

論文審査の結果の要旨

申請者氏名 鈴村 源太郎

近年、消費者の農産物に対する価値観は多様化しており、安価な農産物を求めるニーズがある一方で、安全・安心な質の高い農産物を求める消費者も着実に増大している。また海外からの農産物輸入の増加や国際化の進展は、わが国農業者の市場をめぐる競争力のさらなる向上を求めるものとなっている。また、一定の規模と販売力を有する農業経営の中には、それまでの生産中心の経営から、農産物の直売や農産加工等に取り組む多角経営へと転換する動きもみられる。こうした現代の農業経営を取り巻く環境変化は、経営管理を一層高度化・複雑化させる方向に作用しており、わが国農業者の経営者能力のさらなる向上を求めている。

本論文は、全国の認定農業者から回収した大量のアンケート調査票と独自の実態調査をもとに、農業経営者の経営者能力について経営管理的側面と経営者資質的側面の二つの側面から把握を試み、その定量化をはかるとともに、それぞれの構成要素について体系的に解明した研究の成果である。

第1章では、一般経営学ならびに農業経営学におけるこれまでの経営者能力に関する既存研究のレビューを行い、その中から経営管理能力と経営者資質の二つの側面から経営者能力を把握する方法の有効性が導き出されている。ここで経営管理能力とは「生産管理」、「マーケティング管理（販売管理を含む）」、「購買管理」、「情報管理」など、経営の日常的な管理行動を規定する能力であると定義され、経営者資質とは「リーダーシップ」、「モチベーション」など経営者が内在的に有する潜在的な能力と定義されている。そして経営者能力とはこの二つのベクトルの統合されたものであるとしている。

第2章では、農業経営者の経営管理能力の構成要素を分析し、各要素間の相互関係や相対的重要性について明らかにしている。まず因子分析により「作業管理」、「事業計画性」、「情報研修」、「財務管理」、「販売管理」など9つの因子を抽出し（累積寄与率73.6%）、因子間の平均値および変動係数によって相互の関係を検討している。その結果、「市場調査」、「販売管理」、「購買管理」の3因子が、経営管理能力に大きく関わる因子として特定されている。

さらに、これらの因子を総合した経営管理能力とマーケティング管理行動との関係を分析し、経営管理能力の高い者に新商品開発への積極姿勢や製品作りの際の顧客志向の高さ、顧客ターゲットにおける高級層志向などが見られる点を明らかにしている。

第 3 章では、行動科学の研究手法を援用した経営者資質の把握が行われている。まず目標達成（Performance）評点と集団維持（Maintenance）評点によって分類する PM 論を使ったリーダーシップ分析が行われ、その能力の高い PM 型の農業経営者は、法人化率が pm 型の 2 倍に達し、販売額では 1 億円以上の高販売額層が 14%にのぼっている点や、後継者の賦存率には M 評点が強く影響している点を明らかにしている。

環境（Hygiene）要因（不満 不満でない）と意欲（Motivation）要因（満足 満足でない）の 2 つの要因によって分析する M - H 理論を使ったモチベーション分析では、販売額の高い者ほど H 要因、M 要因ともに比例して高まっていること、また、モチベーションの高い経営者は、経営改善計画の認定に至る契機がより自発的であり、将来のビジネスサイズやファームサイズの拡大意向が強く、新商品開発や販路の定期的な見直しにも積極的に取り組む姿勢が強い点などを明らかにしている。

第 4 章では、経営者能力を構成する経営管理能力と経営者資質の統合化を試みている。まず経営管理能力と経営者資質の重回帰分析を行い、決定係数は 0.494、重相関係数は 0.703 で、両者にはきわめて強い正の相関のある点が明らかにされている。このことから、経営管理能力と経営者資質は互いに並進すること、しかもそれが経営者能力を高める方向に働き、農業経営の成長を促進する力となる点を明らかにしている。

以上、本論文は、大量のサンプル調査をもとに農業者の経営者能力を定量的に把握する方法を開発し、それにより経営管理能力と経営者資質の定量的把握を行うとともに、それらを構成する要因相互の関係を体系的に解明したものであり、学術上、応用上貢献するところが少なくない。よって審査委員一同は本論文が博士（農学）の学位論文として価値あるものと認めた。