

「現代農業経営者の経営者能力 ―わが国の認定農業者を対象として―」

農業・農村領域 鈴木源太郎

近年、わが国の農業経営のおかれた環境は大きく変化しようとしている。たとえば、消費者の農産物に対する価値観は多様化し、一方で安価な農産物を求めるニーズが存在する反面、安全・安心な質の高い農産物を求める消費者は着実に増大傾向を示している。現代の農業経営者には、自らの作りやすい作目を手がけるのみならず、顧客としての消費者の動向を睨みながら、生産を組み立てるより高度な能力が求められている。農業経営の様々な行動局面において、不断の意思決定過程を経ながら経営全体を統率するための総合能力こそが、現代の農業経営者に要求される「経営者能力」である。しかしながら、農業経営学における経営者能力論は、これまで多くの場合、経営者の意思決定過程に関する研究あるいは単なる経営管理問題に矮小化されて議論されてきた。

本書における研究方法の特徴は、農業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2側面からアプローチを行ったことにある。経営者能力に関する二元論的発想は「管理者能力」と「企業者精神」の対比という形で、一般経営学にしばしば見られた。しかし、とりわけ農業経営学についていえば、経営者の資質側面（企業者精神）に関する解明は極めて後れをとっている。

本書では、日常的な管理行動を規定する「経営管理能力」と意欲等の動きを捉えた「経営者資質」とを基軸として、経営者能力を二次元平面上に位置づけ把握しているが、とりわけ「経営者資質」の研究方法は、農業経営者の企業者精神を「心理的」ないし「資質的」側面の機能と捉え、行動科学的な研究アプローチを用いた点に新規性がある。

各章の概要は次の通りである。まず、第1章では、農業経営学における経営者能力論の位置づけに触れつつ、本書の目的、課題、方法論および構成について概観した。第2章では、一般経営学や行動科学における人間の能力把握法の変遷

を踏まえながら、経営者能力論の研究課題や展開方向を歴史的にあとづけた。

続く第3章では、農業経営者の経営管理能力に関する考察を行った。ここでは、農業経営者の経営管理能力をその構成要素に分解して把握し、各要素間の相互関係や相対的重要性について検討を行った。さらに、いくつかに分類した経営管理分野のうち、現代の農業経営者が最も不得手とするマーケティング管理分野および情報管理分野について、経営管理能力と各分野の経営管理の取組状況との関連性を明らかにした。

第4章は、行動科学におけるリーダーシップおよびモチベーションの研究手法（リーダーシップ分析では三隅二不二のPM論、モチベーション分析ではH.ハーツバーグのM-H理論におけるM指標）を援用しながら農業経営者の経営者資質に関する分析を行った。なお、後段のモチベーションに関する分析は、第3章における経営管理能力の影響を排した条件の上で行ったが、それでもなお、モチベーションの高い経営者は、将来のビジネスサイズの拡大意向が強いなどの結果が得られた。

第5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、理論的な結論を得た。これまで農業経営学は、農業経営者の資質面の分析にほとんど関心を示してこなかっただけに、行動科学的なアプローチによる資質改善が、経営管理能力同様、経営者能力論の重要な課題側面であることが確認された意義は大きい。また、回帰分析の結果、経営管理能力と経営者資質の間にはやや強い正の相関が認められ、両者は互いに強く関係する中で、農業経営全体の成長を促進する作用を持つことが明らかとなった。なお、こうした分析結果を受けて、総括と残された課題等の整理を行ったのが終章である。

現在、わが国の経営政策上、認定農業者をはじめとして、めまぐるしく変わる経営環境への高い適応能力を持つ有能な経営者の育成が急務となっている。本書の結論に即していえば、経営者の能力を総合的に高めるため、経営管理能力と同等かそれ以上に、経営者の心理面に作用する経営者資質の向上に向けた取組が必要とされる。