

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成25年 5月31日現在

機関番号：32658

研究種目：基盤研究(C) 一般

研究期間：2010～2012

課題番号：22580252

研究課題名（和文） 農商工連携におけるナレッジマネジメントを活用した共創的關係構築の条件に関する研究

研究課題名（英文） The study of co-creative conditions between agriculture and food industry and commerce by using the knowledge management

研究代表者

堀田 和彦 (HOTTA KAZUHIKO)

東京農業大学・国際食料情報学部・教授

研究者番号：00192740

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は農商工連携におけるナレッジマネジメントを活用した共創的關係構築の条件を解明することにあった。これまで、食品・外食企業と農業分野の連携は、継続性の乏しい不安定で未完成な連携からいかなる条件によって連携組織のすべてが win-win の状態になる共創的・価値創造的な関係へと進化していったのか、その解明が十分なされているとはいいい難い。本研究ではまず、はじめに、農業、食品・外食企業、消費者各々に内在する潜在的ニーズと現実とのミスマッチの実体と連携組織内での問題の解明方向を明らかにし、次に連携が未完成なものから共創的關係に進化する要因をナレッジマネジメント活用の視点から明らかにした。

研究成果の概要（英文）：The main purpose of this study is make clear the condition of making a co-creative situation between agriculture and food industry and commerce by using the knowledge management. In this study, we made clear the mismatch situation about agriculture and food industry and commerce. And we made clear the progress condition of co-creative relationship between agriculture and food industry and commerce by using the knowledge management.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	900,000	270,000	1,170,000
2011年度	800,000	240,000	1,040,000
2012年度	700,000	210,000	910,000
総計	2,400,000	720,000	3,120,000

研究分野：農業経済学

科研費の分科・細目：

キーワード：農商工連携、共創的連携 ナレッジマネジメント

1. 研究開始当初の背景

これまで我が国における農商工連携の研究は主に食品産業クラスターの研究の一部として位置付けられ主に以下の研究が存在する。1つは経済地理学的アプローチによる産業集積による生産性向上の度合いを定量的に解明した研究である。また、もう1つの研究はビジネスモデル、地域ブランド化戦略等の事例として経営学的、流通論的、フード

システム論的に食品・外食企業と農業の連携を整理したケーススタディに基づく定性的研究である。しかし、これらの研究では食品・外食企業と農業分野の連携が、継続性の乏しい不安定で未完成な連携、シンプルな構造の連携からいかなる条件によって連携組織のすべてが win-win の状態になる共創的・価値創造的な関係へと進化していったのか、その解明が十分なされているとはいいい難い。

また、このような共創的連携では、一般企業同様、図2にあるように新商品やサービスの開発過程において、農業、食品・外食、消費者各々が持つ潜在的ニーズや未利用資源の存在等、暗黙知を出し合い、それらを共同(共有)化し、形式知(マニュアル)化が起こると想定される。形式知化された商品(試作品)はさらにマニュアルの進化・修正というプロセス(連結化・内面化)を繰り返すことにより、連携組織のすべてがwin-winの状態になる価値創造的な新商品が開発されることが想定される。しかし、このようなプロセスの解明は十分行われているとは言い難い。

2. 研究の目的

本研究の目的は農商工連携におけるナレッジマネジメントを活用した共創的関係構築の条件を解明することにある。

3. 研究の方法

まずはじめに農業分野、食品・外食企業分野、消費者、各々に内在するミスマッチの実態を大量アンケート調査による定量分析により明らかにする。次にそれらの分析により明らかとなった問題点を、すでに連携が進行している連携企業等を対象に連携組織内での各分野の問題の解明方向について定性的に明らかにする予定である。

次に、農商工連携組織が未完成的な連携から共創的関係へ進化していくパターンを、優良連携組織を対象にナレッジマネジメント活用の視点から定性的に明らかにする。これらのプロセスを解明するにはすでに共創的関係を構築している優良連携事例に対して過去に遡りその連携進化のプロセスをナレッジマネジメントの活用の視点から整理する。さらに連携組織の共創的関係への進化の条件について優良連携組織を対象に定性的に明らかにするとともに、上記進化のパターンを整理することによりその理論化を行う予定である。

4. 研究成果

上記の問題意識及び研究方法にそって、研究を進めた結果、まずはじめに、農業分野、加工、外食、消費者に内在するミスマッチの構造が明らかになった。さらに、農商工連携において、ナレッジマネジメントを活用した共創的連携構築の条件が明らかとなった。本書の主な研究成果は単著『農商工間の共創的連携とナレッジマネジメント』に集約されている。本書では以下の構成で課題の解明を試みる。

第1章「農商工連携、六次産業化の分析視角—ナレッジマネジメント等の視点から—」では農商工連携、六次産業化に関わる分析視角をナレッジマネジメント等の視点から整理している。本章は本書の理論的中枢部分にあたり、その後の実証分析のための重要な仮

説の提供を担っている。本章においては、まず、はじめに農商工連携、六次産業化の推進を阻害している農業、食品・外食企業、そして消費者に内在するミスマッチについて整理する。次にそのようなミスマッチを克服し新商品の開発や技術革新を通じて進められる共創的連携の方向を提示するとともに、そのような連携事例の分析視角をナレッジマネジメント等の視点から整理している。

第2章から第6章までは本書の課題、第1章の分析視角を踏まえ、定量的分析によりその課題の解明を試みている。2章から5章までは農業、食品・外食企業、消費者各々に内在する潜在的ニーズと現実とのミスマッチの実体、連携組織内での問題の解決方向を定量的に明らかにしている。第6章では、連携組織が未完成的な連携、シンプルな構造の連携から共創的関係に進化する要因をイノベーションの創出におけるナレッジマネジメント活用の視点から定量的に検討している。次に第7章から11章までは本書の課題および第6章の分析結果を踏まえ、定性的分析により、本書の中心的課題の解明を試みている部分である。第7章から11章においては、連携組織が未完成的な連携、シンプルな構造の連携から共創的関係に進化する要因をナレッジマネジメント活用の視点から定性的に検討している。第7章から11章の定性的分析は著者が全国の農商工連携、六次産業化事例へのアンケートならびに実態調査の中から本書の課題解明にとって最適と思われる事例を厳選し分析を行った。本書の構成は以下の通りである。

序章 本書の課題と構成

1. 本書の課題

2. 本書の構成

第1章 農商工連携、六次産業化の分析視角—ナレッジマネジメント等の視点から—

1. はじめに

2. 農業、食品・外食企業、消費者に内在するミスマッチ

3. 農商工連携、六次産業化の進化モデル

4. 農商工連携、六次産業化と産業クラスター

5. 農商工連携、六次産業化とナレッジマネジメント

6. 結語

第2章 農協による加工用原材料の生産販売の実態と今後の推進方向

1. はじめに

2. アンケート調査の概要

3. 作物別に見た加工用原材料の生産販売の実態

4. クラスター分析による加工用原材料産地の分類

5. 分類された産地の成果指標との関係

6. 加工用原材料産地の今後の推進方向

第3章 食料加工品とその原材農産物に関する消費者意識と購買行動

ー福岡市住民へのアンケート調査を基にー

1. はじめに
2. アンケート調査の概要
3. 食料加工品毎の商品購入時における国産原料への認識度、要望等
4. 食料加工品の安全性意識によるクラスター分析結果
5. 分類された消費者グループ毎の国産原料認識度合い、国産志向等
6. 結語

第4章 食品加工メーカーの国産原料使用の現状と今後の推進方向

ー福岡県内食品メーカーへのアンケート調査を基にー

1. はじめに
2. 加工食品業種別の国産原料調達の特徴
3. アンケート調査の概要
4. 得られた食品加工メーカーの概要とクラスター毎の特徴
 - (1) クラスター毎の食品加工メーカーの特徴
 - (2) クラスター毎の国産原料に対するニーズ、満足度、課題等
 - (3) クラスター毎の製品販売先、国産原料製品への要望、今後の意向等
5. 結語

第5章 カット野菜業者の国産原料確保と販売実態の多様性

1. はじめに
2. アンケート調査の概要
3. クラスター分析によるアンケート調査結果の分類・整理
4. 分類されたカット野菜業者の原料確保の状況
5. 分類されたカット野菜業者における販売の実態
6. 商品の安全性および残渣処理について
7. 現状の課題・今後の方針について
8. 成果指標とクラスター分析結果との関連性
9. 結語

第6章 農商工連携事例のイノベーション創出過程に関する定量分析

ー農商工連携88選を事例にー

1. はじめに
2. 農商工連携88選とアンケート調査の概要
3. 農商工連携88選を対象にしたアンケート調査分析結果
4. 結語

第7章 グラノ24kによる規格外野菜等を利用した外食レストラン事業の展開過程

1. はじめに
2. 経営の概況
3. グラノ24kの農業部門等との連携とビ

ジネスモデルの特徴

- (1) 農業分野との連携の実態
 - (2) グラノ24kのビジネスモデル
- ### 4. グラノ24kの事業推進の要因ーナレッジマネジメントの視点からー
- (1) 目的やビジョン明確化の主体とその方法
 - (2) 連携の推進過程で明らかになった暗黙知の形式知化
 - (3) ビジネス存続のための新商品開発具現化の方法

5. 今後の展開方向と課題

第8章 フェスティバロ社の事業展開とナレッジマネジメントの役割

1. はじめに
2. 事業の概要
3. フェスティバロ社の商品の特徴とビジネスモデルの概要
4. 事業展開課程でのナレッジマネジメントの活用
 - (1) 目的・ビジョンの明確化のプロセス
 - (2) 事業展開課程で明確化・形式知化され解消された問題点(暗黙知)
 - (3) 継続的発展のための新商品開発の方法
5. 今後の事業展開方向

第9章 小田急フードエコロジーセンターによる資源循環型農商工連携システムとナレッジマネジメントの役割

1. はじめに
2. 事業の概要、ビジネスモデルの仕組み
3. 事業展開課程でのナレッジマネジメントの役割
 - (1) 目標・理念の形成とその具体化プロセス
 - (2) 事業推進課程で形式知化されクリアされた問題点(暗黙知)
 - (3) システムの形式知化による知識、ノウハウの普及過程
4. 今後の展開方向と課題

第10章 石井養豚センターによる六次産業化ビジネスの実態とナレッジマネジメント

1. はじめに
2. 石井養豚センターの事業概要とビジネスモデル
3. 事業推進課程でのナレッジマネジメントの役割
 - (1) 本事業の目標・理念の明確化のプロセス
 - (2) 事業推進課程で解決(形式知)された問題点(暗黙知)
 - (3) 新商品開発のプロセス
4. 今後の事業展開方向と課題

第11章 中山間地域における六次産業化による地域活性化とナレッジマネジメント

ー古座川ゆず平井の里を事例にー

1. はじめに

2. 古座川ゆず平井の里の設立の経緯と事業概要

3. 事業推進過程でのナレッジマネジメントの役割

(1) 事業推進課程での目標・理念の明確化過程

(2) 事業推進課程で形式知化され解決した問題点 (暗黙知)

(3) 新商品の開発プロセス

4. 市町村、普及所、民間企業等の連携のあり方と今後の展開方向

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔図書〕(計1件)

単著『農商工間の共創的連携とナレッジマネジメント』2012年5月農林統計出版

6. 研究組織

(1) 研究代表者

堀田 和彦 (HOTTA KAZUHIKO)

東京農業大学・国際食料情報学部・教授

研究者番号：00192740