

## 生態系保全米購入者の購入意識に関する研究 —山形県元泉地区における事例—

### The Study on Consumers' Perceptions and Satisfaction for Ecosystem Conservation -A case study in Motoizumi district, Yamagata pref.-

○守山拓弥\*, 浅井優星\*

**1. 研究背景：**持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律等を背景に、生態系との調和に配慮した水田農業（生態系保全型水田農業）への取り組みが全国各地で展開されている<sup>1)2)3)</sup>。それに伴い、生態系配慮による付加価値上昇や米価上昇の可能性について数多くの研究がなされている。一方で、合崎（2005）は、生態系保全米の価格を上げると購入確率が減ることを報告しており、農家が生態系保全型水田農業を行う動機への効果が限定的であると指摘している<sup>4)</sup>。一方、生態系保全米をはじめとした農産物の販売において、消費者の立場に立ったマーケティングを戦略的に展開し、満足度を高める努力が必要であるとの指摘もある<sup>5)</sup>。また、満足度に影響を与える要因として、消費者の農産物に対する認識不足や誤解といった、農家と消費者間の断絶があるという報告もある<sup>6)</sup>。そこで、生態系保全型水田農業の普及の新たな視点として、農家の生態系配慮の取り組みが実際の消費者にどれだけ認知されており、またその取り組みがどれくらい満足度に寄与しているのか明らかにすることとした。

**2. 研究手法：**生態系保全米消費者を対象とした先行研究である本田（2014）、矢部・林（2011）を参考に、本研究ではアンケートを用いることとした。しかし生態系保全米購入者への満足度について言及された論文は見受けられないため、まず対象とする農家と一部の消費者に聞き取り調査を行ったうえで、消費者へのアンケートを作成する必要があると考えた。農家への聞き取り調査では取り組んでいる生態系配慮の取り組みや経済状況などを、消費者への聞き取り調査では少数名に購入動機や農家の取り組みに関する認知などを聞き取り、アンケートは郵送方式とした。

**2-1. 調査対象：**平成 30 年度農業農村工学会賞（環境賞）を受賞した山形県河北町元泉地区を調査対象地とした。地区の水田の約 1/3 近く（約 30ha）を耕作している O 農園を対象農家とし、聞き取り調査とアンケート調査は O 農園のお米の購入者 50 名を対象とした。

**2-2. 聞き取り結果：**農家への聞き取り…生態系配慮の取り組みでは「減農薬・減化学肥料、冬期湛水、IPM、めだかの学校」が確認され、これらは農地水助成金が交付された後の平成 20 年から行われている。その他の取り組みには「注文後に精米」、所持する資格には「つや姫マイスター、グローバル GAP」が確認できた。消費者への聞き取り…購入動機として「O さん（O 農園代表取締役）は信頼できるから」といった O さんとのつながりや、「O 農園に農地を委託しているから」といった地域特有のつながりがあることが確認された。また生態系配慮の取り組みへの認知はあるが、詳細まで知っているかは人によって異なると証言された。

---

\*宇都宮大学（Utsunomiya university）

キーワード：環境教育，環境保全，生態系

**2-3. アンケート作成：**聞き取り調査で得られた情報および先行研究を参考に、満足度についてのアンケートを作成した。アンケート手法…アンケートは、O 農園の取り組みや所持する資格の情報をまとめた資料を作成・アンケートと共に配布し、資料を読んだ後に回答してもらう方式をとった。アンケート項目…①O 農園の取り組みと総合満足度の関係：顔が見える安心感、生態系配慮への好感、環境教育活動への好感、減農薬・減化学肥料への安心感の各項目と総合満足度（満足度、再購入意思、他者への推薦意思、過去の購入回数、美味しさ、価格の6項目を5段階評価で回答し、各項目の和）とした。**②O 農園の取り組みの認知と満足度の関係：**認知は Fig.1 に示した9項目を、資料を読む前から知っていたか否か二択で質問した。また、この9項目が満足度につながるか、5段階評価で質問した。アンケート解析手法…①O 農園の取り組みと総合満足度の関係：総合満足度を目的変数に、その他の結果を説明変数に用い、重回帰分析（ステップワイズ法）により解析した。**②O 農園の取り組みの認知と満足度の関係：**9項目の認知率と、満足度の平均値を算出し、相関分析を行った。

Table 1 O 農園の取り組みと総合満足度の重回帰分析の結果

選択された項目	標準偏回帰係数β	有意確率
顔が見える安心感	.754	P<0.01

R=.754 R<sup>2</sup>=.555 (ステップワイズ法)

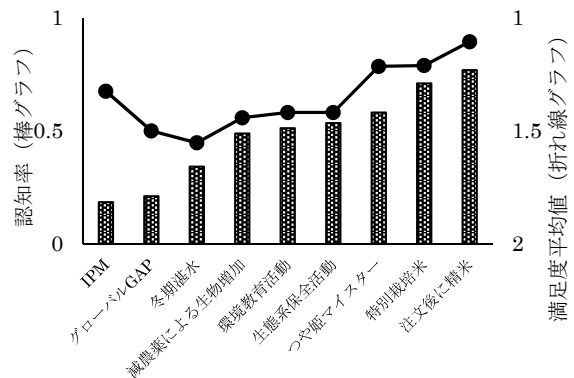


Fig.1 O 農園の取り組みの認知率と満足度平均値の関係

**3. アンケート結果：**回収率は50通中45通(90%)であった。**①O 農園の取り組みと総合満足度の関係：**重回帰分析の結果、「(農家の)顔が見える安心感」が総合満足度に有意に寄与していた(Tab.1)。**②O 農園の取り組みの認知と満足度の関係：**「注文後に精米」や「特別栽培米」への認知が有効回答数の70%以上であった。それに対し、生態系配慮の取り組みである「めだかの学校」は51%、「冬期湛水」は35%、「IPM」は25%を下回っていた(Fig.1)。相関分析の結果、認知度と満足度に有意な相関(Spearmanの順位相関係数,  $r=-.728$ ,  $P<0.05$ )がみられた。

**4. 考察：**「注文後に精米」や「特別栽培米」への認知が高いことや、「顔が見える安心感」が総合満足度に有意に寄与していたことから、生態系保全米消費者は「お米に対する安心感」や「お米の美味しさ」への関心が高いと考えられる。このことから、消費者自身が恩恵を受けられる取り組みや資格などが重要視されていると考えられた。一方で、取り組みの認知と満足度の平均値に強い相関関係が見られた。このことから、現在認知度の低い取り組みも、認知度を向上することで消費者の満足度につながる可能性があると考えられた。これは保田(1976)における、農家と消費者を取り結ぶ農産物が、消費者の満足と理解を引き出しうる内容であることが重要である、との指摘と合致する。生態系配慮に取り組む農家とそれを知らない消費者との乖離をなくすことが、消費者の満足度を向上させ、生態系保全型水田農業の普及につながる可能性が考えられた。

**引用文献** 1) 本田裕子・山田永司(2004) 農業者が創るコウノトリの新たな価値, 2004年度農村計画学会学術研究発表会要旨集, 5-6 2) 峯田ら(2004) 営農と多面的機能発揮の観点からみた水田における冬期湛水事例の分析, 2004年度農村計画学会学術研究発表会要旨集, 7-8 3) 養父志乃夫(2005) 田んぼビオトープ入門, 農山漁村文化協会, 東京, 159pp 4) 合崎(2005) 選択実験による生態系保全米の商品価値の評価 5) 新開(2003) 農産物直売所の成長と組織形態, 農業経営研究, 41巻2号 6) 保田(2006) 現代農産物にみる消費者の満足度, 神戸大学農業経済, 12