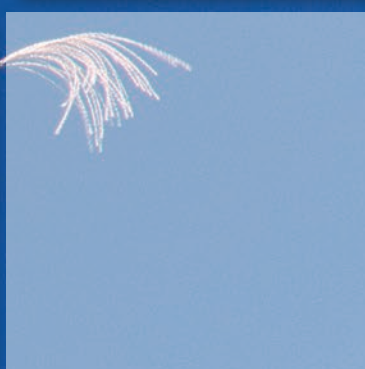


Primaff Review



● 巻頭言

東京オリンピック・パラリンピックを通して日本の食について思うこと

● 研究成果

地理的表示登録の効果と今後の課題
—登録産品の産地に対するアンケート調査結果から—

中国の電子商取引（E-commerce）市場における日本産食品の
購入に関する調査：購入経験者の特徴に注目して

● 世界の農業・農政

オーストラリア農業へのコロナ禍の影響と対応

No.104

令和3年11月

農林水産政策研究所

CONTENTS

●巻頭言	
東京オリンピック・パラリンピックを通して日本の食について思うこと	
東京農業大学 名誉教授 高野 克己	1
●研究成果	
地理的表示登録の効果と今後の課題 —登録産品の産地に対するアンケート調査結果から—	
食料領域 上席主任研究官 内藤 恵久	2
中国の電子商取引（E-commerce）市場における日本産食品の購入に関する調査：購入経験者の特徴に注目して	
国際領域 主任研究官 伊藤 紀子	4
●世界の農業・農政	
オーストラリア農業へのコロナ禍の影響と対応	
国際領域 上席主任研究官 玉井 哲也	6
●連携研究スキームによる研究	
認知症と共によりよく生きる：認知症ケアの社会資源としての農園の可能性	
東京都健康長寿医療センター研究所 研究員 宇良 千秋	8
●ブックレビュー	
『農福一体のソーシャルファーム～埼玉福興の取り組みから～』 新井利昌著	
農林水産政策研究所 コンサルティングフェロー 朝倉勇一郎	10
●研究成果報告会開催報告	
「道府県農業大学校に求められる新たな役割と機能」 —多様化するニーズへの対応と課題—	
農業・農村領域 研究員 曲木 若葉	11
●学会賞受賞の紹介	12
●最近の刊行物	12

東京オリンピック・パラリンピックを通して 日本の食について思うこと

東京農業大学 名誉教授 高野 克己

東京オリンピック・パラリンピック2020、コロナ禍で開催が1年順延されたが全日程を終え無事に閉会した。新型コロナウイルスの第5波感染拡大期と重なり、開催や運営が危ぶまれたが、選手や大会関係者に感染者が見られたものの開催による直接的な感染拡大の影響は無かったようだ。私が所属している東京農業大学のことで恐縮だが、世田谷キャンパスは馬術競技会場の馬事公苑に隣接している。コロナ禍でなければ、本キャンパスが国内外の馬術ファンの交流の場となり、東京農業大学の最新キャンパスを国内外に披露することが出来たのだが・・・。

無観客で残念ではあったが世界からアスリートが集まり、躍動と熱戦、交流が繰り広げられ、日本の選手はオリンピックでは金27、銀14、銅17、総計58個のメダルを、パラリンピックでは金13、銀15、銅23、総計51個のメダルを獲得した。前者では史上最多、後者では史上2番目である。会場で国内外の選手が活躍する姿に声援を送りたいと思った多くの人が、TVの前で日本選手の活躍に一喜一憂した。

さて、選手達が最高のパフォーマンスを発揮するためには食事が重要だ。選手村のメインダイニングは日本、西洋、アジア料理など地域別のほか、ベジタリアン向け、グルテンフリー、ハラルなど、あらゆる食文化に対応し700種類のメニューと1日4万5000食が提供された。また、カジュアルダイニングではおにぎりや麺類、鉄板焼きなど日本で日常的に食される食事を中心に提供された。食サービスについては各国の選手に好評を得、SNSでは選手村の餃子が世界一美味しい餃子と評価され、それが冷凍餃子であったことは日本の食品づくりのレベルの高さを示したもので誇らしい。コロナ禍のためオリンピック、パラリンピックの観戦に来ることの出来なかった多くの海外の方々に、改めて日本の豊かな食と食文化に触れる機会が訪れることを期待している。

一方、この期間中に課題が無かった訳ではない。報道によるとスタッフのお弁当は注文量の約25%となる約13万食が、選手村の食堂では食品衛生上の点から料理が2時間毎に廃棄されていた。さらに、料理の廃棄量が確認されていなかったのが残念でなら

ない。提供方法やメニューに工夫の余地があったのかなど改善のための検証が出来なくなってしまったからだ。いろいろ理由と事情があるにせよ勿体ない話だ。いや、毎日の食事に事欠く人にとっては勿体ないですむことではない。日本では年間約700万トンの食品が



フードロスとなっている一方、フードバンクによる食品配布、子ども食堂、炊き出しなど食の支援が必要な人達が増えている。フードロスの削減が世界中の課題であることを思えば、配慮に欠けたことは確かだ。地球に大きな負荷がかかってしまっただけで、おもてなしの気持ちにも影が付きまとう。多くの資源を海外に依存し食料自給率がカロリーベースで37%の日本が率先して、食のMOTTAINAIをこの大会のレガシーにしてはどうだろう。

「安い日本」という言葉がある。賃金、物価が諸外国に比べて安いことを言っている。2020年の日本の平均賃金はOECD加盟国38か国中22位、1990年では12位であった。この間の賃金は4%しか上昇していない。同時期お隣の韓国は90%以上上昇し、21位から19位となった。物価は安いことに越したことはないし、訪日外国人にとっては日本の美味しい食事を安価で楽しむことが出来る。しかし、資源の多くを海外に頼る日本の物価が、海外より安価なことはどのように理解すればよいのか。食品であればなお更だ。生産者や企業の努力によるものもあるだろうが、その生産物が適切に評価されているのだろうか。命を育て、命を育む農業や食品産業は豊かな社会を支える基盤であり、これらの健全な活動なしに豊かな社会とその活動はあり得ない。日本の食が、食文化と同様に高い経済評価を得ることを願っている。食は生き物の命が無ければ成り立たない。他店に比べ食を安価に提供するビジネスモデルは持続可能なのだろうか。

地理的表示登録の効果と今後の課題 —登録産品の産地に対するアンケート調査結果から—

食料領域 上席主任研究官 内藤 恵久

1. はじめに

地理的表示（以下「GI」）とは、神戸牛、夕張メロンなど地域の特色ある産品を示す名称です。日本ではGIを登録し保護する仕組みが2015年に創設され、これまで100を超える産品の名称が登録されています。このGIについては、産品の付加価値向上や農山漁村の活性化に効果を上げることが期待されており、「食料・農業・農村基本計画」等においても、その積極的な活用方向が示されています。一方で、生産者等関係者からは、GI制度やGIマークに対する一般的な認知度が低く、必ずしも十分な効果をしていないとの声も聞かれるところです。このような中で、GI制度をより効果的に活用していくためには、登録の効果や効果を上げるため行われている取組とともに、産地が認識している課題等を把握して、今後の展開に生かしていくことが重要と考えられます。

このため、農林水産政策研究所では、2019年9月末時点で登録されていた全ての登録産品（86産品）を対象にアンケート調査を行い、75産品の78の生産者団体から御回答をいただき、その内容の分析を行いました⁽¹⁾。

2. 登録時の困難事項とその対応

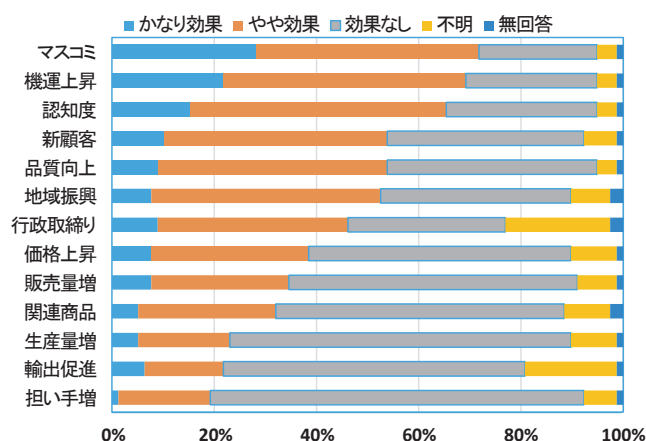
まず、アンケート調査では、登録時に困難だった事項とその解決方法について確認しました。登録に当たって対応が困難と感じた点としては、申請文書の作成や申請から登録までの手続きが非常に多く（92.3%）、次いで、基準遵守業務の実施体制の整備（47.4%）、登録する産品の特性についての意見相違（41.0%）となりました。

この登録時の困難を克服するため役立ったこととしては、関係者間の協議が最も多く（79.5%）、次いで、都道府県・市町村からのアドバイス（46.2%）や、（一社）食品需給研究センターに設置されているGIサポートデスクのアドバイス（35.9%）が多くあげられました。今後、登録を円滑に進めていくためには、生産者など関係者間での十分な協議を促進することが重要なのはもちろんですが、申請手続事務や品質管理体制の確立など、産地が困難と考えている事項に関し丁寧にサポートしていくことが必要であり、自治体等による支援体制の整備が重要であると考えられます。

3. 登録の効果と登録後の産地の取組の影響

登録の効果については、効果が感じられた割合が

比較的高いのは、マスコミに取り上げられること（かなり効果、やや効果を合わせて71.8%）で、次いで、生産者の機運上昇（同69.2%）、認知度の向上（同65.4%）、新たな顧客の獲得（同53.8%）、品質向上（同53.8%）等となっています（第1図）。一方、価格上昇の効果が感じられた割合は、38.5%にとどまりました。なお、品質向上、マスコミに取り上げられることなどについては、登録前に期待していた割合に近い割合で効果が感じられていたものの、担い手の増加や生産量の増加については、事前に期待していた割合と効果が感じられた割合の落差が大きくなっていました。



第1図 登録の効果

注. 「マスコミ」は「テレビ、新聞等に取り上げられること」を、「機運上昇」は「生産者の機運が高まること」を、「認知度」は「認知度の向上」を、「関連商品」は「加工品など関連商品の開発」を指します。

産地による品質管理強化の取組と価格上昇の関係については、品質基準・品質管理体制双方を強化した産地では69.2%で価格上昇が感じられている一方、品質基準・品質管理体制のいずれかを強化した場合では33.3%、いずれも変更しなかった産地では40.0%の産地しか価格上昇が感じられておらず、品質管理を基準・体制両面で強化した産地で、価格上昇効果が感じられている傾向が見られました（第1表）。

第1表 品質管理と価格上昇の関係

	(件数)	効果あり	効果なし
基準、体制双方強化	(13件)	69.2%	30.8%
基準、体制いずれか強化	(27件)	33.3%	66.7%
変更なし	(30件)	40.0%	60.0%
合計	(70件)	42.9%	57.1%

また、品質管理に加えて、PRの実施や生産額規模と価格や販売量などの経済的な効果との関係についてロジスティック回帰分析をしたところ、品質基準・品質管理体制双方を強化した場合に価格上昇が見られたほか、PRの取組に関し、流通業者への説明を行っている場合に販売量増加が、テレビ・新聞・雑誌での広告、流通業者への説明、SNSによるPRを行っている場合に新たな顧客獲得が強く感じられていました。また、生産額規模が小さいほど、GI登録による販売量増加や新たな顧客獲得が強く感じられていました（第2表）。

このような結果から、GI登録を契機に品質管理やPR活動に積極的に取り組んでいる団体ほど、経済的な効果を得られていることがうかがえます。特に、新たな顧客の獲得については、SNSといったダイレクトなPR手法も効果につながっていると考えられます。

4. GI活用上の課題と対応

GI制度活用上の課題について、最も認識されているのは、制度に対する消費者の認知度の向上で（92.3%）、次いで制度に対する流通業者の認知度の向上でした（61.5%）。産品自体の認知度の向上も多くあげられましたが、GI制度及びGIマークの消費者認知度向上が一番の課題と認識されています。このほか、一定の生産を確保できる生産者数の維持や業務負担（生産行程管理業務及び報告・検査対応業務）に関する負担も、課題として多くあげられました。

国や自治体に対する意見としては、GI制度の認知度向上を求める回答が非常に多く見られました。この手法として、テレビ等を様々なメディアを通じたPRの充実、ブロックごとのフェア開催などを期待する意見が多くあげられました。また、GI制度自体の内容に関しては、認知度が十分でない中でGIマークの使用が任意化されたことに対する疑問が複数寄せられました。

5. おわりに

GI制度については、国内市場での付加価値向上だけでなく、優れた品質を持つ日本の特産品であることを示す仕組みとして、輸出促進等海外市場での付加価値向上に貢献することも期待されています。

これまで見たとおり、登録産品の価格上昇等の経済的な効果を得るためには、品質管理の強化やPR活動など、産地としての取組とともに、行政としては、GI登録までのサポートに加えて、GI登録後の産地の積極的な活動を促すような働きかけ、支援が重要と考えられます。また、産地からは、GI制度の消費者への認知度向上が最も重要な課題としてあげられており、今後、GI登録を価格上昇等の目に見える効果につなげていくため、行政として、PR活動の充実、地域ブロックごとの登録産品を対象としたイベント開催など、様々な手法で、GI制度の認知度を向上させる取組が必要と考えられます。

農林水産・食品分野での知的財産の活用等の方向を定めた「農林水産省知的財産戦略2025」においては、GI制度について、認知度向上、2029年度までの200件のGI登録、生産者団体による品質・ブランド価値の向上や販売拡大等の取組促進など、GI制度の持続的発展に向けた取組を推進することとされています。このような取組が積極的に進められ、GI制度が我が国農業・農村の活性化に大きく貢献することが期待されており、当研究所でもこれに資する研究を継続していくこととしています。

（1）本研究の詳細については、次を参照してください。

内藤 恵久・大橋 めぐみ・飯田 恭子・八木 浩平・菊島 良介（2020）「地理的表示保護制度への登録の効果及び今後の課題 ―登録産品のアンケート調査による分析―」農林水産政策研究所『需要拡大プロジェクト【高付加価値化】研究資料 第1号】：3-17

https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/200831_R02brand1_02.pdf

第2表 産地による取組や生産規模と効果との関係

	取組実施割合	価格上昇効果		販売量増効果		新顧客増効果	
		係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
品質管理							
品質基準・体制双方を強化	19.2%	1.897	0.996 +	-0.032	0.857	1.201	1.348
PR活動							
パンフレット等の作成	85.9%	0.519	1.642	0.312	1.631	-19.288	14,671.9
イベントでのPR	73.1%	0.099	1.294	-0.019	1.446	1.857	1.753
ウェブサイトによるPR	47.4%	-1.540	1.410	0.399	1.496	1.728	1.776
テレビ、新聞、雑誌での広告	42.3%	-0.763	1.270	1.843	1.380	3.542	1.643 *
流通業者への特別の説明	38.5%	0.503	1.126	2.321	1.289 +	3.265	1.463 *
特別の包装資材の作成	35.9%	-0.049	1.331	1.271	1.475	1.594	1.642
小売店での消費者への説明	33.3%	-0.564	1.392	0.910	1.503	2.584	1.579
SNSによるPR	26.9%	-1.637	1.479	0.723	1.564	3.460	1.983 +
取り組んだPR手法の数	-	0.730	1.111	-0.794	1.273	-2.243	1.468
規模（生産額対数）	-	-0.111	0.144	-0.362	0.152 *	-0.333	0.172 +
定数	-	-1.135	1.762	3.219	1.696	24.737	14,671.9

注. *は5%水準で有意なことを、+は10%水準で有意なことを示します。

中国の電子商取引（E-commerce）市場における日本産食品の購入に関する調査：購入経験者の特徴に注目して

国際領域 主任研究官 伊藤 紀子

1. はじめに

現在、我が国は食品輸出を政策的に推進しています。他方、中国では国民所得の向上を背景に、高品質で表示への信頼性の高い輸入食品の需要が増加しています。さらに、中国の電子商取引（E-commerce：以下「EC」）市場は、インターネットインフラの整備、インターネットユーザーの増加、小荷物物流システムの整備、国際的な電子商取引（越境EC：cross-border EC）制度の整備に伴い、急速に拡大しています。今後、我が国からの食品輸出を拡大するためには、最も有望な市場である中国の食品EC市場における消費者像を把握し、有効な販売戦略を検討することが必要であると考えられます。

中国の食品EC市場では、偽造品や偽装表示の問題が多く発生したため、消費者が国産の食品や国内の販売業者に対して不信・不安を持つことが指摘されています。こうした点を踏まえると、「安全・安心」や、「高品質」のような良いイメージを持たれることの多い日本産食品は、中国市場における潜在的な需要が大きいと考えられます。しかし、中国市場における日本産食品の認知度はまだ低く、高所得者や、日本を訪れたことのある限られた人が、日本産食品の主な消費者であると言われています。今後は、顧客の属性やニーズを把握した上で、EC市場の特徴を生かし、サイト上での正確な商品情報やアフターサービスを提供することによって、日本産食品の認知度を高め、潜在的な需要を喚起することが期待されます。

本研究は、2019年、中国全土のEC利用者（3,060人）に行ったWebアンケート調査結果を用いながら、日本産食品を購入したことのある消費者の特徴を明らかにします。その上で、今後の市場拡大に向けて活用可能な情報を提示します。

2. 中国EC市場における日本産食品購入経験者の調査の結果

本研究では、今後の輸出拡大が見込まれる日本産食品6品目（コメ、酒、菓子、健康食品、ベビーフード、カレー）を対象に取り上げ、それぞれの品目について、購入経験を持つ消費者の特徴を以下の手順で明らかにしました。

まず、回答者の属性・意識と、ECによる日本産食品購入経験の有無の関連に関するクロス集計結果から、主な購入経験者の特徴（女性、40代以上、北

京・天津居住者、子と同居、高支出層、高い教育水準、流行に敏感な者、日本食に対して「安全性が高い」、「味が良い」、「ステータスになる」というイメージを強く持つ者、「値段が高い」というイメージを強く持たない者、食品購入時に「高くても安全なものを購入したい」、「高くても味の良いものを購入したい」、「高くても希少なものを購入したい」という意識を強く持つ者）がある程度把握されました。

続いて、回答者の日本産食品購入経験の有無に関する回帰分析（プロビット分析）を行うことにより、クロス集計結果から得られた仮説の妥当性を検討し、以下のようなことを示しました（第1表）。

①性別：男性の方が、日本産のコメや酒の購入経験を持つ可能性が高い。

②年齢：年齢が低い人の方が、全品目の購入経験を持つ可能性が高い。

③居住地：北京・天津の居住者は、酒、健康食品、カレーの購入経験を持つ可能性が高い。上海周辺の居住者は、コメ、菓子、カレーの購入経験を持つ可能性が高い。四川・重慶居住者は、酒の購入経験を持つ可能性が高い。

④家族構成：子と同居している者は、全品目の購入経験を持つ可能性が高い。

⑤月間世帯支出：支出が極端に高いことは、全品目の購入経験を持つ可能性を高める。ただし、支出水準が購入経験の有無へもたらす影響には非連続性や品目による違いがある。

⑥教育水準：教育水準が購入経験を持つ可能性へもたらす影響は確認されない。

⑦買い物態度：流行に敏感な者ほど、全品目の購入経験を持つ可能性が高い。

⑧日本食に対して「安全性が高い」、「味が良い」、「ステータスになる」というイメージを強く持つほど、全品目の購入経験を持つ可能性が高い。

⑨日本食に対して「値段が高い」というイメージを持たないほど、全品目の購入経験を持つ可能性が高い。

⑩「高くても希少なものを購入したい」という意識を強く持つほど、全品目の購入経験を持つ可能性が高い。

以上から、若年層、子と同居している者、月間世帯支出が2万元以上の高い支出層、流行に敏感な者、日本食について「安全性が高い」、「味が良い」、「ステータスになる」というイメージを強く抱いている者、「値段が高い」というイメージを抱かない者、「高くても希少なものを購入したい」という意識を強

第1表 ECによる日本産食品購入経験の有無に関するプロビット分析

		コメ	酒	菓子	健康食品	ベビーフード	カレー
購入経験者割合		56%	59%	56%	53%	51%	50%
性別（女性＝0，男性＝1）		0.183 *	0.300 ***	−0.009	0.109	0.122	0.080
年齢		−0.047 ***	−0.064 ***	−0.056 ***	−0.048 ***	−0.058 ***	−0.058 ***
居住地 (ベース＝その他)	北京・天津	0.220	0.249 *	0.179	0.269 *	0.161	0.238 *
	上海周辺	0.298 ***	0.155	0.252 **	0.135	0.144	0.284 **
	広東	0.071	0.162	0.063	−0.046	0.177	0.080
	四川・重慶	−0.059	0.375 **	0.166	0.298	0.209	0.148
家族構成 (ベース＝その他)	単身者	−0.111	0.063	0.017	−0.015	−0.395 *	−0.105
	子と同居	0.581 ***	0.688 ***	0.416 ***	0.573 ***	0.867 ***	0.571 ***
月間世帯支出 (ベース＝4,000 元未満)	4,000元以上6,000元未満	−0.042	−0.069	0.064	−0.010	−0.068	−0.101
	6,000元以上8,000元未満	−0.404 ***	−0.235	−0.110	−0.329 **	−0.412 ***	−0.398 **
	8,000元以上1万円未満	−0.137	−0.009	0.039	−0.059	−0.294 *	−0.178
	1万元以上2万円未満	−0.080	−0.036	0.308 **	0.182	−0.111	−0.128
	2万元以上	0.737 ***	0.832 ***	0.627 **	0.531 **	0.404 *	0.520 **
教育水準（高卒以下＝0，大卒以上＝1）		0.188	0.136	−0.029	0.152	0.204	0.183
買い物態度 (ベース＝新製品に関心がない)	新製品を他者に先駆けて買う	2.374 ***	2.470 ***	1.927 ***	1.686 ***	2.178 ***	2.162 ***
	周囲が買ったら買う	2.194 ***	2.252 ***	1.804 ***	1.553 ***	1.985 ***	1.934 ***
	多くの人が買ったら買う	1.587 ***	1.615 ***	1.213 ***	1.081 ***	1.556 ***	1.565 ***
日本食イメージ	安全性が高い	0.226 ***	0.365 ***	0.219 ***	0.365 ***	0.274 ***	0.181 ***
	味が良い	0.317 ***	0.406 ***	0.410 ***	0.369 ***	0.350 ***	0.378 ***
	ステータスになる	0.342 ***	0.215 ***	0.259 ***	0.275 ***	0.276 ***	0.327 ***
	値段が高い	−0.254 ***	−0.231 ***	−0.253 ***	−0.197 ***	−0.182 ***	−0.234 ***
食品購入時の意識	高くても安全なものを購入したい	0.093	0.085	0.017	0.025	−0.047	0.015
	高くても味の良いものを購入したい	−0.129	−0.090	0.037	−0.054	−0.009	−0.035
	高くても希少なものを購入したい	0.607 ***	0.496 ***	0.579 ***	0.544 ***	0.528 ***	0.624 ***
定数項		−5.029 ***	−4.754 ***	−4.392 ***	−5.062 ***	−4.909 ***	−4.941 ***
サンプル数		3,060	3,060	3,060	3,060	3,024	3,008
−2対数尤度		3043.245	2945.397	3058.3	3121.553	3103.683	3040.333
Nagelkerke疑似決定係数		0.422	0.435	0.416	0.406	0.403	0.417
尤度比のカイ2乗検定	カイ2乗値	1156.836	1192.114	1135.445	1111.280	1087.994	1129.608
	有意確率	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

資料：調査結果より筆者ら作成。

注. ***, **, * は、それぞれ1%、5%、10%水準で有意であることを示します。

く持つ者ほど、対象の6品目全ての日本産食品の購入経験を持つ可能性が高いことが、示されました。

また、コメ、健康食品、ベビーフード、カレーの購入経験を持つ可能性は、支出水準6,000元以上8,000元未満の層では、より支出が低い層よりも小さいことなども示されました。ここから、一部の食品は多くの低支出層にも購入されたことがあることが示唆されます。例えば乳幼児を育てる世帯では、所得・支出水準に関わらず、安全性を重視して日本産ベビーフードを購入する場合がありますと考えられます。日本産食品が希少性や話題性を持つことから、試しに購入した経験を持つ人も存在するかもしれません。

3. 今後のECを通じた日本産食品の輸出の推進に向けて

本研究は、中国における食品EC市場の拡大と日本産食品への需要拡大という、二つの大きな変化の相乗効果として、高所得層を中心に形成されつつあるEC市場、日本産食品市場における消費者の特徴の一端を検討しました。調査結果から、高支出層、流行に敏感な者であるという特徴や、日本食に「ステータスになる」や「希少性」というイメージを抱き、食品そのものの機能よりも「日本産」であることを象徴するような意識へ強く同意することが、購入経験につながっているとみられます。つまり日本産食品は、依然として珍しさ（希少性）を持つ「新製品」とみなされていることが確認されました。こ

こで、中国のEC市場における日本産食品は、「ヴェブレン財」と呼ばれるような、独特の位置付けがなされていると推察されます。ヴェブレン財とは、その財の「希少性」に消費者が価値を置いているため、価格が低下して消費者が増えるほど、需要が伸びなくなるような性質を持つ財のことです。高価な日本産のコメ、酒などの購入は、支出額のとりわけ大きい富裕層による、ステータス、希少性を意識した顕示的消費として捉えられます。偽造品や偽装表示が多い、国産食品に対する信頼度が低い、価格が低いものに対する警戒心が強いという中国食品EC市場の特殊性や、「面子」を重要視する人が多く、季節の贈答品として高級品が好まれるといった中国文化が、日本産食品の消費パターンに影響していると考えられます。

本研究の分析結果を踏まえた今後の輸出促進策としては、都市部の富裕層などを中心に日本産食品の認知度向上を図ると同時に、高価格を維持しながら、ECプラットフォームにおいて商品の良いイメージ（安全性、味、ステータス・高級感、希少性など）を提供するなど、消費者のニーズに合った販売戦略をとることが有効であると考えられます。

注. 本研究の詳細については、次を参照してください。

伊藤紀子・井上荘太郎・樋口倫生・石田貴士・小林弘明・森路未央（2021）「中国の電子商取引（E-commerce）市場における日本産食品の購入に関する調査：購入経験者の特徴に注目して」『農林水産政策研究』34：41-63

<https://doi.org/10.34444/00000131>



世界の農業・農政

オーストラリア農業への コロナ禍の影響と対応

国際領域 上席主任研究官 玉井 哲也

1. はじめに：新型コロナウイルス感染症 の感染拡大（コロナ禍）による影響

オーストラリアでは2020年3月初めに新型コロナウイルスの感染拡大が本格化しました。同月末に1度目、同年8月初めに2度目の感染ピークがあり、今年7月からの第3波では多い時で1日の新規感染確認が2,500人を超え、以前のピークを上回る感染状況が続いています（2021年10月下旬現在）。2020年3月に現在まで継続する基本的な対策が導入されました。その内容は、自国民と永住資格者以外の入国の原則禁止です。感染状況に応じて州境での人の移動制限、レストランの営業規制など人の活動制限も行われています。

オーストラリア農業資源経済科学局（ABARES。政府の研究機関）は、農業関連でのコロナ禍の影響について、食料品の需要減少、価格低下が広く見られ、外出規制や国内外でのレストランの営業制限により高級食材の販売が影響を受けたものの、農業生産や加工の停止に至る事態は少なく、生産資材の輸入も滞りなかったため、農産物の生産への影響は小さく、国内流通への影響も限定的だったと分析しています。国内の食料供給に大きな問題はないとしたABARESですが、深刻な個別リスクとして、高級品の海外向け貨物輸送と園芸農業部門での労働者不足とを挙げました。

2. 航空便での輸出に関する影響と対応

オーストラリアの水産物輸出の76%、乳製品を主体とするベビーフード輸出の半分は、航空便で運ばれていました。また、空路輸出される農水産物のうち、ロブスター等の水産物、肉類及びベビーフード等の加工品がそれぞれ26%を占めます（金額ベースでの2014年から2019年の数値）。こうした高級食材などの空輸のうちの8割は、従来、旅客便の貨物スペースに積まれてきましたが、コロナ禍により国際旅客便が大幅に減少したため、著しい輸送能力不足に陥ったのです。

政府は、コロナ禍対応として、2020年3月に経済対策を打ち出しました。その中で、海外向け貨物輸送能力の不足に対処する、国際貨物輸送支援方式（IFAM）が導入されました。高付加価値農水産物（ロブスター、高級牛肉、乳製品、果実等）を航空機により輸出する際の、航空貨物便の運用費用を補助するものです。帰路の便で、医薬品、医療機器、

個人用防護具など感染症対策のための物資を運ぶこととされています。

IFAMは2020年4月1日から、当初1.1億豪ドル（1豪ドルは約80円）の支援額で開始されました。その後支援額が追加され、順次期間が拡大して、総額約10.4億豪ドルで2022年半ばまで継続する予定です（2021年10月下旬現在）。2021年5月までに47.5万トン、68億豪ドル相当を輸送したとされています。

3. 労働力に関する影響と対応

広大な土地での穀物栽培や放牧がオーストラリア農業の特徴の一つですが、金額ベースで見ると、園芸農業（果実・ナッツ及び野菜）も、他の主要農産物である小麦・大麦等の穀物、牛肉等と遜色のない規模です（第1表）。園芸農業の主要作物は、柑橘類、リンゴ、バナナ、ブドウ、ジャガイモ、トマト等です。小麦等の穀物や牛肉、羊肉等と違って輸出比率は低く、輸入も少なく、国内需要に見合う生産が行われています。

園芸農業の特徴は、季節労働力への依存度が高いことです。園芸農業は労働集約的で労働者の数が多い上に、収穫・出荷期とその他の時期の作業量の差が大きく、労働力需要が年間を通じて大きく変動します。この変動を調整する季節労働力の中心を外国人労働者が担っています。

コロナ禍以前の2018年7月から2019年6月までの状況を見ると、園芸農場では、労働者数の過半が不定期・契約労働者で、その中で国外からの労働者が最も多くなっています（第1図）。海外労働者のうちワーキング・ホリデー（WHM）の若者が最多で、季節労働者プログラム（SWP）による短期雇用がそれに次ぎ、年間の雇用延べ人数は、それぞれ約75,000人、12,000人でした。

第1表 主要作物の生産額、輸出入額
（2017-18年度～2019-20年度の平均）

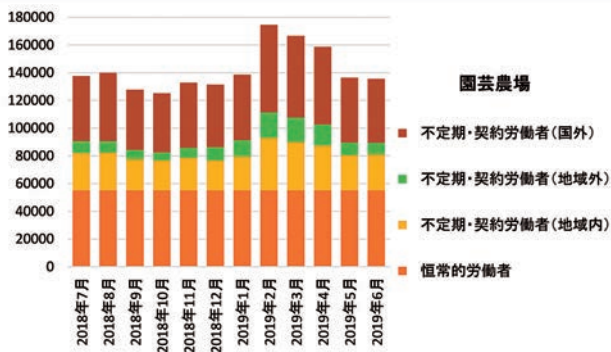
（単位：百万豪ドル）

	小麦	大麦	カン ノー ラ	砂糖	果実・ ナッツ	野菜	牛肉	羊肉	羊毛	牛乳
生産額	5,638	2,559	1,634	1,296	5,080	4,125	11,679	4,290	3,979	4,416
輸出額	4,070	1,875	1,219	1,557	2,172	396	9,566	3,735	3,196	3,318
輸入額	85	—	34	18	1,714	1,022	19	5	0	1,529

資料：ABARESの資料から筆者作成。

注1）砂糖は、生産についてはサトウキビ、輸出入については粗糖・精糖のもの。果実・ナッツは、ワイン用ブドウを除く。牛乳は、生産が生乳、輸出入が乳製品についてのもの。

2）オーストラリアの年度は7月から6月まで。



第1図 園芸農場の労働者数

資料：ABARESの資料から筆者作成。

注。「地域内」は、当該農場が所在するの同一の地区かそれに隣接する地区に永住することを意味する。

WHMは、二国・地域間の相互理解を深める趣旨で、青少年（原則として18～30歳）に、休暇目的の入国及び滞在期間中における旅行・滞在資金を補うための付随的な就労を認める制度です。オーストラリアは、44の国・地域を対象に、滞在期間を12か月まで認めています。

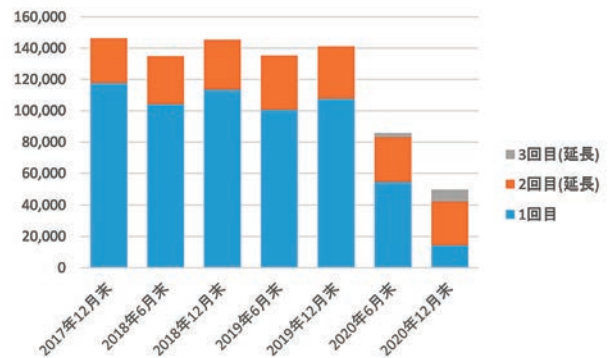
これに対してSWPは就労そのものを目的とします。農業部門及び宿泊業・観光業の雇用労働者として、太平洋島嶼国のうち9か国（フィジー、キリバス、ナウル、パプアニューギニア、サモア、ソロモン諸島、トンガ、ツバル及びバヌアツ）及び東ティモールから、21歳以上の人々を9か月受け入れるものです。

SWPの2012年の制度開始以来、対象を順次拡大し、毎年の実績人数も拡大を続けてきました。2018-19年度までの累計で3万7000人余りの到着実績があります。出身国としては、トンガ、バヌアツが圧倒的に多く、この2か国で8割を超えており、トンガやバヌアツにとっては重要な雇用先ともなっています。

コロナ禍を受けて2020年3月に政府が外国人の入国を原則禁止としたため、入国済みのWHMやSWPの人々が出国していく一方で、新たな労働者は入国できなくなりました。このため、外国人労働力への依存度が大きい園芸農業部門で、深刻な労働力不足が生じ、生産が滞って国内消費者に価格上昇の影響が及ぶことが懸念されました。

政府は、外国人労働力を確保するため、2020年4月には、既に入国済みのSWP労働者の滞在期限を本来の9か月から12か月に延長しました。入国禁止措置が長期化する中、2020年9月からは、検疫隔離期間14日間を設けた上でSWP労働者を入国禁止の例外としました。詳細な実績は公表されていませんが、報道等によると、再開以後、2021年9月半ばまでに、SWPの労働者約10,600人が入国したとされています。SWPについては、かなりの程度まで確保できた模様です。

WHMについても、ビザの延長（2年目、3年目）の申請要件を緩和する特例を設けました。しかしながら、再開のめどは立っておらず、新たなビザの発



第2図 WHMビザでのオーストラリア滞在者数

資料：オーストラリア内務省資料から筆者作成。

給がほとんど行われないことから、WHMのオーストラリア滞在者数は減少の一途をたどり、2019年末の14万人余りから、2020年末には5万人弱となりました（第2図）。

4. おわりに：これまでの状況と今後の課題

オーストラリアは農産物の生産、流通、輸出に関して、全体としてはコロナ禍による深刻な影響を受けなかった模様です。大きな問題が生じた、高級品目の輸出、園芸農業における外国人労働力確保に関しては、政府が対策に乗り出し、輸出についてはIFAMが一定の成果を上げ、2022年半ばまで継続されます。労働力の確保については、SWPに関して一定の成果が上がっていますが、WHMについては再開のめどが立たない状況です。

労働力不足の中で2021年前半の収穫期を迎えた園芸農業ですが、当初懸念されたほど大きな影響はなかったとされています。ABARESは、2021年3月時点で、2020-21年度の果実・野菜は、生産量が減少し価格は対前年で7%から29%上昇すると予測していました。しかし、6月時点では、果実価格の上昇は4%、野菜価格は変化しないと見通しを改めました。労働時間の延長や他の作業の人員を収穫作業に転用すること等により、想定を超えて、労働者1人当たりの収穫量が増加したと分析されています。ただ、入国制限が更に長期化する場合には、このような応急措置的な対応では間に合わなくなるかもしれません。今後中長期的な農業労働力確保に関する考え方に影響することも考えられ、その動向が引き続き注目されます。

注. 本稿は、当研究所のプロジェクト研究資料「主要国農業政策・貿易政策」第7号、令和2年度 カントリーレポート：ブラジル、アルゼンチン、パラグアイ、オーストラリア（2021年3月）の第4章（オーストラリア）に、その後の動向等を加えてまとめたものです。

(https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/210331_R02cr07_04.pdf)

認知症と共によりよく生きる：認知症ケアの社会資源としての農園の可能性

東京都健康長寿医療センター研究所 研究員 宇良 千秋

農林水産政策研究所は、農林水産省の行政部局に農林水産政策の推進方向に対応した政策の選択肢を提言するため、新たな研究ニーズに対応するとともに、研究における人的交流の拡大を目的として大学を始めとした研究機関等との連携を強化した「連携研究スキームによる研究」を実施しています。

1. 認知症に関する考え方が大転換を迎えた

2014年度の厚生労働省の将来推計によると、2025年には65歳以上の5人に1人が認知症、2040年には4人に1人、2060年には3人に1人が認知症であると予想されています。人生100年時代といわれる今日では、認知症はだれでもなる可能性のある病気となりました。以前は、認知症にならないためにはどうしたらよいか、ということに社会の大きな関心が向けられていたように思いますが、最近では、認知症に対する考え方が大きく変わってきました。2009年に英国政府が認知症国家戦略「Living well with Dementia（認知症とともに良き生活を送る）」を発表し、日本でも2015年に厚生労働省が「認知症の人の意思が尊重され、できる限り住み慣れた地域のよい環境で自分らしく暮らし続けることができる社会を目指す」という認知症施策（通称、新オレンジプラン）を打ち出しました。また、認知症ケアの考え方についても、以前は認知症の「症状」のみに目を向けた一律的なケアが主流でしたが、近年は、認知症の人も個性を持った人として尊重し、それまでの生活歴や習慣、価値観を考慮してケアする「パーソン・センタード・ケア」の考え方が広がってきています。

2. 今ある認知症ケアだけで充分だろうか

では、実際に今あるサービスやケアだけで、認知症の人が住み慣れた地域で自分らしく暮らしていけるでしょうか。認知症は、脳の病的変化によって認知機能に障害が起き、それによって生活に支障が現れた状態ですが、それと同時に、身体的・精神的な健康問題も抱えやすくなります。また、社会的孤立や差別、近隣とのトラブル、介護者の心理的負担、虐待などの社会的困難に陥るリスクも高まります。特に、高齢者の単独世帯や夫婦のみ世帯が増えている今日では、認知症の人や家族の社会的孤立は深刻な問題となっていますので、今の時代に合った認知症ケアについて考える必要があります。大事なことは、認知症のご本人が主体的に参加できる、生きがいや楽しみとなるような活動を支援することです。

それに加えて、なじみがあって、活動をとおして仲間ができて、体を動かせて、得るもの（収穫や収入）があって、人の役に立ち、年間を通じてできて、地域の文化に合った、投資の不要な活動がよいでしょう。これらすべての要素を網羅した活動を見つけることは難しいと思われるかもしれませんが、結構私たちの身近にあることに気が付きました。それが農作業です。

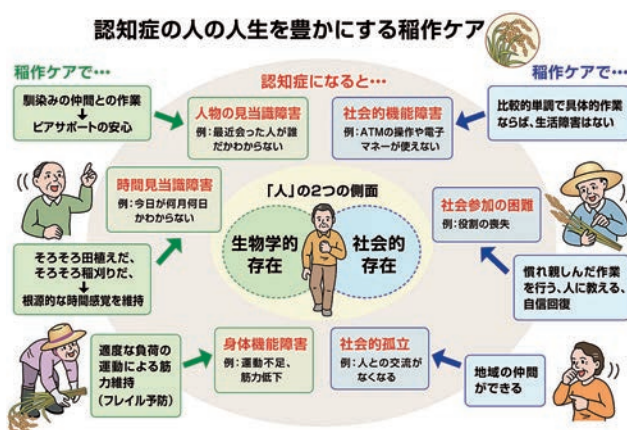
3. 稲作ケアプログラムが認知症の人にもたらした効果

私たちの研究グループでは、2016年度から認知症の人の社会的包摂を促進するためのプログラムとして、新潟県上越市の川室記念病院を拠点とした稲作ケアプログラムを週1回実施してきました。研究を始めたきっかけは、病院の理事長と医師との昼休みの雑談でした。「上越の高齢者になじみのある農作業を認知症ケアに取り入れられないだろうか。上越には田んぼがたくさんあるじゃない。そうだ、稲作でプログラムをやってみましょうよ！」というような会話から始まったのです。プログラムは認知症をもつ8名の方（男性7名、女性1名）を対象に週に1回90分、5月の田植えから9月の稲刈りまでの約半年間実施しました。作業は、認知症の方々が住民と協力して、できるだけ機械を使わず昔ながらの手作業で行いました。上越市は米どころですから、参加者のほとんどが稲作の経験をもっていました。すると、農業指導のスタッフがその日の作業のやり方を少し説明すれば、ほとんどの方が独力で作業をすることができたのです。認知症の方が稲作経験のない若い病院職員に、稲の植え方や刈り方を教えることもできました。「毎週皆に会うのが楽しみだ」という言葉が聞かれ、参加者の中に仲間意識が芽生えてきました。終わってみると、全25回の平均出席率は93%に達し、360kgのお米が収穫できました。プログラムに参加する前にはうつ傾向がみられた方がプログラム終了時には改善していました。インタビューでは、参加者全員が「また来年も参加したい」と回答しました。興味深かったのは、グループホームに住む60歳代の女性に付き添いで来ていた職

員にインタビューをした際に、「こんなこと（稲作）ができる人だとは思わなかった」、「彼女が自分に自信が持てる居場所ができてよかった」と話されたことです。グループホームには80歳代の高齢の入居者が多く、唯一60歳代のその方は他の入居者と話が合わず孤立していたようです。しかし、稲作ケアプログラムが始まってからは毎週参加するのを楽しみにしていて、グループホームに戻ってからもその日やった作業のことをうれしそうに話題にしていたそうです。稲作ケアプログラムは、上越の認知症の人たちにとって意味のある活動であったといえるでしょう。私たちは、これらの結果を論文にまとめ社会発信しました（文献1, 2）。その後の研究で、稲作ケアの参加者は通常のデイケアの参加者と比べても精神的健康度が有意に改善したことや（文献3）、稲作ケアプログラムが慢性期統合失調症を持つ方の社会参加のきっかけになることもわかりました（文献4）。

4. 認知症の人の人生を豊かにする稲作ケア

改めて、なぜ、稲作ケアが認知症の人のQOL（生活の質）を高めたのか考えてみると、人の生物学的側面と社会的側面の両方から考察することができます（図参照）。まず、生物学的な側面ですが、認知症が進むと、時間や場所、人の見当識障害が出てきますが、稲作では「もうそろそろ田植えの時期だね」というような大雑把な時間感覚で過ごすことができますし、毎回見慣れた田んぼで顔なじみのメンバーに会って作業をするので混乱ありません。また、認知症になると外出や活動の機会が減って身体機能も低下しやすくなります。しかし、農作業をすると適度な身体的負荷がかかりますので、フレイル予防の効果も期待できます。社会的な側面としては、認知症になると社会参加の機会や社会的役割を喪失しやすくなります。しかし、経験したことのあつた稲作なら、認知症の人の自信の回復につながります。若い世代に稲作の技術を教えるという役割を持つこともできるのです。



5. 農園は認知症ケアの社会資源

実は、このような農園を活用したケアは、農業国オランダが発祥なのです。オランダには知的障がい者や精神障がい者、認知症高齢者、長期失業者を対象としたケアファーム（治療やリハビリテーション、交流のための農場）が1,500ヶ所以上あるといわれています。私たちの研究チームでは、2017年にオランダのケアファームや介護施設の視察に行きました。そこでわかったことは、オランダでは、野菜を育てたり家畜を育てたりすることが生活の中にあり、施設に入ってもそのようなライフスタイルを続けられる環境やケアの理念があるということでした。このことは、農作業に限ったことではなく、たとえば、買い物をしたり、料理をしたり、静かに読書をしたり、ペットを飼ったり、入居者それぞれの価値観やライフスタイルが施設に入ってから継続されていました。これはまさにパーソン・センタード・ケアといえます。

私たちは、農園は認知症の人の残存能力や強みを生かせる（Strength-based approach）、そして、地域の人と共に取り組める（Community-based approach）、認知症ケアの重要な社会資源であると考えています。従来の老年学では、年をとっても健康でproductive（生産的）に生きることには価値がおかれてきましたが、人生100年時代となれば、90歳を過ぎればだれもが何かしら障害とともに生きることになります。農園はそのような人々を包摂する場として活用できるのではないのでしょうか。認知症の人やその家族が、田園風景に囲まれて、顔なじみの仲間と農作業をしながら共に時間を過ごせるDementia-friendly Farms（認知症にやさしい農園）が日本にもたくさんできたら素敵だと思いませんか。

文献

1. Ura C, Okamura T, Yamazaki S, Ishiguro T, Ibe M, Miyazaki M, Kawamuro Y: Rice-farming care for the elderly people with cognitive impairment in Japan: A case series. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 33 : 435-437, 2018.
2. 宇良千秋, 岡村毅, 山崎幸子, 石黒太一, 井部真澄, 宮崎真也子, 鳥島佳祐, 川室優: 認知機能障害をもつ高齢者の社会的包摂の実現に向けた農業ケアの開発: 稲作を中心としたプログラムのフィージビリティの検討. *日本老年医学会雑誌*, 55 (1) : 106-116, 2018.
3. Ura C, Okamura T, Yamazaki S, Shimmei M, Torishima K, Eboshida A, Kawamuro Y. Rice farming care as a novel method of green care farm in East Asian context: an implementation research. *BMC Geriatr* 21, 237 (2021). <https://doi.org/10.1186/s12877-021-02181-2>
4. Okamura T, Ura C, Yamazaki S, Shimmei M, Torishima K, Kawamuro Y: Green care farm as a new tool for inclusion of older people with various challenges in the super-aged community. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 34 : 777-778, 2019.

『農福一体のソーシャルファーム ～埼玉福興の取り組みから～』

新井 利昌 著

農林水産政策研究所 コンサルティングフェロー 朝倉勇一郎



『農福一体のソーシャルファーム
～埼玉福興の取り組みから～』
著者／新井利昌
出版年／2017年
発行所／創森社

ソーシャルファーム (Social Firm) とは、社会的企業を意味し、通常の労働市場では仕事が見つかりにくい人 (障害者や触法者、ニート、虐待被害者、高齢者等) のために、通常のビジネス的手法により仕事を生み出し、支援付き雇用の機会を提供することに重きを置いたビジネスを行う企業、と本書では表現されています。

今回御紹介する著書は、19歳で突然、知的障害者とともに暮らす生活寮を始めることとなった著者が、障害者とともに生きていく中でソーシャルファームという概念にたどり着き、その実現に向けて取り組む中で農業に出会い、農福連携を行い、更に一歩踏み込んで農福一体となってソーシャルファームを運営するまでの、その歩みと実践の記録を紹介したものです。

そのため、本書ではソーシャルファームや農福連携の取組の比較、分析や、上手く運営するための技術論等の研究的要素は中心ではありませんが、著者が24年間、障害者と人生を共に過ごすことで学んだ「人間として大事なこと」が語られます。

まず、どんな人にも居場所が必要だということです。その信念から、著者の運営する埼玉福興グループでは、受け入れる人を選ばない、選んでいては福祉ではないと考えています。これまで、凶暴で福祉施設や介護施設で受け入れられない方、重複障害で区分できない方、福祉制度の狭間でどこにも行くところがない方などを受け入れています。たとえ働かない、働けなくても、居場所があることが重要です。

次に、生活が大事だということです。着るもの、寝る場所、食べものが保証された安心して暮らせる生活の場があることが、福祉で一番大事なことだと考えています。

最後に、働く幸せをもたらすということです。働くことは、お金を稼ぎ、経済的自立を可能にするこ

と以外に、社会とつながり、孤立を防ぐ役割があり、人間の幸せも得ることができると考えています。そのた

め、埼玉福興グループでは、障害があっても労働の主体となって働くことがテーマとなっています。

この「居場所」、「生活」、「働く」をキーワードに本書を読むと、埼玉福興グループがこれらの信念に基づいてソーシャルファームとして発展してきたことがよく分かります。例えば、障害者等の居場所と生活を生涯にわたって支えるため、生活寮から始まり、グループホームや加齢の早い障害者のための介護施設、相談支援事業所、放課後等デイサービスまで展開を広げています。また、どんな人でも受け入れており「働ける人」を選べない埼玉福興グループが、一人ひとりに合わせた働ける場を作り、働く幸せをもたらすために、農業を選択しました。安定生産、安定収入が見込め、作業が分解できて重度の障害者でもできる仕事を作れる水耕栽培、開放的な空間で運動量も多く、障害者の情緒安定や健康増進にも寄与する露地栽培、そして、持続可能な新たな農業の仕組みを作り、終生の仕事を作り出してスローライフを可能にするという最終的な理想に向かってオリーブ栽培を展開していきます。

埼玉福興グループのオリーブは、今や世界のオリーブオイルコンテストでの金賞を受賞し、ローマ法王へ献上したお菓子やお茶にその葉が使用されるなど、世界的な存在に成長していますが、まだグループ内の売上高構成比では僅か1%です。しかし、本書で語られる様々なアイデアの実践や多様な人々とのつながりは、数千年生きるというオリーブの樹とともに、いつか、彼らの理想の世界が実現することを十分に期待させる内容になっています。

「道府県農業大学校に求められる新たな役割と機能」 —多様化するニーズへの対応と課題—

日時：令和3年7月21日（水）13：30～15：00（オンライン開催）

農業・農村領域 研究員 曲木 若葉

農業の担い手不足と高齢化が加速する今日、若手農業者の就農ルートとして、また就農を目指す社会人の技術習得の場として、道府県農業大学校は大きな役割を担ってきました。しかしながら、農業教育現場を取り上げた研究は近年数えるほどしかなく、農業大学校の実態把握や分析もこれまで十分に行われてきませんでした。そこで農林水産政策研究所では、2018年度と2019年度の2年度にわたり、行政対応特別研究として、経営局就農・女性課と共同で、道府県農業大学校に求められる新たな役割と機能の解明を課題とするプロジェクトを立ち上げました。

本研究プロジェクトの成果はプロジェクト研究資料として刊行しており（本文末尾参照）、農林水産政策研究所レビューにも既に概要を掲載しています（No.99、2021年1月29日発行）。研究成果の詳細についてはこちらを御参照ください。

1. 開催概要

当研究所の研究成果報告会は、従来当研究所のセミナー室を利用しながら対面形式で開催していましたが、今回は新型コロナウイルス感染拡大という現状を鑑み、ZOOMウェビナーを用いたオンラインでの開催となりました。当研究所におけるオンラインでの研究成果報告会は2度目となります。

またオンラインでの開催とあってか、参加者登録者は89名（当研究所の職員を除く）と全国各地から多くの方に御参加いただくことができました。また参加者の方も、各農業大学校の関係者や地方在住の公的機関・大学関係者など、地域や所属組織問わず、幅広い方々に御参加いただくことができました。

2. 報告会の概要

農業大学校には様々な課程やコースがありますが、本研究プロジェクトでは、2018年度に主として高校卒業生を対象とした2年制の「養成課程」、2019年度に社会人等を対象とした「研修コース」について調査・分析を行いました。いずれも統計分析に加え、大学校長、教員、在校生、卒業生、卒業生の雇用就農先の法人に対するアンケート調査及びヒアリング調査を実施しました。

分析結果ですが、養成課程については、統計分析

から、入校者に占める非農家出身者の割合が年々増加するとともに、雇用就農も2011年には就農者の半分以上を占めるようになった状況を明らかにしました。こうした中、非農家出身者・雇用就農希望者に対応した教育カリキュラムの見直しが必要な点について報告しました。また、研修コースについては、研修生に対して実施したアンケート調査から、研修生は31～50歳の青壮年世代が多く、独立自営就農希望者が多いものの、非農家出身者の場合、農地確保や初期投資の不足等が農家出身者よりも大きな課題であることを明らかにしました。また実態調査からは、上記の問題のほか、研修中の生活費等の負担が大きいといった点が課題として挙げられることを報告しました。

質疑応答では、研修コースについての参加要件や、農業大学校におけるICT等に関する最新農機具の設置状況や機械メーカーとの連携の現状、学校ごとの特徴を踏まえた今後必要な取組、農業大学校が職業訓練を委託される際のデメリットなど、幅広い分野について御質問をいただきました。

注：本成果報告会資料及び本研究に関するプロジェクト研究資料は農林水産政策研究所Webサイトを御覧ください。

研究成果報告会資料：

<https://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2021/index.html>

プロジェクト研究資料：

<https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/index.html>



研究成果報告会当日

学会賞受賞の紹介

2021年度 農村計画学会春期大会 ポスター賞

受賞タイトル:「都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と旅行志向に関する研究」
受賞者:佐藤彩生(現農林中金総合研究所 主事研究員、2019年度～2020年度農林水産政策研究所 研究員(出向))



佐藤彩生が「都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と旅行志向に関する研究」のポスター発表で2021年農村計画学会春期大会のポスター賞を受賞しました。

本研究は、農山漁村滞在型旅行における都市居住者の旅行者タイプとその旅行志向を大規模webアンケート調

査のデータを用いて定量的に解明しました。因子分析の結果を基に①意欲旺盛型、②心身解放型、③興味萌芽型の3つの旅行者タイプが析出され、旅行目的や体験内容等の回答割合の差の検定を踏まえて、旅行者タイプごとに農山漁村滞在型旅行への興味の程度が異なることや、誘客にあたっては温泉地や観光地との関係性を考慮する必要があることを明らかにしました。

こうした内容を踏まえ、本研究が独創的かつ将来性のある発表であると認められ、本論文の発表者にポスター賞が授与されました。また、本研究を基にした論文(共著に八木浩平)は農村計画学会誌にて2021年6月に採用され公開されています。

最近の刊行物

農林水産政策研究

第34号 2021年6月

【論文】 佐々木宏樹

ナッジが有機農産物の購買行動に与える影響—オンラインによるランダム化フィールド実験からのエビデンス—

【調査・資料】 伊藤紀子・井上荘太郎・樋口倫生・石田貴士・小林弘明・森路末央

中国の電子商取引(E-commerce)市場における日本産食品の購入に関する調査:購入経験者の特徴に注目して

【研究ノート】 天野通子・山尾政博

養殖ブリにおける産地流通加工企業の輸出戦略—フードチェーン・アプローチの視点から—

早期公開 2021年9月

【調査・資料】 川崎賢太郎

※WEB掲載のみ 農業政策の効果測定手法:差分の差分法

プロジェクト研究【主要国農業政策・貿易政策】研究資料 ※WEB掲載のみ

第5号 2021年3月

令和2年度カントリーレポート:EU(農産物貿易政策等、持続可能性確保と経済復興・成長に向けた取組、フランス)、英国、ロシア

第6号 2021年3月

令和2年度カントリーレポート:タイ、ベトナム、インドネシア、韓国、中国

第7号 2021年3月

令和2年度カントリーレポート:ブラジル、アルゼンチン、パラグアイ、オーストラリア

第8号 2021年3月

令和2年度カントリーレポート:横断的・地域的研究、世界食料需給分析

農業・農村構造プロジェクト【農村集落分析】研究資料

2021年10月 農山村地域の人口動態と農業集落の変容—小地域別データを用いた統計分析から—

2021(令和3)年11月29日 印刷・発行

Primaff Review

農林水産政策研究所レビュー No.104



編集発行 農林水産省農林水産政策研究所
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-1-1
中央合同庁舎第4号館
TEL 03-6737-9000
FAX 03-6737-9600
URL <https://www.maff.go.jp/primaff/>

印刷・製本 株式会社 美巧社

