

論文内容の要旨

近年わが国では製造業を中心とした輸出産業重視の政策や流通勢力の肥大、また経済のグローバル化による外国産農産物の輸入増加や減反政策などによって国内の一次産業は疲弊し、その従事者は大幅な減少をみている。

しかしながら、近い将来に見舞われると考えられる世界的な食糧危機への備えとして国内一次産業の振興による自給率の確保は我が国の重要な課題であることから、遅きに失した感はあるものの最近は様々な国家的な振興策が執られている。

特に高知県の場合は少子高齢化の進行が著しく、一次産業従事者は歯止めのかからない減少を続けており、農業においては園芸連が主体となる系統出荷に関わる園芸農家以外の中山間零細農業は存続の危機すら迎えようとしている。

漁業においてもその殆どが零細もしくは個人であるため経営的な改革に取り組む体力がなく資源の減少、輸入水産物の台頭や燃料の高騰などにより将来の展望の見えない状況となっている。

近年、このような状況の打開策として地域の一次産品の付加価値化を行い、地域に新たな産業を興そうと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。

高知県も県の中核事業として取り組んでいる産業振興計画などへの注力により各地域の一次産品を利用した商品開発に対して様々な援助や補助を行なっているが、行政の施策において避けがたい矛盾を孕むことの多い平等性の担保義務や短期的な結果を求める近視眼的な取り組みなどにより、経営経験の乏しい地域の起業者においては本来の求める結果を得ずにして挫折を見ているケースが多く見られる。

それらの事例を成功に導くためには、本来の目的が地域の活性化であることを事業の当事者が認識をし、近視眼的に「ものづくり」の成果のみを目的としない長期的な視野に立った戦略性が求められる。

本研究は高知県における少子高齢化による人口減少と限界集落の増加などの状況の認識に基づき、そのなかでの成功事例をマーケティング及び経営戦略論的視点から分析することにより成功の普遍的な要素を抽出し、資源の乏しい地域での事業における「地域おこしのための商品開発」のあるべき姿を提示することを目的としたものである。

論文の構成は以下の構成による。

第1章 高知県の現状

1-1 産業構造と問題点

高知県は全国に先駆けた著しい少子高齢化による人口の減少と、産業・経済の衰退がスパイラル化をして進行している。人口調査、産業別指標など県勢の様々なデータを基に、現

状の把握と問題点の抽出を行う。

本論文の構成は以下のとおりである。

) 1-2 人口減少と限界集落の増加

高知県は長野大学教授の大野晃氏が高知大学教授時代に提唱した「限界集落」の研究フィールドとなった土地である。2030年には全自治体の30%以上が限界集落化するとされている現状を統計データなどから確認する。

) 1-3 住民意識「高知県集落意識調査」「高知県民幸福度調査」から

様々な地域資源に恵まれない高知県において特に過疎化の進んだ限界集落の予備軍とも言える地域に全国的に注目される地域振興事業が複数存在する理由を、中山間地域の実情を調査しその対策を強化することを目的として県が平成23年度に行った「高知県集落意識調査」と、土佐経済同友会が行った「GKH(グロス・コウチ・ハピネス)高知県県民満足度調査」の調査から考察する。

) 1-4 高知県の一次産業動向

高知県の農業と漁業における現状とその特性及び問題点を把握し、県内一次産品の商品開発における方向性を考察する。

) 1-5 一次産業生産品の商品開発における視点

高知県内の一次産業動向から商品開発の方向性について考察する。

第2章 先行研究

「先行研究のレビュー」

第一章で高知県の高齢化の進行と一次産業の将来展望の厳しさを確認したことにより産業構造の変化や国の施策などによって長期的な衰退を続けている地域、特に中山間地域の農業従事者や零細漁業従事者に現在求められているのは一次産業生産品の付加価値化による地域振興への取り組みであることの認識に至った。

しかしながら経営的なノウハウやマーケティングの概念などの知識不足などから事業に踏み出せないケースやものづくりに終始して事業としての成立が覚束ないケースが多く見受けられることが今後の地域振興事業全般の課題となっている。

本研究の命題はそれらの課題に対する一つの解としての地域振興を目的とした商品開発事業のあるべき姿の提示であり、その議論の普遍性を求めることを目的として、先ずマーケティング、経営戦略論などの基礎理論の調査を行い、その後に地域活性をテーマとした書籍及び論文の調査分析を行う。

) 2-1 事業戦略

地域における事業で最も大きな課題であると思われる近視眼的経営の問題については地域資源の限界に着目した田中の議論を始め、ポーター、三品、コトラー、ドラッカーによる議論の調査により地域の活性化事業とその事業戦略についての考察を行う。

）2-2 地域活性化と商品開発事業の関係性

地域活性化事業としての商品開発ビジネスを地域と地域外との関係性、リーダーシップとメンバーシップについてコトラー、海野、佐藤・相原、パットナムの議論による考察を行う。

）2-2 製品の付加価値

一般にプロダクトアウト的視点によるものづくりが多く、マーケティングの見識の不在が障害となることの多い地域の事業において、特に商品開発と販売促進の推進に必要と思われる概念をポーター、コトラー、の議論の調査によって考察する。

また、人的資源や資本の不足により基礎的な開発力に乏しい地域のものづくりにおいて、特に重要となる商品の付加価値の理解をシュムペーター、関・及川、小森、恩蔵、ケラー、ピンク、アーカーの議論によって考察する。

）2-3 地域活性化事業の在り方

地域活性化事業のあるべき姿について田中・川辺・黒瀧、橋本・大泉の論文における議論を調査し、彼らの議論と現状の問題点を考察する。

）2-4 先行研究まとめ

各々のテーマについて明らかにされている問題と議論されていない問題を検討することによって自身の研究の命題を再確認することによる仮説立てを行い、事例研究によりそれを明らかにする。

第3章 事例研究

）3-1 事例選定の根拠

地域資源の乏しい高知県の中においても特に地理的条件などによる不利を抱えた準限界集落またはその予備軍的な位置づけの地域で、地域内の資源や資産を有効に活用することで成功または、その途上にある事業体を選定。

また、運営の形態についてもその共通点と差異の比較検討を考慮したものとした。

）3-2 事例研究対象事業体

事例としては以下の5事業体を選定した。

①株式会社四万十ドラマ

限られた資源を活用し、安定的な成長に取り組む地域振興事業体の模範事例として取り上げる。

②株式会社フードプラン

材料の供給を地域外から行い「水」を地域資産と捉えることで成功を収めている野菜の1,5次加工ビジネスモデルを検証する。

③馬路村農協

人口1200人の村で年商34億円以上のビジネスにまでの発展をみた事業であるが、その規模と資源の限界による課題と今後の展望について考察する。

④企画ど久礼もん企業組合

地域の将来を案じた5人の商店主が企業組合を設立し、お互いのノウハウを持ち合うことで商品開発事業を推進している事例を検証する。

⑤有限会社高知アイス

わずかな資本で個人創業をし、地域農産物の付加価値への気づきにより地産外商ビジネスの成功例となった事例を検証する。

3-3 事例研究の視点

限られた資源を考え得る限りの様々な方法で活用し、およそ地域おこしの事業としての取り組みを網羅している感のある「四万十ドラマ」を事例分析における中心と捉えその他の事例の分析を行う。

各事例における分析の視点は以下による。

①創業の経緯

地域の状況や起業の背景を探る

②リーダーのプロフィール

リーダーシップの在り方などを個別に分析する

③事業概要

ビジネスモデル、開発商品、事業の目的などを分析

④商品開発

商品開発における考え方や手法を探る

⑤現状の課題

現状の問題点とその解決に向けた取り組みと、今後の展望を検証する。

第4章 地域活性化を目的とした商品開発事業における戦略構築

地域の現状把握、事例研究及び先行研究から得られた情報を基に複数の視点からの分析を行い、地域活性化を目的とし商品開発事業を成功に導くための戦略構築フレームを提示する。

戦略構築フレーム作成に至る構成要素は以下のとおりである。

- ・ 地域活性化事業を構成する要素の階層
- ・ 流通の障壁に対する取り組み
- ・ 商品開発事業の手法
- ・ ブランディングへの取り組み
- ・ 地域貢献の考え方
- ・ 六次産業化
- ・ 地域連携
- ・ 事業継続性
- ・ 生産、加工、流通業者の関係性

- ・戦略構築フレームワーク

第5章 結論

本研究によって明らかとなった要素から結論を提示する。