

## 学位論文審査の結果の要旨

氏名	Shahriar Mustafiz
審査委員	主査 板橋 衛 副査 松岡 淳 副査 増田 和也 副査 武藤 幸雄 副査 竹ノ内 徳人

論文名

Research on vegetable and fruit seed marketing  
-Empirical analysis of seed growers and distributors in Bangladesh-  
(野菜・果実種子のマーケティングに関する研究  
ーバングラデシュの種子生産者と流通業者の実証分析ー)

### 審査結果の要旨

バングラデシュはガンジス川の下流に位置し、国土の多くが平坦な地形である。多数の河川による堆積物が肥沃な土壌を形成し、農業生産力向上の可能性が高い国である。近年は都市化の進展に伴って消費地での野菜と果実の需要が拡大しており、都市部への高品質な野菜と果実の安定的供給が課題となっている。とはいえ現状は、野菜と果実の物流体制の不備に加えて、その種子の安定的な生産供給体制が整っていないため、都市部の需要に応えた野菜と果実の十分な供給体制は確立していない。また、バングラデシュにおける野菜と果実の種子の生産と流通を改善することは、都市部への安定的な野菜と果実の供給のみならず、野菜と果実の種子生産農家を中心とした農家の生活水準の向上、さらにはバングラデシュの経済発展にとっても重要であると指摘されている。しかし、野菜と果実の種子生産農家の生産構造や流通事情に関しては、概括的な問題点の指摘はあるが、具体的な実態は必ずしも明らかになっていないのが現状である。その結果、種子の品質差や流通に関わる仲介業者の問題点を指摘する段階に留まっており、種子生産者と流通業者の実態調査に基づいた実証的研究が必要である。

本研究は、こうしたバングラデシュの野菜と果実の種子に関するマーケティング構造を明らかにするために、3つの主な種子生産地区（ダッカ、チッタゴン、マイメイシン）で実施した調査結果に基づいて、種子販売に関わる流通業者と種子生産者の存立構造を分析する。現地の統計的な資料はきわめて限られているため、流通業者と生産者に対するアンケートと聞き取り調査を中心に実証的に分析を行っている。そして、従来の研究における問題点の指摘との整合性を検討し、政策的な課題を整理すると同時に、今後のバングラデシュにおける野菜と果実の種子産業のあり方を考察することを課題とした。本論文は、内容的には以下の通り6つの章で構成（第7章は文献整理等）されている。

第1章では、バングラデシュの社会経済状況と農業生産構造を概観し、野菜・果実種子のマーケティングに関する研究の必要性を整理している。また第2章では、既存の文献から、バングラデシュにおける野菜と果実の種子に関する問題点の指摘を整理している。そこでは、種子の需要量に対して供給量が不足している実態があり、輸入種子に頼らざるを得ない構造が示されているが、そのことは、輸入に依

存している部分におけるバングラデシュ国内での生産拡大の可能性を示唆している。また、種子産業に関わる業者が一般的に小規模であることから、流通ルートや物流の整備など、政府の関与と制度整備の必要が指摘されている。これらの点は、実証分析を行った上での考察とも関わる重要な論点整理であり、有意義が研究サーベイとなっている。つづく第3章では、本論における実証分析の地域である、ダッカ、チッタゴン、マイメイシンの3つの地域の紹介が行われ、第4章と第5章における事例分析の位置づけを明確化している。

第4章は、バングラデシュにおける野菜と果実の種子の生産と流通に関する構造と問題点を概括的に把握するために、生産者と小売業者それぞれ40人を対象としたアンケート・聞き取り調査を行った結果の考察である。小売業者の実態では、製品化するために洗浄や選別、パッケージングなどの作業を行っており、小売業者段階に至るまでの流通過程で十分な製品化作業が行われていない実態と物流施設の不備な点が浮き彫りにされた。さらに、インフラ整備の不備な点もあり、流通業者による種子購入の大部分は地方市場の段階で行われている実態が明らかになった。しかし、それで流通業者は十分な野菜と果実の種子を入手することができず、特に高品質の種子は必要とする量を確保することができない。そこには野菜と果実の需要に対する供給面での情報不足が関係しているとみられる。そのことは、生産者が受ける技術やマーケティングのサービスの実態にも現れている。生産者は取引のある業者から技術とマーケティングの指導を受けているが、種子市場の全体を把握する点で重要である政府からの指導は技術面に片寄っており、生産者段階で種子市場の需要を考慮した生産が実践されていない要因が垣間見られた。野菜と果実の種子に関する政府機能のあり方として示唆的な分析結果である。

第5章では、バングラデシュにおける野菜の小売業者と生産者の種子生産と流通に関わる動向分析からその社会経済的な状態を明らかにし、マーケティング段階における問題点と解決方法を考察している。そのために、第4章と同様の3州の小売業者と生産者それぞれ100人を対象としたアンケート・聞き取り調査を行った。小売業者は比較的高学歴の若い世代の従事者が増えており、調査対象の80%がバングラデシュ種子技術協会（BSST）に加入している。このBSSTのメンバーになることで、種子の品質・品種や生産情報などの専門知識を受ける機会が多くなっている。こうした小売業者の性質変化は、小売段階から現状の種子マーケティング構造を変革する原動力になることが期待される。また、生産者段階における種子生産は、現状の取引において価格面での不満は少なく、農業収入の拡大に寄与しているとみられた。とはいえ、農家は種子生産に専念することなく、他作目との複合的な経営が主であり、多くの種子品目を生産することでリスク分散を図っている実態が明らかとなった。これは、野菜の種子に対する生産技術とマーケティングの十分な情報を得ることができていない中で、従来の生産方式を継続しているためでもある。つまり、農家から種子の買付を行う仲買人の指示や従来の慣行に従った生産に留まっている。そこには、農家の資金不足と価格交渉面での弱点があり、政府によるサポートと同時に生産者の協同組織である農業協同組合の必要性を示唆する考察を行っている。

第6章では、これまでの分析を整理して結論と提言を行っている。マーケティング構造の分析では、インフラの不備もあり地方の市場における種子の取引が中心であり、情報と物量が限られた領域での市場であるため、価格形成や品質格差が大きくなっている実態を明らかにした。このことは、需要が高い高品質な種子を入手できない小売業者と種子生産による経済的メリットを十分享受できない生産者の双方にとって問題であり、情報提供や市場監督などの政府機能と協同組合組織の必要性を指摘している。

以上のように、本論文は、流通業者と生産者の実態調査から、バングラデシュにおける野菜と果実の種子に関するマーケティング構造を明らかにし、その改善点を実証的に明らかにしており、本研究の意義は学術的のみならず実践的にもきわめて深いと考えられる。したがって、本論文で公表されたバングラデシュにおける野菜と果実の種子のマーケティングに関する知見は、高い学術性を有すると同時に、これからの種子生産と流通対策に関する政策立案にも資するものであると判断される。

本論文の公開審査会は令和3年7月30日にリモートシステムを利用して開催され、申請者の論文発表とこれに関する質疑応答が行われた。引き続いて行われた学位論文審査委員会で、本論文の内容を慎重に審査した結果、審査委員全員一致して博士（農学）の学位を授与するに値するものと判定した。