

令和3年度九州沖縄農業試験研究推進会議フードシステム推進部会

# 経営研究会報告書

研究方法としての事例研究とその活用

— 経営モデルの活用を中心に —

令和3年11月19日 オンライン開催

2022年4月

国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構  
九州沖縄農業研究センター 暖地畑作物野菜研究領域

# 研究方法としての事例研究

— 社会の捉え方からスキルまで —

森江昌史

(農研機構 九州沖縄農業研究センター)

## 1. 背景と目的

社会科学の研究では、事例研究(注1)がよく用いられており、農業分野も同様である。しかし事例研究の手順に多くの研究者が無頓着で、学術的に意味のあるデータを取得できるよう手順を論理的に考え、実施する者が少ない、とされる(野村, 2017, p.42)。試しに一部の統計調査など無作為抽出をする標本調査と比較すれば、手順の差異が明らかであろう。事例研究の手順が重視されない理由として、情報源へのアクセスなど利便性の優先(調査協力を容易に得にくい)、研究方法論の教育問題、つまり事例研究の方法・手順を学ぶ機会が少ないこと(注2)、農業分野での現地実証試験の優先(技術開発主導)等が挙げられる。

他方、研究方法について、社会科学全般を対象とした野村(2017)、マネジメント研究を対象とした須田(2019)といずれもイギリスの大学院で学んだ著者による良書が相次いで刊行された(注3)。このうち野村(2017, p.43)は、「少ない事例を研究して得た知見を学術的に有益なものにするためにも、しっかりと方法・手順を学ぶ必要がある」と指摘した。日々の課業にいそしむ中、ときに立ち止まり、事例研究そのものを考えることは、経験に乏しい研究者だけでなく、人材育成を担う中堅等の研究者にも有益と考えられる。

また組織と経営をより深く理解しようとする清宮(2019, pp.90-91)は、自らの前提を疑うことも有効な研究プロセスであるにもかかわらず、「挑戦的に取り組むことなく危なげのない研究に終わるのは、現代の社会科学の危機」(注4)とした上で、研究方法論を考えることは「なぜ研究をするのか」「良い研究とは何か」に対する答えを考えることでもある、と指摘した。なお、社会科学で「研究の方法を語ることは、研究者の生涯を語ることに」、「研究方法論を問うことは、学者人生のあり方を問うことにつながる」(小池・洞口, 2006, p.260)との指摘もある。

本報告では、研究方法の観点から事例研究をそ上に載せ、ポイント等を簡単に再確認するため、社会の捉え方(社会科学での存在論的立場)から研究者に望まれる事例研究のスキルまでを概観する。なお詳細については、野村(2017)や須田(2019)など引用文献を参照されたい。また研究方法を超え、経営者と学問の関わりや「一般経営学は本当に役立っているのか」「実践にどう役立つのか」といった問いに関心があれば、石井(2009)や服部(2020)を参照されたい。

以下、2節では、社会の捉え方から社会と人に関する見方までを概観し、その中で、客観主義・主観主義に基づくパラダイム(注5)の差異に触れる。3節では、パラダイムの差異が理論や実践に影響を与えることについて、アントレプレナー(起業家)やマーケティングを例に一般経営学で概観する。さらに4節では事例研究の定義と特性(強み・弱み)と一般化の問題を、5節では事例研究のデザインを、6節では理論的貢献(事例研究の6タイプ)を、7節では研究者に望まれる事例研究のスキルを概観する。

注 1) 「事例研究」は、case study の訳語の一つである。実際に農業分野では「事例分析」とした学術論文が 2021 年に複数掲載されたものの、ここでは一般経営学等ほかの社会科学にならない「事例研究」を用いた。ただし須田 (2019) のように片仮名表記の「ケーススタディ/ケース・スタディ」が用いられることもある。なお 2007~'08 年度に日本農業経営学会長を務めた津谷好人は、農業の「特殊性ゆえに固有の概念を使用しなければならない以外は、一般に使用されている用語にできるだけ統一し、共通言語で異業種の研究者とコミュニケーションを図るべき」と注記していた (津谷, 2001)。ちなみに佐藤 (2006, p.123) は、言葉に対する感度から聞く側の立場が上になる「ヒアリング」を使わないよう指導しており、また学術論文では「アンケート」を使ってはいけない、とした [森江記: 野村 (2017) も須田 (2019) もアンケートを使っていない]。

注 2) 野村 (2017, pp.42-43) は、事例研究の方法等を学ぶ機会が少ないため、誤解や先入観が生じる可能性を次のように指摘した。「事例研究は身近な存在で、数式等が登場しないことも多く読みやすいことから、難しい理屈を学ばずともできるだろうという先入観もあるかもしれない」。「事例研究で得た知見は、その事例だけに当てはまるものであり、一般化できないため科学的・学術的価値が低く、厳密な手続や方法に沿う必要もないという誤解や先入観があるとも考えられる」。

注 3) 須田 (2019, p. i) は、「自身の選択した研究方法を正当化 (Justification) しなければ、研究の妥当性を立証することはできず、研究をやる意味がない、というのが、イギリスにおけるマネジメント研究に対する姿勢であった。冒頭の “Justify your research methodology” (あなたの研究方法論を正当化せよ) が研究のスタート」とした。なお一般経営学では、研究の方法論や技法をテーマにした文献として、須田 (2019) のほかに田尾・若林 (2001) や藤本ら (2005) が、また農業経営学では、調査研究に関する文献として、鈴木 (1983) や大泉 (1985) が挙げられる。

注 4) 例えば、高橋 (2014, pp.3-5) は、実践性と主体に関わる問題から、従来の農業経営学の存在価値に大きな疑問を持つようになり、学部卒から助手に抜てきしてもらった教授の金沢夏樹とも、やがて「研究思考面では距離を置き、ひとり独自の農業経営学の体系を求め、……一般経営学、経営史学、社会学などの新しい学問領域での狩猟活動をすすめる」とした。その後、高橋 (1973) を刊行し、注 11) で触れる東畑主体論の実質的な継承者との評価も受けた (大泉, 1989, p.16)。

注 5) 「パラダイム」は、T.S.クーンが提唱した概念である。この概念によって、科学研究の理論選択には絶対に従わなければならない基準がなく、科学者は、同じ状況に置かれても個々に異なる選択をする可能性がある (須田, 2019, p. v) といった考え方が広まった。なおクーン (1971, p.198) は、「パラダイムは、ある集団の成員によって共通して持たれる信念、価値、テクニックなどの全体的構成を示す。他方では、それはその構成中の一種の要素、つまりモデルや例題として使われる具体的なパズル解きを示すものであって、それは通常科学の未解決のパズルを解く基礎として、自明なルールに取って代わり得るものである」と新版の補章で説明した。

## 2. 社会をどう捉えどう認識するのか

### 1) 客観主義と主観主義

須田 (2019, p. iv, p.17) によれば、社会の捉え方 (存在論) や認識の仕方 (認識論) により、活用する研究方法が異なる。このうち社会の捉え方、すなわち社会科学での存在論的立場は、客観主義と主観主義に大別される (注 6)。前者は「社会は人々がどう認識しようと独立して客観的に存在する」、つまり「社会の客観性を重視した立場」であり、後者は「人々がどう認識したかで社会のありようは変わってくる」、つまり「社会に対する人々の認識という主観性を重視した立場」である。このように客観主義と主観主義では、社会の捉え方が対照的である (注 7)。

以上の存在論的立場に認識論（対象をどう認識するか）と研究アプローチ（演繹法／帰納法）が連動している。須田（2019）は、存在論・認識論・研究アプローチの立場から、「実在主義・実証主義（注8）・演繹法」を**客観主義パラダイム**、「構成主義・社会構成主義・帰納法」を**主観主義パラダイム**と称した（図1）。

なお野村（2017, p.34）は、「抽象的で理解しにくいかもしれないが、研究者が自分の存在論・認識論的立場を意識することは自らの研究の土台となる」として、方法論的に矛盾する研究の一例を挙げた（注9）。また石井（2012, p.5）は、どの研究者もパラダイムから自由ではないため、パラダイムの存在を知ることが重要とした。

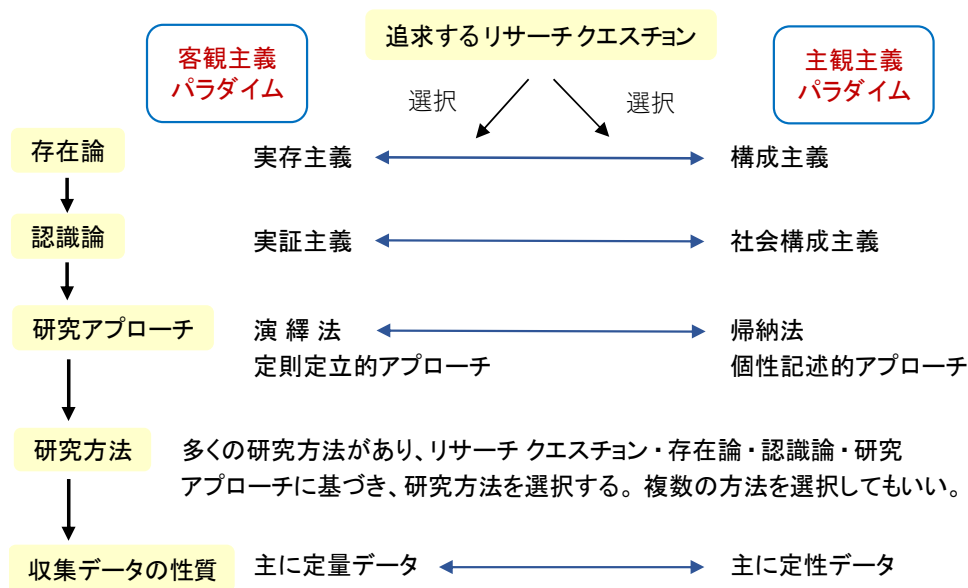


図1 研究で追求めるリサーチクエスチョンと研究方法論の関係

資料: 須田 (2019)

## 2) 社会と人に関する見方

「社会をどう捉えるかは人間をどう捉えるか、とイコールの問題」（須田，2019，pp.3-5）とされる中、**人間の捉え方には特有の難問**がある。すなわち街頭で募金を呼びかけられたときの態度等、同じ刺激を受けても個々・時々反応が異なる、といった難問である。ただし社会科学の中には、経済学のように社会と人に関する見方がある程度決まっている領域もある。例えば、新古典派経済学は、「人は経済合理的な行動をとる」と仮定（経済的合理人モデル）することで、同じ刺激に対する反応が異なることを考慮する必要がなくなった。このため、研究のアプローチが自然科学に似てくる。しかし経済的合理人モデルに対する批判（注10）から行動経済学が登場し、今や経済学の主流派の一角を占めるまでになった。この行動経済学の特徴は、人の非合理的な行動にある傾向、つまり「予測可能な範囲の非合理性」の分析にある（伊藤，2021，p.385）。

また社会科学では、研究対象を(1)個人、(2)社会・グループとしての個人といった二段階で捉えることが重要である。人間（個人・グループ）の内面世界（知識・経験・価値観・感情等）と社会との関係に対する考え方で、存在論・認識論の立場が異なり、研究方法も変わってくる。

注 6) 存在論・認識論に基づく分類には、本報告で用いた 2 分類だけでなく、3 分類や 4 分類とする立場もある (須田, 2019, p.18)。ちなみに「存在論や認識論を理解することが社会科学の研究方法を学ぶ上で必須であるとの認識は、批判的実在論や解釈主義などの、実証主義とは異なる立場 (ないしパラダイム) が台頭することにより広く共有されることとなった」(野村, 2017, p.11)。

注 7) ソ連の崩壊やリーマン・ショック、イギリスの EU 離脱などを予見した歴史人口学者のトッド (2020, p.116) は、**社会科学の難問**について、次のように記述した。人間社会の「外」に属している事象を対象とする自然科学と異なり、「社会科学では人間社会そのものを対象とし……そのなかに研究者自身も巻き込まれている。……社会の「内」に属している人間がその社会についてのどのように分析できるのか、……客観的に考察することは本当に可能なのか」と。

またトッド (2020, pp.206-207) は、知性と倫理の関係性について、思想というバイアスや同調圧力などから検討する中で、次のような指摘もした。「ユーロに関して [フランスの] エリートが理性を失っているかのような状態にあるのはなぜか」。人類の長い歴史を見れば、人間にとって、理性を失うことは自然である以上に、むしろ必要不可欠なことである。なぜなら人間は、死を知る動物だからこそ、心地よく生きるため、それを忘れ、目をつぶる必要がある。したがって、非常に不穏な事柄が生じても直視しないように、最悪の事態を予期しないようにできている。このことは、フランスがドイツに占領された第二次世界大戦など歴史的に証明されている。

注 8) 実証主義には、いくつかの問題がある (須田, 2019, p.28, p.32)。一つは、研究者／研究環境と研究対象者は独立した存在との前提に立つものの、1927 年～'32 年に実施された「ホーソン実験」のように研究者／研究環境が研究対象者に影響を与える可能性である。例えば、観察されている、といった意識が研究対象者のモチベーションを高めてしまうような場合である (観察者効果)。なお「ホーソン実験」は人間関係論の端緒を開いたものの、職務満足度が高い生産性をもたらす、といった人間関係論的仮説は 1960 年代に否定された (高橋, 2015, pp.232-239)。

また実証主義は、研究対象・研究方法の選択、収集されたデータの解釈等について、研究者の経験・知識・価値観などの影響を受けず、科学的・客観的に行われる、との前提に立つものの、本当にそのようなことが可能なのか、との批判もある。例えば、定量分析の知識・スキルがあるため、定量分析につながる仮説設定から始まる研究を選択したのではないのか、要するに主観的要素を含む判断ではないのか、といった批判である。結局のところ、**実証主義が主張する純粋に客観的な観察は、実現不可能な前提**である。

注 9) 「査読した論文で、途上国の経済社会開発が新自由主義的な経済のグローバル化 (という構造) によって規定されてしまっていると否定的見解を論文の前半で述べる一方で、後半部分ではある開発プロジェクトを実証的に評価するような研究があった。……前半部分の論理に従えば、個別のプロジェクトの意義は大きなグローバル化という構造によって左右されてしまうために、プロジェクト単位で実証研究を行ってもあまり意味がないはずだ」(野村, 2017, p.34)。

注 10) 経済的合理人モデルの大きな問題として、多田 (2003, p.4) は、「複雑怪奇であるはずの人間の行動様式に関して、極めて画一的なモデルを仮定」していることを挙げた。その仮定とは、経済プレーヤーとしての人間は、「超合理的」「超自制的」「超利己的」である。

一般経営学では、C.I. バーナードの全人 (total-man, or whole-man) 仮説の影響を受け、H.A. サイモンが経営人モデルを提示し、経済的合理人モデルを批判した (蕎, 2011, pp.210-211)。なお「限定された合理性」(高橋, 2008) 等々有名なサイモンは、1978 年にノーベル経済学賞を受賞しており、一般経営学の認知心理学理論の始祖で、カーネギー学派の原点とされる (入山, 2019, p.205)。この学派の根底には、「経済学は市場メカニズムや社会全体の厚生を重視するあまり、『企業・組織の現実の意思決定メカニズム』を軽視してきた」との経済学批判がある。



### 3. 一般経営学での「主体－客体」

#### 1) パラダイムと理論

客観主義パラダイムと主観主義パラダイムは、次のように説明することもできる(入山, 2019, pp.418-419)。すなわち前者では、主体と客体が独立しており、主体は、正確な観察・分析で外にある客体の真実・真理を知り、これを他者と共有できる、と考える。後者のパラダイムでは、主体と客体は切り離せず、互いに作用し、依存し合う。また人は、自らの認識上のフィルターを通じてしか物事を認識できず、フィルターが異なれば物事の認識も異なるため、複数の人の認識が一致するとは限らない、と考える。こうした主体－客体の考え方を組織論に応用した場合、例えば、組織そのもの(マクロ組織論の対象の一つ)が「主体」に、市場環境や競合他社の動向、取引先など組織を取り巻く全てのビジネス環境が「客体」になる。農業経営体で考えれば、主体－客体の理解が深まり、パラダイムがより身近に感じられるであろう(注11)。

一般経営学の場合(入山, 2019, p.64, pp.416-432)、**客観主義パラダイムを象徴する理論**として、安定と予見性を前提に精緻な環境分析を推奨し、合理性を前提に人の認知面に入り込まないM.E.ポーターのSCP(structure-conduct-performance(業界構造－遂行－業績))が挙げられる(注12)。もう一方の**主観主義パラダイムを象徴する理論**として、理論が発展中で定義が多様であるものの、戦略転換や新規事業やイノベーションや経営者の自己成就(self-fulfilling)等で注目されているセンスメーカー(sensemaking(意味の形成・分かり方))が挙げられる(注13, 注14)。この理論を生み出し発展させた中心人物のK.E.ワイクは、センスメーカーを意思決定(decision-making)と対比させており、また「人は自らが信じることを見、信じないことは見ないという点こそ、センスメーカーの核心をなしている」とした(ワイク, 2001, p.119, p.236)。人は、合理的ではなく、認知バイアスの影響を受ける、との見解である(注15)。

なお野中・竹内(1996, p.45)は、「一世紀に近い西洋の経営思想史は、「人間主義的」知識観の「科学的」知識観に対する挑戦のくり返しだと見ることもできる。この歴史は、過去二世紀にわたる「知るもの」[主体]と「知られるもの」[客体]のデカルト的分割を乗り越えようとする西洋哲学全体の努力を反映している」とした(注16)。

#### 2) パラダイムと実践

パラダイムの差異は、アントレプレナー(起業家)の育成にも関わる「事業機会」の論争でも見られる(入山, 2019, pp.698-701)。すなわち、事業機会は発見するものか(発見型)／創造するものか(創造型)といった論争であり、起業家(主体)と事業機会(客体)の関係等についての考え方が大きく異なる。仮に起業家は、イノベーション等で生じた事業機会を発見する、との発見型の立場をとれば、ビジネス環境の精緻な分析が重要になる。これに対して、創造型つまり事業機会は起業家が行動を起こすことで創られ、事後的に認知される、との立場をとれば、精緻な分析よりも行動、それも試行錯誤を伴いかねない行動が重要になる。

事業機会の論争が注目される理由は、起業家を本当に育成できると仮定すれば、「どう育成するのか」といった実践への示唆が全く違うためである。発見型の場合、事業機会の分析・発見の能力向上に関しては、形式知化(注17)しやすく、伝えやすい。上述したSCP理論に基づく業界構造分析などが有用になる。創造型の場合、センスメーカー理論などが思考の軸になるものの、行動が重視されるため、社内研修や学校で教えられることが限られる。例えば、「ビジョンを熱く

語る」「他人を納得させる」「内省する」「感情で周囲を巻き込む」といったことは、暗黙知的でパーソナリティにも関わるため、座学だけで身につけにくい。このように**パラダイムの差異は、理論だけでなく、起業家育成のような実践にも影響を与える**のである。

同様のことは、マーケティングの消費者（客体）理解でも見られる。歴史的にマーケティング研究は、消費者を「適応すべき対象」と理解し、プロダクト・アウトからマーケット・インへを標語に展開した。前述した事業機会の論争でいえば、発見型の立場であり、消費者ニーズへの適応が問われることになる。他方、消費者を「その選好を創造し操作し管理する対象」としても理解した。要するに消費者に対して、「適応」の論理（客観主義パラダイム）と「創造」の論理（主観主義パラダイム）が強調されたのである。果たして両立するのか。この疑問は、客観主義パラダイムへの偏向に批判的な石井（2004）により、商品開発プロセスを含むマーケティング管理そのものの問題にまで拡張された。すなわち、意のままにならない消費者を対象とするマーケティングの現実は、テキストの理論と異なり、客観的でも演繹的でもなく、不確実性がつきまとう。この現実現場が苦勞しており、このことを研究者など他者がより深く理解する必要がある、と。なお石井（2012）は、マーケターやマーケティングの役割について、実在論／反実在論の立場から論述する等、必然性の対義語「偶有性」をキーワードに論考を深めた。

注 11) 農業経営学での主体－客体（環境）については、東畑精一の主体論と金沢夏樹の二重構造論的農業経営学も論考した高橋（2014）が参考になる。なおドイツで J.A. シュンペーターに師事した東畑（1936, p.43）は、「**日本農業を動かすつゝあるものは日本の耕作農民自身の働きに基くのではなく……**。農民は常に動かされるもの、引きずられてあるものとして「単なる業主」たる地位を離れることが殆どない」〔旧字体を新字体に替えた〕との認識を示し、後学に大きな影響を与えた〔森江記：「単なる業主」は、シュンペーター（1977, pp.198-200, p.213）が提示した特別な類型「企業者」と対比され、両類型は、新結合遂行の側面から区分された。ただし東畑（1936, p.42）の「企業者」概念は、シュンペーターの概念に一致させようとしたものの、結局「与件の急激なる変動に対して経済を最も巧みに適応せしむる場合の先駆者をも猶ほ「企業者」の中に包括する様に**概念の拡大**」がなされたことに留意する必要がある。また様々な企業家概念があることに留意（シュンペーター, 1998, pp.170-172；宮本, 2014）〕。

当時の東畑の認識については、産業組合批判の延長／決定打とした篠崎（2008）も参照のこと。ちなみに金沢（1999, p.3, p.8, p.46）は、東畑が経済主体を重視した理由について、「**主体が働きかける動く社会**こそが面白いからであろう」と推察した。金沢自身も「私には個の力についての強い信頼があった」、「個が弱体なままでの社会の発展などありえない」とした上で、「個は「個と社会」の認識から周囲の社会に直面し、働きかけることから始まる」とした。

注 12) ポーターが提示した経営学の SCP は、経済学の産業組織論を源流とし、1980年代から注目された。このエッセンスは、戦略次元が同じ／類似の戦略をとっている業界内企業グループの中で、「企業は様々な手段で周囲の競争環境を完全競争から引き離し、独占に近づけていくべき」（入山, 2019, p.59）ということであり、したがって差別化戦略などが企業に求められる。なおポーター（1982, pp.8-9, p.17）は「競争戦略をつくる際の決め手は、会社をその環境との関係の中で見ること」など**環境の重要性を強調**する一方で、最も広範な視点から戦略策定に影響する要因として、企業の強み・弱みや戦略実行者たちの個人的特性といった内部要因も挙げていた。

その後、'90年代に入り注目された J.B. バーニーを代表とする経営資源に基づく企業観、すなわち RBV（resource based view）では、競争優位の源泉として、**経営資源に着目**した。ただし、

経営資源の異質性と移動困難性を基本的前提としている（バーニー・ヘスタリー，2021，p.124）。

以上のように SCP と RBV が注目され始めた年代が異なる背景には、アメリカ経済のトレンドがある（森，2021，pp.37-49）。ちなみに両者の優劣に関しては、入山（2019）を参照のこと。

注 13) 入山（2019，p.700）は、センスメーカー理論について、事業機会の創造を例に次のように説明した。「人とその対象（＝事業機会）は決して切り離せず、その人が行動して環境に働きかける（イナクトメント〔enactment〕する）ことにより、やがて事業機会が浮かび上がり、結果として後からその事象をセンスメイク（納得）する」。「まずは行動して、ビジネスに飛び込み、……試行錯誤しているうちに、後になって「あれが事業機会だった」と腹落ちする、ということだ」。

また中川ら（2021，pp.32-35）は、**企業家に求められるスキル**として、「所与の手段」から考え始めるエフェクチュエーション（effectuation）〔森江記：コーゼーション（causation）の反意語。サラスバシー（2015，pp.20-23）を参照のこと。ちなみにサラスバシーは、経験的に起業家は両者を様々に組合せながら用いている、とした〕とセンスメーカーを挙げ、後者の理由を次のように説明した。企業家に際立った特徴として、提示したビジョンに向かって邁進しつつ、そのビジョンに共感させながら人々から協力を引き出すことが挙げられる。したがって、この人の心に働きかけ、共感や納得を促し、行動を起こさせること／そのための能力を意味するセンスメーカーも企業家に求められる〔森江記：中川（2019，pp.110-113）も参照のこと〕。

注 14) 「誤解を恐れずにいえば、かつての経営学は、巨大な企業組織をいかに管理するかということに主眼を置いていた。しかし、イノベーションやシリコンバレーを代表とするスタートアップ企業の台頭、中国など新興国の経済成長等を背景に「環境の変化を予測するという受動的なスタンスから、**自らが先取りの行動し、事業創造や環境変化を起こしていく**ことの重要性が強調され、……**どれだけ大きな構想を描けるか**が、企業の命運を左右すると考えられるようになって」いる（中川ら，2021，p.v）。

注 15) 認知バイアスに関して、共和制ローマ末期のカエサル（1964，p.129）が謀略を駆使したある戦いのてん末を報告する中で、「およそ人は自分の望みを勝手に信じてしまう」と指摘した。この指摘は、**人は見たいものしか見ない**、とも解釈され、既述したセンスメーカーの核心に通じる。

注 16) そう指摘した野中・竹内（1996）は、企業組織は知識を単に「処理する」だけでなく、「創造する」との発想から、日本的経営を対象とした事例研究に基づき、組織的知識創造プロセス（SECIモデル）を提示した。H.A.サイモンなど西洋の伝統的組織観、つまり「情報処理機械としての組織」へのアンチテーゼである。

注 17) 「形式知」は、客観主義の伝統的認識論に批判的な M.ポランニー〔兄が経済学者の K.ポランニー〕が提示した知識を区分する概念の一つで、「暗黙知」と次のように対比される（野中・竹内，1996，pp.88-89）。「暗黙知は、特定状況に関する個人的な知識であり、形式化したり他人に伝えたりするのが難しい。一方、明示的な知すなわち「形式知」は、形式的・論理的言語によって伝達できる知識である」。また前者は「言語・文章・記号などでの表現が難しい、主観的・身体的な経験知」、後者は「言語化・記号化された知」との説明もある（入山，2019，p.272）。

野中・竹内（1996，p.13，pp.38-45，p.92）は、「暗黙知」から「形式知」への転換は、日本企業の知識創造の特徴であり、特に製品開発での転換が得意とした。この背景として、日本の知的伝統、すなわち「主客一体」「心身一如」「自他統一」の三つの特徴が、日本的知識観の基礎と日本的経営の方法につながっていることを挙げた。例えば、「心身一如」は、間接的・抽象的な知識よりも個人的・身体的な経験に基づく知識の重視につながり、日本的経営が現場での体得を強調することに反映されている。また「主客一体」と「心身一如」は、他者との交流を大切にする「自他統一」につながり、共体験が他者の持つ暗黙知の獲得を容易にする。



## 4. 事例研究の定義と特性

### 1) 定義

事例研究の定義について、ここでは須田（2019, p.195）に基づき、リサーチ クエスチョンに応じて、インタビューや調査票調査（注 18）など様々な研究方法（注 19）を組合せながら、単一／少数の研究対象からの集中的なデータ収集によって、研究対象の部分／全体を詳細に把握することができる研究方法とする。ただしデータは、図 2 のとおり定性データだけでなく、定量データが収集されることもある。定量データ収集の例として、農業分野であれば、農業経営体を対象にした財務諸表の入手／取得やタイムスタディ、従業員職務満足度調査などが挙げられる。

事例は具体性に富み、しかも現実の一つである。事例研究に適した研究目的には、(1) 特異点を見出し、背景等の洞察によって着想を得るなど理論や枠組みの発見に関わる「探索」的なもの、(2) 事実を具体的に示そうとする「記述」的なもの、(3) ある仮説が事例に当てはまることを示そうとする「説明」的なものがある（田尾・若林, 2001, p.239）。なお須田（2019, p.198）は、事例研究について、探索・分析・描写の三つの研究目的全てに対応できる柔軟な研究方法とした。

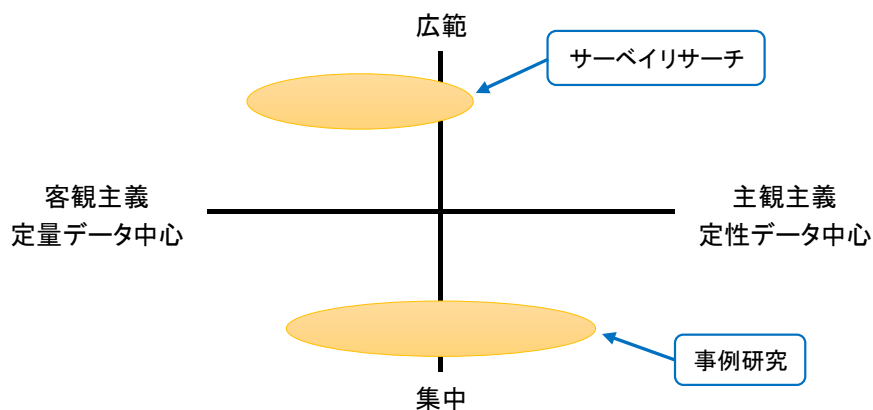


図2 事例研究の位置づけ

資料: 須田 (2019)

- 注: 1) 横軸は、社会の捉え方とデータの性質に関する分類  
2) 縦軸は、研究対象の範囲に関する分類  
3) 資料は、「事例研究」ではなく、「ケーススタディ」と表現

### 2) 特性

事例研究の強みと弱みについて、須田（2019, pp.206-209）は、四つの研究評価指標、すなわち (1) 内的妥当性、(2) 外的妥当性、(3) 社会文脈妥当性、(4) 信頼性から論述した（表 1）。その際に事例研究を定性データ中心のもの、定量データ中心のもの、両面を併せ持つものの三つに大別できるとした上で、主に定性データ中心のもの、定量データ中心のものを取り上げた。

上記 (1) 内的妥当性とは、「研究で特定した原因が、実際に人々の行動（結果）に影響を与えて」いるかどうかに関する指標である（注 20）。事例研究の場合、定性データ中心のものも定量データ中心のものも内的妥当性が高くなりやすい。ただし「内的妥当性は、ひとえに研究者の注意と綿密さの問題」である。もちろんこのことは、すべての研究方法と研究に当てはまる。

上記(2) 外的妥当性とは、「研究から得られた結果が研究対象以外の状況や研究対象者以外の人々に対して、どの程度当てはまるかに関する」指標である。要するに一般化に関する指標である。事例研究での外的妥当性／一般化の問題については、項を立て、後述する。

上記(3) 社会文脈妥当性とは、「研究が実施された特定の社会文脈で得られた結果を、どの程度、他の社会文脈へ当てはめられるかに関する」指標であり、外的妥当性に含めるべき、との意見もある。この妥当性には二つの側面があるものの、農業分野で留意すべき側面は、「研究が実施された社会文脈の状況が、どの程度把握されているかの度合いである」。例えば、研究対象である組織や職場の状況などに関するデータが十分に収集されているか、といったことである。社会文脈妥当性について、定性データ中心の事例研究では高くなりやすく、定量データ中心の事例研究では、数字で社会文脈の把握が難しいため、低くなってしまふ。

上記(4) 信頼性とは、「同じ研究課題に対して実施された異なる研究の間で、どの程度、結果は一致しているかどうかに関する」指標である。信頼性には、同じ研究者によるオリジナルと同じ研究課題の実施と、別の研究者による研究という二つの側面がある。つまり信頼性は、「研究の再現ができるかに関する指標」（再現性指標）でもあり、再現性の前提として、研究の透明性が求められる。この点で定性データ中心の事例研究は、そもそも再現を目的にしていない上に、同じ事象を観察しても、研究者の間で解釈が異なり、記述に違いが生じる可能性を否定できない。しかも収集した多くのデータを全て公表する機会がない等、透明性が低いこともあり、信頼性が低い。しかし対照的に定量データ中心のものは、透明性も信頼性も高くなりやすい。

なお、こうした研究評価指標は、客観主義に基づくものであり、ほかに主観主義に基づくものとして、信用性（内的妥当性の代替指標）、移転性（外的妥当性の代替指標）、信ぴょう性（信頼性の代替指標）の三つがある（須田，2019，pp.54-56）。

表1 事例研究の特性：強みと弱み

データ	研究評価の指標			
	内的妥当性	外的妥当性	社会文脈妥当性	信頼性
定性	○	▲*	○	▲
定量	○*	▲*	▲	○

注:1) 須田 (2019) に基づいて、作成

2) ○印は「高」を、▲印は「低」を、\*印は留意点の存在を示す。

### 3) 一般化の問題

既述のとおり外的妥当性の問題は、一般化の問題でもある。野村 (2017, pp.64-68) によれば、この問題は、事例研究に対する批判の中で、典型的なものである。また研究方法の正当化からいえば、根本的な一般化の問題について、自分なりの考えを持っておく必要がある。

一般化の問題で事例研究を批判する人は、**統計的一般化**をイメージすることが多い、とされる。つまり、ある集団から無作為に標本を抽出し、データの収集・分析で得られた知見がその集団全体にも当てはまる、と推論して行われる一般化をイメージしたような批判である。しかし、事例

研究の対象とする事例は、母集団を代表していないため、一般化の問題が生じてしまう。

これまで事例研究者は、一般化に関する事例研究批判に対し、大きく二つの立場から反論してきた。一つは、「事例研究から得られる知見を「理論」に貢献させることを通じて、一般化していくこと」(理論的一般化)を主張する研究者である。もう一つは、「何らかの法則を見つけるような一般化だけが一般化ではないと論じるとともに、複雑な現実社会を無理に単純化することは、むしろ人々の理解を妨げるとして警鐘を鳴らす」研究者である。例えば、「詳細な事例研究を読み(追体験し)、自分の経験と照らし合わせることで読者自身が何らかの一般化を行うことに寄与することも事例研究の意義である」とし、このプロセスを「我々が日常生活を送りながら自然に行っている経験・知識の一般化に近いとして、自然的一般化」とした。

「いずれにせよ、何らかの形で一般化や理論への貢献を志向することが、学術的な事例研究においては重要になる」。では、どのようにすれば、いいのであろうか。

注 18) 調査票調査のうち、調査対象者自身が記入する自計式のことを「質問紙調査」と称することもある(野村, 2017, p.217)。

注 19) 研究方法 (Research Method) には、いくつか考え方があり、例えば、手法 (Method) とリサーチ・デザインに区別するものもある(須田, 2019, p.iii)。すなわち、手法を「データ収集のためのテクニック」と捉え、リサーチ・デザインを「データ収集に対してフレームワークを提供し、研究で活用する研究方法の選択に関するガイドライン」と捉える考え方である。この区別にしたがえば、手法の具体例として、インタビューや調査票調査などが、またリサーチ・デザインの具体例として、実験法やサーベイリサーチ、事例研究などが挙げられる。ただし、こうした手法とリサーチ・デザインの区別は、研究者の間で広くコンセンサスが得られていない可能性もあるため、須田 (2019) のように両方を区別せず、研究方法と表現する研究者がいる。

注 20) 内的妥当性には大きく二つの考え方があり、須田 (2019, p.48) は狭義的な方を用いた。

## 5. 事例研究のデザイン

### 1) 選択基準：単独の事例

事例の選択は、事例研究の学問的価値を左右するポイントである(野村, 2017, p.47)。須田 (2019, pp.214-217) は、単独事例の選択基準について、国内外の文献調査を踏まえ、次の三つにまとめた。(1) 珍しい・極端・決定的・新事実、(2) 縦断的・後続的、(3) 一般的・典型的である。なお、複数事例の選択基準については、割愛する。

上記 (1) 珍しい・極端・決定的・新事実の選択基準は、「何らかの意味で特異な事例を調べること」(野村, 2017, p.48) を意味する。つまり、知られていなかった事実や状況の発見によって、新たな理論の開発や既存理論の修正を図ることに適したものである(須田, 2019)。

上記 (2) 縦断的・後続的な選択基準は、長期的な事例研究の実施を意味する。縦断的と後続的には、研究期間の連続/断続など違いがあるものの、類似性が高い。

上記 (3) 一般的・典型的な選択基準は、上記 (1) と異なり、知られていなかった事実や状況の発見に適していない。もっとも、一般的・典型的な事例が意味を持つような状況がある。一つは、あまり研究が行われなかった領域での事例研究によって、その社会現象に関する事柄が初めて明

らかにされるような状況である。最初の事例研究が上記(1)のような特異な事例では、誤解を与えかねないのである。もう一つの状況は、一つ目と逆であり、既に理論化が行われているような領域で一般的・典型的な事例の豊富なデータから分厚い描写を提供し、理論を補強するような状況である。なお、「ある事例が典型的／一般的だとされるのは、既存の母集団に対してだけ」でなく、理論的に見て典型的な事例などもある(野村, 2017, pp.51-52)。

## 2) 意義のある「問い」と分析単位

いうまでもなく、事例研究に限らず、全ての研究に問いがある(野村, 2017, pp.60-64)。研究者は、理論や先行研究などを踏まえ、**自らの問いが学術的に意義があることを示す必要がある**。この意味で、必ずしも「同様の研究がない＝意義がある」とは限らない。なぜなら、意義がないため、研究されてこなかった問いも少なくないからである。このため、単に「同様の研究がない」との説明だけでは、研究の意義を他者に示したことになる。

意義のある問いを探索して見つければ、次に分析単位を設定する必要がある。分析単位とは、研究対象とした事例の中で、研究者が注目して分析をする単位である。これが定まってくれば、問いがより明確になることもある。また問いと分析単位が定まってくれば、どのようなデータをどのように集めて分析すべきか、といった調査・分析手法が見えてくる。このように「事例研究を使った論文等では、手法や問いを含んだ形でリサーチ・デザイン(注21)を明記しておく必要がある」(野村, 2017, p.63)。

注21) **リサーチ・デザイン**とは、研究の問いに対する答えを導き出すため、(複数の)手法を方向づけ、得られる結果を一般化する道筋を示し、研究を論理的に形作るものである(野村, 2017, pp.2-3)。注19) のとおり手法と区別される。ただし、この区別をしない研究者もいる。

## 6. 理論的貢献：事例研究の6タイプ

野村(2017, p.69)は、事例研究について、理論との関係から次の6タイプに整理され、このうち1)や5)等の「**本格的な理論化に向けた準備段階としての事例研究にも価値があると**されていることに留意したい」とした。

- 1) 理論的ではないが、その後の研究における理論化に役立つような事例研究
- 2) 理論を用いて、ある事象を説明する事例研究
- 3) 重要な要素や仮説、メカニズムや因果過程を新たに見出すような発見的な事例研究
- 4) 理論の妥当性や適用範囲を見る検証的な事例研究
- 5) あまり検証されてこなかった理論や仮説について、より集中的な研究を今後行うことが妥当かどうかを精査するような事例研究
- 6) 既存の理論や仮説を精緻化するために必要な細かい構成要素を発見していく事例研究

なお入山(2019, pp.2-13, p.744, p.773)は、世界標準の経営理論を論じる中で、れいめい期・中間期・成熟期といった理論のライスサイクルから見れば、着想など、れいめい期に必要なことは、対象の観察であり、特異点を見出し、背景を洞察するには事例研究が向いている、とした。ちなみにビジネスに経営理論が求められる理由として、これの説得性・汎用性・普遍性を挙げて



おり、経営理論の組立て方についても一章を割当てた（注22）。ただし、理論構築には二つのレベルがあり、経営理論の組立ての章は、次の後者を念頭に置いたものである。すなわち、様々な人や組織などに通用する普遍的な理論（一般理論）の方ではなく、もう一つの「一般理論を活用して why を説明することで、現実の様々な事象や概念をつなぎ合わせて独自の理論的な法則を組み立てる」方であり、理論的記述（theoretical argument）とも呼ばれる。

注22) 入山（2019）によれば、一般経営学の場合、「理論とは何かについて、学術的な意味で、経営学者の間の定義は固まっていない」。しかし「理論の目的」については、学者のコンセンサスがほぼ取れている。……理論とは「経営・ビジネスの how、when、why に応えること」を目指すものである。すなわち「how とは、……因果関係のこと……when は「その理論が通用する範囲」のこと」で、「複雑なビジネスの世界で、特定の事象間に普遍的な関係性（how と when）を見だし、それがなぜか（why）を説明すること」である。

## 7. 研究者に望まれる事例研究のスキル

イン（1996, pp.75-76）は、「研究中の理論的課題と収集中のデータとの間には絶えず相互作用があるため、質の高いケース・スタディを実施するには、十分な訓練を受け、経験を積んだ研究者が必要」とした。また実験やサーベイに比べ、事例研究でのデータ収集に必要とされるスキル（注23）がはるかに多いことを強調し、その基本的なリストを以下のように挙げた。その上で、そうした属性の多くが矯正可能であり、スキルを持っていない人でも開発を手がけることができる、とした。ただし全ての人には、まず自己評価にあたって正直であるべき、とも指摘した。

- ・ 優れた問題を問い、その答えを解釈できなければならない。
- ・ 優れた「聴き手」であるべきで、自分自身のイデオロギーや先入観に陥ってはならない（注24）。
- ・ 新たに直面した状況を脅威ではなく、機会と見なすことができるような適応性と柔軟性を持つべきである。
- ・ 理論志向であれ政策志向であれ、たとえ探究的であっても、研究中の課題をしっかりと把握しなければならない。こうした把握をすれば、関連する事象と追求すべき情報に管理可能な程度で焦点を当てることができる。
- ・ 理論から導かれたものを含む、あらかじめ想定した見解からバイアスをかけてはならない。したがって、対立する証拠に対して、敏感かつ反応的であるべきである。

注23) 事例研究のスキルに関しては、田尾・若林（2001）も参考になる。注19) のとおりインタビューをデータ収集の「手法」と考えた場合、田尾・若林（2001, pp.131-142）は、インタビューの流れだけでなく、(1) 相互作用、(2) 被面接者との関係、(3) 教えてもらう態度、(4) 理解する気持ち、(5) マナー等、(6) 録音など記録といった注意点を列挙した。また古島・深井（1985, p. ii）では、「理論について、その結論ではなく結論にいたるプロセスを重視し、かつ現実に臨んでは、それを背後に抑制しながら、社会の現実そのもののうちに論理をたどる」との方法的態度の重要性を強調した上で、調査者と調査対象、農業経営調査の方法などを各執筆者が論じた。

田尾・若林（2001）は、インタビュー・データの質的問題、つまり再現可能性にかかわる信頼

性、調査者や調査対象者のバイアス、一般化可能性にも触れている。このうち信頼性には、虚偽の側面もある。例えば、川喜多（2006, p.167）は、7時間に及ぶインタビューの途中で相手の人事課長が高校の同窓と分かり、早めに切り上げて、飲みに行ったときに「今日、おまえにずっと話したことは、ほとんど嘘だ！ 本当の話をするといろいろ差し障りがあるので、建前の話をしただけで、実はそうやっていない」と告白されたことを調査の失敗例に挙げた。

またスキルに関し、調査対象へのアクセスや人間関係のマネジメントは、佐藤（2002）も参照のこと。関連して、科研費「経営学・会計学におけるケース・スタディ研究に関する方法論について」（2000-02年度）での研究会発表を編集した小池・洞口（2006）も示唆に富む。ただし、碩学から学ぶことを企図した研究会での発表者7人の「それぞれの章が案外に具体的な聞き方、観察方法を語っていない……それよりもはるかに、何を知りたいのか、どうして知りたいのか、それが強い熱意をもって語られている」と編者が解説したように、何を学ぶのか読者の方が試される文献である。ちなみに発表者の中には、経済学部生時代に仲間数人で農業水利の実態を調査して、後年、日米欧の主要自動車メーカー20社への調査結果に基づく『製品開発力』（キム B.クラークとの共著）やトヨタ自動車の事例研究でもある『生産システムの進化論』などを物した藤本隆宏が含まれ、高橋伸夫など東京大学の「経営学者5人が……研究生活を（結果的に）どのように設計し実施してきたかを……ざっくばらんに記述」した藤本ら（2005）の刊行につながった。

注24) イン（1996）の原著は、初版が1984年で第2版が1994年と年数を経ているものの、日本の出版社が企画して執筆されたトッド（2020）も、注7）のとおり同様の主張をしている。なお2人の主張は、M. ウェーバーが提起した「存在 sein と当為 sollen」の峻別（井腰，2020）、つまり**事実と価値の峻別**の問題と深く関わる。

事実と価値の峻別について、1996-98年に日本農業経済学会長を務めた祖田（2000, pp.33-35）は、「研究手法そのものは価値と無関係であっても、研究の出発点と結果は、多かれ少なかれ価値と関係して存在せざるをえない」とした上で、ウェーバーの主張を次のように解釈した。すなわち「科学者が自らの価値観に照らして、それに好都合の現実のみを意識・無意識的に選択して認識を形作るといふ魔力的な誘惑を厳しく自制し、価値観と科学的事実認識とを峻別する自覚的な研究上のモラル、知的誠実性を求めてやまなかった」とし、「これが私たちの農学研究に当たっての基本的態度でなければならない」と指摘した。また「**農学は価値追求的な実際科学**であり、明確な価値目標を掲げて研究を推進する。……研究目的ないし価値目標の設定にあたっては、その倫理性が厳しく問われなければならない」とも指摘した。このような価値前提は、1996年に「ミッション、オリエンティドサイエンスという概念で農学の性格を特色づけようとした」金沢等の考えと重なっており（金沢，2001）、金沢自身の農業経営研究観にも表れていた（森江，2021, pp.21-22）。

ただし農学は、二つの原動力、すなわち「食と農に関わる人間の負担を科学の力でできるだけ軽くすること」（近代化の前進／科学技術の進歩）と「食と農が持つ固有の価値を突き詰めていくこと」（非経済的要素の探究）との間で「**着地点を模索**すべく、もがいてきた」（藤原，2021, pp.41-42）。なお藤原（2021, pp.7-42, pp.301-311）は、この着地点に関して、以下のように指摘した。農学の二つの原動力のうち前者の臨界点は、培養肉・植物工場・消化が不要な食品の生産等（食と農の廃棄／プロセス省略）に、後者の臨界点は、「農だけの価値を排他的に説く農本主義」にまで至る。このうち食と農の廃棄／プロセス省略は、違和感等があっても、温暖化など環境問題や世界の食料問題、人類史の基調を考えれば、侮ることができない。もっとも抗する思想を紡ぐことは、「朗らかすぎる自己肯定に陥りやすく、……かえって食と農の崩壊に加担することになる」。「考えれば考えるほど、実践すればするほど、……対象が「農」の世界だけにとどまらなくなる。……農を、複数の別のものとともに接合することはできないだろうか。／第一に、医の世界」。

## 引用・参考文献

- 荒木一視・林紀代美編（2019）『食と農のフィールドワーク入門』昭和堂.
- ジェイ・B. バーニー, ウィリアム・S. ヘスタリー（2021）『[新版] 企業戦略論【上】基本編 —戦略経営と競争優位—』（岡田正大訳）ダイヤモンド社.
- カエサル（1964）『ガリア戦記』（近山金次訳）岩波書店.
- 藤原辰史（2021）『農の原理の史的研究：「農学栄えて農業亡ぶ」再考』創元社.
- 藤本隆宏・高橋伸夫・新宅純二郎・阿部誠・粕谷誠（2005）『リサーチ・マインド 経営学研究法』有斐閣.
- 古島敏雄・深井純一編（1985）『地域調査法』東京大学出版会.
- 服部泰宏（2020）『組織行動論の考え方・使い方 —良質のエビデンスを手にするために—』有斐閣.
- 井腰圭介（2020）「M. ヴェーバー —行為と歴史の理解社会学—」松野弘監修・仲川秀樹編著『社会学史入門 —黎明期から現代的展開まで—』ミネルヴァ書房：91-106.
- 入山章栄（2019）『世界標準の経営理論』ダイヤモンド社.
- 石井淳蔵（2004）『マーケティングの神話』岩波書店.
- 石井淳蔵（2009）『ビジネス・インサイト——創造の知とは何か』岩波書店.
- 石井淳蔵（2012）『マーケティング思考の可能性』岩波書店.
- 伊藤元重（2021）『ビジネス・エコノミックス 第2版』日本経済新聞出版社.
- 金沢夏樹（1999）『個と社会：農民の近代を問う』富民協会.
- 金沢夏樹（2001）「〈書評〉祖田修著『農学原論』」『農林業問題研究』37(1)：52-53.  
<https://doi.org/10.7310/arfe1965.37.52>
- 川喜多喬（2006）「調査屋の心構え——産業社会学とフィールド調査」小池和男・洞口治夫編『経営学のフィールド・リサーチ：「現場の達人」の実践的調査手法』日本経済新聞社：145-195.
- 清宮徹（2019）『組織のディスコースとコミュニケーション —組織と経営の新しいアジェンダを求めて—』同文館出版.
- 小池和男・洞口治夫編（2006）『経営学のフィールド・リサーチ：「現場の達人」の実践的調査手法』日本経済新聞社.
- トーマス・クーン（1971）『科学革命の構造』（中山茂訳）みすず書房.
- 宮本又郎（2014）「企業家学の系譜」宮本又郎・加護野忠男／企業家研究フォーラム編『企業家学のすすめ』有斐閣：4-21.
- 森泰一郎（2021）『ニューノーマル時代の経営学：世界のトップが実践している最先端理論』翔泳社.
- 森江昌史（2021）「農業試験研究機関での社会科学系研究の方向」『九州沖縄農業試験研究推進会議フードシステム部会 令和元年度 経営研究会報告書』農研機構九州沖縄農業研究センター作物開発利用研究領域：20-50. [https://researchmap.jp/mmorie\\_naro/misc/31741537](https://researchmap.jp/mmorie_naro/misc/31741537)
- 中川功一（2019）『戦略硬直化のスパイラル —どうして企業は変われなくなるのか—』有斐閣.
- 中川功一・佐々木将人・服部泰宏（2021）『考える経営学』有斐閣.
- 野村康（2017）『社会科学の考え方：認識論、リサーチ・デザイン、手法』名古屋大学出版会.
- 野中郁次郎・竹内弘高（1996）『知識創造企業』（梅本勝博訳）東洋経済新報社.

- 大泉一貫 (1985) 「農業経営研究と調査」古島敏雄・深井純一編『地域調査法』東京大学出版会.
- 大泉一貫 (1989) 『農業経営の組織と管理』農林統計協会.
- M. E. ポーター (1982) 『競争の戦略』(土岐坤・中辻萬治・服部照夫訳) ダイヤモンド社.
- 齋晋健 (2011) 『経営学の開拓者たち：その人物と思想』日本評論社.
- サラス・サラスバシー (2015) 『エフェクチュエーション：市場創造の実効理論』(加護野忠男監訳・高瀬進・吉田満梨訳) 碩学舎.
- 佐藤郁哉 (2002) 『組織と経営について知るための 実践フィールドワーク入門』有斐閣.
- 佐藤郁哉 (2006) 「エスノグラフィーで現象に迫る——暴走族・現代演劇から経営へ」小池和男・洞口治夫編『経営学のフィールド・リサーチ：「現場の達人」の実践的調査手法』日本経済新聞社：121-144.
- シュムペーター (1977) 『経済発展の理論 (上)』(塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳) 岩波書店.
- J. A. シュンペーター (1998) 『企業家とは何か』(清成忠男編訳) 東洋経済新報社.
- 篠崎尚夫 (2008) 『東畑精一の経済思想—協同組合、企業者、そして地域—』日本経済評論社.
- 祖田修 (2000) 『農学原論』岩波書店. [森江記：2003年に中国語版が、'06年に英語版が刊行]
- 須田敏子 (2019) 『マネジメント研究への招待：研究方法の種類と選択』中央経済社.
- 鈴木福松編 (1983) 『農業経営学講座 6 農業経営調査・分析論』地球社.
- 多田洋介 (2003) 『行動経済学入門』日本経済新聞出版社.
- 高橋正郎 (1973) 『日本農業の組織論的研究—農業における「中間組織体」の形成と展開—』東京大学出版会.
- 高橋正郎 (2014) 『日本農業における企業者活動—東畑・金沢理論をふまえた農業経営学の展開—』農林統計協会.
- 高橋伸夫 (2008) 「「限定された合理性」はどこに—経営学輪講 Simon (1947, 1957, 1976, 1997)—」『赤門マネジメント・レビュー』7(9)：687-706. <https://doi.org/10.14955/amr.070902>
- 高橋伸夫 (2015) 『経営学で考える』有斐閣.
- 田尾雅夫・若林直樹 (2001) 『組織調査ガイドブック 調査党宣言』有斐閣.
- エマニュエル・トッド (2020) 『エマニュエル・トッドの思考地図』(大野舞訳) 筑摩書房.
- 東畑精一 (1936) 『増訂 日本農業の展開過程』岩波書店.
- 津谷好人 (2001) 「農業経営の戦略的多角化の役割と意義—複合化論から多角化論へ—」『農業経営研究』38(4)：24-33. [https://doi.org/10.11300/fmsj1963.38.4\\_24](https://doi.org/10.11300/fmsj1963.38.4_24)
- カール・E. ワイク (2001) 『センスメーカー イン オーガニゼーションズ』(遠田雄志・西本直人訳) 文眞堂.
- ロバート・K. イン (1996) 『ケース・スタディの方法 [第2版]』(近藤公彦訳) 千倉書房.