



# 農村の特産品開発における地域固有性の獲得

國吉, 賢吾

---

(Degree)

博士 (農学)

(Date of Degree)

2019-03-25

(Date of Publication)

2020-03-01

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲第7523号

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1007523>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。





第2章では、地域固有の特産品開発において、地域の主体が農産物に対して、どのような固有性に関する解釈の下に開発されていくのかを、2つのケーススタディを通して分析した。分析の結果、地域の主体は地域固有の農産物開発を行う際には、歴史性、郷土性、限定性、親近性という4つの要素を農産物の固有性として解釈していることが明らかとなった。歴史性とは歴史的な史実を想起させる、または古い時代から継承されてきた性質である。郷土性は地域の原風景として想起させる性質である。限定性は他の地域にはない性質であり、親近性は地域の人々に親しまれる性質である。これらの要素に関する解釈を時系列でみると、歴史性を獲得する第1フェーズ「歴史との紐づけ」、限定性を獲得する第2フェーズ「他との差別化」、親近性や郷土性といった様々な性質を獲得する第3フェーズ「性質の多様化」という3つの段階を経て、資源が地域固有の資源として解釈され、開発されていくことが明らかとなり、特産品開発における固有性の獲得プロセスを仮説的に提示した。

第3章では、前章で提示した固有性の獲得プロセスについての追試的ケーススタディ（事実の追試）を実施した。その結果、本章で事例として取り上げた、奈良県川西町における事例においても、歴史への紐づけ、他との差別化、性質の多様化という3つの過程を経て、開発を進められていることが明らかとなり、固有性が獲得されるというアプローチの妥当性が高まった。

第4章では、固有性獲得プロセスとして提示したモデルにおける主体間の関係性に着目し、プロセスの各段階において関係する各主体がどのような機能を持ち、その機能を推移させていくのかを明らかにするとともに、そうした主体間の関係構築を促す要点について考察した。その結果、第1フェーズにおいては、活動全体を主導する主体、資源と地域との関係に関して情報を提供する主体、資源を管理または提供する主体の三者によって、資源の歴史性が獲得されていた。第2フェーズでは、組織的に資源を生産する組織的生産主体、それらを流通する流通主体、政策的な関与を行う政策的関与主体、専門的な支援を行う専門的支援主体の四者が新たに加わり、資源の限定性が獲得されていた。第3フェーズでは、様々な商品を開発する商品開発主体、地域内での消費を支援する消費支援主体が新たに加わり、親近性や郷土性といった性質が獲得されていた。また、開発過程で構築される主体間で、各主体がもつ機能が移転されることも明らかとなった。

第5章では2章、3章で明らかにした固有性獲得プロセスにおいて解釈されてきた固有性の要素が消費者にどのように評価されているのかについて、一般農産物を対象にして、実証的な分析を行った。一般消費者による要素毎の地域らしさを想起する程度につ

いて、質問票調査を通して定量的な分析を行っている。結果として、固有性獲得プロセスにおいて獲得された固有性の要素に対して消費者は、親近性・限定性・歴史性・郷土性の順に、地域らしさとして強く捉えていることが明らかとなった。つまり、固有性の獲得プロセスにおける特に後半のフェーズで獲得される要素をもつ農産物は、消費者によって、より地域らしさをもつ、地域固有の農産物として捉えられていることが判明した。結果として、固有性獲得プロセスにおける最初の段階にとどまらず、段階を前に進めていくことで、消費者によって、より地域固有の農産物として評価される農産物開発が進められるということが明らかとなった。

終章では、第1～5章の結果をとりまとめ、統合的な考察を行った。まとめとしては、地域固有の特産品開発を行う際、開発者によって固有性として解釈される過程と、その過程における主体間の関係を統合し、提示している。

最後に、地域資源を利用した商品開発に際し、地域の主体がもつべき留意点として、主観的に認知される固有性については地域の多様な主体が関わり合うことで生み出されていること、資源を一部に確保しておくのではなく、一定の範囲において提供すること、品種などの客観的な相違だけに捉われず、主観的な認知による固有性を開発していくという視点が有用であることなどを提示した。

以上のように、本研究は地域固有性に改めて着目し、その概念を再定義すると共に、農産物開発において、資源と地域との関係性が開発する主体によって解釈されることで、資源の固有性が獲得されていくことを明らかにした。

氏名	國吉賢吾		
論文題目	農村の特産品開発における地域固有性の獲得		
審査委員	区分	職名	氏名
	主査	准教授	中塚 雅也
	副査	教授	小野 雅之
	副査	教授	金子 治平
	副査		
	副査		

要 旨

我が国では、農山村から都市への人口流出が継続している。農山村地域における人口は減少し続け、農地を始めとした地域資源の荒廃は大きく進行している。こうした中で、地域住民が地域の資源を利用しながら主体的な発展を目指す、いわゆる内発的発展が注目されてきた。また、グローバリゼーションの進行によって、その逆方向ともいえる地域性を重視した取り組みが活発に行われている。

地域を支える産業としての農業の重要性は変わりなく、地域特産の農産物、加工品の開発やその販売は大きな地域課題であり、これまでも様々な取り組みが行われてきた。しかしながら、地域独自の商品の開発は容易でなく、どのような地域資源をもとに、どのように差別化戦略を立てるのが、課題であり続けている。また、商品開発によるビジネス創出は、我が国の農山村地域の抱える共通課題ではあるが、そのまま差別化可能な固有性の高い資源を有する地域は稀であり、各地のニーズに応えるには、これまでと異なるアプローチが必要とされている。

そこで、本研究は、地域固有性という概念に改めて着目することにより、農村地域資源を活用した商品開発について新たなアプローチを示すことを目的とするとともに、そのことを通して農産物の地域固有性を開発・利用し、農山村の持続可能な発展に導くことを目指している。

具体的には、大きく2つの研究目的が設定されている。1つ目は、地域固有の農産物開発において、開発に関係する主体のもつ農産物に対する固有性の解釈のプロセスを明らかにすることである。2つ目は、こうした農産物開発の過程において、関係する主体がどのように加わり、またそれぞれの主体がどのような機能を持ち、開発過程が展開されてきたのかを明らかにすることである。分析の対象としているのは、近年、新たに開発された農産特産品開発の事例である。これらは多様な主体が、地域資源の掘り起こしを行い、その連携により地域固有とみなされる地域資源の商品化に成功した事例であり、これらを詳細に分析することで、関係する主体の行動や解釈がより詳細に明らかにできることから取り上げられている。

本論は、序章、第1章～第5章、終章からなる。序章では、上記のような本研究の背景や目的、具体的な研究課題、研究の方法などが述べられている。第1章では、資源と固有性の関係性、研究の動向についてまとめる。さらに、具体的に、在来種や郷土種など、農産物の地域性を巡る言説を整理し、近年重視される地域との関係性についてまとめている。また、これまでの地域固有の資源開発の取り組みについて整理し、地域固有の農産物開発に関する基礎的な考察を行っている。

第2章及び第3章では、3つの市町村における地域固有の特産品開発の事例を通して、資源が地域固有の農産物特産品として開発されていく過程を、詳細なプロセス分析から明らかにしている。

第2章では、地域の主体が、ある地域資源に対してどのような要素を付加させながら、地域の固有の特産品として開発されていくのかを、2つのケーススタディを通して分析している。分析の結果、地域固有の農産物開発を行う際には、地域の主体が、歴史性、郷土性、限定性、親近性という4つの要素を農産物の固有性として解釈することを明らかにした。なお、歴史性とは歴史的な史実を想起させる、ま

氏名	國吉賢吾
<p>たは古くから継承されてきた性質である。郷土性は地域の原風景を想起させる性質である。限定性は他の地域にはない性質であり、親近性は地域の人々に親しまれる性質である。これらの要素を時系列でみると、歴史性を獲得する第1フェーズ「歴史への紐づけ」、限定性を獲得する第2フェーズ「他との差別化」、親近性や郷土性といった様々な性質を獲得する第3フェーズ「性質の多様化」という3つの段階を経ることなど、ある地域資源が、地域固有の資源として解釈されるという、特産品開発における固有性獲得プロセスを提示している。</p> <p>第3章は、前章で提示した地域固有性獲得プロセスについての追試的なケーススタディである。事例としているのは、奈良県川西町における特産農産物の開発である。分析の結果、当事例においても、歴史への紐づけ、他との差別化、性質の多様化という3つの過程を経て、開発が進められていることが明らかにされることにより、地域固有性が獲得されるというアプローチの妥当性を高めている。</p> <p>第4章では、固有性獲得プロセスとして提示したモデルにおける主体間の関係性に着目し、プロセスの各段階において関係する各主体がどのような機能を持ち、その機能を推移していくのかを明らかにするとともに、そうした主体間の関係構築を促す要点について考察している。その結果、第1フェーズにおいては、活動全体を主導する主体、資源と地域との関係性について情報提供する主体、資源を管理または提供する主体の3者によって、資源の歴史性が獲得される。第2フェーズでは、組織的に資源を生産する組織的生産主体、それらを流通する流通主体、政策的な関与を行う政策的関与主体、専門的な支援を行う専門的支援主体の4者が新たに加わり、資源の限定性が獲得される。第3フェーズでは、様々な商品を開発する商品開発主体、地域内での消費を支援する消費主体が新たに加わり、親近性や郷土性といった性質が獲得される、ということを明らかにした。また、開発過程で構築される主体間で、主体がもつ機能が移転されることも解明されている。</p> <p>第5章では、第2章、第3章で明らかにした地域固有性を構成する要素が、消費者にどのように評価されているのかについて実証的な分析を行っている。一般消費者に対する質問票調査を通して、要素毎の地域らしさを想起する程度を分析した結果、消費者は、親近性、限定性、歴史性、郷土性の順に、農産物に対して、地域らしさを強く想起することを明らかにしている。つまり、固有性の獲得プロセスにおいては、特に後半のフェーズで獲得される要素をもつ農産物は、消費者によって、より地域らしさをもつ、地域固有の農産物として捉えられていることを明らかにしている。このことから、固有性獲得プロセスにおける最初のフェーズにとどまらず、次に進めてゆくことで、消費者が強く地域固有の農産物と評価する農産物開発が可能となることを考察している。</p> <p>終章では、第1～5章の結果をとりまとめ、統合的な考察を行っている。まとめとしては、地域固有の特産品開発において、地域固有性を高めながら開発が進められるプロセスと、そこでの主体間の関係が統合され、提示されている。</p> <p>また、最後に、地域資源を利用した商品開発に際し、地域の主体が留意すべき点として、主観的に認知される固有性については地域の多様な主体が関わり合うことで生み出されていること、資源を一部に確保しておくのではなく一定の広がりを持った範囲において提供すること、品種などの客観的な相違だけに捉われず、主観的な認知の視点を開発プロセスに取り入れること、などを提言している。</p> <p>このように、本研究は、地域固有性の概念を再定義し、特産品開発において、資源と地域との関係性が開発する主体によって解釈されることで、資源の固有性が獲得されるというプロセスを表出させ、特産品開発における地域固有性獲得アプローチを提示した研究であり、特産品開発を通じた農業農村の持続的な発展について、重要な知見を得たものとして価値ある集積であると認める。よって、学位申請者の國吉賢吾は、博士（農学）の学位を得る資格があると認める。</p>	