることで品種更新に至っていたことを明らかにした。特に個販を実施している農家では、採用品種の変更の自由度が高いため早期の品種更新が可能であったこと、続いてそれに遅れる形で、出荷形態が共販の農家で品種更新が実施され、地域的に新品種が普及していたことが指摘された。また、贈答用果実を個人的に販売する農家では新品種の採用に消極的であり、観光農園では希少性の高い新品種の採用に積極的であることが明らかとなった。以上のことから、各農家は各々が採用する出荷形態において利益を最大限に獲得できるよう採用品種を選択しており、農家のマーケティング戦略の差異が新品種の普及速度に影響することが解明された。

審 査 の 要 旨

農業部門におけるイノベーションの普及は、社会、経済、地域の発展に大いに貢献してきたことから、複数の関連諸分野が研究を蓄積してきた。しかしながら、マーケティングの観点からイノベーションの普及を本格的に論じた研究は地理学のみならず、隣接諸分野においてもみられない。

これに対し、本論文で著者はマーケティングの多様な展開を想定し、農家の経営規模や流通構造が異なる長野県とブラジル北東部の果樹生産地域を研究対象地域とし、詳細なフィールドワークを実施した。その結果、性格の異なる果樹生産地域であっても農家は採用する出荷形態に即して品種の採否を決定しており、マーケティング戦略の中で品種更新を実施していることが明らかになった。こうした指摘とともに、マーケティングの構成要素である出荷形態より採用者である農家を類型化し、マーケティングの観点からイノベーションの普及速度を分類したことは、先行研究に対するオリジナリティとして高く評価される。

また、本論文では、農産物流通が国内市場中心の日本とは対極的とも言える、農産物を積極的に輸出しているブラジルの果樹生産地域を事例として取り上げている。こうしたブラジルの果樹生産地域の事例では、世界金融危機を契機とする輸出用農産物の価格が下落し、産地の存続が危惧された際に新品種の採用により対応したことが示されており、日本の農産物流通がグローバル展開する上での重要な知見を与えている。以上の点から、本論文はグローバル化する農産物流通下における農産物生産地域の存続に果たす新品種の普及の可能性を示唆するとともに、農業地理学や流通地理学の進展に寄与する重要な研究として位置づけられ、博士論文として十分な価値があることが認められる。

平成 30 年 2 月 2 日、学位論文審査委員会において、審査委員全員出席のもと論文の審査及び最終試験を行い、本論文について著者に説明を求め、関連事項について質疑応答を行った。その結果、審査委員全員によって合格と判定された。

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して認める。