

論文内容の要旨

環太平洋パートナーシップ（TPP：Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement）協定が大筋合意され、各国において早期署名・発効に向けた取り組みが進んでいる。ただし、アメリカとは政権が変わり2国間による協議に大きく変更となった。いずれにしても、今後、国際的な経済連携の進展に伴い、農産品供給がグローバルに展開されていくことは不可避であり日本の農業を取り巻く環境は、一層厳しさを増すことになる。

日本の農業は、食糧管理法(1942年)、農地法(1952年)、農業基本法(1961年)によって長らく保護政策のもとにあった。ガット・ウルグアイ・ラウンド農業合意(1993年)により、農業保護政策は大きく見直されることになったものの、その後も戸別所得補償制度など変遷をへながら保護されてきたところがある¹⁾²⁾。そしてようやく、改正農地法(2009)により株式会社でも農地の借用を可能とすること、農業生産法人の要件の緩和などにより、農地集積・生産性向上の方向に動き出している。

日本農業の現状をみてみると、平成29年度農業構造動態調査によれば、農業に従事する人口の減少が続いている。販売農家の基幹的農業従事者(仕事として自営農業に主として従事する者)の人数は150万7,100人で、前々年に比べ24万6,700人(14.1%)減少、前年に比べ7万9,000人(5.0%)減少し、それにとまなう後継者不足・耕作放棄地の拡大があり生産基盤が縮小していつている。一方、農業従事者の経営管理能力の向上、流通構造の見直し、技術革新の推進など取り組むべき課題が多岐にわたっている。解決策の一つとして、政府は一定条件を満たす農家について企業化(法人化)を積極的に勧める施策をとっている。本研究は、そういう環境の中において、先行して企業化(法人化)を果たし成長している企業を対象に、提案する分析枠組みで調査・分析することによって、農業の企業化に向けたソリューション的なものを見出そうとするものである。

具体的には、中小零細の農家の現状をふまえて、中小零細の農家がめざす一つの方向として企業化に焦点をあて、企業化をより進め成長させていく過程を本研究で提案する体系だった分析の枠組みにそって丁寧に分析することとした。本論文でいう「農業経営」とは、「利潤を獲得することを目標にして多数の労働者を雇用して商品たる農畜産物を生産する単位組織体」のこととしておく。「企業化」については「従来の一般的な家族農業経営とは異なり、国民・消費者が求める需要に対し、合理化や多角化等を通じてより質の高い財やサービスを生産し供給することが期待される新たな経営形態である」としておく。企業化という言葉は必ずしも大企業を意識したものではない。

分析の枠組みの候補としてはいくつかあると考えるが、「事業領域と使命」で全体を確認後、「静的」さらに「動的」と両側面から分析が可能という特徴をもっている概念データモデルの考え方を踏まえて、これに工夫を加えることにより新たな分析の枠組みを提案し採用した。概念データモデルのプロセスはD.F.エーベル「事業の定義」の理論に基づくとともに静的のみならず動的観点からも分析できるという利点があることから、システム構想を検討する際の手法として用いられてきたものである。本研究においては、概念データモデル、バランスド・スコアカードの戦略マップ、品質機能展開(QFD)、それぞれの考え方をヒントに統合することで新たな分析の枠組みを提案した。このことは、「経営情報論における要求分析(概念データモデル)の視点」及び「研究対象とその分析枠組み、理論的背景」にて詳しく述べた。

事例研究では、家族経営から法人化を果たし経営を発展させていつている企業を研究の対象とし、農業経営の現場参与観察、経営者へのインタビューや複数回の意見交換での生のデータに基づいて、提案した分析の枠組みにそって分析することで、企業化を進めていく要因を探った。対象企業の「事業領域と使命」を明らかにし、静的モデル、動的モデルにてビジネスの構造を把握した。それを踏まえ、戦略マップの視点から分析することで企業化を進めている企業の戦略を浮き彫りにした。さらに企業での取り組みの重要性についても浮き彫りにした。これにより、対象企業が企業化し、どういう戦略のもとに成長してきたのかを明らかにすることに努めた。

くわえて、平成29年度高知県・オランダ王国ウエストランド市先進農業視察に参加し、そこでの調査を

もとにオランダの先進農業を顧客の視点、内部ビジネスプロセスの視点、学習と成長の視点から分析し、本研究に反映した。オランダと日本では、国として置かれた地理的条件や農家一戸あたりの農地面積などに大きな違いがあるが、農業をマネジメントするという意味での特に環境制御システムにみられる栽培設備・技術の高度化、外部環境では農業ビジネスを成り立たせる研究機関・民間のコンサルティング企業・設備機器企業などの連携など非常に参考になるところがある。

本研究の分析過程を通じて、家計と経営の分離、管理範囲の拡大に対応できるマネジメント力の強化、消費者ニーズを的確に把握できるマーケティング力、他組織・団体との連携、システム化、栽培技術の高度化などのキーワードが明らかとなっている。調査・研究をもとに、農業の特質もふまえたうえで企業化を維持・発展させていくうえでの要因を農業企業化の存立基盤の概念として示した。

農林水産省及び経済産業省が、農業の企業としての国際的な競争力を上げるには、世界で優位にある日本の製造業ノウハウを農業に生かすことが必要であると述べている。製造業の知見の農業への反映という点では、動的な側面から農業と製造業を分析し写像という考え方のもとに全体俯瞰することを提案し、今後の示唆とした。

新たな展開としては、農産物に対する消費者ニーズを的確に把握することは必須であり、花卉を事例に現在取組んでいる人間の感性と脳機能との関係をベースにしたマーケティング・アプローチも提案し、今後の示唆とした。

中小零細の農家がめざす一つの方向として企業化に焦点をあて、企業化をより進め成長させていく過程を、提案する体系だった枠組みにそって分析した本研究は、中小零細の農家が実課題を解決しつつ企業化していくひとつの実現可能な方向性を示すことができたと考える。日本農業の進展に、また農業において新しい展開を進めている高知県の取組みにも重要な視点を提供し、いくらかで貢献できればと考える次第である。

本研究は「平成 27 年度採択科研費 15K03670(代表者：井形元彦)」の助成をうけたものである。