

第2章 認定事業者アンケート 「6次産業化取組の経営課題」

要約

- 1 認定事業者の経営概要
- 2 6次産業化取組の現状と課題
 - (1) 商品力
 - (2) 市場戦略
 - (3) コミュニケーション
 - (4) 生産・製造のこだわり
 - (5) ビジネスモデルの構築
 - (6) 成長戦略
 - (7) 地域連携
- 3 6次産業化取組における経営支援活動に対する意向

アンケート実施時期：24年10月

発送数：894

有効回収数：401

回収率：45%

要 約

1 認定事業者の経営概要

認定事業者 401 法人の事業展開は、販売（直販・卸売）、直売店、加工、レストランの概ね4つに分けられる。販売については直売店とそれ以外のネット通販、需要者への直接販売、卸売業への販売ではビジネスモデルが大きく異なることに留意する必要がある。

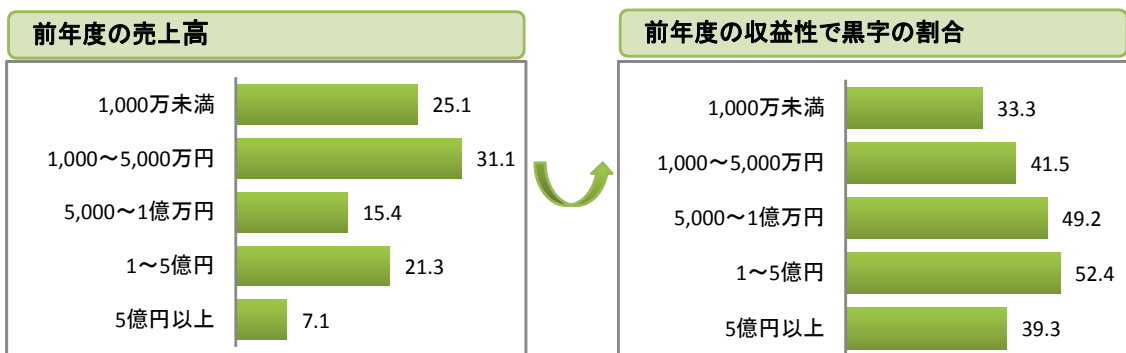
表3-1 認定事業者のビジネスモデル

	回答数	直売所 (自社・ 協同) で販売	ネット通 販	小売業 に直接 販売	食品製 造業に 直接販 売	外食に 直接販 売	食品卸 売業者 に販売	食品加 工	レスト ラン	観光事 業	その他
	社	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
計	401	52.1	35.9	40.1	19.5	22.4	27.9	43.1	15.0	11.7	7.5
稲作・麦作	73	59.1	33.5	34.5	18.7	14.8	21.7	43.3	13.8	8.9	5.9
野菜	113	52.1	28.0	38.2	21.6	25.4	29.3	40.7	8.9	10.2	9.5
果樹	79	58.2	50.9	40.9	16.4	11.8	25.5	40.9	10.0	18.2	2.7
酪農	14	51.3	41.1	51.3	25.7	41.1	30.8	41.1	41.1	25.7	10.3
肉牛	9	55.9	31.9	24.0	0.0	24.0	16.0	55.9	8.0	8.0	0.0
養豚	14	61.6	41.1	25.7	20.5	35.9	25.7	56.5	41.1	10.3	10.3
鶏卵	16	80.8	35.9	49.4	18.0	35.9	31.4	49.4	35.9	18.0	9.0
ブロイ ラー・地鶏	9	47.9	24.0	47.9	8.0	24.0	24.0	24.0	24.0	8.0	8.0
水産物	15	28.7	19.2	24.0	4.8	33.5	28.7	47.9	19.2	4.8	4.8
林産物	9	39.9	39.9	63.9	24.0	16.0	39.9	47.9	16.0	0.0	8.0
花き	9	63.9	39.9	8.0	16.0	8.0	0.0	31.9	8.0	31.9	8.0
その他	41	43.8	36.8	43.8	17.5	21.0	24.5	49.1	10.5	7.0	8.8

注:複数回答

次に前年度（前期）の売上高規模についてみると、6割近い事業者では5,000万円未満となっているが、「1～5億円未満」が85社、「5億円以上」が28社と大規模経営も存在している。ただし、収益性については赤字は半数以下にすぎず、農業やアグリビジネスの経営課題が顕在化している。

図3-1 前期における売上高と収益性



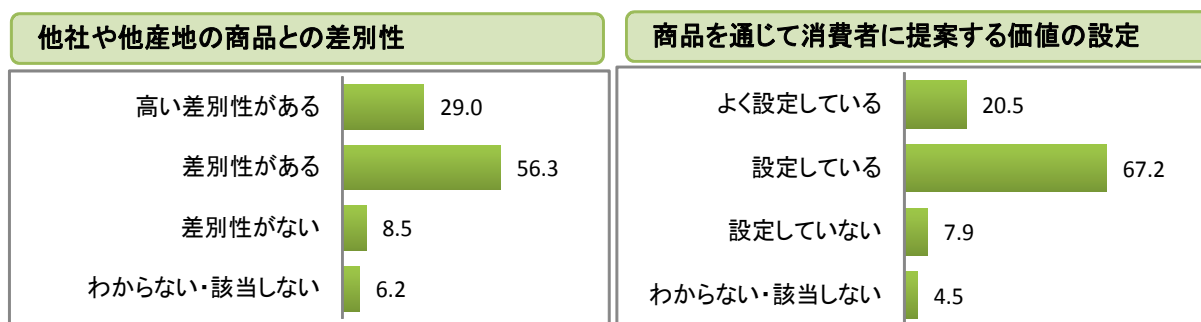
2 6次産業化取組の現状と課題

以下については、ものづくり、市場戦略、ビジネスモデル、成長戦略などについての認定事業者自らの評価についてみたものである。

(1) 商品力

「他社や他産地の商品との差別性」や「商品を通じて消費者に提案する価値」は、市場競争で勝ち残るために、きわめて重要であるが、両者ともに自己評価がきわめて高く、自信がうかがえる。

図3-2 商品力

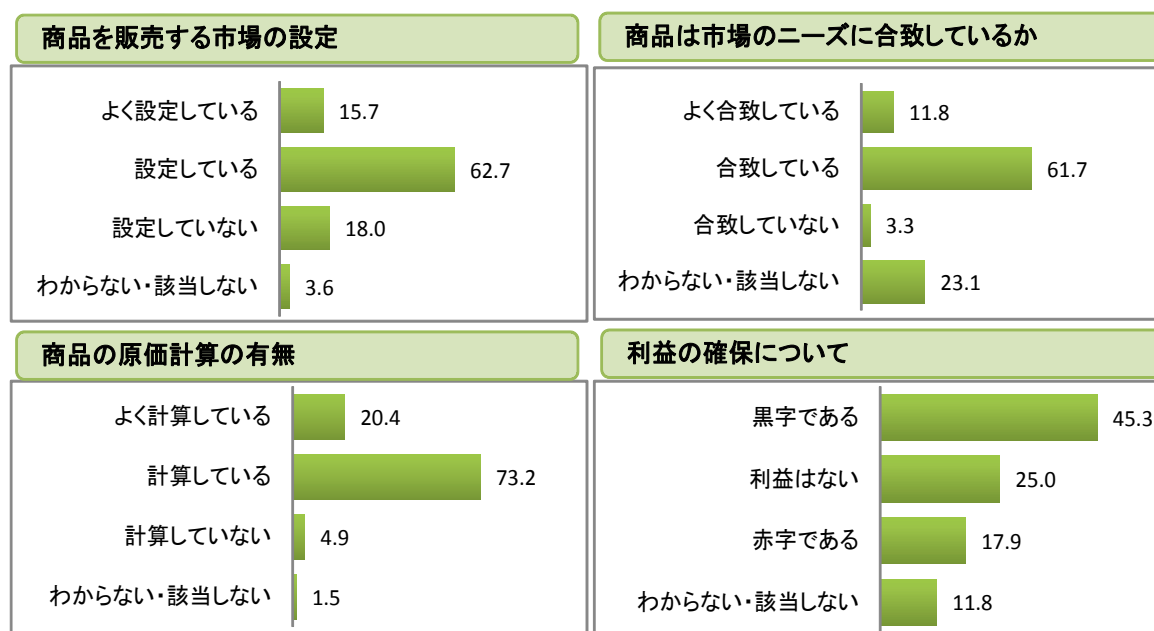


(2) 市場戦略

「商品を販売する市場の設定」や「商品の市場ニーズへの合致」は、商品力と参入する市場の最適化を図り、販路を開拓する上で重要な要件である。自己評価によれば市場をよくみきわめて設定していることがわかる。

商品の原価計算については概ね把握していることがうかがえる。また、利益の確保については、「黒字である」が半数近くとなっており、収益性の改善が課題となっている。

図3-3 市場戦略

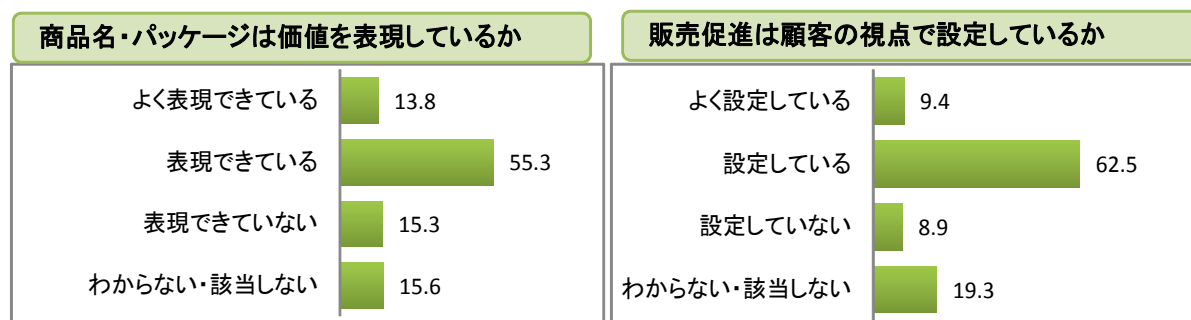


(3) コミュニケーション

「商品名やパッケージなどが商品の価値を表現できているか」については、商品の認知及び農場ブランドの認知を高めてリピーターの確保につながる要件であるが、これも自己評価が高い。

「販売促進の方法が顧客の視点で設定しているか」については、販売促進の実施状況については明らかではないが、これも自己評価が高い。

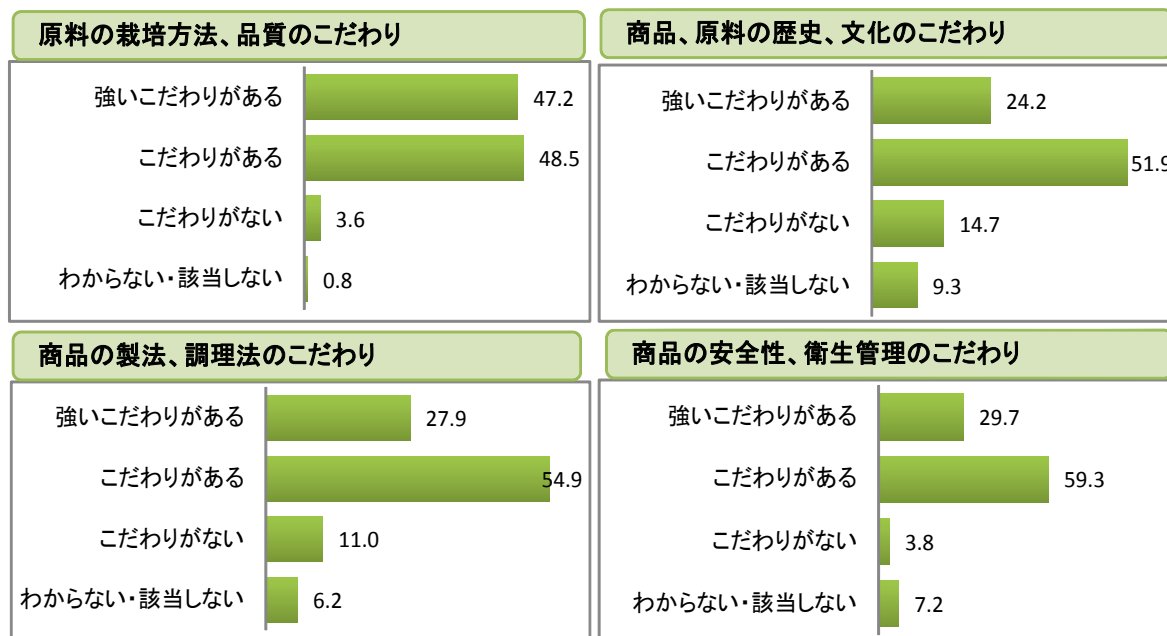
図3-4 コミュニケーション



(4) 生産製造のこだわり

「原料の栽培方法、品質のこだわり」、「商品、原料の歴史、文化のこだわり」、「商品の製法、調理法のこだわり」、「商品の安全性、衛生管理のこだわり」については、製品差別化の観点から、また、サプライチェーンの要件として需要者のニーズが高いが、いずれも自己評価が高い結果となっている。

図3-5 生産製造のこだわり



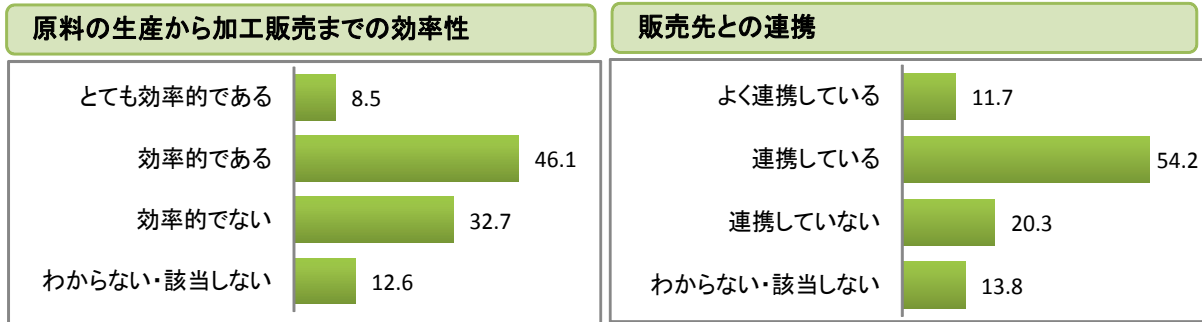
(5) ビジネスモデルの構築

原料の生産から加工、販売までの効率性については、半数を超える認定事業者が効率的であると認識している。農業生産から加工、販売という垂直統合のビジネスは、原料調達の季節性

や雇用労働力の平準化の問題も抱えている。

商品企画、販売促進、品質・衛生管理などにおける販売先との連携については、6割を超える事業者が連携している。これは経営規模が大きいほど連携割合が高い。安定取引関係を築くために、また、サプライチェーンのパートナーとして重要である。

図3-6 ビジネスモデルの構築

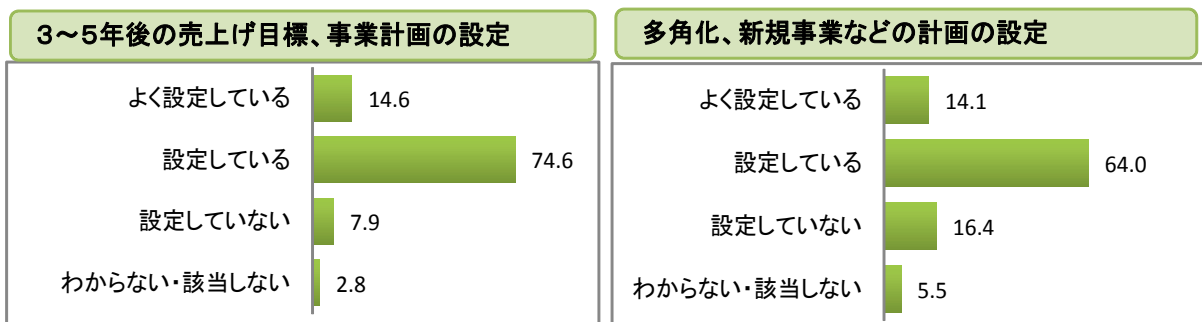


(6) 成長戦略について

今後、3～5年後の売上目標及び事業計画の設定については、9割近い認定事業者が設定しているという結果になっている。

また、成長戦略としての今後の多角化や新規事業などのビジネスモデルの計画についても、8割近い認定事業者が設定しているという結果になっている。

図3-7 成長戦略

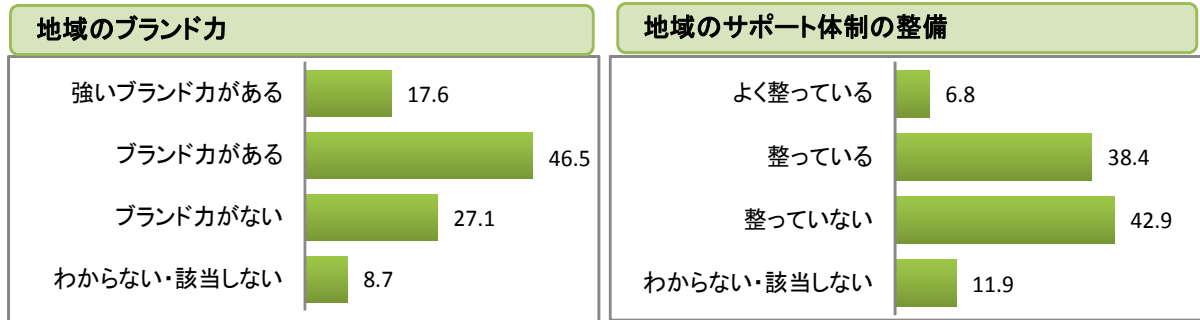


(7) 地域連携について

地域のブランド力については、6割を超える事業者が地域のブランド力を認識していることがわかる。地域ブランド力は地域資源の活用や自社農場ブランドの相乗効果が期待される。

6次産業化認定事業者の地域のサポート体制の整備については、半数近い事業者が地域のサポート体制について評価していることがわかる。

図3-8 地域連携について



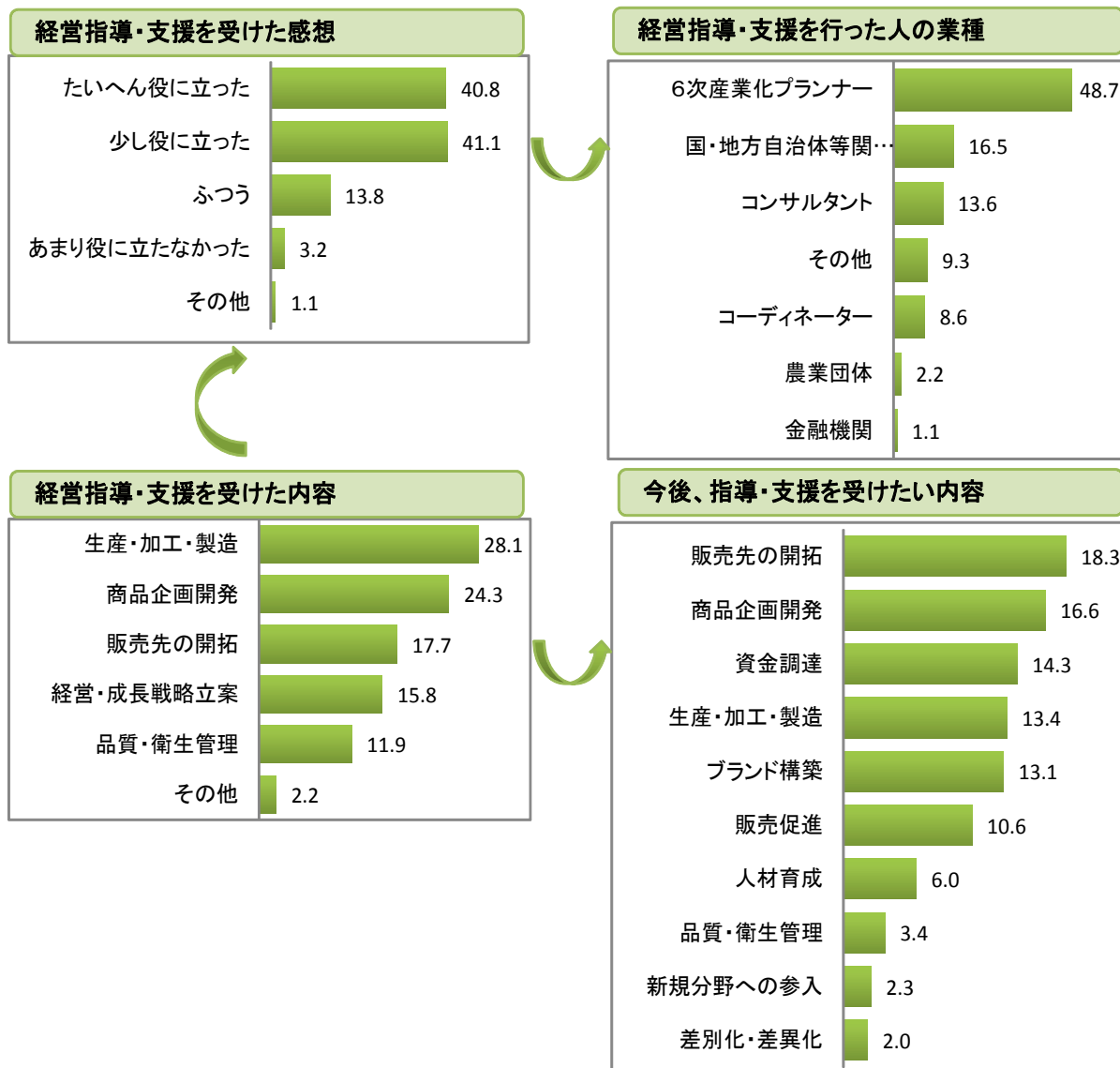
3 6次産業化取組における経営支援活動に対する意向

認定事業者が過去に指導・支援を受けた内容については、「生産・加工・製造男（技術含む）」が最も多く、次いで「商品企画開発」、「販売先の開拓」となっている。

これらの指導・支援を受けた感想については、8割を超える事業者が評価していることがわかる。そして、認定事業者が過去に受けた経営指導・支援者について、評価が高いのは「6次産業化プランナー」、「国・地方自治体等関係機関」、「コンサルタント」、「コーディネーター」の順であった。

認定事業者が今後、経営に関して指導・支援を受けたい内容については、「販売先の開拓」が最も多く、次いで「商品企画開発」、「資金調達」、「生産・加工・製造（技術含む）」、「ブランド構築」が上位を占めている。販売先の開拓が直面する大きな課題となっていることがわかる。農林漁業者が販路開拓、つまり、既存の3次産業に参入し、市場競争を優位にするためには、市場をみきわめ、市場標的を絞り込み、そこに新たな価値の提案をめざしたものづくりや販売促進活動が必要となる。

図3-9 指導・支援を受けた感想



1 認定事業者の経営概要

(1) 主要な生産物の売上高

回答のあった6次産業化認定事業者のうち、主要な生産物の売上高については「1,000万円未満」が25%、「1,000～5,000万円未満」が31%、「1億円以上」が28%となっている。

主要な生産物別にみると、肉牛の69%、ブロイラー・地鶏の67%が「1億円以上」等総じて畜産部門において売上高が大きくなっている。

図3-10 主要な生産物別の売上高

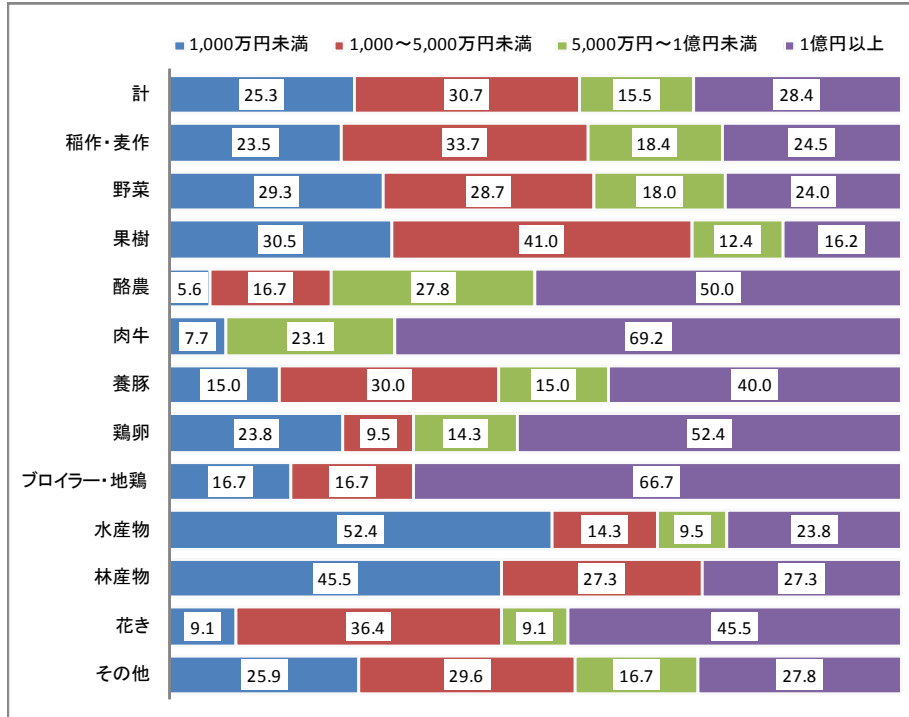


表3-2 主要な生産物別の売上高

	回答数 社	計 %	1,000万円 未満	1,000～ 5,000万円 未満	5,000万円 ～1億円未 満	1億円以上
			%	%	%	%
計	387	100.0	25.3	30.7	15.5	28.4
稲作・麦作	98	100.0	23.5	33.7	18.4	24.5
野菜	150	100.0	29.3	28.7	18.0	24.0
果樹	105	100.0	30.5	41.0	12.4	16.2
酪農	18	100.0	5.6	16.7	27.8	50.0
肉牛	13	100.0	7.7		23.1	69.2
養豚	20	100.0	15.0	30.0	15.0	40.0
鶏卵	21	100.0	23.8	9.5	14.3	52.4
ブロイラー・地鶏	12	100.0	16.7	16.7		66.7
水産物	21	100.0	52.4	14.3	9.5	23.8
林産物	11	100.0	45.5	27.3		27.3
花き	11	100.0	9.1	36.4	9.1	45.5
その他	54	100.0	25.9	29.6	16.7	27.8

(2) 主要な作目別にみた前年度における収益性

回答のあった6次産業化認定事業者の前年度における収益性については、「黒字である」が45%、「赤字である」が18%、「利益はない」が25%となっている。

主要な作目別にみると、果樹では半数を超える事業者が「黒字である」となっており、養豚、ブロイラー・地鶏及び水産物半数近くが黒字になっている。

一方、酪農や鶏卵、林産物では黒字が少なく、とりわけ酪農及び林産物では「利益はない」が半数前後となっている。

図3-11 主要な作目別にみた前期における収益性

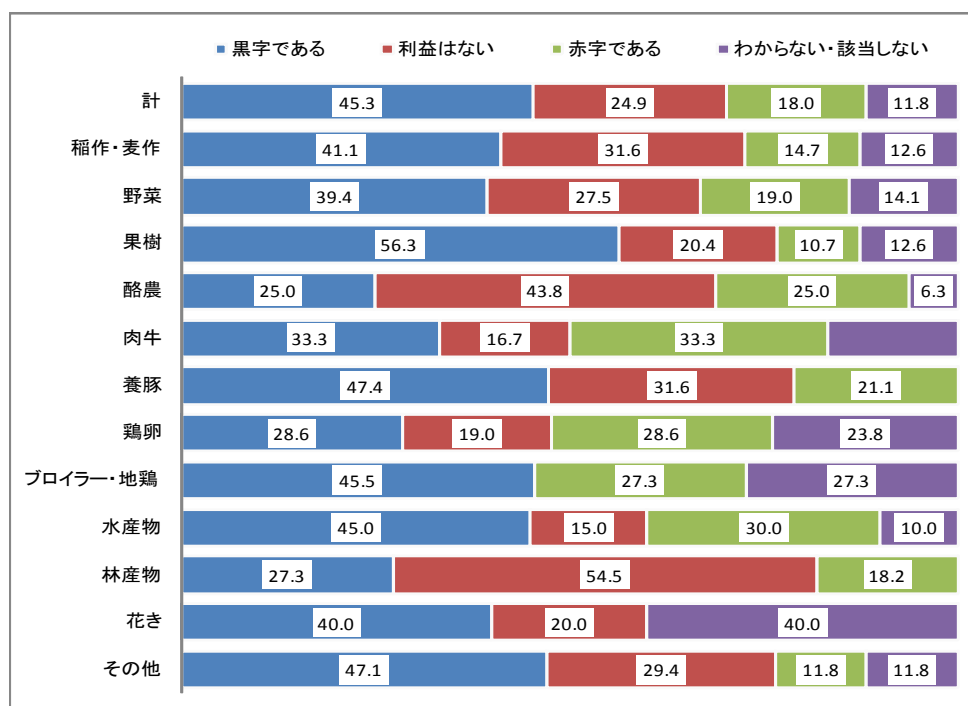


表3-3 主要な作目別にみた前期における収益性

	回答数	計				
		黒字である	利益はない	赤字である	わからない・該当しない	
	社	%	%	%	%	%
計	373	100.0	45.3	24.9	18.0	11.8
稲作・麦作	95	100.0	41.1	31.6	14.7	12.6
野菜	142	100.0	39.4	27.5	19.0	14.1
果樹	103	100.0	56.3	20.4	10.7	12.6
酪農	16	100.0	25.0	43.8	25.0	6.3
肉牛	12	100.0	33.3	16.7	33.3	16.7
養豚	19	100.0	47.4	31.6	21.1	
鶏卵	21	100.0	28.6	19.0	28.6	23.8
ブロイラー・地鶏	11	100.0	45.5		27.3	27.3
水産物	20	100.0	45.0	15.0	30.0	10.0
林産物	11	100.0	27.3	54.5	18.2	
花き	10	100.0	40.0	20.0		40.0
その他	51	100.0	47.1	29.4	11.8	11.8

(3) 農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別にみた売上高

農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別に売上高をみると、自らレストランや観光事業を運営している事業者は比較的売上高が大きくなっている。

一方、食品加工に取り組んでいる事業者については、半数以上が5,000万円未満の売上高に留まっている。

図3-12 農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別にみた売上高

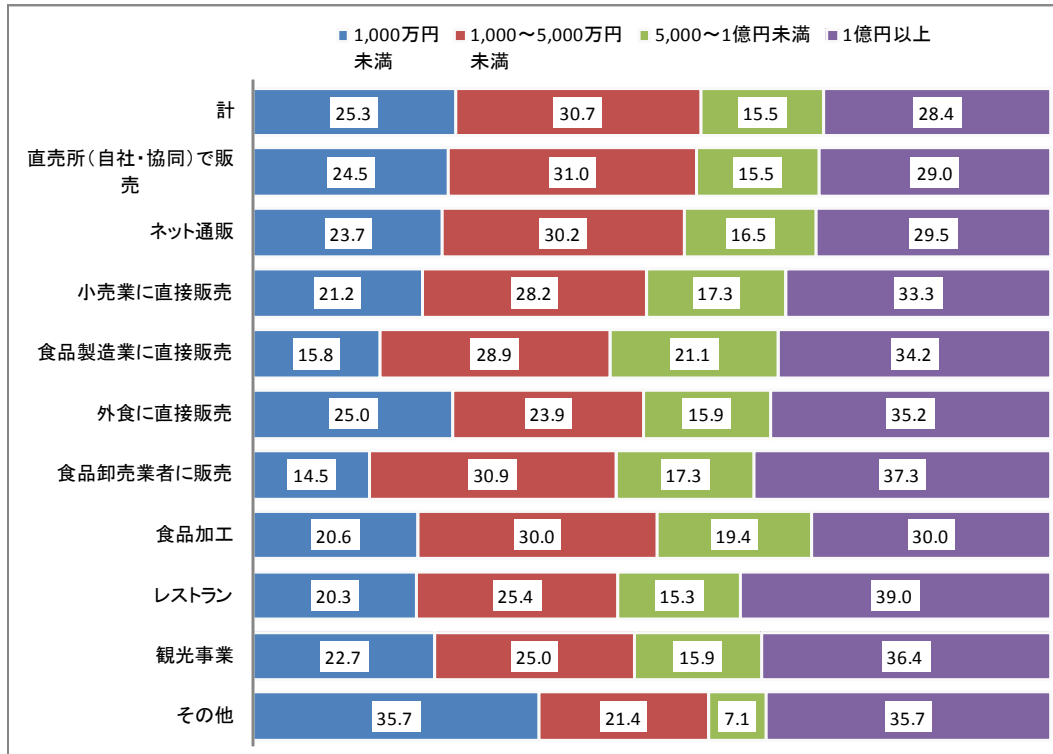


表3-4 農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別にみた売上高

	回答数 社	計 %	1,000万円 未満	1,000~ 5,000万円 未満	5,000~1億 円未満	1億円以上
			%	%	%	%
計	387	100.0	25.3	30.7	15.5	28.4
直売所(自社・協同)で販売	200	100.0	24.5	31.0	15.5	29.0
ネット通販	139	100.0	23.7	30.2	16.5	29.5
小売業に直接販売	156	100.0	21.2	28.2	17.3	33.3
食品製造業に直接販売	76	100.0	15.8	28.9	21.1	34.2
外食に直接販売	88	100.0	25.0	23.9	15.9	35.2
食品卸売業者に販売	110	100.0	14.5	30.9	17.3	37.3
食品加工	170	100.0	20.6	30.0	19.4	30.0
レストラン	59	100.0	20.3	25.4	15.3	39.0
観光事業	44	100.0	22.7	25.0	15.9	36.4
その他	28	100.0	35.7	21.4	7.1	35.7

(4) 農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別にみた収益性

農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別に収益性をみると、食品卸売業者への販売が黒字となる事業者が最も多くなっている。

図3-13 農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別にみた収益性

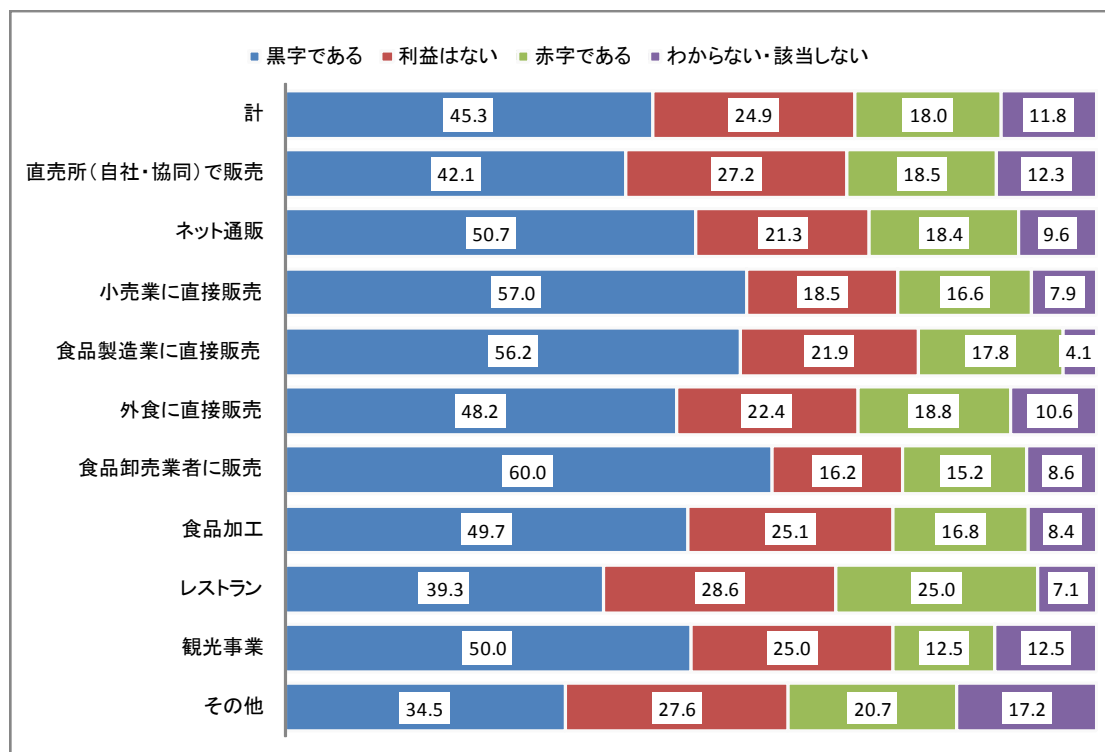


表3-5 農林漁業以外で取り組んでいる主要な業種・業態別にみた収益性

	回答数	計	黒字である	利益はない	赤字である	わからない・該当しない
			%	%	%	%
計	373	100.0	45.3	24.9	18.0	11.8
直売所(自社・協同)で販売	195	100.0	42.1	27.2	18.5	12.3
ネット通販	136	100.0	50.7	21.3	18.4	9.6
小売業に直接販売	151	100.0	57.0	18.5	16.6	7.9
食品製造業に直接販売	73	100.0	56.2	21.9	17.8	4.1
外食に直接販売	85	100.0	48.2	22.4	18.8	10.6
食品卸売業者に販売	105	100.0	60.0	16.2	15.2	8.6
食品加工	167	100.0	49.7	25.1	16.8	8.4
レストラン	56	100.0	39.3	28.6	25.0	7.1
観光事業	40	100.0	50.0	25.0	12.5	12.5
その他	29	100.0	34.5	27.6	20.7	17.2

(5) 農林漁業者が展開する事業領域

6次産業化認定事業者のビジネスモデルは、「直売所（自社・協同で）で販売」、「食品加工」、「小売業に直接販売」、「ネット通販」の順が多い。

表3-6 農林漁業者が展開する事業領域

	回答数	直売所 (自社・協同)で 販売	ネット通 販	小売業 に直接 販売	食品製 造業に 直接販 売	外食に 直接販 売	食品卸 売業者 に販売	食品加 工	レスト ラン	観光事 業	その他
	社	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
計	558	56.5	36.7	38.7	18.1	21.3	26.2	44.1	14.3	12.9	7.0
稲作・麦作	102	60.8	33.3	34.3	18.6	14.7	21.6	44.1	13.7	8.8	5.9
野菜	157	54.1	28.7	38.2	21.7	25.5	29.9	42.0	8.9	10.8	9.6
果樹	110	59.1	51.8	40.9	16.4	11.8	26.4	41.8	10.0	19.1	2.7
酪農	19	57.9	42.1	57.9	26.3	42.1	31.6	42.1	42.1	31.6	10.5
肉牛	13	53.8	30.8	23.1	0.0	23.1	15.4	53.8	7.7	7.7	0.0
養豚	20	60.0	40.0	25.0	20.0	35.0	25.0	55.0	40.0	10.0	10.0
鶏卵	22	86.4	40.9	50.0	18.2	36.4	31.8	50.0	36.4	18.2	9.1
ブロイラー・ 地鶏	12	50.0	25.0	50.0	8.3	25.0	25.0	25.0	25.0	8.3	8.3
水産物	21	28.6	19.0	23.8	4.8	33.3	28.6	47.6	19.0	4.8	4.8
林産物	12	41.7	41.7	66.7	25.0	16.7	41.7	50.0	16.7	0.0	8.3
花き	13	69.2	46.2	7.7	15.4	7.7	0.0	38.5	7.7	30.8	7.7
その他	57	49.1	38.6	45.6	17.5	21.1	24.6	49.1	10.5	10.5	8.8

(6) 法人等の形態

6次産業化認定事業者における組織形態については、「農業生産法人」が最も多い。また、「その他」には農協や協同組合も多く見受けられる。

業種別では、稲作・麦作や野菜の半数以上が「農業生産法人」である。

図3-14 法人等の形態

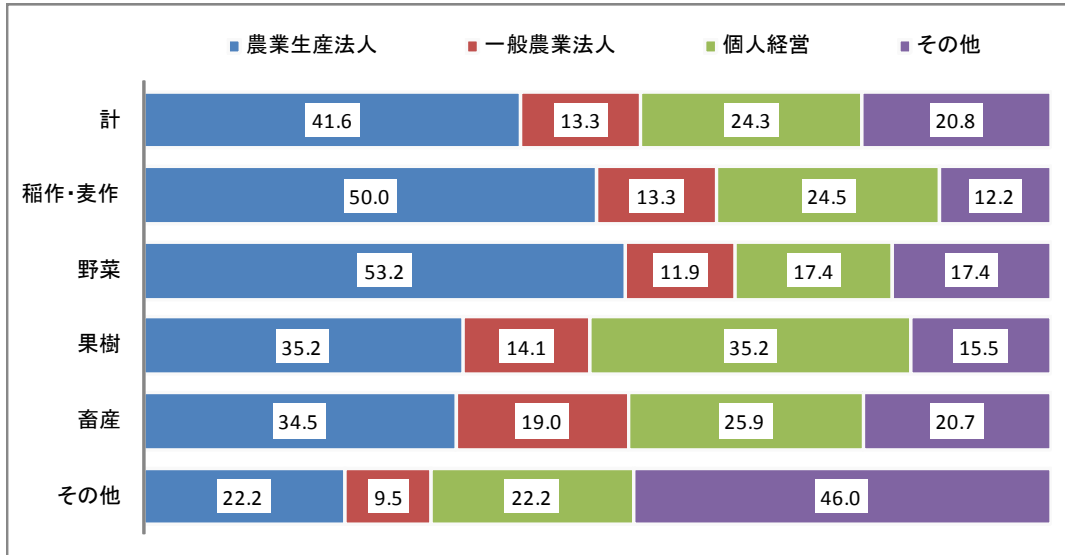


表3-7 法人等の形態

	回答数	計	農業生産法人	一般農業法人	個人経営	その他	
			社	%	%	%	%
計	399	100.0					
業種	稲作・麦作	98	100.0	50.0	13.3	24.5	12.2
	野菜	109	100.0	53.2	11.9	17.4	17.4
	果樹	71	100.0	35.2	14.1	35.2	15.5
	畜産	58	100.0	34.5	19.0	25.9	20.7
	その他	63	100.0	22.2	9.5	22.2	46.0
売上高	1,000万円未満	99	100.0	32.3	5.1	39.4	23.2
	1,000～5,000万円未満	123	100.0	38.2	17.1	34.1	10.6
	5,000万円～1億円未満	60	100.0	51.7	25.0	11.7	11.7
	1億円以上	111	100.0	50.5	9.0	8.1	32.4
収益性	黒字である	171	100.0	43.3	13.5	25.1	18.1
	利益はない	94	100.0	40.4	16.0	23.4	20.2
	赤字である	68	100.0	39.7	16.2	13.2	30.9
	わからない	45	100.0	33.3	8.9	40.0	17.8

注: 売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

また、6次産業化認定事業者における法人の形態については、「株式会社」が最も多く半数近い。

業種別では、野菜、果樹の6割近くが「株式会社」である。

図3-15 法人の形態

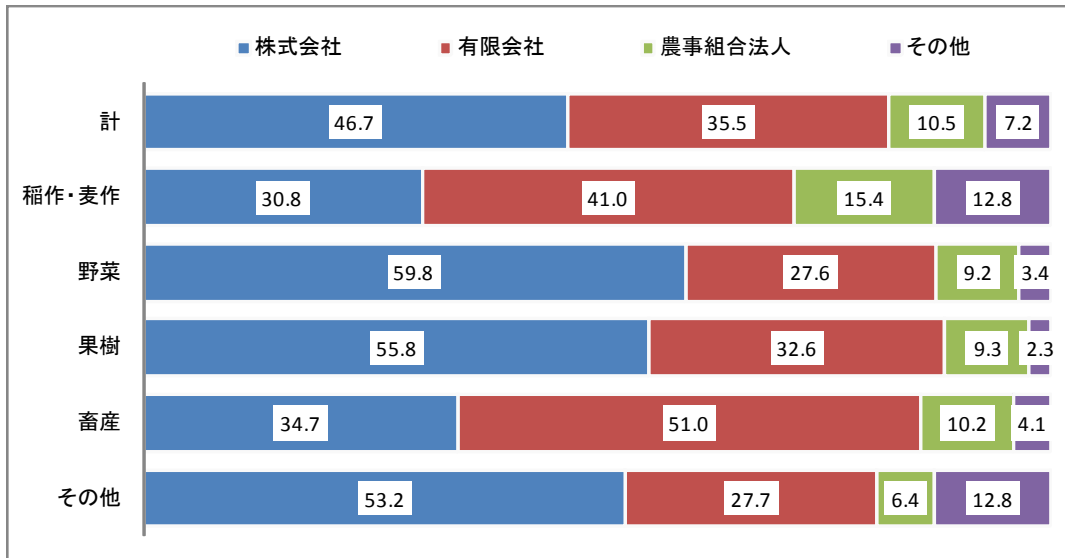


表3-8 法人の形態

	回答数	計	株式会社	有限会社	農事組合法人	その他	
			社	%	%	%	%
計	304	100.0	46.7	35.5	10.5	7.2	
業種	稲作・麦作	78	100.0	30.8	41.0	15.4	12.8
	野菜	87	100.0	59.8	27.6	9.2	3.4
	果樹	43	100.0	55.8	32.6	9.3	2.3
	畜産	49	100.0	34.7	51.0	10.2	4.1
	その他	47	100.0	53.2	27.7	6.4	12.8
売上高	1,000万円未満	58	100.0	65.5	15.5	10.3	8.6
	1,000～5,000万円未満	81	100.0	53.1	23.5	13.6	9.9
	5,000万円～1億円未満	56	100.0	30.4	51.8	14.3	3.6
	1億円以上	104	100.0	38.5	49.0	5.8	6.7
収益性	黒字である	126	100.0	46.8	39.7	9.5	4.0
	利益はない	75	100.0	44.0	32.0	12.0	12.0
	赤字である	59	100.0	57.6	27.1	10.2	5.1
	わからない	27	100.0	44.4	33.3	11.1	11.1

注：売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(7) 前年度（前期）の売上高（販売額）

前年度（前期）の売上高（販売額）については、「1,000万円未満」が25%となっており、「1,000～5,000万円未満」の31%を加えると、6割近い事業者では5,000万円未満となっている。業種別では、果樹の7割が5,000万円未満となっており、一方、畜産では7割が5,000万円以上となっており、そのうち半数を上回る53%が1億円以上である。

図3-16 前年度（前期）の売上高（販売額）

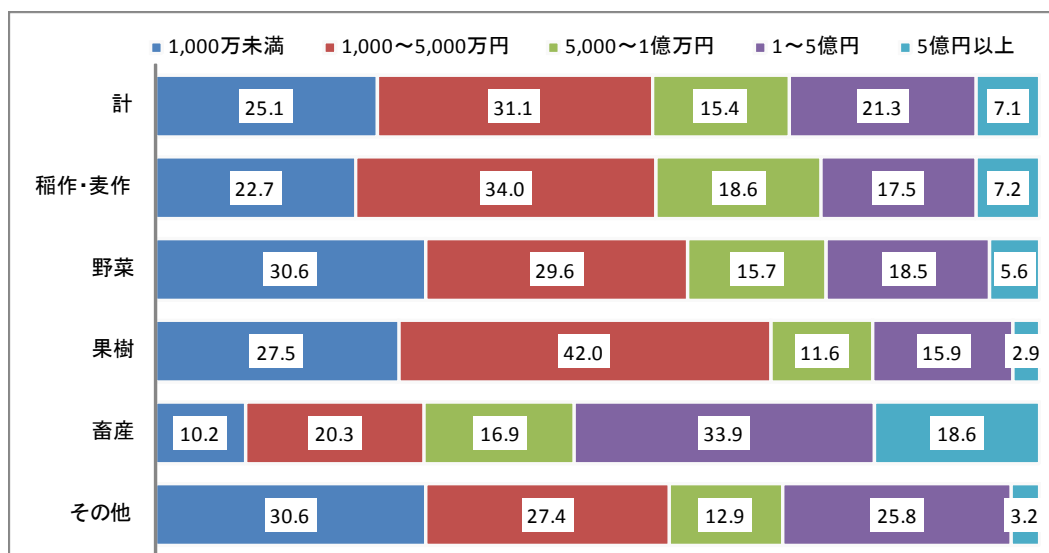


表3-9 前年度（前期）の売上高（販売額）

	回答数	計	500万円	500万円	1,000万円	3,000万円	5,000万円	1億円	5億円	10億円	
			未満	以上～	以上～	以上～	以上～	以上	以上		
	社	%	%	1,000万円	3,000万円	5,000万円	1億円	5億円	10億円	以上	
			%	未満	未満	未満	未満	未満	未満	以上	
計	395	100.0	13.7	11.4	21.8	9.4	15.4	21.3	4.1	3.0	
業種	稲作・麦作	97	100.0	13.4	9.3	24.7	9.3	18.6	17.5	3.1	4.1
	野菜	108	100.0	13.9	16.7	23.1	6.5	15.7	18.5	3.7	1.9
	果樹	69	100.0	15.9	11.6	30.4	11.6	11.6	15.9	1.4	1.4
	畜産	59	100.0	10.2	0.0	10.2	10.2	16.9	33.9	11.9	6.8
	その他	62	100.0	14.5	16.1	16.1	11.3	12.9	25.8	1.6	1.6
収益性	黒字である	169	100.0	8.9	10.7	19.5	10.7	17.8	26.0	4.1	2.4
	利益はない	95	100.0	15.8	14.7	21.1	11.6	15.8	14.7	2.1	4.2
	赤字である	66	100.0	24.2	7.6	24.2	4.5	15.2	15.2	7.6	1.5
	わからない	44	100.0	15.9	13.6	27.3	9.1	4.5	22.7	2.3	4.5

注:収益性のうち、無回答は除いて集計。

2 6次産業化取組の現状と課題

(1) 商品力

①他社や他産地の商品との差別性の有無

認定された事業で取り組んでいる商品について、他社や他産地の商品との差別性については、「高い差別性がある」が30%近くとなっている。また、「差別性がある」と回答した事業者も56%あり、8割を超える事業者では自らの商品に差別性があると認識している。

業種別では、畜産で「高い差別性がある」と認識しており、収益性においては黒字の事業者が「高い差別性がある」と認識していることがわかる。

図3-17 他社や他産地の商品との差別性

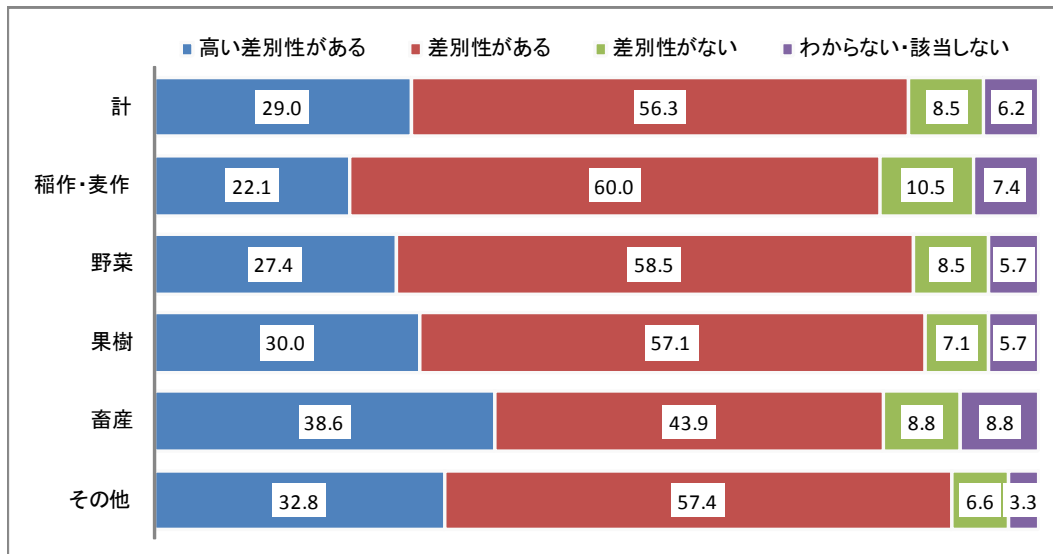


表3-10 他社や他産地の商品との差別性

	回答数	計	高い差別性	差別性がある	差別性がない	わからない・	
			社	計	がある	る	ない
			%	%	%	%	
計	389	100.0	29.0	56.3	8.5	6.2	
業種	稲作・麦作	95	100.0	22.1	60.0	10.5	7.4
	野菜	106	100.0	27.4	58.5	8.5	5.7
	果樹	70	100.0	30.0	57.1	7.1	5.7
	畜産	57	100.0	38.6	43.9	8.8	8.8
	その他	61	100.0	32.8	57.4	6.6	3.3
売上高	1,000万円未満	96	100.0	32.3	55.2	8.3	4.2
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	27.5	57.5	11.7	3.3
	5,000万円～1億円未満	58	100.0	20.7	56.9	10.3	12.1
	1億円以上	109	100.0	31.2	56.0	4.6	8.3
収益性	黒字である	171	100.0	38.0	50.3	6.4	5.3
	利益はない	93	100.0	20.4	61.3	11.8	6.5
	赤字である	68	100.0	25.0	58.8	14.7	1.5
	わからない	45	100.0	17.8	64.4	2.2	15.6

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②主な消費者の属性設定の有無

標的とする主な消費者の属性の設定について、「よく設定している」が11%あり、「設定している」の49%を加えると、6割近い事業者が設定していることが伺える。

業種別では、果樹で「よく設定している」が最も多く、売上高別では1,000万円未満の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-18 標的とする主な消費者の属性の設定

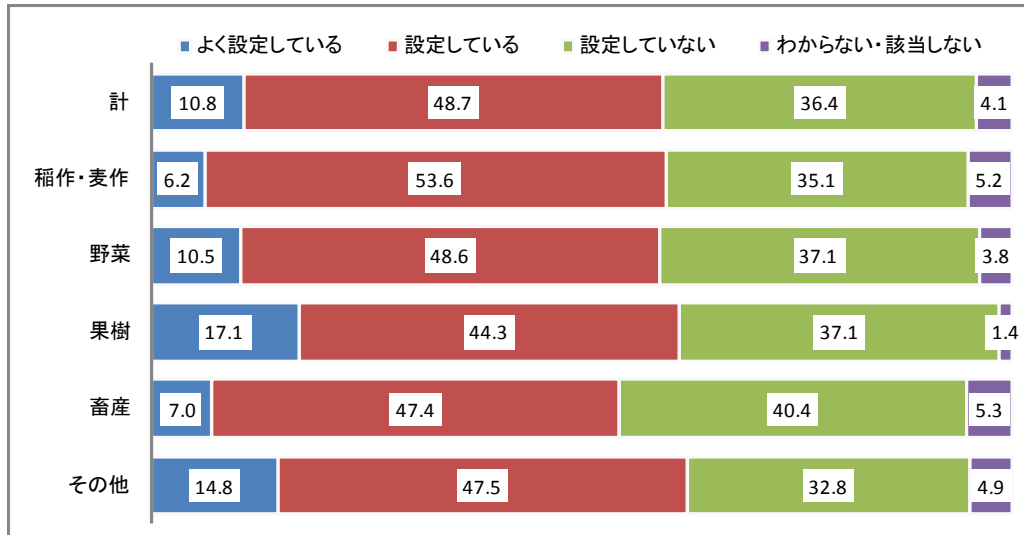


表3-11 標的とする主な消費者の属性の設定

	回答数	計	よく設定している	設定している	設定していない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	390	100.0	10.8	48.7	36.4	4.1	
業種	稲作・麦作	97	100.0	6.2	53.6	35.1	5.2
	野菜	105	100.0	10.5	48.6	37.1	3.8
	果樹	70	100.0	17.1	44.3	37.1	1.4
	畜産	57	100.0	7.0	47.4	40.4	5.3
	その他	61	100.0	14.8	47.5	32.8	4.9
売上高	1,000万円未満	97	100.0	14.4	48.5	30.9	6.2
	1,000～5,000万円未満	119	100.0	8.4	51.3	37.8	2.5
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	11.9	42.4	40.7	5.1
	1億円以上	109	100.0	8.3	50.5	37.6	3.7
収益性	黒字である	165	100.0	23.0	65.5	6.7	4.8
	利益はない	94	100.0	16.0	74.5	8.5	1.1
	赤字である	65	100.0	21.5	64.6	10.8	3.1
	わからない	45	100.0	17.8	62.2	8.9	11.1

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

③商品を通じた消費者に提案する価値設定の有無

商品を通じて消費者に提案する価値は、「よく設定している」が20%となっており、「設定している」の67%を加えると、6割近い事業者が設定していることが伺える。

業種別では、畜産で「よく設定している」が最も多く、売上高別では1億円以上の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-19 商品を通じて消費者に提案する価値の設定

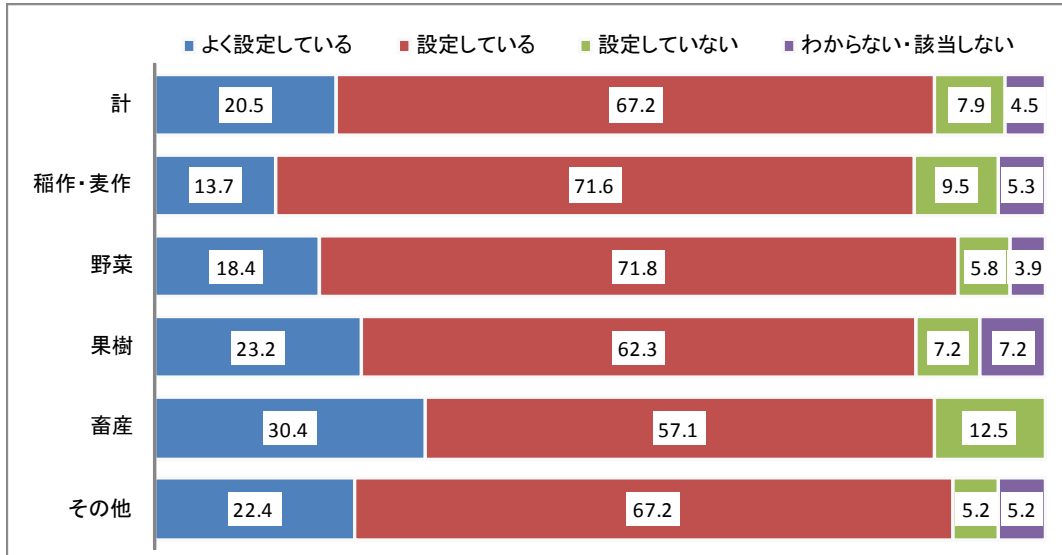


表3-12 商品を通じて消費者に提案する価値の設定

	回答数	計	よく設定している	設定している	設定していない	わからない・該当しない	
							社
計	381	100.0	20.5	67.2	7.9	4.5	
業種	稲作・麦作	95	100.0	13.7	71.6	9.5	5.3
	野菜	103	100.0	18.4	71.8	5.8	3.9
	果樹	69	100.0	23.2	62.3	7.2	7.2
	畜産	56	100.0	30.4	57.1	12.5	0.0
	その他	58	100.0	22.4	67.2	5.2	5.2
売上高	1,000万円未満	96	100.0	19.8	63.5	9.4	7.3
	1,000～5,000万円未満	118	100.0	19.5	70.3	6.8	3.4
	5,000万円～1億円未満	54	100.0	14.8	70.4	11.1	3.7
	1億円以上	107	100.0	23.4	66.4	6.5	3.7
収益性	黒字である	165	100.0	23.0	65.5	6.7	4.8
	利益はない	94	100.0	16.0	74.5	8.5	1.1
	赤字である	65	100.0	21.5	64.6	10.8	3.1
	わからない	45	100.0	17.8	62.2	8.9	11.1

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(2) 市場戦略

①商品を販売する市場設定の有無

商品を販売する市場戦略については、「よく設定している」が15%となっており、「設定している」の62%を加えると、8割近い事業者が設定していると回答している。

業種別では、畜産で「よく設定している」が最も多く、売上高別では1億円以上の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-20 商品を販売する市場の設定

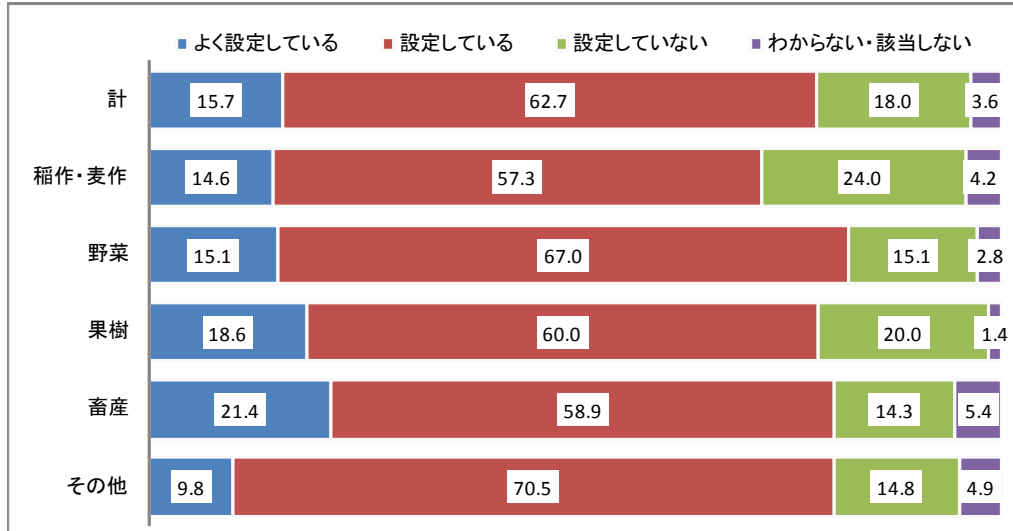


表3-13 商品を販売する市場の設定

	回答数 社	計 %	よく設定し ている	設定してい る	設定してい ない	わからない・ 該当しない	
			%	%	%	%	
計	389	100.0	15.7	62.7	18.0	3.6	
業種	稲作・麦作	96	100.0	14.6	57.3	24.0	4.2
	野菜	106	100.0	15.1	67.0	15.1	2.8
	果樹	70	100.0	18.6	60.0	20.0	1.4
	畜産	56	100.0	21.4	58.9	14.3	5.4
	その他	61	100.0	9.8	70.5	14.8	4.9
売上高	1,000万円未満	95	100.0	15.8	65.3	15.8	3.2
	1,000~5,000万円未満	120	100.0	12.5	60.0	23.3	4.2
	5,000万円~1億円未満	59	100.0	13.6	64.4	20.3	1.7
	1億円以上	109	100.0	19.3	62.4	13.8	4.6
収益性	黒字である	172	100.0	20.9	62.2	13.4	3.5
	利益はない	94	100.0	12.8	60.6	23.4	3.2
	赤字である	67	100.0	13.4	59.7	23.9	3.0
	わからない	45	100.0	4.4	75.6	13.3	6.7

注：売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②商品の市場ニーズへの合致の有無

商品の市場ニーズへの合致については、「よく合致している」が11%となっており、「合致している」の61%を加えると、7割を超える事業者が合致していると回答している。

業種別では、野菜で「よく合致している」が最も多く、売上高別では1,000万円未満の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-21 商品は市場のニーズに合致しているか

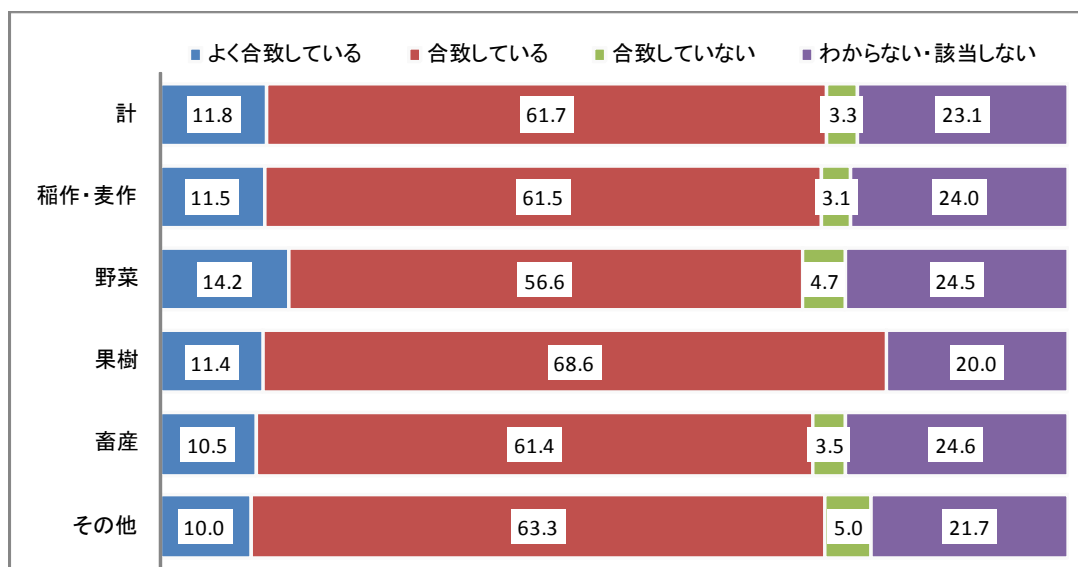


表3-14 商品は市場のニーズに合致しているか

	回答数	計	よく合致している	合致している	合致していない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	389	100.0		11.8	61.7	3.3	23.1
業種	稲作・麦作	96	100.0	11.5	61.5	3.1	24.0
	野菜	106	100.0	14.2	56.6	4.7	24.5
	果樹	70	100.0	11.4	68.6	0.0	20.0
	畜産	57	100.0	10.5	61.4	3.5	24.6
	その他	60	100.0	10.0	63.3	5.0	21.7
売上高	1,000万円未満	94	100.0	14.9	61.7	2.1	21.3
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	9.2	59.2	4.2	27.5
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	10.2	61.0	5.1	23.7
	1億円以上	110	100.0	10.9	66.4	2.7	20.0
収益性	黒字である	172	100.0	17.4	63.4	2.3	16.9
	利益はない	94	100.0	5.3	66.0	4.3	24.5
	赤字である	67	100.0	11.9	56.7	3.0	28.4
	わからない	45	100.0	2.2	55.6	4.4	37.8

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

③商品の原価計算の有無

商品の原価計算の有無については、「よく計算している」が20%となっており、「計算している」の73%を加えると、7割を超える事業者が計算していると回答している。

業種別では、果樹で「よく計算している」が最も多く、売上高別では5,000万円以上の規模層で多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-22 商品の原価計算の有無

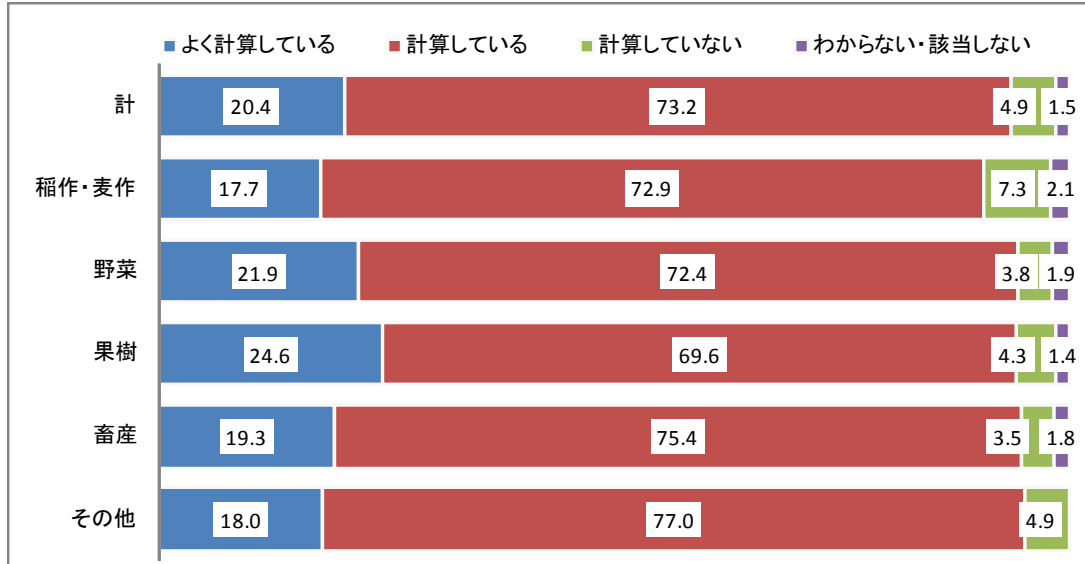


表3-15 商品の原価計算の有無

	回答数	計	よく計算している	計算している	計算していない	わからない・該当しない	
							社
計	388	100.0	20.4	73.2	4.9	1.5	
業種	稲作・麦作	96	100.0	17.7	72.9	7.3	2.1
	野菜	105	100.0	21.9	72.4	3.8	1.9
	果樹	69	100.0	24.6	69.6	4.3	1.4
	畜産	57	100.0	19.3	75.4	3.5	1.8
	その他	61	100.0	18.0	77.0	4.9	0.0
売上高	1,000万円未満	95	100.0	16.8	72.6	8.4	2.1
	1,000～5,000万円未満	118	100.0	16.9	76.3	5.1	1.7
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	23.7	72.9	3.4	0.0
	1億円以上	110	100.0	23.6	71.8	2.7	1.8
収益性	黒字である	171	100.0	32.7	63.7	3.5	0.0
	利益はない	95	100.0	10.5	83.2	6.3	0.0
	赤字である	67	100.0	16.4	82.1	0.0	1.5
	わからない	45	100.0	2.2	73.3	13.3	11.1

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

④利益の確保の有無

利益の確保については、「黒字である」が45%となっており半数近くになっている。一方、「利益はない」が25%、「赤字である」が17%となっている。

「黒字である」は業種別では果樹が最も多く、売上高別では5,000万円以上の規模層で多くなっている。一方、「利益がない」は業種別では稲作・麦作が最も多く、売上高別では1,000万円未満の規模層で最も多くなっている。また、「赤字である」は業種別では畜産が最も多く、売上高別では1,000万円未満の規模層で最も多くなっている。

図3-23 利益の確保について

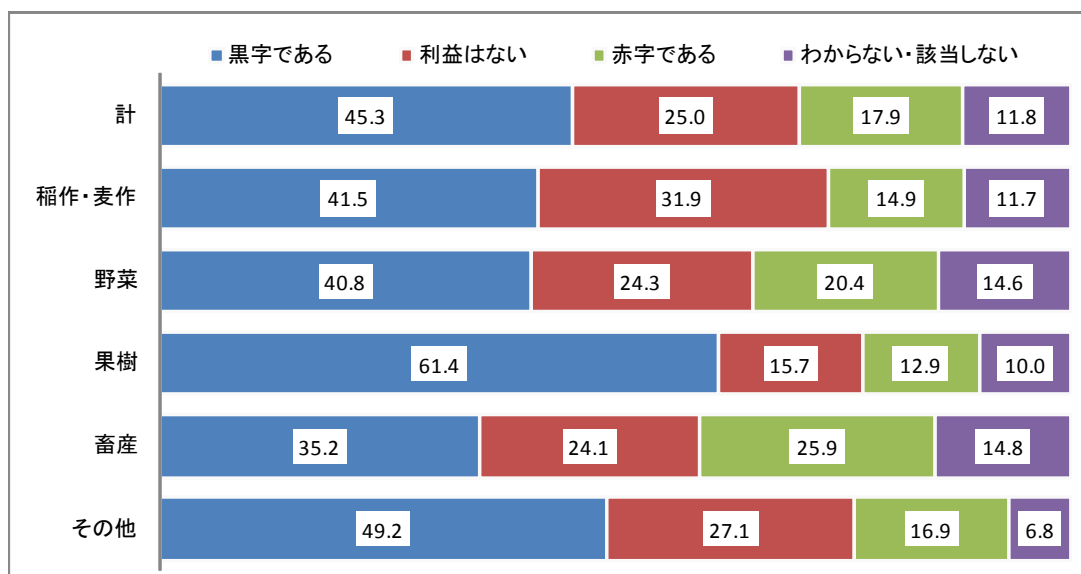


表3-16 利益の確保について

	回答数	計	黒字である	利益はない	赤字である	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	380	100.0	45.3	25.0	17.9	11.8	
業種	稲作・麦作	94	100.0	41.5	31.9	14.9	11.7
	野菜	103	100.0	40.8	24.3	20.4	14.6
	果樹	70	100.0	61.4	15.7	12.9	10.0
	畜産	54	100.0	35.2	24.1	25.9	14.8
	その他	59	100.0	49.2	27.1	16.9	6.8
売上高	1,000万円未満	96	100.0	34.4	30.2	21.9	13.5
	1,000～5,000万円未満	117	100.0	43.6	26.5	16.2	13.7
	5,000万円～1億円未満	57	100.0	52.6	26.3	17.5	3.5
	1億円以上	104	100.0	52.9	19.2	15.4	12.5

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(3) コミュニケーション

①商品価値表現の有無

商品名やパッケージなどが商品の価値を表現できているかどうかについては、「よく表現できている」が13%となっており、「表現できている」の55%を加えると、7割近い事業者が表現できていると回答している。

業種別では、果樹で「よく表現できている」が最も多く、売上高別では1億円以上の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-24 商品名やパッケージなどは商品の価値を表現できているか

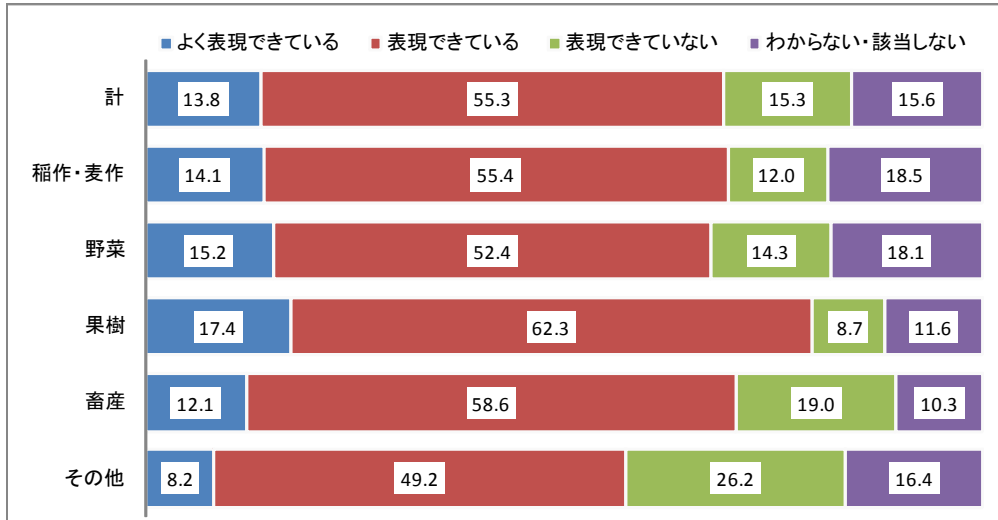


表3-17 商品名やパッケージなどは商品の価値を表現できているか

	回答数	計	よく表現できている	表現できている	表現できていない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	385	100.0	13.8	55.3	15.3	15.6	
業種	稲作・麦作	92	100.0	14.1	55.4	12.0	18.5
	野菜	105	100.0	15.2	52.4	14.3	18.1
	果樹	69	100.0	17.4	62.3	8.7	11.6
	畜産	58	100.0	12.1	58.6	19.0	10.3
	その他	61	100.0	8.2	49.2	26.2	16.4
売上高	1,000万円未満	95	100.0	11.6	56.8	14.7	16.8
	1,000～5,000万円未満	116	100.0	13.8	49.1	16.4	20.7
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	13.6	55.9	15.3	15.3
	1億円以上	109	100.0	14.7	61.5	15.6	8.3
収益性	黒字である	169	100.0	18.3	60.4	12.4	8.9
	利益はない	94	100.0	12.8	58.5	17.0	11.7
	赤字である	68	100.0	5.9	52.9	19.1	22.1
	わからない	44	100.0	9.1	34.1	15.9	40.9

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②顧客の視点による販売促進方法の設定の有無

販売促進の方法が顧客の視点で設定しているかどうかについては、「よく設定している」が9%となっており、「設定している」の62%を加えると、7割を超える事業者が設定していると回答している。

業種別では、畜産で「よく設定している」が最も多く、売上高別では1億円以上の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-25 販売促進の方法は、顧客の視点で設定しているか

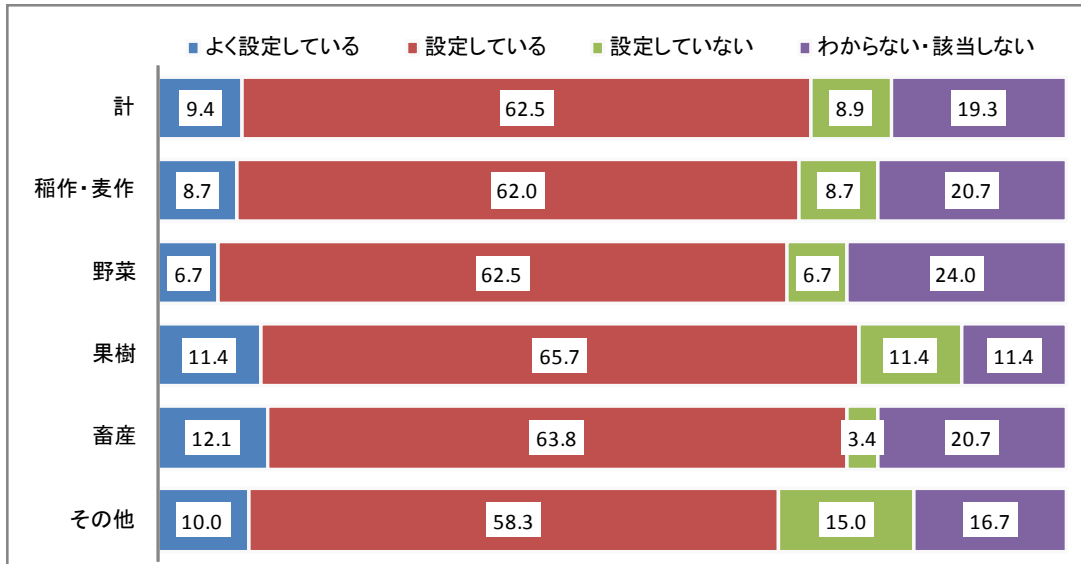


表3-18 販売促進の方法は、顧客の視点で設定しているか

	回答数	計	よく設定している	設定している	設定していない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	384	100.0					
業種	稲作・麦作	92	100.0	8.7	62.0	8.7	20.7
	野菜	104	100.0	6.7	62.5	6.7	24.0
	果樹	70	100.0	11.4	65.7	11.4	11.4
	畜産	58	100.0	12.1	63.8	3.4	20.7
	その他	60	100.0	10.0	58.3	15.0	16.7
売上高	1,000万円未満	94	100.0	7.4	64.9	10.6	17.0
	1,000～5,000万円未満	117	100.0	6.8	61.5	10.3	21.4
	5,000万円～1億円未満	58	100.0	8.6	65.5	8.6	17.2
	1億円以上	109	100.0	12.8	60.6	5.5	21.1
収益性	黒字である	168	100.0	14.3	67.3	8.3	10.1
	利益はない	95	100.0	3.2	64.2	13.7	18.9
	赤字である	68	100.0	7.4	61.8	7.4	23.5
	わからない	44	100.0	9.1	43.2	2.3	45.5

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

③商品の情報発信の有無

ホームページなどにより商品の情報を発信しているかどうかについては、「よく発信している」が12%となっており、「発信している」の55%を加えると、7割近い事業者が発信していると回答している。

業種別では、果樹で「よく発信している」が最も多く、売上高別では5,000万円～1億円未満の規模層で最も多く、収益性においては黒字の事業者が最も多くなっている。

図3-26 ホームページなどにより、商品の情報を発信しているか

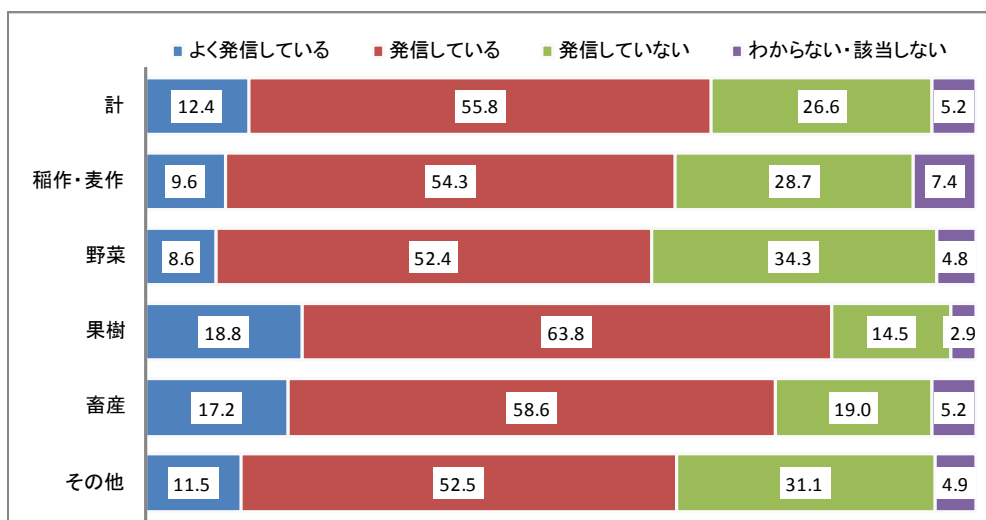


表3-19 ホームページなどにより、商品の情報を発信しているか

	回答数	計	よく発信している	発信している	発信していない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	387	100.0	12.4	55.8	26.6	5.2	
業種	稲作・麦作	94	100.0	9.6	54.3	28.7	7.4
	野菜	105	100.0	8.6	52.4	34.3	4.8
	果樹	69	100.0	18.8	63.8	14.5	2.9
	畜産	58	100.0	17.2	58.6	19.0	5.2
	その他	61	100.0	11.5	52.5	31.1	4.9
売上高	1,000万円未満	94	100.0	11.7	52.1	29.8	6.4
	1,000～5,000万円未満	119	100.0	10.1	54.6	30.3	5.0
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	15.3	59.3	23.7	1.7
	1億円以上	109	100.0	12.8	58.7	22.0	6.4
収益性	黒字である	170	100.0	15.3	58.2	25.3	1.2
	利益はない	95	100.0	9.5	58.9	30.5	1.1
	赤字である	68	100.0	13.2	57.4	25.0	4.4
	わからない	43	100.0	9.3	32.6	27.9	30.2

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(4) 生産製造のこだわり

①原料の生産者、産地のこだわりの有無

原料の生産者、産地のこだわりについては、「強いこだわりがある」が57%となっており、6割近い事業者が生産活動において強いこだわりをもっている姿勢が伺える。

業種別では、その他で「強いこだわりがある」が最も多く、売上高別では1,000～5,000万円未満の規模層で最も多く、収益性においてはわからないが最も多くなっている。

図3-27 原料の生産者、産地のこだわり

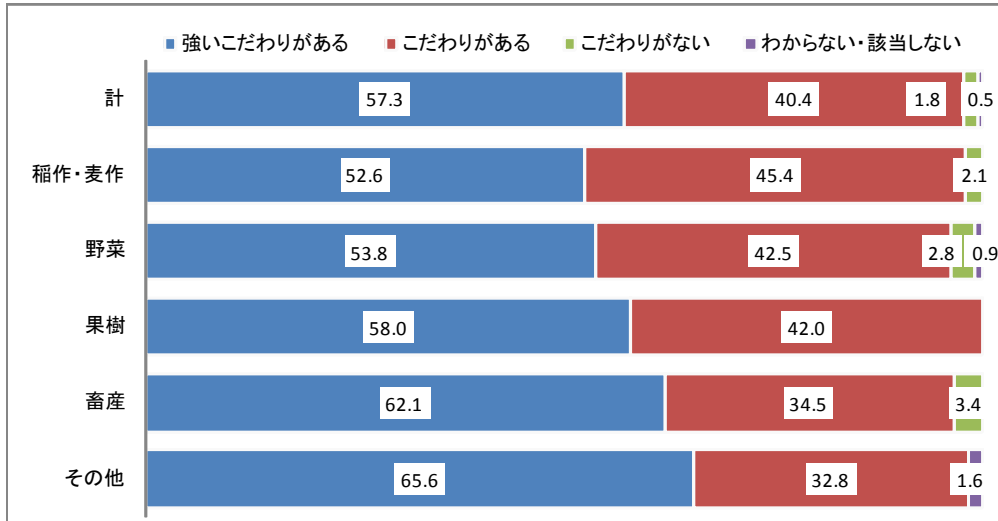


表3-20 原料の生産者、産地のこだわり

	回答数	計	強いこだわりがある	こだわりがある	こだわりがない	わからない・該当しない	
							社
計	391	100.0	57.3	40.4	1.8	0.5	
業種	稲作・麦作	97	100.0	52.6	45.4	2.1	0.0
	野菜	106	100.0	53.8	42.5	2.8	0.9
	果樹	69	100.0	58.0	42.0	0.0	0.0
	畜産	58	100.0	62.1	34.5	3.4	0.0
	その他	61	100.0	65.6	32.8	0.0	1.6
売上高	1,000万円未満	97	100.0	56.7	41.2	1.0	1.0
	1,000～5,000万円未満	119	100.0	59.7	39.5	0.8	0.0
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	57.6	40.7	1.7	0.0
	1億円以上	110	100.0	54.5	40.9	3.6	0.9
収益性	黒字である	172	100.0	64.0	33.7	1.2	1.2
	利益はない	95	100.0	46.3	52.6	1.1	0.0
	赤字である	67	100.0	50.7	44.8	4.5	0.0
	わからない	45	100.0	64.4	33.3	2.2	0.0

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②原料の栽培方法、品質のこだわりの有無

原料の栽培方法、品質のこだわりについては、「強いこだわりがある」が47%となっており、半数近い事業者が生産活動において栽培方法や品質に強いこだわりをもっている。

業種別では、その他で「強いこだわりがある」が最も多く、売上高別では1,000万円未満の規模層で最も多く、収益性においてはわからないが最も多くなっている。

図3-28 原料の栽培方法、品質のこだわり

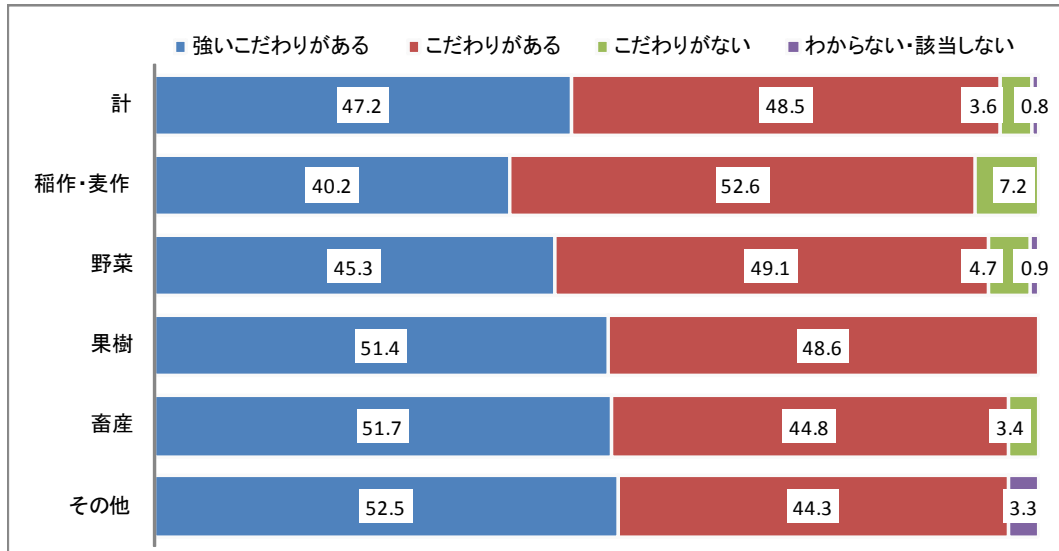


表3-21 原料の栽培方法、品質のこだわり

	回答数	計	強いこだわりがある	こだわりがある	こだわりがない	わからない・該当しない	
							社
計	392	100.0	47.2	48.5	3.6	0.8	
業種	稲作・麦作	97	100.0	40.2	52.6	7.2	0.0
	野菜	106	100.0	45.3	49.1	4.7	0.9
	果樹	70	100.0	51.4	48.6	0.0	0.0
	畜産	58	100.0	51.7	44.8	3.4	0.0
	その他	61	100.0	52.5	44.3	0.0	3.3
売上高	1,000万円未満	97	100.0	52.6	41.2	4.1	2.1
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	50.8	47.5	1.7	0.0
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	45.8	47.5	6.8	0.0
	1億円以上	110	100.0	39.1	57.3	2.7	0.9
収益性	黒字である	172	100.0	55.2	41.3	2.9	0.6
	利益はない	95	100.0	30.5	67.4	1.1	1.1
	赤字である	68	100.0	39.7	51.5	8.8	0.0
	わからない	45	100.0	57.8	35.6	4.4	2.2

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

③商品、原料の歴史、文化のこだわりの有無

商品、原料の歴史、文化のこだわりについては、「強いこだわりがある」が24%となっており、「こだわりがある」の51%を加えると、7割を超える事業者が商品、原料の歴史、文化にこだわりをもっている。

業種別では、その他で「強いこだわりがある」が最も多く、一方、稲作・麦作及び野菜では比較的少なくなっている。売上高別では5,000万円～1億円未満の規模層で「強いこだわりがある」が最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-29 商品、原料の歴史、文化のこだわり

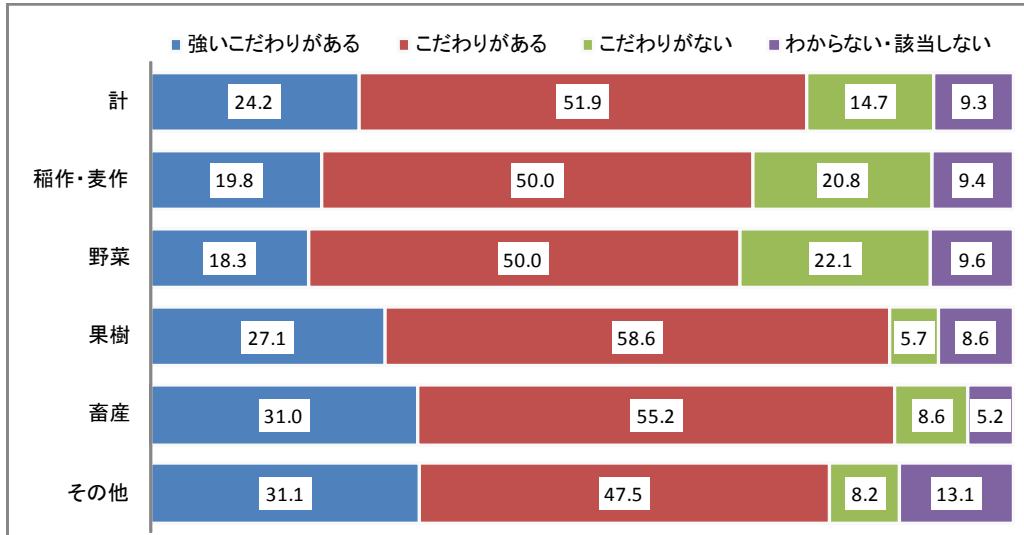


表3-22 商品、原料の歴史、文化のこだわり

	回答数	計	強いこだわり	こだわりがあ	こだわりがな	わからない・	
			がある	る	い	該当しない	
	社	%	%	%	%	%	
計	389	100.0	24.2	51.9	14.7	9.3	
業種	稲作・麦作	96	100.0	19.8	50.0	20.8	9.4
	野菜	104	100.0	18.3	50.0	22.1	9.6
	果樹	70	100.0	27.1	58.6	5.7	8.6
	畜産	58	100.0	31.0	55.2	8.6	5.2
	その他	61	100.0	31.1	47.5	8.2	13.1
売上高	1,000万円未満	96	100.0	27.1	45.8	14.6	12.5
	1,000～5,000万円未満	119	100.0	20.2	55.5	14.3	10.1
	5,000万円～1億円未満	58	100.0	27.6	48.3	15.5	8.6
	1億円以上	110	100.0	23.6	55.5	14.5	6.4
収益性	黒字である	171	100.0	31.6	47.4	13.5	7.6
	利益はない	95	100.0	15.8	57.9	18.9	7.4
	赤字である	68	100.0	19.1	54.4	13.2	13.2
	わからない	45	100.0	22.2	51.1	15.6	11.1

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

④商品の製法、調理法のこだわりの有無

商品の製法、調理法のこだわりについては、「強いこだわりがある」が27%となっており、「こだわりがある」の54%を加えると、8割を超える事業者が商品の製法、調理法にこだわりをもっている姿勢が伺える。

業種別では、畜産で「強いこだわりがある」が最も多く、売上高別では5,000万円～1億円未満の規模層で最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-30 商品の製法、調理法のこだわり

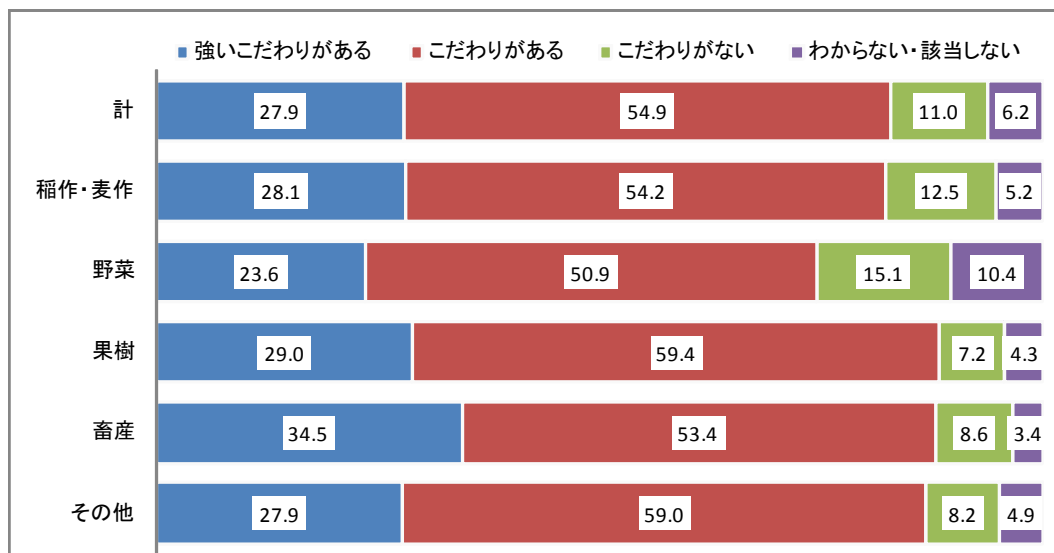


表3-23 商品の製法、調理法のこだわり

	回答数	計	強いこだわりがある	こだわりがある	こだわりがない	わからない・該当しない	
							社
計	390	100.0	27.9	54.9	11.0	6.2	
業種	稲作・麦作	96	100.0	28.1	54.2	12.5	5.2
	野菜	106	100.0	23.6	50.9	15.1	10.4
	果樹	69	100.0	29.0	59.4	7.2	4.3
	畜産	58	100.0	34.5	53.4	8.6	3.4
	その他	61	100.0	27.9	59.0	8.2	4.9
売上高	1,000万円未満	96	100.0	29.2	49.0	10.4	11.5
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	22.5	59.2	14.2	4.2
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	33.9	49.2	11.9	5.1
	1億円以上	109	100.0	28.4	59.6	7.3	4.6
収益性	黒字である	171	100.0	33.3	54.4	9.4	2.9
	利益はない	95	100.0	22.1	60.0	13.7	4.2
	赤字である	68	100.0	22.1	54.4	13.2	10.3
	わからない	45	100.0	26.7	48.9	8.9	15.6

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

⑤商品の安全性、衛生管理のこだわりの有無

商品の安全性、衛生管理のこだわりについては、「強いこだわりがある」が29%となっており、「こだわりがある」の59%を加えると、9割近い事業者が商品の安全性、衛生管理にこだわりをもっている姿勢が伺える。

業種別では、果樹で「強いこだわりがある」が最も多く、売上高別では5,000万円～1億円未満の規模層で最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-31 商品の安全性、衛生管理のこだわり

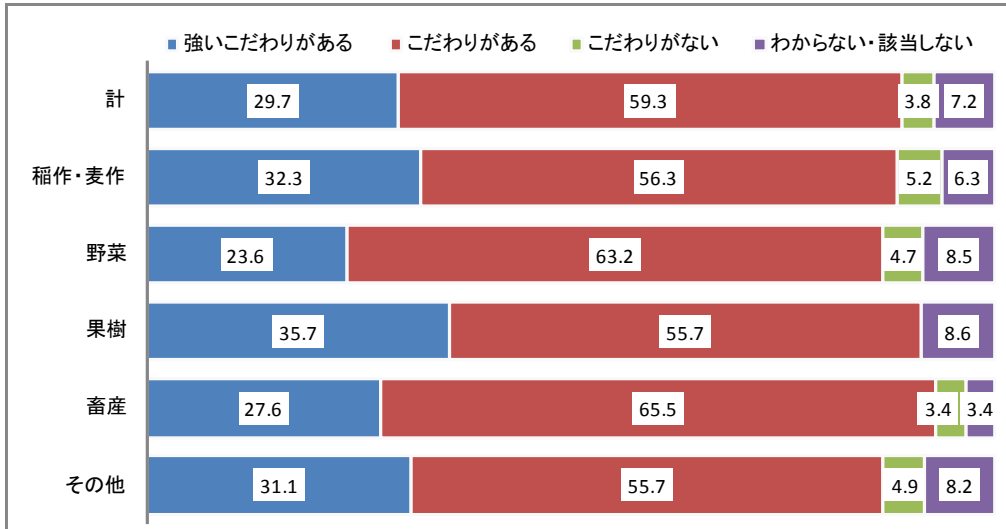


表3-24 商品の安全性、衛生管理のこだわり

	回答数	計	強いこだわりがある	こだわりがある	こだわりがない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	391	100.0	29.7	59.3	3.8	7.2	
業種	稲作・麦作	96	100.0	32.3	56.3	5.2	6.3
	野菜	106	100.0	23.6	63.2	4.7	8.5
	果樹	70	100.0	35.7	55.7	0.0	8.6
	畜産	58	100.0	27.6	65.5	3.4	3.4
	その他	61	100.0	31.1	55.7	4.9	8.2
売上高	1,000万円未満	96	100.0	35.4	56.3	1.0	7.3
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	20.8	66.7	5.0	7.5
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	35.6	52.5	8.5	3.4
	1億円以上	110	100.0	30.9	58.2	1.8	9.1
収益性	黒字である	172	100.0	37.2	57.6	1.2	4.1
	利益はない	95	100.0	20.0	70.5	2.1	7.4
	赤字である	68	100.0	26.5	54.4	14.7	4.4
	わからない	45	100.0	24.4	51.1	2.2	22.2

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(5) ビジネスモデルの構築

①原料生産、加工、販売までのしくみの効率性

原料の生産から加工、販売までのしくみについては、「とても効率的である」が8%に留まっているものの、「効率的である」の46%を加えると、半数を超える事業者が原料の生産から加工、販売までのしくみが効率的であると認識している。一方、効率的でない事業者も3割以上となっており、販売面において苦慮している現状が見受けられる。

業種別では、畜産で「とても効率的である」が最も多く、売上高別では5,000万円～1億円未満の規模層で最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-32 原料の生産から加工、販売までのしくみは効率的か

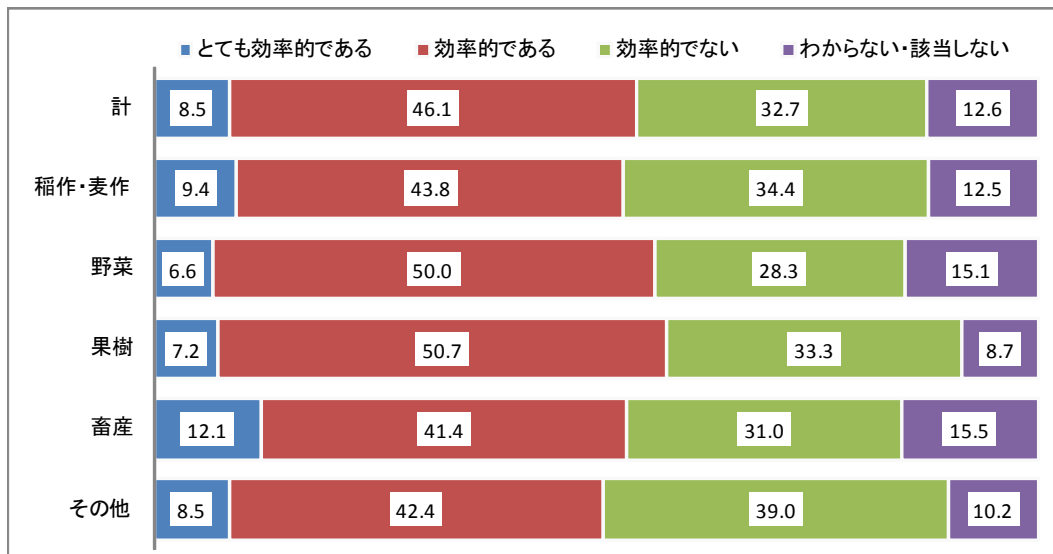


表3-25 原料の生産から加工、販売までのしくみは効率的か

	回答数	計	とても効率的である	効率的である	効率的でない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	388	100.0		8.5	46.1	32.7	12.6
業種	稲作・麦作	96	100.0	9.4	43.8	34.4	12.5
	野菜	106	100.0	6.6	50.0	28.3	15.1
	果樹	69	100.0	7.2	50.7	33.3	8.7
	畜産	58	100.0	12.1	41.4	31.0	15.5
	その他	59	100.0	8.5	42.4	39.0	10.2
売上高	1,000万円未満	96	100.0	5.2	44.8	35.4	14.6
	1,000～5,000万円未満	119	100.0	7.6	41.2	35.3	16.0
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	15.3	45.8	32.2	6.8
	1億円以上	108	100.0	8.3	52.8	28.7	10.2
収益性	黒字である	168	100.0	12.5	53.0	25.6	8.9
	利益はない	95	100.0	5.3	43.2	40.0	11.6
	赤字である	67	100.0	7.5	32.8	50.7	9.0
	わからない	45	100.0	0.0	44.4	22.2	33.3

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②販売先との連携の有無

商品企画、販売促進、品質・衛生管理など販売先との連携については、「よく連携している」が11%となっており、「連携している」の54%を加えると、6割を超える事業者が販売先と連携していると認識している。一方、連携していない事業者も2割となっている。

業種別では、畜産で「よく連携している」が最も多く、売上高別では1億円以上の規模層で最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-33 販売先との連携（商品企画、販売促進、品質・衛生管理など）

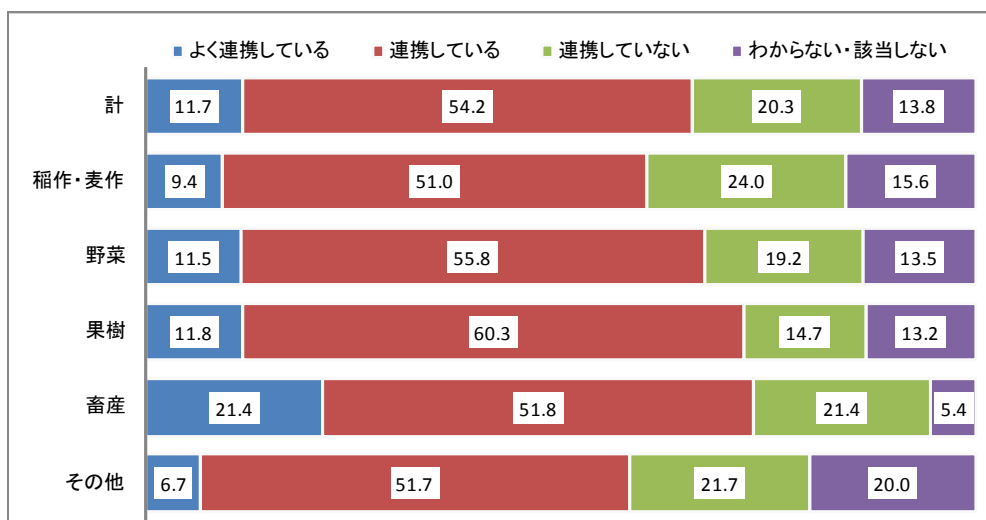


表3-26 販売先との連携（商品企画、販売促進、品質・衛生管理など）

	回答数	計	よく連携している	連携している	連携していない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	384	100.0	11.7	54.2	20.3	13.8	
業種	稲作・麦作	96	100.0	9.4	51.0	24.0	15.6
	野菜	104	100.0	11.5	55.8	19.2	13.5
	果樹	68	100.0	11.8	60.3	14.7	13.2
	畜産	56	100.0	21.4	51.8	21.4	5.4
	その他	60	100.0	6.7	51.7	21.7	20.0
売上高	1,000万円未満	95	100.0	9.5	48.4	23.2	18.9
	1,000～5,000万円未満	117	100.0	11.1	54.7	20.5	13.7
	5,000万円～1億円未満	58	100.0	10.3	53.4	24.1	12.1
	1億円以上	108	100.0	13.9	58.3	16.7	11.1
収益性	黒字である	156	100.0	15.4	58.3	5.8	20.5
	利益はない	88	100.0	9.1	48.9	11.4	30.7
	赤字である	66	100.0	7.6	53.0	10.6	28.8
	わからない	45	100.0	6.7	35.6	4.4	53.3

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

③商品の市場での競争力の有無

商品の市場での競争力については、「強い競争力がある」が11%となっており、「競争力がある」の52%を加えると、6割を超える事業者が市場における商品の競争力を認識している。

業種別では、畜産で「強い競争力がある」が最も多く、売上高別では1億円以上の規模層で最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-34 商品の市場での競争力

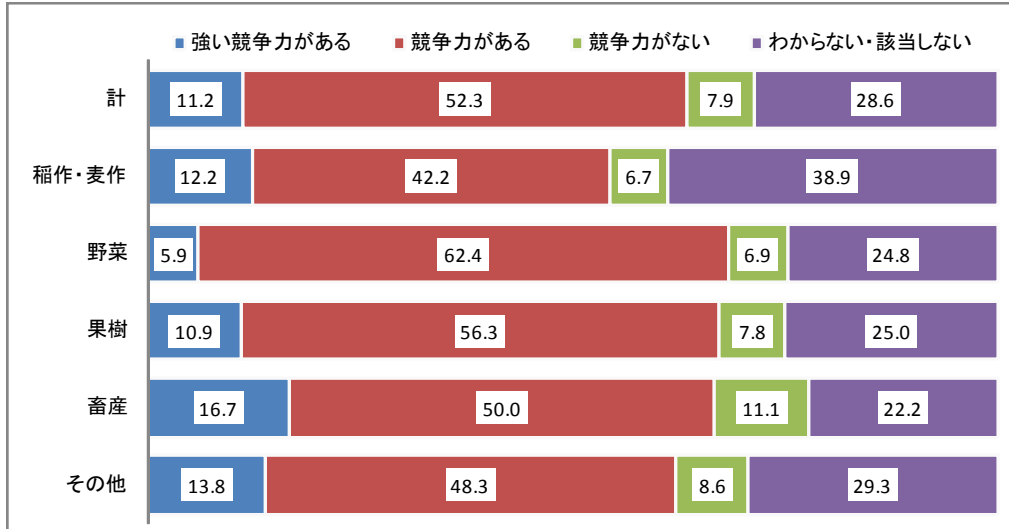


表3-27 商品の市場での競争力

	回答数	計	強い競争力	競争力がある	競争力がない	わからない・	
			がある	る	い	該当しない	
	社	%	%	%	%	%	
計	367	100.0	11.2	52.3	7.9	28.6	
業種	稲作・麦作	90	100.0	12.2	42.2	6.7	38.9
	野菜	101	100.0	5.9	62.4	6.9	24.8
	果樹	64	100.0	10.9	56.3	7.8	25.0
	畜産	54	100.0	16.7	50.0	11.1	22.2
	その他	58	100.0	13.8	48.3	8.6	29.3
売上高	1,000万円未満	91	100.0	8.8	50.5	6.6	34.1
	1,000～5,000万円未満	110	100.0	9.1	53.6	6.4	30.9
	5,000万円～1億円未満	54	100.0	11.1	61.1	7.4	20.4
	1億円以上	106	100.0	14.2	48.1	11.3	26.4
収益性	黒字である	156	100.0	15.4	58.3	5.8	20.5
	利益はない	88	100.0	9.1	48.9	11.4	30.7
	赤字である	66	100.0	7.6	53.0	10.6	28.8
	わからない	45	100.0	6.7	35.6	4.4	53.3

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(6) 成長戦略について

① 3～5年後の売上目標、事業計画の設定の有無

今後、3～5年後の売上目標及び事業計画の設定については、「よく設定している」が14%となっており、「設定している」の74%を加えると、9割近い事業者が売上目標及び事業計画を設定している。

業種別では、その他で「よく設定している」が最も多く、一方、畜産では最も少なくなっており、将来の見通しが明確にならない様子が見受けられる。

また、収益性では黒字の事業者において「よく設定している」が最も多くなっている。一方、利益のない事業者では最も少なくなっており、将来の見通しが明確にならない様子が見受けられる。

図3-35 3～5年後の売上目標、事業計画の設定

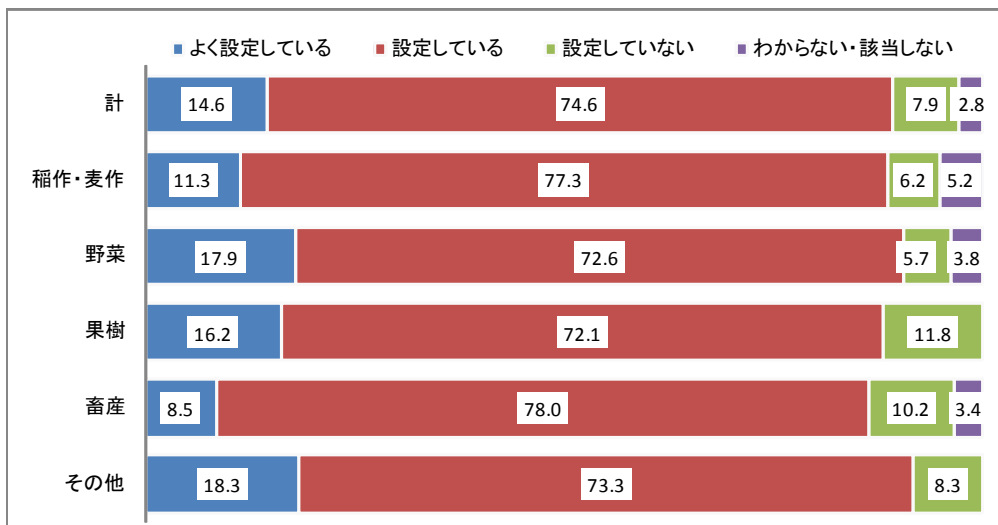


表3-28 3～5年後の売上目標、事業計画の設定

	回答数 社	計 %	よく設定し ている	設定してい る	設定してい ない	わからない・ 該当しない	
			%	%	%	%	
計	390	100.0	14.6	74.6	7.9	2.8	
業種	稲作・麦作	97	100.0	11.3	77.3	6.2	5.2
	野菜	106	100.0	17.9	72.6	5.7	3.8
	果樹	68	100.0	16.2	72.1	11.8	0.0
	畜産	59	100.0	8.5	78.0	10.2	3.4
	その他	60	100.0	18.3	73.3	8.3	0.0
売上高	1,000万円未満	96	100.0	18.8	71.9	6.3	3.1
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	15.8	70.8	10.8	2.5
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	6.8	83.1	8.5	1.7
	1億円以上	109	100.0	12.8	77.1	6.4	3.7
収益性	黒字である	169	100.0	21.3	71.0	6.5	1.2
	利益はない	94	100.0	8.5	80.9	9.6	1.1
	赤字である	68	100.0	13.2	73.5	10.3	2.9
	わからない	45	100.0	8.9	73.3	4.4	13.3

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②多角化、新規事業などの計画の有無

今後、多角化や新規事業などのビジネスモデルの計画については、「よく設定している」が14%となっており、「設定している」の64%を加えると、8割近い事業者が新たなビジネスモデルをを設定している。

業種別では、果樹で「よく設定している」が最も多く、売上高別では1,000～5,000万円未満の規模層で最も多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-36 多角化、新規事業などビジネスモデルの計画

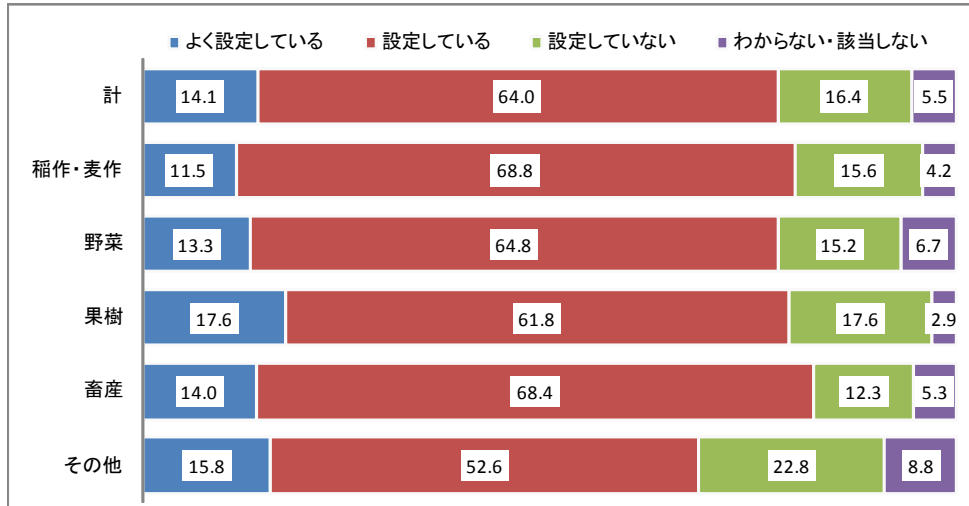


表3-29 多角化、新規事業などビジネスモデルの計画

	回答数	計	よく設定している	設定している	設定していない	わからない・該当しない	
			社	%	%	%	%
計	383	100.0	14.1	64.0	16.4	5.5	
業種	稲作・麦作	96	100.0	11.5	68.8	15.6	4.2
	野菜	105	100.0	13.3	64.8	15.2	6.7
	果樹	68	100.0	17.6	61.8	17.6	2.9
	畜産	57	100.0	14.0	68.4	12.3	5.3
	その他	57	100.0	15.8	52.6	22.8	8.8
売上高	1,000万円未満	96	100.0	13.5	56.3	24.0	6.3
	1,000～5,000万円未満	116	100.0	17.2	60.3	16.4	6.0
	5,000万円～1億円未満	57	100.0	8.8	70.2	15.8	5.3
	1億円以上	108	100.0	13.0	71.3	11.1	4.6
収益性	黒字である	168	100.0	19.6	66.1	9.5	4.8
	利益はない	92	100.0	10.9	60.9	23.9	4.3
	赤字である	66	100.0	10.6	62.1	24.2	3.0
	わからない	45	100.0	4.4	62.2	17.8	15.6

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(7) 地域連携について

①地域のブランド力の有無

6次産業化認定事業者の地域のブランド力については、「強いブランド力がある」が17%となっており、「ブランド力がある」の46%を加えると、6割を超える事業者が地域のブランド力を認識していることがわかる。

業種別では、畜産、その他で「強いブランド力がある」が多く、売上高別では5,000万円以上の規模層で多く、収益性では黒字の事業者において最も多くなっている。

図3-37 地域のブランド力

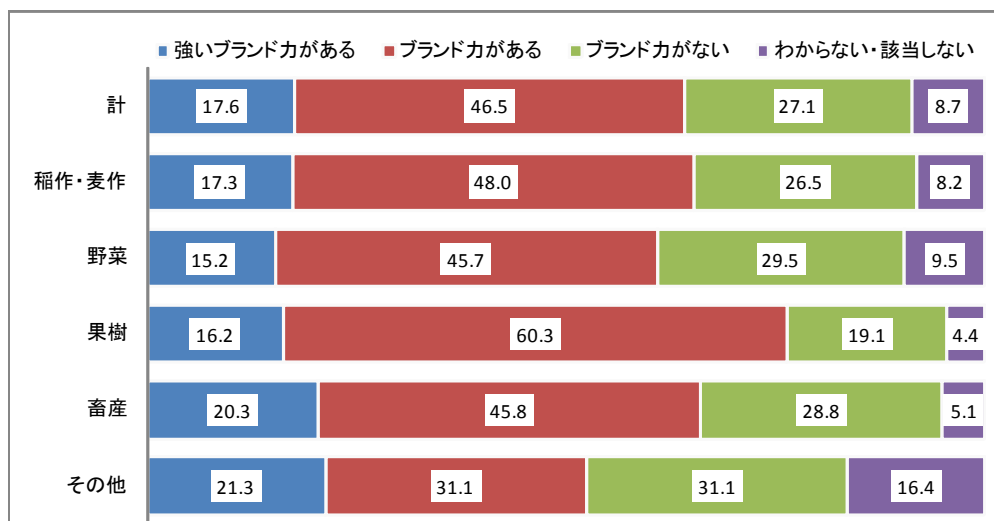


表3-30 地域のブランド力

	回答数	計	強いブラン	ブランド力	ブランド力	わからない・	
			ド力がある	がある	がない		該当しない
	社	%	%	%	%	%	
計	391	100.0	17.6	46.5	27.1	8.7	
業種	稲作・麦作	98	100.0	17.3	48.0	26.5	8.2
	野菜	105	100.0	15.2	45.7	29.5	9.5
	果樹	68	100.0	16.2	60.3	19.1	4.4
	畜産	59	100.0	20.3	45.8	28.8	5.1
	その他	61	100.0	21.3	31.1	31.1	16.4
売上高	1,000万円未満	97	100.0	12.4	44.3	32.0	11.3
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	16.7	51.7	22.5	9.2
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	20.3	49.2	22.0	8.5
	1億円以上	109	100.0	20.2	42.2	31.2	6.4
収益性	黒字である	169	100.0	26.0	47.9	20.7	5.3
	利益はない	94	100.0	6.4	52.1	26.6	14.9
	赤字である	68	100.0	14.7	38.2	42.6	4.4
	わからない	45	100.0	17.8	40.0	28.9	13.3

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②地域のサポート体制整備の有無

6次産業化認定事業者の地域のサポート体制の整備については、「よく整っている」が6%となっており、「整っている」の38%を加えると、半数近い事業者が地域のサポート体制の整備について評価していることがわかる。

業種別では、稲作・麦作で「よく整っている」が最も多くいる。一方、売上高別では1,000万円未満の規模層で「整っていない」と評価する事業者が6割近く、地域のサポートを受けていない実情が見受けられる。

図3-38 地域のサポート体制の整備

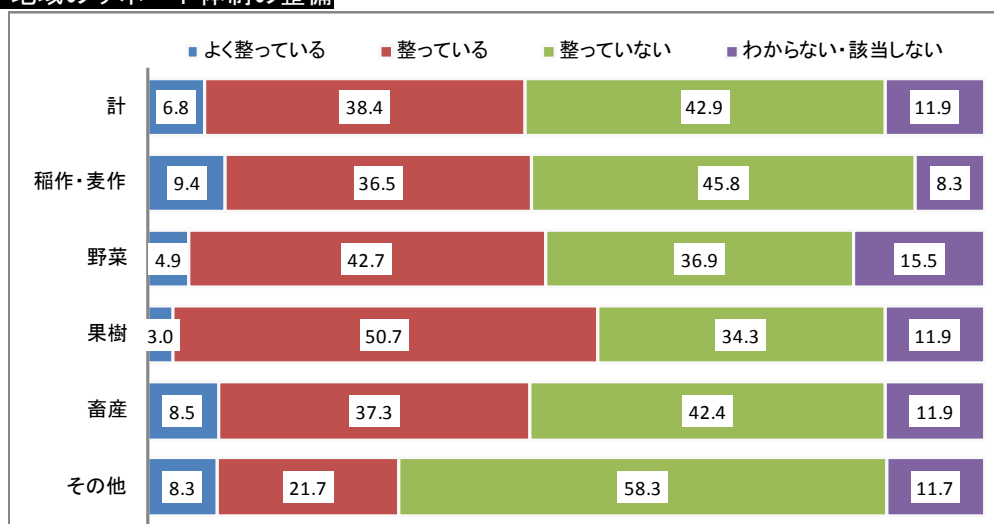


表3-31 地域のサポート体制の整備

	回答数	計	よく整って	整っている	整っていない	わからない・	
			いる		い	該当しない	
	社	%	%	%	%	%	
計	385	100.0	6.8	38.4	42.9	11.9	
業種	稲作・麦作	96	100.0	9.4	36.5	45.8	8.3
	野菜	103	100.0	4.9	42.7	36.9	15.5
	果樹	67	100.0	3.0	50.7	34.3	11.9
	畜産	59	100.0	8.5	37.3	42.4	11.9
	その他	60	100.0	8.3	21.7	58.3	11.7
売上高	1,000万円未満	95	100.0	6.3	27.4	54.7	11.6
	1,000～5,000万円未満	119	100.0	8.4	42.0	37.0	12.6
	5,000万円～1億円未満	58	100.0	0.0	48.3	43.1	8.6
	1億円以上	107	100.0	8.4	38.3	39.3	14.0
収益性	黒字である	167	100.0	7.8	41.9	41.9	8.4
	利益はない	93	100.0	4.3	38.7	46.2	10.8
	赤字である	68	100.0	5.9	39.7	38.2	16.2
	わからない	44	100.0	11.4	27.3	43.2	18.2

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

3 6次産業化取組における経営支援活動に対する意向

(1) 財務諸表の作成について

① 損益計算書作成の有無

6次産業化認定事業者の損益計算書の作成については、「作成している」が85%となっており、8割を超える事業者では作成している。

業種別では、畜産ですでに作成している事業者が94%あり、今後も含めると全ての事業者が作成すると回答している。また、果樹では作成しているが76%に留まっているものの、やはり今後も含めて全ての事業者が作成すると回答している。

収益性でみると、収益がわからない事業者は作成している割合が低く、今後もわからないとする回答が多いことから、損益計算書の作成の重要性について意識の低さが見受けられる。

図3-39 損益計算書の作成

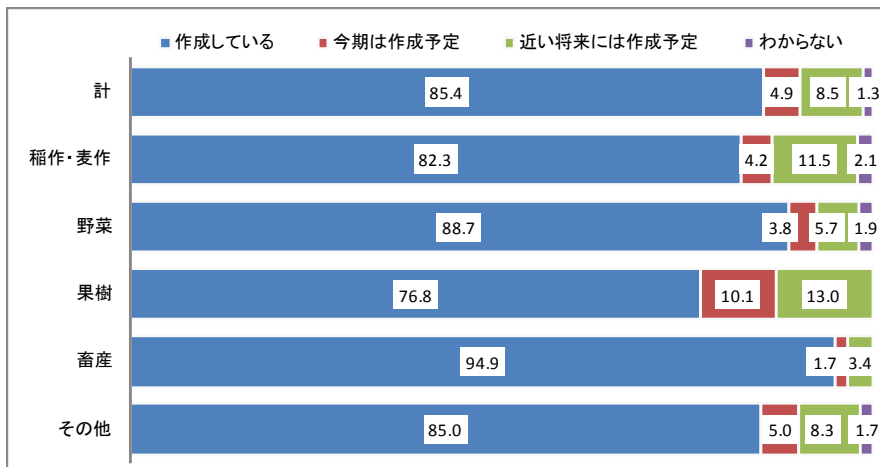


表3-32 損益計算書の作成

	回答数	計	作成してい	今期は作成	近い将来に	わからない	
			る	予定	は作成予定		
	社	%	%	%	%	%	
計	390	100.0	85.4	4.9	8.5	1.3	
業種	稲作・麦作	96	100.0	82.3	4.2	11.5	2.1
	野菜	106	100.0	88.7	3.8	5.7	1.9
	果樹	69	100.0	76.8	10.1	13.0	0.0
	畜産	59	100.0	94.9	1.7	3.4	0.0
	その他	60	100.0	85.0	5.0	8.3	1.7
売上高	1,000万円未満	96	100.0	68.8	9.4	17.7	4.2
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	85.0	5.0	9.2	0.8
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	93.2	1.7	5.1	0.0
	1億円以上	109	100.0	98.2	0.9	0.9	0.0
収益性	黒字である	168	100.0	88.1	3.6	7.7	0.6
	利益はない	95	100.0	83.2	7.4	8.4	1.1
	赤字である	68	100.0	91.2	4.4	4.4	0.0
	わからない	45	100.0	68.9	4.4	20.0	6.7

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②貸借対照表作成の有無

6次産業化認定事業者の貸借対照表の作成については、「作成している」が83%となっており、4分の3近い業者では作成している。

業種別では、畜産ですでに作成している事業者が91%あり、今後も含めると全ての事業者が作成すると回答している。一方、果樹では作成しているが73%に留まっており、近い将来作成予定が17%と明確な意思を示していない様子が見受けられる。

売上高別では1億円以上では97%もの事業者が作成しており、今後も含めると全ての事業者が作成すると回答している。一方、1,000万円未満の規模層では作成しているが67%に留まっており、将来的にも明確に作成する意思は見受けられない。

図3-40 貸借対照表の作成

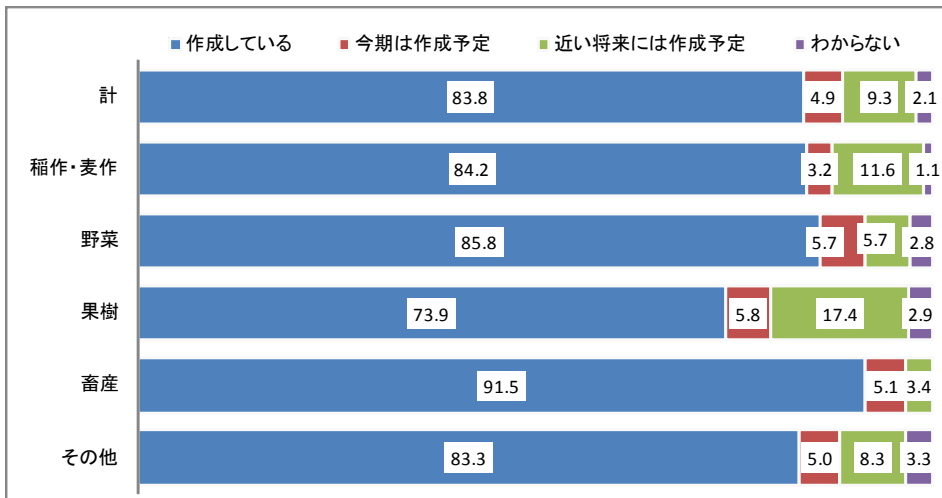


表3-33 貸借対照表の作成

	回答数 社	計 %	作成してい る	今期は作成 予定	近い将来に は作成予定	わからない	
			%	%	%	%	
計	389	100.0	83.8	4.9	9.3	2.1	
業種	稲作・麦作	95	100.0	84.2	3.2	11.6	1.1
	野菜	106	100.0	85.8	5.7	5.7	2.8
	果樹	69	100.0	73.9	5.8	17.4	2.9
	畜産	59	100.0	91.5	5.1	3.4	0.0
	その他	60	100.0	83.3	5.0	8.3	3.3
売上高	1,000万円未満	95	100.0	67.4	8.4	18.9	5.3
	1,000～5,000万円未満	120	100.0	80.8	5.8	11.7	1.7
	5,000万円～1億円未満	59	100.0	96.6	1.7	1.7	0.0
	1億円以上	109	100.0	97.2	0.9	1.8	0.0
収益性	黒字である	168	100.0	84.5	4.2	9.5	1.8
	利益はない	95	100.0	84.2	6.3	7.4	2.1
	赤字である	68	100.0	89.7	4.4	5.9	0.0
	わからない	44	100.0	70.5	4.5	18.2	6.8

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(2) 経営に関する情報・ノウハウの入手方法

6次産業化認定事業者の経営に関する情報・ノウハウの入手方法については、「研修会・セミナー」が2割近くで最も多くなっており、先進的な農業経営者等の講演等に積極的に参加していることがわかる。次いで「インターネット」「新聞・業界紙・雑誌」及び「サポート機関・団体・自治体」が多くなっており、情報媒体や公的機関を活用している様子が見受けられる。

業種別では、果樹では「インターネット」が最も多くなっており、他の業種に比べインターネット販売の利用の多さが考えられるのが一因と思われる。

売上高別では1億円以上では他の規模層に比べ、「新聞・業界紙・雑誌」「販売先・取引先」「金融機関」の割合が高く、一方で「インターネット」「サポート機関・団体・自治体」が低くなっており、他の規模層と相違を見せている。

図3-41 経営に関する情報・アイデア・ノウハウの入手方法

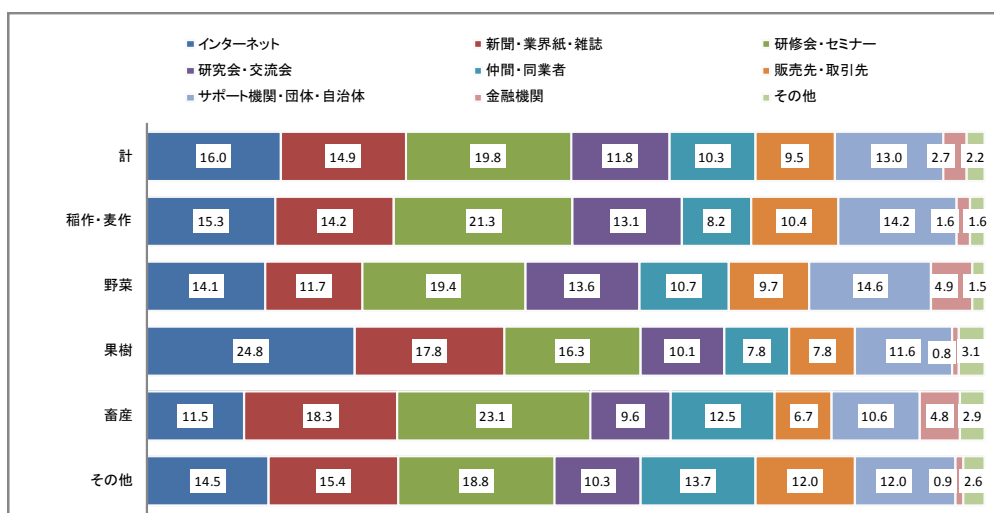


表3-34 経営に関する情報・アイデア・ノウハウの入手方法

	回答数	計		インターネット	新聞・業界紙・雑誌	研修会・セミナー	研究会・交流会	仲間・同業者	販売先・取引先	サポート機関・団体・自治体	金融機関	その他
		社	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
計	739	100.0	100.0	16.0	14.9	19.8	11.8	10.3	9.5	13.0	2.7	2.2
業種	稲作・麦作	183	100.0	15.3	14.2	21.3	13.1	8.2	10.4	14.2	1.6	1.6
	野菜	206	100.0	14.1	11.7	19.4	13.6	10.7	9.7	14.6	4.9	1.5
	果樹	129	100.0	24.8	17.8	16.3	10.1	7.8	7.8	11.6	0.8	3.1
	畜産	104	100.0	11.5	18.3	23.1	9.6	12.5	6.7	10.6	4.8	2.9
	その他	117	100.0	14.5	15.4	18.8	10.3	13.7	12.0	12.0	0.9	2.6
売上高	1,000万円未満	180	100.0	18.9	12.8	15.6	11.7	10.0	9.4	16.7	2.2	2.8
	1,000～5,000万円未満	229	100.0	16.6	13.1	24.5	10.9	9.2	7.4	14.8	2.2	1.3
	5,000万円～1億円未満	114	100.0	16.7	13.2	19.3	14.0	14.0	8.8	10.5	2.6	0.9
	1億円以上	204	100.0	12.3	19.6	18.1	11.8	10.3	11.8	8.8	3.9	3.4
収益性	黒字である	311	100.0	16.1	14.8	19.6	12.9	10.6	11.6	10.3	2.6	1.6
	利益はない	184	100.0	17.4	15.8	21.2	10.9	8.2	8.7	15.8	1.6	0.5
	赤字である	124	100.0	15.3	15.3	17.7	9.7	9.7	8.9	16.1	4.0	3.2
	わからない	80	100.0	13.8	11.3	21.3	11.3	13.8	5.0	13.8	3.8	6.3

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(3) 過去に経営に関する指導・支援を受けた成果について

①指導・支援を受けた内容について

6次産業化認定事業者が過去に指導・支援を受けた内容については、「生産・加工・製造男（技術含む）」が28%で最も多くなっている。次いで「商品企画開発」が24%となっており、専門家の知識を活用していることがわかる。

業種別では、野菜、果樹及び畜産では「販売先の開拓」の割合が稲作・麦作に比べ高くなっており、専門家の知識を必要としている実態が見受けられる。稲作・麦作については他の業種に比べ販路が確保されているケースが多いと考えられる。一方、「生産・加工・製造男（技術含む）」の割合が高く、技術レベルの向上に意欲的に取り組んでいる様子が見受けられる。

図3-42 指導・支援を受けた内容

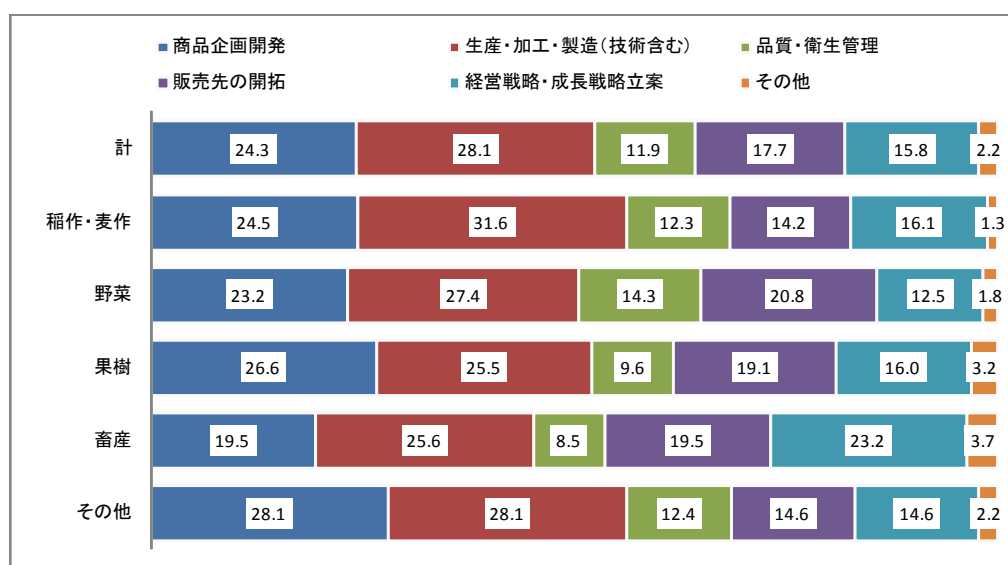


表3-35 指導・支援を受けた内容

	回答数	計	商品企画開発	生産・加工・製造(技術含む)	品質・衛生管理	販売先の開拓	経営戦略・成長戦略立案	その他	
									社
計	347	100.0	24.3	28.1	11.9	17.7	15.8	2.2	
業種	稲作・麦作	92	100.0	24.5	31.6	12.3	14.2	16.1	1.3
	野菜	95	100.0	23.2	27.4	14.3	20.8	12.5	1.8
	果樹	57	100.0	26.6	25.5	9.6	19.1	16.0	3.2
	畜産	49	100.0	19.5	25.6	8.5	19.5	23.2	3.7
	その他	54	100.0	28.1	28.1	12.4	14.6	14.6	2.2
売上高	1,000万円未満	79	100.0	29.1	26.8	9.4	16.5	15.0	3.1
	1,000～5,000万円未満	113	100.0	22.8	29.9	10.7	18.8	15.7	2.0
	5,000万円～1億円未満	52	100.0	19.6	28.3	15.2	20.7	15.2	1.1
	1億円以上	98	100.0	25.6	26.2	12.2	16.5	17.1	2.4
収益性	黒字である	147	100.0	23.7	28.1	12.9	16.9	16.1	2.4
	利益はない	84	100.0	28.6	27.2	10.9	19.0	12.2	2.0
	赤字である	59	100.0	23.4	30.9	10.6	19.1	16.0	
	わからない	39	100.0	16.9	27.7	15.4	12.3	23.1	4.6

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

②指導・支援を受けた感想

6次産業化認定事業者が過去に指導・支援を受けた感想については、「たいへん役に立った」が40%となっており、「少し役に立った」の41%を加えると、8割を超える事業者が評価していることがわかる。

業種別では畜産で、また売上高別では1億円以上の規模層で半数近くが「たいへん役に立った」と回答しており、高く評価していることがわかる。

図3-43 指導・支援を受けた感想

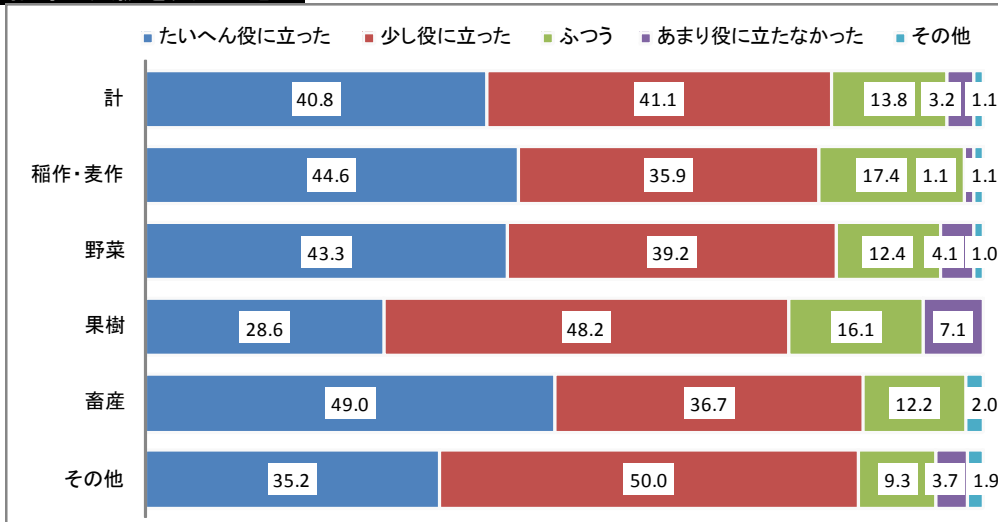


表3-36 指導・支援を受けた感想

	回答数	計	たいへん役に	少し役に	ふつう	あまり役に	その他	
			立った	立った		立たなかつた		
	社	%	%	%	%	%	%	
計	348	100.0	40.8	41.1	13.8	3.2	1.1	
業種	稲作・麦作	92	100.0	44.6	35.9	17.4	1.1	1.1
	野菜	97	100.0	43.3	39.2	12.4	4.1	1.0
	果樹	56	100.0	28.6	48.2	16.1	7.1	0.0
	畜産	49	100.0	49.0	36.7	12.2	0.0	2.0
	その他	54	100.0	35.2	50.0	9.3	3.7	1.9
売上高	1,000万円未満	80	100.0	37.5	37.5	18.8	3.8	2.5
	1,000～5,000万円未満	113	100.0	35.4	45.1	15.0	3.5	0.9
	5,000万円～1億円未満	51	100.0	41.2	49.0	9.8	0.0	0.0
	1億円以上	99	100.0	49.5	35.4	10.1	4.0	1.0
収益性	黒字である	145	100.0	44.1	37.9	13.8	2.8	1.4
	利益はない	85	100.0	34.1	45.9	17.6	1.2	1.2
	赤字である	60	100.0	41.7	41.7	13.3	3.3	0.0
	わからない	39	100.0	46.2	33.3	10.3	7.7	2.6

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

③指導者・支援者の業種

6次産業化認定事業者が過去に受けた経営指導・支援者の業種については、「6次産業化プランナー」が48%で最も多くなっており、半数近い事業者は6次産業化プランナーを活用している。次いで「国・地方自治体等関係機関」、「コンサルタント」、「コーディネーター」等が経営指導・支援者となっている場合が多い。

業種別では果樹では他の業種に比べ「6次産業化プランナー」及び「コンサルタント」の割合が低く、「国・地方自治体等関係機関」「農業団体」及び「金融機関」が高くなっている。また売上高別では5,000万円～1億円未満の規模層で他の規模層に比べ「6次産業化プランナー」の割合が低く、「コーディネーター」が高くなっている。

図3-44 経営指導・支援者の業種

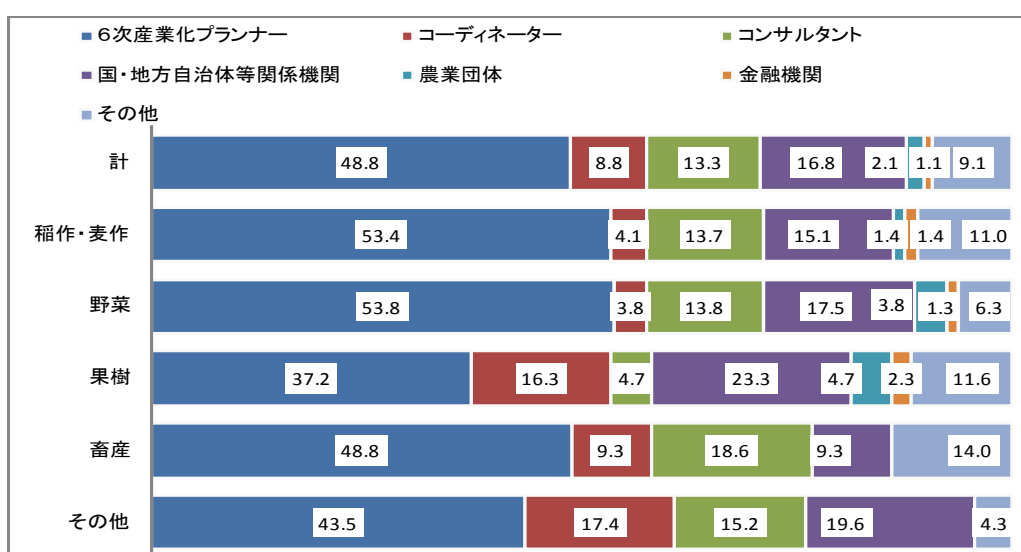


表3-37 経営指導・支援者の業種

	回答数	計	6次産業化プランナー	コーディネーター	コンサルタント	国・地方自治体等関係機関	農業団体	金融機関	その他	
										社
計	285	100.0	48.8	8.8	13.3	16.8	2.1	1.1	9.1	
業種	稲作・麦作	73	100.0	53.4	4.1	13.7	15.1	1.4	1.4	11.0
	野菜	80	100.0	53.8	3.8	13.8	17.5	3.8	1.3	6.3
	果樹	43	100.0	37.2	16.3	4.7	23.3	4.7	2.3	11.6
	畜産	43	100.0	48.8	9.3	18.6	9.3	0.0	0.0	14.0
	その他	46	100.0	43.5	17.4	15.2	19.6	0.0	0.0	4.3
売上高	1,000万円未満	60	100.0	56.7	3.3	6.7	21.7	5.0	0.0	6.7
	1,000～5,000万円未満	90	100.0	53.3	8.9	13.3	16.7	1.1	2.2	4.4
	5,000万円～1億円未満	47	100.0	46.8	14.9	8.5	14.9	2.1	2.1	10.6
	1億円以上	84	100.0	39.3	8.3	21.4	15.5	1.2	0.0	14.3
収益性	黒字である	120	100.0	40.8	12.5	15.0	16.7	3.3	0.0	11.7
	利益はない	67	100.0	56.7	3.0	11.9	20.9	1.5	1.5	4.5
	赤字である	50	100.0	44.0	10.0	14.0	18.0	2.0	2.0	10.0
	わからない	31	100.0	61.3	6.5	9.7	9.7	0.0	3.2	9.7

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

(4) 今後、経営に関して指導・支援を受けたい内容

6次産業化認定事業者が今後、経営に関して指導・支援を受けたい内容については、「販売先の開拓」が18%で最も多くなっており、現状では販路の確保に苦慮していることがわかる。次いで「商品企画開発」「資金調達」「生産・加工・製造（技術含む）」「ブランド構築」が上位を占めている。

業種別では稲作・麦作では「商品企画開発」、果樹では「資金調達」、また畜産では「販売先の開拓」の割合が、それぞれ他の業種に比べ高くなっている。

売上高別では1,000万円未満の規模層では「資金調達」、1,000万円～5,000万円未満の規模層では「販売先の開拓」、5,000万円～1億円未満の規模層では「商品企画開発」、1億円以上の規模層では「ブランド構築」の割合が、それぞれ他の規模層に比べ高くなっている。

収益性でみると、黒字の事業者は「生産・加工・製造（技術含む）」、利益のない事業者は「販売先の開拓」、赤字の事業者は「資金調達」を上位に挙げている。

図3-45 今後、経営に関して指導・支援を受けたい内容(第1位)

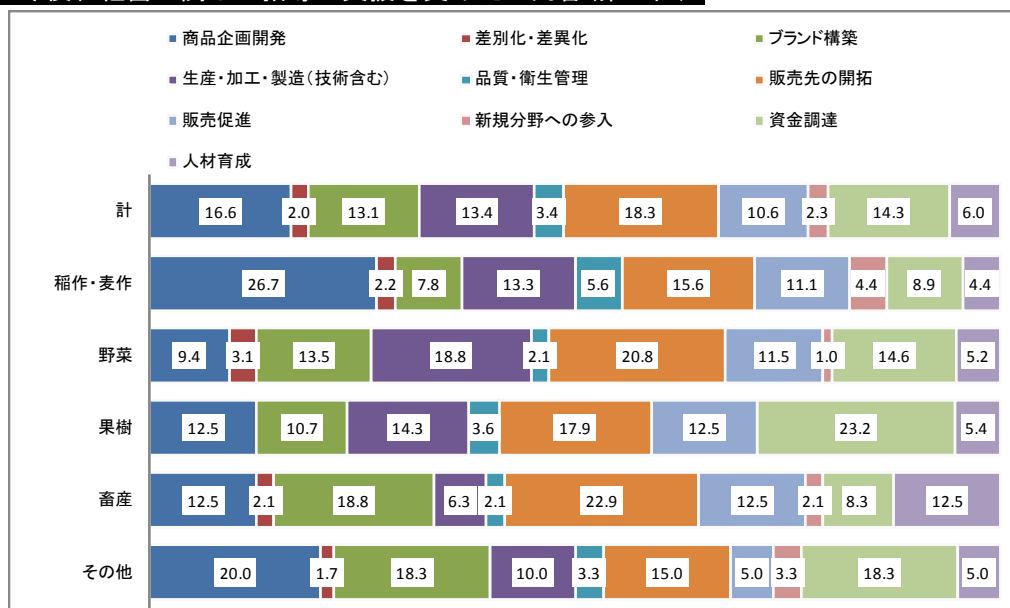


表3-38 今後、経営に関して指導・支援を受けたい内容(第1位)

	回答数	計	商品企画開発	差別化・差異化	ブランド構築	生産・加工・製造(技術含む)	品質・衛生管理	販売先の開拓	販売促進	新規分野への参入	資金調達	人材育成	
													社
計	350	100.0	16.6	2.0	13.1	13.4	3.4	18.3	10.6	2.3	14.3	6.0	
業種	稲作・麦作	90	100.0	26.7	2.2	7.8	13.3	5.6	15.6	11.1	4.4	8.9	4.4
	野菜	96	100.0	9.4	3.1	13.5	18.8	2.1	20.8	11.5	1.0	14.6	5.2
	果樹	56	100.0	12.5	0.0	10.7	14.3	3.6	17.9	12.5	0.0	23.2	5.4
	畜産	48	100.0	12.5	2.1	18.8	6.3	2.1	22.9	12.5	2.1	8.3	12.5
	その他	60	100.0	20.0	1.7	18.3	10.0	3.3	15.0	5.0	3.3	18.3	5.0
売上高	1,000万円未満	86	100.0	14.0	1.2	15.1	11.6	2.3	17.4	12.8	1.2	23.3	1.2
	1,000～5,000万円未満	111	100.0	15.3	1.8	7.2	18.0	4.5	24.3	9.9	0.9	12.6	5.4
	5,000万円～1億円未満	55	100.0	20.0	1.8	12.7	14.5	3.6	18.2	9.1	5.5	9.1	5.5
	1億円以上	94	100.0	17.0	3.2	19.1	8.5	3.2	12.8	10.6	3.2	10.6	11.7
収益性	黒字である	145	100.0	17.2	1.4	12.4	15.9	4.1	11.7	12.4	3.4	12.4	9.0
	利益はない	85	100.0	18.8	0.0	8.2	9.4	3.5	31.8	12.9	2.4	9.4	3.5
	赤字である	60	100.0	15.0	1.7	20.0	11.7	1.7	18.3	6.7	0.0	25.0	0.0
	わからない	42	100.0	9.5	7.1	19.0	16.7	0.0	14.3	4.8	0.0	19.0	9.5

注:売上高及び収益性のうち、無回答は除いて集計。

