

第 1992 回定例研究会報告要旨（9 月 20 日）

トレーサビリティにおける情報の 非対称性問題

高橋 克也

トレーサビリティでは、危害要因を迅速に特定する情報が重要な鍵となるが、「誰が」「どの情報を」「どこまで」といった情報開示についての責任主体、およびその内容や範囲といった、情報開示の一般的なルールが解決されていないままとなっている。まさに情報開示の標準化に関わる問題であり、これらトレーサビリティ導入における一つの障害となっている。本報告ではこのような問題意識から、トレーサビリティの前提となるフードチェーン各主体が必要とする情報とその情報開示について、具体的にそれらの情報項目を明らかにする。

農産物に付随する情報は産地名や品種名などの生産履歴情報をはじめとして、輸送や保管（保冷）といった流通・所在履歴情報、あるいは加工履歴情報などの各種情報が各段階で追加され、フードチェーン川下ほどストックとしての情報量は大きくなるとみられる。しかし、実際には商品に付随する情報は各段階で分断され、そのまま伝わらないことから、川下で受け取り可能な情報量は逆に小さくなっている状態と考えられる。このため、各主体に必要な情報量と受け取り可能な情報量には情報格差、いわば情報ギャップが発生しているとみられる。ここでは、新たに情報ギャップをフードチェーン主体間での情報量格差による情報の非対称性によるものと捉え、その水準を把握することによって、川下ほど情報ギャップが拡大するというフードチェーンの情報伝達構造の特徴を明らかにする。

分析対象とするデータは、2004 年 6 月に農林水産省が実施した農林水産情報交流ネットワーク事業全国アンケート調査「野菜の生産流通情報に関する意識・意向調査」を用いる。分析対象は同事業のモニターのうち、野菜の

生産と流通に関わる関係者に限定し、生産者 602 人、卸売業者 53 社、小売業者 102 社、消費者 911 名の合計 1,668 名を対象とした。

はじめに、野菜の取引・購入時におけるフードチェーンの各主体が必要な情報については、消費者は購入時において出荷日や安全性の認証などの品質に関わる情報を重視しているのに対し、小売・卸売業者では規格（等階級）や内容量などの流通上の規格情報を重視している傾向がみられる。一方、各主体が開示できる情報については、出荷日や生産者名での生産者の開示意欲が高い反面、小売業者では開示が難しいといった結果が示されている。

次に、情報項目別にみた情報ニーズと開示対応から、フードチェーン主体間および主体内の情報ギャップの状況をノンパラメトリック検定により検証した。その結果、情報項目別にみた主体間の情報ギャップは、生産者・卸売業者間で必要と開示が一致していない情報項目は少なく、良好な情報伝達状況にあることが示された。一方、小売業者・消費者間では、ほとんどの項目で必要と開示の不一致が確認され両者の情報ギャップは大きく、フードチェーンの川下ほど情報ギャップが拡大するという先の仮説を裏付けるものであった。同時に、主体内での情報の受発信格差による情報ギャップについて、流通段階では卸売業者内部よりも小売業者内部の情報ギャップが大きいという結果であった。このような状態では、仮に情報を受け取ったとしても川下に対し発信（開示）できる情報は、受け取り量以下になる可能性があることを示唆している。

この点では、フードチェーンにおける情報の減少を防ぐためには、主体間および主体内の情報ギャップの解消が重要なポイントとなる。そのためには、開示項目のすりあわせや調整など主体間の連携による情報開示のルールについて検討する必要があるとともに、卸売業者など流通段階での取引・流通情報の情報管理体制の確立が主体内の情報ギャップを埋める有効な手段になると考えられる。