

論文審査の結果の要旨

申請者氏名 飯坂 正弘

農林水産省の推定によれば、わが国には農産物の共同直販施設（以下直売所と略す）は、1万2千カ所あるといわれ、その市場規模は年間2千億円近くに達するといわれている。野市や朝市など生産者の直売活動自体は古くからみられる活動であるが、1970年代に起こった産直運動を契機に、市町村や農協の地産地消運動の後押しなどもあって、現在のような直売所活動が全国各地で盛んになっている。直売所が国内流通に占める割合は全国規模で見ればまだ少ないものの、地域レベルで見れば2割を超えているところもあり、いまや重要な農産物の流通チャネルになっている地域もある。

本論文は、農産物マーケティング論の静的情報、動的情報の概念をもとに、直売所に集積する静的および動的情報の有効活用による新たな展開方向を、豊富な全国の実態調査をもとに実証的に解明した研究の成果である。

第1章では、まず直売所に関する国内外の既存研究の検討が行われ、直売所の機能として所得確保機能、自給農産物補完機能、生きがい創出機能、情報の交換・創出機能、生涯学習機能、地域社会連帯強化機能、等が指摘されているが、このうち情報の交換・創出機能が直売所の発展と役割における中心的機能である点を明らかにしている。

第2章では、直売所の全国的な動向に関する統計分析が行われ、季節別・曜日別・利用時間別の課題を整理している。生産者が直売所に農産物を出荷する魅力は自由度の高さと創意工夫の範囲の大きさにあるが、直売所の運営からみると、季節別には品揃えの偏り、特に冬の品揃えに課題があるが、加工食品を購入する利用客の割合が高いため客単価はむしろ上がること、曜日別には日曜日が他の曜日に比べて統計的に有意に客単価が高いこと、利用時間帯別には午後の生鮮品の品揃えの充実が売上向上の鍵になること、などが明らかにされている。また、共通する問題としては、何時、どのような農産物が売れるのか把握できていない点を指摘している。

第3章では、POSシステム（バーコードにより生産から出荷、在庫から販売に至るまでを一貫して管理するシステム、以下POSと略す）が直売所でも導入のメリットがあるかどうか、またPOSで得られたデータが直売所のマーケティング戦略構築に有効であるかが検討されている。静的情報とは紙やパソコンなどに記録された固定的な情報のことであるが、POS情報はまさにこの静的情報の代表をなすものである。

広島県世羅町の直売所におけるPOSシステム導入の実験結果によれば、POSは月2万円以

下のリース料金で導入可能であり、伝票で2時間以上かかっていた作業が10分程度で終了するなど、コスト的にも時間的にも中小規模の直売所においても導入メリットがあること、POSデータ（販売情報）の生産者への迅速なフィードバックにより品揃えが改善され、直売所の売り上げ増をもたらしたこと、さらにPOSデータの分析によって加工食品の売上増の可能性が判明し、新たな加工施設の導入と活用を通じた大幅な出荷者の売上増に成功したこと、などが詳細なデータを使って分析され、販売に関する静的情報をもたらすPOS導入は、直売所の販売戦略の構築の上でも必要不可欠であると指摘している。

第4章では、直売所の動的情報の活用が、どのように生産者の生産・販売活動に効果をもたらす直売所の売上増につながるのかが、豊富な実態調査にもとづいて検討されている。なお、ここで動的情報とは、利用客と出荷者あるいは出荷者同士の対話や、直売所の店頭観察などによって得られた固定的な情報に変換される前の情報である。

まず動的情報の交換・創出機能を評価する出荷者とそうでない出荷者を比較して、両者には年間売上高に2倍以上の統計的有意差がみられること、また、利用客に対する調査でも、動的情報を評価する利用客は、単に安くて新鮮な農産物を入手する場以上に評価する傾向があり、農産物ならびに加工品に対する評価も高いことを明らかにしている。

第5章では、POSデータを自ら分析して農産物の作付け・出荷計画や加工食品への取り組みに積極的に活かしている静的情報の活用事例と、店頭で交わされる売り子と利用客の対話から、有機無農薬農産物栽培という新たな取り組みが始まり、ついには県全体を巻き込む流通システムの構築にまで展開させた動的情報の活用事例を検討し、静的情報と動的情報のスパイラル的活用が直売所の経営発展に大きな効果をもたらす点を確認している。

以上、本論文は、全国に展開する農産物直売所の情報の交換・創出機能に着目し、その静的・動的情報の活用が直売所の経営にもたらす効果を包括的・体系的に解明したものであり、学術上、応用上貢献するところが少なくない。よって審査委員一同は本論文が博士（農学）の学位論文として価値あるものと認めた。