

広島県支部

農業の経営革新へ向けて中小企業診断士からの提言 ～プロダクトアウトからマーケットインへ～

1. 目的

本報告書は、農業経営支援の過程に対して中小企業診断士のスキル・ナレッジを適用させることで、農業の経営革新に対する支援において新たなマーケットの可能性を探ることを目的とした。

中小企業診断士が携わってきた製造業等の中小企業における経営革新では、“マーケティングに基づく顧客起点の行動”により成功した事例が少なからず存在する。農業経営においても、生産重視の経営からマーケット重視の経営へ転換が必要であり、農業という未知のフィールドに対しても、中小企業診断士による経営支援が有効であることを本報告書は論じている。

本報告書のサブタイトルを「プロダクトアウトからマーケットインへ」としたのもその理由による。

2. 特徴

本報告書では農業経営支援において、中小企業診断士のスキル・ナレッジをどのような形で適用するのが有効か、さまざまな検討を行った。その結果、本報告書の特徴でもある以下の3点を柱として事例分析、経営支援マニュアル作成等を行うこととした。

(1) 戦略的マーケティング視点の導入

本報告書で紹介した事例では、一貫して市場へ向けて考察するマーケティングの視点を取り入れている。

(2) ポーターの価値連鎖（バリューチェーン）による分析

ポーターの価値連鎖（バリューチェーン）をフレームワークとして用いることで、分析の視点を明確にした。すなわち、一連の農業経営活動をプロセスの連鎖として動的に検討することで、生産から販売・マーケティングまでをフローとして考察し、各活動の事例に基づくケーススタディにより、帰納的に法則性を導き出した。

(3) 企業経営タイプと企業的家族農業経営タイプに焦点を当てた考察

経営支援の対象として、中小企業診断士のスキル・ナレッジが適用できる「企業経営タイプ」と「企業的家族農業経営タイプ」を選択した。

3. 構成

本報告書は、以下の3部から構成されている。

第1部（農業の経営支援実施マニュアル）

第2部と第3部の事例を通して得られた知見に基づき、中小企業診断士が使用可能な農業経営診断マニュアルを提示した。

第2部（経営諸機能）

経営諸機能診断事例として、人（農業事業者類型別の経営支援）、金（管理会計による経営可視化）、情報（IT技術の導入についての検討）について、各事例により考察を行った。

第3部（マーケティング諸機能）

マーケティング諸機能診断事例として生産（農業技術と生産）、加工・流通（協業化による付加価値の向上）、販売・マーケティング（戦略的マーケティング視点の導入）の各プロセスについて事例により考察を行った。

4. 農業経営者からの視点

当研究会には、中小企業診断士でありながら農業に従事しているメンバーがいる。農業の現場に立つ中小企業診断士としての視点から、第2部、第3部の講評を行うとともに、第1部の農業経営診断プロセス構築にも貴重な助言を行っている。