

6次産業化における経営課題に関するアンケート調査結果(概要版) 2011年12月

野村アグリプランニング&アドバイザーズ株式会社

1. アンケート概要

1) 目的

アグリビジネス(ここでは農林業を中核として、生産資材の供給、農産物の加工、流通、外食サービス、金融などを広く総称したビジネスと考えている)の担い手である農山漁村の活性化を図るためには、農林漁業者による加工・販売分野への進出や、農林漁業と2次産業・3次産業との融合といった6次産業化を推進することが重要である。

したがって、本アンケートは、実際にアグリビジネスに携わる法人の皆様にも、現在の経営状況、6次産業化への取組み状況、経営課題、今後の方向性等を伺うことを目的として実施した。

なお、6次産業化は、「1次産業×2次産業×3次産業」だけでなく、「1次産業×2次産業」や「1次産業×3次産業」といった形態まで幅広く捉えて考えることができる。すなわち、生産者が食のサプライチェーンに直接・間接的に関与し、同チェーン中の付加価値を享受することで生産者所得の向上を達成できる「生産者発のバリューチェーンモデル」と定義できると考えられる。

2) 実施期間

2011年9月～10月

3) 対象

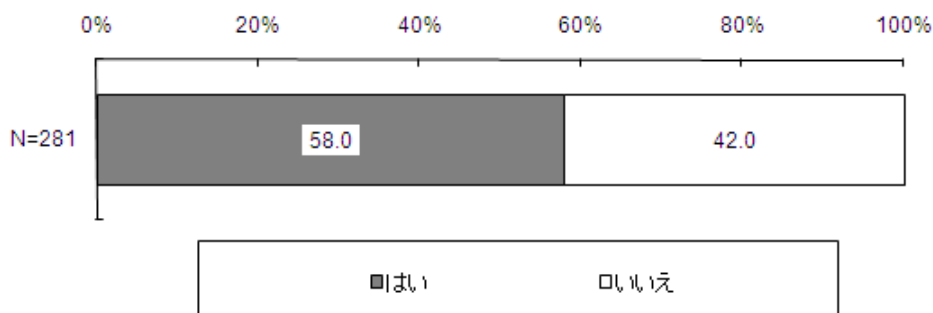
農林水産省発行の「6次産業化の取組事例集(2010年6月)」及び「6次産業化の取組事例集(2011年4月)」に掲載されている法人、2011年5月に六次産業化法に基づく事業計画の認定を受けた法人、並びに、全国の穀物、野菜(きのこ類を含む)、花卉、果樹作の農業生産法人およびその関連法人で売上高3,000万円以上の法人を対象としている。

4) 回答率

2,361件発送し、11.9%、281件の法人から回答を頂いた。

なお、281件の6次産業化への取組みの有無をみると、6次産業化着手済が163件(58.0%)、6次産業化未着手が118件(42.0%)であった。

図 6次産業化への取組みの有無



2. 調査結果

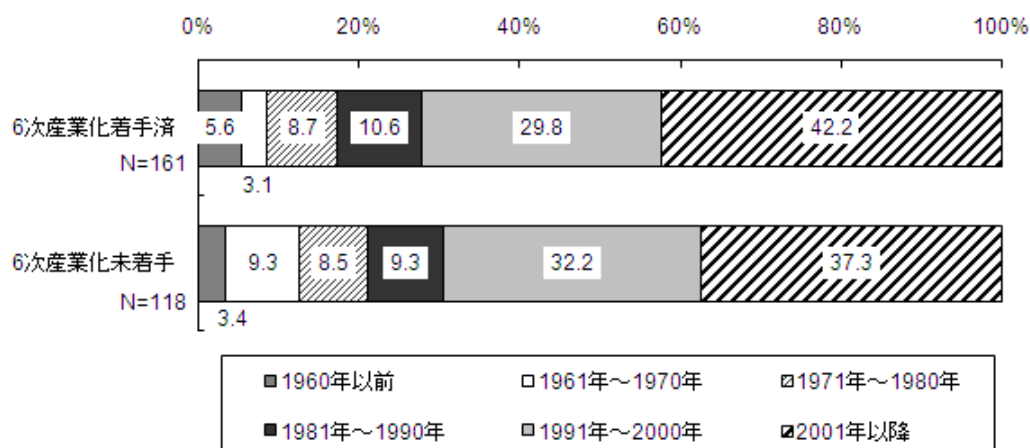
I. 経営状況等

1) 事業を開始した年(問 1)

6次産業化着手済と6次産業化未着手で大きな違いはない。

1991年以降に事業を開始した割合は、6次産業化着手済で72.0%、6次産業化未着手で69.5%と、それぞれ過半数を占めている。

図 事業を開始した年

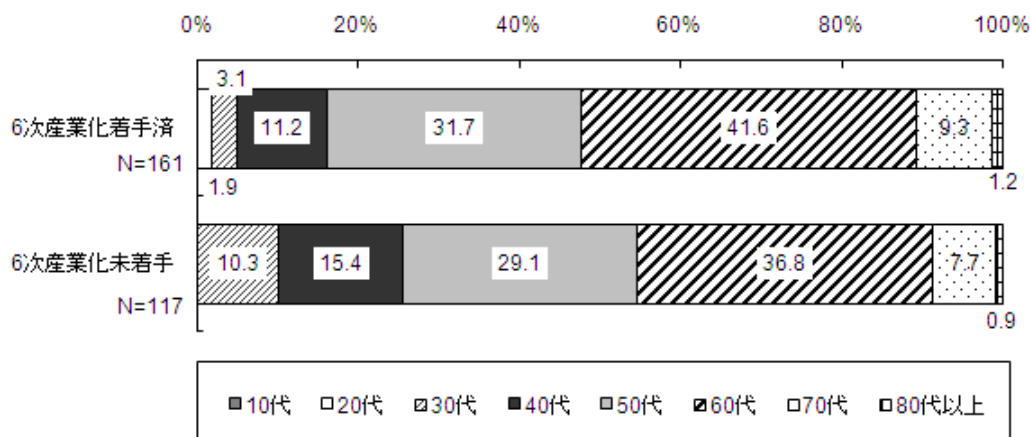


2) 代表者の年齢(問 2)

6次産業化着手済の方が、代表者の年齢が高い傾向にある。

50代以上の占める割合は、6次産業化着手済が83.8%であるのに対し、6次産業化未着手は74.3%である。

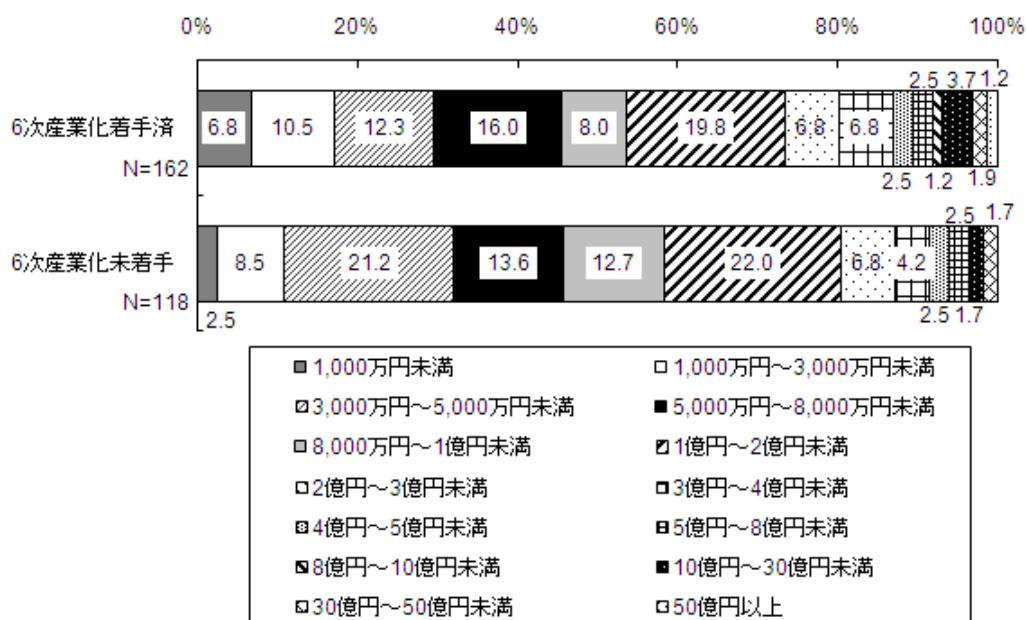
図 代表者の年齢



3) 昨年度(2010年度)の年間売上高(問3)

6次産業化着手済と6次産業化未着手で、売上規模の分布状況に大きな差は見られない。
どちらも年間売上高1億円未満が過半数を占めている。

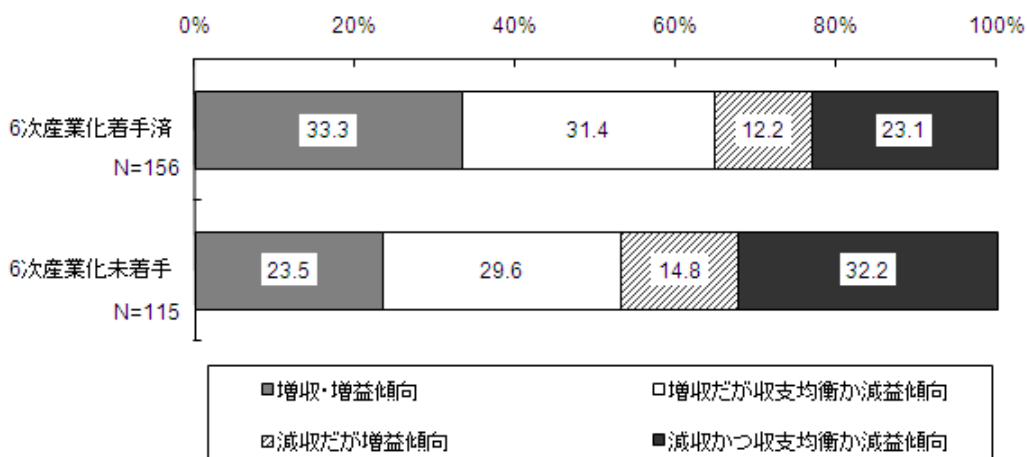
図 昨年度(2010年度)の年間売上高



4) 最近3カ年の経営状況(問4)

増収・増益傾向の割合は、6次産業化着手済が33.3%であるのに対し、6次産業化未着手では23.5%と差が見られる。また、減収かつ収支均衡か減益傾向の割合は、6次産業化着手済が23.1%であるのに対し、6次産業化未着手では32.2%と差が見られる。

図 最近3カ年の経営状況

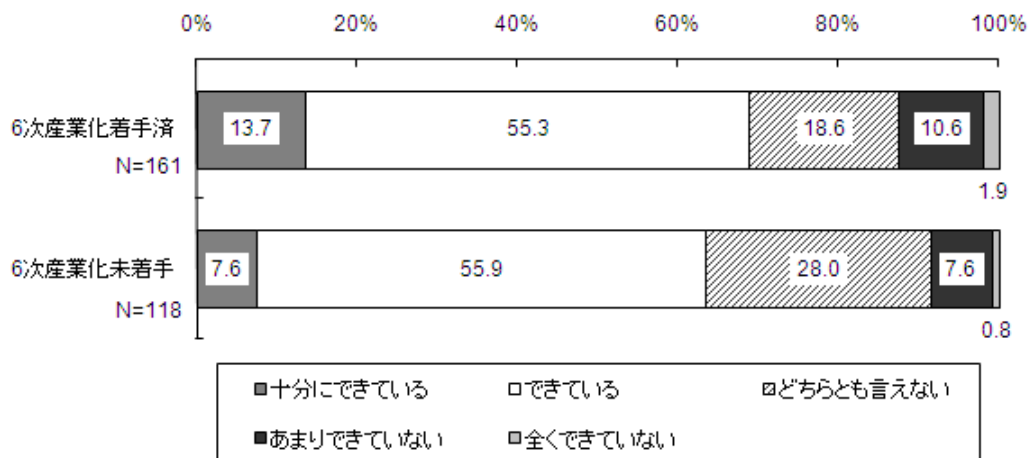


5) 経営管理の状況(問 5)

(1) 毎年、事業計画を立てている

6次産業化着手済と6次産業化未着手のどちらも「十分にできている」と「できている」の合計が過半数を占めている。

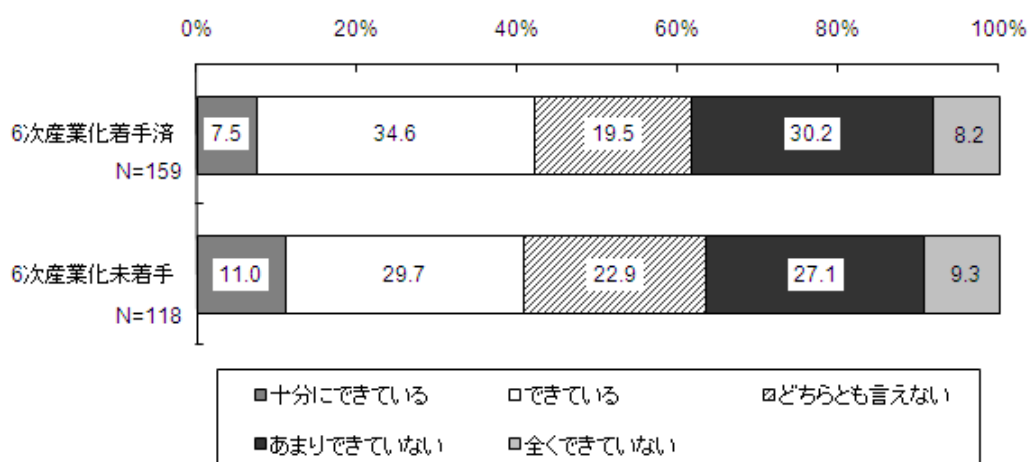
図 毎年、事業計画を立てている



(2) 毎年、予算と実績の差異を分析している

6次産業化着手済と6次産業化未着手のどちらも「十分にできている」と「できている」の合計が50%を下回っている。

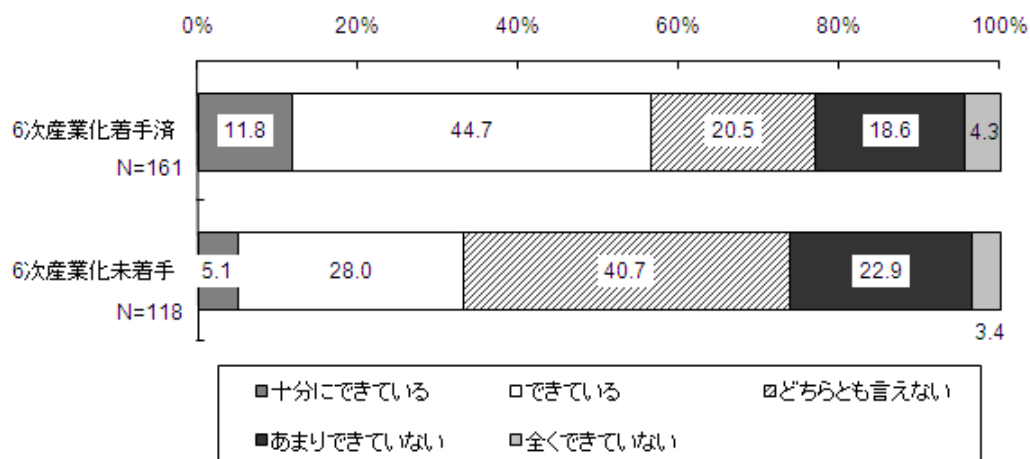
図 毎月、予算と実績の差異を分析している



(3) 企業理念、経営ビジョンを設定し、従業員と共有している

「十分にできている」と「できている」の合計の割合は、6次産業化着手済が56.6%であるのに対し、6次産業化未着手では33.1%と、大きな差が見られる。

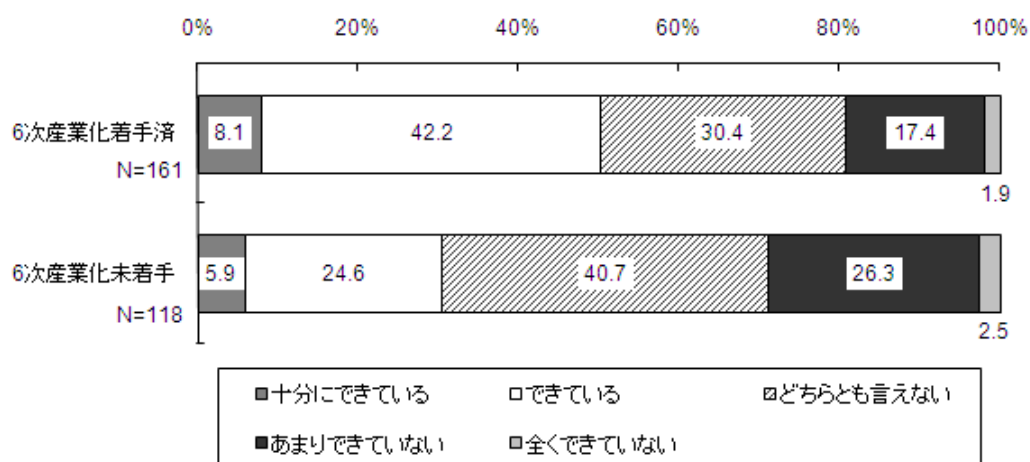
図 企業理念、経営ビジョンを設定し、従業員と共有している



(4) 積極的に人材育成・人材教育を行っている

「十分にできている」と「できている」の合計の割合は、6次産業化着手済が50.3%であるのに対し、6次産業化未着手では30.5%と、大きな差が見られる。

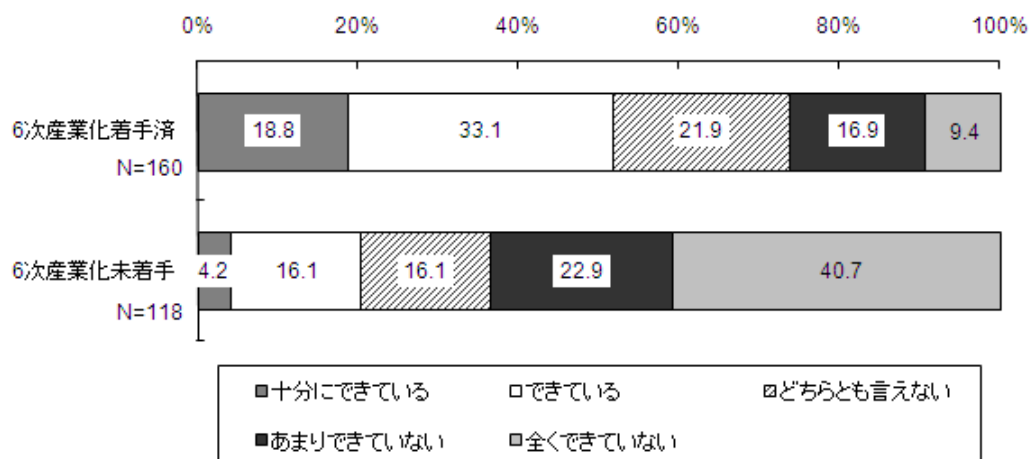
図 積極的に人材育成・人材教育を行っている



(5) ホームページを開設して定期的に更新を行い、積極的に情報発信をしている

「十分にできている」と「できている」の合計の割合は、6次産業化着手済が51.9%であるのに対し、6次産業化未着手では20.3%と、大きな差が見られる。

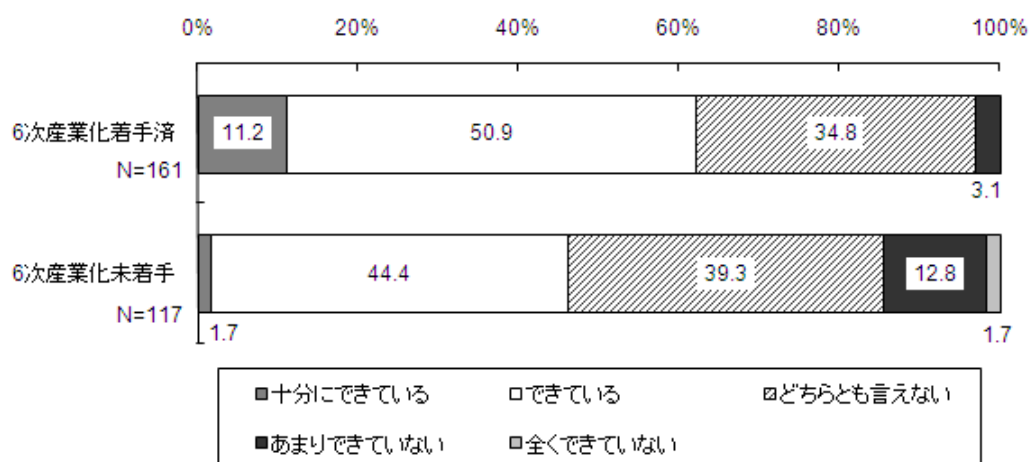
図 ホームページを開設して定期的に更新を行い、積極的に情報発信をしている



(6) お客様(最終顧客)のニーズをよく理解している

「十分にできている」と「できている」の合計の割合は、6次産業化着手済が62.1%であるのに対し、6次産業化未着手では46.1%と、大きな差が見られる。

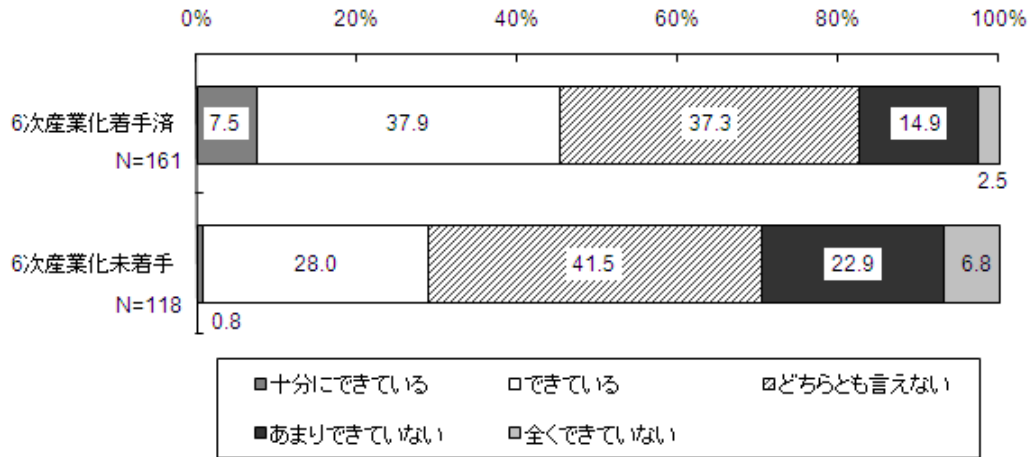
図 お客様(最終顧客)のニーズをよく理解している



(7) お客様の声を聞く仕組み・仕掛けを持っている

「十分にできている」と「できている」の合計の割合は、6次産業化着手済が45.4%であるのに対し、6次産業化未着手では28.8%と、差が見られるものの、どちらも50%を下回っている。

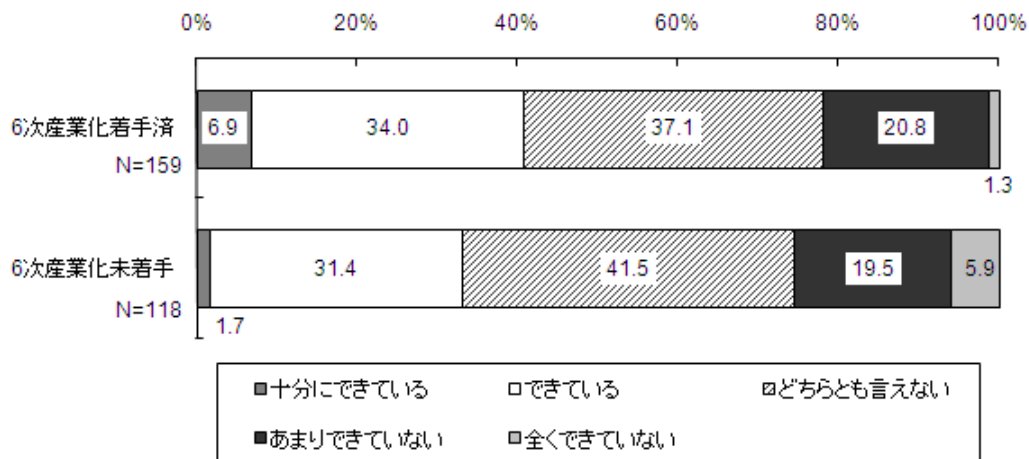
図 お客様の声を聞く仕組み・仕掛けを持っている



(8) 競合する商品・サービスの動向を定期的にチェックしている

6次産業化着手済と6次産業化未着手のどちらも「十分にできている」と「できている」の合計が50%を下回っている。

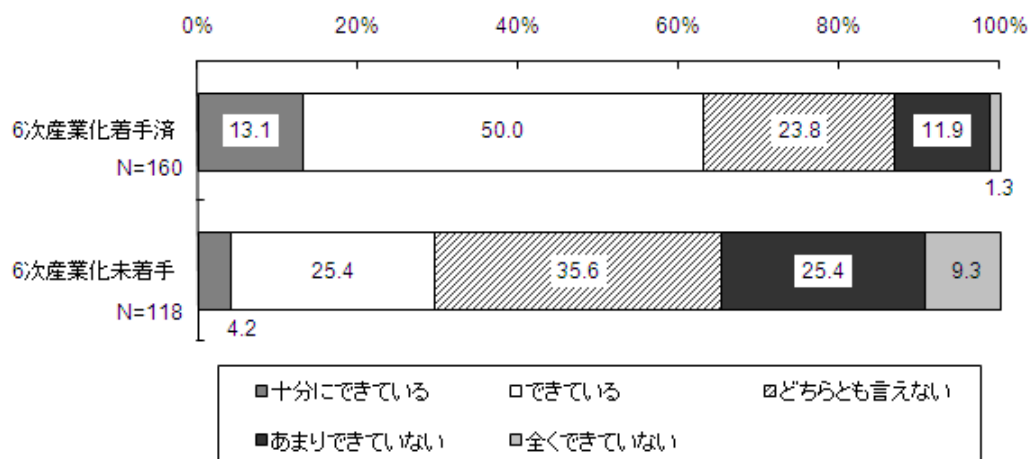
図 競合する商品・サービスの動向を定期的にチェックしている



(9) 積極的に商品の企画・開発を行っている

「十分にできている」と「できている」の合計の割合は、6次産業化着手済が63.1%であるのに対し、6次産業化未着手では29.6%と、大きな差が見られる。

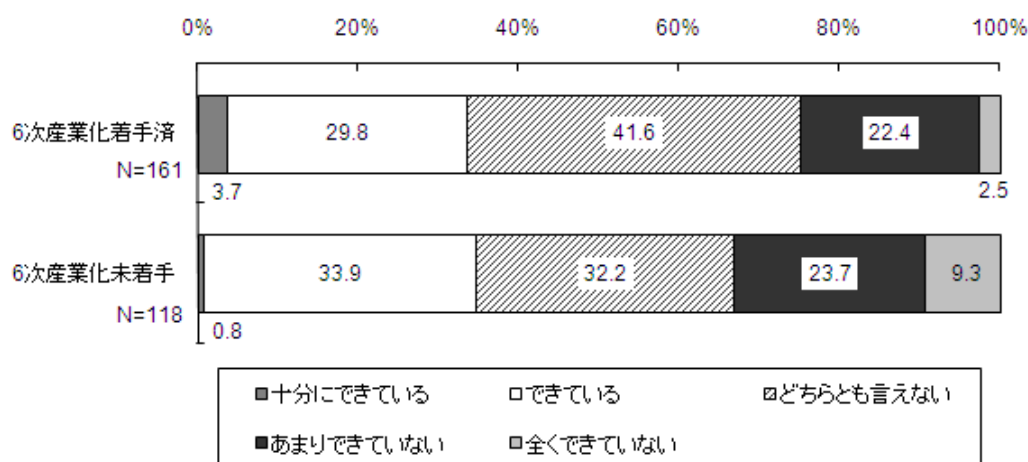
図 積極的に商品の企画・開発を行っている。



(10) 自社の商品・サービスの品質をチェックする仕組みを持っている

6次産業化着手済と6次産業化未着手のどちらも「十分にできている」と「できている」の合計が50%を下回っている。

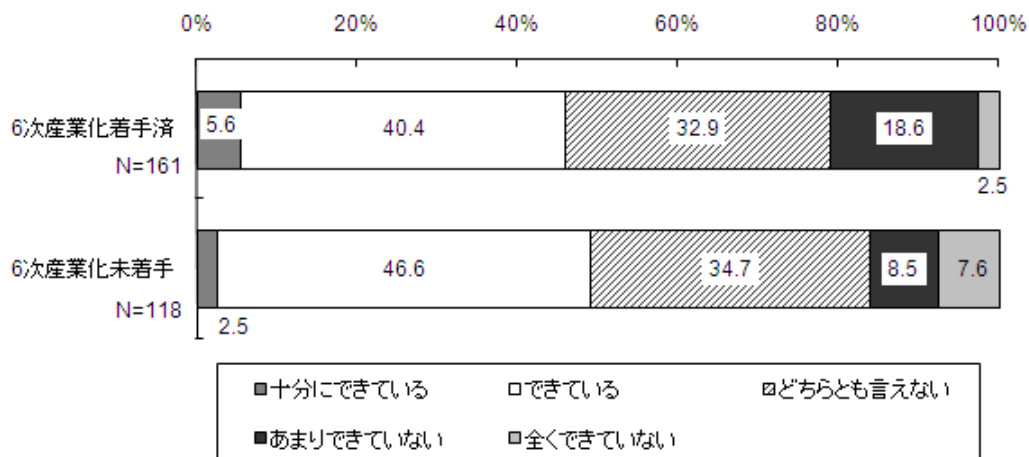
図 自社の商品・サービスの品質をチェックする仕組みを持っている



(11) お客様からの問い合わせ・クレームに対応する社内体制を整備している

6次産業化着手済と6次産業化未着手で、「十分にできている」と「できている」の合計の割合に大きな差は見られないが、どちらも50%を下回っている。

図 お客様からの問い合わせ・クレームに対応する社内体制を整備している

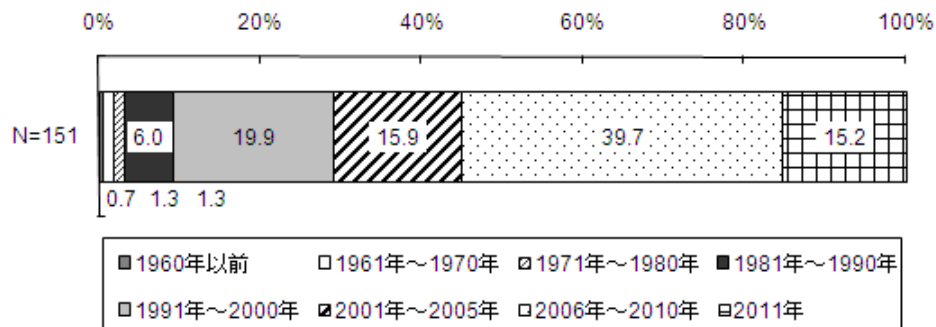


II. 6次産業化の事業内容

1) 6次産業化への取組みを開始した年(問7)

取組みを開始した年が2001年以降である割合は70.8%で、取組みを開始した年が1991年以降である割合は90.7%である。

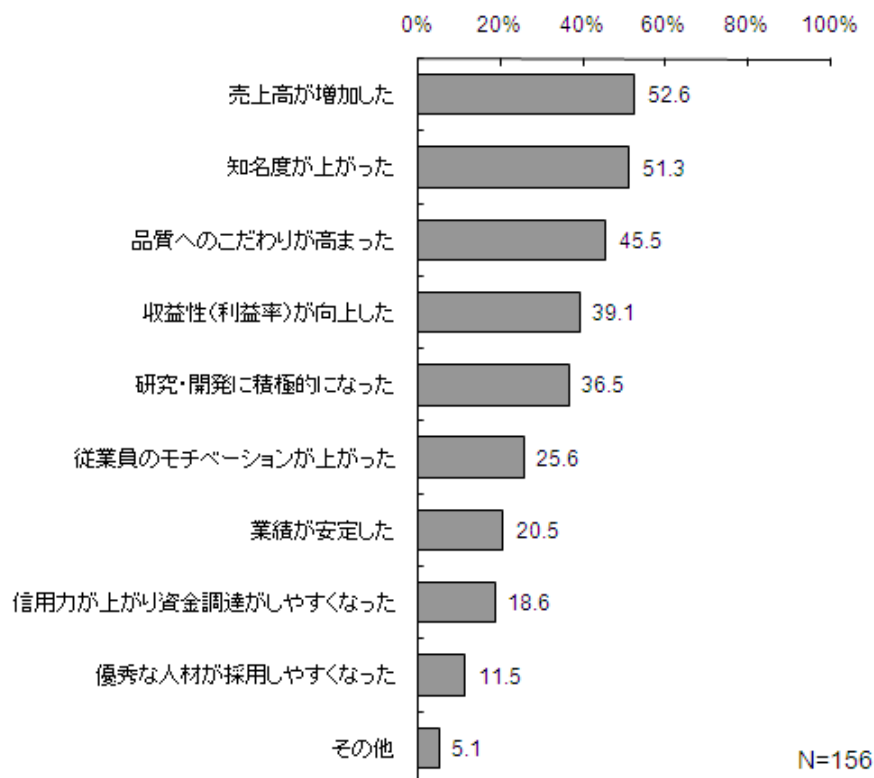
図 6次産業化への取組みを開始した年



2) 6次産業化を行ったことによるメリット(問8)

「売上高が増加した」52.6%、「知名度が上がった」51.3%といった点については過半数がメリットと感じている一方で、「業績が安定した」20.5%、「信用力が上がり資金調達がしやすくなった」18.6%、「優秀な人材が採用しやすくなった」11.5%といった点については、メリットと感じている法人は少ない。

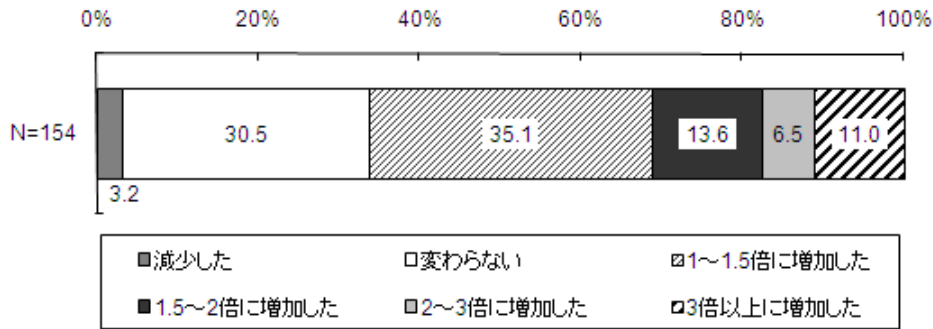
図 6次産業化を行ったことによるメリット(複数回答)



3) 6次産業化への取組みを開始する前の売上高と現在の売上高の変化(問9)

6次産業化への取組みにより、売上高が増加した割合は66.2%で、3倍以上に売上高が増加している割合は11.0%である。

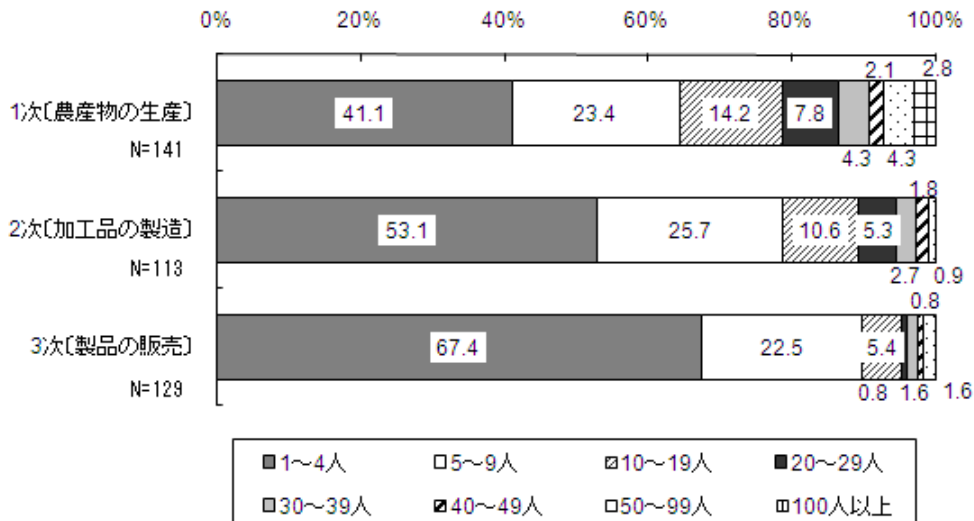
図 6次産業化への取組みを開始する前の売上高と現在の売上高の変化



4) 1次・2次・3次のそれぞれに従事する従業員数(正社員のみ)(問10)

1次では64.5%が10名未満、2次では78.8%が10名未満、3次では89.9%が10名未満である。

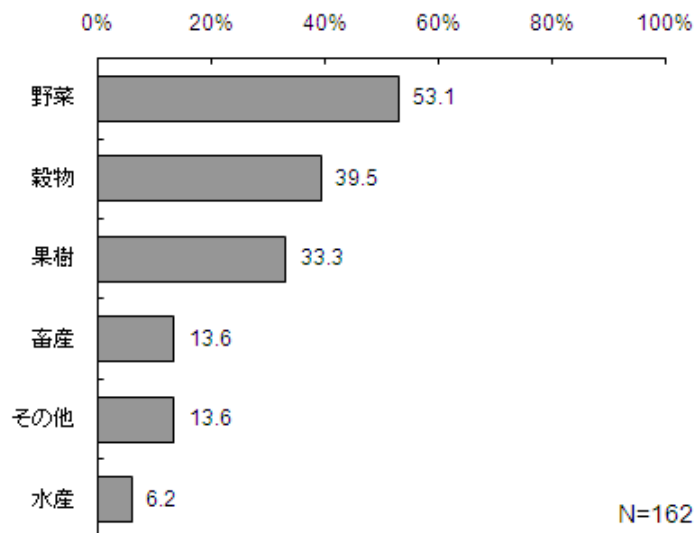
図 1次・2次・3次のそれぞれに従事する従業員数(正社員のみ)



5) 6次産業化を行っている生産品目(問 11)

6次産業化を行っている生産品目としては、「野菜」が53.1%で最も多い。「その他」としては、花卉、きのこ類、お茶、緑化植物等が挙げられている。

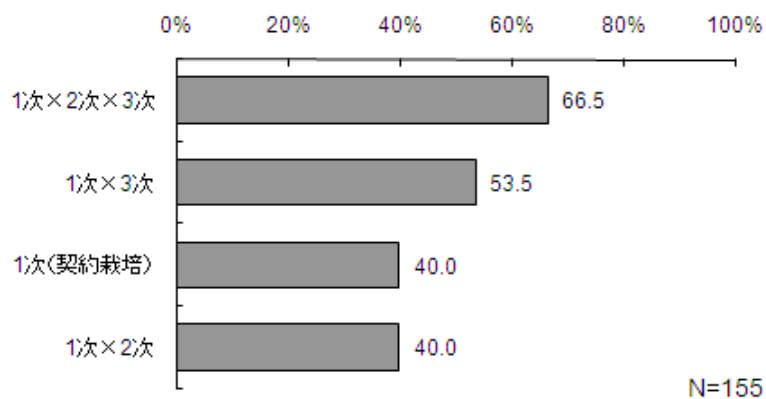
図 6次産業化を行っている生産品目(複数回答)



6) 6次産業化の形態(問 14)

形態としては、「1次×2次×3次」が66.5%で最も多いが、様々な形態を組み合わせた形で6次産業化が行われていることがわかる。

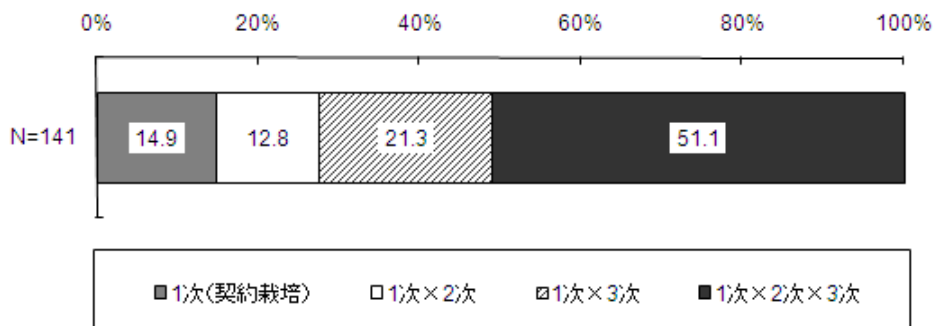
図 6次産業化の形態(複数回答)



7) 主軸となっている6次産業化の形態(問15)

主軸となっている形態としては、「1次×2次×3次」が51.1%で最も多い。

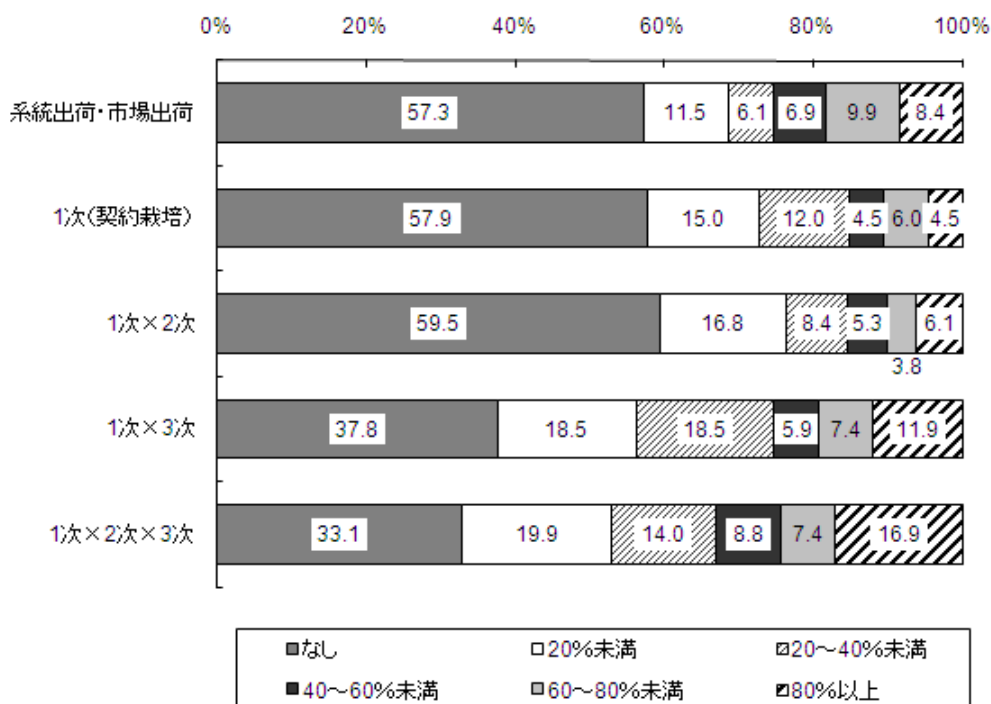
図 主軸となっている6次産業化の形態



8) 売上構成(問16)

「系統出荷・市場出荷」を全くしていない割合が57.3%ある一方で、1つの形態の売上構成比が80%以上である割合は、その割合が最も高い「1次×2次×3次」であっても16.9%であり、様々な形態を組み合わせた形で6次産業化が行われていることがわかる。

図 売上構成

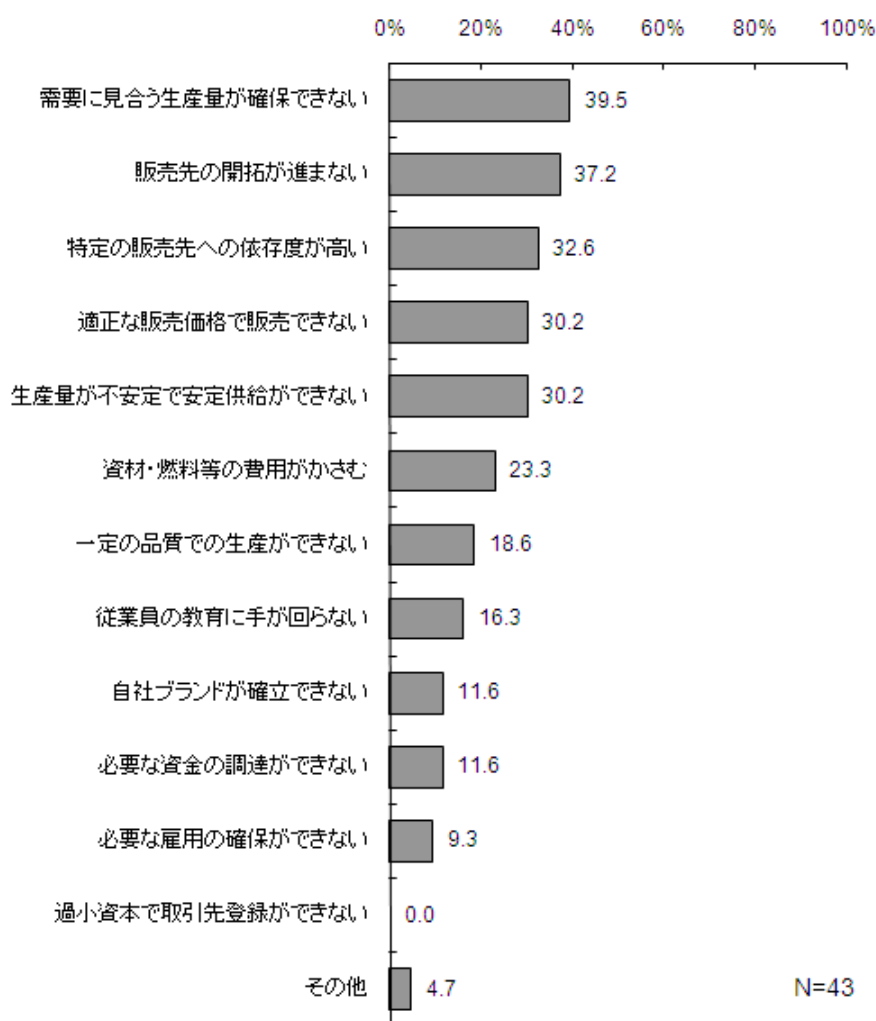


III. 6次産業化における課題

1) 1次(契約栽培)における課題(問17)

1次(契約栽培)においては、生産面での課題(「需要に見合う生産量が確保できない」39.5%、「生産量が不安定で安定供給ができない」30.2%)と、販売面での課題(「販売先の開拓が進まない」37.2%、「特定の販売先への依存度が高い」32.6%、「適正な販売価格で販売できない」30.2%)が、上位の課題となっている。

図 1次(契約栽培)における課題(複数回答)

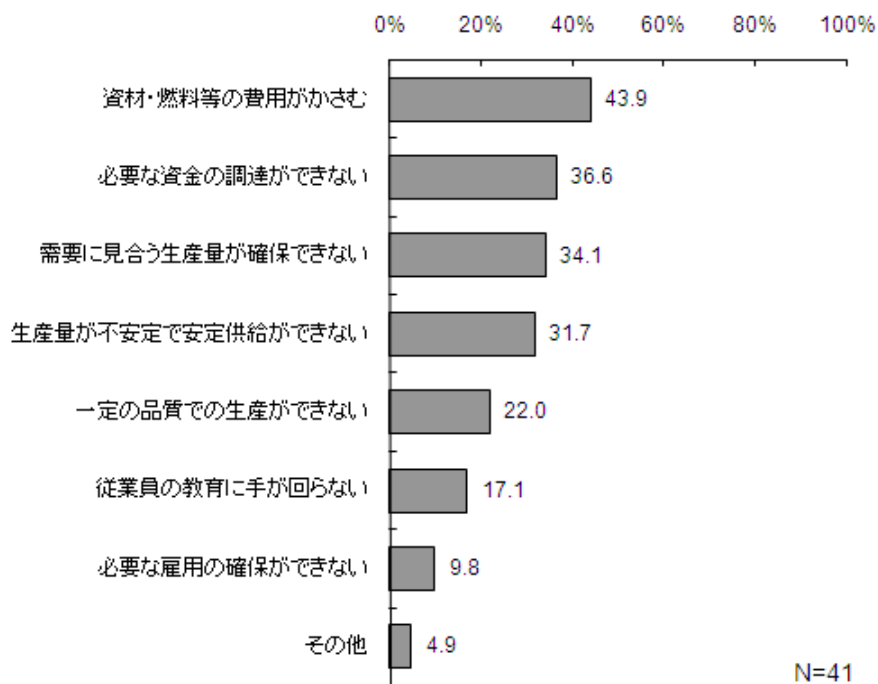


2) 1次×2次における課題

(1) 1次〔農産物の生産〕での課題(問18)

1次×2次の1次〔農産物の生産〕においては、生産面での課題よりも、「資材・燃料等の費用がかさむ」43.9%、「必要な資金の調達ができない」36.6%といった課題が上位にあがっている。

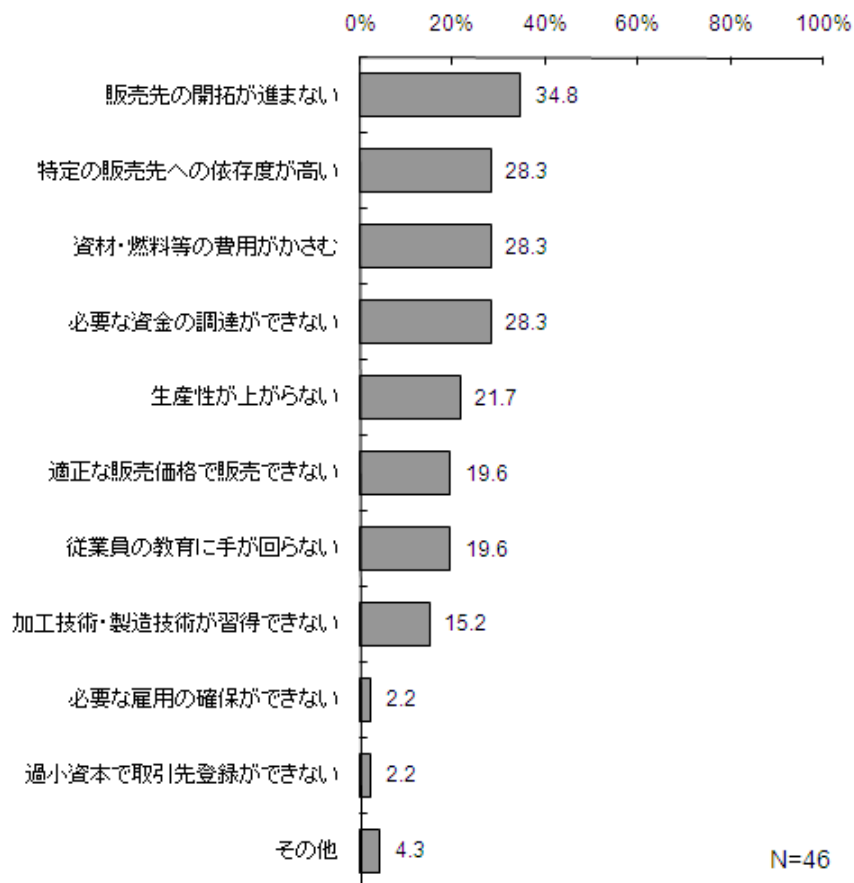
図 1次×2次における1次〔農産物の生産〕での課題(複数回答)



(2) 2次[加工品の製造]での課題(問19)

1次×2次の2次[加工品の製造]においても、販売面での課題(「販売先の開拓が進まない」34.8%、「特定の販売先への依存度が高い」28.3%)に次いで、「資材・燃料等の費用がかさむ」28.3%、「必要な資金の調達ができない」28.3%といった課題があがっている。

図 1次×2次における2次[加工品の製造]での課題(複数回答)



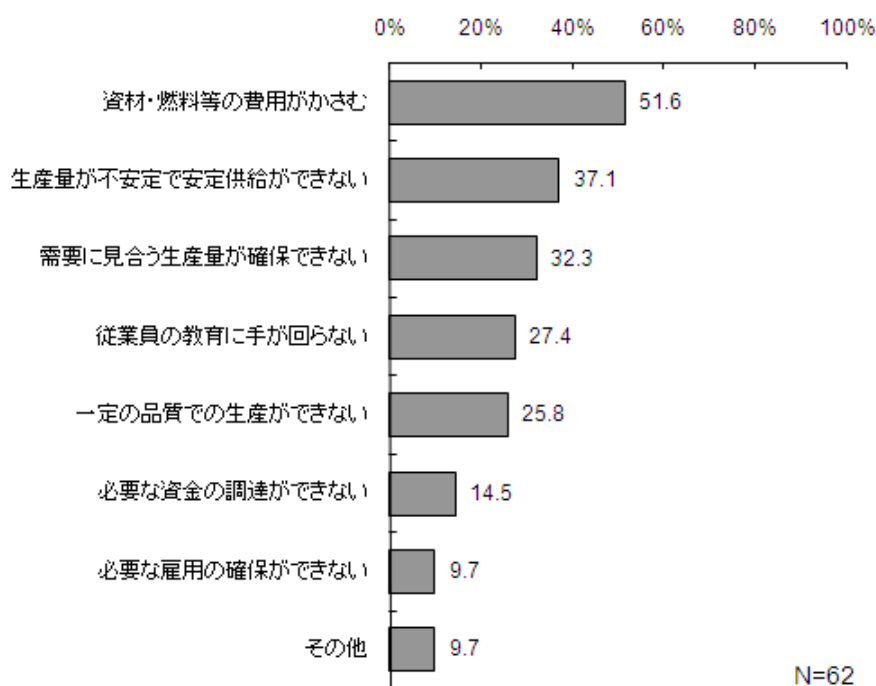
3) 1次×3次における課題

(1) 1次〔農産物の生産〕での課題(問20)

1次×3次の1次〔農産物の生産〕においては、「資材・燃料等の費用がかさむ」51.6%が過半数を超える課題となっている。

また、生産面での課題(「生産量が不安定で安定供給ができない」37.1%、「需要に見合う生産量が確保できない」32.3%、「一定の品質での生産ができない」25.8%)に加え、「従業員の教育に手が回らない」27.4%という教育面での課題もあがっている。

図 1次×3次における1次〔農産物の生産〕での課題(複数回答)

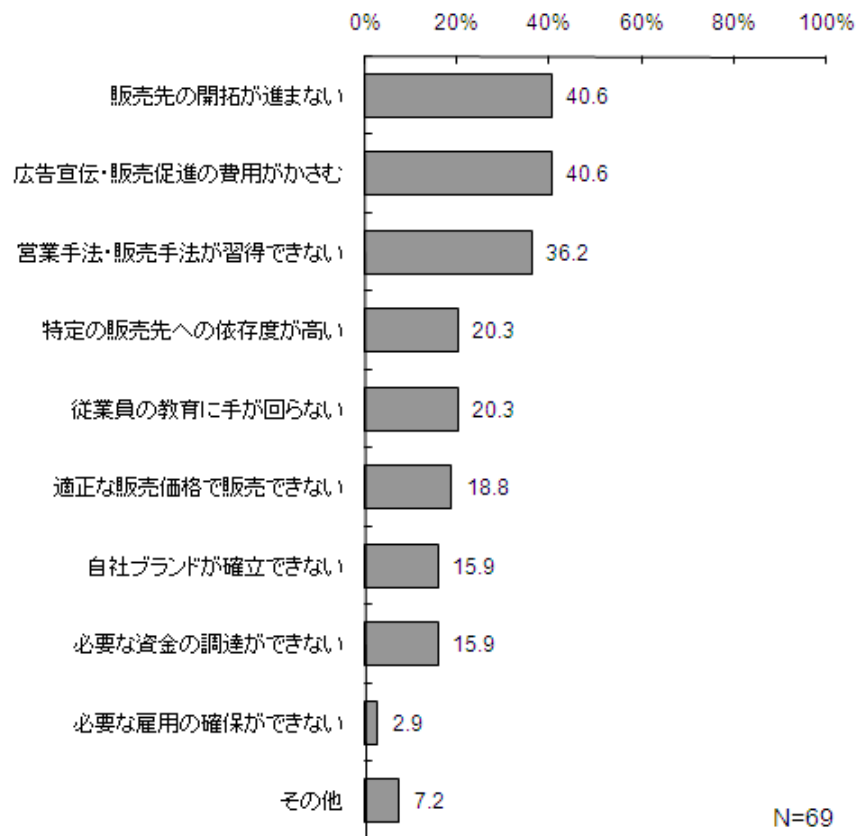


(2) 3次[農産物の販売]での課題(問21)

1次×3次の3次[農産物の販売]においては、「販売先の開拓が進まない」40.6%と同じ割合で「広告宣伝・販売促進の費用がかさむ」40.6%というコスト面での課題があがっている。

また、「営業手法・販売手法が習得できない」36.2%という課題も上位にあがっている。

図 1次×3次における3次[農産物の販売]での課題(複数回答)

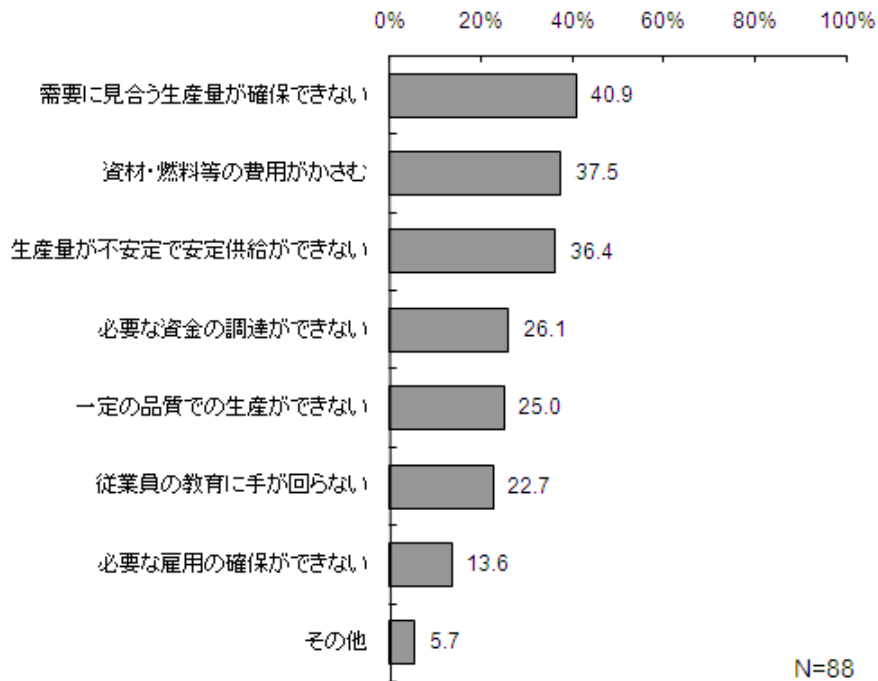


4) 1次×2次×3次における課題

(1) 1次〔農産物の生産〕での課題(問22)

1次×2次×3次の1次〔農産物の生産〕においては、生産面での課題(「需要に見合う生産量が確保できない」40.9%、「生産量が不安定で安定供給ができない」36.4%)とともに、「資材・燃料等の費用がかさむ」37.5%という課題も上位にあがっている。

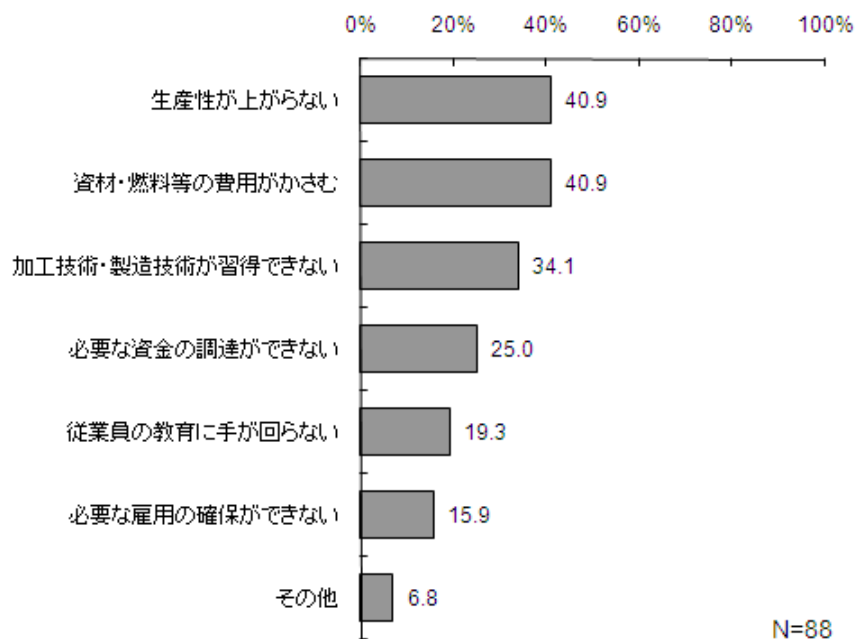
図 1次×2次×3次における1次〔農産物の生産〕での課題(複数回答)



(2) 2次[加工品の製造]での課題(問23)

1次×2次×3次の2次[加工品の製造]においては、「生産性が上がらない」40.9%、「資材・燃料等の費用がかさむ」40.9%、「加工技術・製造技術が習得できない」34.1%といった課題が上位にあがっている。

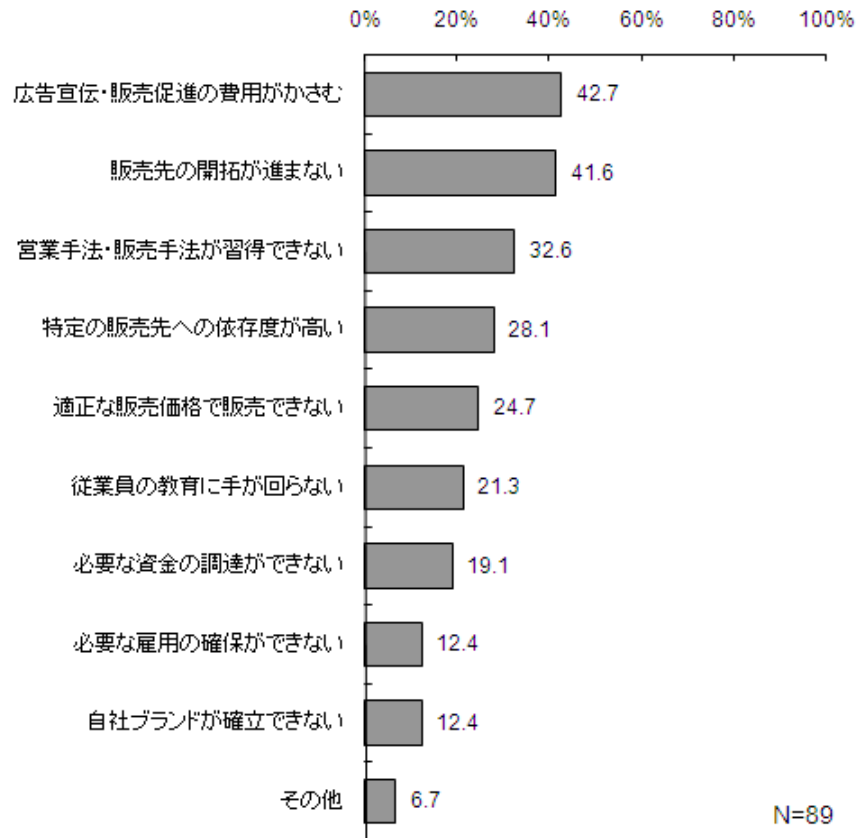
図 1次×2次×3次における2次[加工品の製造]での課題(複数回答)



(3) 3次[製品の販売]での課題(問24)

1次×2次×3次の3次[製品の販売]においては、「広告宣伝・販売促進の費用がかさむ」42.7%、「販売先の開拓が進まない」41.6%、「営業手法・販売手法が習得できない」32.6%といった課題が上位にあがっている。

図 1次×2次×3次における3次[製品の販売]での課題(複数回答)

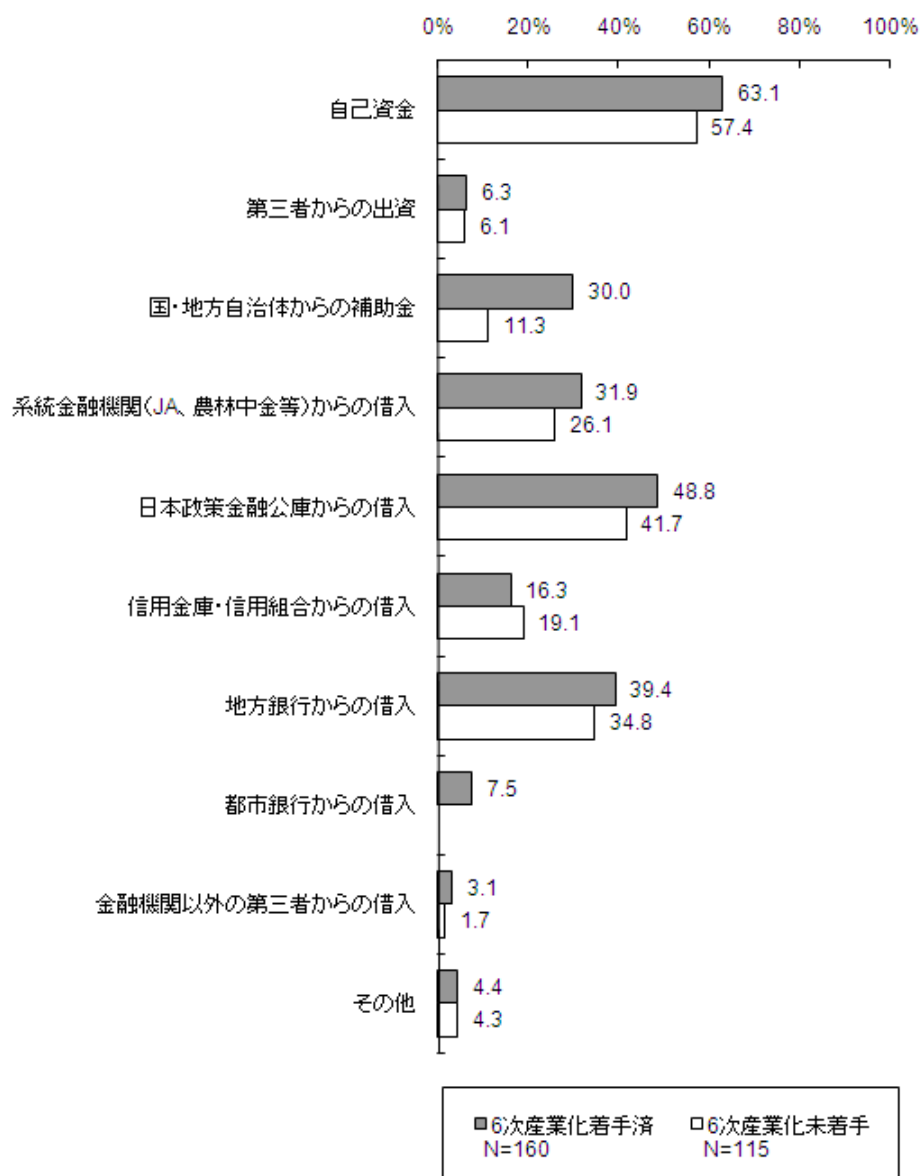


IV. 資金調達

1) 必要な資金の調達方法(問 25)

資金調達方法としては、6次産業化への取組みの有無に拘らず、自己資金、日本政策金融公庫、地方銀行の割合が多い。

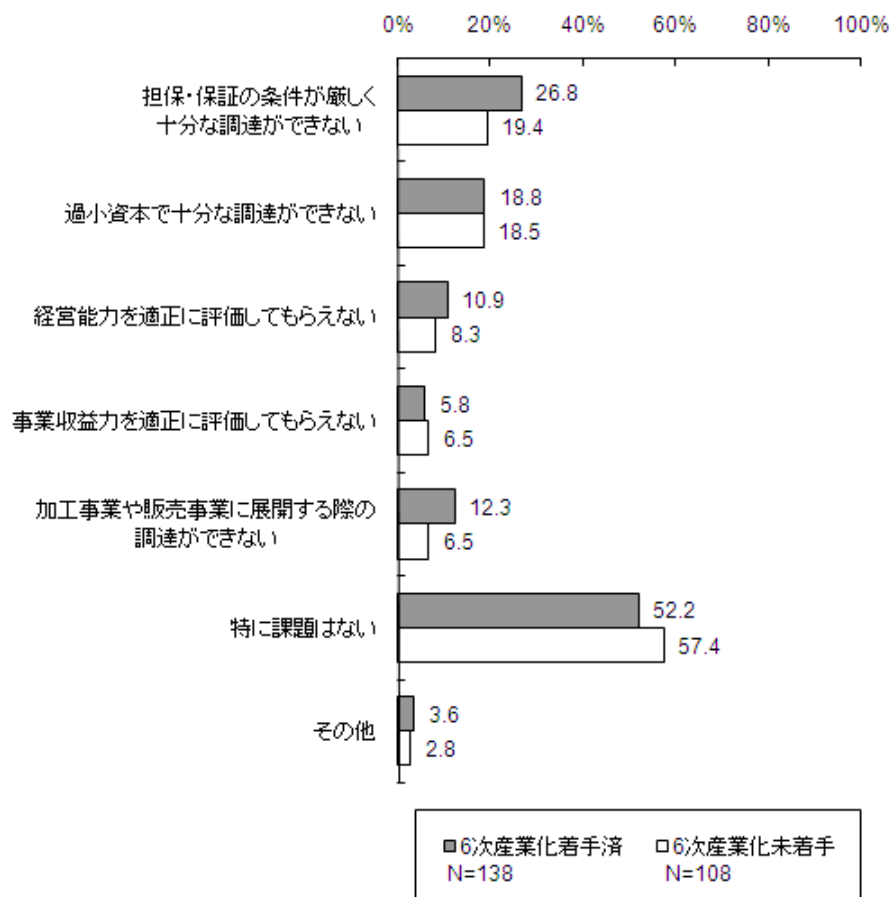
図 必要な資金の調達方法(複数回答)



2) 資金調達における課題(問 26)

資金調達における課題については、6次産業化への取組みの有無に拘らず、過半数が「特に課題はない」と考えている。

図 資金調達における課題(複数回答)

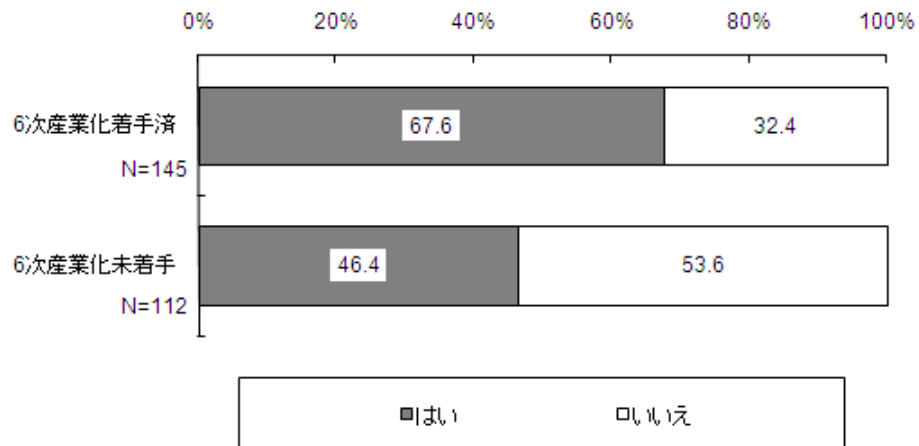


3) 今後の資本増強の必要性(問 27)

6次産業化着手済では、67.6%が資本増強の必要性を感じている。

一方で、6次産業化未着手では、53.6%が資本増強の必要性を感じていない。

図 今後の資本増強の必要性

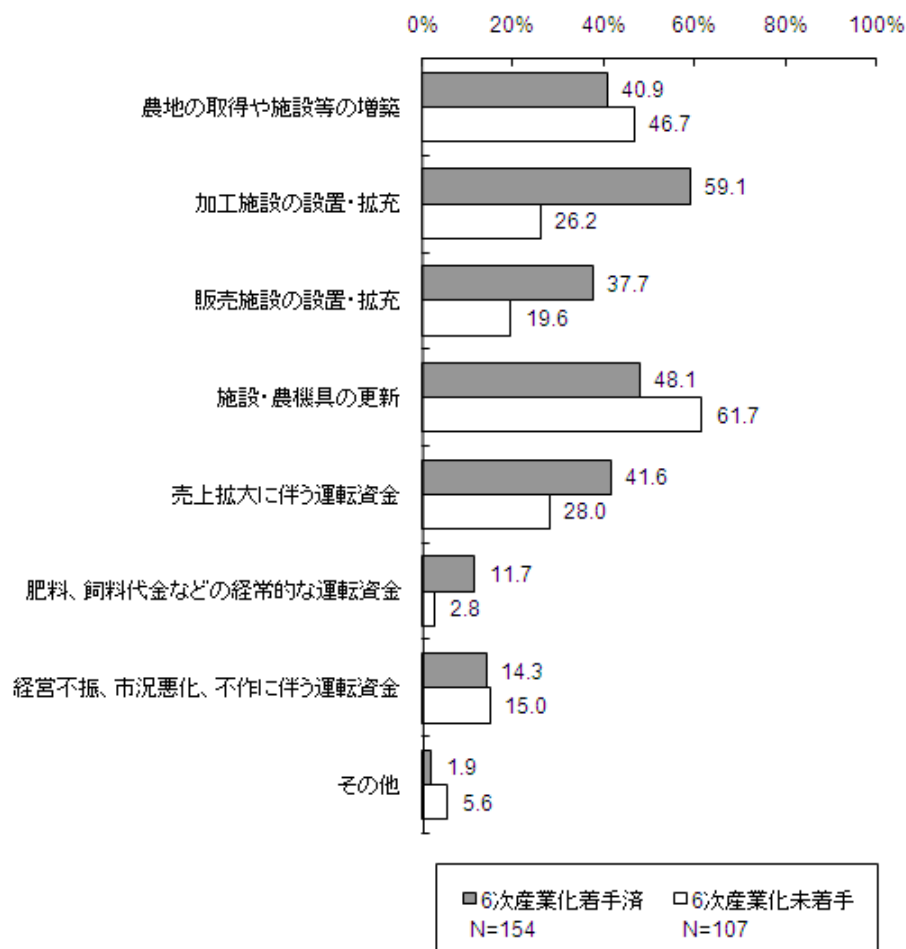


4) 今後の資金使途(問 28)

今後の資金使途をみると、6次産業化着手済では、「加工施設の設置・拡充」59.1%を始めとした設備投資資金に加え、「売上拡大に伴う運転資金」41.6%に対する資金ニーズも高いことがわかる。

一方で、6次産業化未着手では、「施設・農機具の更新」61.7%と「農地の取得や施設等の増築」46.7%には資金ニーズがあるが、それ以外ではあまり資金ニーズは見られない。

図 今後の資金使途(複数回答)

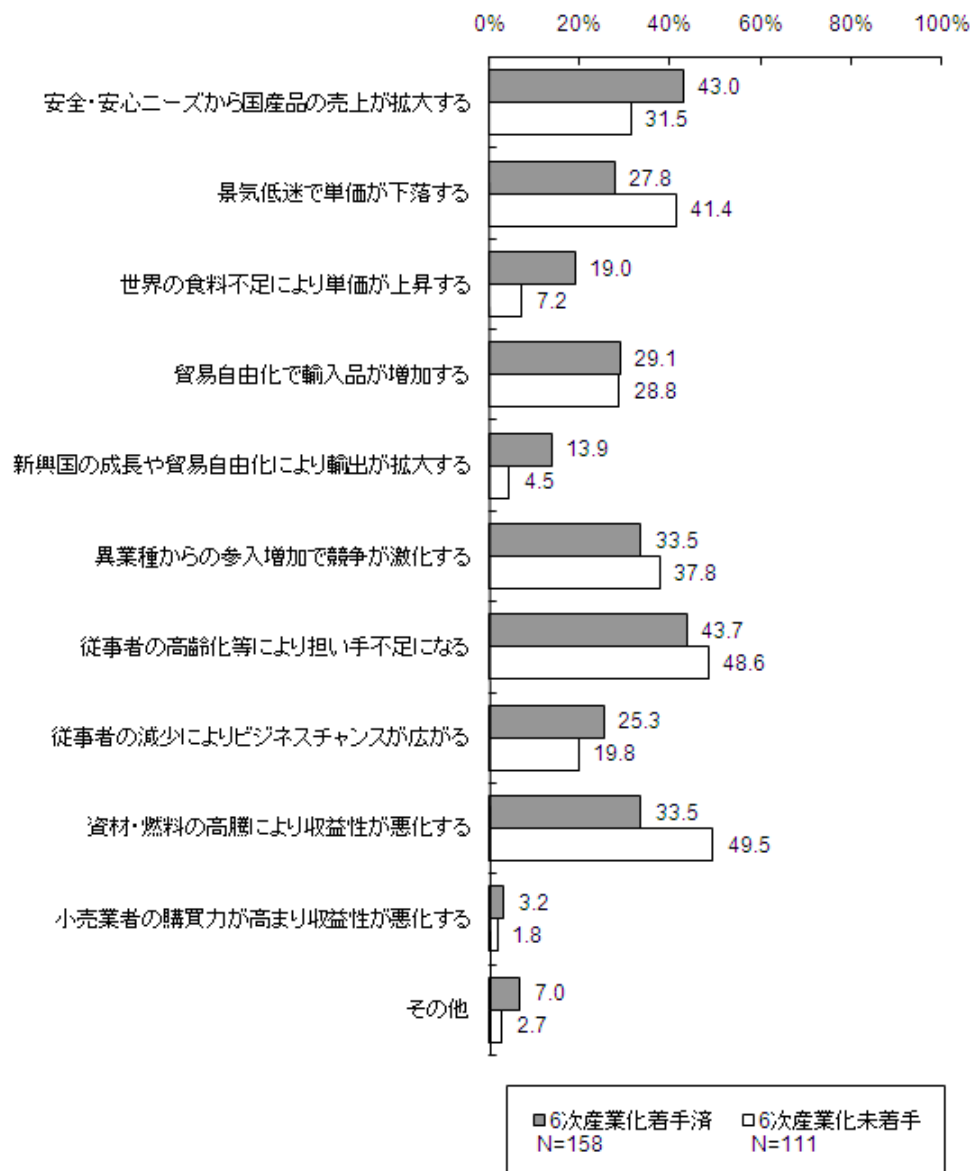


V. 今後の方向性

1) 現在及び今後の事業環境認識(問 29)

「従事者の高齢化等により担い手不足になる」についてはどちらの回答も多かったが、6次産業化着手済では、「安全・安心ニーズから国産品の売上が拡大する」という機会の方の選択肢への回答が多いのに対し、6次産業化未着手では、「資材・燃料の高騰により収益性が悪化する」や「景気低迷で単価が下落する」といった脅威の方の選択肢への回答が多かった。

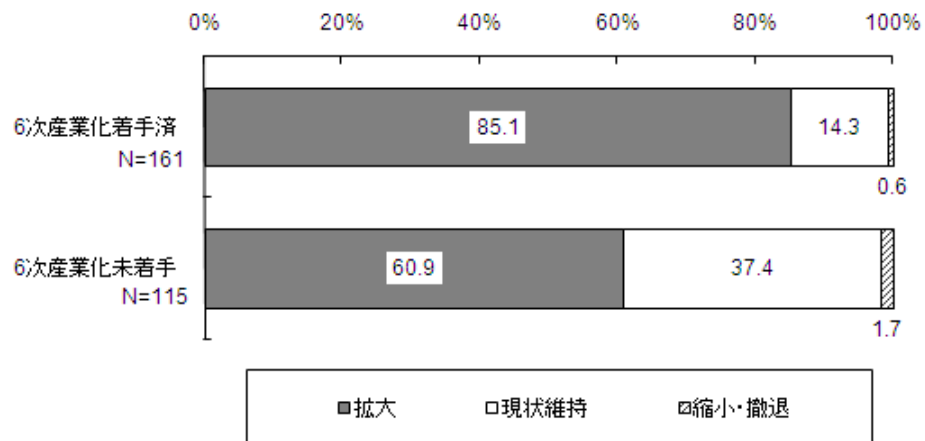
図 現在及び今後の事業環境認識(複数回答)



2) 今後の方向性(問 30)

6次産業化着手済では、拡大志向の割合が85.1%であるのに対し、6次産業化未着手では、拡大志向の割合が60.9%と、大きな差が見られる。

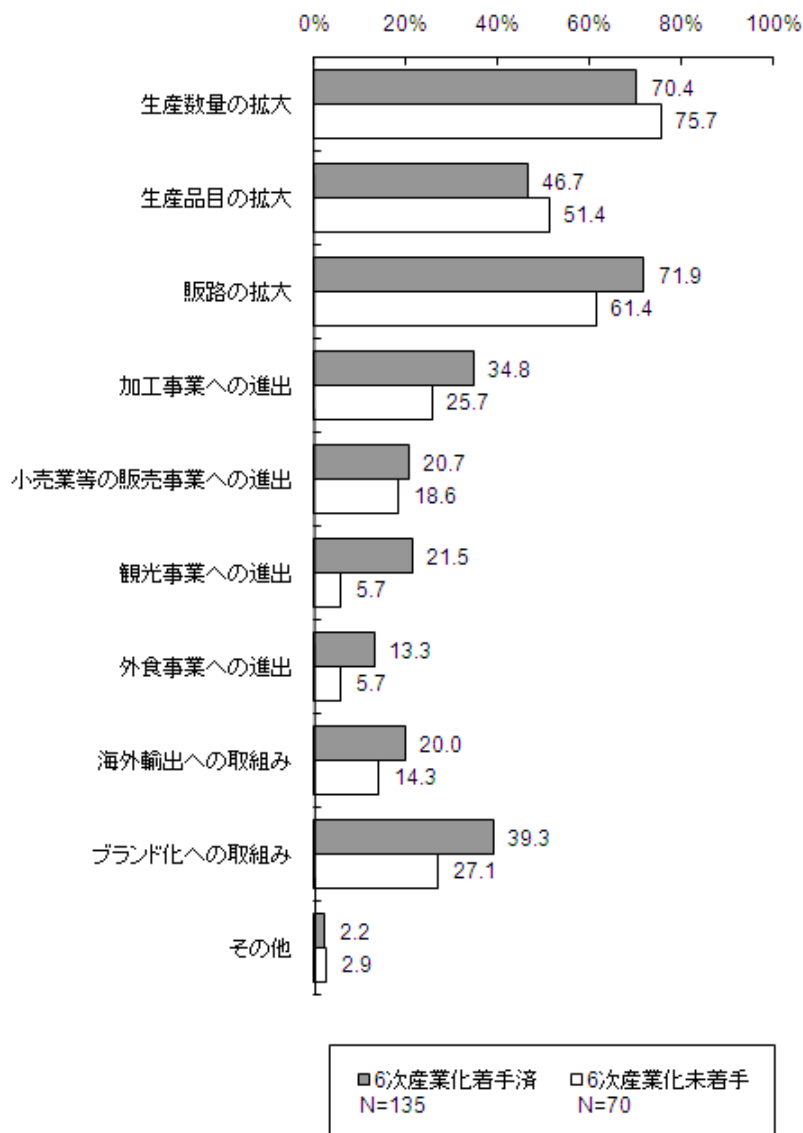
図 今後の方向性



3) 具体的な拡大の方向(問 31)

具体的な拡大の方向は、どちらも、「生産数量の拡大」、「生產品目の拡大」、「販路の拡大」が上位 3 つとなっている。

図 具体的な拡大の方向(複数回答)



4) 6次産業化の振興等の自由意見(問 32)

6次産業化の振興等に関して、貴重な意見をいただいた。

テーマ	ご意見
サポート	<ul style="list-style-type: none"> ● 書類手続きの簡素化と地元行政への権限・予算の委譲を行い、わかる人が行う態勢を整えるべき。 ● 農水省の対応が遅すぎる。書類提出が多すぎる。農家を助ける仕組みになっていない。生産者の立場に立っていない。 ● 生産と加工の両面で、輸入品に対抗できる生産規模にするサポートが必要。 ● 現状、加工事業に傾倒しすぎの感がある。もっと広い農業の持っている機能を活用できるような6次産業化の支援が必要。 ● 6次産業化と農商工連携との政策の垣根をなくして、農産物の売上拡大に注力できる応援をして欲しい。 ● 人的リソースが不足するので、そういう援助が欲しい。 ● Web 通販の技術指導が欲しい。 ● 認定はしてもらったが、事業推進のための施策がない。もっと柔軟に考えて欲しい。 ● 役人はもっと指導を心掛けて欲しい。 ● 認定が受けたが、実際、ハード面へ進む場合、補助は受けられるのか。 ● 地域振興総合プロデューサーが必要。 ● ブランディングにおいてコンサルティングをお願いしたいが、費用が大きいと依頼できない。コンサルティングを無償もしくは格安でできる仕組みを作って欲しい。 ● 「食」に関して消費者との隔たりを感じている。生産者と消費者の双方がより理解しあうことで、食に対する信頼・安心感が生じ、今以上に無駄のない流通ができると考える。その橋渡し役を期待する。 ● 法制定以降、6次産業化に取り組む予定であったが、施設整備の大きなメリットがなく、現在、ストップしている。ハード整備については、国の予算が十分とはいえない。 ● 国内外の消費動向を早期に知らせて欲しい。
意識	<ul style="list-style-type: none"> ● 6次産業化には1つ欠けているところがある。それは生産差者のやる気と創意工夫。 ● 6次産業化は農業生産法人として当然の取組み。 ● 1次×2次×3次をこれから挑戦したい。 ● 農業を6次産業化への核とするのは地域経済の発展のためには推進すべきと考えるが、その核となる農業者の経営、生活が向上しなければならない。 ● 地域の活性化として、地方での6次産業化は、日本の農業にとっても、重要な取組みだと思う。
マーケット・イン	<ul style="list-style-type: none"> ● 安易に6次産業化を進めることは、農家経営を圧迫するのではないかと。作ることより、売ることの調査・研究が大切と思う。
加工	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社で出来得る加工を積極的に進める。 ● 農家は加工に伴う技術があまりない。1次産業は原料出しに過ぎない。自分で加工までできるノウハウがあればと思う。 ● 生産・加工・販売の中で加工部門が大変。知恵を借りたい。 ● 加工業との連携を図りたい。 ● 加工は一般企業との競争が厳しく、ノウハウも持たないので、あまり方向性としては良くないのではないかと。 ● どのような作物でも秀品から良品まで生産される。秀品は市場流通できるが、良品は廃棄される。この良品を加工して流通に乗せれば、経営的にプラスになる。
資金調達	<ul style="list-style-type: none"> ● 資金的なバックアップをお願いしたい。 ● 零細なグループなので、これ以上銀行から融資を受けることは不可能であり、もう一歩積極的に加工開発に取り組めない。 ● 漁業は季節により収入が変動する。1次産業は国民の食卓を守る義務があるので、減

テーマ	ご意見
	<p>収時、運転資金の調達や支払いがスムーズにできるようになるとよい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 資金面での国からの支援。 ● 他産業にいたのでわかるが、農業はお金が借りられない。 ● 1次産業が経営の主体であるため、スーパーS等の短期資金の限度額を引き上げて欲しい。 ● 認定から融資決定までが遅すぎる。融資申込みも複雑。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 花卉産業は食料生産と違って6次産業化の可能性は低いと考えている。 ● 日本は、観光、環境、農業が複合的に絡んでいく必要があると思う。

アンケートに関するお問い合わせ先

〒100-8170 東京都千代田区大手町 2-1-1 大手町野村ビル 22 階

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社

コンサルティング部 佐藤正之、石井良一

TEL 03-3281-0780 FAX 03-3281-0789 e-mail sato-bj170002@jp.nomura.com

本レポートは、業界に関する情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報提供や投資勧誘を目的としたものではありません。本レポートは野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社が信頼できると判断した情報源から取得した情報に基づいて作成しておりますが、その正確性や完全性を保証するものではありません。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社に帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。