HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	倫理的消費の拡大と専門流通事業体の変容 ： 日本型キャンペイナー創出の可能性［論文内容及び審査の要旨］
Author(s)	山本, 謙治
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(農学)
Dissertation Number	甲第13922号
Issue Date	2020-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/77862
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	doctoral thesis
File Information	Kenji_yamamoto_review.pdf, 審査の要旨

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

学 位 論 文 審 査 の 要 旨

博士の専攻分野の名称：博士（農学）　　氏名　山 本　謙 治

審査担当者　主 査　特任教授　坂 下 明 彦
副 査　教 授　近 藤　巧
副 査　准教授　朴　紅
副 査　准教授　小 林 国 之

学 位 論 文 題 名

倫理的消費の拡大と専門流通事業体の変容
――日本型キャンペイナー創出の可能性――

本論文は序章、終章を加え 6 章からなり、図 16、表 9、文献 88 を含む、総頁数 83 の和文論文である。別に 1 編の参考論文が添えられている。

本論は、倫理的農産物市場が拡大し、有機農産物等の流通システムが変容する日本の状況を整理したうえで、倫理的問題の告発を行う主体としてのキャンペイナーの出現が倫理的消費を推進する可能性があることをイギリスの経験を踏まえて論じたものである。

序章「問題意識と課題」では、日本のフードサプライチェーンにおける買い手パワーの増大と、小売事業間の競争原理が強く働き、生産者・メーカーサイドの価格交渉力が低下している現状を述べている。そのうえで、この状況を改善するために倫理的消費を社会に浸透させ、倫理的消費者が増加することで、流通における公平性を担保できる可能性があることを提起している。

第 1 章「倫理的消費とは何か」では、倫理的消費に関する欧米と日本の既存研究を踏まえ、以下の規定を行っている。倫理的消費とは、人・環境・動物に対し倫理的な配慮を行った商品・サービスを購買し、また倫理的問題を内包するそれを不買することである。また、フードサプライチェーンにおいては、企業間調達において倫理的問題に配慮した調達を行うことである。

こうした倫理的調達は企業の CSR・CSV そして SDGs への対応として拡大し、倫理的消費市場が形成されている。エシカルウォッシュ問題も現れているが、適切な CSR・CSV 活動を行う企業や既存の専門流通事業体が活動を継続できる環境の創出が重要であることを指摘している。

第 2 章「倫理的消費の担い手としての専門流通事業体の変容」では、日本の倫理的消費市場の創出と拡大を担ってきた専門流通事業体の活動を、有機農業運動との関連で整理している。有機農産物の流通拡大が、倫理的消費と密接に関連してきたからである。

1970 年代には有機農業運動が開始され、市民運動としての産消提携が伸張するが、女性の社会進出や共働き家庭の増加等の社会的要因により、共同購入方式が縮小し、かわりに戸別宅配方式が導入される。そこで、より利便性の高い流通システムを採用する専門流通事業体に対する顧客が増加し、事業規模が拡大した。一方、1990 年代になると一般流通企業が有機農産物の流通に参入し、2000 年代には有機 JAS 制度の確立によって有機農産物の市場化・オープン化が進展を示す。これにより、専門流通事業体の事業量が縮小される状況にあることが示されている。

第 3 章「専門流通事業体のケーススタディ」では、一般流通企業との競争が激化する中での専門流通事業体の動向を実態調査で明らかにしている。対象は、専門流通事業体の草分け的存在である「大地を守る会」である。2000 年以降、会員数や売上が減少を示し、2017 年に「オイシックス」に経営統合されている。生産者との価格設定は、再生産保障価格から市場価格を反映したものに変化しつつあることを示している。

第 4 章「イギリスにおける倫理的消費の制度化とキャンペイナーの役割」では、イギリスを事例として倫理的消費が社会に根付く仕組みをキャンペイナーの機能に着目して分析をおこなっている。イギリスは欧米諸国の中でも、アニマルウェルフェアやフェアトレード、環境に配慮した

グリーン購入等の動きが比較的早く定着した国であり、倫理的消費の市場は拡大し、買い手企業も取引における倫理的取り組みに配慮している。

また、倫理的な諸問題はキャンペーン活動によって一般に周知されており、キャンペイナーがその主体である。彼等は全国に様々な規模・形態で存在し、倫理的問題を発見し、ストーリーを作成し、それを消費者やメディア、公共セクターに発信する。この活動により、当該商品などに対する社会的評価と不買運動が行われ、企業や社会全体での問題解消の動きが促進される。その最大組織である SUSTAIN を対象に具体的なキャンペーンのシステムや成果を明らかにしている。

終章では、以上を踏まえて、イギリスにおけるキャンペイナーの役割を日本で実現するための課題を考察している。また、日本における倫理的消費市場において専門流通事業体が果たしている役割について再評価を行い、支援が必要であることを指摘している。イギリスにおけるキャンペイナーと同様に、日本型キャンペイナーの存在により、専門流通事業体経営の危機を改善し、倫理的消費が拡大する可能性を見いだしている。

倫理的消費が SDGS の一環として政策課題になる中で、1980 年代以降の専門流通事業体の社会的機能に注目し、そのキャンペイナーとしての成長のための支援が必要であることをイギリスの経験によって明らかにした点は、一つの問題提起として意義のあることである。

よって、審査員一同は、山本謙治が博士（農学）の学位を受けるのに十分な資格を有するものと認めた。