

完了報告書（平成 23 年度）

提出者 網中 奈美江

提出年月日 2012 年 3 月 31 日

【プロジェクト名】

和文 原発事故による「風評被害」農産物の流通をめぐる受苦（パトス）の共有

英文 Sharing of “pathos” on marketing of the agricultural products damaged by harmful rumors caused by nuclear accidents.

【メンバー構成】

研究代表者 網中 奈美江

幹事 網中 奈美江

メンバー 網中 奈美江

【ねらいと目的】（600 字程度）

本研究の目的は、2011 年 3 月の福島第一原発事故後のいわゆる「風評被害」によって販売が困難になった農産物の関係者（生産者・流通業者・消費者など）が、「顔の見える関係」の中でどのように苦しみを共有し、行動したのかを明らかにすることである。はじめに本研究では今回「風評被害」を受けた農産物に関して二つの苦しみが存在したと仮定した。生産者にとっては「安全な」農産物が売れない、消費してもらえないという苦しみであり、消費者にとっては農産物の安全性に疑問があるために買えない、消費できないという苦しみである。直売会などで直接お互いの顔を見て農産物を販売・購入した生産者と消費者は、互いの苦しみを共有できたのだろうか。また、流通業者はどのような行動を起こしたのだろうか。国が定めた安全基準など公共圏での課題ではなく、関係者の行動や情動に注目することで、親密性の中で「風評被害」がどのように捉えられてきたのかを示したい。

【活動の記録】

研究会・ワークショップの場合は、開催年月日、報告者と報告題等

調査の場合は、調査年月日、調査者、調査地、調査目的等

その他の活動も含めて、研究期間中の活動について簡潔に記してください。

調査	2011 年 4 月 13 日～15 日	関東	風評被害対策直売会	消費者、直売会主催者への聞き取り
	2011 年 4 月 28 日～30 日	関東	風評被害対策直売会	消費者、直売会主催者への聞き取り
	2011 年 8 月 27 日～31 日	福島、関東	生産者、流通関係者への聞き取り	
	2011 年 10 月 17 日～18 日	東京	農産物の消費者への聞き取り	※
	2011 年 11 月 25 日～27 日	福島	流通関係者などへの聞き取り	※
	2011 年 12 月 15 日～16 日	東京	流通関係者、消費者への聞き取り	※

註 ※印が本プロジェクトの予算を使用して行った調査

【成果の概要】（800 字程度）

本研究では、「顔の見える関係」における農産物販売の場として二つの対象を設定した。一つは4月に多く開催された「風評被害」対策直売会であり、もう一つは有機農産物の産消提携である。まず、直売会の主催者と消費者による生産者との苦しみの共有について見ていきたい。直売会的主催者は「(これまで) 生産者と話をしているときなど、本当に思い入れがあるんだな、と思っていた。(農産物が出荷できず) 止まっているのを見てもらえない。」と述べるなど、生産者と苦しみを共有していた。それに対し、消費者が生産者と苦しみの共有をしていたかは、直売会ごとに大きく異なっている。生産者の「顔」がよく見える直売会であれば苦しみの共有が見られたものの、それ以外ではほとんど苦しみの共有が見られなかった。苦しみの共有をしていない消費者の購入理由としては、直売会の売上げが義援金になることや価格が安いことがあげられた。また、安全性をめぐる苦しみについては、直売会で購入した消費者たちは安全性についての苦しみがとても少なかったことがわかった。また、直売会においては安全性の基準として暫定規制値が生産者、消費者ともに受け入れられていたことがわかった。

次に、有機農産物の産消提携における生産者と消費者の苦しみの共有についてである。産消提携の消費者は多くは、安全性について苦しみを感しながらも生産者の苦しみを共有しようと努力していた。また、生産者も消費者の苦しみを直接感じており農産物の出荷についての苦悩が見られた。産消提携では生産者は「自分たちも子供に野菜を食べさせることに抵抗があるなかで、それを消費者にすすめていいものか」と安全性の基準に自分の家族を想定していた。一方、消費者も提携関係を継続する理由として「親戚のような関係だから」と生産者との親密性をあげていた。

【通信欄】

(研究代表者記入)

プロジェクト	<input type="checkbox"/> 次世代	<input checked="" type="checkbox"/> 次世代ユニット	<input type="checkbox"/> 男女共同参画に資する調査研究
経費	予算額	250 (千円)	実績額 250 (千円)

写真1



いわき市主催の「風評被害」対策直売会で農産物を買求める消費者の列

写真2



産消提携で消費者宅に送られてくる農産物セット