

博士論文の要旨および 博士論文審査結果の要旨

氏名	21D1101 王 清
学位の種類	博士（経済学）
学位記番号	経済博甲第20号
学位授与の日付	2024年3月15日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
博士論文題目	日中両国における農産物電子商取引の発展と課題 に関する研究：生産者、消費者調査を中心に Research on the Development and Challenges of Agricultural E-commerce in Japan and China: A Focus on Surveys of Producers and Consumers
論文審査委員	主査 大島 一二 教授 副査 辻 洋一郎 教授 副査 李 農 准教授

<博士論文の要旨>

日中両国における農産物電子商取引の 発展と課題に関する研究： 生産者，消費者調査を中心に

王 清

要旨

本論文は、日中両国における農産物電子商取引について、その発展と課題を検証したものである。生産者、消費者を対象としたインタビュー、アンケート調査に基づき、中国の山東省M県と日本の長野県松本市における実地調査の結果をもとに、具体的な農産物電子商取引の販売の状況、メリットとデメリット、農民の収入状況などに関する影響、直面する課題等について検討し、日中両国の農産物電子商取引における課題を明らかにした。具体的な章別構成は以下のとおりである。

本論文は、以下の六つの章から構成される。

第一章は、本論文の課題の設定、研究目的などである。

世界各国において、インターネットの普及により、経済行動、消費行動に大きな変化が発生している。日中両国農村においては、近年、農産物の電子商取引が新興産業として注目されている。もともと電子商取引は都市で急速に発展してきたものであり、広大な農村地域での展開は遅滞してきた。そのため、いまだに多くの農村住民は、電子商取引を経験したことがないのが実態である。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大は、日本でもそうであるように、必ずしも電子商取引にとってマイナス要因だけではない。こうしたことから、近年発展してきた農産物電子商取引が、今回の感染拡大によって

どのような影響を受けているのかが、一つの注目点である。

日本では、国内の農業生産者に対しては、顧客への直接販売を主とする農産物電子商取引は、いまだ発展途上にあり、大多数の農産物は農協の共選などで販売されている。新型コロナウイルスで外出自粛の制限、自然災害の影響で、農畜産物は伝統的な流通方法などによる販売は不振となり、農業損失が年々発生している。こうした伝統的な流通システムによる販売は、生産者にとって、中間マージンが高く、利潤が少なくなる問題がある。こうしたことから、ますます多くの農家が農業に関心を持ってなくなっている。

農産物電子商取引業界の急速な発展に伴い、社会の安全性、高品質、環境に配慮した農産物への需要はますます高まっている。特に新型コロナウイルス感染拡大期においては、外出自粛により、電子商取引の利用者も増加している。新興のビジネスモデルである農産物電子商取引は、インターネットと情報技術に基づき、農産物の生産者と消費者を効果的に結びつけ、従来の農産物の流通方法を根本的に変革している。今後の日中両国の農産物電子商取引を発展させるために、生産者・消費者側調査を中心とすることも重要だと考えられる。

既存研究によれば、農産物電子商取引に関して、日本では、農産物電子商取引に関する研究は、主に企業を対象として行われており、生産者や消費者の視点からの研究は比較的少ない。近年、突如として発生した新型コロナウイルスの影響により、農産物電子商取引に関する研究はさらに減少している。中国では、山東省などの農業大省を中心に農産物電子商取引に関する研究が行われているが、県域レベルの研究はいまだ不足している。しかし、中国の農村振興政策の提唱に伴い、近年ではこの分野に関心が集まっているが、農村振興において、消費者を研究対象とした農産物電子商取引に関する研究文献は非常に限られている。

そこで、本章では、中国の農村振興政策と新型コロナウイルスの背景の下で、生産者と消費者を中心に、日本と中国における農産物電子商取引の近年の発展現状と新たな動向への対応について研究する。

第二章は、「農産物電子商取引の発展と課題 ―松本ハイランド農協管内ブドウ農家の事例を中心に―」である。

2020年以來、新型コロナウイルスの感染拡大により、日本の農産物取引においても電子商取引がより拡大し、より多くの消費者が電子商取引を重要な購入方法として日常的に選択するようになった。本章では、農産地のブドウ専業農家を対象に、農家の販売対策として、電子商取引を選択した農家の取り組みと課題について明らかにした。

調査対象である松本ハイランド農協管内のA園は、2010年代初めに消費者への電子商取引を本格的に導入しており、松本ハイランド農協管内では電子商取引に先進的な取り組みを行う農業経営体として位置づけられる。これにたいして、今ひとつの調査対象であるB園は、2018年に消費者への電子商取引を開始したが、販売状況、経営規模、経験などの面でやや苦戦しているのが現状である。なお、A園・B園ともに、他地域、他業種から生坂村に新規参入し、借地等で経営規模を拡大した農業経営体である。

松本地域全体の農産物電子商取引は、これまでそれほど大きな発展をみせておらず、一般にはB園のような小規模ブドウ農家の多くが、売上げの一部を電子商取引から得ているに過ぎないと考えられる。しかし、A園のような例外も存在する。そこで、A園の発展過程を確認すると、2020年に電子商取引の専門人材を正式に雇用し、ブドウの電子商取引の管理およびHPの管理等を一任したことで事業を拡大した。こうして電子商取引業務以外の分野に労働力を集中することが可能となったため、近年A園では、新たに自社農園製のブドウジュース等の販売の具体化、近隣の塩尻市などへの新農場の拡大、品質の維持・向上のため、大型冷蔵庫の設置などの対応を進めている。

2020年以降の展開としては、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、直売所、道の駅などでの対面販売はすべて終了し、電子商取引に専念している。このほか、取扱量の増大に伴って、宅配業者との交渉を行い、配送料の軽減にも取り組んでいる。

このように、A園の電子商取引は比較的順調に拡大しているが、前述した

ように、松本地域では、電子商取引の拡大に様々な課題を抱えて、規模拡大が容易でない中小規模農家がみられる。B園はそのひとつの典型的な事例ともいえるだろう。そこで、以下ではこうした中小規模農家の電子商取引における課題を整理しよう。

B園は2016年に成立し、電子商取引は2018年から開始した。前述したように、就農当初は前職の経験を生かして電子商取引にブドウ経営を展開していたが、電子商取引に係わる梱包等の宅配業務、煩雑な顧客対応などに労働力を奪われ、肝心のブドウ栽培に手が回りにくい状況が発生した。また、新規就農から電子商取引の開始まで時間的な余裕がなかったことも栽培技術の熟練に一定の影響を与えたものと考えられる。

この一方で、肝心の電子商取引においても、ポケットマルシェの利用に限られ、農園独自のHPの開設には至っていない。

新規就農以降のこうした状況の中で、B園は、電子商取引のみの販売方法から、出荷に係わる労働力の削減を目指して、むしろ農協共販、農産物直売所への販売を拡大している。このB園と前述のA園の経験は、電子商取引特有の、顧客対応という課題が、発展にとって大きな障害となりうることを示しているといえよう。

近年の農産物電子商取引の発展状況をふまえれば、今後もある程度の発展可能性を期待できると考えられる。とくに前述したように、現在の新型コロナウイルス感染拡大下と、今後予想される日本人口の高齢化のもとでも農産物・食品の電子商取引が一定の発展可能性を見出すことができるのは大きな利点であると考えられる。

この一方で、松本地域および日本農業全体においては、農協共販などの従来までの販売ルートのみでは、今後の農家の収益が確保できないことは明らかであり、新たな販売システムの活用が必要となろう。こうしたなかで、農産物電子商取引が一定の意義を有すると考えられる。

本章では、長野県の松本ハイランド農協管内の農産物電子商取引に関する現地調査結果に基づいて、松本地域の農産物電子商取引の実態と、直面する

課題について検討した。事例分析の結果からは、以下の問題点が明らかになった。

①電子商取引に成功しつつあるA園の電子商取引の拡大方策は、電子商取引の専門人材の採用であった。

②中小規模農家の電子商取引のB園は、電子商取引での顧客対応という問題が大きな課題である。

このように、松本地域の電子商取引は多くの課題に直面していることが明らかになったが、こうした課題への対応が必要となるだろう。

第三章は、「中国農村における農産物電子商取引の発展と課題 —山東省M県における電子商取引に関するアンケートを事例として—」である。

今回の現地調査は、2020年4月上旬から8月上旬にかけてM県農村の所在者に対して調査を実施した。調査の過程で、新型コロナウイルス感染拡大の影響により時間が限定されたため、M県5村の336人の農民、および農民専業合作社11社を選択して調査を行った。今回の農家調査のサンプルは、WeChat（微信）経由の回収、および対面によるアンケート回収の二種の回収方法をとった。

本章で事例として取り上げるM県は、山東省における農業の中心地のひとつであり、農業が盛んな地域であった。しかし、近年、青年の都市地域への出稼ぎ労働者の増加と農村労働力の空洞化は深刻である。現地調査によれば、近年の畜産物関係の生産不振、販売不振の背景には、こうした販売難問題が存在しているとの説明があった。また、現在はこうした問題に加えて、頻発する自然災害と新型コロナウイルスの感染拡大による負の影響も追加されている。M県においても、農村における農産物電子商取引にその活路を求める動きはすでに開始されている。本章で研究対象としているアンケート調査は、主にM県の農産物電子商取引の現状と制約要因を調査することを目的としている。

こうした調査結果から、今後のこの問題の改善の方途は以下のように考え

られる。

今回のM県の農産物電子商取引の調査データからは、91%の個人とすべての農民專業合作社（11社）が、電子商取引を通じての農産物等の販売を希望している事実が明らかになっている。しかしながら農業者のインターネット技術の習熟程度は総じて低く、またインターネット通販関係のインフラ整備も遅滞しているという課題が明らかになった。

こうしたことから、販売戦略においては、M県においては、今後、農民專業合作社+農家+農産物電子商取引モデルの発展を考慮すべきであろう。これまで、多くの事例では、農民專業合作社+農家の共同によって、従来の伝統的な販売ルートに加えて、新たな合作社ルートを模索してきた。今後は、販売難問題への対応として、価格を下げて販売するのではなく、農産物電子商取引による販路確保を強化すべきである。

第四章は、日本における農産物電子商取引の新動向と課題—新型コロナウイルスの感染拡大下の消費者アンケート調査を中心に一である。

新型コロナウイルスの感染拡大を機に食品のオンライン販売が増加している。既存研究の多くは、時期的にみると、2020年の新型コロナウイルス感染拡大前の研究である。また、農産物の電子商取引に関して、大多数はインターネットスーパー、食材宅配サイト等における消費者の購買動機、インターネット通販の利用実態を明らかにしたものが多く、農産物電子商取引の利用者を女性に限定して研究対象としたものが多いことが挙げられる。

しかし、これらの先行研究においては、新型コロナウイルス感染拡大による、農産物電子商取引への影響についての研究はまだまだ多くないと考えられる。具体的には、新型コロナウイルスの感染拡大によって、消費者の購買意識、消費行動、購買頻度等にはどのような変化が発生しているのかについて研究を進める必要がある。したがって、これらの点について明らかにすることが本章の研究課題である。

本章で実施した消費者アンケート調査は、大阪府在住の消費者を対象に、

新型コロナウイルスの感染拡大による農産物電子商取引の利用へ影響を明らかにすることを目的としている。具体的には、新型コロナウイルスの感染拡大によって、消費者の購買意識、消費行動、購買頻度等にはどのような変化が発生しているのかについて研究を進める必要がある。分析に必要なデータを得るため、アンケートは2022年7月15日から7月20日まで、大阪府在住の消費者に対して調査を実施した。

新型コロナウイルスの感染拡大以降もインターネットでの農産物購入については比較的高い意欲が明らかになった。新型コロナウイルス感染拡大以前は男性・女性とも「1~2回」の購入頻度が高い。新型コロナウイルス感染拡大後は、男性・女性とも「3~4回」と購入頻度が上昇していることがわかる。女性は、「新鮮さ」の回答がもっとも多く(41.5%)、以下「配達に必要な時間」(18.3%)、「産地」(17.6%)、「価格」(14.8%)、「とくに気にすることはない」(7.7%)であった。女性と男性では「新鮮さ」「価格」において選好に相違があることがわかる。

新型コロナウイルスの感染拡大前の先行研究では、主に女性に農産物電子商取引についての注目点が検討されてきた。今回の調査結果からは、農産物電子商取引で農産物を購入する際の留意点が、男性・女性の選好に相違があることが明らかになった。今後は男性の留意点も重視しなければならないと考えられる。今回のアンケートでは、農産物電子商取引を利用する理由について自由記述欄を設けたが、その回答として、「家庭内需要が拡大し、日中家で食事をとる人が増加したから」、「米のような重量の重い農産物の購入には農産物電子商取引が便利であるから」、「時間が節約できるから」、「農産物電子商取引での購入は価格が安いから」、「全国どこでも農産物電子商取引で購入できるから」、「農産物の選択肢が多いから」等の回答が挙げられた。

また、現在の農産物電子商取引の課題について、「農村地域でインターネットインフラが不十分」、「速達ができない場合がある」、「不在時の受け取りの不便さ」、「クレーム等への返信の遅滞」、「届いた農産物とHP表示との

相違」といった回答が見られた。また、回答者の希望として、「農産物電子商取引を通じた製品の栽培過程の把握」、「安全・安心な農産物の供給」、「送料の引き下げ」等に注目しているとの回答が見られた。

農産物電子商取引の認知が向上するにしたがって、将来的には農産物電子商取引のシェアもさらに拡大しよう。そのためには、生産者だけでなく消費者の動向にも注目する必要がある。今回の調査を通じて、日本の消費者は新型コロナウイルスの感染拡大の影響にもかかわらず、農産物電子商取引に積極的であり、購入頻度は増加していることがわかった。

第五章は、「中国の農村振興における農産物電子商取引の役割 —新型コロナウイルスの感染拡大下の消費者アンケート調査を中心に—」である。

2017年に提起された中国の農村振興戦略において、農産物電子商取引は、農村産業の発展と転換、農業の近代化促進、農村経済の発展および農村振興の重要な戦略手段として位置づけられており、近年、広範な関心と研究の対象となっている。こうした戦略により、近年では、電子商取引による実際に農村経済の振興を実現する取り組みが注目されている。

本章で、中国の農村振興戦略の継続的な推進に伴い、学術界では農業電子商取引の分野に幅広い興味と研究焦点が示されている。急速な都市化とアップグレードされた消費要求の背景により、農産物の品質、安全性、追跡性に対する消費者の関心が徐々に高まっている。

本章で実施した消費者アンケート調査は、中国の消費者を対象に、新型コロナウイルスの感染拡大による農産物電子商取引の利用へ影響を明らかにすることを目的としている。分析に必要なデータを得るため、アンケートは2022年2月15日から3月6日まで、中国在住の消費者に対して調査を実施した。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、調査時間、方法が限定されたため、今回の消費者調査のサンプルは、WeChat経由の回収および対面によるアンケート回収の2種の回収方法をとった。前者のWeChatグループを通じ

てデータを回収した有効なアンケートは225通であった。また後者の対面調査のアンケートによる調査票の有効なアンケート調査票は62通であった。よって、全有効回答数は287通である。

国家の「農村振興」戦略の実施とインターネットの普及に伴い、農産物電子商取引が農産物の販売を促進し、地域農産物ブランドの知名度を高め、同時に農村経済の発展を促進しつつある。こうしたことから、将来的には農産物電子商取引のシェアはさらに拡大するものと考えられる。そのためには、生産者だけでなく消費者の動向にも注目する必要がある。

このように、新型コロナウイルスの感染拡大の深刻な影響を受けても、農産物電子商取引は拡大傾向にあるといえるが、アンケートに表れない要因として、調査結果からは以下のような課題が浮き彫りになった。

今回のアンケートでは、農産物電子商取引を利用する理由について自由記述欄を設けた。その回答として、「便利さ」、「さまざまな地域からの農産物があり、多様な品種や特産品を購入できる」、「時間が節約できる」、「インターネット通販は価格が安い」、「詳細な製品情報と品質追跡システムが可能」、「生産者との直接交流が可能」、「農村の経済発展の推進」等の回答が挙げられた。

また、現在の農産物電子商取引の課題について、「農村地域でインターネットインフラ整備が不十分」、「速達ができない場合がある」、「信頼と安全の問題」、「届いた農産物とHP表示との相違」、「交流体験と文化的価値の低下」、「情報の非対称性」といった回答が見られた。

以下、今回のアンケート調査で明らかになった点を列挙しよう。

(1) 電子商取引への態度

アンケート対象者は農村振興の普及に関心が高く、新型コロナウイルスの感染拡大の影響にもかかわらず、農村振興は農産物電子商取引の利用に対して積極的であることが明らかになった。

(2) 購入頻度の変化

購入頻度は新型コロナウイルスの感染拡大以前と以後では明確に増大して

いる。

(3) 収入の変化

新型コロナウイルスの影響で、収入が減少したとの回答が、「やや思う」・「そう思う」の合計で全体の3分の2にも達している。こうした傾向はとくに女性に顕著である。こうしたことから「価格」の重視が増加している。

(4) 電子商取引での購入意欲

新型コロナウイルスの感染拡大によって、従来の農産物販売チャネルは制限を受けたが、農産物電子商取引プラットフォームは引き続き市場を拡大している。今回の調査を通して、新型コロナウイルスの感染拡大後、インターネットでの農産物購入意欲は比較的高いことがわかった。

(5) 物流と配送の改善の必要性

今回の調査を通して、「農村地域でインターネットインフラ整備が不十分」、「速達ができない場合がある」などの回答が見られた。今後も持続的に農村地域の物流とインターネットインフラの改善を進める必要があるだろう。

終章は、結論と残された課題、である。

本論文は、農産物電子商取引の生産者と消費者に焦点を当て、日中両国の農産物電子商取引分野の現状、共通の課題を研究し、生産者と消費者の両者から、日中両国の農産物の電子商取引を比較する。日中両国の農産物電子商取引は、戦略的に極めて重要な役割を果たしており、農村振興を推進し、増加し続ける消費者の需要を満たしている。本論文は日中両国の農産物電子商取引分野の発展を促進するための一連の提案と戦略を提案している。

1. 日中両国の農産物電子商取引における生産者と消費者の観点での不足を克服するために、以下の措置が必要である。①インターネット通販体験の創造、②信頼できる関係組織の設立、③トレーニングとサポートの提供である。

2. 中国の農産物電子商取引は、以下の点で日本から学ぶことができる。

①アフターサービスの強化, ②農産物ブランドの強化, である。

3. 日本農産物電子商取引は, 以下の点で中国から学ぶことができる。農産物ライブ販売の普及, である

本論文は, 生産者と消費者の視点から, 新型コロナウイルス感染症の前後における日中両国の農産物電子商取引の発展状況と課題について深く探究した。この研究から, 現在, インターネット技術の持続的な発展に伴い, 日中両国の農産物電子商取引分野が持続的なイノベーションと進化を遂げていることが明らかになった。しかし, いまだ研究されていない多くの領域が存在しており, 今後予定している研究では, 地理的環境(特に遠隔地域)や第三の参加者(例: 仲介業者)などの要因を検討する。

<博士論文審査結果の要旨>

申請者：王 清

論文題目：日中両国における農産物電子商取引の発展と課題に関する研究：生産者、消費者調査を中心に

学位申請の種類：甲（課程博士，経済学）

1. 論文内容の概要

本論文は、日中両国における農産物電子商取引について、その発展状況と課題を検証したものである。研究方法としては、中国の山東省M県および長野県松本市における農家実地調査、さらに日本と中国の消費者を対象としたアンケート調査を実施した。これらの調査結果をもとに、具体的な農産物電子商取引の販売状況、課題等について検討した。

本論文の構成は以下の通りである。

第一章 はじめに

第二章 農産物電子商取引の発展と課題

—松本ハイランド農協管内ブドウ農家の事例を中心に—

1. はじめに
2. 新型コロナウイルス感染拡大と農産物電子商取引
3. 調査対象農家における農産物電子商取引の販売の展開
4. 調査対象農家の電子商取引の展開
5. まとめにかえて

第三章 中国農村における農産物電子商取引の発展と課題

—山東省M県における電子商取引に関するアンケートを事例として—

1. はじめに
2. 調査地の概況
3. アンケート調査の概要と項目

4. アンケート調査結果の分析
5. M県における農産物電子商取引の現状と課題
6. まとめにかえて

第四章 日本における農産物電子商取引の新動向と課題

—新型コロナウイルスの感染拡大下の消費者アンケート調査を中心に—

1. はじめに
2. 新型コロナウイルスの感染拡大下における農産物電子商取引の現状
3. アンケート調査の実施と調査項目
4. まとめにかえて

第五章 中国の農村振興における農産物電子商取引の役割

—新型コロナウイルスの感染拡大下の消費者アンケート調査を中心に—

1. はじめに
2. 新型コロナウイルス感染拡大下での農産物電子商取引
3. アンケート調査の実施と調査項目
4. まとめにかえて

終章 結論と残された課題

参考文献

2. 概評

2.1 本論文の課題

周知のように、近年、世界各国において、インターネットの普及により、経済行動、消費行動に大きな変化が発生している。とくに日中両国の農業・農村においては、近年、農産物の電子商取引が新しい動向として注目されている。こうした状況の中で、現在の農家にとって、電子商取引はどのような役割を果たしているのか、導入にはどのような課題が存在しているのか、また、消費者は電子商取引をどのように利用しているのか、などその実態につ

いては不明点が多いのが現状である。

こうした状況の中で、本論文では、日中両国における農産物の電子商取引の役割と課題を明らかにすることを目的に、①日中両国農村における農家調査に基づく実態解明、②日中両国の消費者を対象としたアンケート調査に基づく実態解明、の2つの論点から研究を実施したものである。

2.2 研究結果

今回の研究からは以下の点が明らかになった。

第一章は、本論文の課題の設定、研究の背景、研究目的、研究方法、先行研究について述べている。

第二章は、長野県松本ハイランド農協管内ブドウ農家の事例研究に基づいて、果樹の農産物電子商取引の発展と課題について述べたものである。ここでは、電子商取引に成功しつつあるA園では、電子商取引の専門人材の採用が大きな飛躍の鍵となり、逆に、小規模農家の電子商取引の事例であるB園では、電子商取引の顧客対応の煩雑さが大きな課題であることが明確となった。

第三章は、山東省M県のアンケート調査からは、農家の91%とすべての農民專業合作社(11社)が、電子商取引を通じての農産物等の販売拡大を希望しているものの、大きな障害として、農業者のインターネット技術の習熟程度が低いこと、インターネット通販関係のインフラ整備の遅滞が深刻であるという課題が明らかになった。

第四章、第五章は、日本と中国の消費者を対象とした農産物の電子商取引にかんするアンケート調査から得られた知見である。そこでは、新型コロナウイルスの感染拡大の深刻な影響を受けても、農産物電子商取引は両国でなお拡大傾向にあるが、信用問題等いくつかの課題も存在することが明らかになった。

終章では、全体の取りまとめと、残された課題について述べられている。

このように、日中両国の農産物電子商取引は、農業者、消費者両者にとっ

て様々な局面で利便性を向上させ、一定の役割を果たしているが、いまだいくつか克服しなければならない課題が存在することも明らかとなった。本論文は、こうした点について、現地での調査活動に基づいていくつかの知見を明らかにした点に新しさがあると考えられる。しかし、本論文の研究結果は、今回の限定された調査対象地域における調査結果から導き出されたものであり、日中両国における農産物電子商取引の役割と課題の解明という大きなテーマに、どの程度適用できるものなのかについては、今後さらなる検討が必要であろう。

3. 結論

ここまで述べてきたように、学位申請者・王清氏の本論文は、経済学分野において研究者として研究活動を行うに必要な研究能力とその基礎となる学識を示すに足るものと判断できる。なお、本論文の主要部分はすでに『桃山学院大学経済経営論集』に3編掲載され公表されている。

○「日本における農産物電子商取引の新動向と課題—新型コロナウイルスの感染拡大下の消費者アンケート調査を中心に—」『桃山学院大学経済経営論集』65(1), 29-44, 2023-07-29

○「農産物の電子商取引の発展と課題:松本ハイランド農協管内ブドウ農家の事例を中心に」『桃山学院大学経済経営論集』64(1), 75-95, 2022-07-28

○「中国農村における電子商取引の発展と課題:山東省M県における電子商取引に関するアンケートを事例として」『桃山学院大学経済経営論集』63(2), 65-86, 2021-10-26

学位規定に定める最終試験に関しては、その定めに基づいて口頭試問を行った(2024年2月2日)。そこで、同氏の研究成果および外国語能力が上記の判断と齟齬がないことを確認し、合格と判定した。

以上の結果から、学位申請者・王清氏は博士(経済学)の学位を授与され

る資格を有するものと認める。

2024（令和6）年3月15日

審査委員	主査	大 島	一 二
審査委員	副査	辻	洋一郎
審査委員	副査	李	晨