

フードシステムの分化による食の信頼問題解決へのアプローチ

- 公共財ジレンマ解決方策を活用したサブシステム構築 -

神井 弘之

目 次

序章	1
1 本研究で取り組む食の信頼問題	1
1) 食の信頼問題の定義	1
2) 食の信頼問題に関連する先行研究	3
3) 食の信頼問題の全体構造	4
2 本研究のアプローチ	5
1) 他分野における新たな政策手法の模索からの示唆	6
2) フードシステム・アプローチの要請と具体的な展開	8
3 本研究の構成と分析手法	10
第一章 フードシステム・アプローチによる食の信頼問題の解決方策	13
第一節 フードシステムの複雑化と食の信頼問題	13
1 本研究で採用するフードシステム・アプローチ	13
2 フードシステムの複雑化の解析	14
1) 複雑化の過程に関するモデル	14
2) 流通する情報量に関するモデル	17
第二節 食の信頼問題の解決方策の提示	20
1 システム分化による複雑性の縮減	20
1) 環節的分化としての地産地消	20
2) 機能的分化としての共通の評価枠組み	23
2 モデルによるシステム分化の検証	25
1) 環節的分化の解析	26
2) 機能的分化の解析	27
第二章 フードシステムの分化に伴う公共財ジレンマ発生	29
第一節 フードシステム分化におけるステークホルダーの行動と課題	29
1 サブシステムに求められる特性	29
1) 非排除性の要請	29
2) 主体的な経済活動の重視	30
2 地産地消マーケットを創出する行動と課題	31
1) 既存のフードシステムに対するオルタナティブとしての 位置付け	31

2)	地産地消マーケット創出の課題	32
3)	ステークホルダーの直面する利得構造	34
3	共通の評価枠組みに規定されるサブシステムを構築する行動と課題	36
1)	共通の評価枠組み利用に際してステークホルダーの直面する 利得構造	36
2)	開発における官民協働の必要性	37
3)	開発と普及の連動の必要性	39
4)	共通の評価枠組み開発に際してステークホルダーの直面する 利得構造	40
第二節	公共財ジレンマと食の信頼問題解決の関係	42
1	社会的ジレンマの概要	42
2	公共財ジレンマとしての特性	44
1)	公共財ジレンマ状態に関する利得関数	45
2)	可能態としての公共財ジレンマの解釈	47
3	食の信頼問題解決と公共財ジレンマ解決の関係 (課題の置き換え)	47
第三章	公共財ジレンマの解決方策に関する研究戦略	49
第一節	公共財ジレンマの解決方策	49
1	見取り図としての解決方策の類型化	49
2	解決方策に関する先行研究	50
1)	海野(1991)の類型：理論的分析に基づく類型	50
2)	コロック(1998)、メシックら(1983)の類型： 海外における代表的な類型	51
3)	パークスら(2013)の類型：実証研究と連動した最近の類型	52
4)	藤井(2003)の類型：実務への適用を重視した類型	54
3	本研究における新たな解決方策のタイプの検討	55
1)	タイプの適用事例：ナレッジマネジメントに関する研究事例	55
2)	新たな解決方策のタイプの提案	58
第二節	ケーススタディの進め方	62
1	政策過程分析	63
2	ステークホルダーの利得構造を踏まえた公共財ジレンマ状態の 特定	63
3	サブシステム構築のメカニズム分析	64
1)	コールマンのマクロ・ミクロ図式	64
2)	食の信頼問題への適用	65

4	公共財ジレンマ解決方策の同定とメカニズムの解析	66
5	政策の評価（仮説の検証）	66
第四章	みえ地物一番の日キャンペーンに関する考察	68
第一節	地物一番企画の概要	69
1	地物一番企画の目的	69
2	地物一番企画の構造	70
第二節	三重県における地産地消対策の政策過程分析	73
1	三重県の地産地消対策の成立過程	74
1)	生活者起点の県政	75
2)	農林水産商工部の若手職員グループによる検討	75
3)	体制整備	76
4)	具体的な取組	76
5)	成果と課題	77
2	三重県の地産地消対策の革新過程	78
1)	政策バージョンアップの検討作業	78
2)	重点プログラムの概要	79
3	地物一番企画の成立要因	80
第三節	地物一番企画の企画意図	82
1	公共財ジレンマ状態の存在	82
2	地産地消マーケット創出と地物一番企画の関係	84
3	協力行動を促すメカニズムのデザイン	86
1)	構造的解決	87
2)	個人的解決	88
第四節	地物一番企画のメカニズムの実証	90
1	解決方策の認識に関する検証	91
1)	地物一番企画協賛の理由	91
2)	地物一番企画協賛の効果	92
3)	県の関与に対する評価	94
2	協力行動の実態（地物一番企画への協賛）	97
1)	協賛事業者数の推移	97
2)	具体的な地産地消活動の取組内容	98
3	地産地消マーケットの状況	101
1)	地物一番企画の自走化	101
2)	追随する協賛事業者の状況	103
3)	地産地消活動の日常化	105

4) 地産地消マーケット創出に関する県民意識	105
第五章 フード・コミュニケーション・プロジェクトに関する考察	108
第一節 F C Pの概要	109
1 F C Pの基本的な考え方	109
2 F C Pの構造	113
3 F C Pの共通の評価枠組みの概要	115
1) F C P展示会・商談会シート	116
2) F C Pダイアログ・システム	117
4 共通の評価枠組みの開発プロセス	119
5 具体的な開発事例 – F C P共通工場監査項目 –	121
1) 工場監査をめぐる社会的課題	121
2) 2009年度の研究会のデザイン, 運用	122
3) 2010年度の研究会のデザイン, 運用	123
第二節 F C Pの政策過程分析	125
1 分析対象と構成	125
1) 米国産牛肉の輸入手続再開に関連した対応	127
2) 食品表示の総合的な推進の検討 (2007年4月まで)	128
3) 農林水産省案の成立まで (2007年9月まで)	128
4) プロジェクト立ち上げまで (2008年4月まで)	130
2 F C Pの成立要因	132
3 F C Pの共通の評価枠組みに求められた特性	133
第三節 F C Pの企画意図	135
1 公共財ジレンマ状態の存在	135
1) 共通の評価枠組みから得られる利益 (G)	136
2) 協力行動 (開発作業への参加) に必要なコスト (K)	137
2 共通の評価枠組みと食の信頼問題の関係	137
1) 共通の評価枠組み利用ステージのメカニズム	138
2) 共通の評価枠組み開発ステージのメカニズム	139
3) 開発ステージと利用ステージの連動	140
3 協力行動を促すメカニズムのデザイン	141
1) 構造的解決	141
2) 個人的解決	143
第四節 F C Pにおける共通の評価枠組み開発のメカニズム検証	145
1 解決方策の認識に関する検証	146

1) 研究会への参加目的（事前の参加メリットの認知）	147
2) 研究会への参加コストの認知	148
3) 研究会参加メリットの認知と負担感の影響	148
4) 農林水産省関与への評価	151
5) 情報共有NWへの参加目的	152
2 協力行動の実態（研究会への参加）	155
1) 協力行動の概要	155
2) 研究会参加メリットの事後評価	158
3 協力行動の集積に関する評価	160
1) 共通の評価枠組みの評価	160
2) 官民協働の必要性に関する評価	162
4 情報共有NWへの参加動向と普及ステージの課題	166
1) 情報共有NWへの参加者数と共通の評価枠組み開発の関係	166
2) 共通の評価枠組み普及ステージの課題	169
終章 一むすび	
1 本研究の要約	173
1) 理論的分析の概要	173
2) 実証研究の概要	175
2 本研究の学術的意義	176
1) フードシステム・アプローチの導入	176
2) 社会的ジレンマ研究の成果活用	177
3) 新たな分析枠組みの構築	177
3 本研究の政策的含意	178
1) 既存の食の信頼問題対策の分析・評価と改善策の企画立案への適用	178
2) 新たな食の信頼問題対策の企画立案への適用	180
4 残された課題	182
1) ケーススタディの蓄積による分析作組の補強・改善	182
2) 政策介入の必要性の検証 ーサブシステム濫立の抑制等ー	183
3) 公共財ジレンマが生じている多様な政策課題への適用拡大	184
補論 - 1 wicked problems としての食の信頼問題	185
1 wicked problems の定義	185
2 wicked problems の解決方策からの示唆	185
補論 - 2 共通の評価枠組み開発における官民協働の必要性	188

1 公的標準と民間標準の特性	188
2 民間主体による共通の評価枠組み開発の課題	190
参考文献	191
謝辞	200
付録	202

序章

1 本研究で取り組む食の信頼問題

1) 食の信頼問題の定義

本研究では、フードシステムの複雑化、それに伴う構成主体¹間の情報の非対称性拡大に起因する社会問題を、食の信頼問題と名付け²、この問題の解決方策について研究することとする。実際に、食の信頼問題の解決方策の企画立案、実施、評価、改善という一連の実務で利用可能な研究成果をまとめることを重視して、理論的な分析と実証分析を進めることとしたい。

本研究で取り組む食の信頼問題には、食品の安全性確保のように科学的な根拠に基づいて客観的に規定可能な問題は含まない。多様なステークホルダーの価値観の相克を孕み、因果関係も複雑で、「これが正解」という解決方策を特定することが難しい社会問題が、本研究の取り組む食の信頼問題である。我々の豊かで便利な食生活を支えるためにフードシステムが複雑化すればするほど深刻化する社会問題であり、社会発展に伴って生じる副作用と言っても良い。

本研究において、食の信頼問題として論じる社会問題は、一般に食の安全・安心に関する問題と表現されることが多い。しかし、本研究では、客観的に定義可能とされる「安全」と主観的な精神状態である「安心」を明確に区分して分析を進めることとしたい。両者の混同が食の信頼問題の深刻化の一因とも考えられるためである。その上で、「安心」と「信頼」の関係については、中嶋（2012:p57）の「消費者の安心のためには、フードチェーンにおける様々なステークホルダーが適切な対応を積み重ねていると信頼していなければならない」との整理に拠って、食の信頼問題について考察することとする。

以下では、まず、食の信頼問題発生の背景について確認しておくこととしたい。

そもそも食品は、我々の生命維持に不可欠であり、日々、膨大な数の商品が比較的短いライフサイクルで市場に供給されるという特性を備えている。さらに、消費する前に品質を確認できない経験財、あるいは、消費した後でも確認できない信用財として取引されることも

¹ 本研究では、フードシステム又はそのサブシステムが成立している場合に、当該システムを構成している食品事業者等の主体のことを「構成主体」と呼び、サブシステムの成立以前に潜在的な構成主体候補である状態の食品事業者等の主体のことを「ステークホルダー」と呼ぶこととする。

² 社会心理の観点から信頼について論じた中谷内(2008)は、「信頼」を相手に任せることによって酷い目に合うかもしれないが、それでも大丈夫だろうと思って任せようとするところの状態と定義し、信頼が重要なテーマなのは、信頼が損なわれるとリスク認知が高まり、社会的なコストの増加につながるためだと指摘している。また、社会システムについて論じたルーマン(1990b)は、信頼を社会的な複雑性の縮減メカニズムとして論じている。本研究では、食の信頼問題の解決方策として、フードシステムの複雑性の縮減を提示していることから、問題発生の要因としてだけでなく、問題の解決方策を検討する観点からも「信頼」がキーワードになる。これらが、本研究で取り組む複雑な社会問題を食の信頼問題と名付けた主な理由である。

多いため、取引の相手方との信頼関係が重要になる。近年では、食品の慢性毒性に係る安全性、ブランドが確立している産地など、購買側に直接のメリットがある属性ばかりでなく、動物福祉や資源管理への配慮、フェアトレードなど、当該食品の購買が公益性の高い価値実現につながる属性も信用財の要素に加わっている³。たとえ安全性や機能と直接関係の無い食品の属性であっても、購買側の認識と異なる事実が判明し、購買側が「裏切られた」と認識すれば、食の信頼問題は深刻化することに留意が必要である。

また、我が国では、高度化・多様化する消費者ニーズに対応して、加工技術、輸送技術等が発達するとともに、世界各地から食品やその原材料を調達しており、フードシステムは複雑化の一途を辿っている。フードシステムが複雑化する一方で、消費者自らは加工・調理を行わない「食の外部化」の進展等により、消費者の食に対するリテラシーが低下した結果、ステークホルダー間での情報の非対称性が拡大し続けている。

こうした状態を、生源寺(2002)は、「所得水準の上昇とともに、フードシステムの広がり」と厚みが、たがいに相乗的に作用しながら急速に増した(p11)」フードシステム成長の副作用として、「保有量と咀嚼力の両面について、情報の非対称性(アンバランス)の問題が、フードシステムの各段階で生じている(p12)」と指摘している。

情報の非対称性が拡大し、フードシステムのブラックボックス化が懸念される中で、一部の食品事業者等による事件・事故が発生すると、あたかもフードシステム全体が同様の問題を抱えているかのようなイメージが醸成され、食品の安全性・品質や食品事業者⁴のモラル(行動規範)に対する不信感が拡大することになる。この不信感を払拭しようとして検査や監査などの社会的コストが増大しており⁵、時として、フードシステムの一層の複雑化を招く負の連鎖が生じることとなる。

近年、社会的な関心を集め続けている異物混入や食品偽装⁶などの問題は、食品や食品事

³ 氏は、信用財的な属性を有する食品に関する消費者評価に関する研究を網羅的にレビューした論文(2013)の中で、当該食品の消費が公益性の高い価値実現につながる「公共財的属性」として、環境を保全する生産方法により生産されたとする属性、動物福祉に配慮した生産方法で生産されたとする属性、適切な資源管理による持続的な資源利用に配慮した生産方法により生産されたとする属性、公正な取引条件により生産・流通されたとする属性、地域農業支援に関する属性をあげている。いずれについても、購買側の認識と事実が異なれば、当該食品や関係する食品事業者に対する不信感を生じ、ひいては、食の信頼問題の深刻化を招くことが懸念される属性である。

また、Fulponi(2006)は、OECD加盟国の大手食品小売業に対するインタビューをまとめ、民間の任意の食品品質標準を利用する戦略についてインタビュー結果を分析し、品質・安全標準が重要だと見做されているが、追加的な標準として、労働、環境、動物福祉に関する標準が、企業に対する消費者のロイヤルティやマーケットシェアを獲得するための要素として重要と考えられていることを示している。

⁴ 本研究において、食品事業者とは、農林漁業、食品製造業、食品流通業(農畜産物・水産物卸売業、食品・飲料卸売業、飲食料品小売業)及び外食産業(飲食店)を営む人又は法人とする。

⁵ 具体的な社会的コストの増大の例としては、「食品の業者間取引の表示のあり方検討会(2007年7月10日から12月4日まで7回開催)」の議事録(http://www.maff.go.jp/j/jas/kaigi/gyosha_kan.html 2015年2月確認)、2006年3月9日付け日本経済新聞朝刊「第5部負担だれに(2)卸売会社、対策急ぐ-産地表示・衛生管理(食安心と価格)」、2007年11月10日付け日本経済新聞朝刊「食の信頼、回復苦闘-偽装続発でメーカー・小売り、研修・検査を強化」を参照されたい。

⁶ 本研究において、食品偽装とは、経済的利益を目的に食品、原料や表示を通して消費者等をだますこと(food fraud)の意味で用いることとする。

業者に対する不信感を背景とする食の信頼問題の典型例である。発端となった事件・事故が科学的根拠に基づいて明確な対応方針を確定し得る性質のものであっても、フードシステムの複雑性、情報の非対称性故に影響が拡大し、消費者の食品選択時の情報探索費用、食品や食品事業者間での検査・監査費用などの社会的コストの増大を招くことが少なくない。

2) 食の信頼問題に関連する先行研究

多くの研究者が、上で見たようなフードシステムの特性と関連付けて、食の信頼問題の深刻化、顕在化を論じている⁷ (山口 2003, 神里 2004, 中嶋 2004,2011b, 中嶋・細野 2011, 豊 2011, 森高 2013 等)。

特に、食の信頼問題の深刻化、顕在化の構造を分析する上で示唆に富む先行研究として中嶋・細野(2011)がある。この研究の中では、一事業者の食品に関する事件・事故によって、消費者の抱く懸念が、業種や事業規模の違いを超えて広く伝播する構造がネットワーク分析で明らかにされている。この懸念の伝播構造は、一事業者の起こした事件・事故によって、直接関係の無い事業者のお客様相談窓口にお問い合わせが殺到する現象や、類似商品を製造、販売する他の事業者に対して一斉に原材料供給ルートを遡って証明書発給が要求される現象の要因が何であるかを示している。ステークホルダー間で情報の非対称性が拡大する中、食の信頼問題は、一事業者の自助努力だけでは解決困難な複雑な問題となっていることが分かる。

また、フードシステムの複雑化が食の信頼問題を深刻化することについて、神里(2004)は、牛海綿状脳症 (BSE) を契機とした社会的な不信感の連鎖を「2002年食品問題パニック」と名づけ、報道等による関心の高まりが、従来見逃されていた問題を顕在化させ、さらなる不信感を生む構造を指摘している。

このように、食の信頼問題に関する先行研究からは、一旦問題が顕在化すると、フードシステム全体に影響が広がる傾向があり、時にパニック状態を招いて深刻化することが分かる。本研究では、これらの先行研究の蓄積を踏まえつつ、食の信頼問題の発生メカニズムを明らかにすることに取り組むこととする。

他方、食の信頼問題の深刻化に対応して何らかの対策を講じようとする際に利用可能な研究成果は十分に蓄積されているとは言い難い。具体的な政策の成立過程を分析した研究については、筆者の知る限り、先に触れた神里の食品問題パニックに関する研究 (2004) の他に、食品安全政策⁸の成立に関わるステークホルダーの私的動機を理論的に分析した荒幡の研究(2007)、食品のトレーサビリティの導入経緯を紹介した矢坂の論考(2009)と、遺伝子組

⁷ ここで掲げた多くの研究が、取り上げた問題を食品の安全又は安心に関するものと表現しているが、筆者がその内容から判断し、本研究で言う食の信頼問題に関連する研究であると位置づけた。

⁸ 荒幡 (2007) は、食品安全政策という言葉を用いているが、分析対象の問題には、安全性と関係するとは限らない偽装表示等も含んでおり、この理論的な分析は、食の信頼問題に対する対策にも適用されている。

換え食品に対する日本政府の対応の転換要因を考察した伊藤の研究(2011)、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(JAS 法)の改正が、政府の関係機関職員の雇用問題等の影響を受けていることを指摘した渋谷の研究(2013)があるのみである。

中でも、伊藤(2011)は、専門家を中心とする科学的議論と消費者団体を中心とする権利(選択権)に関する議論の間で「論争の軸」が変化したことが、我が国の遺伝子組み換え食品に関する政策変更の内容に影響を与えたことを指摘しており、価値観の対立する政策課題でフレーミング⁹の効果が発現した例として、本研究にとって示唆に富むものである。

また、荒幡(2007)は、食の信頼問題に関する政策介入について、消費者が過剰な不安に陥った場合、それを抑制しない方が、全ての「政治アクター」(政治家、官僚、利益団体)にとって合理的だと指摘している。

「消費者が過度に不安になった局面で、『リスクはそれほどではない』と水を差すような発言をすることは、政治家、官僚、利益団体ともに、世論からの相当な反発が予想される。過剰不安を抑えようとするインセンティブは乏しい」(荒幡 2007:p40) のである。

この指摘によれば、食の信頼問題が深刻化した状態では、適切な政策案を慎重に検討するよりも、消費者の過剰不安に応じて規制を強化し、予算を増額するなど、既存政策の付加的、増分的な修正を採用する方が、全てのステークホルダーにとって合理的だという話になる。荒幡は、消費者による不安と安心の振幅を是正するメカニズムが機能することは期待出来ないと指摘している。

そもそも食の信頼問題を、多様な価値観の相克を孕む「正解」の存在しない問題と定義している以上、容易に想定されることであるが、先行する経験的な分析、理論的分析ともに、行政が対策を講じようとする場合に、問題の特定、対策の企画、実施の局面で、様々な困難が生じることを示している。

3) 食の信頼問題の全体構造

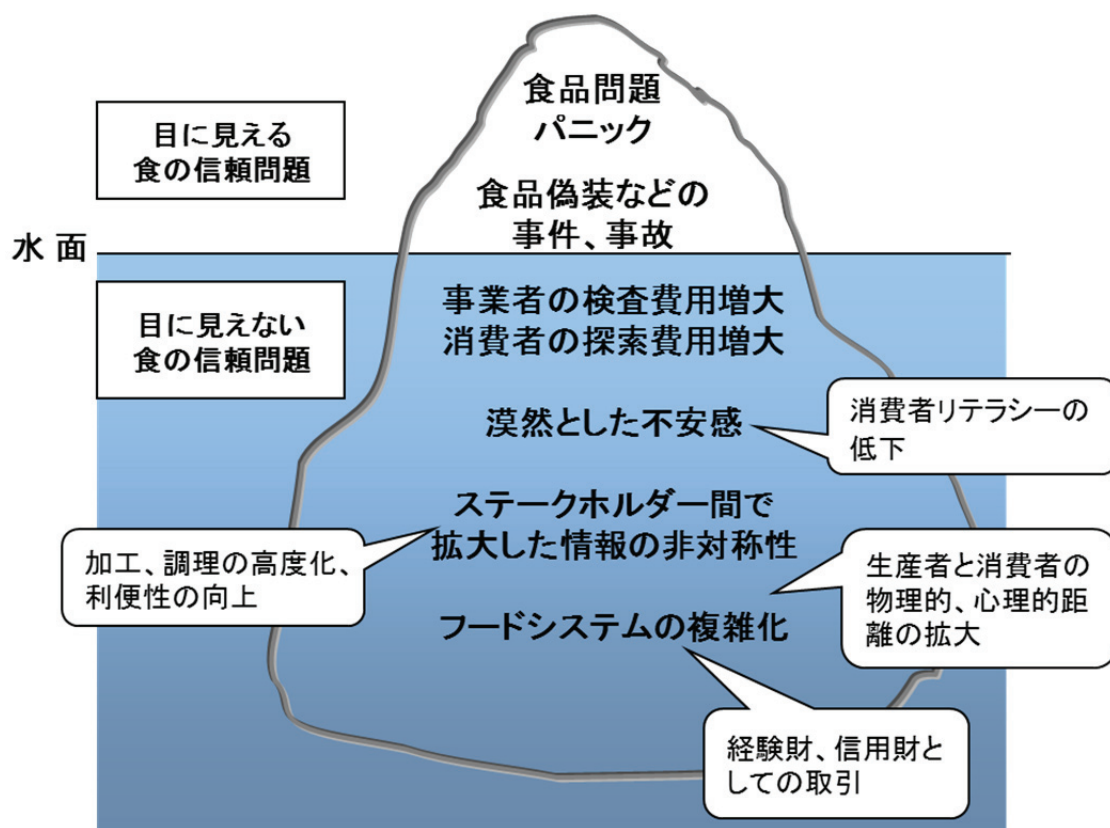
これまで見て来た食の信頼問題の構造を総合的に把握するため、図序-1として、食の信頼問題が深刻化、顕在化している状況をイメージ図にした。

食の信頼問題の基層には、消費者ニーズの高度化・多様化があり、それに応じてフードシステムが複雑化し、ステークホルダー間で情報の非対称性が拡大した結果、漠然とした不安感が生まれている現状がある。こうした環境下で、社会的コストの増大が進んでいると指摘されている。食品事業者等は取引相手先の事業者が信頼に足るか、その取り扱う食品は要求する品質を備えているか、常時確認することを迫られ、そのための検査費用等を負担している。消費者は、購買し、摂食する食品が確かに自分の求める品質を備えているか探索する費用増大に直面している。

⁹ 本研究では、フレーミングという言葉を用いて、対象をどのような観点で解釈し、どのような枠組みで切り取るか決めるという意味、さらには、それを通じてステークホルダーの認知の枠組みを設定するという意味で用いる。

このため、氷山の一角のように事件・事故が顕在化した場合に、表面化した事象のみに着目して対症的な問題解決を図ろうとすると、ある問題の解決策が他の問題の原因となることすら懸念される。問題の全体像を捉えて水面下の根源的な要因を変更しない限り、かえって社会的コストの増大が進むような問題の深刻化が起こりかねない。食品の産地偽装に対処するため、原産地表示の規制を強化することが、さらに手の込んだ偽装を惹起する事例などはその典型である¹⁰。

図序-1 食の信頼問題の顕在化（イメージ）



注：筆者作成

2 本研究のアプローチ

食の信頼問題に関して、政策形成者(policy makers)が、各々の直面する政策課題に対して、どのような解決策を構想し、それをどう実現するかについて考察した研究は今まで存在しない。先述したように、食の信頼問題に関する先行研究は、この問題の複雑さについて分析し、講じられた対策の成立過程を紹介して、対策の帰結を論じるに止まっている。

¹⁰ 例えば、中村（2008:pp.104-111）では、悪質な鰻の産地偽装を「ウナギロンダリング」と呼んで、その手法を詳しく解説している。

本研究では、食の信頼問題の解決方策の企画立案、実施、評価、改善の各局面において活用される研究成果をまとめることを目指すこととしたい。

1) 他分野における新たな政策手法の模索からの示唆

食の信頼問題以外の分野でも、多くのステークホルダーが存在し、多様な価値観の相克を孕む社会問題が顕在化している。これら複雑で解決の困難な社会問題に関する研究や政府の動向について概観して、本研究において食の信頼問題の解決方策を考察する際の参考にすることとしたい。

社会システムの高度化、複雑化に伴う新たな政策に関する海外の論考を見ると、従来型の政策介入が十分な効果を発揮出来ていないことが多くの研究者から指摘されている(ケトル 2013, カヘン 2014, ゴールドスミス・エッガース 2006 等)。

例えば、利害が対立するステークホルダー間で社会変革に関する課題解決を促すシナリオ・プランニングを提唱しているカヘン(2014:p140)は、「強硬手段をとれば未来を変えられる、私たちはよくそう自分に言い聞かせる。しかし、そうできないことが多くなっている。世界が複雑になり、相互依存性が増し、ますます予測できなくなり、力と意見をもつ関係者が増えるにつれ、一方的に変化を起こすことは難しくなる。私たちには新しいストーリーが必要なのだ」と主張している。食の信頼問題にも、そのまま該当する問題意識と言える。

我が国においても、従来型の行政の対応では、複雑化する社会問題の解決に限界があり、新たな政策手法が必要との認識が広まっている。

例えば、稲生(2010)は、現代の行政組織が、あらゆる政策課題に対して、適切に資源を調達し、単独で政策を決定し、実施することが難しいことを指摘し、複雑化する環境に適應するために多様なステークホルダーとの間で協働を進めていく必要性を訴えている。

このような問題意識への具体的な対応として、2009年には「政府だけでは解決できない社会的課題に対して、広範な主体が協働して自ら解決に当たるための新たな“公”の枠組み」として、「安全・安心で持続可能な未来に向けた社会的責任に関する円卓会議」が設立されるような動きも見られる¹¹。

消費者政策に目を転じると、2000年代に入ってから、行政規制でも、民事ルールでもない、市場を活用した新しい手法が出て来たとの指摘がある。松本(2003)は、これを消費者政策「第三の波」と呼び、事業者の全体像を市場や社会が評価をして、消費者や社会に対してよりよい経営をする事業者が優位になるようにしようというもので、より市場を活用した消費者政策と位置づけている。

食の信頼問題に直接関係する政府の方針としては、2012年3月に農林水産省が取りまとめた「食品産業の将来ビジョン」において、「既存の課題解決に止まらず、将来に向けた新たな課題の抽出とその解決手法の考案まで含めた連携を可能にする働きかけ」として、多様

¹¹ 安全・安心で持続可能な未来に向けた社会的責任に関する円卓会議準備委員会(2009)「安全・安心で持続可能な未来に向けた社会的責任に関する円卓会議設立趣意書」を参照されたい。

なステークホルダーとの協働のプラットフォームの構築が提案されている¹²。

これらの政府の動きは、価値観が多様化する成熟社会において、様々な立場のステークホルダーの自立的な行動を通じて公共の目的を達成する新たな政策手法を模索するものと言える。

こうした複雑な社会問題に関する研究の中で、広範な分野で分厚い蓄積が認められるものの一つが、wicked problems（複雑、厄介で扱いづらい問題）に関する研究である（wicked problemsの詳細については、補論 - 1を参照されたい。）。応用経済学の立場で様々なwicked problemsの具体例を示したBatie（2008）の分析¹³や他の先行研究（Rittle & Webber 1973等）の定義を見ると、食の信頼問題はwicked problemsの典型例と言える。

このため、食の信頼問題に対する解決方策を研究するに当たり、wicked problemsに対する政策介入に関する研究成果から、本研究のアプローチについて示唆を得ることとしたい。具体的には、2013年に公共政策学の立場からwicked problemsに関する先行研究を分析し、戦略的な取組みをまとめたHead & Alford（以下「ヘッドら」）（2013）の研究から、食の信頼問題へ適用可能なアプローチを抽出することとしたい。

ヘッドらは、幅広い先行研究の成果を踏まえて、wicked problemsに取り組むための戦略として、協力関係の構築、幅広い考え方の導入、新しいタイプのリーダーシップを取り上げ、さらに、これらを可能にする柔軟な組織体制、予算システム、業績評価、人材育成をポイントとして指摘している。

まず、先行研究や実務の経験からwicked problemsへの対応として、最も広く受け入れられている解決方策として協力関係の構築をあげている。知識、関心や価値観の異なる様々なグループの間で、複雑な問題の性質や原因に関する共通理解の醸成や解決方策の企画立案、その効果的な実施を実現するために協力関係が有益であると指摘している。

さらに、協力関係の構築に付け加える他の戦略的な取組みとして、二つのアプローチを提示している。

第一は、問題を幅広い視野から考えるアプローチで、これにより新しい代替策を発見する

¹²「食品産業の将来ビジョン」では、食品産業をめぐる状況変化として、人口減少、高齢化等による国内市場の量的縮小、原料調達リスクの高まり等に加えて、新興国の経済発展に伴う市場拡大、IT等の発達等を背景とした事業変化の加速化等を掲げて、我が国の食品産業が「かつて経験したことのない困難な状況に直面しており、新たな転換期を迎えている」と記している。「食品産業の将来ビジョン」を分析した神井（2014）では、こうした環境条件の変化が2000年以降に顕在化し、従来型の食品産業政策に変革を迫っていると指摘している。この論考では、具体的な環境条件変化として、食料に対する支出の減少、家族類型の中で単身世帯の割合がトップになるなどのマーケットの変化、食品関連産業の国内生産額の減少、M&A件数の増加などの食品産業界における変化、我が国におけるBSEの発生やその後続発した食品偽装事件の影響に加えて、国際的な動向として、食品安全に関するマネジメントシステムの統一化を進める取組を展開しているGFSI（Global Food Safety Initiative）の発足を示している。

¹³ Batie（2008）は、フードシステムに関連するwicked problemsとして、遺伝子組換え食品の問題や食品の安全性の問題に対処するためのサプライチェーンの再構築等をあげる一方で、因果関係が明確で、正解を規定し易いtame problemsの例として、食品へ混入した物質の特定をあげている。

可能性が拡がるとしている。具体的にはフレーミングやシステム思考¹⁴の導入が提案されている。第二は、新しいタイプのリーダーシップの発揮である。複雑な状況下において、ステークホルダー等が自ら行動するよう誘導し、それを束ねる **adaptive leadership** と正式な権威なしに協力的な貢献を引き出す **collaborative leadership** の二つのタイプのリーダーシップが提示されている。

多くの先行研究では、**wicked problems** の解決方策として、プロセスマネジメントや組織体制の工夫によって、有効な対策の生まれやすい環境やそれを実施しやすい環境を整えることが提案されていることが分かる。また、ステークホルダーとの協力関係の構築、幅広い考え方の導入（フレーミング、システム思考等）、ステークホルダーの自律的な行動を促す姿勢は、これまで見て来たフードシステムに関する先行研究の指摘や最近の政府の動向とも合致している。これらの提案は、食の信頼問題の解決方策を研究する上で示唆に富むものであり、本研究のアプローチでも参考にすることとしたい。

他方、いずれの先行研究においても、具体的な対策のコンテンツを提案することが難しく、結果として、周辺環境整備等に終始することになっているのは、「正解」の存在しない **wicked problems** 故の限界とも言える。

食の信頼問題についても、同様の限界が存在することは否定出来ない。しかし、**wicked problems** 全般を対象としたヘッドらの研究と異なり、本研究では、食の信頼問題に特化して研究を進める以上、食の信頼問題の特性を反映して、何らかの具体的な対策に踏み込む分析に挑戦することとしたい。

2) フードシステム・アプローチの要請と具体的な展開

これまで見て来たように、食の信頼問題は、「正しい」解決方策によって完全に解消することは困難であり、「より良く」対応する（うまく付き合う）ことが求められる性質の社会問題である。この観点から、本研究では、食の信頼問題の「解決方策」という表現を、「より良い対応策」を意味するものとして用いることとする。

このような食の信頼問題に取り組むため、政策形成者には、問題をフードシステムの全体像で捉え、根源から要因について考えるシステム思考が求められる。また、社会システムについて論じたルーマン（1990a:p241）の言葉を借りれば、「解決されえない問題を操作的に定義された、それゆえに解決され得る問題へと転換すること」も有効なアプローチとなるであろう。政策形成者には、食の信頼問題という、因果関係の特定や問題自体の定義にも困難を伴うような複雑な社会問題を、特定の政策課題として枠づけ（フレーミング）することが求められることになる。有効な対策の企画立案のためにも、納税者等へのアカウントビリティ遂行のためにも、このフレーミングは重要である。

以下、他分野における新たな政策手法の模索から得られた示唆を踏まえ、フードシステム

¹⁴ 本研究では、システム思考を「ものごとをつながりや全体像、根源から捉えるものの見方、考え方（カヘン 2014:p178）」という意味で用いる。

の特性を考慮した本研究のアプローチについて概要を示しておく。

まず、本研究では、食の信頼問題のそもそもの原因である複雑化したフードシステムに働きかけ、その複雑性の縮減を図る手法を解決方策として提案する。

フードシステムの複雑性を縮減する手法とは、システム分化、すなわち、サブシステムの構築を企図するものである。システム分化の類型から言えば、フードシステムを同等の部分に区分する環節的分化（例：地産地消マーケット創出）と排他的で互いに代替し得ない機能によって分化の境界線を引く機能的分化（例：食品事業者間で、相手方の取組みが消費者の信頼を獲得出来るものであるか評価するための共通の評価枠組みの利用）の二類型が考えられる。

いずれのシステム分化であっても、結果的に構築されるサブシステムは自立したステークホルダーの主体的な経済活動によって成り立つことを前提としており、食の信頼問題をフードシステムのパフォーマンス向上を通じて解決しようとする市場志向型のアプローチと言える。

フードシステムにおいてサブシステムを構築するためには、利害が複雑に絡み合う多様なステークホルダーの間で協力的行動（サブシステム構築への貢献）が実現される必要がある。

サブシステムの構築には一定のコストが伴い、サブシステム構築後の新規参入を排除出来ないため、個々のステークホルダーが眼前の利益のため合理的に振る舞うだけでは、理論的には協力的行動は採用されず、様子見を決め込む者が多くなると想定される。この個人合理性と集団合理性が合致しない状態は、社会的ジレンマ（social dilemmas）状態、その中でも公共財ジレンマ（public goods dilemmas）状態に該当する。

このように、ステークホルダー間の協力的行動を促して公共財ジレンマ状態を解決することが、サブシステム構築の成否を左右する課題と位置づけられる。このため、本研究では、食の信頼問題の解決方策として、フードシステムのサブシステム構築に伴う公共財ジレンマの解決方策に焦点を当てて研究を進めることとする。

また、本来、ステークホルダーの主体的な経済活動に委ねられるべきサブシステム構築に、行政が介入する正統性が認められるのは、公共財ジレンマ状態故に協力的行動が創発されない（あるいは時間がかかり過ぎ、食の信頼問題解決へ貢献出来ない）と見込まれる場合である。この観点からも、公共財ジレンマ状態を分析することが重要になる。

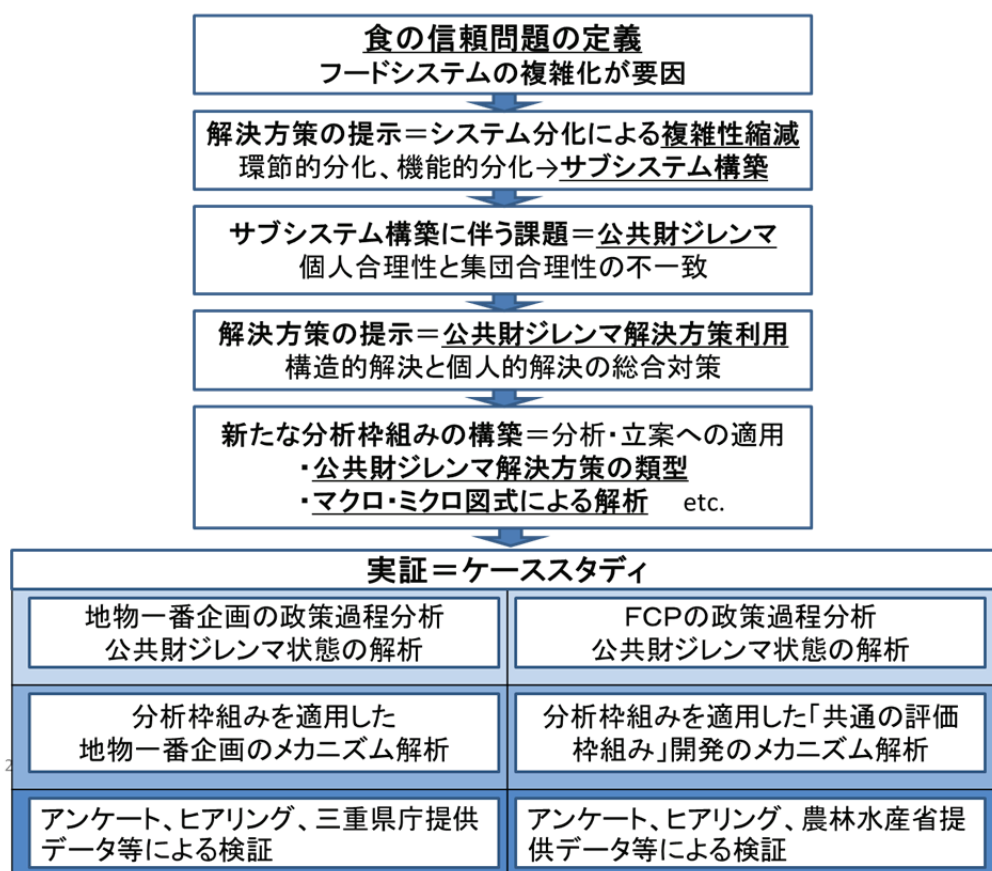
本研究では、まず、複雑で正解の存在しない食の信頼問題の解決を、フードシステム・アプローチで捉えることにより、フードシステムのサブシステム構築という政策課題としてフレーミングする。次に、サブシステム構築という政策課題を、公共財ジレンマの解決という操作的に定義した問題に転換して、「より良い」対策について研究することとしたい。

フードシステムのサブシステム構築に伴う公共財ジレンマの解決方策を研究するに当たっては、社会的ジレンマに関する数十年にわたる研究成果を活用することが可能になる。社会的ジレンマに関する従来の研究では、ゲーム理論を用いた理論的な研究、個別の解決方策

の実験研究の蓄積は豊富だが、実務で求められる多様な解決方を組み合わせた総合的な対策に関する分析は少ない。このため、政策実務での利用に貢献することを目指す本研究では、実際に実施された総合的な対策をケースとして取り上げて検証し、そのメカニズムを明らかにすることとしたい。

本研究のアプローチについて簡単にまとめた見取り図が、図序-2である。

図序-2 本研究のアプローチ



注：筆者作成

3 本研究の構成と分析手法

本研究の具体的な進め方、採用する方法論等について、章毎に順を追って示しておきたい。まず、第一章では、本研究で取り組む食の信頼問題の発生するメカニズムについて、フードシステム・アプローチで解析し、問題の解決方策としてフードシステムの分化による複雑性の縮減を提示する。

具体的には、フードシステムの複雑化によって、食の信頼問題が顕在化、深刻化するメカニズムを、システムの構成主体、構成主体間の関係、共通目的を端的に表す簡明なモデルを

用いて明らかにする。また、同じモデルを用いて、システムを分化し、サブシステムを構築することにより、フードシステムの複雑性縮減が可能であることを理論的に説明する。この際、社会システム論の研究の蓄積を援用して、フードシステム分化の類型を環節的分化（例：地産地消マーケット創出）と機能的分化（例：共通の評価枠組み利用）に整理する。

次に、第二章で、サブシステムの非排除性故に、フードシステムを分化するアプローチが実現困難な状態に陥ることを明らかにする。サブシステムの典型例である地産地消マーケットの創出と共通の評価枠組み利用のケースを用いて、個別ステークホルダーの合理的な意思決定として「様子見」を決め込む者が増える結果、社会全体として、サブシステムが成立しない問題に直面することを示す。続いて、このサブシステム構築に伴って生じる問題が公共財ジレンマであることを、社会的ジレンマに関する先行研究を引いて理論的に説明する。ここで、食の信頼問題解決のための本研究の焦点が、フードシステムのサブシステム構築に伴う公共財ジレンマ解決の問題に集約出来ることを示す。

第三章では、前半の理論的な分析を踏まえて、本研究の後半で、ケーススタディを行うための分析の枠組みを構築する。まず、社会的ジレンマの解決方策に関する先行研究を概観し、フードシステムのサブシステム構築に伴う公共財ジレンマに適用可能な解決方策の類型を整理する。続いて、個々のステークホルダーの行動変容（協力行動）が集積して、社会的な変化（サブシステム構築）を実現するメカニズムを明らかにするために、ミクロ水準（ステークホルダーの行動）とマクロ水準（政策デザイン、フードシステムの動向）の移行問題を整理する分析手法を提示する。

第四章及び第五章では、具体的な事例を取り上げて、公共財ジレンマ解決のための政策デザインを解析した後、政策形成者のデザイン通りステークホルダーの協力行動が成立したかどうかを検証する。さらに、第三章で提示した新たな分析枠組みが実務で有効に機能し得るかどうかについても、あわせて検証する。

第四章では、三重県が地産地消マーケット創出のために企画、実施したみえ地物一番の日キャンペーン（以下「地物一番企画」）について、政策の成立過程を分析して、その特性を明らかにし、第三章で提示した分析枠組みを用いて政策の企画意図とそのメカニズムを解析した後、三重県庁提供データやステークホルダーのアンケート調査、インタビュー調査等により、協力行動が成立したか、地産地消マーケットが創出されたか等について検証する。

第五章では、農林水産省が産学官協働による共通の評価枠組みの開発を主導したフード・コミュニケーション・プロジェクト（以下「FCP」）について、政策の成立過程を分析して、その特性を明らかにし、政策のデザインを解析した後、農林水産省提供データやステークホルダーのアンケート調査、インタビュー調査等により、協力行動が成立したか、共通の評価枠組みが開発されたか等について検証する。

ケーススタディの素材として、地物一番企画とFCPを選択した理由は、それぞれが環節的分化と機能的分化を目指す政策の典型例として、導入後一定期間を経ていること、政策実施主体が地方自治体（三重県）と国（農林水産省）とに分かれることに加え、関係情報の豊

富さにある。地物一番企画，FCPともに，政策の検討から実施に至る過程に関して，行政文書がホームページ等において多く公表されているほか，政策形成者による著作物により，その成立過程や運営内容に関する情報が容易に入手できる。また，筆者が政策形成者の一人として，双方の政策の企画，実施に携わり，実際にそのプロセスを経験していることも，豊富な情報を的確に分析出来る可能性を高めている。この点については，本研究の客観性を損なう危険性を孕んでいるが，客観性を確保できるよう，分析を工夫することにより，本研究の強みと出来るよう努めることとしたい。

終章では，本研究の研究成果を要約した後，フードシステム・アプローチの導入，社会的ジレンマ研究の成果の活用，新たな分析枠組みの構築という本研究の意義を改めて整理する。これを受けて，新たな分析枠組みを活用して，食の信頼問題対策を企画立案するよう，政策形成者に対する提案を取りまとめる。最後に，今後に残された課題として，ケーススタディの蓄積による分析枠組みの補強・改善や，政策介入の必要性に関する検証，公共財ジレンマが生じている他の政策課題への本研究の成果の適用について取り上げて，本研究のむすびとする。

第一章 フードシステム・アプローチによる食の信頼問題の解決方策

この章では、まず、食の信頼問題の要因であるフードシステムの複雑化がいかにかに生じたか、フードシステム論の視点から、その構造を明らかにする。さらに、食の信頼問題の解決方策として、フードシステムの複雑性の縮減を図るシステム分化（サブシステム構築）が有効なアプローチとなり得ることを理論的に示すこととする。

第一節 フードシステムの複雑化と食の信頼問題

序章で確認したとおり、食の信頼問題の解決方策について研究するためには、幅広い視野で、問題の全体像を捉える必要がある。我が国におけるフードシステム論では、食料の供給から消費に至るまでの全体像を捉えた研究が試みられていることから、その考え方を参照して、食の信頼問題の要因であるフードシステムの複雑化について分析することとする。

1 本研究で採用するフードシステム・アプローチ

本研究では、食料の生産から「最終的に食料消費に至るすべてのプロセスを、そこに登場する経済主体の働きと主体間の関係を含め、総合的に1つのシステムとしてとらえる（時子山 1999:p1）」フードシステム論の考え方を踏襲して考察を進めることとする。

我が国のフードシステム論は、成熟社会における食料問題、農業問題を、農業生産サイドに偏したフレームで論じることの限界を高橋正一郎らが指摘し、そのオルタナティブとなり得る理論構築を目指したことからスタートしている。このため、フードシステム論の態度は、『川上』の農水産業から『川中』の食品製造業、食品卸売業、『川下』の食品小売業、外食産業、それに『みずうみ』にたとえられる食料消費に至る、食料・食品の流れ、それにかかわる情報の流れ、そのフードシステムの構成要素に影響を与える包装企業、機械メーカー、あるいは国や都道府県の行政施策などを含めたフードシステム全体を研究対象とし、『川上』から『みずうみ』に至るいずれの構成主体にも主軸をおくことなく、客観的な立場から、全体をひとつのシステムとしてとらえようとする」ことを特徴としている（高橋 1997:p5）。

この節では、フードシステムの成立に必要な三つの要件を意識して、食の信頼問題の発生する現象を説明することから理論的な分析を展開することとしたい。

フードシステム成立の三つの要件として、高橋（2003:p28）は、一般のシステム論¹の成

¹ 一般的な「システム」の定義としては、JIS（日本工業規格）における「多数の構成要素が有機的な秩序を保ち、同一目的に向かって行動するもの」（JIS Z 8121）や、INCOSE（International Council on Systems Engineering）における「定義された目的を成し遂げるための、相互に作用する要素を組み合わせたものである。これには、ハードウェア、ソフトウェア、ファームウェア、人、情報、技術、設備、サービスおよび他の支援要素を含む」がある。高橋（2002）、時子山（1999）のフードシステムの定義は、一般的なシステムの定義を食料の供給と消費に関するシステムに適用したものと言える。

果を援用し、以下のように提示している。

「第1は、相対的に独立した複数の主体の集合であること。

第2は、その複数の主体は、相互に関連をもっていること。

第3は、その相互関連をもった主体の集合は、全体として一つないし複数の目的、あるいは秩序性をもっていること。」

また、第三の要件で言及するシステム全体の目的又は秩序性については、観察者(高橋は、研究者及び政策形成者を想定)が、各自で設定することを想定している。

この目的(あるいは秩序性)の設定によって、分析対象のシステムの範囲が規定される結果、システムと環境の境界が設定されることとなる。言い換えれば、目的が観察者によって設定されることによって初めて、特定の構成主体に主軸を置くことなく、客観的な立場から、フードシステム全体を一つのシステムとして捉える「フードシステム・アプローチ」が可能になるのである。

この章では、構成主体、構成主体間の関係、全体の目的によって設定されるシステムの境界を要素とする簡明な図の形で現状を抽象化して描写することにより、我が国におけるフードシステムの複雑化をモデル化することとしたい。なお、特段の断りをしない限り、我が国のフードシステム全体の目的は、国民への食料の供給と解釈して論を進めることとする。

2 フードシステムの複雑化の解析

1) 複雑化の過程に関するモデル

フードシステムの複雑化の過程に関連して、生源寺(2002:p11)は「フードシステムの発達とは、そこに含まれるチャンネルの豊富化と、チャンネル間競争の激化とほとんど同義であると考えてよい」と指摘している。具体的には、食の供給をめぐる分業の発達過程を、自給自足から、農業と消費者の分離、分離された生産者と消費者を結びつける生鮮食品流通業の生成として描写し、さらに、加工食品の登場によって、食をめぐる分業が次の段階へと進んだことを指摘している。

生源寺によると、この段階で、我が国の食料供給は、農業→生鮮食品流通業→食品工業→加工食品流通業→消費者の順に流れることが基本となったのである。さらに、次のステージとして、外食産業が誕生して、我が国のフードシステムの構成主体が増加したことが指摘されており、生源寺は、複数のチャンネルがたがいに競い合いながらも、並存し続ける状態を、我が国のフードシステムの現状の姿としている²。

この考え方は、村上・公文・佐藤(以下「村上ら」)(1979:p155)による我が国の社会的分業の進展に関する整理によっても支持される。村上らは「一般的にいて、『経済機能』

² 生源寺(2002)は、外食産業という言葉自体は、1970年代後半に広がった言葉であるが、飲食店というジャンルは江戸時代から存在したとし、我が国のフードシステムにおける外食産業の歴史の古さを指摘している。

とは、自然を人間の利用に供するために行われるすべての変換・調整の働きをさすが、さらにそれを分ければ、生産と配分と消費（使用）の三つの下位機能に分けることができるとし、職場と家庭との分離を指摘し、「生産と消費の分化はまさしく産業化の要請である」としている³。

こうした社会システムの発展の一環としてのフードシステムの発展について、中嶋は、消費者の食行動の観点から、「食行動を外外部化することで産業が興る。その産業に対価を支払って、私たちの代わりに行動してもらい、そして生み出される食品を購入することになる。それが『食の経済』である。（中嶋 2011a:p195）」と表現している。

上記のようなフードシステムの複雑化に関する論考を踏まえ、生源寺（2002）のフードシステムの発展過程に関する整理をベースにし、フードシステムの構成主体と主体間関係の変化を簡略化したモデルが、図 1-1 である。

モデル図の作成ルールは、以下の通りとする。

・三角形△の外縁を、フードシステムの境界線とする。

・フードシステムの構成主体のうち、

白丸○は消費する主体

黒丸●は農業生産を行う主体⁴

黒四角■は食品製造を行う主体

黒三角▲は外食を提供する主体

黒菱形◆は食品の輸送、保管や、包装資材の供給、農産物や加工品の品質検査、食品廃棄物の再生利用を担う関連産業を担う主体

・フードシステムの構成主体間の関係として、

矢印（双方向）⇄は、モノ・カネ・情報のやり取り

を、それぞれ表すものとする⁵。

このモデルは、あくまでもフードシステムの複雑化の構造を理論的に明らかにするために、フードシステムの構成主体、構成主体間の関係にポイントを絞って簡明に描写することを目指したものであり、精密なシミュレーションを目的とするものではない。

また、生源寺（2002）が指摘したとおり、いずれか一つのチャンネルが唯一存在する訳で

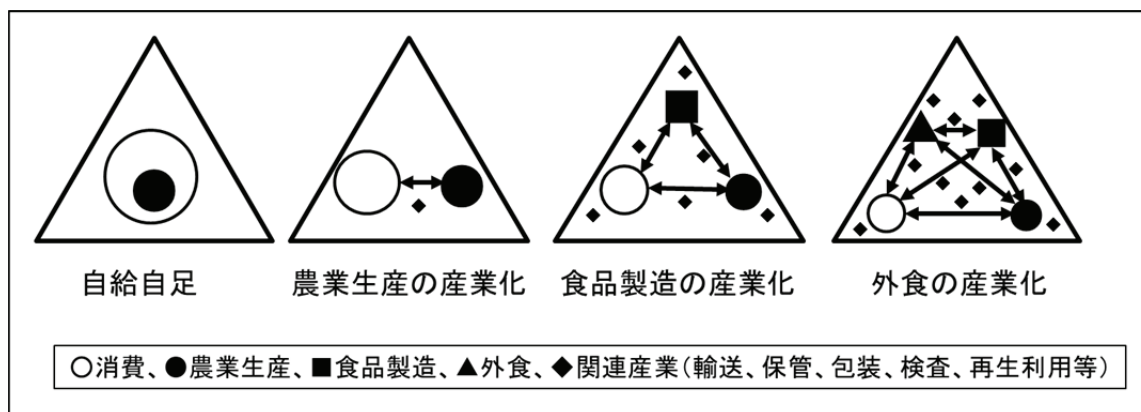
³ 村上ら（1979）は、「産業化以前の基礎集団においては、農業生産の行為が、手段的判断と即自的判断とをバランスさせるための中軸的な経験であった（p157）」として、農業生産の外部化について産業化の範疇から外している。しかし、本研究では、食の信頼問題の最も重い要因に農業生産と消費の距離的・心理的な乖離があげられることを踏まえ、生源寺（2002）、中嶋（2011a）の整理に則り、農業生産の外部化についても、産業化として整理することとする。

⁴ この節では、説明の簡略化のため「農産物」、「農業」の表記を用いるが、その内容については、各々、水産物又は林産物、水産業又は林業についても該当するものとして考察を進めている。この節の検討から、水産物・水産業、林産物・林業を排除するものではない。

⁵ 一般システム（社会システム）に関する先行研究の整理から言えば、人格のある存在以外にも様々なものがシステムの構成主体（要素）たり得るし、関係も多様であり得る（例えば、ルーマンはコミュニケーションを構成要素としている）。しかし、本研究では、フードシステムの現状と食の信頼問題の特性を踏まえ、個人又は法人（人格のある存在）を構成主体とし、主体間関係は、モノ・カネ・情報のやり取りと設定することを基本とする。

も、必ず左から右へと決まったプロセスで変化が生じる訳でもない。あえて言えば、すべての三角形が幾重にも重なって存在している状態が、我が国のフードシステムの現状に近いと考える。

図 1-1 フードシステム複雑化のプロセス（モデル図）



注：筆者作成

以下、図 1 - 1 に基づいて、フードシステムの複雑化のプロセスを確認していきたい。

自給自足状態においては、基本的に生産と消費が一体となった状態であり、(あくまでも、モデル図上の整理で、共同体生活では想定し難い状態ではあるが) 仮に同一主体が生産と消費を担う場合には、システムの成立要件である構成主体間の関係性も成熟した状態に至らない。

次に、農業生産の専門性向上に伴い分業化が起こり、消費と生産が分離された場合が、左から二番目のモデルである。この段階で構成主体が複数発生し、主体間関係も生じることとなる。システムが成立する要件が揃うと換言しても良いかもしれない。

構成主体間では、実際に農産物と取引が行われ（農産物（モノ）に対して金銭（カネ）が対価として支払われる）、同時に、当該農産物の量や価格など取引に必要な情報がやり取りされることになる。この際、生産の場と消費の場が同一でなければ、自ずと輸送や保管に携わるステークホルダーがフードシステムの構成主体に加わる場合も多くなる。輸送や保管に携わる者は、モノ、カネ、情報のやり取りを媒介することになる。構成主体数や主体間関係は増加し、フードシステムの複雑化が進む。

図 1 - 1 を右に進んで、加工食品の製造が消費から外部化し、産業化するステージを見てみる。食品製造業者が構成主体に加わることは当然であるが、加工食品の流通販売に不可欠な容器包装業者や加工用機械製造業者なども構成主体に加わってくる⁶。このステージでは、

⁶ 実際には、最終的に消費される加工食品が完成するまでに、一次加工、二次加工の工程がある場合も少なくなく、それぞれ異なる事業者が関与すると、さらに構成主体が増加することになる。また、国境を越えて原材料の調達が行われる場合を想定すれば、国外の民間事業者のみならず、検疫等に関わる行政機関も構成主体に加わることとなり、一層複雑さを増すこととなる。

構成主体間の関係も一気に増加、複雑化し、フードシステムは飛躍的に複雑化することとなる。

図1-1の一番右側のステージでは、消費から調理が外部化され、産業化されることとなり、フードシステムの構成主体には外食産業に携わる者と関連産業に従事する者が加わり、主体数が増加することとなって、一層複雑化することとなる。

2) 流通する情報量に関するモデル

我が国のフードシステムの複雑化を考察する際に、もう一つ忘れてならないのは、消費者ニーズの多様化、高度化に対応して、フードシステム内で流通する情報の量が変化し、これによって構成主体間の情報の非対称性が一層拡大しているという点である。

ここでは、中嶋(2011a)が、消費ステージの進化を整理した類型を援用して、胃袋の消費、舌の消費、頭の消費という消費行動の変化に対応してフードシステムの構成主体間で流通する情報量が増大する様子を、図1-2に整理する。

中嶋は、食品の量が不足している際には、単に「胃袋を満たす」だけでよい商品であったものが、量的な不足が解消されるにつれ、供給サイドが、品質を絞り込んでマーケットを小さくし、相対的な不足を演出することとなるため、食品は「舌で楽しむ」ことが重視される商品へと転換すると指摘している。さらに、ワインのブランド化を例にとり、消費者の判断を一定の幅に収束させる手段として「言説由来の価値」が利用されたことを指摘している。つまりワインは、「舌で楽しむ」だけでなく、「頭で味わう」次元の商品になったと言うのである。この「頭の消費」は、フェアトレード認証商品のようにビジネスの公正さの価値を評価する消費等も含み、物語性を付加価値とするものと言える。

中嶋の胃袋、舌、頭と消費ステージが進化するとの指摘は、「高次の欲求は、系統発生的、進化的に後から発達したものである」とするマズロー(1987:p145)の考えからも支持されるものである。

図1-2は、フードシステムの構成主体間でやり取りされる「モノ」「カネ」「情報」について、「胃袋の消費」「舌の消費」「頭の消費」の消費行動の変化に応じて、どう変化するかを概念的に整理している。

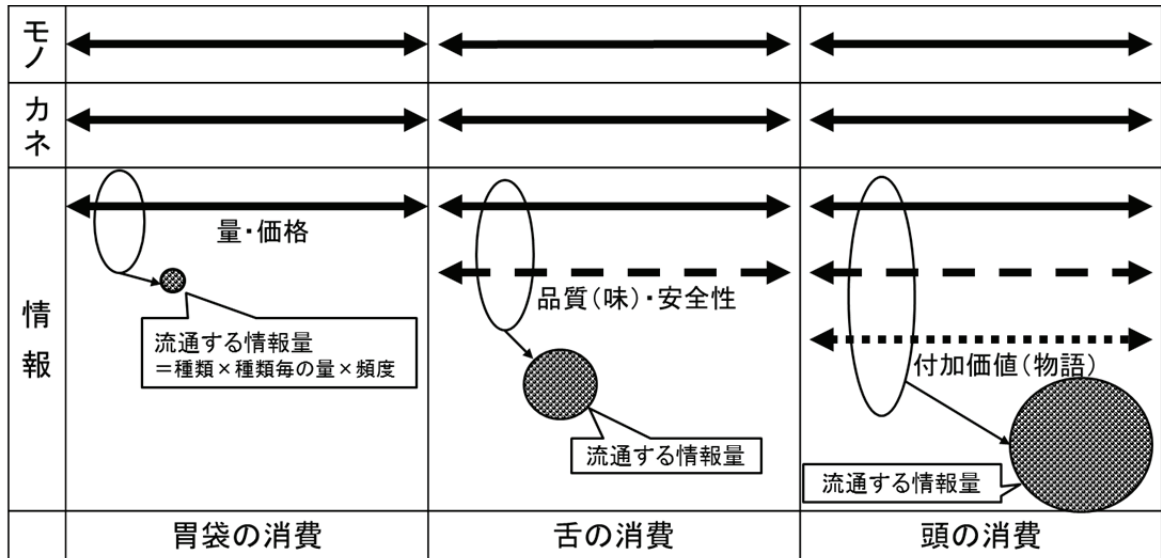
「モノ」については高度な加工食品や認証商品などの変化が想定されるものの物質としての劇的な変化は無い、「カネ」についても金額の多寡や決済方法の変化があっても大きな変化は想定し難い。

これに対してやり取りされる情報については、種類・量ともに劇的な変化が想定される。

図1-2では、それぞれのステージで流通する情報量の増減を左右する要素を、「やり取りされる情報の種類」、「一種類の情報毎に求められる情報の量」、「一定期間の間に情報がやり取りされる頻度」と想定して、実際の情報量を抽象的に丸で表現した。図1-1で矢印 \leftrightarrow で表した構成主体間の関係とあわせて考えると、消費行動の変化に応じて矢印 \leftrightarrow の一つ一つについて、情報のやり取りの量が増大していることを図1-2の丸の大きさが示しており、

フードシステムが一層複雑化していることが分かる。

図 1-2 消費行動の変化に対応した流通する情報量の変化（イメージ図）



注：筆者作成

胃袋を満たせば良いステージでは、所得制約の下で量と価格の情報が消費選択における決定的な要因となるのに対して、舌で味わうステージでは、味や新鮮さなど品質に関する情報が加わることとなる。経験財としての取引が増加することとなり、品質を保証する情報等も重要度を増すこととなるためである。

頭で味わうステージでは、さらに物語（生産のこだわりやビジネスの公正さなど）に関する情報が加わることになる。信用財としての取引が増加することとなり、更に商品の真正性に関する情報やそれを担保する情報などが付加される。食品問題パニック時に、事業者間で産地証明書等のやり取りが大幅に増大する事例などは、この「頭の消費」ステージの情報のやり取りの複雑さを良く表している現象である。

一般的には、ステークホルダー間で情報の非対称性が拡大し市場の失敗が生じた場合の解決方策として、情報量の少ないステークホルダーに対して情報提供を増大する戦略が提示されることが多い。しかし、食の信頼問題解決の観点から見ると、フードシステムの特性に無頓着に情報提供を量的に拡大することは、むしろ逆効果になる可能性が高い。

これまで見てきたように、食品事業者の分業、専門化が進むに伴い、やり取りされる情報が専門化・高度化する一方で、消費者のリテラシー低下が進んでいる（食品事業者の専門化によって、業種の異なる食品事業者のリテラシーも低下傾向にあると指摘されている。）。この状況で、情報のやり取りのターゲットが特定されることなく、フードシステム全体で流通する情報量が増大することは、情報の出し手、受け手双方の負担を増すだけでなく、情報の

受け手側の混乱を助長し、結果として出し手側のモラルハザードを生む懸念すらある

(Smith 2009, 中谷内 2008 など)。食の信頼問題解決に資する効果的な情報のやり取りのためには、食品を選択しようとするステークホルダーにとって適切な内容であり、信頼性が高いものであることが求められる。生源寺 (2002) の指摘する情報の保有量と咀嚼力の両面でのバランスが求められるのである。

このため、図 1 - 2 の流通する情報量の増大を表すモデルは、情報の受け手側の処理能力を超える情報量やニーズに適合していない情報の提供量の増大を含むフードシステム全体での情報量を示すものと位置付けることとした。図 1 - 2 の丸の大きさが大きくなれば情報の非対称性が拡大し、小さくなれば縮小するものと整理し、食の信頼問題が顕在化する蓋然性の高さを表すものとして、分析に用いることとする。

この節では、食の信頼問題を生じさせるフードシステムの構成主体間の情報の非対称性の拡大、そもそも、その原因となるフードシステムの複雑化のメカニズムを、図 1 - 1 と図 1 - 2 のモデルを用いて理論的に確認した⁷。

⁷ 村上ら (1979) の我が国の産業化に関する論考を踏まえると、フードシステムの複雑化によって、消費者から供給サイドに対する不安感が募る構造が示唆される。村上らによれば、産業化の進展により「職場は生産のための手段合理的行為の場となり、家庭は消費に専念する即自的行為の場となって、二つの行為型は分裂するように」なり、これによって「人々の潜在的不安感が高まっていく」ことが産業社会の特徴と指摘されている (p157)。

第二節 食の信頼問題の解決策の提示

前節で明らかにしたフードシステムの複雑化のメカニズムを踏まえて、本節では、食の信頼問題の解決のためには、フードシステムの複雑性を縮減するアプローチが有効であることを理論的に示すこととする。

1 システム分化による複雑性の縮減

本研究では、食の信頼問題の解決策として、フードシステムの複雑性を縮減するアプローチを提案する。このアプローチは、個別の事象に対症療法的に対応するのではなく、食の信頼問題のそもそもの要因に直接働きかけるアプローチであると同時に、「解決されえない問題を操作的に定義された、それゆえに解決され得る問題へと転換する（ルーマン 1990a：p241）」企てである。

フードシステムの複雑性を縮減する具体的な手法は、フードシステムを分化すること、すなわち、サブシステムを構築することである。

この節では、ルーマンの社会システムに関する論考（1990a,1990b,2009 等）の他、ルーマンの膨大な研究内容や思想の変遷を整理した研究（赤堀 1998, クニール・ナセヒ 1995）を基にして、フードシステムの分化による複雑性縮減を理論的に考察する際のシステム分化の類型を整理することとしたい。

ルーマンは社会システムの分化の類型として、「環節的分化」、「成層的分化」、「機能的分化」の3類型を示している⁸。「環節的分化」は、全体の社会システムが各々同等の（あるいは類似の）部分システムに分化することである。「成層分化」は全体社会が上層／下層といった具合に不平等にランク付けされた部分システムに分化することである。我が国のフードシステムの分化を論じる際には、想定する必要性の低い類型である。「機能的分化」は、それぞれが排他的で互いに代替しえない社会的機能に則してシステムを分化することである。

以下、環節的分化と機能的分化の類型を、具体的なフードシステムの分化に当てはめて考えることとする。

1) 環節的分化としての地産地消

まず、環節的分化としては、ローカル・フードシステムの構築が想定される。ローカル・フードシステムの構築とは、文字通り、一定の地域で生産された農産物等の食品を当該地域で消費するマーケットを創出することであり、我が国のフードシステムを同等の部分システムに分化する環節的分化の形態としては、これが想定される唯一のパターンである。

⁸ ルーマンは社会進化を、環節的分化から成層的分化を経て機能的分化へというプロセスとして描き出しているが、本研究では、この社会進化の考え方には囚われず、あくまでもシステム分化の基本的な考え方の整理としてルーマンの類型を援用することとする。

地域（圏域）が設定されれば、自ずとシステム分化の境界線が設定され、サブシステムの構成主体の範囲も明らかになる。構成主体間の関係については、我が国のフードシステム全体における関係を、そのまま地域という境界線で分割したものになるのが基本である。

我が国におけるローカル・フードシステムに関する諸概念を整理した櫻井（2007）は、「地産地消」「スローフード」「フードマイレージ」「CSA」を取り上げ、「ローカル・フードシステムの諸概念では、一定の領域内での食品に関する経済・資源循環、さらにはアクター間の食に関するコミュニケーションが深まることを強調し、期待していることが多い」と指摘している⁹。

以下、本研究では、国内で最も人口に膾炙していると考えられる「地産地消」の概念（地域でとれた産品をその地域内で消費する（櫻井 2007））に則って、ローカル・フードシステム構築によるフードシステム分化に関する論考を進めることとする。

多くの研究者が、地産地消について、様々な定義を行っているが、その目的自体が食の信頼問題解決にあると解釈できるものが多い。

例えば、内藤ら（2005）は、大量生産・広域流通の進展や、輸入の増大、生鮮食料品流通の大型化・国際化の進展、さらに、食品の安全性をめぐる問題や消費者の信頼を裏切る事件の続発を指摘したうえで、「このような状況の下で、地元産の新鮮で安心できる食料品に対する消費者のニーズが高まっており、地域で生産されたものを地域で消費する、いわゆる『地産地消』を推進する活動が全国各地で活発に行われるようになってきている（p28）」と主張し、食の信頼問題と地産地消の活性化を直接結び付けている。

野見山（2005:p140）も、地産地消の取組の食品事業者や消費者にとっての魅力を「消費者や実需者にとっては、長い流通距離と流通時間をかけた農産物取引では不可能な『顔の見える関係』によって、安心して納得できる農産物が購入できること」であり、「地産地消の食育に関する役割も期待される。消費者は食の源流に関心をもち始めた。他人まかせの食への不安が市民農園や農産物直売所への関心を深めている。消費者は食の現場につながる主体になろうとしている」と記し、フードシステムの複雑性縮減にむけた活動を指摘している¹⁰。

また、地産地消運動の実践者の意識を見ると、国内でも最も地産地消活動歴の長い NPO の一つである NPO 法人「地産地消ネットワークみえ」の理事長波彦野は、活動の 10 周年

⁹ 櫻井（2007:p216）によれば、「地産地消」以外のそれぞれの概念の意味は次のとおりである。「スローフード」（第一に、高品質の食品を生産・製造する小規模生産者を保護すること、第二に、消費者（とくに子供）に対する味の教育を行うこと、第三に消滅する恐れのある伝統的食品を保護することが、スローフードを提唱するスローフード協会の目的）、「フードマイレージ」（生産地から食卓までの食料の輸送量と輸送距離を定量的に把握するとともに、輸送に伴う環境への負荷を計測することをめざしている）、「CSA」（community supported agriculture 農家とその近隣の消費者が一定期間の契約関係を結び、農家は消費者に対し農産物を定期的に供給するとともに、各種交流活動も実施する取組みの総称）を紹介している。
¹⁰ 地産地消の取組の一環として農業生産の行為を経験することが、フードシステムの高度化による不安感の軽減に寄与する可能性は、村上ら（1979）の産業化による人々の不安感に関する論考からも示唆される。村上らは、産業社会においては、手段的価値と即自的価値が分裂し人々の潜在的不安感が高まっていくことを指摘し、「産業化以前の基礎集団においては、農業生産の行為が、手段的判断と即自的判断とをバランスさせるための中軸的な経験であった（p157）」との見解を示している。

を迎える挨拶（2010）で以下のように活動趣旨を振り返っている。

「私たちは、自分が食べているものについて、どこで、誰がどのように作り、どのように届けられたのかを知ることが忘れつつありました。そんなことと関わりなく生きていけると思っていました。しかし、そのようなやり方がうまくいかなくなっていることに気づき、地産地消運動に取り組みました。地産地消を進めることで、誰が作り、誰が食べるかを知り、ともに関係の中で生きていくことが分かるとお互いを尊重せざるを得なくなります。つまり、お互いを尊重し、思いやる社会を目指して活動を続けてきました。¹¹⁾」

これらの主張が示すように、地産地消運動の理念には、食の信頼問題の解決が含まれている。これに対して、地産地消マーケット創出によるフードシステムの複雑性縮減、情報の非対称性縮小が、実際に食の信頼問題解決へ貢献する可能性も、各種の実態調査の結果から示唆されている。

農林水産省が2007年に公表した農業者と消費者に対する全国規模のアンケート結果¹²⁾によると、地産地消の取組の利点のうち、食の信頼問題に関連の深い「安全な食材を買える」、「生産者が身近に感じられる」について、多くの消費者（それぞれ89.1%、90.6%）が「魅力を感じている」と回答し、実際に利点を認識していることが分かる。他方、農業者が営農活動等への利点のなかでは、情報の非対称性縮小の意味を含む「消費者ニーズを的確にとらえた生産が可能になる」について、73.4%の農業者が利点を実感している旨回答している。

消費者の意識に関する研究結果を見ると、首都圏の消費者を対象とした意識調査の結果を分析し、地元産農産物に対する消費者選好の因果構造を分析した大庭ら（2006）は、「地元産野菜の購買活動には、『安全な野菜志向』、自身の『地元とのつながり』が直接的に影響し、『安全な野菜志向』を介して自身の『農とのつながり』が影響している」ことを明らかにしている。世田谷区及び盛岡市の住民の地産地消に対する意識を調査した菅野ら（2007）も、「地元産の農産物は新鮮で安全・安心であり、その消費を通して地域の農家や食文化を守ることができる」、「地元産農産物を利用することは『食農教育』に有効である」という意識が高いことを指摘している。

食品事業者サイドの認識についても、農林水産省が2004年度に産地直売所、農産加工場、学校給食の各々の事業者を対象に実施した調査では、「地場産農産物の使用（販売）に当たっての取組効果（複数回答）」について、食の安全・安心の確保に関する意識が最も高いことが示されている¹³⁾。

これらの調査結果からは、紙谷（2006）が客観的に指摘するように「『地産地消』が食の

¹¹⁾ 地産地消ネットワークみえホームページ「10周年を迎えてのご挨拶」より抜粋。

¹²⁾ 詳細は、「平成18年度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 地産地消に関する意識・意向調査結果」を参照されたい。

¹³⁾ 「効果がある」と認めた回答率が最も高かった選択肢は、各々「消費者への安全・安心な農産物の提供（84.4%）」、「消費者への安全・安心な農産物加工品の提供（79.8%）」、「児童・生徒への安全・安心な給食の提供（74.2%）」であった。詳細は、「平成16年度農産物地産地消等実態調査」（農林水産省生産局総務課生産振興推進室）を参照されたい。

安全性の科学的な理解によることなく、生産者と消費者との社会的・心理的距離の縮小によって安心を感得するための手段となっていること」がうかがわれる。地産地消マーケットの創出が、地域産の食品や地域の食品事業者に対する信頼感の醸成に寄与する構図を見て取ることが出来る。

2) 機能的分化としての共通の評価枠組み

環節的分化が圏域設定によって自然発生的に実現される可能性を有するのに対して、機能的分化はシステム分化を目指す政策形成者等の能動的な分化の意思（目的、機能の設定）があって初めて具体化がスタートするものと言える。

フードシステム分化の目的が設定されると、その目的に応じて、全体のフードシステムから切り出すべき機能が特定され、その機能に応じて、サブシステムの構成主体が特定され、その機能を発揮するために必要な範囲で主体間の関係も特定されることとなる。「システム目的を下位目的へと分解することによって問題縮小を行えば、必然的に操作的な目的概念へと近づいて行くことになる（ルーマン 1990a : p241)」のである。

図 1 - 1 及び図 1 - 2 のモデルに基づいて、フードシステムの複雑性縮減のパターンを考えると、①構成主体の種類（数）が減少されるか、あるいは、②構成主体間の関係が減少（モノ、カネ、情報のやり取りの分割又は縮小）されるか、①及び②が組み合わせられるか、いずれかのパターンで機能的分化が図られることとなる。

こうした特性から、フードシステムにおける機能的分化のパターンは無数に想定可能と言える。一定数以上のステークホルダーの支持を集めるシステム分化の目的が存在するのであれば、その目的のパターンだけ、機能分化のパターンも存在し得るのである¹⁴。

食の信頼問題の解決方策を政策形成者の立場を意識して探求する本研究では、直接的に情報の非対称性の縮小を図る（分化する機能として、情報のやり取りを主なターゲットとする）機能的分化を取り上げることとしたい。

序章で見たように、信用財的な属性を備えた食品については、購買側の認識と異なる事実が判明した場合に、食の信頼問題が深刻化する可能性が高い。特に、一般的な食品との間に価格差が存在する「頭の消費」に対応した食品の場合には、経済的利益が発生する食品偽装

¹⁴ 機能の切り分けという側面だけを考えるなら、漁港で水揚げされた魚を高鮮度のまま飲食店に届けるための冷蔵輸送システムも、大消費地域に遠隔産地の生鮮野菜を安定供給するため制定された野菜生産出荷安定法（昭和 41 年法律第 103 号）に基づくシステムも、フードシステムの機能的分化の一例と言えよう。野菜生産出荷安定法による機能的分化は、野菜価格の乱高下が消費者生活に及ぼす影響を緩和するため、人口が集中する消費地に対して野菜を供給する遠隔地の産地を育成し、卸売市場経由で安定供給を促進するよう、各構成主体の役割を明確化し、法制度によって機能を切り出したものと解釈出来る。モノ（対象食品とその供給状態）のやり取り（構成主体間の関係）が特定され、そのために必要な範囲で構成主体の種類が限定されて、機能的分化がデザインされているのである。フードシステムの複雑性を縮減し、ステークホルダー間の情報の非対称性を縮小する観点からは、これらの構成主体の種類やモノの限定に付随して情報のやり取りが限定される機能的分化も、結果としては情報の非対称性の縮小（ひいては食の信頼問題の解決）に貢献し得るものである。

を行うインセンティブが働き、当該食品や関連食品事業者、さらには、フードシステム全体への不信感醸成の要因となり易い（中嶋 2004, 神井 2008b 等）。

これらの食品に関して共通しているのは、最終製品の検査では品質に関する情報の確認が困難であるため、生産・製造の工程を管理し、その内容を伝達出来るよう記録し、その情報をやり取りすることが求められる点である¹⁵。

こうした場合の情報の非対称性縮小としては、目的に応じて、やり取りする情報の種類を絞り込み、情報のやり取りのルールを設定して流通する情報量を縮小するアプローチと、求められる品質情報を代替し得る別の簡明な情報に置き換える仕組みを構築するアプローチを想定することが出来る¹⁶。例えば、民間企業が自社製品全体の信頼性を高めるためブランディングとして行う企業姿勢に関わる情報発信は、後者の例である（Sporleder & Goldsmith 2001）。

他方、前者の例としては、トレーサビリティ・システムの構築が考えられる。事件・事故発生時に迅速に原因を特定できるようにステークホルダー間で遡及可能な記録を整えるという観点で情報整備・伝達の機能を切り出し、フードシステムを分化するものと言える。このシステムが機能する（すなわち、機能的分化が成立する）ためには、どのような種類の情報が、どのような形で記録・保管され、事件・事故時にどのような形でやり取りされるのか、事前にルールが設定されていること、それに一定数以上のステークホルダーが合意していることが必要である。

これらの機能的分化では、フードシステムから一定の機能を切り出してサブシステムを構築するプロセスにおいて、

- ①システム分化の目的に応じた具体的な機能の特定
- ②特定された機能が具体的に発揮されるための仕組み（機能に対応した情報の特定、その取扱いのルール等を内容とする制度等）の開発
- ③開発された仕組みを一定数以上のステークホルダーが利用することによるシステムの稼働

というステージを経ることが必要となることが分かる。

サブシステムの境界線設定がほぼ自動的にサブシステム構築につながる環節的分化と異なり、機能的分化では仕組み（制度）の開発というステージと、当該仕組みの一定数以上のステークホルダーによる利用というステージの二段階のプロセスが、サブシステム構築のた

¹⁵ 食品の安全性に関して、HACCP（Hazard Analysis and Critical Control Point：危害要因分析重要管理点食品の安全性にとって重大な危害要因を分析し、評価し、危害の防止につながる特に重要な工程を継続的に監視・記録を行う工程管理システム）や、GAP（Good Agricultural Practice：農業生産工程管理農業生産活動における各工程の正確な実施・記録・点検及び評価を行う工程管理の手法）など、生産・製造の工程を管理する方法が主流となっていることについては、例えば、農林水産省が開催した検討会が取りまとめた「食料産業における国際標準戦略検討会報告書」（2014年8月8日）を参照されたい。

¹⁶ 細野・中嶋（2011）は、消費者の信頼を得るために、食品の供給過程の「見える化」や企業姿勢の明確化とその情報提供が重要であることを指摘しており、本研究で取り上げる「共通の評価枠組み」はその具体的なツールと位置付けられる。

めに必要となるのである。ここで言う仕組み（制度）は、フードシステムの構成主体が共通して使えるために標準化され、広く共有される特性を備える必要がある。

この開発のステージは、フードシステムに関わる政策の体系的な分析を提言した生源寺（2003）が、「ソフトの公共財」と位置付けた「情報伝達の効率化をもたらす、共通言語、ないしは、文法の設定」に該当する。

こうした機能的分化の特性を踏まえ、本研究では、食品の品質（生産・製造工程等の特徴を含む）及び関係する食品事業者の行動が信頼に足るか否かについて、事業者間で効率的に評価を行う観点から、やり取りする情報を限定するための共通言語としての「共通の評価枠組み」の開発を、機能的分化の代表例として取り上げることとする。

上で見たトレーサビリティ・システムを始めとして、HACCPやGAP、ISO22000等の食品安全マネジメントシステムなどは、共通の評価枠組みの事例と言える。

共通の評価枠組みは、そもそも開発の目的自体が情報の非対称性の縮小にあるため、一定数以上のステークホルダーにより利用されれば、その範囲においてフードシステムが分化されたと言える。

例えば、一般的な規格化・標準化のメリットとコストについて考察した土井（2001）は、共通の評価枠組みのような標準を利用する際のメリットとして、取引費用の削減（買い手の努力・コストの軽減）、情報提供・品質保証機能、生産段階での費用削減、新技術の導入促進、需要面の規模の経済性（ネットワーク外部性）、情報の収穫逡増効果、補完的資産の競争優位性効果等を取り上げている。

また、企業間でやり取りされる食品の商品名、商品コード、原材料情報などを記した商品規格書の標準化について分析した小川（2011）は、複数の企業が参画、連携し、協働できるプラットフォームにより、個々の企業における手間とコストの増大を抑制し、効率的かつ効果的に商品規格情報管理をする」ことが可能になると標準化のメリットを指摘している。

さらに、具体的な共通の評価枠組みに対する評価として、HACCPの導入効果について、2013年に農林水産省が食品製造事業者を対象に行った調査を見ると、事業者にとって直接的なメリットである「品質・安全性の向上」について多くの事業者（95.9%）が認識していることに加え、フードシステムの構成主体間の関係に関するメリットについても、「企業の信用度やイメージの向上」を70.5%、「製品イメージの向上」を56.4%、「取引の増加」を25.4%と、それぞれ一定のメリットを認める回答が認められる¹⁷。

2 モデルによるシステム分化の検証

前節で示したフードシステム成立の三要件を表すモデルを用いて、システム分化がフード

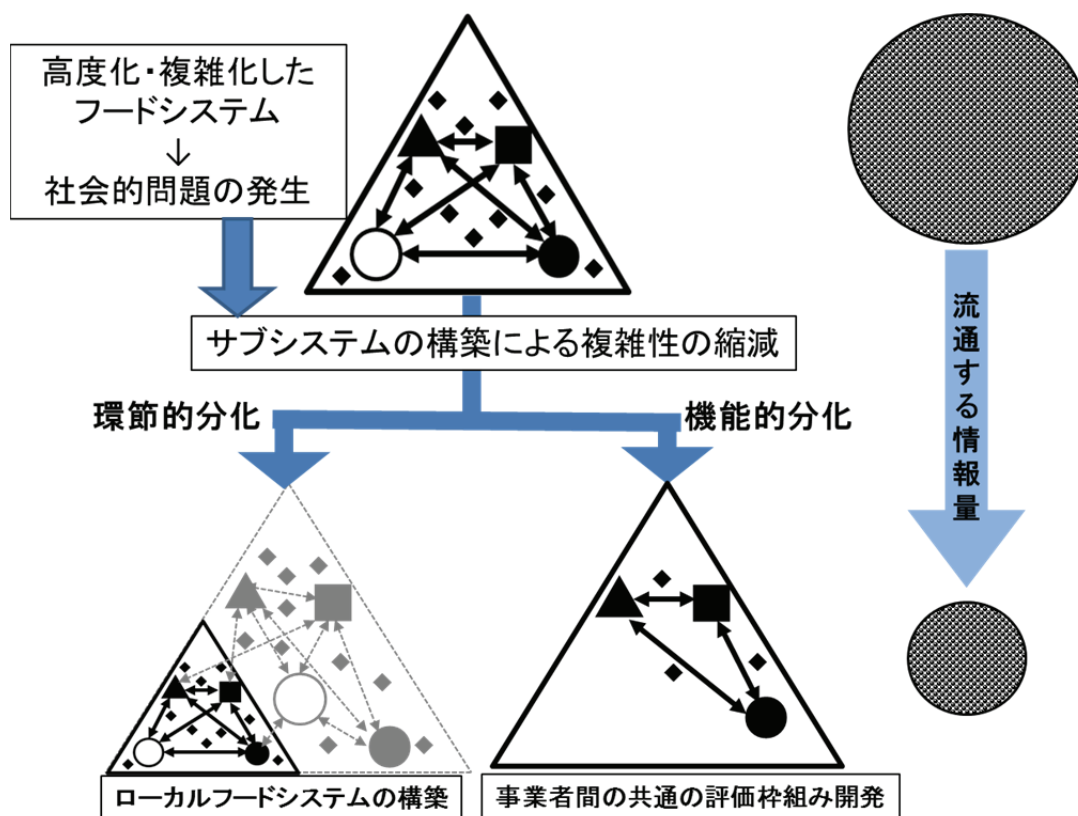
¹⁷ 詳細は、「平成25年度食品製造業におけるHACCP手法の導入状況実態調査」（農林水産省2013）を参照されたい。

システムの複雑性を縮減し、情報の非対称性を縮小するメカニズムを明らかにしたい。

図1-3は、前節で整理した複雑化したフードシステムの状態を上段に図示し、その分化による複雑性の縮減を下段に示したものである。また、右側の丸で流通する情報量の減少を示している。

下段の左側の流れが、環節的分化を示し、右側の流れが機能的分化を示している。

図1-3 フードシステムの複雑性縮減（システム分化）の種類（モデル図）



注：筆者作成

1) 環節的分化の解析

まず、環節的分化として地産地消マーケットの創出をみる。

この場合、当該フードシステムの境界線は当該地域という地理的概念で設定されることになり、構成主体も自ずと同地域に関わるステークホルダーとなり、そのステークホルダー間の関係が設定されることとなる。

この圏域の設定について、地産地消が多様なステークホルダーの主体的な運動として発展したことを指摘する池本（2008:p50）は、「地産地消のエリアは、『食』と『農』にかかわる人びとが『食の安全と安心』を求めて互いに接近し、『顔の見える関係』と『信頼関係』を求める生産者と消費者の集まりを可能とするエリアであると考えられる」としている。

他方、実態面としては、一定のまとまりのある地産地消運動として認知されているものには、都道府県域や市町村域など行政圏域と一致する者が多い。これは、一定数以上のステークホルダーが地産地消の圏域として合意を形成するためには、既存の行政圏域をベースにすることが効果的・効率的であること、地産地消運動展開の重要な柱の一つに学校給食があること、地産地消を推進するための政策（以下「地産地消対策」）が地方自治体によって執行される場合が多いことなどが影響しているものと考えられる。さらに、地産地消を運動論だけでなく、システム分化として考える場合、持続可能な地産地消マーケットとして成立し得る一定の規模を備えるには、市町村域では狭く、都道府県域での展開が適当な場合が多いことにも留意が必要である¹⁸。

モデル（図1-3）のとおり、我が国全体でのフードシステムが地域によって分割されるため、構成主体数も構成主体間の関係も分割された範囲に応じて減少し、フードシステムの複雑性が縮減されることとなる。

この複雑性縮減に応じて、構成主体間で流通する情報量の変動要素をみると、

- ・流通する情報の種類は、当該地域に関わるステークホルダー間のやり取りに限定される形での行為者数の減少と、地産地消に関わる商品の情報に限定される形での減少が想定され、我が国全体のフードシステムの場合と比較して減少するものと見込む
- ・情報の種類毎の情報量は、地産地消に関わる商品の情報に限定される形での減少が想定されるほか、生産と消費の物理的・心理的な距離が近づくことによる省略が可能になると想定され、全体として減少するものと見込む
- ・頻度については、生産と消費の物理的・心理的な距離が近づくことによる情報のやり取りの減少（例：証明書類等の省略）が想定される。
- ・なお、地産地消運動として交流活動が活性化し、ステークホルダー間の直接的なコミュニケーションによる情報量が増加するものと想定されるが、こうした活動自体が情報の非対称性を縮小させる性格を有するため、情報の非対称性拡大の要因からは除外して考えることとする。

こうした変動の結果、ステークホルダー間の情報の非対称性も、総じて減少するものと見込まれる。

2) 機能的分化の解析

次に、機能的分化として、事業者間での共通の評価枠組みの例をみってみる。

モデル（図1-3）で示したケースで言うと、事業者間の情報のやり取りについて、取引先が信頼に足る取組を行っているかどうかを効率的に確認するという機能をフードシステムから切り取って、そのための情報のやり取りが成立するよう、共通言語（共通の評価枠組

¹⁸ その背景として、JAS法（現在は食品表示法）に基づく農産物の産地表示の義務付けが都道府県単位とされていることをあげる指摘もある。

み)を開発することが機能の切り分けに該当する。

事業者間での情報のやり取りについて機能を切り出すため、情報の出し手、受け手の構成主体数が減少すること、また、やり取りする情報も取引に必要な全ての情報ではなく、事業者間の信頼性に関する評価を効率的に行える業務(企業行動)を示すものとして標準化された項目に限定されることとなるので、種類毎の情報量も減少する。

さらに、共通の評価枠組みを利用してやり取りする情報は、食品事業者としての業務(企業行動)を評価する際の情報であるため、食品の取引毎に毎回情報をやり取りするよりも頻度も低下すると想定される。

この結果、サブシステムにおいて流通する情報量が減少すると想定され、事業者間の信頼性評価という機能に限定してフードシステムを分化することによって、複雑性が縮減され、情報の非対称性が減少するものと見込まれる。

以上のとおり、フードシステムの環節的分化としての地産地消マーケットの創出と、機能的分化としての共通の評価枠組み開発の双方について、サブシステムの構成主体間の情報の非対称性が縮小されることが、フードシステム・アプローチのモデルを用いた解析によって明らかになった。

第二章 フードシステムの分化に伴う公共財ジレンマ発生

前章では、フードシステムの複雑化のメカニズムをモデルにより解析した後、食の信頼問題解決のアプローチとして、フードシステムの複雑性の縮減（システム分化）を提示し、その有効性を理論的に明らかにした。

本章では、フードシステムの複雑性を縮減するためのシステム分化（①環節的分化としての地産地消マーケットの創出，②機能的分化としての共通の評価枠組みの利用）が、その非排除性故に、個々のステークホルダーの合理的な意思決定に委ねては、実現が困難な属性を有することを明らかにする。

ここでの論考は、観察者（政策形成者、研究者等）の観点から、食の信頼問題の解決に有効であるとした対策が、行為者（個々のステークホルダー）が実際に行動をとる際には困難が伴う社会的ジレンマ状態、その中でも公共財ジレンマ状態にあることを示すものである。

ステークホルダーの直面する状態を公共財ジレンマと見做すプロセスを経ることで、複雑で厄介な食の信頼問題の解決という課題を、システム分化に伴う公共財ジレンマの解決という下位の課題に置き換え、対応策を検討する選択肢を提示したい。

第一節 フードシステム分化におけるステークホルダーの行動と課題

この節では、システム分化を企画する観察者（政策形成者）の観点では無く、サブシステムの構成主体となるべき行為者（個別ステークホルダー）の観点から、サブシステム構築（システム分化）のメカニズムを明らかにし、その課題を示すこととしたい。

前章で明らかにしたとおり、システム分化の実現には、新たなサブシステムが機能するために必要な一定数以上の構成主体が存在しなければならない。このため、個別のステークホルダーが、システム分化に際して、どのような行動を採用し、新たに構築されるサブシステムの構成主体となると想定されるのか、さらに、当該行動を採用するに当たって個々のステークホルダーはどのような利得構造に直面すると想定されるのかを、先行研究等を引いて分析し、システム分化を実現するための課題について明らかにする。

以下、環節的分化としての地産地消マーケットの創出及び機能的分化としての共通の評価枠組み利用の二つのケースについて、具体的に個々のステークホルダーがどのような行動を採用することが期待されているのか、さらに、個々のステークホルダーが当該行動を採用する上での課題について明らかにすることとする。

1 サブシステムに求められる特性

1) 非排除性の要請

前章で明らかにしたとおり、システム分化によって、フードシステムの複雑性は有効に縮

減され得るのであるが、食の信頼問題解決を目的とする政策介入であるが故に、本研究で対象とするシステム分化のあり方も、食の信頼問題の解決に貢献するよう限定される。具体的には、政策介入によって企図されるサブシステムは、新たな構成主体の参入を排除しない特性（非排除性）を備えることが求められる。

例えば、ある特定の食品小売業の取引先に限定されたグループによる共通の評価枠組み利用のケースを想定してみる。持続的で安定した取引関係がある当事者間で機能的分化が実現された場合、グループ構成主体間では情報の非対称性が縮減され、信頼感醸成も期待される。当該グループの扱う食品は信頼出来るという消費者（又はグループ外の事業者）の評価を得ることは、ブランディングの一環としても奨励されて然るべき取組と言える¹。

しかし、共通の評価枠組みの利用がグループ構成主体に限定され、他の事業者の利用が排除される機能的分化は、グループ以外の事業者との差別化を図るものに他ならない。こうしたグループが我が国のフードシステムを独占する事態を想定し難い以上、仮に「（他は知らないが）自分達だけは信頼出来る」というアプローチでのシステム分化が進めば、食の信頼問題をより深刻化させる可能性も否定できない。我が国のフードシステムの構成主体の数が膨大で、業態が多岐にわたり、中小零細規模の事業者がほとんどを占めており、中嶋・細野（2011）が示した懸念の伝播構造が存在する中では、食の信頼問題の解決方策として構築されるサブシステムには非排除性が要求されるのである²。

この非排除性の要請は、環節的分化によって構築されるサブシステムである地産地消マーケットについても当てはまる。例えば、ある特定の農産物直売所に限定した供給システムは、確かに情報の非対称性を縮小し得るが、フードシステムの複雑性縮減を通じた当該圏域における食の信頼問題の解決を考えると、一定の限界が存在する。こうした個別のビジネスが集積して地産地消マーケットが成立するのであり、その経営努力は尊重されるべきであるが、食の信頼問題を解決するための環節的分化と位置づけることは適当でない。

いずれにせよ、食の信頼問題解決のために構築するサブシステムとしては、当該圏域における食品の供給と消費に関わるステークホルダーが、地産地消マーケットから排除されない対応方針が求められると考える。

2) 主体的な経済活動の重視

システム分化の実現のためのアプローチとしては、規制によりステークホルダーの行動を強制的に変更する手法も存在しうるが、本研究では、その選択肢は検討の対象としない。そもそもの本研究の出発点が、ステークホルダーの主体的な経済活動展開によるフードシステ

¹ 共通の評価枠組みとは異なるアプローチだが、食品事業者間の垂直統合や食品小売業によるプライベート・ブランドの開発も、当該企業とその扱う食品に限定して、食の信頼問題に取り組む動きとしては類似の効果を発現し得るものと言える。

² この非排除性の要請は、政府による政策介入としてのシステム分化のデザインについて述べたものであって、ビジネスとしてのシステム分化が利益を得るために排除性を備えることを否定するものではないことを念のために申し添えておく。

ム発展を是としつつ、その発展の副作用として顕在化した食の信頼問題を解決する方策を研究するという問題意識に立脚しているためである。

サブシステムを強制的に構築するアプローチは、「角を矯めて牛を殺す」懸念がある。さらに、中谷内(2008)らの社会心理における信頼研究の蓄積も、食品事業者が強制されて情報を開示することでは消費者等の不信感低減には限界があることを示唆している³。

2 地産地消マーケットを創出する行動と課題

地産地消マーケットが成立するためには、一定数以上のステークホルダーにより、当該地域産であることを意識して、食品が取引され、消費される状態が継続する必要がある。

マーケットの圏域設定には、様々なパターンがあり得るが、フードシステムの環節的分化と位置付ける以上、非排除性を備え、持続可能な状態で経済活動が営まれるだけの規模が必要である。

また、食の信頼問題の解決方策としては、地産地消を実践しようとする多くのステークホルダーがこのマーケットに参入すればするほど、より多様な価値を生み出すシナジーを發揮することが期待される。理論的には、膨大な数のステークホルダーが参入することによって競合問題が生じる可能性はあるが、食料自給率の低さなど我が国のフードシステムの現状を鑑みれば、ひとまず非競合性を備えていると見做して問題ないであろう。

こうした特性を備えたマーケットに、一定数以上のステークホルダーが参入することは、一見すると、何の障害も無く、自発的な創出を市場に委ねれば、自ずとシステム分化が起こるかのようと思われる。しかし、実際に、個々のステークホルダーの直面する利得構造を考えると、一定数以上のステークホルダーが、当該地域産食品を意識して取引、消費を継続するマーケットが成立するためには、様々な課題があることが分かる。

1) 既存のフードシステムに対するオルタナティブとしての位置付け

最近の地産地消運動の活性化に関しては、グローバル化、効率化した今日のフードシステムのメインストリームに対するオルタナティブ⁴を求める機運が背景にあることを多くの研究者が指摘している(中島 2003, 神井 2004, 2005, 内藤ら 2005, 野見山 2005, 中嶋 2006,

³ 中谷内(2008)によれば、信頼を構成する要素には、「能力認知(相手の能力に対する期待としての信頼)」、「動機づけ認知(相手の意図に対する期待としての認知)」、「価値類似性認知(リスクを管理する組織との主要な価値が類似していると感じられること)」の3つがある。行政から義務付けられて、受動的に情報開示を行っているだけでは、「価値類似性認知」の獲得には不十分と考えられる。言い換えれば、「消費者目線」で活動している(特に、情報の非対称性縮小の観点からは、積極的に情報を開示している)事業者として、消費者から認知されることが、信頼獲得には必要である。社会心理面から信頼の構造を考えた場合にも、行政による強制的な措置には限界が認められる。

⁴ 本稿では、「オルタナティブ」という言葉を、現在主流となっている手段、アプローチに対する代替的な手段、アプローチと言う意味で用いる。

根岸 2006, 櫻井 2007 等)⁵。

例えば、地産地消の現代的意味について考察した中島（2003: p45）は、地産地消論やその取り組みが持つ現実的な意味を指摘する中で「食べものと生活をことごとく商品消費に置き換えてしまった 20 世紀の大量大衆消費パターンの見直し是正の契機としての意味、役割」、「全国流通的なメインシステムの問題点を改善し、地産地消をサブシステムとして定着させていくこと」をあげている。

現在の我が国における食料の安定供給を支えているメインストリームは、大量生産、大量消費に対応したフードシステム（全国規模のフードシステム、さらにはグローバル化に対応したフードシステム）である。精神的な運動論に止まらず、実際にサブシステムを成立させるためには、多くのステークホルダーが、今まで慣れ親しんだメインストリームに適應した経済活動を転換し、一過性でなく、本格的に地産地消マーケットに参入する必要に迫られることとなるのである。

2) 地産地消マーケット創出の課題

効率的に大量の食品を安定供給することに貢献しているフードシステムへのオルタナティブとして、地産地消の運動面の意義を取り上げる研究は多いが、実際の地域食品の流通の変化を明らかにしている研究は少ない。

中嶋(2006)が地産地消に関わる青果物流通の変遷を定量的に分析している事例があるが、これ以外は、農産物直売所や学校給食の個別のケースを取り上げているものがほとんどで、一定の広がりのある地産地消マーケットについてデータを分析した研究は見当たらない。

他方、地産地消マーケットに関して定性的に論考している先行研究では、実際の経済活動の転換に困難が伴うことが指摘されている。

三重県の地産地消対策を分析した神井（2004, 2005）では、県産食品だけでなく、県外産食品、輸入食品へのニーズを主張する消費者の声や、農産物を全国出荷している生産者が「外貨獲得（県外で販売し、対価を県内に持ち帰ること）」による経済効果を主張し、地産地消への抵抗感を示していたことを紹介している。この生産者の抵抗感については、櫻井（2007）も、大産地を抱える地域が出荷先を狭い領域に限定することは、ビジネスチャンスの喪失につながると指摘している。

また、埼玉県における地産地消の取組を分析した内藤ら（2005）は、従来の農産物流通

⁵ 同様の指摘は、国内に止まらず、ローカル・フードシステムに関する海外研究でもみられる（Lang 1999, Hinrichs 2003, Hendrickson & Heffernan 2002, Friedmann 2007 等）。イギリスのフードシステムに関する政策を分析した Lang(1999)は、グローバリゼーションへのオルタナティブとして、ローカル・フードシステムの構築を取り上げており、アイオワにおけるローカル・フードシステムの展開について分析した Hinrichs (2003)も、グローバルなフードシステムがもたらした単一化と産業化、集中化の弊害に対して、多様性を認めるローカル・フードシステムの積極的な展開を主張している。Hendrickson & Heffernan (2002)は、グローバル化、産業化されたフードシステムの強味として、大量消費のための大量生産が可能であること、資金調達面で強さを持つこと、利益優先のシンプルな方針で一貫していることをあげる一方で、オルタナティブとして、農家や消費者、労働者がグローバルなシステムに生活の時間や場所を侵されずに希望をもって暮らしていくためにローカル・フードシステムが要請されるとしている。

の矛盾点を指摘する一方⁶で、飲食業、食品製造業に携わる食品事業者のニーズと農業生産のマッチングを地産地消の課題としてあげ、行政が全体のコーディネーター役となる必要性を指摘している。櫻井（2007）も、学校給食、外食における地産地消の展開について、欠配や安易な材料変更が許されないため、厳密な契約履行を可能にする産地のコーディネーター能力が必要であることを指摘するとともに、地方都市の中小卸市場の活路として、一定のロットを持つ生鮮品を広く地域住民に供給することをあげている。

こうした状況に関して、野見山(2005)は、広域流通と地場流通の長所と短所を整理して表2-1のように対比している。地産地消を展開する際の課題として①市場圏が狭いため生産量と消費量が限られ需給調整が困難であること、②取引可能な品目数が限られるため品揃えが困難であること、③周年的な取引が難しいこと、④気象変動によって出荷量が大きく変動し、価格も乱高下しやすいことなどの問題点を指摘している。

表 2-1 「広域流通と地場流通の長短所（野見山 2005 : p142 第 1 表）」から引用

	広域流通	地場流通
長所	<ul style="list-style-type: none"> 適地適作的な地域間分業により効率的な生産が可能 需要と供給の量的、質的な調整が容易 取引品目数が多様化する 周年的な取引が可能 価格の安定と平準化を行いやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 流通時間が節約され、鮮度が良く、適熟品の取引が可能 余分な輸送や包装資材を省くことができ、流通コストが低減 零細農家や高齢農家など農協共販になじまない生産者の出荷先確保 生産者と消費者の相互信頼が生まれやすい
短所	<ul style="list-style-type: none"> 流通コスト増大による生産者価格と消費者価格の格差拡大 単品大型産地化による連作障害の深刻化 厳格な規格化と選別を強いられ、出荷、調製作業が煩雑化 見かけの品質向上を重視し、真に追求すべき安全性や味などを軽視 	<ul style="list-style-type: none"> 生産量と消費量が限られるため、需給調整が困難 取引可能な品目数が限られるため、品揃えが困難 周年的な取引が難しい 気象変動による出荷量が大きく変動し、価格も乱高下しやすい

表 2 - 1 で示された経済活動面での課題は、おおむね地産地消マーケットが成立した後の状態について論考されたものであるが、我々がシステム分化を検討する場合には、新たに地産地消マーケットを創出する際に個々のステークホルダーが置かれる不確実な状態にも着目する必要がある。

個々のステークホルダーは、不確実ながら地産地消マーケットから得られると見込まれるメリットと既存のメインストリームである広域流通から得られているメリット、さらに、それらのメリットを得るために各々に強いられる負担を比較考量して、従来の経済活動を変更するか、判断を下す必要がある。言い換えれば、新たなマーケット成立が不確実な状態で、経営上のリスクにもかかわらず、あえて新マーケットへの本格参入に踏み切るステークホル

⁶ 内藤ら（2005）では、定性情報ではあるものの、東京都内の卸売市場に出荷された埼玉県産野菜のかなりの量が再び埼玉県内に還流しているメインストリーム流通の矛盾を指摘している。

ダーが一定数以上存在することによって、はじめて地産地消マーケットが創出可能となるのである。

3) ステークホルダーの直面する利得構造

個別ステークホルダーの現在採用している経済活動がフードシステムのメインストリームに適応したものであると想定すると、オルタナティブとして地産地消マーケットを新たに創出するためには、以下のように経済活動を転換する必要が生じる。

- ・従来の取引先（出荷先，集荷先，原材料調達先等）から，圏域内の食品事業者へ取引先を変更（従来の取引先との取引量削減又は取引停止）
- ・新たな圏域内の取引先を確保する営業活動，新たな取引開始のための契約締結等の体制整備
- ・圏域産の原材料を使用した新規商品，新規メニュー等の開発，製造，販売
- ・地産地消に対応した売り場づくりの実施
- ・上記に伴う販売促進活動（PR等）の展開，新たな施設整備等

これらの経済活動の転換は、従来の経済活動に適応したステークホルダーに転換費用を生じさせるものである（いわゆる「ロックイン効果」）。

表2-2として、先行研究における分析を基にして、個別ステークホルダーの業種ごとに想定される経済活動の転換の内容と懸念されるリスク（懸念事項）を提示した⁷。

地産地消マーケットへの本格参入を個別のステークホルダーが判断するか否かを検討する際に、我々は、地産地消マーケットの非排除性について留意しなければならない。地産地消マーケットは、地産地消を意識したビジネスを企図するステークホルダーであれば、何時でも参入可能なシステムであるため、一定規模のマーケットが成立すること（経営上のリスクが低いこと）を見極めてから参入しても、参入後には、先行者と同等のメリットを得ることが可能である。

初期に参入するステークホルダーには、先行者利益を得るチャンスはあるものの、地産地消マーケットが成立しなければ、新規商品・メニューのための投資を無駄にし、既存の取引先を失うこととなりかねない。実際に従来の取引慣行を変更するリスクを過大に評価して戦略的な参入が行われない傾向も指摘されている（神井 2005）。

他方、様子見をした者が、初期の不確実な状態でマーケットの新規開拓のための投資を行うことなく、軌道に乗った後の地産地消マーケットのメリットを楽しめると分かっていたら、先行してリスクを冒すステークホルダーは減少すると見込まれる。多くのステークホルダーが、このフリーライドの誘因によって様子見をすると、一定数以上のステークホルダーの地産地

⁷ なお、この表2-2には、消費者の欄を設けていないが、消費者が圏域産の食品を意識して購入することは、安定的な地産地消マーケット創出のための必須条件である。

消マーケットへの本格的な参入は実現しない。

こうして環節的分化による地産地消マーケットの創出を多くのステークホルダーが期待するにもかかわらず、メインストリームのフードシステムに適応した経済活動を変更する転換費用の問題（ロックイン効果）と、地産地消マーケットが安定するまでの間、リスクを冒さず様子見をしようとするフリーライドの誘因の問題を、個々のステークホルダーが合理的に判断する結果、地産地消マーケットが創出されないという事態が想定される。

表 2-2 地産地消マーケット創出のための経済活動の転換と懸念事項

	経済活動の転換	懸念事項
農林漁業	<ul style="list-style-type: none"> 従来の取引先を圏域内の食品事業者へ転換（自ずと、従来の取引先への仕向量を削減。場合によっては、取引の停止） 新規販路開拓のための販売促進活動（PR等）の展開 安定供給を行う体制（計画的作付、配送、新規の契約締結等）の整備（特に、圏域内飲食店、学校給食用供給）。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの変化、天候不順等による売れ残り、品不足、価格低下 従来の取引先との取引継続が困難。特に、圏域外の大規模な卸売市場への出荷量減少は市場価格の低下要因。 直接契約等により生産体制の脆弱さが露呈（生産量、品質管理、契約履行等）
食品製造業	<ul style="list-style-type: none"> 圏域産の食品を原材料に利用した新商品の企画、新規製造 新商品のための販売促進、施設整備等への投資 新商品の原材料調達先の新規開拓 新商品の販売先の新規開拓、販売促進活動（PR等）の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの変化等による売れ残り、品不足、商品価格低下、（原材料）価格高騰 圏域産の原材料の調達先の確保が困難 圏域産の原材料の不足による欠品のリスク 圏域内市場向け商品企画のための投資回収が困難
卸売市場	<ul style="list-style-type: none"> 安定的な集荷、供給体制の構築（必要に応じて新規産地の開拓）。 圏域内食品製造業、食品小売業、飲食業等への圏域産農林水産物利用促進の働きかけ 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの変化等による売れ残り、品不足、価格低下、価格高騰 安定期な集荷、供給の確保が困難 卸売市場への入荷量の不足
食品小売・飲食業	<ul style="list-style-type: none"> 消費者向けの販売促進活動（PR等）の実施 地産地消を意識した売り場の企画、新規メニューの開発 安定的な調達先の新規確保。調達体制の整備（契約取引等） 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの変化等による売れ残り、品不足、価格低下、（原材料）価格高騰 圏域産の原材料の調達先の確保が困難 圏域産の原材料の不足による欠品のリスク 圏域産品利用メニュー等の商品企画のための投資回収が困難

注：神井(2004,2005),内藤ら(2005),野見山(2005),中嶋(2006),櫻井(2007)などの記述をもとに筆者作成

3 共通の評価枠組みに規定されるサブシステムを構築する行動と課題

本研究で提案している機能的分化に成功したサブシステムでは、共通の評価枠組みの利用により、構成主体間の情報のやり取りが効率化、円滑化され、食品と食品事業者に対する評価の適正化、低コスト化の実現が期待される。情報流通の効率化をもたらす共通言語ないしは文法としてデザインされる共通の評価枠組みは、ソフトの公共財として非排他性、非競争性を備えることが必須である。

共通の評価枠組みの利用による機能的分化を完了し、サブシステムを成立させるために必要なステークホルダーの行動は、二つのステージに分かれる。一つは共通の評価枠組みを開発するステージである。これは、どの機能をフードシステムから切り出し、分化させるかを定めることであり、言い換えれば、サブシステムを機能させる仕組み（制度）を作ることである。二つ目が、共通の評価枠組みを利用するステージであり、この二つのステージが有機的に連動して初めて機能的分化が完了することになる。一定数以上のステークホルダーのマーケット参入の判断がサブシステム構築に直結した環節的分化のケースとの相違点は、この二つのステージが存在する点である。

共通の評価枠組みによるフードシステムの機能的分化を成功裡に進めるために求められる個別のステークホルダーの行動と課題を明らかにするため、開発のステージと普及のステージを区別して分析を行うこととしたい。

1) 共通の評価枠組み利用に際してステークホルダーの直面する利得構造

ここでは、まず、共通の評価枠組みの利用に際して、個別のステークホルダーが直面する課題を明らかにすることとしたい。

共通の評価枠組みを利用する行動に関して生じる課題について、その概要を表 2-3 としてまとめた。

表 2-3 共通の評価枠組み利用に際しての経済活動の転換と懸念事項

	経済活動の転換	懸念事項
共通の評価枠組みの利用	<ul style="list-style-type: none"> 従来利用して来た評価枠組み(例:食品安全マネジメントシステム等)からの転換費用 新たな共通の評価枠組みを利用するための組織体制の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 取引相手先が共通の評価枠組みを利用しない場合の二重コストの発生 共通の評価枠組みが普及せず、サブシステムが機能しない場合に組織体制整備への投資が無駄になる

注：筆者作成

個別ステークホルダーが既に何らかの評価枠組み（例：食品安全マネジメントシステム）を利用している場合には、従来の評価枠組みから、新たに共通の評価枠組みの利用へと経済

活動を切り替えるリスクが存在する。一定数の食品事業者が新しい共通の評価枠組みを利用して、サブシステムが軌道に乗った後に追従すれば良いという判断が生じうる。この状態は、地産地消マーケットの創出の際のステークホルダーの経済活動の転換に際して生じる状態と性質が類似している。

特に、情報のやり取りのための共通言語であるため、取引相手先が転換を行わない場合、新旧二つの評価枠組みを用いる二重のコストが必要になるため、単独での切り替えが困難になる特性を有する。また、共通の評価枠組みの普及が不確実な段階で利用に踏み切ったとしても、特に、先行者利益がある訳ではない。

他方、従来類似の評価枠組みを用いていないステークホルダーには、上記の転換費用は発生しないが、新たな共通の評価枠組みに対応するための体制整備等が必要はことには変わりなく、サブシステムが成立しなかった場合に、体制整備等のための投資が無駄になるリスクを負うことになる。この場合にも、サブシステムの成立を見極めるフリーライドの誘因が働くこととなる。

このような状況下では、個々のステークホルダーは、「何もしない」で様子見をすることが合理的と判断を下しがちである。ステークホルダーが各自にとって合理的な「様子見」を選択する結果、フードシステムにおける情報の流通を円滑化し、食の信頼問題解決に貢献すると期待される機能的分化が実現できないという事態が生じることになる。

また、個別のステークホルダーが、共通の評価枠組みを利用するインセンティブを左右する重要な要素として、共通の評価枠組みの利用から得られるメリットの大きさがある。標準化の直接の果実である取引費用の低減、生産コストの低減など、共通の評価枠組みの内容(機能)に係るメリットに加えて、共通の評価枠組みの普及見込みも期待されるメリットの大きさを左右する。共通の評価枠組みが、利用者が増えれば、増えるほど、相乗効果を発揮する特性を備えるものと想定されるためである。

これら共通の評価枠組みのメリットは、共通の評価枠組みの開発のあり方によって、大きな影響を被る。このため、サブシステム構築の成否を左右する重要な要素として、共通の評価枠組みの開発作業が検討される必要が生じることとなる。

2) 開発における官民協働の必要性

上で見たように、サブシステムが成立し、フードシステムの複雑性縮減が具体化するためには、開発される共通の評価枠組みが、民間のステークホルダーによって広く利用される魅力的なものであることが要請される。他方、共通の評価枠組みは、非排除性を備えることが求められるため、開発コストを誰が負担するかなど、開発作業のデザインが重要になる。

本研究で対象とする共通の評価枠組みに関連の深い、食品の品質・安全に関する標準については、その機能や開発・運用について分析を行った先行研究が多く存在する(浅羽 1995, 土井 2001, 中嶋 2005, 木谷 2010, 小川 2011, Mainville et al. 2005, Henson et al. 2005,

Fulponi 2006, Smith 2009, Narrod et al. 2009, Fares 2010, Schuster et al. 2013, Crespo et al. 2014 等)。ここでは、これらの先行研究の分析結果を踏まえて、共通の評価枠組みの開発ステージに求められる属性について考察することとしたい(分析の詳細については、補論 - 2 を参照されたい)。

食品の品質・安全に関する標準について、開発・運用主体の相違(政府か民間企業等か)によって、公的標準(public standards)と民間標準(private standards)に区分し、その役割分担や関係性に関する先行研究の指摘をおおまかにまとめたものが表 2-4 である(ここでは、義務標準は対象とせず、任意標準についてまとめている)。

表 2-4 公的標準と民間標準の特性

	公的標準(public standards)	民間標準(private standards)
非排除性	○	△～×
非競争性	○	○
柔軟性・迅速性	×	○
安定性(硬直性)	○	△～×
差別化食品、ニッチ市場	△	○
大量生産、大量消費食品	○	△
信用財・消費者保護	○	△
市場の情報の非対称性大	○	△
開発プロセスの公開性	○	△～×
運用の透明性(TBT等)	○	△

注 1: 浅羽(1995), 土井(2001), 中嶋(2005), 木谷(2010), 小川(2011), Mainville et al.(2005),

Smith(2009), Schuster et al.(2013)の記述を基に筆者が作成

注 2: 表中, ○は「適合している」, △は「どちらとも言えない」, ×は「適合していない」という状態を表す。

公的標準と民間標準の役割分担と連携について、先行研究の中から、主な指摘をあげれば以下のとおりである。

- ・情報の非対称性や外部性がある場合には、市場の失敗を是正するために公的標準により政府が関与するとされていること
- ・民間標準は、公的標準よりも、高度な対応が可能で、柔軟、機敏であり、広い範囲で強まる消費者の食品品質への嗜好に対応することが可能であること

- ・公的標準と民間標準は相互に影響を与えあい、総合的なフードシステムの効率性に寄与し、より高い品質の食品の入手可能性を高めていること
- ・食品の品質・安全に関する規制強化（義務標準の採用）の可能性と、食品安全面でのリスクの重大さの程度が、任意標準の採用意向を左右すること
- ・民間企業が自社の仕組みを公開して他社と一緒に業界標準を作るオープン・ポリシーの場合であっても、補完財市場の支配など、その事業から生じる利潤の占有可能性を確保する仕組みが求められること
- ・民間標準が一部のステークホルダーをフードチェーンから排除する方向に働く傾向があること

このように、非排除性を備えた共通の評価枠組みが民間から自発的に供給されることは難しく、何らかの政策介入が必要となることが分かる。

他方で、サブシステム成立のためには、共通の評価枠組みは、最新のビジネス実態に適応し、多くのメリットを期待させる内容（機能）を備えることを求められる。行政のみで開発しては、この要請を満たせないことは、公的標準の柔軟性、機敏性に対する先行研究の評価の低さ（表 2 - 4）からも明らかである。

そこで、本研究では、共通の評価枠組みの開発について、一定の政府の関与の下、ステークホルダーが協力して実施する場合を想定して、分析を進めることとする。具体的には、開発作業の品質を高めるため、ビジネスに直接関わる食品事業者等のステークホルダーが参画して、官民協働のスタイルで、共通の評価枠組みを開発することを想定する。

政策形成者は、共通の評価枠組みの開発を企画する際に、解決を図ろうとする食の信頼問題の性質やその時々ステークホルダーをめぐる情勢を斟酌し、官民協働のデザインについて総合的に判断することを求められることになる。

3) 開発と普及の連動の必要性

共通の評価枠組みの内容（ビジネスでの利用価値等）が、開発作業の品質に大きく左右される一方で、開発作業に多くのステークホルダーが参加することは、開発後の普及見込みを高めるものである。共通の評価枠組みの開発に際しては、この開発作業の品質向上と開発作業への参加者数の増加の命題を両立させることが求められる。

この両立が容易でないことが、木谷（2010）の標準規格の構築におけるガバナンスに関する論考から分かる。木谷は、食品の品質標準を含む標準規格全般を公共財と捉えて、その構築プロセスについて分析した先行研究をレビューし、開発と普及のステージにおいて複数のジレンマが生じることを示している。

具体的には、標準規格について

- ① 公共財の属性を備えているため、フリーライドが生じやすく、各参加者が合理的な選択を行うと、結果として標準規格が出来ないというジレンマを基本的に抱えていること

- ② 開発と普及において異なるジレンマがあること。すなわち、標準の開発が目的の場合は、合意形成を容易にするため、構成員を少なく、かつできるだけ類似の選考構造を有する参加者に限ることが望ましいのに対して、普及を目的とすると、ユーザーも含めて出来るだけ多様な参加者を巻き込んだ方が普及しやすいこと。
- ③ 参加者の利害と参加者の有する資源に非対称性が存在すること。すなわち、標準規格を開発する試みは、同質的な参加者間の合意形成の容易さのため、絶えず複数の同質的な集団に分裂する可能性を持っていること。

を示し、開発と普及の両立の困難さを指摘している。

以下に木谷が標準の開発と普及の各々のステージにおけるジレンマについて整理した表を、表 2-5 として引用する。これらの分析は、公共財的属性を備える共通の評価枠組みの開発と普及のプロセスについても適用可能である。

表 2-5 「開発と普及におけるジレンマ（木谷 2010 : p8 表 1）」から引用

	標準規格の開発	標準規格の普及
コレクティブ・アクションのジレンマ	<ul style="list-style-type: none"> • 参加者にとっては、参加しないで出来上がった標準規格にフリーライドするという選択が合理的である 	<ul style="list-style-type: none"> • 標準規格を最初に採用する不確実性よりも、他者の採用を待つ方が合理的な場合がある
参加者の利害の非対称性	<ul style="list-style-type: none"> • 参加者の利害が大きく非対称であると、合意形成が困難であり、同質的な参加者間の作業に分裂する可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> • 参加者によっては、標準規格が出来たとしても、独自規格を持つことに優位性を見出す場合がある
参加者の資源の非対称性	<ul style="list-style-type: none"> • 全ての参加者の要求についての知識が必要だが、各参加者が貢献できるのは自分の専門分野のみである 	<ul style="list-style-type: none"> • 標準規格自体が優れていても、ドミナントユーザーなど一部の参加者が採用しなければ普及しない場合がある

しかし、構成主体の経済活動を活性化させ、サブシステムを発展させることによって、食の信頼問題解決を図る立場からは、開発プロセスにおいて合意形成を容易にするため、構成員を少なく、かつできるだけ類似の選好構造を有する参加者に限るという選択肢を採用することは適当でない。共通の評価枠組みの普及面も重視し、なるべく多くの影響力のあるステークホルダーが参画しつつ、大きな利用メリットを期待出来る開発プロセスをデザインすることが重要になるのである。木谷(2010)が、開発プロセスにおける意思決定の仕組みと成果物の知的財産権の設定について工夫したケースをもとに、開発作業のガバナンスの重要性を指摘していることは、本研究でも参考にすべき点である。

4) 共通の評価枠組み開発に際してステークホルダーの直面する利得構造

開発と利用の局面を連動させることを前提として、共通の評価枠組みの開発にステークホルダーが参画しようとする際に求められる行動とその際に直面する課題について明らかにする。その概要をまとめたものが、表 2-6 である。

表 2-6 共通の評価枠組み開発に際してステークホルダーに求められる行動と課題

	個別ステークホルダーに要請される行動	懸念事項
共通の評価枠組みの開発	<ul style="list-style-type: none"> 開発作業への役務提供(社員の参加等)、資金提供(補助、出資等)等 開発作業への情報提供(自社の品質管理、コンプライアンス体制等に関する情報等) 	<ul style="list-style-type: none"> 共通の評価枠組みが普及せず、サブシステムが機能しない場合に、提供した役務、資金が無駄になる。 情報提供を通じて、自社のノウハウが流出するリスク

注：筆者作成

共通の評価枠組みの開発のために個別のステークホルダーが採用する行動は、開発作業へ社員を派遣するなど役務を提供することや、開発作業を実施する NGO 等の機関に対して出資や補助等による資金提供を行うことが考えられる。また、開発する共通の評価枠組みが最新のフードシステムに関する動向を反映し、当該ステークホルダーにとって利用しやすい内容のものになるため、当該ステークホルダーの保有する様々な情報を提供することも開発作業への貢献と考えられる。

これらの行動に伴って懸念される事項としては、共通の評価枠組みが普及せず、サブシステムが機能しない場合に、提供した役務、資金が無駄になること、開発作業のプロセス等を通じて、公開する予定の無い自社のノウハウが流出するリスクなどが考えられる。

食の信頼問題解決のための機能的分化を考える場合、サブシステム成立によってもたらされるメリットが、直接的に営業利益に結び付く性質のものが少なく、コスト低減やリスク低減に資するなどの性質を有するものが多いことに留意が必要である。食品問題パニックが生じて企業防衛の必要性が高まっているような場合は別にして、通常は、現状維持のままで特段の不都合が生じていないことが多く、メリットとして過小評価される傾向が見受けられる。

これまで整理して来たように、共通の評価枠組みは、共通言語としての特性から、開発に携わらなかった者も含め、多くのステークホルダーの利用を予め想定している。このことによって、我が国のフードシステムにおける情報の流通の円滑化が実現し、情報の非対称性が縮小されて、食の信頼問題が解決に向かうと期待される。言い換えれば、フリーライダーの存在が予定されている枠組みであるため、多くのステークホルダーが、フリーライダー側に回る判断をすれば、開発作業へ協力するステークホルダーの数が十分に確保されず、品質の高い（普及可能性の高い）共通の評価枠組み開発が困難になる。

ステークホルダーが各自にとって合理的な「様子見」を選択する結果、フードシステムにおける情報の流通を円滑化し、食の信頼問題解決に貢献すると期待される機能的分化が実現できないという事態が生じることになる。先に見た利用のステージでの合理的な「様子見」の判断に加えて、そもそもの開発のステージでも合理的な「様子見」の判断が下される懸念が大きい。

第二節 公共財ジレンマと食の信頼問題解決の関係

前節では、個別ステークホルダーの置かれる状態に着目し、フードシステムの分化に協力せず様子見をする方が合理的な判断と想定されること、この合理的な判断の集積の結果、サブシステムが成立せず、情報の非対称性縮小が実現しないため、食の信頼問題解決のためには、この個々のステークホルダーが直面する課題を解決することが重要であることを明らかにした。

この節では、このフードシステム分化に際して個々のステークホルダーが置かれる状態が、一般に社会的ジレンマ、その中でも、公共財ジレンマと定義される状態に該当することを示す。続いて、社会的ジレンマに関する先行研究を引きつつ、フードシステムのサブシステム構築において公共財ジレンマが生じるメカニズムを明らかにする。さらに、食の信頼問題の解決方策を公共財ジレンマの枠組みで捉えることにより、具体的な政策課題を抽出する考え方を提示することとしたい。

1 社会的ジレンマの概要

まず、社会的ジレンマについて、幾つかの定義を見ておきたい。

海野(1991)は、「社会的ジレンマにおいては、個人的合理性と社会的合理性が矛盾している。社会的ジレンマ状況において、人々は、個人的合理性を追求する結果、社会的に非合理的な状態に陥ってしまう (p140)」と表現している。土場(2006: p123)もこの海野の定義を踏襲し、「社会的ジレンマとは、それぞれの個人が自分にとって望ましい行為を選択すると、その結果としてすべての個人にとって望ましくない結果が生じるような社会状況を意味している」としている。

また、藤井(2003: p12)は、社会的ジレンマを「長期的には公共的な利益を低下させてしまうものの短期的な私的利益の増進に寄与する行為(非協利行動)か、短期的な私的利益は低下してしまうものの長期的には公共的な利益の増進に寄与する行為(協利行動)のいずれかを選択しなければならない社会状況」と定義している。

上記の社会的ジレンマに関する研究を始め、多くの先行研究(海野 1991, 木村 2002, 藤井 2003, 土場 2008 等)で、社会的ジレンマ状態を定式化したものとして広く引用されているのが Dawes (以下「ドーズ」)(1980)による定義である。

ドーズ(1980)の定義に従えば、社会的ジレンマ状況は、以下の①, ②の二つの式で表現される

N 人の個人からなる社会において、各個人には 2 つの選択肢 (C, D) が与えられている。また、 $C(m)$, $D(m)$ をそれぞれ、C 選択者の数が m の時の C 選択者の利益、D 選択者の利益とする。

① $D(m) > C(m+1)$ $m=0, 1, 2, \dots, N-1$

m 人が C を選択した時の D 選択の利益の方が、ある 1 人の行為者が、追加的に C を選択して C 選択者が $m+1$ 名になった時の C 選択の利益よりも大きいことを表しており、 m の値にかかわらず各行為者にとって D を選択する方が C を選択するより利益が大きいことを意味する。

② $C(N) > D(0)$

全ての行為者が C を選択するときの各行為者の利益は、全ての行為者が D を選択するときの利益よりも大きいことを意味する。

C という選択は個別の行為者の利益には適わないが、社会（又は集団）全体の利益には適うという意味で「協力行動」、 D という選択は個別の行為者の利益に適うが、全体の利益には適わないという意味で「非協力行動」と一般に呼ばれる（ C, D という表記は **Cooperation**（協力）、**Defection**（裏切り）の頭文字）。個々の行為者の立場からみれば、社会的ジレンマとはこのような意味での協力行動と非協力行動のどちらを選択するかに関するジレンマと言える（藤井 2003）。

2 公共財ジレンマとしての特性

社会的ジレンマには、複数の類型が存在することがこれまでの研究で明らかにされており、前節で触れたフードシステムのサブシステム構築に伴う社会的ジレンマは、厳密に解釈すると、一般に引用されているドーズ（1980）の定義には該当しない。必ずしも全ての行為者がCを選択しなくても、一定数以上の行為者がCを選択すれば、サブシステムが成立するためである。

以下、社会的ジレンマに該当する実質的な問題の性質に配慮しながら、社会的ジレンマの類型化を試みた木村(1991, 2002)を参照して、本研究で対象とする社会的ジレンマの特性を明らかにすることとしたい。

木村(1991, 2002)は、オルソン(1983)の提示した集合行為問題を、社会的ジレンマの枠組みを用いて理論的に分析しており、ステークホルダーの協力行動によるフードシステムの分化について分析を試みる本研究との親和性が高いことから、その研究成果を援用することとした。

オルソン(1983)が、集団の目標が実現されることは、その集団に集合財又は公共財 (collective good, public good) が供給されることと位置づけたことを踏まえ、木村(1991)は、集合財を、「供給費用を負担しない者でも享受可能な財」と定義し、フリーライダーの発生について言及する。さらに、この結果、「集団の成員は集団目標の実現に貢献せず、集団目標は実現困難なことになる。このような状況は、行為者の合理的行為の集積が社会的に最適な状態をもたらさないという意味で『社会的ジレンマ』の一種と考えられる（木村 1991:p169）」と整理している。

なお、オルソン(1983)は「政府によって供給される共通のあるいは集合的な便益」を公共財として、財を供給する主体によって集合財と使い分けているが、木村(1991, 2002)においては、両者は厳密には区分されず、併記されていることが多い。本稿では、社会的ジレンマに関する研究で、集合財の供給に伴う社会的ジレンマも public goods dilemmas と表記されることを踏まえ、公共財ジレンマと記述することとする。

木村(2002)は、社会的ジレンマを類型化するに当たり、第一の軸として、行為者の選択肢を「環境から何かを取る」という行為を行うか否か、又は、「環境に何かを投入する」という行為を行うか否かで区分し、第二の軸は、「社会的トラップ」か「社会的フェンス」という点で区分している。社会的トラップとは、問題となっている行為が、その行為者にとっては直接的な利益になり、社会（又は集団）の他の構成員にとっては害になる場合であり、社会的フェンスとは、焦点となっている行為が、その行為者に直接的なコストになるが、社会（又は集団）の構成員にとっては利益になる（正の外部性を持つ）場合である。この二軸の整理を表にしたものを木村から引用したものが、表 2-7 である。

本研究で対象とする社会的ジレンマは、前節で見たように、行為者に「環境に何かを投入

する」ことを要請し、「社会的フェンス」としてサブシステム構築を試みるものであり、表 2-7 では右下の枠内に該当する。一般にいう、公共財ジレンマに該当する。

表 2-7 「社会的ジレンマの類型化 (木村 2002 : p26 表 2-1)」より引用

	社会的トラップ	社会的フェンス
環境から何かを取る	資源管理問題(「共有地の悲劇」)	環境汚染物質の除去
環境に何かを投入する	環境汚染(負の公共財の供給)	集合財(公共財)の供給

1) 公共財ジレンマ状態に関する利得関数

木村(2002: p27)は、公共財ジレンマについて、以下のように、その特性を踏まえた定式化を試みている。

まず、全員が非協力行動を選択している状態 (D(0)) が基準になり、焦点となるのは個別のステークホルダーが協力行動を採用するか否かである。これは、個別ステークホルダーが所持している資源のうち幾らかを社会 (又は集団) に供出するかという形のゲームであることを意味し、提供型ゲーム(give some game)と呼ばれている (木村 2002 , 土場 2008)。

この場合の利得関数は

$$\textcircled{1} \quad C(m) = D(0) + \gamma(m) - \sigma(m) \quad (1 \leq m \leq N)$$

$$\textcircled{2} \quad D(m) = D(0) + \gamma(m) \quad (0 \leq m \leq N-1)$$

$\gamma(m)$: 焦点となっている行為を m 人がした場合に、集団の構成員一人一人が受ける利益 (正の外部性) の大きさを表す関数 ($\gamma(m) \geq 0, \gamma(0) = 0$)

$\sigma(m)$: 焦点となっている行為を m 人がした場合に、そのような行為をしている人がそれぞれ負担するコストの大きさを表す関数 ($\sigma(m) > 0$)

なお、この状態で、自分が貢献すれば全体で m 人が協力行動を採用することになると想定したときに、自分は協力行動を採用しないで済ませようとする誘因の大きさ $t(m)$ は、

$$\textcircled{3} \quad t(m) = D(m-1) - C(m) = \gamma(m-1) - \gamma(m) + \sigma(m)$$

と表現することが出来る。

要すれば、協力行動に必要な一人当たりのコスト ($\sigma(m)$ 。以下、本稿において K) と、協力行動を取る行為者が一人増加することによって増加する公共財から得られる一人あたりの利益 ($\gamma(m) - \gamma(m-1)$)。以下、本研究において G) を比較考量して、行為者は非協力行動と協力行動のいずれかを選択するということが分かる⁸。

なお、上で見たように、本研究で分析対象とするフードシステムの分化に伴う公共財ジレンマについては、一定規模の人数が協力行動をとればサブシステムが成立するという意味で、供給点が存在するステップ型社会的ジレンマに該当するものと解釈して分析を進める必要がある (土場 2008)。

このことから、各ステークホルダーが直面する利得構造を K と G の状況に着目して明らかにするとともに、各ステークホルダーが見込む協力者の数 m (ステップ財の供給点との関係) に着目することで、システム分化に伴って公共財ジレンマ状態が生じるか否かを簡明に分析することが出来る。

なお、木村(2002)の定式を参照した目的は、複雑な社会的課題に関するステークホルダーの利得構造について簡明に整理する手がかりとするためであり、社会的課題を精緻に復元して、厳密なシミュレーションを行うためではない。このため、本研究では、木村の提示している一回限りのゲームを表した利得関数の項 (K, G) に則して公共財ジレンマ状態を確認する範囲での援用に止めることとする。

⁸ 木村 (2002) は、表 2-7 で見た社会的ジレンマの類型化を行った後、さらに、集合財が「競合的」か、「非競合的」かという点と、集合財供給に伴うコスト負担の仕方によって、集合財供給状況を具体的な集合行為に当てはめて類型化している。この木村(2002)の類型をまとめたものが以下の表である。

「集合財供給にかかわる集合行為の類型化と各類型に対応する具体例 (木村 2002: p66 表 4-1)」

	1. 非競合的		2. 競合的; 供給量は 貢献者数に比例
	[1]利益は貢献者数にかかわらず一定	[2]利益は貢献者数に比例	
A.コストは貢献者数にかかわらず一定	A1[1]: 法律制定のデモやリコール署名	A1[2]: 賃上げ率をめぐるコスト	A2: 補助金獲得のためのロビイング
B. 一定の総コストを貢献者で均等割り	B1[1]: 灯台などの建設	B1[2]: データベース構築	B2: 補助金獲得のためのロビイング

本研究の分析対象とするステークホルダーの利得構造を示す利得関数は、木村の類型では、タイプ A1[2] に該当するものと考えられる (ただし、タイプ A1[2]には、ステップ型社会的ジレンマとしての特性は反映されていないため、修正が必要である)。

タイプ A1[2]の利得関数は以下のとおりである。

公共財供給に貢献する者 (協力者) が一人増えると公共財から得られる利益が G 増え ($G > 0$)、協力者は K というコストを支払うとする ($K > 0$)。

このとき、

・ 協力者の利得 : $C(m) = mG - K$ ($1 \leq m \leq N$)

・ 非協力者の利得 : $D(m) = mG$ ($0 \leq m \leq N-1$)

自分が協力すれば全体で m 人が協力することになると想定したときに、自分が協力しなすまそうとする誘因の大きさは、 $t(m) = K - G$ ($1 \leq m \leq N$)と表される。

2) 可能態としての公共財ジレンマの解釈

システム分化に伴い個別のステークホルダーが直面する利得構造について、公共財ジレンマ状態であるか否かを考察するに当たって、「実際にそのような状態であること（実現態）」によってではなく、「そのような状態でありえたということ（可能態）」で解釈すべきという海野（2006）の主張に留意したい⁹。海野(2006)は、可能態で判断すべきという主張の根拠として、実現態で定義すると、社会的ジレンマとなり得る基本構造があっても、それを発現させない仕組みが存在した場合、研究の対象から除外してしまうこと、可能態において定義することによって「解決」に成功した事例と失敗した事例との比較研究が可能になることの2点をあげている。

本研究で分析対象とする公共財ジレンマは、食の信頼問題という **wicked problem** について、システムアプローチによる解決を試みるプロセスで発生する状態である。この状態では、個別ステークホルダーが様子見を決め込み、協力行動を採用しなくても、現状維持で目に見える変化は生じない。

実際に公共財ジレンマの状態に陥っている場合のみを公共財ジレンマ状態と定義するアプローチでは、解決すべき問題の設定自体困難である。公共財ジレンマ状態でありえた状態まで含めて公共財ジレンマ状態と位置付けることによって初めて、有効な対策を検討することが可能になると考える。

実際に前節で明らかにした地産地消マーケット創出における課題、共通の評価枠組み利用における課題（開発ステージと普及ステージの二重の課題）は、まさに、可能態として公共財ジレンマ状態が生じ得ることを示したものと言える。個別のステークホルダーは、協力行動に必要な一人当たりのコスト（**K**）と、協力行動を取る行為者が一人増加することによって増加する公共財から得られる一人あたりの利益（**G**）を比較考量して、様子見を決め込むであろうと想定されるのである。

観察者（政策形成者）が、食の信頼問題の実態を的確に把握した上で、政策介入として、システム分化をデザインし、その実践のために公共財ジレンマ解決の方策を講じるためには、可能態として公共財ジレンマ状態と言えるか否か、個別のステークホルダーの直面する利得構造を把握することが重要である。

3 食の信頼問題解決と公共財ジレンマ解決の関係（課題の置き換え）

この章では、フードシステムの複雑性を縮減するアプローチとして本研究で提示しているシステム分化を実現するためには、個別のステークホルダーのレベルで生じる公共財ジレンマ状態の解決が求められることを示した。

⁹ 海野(2006)は、可能態での社会的ジレンマの定義を主張すると同時に、行為者によって解釈されたもの（認知水準）ではなく、何らかの実体を指標として定義する（実体水準で）ことを主張している。認知水準で定義すると社会的ジレンマを解決することが、定義上不可能になることを根拠としてあげている。

本研究では、フードシステムの発展を是とし、個別ステークホルダーの主体的な経済活動の活性化を通じて、食の信頼問題解決を図ろうとする基本的な立場で論考を進めている。このため、政策介入の手法選択においても、極力マーケットを歪曲せず、その機能発揮を促す市場志向型のアプローチが期待される。

ここまでの論考により、食の信頼問題の解決のために、フードシステムの複雑性縮減によるステークホルダー間の情報の非対称性縮小を企図し、情報の非対称性縮小のためにフードシステムの分化（サブシステム構築）という対応策を提示し、サブシステム構築を実現するためのボトルネックが公共財ジレンマ状態にあることを明らかにして来た。

これは、食の信頼問題という「解決されえない問題を操作的に定義された、それゆえに解決され得る問題へと転換すること（ルーマン 1990a:p241）」を試み続けていることに他ならない。

前章では、食の信頼問題をフードシステムの複雑化に起因する問題と定義し、フードシステムの複雑性を縮減する問題を、システム分化の問題に置き換えた。本章では、さらにシステム分化の問題を、それに伴う公共財ジレンマの解決の問題に置き換えようとしている。こうして「代用となる問題自体によって、何を具体的にめざしうるかが理解可能に（ルーマン 1990a:p241）」なって来たと言える。公共財ジレンマの解決を通じたサブシステム構築に、食の信頼問題解決のための本研究の焦点をあわせたいと考えている。

こうした観点から、政策課題の置き換えには慎重に臨む必要がある。全体の問題構造の把握、ステークホルダーの利得構造の分析、政策介入の正統性の根拠となる公共財ジレンマ状態の分析、具体的対応策と政策目的の整合性の確保などが、それぞれのステージで確実に行われることが重要となる。

このプロセスは、政策介入によるサブシステムの濫立を防止するためにも重要である。多くのステークホルダーが、当該サブシステムの構築を求めていること、ステークホルダー間の創発に委ねるのみではサブシステムが構築されないこと（あるいは、時間がかかり過ぎ、食の信頼問題の深刻化が懸念されること）などが確認されることが、政策介入の前提条件とされる必要がある。今日のフードシステムの複雑化の要因の一つに、専門化によるシステムの細分化が指摘されており、政策介入によって無秩序にサブシステム構築を促すことは、食の信頼問題を深刻化させる懸念すらあるためである。

次章では、ここまでの理論的な分析に基づいて、具体的な政策介入についてケーススタディを的確に行うため、社会的ジレンマの解決方策に関する先行研究の成果等も活用し、本研究の分析枠組みを構築することとしたい。

第三章 公共財ジレンマの解決方策に関する研究戦略

前章では、個別のステークホルダーが合理的に意思決定を行った場合、食の信頼問題の解決方策として提示したフードシステムの分化による複雑性の縮減が実現出来ないことを指摘した。また、この個人的な合理性とフードシステム全体の合理性が対立する状態は、公共財ジレンマ状態と位置づけることが出来ることも確認した。

サブシステム構築に伴って生じる課題を公共財ジレンマの一つと見立てることによって、今まで様々な分野で蓄積されて来た社会的ジレンマに関する研究成果を援用して、政策形成者が適用可能な解決方策を提案することが可能になる。

このため、本章では、次章以降、具体的な食の信頼問題解決のための政策介入のケースを取り上げて公共財ジレンマ解決の実証分析を行うための分析の枠組みを構築し、研究戦略を示すこととしたい。

第一節 公共財ジレンマの解決方策

本節では、まず、従来の社会的ジレンマ研究の蓄積の中から、社会的ジレンマの解決方策を類型化したものを取り上げ、一定の効果が実証されている解決方策を概観するとともに、主な解決方策の類型を比較する。さらに、社会的ジレンマの解決方策を具体的に提案している先行研究から、フードシステムのサブシステム構築に際して参照することが有効と考えられるものを取り上げ、新たな公共財ジレンマの解決方策を類型化することとする。

1 見取り図としての解決方策の類型化

社会的ジレンマの解決に関しては、多年にわたり、理論的な分析や経験的な分析、実験による効果の実証など、様々な研究成果の蓄積がある。「過去数十年にわたる社会的ジレンマの先行研究で提起されている『解決』策は、何らかの形でジレンマの構造を変化させ、ジレンマそのものを解消させる方策であり、基本的な考え方は 1980 年代までに提示されている（小松 2008:p79）」との指摘がある。社会的ジレンマの解決方策については、実験研究等により様々な検証が積み重ねられている状況と考えてよいであろう。

2008 年に、社会的ジレンマに関する従来の理論的な分析をレビューし、実験室実験やフィールド調査などの実証的な手法に基づく研究成果を数多く示した篠木・土場(2008)は、今後の研究課題として、理論的な分析と実験研究の総合化の必要性を指摘するとともに、個別に切り離されて検証された解決方策を実際には組み合わせ活用する可能性について示唆している。

篠木・土場以外にも、それぞれの研究分野で個々に研究が進められて来た解決方策について、それらを組み合わせた総合的な対策が有効と指摘する研究は多い（Smithson & Foddy

1999, Brewer & Schneider 1999, Parks et al. 2013 等)。

本研究において、食の信頼問題の解決方を検討する上でも、社会的ジレンマに関する理論と実証研究の連携、さらに、各種対策の組合せ、総合化が重要な課題となるものと考えられる。このためには、一定の効果が認められた解決方の全体像を体系的に示し、かつ、個別の問題に当てはめて対策を検討することの出来る実践的な「見取り図」が必要になる。

この「見取り図」には、食の信頼問題の解決方を効果的に解析出来る具体性と、個別事象に応じて柔軟に解決方を見出し、それを総合化する手がかりと出来る抽象性を兼ね備えることが求められる。この節では、先行研究で効果が確認された様々な解決方を類型化することにより、この「見取り図」を構築することとしたい。

筆者の把握するほとんどの先行研究では、社会的ジレンマの解決方を「構造的解決（行為者の選択状況そのものを変える構造的要因の制御）」と「個人的解決（選択状況の認知又は行為者の価値基準を変える個人的要因の制御）」の二つのアプローチにおおまかに類型化する考え方が採用されている。上記の篠木・土場(2008)も、この考え方に則して社会的ジレンマの解決方を体系的に紹介している。本研究でも、この基本的な考え方を踏襲して、その下位類型について考察を加え、分析の枠組み構築を進めることとしたい。

2 解決方に関する先行研究

社会的ジレンマの解決方の全体像を把握するため、解決方に関する研究をレビューした先行研究の中から、理論的な分析により解決方を網羅している海野（1991）、海外文献の中でも最も多く引用され影響力のある論文である Kollock（以下「コロック」）（1998）と Messick & Brewer（以下「メシックら」）（1983）、社会的ジレンマの中でも公共財ジレンマを対象とした最近のレビュー論文である Parks et al.（以下「パークスら」）（2013）、特に社会心理学の観点から解決方を実務で活用する研究を行った藤井（2003）を概観し、類型化の考え方について分析することとしたい。

1) 海野（1991）の類型：理論的分析に基づく類型

まず、篠木・土場（2008）が解決方の整理の際に引用しており、国内で最も引用数の多い先行研究の一つである海野による解決方の理論的な分析（1991）の内容を確認する。

海野は、構造的解決を「構造的要因の制御」と呼び、個人的解決を「個人的要因の制御」と呼び、「いずれにせよ、行為者が意思決定する際の認知構造においてはもはや社会的ジレンマでない、という状況を創り出すことによって、社会的ジレンマを解決する（p147）」としている。詳しい類型については、表 3-1 にまとめた。包括的な類型化が試みられていることが分かる。

表 3-1 海野（1991）の類型

<p>構造的要因の制御</p> <p>意思決定の場、すなわち利得構造自体を変更することによって、個人的利益と集団利益の両立化を図る方策</p>	<p>①選択的誘因や強制の導入 「協力行動」をした者に対して報償を与えたり、「非協力行動」をした者に対して罰を与えたりすることにより、「協力行動」を促進させるという考え。</p> <p>②共有物の区画化・私有化 意思決定に関わる行為主体の数を少なくしようとするもの。</p> <p>③リーダーへの権限委譲 社会全体を見通しながら決定を行なう独裁的リーダーに社会的決定を委ねようというもの（意思決定者数の縮小）。</p> <p>④成員の異質性（多様性）の活用 利害関心が大きいために協力行動こそが有利だという、ある一部の人（一般に行為主体）に共有物の保全（あるいは供給）のコストを提供させるように、行為者の利得構造（提供するコストや受ける報酬）を調整するもの。</p>
<p>個人的要因の制御</p> <p>「状況の認知を変えることによる制御」及び「価値の変更を図ることによる制御」</p>	<p>①状況に関する情報や知識の提供 行動がもたらす影響についての情報や知識を提供することにより、行為主体の主観的期待効用を変化させ、協力行動を促進するというもの。</p> <p>②他者の行動に対する信頼（予測）や他者に対する信頼の増大 他者がどのように行動するかについて期待や予測ができれば、行為主体はミニマックス戦略（最悪の事態を考慮した選択）から解放されるという考えによるもの。具体的には、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 他者が協力行動をとることを信じていることができるなら、自分だけが協力行動をとって他者から搾取されることを恐れなくて済む。 ・ 他者が協力行動をとっていると期待できるときに自分が非協力行動をとることは、公正の原則に抵触する。 ・ その関係において生じる選択が一回限りのものでないなら、他者の協力行動につけこんだ非協力行動（裏切り行動）は、将来における他者の非協力行動を引き起こす可能性が大きいので、長期的には得策ではない。 <p>③集団凝集性や集団帰属意識の増大 集団凝集性が高ければ、相互の行動調整が行ないやすく、また、非協力行動に対して制裁を受けやすい。また、集団帰属意識が強ければ、効用計算に際して他者の利得を勘案する程度が大きくなるので、協力行動への動機づけが増大する。こうした考えによるもの。</p> <p>④意思決定の公表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 非協力行動をすと言明することは、いかなる状況においても他者にとって望ましいことではないので、他者の「白い眼」が予測できる。行為主体はそれを避けようとして、自分が協力行動をとることを公表するという考えによるもの。 ・ 協力行動をとると言明して、実際には非協力行動をとるならば、信用という社会的資源を失うことが予測できる。一般にある行動（意思決定）は、当該行為者にとって、一連の社会的行動の一コマである。したがって、信用を失うことは、多くの場合に得策ではないという考えによるもの。

注：海野(1991)をもとに筆者作成

2) コロック（1998）、メシクら（1983）の類型：海外における代表的な類型

続いて、海野（1991）と並んで、篠木・土場(2008)が先行研究の代表例として引用しているコロック（1998）、メシクら(1983)の類型をみってみる。これらは、海外の社会的ジレンマの解決方策に関するレビュー論文の中で最も多く引用されている論文のうちの二つであり、構造的解決と個人的解決で分類する考え方は海野（1991）と共通している。

コロック(1998)の特徴は、解決方策を行為者が利己的であるかという観点と利得構造を変更できるかという観点から、おおまかに3つの類型に分けている点にある。

利得構造を変更する解決方策（構造的解決と同じ意味）を **Structural Solution** とする一方、利得構造が変更できない前提で、①行為者が完全に利己的ではなく、他者への何らかの配慮も行う場合の解決方策を **Motivational Solutions** とし、②行為者が利己的である場合の解決方策を **Strategic Solutions**(本節で便宜的に「戦略的解決」と呼ぶが、本研究の定義では個人的解決の一種である)としている。ただし、コロック自身が、戦略的解決については、その多くが繰り返しの二人囚人ジレンマのゲームに限定されると指摘している。

それぞれの類型の下位類型をみると、個人的解決については、①社会的価値志向(Social Value Orientation)、②コミュニケーション(Communication)、③集団帰属意識(Group

Identity)が掲げられている。戦略的解決については、①互酬性(Reciprocity), ②パートナーの選択(Choice of Partners), ③引き金要因 (Grim Triggers 他の全グループメンバーが協力すれば協力する戦略), ④社会的学習(Social Learning), ⑤集团的互酬性(Group Reciprocity)が掲げられている。

他方、構造的解決については、①繰り返しと社会的アイデンティティ (Iteration and Identifiability), ②利得構造の変更(Payoff Structure), ③行動の有効性(Efficacy), ④集団規模(Group Size), ⑤境界線の設定(Boundaries), ⑥サンクション (Sanctions) が掲げられている。

Axelrod のコンピューター・トーナメントに関する研究(1984)などの業績を踏まえて、シミュレーション、実験室実験で指摘されている解決方策についても整理している点が、海野 (1991) との相違点であるが、総体として提示されている解決方策のほとんどは共通している。

他方、メシックら(1983)も、構造的解決(solving social dilemmas through structural changes)と個人的解決(solving social dilemmas through influence on individual choice)の二つのカテゴリーに分ける点で、海野 (1991), コロック(1998)と共通している。

個人的解決について、コミュニケーション(Communication)の一つの括りにまとめている点が特徴である。その下位類型は、Information about others' choices (他者の選択に関する情報提供), Trust in other group members (他のグループメンバーへの信頼醸成), Social values and responsibility(社会的価値と社会的責任の認識), Ingroup identity (集団帰属意識の醸成) とされ、コミュニケーションの内容と目的が並列されている。

構造的解決については、The closed shop (クローズドショップ: 受益者の参加強制や料金徴収), Payoff structure (利得構造の変更), Minimal contributing sets (最低限の貢献義務付け), Privatization of resources (資源の私有化), Reducing group size (集団規模の縮小), Establishing a superordinate authority (上位権限の樹立) が下位の類型とされている。

特定の解決策を示す具体性や、目的と手段のいずれで表現するかの相違はあるものの、対象とする解決方策に大きな相違はない。

3) パークスら (2013) の類型 : 実証研究と連動した最近の類型

海野 (1991), コロック (1998), メシックら (1983) の類型が社会的ジレンマの解決方策を包括的に提示した代表例であるのに対して、パークスら (2013) は、社会的ジレンマのうち公共財ジレンマを対象とし、実験室実験等による実証結果を踏まえた海外における最新のレビュー論文である。

パークスらのレビューの特徴は、公共政策の発展に貢献することを目的としてまとめられ、個人間の協力行動と非協力行動の局面に焦点を当てて、個人間の力学が効果的な政策展開に

いかに役立つことが出来るかを示している点にある。研究目的においても、本研究と相通じる点がある。

構造的解決と個人的解決の二つに大きく分ける他の先行研究との相違点は、第三者の介入で社会的ジレンマを解消する **Third-party solutions**（以下「第三者介入」）を類型として独立させ、3 類型として整理している点にある。他の 2 類型は、社会的ジレンマ状態になっている構造を変化させる **structural solutions** と ステークホルダーの考えや感情を変化させる **psychological solutions** であり、構造的解決と個人的解決に対応している。

パークスらは、第三者介入の下位類型として、第三者のコントロールが、意思決定のプロセスと判断内容に及ぼす影響力の強さによって、4 種類の介入の役割を設定している。

- a) プロセスも判断も弱い影響力の **an impetus role**（弾みをつける役割）
- b) 両方に強い影響力の **an inquisitorial role**（尋問する役割）
- c) 判断にのみ強い影響力の **an adjudicative role**（審判の役割）
- d) プロセスにのみ強い影響力の **a mediational role**（媒介する役割）

としている。

表 3-2 パークスら（2013）の類型

Structural solutions Alter the basic dynamic of the dilemma by means of interventions such as rewards for cooperation, punishment for noncooperation, and selection of a single group member to chart a course of action for everyone	Outcome structure changes in outcome structure can focus on either rewarding cooperation or punishing noncooperation. ・ Reward ・ Punishment															
	Decision structure Entail changes in the decision structure eg. elect a leader															
Third-party solutions The bringing in of an external agent to determine how group members should behave	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td colspan="2"></td> <td colspan="2">Process control</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>○</td> <td>×</td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Decision control</td> <td>○</td> <td>an inquisitorial role</td> <td>an adjudicative role</td> </tr> <tr> <td>×</td> <td>a mediational role</td> <td>an impetus role</td> </tr> </table>			Process control				○	×	Decision control	○	an inquisitorial role	an adjudicative role	×	a mediational role	an impetus role
			Process control													
		○	×													
Decision control	○	an inquisitorial role	an adjudicative role													
	×	a mediational role	an impetus role													
Psychological solutions Changing how people view the situation	Promoting trust															
	Promoting identity															
	Promoting longer term perspective															

注：パークスら(2013)をもとに筆者作成

これらの下位類型は、解釈によっては、意思決定者を特定し判断の構造を変更する構造的解決の一種とみる事が出来、また、意思決定のプロセスの透明性、公平性を高めることにより、他者への信頼を醸成する個人的解決の一種と解釈することも可能である。あえて、第

三者による介入を独立させているのは、公共政策の発展を目的とする論考であることが影響したものと考えられる。

他方、構造的解決について、下位の分類を見ると、ステークホルダーの行動の結果に着目する *change in the outcome structure* として、協力者への報償と非協力者への制裁 (*rewarding cooperation / punishing noncooperation*)、さらに、リーダーへの決定権限付与など意思決定の構造を変化させる *change in the decision structure* に類型化している。

個人的解決の下位類型としては、コミュニケーションの変化を通じて、個人あるいは構成員間の行動、考え、感情を変えるアプローチとして（構造的解決も第三者介入も心理的な変化を促すが、ここでは、個人あるいは個人間の行動の変化を起こす心理的な手法に焦点を置いて類型化している）、関係者間の信頼を醸成すること (*promoting trust*)、集団への帰属意識を醸成すること (*promoting identity*)、長期的な視点を導入すること (*promoting longer term perspective*) の 3 類型に分けて整理している。

また、パークスらは、実証研究によって明らかにされた個々の解決方策の限界や運用上の留意点に言及しているほか、これらの解消方策を個別に実施するのではなく、組み合わせることで、より効果的に協力行動を促すことが出来ると主張している。

4) 藤井 (2003) の類型：実務への適用を重視した類型

行政実務における実践を意識して類型化を行ったと考えられる研究に藤井 (2003) がある。藤井は、「環境要因に影響することを通じて社会的ジレンマの解消を図る方略」を「構造的方略」と呼ぶ一方、「個人的な心理要因に働きかけて、協力行動に行動が変容することを期待する方略」を「心理的方略」、あるいは、「行動的方略」と呼んでいる。これは、それぞれ本研究における構造的解決と個人的解決に対応している。

藤井は、我が国の行政による社会的ジレンマへの対処策のほとんどが構造的解決である一方、個人的解決（心理的方略）は採用されても「キャンペーン」の域を出ないものに留まっていると指摘し、「現在の行政が限られた予算と人材の中でより効率的に社会的ジレンマに対処することを目指すために、〔中略〕効果的な心理的方略とはいかなるものであるか、を理論的に検討し、その有効性を様々な形で実証的に確認するという努力が不可欠なのではなかろうか」と主張している。

こうした考えを反映して、個人的解決の方策に関する藤井 (2003) の類型は、実務的な現場に応用する際にどのように対応するかという、技術的な観点から具体化されていると考えられる。「心理的方略の具体的な展開を理論的、実証的、実務的に検討する (藤井 2003;p27)」意欲的な類型と言えるであろう。

表 3-3 藤井（2003）の類型

「構造的方略」 環境要因に影響することを通じて社会的ジレンマの解消を図る方略	[pull施策] 協力行動の誘発を目指す施策
	[push施策] 非協力行動を妨げることで、協力行動への転換を促す施策
「心理的方略」、「行動的方略」 個人的な心理要因に働きかけて、協力行動に行動が変容することを期待する方略	事実情報提供法 客観的な情報の提供を通じて、協力行動への変容を期待する
	経験誘発法 協力行動の経験を誘発することを通じて持続的な協力行動への変容を期待する。「一時的構造変化」が、その一例としてあげられる。
	コミュニケーション法 客観的な情報提供以上のコミュニケーションを通じて協力行動への変容を期待する。以下の4つの方法の組み合わせで構成される。 ①依頼法(協力行動を依頼する) ②アドバイス法:協力行動の行い方をアドバイス。 ③フィードバック法(人々の行動を測定し、その情報をフィードバック。その際に目標設定をする(目標設定法)ことでより効果の増進が期待できる。 ④行動プラン法(協力行動の行動プランの策定と記述を依頼)

注：藤井(2003:p24)より筆者作成

3 本研究における新たな解決方策の類型の検討

食の信頼問題解決に取り組んだケースにおいて、具体的な政策がどのような形で公共財ジレンマの解決に貢献するよう企画されたか明らかにし、実際に企画通りに機能したか検証するための分析枠組みの一部として機能するためには、先行研究の類型を並べるだけでは十分でない。食の信頼問題やフードシステムの特性に応じて解決方策を絞り込み、個別ケースを効果的に分析できるよう、「見取り図」として抽象性と具体性を兼ね備えた類型を構築する必要がある。

1) 類型の適用事例：ナレッジマネジメントに関する研究事例

フードシステムに関して公共財ジレンマの解決方策を類型化した先行研究は存在しないが、組織の knowledge management (ナレッジマネジメント) に伴う問題を社会的ジレンマに見立てた Cabrera & Cabrera (以下「カブレラら」) (2002)の研究が、本研究の分析枠組み構築の考え方と類似する点が多く、参考になるものと考えられる。

カブレラらは、①組織のナレッジマネジメントに伴う問題を社会的ジレンマに見立てて、knowledge sharing dilemma (以下「ナレッジ・シェアリング・ジレンマ」) と名付け、②先行研究の蓄積から当該問題に理論的に関連する解決方策の類型を選抜し、③実際の場面で援用可能なように類型に基づいて具体的な対策を提示している。

カブレラらは、組織内のナレッジマネジメントで被雇用者が保有する情報を組織のデータベースに提供する行為に関して、被雇用者の利益と組織の利益が相克するナレッジ・シェア

リング・ジレンマの存在を指摘し、公共財ジレンマの解決方策に関する先行研究を援用して、理論的に効果の発現を期待できる対策を具体的に提案している。

カブレラらの整理したナレッジ・シェアリング・ジレンマの解決方策は、大きくくりで3つの類型に分けられている。被雇用者の利得構造を変更することを目的とする方策（構造的解決）、被雇用者が自分の貢献の効果をより実感できるようにする方策（個人的解決）、被雇用者の組織への帰属意識と責任感を増す方策（個人的解決）である。

まず、利得構造を変更する方策として、具体的には、情報提供（貢献）のコストを下げるためのIT活用、貢献の利益を増すための報償や選択的誘因の提示、組織全体の利益のメリット感を増すための利益配分プログラムの実施、貢献のメリットを増やすとともに、組織にとってのナレッジの重要性を明確に伝えるための人事政策と貢献の連動が具体的に提案されている(p13)。

また、貢献の効果をより実感できる方策として、貢献者に対してフィードバックの機会を設けること、個別の貢献コストよりも組織全体で期待されるメリットを大きくするためにクリティカル・マス（データベースが効力を発揮するために必要な参加者の規模）の確保を確実にすること、情報の重複や探索費用の増大を防ぐために先進情報技術を用いること、貢献の効果を高めるための被雇用者向けのトレーニングの実施が具体的に提案されている(p15)。

集団への帰属意識や個人の責任感を高めるための方策として、コミットメントや相互交流、他者の貢献への期待感を高めるためのコミュニケーションを促進すること、集団への帰属意識の醸成、相互交流を増やし、個人の貢献の特定を容易にするため、コミュニティを作ること、個人の貢献の特定を容易にするため、被雇用者の貢献を公表することが具体的に提案されている(p17)。

民間企業のナレッジマネジメントを対象にしているため、行政による政策介入を対象とする本研究にそのまま適用は出来ないが、理論的に有効とされる具体的な対策を提示し、そのメカニズムを明確にした点で、本研究の構想と類似している。

カブレラらは、コロック(1998)等の先行研究の類型を参照していると記しているが、コロックの包括的な類型と比較すると、ナレッジマネジメントの局面に応じて、大胆に選択肢を絞り込んでいることが分かる。

表 3-4 カブレラら(2002)の類型と具体的な対策案

Intervention	Objectives
Restructuring the Pay-off Function <ul style="list-style-type: none"> • Advanced information technology • Rewards or selective incentives • Gain-sharing programmes • Align human resource policies with participation 	<ul style="list-style-type: none"> • Reduce cost of contributing • Increase benefit of contributing • Increase perceived value of collective gain • Increase benefit of contributing • Send clear message about importance of knowledge exchange and creation for the organization
Increasing the Efficacy of Contributions <ul style="list-style-type: none"> • Provide feedback to contributors • Ensure a critical mass of participants • Advanced technology • Training 	<ul style="list-style-type: none"> • Increase information efficacy • Increase connective efficacy • Create further opportunities for knowledge combination and creation through deeper processing of others' contributions • Make potential value of shared knowledge greater than individual cost • Increase information efficacy by reducing redundancies • Increase connective efficacy by reducing search difficulties • Increase information efficacy • Increase connective efficacy
Increasing Group Identity and Personal Responsibility <ul style="list-style-type: none"> • Encourage communication • Create knowledge-sharing communities or communities of practice • Publicize information about employees' contributions 	<ul style="list-style-type: none"> • Increase sense of group identity • Increase commitment • Increase frequency of interactions • Increase identifiability • Increase expectations of others' participation • Increase sense of group identity • Increase frequency of interactions • Increase identifiability • Increase identifiability

注：カブレラら(2002)をもとに筆者作成

表 3 - 4 でまとめたように、解決方策とその方策によって達成しようとする目的を対照可能な状態に整理して提案しようとしていることも特徴である。表の左欄は解決方策(手段)、右欄はその解決方策によって達成しようとしている目的という基本的な整理である(ただし、個別の内容をみると、手段と目的の区分が厳密でないものもある)。目的は、ステークホルダーの利得構造のうち、どの要素に働きかけるかという観点から解釈することも可能である。一つの対策に複数の目的が対応している事例が見られることから、実践を意識したものとなっている。個別組織の独自性を乗り越えて広く利用できるよう、抽象性を残しつつ、具体的な対策を示していること、対策相互の関係性についても一定程度考慮可能な提案となっていることなどは、本研究で参考にすべき点と言える。

また、カブレラらの対策案の一覧は、既に何らかの対策が動いており、帰納的に現状を解析する必要がある場合には表の左側から、将来の政策を、そもそもの目的から演繹的に立案する際には右側からという風にご利用することが可能な体裁になっていると評価できる。このように、①実際に総合的な対策が講じられたケースの検証を行うため現状を解析するアプローチと、②将来的にサブシステム構築のための新たな政策の企画立案を行う(又は、既存政策の改善を行う)ため、解決方策の類型に基づいて具体的な対策案の検討を行う演繹的なア

アプローチを、使い分けることを視野に類型を整理して行くことは、本研究においても有意義なことと考える。

2) 新たな解決方策の類型の提案

上でみたカブレラらの研究の進め方も参考にして、本研究のケーススタディに用いる新たな解決方策の類型を提案することとしたい。類型を具体的に利用する局面は、当該ケースで実施された政策の内容を解析し、どの対策が公共財ジレンマの解決方策に該当するのかを同定し、その理論的な機能を踏まえて、どのようなメカニズムで具体的な問題解決が企図されたかを明確にする局面である。言わば、公共財ジレンマ解決の仮説を確立するために用いる。次に、この仮説通り、政策が機能したかどうかを検証する際にも、個別の解決方策が企図されたように機能したかどうかを検証する手引きとして分析枠組みを用いることとする。

類型化は、本研究の研究対象の特性を踏まえて進めることとする。

まず、本研究が、①フードシステムのサブシステム構築（多様なステークホルダーの主体的な判断を通じて発展して来たシステムを、個々の活動の多様性、主体性を損なわずに分化すること）を対象とすること、②公共財ジレンマ（サブシステムは非排他性、非競合性を備え、自発的な供給を待っているが供給されない（又は過少供給となる））を対象とすること、③行政による政策介入（自発的な供給が困難であること（市場の失敗）を前提に政策が実施される）を対象とすることを踏まえて、その特性に馴染まない解決方策の類型は除くこととする。

具体的には、共有物の区画化・私有化など、Common Resource Dilemmas を想定した対策の類型を除外した（そもそもフードシステムの環節的分化は、区画化と言えるが、これに伴って生じるジレンマを区画化によって解決するというアプローチは本研究では採用しない）。また、個々のステークホルダーによる主体的な意思決定がフードシステムの発展を促すという基本的な考え方に立ち、意思決定者数を縮小する解決方策（例：リーダーへの権限委譲）、強制や罰則の導入を除外することとした。総じて意思決定の構造を変更する方策は、本研究には馴染まないと言える。

さらに、食の信頼問題の解決というテーマ自体が、公益性の高い目標であることから、社会的価値や社会的責任の認知の重要性を意識するとともに、フードシステムのサブシステムが一定数以上のステークホルダーの参画によって構築されることから、公共財ジレンマの中でも、ステップ財の供給に関わる解決方策が重要となることを考慮した。

なお、パークスら（2013）の第三者介入の類型は解決方策の実施の観点からは重要な論点であるが、本研究が行政による政策介入を前提とした研究であるため、あえて別の項目建てる選択肢は採用しないこととした。ただし、第三者介入の類型で考慮している行政の関与の強さをどの程度に設定するかという点は、政策デザインにおいて重要な問題であるため、政策メカニズムの解析に際して、その整理に留意することとしたい。

こうした分析枠組みの構築目的を踏まえて、本研究における新たな解決方策の類型を以下の2大類型と7小類型としたい。

まず、構造的解決の手法として、

- ① 成員の異質性の活用
- ② 行動の有効性向上（クリティカルマスの確保を含む）
- ③ 選択的誘因の導入

次に、個人的解決の手法として、

- ① 情報や知識の提供
- ② 社会的価値の認知，責任感の醸成
- ③ 意思決定の公表
- ④ 他者への信頼の増大

を利用する。

具体的に、個別の下位類型について、各類型を選定した理由、他の主な類型を用いなかった理由を述べれば、以下のとおりである。

まず、構造的解決の手法としての①成員の異質性の活用は、協力行動が有利だという一部の主体に公共財の供給コストを支出させるよう制度を設計することである。ステークホルダーと協働で政策を実施する際に、自主的な参加を募集する「手上げ方式」は、この成員の異質性の活用の具体的な例と言える。

次に、②行動の有効性向上（クリティカルマスの確保）は、公共財供給のために必要な協力者数が確保されるよう制度（仕組み）を設計するとともに、供給される公共財の内容に対する協力者の影響力を確保できるよう制度（仕組み）を設計することである¹。

この行動の有効性向上については、コロック（1998）は構造的解決に位置付けているのに対して、メシックら（1983）は「他者の選択に関する情報提供」として、海野（1991）は他者への期待として、個人的解決の方策に位置付けている。本研究では、一定数以上の（あるいは、一定の影響力のある）ステークホルダーが、サブシステム構築に協力することを、政策形成者が能動的に働きかけるケースが多発するであろうこと（いわゆる根回しを含む）を想定し、構造的解決の下位類型として整理した。

③選択的誘因の導入は、協力行動を採用したものに対して報償（名誉等の金銭的なメリット以外のメリット付与を含む）を与えることである。

¹ カブレラら(2002)は、ナレッジ・シェアリング・ジレンマの解決方策の一つである協力行動の有効性を高める介入として、先端技術の活用を掲げている。食の信頼問題の解決方策としても、ICT等の先端技術の活用により、協力行動の有効性を高めるなど、ステークホルダーの利得構造を変更することが効果的な選択肢となり得ると考える。

表 3-5 本研究における公共財ジレンマの解決方策の類型

<p>構造的解決</p> <p>意思決定の場、すなわち利得構造自体を変更することによって、個人的利益と集団利益の両立化を図る方策</p>	<p>①成員の異質性の活用 利害関心が大きいために協力行動こそが有利だという、ある一部の人(一般に行為主体)に公共財の供給のコストを提供させるように、行為者の利得構造(提供するコストや受ける報酬)を調整するもの。</p> <p>②行動の有効性向上(クリティカルマスの確保を含む) 公共財供給のために必要な協力者数が確保されるよう制度を設計したり、供給される公共財の内容に対する協力者の影響力を確保できるよう制度を設計すること</p> <p>③選択的誘因の導入 「協力行動」をした者に対して報酬を与えたりすることにより、「協力行動」を促進させるという考え。</p>
<p>個人的解決</p> <p>選択状況の認知又は行為者の価値基準を変える方策</p>	<p>①情報や知識の提供 行動がもたらす影響についての情報や知識を提供することにより、行為主体の主観的期待効用を変化させ、結果として協力行動を促進する考え。情報や知識の提供によって、特定の効果発現を目指す場合には、他の類型(②又は④)として整理する考え。</p> <p>②社会的価値の認知、責任感の醸成 食の信頼問題解決が公共性の高い課題であること、言い換えると協力行動に大義名分があることを多様なステークホルダーに認知させることによって協力行動を促す考え。食品産業等のビジネスに関わるステークホルダーにとっては、食の信頼問題解決は社会的責任とも位置づけられる。長期的な視野の導入もこの類型に含む。また、フードシステムを構成する他のステークホルダーの利得への配慮もこの類型に含むものとして整理する。</p> <p>③意思決定の公表 協力行動を採用することの言明を促し、サブシステム構築へのコミットメントを取り付けたり、非協力行動を抑制したりする考え。</p> <p>④他者への信頼の増大 他者がどのように行動するかについて期待や予測を高めることによって、行為主体がミニマックス戦略(最悪の事態を考慮した選択)や、搾取されることの懸念から解放されるとの考え。集団への帰属意識の醸成や集団凝集性も、それによって他者への信頼を増大させる方策として、この類型に含むこととする。</p>

注：筆者作成

次に、個人的解決の手法としての①情報や知識の提供は、事実情報を提供することによって、ステークホルダーの主體的な判断を促すものである。コミュニケーションの定義の範囲を広く設定し、説得的な情報提供を含める整理もあり得るが、他の下位類型との整理から、客観的な事実情報や知識の提供として一類型を立てることとした。

次に、②社会的価値の認知、責任感の醸成は、食の信頼問題解決が公共性の高い課題であること、言い換えると協力行動に大義名分があることを踏まえて、類型として独立させた。食品産業等のビジネスに関わるステークホルダーにとっては、食の信頼問題解決は社会的責任とも位置づけられる。長期的な視野の導入もこの類型に含む。また、フードシステムを構成する他の構成主体の利得への配慮もこの類型に含むものとして整理する。

③意思決定の公表は、協力行動を採用することを言明し、サブシステム構築にコミットすることである。②で言及した大義名分、フードシステムの構成主体のうち、民間企業にとっては、社会的責任の観点が重要になるため、コミットメント取り付けとして独立した類型として整理した。

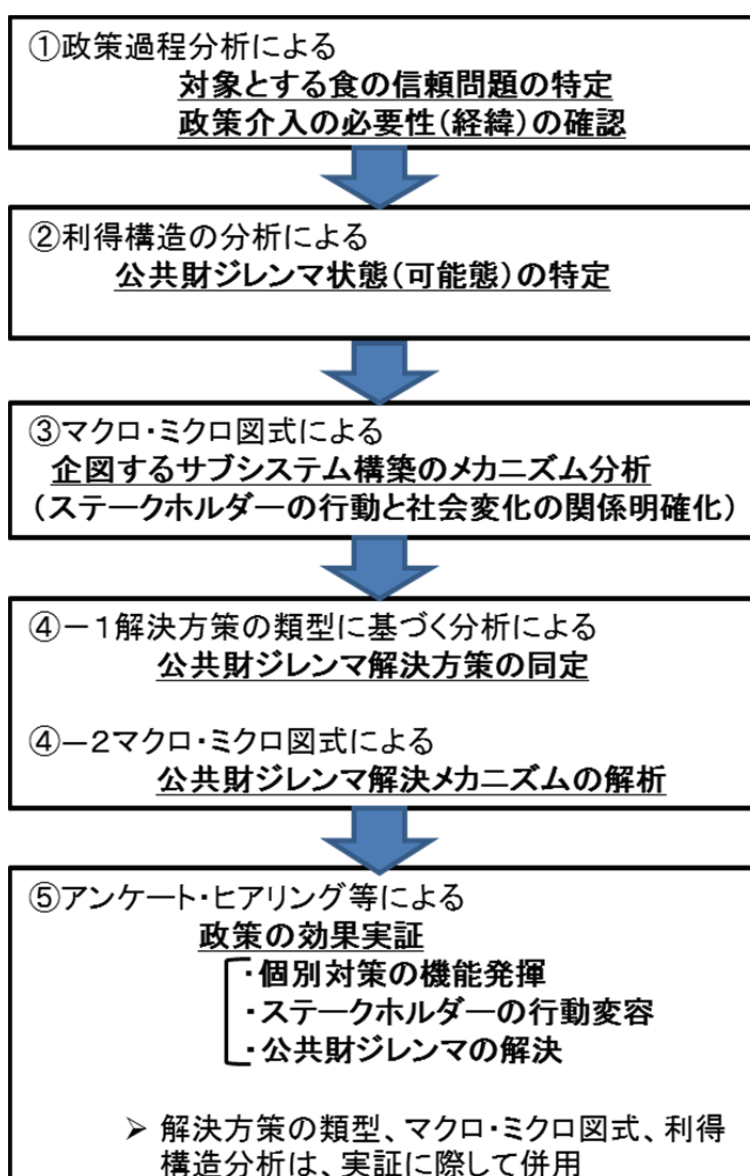
④他者への信頼の増大(集団帰属意識の醸成を含む)は、フードシステムを構成する他の構成主体に対して信頼を高める取組である。環節的分化のようなケースでは、集団帰属意識を高めるアプローチもあり得るが、非排除性の認められるフードシステムのサブシステム構築を想定しているため、集団への帰属意識や集団凝集性を前面に押し出す類型ではなく、他

者の行動への信頼感を醸成する取組として整理した。食の信頼問題の解決自体が、社会の信頼醸成とも言えるが、ここでは、当該公共財ジレンマに関する協力行動に関する信頼を高めることと設定する。

第二節 ケーススタディの進め方

本節では、次章以降のケーススタディにおいて、食の信頼問題の解決のための政策実施を、公共財ジレンマ解決の観点から捉え直し、実証分析を行うための手順と具体的な分析手法を整理する。具体的なケーススタディの進め方について、概略をまとめたものが、表 3-6 である。

表 3-6 ケーススタディの進め方



前節で構築した解決方策の新たな類型を用いることにより、実際に施行された対策について公共財ジレンマの解決方策として同定し、社会的ジレンマに関する先行研究の蓄積を援用することが可能になった。

しかし、実証分析を的確に行うためには、食の信頼問題を、システム分化によるフードシステムの複雑性縮減という課題に置き換え、さらに、サブシステム構築に伴う公共財ジレンマの解決に政策課題の焦点を絞るプロセスの妥当性について、丁寧な検証が必要である。

こうした作業によって、食の信頼問題対策としての政策課題設定の整合性、政策介入の正統性と政策手段選択の妥当性の確保が可能になるからである。

何のための公共財ジレンマの解決方策か明確化するとともに、実際に実施された政策に公共財ジレンマの解決方策の分析枠組みを適用することが期待される。

以下、それぞれの分析のステージについて、研究の進め方を提示しておきたい。

1 政策過程分析

政策過程分析によって、当該政策が解決（より良い付き合い方）を目指す食の信頼問題を特定し、解決のために構築しようとしたサブシステムの範囲（システム分化の方向性）を確定、サブシステムの自発的構築が実現されていなかった状態、行政の介入が必要とされた状態について特定し、分析対象のケースの沿革を確定することとする。

この分析ステージが重要であるのは、食の信頼問題という解決困難な問題を、サブシステム構築という操作的に定義された政策課題へ転換することの正統性を確認するプロセスに該当するためである。この正統性が担保されて初めて、食の信頼問題の解決に代えて、サブシステム構築の成否を、政策評価の物差しに位置付けることが許容されると考える。

2 ステークホルダーの利得構造を踏まえた公共財ジレンマ状態の特定

1の政策過程分析によって、システム分化が求められた理由、サブシステムが備えるべき特性等を明らかにした後は、公共財ジレンマ解決の方策に関する分析枠組みを効果的に適用するために、実際のケースにおいて、政策介入の前には、どのような公共財ジレンマがどのような状態で発生していたかを特定する。

具体的には、政策介入を行う前の段階での主要なステークホルダーの利得構造を見極め、協力行動が採用されていなかった状態を明らかにする。多様なステークホルダーの利得構造を詳らかにする際には、前章で確認した木村モデル（定式の項）に則して、複雑な状況を簡明に記述し、政策介入後の変化を追い易いように整理することが有効である。協力行動に必要な一人当たりのコストと、一人の協力者増加によって増加する公共財からの一人当たりの利益、協力者の見込み数に着目して、ステークホルダーが直面する利得構造を明らかにすることで、システム分化に伴って公共財ジレンマ状態が生じるか否かを分析することとする。

3 サブシステム構築のメカニズム分析

公共財ジレンマ状態を解決するため、政策によって、個々のステークホルダーにどのような行動変容を働きかけるのか、個々のステークホルダーの行動変容が蓄積することによって、どのようにサブシステムを構築しようとしているのか、そのメカニズムを明らかにする。

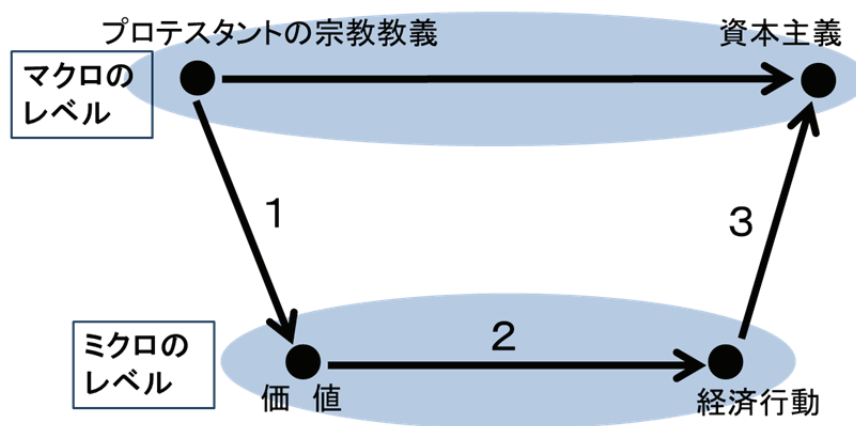
政策介入によってサブシステムを構築する（フードシステムの複雑性を縮減して、食の信頼問題の解決を図る）という、マクロレベルの社会変化の説明と、当該政策による働きかけで個々のステークホルダーの行動変容が起きるというマイクロレベルの説明とを接合することが必要になる。マクロレベルの社会変化のみを説明しても、政策介入の有効性を論証することが難しいためである。この場合、個々のステークホルダーの行動変容というマイクロな状況から、サブシステム構築というマクロな状況を実現するプロセスを説明しないと、実証は完結しないためである。

1) コールマンのマクロ・マイクロ図式

この説明を行うため、本研究では、コールマン（2004）のマクロ・マイクロ図式を援用して、サブシステム構築のメカニズムを分析することとする。

コールマン(2004)は、マックス・ウェーバーの『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』におけるマイクロからマクロへの移行の失敗を例にとり、「システムより下位の水準にある行為や志向にもとづくシステム行動の説明にとっての主要な問題は、下位の水準からシステムの水準への移行の問題である。これはマイクロからマクロへの移行問題と呼ばれてきている（p24）」と指摘している。

図 3-1 コールマン(2004)のマクロ・マイクロ図式の例



コールマンによれば、「システム行動がシステムの要素である行為者の行為から導出され

るいかなる理論にも、三つの構成要素がある(p31)」のであり、その3つの構成要素とは、
 ①社会を特徴づける独立変数と個人を特徴づける従属変数を持つ第一のパート
 ②独立変数も従属変数も個人を特徴づける第二のパート
 ③個人を特徴づける独立変数と社会を特徴づける従属変数を持つ第三のパート
 とされている。この第三のパートの説明が行われていないことが、ウェーバーのマイクロからマクロへの移行の失敗とされている。

図3-1は、コールマン(2004:p28)の「図1-2 マクロ水準命題とマイクロ水準命題：宗教教義の経済組織への影響」を引用したものであり、矢印の番号がそれぞれ上記の①～③のパートに対応している(網かけとマクロ・マイクロの四角囲みは筆者)。

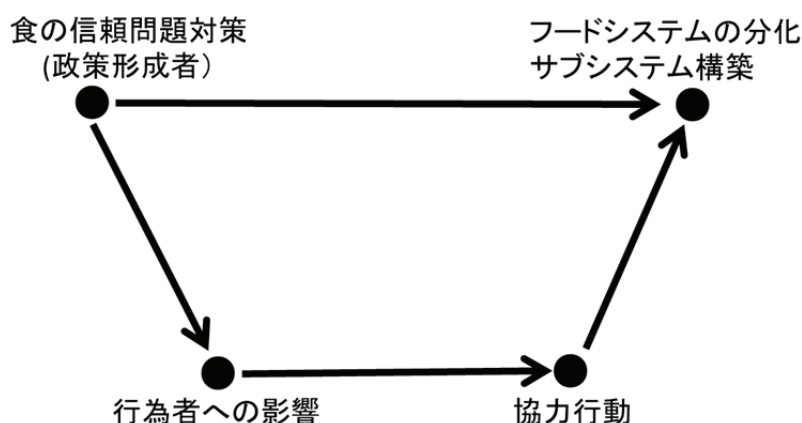
2) 食の信頼問題への適用

コールマンのマクロ・マイクロ図式を、本研究のケーススタディにおいて援用することによって、まず、食の信頼問題の解決策を講じる政策形成者(観察者)の立場と、当該政策の対象者として実際の行動を採用するステークホルダー(行為者)との立場の相違を明確にすることが可能になる。

これは、複雑で厄介な食の信頼問題を、システム分化によるフードシステムの複雑性縮減の問題に置き換え、さらに、サブシステム構築に伴う公共財ジレンマの解決という政策課題に分析の焦点を合わせていく、政策課題への転換のプロセスを明確にする意味で重要な分析である。

コールマンのマクロ・マイクロ図式を、本研究に当てはめた場合の図式が、図3-2である。

図3-2 本研究におけるマクロ・マイクロ図式の構造(イメージ)



コールマンの区分を借用して説明すれば、

①食の信頼問題対策を特徴づける独立変数とフードシステムの個々のステークホルダーを

特徴づける従属変数を持つ第一のパート

②独立変数も従属変数も個々のステークホルダーを特徴づける第二のパート

③個々のステークホルダーを特徴付ける独立変数とフードシステムのサブシステムの状態を特徴付ける従属変数を持つ第三のパート

に分かれることとなる。

4 公共財ジレンマ解決方策の同定とメカニズムの解析

ここまでの分析によって、公共財ジレンマ状態を特定し、サブシステム構築のメカニズムを特定した。このことによって、実際のケースで発生している事態を、社会的ジレンマ研究のレンズで観察することが可能になったと言える。

ここで、第一節で構築した公共財ジレンマ解決方策の類型を用いて、実際の対策の意義、機能を明確化する分析を行う。実際の総合的な政策パッケージが、どのような要素によって成り立っているか分解し、公共財ジレンマの解決方策として再定義することによって、先行研究の蓄積、特に実験等により実証された解決方策の効果に関する知見の活用が可能になるのである。

さらに、個々の対策を組み合わせることによる効果を、マクロ・ミクロ図式の援用によって、明らかにし、総合的な政策パッケージの機能するメカニズムを解析することとする。このことによって、どの解決方策が、何を目的に講じられているのかを総合的な観点から検証し、解決方策相互の関係を明確にすることが可能になる。個々の解決方策の目的、機能に関しては、社会的ジレンマの解決に関する先行研究から、一定程度明らかになっていることも多いが、総合的に対策を組み合わせ、相乗効果を発揮することを意識した場合、マクロ・ミクロ図式を用いつつ、それぞれの政策がどのようにデザインされているかを明らかにすることは、実証すべき対象を明確にすることにもつながる。

ここまで図3-6の1, 2, 3, 4の分析工程を経て初めて、公共財ジレンマの解決方策を活用したフードシステムのサブシステム構築（食の信頼問題解決）の仮説が提示されることになる。ケーススタディとして、効果を検証する準備が整ったと言えよう。

5 政策の評価（仮説の検証）

本研究では、ケーススタディにより、様々な公共財ジレンマ解決方策の組み合わせの効果を経験的に実証することとしている。理論的な分析や経験的な分析において、総合的に解決方策を組み合わせ実施することが有効とされているが、対策を明確に区分してその効果を測定する実験室実験と異なり、こうした取組の評価を行うことは困難である。

総合的に対策のパッケージをデザインしても、実際にどの解決方策が有効に機能したのか評価が困難となれば、効果のありそうなことを手当たり次第にやってみるといふ、非効率で、

かつ、納税者に対してアカウントビリティを果たすことが困難な状況に陥りかねない。実務上は、対策のフィージビリティや財政的な制約によって、対策案が取捨選択されるということだろうが、本来は、研究を重ねて、より効果的に公共財ジレンマを解決する方策を模索していく必要がある。仮に、**wicked problems** であるが故に効果の実証をダイレクトに行うことが難しくても、操作可能な政策課題への置き換えに伴って、代替的な評価手法を確立することが必要となると考える。

本研究のケーススタディでは、先行研究で実証されている個別の解決方策の機能を分析枠組み（解決方策の種類）で整理し、マクロ・ミクロ図式を用いて、どの時点（どのパート）の効果発現を検証しているかを明確にしつつ、実証することで、代替的な効果検証を実現したいと考える。

具体的には、ステークホルダーに対するアンケート調査、ヒアリング調査等の結果を用いて、擬制的に、どの対策のどの機能発揮を証明し得るものか検討し、さらに、政策のメカニズム上、どのパートの段階まで効果が発現したかを特定して分析することで（例えば、マクロ・ミクロ図式の第二のパートまでは成果につながったが、第三のパートで集積に失敗しているなど）、政策効果の実証に代えることとしたい。

こうした代替的な実証方式を試みることを通じて、個別の解決方策間の関係を抽出し、因果関係を明確にして、フードシステムのサブシステムの挙動を考察し、どのような場合に、どのような要因の制御が可能となるか、研究をさらに一歩進めることも視野に入ってくる。

さらに、既に実施済みの政策のケースについてこの試みに成功すれば、今後新たに発生する食の信頼問題について、新たな政策の企画立案、政策の枠組み説明（アカウントビリティの遂行）、施行を行う際に、本研究の分析枠組みを援用することが可能になると考える。カブレラら(2002)が試みたように、解決方策の種類を、新たな政策の企画、実施、検証のためのヒューリスティクスとして活用する可能性を示すことにつながると考える。

本研究のケーススタディへの適用で有効性を実証し、政策形成者の利用に供することを視野に、現状分析、ステークホルダーへの説明責任、政策の企画立案、評価等の用途に使える分析枠組みとすることとしたい。

第四章 みえ地物一番の日キャンペーンに関する考察

この章では、フードシステムの環節的分化として地産地消マーケット創出を図った政策の典型例として、三重県庁による地物一番企画を取り上げて、公共財ジレンマの解決方策によりシステム分化を成立させるという仮説について、本研究で構築した分析枠組みを用いて検証する。

以下では、地物一番企画の概要について触れた後、三重県において地産地消マーケット創出が求められるに至った背景を、三重県の地産地消対策の成立過程を分析することによって明らかにする。具体的には、食の信頼問題に対する取組として、県民による主体的な地産地消運動を活性化する支援策が講じられた後、地産地消マーケットの創出が要請され、三重県庁による地物一番企画の実施が決定されるに至るまでの過程を分析する。この政策過程分析により、政策介入が必要とされた経緯を確認し、地物一番企画に求められた特性を考察することとしたい。

続いて、地物一番企画以前のステークホルダーの状況を分析し、公共財ジレンマ状態にあったことを示して、地物一番企画が実施されなければ、地産地消マーケットというサブシステム構築が困難な状態にあったことを明らかにする。

その後、地物一番企画によって地産地消マーケットを創出しようとする政策のメカニズムを分析する。具体的には、県産食品をクローズアップするキャンペーンによって、個別ステークホルダーのどのような行動を促し、その集積として、どのように地産地消マーケット創出を実現しようとしたのか、マクロ・ミクロ図式を用いて分析を行う。

次に、第三章で構築した公共財ジレンマ解決方策の新たな類型を適用して、地産地消マーケット創出に伴う公共財ジレンマを解消するための対策が、地物一番企画にどのように組み込まれているかを明らかにする。

最後に、地物一番企画の協賛事業者アンケートやステークホルダーのインタビュー調査、三重県庁提供資料等に基づいて、地物一番企画における公共財ジレンマの解決方策が実際にどう機能したか、さらに、結果的に地産地消マーケット創出に成功したと言えるかということについて、検証する。

第一節 地物一番企画の概要

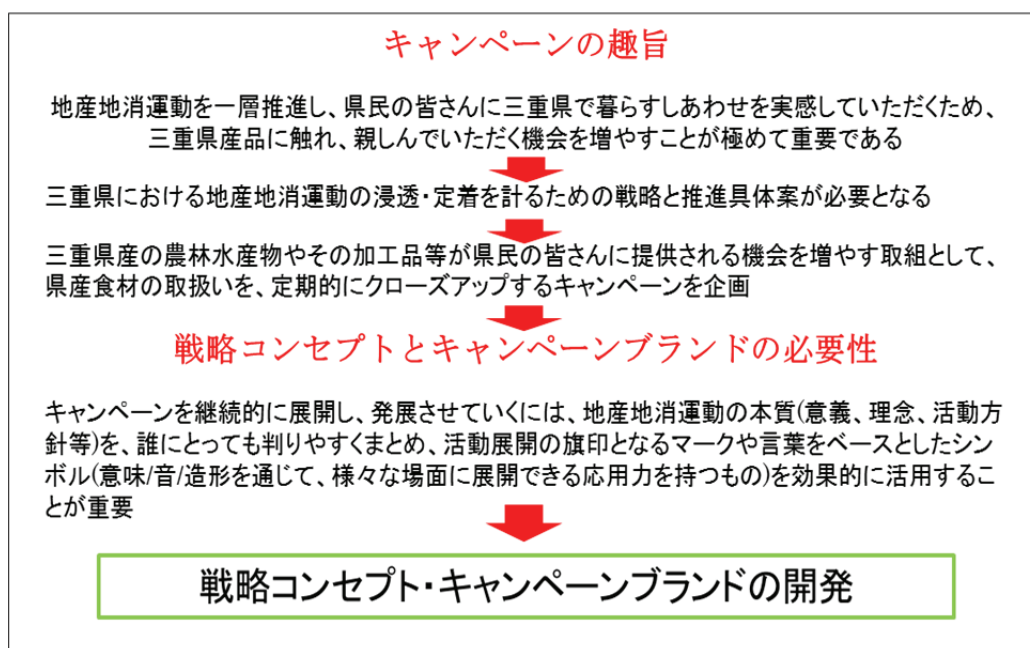
この節では、地物一番企画の仕組みを概観し、多くのステークホルダーが地物一番企画に協賛すること（協力行動）を通じて、キャンペンブランドを確立し、地産地消マーケットの創出につなげようとするものであることを示す。

1 地物一番企画の目的

地物一番企画は、三重県庁が毎月第三日曜日とその前日の土曜日を「みえ地物一番の日」として設定し、三重県産食品の供給に関わる事業者が、この日に一斉に県産食品をクローズアップするキャンペーンである。

キャンペーンの企画と地産地消マーケット創出の関係について、三重県庁が消費者を含む県民全体に対して示したコンセプトを、三重県庁の地物一番HPから抜粋し、図4-1として紹介する。

図4-1 地物一番企画のコンセプト（三重県庁HPから抜粋）



注：三重県地物一番HPから抜粋

地物一番企画では、県民の生活満足度向上という公益性の高い共通目的のため、県庁が、事業者にキャンペーンへの協賛を呼びかけ、協賛した事業者が、主体的な経済活動として県産食品をクローズアップするという官民の役割分担が明確にされている。

三重県庁によれば、地物一番企画の目的は、「県民が三重県産の食材に実際に触れ、その

背景にある自然，文化，農林漁業の営みなどについて考え，三重県に住むしあわせを実感する」こととされている。

キャンペーンの大義名分として，ステークホルダーのビジネス上のメリットと直接関係の無い，県民の生活満足度向上を掲げているのである。地産地消マーケットの創出というビジネスの成果は，県民の生活満足度向上という目的達成のための手段と位置づけられている¹。

後ほど詳述するが，このビジネスと関係の無い大義名分のフレーミングによって，地産地消マーケット創出という共通目的のために，利害の相反することの多いステークホルダーが協力行動をとることが容易になるという，一見逆説的にも見える効果が発現している。

2 地物一番企画の構造

地物一番企画の構造は単純である。

協賛を希望する事業者は，企画の趣旨に賛同し，あらかじめ県庁の示した行動規範を遵守する旨を約束して事務局に協賛事業者としての登録を申し出れば，①キャッチフレーズ，シンボルマーク利用等の権利を取得し，②「みえ地物一番の日推進連絡会議」のメンバーとなり，③県のHP等で協賛事業者であることが公表されることとなる。協賛は無料である²。

三重県庁のHPでは，キャンペーンブランドの活用目的を次のように紹介している。

¹ 三重県庁のHPでは地物一番企画の取組方針を次のように説明している。「このキャンペーンの特長は，「地産地消運動」の趣旨にご賛同いただき，自らキャンペーン活動を行う意志をお示しいただいた事業者の皆さんの主体的な判断に基づいて，定期的・継続的に実施されることにあります。強制的に参加をお願いするものではありませんので，事業者の皆さんそれぞれが可能な範囲でキャンペーンの趣旨に即した活動を主体的に選択していただくこととなります。ただし，キャンペーン目的の効果的な達成のため，県が設定する共通のキャンペーン名称やキャッチフレーズの使用等についてご協力いただくことは，必ずお願いしたいと考えています。」

² 三重県庁のHPでは，ステークホルダーの役割を次のとおり明らかにしている。

「3 キャンペーンにおける参加事業者の役割について

(1) 食品小売事業者，外食産業事業者の役割

1で述べたようなキャンペーン趣旨を踏まえ，以下の事項に取り組んでいただくこととしております。

①広報，宣伝等を通じた県民の皆さんへの情報提供

②三重県の設定するキャンペーン名称，共通キャッチフレーズの使用

③キャンペーン期間中の県産品の意識的な取扱い（店舗PR表示，地物産品販売コーナーの設置等）

これらの内容については，三重県知事宛ご提出いただくキャンペーン参加申込書に明記し，ご賛同いただく意志を表明していただいております。

(2) 生産者等供給事業者の役割

1で述べたようなキャンペーン趣旨を踏まえ，このキャンペーンにおいて農林水産業者，食品製造業者，食品卸売業者等三重県産食材を供給される事業者の皆さんには，以下の事項に取り組んでいただくこととしております。

①広報・宣伝等を通じた県民の皆さんへの情報提供

②三重県の設定するキャンペーン名称，共通キャッチフレーズの使用

③キャンペーンに対応した供給面での協力

これらの内容については，三重県知事宛ご提出いただくキャンペーン参加申込書に明記し，ご賛同いただく意志を表明していただいております。」

「戦略コンセプト『MIE PRIORITY 1 私は三重県を一番に優先します』を端的に表し、県民の皆さん、協賛事業者の皆さんがキャンペーンのコンセプトを共有していただき易いように、『地物一番』というキャンペーンブランドを開発しました。『地物一番』には、地元が一番という様々な思いが込められています。三重県産品を改めて見直し、オンリーワンという誇りを持てるよう、生産者の皆さんも、消費者の皆さんも、意識して三重県産品に向き合うという意味、四季を感じ豊かな心を育むためには身近な地元の旬の食材が一番という意味、生産者と消費者の結びつきを強めて食に対する安心感を再構築していくためには地元食材が一番という意味などです。『地産地消』という運動の中から新たに生まれ、県民の皆さん、協賛事業者の皆さんの具体的な行動を直感的にインスピレーションさせるキーワードとして『地物一番』というキャンペーンブランドを広く活用して行きたいと考えています。」

図4-2 戦略コンセプトとキャンペーンブランド

戦略コンセプト

MIE PRIORITY 1
私は三重県を一番に優先します

県民の皆さん、協賛事業者の皆さんともに、三重県で暮らすことの楽しさ(特に食を通じた楽しさ)、三重県内での食料産業の活性化(これらを通じた活力ある地域づくり)を意識して、一番に優先することを共通のコンセプトとします。

キャンペーンブランド

じ も の い ち ば ん
地物一番

注：三重県地物一番HPから抜粋

また、キャンペーンブランドに基づいて、消費者PR用に作成されたシンボルマーク（基本形、縦型、横型の各バージョン）は図4-3のとおりである。

図 4-3 シンボルマーク（基本形, 横バージョン, 縦バージョン）



キャンペーン参加の対象となる事業者は、県産食品を取り扱う農林漁業、食品製造事業、食品卸売業、食品小売業を営む者（2005年2月から飲食業を営む者を対象に追加）であり、協賛事業者を支援する事業者（FM局、雑誌社等）もキャンペーンサポーターとして活動を展開している。

三重県庁は、①共通のキャンペーンキャッチフレーズ、シンボルマーク、期日の設定を行い、②キャンペーンへの協賛を呼びかけ、③協賛事業者の名簿を管理し、④HPや広報誌（県政だより）、知事の後援名義提供等で協賛事業者に関する情報を発信し、⑤必要に応じて会議等を開催し協賛事業者間の連携促進を図ることとされている。

なお、企画の秩序維持のためには、遵守事項への違反があった場合に、違反者のシンボルマーク利用権を剥奪するよう、県が商標権を行使する仕組みが用意されている（2014年9月末時点で行使実績は無い）。

キャンペーンの取組内容は、共通のキャッチフレーズ、シンボルマークの利用の他は、協賛事業者の判断に委ねられている（県庁は関与しないルール）。このため、各々の協賛事業者が可能な範囲で、キャンペーン期日に県産食材をPRする他、自由に地産地消運動を実践することになる。県民は、地物一番企画の共通のキャッチフレーズ、シンボルマークを通じて、県産食品を認識し地産地消運動へ参加する機会を得るという仕組みである。

三重県庁のHPでは、効果的な情報発信を行うため、一斉に県産食品をPRする期日を設定したものの、「企画目的から言えば、本来は毎日が地物一番の日という状態が理想であること」が明らかにされている。このため、「みえ地物一番の日」という名称使用は、毎月2日間に限定しているものの、「みえ地物一番」というキャッチフレーズやシンボルマークの利用については、特段の期日制限は設けられておらず、むしろ日常的な利用が積極的に呼びかけられている。

こうして毎月2日間のキャンペーン実施により、①県民の間で県産食材の認知度を高め、需要を喚起することに加えて、②日付限定の売買チャネルの開拓を日常的な商取引の端緒

にすること,③日常的な商取引の実現可能性を探る販売試行の機会とすることを可能にし,安定した地産地消マーケットの創出につなげることが企図されたのである。

図 4-4 小売店舗におけるキャンペーンブランド活用例



注：三重県庁提供資料

第二節 三重県における地産地消対策の政策過程分析

この節では、三重県において地産地消マーケット創出が求められるに至った要因、地物一番企画が備えることを求められた特性等について、三重県の地産地消対策の成立過程及びその革新の過程を分析することを通じて明らかにする。

なお、以下の分析では、地方自治体の地産地消対策を、①地域食品の消費を拡大し、生産振興につなげようとする「流通論的地産地消」と、②地域の生産者と消費者が情報交換し、食を媒介としたコミュニケーションを深めることに重きを置く「コミュニティ論的(またはコミュニケーション論的)地産地消」の二つの方向性の対策に分類した櫻井(2007)の整理を借りて、三重県庁の地産地消対策の推移を明らかにすることとしたい。

表 4-1 三重県の地産地消対策の政策過程

	主な出来事	三重県政全体の動向	地産地消対策の状況
1995年 4月 1997年11月 1998年 3月	・北川正恭知事就任	・新しい総合計画「三重のくにつくり宣言」の決定、公表 ・第一次実施計画の決定、公表	
1999年 4月 7月 9月 2000年 12月 1月 3月 7月 9月	・北川知事再選 ・食料・農業・農村基本法制定 ・食を考える国民会議発足 ・食料・農業・農村基本計画閣議決定 ・食生活指針の推進について閣議決定	・オフサイトミーティングスタート ・行政システム改革バージョンアップスタート（率先実行）	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産商工部内に若手ワーキンググループ設置（これからの農政のあり方を検討） ・地産地消推進対策の知事への提案、承認 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">地産地消推進対策のスタート</div> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消推進本部設置 ・地産地消ネットワークみえ発足 ・農林水産経営企画課に地産地消担当職員配置
2001年 4月 9月 2002年 4月 7月	・国内初のBSE（牛海綿状脳症）発生。 ・食と農の再生プラン	・第二次実施計画のスタート。チーム制導入。 ・「食の安全・安心確保プロジェクトグループ」設置	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産経営企画課に地産地消推進室設置 ・地産地消・流通対策チーム地産地消グループ設置
2003年 4月 5月 6月 7月 8月 11月 2004年 2月 3月 4月	・野呂昭彦知事就任 ・食品安全基本法制定。農林水産省に消費・安全局設置。食品安全委員会設置。	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい総合計画検討スタート（重点プログラム検討作業等） ・「県民しあわせプラン」「重点プログラム」決定 ・「県民しあわせプラン」スタート。室制導入。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地産地消・マーケティングチーム地産地消グループに編成替え ・地産地消バージョンアップワーキンググループ発足 ・地産地消推進本部会議開催（対策の見直し方針決定） ・地産地消オフサイトミーティング等の実施 <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">地物一番企画スタート</div> <ul style="list-style-type: none"> ・協賛事業者募集スタート ・キャンペーンスタート <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">重点プログラム元気6「地産地消定着による地域産業活性化プログラム」</div> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング室地産地消グループに編成替え

注：筆者作成

1 三重県の地産地消対策の成立過程

まず、三重県における政治情勢や地産地消に関する世論の動向を明らかにし、三重県において地産地消対策が成立した過程を分析する。この分析を通じて、地産地消対策の初期段階においては、「生活者起点の県政」という三重県庁の基本的なスタンスに基づいて、県民主体の地産地消運動としての普及啓発に力が注がれたこと、コミュニティ論的地産地消が先行し、流通論的地産地消が相対的に遅れ気味となり、後に政策課題として顕在化したことを明らかにする。

1) 生活者起点の県政

三重県では、2000年度から、地産地消対策がスタートしている。これは、北川正恭知事（当時、1995年～2003年在任）の進める「生活者起点の県政」を農林水産行政の分野で具体化したものであった。

北川知事一期目に策定された三重県の総合計画「三重のくにづくり宣言」（1997年11月）によれば、生活者起点の県政とは、「精神的な充実も含めた、真に豊かな生活を求めて努力する一人ひとりの住民を「生活者」としてとらえ、支援していくことを行政の主たる目的とする」こととされている³。この生活者起点の県政を推進するため、1998年3月には、「住民満足度の向上」を理念として、行政システム改革が取りまとめられている。

1999年4月の北川知事再選以降は、一期目の「生活者起点の県政」を県庁全体に定着させ、より持続的なものとするための行政運営の改善が実行された。「生活者起点の県政をめざして 三重県の改革8年の軌跡」（三重県政策開発研修センター、2003）によれば、職員一人一人が仕事への意欲・情熱を持ち、「率先実行（みんなで、みずから、みなおす、三重づくり）」の考えのもと、それまでの改革運動を職員自身の内からの改革「自発的・創造的な改革」へと発展させることを目指して、行政システム改革のバージョンアップが取り組まれた。組織風土改革のためのコミュニケーションの手法として、オフサイトミーティング⁴がスタートしたのもこの時期である。

2) 農林水産商工部若手職員グループによる検討

地方自治体における組織風土改革の取組について分析した元吉（2007）によれば、こうした三重県庁全体の取組みの影響を受けて、1999年10月に、農林水産商工部の中に、将来の農政のあり方について検討する若手職員のワーキンググループが設けられたことが、地産地消対策成立の端緒となっている。

若手職員6名からなるワーキンググループでは、1999年7月に制定された食料・農業・農村基本法（以下「基本法」）の政策体系をたたき台として検討作業が進められた。ワーキンググループメンバーは、旧農業基本法が、農業の発展と農業従事者の地位向上を目的としていたのに対して、基本法が国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展を目的として制定されたことに着目したのである。国民への価値提供を目的に組み立てられた基本法の枠組みが、

³ 「三重のくにづくり宣言」では、「生活者起点の県政」について、以下のように紹介している。『この計画では、「生活者」という言葉を、住民（県民）という意味で使っています。では、なぜ「生活者」という言葉を使うのでしょうか。今人びとは、精神的な充実も含めて、真に豊かな生活を求めるようになっていきます。県の行政の役割も、シビルミニマム（住民にとって必要最小限の生活水準）を一律に充足するだけではなく、一人ひとりの住民を、真に豊かな生活を求めて努力する「生活者」としてとらえ、その自主性を尊重しながら支援していくことが重要になってきています。「住民」や「県民」という言葉では、このような住民や行政の役割の変化を十分に表現しにくいことから、「生活者」という言葉を使い、これからの県政のあり方を「生活者起点の県政」という言葉で表しています。』

⁴ オフサイトミーティングの商標を取得しているスコラコンサルトのHPでは、「オフサイトミーティングとは、組織が本当に大事なことを本質まで考えて行動できるようにするため、意図して設ける話し合いの場のこと」とされている。

生活者起点の農政を企画する際に参考になるとの考えである。この検討過程で、ワーキンググループメンバーが地産地消に着目し、「農業を単に生産活動から捉えるだけでなく、地域の環境を保全する側面や、流通も含めた側面に範囲を広げて捉えられること、一定のルールがあれば消費者から協力が得られること、生産者と消費者をつなぐ役割として県行政の機能が明確に存在すること（元吉2007:p250）」などから、生活者起点を農林水産行政において具体化するテーマとして、地産地消対策が提案された。この段階で、地産地消は、農業に止まらず、林業、漁業にも共通する政策課題として位置づけられた。この若手職員ワーキンググループの提案が農林水産商工部の案として取りまとめられ、2000年1月に北川知事がこの提案を具体化することを裁可して、2000年度以降、地産地消対策がスタートすることとなった。

3) 体制整備

2000年1月以降の地産地消対策の検討過程で、地産地消の推進が農林水産行政だけでなく、教育行政や食品衛生行政等にも関連する幅広い政策課題として認識されるに至った。この結果、2000年7月には、県庁各部局を横断して総合的に地産地消を推進するため、知事を本部長とし、副知事、出納長、全部局長、全県民局長を構成員とする「三重県地産地消推進本部」が設置された。

これと並行して、同年7月に民間の地産地消推進組織である地産地消ネットワークみえ（代表石田正昭三重大学教授（当時）。当初任意団体として設立され、2006年にNPO法人化。）が組織された。地産地消の民間の草の根運動としての特性が着目され、生活者起点の行政推進のパートナーとして、消費者、農林漁業者等の多様なステークホルダーで構成される運動体の存在が求められたためである⁵。

この後、2000年9月には、農林水産商工部農林水産経営企画課に担当職員が配置され、2001年4月には同課の中に地産地消推進室が設置された。この後、2003年度からの三重県庁全体のチーム制施行に伴い、地産地消推進対策と卸売市場対策等を担当する地産地消・流通対策チーム（農林水産商工部内の組織再編に伴い、2004年4月には、地産地消・マーケティングチームに編成替え）が設置され、地産地消対策の推進に当たることとされた。三重県庁が地産地消推進のための専属組織を設置した時期は、全国の都道府県の中でも、最も早いグループに入る（内藤ら 2005）。

4) 具体的な取組

北川県政下の地産地消対策としては、地産地消運動の理念を浸透するための啓発活動や民間の地産地消運動の支援が主な政策手法として採用されていた。

⁵ 三重県による地産地消ネットワークみえの設立支援には、1999年12月に、食生活指針の普及などに取り組む全国規模の民間組織として「食を考える国民会議（代表 木村尚三郎東大名誉教授（当時）」が組織されていたことも影響しているものと推察される。

特に、地産地消ネットワークみえを介した多様な地産地消運動の支援は、この時期の三重県の地産地消対策の中核をなしていた⁶。地産地消ネットワークみえには、地産地消運動を行う団体、個人の緩やかなネットワークとしての機能、多様な民間活動を支援するインターメディアリー（中間支援組織）としての機能の発揮が期待されていた。地産地消ネットワークみえの主な活動としては、会報やメールマガジンによる情報提供や、フォーラム、シンポジウムの開催等によるネットワークづくりに加えて、会員によるプロジェクト活動支援として、プロポーザル方式で地産地消運動の実践プランを募集し、企画コンペにより支援対象を選択、この実現を支援するものがあつた。プロジェクト活動の内容は、生産者と消費者の交流、地域食材を使った料理教室開催から、生ゴミたい肥化、農・林・水の分野が連携した環境保全に関する啓発活動に至るまで、地産地消運動全般に渡っている。

5) 成果と課題

こうした取組の結果、2002年頃には、三重県の県民の間で、地産地消運動の認知度は一定程度高まっていた。2003年3月に発表された「平成13年度東海食料・農業・農村情勢報告」（農林水産省東海農政局）では、2002年2月から3月の間に実施したアンケート調査の結果をもとに、他の東海地方の都市と比較して、津市及び熊野市で地産地消運動の認知度が高く、かつ推進に積極的であることを指摘し、その理由として「三重県として地産地消運動が積極的に推進されており、直接その運動に携わった者がおおくいることが要因として考えられ、行政のスタンスが消費者の意識にも影響を与えていることがうかがわれる」と分析している⁷。

しかし、一方で地産地消運動の参加者からは「三重県産品を購入したいと思うが、その機会が少ない」という声が三重県庁の担当者の下へ寄せられ、県産食品の供給が十分でないことが指摘され始めていた。コミュニティ論的地産地消の進展に、流通論的地産地消が追いついていない状態と言える。具体的な物・サービスの供給が十分になされていないため、セミナー、シンポジウム等で認知度が向上しても、その後の継続的な運動につながりにくいという問題が懸念され始めていた（神井 2004）。

2000年と2002年に三重県庁が行った農林水産物に関するアンケート調査（県産品の購入に関する県民意識）でも、「県産品を意識して購入しているか」という質問に対して、「意識して積極的に購入している」とした人が10%から13%に増加しているのと同時に、「品

⁶ 波多野（2010）が、地産地消ネットワークみえの活動を詳しくまとめている。

⁷ 農林水産省東海農政局は、2002年2月から3月にかけて、名古屋市、高山市、豊橋市、岐阜市、津市、熊野市の6市の消費者（各100名）に対して行ったアンケート調査の中で、地産地消運動の認知度と地産地消の推進に関する考えについて聞いている。津市、熊野市では、地産地消運動に「参加したので知っている」という人が多くみられ、地産地消ネットワークみえの活動の影響がうかがわれる（「参加したので知っている」（津市19.3%、熊野市13.9%、名古屋市5.7%、東海平均11.2%）。地産地消の推進についても、津市及び熊野市では、「大いに推進すべき」及び「出来る範囲で推進すべき」とする意見の割合が他の地域よりも高くなっている（津市87.1%、熊野市85.1%、名古屋市77.1%、東海平均79.1%）。

物があれば購入する」とした人が8%から20%に増加している（三重県「県民しあわせプラン」，2004）。県民の認知度向上に比べて，具体的な県産食品の供給が進んでいない状況がうかがわれる。

2 三重県の地産地消対策の革新過程

1) 政策バージョンアップの検討作業

このように地産地消対策の成果と課題が顕在化するなか，三重県では，二期で退陣した北川知事に代わって，2003年4月に野呂昭彦知事が就任した。

野呂知事は，選挙公約の柱の一つに地産地消の推進を掲げており，この政治環境の変化が引き金となって，地産地消対策の革新が進められることとなった。また，野呂知事は，県政運営の方針として，「新しい時代の公」⁸を担う多様な主体の連携，協働による県政を進めていくこと，これまで「私的なことと捉えられがちであった地域のための自発的な県民の活動を，『公』を担う活動として位置づけ，社会全体で支えるためのしくみを整えていく」ことを掲げており，地産地消対策の革新においても，この方針を具体化することが求められていた。

野呂知事就任後，三重県庁内では，野呂知事の公約を実現するための総合計画「県民しあわせプラン」と，2004年度から2006年度までの3カ年で「県民しあわせプラン」を実現するための「重点プログラム」⁹の検討作業が進められた。

こうした全庁的な作業が進められるなか，地産地消対策については，顕在化しつつあった課題を解決し，政策革新を実現するため，地産地消・マーケティングチームを事務局として農林水産商工部の関係職員（8名）が参加するワーキンググループが設置され，既存対策の検証とバージョンアップ案の検討が進められた。

農林水産商工部での検討を踏まえ，2003年6月には，野呂知事を本部長として，初めての地産地消推進本部の会議が開催され，県庁全体として地産地消を総合的に進めていくことと，既存対策のバージョンアップのための検討作業の必要性が確認された。こうして，農林水産商工部から持ち出された政策課題が，県庁全体の政策課題として認識されるに至

⁸ 「県民しあわせプラン」は，おおむね10年先を見すえた三重県の方向を示す総合計画であり，2004年3月に三重県議会の議決を経て策定されている。この中で，「新しい時代の公」について，次のように紹介されている。『“しあわせ”が何であるかは人によって異なりますが，県民一人ひとりが自ら人生を選択し，築いていく中で実感するものだという事は共通しています。“しあわせ”の土台となる社会づくりは，個人の努力だけでできるものではありません。一人ひとりのニーズが多様化した近年，こうした社会づくりを行政が主として担っていくことが困難になっており，住民やNPOなどが主体となって社会づくりを進める事例が多くみられるようになりました。行政が中心となって「公（おおやけ）」を担う時代が終わり，新しい時代の「公」を県民が主役となって，多様な主体と連携しながら，つくっていく段階に入ったことを示すものです。』

⁹ 重点プログラムでは，「各テーマにおいて，プログラム毎に，現状とプログラムのねらい，プログラムの目標，プログラムの取組および3か年の事業費を示し，具体的な取組内容を明らかにして」おり，「プログラム構成事業の事業内容，事業量等は，2004年度の当初予算額，戦略計画策定時点における2005年度および2006年度の見込み額をもとにして」表されている。

った。

この推進本部では、改めて、三重県における地産地消運動の定義を、「地域で生産された農林水産物や農林水産業に由来するサービスを地域で消費・享受することを通じて、地域の住民が、自らの生活、地域のあり方等について見つめ直そうとする運動」として確認している¹⁰。県の政策推進の観点から言い換えれば、県民の生活満足度向上に資する対策として、地産地消運動を支援しているとの位置づけである。

三重県地産地消推進本部で、「県民が主役となって地産地消運動が持続的に活性化していく」ための対策の全庁的な見直し方針が確認されたことを踏まえ、農林水産商工部だけでなく、健康福祉部、教育委員会事務局等の関係部局の職員も参加して、総合的な対策の見直し作業が進められることとなった。地産地消に関するオフサイトミーティングが実施されるなど、部局横断的に地産地消対策のバージョンアップについて検討が進められた。また、県庁内部だけでなく、地産地消運動に参加していた多様なステークホルダー（消費者、学校関係者、食品事業者等）との意見交換が重ねられ、既存対策の検証と新たな対策へのニーズ把握が行われていった。

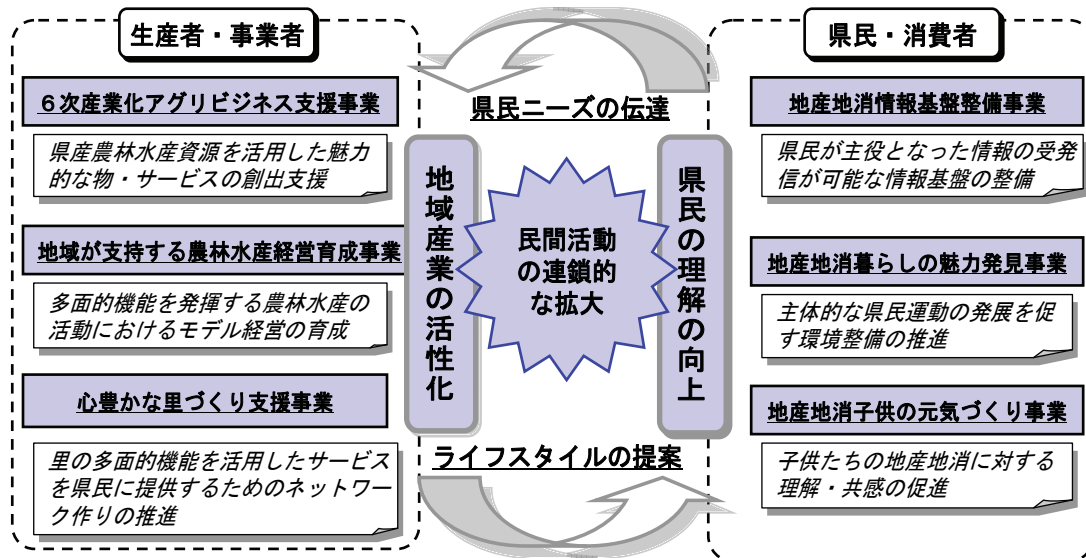
2) 重点プログラムの概要

こうした検討作業を経て、関係部局による予算案の作成、県庁内における「県民しあわせプラン」「重点プログラム」の協議が行われた結果、「重点プログラム」の中に「地産地消定着による地域産業活性化プログラム」が位置付けられ、地産地消運動を計画的、重点的に支援していくこととされた。この結果、県内農林水産業の魅力を活かした物・サービスを届ける供給の取組活性化（流通論的地産地消）と県民の地産地消運動に対する理解の一層の向上（コミュニティ論的地産地消）が車の両輪として実現される状態を理想として対策が再構築されたのである。

重点プログラム「地産地消定着による地域産業活性化プログラム」は6本の事業から構成されており、①県内の農林水産資源を活用した魅力的な物・サービスの創出支援、②多面的機能の発揮を意識した産消連携のモデルづくり、③里（農山漁村）の多面的機能を活用したサービス提供のためのネットワークづくり、④県民が受発信の主体となった地産地消に関するデータベース整備、⑤民間主体の県民運動の活性化、⑥学校給食への地域食材の導入、これらを活用した食農教育の実践、健全な食生活への理解の促進に取り組むシステムづくりの支援を行うこととしている（図4-5）。

¹⁰ 狭義の「地産地消」と異なる「地産地消運動」の定義を行ったことについて、三重県庁地産地消・マーケティングチームマネージャー（当時）の神井（2005）は、「一般に言われている狭い意味での『地産地消』は、『地域で生産された食べ物を、地域内又はできる限り近い地域で消費すること』である。しかし、実際の県民の活動をみると、安全・安心な食料の確保、地域産業の活性化、農山漁村での余暇・食農教育の充実、循環型社会の形成、良好な環境の保全、食文化・地域コミュニティの維持など、多様な目的を掲げた取組みが展開されており、狭い意味での『地産地消』のみを目的としている事例は皆無と言って良い。『地産地消』という名称自体が、多様な地域住民ニーズに基づいて、各地で自然発生的に生まれてきた活動を総称する一面を有していることを考えれば、これはむしろ当然のことであろう。」と指摘している。

図4-5 重点プログラムのイメージ図



注：三重県庁資料より抜粋

県民運動が持続性を獲得するため、これら複数部局が担当する事業を総合的に実施することにより、

- ①供給事業者が、地産地消運動としての価値（ライフスタイル提案，物語性付与）を農林水産物やサービスに付加して供給
- ②消費者が、こうした地産地消運動としての価値を評価して、農林水産物やサービスを購入
- ③供給，消費両サイドが、農林水産物やサービスの売買を通して、地産地消運動をより具体的に展開
- ④地産地消運動による県民の生活満足度向上
- ⑤新たな「気づき」による地産地消運動へのニーズ，提案の伝達

という、民間活動（物・サービスの売買）の連鎖的な拡大を実現することが、野呂県政における地産地消対策の目標とされた。従来の草の根の民間活動の活性化に加えて、地産地消マーケットの創出が、重要な政策課題として位置づけられた。

3 地物一番企画の成立要因

これまでの、政策過程分析の結果を踏まえて地物一番企画の成立要因をまとめると、以下のような様々な要素が関係していたことが分かる。

- ・まず、北川知事の下では、「生活者起点の県政」という県庁全体の方針が、三重県の農林水産政策を、「枠づけ、そのあり方を規定する」メタ政策(城山ら 2008:p18)として機能

したこと

- ・「生活者起点の県政」の基本方針の下、既存政策の抜本的見直しの中から見出されたテーマが地産地消であったこと
- ・このため、主にコミュニティ論的地産地消のための対策（県民が主体の地産地消運動の支援）が実施され、2年程度の実践で一定の成果（県民の認知度向上等）を見たこと
- ・この運動論としての成果によって、フードシステムにおける課題（流通論的地産地消の課題）が顕在化したこと
- ・地産地消マーケット創出が政策課題として浮上したほぼ同時期に、知事の交代が実現したこと
- ・交代した野呂知事の下でも、地産地消が引き続き重要な政策課題として位置づけられたこと
- ・野呂知事の下では、県民が主役となって新しい時代の「公」をつくっていくという、県庁全体の方針がメタ政策として機能したこと
- ・上記の基本方針の下、既存政策の見直しが行われ、地産地消マーケット創出を重点課題とする地産地消対策の総合的な政策パッケージがデザインされたこと

なお、地物一番企画の成立要因を明らかにする考察では、「錯綜する諸現象をより現実に近い形で理解するための概念モデル（笠 1988:p117）」である Kingdon（以下「キングダン」2011）の **multiple streams model**（政策の窓モデル）の分析枠組みも参考にした¹¹。

政策の窓モデルによれば、政策過程には、①「問題認知の流れ（問題の流れ）」、②「政策案の作成及び改善の流れ（政策の流れ）」、③「政治の流れ」の三つの相互に独立した流れがあり、三つの流れが一つに **coupling**（合流）した時に「政策の窓」が開き、政策変更が実現されることになる¹²。

政策の窓モデルの枠組みで地物一番企画の成立を要約すると、「問題の流れ」で、北川県政下でのコミュニティ論的地産地消の成功によって、流通論的地産地消の遅れが顕在化しつつあったほぼ同じタイミングで、「政治の流れ」で、野呂知事が新たにリーダーシップをとる大きな変化が生じ、「政策の流れ」で新たな政策手法の案が提案されたため、三つの流れが合流し、政策の窓が開いたと解釈することが出来る。

¹¹ 本稿における政策の窓モデルに関する表現は Kingdon(2011)に基づき、笠(1988)、大嶽(1990)、宮川(2002)を参考にして記述した。

¹² 地物一番企画の成立過程では、三つの流れが相互に関連していることが分かる。キングダン自身も、政策の窓モデルの修正が必要な点として、三つの流れが完全に独立している訳でなく、相互に緩く結びついていることに言及し、最終局面だけでなく、途中段階でもしばしば合流があると認めている (Kingdon, 2011)。

第三節 地物一番企画の企画意図

この節では、まず、地物一番企画以前にはステークホルダーが地産地消マーケット創出のための協力行動を躊躇する公共財ジレンマ状態にあったことを確認し、政策介入が必要とされたことを示すこととしたい。次に、マクロ・ミクロ図式を援用して、地物一番というキャンペーンブランドを確立する手法を採用して個々のステークホルダーの行動変容を促し、その集積によって地産地消マーケット創出という社会的変化を実現しようとした企画意図を明らかにすることとしたい。最後に、公共財ジレンマ解決方策の類型を用いて、地物一番企画の具体的な取組が、ステークホルダーの協力行動を促す上で、どのような効果を発揮すると想定されるかを明らかにする。

1 公共財ジレンマ状態の存在

筆者は、第二章で、フードシステムを環節的に分化し、地産地消マーケットを創出しようとする際に、従来の経済活動を転換する費用の問題と新たなマーケットの不確実性を理由に様子見を決め込むステークホルダーが多くなることにより、公共財ジレンマ状態が生じることを、一般論として指摘した。

以下では、具体論として、地物一番企画が検討されていた時点の三重県において地産地消マーケット創出に伴って公共財ジレンマ状態が生じていたことを分析する。

地物一番企画以前のステークホルダーの状況を、地産地消対策のバージョンアップ検討作業に携わった三重県庁担当者からの聴き取りや、元吉（2008）、神井（2005）に基づいてまとめたものが、表4-2である。

当時、地産地消対策のバージョンアップを検討する三重県庁の担当者の中には、ステークホルダーから、

- ・「近年（特に2000年以降）、県民の間で地産地消運動の認知度が向上しているが、一時的なブームに過ぎないのではないか」、また、「地産地消運動の認知度の向上は、必ずしも、購買意欲の向上につながらず、県産食材の需要増は見込めないのではないか」といった声。
- ・小売業サイドとして、「売り場（店舗）で、安定的に地産地消を訴求できるだけの県産食材の供給量は確保出来るのか」、「特に、訴求効果の見込める生鮮農林水産物を、年間を通して確保することが難しいのではないか」といった声。
- ・生産者サイドとして、既存の県外出荷先から、県内へと出荷先を切り替えることに伴う営業上のリスクの指摘。具体的には、「（従来は、大消費地の県外卸売市場に一定量をコンスタントに出荷することによって、一定の価格形成に成功して来たが）県外の卸売市場への出荷量が減少すれば、当該市場での価格形成が不利になる」、「仮に県外の出荷先を無くして、県内向けに出荷先を絞った場合（選択の余地が無くなり）、県内量販

店から値下げ圧力が高まるのではないかと」いった声。
 などの懸念を示す声が寄せられていた。

地物一番企画以前には、県産食品の供給に携わる（潜在的に供給可能な者を含む）ステークホルダーの多くは、地産地消を訴求要素として打ち出すビジネスに本格的に参入するには、マーケットの規模も安定性も不十分と考えていたことが分かる。

表 4-2 「地物一番企画」前のステークホルダーの状況

	地産地消ビジネス本格化への懸念	2003年当時の地産地消をめぐる情勢
農林漁業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者の支持は一過性のもではないか。 ✓ 県外の既存の取引先との関係が継続できないのではないか。 ✓ 安定供給を行う体制が整備できないのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> • JAの方針では、地産地消支持を表明。消費者との絆づくりの運動としては一定の評価。 • 出荷のメインストリームは県外の卸売市場等。一部で、直売所が活性化。
食品製造業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者の支持は一過性のもではないか。 ✓ 県産の原材料は安定的に調達できるのか。 ✓ 安定した取引につながらないのではないか(設備投資等のリスク)。 	<ul style="list-style-type: none"> • 食の安全・安心への関心の高まりの影響で、県産原材料を使用した製品へのニーズが徐々に顕在化。 • 商品化には原材料、価格面での課題も多い状況。一部で地域特産品開発を行う動き。
卸売市場	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者の支持は一過性のもではないか。 ✓ 安定的な集荷、供給は可能なのか。 ✓ 直売所等の活性化で、卸売市場への入荷量が減少しないか。 	<ul style="list-style-type: none"> • 卸売市場への入荷量を増やすことが急務。 • 一部で学校給食への供給の取組み等がスタート。
食品小売業・飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者の支持は一過性のもではないか。 ✓ 安定的な調達が困難なのではないか。 ✓ (先行事業者)他店舗との差別化が困難になるのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> • 食の安全・安心への関心の高まりの中で、消費者に訴求できる企画を模索。 • 一部で地産地消企画をスポット的に実施。

注：神井（2004，2005），元吉（2007），インタビュー調査（2012）に基づき筆者作成

第二章で参照した木村（2002）のモデルに則して公共財ジレンマ状態を確認すると、需要や取引関係の不確実性に対する懸念が強く意識された結果、①協力行動に必要な一人（一人）当たりのコスト（K）として、転換費用や本格参入のための投資が高く見積もられる傾向にある一方、②協力行動を取る行為者が一人（一人）増加することによって増加する地産地消マーケットから得られる利益（G）が低く見積もられる傾向があったと認められる。

結果的には、多くのステークホルダーが地産地消マーケット創出に伴うビジネスの発展可能性を認めるものの、本格的参入に踏み出すには至らない公共財ジレンマ状態が生じていたと言える。

この状態では、重点プログラムで目指す地産地消マーケットの創出を通じた民間活動の連鎖的な拡大、さらには、それを通じた地産地消運動の持続的な発展は覚束ない。地産地消マーケットの創出という、社会的変化を実現するためには、個々のステークホルダーに対して、それぞれの経営判断の変更を促す対策を講じる必要があったのである。

2 地産地消マーケット創出と地物一番企画の関係

地産地消マーケットの創出という政策課題に対して、三重県庁が選択した政策手法は、なぜ地物一番企画というキャンペーンの実施だったのか。

地産地消に関するビジネスへの本格的な参入を躊躇し、様子見の状態だったステークホルダーへの働きかけの観点から、県の呼びかけによるキャンペーンという手法の特性を踏まえて、三重県庁の地物一番企画に関する説明資料を解釈すると、以下のような効果が期待されていたことが分かる。

- ・一斉に県産食品をクローズアップすることによって、消費者の県産食品に対する需要を顕在化すること。
- ・一斉に県産食品をクローズアップすることによって、消費者の地産地消に関する認知度を一層高めるとともに、販売のための宣伝効果を高めること。
- ・初期段階において、県が広報活動等でキャンペーンを先導することによって、様子見をしてから追随しようとする者に比べて、先行してリスクを冒すステークホルダーの相対的なメリット感を増すこと。
- ・一気に本格参入が難しいというステークホルダーに対してテストマーケティングの機会を提供すること。
- ・期日を限定することによって、小売業者、飲食業者にとっての仕入れ量確保に関するリスクを低減すること。
- ・期日を限定することによって、農林漁業者にとって他県向け出荷の選択余地を残しながら、県内仕向け量を確保することを可能にすること。

これらの特性から、三重県庁が、キャンペーンによって、多くのステークホルダーが感じていた経営上のリスクに関する懸念を低減する¹³とともに、先行して参入するメリット

¹³ ステークホルダーの経営上のリスクに関する懸念を低減するよう、注意が払われたことは、キャンペーンの開始時期設定の経緯からも分かる。

重点プログラムは、2004年3月に正式に決定され、翌4月からスタートしている。しかし、地物一番企画は、重点プログラムよりも早く、2004年2月にスタートしているのである（協賛呼びかけ自体は2003年11月に開始）。特別な予算措置を必要としない取組であったことも事実だが、三重県産食品の供給量に対するステークホルダーの懸念に配慮したことが主な理由である。三重県産食品のうち、特に小売店舗の売り場を魅力的に彩るものと期待されていた生鮮農産物には、供給量に季節変動がある。会計年度にあわせて4月にキャンペーンをスタートしたのでは、直ちに、5月、6月と、三重県産農産物の供給量の少ない時期を迎えてしまい、キャンペーンを軌道に乗せるためのスタートダッシュが困難になる可能性が高い

感を高めようとする企画意図がうかがわれる。

ステークホルダーに対してキャンペーン参加を促す観点からは、三重県庁が、企画意図の説明において、単なるキャンペーン実施ではなく、キャンペーンブランドの開発を目的として強調している点に着目する必要がある。

地物一番企画に参加するステークホルダーが増加し、キャンペーンが活性化することに伴って、共通のキャッチフレーズ、シンボルマークの露出機会が増大し、地産地消運動を消費者（県民）に対して訴求する価値が、キャッチフレーズ、シンボルマークに蓄積されることとなる。

一定数以上のステークホルダーがキャンペーンに参加するようになり、消費者の間でキャンペーンが定着すると、その後は、参加事業者全てが蓄積されたキャンペーンブランドの価値を無料で利用可能となるため、追随した者は不確実性のより低い状態で参入が可能になる。これが、更なる追随者を生むことになり、結果としてキャンペーンが自走化することが期待される。

言い換えると、地産地消マーケット創出という社会的な変化（マクロレベルでの変化）を起こすため、三重県庁は、地物一番企画を通じて、需要や取引関係の不確実性に対するステークホルダーの認識の変化、さらには、経済活動の変化（ミクロレベルの変化）を促しているのである。

キャンペーンブランドの構築を意図したキャンペーン展開によって、ミクロレベルの行動変化の集積が容易になる結果、地産地消マーケットの創出が実現するという仕組みである。

第三章で整理したとおり、こうした社会変化の企てを分かりやすく説明する手法として、マクロ・ミクロ図式（参考：図3-2）がある。

このコールマンのマクロ・ミクロ図式を援用して、地物一番企画の構造を整理すると、図4-6のとおりである。以下、図4-6の矢印の順にキャンペーンのマクロ水準とミクロ水準の移行を追うこととする。

図3-2の「食の信頼問題対策」の位置には、三重県庁による地物一番企画の提案が該当する。三重県庁による個々のステークホルダーに対する働きかけにより（図4-6の矢印の1の部分）、個別ステークホルダーは、経営判断の変更を促されることとなる（矢印の2の部分）。

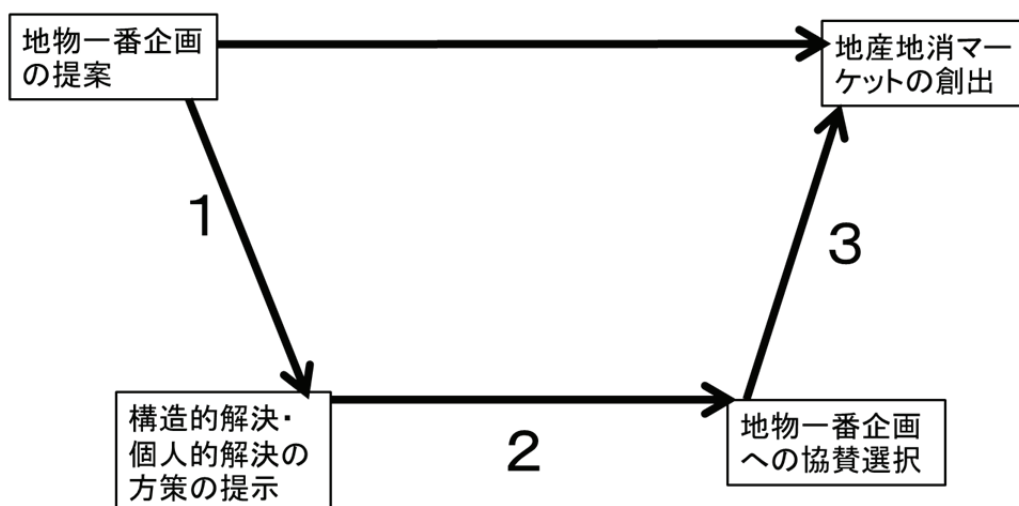
この場合の「行為者への影響」の位置には、第三章で整理したように、地物一番企画に組み込まれた公共財ジレンマの解決方策（構造的解決の方策及び個人的解決の方策）が該当する。この解決方策のデザイン次第で個別ステークホルダーの判断が左右される重要な

との指摘が、検討過程で三重県庁担当者に寄せられていた。初期の立ち上げ時に消費者へのPRを円滑に行い、定着を図るためには、数カ月は連続して売り場の賑わいがほしいというステークホルダーの声に応じて、開始時期を早めたのである（神井 2005）。

ポイントである（例えば、様子見をしてから追随しようとする者に比べて、先行してリスクを冒すステークホルダーの相対的なメリット感を増す取組や、協力行動自体から得られる利得を増す取組みが組み込まれていなければ、一定数以上の協力者は期待出来ない。）。

矢印の 2 において公共財ジレンマの解決方策が提示された結果、「協力行動」の位置で個々のステークホルダーの地物一番企画への参加の有無が判断される。個別ステークホルダーの行動変容として地物一番企画への参加が選択される結果、参加者の集積によって（矢印の 3 の部分）、地産地消マーケットの創出につながるという構図である。この場合、地物一番企画という期日限定のキャンペーン拡大が、単純に地産地消マーケットの創出に帰結する訳ではないことに留意が必要である。個別ステークホルダーの行動変容を、安定した地産地消マーケットの創出につなげる仕組みが地物一番企画の企画に組み込まれていなければならないのである。

図 4-6 マクロ・ミクロ図式の地物一番企画への援用



注：コールマン(2004)をもとに筆者作成

3 協力行動を促すメカニズムのデザイン

1 で見た地物一番企画の概要を、第三章で構築した公共財ジレンマの解決方策の類型を適用して、ステークホルダーの協力行動を促す仕組みとして解釈すると、表 4-3 のとおり、様々な方策が講じられていることが分かる。

表 4-3 地物一番企画における公共財ジレンマ解決方策のデザイン

構造的解決	成員の異質性の活用	<ul style="list-style-type: none"> 主体的な手上げ方式の採用 事前に地物一番企画の目的、内容等を明確にし、参加者を募集。
	行動の有効性向上	<ul style="list-style-type: none"> 事前の協賛呼びかけと協賛事業者の名称公表 事前説明等により、キャンペーンスタート時には、クリティカルマス確保を期待させる一定数以上の協賛事業者数を確保。
	選択的誘因の導入	<ul style="list-style-type: none"> 顕彰機会の創出 協賛事業者について名称を公表する等により、社会的評価獲得の機会を提供。 対消費者PRへの支援 協賛事業者に限って、シンボルマーク等の利用権限を付与すること等により、県庁も消費者PRを支援。 対事業者のマッチング支援 「みえ地物一番の日推進連絡会議」が設置され、協賛事業者間の連絡を促進。
個人的解決	情報や知識の提供	<ul style="list-style-type: none"> キャンペーンブランドの機能の明確化 シンボルマークによる相乗効果の発揮などキャンペーンブランド確立の意義について周知。
	社会的価値の認知、責任感の醸成	<ul style="list-style-type: none"> 社会貢献としての意義づけ 県民の生活満足度向上という社会貢献活動としての意義を周知。
	意思決定の公表	<ul style="list-style-type: none"> 協賛するステークホルダーの明確化 協賛事業者名の公表により、地物一番企画に関するコミットメントを明確化。
	他者への信頼の増大	<ul style="list-style-type: none"> 運営ルールの明確化 相互信頼の醸成を促す運営ルールを設定、協賛事業者が遵守するよう運営。搾取される懸念等を軽減。 協賛するステークホルダーの明確化 協賛事業者に関する情報を提供することにより、他者の協力行動に関する予測可能性を向上。 三重県庁のコミットメントの明確化 地物一番企画の運営に関する三重県庁のコミットメントを明確化。

注：筆者作成

1) 構造的解決

まず、ステークホルダーの直面する選択状況そのものを変更し、公共財ジレンマではないという状態を作り出そうとする構造的解決の方策としては、

①成員の異質性の活用

ア 主体的な手上げ方式の採用

予め地物一番企画への協賛の条件を明示した上で、希望する事業者を募ったことで、地産地消マーケット創出のため、キャンペーンブランド構築に投資（取引先の変更やPR経費の支出等）を行う意欲のある者が自発的に費用を負担する仕組みとなっている。

②行動の有効性向上

ア 事前の協賛呼びかけと協賛事業者の名称公表

説明会開催や影響力の強いステークホルダーのヒアリングを通じた調整を実施するとともに、キャンペーン開始（2月）より三か月前（11月）に協賛呼びかけをスタートし、協賛事業者名を随時公表した。このことにより、ステークホルダーにとって、サブシス

テム成立の可能性が高い（クリティカルマスの確保）との認識を広める仕組みとなっている。

③ 選択的誘因の導入

ア 顕彰機会の創出

県庁が協賛事業者について、県民の生活満足度向上のために貢献している者として名称を公表するとともに、県知事後援名義の提供を行い、社会的評価の向上を図る。

イ 対消費者PRへの支援

協賛事業者には、キャンペーンシンボルマーク利用権限、ポスター印刷権限、県知事後援名義が無料で付与され、自ら効果的にPRを行うことが可能になる（共通のシンボルマーク利用等により、協賛事業者数が増えるほど高いPR効果を見込むことが出来る。）。また、県庁も共通のシンボルマーク利用等による対消費者PRを行う。

ウ 対事業者のマッチング支援

「みえ地物一番の日推進連絡会議」への参加申し込みという手続きを経ることを通じて、地産地消マーケット参入の意思を表明した事業者情報が共有され、新たなビジネスのための相互の探索コストの低減を図る。

2) 個人的解決

次に、ステークホルダーにとっての選択状況の認知や事業者の価値基準を変更することによって、公共財ジレンマ状態を解決しようとする個人的解決の方策としては、

① 情報や知識の提供

ア キャンペーンブランドの機能の明確化

協賛事業者の創意工夫が発揮しやすい企画であること（県が個別商取引に介入しないこと）、共通のシンボルマーク等の利用により相乗効果が発揮可能な企画であることなど、キャンペーンブランド確立の意義を明確化して、協賛を促している。

② 社会的価値の認知、責任感の醸成

ア 社会貢献としての意義づけ

キャンペーンへの協賛が、県民の生活満足度向上につながる旨の意義づけを行うとともに、食品事業者にとっては社会的責任と位置付けられることを周知し、協賛を促している。

③ 意思決定の公表

ア 協賛するステークホルダーの明確化

協賛事業者名を公表する仕組みによって、地産地消マーケットへの本格参入について

コミットメントを取り付け、協賛を促すとともに、協賛の形骸化を抑制している。

④他者への信頼の増大

ア 運営ルールの明確化

協賛事業者の行動規範等の制約を明らかにするなど、企画の運営ルールを予め示すことによって、取引先からの圧力、搾取に対する懸念の低減を図っている。

イ 協賛するステークホルダーの明確化

キャンペーン協賛事業者が意思決定を公表する仕組みは、他のステークホルダーにとっては、他者の協力行動について予測可能性を高める効果を有している。

ウ 三重県庁のコミットメントの明確化

県庁が重点課題と位置づけて公表し、シンボルマーク等の作成、協賛の呼びかけを行うことにより、地物一番企画へのコミットメントを明確化（企画が失敗した場合に、県庁の評判が悪化する状態を県庁自ら創出）、協賛事業者にとって、キャンペンブランド構築が失敗に終わり、投資が無駄になる懸念の低減を図っている。

これらの構造的解決の方策と個人的解決の方策が組み合わせられて、協力行動を促す仕組みとして地物一番企画がデザインされているのである。

マクロ・ミクロ図式を援用して見ると、図4-2のとおり、

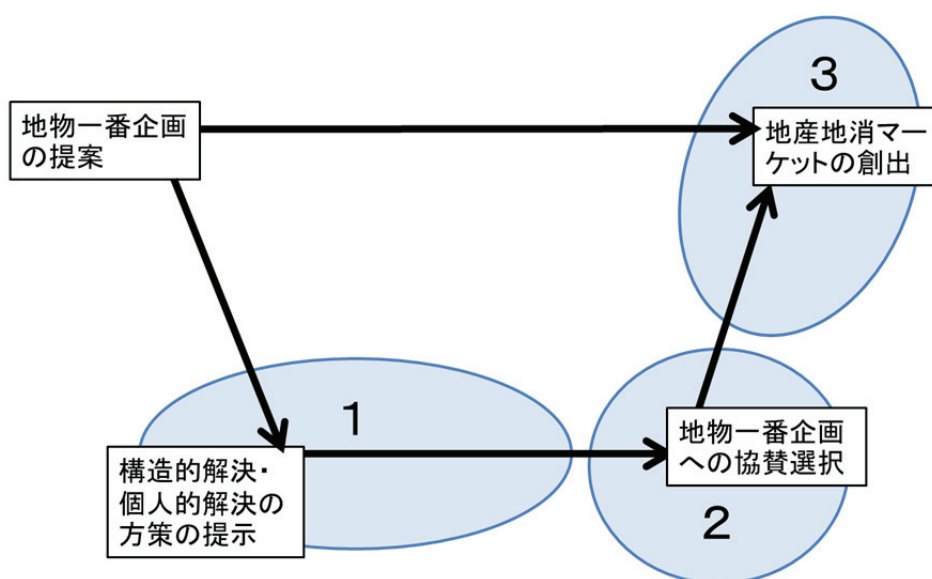
- ①政策形成者からの働きかけとして地物一番企画の提案があり、これを個別のステークホルダーが、構造的解決と個人的解決の方策として認識する第一のパート
 - ②構造的解決と個人的解決の方策を受けて、個別のステークホルダーが協力行動（地物一番企画への協賛）を選択する第二のパート
 - ③個別ステークホルダーの協力行動（地物一番企画への協賛）が集積して、キャンペンブランドが確立され、地産地消マーケットの創出につながる第三のパート
- という3つの構成要素から、地物一番企画の実施が、地産地消マーケットの創出に結実するメカニズムがデザインされていることが分かる。

第四節 地物一番企画のメカニズムの実証

この節では、第三節で明らかにした地物一番企画のメカニズムが政策形成者である三重県庁のデザイン通り機能したかどうかを実証する。このことを通じて、フードシステムの環節的分化に伴って生じる公共財ジレンマ状態を解決することによって、地産地消マーケットを成立させる政策が機能することを実証し、本研究で理論的に整理して来たフードシステムの複雑性を縮減する仮説を検証することとしたい。

このため、まず、地物一番企画における公共財ジレンマの解決方策についてステークホルダーがどう認識したかを検証し（図4-6-2では1に該当）、次に地物一番企画において実際の協力行動（キャンペーン協賛等）がどう発生したかを検証し（図4-6-2では2に該当）、最後に、個別ステークホルダーの協力行動が集積し結果として三重県における地産地消マーケットが創出されたかどうか（図4-6-2では3に該当）、その状況を確認し、政策手法の実効性について考察する。

図4-6-2 第四節の分析対象（マクロ・ミクロ図式の援用）



注：筆者作成

具体的には、2012年度に三重県庁と政策研究大学院大学が共同実施した協賛事業者を対象とするアンケート調査、2012年度に筆者が実施したステークホルダーを対象とするインタビュー調査、三重県庁から提供された協賛事業者に関するデータ、三重県庁が過去に実施した協賛事業者及び三重県民を対象としたアンケート調査の結果に基づいて、実証分析を進めることとする。

2012年度の三重県庁及び政策研究大学院大学による共同調査は、地物一番企画に関する取組の現状、協賛事業者の企画の効果及び県の関与に対する評価、企画の普及メカニズム

等について明らかにするため実施したものである。

調査対象は、協賛事業者（2012年12月14日時点、計885事業者）で、調査方法は、郵送配布、郵送回収である。

調査期間は、2013年1月7日から2月12日までの間で、302の調査票を回収した（回収率は、34.1%）。302事業者の業種別の内訳は、農林水産業19、6次産業化取組経営体（農林水産業の他に、食品製造業、食品小売業、食品卸売業、外食産業いずれかに該当すると回答した経営体）15、食品製造業63、製造・流通の複合経営体（食品製造業の他に、食品小売業、食品卸売業、外食産業いずれかに該当すると回答した経営体）37、食品小売業30、食品卸売業18、外食産業（旅館、飲食店等）114、その他6となっている¹⁴。

2012年度のインタビュー調査とは、2012年9月19日から21日の3日間、筆者が、対面で地物一番企画の現状と評価に関するインタビューを関係者に対して実施したものである。相手先は、三重県庁の地物一番企画担当者の他、各業種を代表する者として三重県庁から推薦された農業者団体（県域対象）、漁業者団体（県域対象）、農業者、食品製造業者、食品卸売会社、スーパー、ホテル、農産物直売所の計9か所である。

1 解決方策の認識に関する検証

公共財ジレンマ状態を解決するための方策（構造的解決の方策及び個人的解決の方策）が、三重県庁のデザインしたとおり機能したかどうか、協賛事業者の地物一番企画に対する認識について、2012年度実施のアンケート調査結果を題材に考察する。

地物一番企画でデザインされた公共財ジレンマの解決方策が、個別ステークホルダーにどう認知されたか、実際に協力行動（キャンペーン協賛申し込み）を選択する時点の調査を行うことは事実上困難である。2012年度実施のアンケート調査は、協力行動を選択した事後のものではあるが、地物一番企画への協力の是非について判断を迫られた経験を有する者が、その具体的な内容をどう認識しているかを示すものであり、政策手法の効果を検証する素材として適当と考える。

なお、地物一番企画では、構造的解決の方策と個人的解決の方策が総合的に組み合わせられているため、協賛事業者の認知も、組み合わせられた対策の単位となる。このため、アンケート結果を、具体的な公共財ジレンマの解決方策の類型で解釈し直して、分析を進めることとする。

1) 地物一番企画協賛の理由

まず、協力行動を採用する時点に遡って協賛事業者の認識を尋ねた質問である、協賛事業者が地物一番企画に協賛した理由について見てみる。表4-4は、「みえ地物一番の日に

¹⁴ 協賛事業者全体885の業種別の構成は、農林水産業60、6次産業化取組経営体30、食品製造業193、製造・流通の複合経営体85、食品小売業87、食品卸売業43、外食産業358、その他29である。

協賛している理由」を複数回答で尋ねた結果をまとめたものである。なお、この節の図表は、特段断らない限り、2012年度のアンケート調査結果をまとめたものである。

表 4-4 「みえ地物一番の日」に協賛している理由 (MA)

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比 (%)
1 消費者へアピールしやすいため	215	71.2	71.2
2 理念に賛同したため	184	60.9	60.9
3 売上を向上させるため	138	45.7	45.7
4 自社(組合)の信頼を向上させるため	120	39.7	39.7
5 シンボルマーク等が使用できるため	85	28.1	28.1
6 従業員の意識を向上させるため	44	14.6	14.6
7 取引を安定させるため	34	11.3	11.3
8 取引先が協賛しているため	33	10.9	10.9
9 同業他社が協賛しているため	26	8.6	8.6
10 その他	20	6.6	6.6
無回答	6	2.0	2.0
サンプル数	302	100.0	

「消費者へアピールしやすいため」が71.2%で最も多く、「理念に賛同したため」が60.9%、「売上を向上させるため」が45.7%で続く。「シンボルマーク等が使用できるため」との回答も28.1%ある。

同時に、「協賛している理由で最も重視していること」を単一回答で尋ねたところ、「消費者へアピールしやすいため」が39.1%で最も多く、「理念に賛同したため」が19.5%、「自社(組合)の信頼を向上させるため」が14.6%で続く。

これらの結果から、公共財ジレンマ解決方策のうち、以下の対策の効果が発揮されたことがうかがわれる。

- ・消費者へのアピールとシンボルマーク等の使用を回答する者の多さから、構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち、「顕彰機会の創出」、「対消費者PRへの支援」がステークホルダーにとって魅力的なものと認識されたことがうかがわれる。
- ・理念への賛同を回答する者の多さから、個人的解決の方策の「社会的価値の認知、責任感の醸成」がステークホルダーに対して、効果を発揮したことがうかがわれる。

2) 地物一番企画協賛の効果

次に、地物一番企画に「協賛することで得られた効果」を5段階評価(当てはまる、やや当てはまる、どちらでもない、あまり当てはまらない、当てはまらない)で尋ねた結果をまとめるとともに、加重平均した値(5段階評価を「当てはまる」から順に、2,1,0,-1,-2と点数化し平均した値。以下本節で同じ。)を示した表4-5をしてみる(表中、上段の実数は事業者数、下段の%は全体に占める割合を示している。)

協力を採用したタイミングの回答ではなく、事後的な評価ではあるが、公共財ジレンマの解決方策が、協賛事業者にどう認知されたかをこの回答からうかがい知ることが出

来る。

効果がある（当てはまる、やや当てはまる）と回答した割合をみると、「消費者にアピールできる」で8割を超え、「自社（組合）の信頼が向上する」で約6割と高い割合を示している一方で、「売上が向上する」と認識している事業者が4割強、「取引が安定する」と認識している事業者が約3割と、相対的には低い評価となっている。

表 4-5 協賛して得られた効果

	消費者にアピールできる	従業員の意識が向上する	自社（組合）の信頼が向上する	売上が向上する	取引が安定する
加重平均	1.3	0.4	0.9	0.4	0.1
当てはまる	153	41	85	33	31
	50.7%	13.6%	28.1%	10.9%	10.3%
やや当てはまる	92	76	100	103	60
	30.5%	25.2%	33.1%	34.1%	19.9%
どちらでもない	24	96	62	96	124
	7.9%	31.8%	20.5%	31.8%	41.1%
あまり当てはまらない	10	23	16	22	28
	3.3%	7.6%	5.3%	7.3%	9.3%
当てはまらない	7	22	7	20	27
	2.3%	7.3%	2.3%	6.6%	8.9%
無回答	16	44	32	28	32
	5.3%	14.6%	10.6%	9.3%	10.6%
計	302	302	302	302	302
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

※加重平均：当てはまる「2」、やや当てはまる「1」、どちらでもない「0」、あまり当てはまらない「-1」、当てはまらない「-2」とした場合の平均値

実際に、地物一番企画に協賛した後になって評価しても、「選択的誘因の導入」のうち、「顕彰機会の創出」、「対消費者PRへの支援」が有効に機能したと評価されており、公共財ジレンマ解決の方策として効果を発揮したことがうかがわれる。「選択的誘因の導入」の中で「対事業者のマッチング支援」の機能に関連する選択肢については、相対的には低い評価となっている。これには、三重県庁が、「みえ地物一番の日推進連絡会議」の構成員の名簿を公表する以外には、特段のマッチング支援は行っていないこと等が影響しているものと考えられる。

他方で、そもそも地産地消を行っていた事業者にとっては、地物一番企画への協賛ほど

のような意味を持つのか。地物一番企画に協賛する前から何らかの形で地産地消に関わる活動を行っていた事業者と協賛を機に地産地消活動を開始した事業者の間で、上で見た地物一番企画に「協賛することで得られた効果」に対する評価に差があるかを見てみた。具体的には、評価の加重平均値の差について検定を行った。

表 4-6 キャンペーン協賛が地産地消の取組に与える評価

地産地消を従来から行っていた者と地物一番で新たに始めた者の意識の差【キャンペーン参加効果】

	消費者にアピール		従業員の意識の向上		自社(組合)の信頼の向上		売上の向上		取引の安定	
	協賛前から地産地消を実施	協賛後から地産地消を開始	協賛前から地産地消を実施	協賛後から地産地消を開始	協賛前から地産地消を実施	協賛後から地産地消を開始	協賛前から地産地消を実施	協賛後から地産地消を開始	協賛前から地産地消を実施	協賛後から地産地消を開始
n	165	73	148	71	157	69	159	71	158	71
平均	1.376	1.342	0.453	0.296	1.051	0.754	0.472	0.394	0.190	0.113
不偏分散	0.773	0.645	1.175	1.297	0.818	1.100	1.010	1.071	1.187	1.130
標準偏差	0.879	0.803	1.084	1.139	0.904	1.049	1.005	1.035	1.089	1.063
統計量t	0.2765		0.987		2.166		0.534		0.500	
自由度	236		217		224		228		227	
両側P値	0.7824		0.3250		0.0314 *		0.5938		0.6178	
片側P値	0.3912		0.1625		0.0157 *		0.2969		0.3089	
有意水準	0.05									

検定の結果、「協賛することで得られた効果」のうち、「自社(組合)の信頼の向上」で有意な差が認められた(協賛前から実施(1.051) > 協賛を機に開始(0.754), $p=0.0157$)。他には有意な差は見られなかった。

協賛前後で変わらず地産地消活動を実践しているにもかかわらず、地物一番企画に協賛することで「自社(組合)の信頼向上」において効果があったと評価していることが分かる。そもそも肯定的な評価の中の差ではあるが、個別に地産地消に関するビジネスを継続して来た事業者にとっては、地物一番企画への協賛が、一種の「お墨付き」のような効果があると認識されたものと考えることが出来る。構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち、「顕彰機会の創出」「対消費者PRへの支援」の効果がうかがわれる結果と言える。

3) 県の関与に対する評価

2012年度のアンケート調査では、「県のキャンペーンであることのメリット」についても質問している。直接的には、個人的解決の方策の「他者への信頼の増大」のうち、「三重県庁のコミットメントの明確化」に対するステークホルダーの認知状態の把握を期待できる質問であるが、他の公共財ジレンマの解決方策の効果に対する認知をうかがい知ることも可能である。「県のキャンペーンであることのメリット」について、5段階評価で尋ねた結果をまとめるとともに、加重平均の値を出したものが表4-7である。

これも協賛後の協賛事業者の認識を示すものであるが、メリットがある(当てはまる、やや当てはまる)と回答した割合をみると、「安心して参加できる」、「消費者からの信頼が高まる」が8割を超え、「中立・公平な運営が期待できる」、「キャンペーンの広がり期待

できる」でも6割を超えている。

表 4-7 県のキャンペーンであることのメリット

	安心して参加できる	中立・公平な運営が期待できる	取引先と交渉がしやすい	消費者からの信頼が高まる	キャンペーンの広がりが期待できる
加重平均	1.6	1.1	0.6	1.3	0.8
当てはまる	179	97	51	124	61
	67.5%	36.6%	19.2%	46.8%	23.0%
やや当てはまる	50	76	77	98	111
	18.9%	28.7%	29.1%	37.0%	41.9%
どちらでもない	17	57	85	24	46
	6.4%	21.5%	32.1%	9.1%	17.4%
あまり当てはまらない	3	8	15	6	17
	1.1%	3.0%	5.7%	2.3%	6.4%
当てはまらない	2	3	11	2	7
	0.8%	1.1%	4.2%	0.8%	2.6%
無回答	14	24	26	11	23
	5.3%	9.1%	9.8%	4.2%	8.7%
計	265	265	265	265	265
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

※加重平均: 当てはまる「2」、やや当てはまる「1」、どちらでもない「0」、あまり当てはまらない「-1」、当てはまらない「-2」とした場合の平均値

個人的解決の方策のうち、「運営ルールの明確化」、「三重県庁のコミットメントの明確化」の手法により、事業者が搾取されることをおそれることなく、安心して地物一番企画に協賛できた状態がうかがわれる。また、構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち、「顕彰機会の創出」「対消費者 PR への支援」の効果が発揮され、協賛が消費者からの信頼につながると認知されていたことも分かる。

さらに、構造的解決の方策の「行動の有効性向上」に関連する回答として、キャンペーンの広がりへの評価が高いことにも着目しておきたい。「事前の協賛呼びかけと協賛事業者の名称公表」の主体が県庁であり、かつ、個人的解決の方策として、そのコミットメントが明確化されていることが、サブシステム成立の不確実性を低く見積もらせていたと推測できる。

他方、取引先との交渉について容易になったとの評価は相対的には低く、ここでも構造的解決の方策のうち「対事業者のマッチング支援」の効果は高く評価されなかったことがうかがわれる。三重県庁の HP における周知等により個別の商取引に県庁が関与しない姿

勢が明確化され、民間ベースでの交渉が基礎となって商取引が拡大していたことも、この要因となった可能性がある。

このようにアンケート調査の結果を分析すると、地物一番企画に組み込まれた公共財ジレンマ解決の方策が、総じて効果を期待できるものとして協賛事業者に認知されていたことが分かる。

そもそも協賛事業者(協力行動を採用した者)を対象とするアンケート調査であるため、回答全般が肯定的になる傾向は否めないが、第三節で分析の枠組みを用いて解析した、地物一番企画の公共財ジレンマ解決の方策が、おおむね高い評価を得ていることを確認することが出来た。

マクロ・マイクロ図式の区分で言えば、「①食の信頼問題対策を特徴づける独立変数とフードシステムの個々のステークホルダーを特徴づける従属変数を持つ第一のパート」において、政策形成者からの働きかけとして地物一番企画の提案があり、これを個別のステークホルダーが、構造的解決と個人的解決の方策が組み込まれた働きかけとして認識するという仕組みは、ほぼ政策のデザインに則して機能したものと考えられる。

2 協力行動の実態（地物一番企画への協賛）

1の結果から、公共財ジレンマ解決のための方策が、個別のステークホルダーによって認知され、協力行動を促すよう機能したと考えられる。この分析を受けて、以下では、2012年度に実施したアンケート調査結果とインタビュー調査結果に加え、三重県庁から提供された協賛事業者に関するデータ、三重県庁が2004年度に実施したアンケート調査結果を分析することによって、実際に協力行動（地物一番企画への協賛）はどのように発生したのか明らかにする。

公共財ジレンマ解決の方策は、いずれも、既に先行する理論研究や個々の方策に関する実験によって協力行動を促す上で有効な方策と実証されているが、この節では、これらの方策が総合的に組み合わせられた結果、実際の経済活動において有効に協力行動を促すに至ったかどうかを確認することとなる。

まず、地物一番企画への協賛事業者数の推移を分析し、公共財ジレンマ解決の方策の影響を考察する。次に、協賛事業者が実際にどのような地産地消活動を実践しているかを確認する。1で協賛事業者の認識として回答された地物一番企画のメリットが実際にどう発現しているかを確認することが、キャンペーンから、安定的な地産地消マーケット創出への移行に影響を与えると考えられるためである。

1) 協賛事業者数の推移

「地物一番企画」の協賛事業者数は、図4-7のように推移している。典型的な普及パターンのS字型カーブと比較すると左にシフトした形になっており、地物一番企画開始に際して、県庁が積極的に協賛を呼びかけたことがうかがわれる。

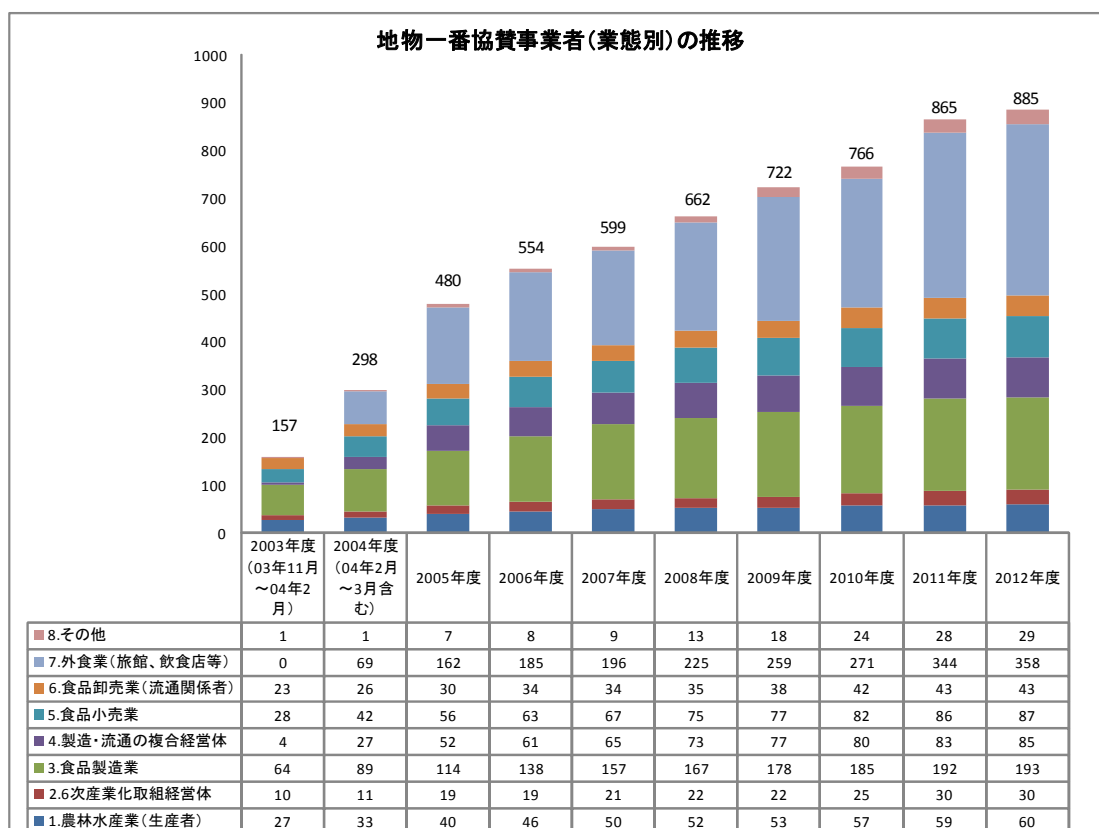
実際には、2004年2月14日のキャンペーン開始前から、県は事前説明会の開催等により周知活動を展開し、2003年11月中旬から協賛の受付を開始している。キャンペーン開始前の3か月で157事業者の協賛を得ており、12カ月（1年）に置き換えて考えると600事業者を超えるペースである。

地物一番企画の関係者に対するインタビュー調査（2012）でも、地物一番企画の普及要因として、有力なステークホルダー（特に小売サイド）の早い段階での協賛を指摘する声があることも考慮する必要がある。筆者が確認したところ、実際にHP等から食品小売業（量販店）と分かる22の協賛事業者中、17事業者がキャンペーン開始前に協賛していた。

協賛事業者に量販店やJA、JFなど、有力なステークホルダーが含まれることが公表され、地産地消マーケット成立の可能性が高く見込まれる状態にあったと言える。

これは、構造的解決の方策の「行動の有効性向上」のうち「事前の協賛呼びかけと協賛事業者の名称公表」が、実際に効果を発揮したことを示唆している。

図 4-7 協賛事業者数（業態別）推移



注：業態は、県の協賛事業者データベースをもとに以下のとおり整理している。

- 1.農林水産業(生産者) :「農林水産事業者(団体)」
- 2.6次産業化取組経営体 :「農林水産事業者(団体)」と「食品小売業」「食品製造業」「外食業(中食含む)」「食品卸売業等」のいずれかを兼ねる
- 3.食品製造業 :「食品製造業」
- 4.製造・流通の複合経営体 :「食品製造業」と「食品小売業」「外食業(中食含む)」「食品卸売業等」のいずれかを兼ねる
- 5.食品小売業 :「食品小売業」
- 6.食品卸売業(流通関係者) :「食品卸売業等」または「食品卸売業等」と「食品小売業」を兼ねる
- 7.外食業(旅館、飲食店等) :「外食業(中食含む)」または「外食業(中食含む)」と「食品小売業」「食品卸売業等」「その他」のいずれかを兼ねる
- 8.その他 :「サポーター」「民間団体」「その他」

注：三重県提供データより筆者作成

2) 具体的な地産地消活動の取組内容

協賛事業者は、実際にはどのような地産地消に関する活動を実践しているのか。地物一番企画のキャンペーンから安定的な地産地消マーケット創出への移行の道程を辿るため、2012年度と2004年度のアンケート結果から、具体的な地産地消に関する活動の実態を確認しておきたい。

2012年度のアンケート調査では「みえ地物一番の日で行っていること」(複数回答可)を尋ねている。回答では、「シンボルマーク等の利用」が49.3%、「地物(地元の農林水産物・食品)の販売」が46.7%、「地物を使った料理の提供」が38.1%、「地物を使った加工品製造」が37.1%と続く。

表 4-8 みえ地物一番の日で行っていること (MA)

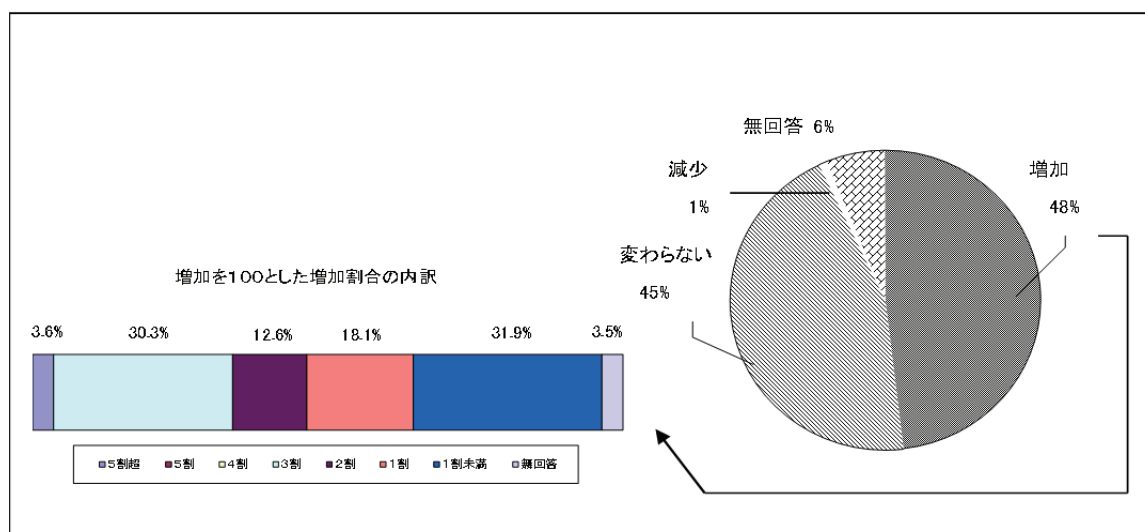
項目	件数 (人)	構成比 (%)
1 シンボルマーク等の利用	149	49.3
2 特別企画・イベントの実施	45	14.9
3 地物(地元の農林水産物・食品)の販売	141	46.7
4 地元の農林水産物の供給	62	20.5
5 地物を使った加工品製造	112	37.1
6 地物を使った料理の提供	115	38.1
7 その他	10	3.3
8 特になし	38	12.6
無回答	6	2.0
サンプル数	302	100.0

また、地物一番企画の初期の段階において、ステークホルダーの経済活動にどのような変化があったかを、2004年度に三重県庁が実施したアンケート調査の結果から知ることが出来る。

キャンペーン開始後、1年経過時点での地物一番企画に関する協賛事業者の状況をアンケート調査したものである(2004年12月28日～2005年1月21日。協賛事業者213企業・団体に対してFAX又は郵送で送付、回収を行い、120票を回収。回答率56%)。

農林漁業者には出荷量、食品製造業者には生産量、その他の業態(流通、販売)には販売量を聞いた結果をまとめた者が図4-8である。キャンペーンに取り組む前と比べて、三重県産の食料品(三重県産の原材料を使った加工品を含む)の取扱量が増加したという回答は48%であった。「増加」との回答のうち、「3割増加」と回答した事業者は30.3%、「5割超増加」と回答した事業者も3.6%に上った。

図 4-8 三重県産の食料品取扱量の変化



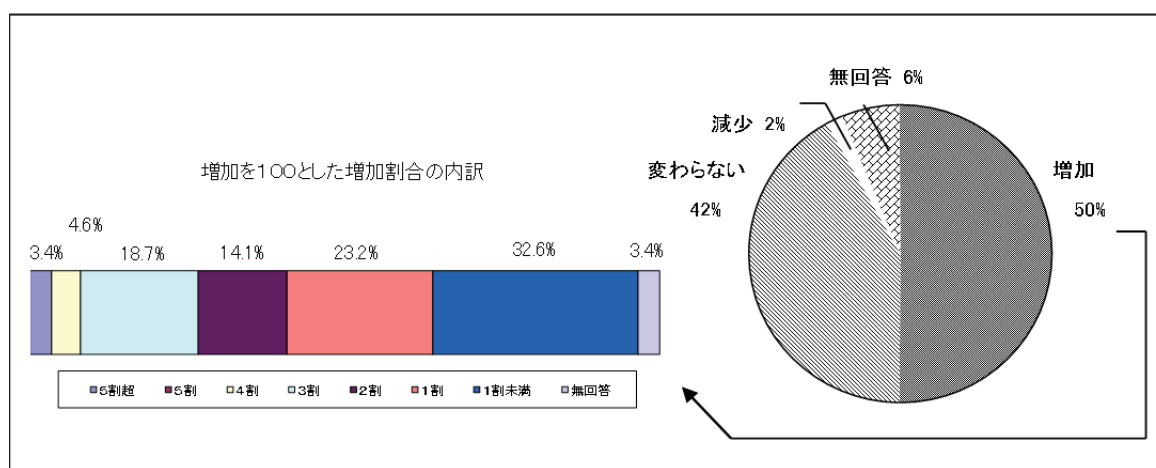
注：三重県庁提供資料より抜粋

同様に、農林水産業には出荷額、食品製造業とその他の業態（流通、販売）には販売額の変化を聞いた結果をまとめたものが、図 4-9 である。キャンペーンに取り組む前と比べて、三重県産の食料品の販売額が増加したという回答は 50%であり、「増加」との回答のうち、「3割増加」とした事業者は 18.7%、「4割増加」が 4.6%、「5割超増加」が 3.4%であった。

また、キャンペーンに取り組んだことにより、取引先が増えたとの回答は 26%であった。さらに、食品製造事業者に対して、「三重県産の原材料を使った新商品開発に取り組んだか」聞いたところ、開発済の者が 20%、「新商品を開発中」である者が 32%との回答を得ている。

キャンペーンが面的な広がりを見せたことにより、新たなビジネスチャンスが生まれ、具体的な経済活動の活性化につながっていることがうかがえる。

図 4-9 三重県産の食料品販売額の変化



注：三重県庁提供資料より抜粋

以上のアンケート調査結果からは、地物一番企画によって、実際の地産地消に関するビジネスが活性化した様子をおうかがい知ることが出来る。

マクロ・ミクロ図式の区分で言えば、「②独立変数も従属変数も個々のステークホルダーを特徴づける第二のパート」において、地物一番企画に組み込まれた構造的解決の方策と個人的解決の方策の働きかけを認知した個別のステークホルダーが、それぞれの合理的な判断の結果としてキャンペーン参加を選択し、地産地消を実践するという仕組みは、上でみた協力行動の実態を見ると、ほぼ政策形成者のデザインに則して機能したものと考えられる。

3 地産地消マーケットの状況

ここでは、地物一番企画が、当初の三重県庁主導のキャンペーンから、次第に民間のビジネスとして自走化した動きを明らかにするとともに、それと並行して、地物一番企画が一時的なキャンペーンから日常的な経済活動へと移行し、地産地消マーケット創出に向けた動きが生まれていったことを示す。さらに、結果として、三重県民の間で地産地消に関する認識に変化が生じたことを確認し、地産地消マーケット創出について考察することとしたい。

1) 地物一番企画の自走化

2012年度アンケート調査において、協賛事業者が地物一番企画を一番初めに知った情報源を尋ねたところ、「県政だより」（毎月発刊されている三重県の広報誌）が23.2%で最も高く、「ポスター・ステッカー」16.6%、「口コミ」9.3%と続く。

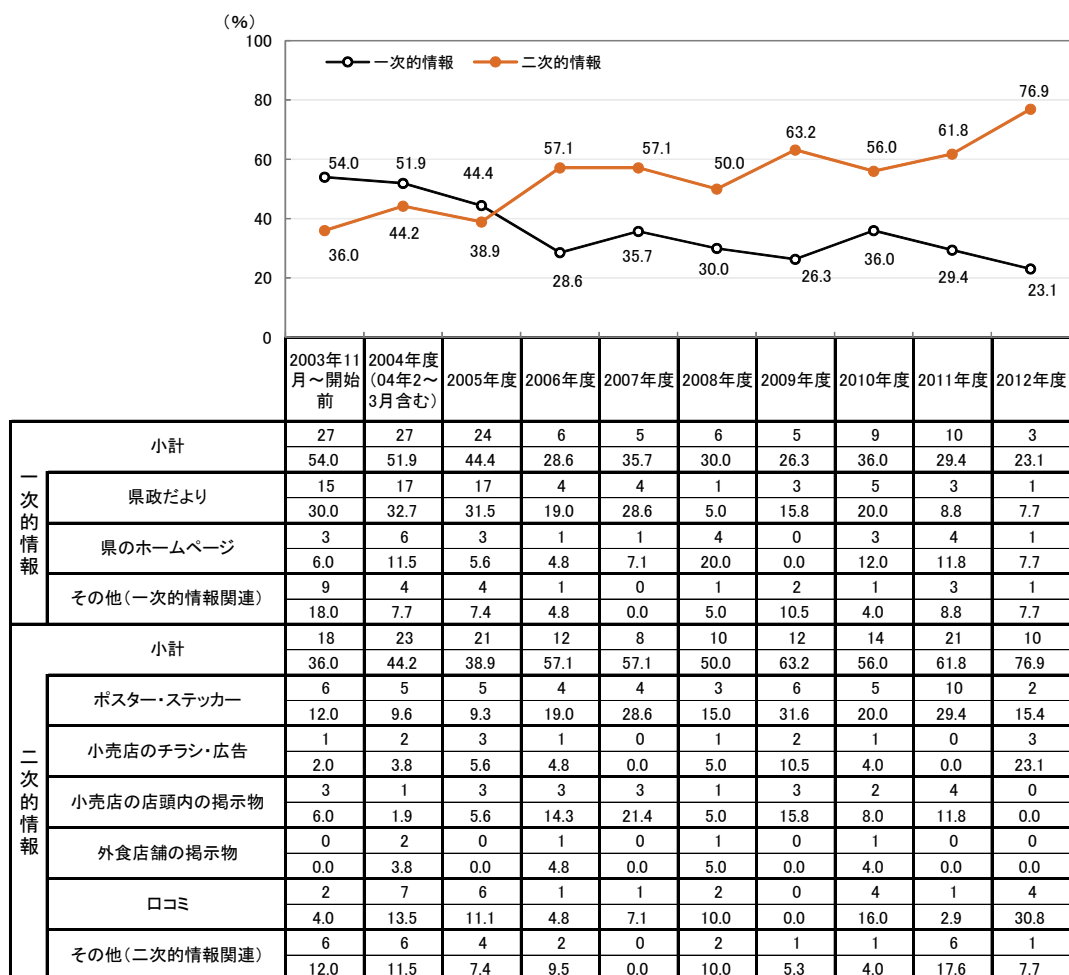
三重県庁自らによる一次的な情報発信である「県政だより」の貢献の大きさが分かるが、協賛事業者が作成、掲示したポスター・ステッカー（ただし、ポスターの一部は、三重県庁が作成し、協賛事業者が掲示している。）に加え、典型的な二次的情報発信である口コミ、チラシ・広告、店舗の掲示物も事業者における認知度向上に貢献していることが分かる。また、「その他」の自由記入の内容から、「県担当者」等一次的な情報と分かるものは26事業者、「業界団体」等二次的な情報と分かるものは29事業者であった。

全体では、三重県庁による一次的な情報（県政だより、県のHP、その他（一次的情報関連））をあげた者が122事業者、協賛事業者による二次的な情報（ポスター・ステッカー、小売店のチラシ・広告、小売店の店頭に掲示物、外食店舗の掲示物、口コミ、その他（二次的情報関連））をあげた者が149事業者となり、多様なチャンネルでキャンペーンブランドの周知が進んだことが分かる。

協賛事業者の取組が拡大していった様子を知るために、協賛時期と情報源の関係をまとめたものが、図4-10である。

地物一番企画開始から2005年度までは一次的な情報から地物一番企画を知った協賛事業者が二次的な情報から知った者を上回って推移したが、2006年度以降はその関係が逆転していることが分かる。地物一番企画の準備期間、立ち上がり当初は、三重県庁の積極的な働きかけがあつて協賛事業者数が増加していったが、キャンペーンが軌道に乗ってくると協賛事業者によるシンボルマーク等の露出が増えて、二次的な情報による伝播が、一次的な情報による伝播を凌駕したことがうかがわれる。

図 4-10 協賛時期と情報源の関係

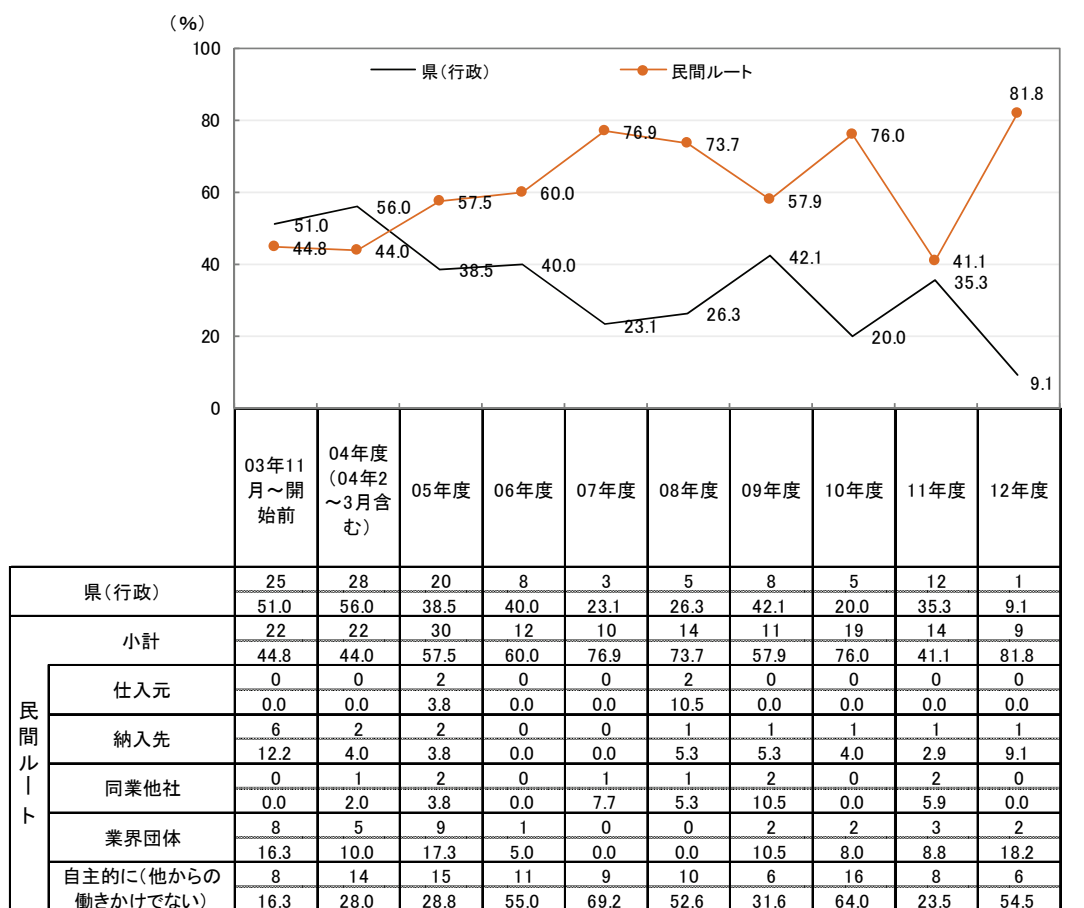


※一次的情報:「県政だより」「県のホームページ」「その他(一次的情報関連)」の合計
 ※二次的情報:「ポスター・ステッカー」「小売店のチラシ・広告」「小売店の店頭内の掲示物」「外食店舗の掲示物」「口コミ」「その他(二次的情報関連)」の合計
 ※「その他」の自由記入結果から、一次的情報である内容は「その他(一次情報関連)」とし、二次的情報である内容は「その他(二次情報関連)」として選択肢化した。これら以外の「その他」の回答結果は非掲載とした。
 ※03年度のキャンペーン開始後の協賛事業者は、04年度の数値に含める扱いにした。

他方、「みえ地物一番の日」に協賛することを決めた働きかけを尋ねたところ、「県（行政）」が 38.1%で最も多く、「自主的に（他からの働きかけではない）」が 34.1%、「業界団体」が 10.6%で続く。協賛時期と協賛を決めた働きかけの関係をまとめたものが、図 4-11 である。

全体では、県（行政）が 115 事業者、民間ルート（自主的に（他からの働きかけではない）、業界団体、納入先、同業他社、仕入先）が 163 事業者となっている。2005 年度以降は、民間ルートが県（行政）を上回って推移している。

図 4-11 協賛時期と働きかけの関係



※民間ルート:「仕入元」「納入先」「同業他社」「業界団体」「自主的に(他からの働きかけでない)」の合計
 ※03年度のキャンペーン開始後の協賛事業者は、04年度の数値に含める扱いとした。

こうした協賛時期と情報源、働きかけの関係をみると、設計時に構想されたように、初期は県が先導し、その後民間主体のビジネス展開に移行するための仕組みが有効に機能し、地物一番企画が自走化している様子が見られる。

2) 追従する協賛事業者の状況

こうした自走化においては、キャンペーンが定着するにつれて、一旦確立されたキャンペーンブランドを活用（フリーライド）するため、先行者に追従してキャンペーンに協賛する事業者の存在が重要である。

キャンペーン開始前には、県庁からの説明のみがステークホルダーにとっての判断材料であったが、キャンペーン開始後には、店頭等におけるキャンペーンの具体的な取組に関する情報が判断材料に加わることとなる。先行した事業者によるキャンペーン展開が追従する事業者に与える影響や先行者に特有の事情を知るため、キャンペーン開始前に協賛した事業者と開始後に協賛した事業者の間で、「協賛して得られた効果」に対する評価（加重平均の値）の差について検定を行った。

「消費者にアピールできる」(開始後協賛 (1.361) > 開始前協賛 (1.042), $p=0.0367$) 「自社(組合)の信頼の向上」(開始後協賛 (0.951) > 開始前協賛 (0.568), $p=0.0101$) という点についてキャンペーン開始後に協賛した事業者が高く評価し、「取引の安定」についての開始前に協賛した事業者が高く評価する(開始前協賛 (0.478) > 開始後協賛 (0.080), $p=0.0113$) という形で有意な差が認められた。

表 4-9 キャンペーン開始前後での協賛効果の評価の相違

協賛して得られた効果

	消費者にアピールできる		従業員の意識の向上		自社(組合)の信頼の向上		売上の向上		取引の安定	
	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛
n	48	238	45	213	44	226	45	229	46	224
平均	1.042	1.361	0.400	0.343	0.568	0.951	0.533	0.362	0.478	0.080
不偏分散	1.317	0.789	1.200	1.255	1.228	0.944	1.300	1.039	1.277	1.124
標準偏差	1.148	0.888	1.095	1.120	1.108	0.972	1.140	1.019	1.130	1.060
統計量.t	1.823		0.313		2.337		1.008		2.293	
自由度	58.865		256		268		272		268	
両側P値	0.0734*		0.7546		0.0202*		0.3144		0.0226*	
片側P値	0.0367*		0.3773		0.0101*		0.1572		0.0113*	
有意水準	0.05									

シンボルマーク等の露出による消費者へのアピール効果の認識, 社会貢献活動としての意義に対する理解の深まりがうかがわれ, 追従する事業者がよりメリットを意識して行動し, 取組の普及につながったものと解することが出来る。また, あえて初期の投資等の経営リスクを冒した先行事業者が, 取引の安定を高く評価していることから, 一定規模での地産地消マーケット創出を意識した地物一番企画への戦略的な取組姿勢がうかがわれる。

表 4-10 キャンペーン開始前後での県関与への評価の相違

県キャンペーンであることのメリット

	安心して参加できる		中立・公平な運営の期待		交渉がしやすい		消費者からの信頼		キャンペーンが広がる期待	
	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛	開始前に協賛	開始後に協賛
n	42	209	41	200	41	198	43	211	41	201
平均	1.286	1.660	1.073	1.060	0.805	0.551	1.372	1.313	0.902	0.821
不偏分散	1.136	0.408	0.970	0.871	1.211	1.041	0.763	0.626	0.790	0.998
標準偏差	1.066	0.639	0.985	0.933	1.100	1.020	0.874	0.791	0.889	0.999
統計量.t	2.200		0.082		1.434		0.440		0.485	
自由度	47.085		239		237		252		240	
両側P値	0.0328*		0.935		0.153		0.660		0.628	
片側P値	0.0164*		0.4675		0.0765		0.3301		0.3141	
有意水準	0.05									

さらに、キャンペーン開始前に協賛した事業者と開始後に協賛した事業者の間で、「県のキャンペーンであることのメリット」に対する評価（加重平均の値）の差について検定を行ったところ、「安心して参加できる」という点について有意な差が認められた（開始後協賛（1.660）＞開始前協賛（1.286）， $p=0.0164$ ）。

キャンペーンブランド確立により地物一番企画が目に見えて具体化したことから、不確実性認知を抑制する仕組みの効果が高まり、協賛に対する安心感をうむという、普及の構図を見ることが出来る。

3) 地産地消活動の日常化

キャンペーン期日に限らず「地物一番企画」が日常のビジネスとして定着している様子は、協賛事業者アンケート（2012）の結果からうかがうことが出来る。

「地産地消に関わる活動で日常的に行っていること」を尋ねた（複数回答可）結果をまとめたものが表4-11である。

表4-11 地産地消に関わる活動で日常的に行っていること

項目	件数 (人)	構成比 (%)	構成比(%)
1 地物一番のシンボルマーク等の利用	176	58.3	58.3
2 地物を使った加工品の商品化	135	44.7	44.7
3 地物を使った料理のメニュー化	135	44.7	44.7
4 地元の農林水産物の供給	110	36.4	36.4
5 地物の販売コーナーの常設	98	32.5	32.5
6 地産地消の特別企画・イベントの実施	67	22.2	22.2
7 特になし	16	5.3	5.3
無回答	13	4.3	4.3
サンプル数	302	100.0	

「シンボルマーク等の利用」が58.3%と最も多く、「地物を使った加工品の商品化」と「地物を使った料理のメニュー化」が44.7%、「地元の農林水産物の供給」が36.4%、「地物の販売コーナーの常設」が32.5%の順で続く。そもそもは、期日限定のキャンペーンである「地物一番企画のシンボルマーク等の利用が、日常的に行っていることで最も多く選ばれていることから、地物一番企画を契機に地産地消活動が日常化していることがうかがわれる。

4) 地産地消マーケット創出に関する県民意識

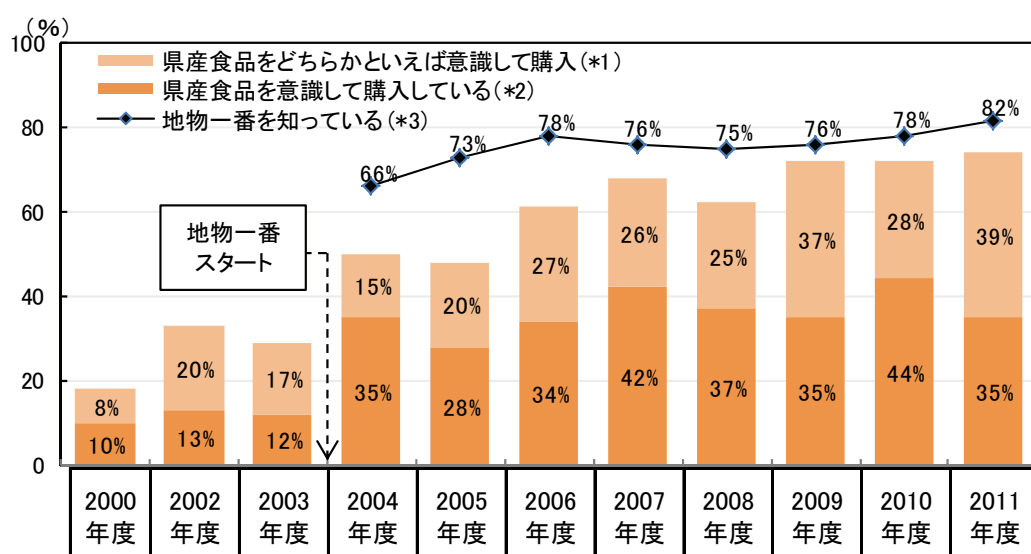
個々のステークホルダーの協力的行動が集積して、地産地消マーケットの創出につながったことを示唆する調査結果も見られる。

地産地消の認知、地物一番の認知に関して、三重県庁では、2000年度から2011年度までの間（2001年度を除く）、地産地消推進の参考とするため、毎年度食品小売店舗の店頭で、来店者約1,000名を対象とする対面アンケート調査を実施している。

このうち、三重県産食品に対する購入意向と「地物一番企画」の認知について聞いた結果をまとめたものが図4-12である。地産地消に関する消費者の意識の変化と「地物一番企画」の普及の様子を知ることが出来る。

県産食品を購入する意向があると認められる者の割合は、「地物一番企画」開始まではおよそ3割であったのに対し、開始後は6割を超えており、増加傾向で推移している。他方、「地物一番企画」の認知は、キャンペーン開始直後の2004年度から7割近い値を示しており、その後も8割近い水準で推移している。

図4-12 県産食品購入意向調査・地物一番認知調査



※三重県調べ(小売店舗店頭でのアンケート調査、約1000人対象)

(*1)(*2)2000年度、2002年度～2005年度の設問:「県産食品を品物があれば購入」「県産食品を意識して積極的に購入」

(*3)地物一番を知っている:「知っていて参考にしてしている」「内容を知っている(見たことがある)」の計

注: 三重県庁提供データより筆者作成

また、2012年度に筆者が実施した関係者に対するインタビュー調査、三重県庁に対するヒアリング等からは、地物一番企画が開始後9年を経た段階で、地産地消マーケットの創出に成功し、民間のビジネスが持続的に展開される状態に移行していることがうかがわれる。

地産地消マーケットの創出に関連する主なコメントをあげれば以下のとおりであった。

- ・消費者の需要は、当初キャンペーン期日にあわせて増大し、農産物では一時的な需給ひっ迫による価格上昇も見られた。ここ数年、キャンペーン期日前後の価格変動は減少しているが、生鮮農産物への需要は引き続き高い。
- ・現在の県の関与は協賛事業者の名簿管理、HP管理等に限定されている。2007年度以降、

県では「地物一番企画」向けの事業予算は計上していない。

- 企画立ち上げ時の、スーパー等川下への県庁の働きかけが「地物一番企画」拡大の要因である。シンボルマークのインパクト、効果が大きかった。
- 県産食品への高い需要に対応するため、JAでは「地物一番企画」向けの生産体制を構築中である。ただし、生産者の高齢化進展で限界もある。
- スーパーAでは、数年前から「地物一番企画」の担当部局をイベント担当から仕入れ担当へ変更した。他のスーパーでも常設売り場化が進んでいる。インショップの形態も増加している。
- 農産物直売所の販売成績は全般的に堅調である。常に県産農産物等を扱っているため、「地物一番企画」への意識は相対的には希薄である。

これまで見てきたアンケート調査結果（2004, 2012）、インタビュー調査結果（2012）、三重県庁提供データ等の分析結果を総合的に判断すると、三重県庁の地物一番企画は、公共財ジレンマの解決策を導入することにより、フードシステムの環節的分化に成功し、三重県の地産地消マーケットが創出されたと言って良いと考える。

マクロ・ミクロ図式の区分で言えば、「③個々のステークホルダーを特徴づける独立変数とフードシステムのサブシステムの状態を特徴づける従属変数を持つ第三のパート」において、個別のステークホルダーが地物一番企画への協賛という形で協力行動を選択し、これが集積することで、キャンペンブランドを確立し、地産地消マーケット創出を達成するという仕組みは、ほぼ政策のデザインに則して機能したものと考えられる。

第五章 フード・コミュニケーション・プロジェクトに関する考察

この章では、フードシステムの機能的分化として共通の評価枠組みを開発した政策の典型例として、FCPにおける共通の評価枠組み開発のステージを取り上げ、公共財ジレンマの解決方策によりシステム分化を成立させるという仮説を、第三章で構築した分析枠組みを用いて検証する。

以下では、まず、FCPにおける共通の評価枠組み開発の概要について触れる。次に、FCPの成立過程を分析することによって、何故共通の評価枠組みの開発が要請されたのか、それらはどのような特性を備えることを求められたのか、開発のための仕組みとして農林水産省と民間ステークホルダーの協働の取組が求められたのは何故か、明らかにする。

続いて、FCP以前のステークホルダーの状況を分析し、共通の評価枠組み開発に関して、公共財ジレンマ状態にあったことを示して、FCPが立ち上げられなければ、食品と食品事業者の適正な評価を可能にする共通言語の開発が困難な公共財ジレンマ状態にあったことを明らかにする。

その後、FCPによって共通の評価枠組みを開発しようとした政策のデザインを明らかにする。具体的には、FCPというプロジェクトを運営することによって、個別ステークホルダーのどのような行動を促し、その集積として、どのように共通の評価枠組みを開発しようとしていたのか、マクロ・ミクロ図式を用いて分析を行う。さらに、共通の評価枠組みについては、開発と普及におけるジレンマが潜在的に存在するなか、効果的な開発作業とステークホルダーの利用促進をいかに両立しようとしたかについても考察する。

次に、公共財ジレンマ解決方策の新たな類型を適用して、共通の評価枠組み開発に伴う公共財ジレンマを解決するための対策が、FCPにどのように組み込まれているかを明らかにする。

最後に、FCPのステークホルダーに対するアンケート調査やインタビュー調査、農林水産省提供資料等に基づいて、FCPの共通の評価枠組み開発における公共財ジレンマの解決方策がどう機能したか、さらに、FCPの狙い通り、よりビジネスでの実効性が高く、より普及見込みの高い共通の評価枠組みが開発されたと言えるかについて検証する。

第一節 F C Pの概要

F C Pの目的は、「消費者の信頼のため、真面目に頑張っている食品事業者がキッチンと評価される社会を創る」こととされている(神井 2012:p1)。農林水産省が、食品事業者を始めとするステークホルダーに参加を呼び掛けて2008年からスタートしたプロジェクトで、規制ではなく、食品事業者等の主体的な情報開示によって「見える化」に取り組んでいる。食品事業者等による運動としてF C Pを推進する情報共有ネットワーク（以下「情報共有NW」）には、2015年9月段階で約1,700の企業や団体が参加している。

プロジェクトの基盤は、多様な食品事業者等が自主的に参加し、産学官の協働作業で開発した共通の評価枠組みである。抽象的に「信頼」を唱えるのではなく、共通の評価枠組みの開発と利用という具体的な取組を掲げていることが特徴になっている。

以下では、F C Pの基本的な考え方と構造を概観する。

1 F C Pの基本的な考え方

F C Pの基本理念と参加者の遵守すべき行動指針は、農林水産省のF C PのHPで表5-1及び表5-2のとおり公表されている。

表5-1 F C P基本理念

F C P基本理念 「食」への信頼、見える化計画
<p>F C P（フード・コミュニケーション・プロジェクト）は、食品事業者、関連事業者、行政、消費者等の連携により、消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組むプロジェクトです。</p> <p>「食」の供給に携わる食品事業者は、その社会的な使命として、消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組む必要があります。また、食品事業者を支える関連事業者等も、食品事業者の活動を通して、消費者の「食」に対する信頼向上に関わることが大切です。</p> <p>食品が食卓に届くまでのフード・チェーンは長く、複雑で、一食品事業者や一関連事業者等の個別の努力のみでは、消費者の「食」に対する信頼を高めていくことは困難です。さらに、信頼を高めるためには、事業者と消費者の相互理解と、消費者からのアプローチも必要となります。</p> <p>このため、F C Pは、立場の異なる食品事業者や関連事業者、そして消費者を結び付ける共通言語である「協働の着眼点」を活用しつつ、事業者と事業者、事業者と消費者の対話をベースとした協働の取組を進めることで、フード・チェーン全体において食品事業者の取組みの「見える化」を進めていきます。</p>

注：農林水産省F C PのHPより抜粋

表 5-2 F C P 行動指針

F C P 行動指針

F C P に参加する者は、F C P の基本理念に則り、以下の行動指針を遵守するものとします。

1. 消費者の食に対する関心や期待に向き合い、「食」に対する信頼の向上に主体的に取り組みます。
2. 消費者の「食」に対する信頼の向上という共通の目的のために、業種・業態等の立場や利害の違いを越えた協働を進めます。
3. 協働による相乗効果を発揮するために、公平性、透明性を重視するとともに、多様性を尊重し、お互いにとってより良い解（WIN-WIN の関係）を探る姿勢を保ちます。
4. 「協働の着眼点」を、社内、事業者間、さらに、消費者とのコミュニケーションのツールとして活用し、協働の取組みを進めるためのツールとしても積極的に活用します。
5. 「協働の着眼点」の活用を拡大、発展させていくため、その活用に関する情報共有や意見交換に努めます。
6. 法令を遵守することはもとより、「食」に対する信頼の向上に関わる事業者としての社会的責任を意識して行動します。
7. 「食」に対する信頼の向上を終わりのない挑戦と捉え、「協働の着眼点」の改善に寄与するとともに、F C P の持続的発展に貢献します。

注：農林水産省 F C P の HP より抜粋

消費者の食に対する信頼向上に努めることを、食品事業者の社会的使命と表現するとともに、F C P に参加する者の社会的責任にも言及しており、ステークホルダーが F C P に参加する大義名分を明確に設定していることが特徴の一つである。さらに、対話をベースとして協働の取組みを進めること、W I N - W I N の関係を模索することを掲げており、ステークホルダー間の協働を強調していることも特徴である。お互いの利害が相反することが多いステークホルダーの協力行動を促すために、ビジネス上のメリットと直接的な関係の無い大義名分に則って、F C P の活動への参加をフレーミングしているものと考えられる。

また、基本理念、行動指針には、F C P で最初に開発された共通の評価枠組みであり、その後開発された共通の評価枠組みの基盤となっている「協働の着眼点」の利用が明記されている。F C P の全ての活動の基礎として協働の着眼点の利用が位置づけられていることが分かる。

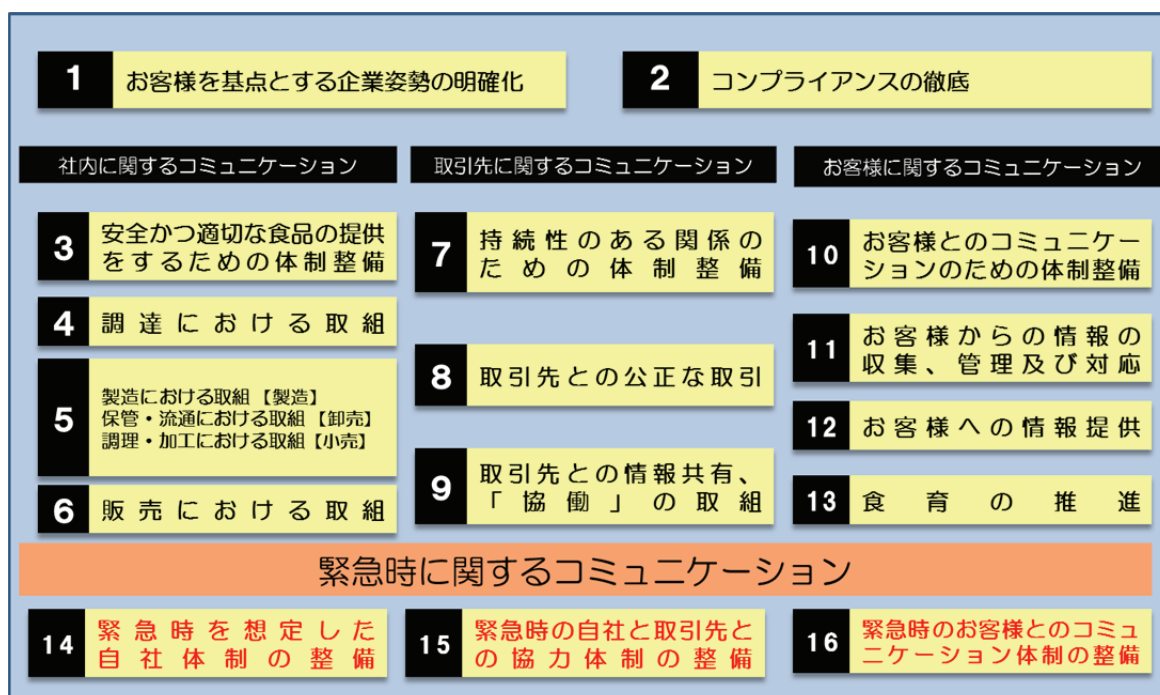
協働の着眼点は、消費者の信頼を得るために重要な食品事業者の行動を体系的に整理し、適正な評価のための共通言語として、2008 年度に開発されている。この共通の評価枠組みの命名自体が、非排除性と非競合性を備えた特性を示している。神井（2012）は、「利害

が相反することも多い多様な関係者が『食に対する消費者の信頼を高める』という目標を共有し、ともに力を合わせて活動するという意味から『協働』。扱っている食品の種類の違いや事業規模の大小にかかわらず、目の付けどころを揃えて、同じ土俵でコミュニケーションを行うという意味から『着眼点』というネーミングになっている(p38)」と説明している。

協働の着眼点は、業種を越えて関係者の目の付け所を揃え、「そもそも、なぜこうした取組をしなければならないのか」基本的な考え方を共有するための「業種横断版」と、製造、卸売、小売の業種別にツリー構造（樹形図）で食品事業者の取組内容を把握するための「業種別版」から構成されている。

「業種横断版」は、16の業務分野を一枚の図で見るとの「全体図」（図5-1）の他に、それぞれの項目について、何故その項目を重視すべきなのかというポイントをまとめた「項目の説明」から成り立っている。フードチェーン全体で着眼点の整理を行い、異業種の間での共通点、相違点を共有した上で、コミュニケーションを円滑にすることを目的としている。

図 5-1 「協働の着眼点（業種横断版）」全体図



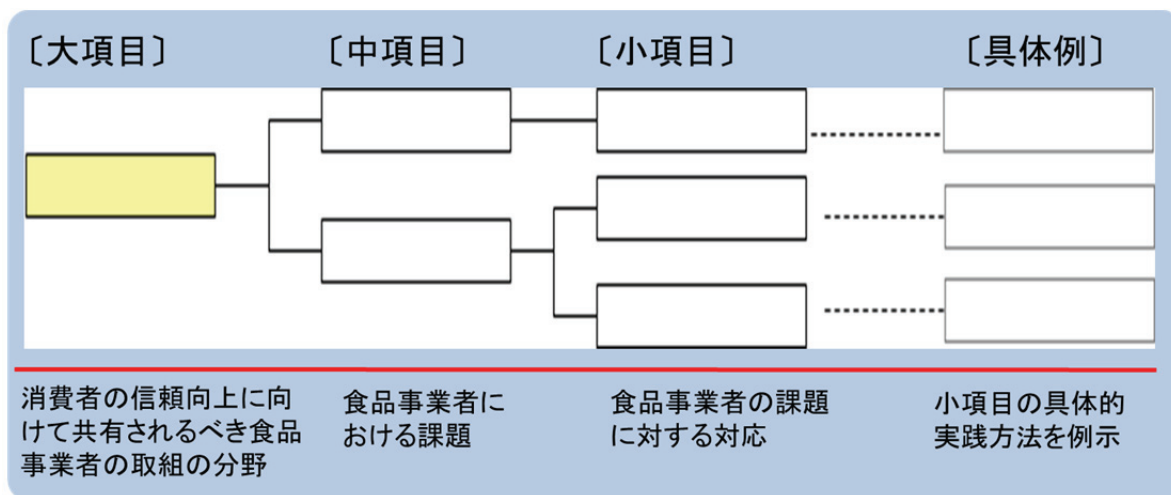
注：農林水産省資料より

「協働の着眼点（業種別）」は、左から「大項目」「中項目」「小項目」「具体例」という構造になっている（図5-2）。

「大項目」とは、消費者の信頼向上に向けて共有されるべき食品事業者の取組の分野で

ある。「中項目」は、食品事業者における課題である。「小項目」は、食品事業者の課題に対しての対応である。そして、「具体例」とは、小項目の具体的実践方法を、例示したものである¹。農林水産省が、通常「協働の着眼点」として紹介する際には、「大項目」から「小項目」までの樹形図の姿で提示されることが多い。

図 5-2 協働の着眼点（業種別）の構造



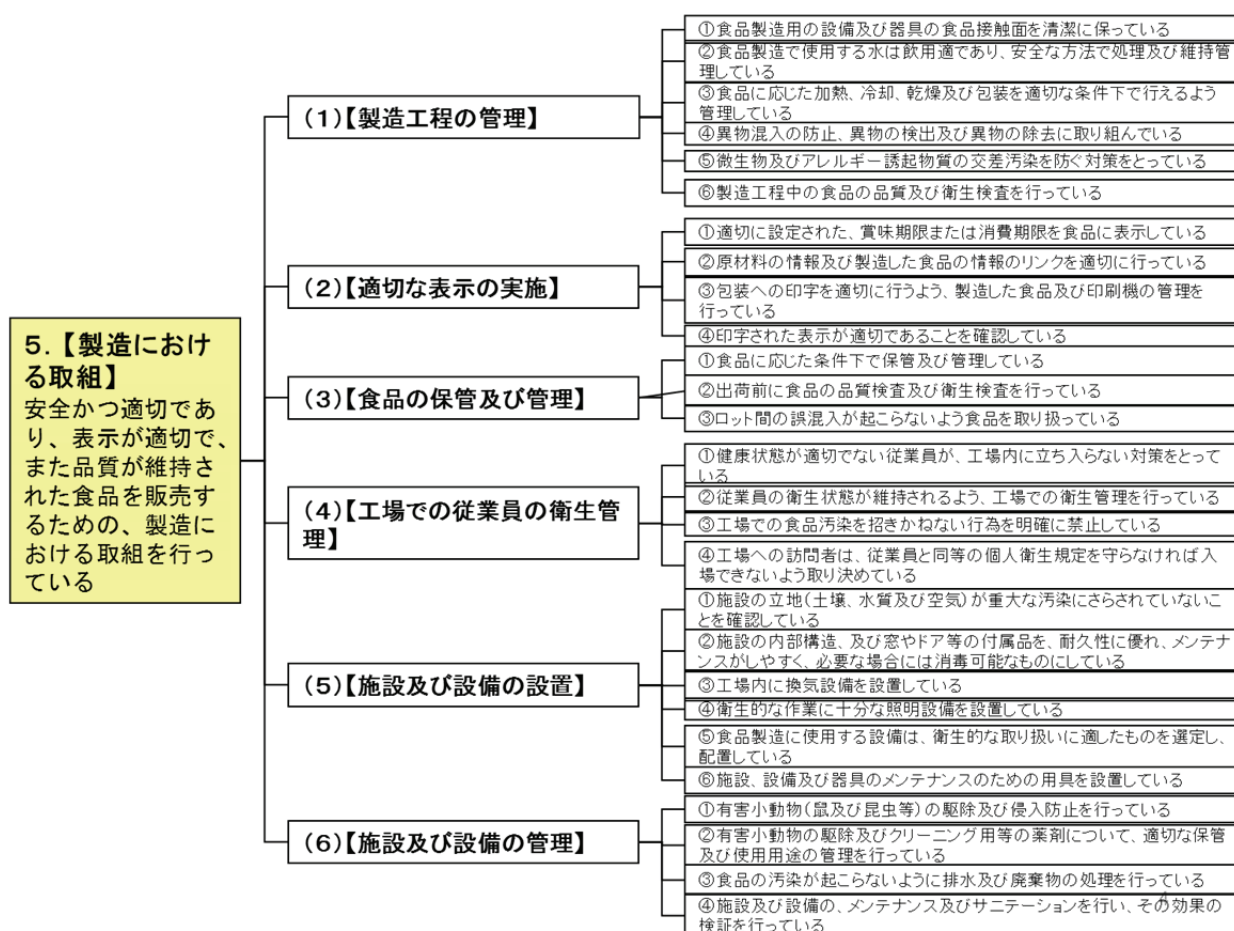
注：農林水産省資料より

この樹形図の作成は、食品事業者が「消費者の信頼を向上していく上で重要な行動は何か」、「取引先にキチンと評価してもらいたい行動は何か」、「消費者に理解してもらいたい行動は何か」という観点から、具体的な業務を「棚卸し」し「具体例」をまとめることからスタートしている。その「具体例」を、企業規模の大小を問わず読めるような内容に括った（分類した）ものが、「小項目」であり、その小項目を、課題ごとに括ったものが「中項目」である。そして、それらの中項目を、社内の監査や取引先の審査などの時に見やすい順番に並べ直したものが「大項目」となっている。

具体的に、製造版の樹形図の中から、「製造における取組」の部分を抜粋したものが図 5-3 である。

¹ 具体例は、「協働の着眼点」を作成する過程で、作業に参加した食品事業者から情報提供された各々の企業の取組をあげたものである。参照情報であり、全てこれと同じ対応をとる必要があるという性質の記述ではない。

図 5-3 協働の着眼点（製造版）「製造における取組」部分の抜粋



注：農林水産省資料より

2 FCPの構造

FCPの基本的な構造をまとめたイメージ図が図 5 - 4 である。

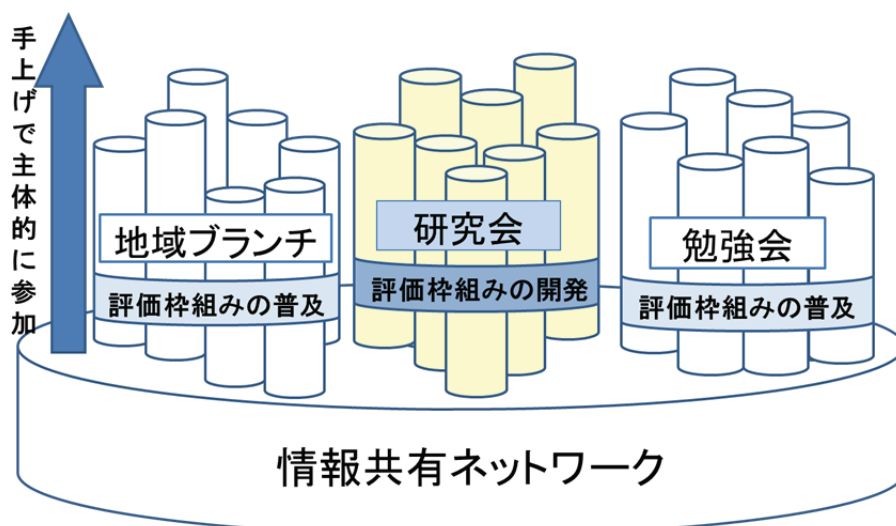
FCPの構造の特徴として、情報共有NWと研究会等の重層的な構造が掲げられる。これは、図 5 - 3 で整理した共通の評価枠組みの開発ステージと利用ステージの連動を実現するためのデザインであり、第二章で紹介した木谷(2010)の指摘する標準規格の「開発と普及のジレンマ」の解決を試みるものでもある。

まず、食品事業者、関連事業者やその団体等の多様なステークホルダーが、FCPの趣旨に賛同して参加する情報共有NWが、全ての活動の基盤となっている。

情報共有NWへの参加の条件は、基本理念に賛同し、行動指針に則って活動をするにとされている。会費等の特段の負担はない。情報共有NW参加者には、メールマガジンでFCPの活動に関連する最新情報が共有される他、研究会のテーマ募集や開発中の共通の評価枠組みに関する意見募集等が行われている。また、情報共有NW参加者の主体的な参

画により、共通の評価枠組みを開発する研究会や、共通の評価枠組みの普及、実用について学ぶ勉強会、地域ブランチ²が組織されている。

図 5-4 F C P の構造（イメージ図）



注：筆者作成

木谷(2010)の指摘した「開発と普及のジレンマ」の観点から言えば、食の信頼問題解決に積極的に取り組むという、食品事業者が社会的責任として否定できない大義名分を掲げて情報共有 NW への参加を募り、その上で具体的な活動を手上げ方式で行っていることがポイントとなる。

賛同しない理由を見出しにくく、負担の小さな情報共有 NW に多くのステークホルダーが参画することにより、FCPで企画される共通の評価枠組みの開発、普及の成功可能性を高く見積もらせる効果が見込まれる。また、情報共有 NW 参加者を対象に、テーマやミッションを限定して研究会、勉強会等への参加を募集することで、木谷の指摘する「参加者の利害の非対称性」や「参加者の資源の非対称性」に対応することが可能な仕組みになっている。

FCPの重層的な構造は、ステークホルダーが大同団結して、拘束力は弱いものの、食の信頼問題解決に対応するコミットメントを表明し、共通の評価枠組みの利用促進運動を展開しようとする機能と、個別ステークホルダーの興味関心の相違を活用して、一部のステークホルダーに共通の評価枠組み開発の費用を負担させようとする機能の組織的な連結形態を示すものと言える。

² 農林水産省 F C P の HP によれば、地域ブランチとは、「各地で、F C P の仕組みを活用して、地域独自の課題に取り組み、地場の食品産業等の活性化につなげる活動」とされている。

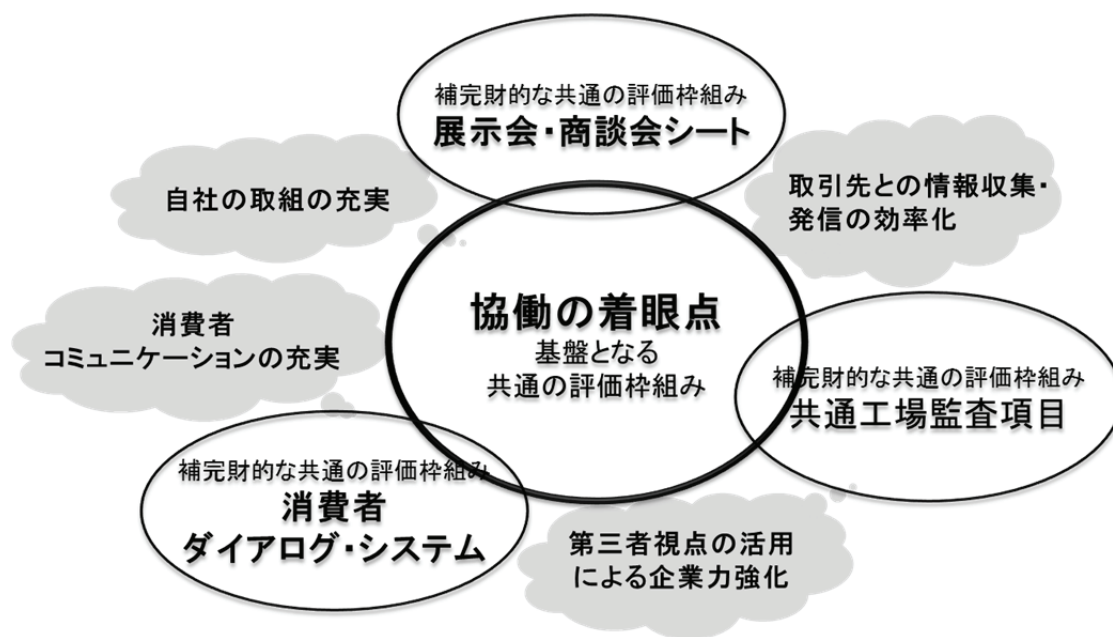
3 FCPの共通の評価枠組みの概要

FCPでは、協働の着眼点を基盤として、補完財的な役割を果たす複数の共通の評価枠組みが連動し、相乗効果を発揮するよう、取組が展開されている。

2009年度から2010年度にかけて、工場に対する監査を効率的に行うための「FCP共通工場監査項目」、展示会・商談会の場で商談相手と効果的に情報を共有するための「FCP展示会・商談会シート」、消費者とのコミュニケーションを効果的に行うための「FCPダイアログ・システム」等が開発された。

いずれも協働の着眼点を基盤にして、具体的なビジネスシーンでの活用を想定して開発されたものであり、協働の着眼点を通して連動可能な仕組みになっている。これらの共通の評価枠組みを利用するステークホルダーが増えれば、増えるほど、フードシステムの「見える化」が進むという構想の下、FCPが企画されている。

図 5-5 FCPの共通の評価枠組みの相関関係(イメージ)



注：筆者作成

協働の着眼点の概要については、既に見たので、ここでは、「FCPダイアログ・システム」、「FCP展示会・商談会シート」の概要について確認する。なお、「FCP共通工場監査項目」については、その開発プロセスとともに後述するため、省略する。

1) FCP展示会・商談会シート

このシートは、A4サイズのシートの表裏一枚に、展示会・商談会での出展者（食品事

業者等)とバイヤー(食品小売、卸売等)の間のファースト・コンタクトに必要な情報をまとめた共通フォーマットである。「展示会、商談会において、バイヤーとの目線が違っていているために、出展者の取組がうまく伝わらず、キチンと評価されていない」という関係者からの指摘を踏まえ、協働の着眼点を基盤として利用し開発された。記入する項目数は30で、表面には商品情報(ターゲット、利用シーン、商品特徴など)、裏面には事業者情報(製造工程等アピールポイント、品質管理情報など)を記載するようになっている。

(FCP展示会・商談会シートは、農林水産省のFCPのHPからダウンロード可能。URLは、http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_010.xls)

図5-6 FCP展示会・商談会シートのフォーマット

FCP展示会・商談会シート		FOOD COMMUNICATION PROJECT					
■ 商品特性と取引条件							
商品名							
最もおいしい時期	賞味期限/消費期限	賞味期限	消費期限				
生産科産地 (産地・産地等)	JANコード (付録もしくは別紙)						
内容	特許/商標(有無)						
1ケースあたり入数	箱数/箱	選別/選別					
発送リードタイム	販売エリアの範囲 単発 ○ 常						
最低ケース納品単位	ケースサイズ(重量) 縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸) 重量(kg)						
認証・認定機関	<input type="checkbox"/> 有機JAS <input type="checkbox"/> ISO <input type="checkbox"/> HACCP <input type="checkbox"/> 農林生産工程管理(SAP)						
許認可(食品、工場等)	<input type="checkbox"/> その他						
ターゲット	売先 <input type="checkbox"/> スーパー/デパ <input type="checkbox"/> 業社/卸 <input type="checkbox"/> 小売 <input type="checkbox"/> 小売/複数店舗 <input type="checkbox"/> その他(指定あり)						
利用シーン (消費者生活に対する応用)	お活用 (性別・年齢層など)						
商品特徴							
■ 商品写真							
写真 商品の全体がわかる写真を貼付		一部表示 (複数の写真を文字が読めるように貼付で貼付)					
アレキダー表示(特定原材料)に使用している項目にだけ <input type="checkbox"/> 卵 <input type="checkbox"/> 乳 <input type="checkbox"/> 小麦 <input type="checkbox"/> 大豆 <input type="checkbox"/> 豚肉 <input type="checkbox"/> 鶏肉 <input type="checkbox"/> 牛肉							
■ 出展企業紹介							
出展企業名							
年間売上高	従業員数						
代表者氏名	写真						
メッセージ							
ホームページ							
会社所在地	〒(000-000)						
工場所在地	〒(000-000)						
電話番号	E-mail						
T E L	F A X						
■ 製造工程(農林水産品の場合は生産工程等)アピールポイント							
工場写真(機械状況) 工場写真(内観) 工場写真(内部)							
■ 品質管理情報							
商品検査の有無	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> あり(詳細あり)						
衛生管理への取組	製造工程の管理						
	従業員の管理						
	施設設備の管理						
品質管理体制	担当部署	担当者	連絡先				
	詳細について						

注：農林水産省資料より

2) FCPダイアログ・システム

FCPダイアログ・システムは、食品事業者が協働の着眼点をベースに消費者との対話を行い、企業行動を改善し、信頼関係を構築するために、コミュニケーションの手法を体系的にまとめたものである(全15ページの資料。農林水産省のFCPのHPからダウンロード可能。URLはhttp://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_005.pdf)。

協働の着眼点を消費者とのコミュニケーションというビジネスシーンで活用するための補完財としての性格が色濃く、ダイアログ・システム自体を用いた事業者の取組の評価としては、自社評価が想定されているに止まる。

F C Pダイアログ・システムでは、消費者を関心の度合いに応じて3階層に分けて考え、コミュニケーションの進め方を直接対話や間接対話等の手法に大別して選択し、消費者の関心のあるテーマの吸い上げ方を考える手順を示している。さらに、こうして整理した一つ一つのコミュニケーション手法を総合的に組み合わせて、企業と消費者との相互理解と信頼関係につなげていく仕組みが提案されている。

ダイアログ・システムの性格として、農林水産省は以下の5項目を取りまとめている。

- ①商品の販売促進とは一線を画し、食品事業者と消費者の間の信頼関係の構築を目的としていること。
- ②食品事業者と消費者を、情報の発信側（食品事業者）と受信する側（消費者）に2分して捉えるのではなく、消費者の声に耳を傾けることから始め、対話を進めること。
- ③多様なコミュニケーション・チャンネル（媒体）を、企業内の様々な部署で独立して活用するのではなく、組み合わせて活用する仕組みであること。
- ④「協働の着眼点」に対応した企業行動をコンテンツとし、消費者との対話を通じて浮き彫りになった課題が「協働の着眼点」を基に改善され、食品業界全体がより消費者から評価される、という好循環を目指すこと。
- ⑤各事業者の実践事例を集め、継続的に見直していく仕組みであること。

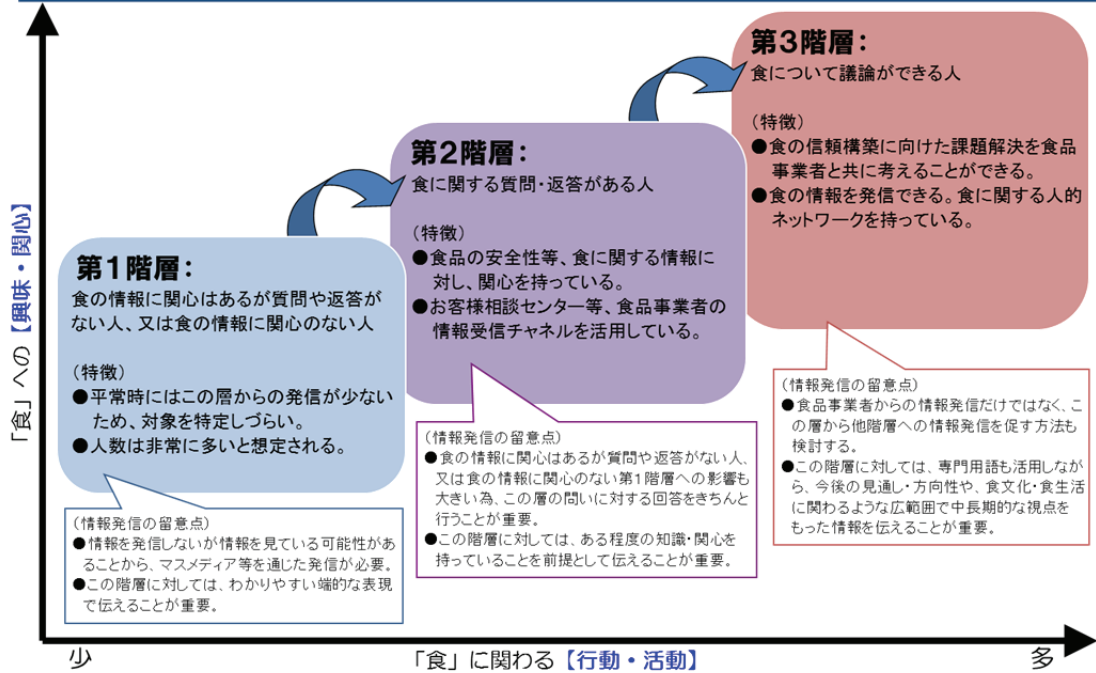
以下、具体的なダイアログ・システムの内容として、図5-7として対象者の特定の考え方に関する部分のページ及び第二階層向けとして適当と考えられるコミュニケーション手法を紹介したページを示しておく。

図 5-7 FCPダイアログ・システムからの抜粋

5. 消費者の階層化

5

FCPダイアログ・システムにおける対話の対象者を設定するために、「食」への関与、関心度合いによって消費者を3階層に区分する。なお、3つの階層は定着させてしまうのではなく、継続的に対話を続けることで第1階層から第3階層へと消費者の食に対する関心を高めて行くことが重要と考える。



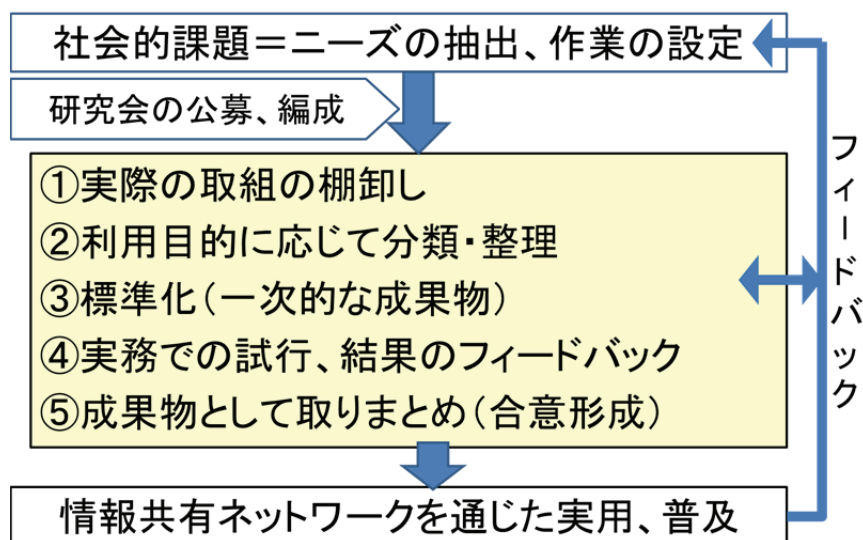
2 第2階層向けとして適当と考えられるコミュニケーション手法

第2階層: 食に関する質問・回答がある人	
直接対話	<p>セミナー・出前講座</p> <ul style="list-style-type: none"> ●セミナー・講座など会場を使ったコミュニケーション。 ●発言力・影響力の高い第3階層を講師に招いた講演、質疑応答を通じた啓発など正しい情報を共有しあう活動が中心となる。
直接対話	<p>グループディスカッション</p> <ul style="list-style-type: none"> ●座談会など会場を使った会議体型のコミュニケーション。 ●現状の商品や企業行動の評価・問題点を聞くなど消費者の問いを聞くために行うことも出来る。 ●会場での質疑や会話のやり取り、事後のアンケート等を通じて、この層のニーズを引き出す。
直接対話	<p>工場・店舗見学・試食会</p> <ul style="list-style-type: none"> ●工場など食品事業者の現場を使ったコミュニケーション。 ●現場の体験を通じて、企業の安全に対する取り組みや理念を直接見てもらう。また工場見学ルートを「協働の着眼点」をもとに見直し、説明方法の工夫を図る。 ●会場での質疑や会話のやり取り、事後のアンケート等を通じて、この層のニーズを引き出す。 ●見学会、試食会開催後に会議室での議論を行うなど、対話を行う為の導入部として使うことも可能。
間接対話	<p>お客様相談室への問い合わせ分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ●お客様相談室へ寄せられる、消費者の声を分析する。 ●コミュニケーション・テーマに関連すると思われる問い合わせ内容を分析し、課題を抽出する。
間接対話	<p>お客様モニターへのアンケートの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ●食の安心・安全について感じていることをテーマにアンケートを行い、コミュニケーション・テーマについての課題を抽出する。 ●自社のお客様モニター、メールマガジン会員等を持っている場合は、モニターへの調査がこれに当たる。無い場合は別途アンケート調査を行う。
間接対話	<p>ホームページ等の自社で運用する媒体での発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●コミュニケーション・テーマについて、消費者の問いに対する回答を自社ホームページに掲載する。 ●自社ホームページは自社の意見が表明出来る場である。「協働の着眼点」を活用しながら分かりやすい表現を行う。
間接対話	<p>商品パッケージを活用した発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●商品パッケージに、お客様からの問いに対する回答を掲載することで、商品を通じたコミュニケーションを行う。

4 共通の評価枠組みの開発プロセス（研究会等）

共通の評価枠組みの開発を担っているのは、テーマごとに開催された研究会（分科会を含む）である。ここでは、共通の評価枠組みを開発するため、FCPの研究会開催の仕組みがどのようにデザインされていたかを示すこととする。FCPの共通の評価枠組みの開発プロセスからは、ステークホルダーが研究会に参加すること（協力行動）を通じて、ビジネスでの実効性と普及可能性の高い共通の評価枠組み開発につなげようとするものであることが分かる。研究会による標準的な共通の評価枠組み開発プロセスをまとめたものが、図5-8である。

図 5-8 共通の評価枠組み開発の標準的な手順



注：筆者作成

まず、共通の評価枠組みに対するニーズ等に関する情報共有NWの意見を踏まえて、農林水産省のFCP事務局が、作成作業の目標、作業スケジュール、想定される作業負担、研究会の運営ルール等を明らかにして、情報共有NW参加企業・団体に対して研究会参加を募集する。

参加を希望する企業・団体は、運営ルール遵守を約束して研究会構成員になり、実際の作成作業に従事することとなっている。具体的な作成作業では、既存のビジネス実態を尊重しつつ共通言語としての機能を発揮するため、現場からの積み上げで標準化の作業が行われる仕組みになっている。

主体的な手上げ方式の参加によって、原案が作成され、情報共有 NW へのフィードバックや研究会参加者による実証を経て、共通の評価枠組みが取りまとめられるという手順である。

なお、共通の評価枠組みの非排除性を確保するため、研究会の成果物の著作権は農林水産省に帰属することとされている。

図 5 - 8 のプロセスは、FCPにおける最初の共通の評価枠組み開発作業である 2008 年度の協働の着眼点の作成作業グループの運営を通じて、参加企業・団体のニーズを踏まえて確立されたものである。

FCPの取組が一定程度認知される前の段階では、FCP開始以前と同様、多くのステークホルダーが、共通の評価枠組みを開発する協力行動に関して、企業情報の漏えいや取引相手先による搾取に対する懸念を抱いていた。

2008 年度当初に農林水産省 F C P 事務局が協働の着眼点の開発作業への参加に関心を示した者に対して要望を聴き取った結果、特に食品製造業のステークホルダーが取引相手先からの搾取を懸念して、異業種（中でも食品小売業）との協働作業に強い抵抗感を示すとともに、開発作業へ参加する事実が公になること自体、取引相手先や消費者から自社への過剰な情報開示要求につながるなどの懸念も示された。

このため、作業グループのデザインでは、参加事業者名を匿名扱いとした上で、食品製造、卸売、小売の業種別にグループを構成することとされた。さらに、作成作業においては、業務の専門性も反映する必要があるとされ、衛生管理、サプライチェーンマネジメント、消費者コミュニケーションの業務分野別に作業を行うことも必要とされた。この結果、9つの作業グループが編成され、食品産業以外の業種（コンサルティング会社や検査会社など、事業者評価の厳格化がビジネスのメリットになる可能性がある業種）は参加対象外とするなどの運用面での配慮がなされて開発作業がスタートした³。

他方で、「WIN-WINの関係づくりを重視する」「建設的・効果的な意見交換に貢献する（批評に終始せず、対案の提示に努める）」「個別の組織や団体に対する誹謗・中傷は行わない（事業者間の利害調整等を行わない）」など、FCPの研究会で一貫して採用されている作業の「場」の主なルールは、協働の着眼点作成作業グループ募集の段階から既に明らかにされていた。

こうした協働の着眼点の作成作業が具現化することを通じて、FCPの運営方針や共通の評価枠組みの特性に関する理解が深まり、ステークホルダーの間で懸念が低下した結果、2008 年度に開催された共通の評価枠組みのニーズを検討する研究会以降は、参加企業・団体を公表する業種横断的な研究会の運営方式が定着している。

³ 協働の着眼点作成作業の最終局面では、希望者を募って異業種が同席する会議も開催されている。作業開始前のステークホルダーの状態や F C P 事務局が作業の進捗に伴い運営手法を確立した様子については、F C P コンセプトブック作成委員会（2009）と神井(2012)において詳しく紹介されている。

また、情報共有 NW への参加と研究会への参加という、FCP への重層的な参加構造を踏まえた合意形成が図られていることも特徴である。

個別の研究会での協働作業のプロセスや開発中の共通の評価枠組みの素案等が、情報共有 NW 参加者へ情報提供され、その反応が研究会での作業にフィードバックされる形となっている。間接的にせよ、共通の評価枠組み開発への情報共有 NW 参加者の関与が確保される仕組みである。これによって、一部の企業・団体により研究会を編成すること（興味関心の高いステークホルダーに公共財開発のコストを提供させること）と、FCP のプロジェクトとしての一体性確保（開発された公共財の普及に関して情報共有 NW 参加者のコミットメントを取り付けること）を両立することが可能になっている。

5 具体的な開発事例 - FCP 共通工場監査項目 -

上で見た共通の評価枠組み開発のプロセスが具体的にどのようなもので、そのプロセスが成果物である共通の評価枠組みの内容にどのような影響を及ぼしているのか、ここでは、FCP 共通工場監査項目を例にとって明らかにすることとしたい。

1) 工場監査をめぐる社会的課題

FCP が立ち上げられた 2008 年当時、食品に関する事件・事故が続発した影響から、取引相手先等の工場での食品製造の実態をチェックする工場監査が複雑化するとともに高頻度となり、現場での混乱が話題になっていた。特に、混乱の要因として、各々の食品事業者が監査に用いる監査シート（項目等の一覧）が、事件・事故の発生に伴って各々独自に項目追加され、同じ事項を監査するにもかかわらず、異なる表現の監査シートが氾濫している状態が指摘されていた。これらの監査項目が標準化されれば、工場監査の監査側と被監査側のコミュニケーションが円滑になり、監査業務の効率化、ひいては社会的コストの低減につながることを関係者の多くが認識していた。こうした共通認識にもかかわらず、工場監査シートの内容が企業秘密として扱われ、標準化が困難な状態に陥っていた。

この工場監査に関する社会的課題は、協働の着眼点の作成作業の中で顕在化し、2008 年度に開催された協働の着眼点の活用方法について検討した研究会において、「食品事業者、検査認証機関、コンサルティング会社等が参集し、工場監査の項目のうち、安全・信頼確保のための取組に関するものについて、監査項目の標準化・共有化の検討を行う。『協働の着眼点』の項目の中から共有可能なものについて整理を始め、より詳細な項目についての合意形成を図る手法を採用し、基礎的な項目に関する標準化・共有化を模索する。」との提言が取りまとめられた。

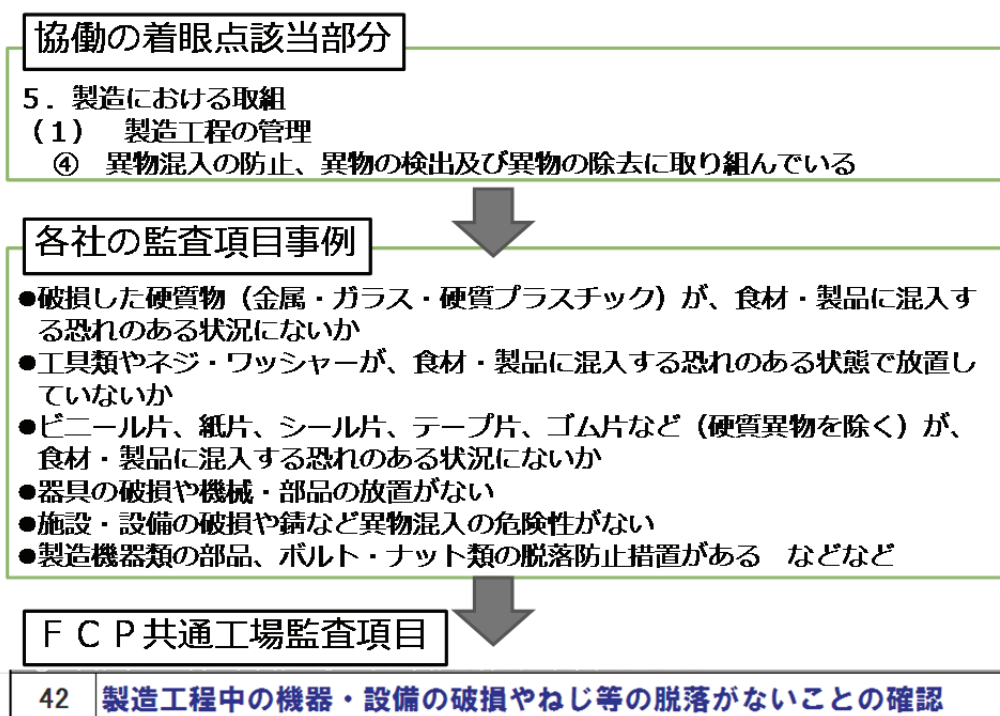
2) 2009 年度の研究会のデザイン、運用

この提言を受けて、2009 年度には、「アセスメントの効率化研究会」の下に、「工場監査

項目の標準化・共有化」分科会が設けられた。42企業／団体が手あげ方式で参加して、計8回の会議を開催し、実務に基づく積み上げの作業を行った。

開発作業は、実際の工場監査項目をアンケートとして集めることからスタートした。各社の監査シートは企業秘密の扱いであったが、FCPに参加する事業者が協働の着眼点の利用に同意していることを利用し、協働の着眼点の小項目に則したアンケート方式を採用することで、個別の監査項目の提出が可能になったのである。アンケートで協働の着眼点の小項目に対応する多数の監査項目が示され、その内容を精査して類似のものをグルーピングし、その表現を事業規模の大小や業種にかかわらず使えるようにまとめるという作業が、グループワーク方式で繰り返された。

図 5-9 共通工場監査項目の取りまとめ例



注：農林水産省資料に基づき筆者作成

具体的な項目の標準化の結果を見ると、例えば、協働の着眼点の大項目5「製造における取り組み」、中項目(1)「製造工程の管理」、小項目④「異物混入の防止、異物の検出および異物の除去に取り組んでいる」については、「38／備品類の混入防止対策の実施」「39／工場入室時の毛髪・埃除去作業（粘着ローラー、エアシャワーなど）の実施」「40／異物検知時の除去、および再発防止対策の確認」「41／製造工程中におけるカビの付着・結露水・ホコリ等による汚染防止対策の実施」「42／製造工程中の機器・設備の破損やねじ等の脱落がないことの確認」の5つの共通工場監査項目がまとめられている。

このうち、「42/製造工程中の機器・設備の破損やねじ等の脱落がないことの確認」の取りまとめプロセスを示すと図 5-9 のとおりである。

こうしてまとめられた 116 項目について、工場監査の現場で期待されている効果を発揮できるかどうか、試行版を 11 月に情報共有 NW 参加者に対してオープンにし、1 月末までの間に実際の監査現場で試行が行われ、その試行結果を踏まえて、項目の表現ぶりなどの改善が行われ、「FCP 共通工場監査項目（第 1.0 版）」が取りまとめられた。

3) 2010 年度の研究会のデザイン、運用

さらに、2010 年度には、工場監査項目の標準化・共有化研究会が開催され、「FCP 共通工場監査項目に関する要求水準及び監査手法」が取りまとめられている。2009 年度に開発された FCP 共通工場監査項目（第 1.0 版）の 116 項目に対応して、「どの水準の取り組みをもって適切と判断するか」「どのような方法で要求水準を満たしていることを確かめるか」標準化を行った成果である。この要求水準と監査手法の標準化が行われることで、食品事業者が行っている工場監査の結果について互換性の発揮が可能になっている。

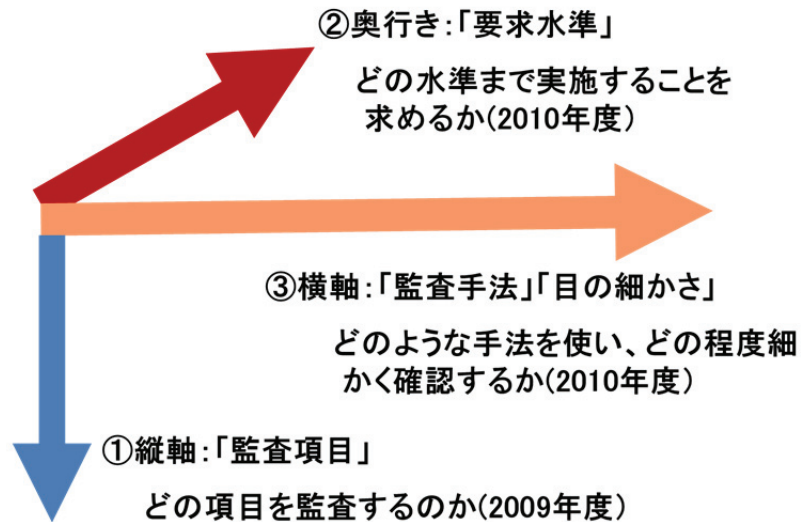
この研究会の開発作業は、

- ①参加メンバーに対して、事前に要求水準と監査手法に関してアンケートで実態を調査
 - ②農林水産省 FCP 事務局で意見交換用のワークシートに①のアンケート結果を取りまとめ
 - ③研究会当日に②のワークシートに基づいてグループワーク
 - ④ FCP 事務局で③のグループワークの結果と論点になったポイントを取りまとめ
 - ⑤④の取りまとめ結果を参加メンバーに対してフィードバックし、意見募集
 - ⑥⑤の意見募集の結果を踏まえた論点ペーパーを次回の研究会に提示して、意見交換
 - ⑦⑥の結果を取りまとめ、関係者で共有して確定
- という段階を踏んで行われた。

こうして取りまとめた結果を、前年度同様に、実際の工場監査の現場で試行し、その結果を踏まえて、2010 年度末に「要求水準及び監査手法」が確定された。

共通監査項目に対応する要求水準は、レベル 1 からレベル 3 に分けて記載されている。このレベルとは、要求水準を段階的に整理したもので、レベル 1 はベーシックな水準として設定し、より高度なものをレベル 2, 3 としている。研究会で、レベル分けの基本的な考え方について議論が行われ、レベル 1 は「ルールがある」、レベル 2 は「ルール通り実施されている」、レベル 3 は「記録がある」という段階を原則とし、個別の共通監査項目に応じて記述内容を調整することとされた。工場監査の現場で、要求水準に関する様々な表現が氾濫し、混乱や監査に係るコストの増嵩を招いているとの指摘を踏まえ、要求水準の内容を大きく括るグルーピングを行い、表現を整理したのである。

図 5-10 F C P 共通工場監査項目に関する標準化の対象



注：農林水産省資料より

具体例として、116項目のうち、39番目の該当部分を図5-11として示すこととする。

図 5-11 F C P 共通工場監査項目・要求水準と監査手法の具体例

【監査項目】	【要求水準】	【監査手法】
<p>項目番号 39</p> <p>工場入出時の毛髪・埃除去作業の実施（粘着ローラー、I7タワーなど）</p>	<p>（レベル1） 工場入出時の毛髪・埃除去のルールがある。</p> <p>（レベル2） 工場入出時の毛髪・埃除去のルールが掲示されている。</p> <p>（レベル3） 工場入出時の毛髪・埃除去がルールどおり実施されている。</p>	<p>（レベル1） ○工場入出時の毛髪・埃除去のルールを確認 ・妥当な除去作業手順があること</p> <p>（レベル2） ○工場入出時の毛髪・埃除去のルールが掲示されていることを確認</p> <p>（レベル3） ○工場入出時の毛髪・埃除去がルールどおり実施されていることを確認 ○ルールに基づくローラーやエアシャワー、吸塵器等が設置されていることを確認</p>

注：農林水産省資料より

第二節 F C Pの政策過程分析

1 分析対象と構成

この節では、食品偽装が連続して露見し、食の信頼問題が深刻化した2007年の社会情勢を受けて、2008年度から農林水産省が実行した政策変更のうち、先行する類似政策の存在しないF C Pが実際にスタートするまでの成立過程を分析し、その成立要因と政策手法としての特性を明らかにする。

2008年度の農林水産省の主要政策をまとめた「平成20年度農林水産予算の概要」では、「食品に対する国民の信頼確保策」として、食の信頼問題に対する政策が一つのパッケージとして記載されている。具体的には、

- ①JAS法の品質表示の業者間取引への適用
- ②食品表示の監視指導の充実・強化
- ③食品関係事業者のコンプライアンス（法令の遵守及び倫理の保持等）の徹底
- ④HACCP手法の導入促進
- ⑤トレーサビリティの普及
- ⑥食品事業者の安全、信頼確保の積極的な取組が評価・奨励されるための枠組み作りがあげられている。

①から⑤までの政策は、いずれも法規制（ルールの適用範囲の拡大と監視指導体制の強化）、行政指導（通知、ガイドライン等による周知、啓発）、予算補助による民間の取組促進という、既存の政策手法を修正した増分主義的な政策変更である。

⑥がF C Pに該当し、この政策手法について、中嶋（2011b:p302）は、「これまでの規制・指導の行政手法と全く異なっている。企業が食品安全管理に対して「真面目」に取り組んでいることを社会的に評価して消費者に伝えていく手段とそのことが経営成果に結びつくようなビジネスモデルの開発をしていくというものである」と分析している。この企業の取組みを社会的に評価し、消費者に伝えていく手段が、F C Pにおける共通の評価枠組みのことである。

表 5-3 F C P の成立経緯

	主な出来事	関連政策の状況	FCPの状況
2006年1月 7月 10月	・米国産牛肉輸入手続停止	・牛海綿状脳症(BSE)対策本部決定(輸入手続再開等)(7月27日) ・「牛肉加工品等の原料原産地情報の積極的な提供について」(3局長通知)発出(7月27日) ・加工食品の原料原産地表示の義務対象拡大施行	
10月 2007年1月 4月	・F社(期限表示等)に関する事件	・食品表示の総合的な推進検討開始(事務局:表示・規格課) ・「食品表示対策に関する行動指針」取りまとめ	・「新たな政策手法」検討の提案 農林水産省内で検討課題と位置付け
4月 6月 7月 8月	・牛ミンチ事案(M社による原材料虚偽表示等) ・I社(賞味期限改ざん等)に関する事件	農林水産大臣、食品業界の信頼を確保するための取組強化について省内に指示(7月10日) ・「食品の業者間取引の表示のあり方検討会」開始(7月10日)	・「新たな政策手法」検討開始(表示・規格課長の勉強会) ・勉強会、中間とりまとめ公表(7月末)
		平成20年度予算概算要求(8月末)	FCPを農林水産省案として位置づけ
9月 10月 11月 12月 2008年1月 4月	・福田内閣発足(9月26日) ・A社(製品の解凍・再包装等)に関する事件 ・S社(製品の消費期限等の改ざん等)に関する事件 ・中国製冷凍ギョーザに関する事件	「生活安心プロジェクト 緊急に講ずる具体的な施策」決定(12月17日) ・JAS法の適用対象を業者間取引に拡大 ・JAS法の監視指導体制の強化	FCPを関係関係会合で位置づけ ・表示・規格課にFCPプロジェクトチーム設置 FCPスタート

注：筆者作成

食品偽装が社会的な関心を集め、いわゆる食品問題パニックの状態に陥って、農林水産省が迅速な対応を求められる中、通常であれば増分主義的な修正が優先されるにもかかわらず、なぜ、従来の政策と異質なFCPが成立し得たのか。まず、食品に関する事件や世論の動向、FCPの政策案の検討状況に則して、FCPの成立過程を4つの時期に区分して分析を行うこととする。

具体的には、

- ①農林水産省が食の信頼問題への対応として、食品事業者の積極的な情報提供を促す方針へ転換した時期
- ②農林水産省内で、新たな政策手法の必要性が認識された時期
- ③FCPが農林水産省の政策案として位置づけられた時期
- ④農林水産省が、食品事業者等へ協働を呼びかけFCPを立ち上げた時期

の区分で分析する。続いて、分析結果に基づいて、FCPが成立した要因とその内容を規定した要素を考察することとする。

1) 米国産牛肉の輸入手続再開に関連した対応

2002年に食品偽装事件が社会問題化して以降、加工食品や外食産業で提供される料理の原料の原産地に関する消費者の関心が高まっていた。このため、2004年9月には、2006年10月からJAS法に基づく義務表示の対象を大幅に拡大(8品目から20食品群+4品目に拡大)することが決定され、2005年7月には「外食における原産地表示に関するガイドライン」が、農林水産省により作成されていた。

このような中、2006年1月に米国産輸入牛肉に危険部位の混入が確認され、輸入手続が停止される事態が発生した。この後、輸入手続再開を検討する過程で、消費者の選択に資するよう、牛肉や牛由来の原材料を使用した加工食品や外食産業で提供される料理について、原料の原産地表示を義務化すべきという要望が一層強くなっていった。国民のムードは、原料の原産地に関する表示の規制強化を求める方向にあった⁴。

こうした事態に対し、農林水産省は、技術面やコスト面での制約、国際的なルールとの整合の観点から、「表示義務化は困難」との立場を維持していた。しかし、輸入手続再開を検討する過程で、事業者による主体的な情報提供の活性化を促す対策を講じる方針を採用している(例;2006年7月14日衆議院農林水産委員会における中川国務大臣答弁)。

具体的には、米国産牛肉の輸入手続再開を認めた7月27日の農林水産省牛海綿状脳症(BSE)対策本部で、「事業者による主体的な情報提供の一層の活性化を促すとともに、牛肉の原産地表示等についてJAS法に基づく監視指導の更なる徹底を図る」ことが決定され、同日付けで、農林水産省の関係局長(総合食料局長、消費・安全局長、生産局長)から、積極的に情報を提供しよう働きかける通知が関係団体等に発出されている⁵。

この通知発出は、既存の政策手法(行政指導)を用いてはいたが、FCP成立の観点から振り返ると、農林水産省による方針転換のポイントとなった。米国産牛肉の輸入手続停止という事件を端緒にして、従来は規制強化の要請に対して「実施困難」と答えるだけであった農林水産省が、代替案として、食品事業者の積極的な情報提供の取組を促す方針を採用することを明らかにした転換点であった。

さらに、上記の方針転換と相前後して、

- ①和牛、黒豚の表示のあり方が問題視され、「食肉の表示に関する検討会」が開催された他、
- ②北朝鮮のミサイル発射への対応として、北朝鮮からの輸入量の多いアサリ、まつたけ、ウニ等の原産地に関する表示状況の調査が実施されるなど、

⁴ 例えば、2006年6月26日読売新聞朝刊「米国産牛肉「食べない」6割、「輸入再開反対」7割」、2006年7月28日日本経済新聞朝刊「米国牛肉、消費者に産地明示を(社説)」を参照されたい。

⁵ 「牛肉加工品等の原料原産地情報の積極的な提供について」は、農林水産省ホームページに掲載(2014年5月確認)。http://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/beef_search.html

様々な局面で食品表示が政策課題として注目される機会が増加していた⁶。

米国産牛肉の輸入手続再開に関連する対応はとられたものの、引き続き、農林水産省の政策形成者の注目が食品表示政策に集まっていたことがうかがわれる。

2) 食品表示の総合的な推進の検討（2007年4月まで）

農林水産省が関わる食品表示対策の手法は、JAS法の他に、ガイドライン・通知等による行政指導、予算補助による表示支援等があり、担当部局も複数にまたがっていた。上記のように、それぞれの担当部局が執行する既存政策から、農林水産省の新たな対応を迫るフィードバックが度重なったことから、省内で、食品表示政策を総合的に推進する必要性が認識されるに至った。

これを受けて、2006年10月から翌年3月までの間、農林水産省の所管する食品表示政策を組み合わせ、総合的に推進するための行動指針の策定作業が、縦割りを排す形で行われた。具体的な検討は、農林水産省の食品表示関連の課長クラスの職員からなるプロジェクトチームの下、課長補佐クラスの職員18名によるワーキンググループを設けて実施された。この作業の事務局は、省内の食品表示政策の総括を担当する表示・規格課が担った。

取りまとめられた「食品表示対策に関する行動指針」⁷では、消費者利益を優先し、民間活動を重視する（法律による規制は限定的に採用する）ことなどを原則として、食品表示政策を推進することとされた（神井 2008a）。

この検討作業の過程で、「消費者ニーズが多様化、複雑化し、同じ食品に関する同様の情報であっても、時と場合によって、また、個々の消費者のおかれた状況によって、その受け止め方、評価に大きな差が生じる状況下では、行政（農林水産省）が食品事業者に対して一律の行動（表示）を働きかける対策のみでは、限界がある」、「消費者ニーズの一層の多様化等に対応できるような民間活動を重視する新たな政策手法のあり方を検討すべき」との問題認識が農林水産省内で共有されている（神井 2008b, 2012）。

その際に提案された「検討案の概要」では、①「消費者への積極的な情報提供等に取り組む事業者を支援」することにより、②「事業者が多様化する消費者ニーズに弾力的に対応しながら、情報の内容、提供手法等について主体的に選択することを促し、消費者・事業者双方にとってメリットとなる環境を整備」することが基本方針として掲げられている。

このワーキンググループの提案は、2007年4月の新基本法推進本部（当時設置されていた事務次官をトップとする農林水産省内の会議体）で、「食品表示対策に関する行動指針」とともに報告され、新たな政策手法について検討を進める方針が確認された。

⁶ ①和牛の名称については、2006年7月20日参議院農林水産委員会における中川国務大臣答弁、②黒豚の表示については、2006年5月12日衆議院内閣委員会における川内委員質問、町田政府参考人答弁、③北朝鮮産の農林水産物の原産地表示に関する監視指導、調査については、2006年10月27日衆議院環境委員会における竹谷政府参考人の答弁を参照されたい。

⁷ 食品表示対策に関する行動指針は、農林水産省ホームページに掲載(2015年5月確認)。

http://www.maff.go.jp/j/jas/sogo_suisin.html

食品表示政策の運用を検討する過程で、農林水産省の職員間の価値意識として、食品表示政策の限界と新たな政策手法の必要性が共有され、政策変更を検討する環境が整っていたことが分かる。ただし、この時点では、新たな政策手法は、アイデアの一つという位置づけに過ぎない（神井 2012）。

3) 農林水産省案の成立まで（2007年9月まで）

新たな政策手法の検討は、表示・規格課長の勉強会として、2007年4月から具体的にスタートした。

この勉強会の構成員は、農林水産省の関係部局の職員5名の他に、食品事業者の行動をビジネスで評価する立場の有識者4名の計9名であった。勉強会では、主にビジネスでの実用可能性、消費者の信頼確保上の効果の観点から、新たな政策手法の枠組みの検討、具体化が進められた。

この結果、2007年7月末までに、『「フード・コミュニケート・プロジェクト」の提案—中間とりまとめ』⁸として、新たな政策手法の原案が取りまとめられ、公表された。その基本的な考え方は、

- ①食品事業者が消費者中心主義での情報提供等に積極的に取り組む機運を醸成すること
 - ②民間による食品事業者に対する適正な評価活動の展開を促すこと
 - ③農林水産省は、食品事業者の評価は行わず、評価項目の標準化、共有を先導する役割を担うこと
 - ④評価結果の効果的なフィードバックを促すこと
- とされており、さらに、具体的な政策案として、
- ①正確かつ積極的な情報提供等を行う際の行動指針を作成し、これへの賛同を呼びかけ、運動の拡大を図ること
 - ②食品事業者に期待される情報提供等の着眼点（評価の方向性、評価されるべき行動の類型・項目）を標準化する「評価スキーム」を策定すること
 - ③様々なアプローチで、民間による「評価スキーム」の活用を促して行くことを提案している。

この勉強会の報告書において、食品事業者の取組に対する適正な評価、積極的な情報提供の機運醸成など、現在FCPで取り組まれている対策の骨格が示されている。本研究で共通の評価枠組みと定義している食品事業者間の情報のやり取りに関する標準の開発についても「評価スキーム」として位置付けられ、農林水産省による標準化の先導、民間によ

⁸ 『「フード・コミュニケート・プロジェクト」の提案 - 中間とりまとめ - 』は、農林水産省ホームページに掲載（2014年5月確認）。http://www.maff.go.jp/j/jas/pdf/fcp_b.pdf
具体的な検討作業については、神井（2012）を参照されたい。

る利用（評価）の促進という基本的な方向が明らかにされている。この基本的な方向に則して、政策案の具体化がすすめられていくこととなるが、この時点では、未だ技術的な実現可能性や食品事業者等の反応に不明な点が多く、予算等の制約もクリアされていないという状態であった。

他方、食品に関する事件や世論の動向を見ると、2007年に入り食品偽装に関する事件が連続していた。この過程で、問題として注視された事象は、原産地表示から、期限表示など食品表示全般へ、さらに、食品事業者の行動の適正化にまで拡大されることとなった。特に、6月に明らかになった牛ミンチ事案においては、疑義情報の不適切な処理やJAS法で業者間の取引が規制対象となっていなかったことなど、農林水産省の対応が問題視された。

こうした状況はメディアで大きく取り上げられ、世論は食品業界や農林水産省への不信感に満ちたものになっていた（中村 2012）。不信感の高まりは、農林水産省が設けていた食品表示 110 番への通報が 2007 年半ば以降急増したことに端的に表れている（中嶋 2011b）。

当時、政治とカネの問題や年金記録の問題で政府や政治への不信感が高まっていたことも相俟って、農林水産省に対して、迅速に効果的な対応を取ることを強く求める国民のムードが醸成されていた。

こうした中、7月10日には、JAS法の適用範囲拡大を検討する「食品の業者間取引の表示のあり方検討会」が立ち上げられた。また、同日の閣議後記者会見で、赤城農林水産大臣(当時)が、食品業界の信頼を確保するための取組を強化するよう、省内に指示した旨を発言した⁹。

この大臣指示に基づいて、FCPが農林水産省の提案する政策パッケージの一つとして検討されることとなった。8月末の時点で、FCPは「食品事業者とその食品が適正に評価される仕組みの構築」（食品事業者の安全、信頼確保の積極的な取組が評価される環境の整備）」と表現され、農林水産省による平成 20 年度予算の概算要求に組み込まれることとなった¹⁰。

こうしてFCPは、正式に農林水産省の政策案と位置づけられることとなったのである。

4) プロジェクト立ち上げまで（2008年4月まで）

2007年9月以降、食品偽装事件が連続し、食品表示の適正化と食品事業者の企業行動の適正化が政策形成者の関心を引き付ける状態が続いた（中村 2012）。さらに、2008年1月には、中国産冷凍ギョーザに関する事件が発生し、食品の安全性確保も改めて問題視されることとなった。

⁹ 2007年7月11日付け読売新聞朝刊「食肉偽装 JAS 法適用対象業者拡大も 食品表示検討会が初会合」を参照されたい。

¹⁰ 「平成 20 年度農林水産予算概算要求の概要（未定稿）」（農林水産省 2007）の記述より引用した。

政策案の検討としては、9月以降、FCPの技術的な実現可能性を高めるため、農林水産省職員がFCPの構想を提示して、関係者の意見を聴き、修正と具体化を進める取組が繰り返されていた。当時、食品事業者の間では、食の信頼問題に対する政策に関して、規制強化に伴う技術的な問題やコスト増嵩を指摘する声があがっており、潜在的な不満が蓄積していた¹¹。同時に、一部の食品事業者の間では、消費者の信頼回復のため、自ら行動を起こすべきとの危機感も醸成されていた（神井 2012）。

先に述べた表示・規格課長の勉強会では、食品メーカー、小売業、消費者の各々の立場の関係者を招いて、意見を聴取する会議が開催された。また、並行して農林水産省の担当者が、大小の食品メーカー、卸売業者、商社、スーパー、百貨店、コンビニエンスストア、業界団体、消費者団体など、数十社・団体を訪問し、意見の聴き取りを行った。さらに、11月には、農林水産大臣と消費者の間で「食品の信頼確保に関する消費者との意見交換会」が開催された。

これらの取組を通じて、FCPの政策効果を発揮するためには、開発されるツール（共通の評価枠組み）が、①最新のビジネス実態に則し、②民間主体が利用メリットを期待出来る内容で、③一端作成した後も柔軟な見直しが可能である必要性が確認された（神井 2012）。

このため、FCPの推進手法として、共通の評価枠組みを利用する当事者である食品事業者等が自ら開発作業に参画し、その内容に関与する仕組み（序章で見た「食品産業の将来ビジョン」（農林水産省 2012）では、「協働のプラットフォーム」と位置付け）を構築する方向で政策案が具体化されていった。

この時点で、共通の評価枠組みの開発ステージと利用ステージの連動を図る方針が固まっていることが分かる。食品問題パニックとも言うべき状況下で、食品事業者側の自ら行動を起こすべきとの危機感と、ビジネス実態に則した共通の評価枠組み開発という政策的な要請が導き出した結論が官民協働の取組の推進という形態である。政策案の検討当初から、共通の評価枠組みの利用ステージの取組として、食品事業者による積極的な情報提供を進める運動展開が重要視されており、開発ステージへの食品事業者の参画が求められたことで、開発と利用の連動を視野に入れた協働のプラットフォーム構築が政策手法として浮上したのは自然な展開であったと言える。

新たな政策としてのFCPの成立を確定的にしたのは、福田内閣の発足（9月26日）であった。福田総理は、就任後の第168回国会における所信表明演説において、政権の重要課題の一つに「国民の安全・安心を重視する政治への転換」を掲げ、「消費者の立場に立っ

¹¹ 例えば、「食品の業者間取引の表示のあり方検討会（2007年7月10日から12月4日まで7回開催）」の議事録（http://www.maff.go.jp/j/jas/kaigi/gyosha_kan.html 2014年5月確認）、2006年3月9日付け日本経済新聞朝刊「第5部負担だれに（2）卸売会社、対策急ぐ - 産地表示・衛生管理（食安心と価格）」、2007年11月10日付け日本経済新聞朝刊「食の信頼、回復苦闘 - 偽装続発でメーカー・小売り、研修・検査を強化」を参照されたい。

た行政により、食品の安全・安心を守るため、正しい食品表示を徹底する」旨を明確にした。

さらに、総理のリーダーシップの下、消費者・生活者の目線に立って政策を総点検して見直し、将来の方向を取りまとめるために「生活安心プロジェクト」が立ち上げられた。12月17日には、「生活安心プロジェクト」に関する関係閣僚会合で、「生活安心プロジェクト 緊急に講ずる具体的な施策」が決定され、この中に、FCPの取組が位置づけられた。

具体的には、「食品企業の活動を適正化する」の項において、「食品の安全や、消費者の信頼確保に向けた事業者の意欲的な取組を促すため、民間の多様な主体が格付や優良事例の表彰及び普及などによりこれら事業者の取組を評価・奨励するための枠組み作りを推進する。」と記されている。

「生活安心プロジェクト」として権威付けされたことを受けて、食品事業者等に対して、農林水産省職員によるFCPへの賛同呼びかけが展開された。これは、FCPの実現可能性を高めるための、共通の評価枠組み開発の準備作業であると同時に、食品事業者等がFCPを支持する機運を醸成する取組でもあった。公共財ジレンマの解決方策のうち、プロジェクトの成功に必要なクリティカルマス確保のための事前説明活動と云って良い。農林水産省職員による働きかけは、消費者の食品業界に対する不信感の高まりに危機感を覚えていた食品事業者等に前向きに受け止められ、多くの事業者がFCPに協力する意思を表明するに至った。

こうして共通の評価枠組みの開発作業を始めとするFCPの取組に、食品事業者等が主体的に参画する手法の実現に目途が立つこととなった。さらに、積極的にFCPに協力する旨表明した食品事業者のうち、食品製造業3社と量販店2社は社員を農林水産省に出向させ、FCP推進のための業務に従事させることとなった。これら民間企業からの出向者と農林水産省職員からなるプロジェクトチームが2008年4月に立ち上げられ、農林水産省のFCP推進体制が整備された(神井 2012)¹²。FCPが、食品事業者等と農林水産省の協働により推進する取組としての性格を鮮明にしていたことが分かる。

2 FCPの成立要因

これまで見て来たように、FCPの成立要因の一つは、食品に関する事件の続発による社会的関心の高まりにあった。

食品問題パニックに陥るようなケースでは、政策の窓モデルの「問題の流れ」と「政治

¹² FCPのプロジェクトチームは、2010年3月末までの2年間表示・規格課に置かれた後、2010年4月から総合食料局食品産業企画課へ移管され、2011年9月に食料産業局企画課食品企業行動室が設置され、FCPを担当することとなった際に解散している。

の流れ」は、キングダム(2011)が指摘しているように相互に独立した関係にあるのではなく、むしろ、連鎖反応とも言うべき密接な相関関係が見られる。「問題の流れ」で事件が起こると、「政治の流れ」に影響して国民の間に懸念が拡大し、関係者間で問題意識が高まる。「政治の流れ」における関心の高まりによって、「問題の流れ」で、従来見過ごされがちだった「状況」のニュース価値が高まり、告発対象の「問題」となって、事件発覚が増大するという状況が見られるという状態である。

F C Pのケースでは、「問題の流れ」と「政治の流れ」が相互に影響し合い、食の信頼問題が深刻化したタイミングで、「政策の流れ」で新たな政策手法としてF C Pの案が成熟していたため、三つの流れが合流し、政策の窓が開いたとも解釈出来る。

「政策の流れ」でF C Pの案が成熟できたのは、農林水産省内で継続して検討作業が行われたことに負うところが大きい。産地表示から食品表示全般、さらに食品事業者のコンプライアンスへと注目される問題が変遷したにもかかわらず、農林水産省職員によるF C Pの検討作業が継続された要因は、大きな枠組みで政策課題が設定されたためと考えられる。システム思考の一種とも言える。

通常は問題の続発に伴って設定される政策課題が変化し、政策代替案の検討作業も中断又は変更されていくことになりがちである。しかし、検討作業の早い段階で、農林水産省職員が、縦割りの考え方を排し、そもそもの政策目的に立ち返って議論を重ねたことにより、個別問題を包括する食の信頼問題への対応が政策課題として設定されることとなった(神井 2012)。この過程で、食の信頼問題に対する対策として新たな政策手法の必要性が省内で認識共有されたため、様々な事件が食の信頼問題の発露と捉えられる限り、それらは、検討作業の中止要因でなく、継続の要因として機能することとなった。

また、農林水産省における検討作業の事務局を表示・規格課が一貫して担ったことも、政策案の成熟に貢献したと考えられる。表示・規格課は、食品表示の監視業務を担い、食の信頼問題への増分主義的な対応として有力な選択肢となる食品表示政策を総括する課であった。単純に考えれば、F C Pを所掌事務とする必然性は認められない¹³。しかし、農林水産省として、食の信頼問題に対する食品表示政策の限界が認識共有されていたため、食の信頼問題に対する政策を総合的に推進する観点から、表示・規格課がF C Pを担当するに至ったものである¹⁴。

3 F C Pの共通の評価枠組みに求められた特性

ここまでの政策過程分析を踏まえ、F C Pの共通の評価枠組みに求められた特性について

¹³ 農林水産省組織令第47条(2007年当時)によれば、表示・規格課の所掌事務は、「農林水産省の所掌事務に係る物資の表示に関する事務の総括に関する事」「日本農林規格及び農林物資の品質に関する表示の基準に関する事」とされている。

¹⁴ 農林水産省の担当者(当時)に対するインタビュー(2014年4月18日実施)並びにF C Pコンセプトブック作成委員会(2009)及び神井(2012)による。

て示すこととしたい。食品パニック問題が生じ、食品表示等の規制強化が求められるなか、規制へのアンチテーゼとして、政策案が具体化していった様子がかがわれる。このため、市場志向型の対応であること、食品事業者の主体性発揮が重要視されることが、政策案の基本的な方向性として一貫している。

まず、FCPにおいて開発される共通の評価枠組みは、食品の種類、ステークホルダーの業種を超えて、全ての食品に関する情報のやり取りに有効な共通言語として機能することが求められた。食品の種類、関係する業種に応じて、情報のやり取りが専門化・高度化し、ステークホルダー間で利用される共通の評価枠組みも専門化・高度化を迫られた結果として、フードシステムにおける情報の非対称性をさらに高めることとなった問題を解決するための政策がFCPであったためである。

次に、FCPの共通の評価枠組みは、中小零細規模の事業者が実際のビジネスで利用可能な内容であることを要請された。中小零細企業が大半を占める我が国のフードシステムの実態を考慮すると、コスト等を理由に共通の評価枠組みの利用が一部の者に限られては、フードシステムへの信頼は獲得不可能となるためである。

また、FCPの共通の評価枠組みは、既存の他の共通の評価枠組みと並存可能なものであることを求められた。実際のビジネス現場では、既存の共通の評価枠組みが専門化・高度化の要請に応じて機能しており（この専門化・高度化が、共通の評価枠組みの「共通性」を失わせているのだが）、そのユーザーからは、新たに開発されるFCPの共通の評価枠組みが、これらの既存の共通の評価枠組みと並存可能なもの、拘束力の弱いものであることを求められた。新たな共通の評価枠組みの導入によって、既存のビジネスに混乱を来すことは、消費者からも食品事業者等のステークホルダーからも、許容されないことであった。

さらに、FCPの共通の評価枠組みは、食品事業者等のステークホルダーの知見を集める協働作業によって開発される必要があった。規制ではなく、顧客志向の創意工夫の発揮や、柔軟性、スピードといった民間活動の長所を活かして、消費者の食への信頼に貢献することを期待されたためである。言い換えれば、共通の評価枠組みの利用は市場志向型であることを求められた。持続可能な利用を可能にするため、意欲的な事業者にビジネス上のメリットが還元されるよう機能することが期待されたのである。メリット還元を実現するためには、食品事業者の取組について適正な評価が行われ、その結果がフィードバックされる機会を増やすことが必要であった。共通の評価枠組みを利用する者が増えれば増えるほど、利便性が増す性質を備えることが求められたのである。

最後に、FCPの共通の評価枠組みの利用促進は、食品事業者による消費者の信頼向上のための積極的な情報提供を活性化する運動の一環として進められることが期待された。規制強化でなく、ステークホルダーの自発的な活動により食の信頼問題を解決するというメッセージが発信される必要があったためである。

第三節 F C Pの企画意図

この節では、まず、F C P以前には、共通の評価枠組みの開発に対してステークホルダーの協力行動が実現困難な公共財ジレンマ状態にあったことを確認し、政策介入が必要とされたことを示すこととしたい。次にマクロ・ミクロ図式を援用して、共通の評価枠組み開発がどのように食の信頼問題の解決に貢献することを期待されたかを明らかにする。F C Pへの参加呼びかけによって、個々のステークホルダーの行動変容を促し、その集積によってフードシステムにおける情報流通の円滑化を実現しようとしたデザインと、共通の評価枠組みをビジネスの実態に則し、普及可能性の高い効果的なものにするため、ステークホルダーの参画を得ようとしたデザインについて、明らかにすることとしたい。最後に、公共財ジレンマの解決方策の類型を用いて、F C Pの研究会の具体的な取組が、ステークホルダーの協力行動を促す上で、どのような効果を発揮すると想定されるかを明らかにする。

1 公共財ジレンマ状態の存在

筆者は、第二章で、フードシステムを機能的に分化するために、共通の評価枠組みを開発しようとする際には、公共財ジレンマ状態が生じることを、一般論として指摘した。

以下では、具体論として、F C P立ち上げが検討されていた時点の我が国のフードシステムに関わるステークホルダーが公共財ジレンマ状態に直面していたことを明らかにする。

表 5-4 F C P以前の主なステークホルダーの状況

	共通の評価枠組みへの期待	共通の評価枠組みへの不安	協力行動への不安
食品製造業	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社取組の説明コスト低減、評価獲得 ● 情報開示による新たなビジネスチャンス ● 同業他社の「見える化」による自社の業務リスクの低減 ● 取引先の「見える化」による自社の業務リスクの低減 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 取引先からの要求、圧力の高まり ✓ 情報開示競争激化によるコスト増 ✓ 勝手格付け等による評判悪化 ✓ フリーライダーの存在 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 製造のノウハウ、情報の流出 ✓ 普及が進まぬ場合の協働作業コストの空費
食品小売業・卸売業	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社取組の説明コスト低減、評価獲得 ● 情報開示による新たなビジネスチャンス ● 取引先の適「見える化」による自社業務リスクの低減 ● 良質な商品の発掘コスト低減 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報開示競争激化によるコスト増 ✓ 勝手格付け等による評判悪化 ✓ フリーライダーの存在 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 調達、販売に関するノウハウ、情報の流出 ✓ 普及が進まぬ場合の協働作業コストの空費
支援機関（金融・自治体等）	<ul style="list-style-type: none"> ● 支援対象に関する情報収集コスト低減 ● 支援対象の業務上のリスク低減 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ フリーライダーの存在 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 支援上のノウハウ、情報の流出 ✓ 普及が進まぬ場合の協働作業コストの空費

注：筆者作成

実際には、ステークホルダーは、共通の評価枠組みにどのような期待を寄せ、不安を抱いているのか、またその開発のための協力行動のコストをどう感じていたか。農林水産省が、実際に共通の評価枠組みの開発に着手する2008年より前のステークホルダーの状況解釈を、FCPの形成プロセスを紹介している神井(2008b, 2012)及びFCPコンセプトブック作成委員会(2009)の記述並びに農林水産省のFCPのHPに掲載されているFCP参加者の「応援メッセージ」を基に表5-4をまとめた。

具体的には、主なステークホルダーのうち、共通の評価枠組みがもたらすメリット・デメリットに対する受け止め方が異なると想定される「食品製造業」「食品小売業・卸売業」「支援機関(金融・自治体等)」の3グループに分けて整理を行った。さらに、この表の客観性を高めるため、一旦筆者が整理した表をFCPの活動に立ち上げ時から参画している食品事業者に提示して、意見を聴取し、これを踏まえて修正する手続きを踏んだ¹⁵。

以下、表5-4の状況解釈を体系的に整理するため、第二章で用いた木村(2002)のモデルに則って詳述する。

1) 共通の評価枠組みから得られる利益(G)

主なメリットとして期待されていたのは、取引費用の低減である。「自社取組の説明コスト低減、評価獲得」とは、食品をめぐる事件・事故等の影響により、取引先から説明を要求される機会が増加し、そのやり取りのコストが高まっていたことから、期待されたものである。また、「情報開示による新たなビジネスチャンスの獲得」とは、新たな取引先を探索する費用の低減等につながるなどの期待である。特に、中小零細規模の食品製造業者の間で期待が大きい傾向がみられた。

他方、大手食品製造業者を中心として、「同業他社の「見える化」による自社の業務リスクの低減」への期待も大きかった。他社製造の商品のトラブル等に起因する自社製造の同種商品の買い控え、消費者からのクレーム増加、提出する証明書類等の増加等を回避できるとの期待である。

「取引先の「見える化」による自社の業務リスクの低減」とは、いわゆる川上、川下の取引先の情報開示促進により、原材料由来のトラブルや、流通、保管、販売段階でのトラブルを回避できるとの期待である。

また、取引する商品を低コストで探索するニーズが高い食品小売業者及び卸売業者の間では、「良質な商品の発掘コスト低減」への意識が高かった。

さらに、ステークホルダーの中には、食品事業者の強み、弱みを把握し、支援することをミッションとしている地方自治体、金融機関、コンサルティング会社等が存在する。こ

¹⁵ 具体的には、2012年11月12日にFCPのアドバイザー(第四節で詳述)のうち4名、ファシリテーター(FCPの研究会等の場のコーディネーターに携わった個人としてFCPのHPに応援メッセージを掲載している者)のうち2名が一堂に会する機会を設け、FCP以前のステークホルダーの状況についてヒアリングを行うとともに、筆者から表5-4の原案について説明し、出席者の意見交換を経て、内容を修正、確認した。

これらの間では、「支援対象に関する情報収集コスト低減」への意識が高かった。

以上のような期待があった反面、共通の評価枠組みの具体的な内容やその活用方法についてイメージ出来ないために協働作業への参画を躊躇する意見もあった。「情報開示競争激化によるコスト増」とは、共通の評価枠組みの供給が業者間の情報開示競争を激化させ、結果的に体制整備等のためのコストを増すのではないかとの懸念である。「勝手格付け等による評判悪化」とは、第三者の不適正な評価により自社に対するネガティブな情報が流されることへの懸念であった。

2) 協力行動（開発作業への参加）に必要なコスト（K）

開発作業のための従業員の拘束時間等については、大企業や首都圏の中小企業からは、大きな負担感は示されなかった（首都圏から立地の遠い中小企業や地方自治体には負担感があった）。

他方、開発作業に伴うコストとして、企業情報の管理に関する懸念が、食品製造業を中心に強く意識されていた。自社の「ノウハウ、情報の流出」とは、開発作業を通じて、同業他社、取引先に対して、ノウハウ、情報が流出し、不利益を被るのではないかとの懸念である。食品製造に関する模倣可能性が高いとの認識を背景にしたものである。

「取引先からの要求、圧力の高まり」とは、開発作業への参加自体が、積極的な情報開示の意思表示と解釈され、販売側からの圧力が高まるとの食品製造業者の懸念であった。また、「開示に伴うコストを食品製造業者が負担せよ」との販売側からの要求につながる懸念もあった¹⁶。

第二章で整理した一般論としての公共財ジレンマ状態との相違点をあげれば、まず、利害の相反する他者に対する不信感、警戒心が非常に強かったため、協力行動のコストを高く見積もらせ、開発作業の成功見込みを低く見積もらせていたことがあげられる。他方、食品パニック問題の影響で、大手企業の一部で、何もしないで現状維持でいることが自社の経営環境を悪化させるのではないかという危機感が広がっており、通常の公共財ジレンマでは意識されない協力行動を採用しなかった場合のコストが一時的にせよ意識されていた点も、FCP立ち上げ当時の特徴として指摘できる（第二章で見た木村（2002）の社会的ジレンマの類型のうち「環境汚染物質の除去」類型に近い現象）。

こうした特殊事情は認められるものの、既存の共通の評価枠組みの短所を補う、まさに共通言語としての新たな共通の評価枠組みの必要性を多くのステークホルダーが認識しながら、その非排除性故に、「合理的な」ステークホルダーが様子見を決め込む結果、開発作

¹⁶ 小川は、商品規格書に関する研究(2011)の中で、食の安全安心ニーズが、小売りから食品メーカーへの情報開示要請の増加を招いたこと、情報開示要請を受ける食品メーカーには、企業秘密を守るため「開示の限界（模倣防止）」があることなどを指摘し、食品メーカーの販売サイドに対する警戒心の存在を示している。

業が実現されないという、第二章で明らかにした公共財ジレンマ状態が存在したことが分かる。

2 共通の評価枠組みと食の信頼問題の関係

農林水産省は、FCPが理想的に機能している場合の近未来の姿を、「20XX年の姿」としてFCPのHPで公開している。そこでは、食品事業者、消費者等が共通の評価枠組みを日常的に活用することによって、「消費者の信頼のため、真面目に頑張っている食品事業者がキチンと評価される社会」が実現され、食の信頼問題が解決している姿が描かれている。共通の評価枠組みを活用する手法として、業務改善のためのチェックシート、工場監査項目の共通シート、商談会の共通シートや、業務格付け、ギフト商品の選考、投資先の選考の基準としての利用、食品事業者の社員研修プログラム、消費者と食品事業者の対話プログラム、工場見学プログラム等の基盤としての利用など、多様なビジネス展開のイメージが示されている。これらの共通の評価枠組みの多くが実際に開発されていることは、既に紹介したとおりである。

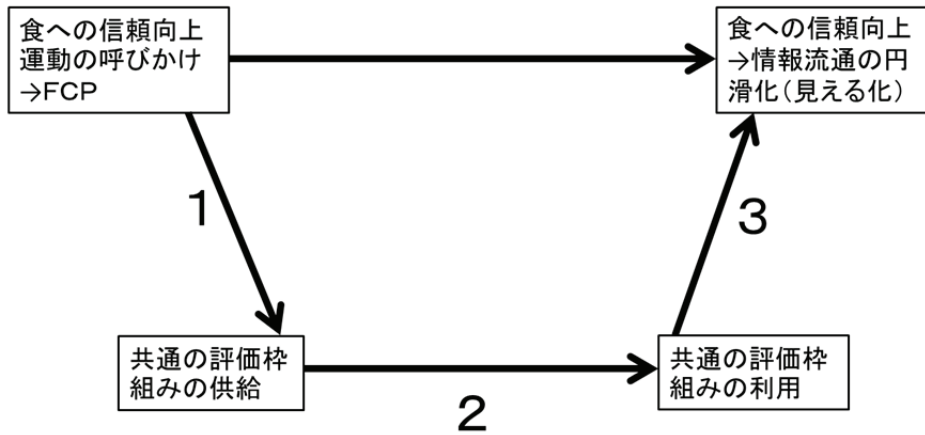
この「20XX年の姿」を実現するために、共通の評価枠組みがどのように機能するようFCPがデザインされているか、以下、前章の地物一番企画の分析例にならって、マクロ・ミクロ図式（図3-2参照）を援用し、そのメカニズムを整理することとする。第二章で整理したとおり、共通の評価枠組みの利用によるフードシステムの機能的分化には、一体で捉えるべき開発と利用の二つのステージが存在する。このステージには、それぞれマクロレベルの社会的な変化を、ミクロレベルの個々のステークホルダーの行動の変化によって実現しようとする構造が存在する。

1) 共通の評価枠組み利用ステージのメカニズム

まず、食の信頼問題の解決へ向けたフードシステムにおける情報流通の円滑化という社会的な変化（マクロレベルでの変化）を起こすため、農林水産省が、個々のステークホルダーに対してFCPへの参加呼びかけを行い、共通の評価枠組みの利用という形での経済活動の変化（ミクロレベルの変化）を促している構図を明らかにする。

図3-2で示した「食の信頼問題対策」の位置には、農林水産省によるFCPの提案（食への信頼向上運動の呼びかけ）が該当する。農林水産省による個々のステークホルダーに対する働きかけ（図5-12の矢印の1の部分）により、共通の評価枠組みに関する情報が提供され、その利用について判断が促される（矢印の2の部分）。この結果、個々のステークホルダーの共通の評価枠組みの利用が実現され、多様な利用シーンの増加によって（矢印の3の部分）、フードシステムにおける情報流通の円滑化（ひいては、食への信頼向上）を実現しようとするものである。

図5-12 マクロ・ミクロ図式の共通の評価枠組みの利用ステージへの援用



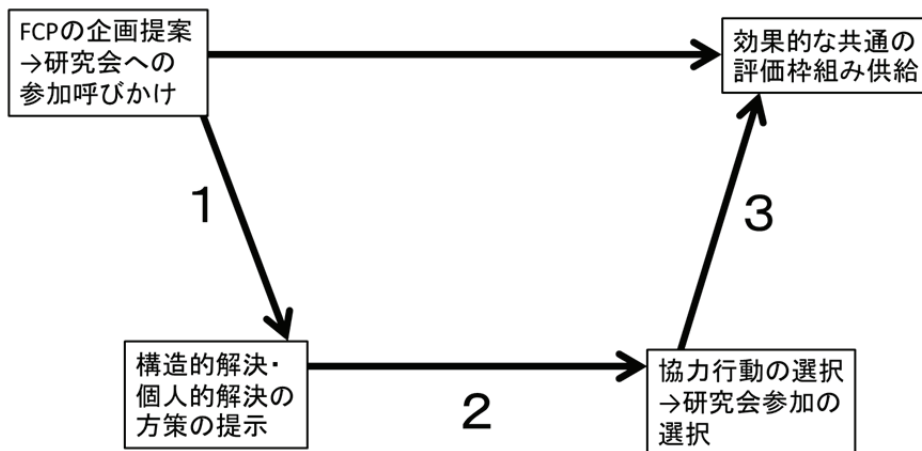
注：筆者作成

実際には、共通の評価枠組みの利用者数が一定以上に達すると、20XX年の姿で表現されているような標準化による相乗効果が発揮され、利用のメリットが顕在化してくるものと見込まれる。利用者数が一定数に達するまでの間であっても、共通の評価枠組みを利用することにメリットを感じられるような企画を組み込むことが、FCPのデザインに求められていたと言える。

2) 共通の評価枠組み開発ステージのメカニズム

次に、共通の評価枠組み開発ステージのメカニズムを整理すると、図5-13のとおりである。

図5-13 マクロ・ミクロ図式の共通の評価枠組みの開発ステージへの援用



注：筆者作成

図 5 - 12 で確認したように、多くのステークホルダーが必要性（メリット）を認める共通の評価枠組みを供給することが、F C P が食の信頼問題解決に貢献するために重要なポイントである。

ビジネス実態に則し、普及可能性の高い、効果的な共通の評価枠組み供給という変化（マクロレベルでの変化）を起こすため、農林水産省は、F C P の研究会への参加呼びかけを通じて、フリーライドしようとするステークホルダーの認識の変化、さらには、研究会参加という協力的行動を選択する行動変化（ミクロレベルの変化）を促している。一定数以上のステークホルダーが研究会に参加することにより、効果的な共通の評価枠組みが供給可能になるというデザインである。

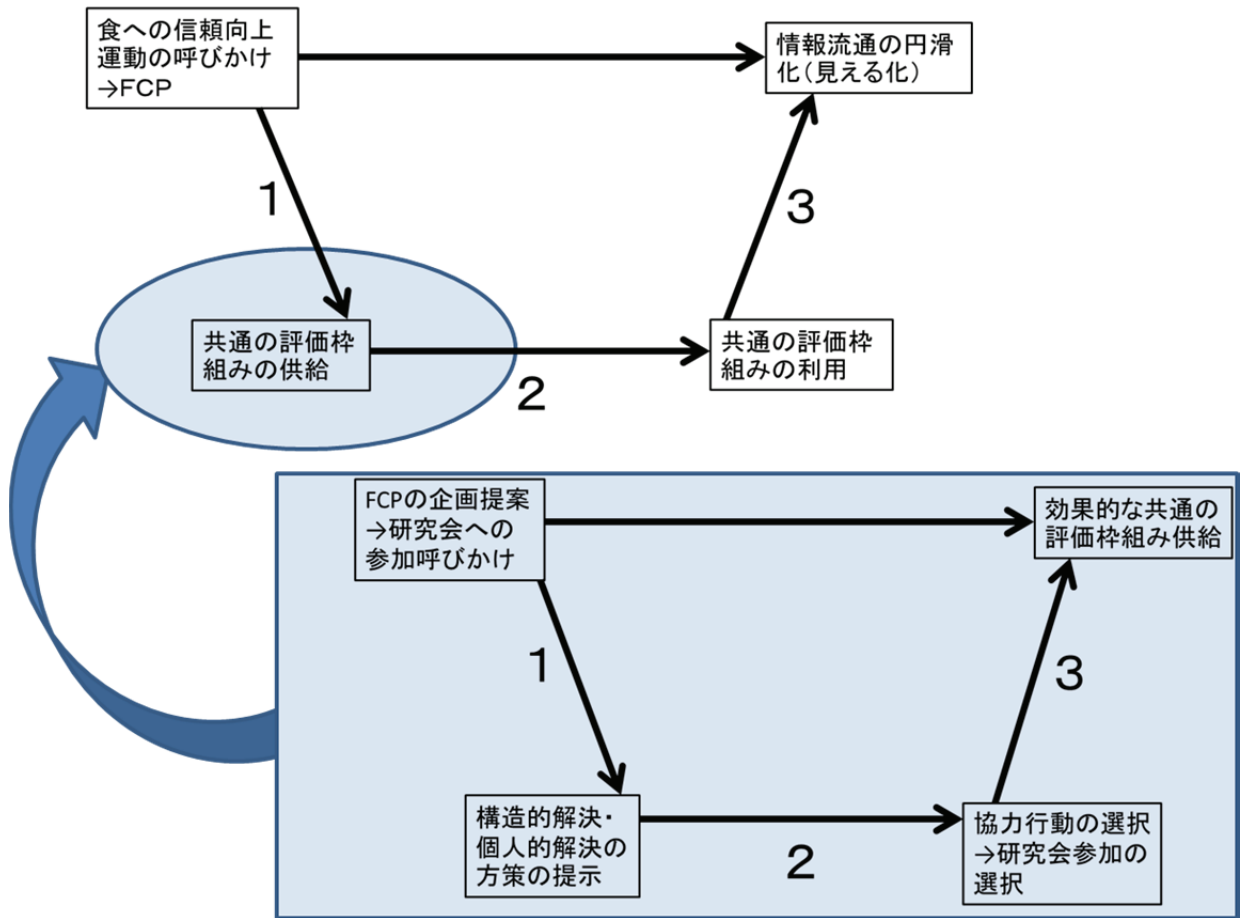
図 3 - 2 で示した「食の信頼問題対策」の位置には、農林水産省による F C P の研究会への参加呼びかけが該当する。農林水産省による個々のステークホルダーに対する働きかけにより（図 5 - 13 の矢印の 1 の部分）、個々のステークホルダーは協力的行動の選択を促される（矢印の 2 の部分）。この場合の「行為者への影響」の位置には、第二章で整理したように、F C P の研究会企画に組み込まれた構造的解決の方策及び個人的解決の方策が該当する。この結果、個々のステークホルダーの研究会への参加が実現され、この参加者の集積によって（矢印の 3 の部分）、効果的な共通の評価枠組みの供給を実現しようとするものである。

3) 開発ステージと利用ステージの連動

上記の開発ステージと利用ステージの連動について整理したのが、図 5 - 14 である。

開発ステージのメカニズムが有効に機能し、効果的な共通の評価枠組みが供給されると、当該共通の評価枠組みを利用する選択（協力的行動）を行う個別ステークホルダーが一定数以上に達し、フードシステムの情報流通の円滑化が実現することとなる構図である。

図 5-14 共通の評価枠組みの開発と利用の連動



注：筆者作成

3 協力行動を促すメカニズムのデザイン

以下では、FCPにおける共通の評価枠組み開発を、第三章で類型化した社会的ジレンマの解消方策を適用して解釈することとしたい。共通の評価枠組みの非排除性、非競合性故に、開発が実現できない（フリーライドを志向して協力行動を採らないステークホルダーが多く存在する）問題を解決するために協力行動を促す仕組みとして以下の方策が講じられていることが分かる。第三章で整理した類型ごとにFCPの仕組みを分類したものが、表5-5である。

表5-5 FCPにおける公共財ジレンマ解決方策の分類

構造的解決	成員の異質性の活用	<ul style="list-style-type: none"> 主体的な手上げ方式の採用 事前に研究会の目的、負担等を明確にし、参加者を募集。情報共有NWとの重層的な関係を構築。
	行動の有効性向上	<ul style="list-style-type: none"> 事前の賛同呼びかけと賛同するステークホルダーの周知 研究会のテーマ設定に際して情報共有NW参加者にニーズを聴取し、一定数以上の参加者を見込めるものを採用する仕組み。また、事前説明等により、農林水産省事務局に対する有力食品事業者等の協力姿勢を周知、FCPスタート時にクリティカルマス確保を期待させる一定数以上の情報共有NW参加者数を確保。 共通の評価枠組みの開発権限付与 研究会参加事業者にとって有利な（不利にならない）共通の評価枠組み開発の機会を提供。
	選択的誘因の導入	<ul style="list-style-type: none"> 顕彰機会の創出 研究会参加事業者名を公表し、社会的評価獲得の機会を提供。 最新情報の共有機会提供 研究会の作業により、参加者が食品業界の最新情報を入手する機会を提供。 人材育成の機会提供 研究会の作業により、参加者が実務能力を向上させる機会を提供。
個人的解決	情報や知識の提供	<ul style="list-style-type: none"> 共通の評価枠組みの機能の明確化 開発予定の共通の評価枠組みの意義、ビジネス上の効果について周知。 情報共有NWによる情報や知識の提供 共通の評価枠組みやFCPの活動に関する情報を勉強会開催やメールマガジン送信によって提供。
	社会的価値の認知、責任感の醸成	<ul style="list-style-type: none"> 社会貢献としての意義づけ 消費者の信頼確保、食品業界全体の取組向上という社会貢献活動としての意義を周知。
	意思決定の公表	<ul style="list-style-type: none"> 賛同するステークホルダーの明確化 研究会参加事業者名の公表により、共通の評価枠組みの開発・普及に関するコミットメントを明確化。
	他者への信頼の増大	<ul style="list-style-type: none"> 運営ルールの明確化 相互信頼の醸成を促す運営ルールを設定、ステークホルダーが遵守するよう運営。搾取される懸念を低減。 賛同するステークホルダーの明確化 研究会参加事業者及び情報共有NW参加者に関する情報を提供することにより、他者の協力行動に関する予測可能性を向上。 農林水産省のコミットメントの明確化 農林水産省が公正中立な運営方針や関与内容等を事前に公表し、参加負担の予測可能性を向上。

注：筆者作成

1) 構造的解決

まず、利得構造自体を変更し、そもそも公共財ジレンマではないという状態を作り出すとする構造的解決の方策としては、

① 成員の異質性の活用

ア 主体的な手上げ方式の採用

研究会の参加企業・団体の募集に当たり、手上げ方式を採用していることは、多くのステークホルダーのうち、当該研究会での共通の評価枠組み作成に関心が高い企業・団体による作成費用の自発的な負担を実現するものである。また、研究会への参加呼びかけを行う対象である情報共有 NW についても、FCP の趣旨に賛同し、行動指針を遵守することを条件に、希望者の手上げ方式による参加形態を採用しており、重層的に成員の異質性を活用する仕組みになっている。

② 行動の有効性向上

ア 事前の賛同呼びかけと賛同するステークホルダーの周知

研究会のテーマ設定に際しては、情報共有 NW 参加者からの要望を聴取し、ニーズが高く、一定数以上の研究会参加者が見込めるものを採用する仕組みになっている。

また、農林水産省 F C P 事務局による事前説明等を通じて、F C P 立ち上げ時点で相当数の情報共有 NW 参加者が確保されており、共通の評価枠組み開発を始めとする F C P の企画全般が有効に機能すると期待される状態にあった（クリティカルマス確保）。

なお、有力企業が社員を農林水産省 F C P 事務局へ出向させたことも、共通の評価枠組み開発の実現可能性を高く見積もらせる効果があったと想定される。

さらに、情報共有 NW 参加が遵守することとされている「F C P 行動指針」では「協働の着眼点の活用」等を明記しており、影響力の大きいステークホルダーの参加が明確になることや参加企業/団体数が多くなることで、実態として共通の評価枠組みが普及する期待を高めると想定される。

イ 共通の評価枠組みの開発権限付与

作業へ参加すること自体が、実質的に、当該参加者にとって有利な（不利にならない）共通の評価枠組み開発の実現可能性を高める仕組みになっている。

なお、「選択的誘因の導入」を協力行動を採用した者に報償を与え、協力行動を促進させることと解釈すれば、共通の評価枠組みの開発権限を研究会参加者に限定して付与することを、協力行動への報償と捉え、「選択的誘因の導入」に該当すると分類することも可能である。

③ 選択的誘因の導入

ア 顕彰機会の創出

研究会への参加事業者名公表等により、作業への参加を社会的貢献として顕彰（社会的評価の獲得）する機会を設定している¹⁷。

イ 最新情報の共有機会提供

研究会の作業形態をワークショップ方式とすること等により、参加者が食品業界の最新情報を共有する機能を付与している。

ウ 人材育成の機会提供

研究会の作業形態をワークショップ方式とすること等により、参加者に実務能力向上の機会を提供している。

2) 個人的解決

次に、事業者にとっての選択状況の認知や事業者の価値基準を変更することによって、公共財ジレンマ状態を解消しようとする個人的解決の方策としては、

①情報や知識の提供

ア 共通の評価枠組みの機能の明確化

研究テーマ設定のプロセスの透明性を高めるとともに、開発する予定の共通の評価枠組みの機能を予め明示して、そこから得られる利益の予測可能性を高めている。

イ 情報共有 NW による情報や知識の提供

共通の評価枠組みの開発作業の状況や利用状況等について、勉強会開催やメールマガジンの送信によって提供している。

②社会的価値の認知，責任感の醸成

ア 社会貢献としての意義づけ

共通の評価枠組み開発が、食品業界全体の取組向上に資するだけでなく、食に対する消費者の信頼確保につながる旨の意義づけを行い、協力行動を促している。

③意思決定の公表

ア 賛同するステークホルダーの明確化

研究会参加事業者名を公表する仕組みによって、共通の評価枠組みの開発作業への参加や開発後の利用についてコミットメントを取り付けている。なお、情報共有 NW 参加者名を公表する仕組みによって、FCPの活動全般への協力についてコミットメントを取り付けている。

¹⁷ ただし、既述のとおり、「協働の着眼点」作成作業グループでは、企業情報漏えいに関する懸念や取引先による搾取に対する懸念が大きく、参加者を匿名扱いとする運営が行われ、「顕彰機会の創出」や「賛同するステークホルダーの明確化」の方策は採用されていない（なお、情報共有 NW 参加者は当初から公表）。

④他者への信頼の増大

ア 運営ルールの明確化

相互信頼を促す情報管理のルール、対話のルール等を明確にするとともに、その運用プロセスについて透明性を高めることによって、企業情報漏えいに関する懸念、取引先による搾取に対する懸念を低下させている。また、作業の内容と進め方、スケジュールを予め示すことにより、作業参加に伴う負担の予測可能性を高めている。

イ 賛同するステークホルダーの明確化

研究会参加事業者及び情報共有 NW 参加者が、研究会運営方針や F C P の基本理念、行動指針を遵守することに同意して、参加の意思決定を公表する仕組みは、他のステークホルダーにとっては、他者の協力行動について予測可能性を高める効果を有している。

ウ 農林水産省のコミットメントの明確化

農林水産省が、公正中立な立場として、場の運営に携わる方針を明示することにより、作業参加者の負担軽減を保証している。

これらの構造的解決の方策と個人的解決の方策が組み合わせられて、協力行動を促す仕組みとして F C P の研究会(共通の評価枠組み開発作業)がデザインされているのである。

マクロ・ミクロ図式を、共通の評価枠組み開発に援用した図 5 - 2 で見ると、

- ①政策形成者からの働きかけとして研究会への参加呼びかけがあり、これを個別のステークホルダーが、構造的解決と個人的解決の方策として認識する第一のパート¹⁸
- ②構造的解決と個人的解決の方策を受けて、個別のステークホルダーが協力行動(研究会への参加)を選択する第二のパート
- ③個別ステークホルダーの協力行動(研究会への参加、開発作業の実施)が集積して、共通の評価枠組みが最新のビジネス実態に則し、情報の流通を円滑化出来る機能を備えたものとして開発され、一般に供給される第三のパート

という 3 つの構成要素から、F C P の研究会開催が、効果的な共通の評価枠組み開発に結実するメカニズムがデザインされていることが分かる。

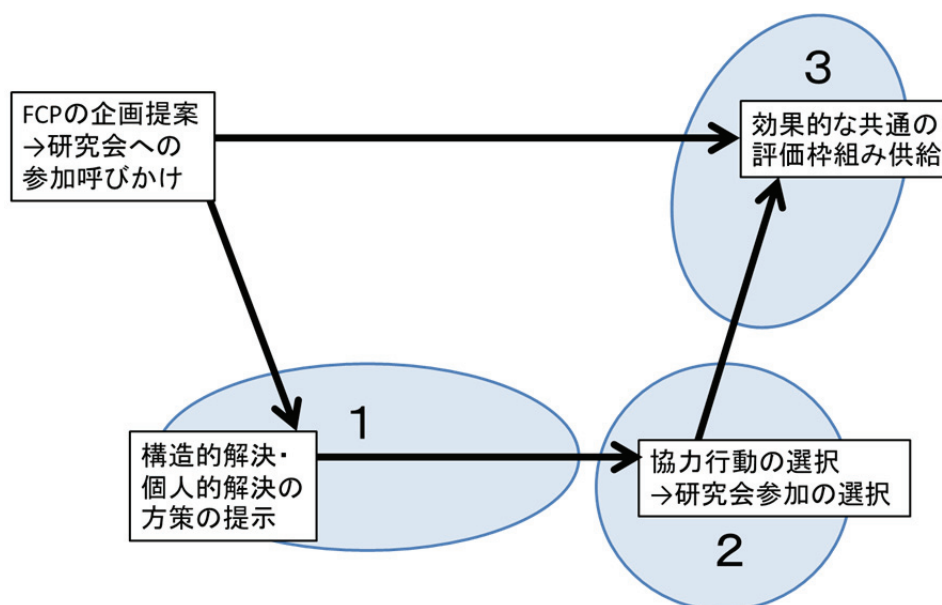
¹⁸ 公共財ジレンマ解決方策の類型から解析すると、構造的解決の方策と個人的解決の方策は相互に独立した取組であるかのように見えるが、実際には一つの取組で構造的解決の方策と個人的解決の方策の二つの機能を兼ねているものも存在する。個別ステークホルダーには、機能別に分かれて認識される訳ではなく、一つのまとまった働きかけとして認識されることに留意する必要がある。

第四節 F C Pにおける共通の評価枠組み開発のメカニズム検証

この節では、第三節で明らかにしたF C Pにおける共通の評価枠組み開発のメカニズムが、政策形成者である農林水産省のデザイン通り機能したかどうかを検証する。公共財ジレンマの解決方策の実施によってステークホルダーの協力行動を実現し、フードシステムの機能的分化を成立させるための共通の評価枠組みを開発する政策について分析することにより、本研究で理論的に整理して来たフードシステムの複雑性を縮減する仮説を検証することとしたい。

このため、まず、F C Pの研究会開催企画における公共財ジレンマの解決方策についてステークホルダーがどう認識したかを検証し（図5-13-2の1の網掛け部分に該当）、次に、共通の評価枠組みを開発するための協力行動（研究会への参加、開発作業の実施）がどう実現したかを検証し（図5-13-2の2の網掛け部分に該当）、続いて、個別ステークホルダーの協力行動が集積し、結果としてF C Pにおける共通の評価枠組みが開発されたかどうか（図5-13-2の3の網掛け部分に該当）、その状況を確認し、政策手法の実効性について考察する。さらに、フードシステムの機能的分化が成立するためには、開発された共通の評価枠組みが利用される必要があることを踏まえ、共通の評価枠組みの利用についても考察を加えることとする。

図5-13-2 第四節の分析対象（マクロ・ミクロ図式の援用）



注：筆者作成

具体的には、農林水産省提供による情報共有NW参加者等に関するデータ、2013年度に政策研究大学院大学で実施したF C Pアドバイザーを対象とするアンケート調査及び情

報共有 NW 参加者を対象とするウェブアンケート調査の結果に基づいて実証分析を進めることとする。

公共財ジレンマ解決の方策を個別ステークホルダーがどう認知したかを知るために有効な方策として考えられるのは、研究会参加事業者を対象として調査を行うことであるが、FCPの研究会には、企業名（又は団体名）で登録が行われ、企業によっては研究会出席者が入れ替わっている例もある。これらの参加メンバーを一定人数以上把握して調査を実施することは事実上困難である。

このため、代替的な手法としてFCPアドバイザーを対象とするアンケート調査を実施した。FCPアドバイザーとは、FCPの活動に積極的に参加し、FCPの活動に関する普及啓発に協力することに同意した個人として、農林水産省FCP事務局が指名している者である（所属企業（団体）の了解が条件）。2012年度末時点で88名が農林水産省のFCPのHPに応援メッセージを掲載している。

FCPアドバイザーは、研究会に参加して共通の評価枠組みの開発に携わった経験や地域ブランチの運営に携わった経験を有し、FCPに関する理解が深い個人として農林水産省FCP事務局が認めた者である。アンケート調査やインタビュー調査を通じて、FCPアドバイザーが、公共財ジレンマの解決方策をどう認識したかを分析することは、協力行動を採った当事者の認識を把握し、FCPの共通の評価枠組み開発のメカニズムを検証する上で有効であると判断した。

FCPのアドバイザーに対するアンケート調査は、2013年10月23日に、アドバイザー88名に対して、電子メールに調査票のファイルを添付して送信し、75票を回収したものである¹⁹（回収率85.2%）。このうち、研究会へ参加した経験のある者は66名であった。調査票では、情報共有NWと研究会への参加目的、参加メリット、研究会への参加コストの評価、個々の共通の評価枠組みの評価、共通の評価枠組み開発への農林水産省の関与の必要性、今後のFCPへの期待等について質問している。

1 解決方策の認識に関する検証

FCPにおいて共通の評価枠組みの開発作業（研究会開催企画）でデザインされた公共財ジレンマの解決方策が、個別ステークホルダーにどう認知されたか、実際に協力行動（研究会参加申し込み）を選択する時点の調査を行うことは事実上困難である。2013年度実施のFCPアドバイザーに対するアンケート調査は、協力行動を選択した事後のものではあるが、研究会参加の是非について判断を迫られた経験を有する者が、その具体的な内容を

¹⁹ 回答者75名は、所属業種別に見ると、食品製造業29名、食品流通業7名、食品小売業11名、その他（外食産業、業界団体、地方自治体等）28名。個人指名であるため、所属する会社・団体は、計61となっている（11社・団体で複数名の指名）。

どう認識しているかを示すものであり、政策手法の効果を検証する素材として適当と考える。

なお、研究会への参加呼びかけでは、構造的解決の方策と個人的解決の方策が総合的に組み合わせられているため、研究会に参加経験のあるFCPアドバイザーの認知も、組み合わせられた対策の単位となる。このため、アンケート結果を、具体的な公共財ジレンマの解決方策の類型（分析の枠組み）で解釈し直して、分析を進めることとする。以下、本節で用いる図表は、出典を特に断らない場合には、2013年度のFCPアドバイザーに対するアンケート調査の結果から作成したものである。

1) 研究会への参加目的（事前の参加メリットの認知）

FCPアドバイザーのうち「研究会に参加したことがある」と答えた者（66名）に対して、研究会への参加目的（事前の期待）について5段階評価（当てはまる、やや当てはまる、どちらでもない、あまり当てはまらない、当てはまらない）で尋ねた結果をまとめるとともに、加重平均した値（5段階評価を「当てはまる」から順に、2,1,0,-1,-2と点数化し平均した値。）を示したものが表5-6である。

表 5-6 研究会への参加目的

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	無回答	当てはまる・計	加重平均
①社会的評判(評価)	66 100.0	6 9.1	18 27.3	25 37.9	10 15.2	7 10.6	-	24 36.4	0.1
②成果物の内容への影響力	66 100.0	20 30.3	27 40.9	13 19.7	4 6.1	2 3.0	-	47 71.2	0.9
③最新情報の共有	66 100.0	27 40.9	34 51.5	4 6.1	-	1 1.5	-	61 92.4	1.3
④参加する者の人材育成	66 100.0	18 27.3	19 28.8	19 28.8	4 6.1	6 9.1	-	37 56.1	0.6

上段:件数(人)、下段:構成比(%)

太字 上位1位の項目 上位2位の項目

※加重平均:「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」と「行動の有効性向上」の機能を組み込まれた研究会の呼びかけに関して、参加事業者が実際に開発作業に関わる前にどう期待していたかを、この回答から知ることが出来る。

アンケート結果を、第三節で整理した公共財ジレンマ解決の方策の類型に則してみると、FCPアドバイザーは、構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち、「最新情報の共有機会提供」に対応する選択肢「最新情報の共有」については、9割を超える者が参加目的として意識しており（「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合）、「人材育成の機会提供」に対応する「参加する者の人材育成」に関しても6割近

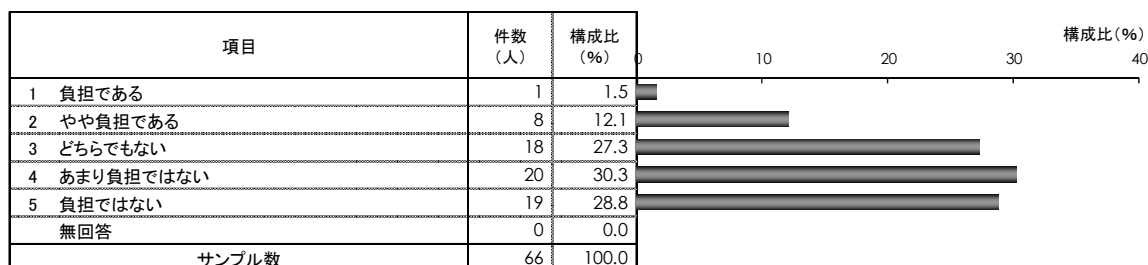
い者が参加目的として意識していた。「行動の有効性向上」のうち、「共通の評価枠組みの開発権限付与」については、7割を超える者が対応する「成果物の内容への影響力」について「当てはまる・計」と回答している。これらと比較すると、「選択的誘因の導入」のうち、「顕彰機会の創出」に対応する「社会的評判（評価）」については、参加目的として意識していた者は4割弱に止まっている（「あまり当てはまらない」と「当てはまらない」の合計はおよそ4分の1）。

総じて言えば、研究会への参加メリットが意識されて、協力行動を促した様子が見られる。

2) 研究会への参加コストの認知

研修会参加へのコストについて尋ねたところ(単一回答)、研究会に参加したことのある66名の回答は、「負担ではない」と「あまり負担ではない」を合わせ負担に感じていない割合が56.1%であった。一方、「負担である」と「やや負担である」を合わせ負担に感じている者の割合は13.6%であった。そもそもFCPの活動に対して積極的なアドバイザーの回答であるため、総じて協力行動のコストを軽く認識する傾向があるものと考えられる。

表 5-7 研究会参加の負担感



3) 研究会参加メリットの認知と負担感の影響

個々のFCPアドバイザーが研究会に参加した要因について、研究会参加の目的（事前の参加メリットの認知）と研究会参加の負担感の関係について分析を行うこととしたい。

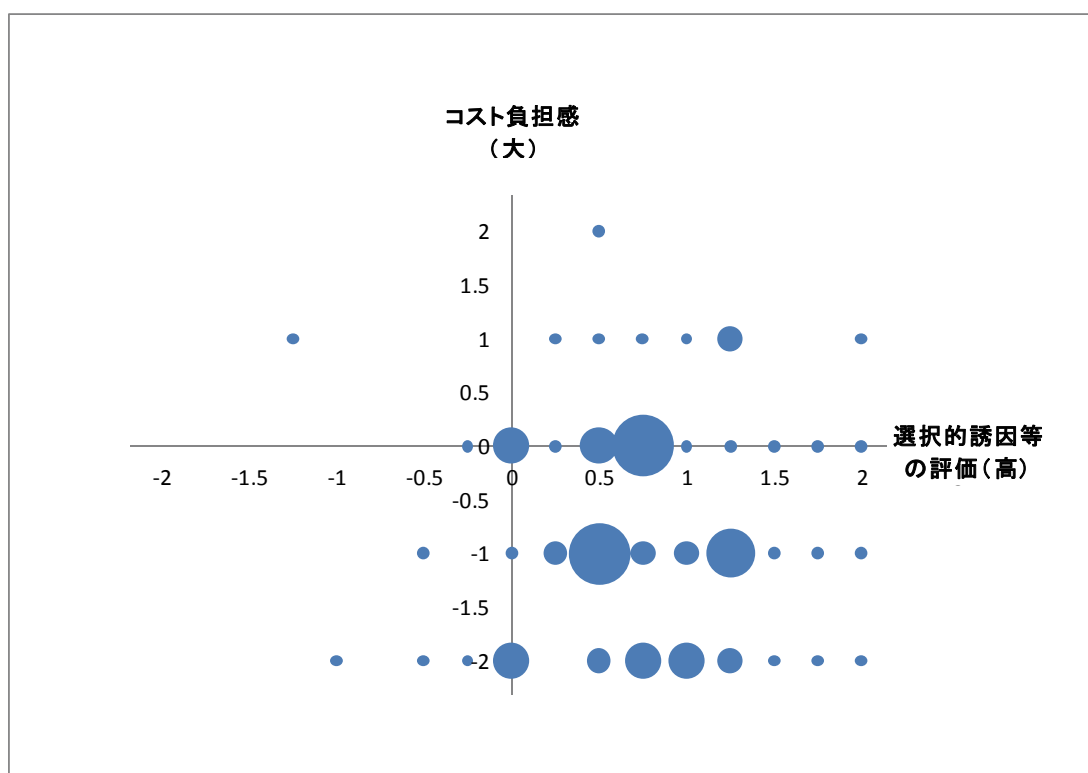
具体的には、構造的解決の方策によるステークホルダーの利得構造の変化と、個人的解決の方策による協力行動の負担感の軽減が、研究会参加のインセンティブにどのような影響を与えうるかを、両者に対するFCPアドバイザーの認知を示すアンケート結果を見ながら考察することとしたい。

構造的解決の方策のうち、「選択的誘因の導入」に関する回答（「社会的評判（評価）」、「最新情報の入手」、「参加する者の人材育成」と「行動の有効性向上」に関する回答（「成果物の内容への影響力」）について、加重平均をとったものを研究会への参加メリットの認知として横軸に、研究会参加の負担感に関する回答の値を縦軸にとって、研究会参加者66

名の分布を描いたものが図 5 - 15 である²⁰。

図 5 - 15 では、研究会の参加メリット認知が高く、負担感が小さい者は第四象限に分布し、逆に参加メリット認知が低く、負担感が大きい者は第二象限に分布することとなる。66 名全員が研究会に参加した者であるため、第四象限に多くの F C P アドバイザーが分布すると見込まれる。

図 5-15 研究会参加メリットとコスト負担感の関係



【凡例】

● :1人 ● :2人 ● :3人 ● :4人 ● :5人

実際に図 5 - 15 を見ても、第四象限に多くが分布し、研究会への参加インセンティブが反映されていると言える。また、第一象限に分布する F C P アドバイザーは、負担感は大いものの、参加メリット認知が高いため、研究会への参加を判断したと推測される。

他方、研究会の参加要因について検討を要するのは、第二象限と第三象限に分布する者である。これらの者は、フードシステムのステークホルダーの中で、特に F C P に対して理解があり協力的な F C P アドバイザーのグループが分布すると想定される第四象限に分

²⁰ 図 5-15 で表示する研究会自体のメリット（広義の選取的誘因による利得）と研究会参加に伴う負担感（協力行動に必要なコスト（K））に加えて、ステークホルダーが研究会参加を判断する重要な要素には、共通の評価枠組みから得られる研究会参加者一人（一社）当たりのメリット（公共財から得られる協力行動を取る行為者一人当たりの利得（G））がある。しかし、アンケート調査では、F C P アドバイザーの共通の評価枠組みに対する評価が総じて高水準であったため、分布図作成の際の要素には加えなかった。

布していない。第二象限に分布する者は、研究会へ参加するインセンティブが弱いと想定される。第三象限に分布する者も、負担感は小さいものの、参加メリット認知が低く、積極的に研究会に参加するインセンティブが強いとは考えられない。

言わば、FCPアドバイザーの中の逸脱事例であり、研究会参加のインセンティブが低い状態であるにもかかわらず研究会には参加している、これら第二象限、第三象限（参加メリット認知の評価が負の値）に分布する計6名のFCPアドバイザーについて、個々の状況を追加的に分析することで、個別のステークホルダーが協力行動を採用する要因について考察した。

表5-8は、6名のFCPアドバイザーについて、研究会参加のインセンティブに影響を与え得るアンケート調査結果部分を抜粋して、一覧表にまとめたものである。

表5-8 研究会参加メリットの評価が低い研究会参加者の状態

位置 (座標軸)	業種	参加 年度	参加の働き かけ	共通の評価枠組みの ビジネス効果※	FCP参加目的 (利他性)※	研究会参加目的 (期待)※	備考
A (-1.25, 1)	地方自治 体	2010	農林水産省	協働の着眼点、展示 会・商談会シート	消費者の信頼確保	-	地域ランチ主催、遠隔 地に立地。
B (-0.25, 0)	食品製造	2008	自主的に参 加	-	-	最新情報の共 有	中小企業の観点を共通工 場監査項目に反映させる ことに意欲。
C (-0.5, -1)	食品製造	2011	その他(会 社同僚)	消費者ダイアログ・ システム	-	最新情報の共 有	
D (-0.25, -2)	食品製造	2008	農林水産省	展示会・商談会シ ート	-	-	
E (-0.5, -2)	食品製造	2010	同業他社	-	-	-	FCP参加目的は、「最新情 報の入手」「関係者との NW強化」のみ2ポイント。
F (-1, -2)	食品小売	2008	農林水産省	協働の着眼点、展示 会・商談会シート、 共通工場監査項目	消費者の信頼確保、 食品業界全体の取 組向上	参加する者の 人材育成	

注1：※印を付した欄については、リッカート尺度で最高ポイント（2点）をつけた選択肢を挙げた。

注2：「FCP参加目的（利他性）」とは、選択肢のうち、利他性の認められるもの「消費者の信頼確保」「食品業界全体の取組向上」に関する評価結果である。

注3：Bの備考欄は、筆者のヒアリング結果に基づくものである。

それぞれの回答結果から、公共財ジレンマ解決の方策のうち、どの要素が研究会参加の判断に影響しているかを見てみると、以下の通りである。

- ・ 共通の評価枠組みからの利益（ビジネス効果）に対する期待が高い者（個人的解決の方策のうち「情報や知識の提供」の効果がうかがわれる）=A,C,D,F
- ・ FCPへの参加目的（情報共有NW）のうち、「消費者の信頼確保」や「食品業界全体の取組向上」といった利他的な目的を高く評価しており、それが参加インセンティブにつながっていると考えられる者（個人的解決の方策のうち「社会的価値の認知、責任感の醸成」の効果がうかがわれる）=A,F

・研究会参加目的（参加メリットの認知）について、ある特定の選択肢を高く評価しており、それが参加インセンティブにつながっていると考えられる者（構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち「最新情報の共有」「参加する者の人材育成」の効果がかかわれる）＝B,C,F

（なお、Bに対してヒアリングしたところ、工場監査項目の内容に中小企業の事情、意向を反映させたいという中小企業代表としての参加の意識が強く、構造的解決の方策の「行動の有効性向上」のうち「共通の評価枠組みの開発権限付与」の効果があったと考えられる。）

こうして見ると、ある特定の共通の評価枠組みからのメリットを高く評価していることや、何らかの形で研究会参加のメリットを高く評価していることなど、ほとんどの者については、研究会参加のインセンティブを説明可能であり、公共財ジレンマの解決方策のうち、どの方策の影響があったかもうかがい知ることが出来る。

E（食品製造業お客様相談担当）についてのみは、積極的に研究会へ参加するインセンティブを特定することが難しい。①研究会参加の負担感について「負担ではない」と回答していること、②情報共有NWへの参加の働きかけ自体、同業他社からであり、参加目的も「最新情報の入手」、「関係者とのネットワークの強化」について「当てはまる」と回答していること、③研究会の参加時期が、どちらかというとな後発組（2010年度）に属していることから、研究会に参加する積極的な理由は存在しないものの、参加しない積極的な理由も存在せず、ネットワークを重視して他者に追随して研究会に参加するタイプであると推察出来る。具体的に幾つかの共通の評価枠組みが開発されるなど、FCPの活動が具体化した後には、こうした他者追随タイプの研究会参加者が増加している可能性が示唆される。

4) 農林水産省関与への評価

また、研究会に参加したFCPアドバイザーが、農林水産省がFCPを運営するメリットをどう認識していたかの回答を分析することによって、特に、個人的解決の方策の「他者への信頼の増大」について、研究会参加者がどう認識していたかをうかがい知ることが出来る。

参加に対する安心感、中立・公正な運営方針、活動への社会的信頼、キャンペーンの拡大という質問は、FCP全体としての運営に関するFCPアドバイザーの認識を問うものであるが、研究会に参加経験のあるFCPアドバイザーが回答する際には、直接的な農林水産省との接触機会である研究会運営に関する認識を濃厚に反映して回答すると考えられるためである。

具体的には、FCPを農林水産省が運営するメリットを尋ねたところ(それぞれ単一回答)、「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合は、「他者

への信頼増大」のうち、「運営ルールの明確化」、「農林水産省のコミットメントの明確化」「賛同するステークホルダーの明確化」の対策に関連する、「安心して参加できる」が95.4%、次いで「中立・公平な運営が期待できる」が89.4%、「社会的な信頼が高まる」が86.3%、「キャンペーンの広がりが期待できる」が74.2%で続き、高く評価されていることが分かる。

表 5-9 農林水産省がFCPを運営するメリット

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	無回答	当てはまる・計	加重平均
①安心して参加できる	66 100.0	55 83.3	8 12.1	2 3.0	-	1 1.5	-	63 95.4	1.8
②中立・公平な運営が期待できる	66 100.0	41 62.1	18 27.3	7 10.6	-	-	-	59 89.4	1.5
③取引先と交渉がしやすい	66 100.0	11 16.7	19 28.8	26 39.4	3 4.5	7 10.6	-	30 45.5	0.4
④社会的な信頼が高まる	66 100.0	34 51.5	23 34.8	7 10.6	1 1.5	1 1.5	-	57 86.3	1.3
⑤キャンペーンの広がりが期待できる	66 100.0	23 34.8	26 39.4	13 19.7	3 4.5	1 1.5	-	49 74.2	1.0
⑥その他	66 100.0	8 12.1	3 4.5	1 1.5	-	-	54 81.8	11 16.6	1.6

上段:件数(人)、下段:構成比(%)

太字 上位1位の項目

上位2位の項目

※加重平均:「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

5) 情報共有 NW への参加目的

さらに、研究会参加者の公共財ジレンマ解決方策に対する認知について考察する際には、情報共有 NW への参加目的に関する FCP アドバイザーの認識も参考になる。表 5-10 はその結果をまとめたものである。

情報共有 NW への参加は無料で、特段の負担が求められないが、FCPの基本理念、行動指針に賛同して情報共有 NW へ参加していることが、研究会参加の前提条件である。こうした情報共有 NW と研究会の重層的な関係から、情報共有 NW への参加目的に対する認識を分析することを通じて、研究会参加の判断に影響を与えた要素をうかがい知ることが可能になると考える。

具体的には、情報共有 NW への参加目的を尋ねたところ（それぞれ単一回答）、「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合は、「関係者とのネットワーク強化」が92.0%で最も高く、次いで、「食品業界全体の取組み向上」が88.0%、「消費者の信頼確保」が85.3%で続いている。

全体として高い評価の中での比較になるが、「最新情報の入手」、「自社の取組強化」が情報共有 NW への参加それ自体のメリットであるのに対して、利他的な性質を帯びた「消費者の信頼確保」、「食品業界全体の取組み向上」、「関係者とのネットワーク強化」が同等に

高く評価されている点に注目したい。そもそもFCPの取組全体が食の信頼問題解決のための協働による活動としてフレーミングされていることの影響がうかがわれる。

表 5-10 情報共有 NW への参加目的

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	無回答	当てはまる・計	加重平均
①消費者の信頼確保	66 100.0	29 43.9	26 39.4	6 9.1	4 6.1	1 1.5	-	55 83.3	1.2
②自社の取組み強化	66 100.0	26 39.4	24 36.4	12 18.2	2 3.0	2 3.0	-	50 75.8	1.1
③取引先からの評価向上	66 100.0	8 12.1	16 24.2	20 30.3	11 16.7	11 16.7	-	24 36.3	0.0
④社会的評判(評価)獲得	66 100.0	18 27.3	19 28.8	21 31.8	6 9.1	2 3.0	-	37 56.1	0.7
⑤食品業界全体の取組み向上	66 100.0	33 50.0	26 39.4	5 7.6	2 3.0	-	-	59 89.4	1.4
⑥最新情報の入手	66 100.0	27 40.9	21 31.8	13 19.7	3 4.5	2 3.0	-	48 72.7	1.0
⑦関係者とのネットワーク強化	66 100.0	43 65.2	17 25.8	3 4.5	1 1.5	-	2 3.0	60 91.0	1.6
⑧その他	66 100.0	7 10.6	3 4.5	1 1.5	-	-	55 83.3	10 15.1	1.5

上段: 件数(人)、下段: 構成比(%)

太字 上位1位の項目 上位2位の項目

※加重平均: 「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

さらに、研究会参加の判断に影響した要素を分析するため、情報共有 NW 参加者全体の中で、研究会への参加者がどのような特性を有するか、2014年に実施したアンケート調査結果から考察することとしたい。

具体的には、2014年2月にFCPの情報共有NW参加事業者(団体)(2014年2月末時点で1,621)に対して、農林水産省が送信するメールマガジンでウェブアンケート調査の実施を告知し、回答入力HPへ誘導する方式でアンケート調査を実施した(このアンケート調査を以下「ウェブアンケート」という)。情報共有NWへの参加目的・メリット等について聞いたが、回収した回答数は73であった。情報共有NWの全体像を分析するために十分な数とは言えないが、本研究では、情報共有NW参加者の動向を推測する材料として活用することとする。

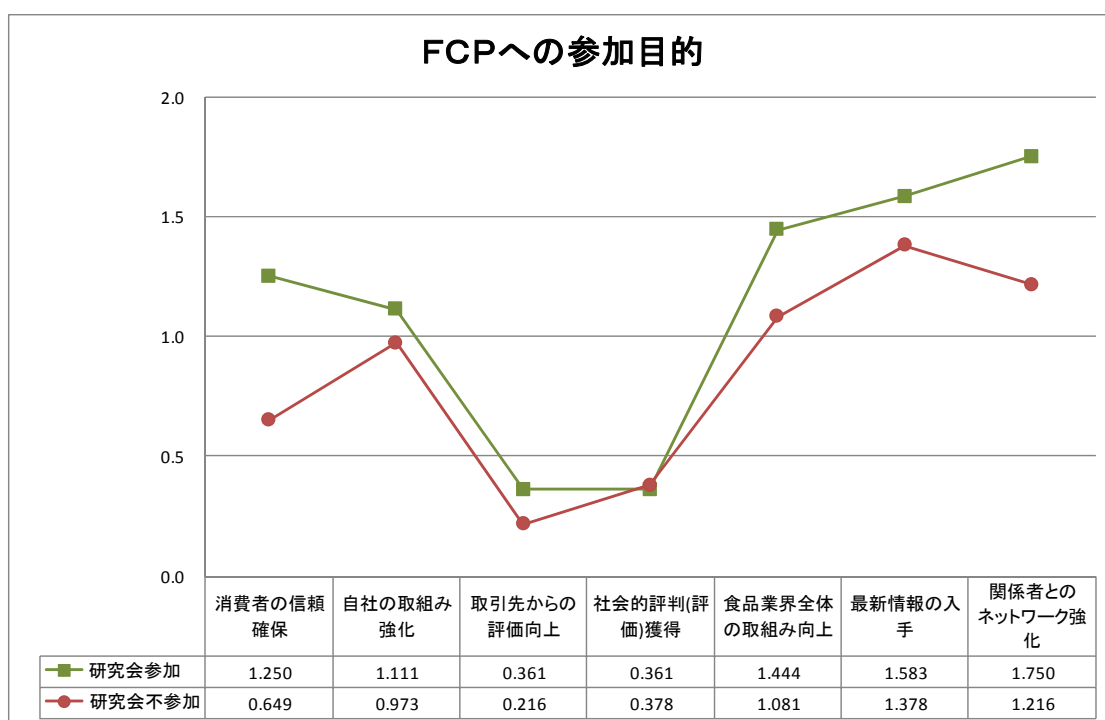
ウェブアンケートへの回答73のうち、研究会参加者36名と不参加者37名の間で、情報共有NWへの参加目的に差が存在するか、5段階評価を数値化し加重平均した値で比較した結果が図5-16である。

総じて、研究会参加者が高い値を示しているが、検定の結果、「消費者の信頼確保」(研究会参加(1.250)>不参加(0.649), p=0.0115)、「食品業界全体の取組み向上」(研究会参加(1.444)>不参加(1.081), p=0.0333)、「関係者とのネットワーク強化」(研究

会参加 (1.750) >不参加 (1.216) , p=0.0045) という形で有意な差が認められた。

情報共有 NW 参加者の中でも、特に研究会参加者が、これらの参加目的を高く評価していることから、研究会参加呼びかけにおいて、そもそも、利他的な性質を有する「消費者の信頼確保」、「食品業界全体の取組み向上」、「関係者とのネットワーク強化」に対する意識の高い者に働きかける「成員の異質性の活用」が功を奏したことがうかがわれる(ただし、ウェブアンケートが事後的なものであるため、研究会活動を通じて、FCPの趣旨や開発する共通の評価枠組みの機能に関する理解が深まり、結果的に「社会的価値の認知、責任感の醸成」が実現されたことが回答に影響した可能性も排除出来ない。)

図 5-16 研究会参加者と不参加者の間の F C P への参加目的の相違



※加重平均:「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」-1点、「当てはまらない」-2点とした場合の加重平均

注: ウェブアンケート結果から筆者作成

マクロ・ミクロ図式の区分で言えば、「①食の信頼問題対策を特徴づける独立変数とフードシステムの個々のステークホルダーを特徴づける従属変数を持つ第一のパート」において、政策形成者からFCP研究会への参加呼びかけがあり、これを個別のステークホルダーが、構造的解決の方策と個人的解決の方策が組み込まれた働きかけとして認識するという仕組みは、ほぼ政策のデザインに則して機能したものと考えられる。

2 協力行動の実態（研究会への参加）

1の結果から、公共財ジレンマ解決のための方策が、個別のステークホルダーによって認知され、協力行動を促すよう機能したと考えられる。この分析を受けて、以下では、2013年度に実施したアンケート調査結果に加え、農林水産省FCP事務局から提供された研究会参加事業者に関するデータを分析することによって、実際に協力行動（研究会への参加、開発作業の実施）はどのように発生したのか明らかにする。

公共財ジレンマ解決の方策は、いずれも、既に先行する理論研究や個々の方策に関する実験によって協力行動を促す上で有効な方策と実証されているが、この節では、これらの方策が総合的に組み合わせられた結果、実際の経済活動において有効に協力行動を促すに至ったかどうかを、協力行動の実態を示すデータ等によって確認することとなる。

まず、共通の評価枠組みの開発作業が行われた研究会の参加企業・団体数について確認し、協力行動の実態を把握する。次に、FCPアドバイザーのうち研究会参加経験者が、研究会参加のメリットを事後的にどう評価しているか、それが事前の参加目的とどう変化しているかを明らかにし、研究会への参加メリットとして提示された公共財ジレンマの解決方策の効果がどう評価されたかを分析する。ここから、協力行動が有効に成立したかどうかを検証する。

1) 協力行動の概要

まず、具体的な協力行動の様子（研究会への参加状況）を見ていくこととしたい。2010年度までの間に共通の評価枠組みを開発した研究会（協働の着眼点作成作業グループを含む）の開催年度、参加企業・団体数、会議の開催回数をまとめたものが表5-11である。

2011年度以降も、既に開発された共通の評価枠組みの改善に関する意見交換や普及のための手引き、プログラムを開発するための研究会が開催されている。しかし、本節では、共通の評価枠組み開発の機能に着目するため、共通の評価枠組みを新たに開発したと解釈出来る2010年度までの研究会を分析対象とする。なお、2008年度から2010年度までの間に研究会の呼称で開催されたものであっても、ニーズ把握のワークショップや共通の評価枠組み普及のためのパンフレット作成等を行ったものは含んでいない²¹。

前述したように共通の評価枠組みの開発作業の負担には、会議の出席に止まらず、会議で課題が提示され、各メンバーが所属企業・団体の情報を整理し提出する作業なども含ま

²¹ 2009年度以降、協働の着眼点をどのように活用するかを検討した2008年度の研究会や、商品規格書に関する問題への対応について主に意見交換を行い、成果物が共通の評価枠組みの範疇に属しないと考えられる研究会は対象としていない。また、2009年度には、協働の着眼点を基盤にしてビジネス展開が出来ないか、ビジネスプランが公募され、フィージビリティスタディとして事業採択された食品事業者業務格付けや人材育成のための研修教材等が開発されている。これらについては、農林水産省FCP事務局が主催した研究会ではないため、分析対象から除外している。

れるが、ここでは研究会への参加コストを端的に表す数字として会議開催回数を挙げることにした。

表 5-11 研究会参加企業・団体の実績

年度	開発した共通の評価枠組み	参加企業・団体数	開催回数	備考
2008	協働の着眼点	70(9作業グループの合計、製造38、卸売15、小売17)	42回(業種合同6回を含む)	協働の着眼点作成作業グループとして開催
2009	FCP共通工場監査項目	42 製造17、卸売4、小売6、その他関連15	8回	アセスメントの効率化研究会を加えると10回開催
2009	FCP展示会・商談会シート	17 製造2、卸売3、小売3、その他関連9	5回(ワーキング2回を含む)	地域活性化研究会を加えると8回開催
2009	FCPダイアログ・システム	23 製造11、卸売1、小売6、その他関連5	5回	企業行動の情報発信研究会を加えると8回開催
2010	FCP共通工場監査項目に関する要求水準及び監査手法	39 製造15、卸売5、小売9、その他関連10	5回	
2010	FCPダイアログ・システム作業シート	32 製造14、卸売1、小売5、その他関連12	4回	

注1：農林水産省資料を基に筆者作成

注2：「その他関連」の数値は、外食産業、地方自治体、検査会社等を含む。「開催回数」は、研究会メンバーが一堂に会する会議の機会をカウントした。

注3：「備考欄」の「アセスメントの効率化研究会」、「地域活性化研究会」、「企業行動の情報発信研究会」は、個々の共通の評価枠組みに関連する情報を交換し、具体的な開発作業を効果的に進めるために開催された研究会である。

2008年度の協働の着眼点の開発では、業種別に9つの作業グループが組織され、計70社の食品事業者の主体的な参加により、作業が行われた。この時点では、第一節で見たように、参加者が匿名扱いであり、構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち「顕彰機会の創出」や、個人的解決の方策の「意思決定の公表」と「他者への信頼の増大」のうち「賛同するステークホルダーの明確化」の方策が採用されていない。ただし、情報共有NWに多くの企業が参加し、企業名が公表されていたことに加え、有力企業が農林水産省FCP事務局へ社員を出向させるなどコミットメントを明らかにしていたことから、事実上「賛同するステークホルダーの明確化」と同様の効果が発揮されていたものと考えられ、結果的に作業グループに対する関心は高い状態であった。

協働の着眼点作成作業グループの開催状況をまとめた一覧表が表5-12である。

結果的に、食品製造、卸売、小売の業種別、衛生管理、サプライチェーンマネジメント、消費者コミュニケーションの観点別の9グループを編成し、計70社から社員が参加、42

回の会議を開催（観点別 36 回＋業種合同 6 回）して、第一線で活躍する各事業者の社員延べ 400 名近くが参画して、業務実態に則した積み上げの作業を実施している。

続いて、協働の着眼点がビジネス現場で利用され易いよう企画された補完財的な共通の評価枠組みを開発する研究会の 2009 年度の参加企業・団体数は、「FCP 共通工場監査項目」が 42, 「FCP ダイアログ・システム」が 23, 「FCP 展示会・商談会シート」が 17 であった。さらに、2010 年度には、補完財の補完財の開発とも言うべき研究会活動が展開されている。共通工場監査項目に関連する共通の評価枠組みとして、要求水準及び監査手法を開発する研究会に 39, ダイアログ・システムを実務で活用するための作業シートを開発する研究会に 32 の企業・団体が参加している。

表 5-12 協働の着眼点作成作業グループ開催状況

業種	観点	開催回数	参加企業数
製造	衛生管理	5	14
	サプライチェーンマネジメント	4	9
	消費者コミュニケーション	5	15
卸売	衛生管理	3	4
	サプライチェーンマネジメント	3	6
	消費者コミュニケーション	3	5
小売	衛生管理	4	5
	サプライチェーンマネジメント	4	7
	消費者コミュニケーション	5	5
合計		36	70

注：農林水産省資料から抜粋

いずれの場合にも、一定数以上の食品事業者等の参画により農林水産省 F C P 事務局が予定した開発作業が実施されており、結果として期待された協力行動が成立したものと評価して良い。

この際、中小零細規模の食品事業者を主な利用ターゲットとして想定している共通の評価枠組みの開発が、大企業²²によって担われている事実に着目しておきたい。農林水産省の F C P の H P に掲載されている研究会参加企業・団体の名称から、規模別の参加状況を

²² 本稿では、中小企業基本法第二条で定義された「中小企業」に該当しない企業を「大企業」として整理した。

整理したものが、表 5 - 13 である。見方によっては、大企業の協力行動（費用負担）によって、中小零細規模の食品事業者を主なユーザーとして想定する共通の評価枠組み開発が可能になったとも解することが出来る。構造的解決の方策の「成員の異質性の活用」、個人的解決の方策の「社会的価値の認知、責任感の醸成」の影響がうかがわれる。

なお、FCPの趣旨からは、開発された共通の評価枠組みが、ビジネスでの実効性があり、普及可能性の高い効果的なものである必要があるが、この点については、後段で分析を行うこととしたい。

表 5-13 開発作業への大企業の寄与

年度	共通の評価枠組み 参加企業団体数	業種別参加状況 ※1	規模別参加状況 ※2	大企業 寄与率
2009	FCP共通工場監査項目 42社・団体	製造17, 卸売4, 小売6, その他関連15	大企業32, 中小企 業7, その他3	76.2%
2009	FCP展示会・商談会シート 17社・団体	製造2, 卸売3, 小売3, その他関連9	大企業11, 中小企 業4, その他2	64.7%
2009	FCPダイアログ・システム 23社・団体	製造11, 卸売1, 小売6, その他関連5	大企業13, 中小企 業5, その他5	56.5%
2010	FCP共通工場監査項目に関する 要求水準及び監査手法 39社・団体	製造15, 卸売5, 小売9, その他関連10	大企業34, 中小企 業2, その他3	87.2%
2010	FCPダイアログ・システム作業 シート 32社・団体	製造14, 卸売1, 小売5, その他関連12	大企業26, 中小企 業3, その他3	81.3%
合計	153社・団体	製造59, 卸売14, 小売 29, その他関連51	大企業116, 中小企 業21, その他16	75.8%

注 1：農林水産省資料を基に筆者作成

注 2：「その他関連」の数値は、外食産業、地方自治体、検査会社等を含む。

注 3：「その他」の数値は、協同組合、社団法人、財団法人等を含む。

2) 研究会参加メリットの事後評価

実際に研究会に参加したFCPアドバイザーが、研究会への参加メリットをどう評価しているか。研究会参加者（協力行動採用者）を増やすため提示した公共財ジレンマ解決方策が、結果的に参加者からどう評価されたのかを知るため、分析しておくこととしたい。

アンケート調査において、研究会への参加メリット（事後評価）について尋ねたところ、「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合は、「最新情報の共有」が83.3%で最も高く、「参加する者の人材育成」が66.7%、「成果物の内容への影響力」が63.6%、「社会的評判（評価）」が45.5%であった。構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち、特に、「最新情報の共有機会提供」と「人材育成の機会提供」の各方策、また、「行動の有効性向上」のうち、「共通の評価枠組みの開発権限付与」の方策が効果を発揮したことが示唆される。

表 5-14 研究会への参加メリット（事後評価）

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	無回答	当てはまる・計	加重平均
①社会的評判(評価)	66 100.0	4 6.1	26 39.4	20 30.3	9 13.6	7 10.6	-	30 45.5	0.2
②成果物の内容への影響力	66 100.0	16 24.2	26 39.4	18 27.3	3 4.5	3 4.5	-	42 63.6	0.7
③最新情報の共有	66 100.0	21 31.8	34 51.5	9 13.6	1 1.5	1 1.5	-	55 83.3	1.1
④参加する者の人材育成	66 100.0	17 25.8	27 40.9	14 21.2	3 4.5	4 6.1	1 1.5	44 66.7	0.8

上段: 件数(人)、下段: 構成比(%)

太字 上位1位の項目 上位2位の項目

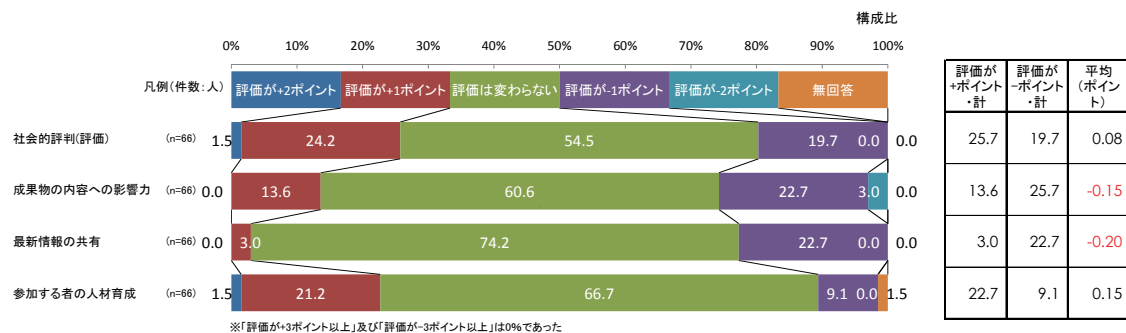
※加重平均: 「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

前述した研究会への参加目的の回答が、FCPでデザインされた公共財ジレンマ解決の方策に対する事前の期待を示すなら、この参加メリットの回答は、事後の評価を示すものと言える。

この両者の差（事前と事後のギャップ）が研究会参加事業者によってどう認知されているかを、回答を比較して分析することにより、実際の研究会活動に対する個々のステークホルダーの満足度を探り、協力行動の実態について考察することとしたい。

具体的に、同一人物の回答について、2, 1, 0, -1, -2のポイントで表し、参加目的と参加メリットの変化を見たものが図5-17である。

図 5-17 研究会への参加目的と参加メリットの対比



社会的評判（顕彰機会の創出関連）と人材育成に関しては、事前の期待よりも事後の評価が高くなっており、逆に、成果物の内容への影響力と最新情報の共有に関しては、事前の期待の方が高くなっていることが分かる。

構造的解決の方策の「選択的誘因導入」のうち、「顕彰機会の創出」と「人材育成の機会提供」が、当初想定されたよりも有効に機能し、社会的評判（評価）の獲得と人材育成の効果につながったことがうかがわれる。

マクロ・ミクロ図式の区分で言えば、「②独立変数も従属変数も個々のステークホルダーを特徴づける第二のパート」において、研究会の企画に組み込まれた構造的解決の方策と個人的解決の方策の働きかけを認知した個別のステークホルダーが、それぞれの合理的な判断の結果として研究会への参加を選択するという仕組みは、上でみた協力行動の実態を見ると、ほぼ政策形成者のデザインに則して機能したものと考えられる。

3 協力行動の集積に関する評価

F C Pの研究会の企画において、ステークホルダーの間で協力行動を促す方策がデザインされたのは、共通の評価枠組みをビジネスでの実効性が高く、普及見込みの高いものとするためであった。このため、F C Pの協力行動を促進するメカニズムの成否は、一義的には、開発された共通の評価枠組みの有効性に対する評価によって判断されることが適当である。

以下では、共通の評価枠組みが実際にどのような評価を得ているかをF C Pアドバイザーアンケートにより確認することとする。続いて、F C Pにおける共通の評価枠組みの開発作業を、官民協働の取組と位置付けたことについて、F C Pアドバイザーの評価を明らかにしたい。この評価は、そもそも公共財ジレンマを伴う手法（集合行為）によって共通の評価枠組みを開発することを企画した妥当性を評価するものでもあり、ステークホルダーの協力行動が成功裡に集積したかどうかを当事者が評価する意味を有する分析となる。

1) 共通の評価枠組みの評価

①共通の評価枠組みのビジネス効果

F C Pアドバイザーに対するアンケート調査において、F C Pの共通の評価枠組み（成果物）のビジネス効果を尋ねたところ(それぞれ単一回答)、「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合は、「協働の着眼点」が87.5%、「展示会・商談会シート」が93.0%、「共通工場監査項目」が94.6%、「消費者ダイアログ・システム」が72.1%であった。

表 5-15 F C P の成果物のビジネス効果

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	当てはまる・計	加重平均
①協働の着眼点	64 100.0	30 46.9	26 40.6	6 9.4	2 3.1	-	56 87.5	1.3
②展示会・商談会シート	57 100.0	40 70.2	13 22.8	4 7.0	-	-	53 93.0	1.6
③共通工場監査項目	56 100.0	28 50.0	25 44.6	3 5.4	-	-	53 94.6	1.4
④消費者ダイアログシステム	43 100.0	10 23.3	21 48.8	10 23.3	2 4.7	-	31 72.1	0.9

※「知らない(回答できない)」「無回答」は除く 上段: 件数(人)、下段: 構成比(%)

太字 上位1位の項目 **■** 上位2位の項目

※加重平均: 「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

②共通の評価枠組みの消費者の信頼確保上の効果

また、F C P 成果物（共通の評価枠組み）の消費者信頼確保への寄与を尋ねたところ(それぞれ単一回答)、「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合は、「協働の着眼点」が 85.7%、「展示会・商談会シート」が 74.6%、「共通工場監査項目」が 84.8%、「消費者ダイアログ・システム」が 77.3%であった。

表 5-16 F C P 成果物の消費者信頼確保への寄与

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	当てはまる・計	加重平均
①協働の着眼点	63 100.0	31 49.2	23 36.5	7 11.1	2 3.2	-	54 85.7	1.3
②展示会・商談会シート	59 100.0	21 35.6	23 39.0	12 20.3	3 5.1	-	44 74.6	1.1
③共通工場監査項目	59 100.0	22 37.3	28 47.5	8 13.6	1 1.7	-	50 84.8	1.2
④消費者ダイアログシステム	44 100.0	15 34.1	19 43.2	8 18.2	2 4.5	-	34 77.3	1.1

※「知らない(回答できない)」「無回答」は除く 上段: 件数(人)、下段: 構成比(%)

太字 上位1位の項目 **■** 上位2位の項目

※加重平均: 「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

③共通の評価枠組みの普及見込み

さらに、成果物（共通の評価枠組み）の普及見込みを尋ねたところ(それぞれ単一回答)、「当てはまる」と「やや当てはまる」を合わせた「当てはまる・計」の割合は、「協働の着眼点」が 73.0%、「展示会・商談会シート」が 90.1%、「共通工場監査項目」が 72.0%、「消費者ダイアログ・システム」が 47.7%であった。

表 5-17 FCP 成果物の普及見込み

	サンプル数	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	当てはまる・計	加重平均
①協働の着眼点	63 100.0	21 33.3	25 39.7	12 19.0	5 7.9	-	46 73.0	1.0
②展示会・商談会シート	61 100.0	34 55.7	21 34.4	4 6.6	2 3.3	-	55 90.1	1.4
③共通工場監査項目	57 100.0	16 28.1	25 43.9	15 26.3	1 1.8	-	41 72.0	1.0
④消費者ダイアログシステム	44 100.0	6 13.6	15 34.1	20 45.5	3 6.8	-	21 47.7	0.5

※「知らない(回答できない)」「無回答」は除く

上段:件数(人)、下段:構成比(%)

太字 上位1位の項目

上位2位の項目

※加重平均:「当てはまる」2点、「やや当てはまる」1点、「どちらでもない」0点、「あまり当てはまらない」:-1点、「当てはまらない」:-2点とした場合の平均値

表 5 - 15, 5 - 16, 5 - 17 で見たように, FCPで開発された共通の評価枠組みのビジネス上の効果, 消費者の信頼確保の面での効果, 普及見込みについては, いずれもFCPアドバイザーが高く評価しており, 公共財ジレンマの解決方策を実施して実現した協力行動によって, 効果的な開発が可能になったことがうかがわれる。

2) 官民協働の必要性に関する評価

FCPアドバイザーへのアンケート調査では, 成果物(共通の評価枠組み)作成にあたり, 民間企業と農林水産省の関与の必要性について尋ねている(それぞれ単一回答)。

表 5-18 官民協働の必要性に関する評価

	サンプル数	民間一企業で作成可能	民間企業グループで作成可能	官民協働が必要	農林水産省だけで作成可能
①協働の着眼点	62 100.0	-	-	61 98.4	1 1.6
②展示会・商談会シート	54 100.0	2 3.7	17 31.5	35 64.8	-
③共通工場監査項目	55 100.0	-	10 18.2	45 81.8	-
④消費者ダイアログシステム	43 100.0	2 4.7	8 18.6	33 76.7	-

※「知らない(回答できない)」「無回答」は除く

上段:件数(人)、下段:構成比(%)

太字 上位1位の項目

上位2位の項目

FCPアドバイザーのほとんどは, 官民協働の仕組みが共通の評価枠組みの開発に必要な

であったと評価している。全ての共通の評価枠組みについて、「官民協働が必要」の割合が最も高く、特に「協働の着眼点」は98.6%と最も高い率であった。

この章の前半の政策過程分析において明らかにしたように、FCPでは、共通の評価枠組み開発を官民協働によって実行することが要請された。FCPの趣旨について理解が深く、いずれかの研究会に参加した経験を有するFCPアドバイザーが官民協働の取組を高く評価することは予め想定されていたが、実際のアンケート結果も、ほぼ想定された内容に則したものとなっている。

ここでは、むしろ、少数派の回答である「農林水産省だけで作成可能」「民間企業グループで作成可能」「民間一企業で作成可能」という回答をした者に着目して、官民協働での共通の評価枠組み開発作業について考察することとしたい。

まず、①協働の着眼点については、一人を除いて全員が官民協働によって開発することが必要と評価している。民間企業グループで（又は民間企業単独で）開発可能と答えた者は存在しない。

協働の着眼点は、FCPの共通の評価枠組みの基盤（インフラ）として機能することを期待され、他の共通の評価枠組みは協働の着眼点の補完財という位置づけである。このため、内容的に一定程度の抽象度を備え、ステークホルダー間で利害が偏らないアプローチで開発されることも求められており、民間企業のみでの開発が困難との評価につながったものと考えられる。

これは、「農林水産省が単独で開発可能」と回答した者から、ヒアリングで得たコメントの趣旨とも合致する。当該者は、食品流通業に属し、他の3つの共通の評価枠組みは、全て「官民協働が必要」であると回答している。「ビジネスシーンでの実用が意識される他の共通の評価枠組み開発では官民協働が必要となるが、協働の着眼点は、相対的には、ビジネス色が薄く、抽象度が高いため、能力的にも農林水産省の単独開発が可能であり、また、全体のインフラであるため農林水産省が開発することが望ましい。」と、共通の評価枠組みの非排除性を重視していることがうかがわれる。

なお、FCPの共通の評価枠組みの中で、開発の順番が最初で、「他者への信頼増大」の方策等も十分に機能する時間的余裕がなく、取引相手先からの搾取に対する懸念も大きかった事情も、官民協働の必要性の認識に影響しているものと見られる。

次に、協働の着眼点の補完財の機能を有し、ビジネスシーンでの機能的分化実現に効果発揮を期待される②展示会・商談会シート、③共通工場監査項目、④消費者ダイアログ・システムについて、当該共通の評価枠組みを開発した研究会に参加しながら「民間企業グループで作成可能」「民間一企業で作成可能」という回答をした者は、どのような属性だったかを明らかにし、官民協働の取組に対する評価を考察したい。

研究会参加者全体で「民間企業グループで作成可能」「民間一企業で作成可能」という回答をした者は、のべ39名、実数で26名いる（うち、「民間一企業で作成可能」と回答した者は、のべ4名、実数で3名）。この回答者のうち、実際に当該共通の評価枠組みの開

発を行う研究会に参加していた者は5名であり、実際に開発作業に携わった者のほとんどが、農林水産省のみでの開発も、民間企業のみでの開発も困難で、官民協働が必要と認識していることが分かる。

こうした中で、自ら開発作業に参加した共通の評価枠組みについて、民間企業のみによる開発が可能と回答した者の属性と回答内容をまとめたものが表5-19である。表中で網掛けを行った共通の評価枠組みについてのみ、民間企業グループ又は民間の一企業による開発が可能とのコメントが寄せられている。

5名の回答者の属性を見ると、各企業の中でも当該共通の評価枠組みに関する専門家であることが分かり、高度な知識を有するが故に、民間企業による開発が技術的に可能であると認識していることがうかがわれる（ただし、②展示会・商談会シートを開発する研究会に所属した地方自治体担当者については、開発終了後、その見直しを検討する年度からの所属であることから、厳密に解釈すると、開発作業に参加した者には該当しない。）。

なお、これら5名全員が、①協働の着眼点については、「官民協働が必要」と回答していること、また、総じて研究会には、食品事業者等の組織内で、当該研究会のテーマに関する専門家が選抜されて参加する傾向があり、そのほとんどが「官民協働が必要」と回答していることに留意が必要である。

こうした結果を総合的にみると、FCPの共通の評価枠組みの開発において、官民協働の取組は有効に作用し、個別ステークホルダーの協力的行動の集積に貢献したと評価すべきであろう。

表 5-19 民間企業による開発に肯定的な回答者の属性

属性	②展示会・商談会シート	③共通工場監査項目	④消費者ダイアログシステム
大手食品製造業:CSR担当	官民協働が必要	官民協働が必要	民間企業グループで作成可能
地方自治体:農業担当	民間一企業で作成可能	民間企業グループで作成可能	知らない(回答できない)
大手食品製造業:お客様相談担当	民間企業グループで作成可能	民間企業グループで作成可能	民間一企業で作成可能
大手飲食業:品質保証担当	民間企業グループで作成可能	民間企業グループで作成可能	官民協働が必要
大手食品製造業:品質保証担当	官民協働が必要	民間企業グループで作成可能	知らない(回答できない)

注：網掛け部分が、自ら開発作業に参加した共通の評価枠組みに対する回答

マクロ・マイクロ図式の区分で言えば、「③個々のステークホルダーを特徴づける独立変数とフードシステムのサブシステムの状態を特徴づける従属変数を持つ第三のパート」において、個別のステークホルダーが協力行動を選択し、これが官民協働の開発作業の仕組みによって集積することで、効果的な共通の評価枠組みの開発を達成するという仕組みは、ほぼ政策のデザインに則して機能したものと考えられる。

4 情報共有 NW への参加動向と普及ステージの課題

この章のケーススタディ自体は、共通の評価枠組み開発に伴う公共財ジレンマの解決を分析対象とし、その後の普及ステージにおいて生じることが懸念される公共財ジレンマの解決は直接的には検証の射程外としている。

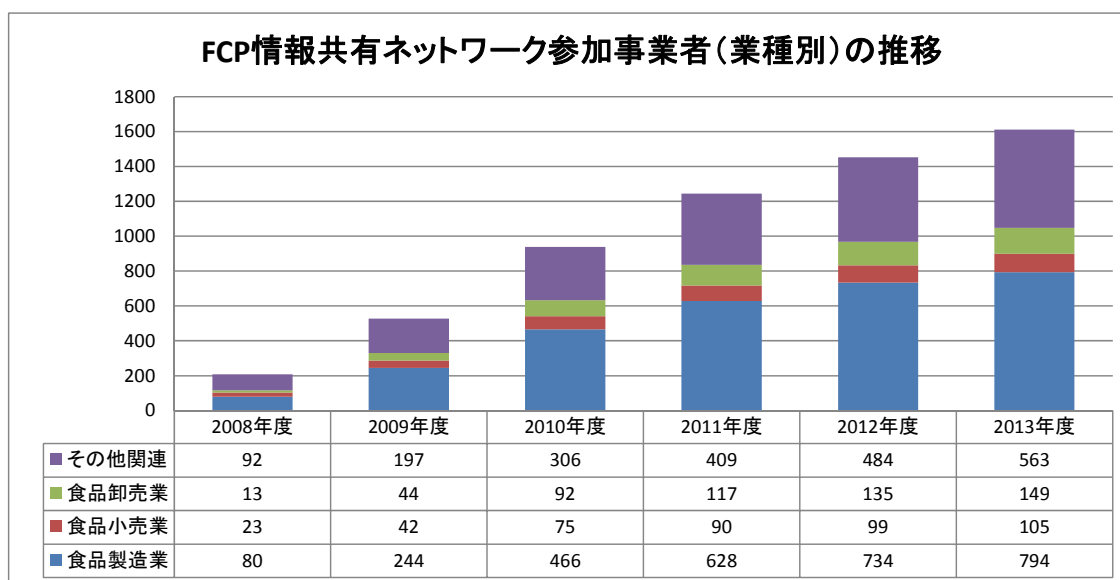
しかし、そもそものFCPの設計において、共通の評価枠組みの開発と普及の連動が模索されていることから、最後に、情報共有NW参加者の動向から開発と普及の関係に関して考察した上で、共通の評価枠組みの利用事例を参照しつつ、普及の課題について触れることとする。

1) 情報共有 NW への参加者数と共通の評価枠組み開発の関係

FCPの構造の特徴として、情報共有NWと研究会等の重層的な構造が掲げられる。

第三節で解析したとおり、消費者の信頼向上という大義名分を掲げ、「小異を捨てて大同につく」形で、一定数以上の多様なステークホルダーが集う情報共有NWを構築し、これを基盤に個別の共通の評価枠組みの開発を実現する仕組みがデザインされている。情報共有NWには、共通の評価枠組み開発の実現可能性を高める機能に加えて、共通の評価枠組みの利用促進（普及）の機能が期待されていると言える。

図 5-17 情報共有ネットワーク参加事業者（業種別）の推移



注：農林水産省提供資料を基に筆者作成

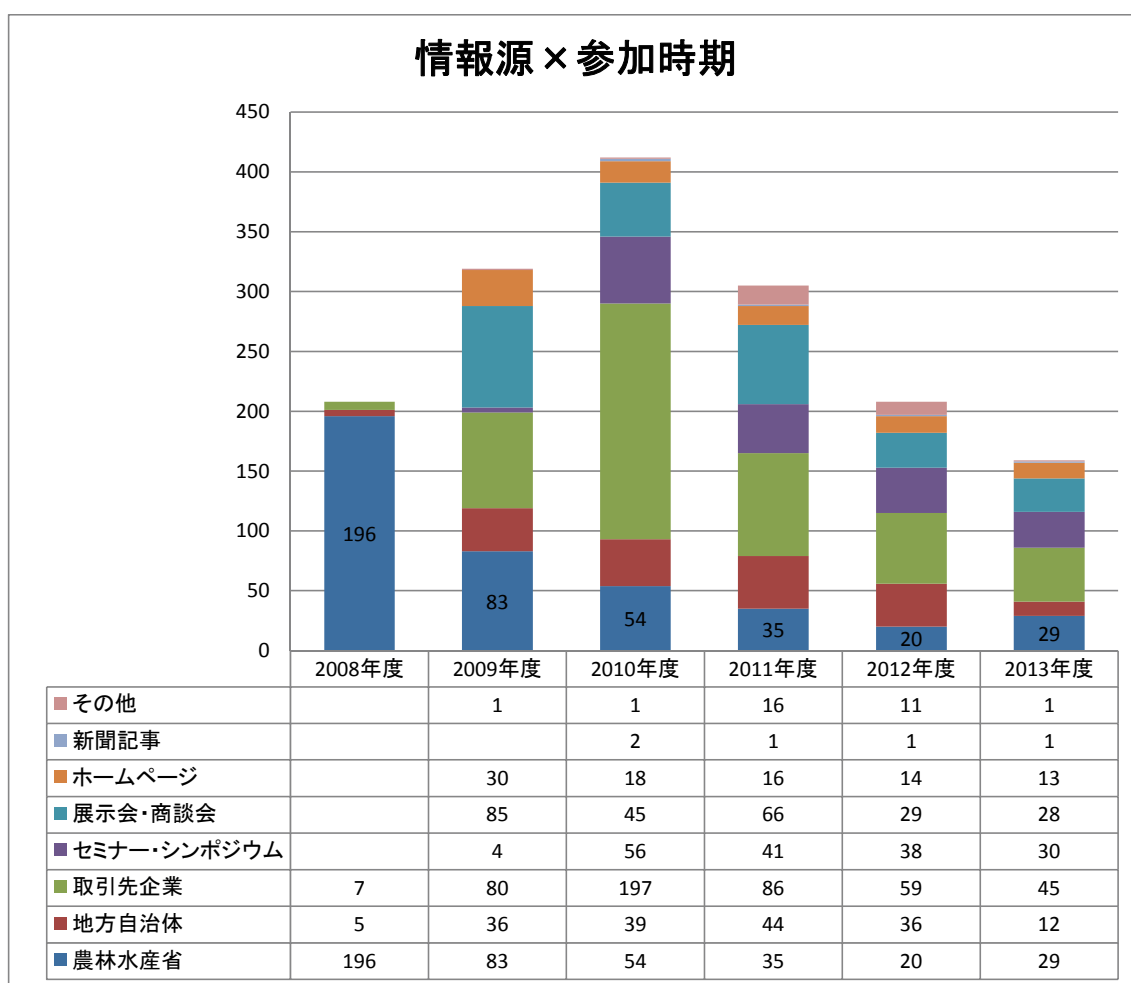
以下、情報共有NW参加企業・団体の増加の様子について分析することとしたい。

情報共有 NW が、共通の評価枠組みの利用を促進する機能の観点から言うと、新たな共通の評価枠組みの開発が事実上終了した 2011 年度以降も情報共有 NW への参加事業者自体が増加を続けている点に着目すべきであろう。

2011 年度以降は、事実上、共通の評価枠組み開発のために情報共有 NW へ参加するという選択肢が存在しない状態であり、共通の評価枠組みの普及という観点、さらに広く食の信頼問題を解決しようとする運動への参加という観点で、情報共有 NW が拡大していることを示唆している。

図 5-18 は、情報供給 NW 参加事業者が、「どこから F C P の情報を入手して参加申し込みを行ったか」、農林水産省の F C P 事務局が参加申し込みを受けた際に聴きとった情報入手先を、参加年度ごとに整理したものである。

図 5-18 情報共有ネットワーク参加事業者の情報源と参加時期の関係



注：情報源の振り分けは、農林水産省提供資料に基づいて筆者が実施。

この図からは、プロジェクト立ち上げ年である 2008 年度には、圧倒的多数が F C P の事務局である農林水産省の呼びかけに応じて情報共有 NW に参加していること、2009 年度には、展示会・商談会や取引先企業からの情報提供に応じた者が増加し、2010 年度以降は、取引先企業から情報を入手して情報共有 NW に参加する者が最も多くなっていることが分かる。

要因の一つは、2009 年度途中から試行に入った展示会・商談会シートの普及にあると考えられる。この共通の評価枠組みが普及することによって、展示会・商談会関係者の中で F C P の認知が高まったことが情報共有 NW への参加につながったと推察される。

もう一つの要因として、百貨店や量販店等の取引先説明会で F C P の説明、情報共有 NW への勧誘が行われるなど（神井 2012）、先行して F C P に参加した事業者による裾野を広げようとする動きの影響がうかがわれる。ビジネスベースで、F C P の共通の評価枠組みの認知が進んだ現われとも考えられる。

他方、情報共有 NW 参加者の伸びは、年を追うごとに鈍化しており、普及機能の限界が顕在化していると想定される（これは、共通の評価枠組みが非排除性を備えている以上、避け難い事態とも言える。）。

この情報共有 NW 参加者数の推移について、前出の 2012 年度実施のウェブアンケートの結果を用いて、2010 年度までの情報共有 NW 参加者（26 名）と 2011 年度以降の参加者（47 名）が、情報共有 NW への参加メリットをどう評価しているか、その相違を見ることで考察する。

5 段階評価を数値化し、加重平均した値で比較すると、総じて 2010 年度以前の参加者が高い値を示しているが、検定の結果、「社会的評判（評価）獲得」（2010 年以前参加（0.500）>2011 年度以降（-0.191）, $p=0.0081$ ）、「食品業界全体の取組み向上」（2010 年度以前参加（1.154）>2011 年度以降（0.489）, $p=0.0051$ ）、「関係者とのネットワーク強化」（2010 年度以前参加（1.500）>2011 年度以降（0.723）, $p=0.0023$ ）という形で有意な差が認められた²³。共通の評価枠組みが非排除性を伴うという限界のなかで、開発作業を終えた F C P に参加することの意義が変化していることが示唆される。共通の評価枠組みを開発する協力的行動が、消費者の信頼確保、食品業界全体の取組み向上のための活動と認知されていたことの裏返しとも解釈出来る。

また、有意差は認められなかったものの、2011 年度以降の参加者の回答の中で「取引先からの評価向上」の加重平均の値が、負の値（-0.021）を示していることにも留意したい。有意に評価の低下した「社会的評判（評価）獲得（-0.191）」とともに、対外的な評価という観点では、F C P への参加メリットが実感されにくくなっていることがうかがわれる。

これらの回答結果から、現状の情報共有 NW に関しては、共通の評価枠組みの普及組織

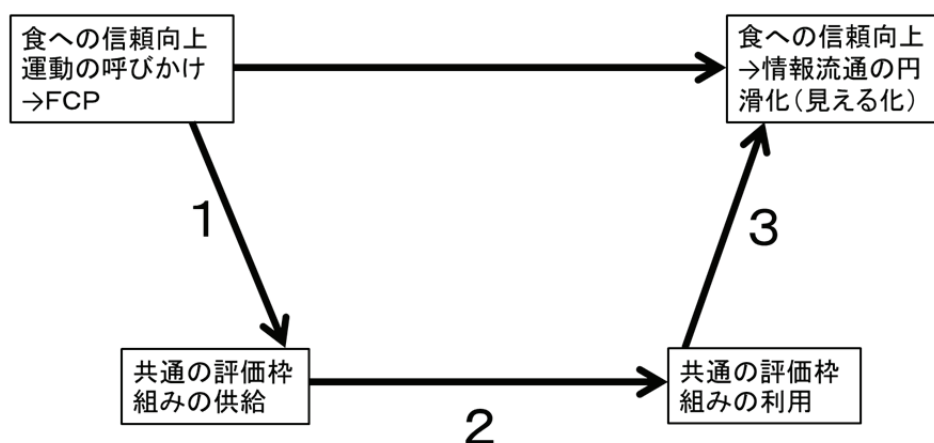
²³ なお、同様の比較を F C P への参加目的に関して行ったところ、総じて 2010 年度までの参加者が高い値を示す傾向がある中、「自社の取組み強化」「取引先の評価向上」について 2011 年度以降の参加者が高い値を示したものの、全ての回答について有意な差は認められなかった。

(あるいは、消費者の食への信頼確保のための運動体)として機能する観点では、一定の限界が存在することが明らかになっていると言える。

2) 共通の評価枠組み普及ステージの課題

表5-17で見たように、FCPアドバイザーの間では、共通の評価枠組みについて、総じて言えば、普及見込みが高いという評価が得られている。ビジネス効果も高く評価されており、図5-12で示した「共通の評価枠組みの供給」は実現し、次のステージとして「共通の評価枠組みの利用」につながるための矢印の2の部分、さらに、個々のステークホルダーの利用(協力行動)が集積して、我が国のフードシステムにおける「情報流通の円滑化(見える化)」につながるための矢印3の部分が課題になっていると言える。

図5-12 マクロ・ミクロ図式の共通の評価枠組みの利用ステージへの援用(再掲)



FCPで開発された共通の評価枠組みの現状をみると、FCPアドバイザーからの高い評価にもかかわらず、我が国のフードシステムにおける情報のやり取りを一変させるような普及の兆候は、一部の事例を除いて未だ明らかになっていない。

普及状況が明確でない理由の一つは、FCPの共通の評価枠組みが、実際に動いているビジネスに混乱を来さぬよう、既存の共通の評価枠組みと並存可能な性質を備えることを求められた点にある。この特性を踏まえ、共通の評価枠組みの利用の態様は詳しく義務付けられてはいない。直接評価に用いる例もあれば、参考情報として用いる例も容認されており、この共通の評価枠組みから得られるメリットが不明確になりがちである。また、その普及状況を外形的に把握することも困難になりがちである。

このような中で、FCPの共通の評価枠組みのうち、現時点で、面的な普及状況を把握できる唯一の例外的な存在は、展示会・商談会シートである。

展示会・商談会シートの普及状況については、農林水産省の委託調査「食の情報提供活動促進委託事業」において、2010年度、2011年度の2か年で調査が行われている(三菱

総合研究所 2011, 資源循環社会研究所 2012)。2009 年度の途中から試行, 2010 年 3 月に開発を了した展示会・商談会シートについて, 展示会会場で食品小売業等のバイヤーに対してアンケート調査を行った結果, 認知率(「知っていたか」との問いに「知っていた」と答えた率)は, 2010 年度の 22.5%から, 2011 年度の 68.3%へと向上しており, 普及が進捗していることがうかがわれる。

F C Pの展示会・商談会シート開発のための研究会には, 国内の大規模な展示会・商談会を主催している事業者も複数社参加していた。この開発と普及を連動させるデザインが機能し, これら研究会参加企業の主催する展示会・商談会では, そもそも出店事業者が商品登録を行う際のエントリーのフォーマットとして使われている。また, 農林水産省の 6 次産業化関連対策として開催される展示会・商談会では使用が要件とされており, 複数の展示会・商談会主催者のコメントによれば, 2014 年度の段階では, 展示会・商談会で情報開示を行う際のデファクト・スタンダードに近い状態となっていると見て良い。

この普及の要因としては, 研究会参加を通じて主要な展示会・商談会主催事業者の普及へのコミットメントが確保されていたことに加え, 類似の機能を備えた既存の共通の評価枠組みが存在しなかったことから利用のメリットが認知され易い状態にあったこと(既存の取組と比較した場合の相対的優位性の高さ), 利用の有無を外形的に確認し易かったこと(観察可能性の高さ)など, イノベーションの普及に必要な要素が整っていたことが考えられる²⁴。

この他, F C Pアドバイザーの個別ヒアリングによって知り得た共通の評価枠組みの利用状況の例を記せば, 以下の通りである。

例 1: 大手食品小売業の A 社では, プライベートブランドの製造工場に対する工場監査の実施に際して, F C Pの共通工場監査項目を監査の相手先に予め渡してセルフチェックを行ってもらい, それを確認した後, 監査を行うことによって, 監査を行う側, 受ける側の双方でコスト低減を図った。

例 2: 大手製造業者の B 社では, 自社工場の自主点検項目と, F C Pの共通工場監査項目を照らし合わせて, 自社の点検項目に抜け落ちがないかをチェックし, 更新作業を行った。

例 3: 展示会・商談会を主催する C 社では, F C Pの展示会・商談会シートを, 商品エントリーの入力フォーマットに採用するとともに, 地方自治体と連携して, 当該自治体の事業として展示会に参加する食品事業者向けに, 展示会・商談会シートの記入とプレゼンテーション, 協働の着眼点や工場監査項目を用いた業務の振り返り等を行う研修を行った。

²⁴ ロジャース (2007) は, イノベーションを「個人あるいは他の採用単位によって新しいと知覚されたアイデア, 習慣, あるいは対象物」と定義し, 相対的優位性, 両立可能性, 試行可能性, 観察可能性が高く, 複雑性については低いと知覚されるイノベーションは, そうでないものよりも速やかに採用されると指摘している。

例4：地方自治体D県では、協働の着眼点、FCPの展示会・商談会シート、FCPの共通工場監査項目を用いた県内食品事業者向けの研修プログラムを開発し、研修事業を実施した。

いずれの利用事例も、共通の評価枠組みの開発時点から、当該企業（又は地方自治体）が、積極的に参画しており、FCPの開発と普及のステージを連動させるデザインが奏功した事例と見做すことが出来る。

同時に、その利用状況からは、FCPの共通の評価枠組みのステークホルダーに対する拘束力の弱さが、普及（又は普及状況の把握・評価）のボトルネックになる懸念が示唆されている。FCPの共通の評価枠組みの開発ステージや情報共有NWへの参加負担軽減の面では、多くのステークホルダーの支持を集めてきた強みである拘束力の弱さが、普及の局面では弱みになることが懸念される。この逆説的な状態は、規制以外の手法を模索して来たFCPの趣旨や共通の評価枠組みの非排除性、非競合性という属性に由来するため、解消は容易ではない。

第二章で整理したように、転換費用の懸念等、ステークホルダーが利用を控える誘因が存在しており、FCPの共通の評価枠組みの普及ステージでも、公共財ジレンマ状態が生じていると考えられる（表2-3参照）。

FCPの共通の評価枠組みの普及を進めるためには、例外的に普及が明らかになっている展示会・商談会シートの現状分析も参考にしつつ、第三章で提示した普及（利用）ステージにおける公共財ジレンマの解決方策の類型に則して現状を検証し、普及の仕組みの構築を改めて検討することが求められよう。

この検討を行うに際しては、第四章の地物一番企画における公共財ジレンマの解決方策に関する検証結果を援用することが効果的と考えられる。FCPの普及ステージの公共財ジレンマ状態と地物一番企画の公共財ジレンマ状態は、転換費用の懸念等の態様が類似しているためである。

例えば、第四章の検証で有効性が示された構造的解決の方策の「選択的誘因の導入」のうち「顕彰機会の創出」、「対消費者PRへの支援」の手法（シンボルマーク等利用によるキャンペーンブランド構築）を参考にして、FCPの共通の評価枠組みの利用について相対的優位性の認知、観察可能性を高める手法を検討するアプローチが想定できる²⁵。

このように、本研究で提示した公共財ジレンマの解決方策の類型を用いて具体的なケーススタディを重ね、そこで蓄積された知見を援用することによって、フードシステムのサブシステム構築のための新たな方策を効果的に検討することが可能になるものとする。

²⁵ 例えば、ステークホルダー間でFCPの共通の評価枠組みを利用する方針の宣明を促すなど、利用状態を顕在化させる手法が選択肢の一つとなり得るだろう。これにより、取引費用低減の効果発現が容易になるとともに、当事者以外からも共通の評価枠組みの利用が観察可能となることで普及効果が期待される。

終章 —むすび—

この章では、これまで明らかにして来た成果を概観した上で、本研究の学術的意義と政策的含意を整理するとともに、今後に残された課題を明らかにして、本研究のむすびとしたい。

1 本研究の要約

本研究の内容をおおまかに分けると、食の信頼問題の解決方策について、多様な分野の先行研究の蓄積を活用して理論的な分析を行った前半部分と、前半で提示した食の信頼問題の解決方策について二つのケースを取り上げ、実証研究を行った後半部分に分けられる。

前半の理論的な分析は、さらに、食の安全・安心に関する問題や成熟社会における新たな政策手法のあり方、フードシステムや社会システムに関する先行研究を参考にして、フードシステム分化（サブシステム構築）による複雑性の縮減を食の信頼問題解決の仮説として提示した部分と、サブシステム構築の課題を公共財ジレンマの解決としてフレーミングし、社会的ジレンマに関する先行研究等を援用して解決方策を分析するための枠組みを構築した部分に分けることが出来る。

1) 理論的分析の概要

①食の信頼問題の解決方策の提示 —フードシステムの分化（サブシステムの構築）—

本研究では、まず、食の安全・安心に関する問題の発生メカニズムや、その問題への政策介入の課題について考察した先行研究等を参考にして、本研究の対象とする食の信頼問題を定義した。食品の安全性確保のように科学的根拠に基づいて正解を規定出来る問題とは異なり、食の信頼問題は、多様な価値観の相克を孕み、正解が存在しない社会問題と位置づけられる。多くのステークホルダーが関係し、因果関係が複雑であるため、顕在化した一つの問題への対症療法的な解決が、他の問題の発生要因になることも珍しくない。

食の信頼問題を完全に払拭することは困難であるが、問題が深刻化するなか、より良い対応を模索することは、政策形成者にとって必須の課題である。食の信頼問題のような複雑な社会問題への対策として、先行研究が有効性を指摘しているのが、問題を個別の事件の処理としてではなく、全体像から捉えて、そもそもの発生要因から考えるシステムアプローチである。

このため、本研究においては、食の信頼問題が顕在化する構造を、フードシステム論の研究の蓄積を踏まえて解析した。フードシステムが成立するための三要件とされる構成主体、構成主体間の関係、共通目的（又は秩序性）を表現する簡明なモデルを構築し、フードシステムの複雑化が、構成主体間の情報の非対称性を拡大し、食の信頼問題を深刻化、顕在化させているメカニズムを明らかにした。さらに、社会システムに関する先行研究から、システム分化による複雑性の縮減の考え方を援用して、問題の根源と考えられるフードシステムの

複雑化に直接働きかけ、システム分化（サブシステム構築）を促すことによって食の信頼問題が解決可能であることを明らかにした。この際、システム分化には、地産地消マーケット創出のような環節的分化と共通の評価枠組み利用のような機能的分化の二類型が存在することも示した。

②サブシステムの構築方策の提示 —公共財ジレンマ解決方策の援用—

続いて、フードシステムのサブシステム構築には、構造的に公共財ジレンマが伴うことを、地産地消マーケット創出や共通の評価枠組み利用に関する先行研究を引用しつつ明らかにした。一旦成立した後のサブシステムの発展は構成主体の主体的な経済活動に委ねられることから、サブシステム構築の政策面での課題は公共財ジレンマの解決に集約されることとなる。このため、食の信頼問題を解決する対策を、公共財ジレンマの解決方策として捉え直す、問題の置き換えの考え方を提示した。

この捉え直しによって、従来の社会的ジレンマに関する研究成果の分厚い蓄積を活用して、食の信頼問題の解決方策について分析を行うこととした。まず、過去の社会的ジレンマ研究のなかで有効性が実証された解決方策を、理論的分析の結果に従って類型化した複数の先行研究を分析し、フードシステムのサブシステム構築に適用可能な新たな解決方策の類型を構築した。

公共財ジレンマの解決方策の全体像を体系的に示し、かつ、個別の問題に当てはめて対策を検討することの出来る実践的な「見取り図」として、2つの大類型と7つの小類型を提示した。具体的な類型は以下のとおりである。

まず、ステークホルダーの選択状況そのものを変える構造的解決の手法として、

- ・ 成員の異質性の活用
- ・ 行動の有効性向上（クリティカルマスの確保を含む）
- ・ 選択的誘因の導入

次に、ステークホルダーの選択状況の認知や価値基準を変える個人的解決の手法として、

- ・ 情報や知識の提供
- ・ 社会的価値の認知，責任感の醸成
- ・ 意思決定の公表
- ・ 他者への信頼の増大

さらに、個別の公共財ジレンマの解決方策を組み合わせた総合的な対策を分析するため、対象とするステークホルダーにどのような行動変容を期待し、その行動変容の集積結果としてどのような社会変化を目指すのかを明らかにする仕組みを分析の枠組みに加えた。

具体的には、社会変化の理論を整理する際に用いられることの多い、コールマン（2004）のマクロ・ミクロ図式を活用して、総合的な対策を分析するアプローチを提示した。

2) 実証研究の概要

本研究の後半では、前半の理論的分析で構築した公共財ジレンマ解決方策の分析枠組みを活用して、公共財ジレンマ解決のための総合的な対策が、政策形成者のデザイン通り有効に機能するかどうか実証研究を行った。また、この実証研究のプロセスでは、本研究で構築した分析枠組みが実際の食の信頼問題解決の場面に適用可能かどうかについても検証した。

地物一番企画、FCPのいずれのケースにおいても、まず、新たに構築した分析枠組みに従い、政策過程分析を行って政策の成立要因を確認し、マクロ・ミクロ図式等を用いて企画意図を明らかにした後、公共財ジレンマ解決方策の類型を用いてどのような働きかけを組み合わせて対策がデザインされているかを解析した。その後、政策形成者の意図した通りに対策が機能したか否かについて、アンケート調査、インタビュー調査等を分析して、実証した。

①地物一番企画に関する実証結果

地物一番企画に組み込まれた公共財ジレンマの解決方策をステークホルダーがどう認知したかについては、「構造的解決の手法」に属する「選択的誘因の導入」のうち、「顕彰機会の創出」、「対消費者PRへの支援」の効果、「個人的解決の手法」に属する「他者への信頼の増大」のうち、「運営ルールの明確化」、「三重県庁のコミットメントの明確化」の効果が発揮されたことが分かった。また、具体的に、ステークホルダーの行動変容（協力行動）がどう起こったかについては、「構造的解決の手法」の「成員の異質性の活用」として「主体的な手上げ方式の採用」により地物一番企画へ協賛した事業者が、具体的な地産地消に関する取組みを展開したことが明らかになった。協賛事業者数の推移からは、「構造的解決の手法」に属する「行動の有効性向上」のうち、「事前の協賛呼びかけと協賛事業者の名称公表」の効果が発揮されたことがうかがわれる。さらに、こうした協力行動の集積として、実際に地産地消マーケットが創出されたか否かについては、地物一番企画が民間主体の活動として自走化し、三重県民の地産地消に関する認知も高まっていることなどから、地産地消マーケット創出が実現されたと判断した。

このように地物一番企画のケースでは、公共財ジレンマの解決方策が有効に機能したこと、その結果として、フードシステムのサブシステム構築に成功したことが実証された。また、本研究で提示した分析枠組みも有効に機能したと言える。

②FCPに関する実証結果

FCPの共通の評価枠組み開発作業に組み込まれた公共財ジレンマの解決方策をステークホルダーがどう認知したかについては、「構造的解決の手法」に属する「選択的誘因の導入」のうち、「最新情報の共有機会提供」、「人材育成の機会提供」の効果や、「個人的解決の手法」に属する「行動の有効性向上」のうち、「共通の評価枠組みの開発権限付与」の効果が発揮されたことが分かった。また、「消費者の信頼確保」、「食品業界全体の取組向上」をFCPへの参加目的に挙げる者が多く、「個人的解決の手法」の「社会的価値の認知、責任

感の醸成」のうち、「社会貢献としての意義づけ」の効果が明らかになった。具体的に、ステークホルダーの行動変容（協力行動）がどう起こったかについては、一定数以上の企業・団体がFCPの研究会に参加し、複数の共通の評価枠組みが開発されたことを確認出来た。「主体的な手上げ方式の採用」により「成員の異質性の活用」が図られるとともに、研究会参加者に対する「選択的誘因の導入」が事後的にも高く評価されており、「構造的解決の手法」が有効に機能したことが明らかになった。この際、主に中小零細規模の食品事業者の利用を想定する共通の評価枠組みを開発する研究会への参加企業の大多数を大企業が占めていることから、「個人的解決の手法」に属する「社会的価値の認知、責任感の醸成」の「社会貢献としての意義づけ」の影響がうかがわれる。さらに、こうした協力行動の集積として、実際に有効な共通の評価枠組みの開発に成功したか否かについては、ビジネス効果、消費者の信頼確保、普及見込みのいずれの観点からも、関係者から高く評価されていることに加え、開発作業について官民協働のプロセスが必要との評価が多数であったことから、当初農林水産省が企図した通りに共通の評価枠組みが開発されたと言える。

FCPにおける共通の評価枠組み開発のケースでは、公共財ジレンマの解決方策が有効に機能したこと、その結果として効果的な共通の評価枠組み開発に成功したことが実証された。本研究で提示した分析枠組みも有効に機能したと言える。

2 本研究の学術的意義

本研究が、関連する先行研究の蓄積に新たな視点を付け加えた点として、①食の信頼問題についてフードシステム・アプローチによる解析を行ったこと、②食の信頼問題の解決策に社会的ジレンマ研究の蓄積を利用する途を拓いたこと、③公共財ジレンマ解決のための総合的な対策を分析する枠組みを構築したことの三点が考えられる。以下、順に確認して行くこととしたい。

1) フードシステム・アプローチの導入

本研究の主な貢献の一つは、食の信頼問題発生メカニズムを解析する際に、フードシステム・アプローチを採用した点にある。

消費者の懸念の伝播構造（中嶋・細野 2011）や食品問題パニック（神里 2004）に関する指摘が示唆するように、偶々顕在化した事件を個別に処理する対症療法では、食の信頼問題の本質的な解決につながらないことは明らかである。フードシステムのいずれか特定の構成主体の立場に立つのではなく、全体を一つのシステムとして捉えて食の信頼問題の分析を行うことは、他の複雑な社会問題に関する分析においてシステム思考が必要とされることと同様、有効なアプローチと考えられる。

しかし、本研究以前に、食の信頼問題の発生メカニズムをフードシステム・アプローチから明らかにした研究の存在は確認できていない。本研究では、フードシステム・アプローチ

に基づく簡明なモデルを用いて、食の信頼問題の顕在化・深刻化の根本的な要因がフードシステムの複雑化にあることを示した。この分析の結果、フードシステムの分化（サブシステムの構築）による複雑性の縮減を通じて、食の信頼問題を解決しようとする新たな対策の仮説を提示することが可能となった。

2) 社会的ジレンマ研究の成果活用

本研究の貢献としては、社会的ジレンマ研究の蓄積を、食の信頼問題の解決方策の検討に援用した点も重要と考える。

フードシステムのサブシステム構築を具体化するためには、ステークホルダーの協力的行動が必要であるが、自然体では様子見を決め込むことが有利に働く判断する者が多くなり、結果的にサブシステム構築が困難となると見込まれる。この状況を踏まえて、サブシステム構築における課題を、公共財ジレンマの解決とフレーミングしたことにより、社会的ジレンマに関する分厚い研究の蓄積を活用することが可能になった。

社会的ジレンマについては、そのメカニズムについて、ゲーム理論を用いた理論的な研究が進められているほか、解決方策についても、理論的な研究や経験的な分析が蓄積され、実験研究により、個別の解決方策に関する実証が進んでいる。本研究で引用した通り類型化も行われており、一定の効果が期待される手法を把握することが出来る。これらの研究の蓄積を踏まえて、フードシステムのサブシステム構築に適用可能な成果を抽出することで、効果的な対策のあり方について分析することが容易になった。

3) 新たな分析枠組みの構築

本研究が、これまでの社会的ジレンマ研究の蓄積に新たな視点を加えたとすれば、公共財ジレンマの解決方策に関する分析枠組みを新たに構築したことであろう。個別の対策を独立に分析するのではなく、総合的な対策としての分析を試みていること、実務における利用を視野に構築されていることが特徴である。

社会的ジレンマの解決に関する従来の研究では、理論的な分析と実証研究の連携が課題とされ、多様なアプローチを総合的に利用した対策の有効性が指摘されている。また、実務面から見ても、食の信頼問題のような複雑な問題では、個別の対策を切り離して効果を確認する社会実験が許容されることが少なく、様々な対策が組み合わせられて実施されることが多いと想定される。

こうした総合的な対策の有効性、必要性に関する指摘にもかかわらず、これに関する研究が少ないことが課題とされている。理論的な分析では実務への適用に限界があり、実験研究は環境のコントロールに限界があるため困難と想定され、経験的な分析は事後的な分析中心となる限界が存在するためと考えられる。

これに対して本研究では、理論的な分析と実験研究等の実証研究結果を連携して分析枠組みを構築し、この有効性を、総合的な対策の企画立案から実施まで一貫した情報を備えたケ

ースタディで検証して、今後の総合的な対策の分析に耐えうる枠組みとして提示している。

まず、理論的な分析の成果である社会的ジレンマ解決方策の体系的な整理を考慮しつつ、実証研究によって一定の効果が認められている方策のうち、フードシステムのサブシステム構築に伴う公共財ジレンマの解決に有効と考えられるものの類型を網羅的にあげ、一覧性を持つように整理した。次に、新たに構築した公共財ジレンマ解決方策の類型をケースに適用して、実際の分析における利用に耐えうるか検証した。具体的には、マクロ・ミクロ図式で総合的な対策のメカニズムを明らかにした上で、ステークホルダーの認識を新たな類型に則して解釈することによって、個別対策の効果を評価するアプローチを採用した。

本研究の特異性は、ケースとして採用した総合的な対策の企画から実施に至るまで、筆者が一貫して携わっていたため¹、ケーススタディにおいて、事後的に入手した情報のみならず、事前の政策形成過程に関する情報、政策の運用に関する情報を詳細に分析出来た点にある。当事者による分析は、客観性確保の観点から限界があるものの、通常の実証的分析の限界が克服され、総合的な対策を分析するための一貫性のある枠組みを構築することが可能になったと言える。

例えば、事前に企図された個別対策の機能や対策相互の関連付けと、事後に得られた総合的な対策の帰結に関する情報を的確に照合することにより、新たな類型の有効性を効果的に検証することが出来た。また、ステークホルダーには、個別の対策が区分されて認知される訳でなく、総合的な対策のまとまりとして認知されるが、個別対策の機能と主なステークホルダーの反応を詳しく把握出来ているため、どの個別対策が影響を与えたかの確に解釈する観点から分析枠組みの実効性を検証することが可能になっている。

3 本研究の政策的含意

これまでの理論的分析と実証研究の成果を活用して、政策の企画立案、実施、評価、改善の実務に貢献することが本研究の主な目的の一つである。ここでは、ケーススタディで有効性を確認した新たな分析の枠組みについて、実務で利用される途を拓くため、その政策的な含意について明らかにすることとしたい。

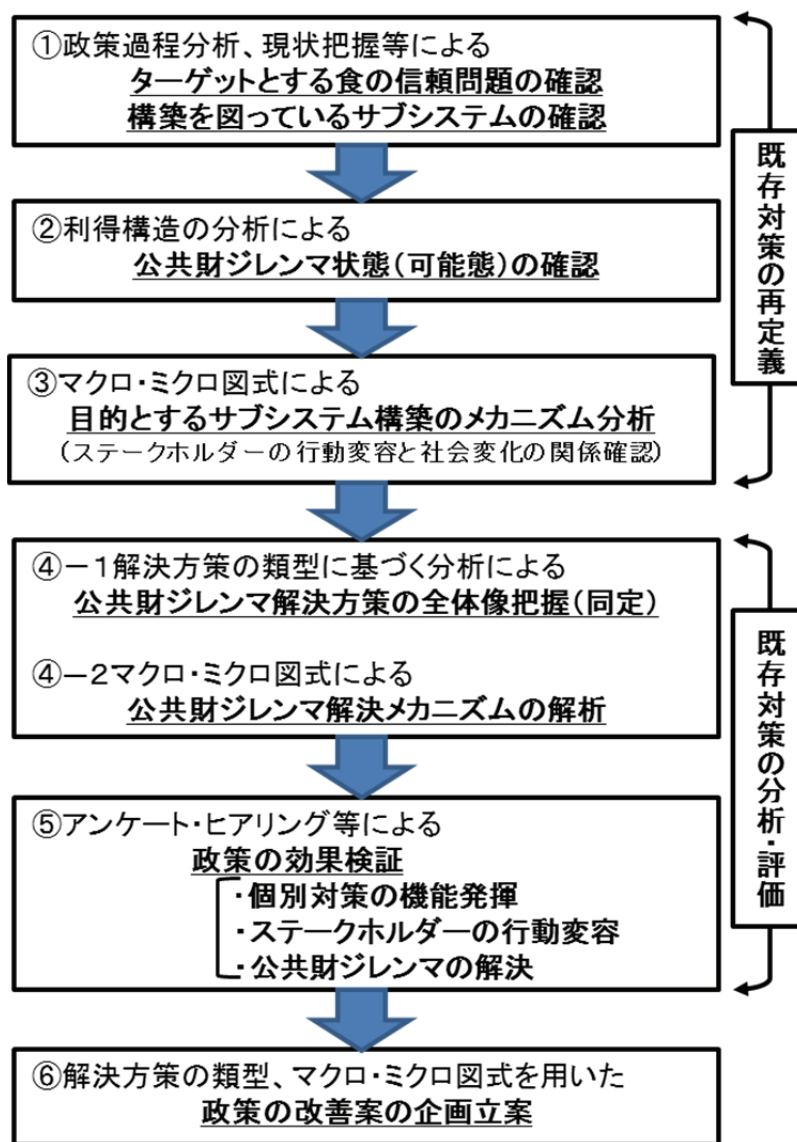
1) 既存の食の信頼問題対策の分析・評価と改善策の企画立案への適用

既に実施に移されている食の信頼問題対策について、その企画（政策デザイン）、実施状況、有効性を検証、評価し、改善策を提案しようとする際には、本研究で提示した分析枠組

¹ 筆者は、三重県庁で、2003年4月から2006年3月まで、地産地消・マーケティングチームマネージャー及びマーケティング室長として、地産地消対策を担当し、農林水産省で、2006年4月から2012年3月まで、消費・安全局表示・規格課課長補佐、フード・コミュニケーション・プロジェクトチームリーダー、食料産業局企画課食品企業行動室長として、FCP（FCPの前段階の食品表示の総合的な推進担当を含む）を担当した。政策の企画から実施に至るまでの一定期間を、一人の行政官が一貫して担当することは稀である。

みを，ほぼそのまま利用出来る则认为（図終-1参照）。

図終-1 分析枠組みの現状分析への適用



まず，政策過程分析を行うことによって，政策介入が求められた経緯を明らかにして，政策介入の考え方について改めて確認する。また，そもそも対策を講じて解決を図ろうとしている食の信頼問題を改めて確認するとともに，構築を促そうとしているサブシステムについて特定する。

次に，特定した食の信頼問題に関するステークホルダーのサブシステム構築に関する利得構造を，ヒアリング調査等により把握し，公共財ジレンマ状態を確認する。（仮に，ここで公共財ジレンマ状態が存在しないと評価するならば，政策介入のアプローチを見直し，サブ

システムの創発を促す方向転換を検討することが必要になると考える。)

続いて、目的とするサブシステム構築を促すため、具体的にステークホルダーに対してどのような行動変容を期待しているか、その行動変容の集積によってどのような社会変化を求めているかについて、マクロ・ミクロ図式を用いて明らかにする。(サブシステム構築と、想定する行動変容や社会変化の内容が整合しているかを確認する。仮に、不整合があると評価するなら、対策の目標修正を検討することが必要になると考える。)

ここまでは、既に実施されている食の信頼問題対策を再定義し、そもそもの対策の目的や対策実施によって出現させようとしている状態を改めて確認するプロセスである。

この後、公共財ジレンマ解決方策の類型に基づいて、実際に実施されている対策の全体像を把握した上で、個々の機能を解析する。どの対策が、何の目的で実施され、具体的には、どのようにステークホルダーの行動変容につながるようデザインされているかを明らかにする。さらに、これらの個別の対策が、どのように組み合わせられて、公共財ジレンマ状態の解決に結びつくようデザインされているか、マクロ・ミクロ図式を用いて明らかにする。(これらの特定によって、個別対策の狙いは全体の目的であるサブシステム構築の方向性と整合しているか、個別対策が相互に連携しているかなどを確認する。仮に、個別対策の目的が全体目的と整合していない、又は、対策相互で矛盾があると評価すれば、対策の見直しが必要になると考える。)

このように、総合的な対策のデザインが的確に行われていることを確認した上で、具体的に個別対策はデザイン通りに実践されているか、その対策は効果を発揮しているか、対策が組み合わせられてお互いの効果を打ち消すことなく機能しているかなどの点について現状把握と評価が可能になる。

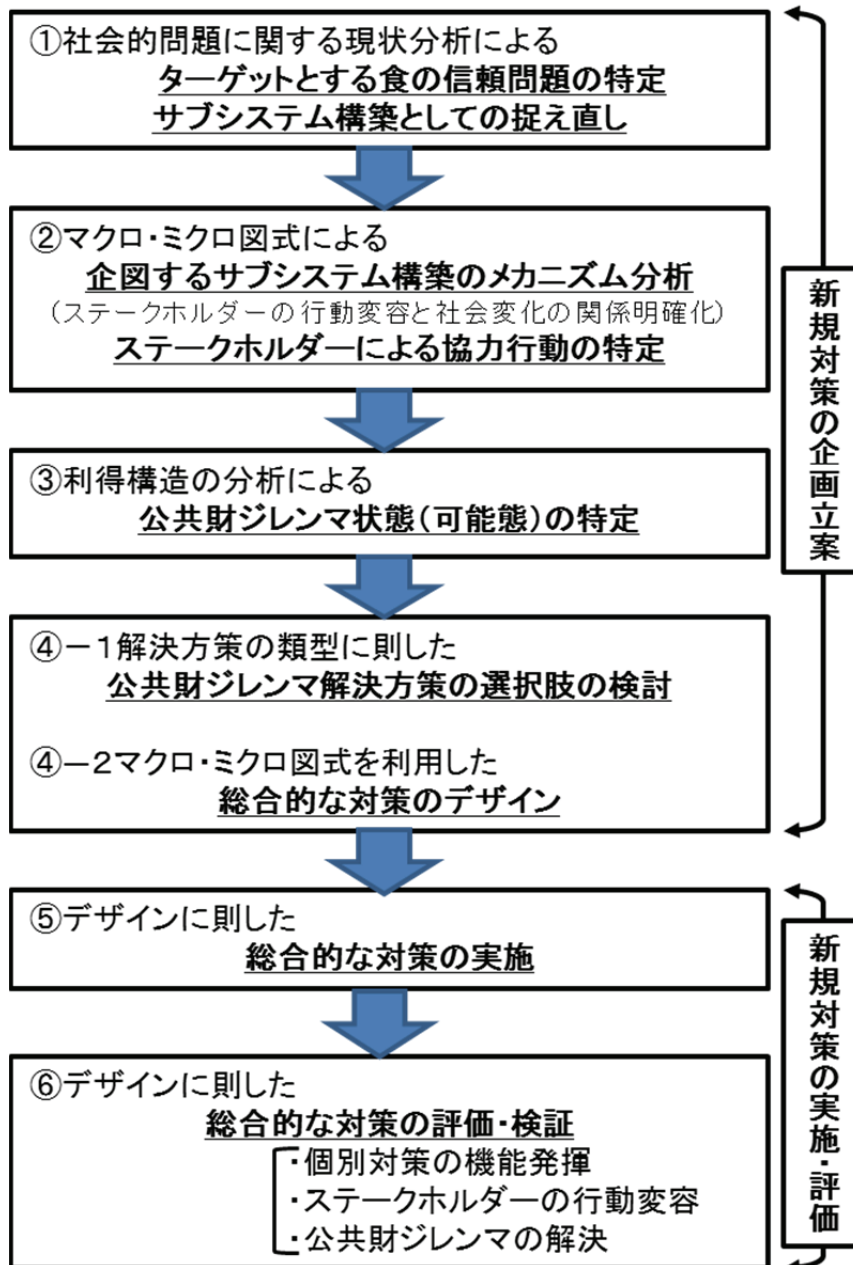
実際には、ステークホルダーに対して、アンケートやヒアリング等を行うことによって、個別対策が機能を発揮しているかどうか、ステークホルダーの行動は変化しているか、公共財ジレンマ状態は解決されているかどうかといったステージごとに対策の検証が行われることが有効であろう²。総合的な対策の効果が発揮されていない場合、どのステージに問題が生じているかを明らかにし、効果的に改善を図ることが可能になると考える。

2) 新たな食の信頼問題対策の企画立案への適用

顕在化した食の信頼問題に対する対策、あるいは、これから生じることが懸念される食の信頼問題に対する対策を新たに企画立案する際に、本研究で構築した分析の枠組みを修正して適用することが可能と考える (図終 - 2 参照)。

² ステークホルダーが直面する利得構造の分析については、ステークホルダーの問題構造認識自体の仮説を当事者に図で提示して構造を明らかにしていく問題構造分析の手法が加藤ら (加藤ら 2005, 加藤 2007) によって提案されている。しかし、食の信頼問題のようにステークホルダー間の利害対立が激しいと想定される問題については、当事者に問題の構造仮説を明示すること自体が本音を引き出す上で障害となる懸念があり慎重な対応が求められると考える。

図終-2 分析枠組みの新規企画立案への適用



まずは、現状に関するデータ分析やステークホルダーの声を踏まえて、政策課題として取り上げるべき食の信頼問題を特定するとともに、その問題の解決方策をフードシステムのサブシステム構築の観点から捉え直す。

次に、サブシステム構築のために、ステークホルダーの行動をどのように変容させたいと考えるか、また、その行動変容を集積することによって実現しようとする社会変化を特定する。この特定を踏まえて、サブシステム構築において、ステークホルダーが採用する協力行

動を明確化する。

続いて、サブシステム構築に際して、関連するステークホルダーが、どのような利得構造に直面しているかを（関連情報の聴取等により）把握する。これによって、サブシステム構築に伴う公共財ジレンマ状態を特定する。

この後、公共財ジレンマ解決方策の類型を用いて、どのような対策を講じ得るかをリストアップする。さらに、リストアップした対策をどう組み合わせ、実際の社会変化を起こすか、マクロ・ミクロ図式を参照しつつ、総合的な対策のパッケージを検討する（この際には、財政的制約、時間的制約を踏まえて優先順位付けを行う）。

実際に、総合的な対策を実施する。実施プロセスでは、デザインしたように対策が実行できているかどうか情報を収集し、評価結果を実務にフィードバックする。

デザインした通りに対策が機能しているかどうか（個別対策の機能、ステークホルダーの行動変容の状況、公共財ジレンマの解決状況の各ステージについて）を分析・評価し、必要に応じて、改善策を講じる（又は、政策を終了する）。

この一連の手続きを経ることで、食の信頼問題に対して、フードシステム・アプローチによる新たな対策を企画し、実施、評価、改善するという、PDCAサイクルを一貫して回すことが可能になるものとする。

4 残された課題

本研究では十分に踏み込めなかった研究課題や、本研究の成果を将来的に発展させ得ると考える方向性についてまとめると、以下の通りである。

1) ケーススタディの蓄積による分析枠組みの補強・改善

①適用可能性の拡大

実務での利用を視野に入れて構築された公共財ジレンマ解決方策の分析の枠組みについては、今後、多くのケーススタディによる検証を経、必要に応じて、改善されることによって、多様な食の信頼問題への適用可能性を高めることが出来ると考える。

従来の経験的分析や実験研究では、総合的な対策に関する一貫性ある分析が困難であったが、本研究で分析枠組みが提示されたため、これを使ってケーススタディを積み重ね、得られた知見を蓄積することが容易になった。今後は、事前の情報収集、事後の情報収集を一貫した形で行うことによって、よりの確な分析が可能になると考えられる。

ケーススタディの結果が蓄積して行けば、新たな食の信頼問題に対して対策を検討する際に、有効に機能する対策を企画立案することが容易になる。第五章で言及したように、まだ二つのケーススタディを実施したに過ぎない現時点ですら、今後の企画立案をより効果的にする可能性が示されている。FCPの共通の評価枠組みの普及ステージにおける公共財ジレンマについて解決方策を検討する際には、公共財ジレンマ状態が類似する地物一番企画にお

ける実証結果から有益な示唆を得ることが出来ると見込まれる。

また、多数のケーススタディによる検証を経ることで、実務の利用用途に耐えうるよう、分析枠組み自体の修正、充実強化が可能になると考える。

さらに、実務での有効活用を考えると、こうした分析枠組みの補強・改善の先には、本研究では射程外とした情報システム学、システム工学等における研究との連携も視野に入ってくる。例えば、ICT等の先端技術を活用して情報や知識のやり取りを効率化することにより、公共財ジレンマ状態を解決するための「構造的解決の手法」や「個人的解決の手法」の効果を高めることが考えられる。

②客観性の向上

ケースとして採り上げた政策の立案から実施まで筆者が一貫して担当したという、本研究の特異性は、実務での適用を視野に入れて総合的な対策を分析する上でアドバンテージであるが、本研究の客観性を確保する観点からは、マイナスに働くこととなる。

筆者は、本研究の客観性を保つよう、三重県庁の文書、農林水産省の文書、新聞記事、筆者を含む政策担当者が担当時点で執筆した書籍、論文等を素材とし、筆者でなければ知り得ない情報は極力排して分析を行った。しかし、関係者インタビューについては、相手方が、筆者を当該対策の企画者、実施責任者であったことを知っている場合が多く、その影響を排除できていない。また、これらの情報を解釈する際に、筆者の見解を排除することは困難である。例えば、対策実施前にステークホルダーが直面していた利得構造に関しては客観性のある情報を分析の素材としているが、その解釈については、その当時の筆者の解釈に負うところが大きい。当時の筆者の解釈がその対策の企画、実施に影響を及ぼしていることを踏まえ、本研究では政策担当者の状況解釈として、分析に積極的に利用している。

こうした本研究の特異性に起因する客観性の問題は、今後、本研究で提示した分析枠組みが他のケーススタディで検証され、必要に応じて、修正・改善されることによって解消されていくものと考えられる。本研究の成果の客観性向上の観点からも、ケーススタディの蓄積が求められるのである。

2) 政策介入の必要性の検証 —サブシステム濫立の抑制等—

そもそも、食の信頼問題の解決のためにサブシステム構築を促進するというアプローチは、即効性に欠ける傾向がある上、目標設定や効果測定が技術的に難しく、政策介入の必要性について慎重な検討が必要³であり、かつ、アカウントビリティ向上を意識する必要があるア

³ 本研究で取り上げたケースについて見ると、地物一番企画については、知事のリーダーシップの下、生活者起点の県行政というメタ政策によって、農林漁業政策が枠づけられたことを契機に政策課題として認知されたものである。また、FCPについては、食品偽装等の事件が相次いで、食品問題パニックと言えるような状態が出現し、新たな政策手法の提案が求められたことが、政策実現の要因になっている。政策過程分析で示したように、どちらのケースも、キングダム（2011）の政策の窓モデルが指摘する通り、問題・政治・政策の流れが合流し、政策の窓が開くタイミングで、政策化されたものである。

アプローチと言える。

また、食の信頼問題解決のための対策として、フードシステムのサブシステム構築を企画する場合、サブシステム間の相克や企画意図に反したフードシステムの複雑化の危険性に留意する必要がある。無秩序にサブシステムが増加すれば、フードシステムのパフォーマンスを維持・向上するために、別に総合性を確保する方策が必要になるという事態が生じかねない。FCPにおける共通の評価枠組み開発が求められた要因の一つとして、既存の共通の評価枠組みが専門化・細分化し、情報の円滑な流通の観点から問題視されたことがあることを忘れてはならない。

さらに、政策介入が適切とされた場合にも、食の信頼問題の解決方策として総合的な対策を企画する際には、個別対策を切り離して順に試すような社会実験が困難であることから、一定の効果を期待できる対策を手当たり次第に取り込むインセンティブが働きがちである。実際には、財政的な制約、時間的な制約の下での企画となるため、どのような優先順位で、どのような強度の対策を組み合わせるかが、政策形成者にとっての課題となる。

本研究では、上で見たような政策介入の必要性に関する分析、サブシステム相互の調和実現に関する考察、個別対策の優先順位の選択に関する考察等に踏み込んで検討を行うことが出来ていない。今後の研究が必要とされる点である。

3) 公共財ジレンマが生じている多様な政策課題への適用拡大

wicked problems に関する研究で確認出来たように、食の信頼問題は、社会発展に伴う社会システムの複雑化によって深刻化・顕在化する問題の一例である。本研究では、食の信頼問題の解決方策として、サブシステム構築によるフードシステムの複雑性の縮減を提示し、さらに、公共財ジレンマの解決方策としてフレーミングすることで食の信頼問題の解決方策を検討することが有効であることを示した。

筆者は、同様のアプローチが、他の複雑な社会問題の解決方策の検討にも適用可能だと考える。社会の利便性向上の副作用として顕在化する社会問題について、多くのステークホルダーの協力的行動を促すことによって、社会システムの複雑性を縮減するアプローチが有効に機能する可能性は高い。他方、強制によるシステム分化は、社会システムの活力を奪い、「角を矯めて牛を殺す」事態を招くおそれ無しとは言えない。ステークホルダーの主体的な協力的行動によってサブシステムを構築することが有意義と考える所以である。

本研究で提示した公共財ジレンマの解決方策に関する分析枠組みを、他の複雑な社会問題に援用する試みを実行に移していくことが重要と考える。

補論 - 1 wicked problems としての食の信頼問題

1 wicked problems の定義

食の信頼問題に対する解決方策を研究するに当たり、wicked problems に関する研究の蓄積を概観して、本研究の進め方について示唆を得ることとしたい。

wicked problems は、価値観の異なる多くのステークホルダーが関わり、因果関係が複雑に入り組んでおり、問題の定義が困難で、正しい回答を示すものがないといった特徴を持つものとされている (Rittle & Webber 1973, Batie 2008, Camillus 2008, Dentoni et.al 2012, Head & Alford 2013 など)。

Rittle & Webber(1973)が、wicked problems の特徴として提示している 10 のポイントの趣旨をおおまかに意識すると以下のとおりである。

- ①きっちりと定義できるような型がない
- ②解決方策探しが終わることが無い
- ③解決方策は「正しいか、間違いか」ではなく「良いか、悪いか」という判断による
- ④解決方策は一定時間経過後に予想外の結果を生むこともあるので、即効性のあるキチンとした効果測定は出来ない
- ⑤全ての解決方策は、試行錯誤が許されず、一回勝負のものになる
- ⑥可能性としては、無数の解決方策が存在し得る
- ⑦全ての問題が、独特なものである
- ⑧全ての問題が、他の問題の兆候であると考え得る
- ⑨見方によって様々なパターンの矛盾や食い違いが存在し得る
- ⑩計画をたてる者は間違いを許されない (実験の失敗は許容されない)

一連の wicked problems に関する先行研究の中で、応用経済学の立場で様々な wicked problems の具体例を示している Batie (2008:pp1176-1177) は、フードシステムに関連する wicked problems として、遺伝子組換え食品の問題や食品の安全性の問題に対処するためのサプライチェーンの再構築等をあげる一方で、因果関係が明確で、正解を規定し易い tame problems の例として、食品へ混入した物質の特定をあげている。

こうした定義や特徴をみると、フードシステムの複雑化、それに伴うステークホルダー間の情報の非対称性拡大に起因する食の信頼問題は、wicked problems の典型例と言える。

2 wicked problems の解決方策からの示唆

本研究は、食の信頼問題の解決方策について考察することを主な目的とするが、wicked problems は「これで万事うまく行く」という「正しい」解決方策が存在せず、よりマシな対処方策によって、問題とうまく付き合っていくことが解決方策とされている。

この観点からは、本研究で模索する食の信頼問題の「解決方策」は、食の信頼問題を完全に解消可能な「正しい」万能薬ではなく、複雑化し、深刻化する食の信頼問題により効果的に対処するための方策と定義することが適当である。

このため、食の信頼問題に対する解決方策について効果的に研究を進めるため、**wicked problems** に対する政策介入のあり方に関する最近のレビュー論文である **Head & Alford** (以下「ヘッドら」) (2013)による提言を概観し、本研究のアプローチについて示唆を得ることとしたい。

公共政策学の立場から効果的に **wicked problems** に対処するアプローチを提案しているヘッドらは、幅広い先行研究の成果を踏まえて、**wicked problems** に取り組むための戦略として、協力関係の構築、幅広い考え方の導入、新しいタイプのリーダーシップを取り上げ、さらに、これらを可能にする柔軟な組織体制、予算システム、業績評価、人材育成をポイントとして指摘している。

まず、先行研究や実務の経験から **wicked problems** への対応として、最も広く受け入れられている解決方策として協力関係の構築を取り上げている。ヘッドらは、知識、関心、価値観の異なる様々なグループの間で、複雑な問題の性質及び原因に関する共通理解の醸成や、解決方策の企画立案、解決方策の効果的な実施を実現するために協力関係が有益であると指摘している。

さらに協力関係の構築に付け加える他の戦略的な取り組みとして、二つのアプローチを提示している。第一のアプローチは、問題を幅広い視野から考えるアプローチで、第二のアプローチは、新たなリーダーシップの発揮である。

第一の問題を幅広い視野から考えるアプローチについては、これにより新しい代替策を発見する可能性が拡がるとし、具体的なアプローチが三例あげられている。一つ目の例は、**Schon & Rein** (1994) によるフレーミングの考え方である。相互に対立している主要な行為者のフレーム（問題の理解や解決方策に関する物の見方、捉え方の枠組み）を克服するため、メタフレーム（より大きな枠組みのフレーム）を構築する代替的なアプローチが有効だとする考え方である。二つ目の例は、センゲ(2011)らによって提唱されているシステム思考の採用である。求められる結果についてだけでなく、その結果を導き出すインプット、プロセス、アウトプットについても考察することにより、包括的な分析を行うことが可能になるため、**wicked problems** の複雑な側面を理解することに有益なアプローチとされている。三つ目の例は、相互依存性やフィードバックループの概念がキーポイントとなっている複雑性理論のアプローチの採用である。協力関係の構築やリーダーシップの発揮など、他のアプローチを補足する際に、複雑性理論を用いた分析が有益になると指摘されている。

第二のアプローチは、新しいタイプのリーダーシップの発揮である。複雑な状況下においては、従来型の **transformational leadership** はうまく機能しないことが指摘され、組織のメンバーやステークホルダーが自ら問題に立ち向かうことを引き受けるように誘導し、その適用型の行動を束ねる **adaptive leadership** と、給与の決定権や人事権などの正式な権威な

しに協力的な貢献を引き出す collaborative leadership の二つのタイプのリーダーシップが提示されている。

こうした指摘を見ると、wicked problems の解決方策としては、「正解」が存在しない前提のなかで、プロセスマネジメントや組織体制の工夫によって、有効な対策の生まれやすい環境やそれを実践しやすい環境等を整えることが解決方策として提案されていることが分かる。

なお、公共政策を対象とする研究ではなく、アグリビジネスに関する研究ではあるが、Dentoni et al.(2012)は、フードシステムに関連する wicked problems に対処するアプローチとして multi-stakeholder engagement (ステークホルダー・エンゲージメント¹) を特定し、その実践についてケーススタディを集めた論文集を編集している。これも、意思決定のプロセスやその結果の円滑な執行のためにプロセスマネジメントを工夫することが効果的な解決方策となることを前提とした研究であり、ヘッドら(2013)の提案内容と同様の対応方針であることが確認できる。

また、ステークホルダーとの協力関係の構築、幅広い考え方の導入(フレーミング、システム思考等)、ステークホルダーの自律的な行動を促す姿勢は、行政のあり方に関する他の先行研究(ケトル 2013, カヘン 2014, ゴールドスミス・エッガース 2006, 稲生 2010, 松本 2003 等)の指摘とも合致しているほか、「安全・安心で持続可能な未来に向けた社会的責任に関する円卓会議設立趣意書」(2009)や「食品産業の将来ビジョン」(2012)に見られる最近の政府の動向とも軌を一にしている。

これらの wicked problems の解決方策に関する提案は、食の信頼問題の解決方策を研究する上で示唆に富むものであり、本研究のアプローチでも参考にすることとしたい。

¹ 谷本(2006)は、ステークホルダー・エンゲージメントについて、『企業がステイクホルダーと建設的な対話を行い、そこでの議論や提案を受けて、経営活動に反映させていくこと』を指す(p169)」と定義している。

補論 - 2 共通の評価枠組み開発における官民協働の必要性

1 公的標準と民間標準の特性

機能的分化によるサブシステム構築においては、食の信頼問題の解決に寄与するための非排除性の確保と、サブシステムの発展に必要なステークホルダーの主体的な経済活動の活性化が重要な論点となる。

これを共通の評価枠組みの開発ステージ当てはめて考えると、共通の評価枠組みを、フードシステムの構成主体の誰でも利用可能な共通言語にするために政府が関与することと、ビジネス用途に魅力的な内容とするためにステークホルダーが関与することの両立が課題になる。

食品の品質・安全に関する標準については、開発・運用主体の相違（政府か民間企業等か）によって、公的標準(public standards)と民間標準(private standards)に区分し、分析を行った先行研究が多く存在する。ここでは、この区分に則り、共通の評価枠組みの開発主体に求められる属性について考察することとしたい。

例えば、Smith は、OECD のワーキングペーパー（2009）として、公的標準と民間標準の関係を分析した先行研究をレビューし、両者の役割分担と連携について見解を示している。具体的には、多くの先行研究を引用しつつ、以下のような指摘を行っている。

- ・情報の非対称性や外部性がある場合には、市場の失敗を是正するために公的標準により政府が関与するとされていること
- ・経験財や信用財の場合には、公的標準に消費者は依存する傾向があること
- ・公的標準は、基本的なグレードの設定や単一化された農産物に関する品質標準、規模の経済が働きやすい分野、最低限の食品の安全性確保や偽装の防止のための対応に適していること
- ・しかし、どんな環境下でも必ず義務的な標準が求められる訳ではなく、オルタナティブとして任意の標準が摸索され得ること。さらに、市場に十分な情報がある場合には義務的アプローチには疑問があること
- ・政府が公的標準を的確にデザインすることで、マーケットに根差した経済的インセンティブを機能させ、食品の品質とサプライチェーンのコントロールへの投資増大を促し得ること
- ・民間標準は、差別化商品の分野、ニッチなマーケット、グローバルに拡大するサプライチェーンの効果的な調整の分野等に適していること
- ・民間標準は、公的標準よりも、高度な対応が可能で、柔軟、機敏であり、広い範囲で強まる消費者の食品品質への嗜好に対応することが可能であること
- ・公的標準をインフラとして利用し、民間標準が構築され得ること
- ・公的標準と民間標準は相互に補完的に機能し得ること

- ・公的標準と民間標準は相互に影響を与えあい、総合的なフードシステムの効率性に寄与し、より高い品質の食品の入手可能性を高めていること

また、公的標準と民間標準の役割分担に関して、Mainville et al.(2005)は、ステークホルダーの戦略的な目的や生産物と市場の特徴が公的標準と民間標準の使い分けを左右すると指摘している。Fares(2010)は、食品の品質・安全に関する規制強化（義務標準の採用）の可能性と、食品安全面でのリスクの重大さの程度が、任意標準の採用意向を左右すると指摘している。さらに Fares は、政府と民間企業による協働の規制実施の観点から、政策手法の選択によって、政府が食品小売業による任意標準の導入に影響を与え、ステークホルダーに経済的インセンティブを与えることを促す可能性も示唆している。

公的標準と民間標準の役割分担や関係性に関する先行研究の指摘をおおまかにまとめたものが表 2 - 4 である（ここでは、義務標準は対象とせず、任意標準についてまとめている）。

表 2-4 公的標準と民間標準の特性

	公的標準(public standards)	民間標準(private standards)
非排除性	○	△～×
非競合性	○	○
柔軟性・迅速性	×	○
安定性(硬直性)	○	△～×
差別化食品、ニッチ市場	△	○
大量生産、大量消費食品	○	△
信用財・消費者保護	○	△
市場の情報の非対称性大	○	△
開発プロセスの公開性	○	△～×
運用の透明性(TBT等)	○	△

※1：浅羽(1995), 土井(2001), 中嶋(2005), 木谷(2010), 小川(2011), Mainville et al.(2005), Smith(2009), Schuster et al.(2013)の記述を基に筆者が作成

※2：表中、○は「適合している」、△は「どちらとも言えない」、×は「適合していない」という状態を表す。

2 民間主体による共通の評価枠組み開発の課題

理論的には非排除性のため民間による自発的供給の困難な共通の評価枠組みについて、仮に民間の企業や団体が開発を担おうとする場合、開発のための投資をどう回収するかが課題になる。

民間企業の標準化戦略について分析した浅羽（1995）は、自社の仕組みを公開して他社と一緒に業界標準を作るオープン・ポリシーの場合であっても、補完財市場の支配など、その事業から生じる利潤の占有可能性を確保する仕組みが必要となることを指摘している。

既存の民間の評価の枠組みの実態を見ても、複雑なフードシステムを反映した顧客ニーズに応えるためのサービス細分化や、他の仕組みへの切り替えにコストを発生させる独自ルールの埋め込みなど、民間企業による取引相手先を囲い込もうとする取り組みによって、標準化の効果が発現されにくい状態が生じていることを多くのステークホルダーが指摘している。

海外の先行研究を見ても、民間標準が一部のステークホルダーをフードチェーンから排除する方向に働く傾向があることを多くの研究者が指摘している（Henson 2008, Smith 2009 等）。例えば、Schuster et al. (2013) は、ペルーのアスパラガスの輸出に係るフードチェーンについて、定量的に分析を行い、民間標準の認証を導入したことが、垂直統合を促し、小規模生産者を排除したことを明らかにしている。

また、発展途上国の農産物（特に園芸作物）を先進国に輸出する際に、グローバルな食品小売業の要求する民間標準が、小規模生産者を取引からの撤退の危機に陥らせること、その克服のために小規模生産者の集合行為による取組が展開されていることを複数の研究が示している（Henson et al. 2005, Fulponi 2006, Narrod et al. 2009, Crespo et al. 2014 など）。

多様な業種間で利害が相反していることも、民間による共通の評価枠組み開発の障壁と言える。例えば、共通の評価枠組みの一種である商品規格書の標準化について分析した小川（2011）は、個々の企業における手間とコストの増大を抑制し、効率的かつ効果的に商品規格情報管理をする面での期待を表明しつつも、実際には、情報開示をめぐって食品メーカーと食品小売等の間で対立が生じていること、結局はバイイングパワーによって食品メーカーが情報開示に追い込まれることから生じる負担感等の課題を指摘している。

このように、理論だけでなく実際の動向を見ても、非排除性を備えた共通の評価枠組みが民間から自発的に供給されることは難しいことが分かる。

こうした限界感から、営利企業で無い主体（かつ、特定業種に偏らずフードシステム全体を見通せる主体）が関与して、中小零細規模の食品事業者も含む全てのステークホルダーが利用可能な共通の評価枠組みの開発が求められることとなるのである。

【参考文献】

- 赤堀三郎（1998）「社会システムの分化と統合—「システムと生活世界」再考—」『ソシオロ
ゴス』 No.22、 pp.1 - 15
- 浅羽茂（1995）『競争と協力の戦略』 有斐閣
- 新井ゆたか・中村啓一・神井弘之（2008）『食品偽装 起こさないためのケーススタディ』
ぎょうせい
- 荒幡克己（2007）「食品安全政策の政治経済学」『公共選択の研究』 第 48 号、 pp.36 - 54
- 池本廣希（2008）『地産地消の経済学 生命系の世界からみた環境と経済』 新泉社
- 伊藤丈人（2011）「遺伝子組み替え食品に対する日本の政策変更の分析 - 論争の軸の移動に
注目して - 」『国際政治』 第 166 号、 pp.114 - 127
- 稲生信男（2010）『協働の行政学—公共領域の組織過程論—』 勁草書房
- 岩下基（2014）『システム方法論 システム的なものの見方・考え方』 コロナ社
- ヴァン・エヴェラ, ステューブン（2009）野口・渡辺訳『政治学のリサーチ・メソッド』
勁草書房
- 氏家清和（2013）「『おもいやり』と食料消費 - 公共財的側面をもつ属性に対する消費者評
価 - 」『フードシステム研究』 第 20 巻第 2 号、 pp.72 - 82
- ウッドハウス, リンドブロム（2004）藪野祐三・案浦明子訳『政策形成の過程民主主義と
公共性』 東京大学出版会。
- 海野道郎（1988）「社会的ジレンマの数理モデル - 共有物の性質とモデルの対応関係 - 」『社
会学研究』 第 52 号、 pp.21 - 45
- 海野道郎（1991）「社会的ジレンマ研究の射程」 盛山和夫・海野道郎編（1991）所収
- 海野道郎（2006）「誰が社会的ジレンマ状況を定義するのか？ - 社会的ジレンマ状況の定義
と人々の行動—」『社会学研究』 第 80 号
- 大嶽秀夫（1990）『政策過程』 東京大学出版会
- 大庭隆嗣・平野達朗・栗原伸一（2006）「地元産農産物にたいする消費者選考の因果構造 -
地域や農との関わりに注目したグラフィカル因果分析 - 」『農村計画学会誌 25 巻 論文
特集号』 pp.413 - 418
- 小川美香子（2011）「企業間協働のプラットフォーム 食品安全を実現するサプライチェー
ンマネジメント」 國領二郎・プラットフォームデザイン・ラボ編著（2011）所収
- オルソン, マンサー（1983）依田博訳『集合行為論 - 公共財と集団理論』 ミネルヴァ書房
- 加藤浩徳（2007）「政策課題抽出支援のための問題構造化手法とその合意形成手法への適用
可能性」『PI-Forum 誌』 2007、 pp.2 - 5
- 加藤浩徳、城山英明、中川善典（2005）「広域交通政策における問題把握と課題抽出法 - 関
東圏交通政策を事例とした分析 - 」『社会技術研究論文集』 No.3、 pp.214 - 230
- カヘン, アダム（2014）小田監訳『社会変革のシナリオ・プランニング 対立を乗り越え、

- ともに難題を解決する』英治出版
- 神井弘之（2004）「三重県における地産地消運動の展開について」『農業・食料経済研究』51巻1号、pp.3-15
- 神井弘之（2005）「地産地消運動活性化への地方公共団体の貢献について - 『みえ地物一番の日』キャンペーンの示唆する対策のあり方 - 」『農業・食料経済研究』52巻1号、pp.53-64
- 神井弘之（2008a）「食品表示対策の総合的な推進について」『JAS 情報 2008年2月号』pp.9-14
- 神井弘之（2008b）「品質表示制度だけで信頼が確保できるのか」、「食品事業者の主体的な取組が求められている」新井ゆたか・中村啓一・神井弘之（2008）所収
- 神井弘之（2012）『「食への信頼見える化計画」進行中！ フード・コミュニケーション・プロジェクト→2011』鶏卵肉情報センター
- 神井弘之（2014a）「地方自治体による地産地消マーケット創出のための政策分析」『日本地域政策研究』第12号、pp.103-112
- 神井弘之（2014b）『食品産業の将来ビジョン』における食品産業政策の分析『フードシステム研究』第21巻第1号、pp.17-30
- 神里達博（2004）「近年の食品問題の構造 - 「2002年食品パニック」の分析」『社会技術研究論文集』vol.2、pp.331-342
- 紙谷貢（2006）「総論と要約」食料・農業政策研究センター編（2006）所収
- 木谷哲夫（2010）「標準規格構築のためのガバナンス」『日本経営品質学会誌オンライン』Vol.4 No.1、pp.3-18
- 木村邦博（1991）「オルソン問題」盛山和夫、海野道郎編（1991）所収
- 木村邦博（1993）「オルソン問題と資源動員論—社会運動の合理的選択理論と政治社会学—」『理論と方法』Vol.9、No.1、pp.39-54
- 木村邦博（2002）『大集団のジレンマ』ミネルヴァ書房
- クニール、ゲオルク＝ナセヒ、アルミン（1995）館野・池田・野崎訳『ルーマン 社会システム論』新泉社
- 久米郁男（2013）『原因を推論する 政治分析方法論のすゝめ』有斐閣
- 現代生協論編集委員会編（2006）『現代生協論の探求〈理論編〉』コープ出版
- 國領二郎・プラットフォームデザイン・ラボ編著（2011）『創発経営のプラットフォーム 協働の情報基盤づくり』日本経済新聞出版社
- 小松洋（2008）「環境問題はいかに認知されているか—社会的ジレンマと社会的認知」土場学・篠木幹子編著（2008）所収
- ゴールドスミス、スティーブン＝エッガース、ウィリアム・D（2006）城山・奥村・高木監訳『ネットワークによるガバナンス 公共セクターの新しいかたち』学陽書房
- コールマン、ジェームズ・サミュエル（2004）久慈利武訳『社会理論の基礎（上）』青木書

店

- 櫻井清一(2007)「ローカル・フードシステムの現段階」『農業および園芸』82巻1号、pp.211 - 217。
- 佐藤嘉倫(1998)『意図的社会的変動の理論 合理的選択理論による分析』東京大学出版会
- 篠木幹子・土場学(2008)「社会的ジレンマの解決のメカニズム」土場学・篠木幹子編著(2008) 所収
- 渋谷樹(2013)「統一食品表示法制定の阻害要因に関する一考察」『社会技術研究論文集』第10号、pp.24 - 33
- 生源寺眞一(2002)「フードシステム・アプローチとは何か」『生活協同組合研究』2002年1月号、pp.5 - 8
- 生源寺眞一(2003)「フードシステムの政策ジャンル」白石正彦・生源寺眞一編(2003) 所収
- 生源寺眞一(2006)「フードシステム論からみた生協」現代生協論編集委員会編(2006) 所収
- ジョージ, アレキサンダー=ベネット、アンドリュー(2013) 泉川訳『社会科学のケース・スタディ 理論形成のための定性的手法』勁草書房
- 白石正彦・生源寺眞一編(2003)『フードシステムの展開と政策の役割』農林統計協会
- 城山英明(2008)「技術変化と政策革新 フレーミングとネットワークのダイナミズム」城山英明・大串和夫編(2008) 所収
- 城山英明・大串和夫編(2008)『政治空間の変容と政策革新1 政策革新の理論』東京大学出版会
- 城山英明・前田健太郎(2008)「先進国の政治変容と政治革新 政策システム研究の分析視角」城山英明・大串和夫編(2008) 所収
- 食料・農業政策研究センター編(2006)『2006(平成18)年版食料白書 「地産地消」の現状と展望 食と農の将来を見据えて』農山漁村文化協会
- 菅野雅之・門間敏幸(2007)「首都圏および地方中核都市住民の地産地消意識の評価 - 世田谷区・盛岡市の住民を対象として - 」『農村研究』104号、pp.76 - 89
- センゲ, ピーター・M(2011) 枝廣・小田・中小路訳『学習する組織 システム思考で未来を創造する』英治出版
- 高田洋(1993)「集合財の最適供給と集団規模の効果 —繰り返しゲームによるオルソン問題の検証—」『現代社会学研究』第六巻、pp.51 - 80
- 高橋真吾(2007)『システム学の基礎』培風館
- 高橋正郎(1997)「フードシステムとその分析視角」高橋正郎編著(1997) 所収
- 高橋正郎編著(1997)『フードシステム学の世界 食と食料供給のパラダイム』農林統計協会
- 高橋正郎「フードシステム学体系化の課題」高橋正郎・斎藤修編(2003) 所収

- 高橋正郎・斎藤修編（2003）『フードシステム学の理論と体系』農林統計協会
- 谷口吉光（2003）「秋田県における地産地消の取り組み」『東北農業経済研究』21巻2号、pp.20 - 25
- 谷本寛治（2006）『CSR：企業と社会を考える』NTT出版
- 蔦谷栄一（2006）『「地産地消」の評価と将来見通し』食料・農業政策研究センター編（2006）所収
- 土井教之（2001）『技術標準と競争 企業戦略と公共政策』日本経済評論社
- 時子山ひろみ（1999）『フードシステムの経済分析』日本評論社
- 土場学（2006）「社会的ジレンマ研究の社会的展開へ向けて—分析的アプローチから解釈的アプローチへ」『社会学年報』35、pp.121 - 140
- 土場学（2008）「個人と社会の相克—社会的ジレンマとはなにか—」土場学・篠木幹子編著（2008）所収
- 土場学・篠木幹子編著（2008）『個人と社会の相克』ミネルヴァ書房
- 豊智行（2011）「食品の安全・安心を脅かす問題の発生メカニズムと防止の課題 - 非対称情報下にある流通段階別市場の結合分析による接近 - 」『農業市場研究』第20巻第3号、pp.50 - 56
- 内藤重之・藤田武弘・梶浦紀徒（2005）「地方自治体における「地産地消」推進施策の展開と役割」『農業市場研究』14巻1号、pp.28-37
- 中嶋康博（2004）『食品安全問題の経済分析』日本経済評論社
- 中嶋康博（2006）「現代の青果物流通と「地産地消」が果たす役割」食料・農業政策研究センター編（2006）所収
- 中嶋康博（2011a）『食の経済』ドメス出版
- 中嶋康博（2011b）「食の信頼回復の経済学」『フードシステム研究』第17巻第4号、pp. 299 - 304
- 中嶋康博（2012）「食の安全・信頼の制度と経済システム」『フードシステム研究』第19巻第2号、pp.55 - 61
- 中嶋康博・細野ひろみ（2011）「食品事故がもたらす安全性への懸念の伝播構造 - 消費者心理の根とワーク型連関性の解明 - 」『フードシステム研究』第18巻第3号、pp.221 - 226
- 中島紀一（2003）『「地産地消」の現代的意味』『東北農業経済研究』第21巻第2号、p.45
- 中村啓一（2008）「偽装食品表示の構造」新井ゆたか・中村啓一・神井弘之（2008）所収
- 中村啓一（2012）『食品偽装との闘い ミスターJAS10年の告白』文芸社
- 中谷内一也（2008）『安全。でも、安心できない… - 信頼をめぐる心理学』筑摩書房
- 中谷内一也（2012）『リスクの社会心理学—人間の理解と信頼の構築に向けて』有斐閣
- 根岸久子（2006）「「地産地消」の現状とその性格」『2006（平成18）年版食料白書 「地産地消」の現状と展望 食と農の将来を見据えて』食料・農業政策研究センター編（2006）所収

- 野見山敏雄（2005）「低食料自給率下における地産地消 - その意義と課題 - 」『農業経済研究』77 卷 3 号、pp.140 - 151
- 波多野豪（2010）「地産地消ネットワークみえの活動とその展望」『三重大学大学院生物資源学研究科紀要』第 36 号、pp.13 - 23
- 福田晋編著（2008）『食品の安全・安心の経済分析』九州学術出版振興センター
- 藤井聡（2003）『社会的ジレンマの処方箋—都市・交通・環境問題のための心理学』ナカニシヤ出版
- 細野ひろみ・中嶋康博（2011）「消費者の信頼感と食品事故をめぐる行動」『フードシステム研究』第 18 卷第 3 号、pp.215 - 220
- 堀井秀之（2012）『社会技術論 問題解決のデザイン』東京大学出版会
- マズロー, A.H. (1987) 小口忠彦訳『人間性の心理学 モチベーションとパーソナリティ』産業能率大学出版部
- 松本恒雄（2003）『二十一世紀の消費者政策と食の安全』コープ出版
- 三隅一人（1993a）「社会的ジレンマ・モデルの一般化 - 海野類型の拡張から - 」『理論と方法』Vol.8、No.1、pp.69 - 88
- 三隅一人（1993b）「海野の共有地のジレンマ・モデル再考 - その妥当性と含意をめぐって - 」『理論と方法』Vol.8、No.2、pp.277 - 285
- 三重県政策開発研修センター（2003）「生活者起点の県政をめざして 三重県の改革 8 年の軌跡」
- みえ地物一番 HP : <http://www.pref.mie.lg.jp/CHISANM/HP/jimonoichiban/index.shts>
(2013 年 7 月 20 日取得)
- 株式会社三菱総合研究所（2011）『平成 22 年度食の情報提供活動促進委託事業報告書』株式会社三菱総合研究所
- 株式会社三菱総合研究所（2012）『平成 23 年度食の情報提供活動促進委託事業報告書』株式会社資源循環社会研究所
- 宮川公男（2002）『政策科学入門 第二版』東洋経済新報社
- 村上泰亮、公文俊平、佐藤誠三郎（1979）『文明としてのイエ社会』中央公論社
- 元吉由紀子（2007）『どうすれば役所は変わるのか』日本経済新聞出版社
- 森高正博（2008）「流通事業者による食品安全性・リスク情報の判断に関する考察 - 頻度論統計学とベイズ統計学によるアプローチ - 」福田晋編著（2008）所収
- 森高正博（2013）「取引における認証制度の有効性 - 安全基準に対する信頼の観点から - 」『フードシステム研究』第 20 卷第 2 号、pp.83 - 95
- 盛山和夫・海野道郎編（1991）『秩序問題と社会的ジレンマ』、ハーベスト社
- 矢坂雅充（2009）「食品の信頼性確保に向けて - 食品トレーサビリティの導入から定着へ」『日本農業年報 55 食料自給率向上へ！ - 食料安全保障への道筋 - 』農林統計協会、pp.189 - 207

- 山岸俊男 (1989) 「社会的ジレンマ研究の主要な理論的アプローチ」『心理学評論』 Vol. 32, No.3, pp.262 - 294
- 山口道利 (2003) 「食品安全性問題の経済学的整理 - 「安全性」の需給からみた表示と基準」『2003 年度日本農業経済学会論文集』 pp.303 - 307
- 笠京子 (1988) 「政策決定過程における「前決定」概念 (二)・完」『法学論叢 (京都大学)』 第 124 巻第 1 号、pp.91 - 125
- ルーマン, ニクラス (1990a) 馬場・上村訳『目的概念とシステム合理性 社会システムにおける目的の機能について』勁草書房
- ルーマン, ニクラス (1990b) 大庭健・正村俊之訳『信頼 社会的な複雑性の縮減メカニズム』勁草書房
- ルーマン, ニクラス (2009) ベッカー, ディルク編, 土方訳『社会理論入門 ニクラス・ルーマン講義録 2』新泉社
- ロジャーズ, エベレット (2007) 三藤利雄訳『イノベーションの普及』翔泳社
- FCP コンセプトブック作成委員会 (2009) 『食への信頼はこう創る! - フード・コミュニケーション・プロジェクト』ぎょうせい
- 農林水産省 FCP 事務局 (2009) 「FCP 基本理念、行動指針」
<http://www.food-communication-project.jp/intro/index.html> (2013 年 5 月取得)
- フード・コミュニケーション・プロジェクト推進会議 (2007) 『『フード・コミュニケーション・プロジェクト』の提案 - 中間とりまとめ - 』http://www.maff.go.jp/j/jas/pdf/fcp_b.pdf (2013 年 5 月取得)
- 農林水産省消費・安全局 (2008) 「食への信頼向上に向けて『フード・コミュニケーション・プロジェクト』～協働による食品事業者の意欲的な取組の活性化～」
<http://www.food-communication-project.jp/pdf/outline.pdf>
- Alexander, Jeffrey C. and Colomy, Paul., eds. (1990), *Differentiation Theory: Problems and Prospects*, Columbia University Press
- Barham, J and Chitemi, C. (2009), "Collective action initiatives to improve marketing performance: Lessons from farmer groups in Tanzania", *Food Policy* 34
- Batie, Sandra S. (2008), "Wicked Problems and Applied Economics," *American Journal of Agricultural Economics*, 90th #5, pp.1176-1191
- Brewer, M.B. and Schneider, S. (1999), "Social Dilemmas and Social Evolution", in Foddy, M., et al. (1999), *Resolving Social Dilemmas: Dynamic, Structural, and Intergroup Aspects*, Psychology Press, pp.331-340
- Cabrera, Angel and Cabrera, Elizabeth F. (2002), "Knowledge-sharing Dilemmas", *Organization Studies*, Vol. 23, NO. 5., pp.1-24
- Camillus, J.C. (2008) "Strategy as a Wicked Problem" *Havard Business Review* May 2008

- Coleman, James S. (1990), *Foundation of Social Theory*, The Belknap Press of Harvard University Press
- Crespo, Joa, Requier-Desjardins, Denis and Vicente, Jerome (2014), "Why can collective action fail in Local Agri-food Systems? A social network analysis of cheese producers in Aculo, Mexico", *Food Policy* 46, pp.165-177
- Dawes, R. M. (1980), "Social Dilemmas", *Annual Review of Psychology*, 31, pp.169-193
- Dawes, R.M. and Messick, D.M. (2000), "Social Dilemmas", *International Journal of Psychology* 35(2), pp.111-116
- Dentoni, D., Hospes, O. and Ross, R. B. (2012), "Managing wicked problems in agribusiness: the role of multi-stakeholder engagements in value creation" *International Food and Agribusiness Management*, Volume 15, special Issue B
- Devaux, A., et al. (2009), "Collective action for market chain innovation in the Andes", *Food Policy* 34, pp.31-38
- Fares, M'hand and Rouviere, Elodie (2010), "The implementaion mechanisms of voluntary food safety system", *Food Policy* 35, pp.412-418
- Foddy, M., et al. (1999), *Resolving Social Dilemmas: Dynamic, Structural, and Intergroup Aspects*, Psychology Press
- Friedmann, Harriet (2007), "Scaling up: Bringing public institutions and food service corporations into the project for a local, sustainable food system in Ontario", *Agriculture and Human Value* 24, pp.389-398
- Fulponi, Linda (2006), *Private voluntary standards in the food system: The perspective of major food retailers in OECD countries*, Food policy
- Head, B. W. (2008), "Wicked Problems in Public Policy" *Public Policy* Vol.3 #2, pp.101-118
- Head, B. W. & Alford, J. (2013), "Wicked Problems: Implications for Public Policy and Management", *Administration & Society* XX(X), pp.1-29
- Hendrickson, Mary K. and Heffernan, William D., (2002), "Opening Spaces through Relocalization: Locating Potential Resistance in the Weaknesses of the Global Food System", *Sociologia Ruralis*, Vol 42, Number4
- Henson, Spencer (2008), "The Role of Public and Private Standards in Regulating International Food Markets", *Journal of International Agricultural Trade and Development*, Vol.4, Issue 1, pp.63-81
- Henson, Spencer, et al. (2005), "Private food safety and quality standards for fresh produce exporters: The case of Hortico Agrisystems, Zimbabwe", *Food Policy* 30, pp.371-384
- Hinrichs, C. Clare (2003), "The practice and politics of food system localization", *Journal*

- of Rural Studies* 19, pp.33-45
- Kingdon, J. W. (2011), *Agendas, Alternatives, and Public Policies*, updated 2nd. ed., Longman.
- Kollock, Peter (1998), "Social Dilemmas: The Anatomy of Cooperation", *Annual Review of Sociology*, 24, pp.183-214
- Lang, Tim (1999), "The complexities of globalization : The UK as a case study of tensions within the food system and the challenge to food policy", *Agriculture and Human Values* 16, pp.169-185
- Luhman, Niklas (1990), "The Paradox of System Differentiation and the Evolution of Society", in Alexander, Jeffrey C. and Colomy, Paul., eds. (1990), *Differentiation Theory: Problems and Prospects*, Columbia U.P.
- Mainville, D.Y., et al. (2005), "Determinants of retailers' decisions to use public or private grades and standards: Evidence from the fresh produce market of São Paulo, Brazil", *Food Policy* 30, pp.334-353
- Malow, A.H. (1970), *Motivation and Personality*, second edition, Harper & Row
- Narrod, C., et al. (2009), "Public-private partnerships and collective action in high value fruit and vegetable supply chain", *Food Policy* 34, pp.8-15
- Parks, Craig D., et al. (2013) "Cooperation, Trust, and Antagonism: How Public Goods Are Promoted", *Psychological Science in the Public Interest* 14(3), pp.119-165
- Rittel, Horst W. J. and Webber, Melvin M. (1973), "Dilemmas in a General Theory of Planning", *Policy Sciences*, #4, pp.155-169
- Schön, D.A. and Rein, M. (1994), *Frame reflection: Toward the resolution of intractable policy controversies*, Basic Books
- Schuster, Monica and Maertens, Miet (2003), "Do private standards create exclusive supply chain? New evidence from the Peruvian asparagus export sector", *Food Policy* 43, pp.291-305
- Senge, Peter, M. (1990), *The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization*, Doubleday
- Smith, Garry (2009), "Interaction of Public and Private Standards in the Food Chain", OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No.15, OECD Publishing.
- Smithson, M. and Foddy, M. (1999), "Theories and Strategies for the Study of Social Dilemmas", in Foddy, M., et al. (1999), *Resolving Social Dilemmas: Dynamic, Structural, and Intergroup Aspects*, Psychology Press, pp.1-14
- Sporleder, Thomas L. & Goldsmith, Peter D. (2001), "Alternative Firm Strategies for Signaling Quality in the Food System" *Canadian Journal of Agricultural Economics* 49, pp.591-604

Van Lange, P. A.M., et al. (2013), "The psychology of social dilemmas: A review"
Organizational Behavior and Human Decision Processes, 120, pp.125-141

謝 辞

本論文をとりまとめるにあたって、様々なご指導、ご支援をいただいた多くの関係者の皆様に、心より感謝を申し上げます。

私の学位論文提出の申し出を快く受け入れてくださり、推薦教授となっていたいただいた三重大学の徳田博美先生には、論文構成の見直しから、文章表現の修正、諸々の手続きの進め方に至るまで、懇切丁寧にご指導をいただいた。ここに厚く御礼申し上げます。また、本論文の審査員をお引き受けいただいた三重大学の亀岡孝治先生、波多野豪先生、常清秀先生には、有益なご指摘を頂戴し、本論文を完成にまでお導きいただいた。

東京大学の中嶋康博先生には、FCPで一緒させていただいたご縁に甘えて、本論文の構想を練る段階から何度も議論にお付き合いいただくとともに、学術的な文章の書き方、フードシステム論の捉え方などについて、一からご指導いただいた。深く感謝している。また、東京大学の故細野ひろみ先生からは、アンケート調査の設計や実施などについて、貴重なご助言をいただいた。完成した本論文をご覧に入れたかったが、叶わなかった。心からご冥福をお祈りする。

東京農業大学の内山智裕先生、東京大学の青山和浩先生、学習院女子大学の荘林幹太郎先生、神戸学院大学の中野雅至先生、目白大学の加藤孝治先生、政策研究大学院大学の株田文博先生、三重大学の松井隆宏先生には、食の信頼問題に加え、政策の形成過程やフードシステムに関する議論にもお付き合いいただき、私の論考を深化させる建設的なご意見、新しいヒントを頂戴した。

本論文の最大の特徴の一つは、行政官が自ら企画から実施に至るまで一貫して関わった政策を分析対象とした点にある。実務と研究の橋渡しになることを意識して、拙いながら、私なりに挑戦したつもりである。

自分の携わった仕事を「書きもの」にして残しておいた方が良いとご助言をいただいたのは、農林水産省で上司としてお仕えしたお二方、法政大学の西尾健先生と元愛媛大学の大隈満先生であった。

ご助言をいただいた当時は、ピンと来ていなかったが、その後、一つ一つの業務に向き合い、試行錯誤を繰り返すなかで、徐々に「書きもの」に残す意味を理解出来るようになった。農林水産省や三重県庁で、新しい政策をゼロから企画し、実施する機会に多く恵まれたことから、自分の異動後も、その政策が継続し、発展することを願って、一種の引継書として「書きもの」をまとめる必要に迫られたことも幸いした。

七転八倒しつつ、手探りで政策実現に辿り着いたプロセスは、どれもユニークで、バラバラに見えるのだが、「書きもの」をまとめるため、具体的な取組と抽象性の高い理論の間を行き来する間に、不思議なほど共通点が多いことに気づかされた。ある社会的課題について困っておられる関係者の皆様の声を集め、協働で取り組める方向性を摸索し、関係者の皆様の力を借りて推進力にするという取組を繰り返しているのである。

「WILL」というタイトルの歌があって、(自分の進んできた軌跡は)バラバラに見えて

いたが、運命に翻弄されていたのではなくて、決めていたのは自分の WILL（意思）だったというメッセージが伝えられている。「書きもの」をまとめる経験を繰り返すうちに、歌詞で示されている「記憶が星座のように輝きながらつながる」かのようなイメージが出来てきて、次に直面する問題の解決のための指針が得られることもあった。いずれの政策課題も、社会システムの複雑化に伴う問題にいかに取り組みかがテーマであったから、私個人の意思を云々するような傲慢な話ではなく、成熟した社会の要請をいかに解釈するか、どう取り組むか、そのアプローチの一つと考えることが適当だという思いに至った。

こうした問題意識を抱きつつあったタイミングで、政策研究大学院大学において、地方自治体の職員の方を主な対象とする修士課程「農業政策コース」を立ち上げるというミッションをいただく幸運に恵まれた。人材育成のためのプログラムをデザインし、大学院生・研修生募集のため全国を回り、拙いながら講義を担当させていただいたことは、刺激に満ちた、素晴らしい経験であった。

講義で用いるケースとして、地物一番企画と F C P を取り上げ、過去の「書きもの」を整理するとともに、政策実施のフォローアップとして調査を行ったことが、本論文の取りまとめに直結している。この調査実施をご支援いただいたアール・ピー・アイの丸木英明様、政策研究大学院大学の橋本亜伊子様のお力添えがなければ、新規コースの立ち上げ業務と並行して論文執筆を継続することは不可能であった。

さらに、夏期の短期特別研修や大学院での講義の中で、地方自治体等から派遣された研修生、大学院生の皆様と議論を重ねたことで、より実務を意識した、地に足の着いた論考を深めることが出来たものと考えている。何より有り難かったのは、地域を良くしたいという研修生、大学院生の皆様の熱意に触発されて、研究意欲を高められたことだった。

また、政策研究大学院大学において、農業政策コースの運営にご協力いただいた原洋之介先生、岡島正明先生からは、本論文に関するご指導もいただいた。原先生からは、学際的な分野へ当てもなく広がっていく私の論考に対して、該博深遠な知識に基づいた示唆に富むご指摘をいただいた。ご薫陶を受けたことを光栄に思う。岡島先生からは、行政官の行動規範に関して禅の公案のような問いかけを頂戴し、自分の立ち位置を問い直すことが出来た。

そもそも本論文で分析対象とした地物一番企画は、三重県庁の皆様、三重県内の消費者の皆様や農業者等事業者の皆様とのチームプレイ、F C P は、農林水産省の皆様、地方自治体の皆様、食品産業や関連業界の皆様とのチームプレイで実現したものである。私が異動した後も、両政策が継続しているからこそ、本論文も成立し得たのであり、両政策に関わっていただいた全ての皆様に改めて御礼を申し上げたい。

最後に、妻圭子と長男徳之、次男聡太に感謝したい。圭子は、慣れない執筆活動に悪戦苦闘する私を常に優しく見守り、励ましてくれた。徳之と聡太は、想定外のエピソードを日々生み出して、思考パターンの硬直しがちな私を、笑いで何度も救ってくれた。彼女と彼らの存在が、本論文の完成を可能にした一番のエネルギーの源である。

2016年3月

神井 弘之

みえ地物一番の日キャンペーン参加事業者ヒアリングへのご協力依頼

平成 24 年 9 月 6 日
政策研究大学院大学
神井 弘之

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

国立大学法人政策研究大学院大学では、新たな食料・農業・農村政策、森林・林業政策、水産政策のあり方について研究を行うとともに、地方自治体職員の皆様を主な受講対象とする「農業政策コース」の創設準備を進めております。

こうした研究・教育活動の一環として、農林漁業者、食品事業者等の民間の皆様と地方自治体の間の官民「協働」で展開されている事業の事例を調査・分析することとしており、三重県庁様のご協力を得て、「みえ地物一番の日キャンペーン」をモデルケースとして調査させていただきたいと考えております。

この度、「みえ地物一番の日キャンペーン」の調査の取り掛かりとして、三重県内で意欲的にキャンペーンに取り組んでおられる御社（貴組合）に、キャンペーンへの参加の状況、効果、地産地消運動（※）に対するお考え、行政との連携に対するお考えなどをお伺いしたいと考えております。当日お尋ねしたいと考えております事項を、下記のとおり取りまとめましたので、ご覧いただければ幸いです。

業務ご多忙のところ、大変恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解いただき、当方のヒアリング調査にご協力いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

敬具

※三重県の地産地消運動の定義:

「地域で生産された農林水産物や農林水産業に由来するサービスを地域で消費・享受することを通じて、地域の住民が、自らの生活、地域のあり方等について見つめ直そうとする運動」

記

■主なヒアリング項目

- ①みえ地物一番の日キャンペーンに参加した時期、契機、参加の理由
- ②みえ地物一番の日キャンペーンでの活動内容、効果（メリット）
- ③地産地消運動に対する考え方（キャンペーン参加前後の変化を含む）
- ④地産地消運動としての実践活動とその実施理由、契機（キャンペーン参加前後の変化を含む）
- ⑤地産地消運動を具体化する上での課題と考えること（キャンペーン参加前後の変化を含む）
- ⑥キャンペーンに県など行政が関与することへの評価、感想

平成 25 年 1 月 7 日

「みえ地物一番の日」協賛事業者 御中

三重県農林水産部フードイノベーション課
国立大学法人政策研究大学院大学

「みえ地物一番の日」協賛事業者アンケート調査 アンケートへのご協力について（依頼）

平素より、三重県の農林水産行政へのご理解、ご協力を賜り誠にありがとうございます。
さて、地産地消運動をより幅広く推進することを目的に、平成 16 年度に「みえ地物一番の日」キャンペーンを開始して以来、協賛いただいている事業者の皆様の数も堅調に増加し、お陰様で、キャンペーンも定着して来ております。県としても、引き続き、本キャンペーンの活性化を図っていく所存です。

こうした状況を踏まえて、国立大学法人政策研究大学院大学から、今後の政策研究に役立てるため、「みえ地物一番の日」協賛事業者様の協賛経緯や取組状況などを調査したいとの要請があり、この度、同大学と三重県庁で共同調査を実施することといたしました。

※政策研究大学院大学では、食料・農業・農村政策等の政策のあり方について調査・研究を行うとともに、地方自治体職員を主な受講対象とする「農業政策コース」の創設準備を進めております。

本アンケート調査の結果は、「みえ地物一番の日キャンペーン」の運営の参考にさせていただくとともに、政策大学院大学における政策の調査・研究に活用させていただきます。調査結果は、統計的に処理し、御社（貴組合）の名称をそのまま公表することはありません。また、ご記入された個人情報等は目的外に利用いたしません。

つきましては、ご多忙の中、誠に恐縮ではございますが、本アンケート調査についてご協力を頂きますよう、お願い申し上げます。

記

1. 調査対象 「みえ地物一番の日」協賛事業者
2. 回答期限 平成 25 年 1 月 25 日（金）
3. 回答方法 ご記入いただきました調査票を、同封の返信用封筒（切手不要）にてご郵送下さい。

【お問い合わせ先】

三重県農林水産部フードイノベーション課 担当：西窪
TEL：059-224-2391 FAX：059-224-2521

政策研究大学院大学農業政策コース 担当：橋本
TEL：03-6439-6333 FAX：03-6439-6334

『みえ地物一番の日』協賛事業者アンケート 調査票

F1 御社（組合）についてお伺いします。

事業者名			
記入者名			
資本金		従業員規模	人 (パート・アルバイトを含む)

「みえ地物一番の日」への協賛の経緯についてお伺いします。

Q1 「みえ地物一番の日」を一番初めに知った情報源は何ですか。(1つに〇)

1. 県政だより	2. ポスター・ステッカー	3. 県のホームページ
4. 小売店のチラシ・広告	5. 小売店の店頭内の掲示物	6. 外食店舗の掲示物
7. 口コミ	8. その他 ()	

Q2 「みえ地物一番の日」に協賛することを決めたのは、何方からの働きかけですか。(1つに〇)

1. 県(行政)	2. 仕入元	3. 納入先
4. 同業他社	5. 業界団体	6. 自主的に(他からの働きかけでない)
7. その他 ()		

Q3 「みえ地物一番の日」を知ってからどのくらいの期間で協賛しましたか。(1つに〇)

1. すぐに協賛した	2. 1カ月以内	3. 半年以内
4. 1年以上	5. 1年以上	

「みえ地物一番の日」の取組状況についてお伺いします。

Q4 現在、「みえ地物一番の日」で行っていることは何ですか。(いくつでも〇)

1. シンボルマーク等の利用	2. 特別企画・イベントの実施
3. 地物(地元の農林水産物・食品)の販売	4. 地元の農林水産物の供給
5. 地物を使った加工品製造	6. 地物を使った料理の提供
7. その他 ()	8. 特にない

Q5 「みえ地物一番の日」に今まで行ったことはあるが、ここ1年間以上行っていないことは何ですか。(いくつでも〇)

1. シンボルマーク等の利用	2. 特別企画・イベントの実施
3. 地物(地元の農林水産物・食品)の販売	4. 地元の農林水産物の供給
5. 地物を使った加工品製造	6. 地物を使った料理の提供
7. その他 ()	8. 特にない

Q6 「みえ地物一番の日」だけでなく、地産地消に関わる活動で日常的に行っていることは何ですか。また、その取組はいつ頃から行っていますか。

	A. 当てはまるものに行っている		B. 取り組み始めた時期 (それぞれ1つに○)		
			1. 協賛前から	2. 協賛した初めから	3. 今から()年前
①地物一番のシンボルマーク等の利用	1	⇨	1	2	() 年前
②地産地消の特別企画・イベントの実施	1	⇨	1	2	() 年前
③地物の販売コーナーの常設	1	⇨	1	2	() 年前
④地元の農林水産物の供給	1	⇨	1	2	() 年前
⑤地物を使った加工品の商品化	1	⇨	1	2	() 年前
⑥地物を使った料理のメニュー化	1	⇨	1	2	() 年前
⑦特にない	1				

Q7 「みえ地物一番の日」に協賛している理由は何ですか。(いくつでも○)

1. 理念に賛同したため	2. 消費者へアピールしやすいため
3. 従業員の意識を向上させるため	4. 取引先が協賛しているため
5. 同業他社が協賛しているため	6. シンボルマーク等が使用できるため
7. 自社(組合)の信頼を向上させるため	8. 売上を向上させるため
9. 取引を安定させるため	10. その他 ()

Q7 - SQ また、最も重視していることは何ですか。(当てはまる番号を1つ記入)

↳ 最も重視している項目 番号を記入→

Q8 「みえ地物一番の日」に協賛することで得られた効果は何ですか。(1つに○)

	1. 当てはまる	2. やや当てはまる	3. どちらでもない	4. あまり当てはまらない	5. 当てはまらない
①消費者にアピールできる	1	2	3	4	5
②従業員の意識が向上する	1	2	3	4	5
③自社(組合)の信頼が向上する	1	2	3	4	5
④売上が向上する	1	2	3	4	5
⑤取引が安定する	1	2	3	4	5

「みえ地物一番の日」の県の公的関与についてお伺いします。

Q9 「みえ地物一番の日」は県のキャンペーンであることを知っていましたか。(1つに○)

1. 知っていた	2. 知らなかった ⇒Q11へ
----------	-----------------

Q10 【Q9で「1」に○をした場合】県のキャンペーンであることのメリットは何だと思えますか。(1つに○)

	1. そう思う	2. ややそう思う	3. どちらでもない	4. あまり そう思わない	5. 思わない
①安心して参加できる	1	2	3	4	5
②中立・公平な運営が期待できる	1	2	3	4	5
③取引先と交渉がしやすい	1	2	3	4	5
④消費者からの信頼が高まる	1	2	3	4	5
⑤キャンペーンの広がりが期待できる	1	2	3	4	5

Q11 キャンペーンにおいて、県に期待する役割は何ですか。(いくつでも○)

1. 消費者へのキャンペーンのPR	2. 事業者へのキャンペーンのPR
3. 特別企画・イベントの実施	4. 地元農林水産物の供給対策(生産者支援)の実施
5. 事業者への食の安全・安心対策の指導	6. 消費者への地産地消に対する意識啓発
7. 事業者への地産地消に対する意識啓発	8. 事業者間の交流の場づくり
9. 事業者と消費者との交流の場づくり	10. 中立・公平なキャンペーンの運営

ご協力ありがとうございました。

本調査票は、別添の封筒をご利用のうえ、1月25日(金)までにご投函願います。

お世話になっております。農林水産省から政策研究大学院大学に出向しております神井です。フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）では、多大なご協力を賜り誠にありがとうございました。

私は、政策研究大学院大学で、地方公務員の方を主な対象とする修士課程農業政策コースの立ち上げ業務を担当するとともに、産学官の協働により食料・農業・農村政策を進めていく手法について研究しております。この研究活動の中で、FCPにおいて、多様なステークホルダーの皆様との間で協働が成立したメカニズムを分析し、今後、様々な政策分野で協働を実現していく際の参考としたいと考えております。この研究活動の一環として、この度、FCPアドバイザーの皆様に対するアンケート調査を企画いたしました。

業務ご多忙の折、大変恐縮でございますが、FCPに最初にご参加いただいた際の状況等を思い起こしていただき、本アンケート調査についてご協力を頂きますよう、お願い申し上げます。

■アンケートについて

1. 調査対象：FCPアドバイザー
2. 回答期限：平成25年11月14日（木）
3. 回答方法：ご記入いただきました調査票を nougyou-seisaku@grips.ac.jp までメールにてご返信ください。
4. アンケート結果の取り扱い：
政策大学院大学における政策の調査・研究に活用させていただきます。調査結果は、統計的に処理し、御社名や個人名をそのまま公表することはありません。
また、ご記入された個人情報等は目的外に利用いたしません。なお、統計的に処理した調査結果は、農林水産省FCP事務局様にも、参考情報として提供させていただきます。

■入力に関するお願い

- ①各項目の黄色または青色に着色された欄に記入して下さい。
- ②記入欄の色により記入の条件が異なります。以下の様に記入して下さい。

文字、数字等を記入して下さい。

○印を記入して下さい。

「フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）アドバイザーアンケート調査」 アンケート調査票

1. 基礎情報についてお伺いします。

御社名	
担当部署名	
氏名	
御社の業種 ※ドロップダウンリストより選択	

2. FCPの取組状況についてお伺いします。

(1) FCPに参加した時期はいつですか？西暦でお答えください。

参加時期（西暦）		年
----------	--	---

(2) FCPに参加することを決めたのは、何方からの働きかけですか。（1つに○）

① 農林水産省		←
② 取引先		
③ 同業他社		
④ 業界団体		
⑤ 地方自治体		
⑥ 自主的に参加		
⑦ その他（ ）		

(3) FCPへの参加形態は何ですか。（いくつでも○）

① 協働の着眼点作業グループ		←
② 研究会		
③ 地域ランチ		
④ 成果報告会		
⑤ その他（ ）		

(4) FCPに参加した目的は何ですか（事前の期待）。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	
① 消費者の信頼確保						←
② 自社の取組み強化						
③ 取引先からの評価向上						
④ 社会的評判（評価）獲得						
⑤ 食品業界全体の取組み向上						
⑥ 最新情報の入手						
⑦ 関係者とのネットワーク強化						
⑧ その他（ ）						

(5) FCPに参加して得られたメリットは何ですか（事後の評価）。（それぞれ1つに○）

	当てる ま	やや当 てはま る	どち らな い	あま りは な い	当 て ま い	は な い
① 消費者の信頼確保						
② 自社の取組み強化						
③ 取引先からの評価向上						
④ 社会的評判（評価）獲得						
⑤ 食品業界全体の取組み向上						
⑥ 最新情報の入手						
⑦ 関係者とのネットワーク強化						
⑧ その他（ ）						

(6) FCPを農林水産省が運営するメリットは何だと思えますか。（それぞれ1つに○）

	当てる ま	やや当 てはま る	どち らな い	あま りは な い	当 て ま い	は な い
① 安心して参加できる						
② 中立・公平な運営が期待できる						
③ 取引先と交渉がしやすい						
④ 社会的な信頼が高まる						
⑤ キャンペーンの広がりが期待できる						
⑥ その他（ ）						

3. FCPの活動による成果物についてお伺いします。

(1) FCPの成果物のご利用経験について伺います。(それぞれ1つに○)
 さらに、成果物の作成作業への参加経験について伺います。(当てはまるものに○)

	組織として使ったことがある	個人的に使ったことがある	知っている	知らない	作成作業に参加した
① 協働の着眼点	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(2) FCPの成果物を作成するにあたり、民間企業と農林水産省の関与はどの程度必要であったと思いますか。(それぞれ1つに○)

	民間企業で作成可能	民間企業グループで作成可能	官民協働が必要	農林水産省だけで作成可能	知らない(回答できない)
① 協働の着眼点	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(3) FCPの成果物は、ビジネスで役立つと思いますか。(それぞれ1つに○)

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない(回答できない)
① 協働の着眼点	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(4) FCPの成果物は、消費者の信頼確保に役立つと思いますか。(それぞれ1つに○)

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない(回答できない)
① 協働の着眼点	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(5) FCPの成果物は、普及する見込みはあると思いますか。(それぞれ1つに○)

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない(回答できない)
① 協働の着眼点	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(6) FCPの成果物は、他の類似のものよりも良いものである、又は他に類似のもの無い良いものである【相対的優位性が高い】と思いますか。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない（回答できない）
① 協働の着眼点	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(7) FCPの成果物は、従来の商慣行に照らして、利用に抵抗感が無い【両立可能性が高い】と思いますか。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない（回答できない）
① 協働の着眼点	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(8) FCPの成果物は、理解したり、使用したりすることが難しくない【複雑性が低い】と思いますか。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない（回答できない）
① 協働の着眼点	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(9) FCPの成果物は、試しに使いやすい【試行可能性が高い】と思いますか。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない（回答できない）
① 協働の着眼点	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(10) FCPの成果物は、利用した結果を他の事業者が観察できる【観察可能性が高い】と思いますか。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	知らない（回答できない）
① 協働の着眼点	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. FCPの研究会活動についてお伺いします。

(1) FCPの研究会活動に参加したことはありますか。(1つに○)					
	参加したことがある	参加したことはありません			
研究会への参加経験	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	←「参加したことはありません」と回答した方は(4)にお進み下さい。		
(2) (1)で「参加したことがある」とお答えになった方に伺います。FCPの研究会に参加した目的は何ですか(事前の期待)。(それぞれ1つに○)					
	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
① 社会的評判(評価)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
② 成果物の内容への影響力	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③ 最新情報の共有	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④ 参加する者の人材育成	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3) (1)で「参加したことがある」とお答えになった方に伺います。FCPの研究会に参加して得られたメリットは何ですか(事後の評価)。(それぞれ1つに○)					
	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
① 社会的評判(評価)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
② 成果物の内容への影響力	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③ 最新情報の共有	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④ 参加する者の人材育成	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4) FCPの研究会参加に際してのコストについてお答えください。(1つに○)					
	負担である	やや負担である	どちらでもない	あまり負担ではない	負担ではない
研究会へのコスト負担	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. 今後のFCPについてお伺いします。

(1) 今後のFCPIに期待することは何ですか。(それぞれ1つに○)					
	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない
① 新たな成果物の開発	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
② 既に開発した成果物のメンテナンス	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③ 既に開発した成果物の普及(対消費者)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④ 既に開発した成果物の普及(対事業者)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑤ 情報共有NWの拡大	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑥ 地域ランチ活動の発展	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

国立大学法人政策研究大学院大学農業政策コースディレクターの神井と申します。前職で、農林水産省食料産業局食品企業行動室長として、フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）を担当させていただいておりました。

この度、本学での研究活動の一環として、農林水産省FCP事務局のご協力を得て、FCP情報共有ネットワーク参加企業・団体の皆様へのアンケートを企画させていただきました。

皆様にアンケート調査へご協力いただくことにより、FCPの取組みの普及の様子を明らかにすることに加え、FCPへの評価などについて分析したいと考えております。その分析結果は、農林水産省FCP事務局にお伝えしてFCPの発展に役立てていただくとともに、今後、食料・農業・農村政策を始めとする様々な政策分野で産官学の協働を実現していく際に参考として参ります。

業務ご多忙の折、大変恐縮でございますが、本アンケート調査についてご協力を頂きますよう、お願い申し上げます。

なお、このアンケートについてご不明の点などございましたら、国立大学法人政策研究大学院大学農業政策コース事務局（電話：03-6439-6333、メール：nougyou-seisaku@grips.ac.jp）まで、ご連絡ください。

■アンケートについて

1. 調査対象：FCP情報共有ネットワーク参加企業
2. 回答期限：**平成26年3月20日（木）**
3. アンケート結果の取り扱い：
政策大学院大学における政策の調査・研究に活用させていただきます。調査結果は、統計的に処理し、御社名や個人名をそのまま公表することはございません。なお、調査結果は、農林水産省FCP事務局と共有し、今後のFCPの推進に役立てていただきます。また、ご記入された個人情報等は目的外に利用いたしません。

**「フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）に関するアンケート調査」
アンケート調査票**

1. 基礎情報についてお伺いします。

御社名	
担当部署名	
氏名	
御社の業種 ※ドロップダウンリストより選択	

2. FCPの取組状況についてお伺いします。

(1) FCPに参加した時期（組織として参加登録した時期）はいつですか？西暦でお答えください。

参加時期（西暦）		年
----------	--	---

(2) FCPに参加することを決めたのは、何方からの働きかけですか。（1つに○）

① 農林水産省		←
② 取引先		
③ 同業他社		
④ 業界団体		
⑤ 地方自治体		
⑥ 自主的に参加		
⑦ その他（ ）		

(3) FCPへの参加形態は何ですか。（いくつでも○）

① 協働の着眼点作業グループ		←
② 研究会		
③ 地域ランチ		
④ 成果報告会		
⑤ その他（ ）		

(4) FCPに参加した目的は何ですか（事前の期待）。（それぞれ1つに○）

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない	←
① 消費者の信頼確保						
② 自社の取組み強化						
③ 取引先からの評価向上						
④ 社会的評判（評価）獲得						
⑤ 食品業界全体の取組み向上						
⑥ 最新情報の入手						
⑦ 関係者とのネットワーク強化						
⑧ その他（ ）						

(5) FCPに参加して得られたメリットは何ですか（事後の評価）。（それぞれ1つに○）					
	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
① 消費者の信頼確保					
② 自社の取組み強化					
③ 取引先からの評価向上					
④ 社会的評判（評価）獲得					
⑤ 食品業界全体の取組み向上					
⑥ 最新情報の入手					
⑦ 関係者とのネットワーク強化					
⑧ その他（ ）					

(6) FCPを農林水産省が運営するメリットは何だと思えますか。（それぞれ1つに○）					
	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
① 安心して参加できる					
② 中立・公平な運営が期待できる					
③ 取引先と交渉がしやすい					
④ 社会的な信頼が高まる					
⑤ キャンペーンの広がりが期待できる					
⑥ その他（ ）					

3. FCPの活動による成果物についてお伺いします。

(1) FCPの成果物のご利用経験について伺います。(それぞれ1つに○)
 さらに、成果物の作成作業への参加経験について伺います。(当てはまるものに○)

	組織として使ったことがある	個人的に使ったことがある	内容は知っているが、使ったことがない	名称のみ知っている	知らない	作成作業に参加した
① 協働の着眼点	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 展示会・商談会シート	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 共通工場監査項目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 消費者ダイアログシステム	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. 今後のFCPについてお伺いします。

(1) 今後のFCPに期待することは何ですか。(それぞれ1つに○)

	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない
① 新たな成果物の開発	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 既に開発した成果物のメンテナンス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 既に開発した成果物の普及 (対消費者)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 既に開発した成果物の普及 (対事業者)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 情報共有NWの拡大	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ 地域ランチ活動の発展	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>