

食品の良質性にかかわる日印大学生の認識

－ KNPG カレッジと山口大学でのアンケート調査から－

荒 木 一 視

Differences in Indian and Japanese attitudes to good foods:
From the questionnaire survey of KNPG College and Yamaguchi University

ARAKI Hitoshi

(Received September 27, 2013)

要旨

食品科学的あるいは栄養学的な食品の質のみならず、社会・経済的、あるいは文化的、伝統的な背景の上に形づくられてくる食の質にかかわる議論が高まっている。そうした研究動向を踏まえて、本研究では日本とインドの大学生を対象として、食の質に対する認識の差異を検討する。具体的にはインドUP州のKNPGカレッジと日本の山口大学の学生を対象に、コンヴェンション経済学において提示された観点をふまえたアンケート調査をおこなった。双方の大学からほぼ同年齢の学生80名程度の回答を得て、その結果を分析した。インド側と日本側との回答の共通点と相違点から、双方の食の質に対する認識を考察し、双方において食品情報の果たす役割の重要性、品質の判断にかかわって依拠する基準の違いなどが明らかになった。

英文要旨

Food quality has been hotly discussed not only from the viewpoints of food science and nutrition science, but also based on its social, economical, cultural, and traditional aspects. Considering such a research trend, we conducted this study of Japanese and Indian students to examine their cognitive differences related to food quality. Concretely, with students of KNPG College in UP, India and those of Yamaguchi University in Japan, we conducted a questionnaire survey based on the viewpoint suggested in the economics of convention. We obtained 80 responses from similarly aged students of each university. The knowledge we obtained is the following. Although the overwhelming majority of Indian students selected type 2, the answer most selected by Japanese students was type 3, followed by type 2. Although type 5 was selected by Indian students to some degree, few Japanese students selected it. In turn, type 3, which was popular among Japanese students, was selected by few of the Indian. In terms of common and different points, we examined the recognition of food quality by each university's students to ascertain the importance of the role played by food information and the difference of criteria on which each country's judgment of food quality depends.

1. はじめに

インドの経済成長、あるいはグローバル化の進展などは既に目新しいテーマではない。また、多くの企業がインドに進出している中で価値観の差異が取り沙汰されることも少なくない。そこで本研究が取り組むのはこうした価値観の違いをどのように解釈できるのかという試みである。一般的に食に関する価値基準は保守的な側面が強いと見なされるが、着目したのは日印間の食品の良質性に対する認識の差異である。インドではどのような価値基準が食品の良質性の認識に寄与しているのか、日本のそれとはどのような差異があるのかを検討する。なお、こうした着想に至った背景には近年の食品の質 (food quality) や良質食品 (good foods) にかかわる議論の高まりがある。

1990年代後半以降に相次いだ食品の安全性にかかわる事件や事故、それと並行してスローフードやローカルフードなどの思想や運動が市民権を得るようになった。これらと連動して社会科学における食料研究の分野においても幾つかの新しい潮流がうまれた (Atkins and Bowler 2001, 荒木ほか, 2007)。たとえば、フードレジーム論 (Friedmann and McMichael 1989, Friedmann, 1993) や商品連鎖のアプローチ (Hughes and Reimer ed. 2004, 荒木 2007)、フードネットワーク論 (Banks and Bristow 1999, Ilbery and Kneafsey 2000)、コンヴァンション経済学 (Marsden and Arce 1995, Murdoch et al. 2000)、アクターネットワーク理論 (ANT) (Murdoch 1997, 1998) などである。

これらの潮流は立脚点や分析のスケール、方法など、決して同じではないものの相互に関係しながら今日に至る議論の高まりを見る。それぞれの議論に共通するのは食料や食品の社会的・経済的あるいは文化的・伝統的な側面に注目することである。食品の質を食品科学や栄養学的な側面から計測し、把握するのではなく、それらの持つ社会的、経済的、文化的、伝統的な含意に着目する。例えば商品連鎖のアプローチではフェアトレードやエシカルトレードに注目して、それらに潜むコモディティフェティシズム (Castree 2001) が指摘されている。実際の商品 (食品) の品質よりも、フェアトレード、エシカルトレード、あるいはエコロジカルであるといったそれらの商品に貼られたラベルの情報によって商品の価値や良質性が評価されてしまうこと、それらが結局は一部の特権的な消費者によって享受されるものでしかないということ、などに対する問題提起である。また、フードネットワーク論では良質食品を「第三者による証明」「原産地との結びつき」「製法などの仕様」などの観点からとらえる。食品の価値が、産地や製法などの情報によって左右されることを指摘し、その背景を検討するものである。これらのアプローチはいずれも食品そのものの甘いとかみずみずしいとか歯触りがよいとかという物質的な特性・魅力などとは異なる基準に着目して、食品の質とは何か、良質食品とは何かを論じているところに要点がある。

近年のこうした社会的、経済的、あるいは文化的、伝統的な側面から形づくられる食品の質に対してのアプローチを踏まえ、それがどのような地域的な差異をともなって発現するのかを解明しようとするのが本研究の取り組みである。ここで着目したのはコンヴァンション経済学の中で示された質の構築にかかわる5つの視点である (Murdoch et al. 2000)。5つの視点とは、1つには市場的コンヴァンションといわれるもので、価格が高ければ品質も良いとする見方である。2つは工業的コンヴァンションといわれるもので、栄養成分の含有量であるとか、糖度や水分量など計測可能な数値データによって品質をしめそうとするものである。第3は家内的コンヴァンションといわれるもので、信頼関係により構築される。例えば、主体間の長期的な

取引関係に基づく信頼などが想定される。第4は世論的コンヴァンションであり、マスメディアや地域の機関により、その名声が喚起され、消費者の間で商標やブランドとして認知されるようになること、第5は公民的コンヴァンションで、社会的な公益に基づく連帯意識とされている。本研究ではこの5つの視点に依って、日本とインドという文化的にも経済的にも異なる地域の食品の質の構築にかかわる共通点と相違点を探りたい。

2. 研究の方法：アンケート

日印の食品の良質性に対する認識の違いを把握するための具体的な方法として両国の大学生に対してアンケート調査を実施した。アンケートの内容は以下の通りである。

2-1 対象

対象としたのはインドでは Kamla Nehru Post Graduate College (以下 KNPG カレッジ)、日本では山口大学である。KNPG カレッジはウツタルプラデシュ州 (Uttar Pradesh、以下 UP 州) ラエバレリ県 (Raebareli District)、テジガオン (Tejgaon) に、山口大学は山口県山口市にキャンパスがある¹⁾。

このようないわゆる地方の大学を取り上げたのは以下のような点を考慮したからである。インドにおいてもデリーやムンバイなどの大都市では先進国の大都市と大きく変わらないような都市生活が見られるが、それらが決してインドで一般的な生活スタイルとはいえない。なお多くの農村人口を抱え、伝統的な生活スタイルによっているところも少なくない。こうした観点から、近年成長の取り沙汰される大都市の直接的な影響をなるべくうけていない地域を取り上げる必要があると考えた。その意味では、以下に示すような地域に立地する KNPG カレッジは妥当な研究対象であるといえる。他方で、比較対象とする日本の大学も、同様になるべく大都市の影響圏外にあることがのぞましいと考えた²⁾。このような観点から、以下に示す山口大学も調査対象の要件を満たしていると判断した。ただし、大都市の影響圏外という点では類似した立地条件であるものの、両者の日常的生活スタイルは同じではない。地方都市である山口市でも日常的食品の購入はスーパーマーケットが中心となるのに対して、テジガオンのみならずラエバレリ市街においてもスーパーマーケットは無く、市場で個人商人からの購入というスタイルが卓越している。

KNPG カレッジの位置する UP 州ラエバレリ県は同州のほぼ中央からやや南東よりであり、南部はガンジス川が県境となっている。いわゆるヒンディベルトある典型的なヒンドスタン平原の農村地帯といえることができる。2011年のインドの国勢調査によると、同県の人口は3,404,004人、人口密度は739人/km²、識字率は69.04%となっている。なお、土地台帳による面積は4,544 km²である。県の中心は人口191,056人のラエバレリ市で県域のほぼ中央に位置する。ラエバレリ県は7つの郡(タッシール Tahsil)から構成され、各々の郡は3~4の開発区(Development block)に分割される。同カレッジが位置するのはラエバレリ県南西部のラールガンジ(Lalganj)郡(面積694km²)、サレニ(Sareni)開発区となる。他に同郡にはラールガンジ開発区、キロ(Khiro)開発区がある。人口と人口密度はラールガンジ開発区59,900人、522人/km²、サレニ開発区が同76,048人、633人/km²、キロ開発区が同136,053人、655人/km²(いずれも2001年の国勢調査)である。当地は一面に圃場の広がる農村の景観が卓越しているものの、後述する山口市などと比べて、決して人口密度が低いわけではない。なお、2001年の国勢調査による識字率はラールガンジ開発区35.27%、サレニ開発区44.49%、キロ開発区41.29%で、ラエバレリ県全体では

43.85%となっている。この値は決して高い値ではないが、1981年の国勢調査でラエバリ県全体が23.07%であったことと比較すると改善が進んでいるといえる。

一方、山口大学の位置する山口市は山口県のほぼ中央にあり、2010年の国勢調査の人口は196,628人と日本の県庁所在都市の中では最も人口の少ない都市の一つである³⁾。なお、山口県の面積は6,111km²、人口密度は237人/km²、山口市の面積は730km²、人口密度は192.1人/km²（それぞれ2010年の国勢調査）である。山口市は周囲を中国山地に囲まれた盆地を中心に発達した都市で、市域の多くが山地である。2005年農林業センサスによると山口市の林野率は64.6%、山口県全体では71.1%であり、平坦なヒンドスタン平原に位置するラエバリ県とは地形的に異なる。人口密度の差にもこうした背景が影響しているといえる。しかし、双方の大学とも各々の国の首都圏や3大都市、4大都市といわれるような大都市圏には立地しておらず、さらには近隣の100万都市まで100km近い距離があるという点においては共通しており、大都市の直接的な影響圏外にある大学ということができる。

2-2 質問項目

実際のアンケートでは、先の5つのコンヴァンションを念頭に、5つの選択肢を提示した。すなわち誰か親しい人、敬意を払うべき人に、何か贈り物（食品）を買うという場面を仮定してもらい、その際にどのような判断基準で「良い商品」すなわち「良質食品と想定される商品」を選ぶのかを回答してもらった。選択肢は、タイプ1が前記の市場的コンヴァンションに対応するもので、値段の高いものを良い商品として選択するというものである。タイプ2は工業的コンヴァンションを想定し、商品パッケージの裏面などにある成分表やカロリー、添加物の有無などの表示をみて、何が良いかを判断するというものである。同様に、タイプ3は家内的コンヴァンションに対応し、店主や友人、誰か信頼できる人に相談して決めるというもの、タイプ4は世論的コンヴァンションで、映画俳優やその道の権威とされる人などが、メディアなどを通じて気に入っているとかが優れているとかと宣伝しているもの、いわゆるブランド化されたものである。最後にタイプ5は公民的コンヴァンションを想定し、商品の売り上げの一部が慈善事業に寄付されるとか、代金の何%かが恵まれない子どもたちのために使われるとか、環境保全のために使われるとか、そうした商品を良い商品とする考え方である。

アンケートは上記のいずれが最も自身の行動に近いかを問うものであるが、その際に回答者の属性として、性別、年齢、および回答者の親の職業を記入させた。両者の地域的な差異を検討する際の指標であるとともに、職業や社会・経済的な条件が回答に影響を与えるのではないかという考えにたつたものである。なお、今般は学生を対象としたアンケートであるため親の職業を問うた。アンケートにあたっては、「良い食品」を選ぶ際の価値基準を問うものであるが、「一般的にどうあるべきか」ではなく「あなたはどうか行動するか」を回答するように求めた。回答者がどのような判断基準を規範とすべきと考えるかではなく、実際に回答者がどのような行動をとるかを問うている旨をアンケート用紙にも記して、留意してもらうようにつとめた。しかしながら、とくにインドでは、食に関する禁忌が一般的であるため、このような質問の場合に禁忌に抵触するかどうかを回答するケースを含めて、「どうあるべきか」として回答するケースが想定できる。このため、タイプ1～5以外にも自由記述欄を設けて、そのような考え方がある場合は説明を加えてもらうとともに、後述のように複数回答を可能とするような対応をとった。

2-3 アンケートの実施と調査対象者の属性

調査実施はKNPG カレッジが2012年11月9日、山口大学では同月30日に英語で作成された同一のアンケート用紙(文末資料参照)を配布し、KNPG カレッジでは現地語であるヒンディー語で、山口大学では日本語で内容の説明を加えたうえで回答させた。KNPG カレッジでは17～21歳を中心に90名、山口大学では18～20歳を中心に72名から回答を得た。ほぼ同世代を対象にしたアンケートである⁴⁾。

回答者の世帯の職業についての内訳は第1表に示される。KNPG カレッジで大きな母集団を形成するのが農業関係の38名で、当地の産業構造が第1次産業に大きく依存していることを示すとともに、アンケートの回答にも少なからぬ影響を与えていると考えられる。なお山口大学における第1次産業関係者は4名で、両者の就業構造には大きな違いがある。

第1表 アンケート回答者の属性

	KNPG カレッジ	山口大学
農業	20	2
自作農	18	1
漁業		1
会社員	8	29
労働者	4	
店員	4	
管理職・会社役員	2	1
セールスマン	1	
サービス業	4	
事務員		1
銀行員		1
派遣社員		1
個人事業主	3	2
医者	2	2
看護師	1	
電気技師	2	
土木技師・エンジニア・設計士		5
料理人・食品関係		2
大工		1
宗教関係		1
公務員	5	10
郵便局員	1	1
教師	7	4
警官	1	
軍人・軍関係	4	
定年後就業無し	1	
不明	2	7
合計	90	72

アンケート調査により作成

KNPG カレッジで次に大きな母集団となるのは会社員 (business)、個人事業主 (private job)、セールスマン、サービス業 (survice) などの第 2、第 3 次産業部門と想定できるものである。これに相当するカテゴリーとして山口大学では、会社員、個人事業主、事務員、会社役員、銀行員などがえられた。また、公務員関係では KNPG カレッジでは公務員の他に軍関係、郵便局員、教員、警官などが計18名が認められ、山口大学でも公務員、郵便局、教師など計15名が確認できた。また、専門的な職業として KNPG カレッジで医者や電気技師が、山口大学では医者、土木技師、エンジニア、設計士などが得られた。これらはいずれも選択肢を設けた設問ではなく、回答者に自由に記述させる方式であるため、厳密な意味での職業分類ではないが、農業をのぞけば両者の属性に大きな違いはないといえる。

なお、KNPG カレッジの場合はタイプ 1～5 の選択において、順位を付けた上での複数回答を認めた。上述の「どうあるべきか」と「どう行動するか」ともかかわるが、食の禁忌が一般的であるインドの回答者が無意識に「どうあるべきか」の立場の回答をすることが予想されるので、複数回答とすることで「どう行動するか」に対する意識をある程度すくい上げることができるのではないかと考えたためである。

3. アンケート結果

アンケートの結果は第 2 表の通りであり、KNPG カレッジの調査ではタイプ 2 と回答したものが圧倒的な多数を占めた。一方、山口大学でもタイプ 2 がまとまった数値を得たものの、タイプ 3 という回答がそれを上回って最も多い回答であった。逆に KNPG カレッジでタイプ 3 と答えたものは極めて少数であった。他に KNPG カレッジで多く、山口大学で少ないものとしてはタイプ 5、逆に山口大学で多く、KNPG カレッジで少ないものとしてはタイプ 4 が挙げられた⁵⁾。

また、第 3 表では KNPG カレッジの複数回答の結果を示した。複数回答を含めると 90 名中 71 名がタイプ 2 を選択したことになり、食品の良質性を認識する際の重要な観点となっていることがうかがえる。また、複数回答に着目することで、単数回答のみではわかりにくいタイプ 2 以外の選択肢の状況も明らかになった。すなわち、単数回答の場合にはタイプ 3 を選択したものはわずかに 2 名であったが、複数回答の場合には 17 名というまとまった数値が得られた。同様にタイプ 5 は単数回答では 16 名と、タイプ 2 に比べて小さな値にすぎないが、第 2 回答の 26 名を加えると 42 名となり、ほぼ半数近くがタイプ 5 のような見方を良質食品選択の際の基準と考えていることがうかがえた。その一方、第 2 回答でタイプ 1、タイプ 4 の支持は無く、集計によってはタイプ 3 とタイプ 1 が逆転した。タイプ 3 のような選択の可能性も潜在的には受け入れられているものと考えられる。

第 2 表 アンケート結果の概要

タイプ	KNPG カレッジ	うち女子学生	山口大学	うち女子学生
1	6	6	7	3
2	66	47	22	5
3	2	1	32	14
4	0	0	10	6
5	16	11	1	1
合計	90	65	72	29

アンケート調査により作成

第3表 KNPG カレッジ複数回答の概要

タイプ	第1回答	第2回答					第1回答のみ
		タイプ1	タイプ2	タイプ3	タイプ4	タイプ5	
1	6		4	0	0	2	0
2	66	0		15	0	23	28
3	2	0	0		0	1	1
4	0	0	0	0		0	0
5	16	0	1	0	0		15
合計	90	0	5	15	0	26	44

アンケート調査により作成

総じて、KNPG カレッジではタイプ2という回答が多数を占め、それに次ぐものとしてタイプ5がえられた。一方、山口大学ではタイプ3、次いでタイプ2が比較的大きなまとまりをみせた。双方に共通してタイプ2、すなわち工業的に計測可能な数値が良質食品を選ぶ際の基準として意識されているといえる。しかし、KNPG カレッジで多くが選択したタイプ5は山口大学では少数で、山口大学でまとまった数のタイプ3はKNPG カレッジでは少数となる。タイプ5は公民的コンヴァンションを意識したものであり、食品を通じた社会貢献に対する意識がインド側では高く、日本側では低いという傾向が読み取れる。一方、タイプ3は家内のコンヴァンションに基づく信頼関係を意識したものであり、日本側ではインド側よりも食品の価値判断の際に信頼できる者のアドバイスを重要視するとみることができる。

次に回答者の属性による差異に注目したい。第1は男女差である。KNPG カレッジでは90名中65名(72%)が女子学生、山口大学では74名中29名(39%)が女子学生と、男女の比率が両大学で差があるために、厳密な比較はできないが一定の傾向は読み取ることができる。すなわち双方ともにタイプ2と回答したものの男子学生比率が高いという点である。日本の場合ではタイプ2と回答したものの22名のうち17名(77%)が男子学生であった。これは全体に占める男子学生数の割合61%を少なからず上回っている。また、KNPG カレッジでも男子学生25名中19名がタイプ2と回答しており、男子学生における良質食品の判断の上で一定程度の支持を得ている。一方、女子学生が比較的高い比率を示したものとして山口大学ではタイプ4が得られたが、それ以外では明確な傾向は見いだしにくい。

一方、回答者の世帯の職業に着目した場合、とくに食品と関わりのある農業従事者を母集団としてその傾向をみた場合には、一定の傾向が認められた。すなわち、KNPG カレッジの農業関係38名を母集団とした場合、タイプ1が4名、タイプ2が26名、タイプ3が1名、タイプ5が7名となり、ここでもタイプ2が圧倒的に多いという全体の傾向が認められるものの、90名中6名というタイプ1の支持者のうち4名がこのグループであった。タイプ1は価格の高いものを良しとする価値基準で、全体では少数派であるものの、農業に携わっている世帯の学生の多くがそれを選択していることは興味深い。生産者にとって高価格で農産物が販売されることは、世帯経営の上で重要なことであり、高価格の農産物が「良い農産物・良い食品」であると判断されることは、彼らのモチベーションであるともいえるからである。なお、山口大学の場合の母集団が少ないため単純に比較することはできないが、第1次産業関係4名のうち、タイプ1、タイプ2が各1、タイプ3が2名であった。

4. 考察

以上のアンケート結果を踏まえ、食の質の構築にかかわる日印の学生の意識の異同とその背景について検討する。

先ず双方の共通点であるが、タイプ2の多さが指摘できた。この意味において成分表やカロリー、添加物などの食品情報の表示はインド側、日本側においても良質食品の判断の上で一定の効果を持っているといえる。実際に KNPG カレッジでの自由記述の中には「適切なカロリーの摂取、およびたんぱく質やビタミン、カルシウムなどの栄養成分を適切にとるのがよい食事である（そのためにタイプ2が重要である）」という記述がみられた。また、双方ともに男子学生がタイプ2のような選好をするという傾向が認められ、数値化された基準に基づいて良質性を判定するということが男性に受け入れられやすいとみることでもできる。同様に、双方ともにタイプ1が少ないという結果が得られた。値段が高いからといって決して良いものではないという認識が双方で広く受け入れられているといえる。無論、実際の食品購入の際には無意識に値段の高いものを選択しているのかも知れず、意識的に回答する際にはそうあるべきではないという規範が優先して発現したとも考えられる⁶⁾。しかし、単純に価格と品質を結びつける観点は双方において支持されているわけではないといえる。これに対して生産者側である農業関係世帯の回答者からは高い価格のものを良質と見なす傾向が認められたことは興味深い。以上は日印の文化的な違い、また社会・経済的な状況の違いを超えて共有できる良質食品のイメージである。

次に相違点であるが、第1に KNPG カレッジの回答におけるタイプ5の多さ、山口大学の少なさがある。KNPG カレッジの回答をこうあるべきだという規範意識が反映した回答と解釈することもできるが、仮にそうであったとしても、すなわち実際の行動は異なっていたとしても、このような点に対しての意識の高さは特筆すべきである。逆に山口大学では食品の購買行動において、こうした側面はほとんどといっていいほどに意識されていないということがいえる。第2にタイプ3に関しては KNPG カレッジでは少数で、山口大学は最大の回答者集団を形成した。山口大学のケースでは良質食品の判断にも友人や知人との人間関係が影響を与えていることがうかがえる。第3にタイプ4であるが山口大学では決して多くはないものの一定程度の回答者集団をなしたのに対して、KNPG カレッジでは複数回答の場合を含めて皆無であった。これは無関心というよりもむしろ忌避観の発現として把握することができるのではなかろうか。いわゆる大衆迎合的な見方に基づいて食品の良質性を判断することに対するインド側の文化的あるいは社会的な忌避観である⁷⁾。

無論、これらの異同の背景や要因は1つではなく、多方面からの解釈が可能であるが、本研究では2章で言及したように双方の食品購入のスタイルの違いからのアプローチを試みたい。山口市での食品購入にあたっては、加工食品の詳細な情報が容器などに記載されているのが通例で、生鮮食品もパック詰めされ、産地表示や時に農業の使用状況などの多様な情報がシールや陳列棚などの表示を通じて示される。これに対して KNPG カレッジ側では農家世帯が多いということに加え、生鮮食品の情報が店先で示されていることはなく、買い手は商品の外見や手触りなどからその商品が新鮮かどうか、良質かどうかを判断し、あるいは売り手と交渉して、購入するという形態が一般的である。また、冷凍食品をはじめとして加工食品類も日本のように普及しているとはいえない。食品流通が広域化した日本では生鮮品であろうと加工食品であろうとパッケージ化された情報が必要であるのに対し、ローカルな食品流通が卓越するインド

の農村部にあってはそうした形態の食品情報は一般的ではない。一部の加工食品はパッケージ化された情報を伴うものの、生鮮食品は実際の商品を見て買い手が良質か否かを判断している。結果として前者ではこのような食品にパッケージ化された食品情報に接する機会が多く、後者では少ない。

こうした状況が、今回のアンケートの調査項目にあった5つの選択肢においても少なからず影響したと考えられる。山口大学側では日常的にこうしたパッケージ化された情報に接しているため、アンケートで仮定された状況（贈答用の食品購入）は通常の商品購入の延長としてとらえられる。一方、KNPG カレッジ側ではパッケージ化された加工食品などは購入する機会の限定された食品ともいえ、アンケートで仮定された状況は一般的な食品購入とはやや異なる。このため、パッケージ化された食品情報に接する機会のより少ないインド側の選択にあたっては良質性の判断の上で社会性などの規範がより強力に意識され、タイプ5の結果として発現した。逆にそれらの情報が日常的に溢れている日本側では食品の購入において社会的な側面に無頓着という側面が発現したとみることができないだろうか。また、日常的に商品を手にとって自身の目や手でその良質性を判断するという購買行動が中心のKNPG カレッジ側では、食品の良質性を他者の判断に依存するという選択肢が避けられる（タイプ3、4の少なさ）。対して、多くの食品がパッケージ化されている山口大学側では、自身の目や手で判断しにくいこともあり、良質性の判断基準としてタイプ3やタイプ4が採用されたとみることができないだろうか。

社会科学における食品の良質性をめぐる研究は新しい分野である。文化的また、社会・経済的に異なる2地域間の食品の良質性の認識の差異をとらえようとする今回の試みも実験的なものであり、議論の余地は多い。しかし、食のグローバル化が進展し、インドもその中に組み込まれようとしている今日、保守的といわれる食に対する価値観がどのように形づくられ、どのように変化し、あるいは変化しないのかをとらえようとする取り組みは、グローバル化がもたらす価値観への影響をどう理解するかという点において少なからぬ意義を有している。それは単に食品企業のインド進出にあたっての有用性というような個別の文脈のみならず、経済変化やグローバル化の受容における社会的、文化的差異がどのように発現するのかというより広範な文脈を含むものであり、このような解釈にコンヴァンション経済学やフードネットワーク論の成果を導入する余地は充分にあると考える。

付記 本研究を進める上で平成23-26年度（2011-14年）科学研究費補助金 基盤研究（B）「インド成長産業のダイナミズムと空間構造」研究代表者：友澤和夫（広島大学） 課題番号23320185、および平成23-25年度（2011-13年）科学研究費補助金・基盤研究（B）アジア太平洋地域における第3次フードレジームをめぐる地理学的研究」課題番号：23320186、研究代表者：荒木一視 課題番号23320186を使用した。

註

- 1) 山口大学には宇部市にも工学部キャンパスと医学部キャンパスがあるが、アンケートの対象としたのは山口キャンパスの学生で、そのほとんどが山口市及びその周辺に居住しているため、ここでは山口市について言及する。
- 2) 今日の日本において、大都市と地方での生活スタイルの違いは、インドのそれほどは大きくはないといえるので、事実上、大都市圏の大学生の生活スタイルや価値観と地方都市の

大学生のそれらとの間に明確な差異があるかどうかは判断できないが、インドにおいて大都市圏の影響をなるべく受けない配慮をしたので、日本においても大都市圏の大学は避け、比較的近似したところを取り上げることにつとめた。

- 3) 市町村合併やその時々的人口増減によって変動するが、この時の国勢調査人口では鳥取市 197,409人、松江市194,258人で数千人の違いしかない。
- 4) UP 州の調査地での教育システムは初等教育 8 年に high school とよばれる前期中等教育 2 年、inter mediate とよばれる後期中等教育 2 年を経て、高等教育の graduation (学士取得) に 3 年、その後の post graduation (修士取得) に 2 年となっている。なお、KNPG カレッジは post graduation の課程を有しているなのでこの名前があるが、学士課程も併設されており同一キャンパスの別棟で講義や演習などが行われている。
- 5) 双方の回答について、カイ 2 乗検定をおこなった結果、1%水準で有意であった。
- 6) この点については軽々に、価格は品質の検討の上で重要ではない、と結論づけるべきではない。なお議論の余地のあるところである。
- 7) ただし、これらの点についても前掲注 6) と同様に、インド人／社会がチャリティなどへの関心が高く、日本人／社会は低いというような短絡的な結論に導くことは避けるべきである。

文献

- 荒木一視 (2007) 「商品連鎖と地理学—理論的検討—」, 『人文地理』, 第59巻第 2 号, 151-171頁.
- 荒木一視・高橋 誠・後藤拓也・池田真志・岩間信之・伊賀聖屋・立見淳哉・池口明子 (2007) 「食料の地理学における新しい理論的潮流—日本に関する展望」, 『E-journal GEO』, 第 2 巻, 43-59頁.
- Atkins, P. and Bowler, I. (2001) *Food in Society: economy, culture, geography*. Arnold.
- Banks, J. and Bristow, G.(1999) “Developing quality in agro-food supply chains: a Welsh perspective”, *International Planning Studies*. 4. pp. 317-331.
- Castree, N. (2001) “Commodity fetisism, geographical imaginations and imaginative geographies”, *Environment and Planning A*, 33, pp.1519-1525.
- Ilbery, B. and Kneafsey, M. (2000) “Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England”, *Journal of Rural Studies*, 16, pp.217-230.
- Friedmann, H. and McMichael, P. (1989) “Agriculture and the state system: the rise and decline of national agriculture, 1870 to the present”, *Sociologia Ruralis*, 29, pp.93-117.
- Friedmann, H. (1993) “The Political economy of food: a global crisis”, *New Left Review*, 197, pp.29-57.
- Hughes, A. and Reimer, S. eds.(2004) *Geographies of Commodity Chains*, Routledge.
- Marsden, T. and Arce, A. (1995) “Constructing quality: emerging food networks in the rural transition”, *Environment and Planning A*, 27, pp.1261-1279.
- Murdoch, J. (1997) “Inhuman/nonhuman/human: actor-network theory and the prospects for a nondualistic and symmetrical perspective on nature and society”, *Environment and Planning D*, 15, pp.731-756.

Murdoch, J. (1998) “The spaces of actor-network theory”, *Geoforum*, 29, pp.357-374.

Murdoch, J. , Marsden, T. and Banks, J. (2000) “Quality, Nature and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector”, *Economic Geography*, 76, pp.107-125.

アンケート用紙

This is the question survey on food quality, what is the good food?, I want to know your thinking.

There are 5 types of thinking, some sociologist and food scientist said.

Could you please imagine, you would like to buy some gift (for example, tea) for your friend or your teacher like as Dr. Chandel in the shop (for example, in Darjeeling).

In this situation, which way do you select the good commodity(for example, tea).

Type 1

You may select the most expensive commodity. It means higher price is higher quality. There is a type who has such a kind of thinking, we call it type 1.

Type 2

You may check the backside of the commodity package where the data (for example, contents, calorie., materials and so on) are indicated. Then you may select the commodity depending on the data. In case of this type, we call it type 2.

Type 3

You may ask the shop keeper or your friend, those who you trust in or you believe in or you rely on. Then you may select depending on his/her advice. In case of this, we call it type 3.

Type 4

You may select the commodity that the famous movie star said “this is good, I love this commodity”, or some authority in that field said “this is the higher quality”. It may said to be branded. In this case of selection, we call it type 4.

Type 5

You may select the commodity depending on the information that, if you buy this commodity, some % of your payment will be donated to support the poor children in the world, or some Rs from the sale of the commodity will be given to charity, like that. In such case, we call it type 5.

Which is the most closely to your thinking, I want to know which type you are, it is not which type you want to be.

If you are not belonging any type, please write down your thinking what is the good commodity or good food.

At last could you give me the basic data of informant.

male or female age your father's job