

## 事業の成果と今後の課題

### □ 認定事業者の事業展開の類型

認定事業者の事業展開は、業種区分で見ると、農業を基盤として、①販売（直販・卸売）、②加工、③直売店、④レストランの大きく4つに分類することができる。なお、販売と直売店のビジネスモデルは異なるので分けることにした。

現段階では農業部門以外の売上構成比はかなり低い法人が多いものとみられる。これらの法人は、販売、加工、直売店、レストラン事業へ参入し、これから本格的に事業展開しようとしている段階といえる。そして今後、めざす事業展開の方法は、垂直統合型と水平分業型に分けられる。前者は生産から販売、加工、レストランなどを地域コミュニティ型で事業を展開する場合である。後者は大消費地の卸売業や小売業とサプライチェーンを構築し、連携強化によるビジネスを展開する場合である。

なお、販売、加工、直売店など2次産業・3次産業の売上構成が多い法人は比較的少ないが、これらの法人では雇用も多く、既に農林漁業者ではなく、中小企業経営者として経済活動を展開しているといえる。

### □ 認定事業者が抱える経営発展に向けた問題点・課題

認定事業者がめざす事業展開は、販売（直販・卸売）、加工、直売店、レストランの大きく4つであり、これらを達成するために直面する問題点・課題は、商品企画開発、生産・加工・製造の技術・施設設備の更新・オペレーション、販売先の開拓、人材育成、ブランド構築などがあげられる。

なお、今後、指導・支援を受けたい内容については、販売先の開拓、商品企画開発、資金調達、生産・加工・製造、ブランド構築などがあげられている。

### □ 経営診断活動における統一的手法の成果と課題

6次産業化事業の経営発展を支援するにあたり、経営要素を分解して「経営課題抽出シート」を作成した。その大項目は、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、⑥成長戦略、⑦経営指標、⑧地域連携軸の8つから構成されている。煩雑で多岐にわたるが、農林漁業者が既存の2次産業や3次産業に参入し競争していくためには、市場の捉え方、ものづくり、市場戦略、経営管理の仕組みや手法について理解し、ビジネスモデルを築いていく必要があると考えられる。

この「経営課題抽出シート」を統一的なツールとして活用し、ボランティアプランナーを派遣し、経営診断を実施した。その結果報告書を作成し、事後評価を行った。この一連の工程及び成果についての記録は、後日、検証できることが重要であり、経営診断活動の技術向上に寄与するものと考えられる。

### □ 今後の課題

認定事業者への経営支援活動は、受入体制が整っていない現状にあった。このため、経営診断活動にあたっては、年度当初にそのニーズ調査を行い、具体的な内容について把握することで、円滑にすすめることができる。また、必要に応じて定期的な支援活動が必要である。