

第3章 農業生産法人・認定事業者アンケート 「6次産業化ビジネスモデルの課題」

要 約

- 1 農業生産法人・認定事業者の経営概要
- 2 6次産業化取組における経営動向
- 3 6次産業化取組における収益性
- 4 6次産業化ビジネスモデル構築の課題

調査の方法：

全国の6次産業化法認定事業者及び（公社）日本農業法人協会の会員から1,858社を抽出し、郵送によるアンケートを実施した。有効回答数は689社（回収率37%）。

年末の繁忙期に実施したものの、回答内容は良好であった。

アンケート実施時期	： 24年11月
発送数	： 1,858
有効回収数	： 689
回収率	： 37%

要 約

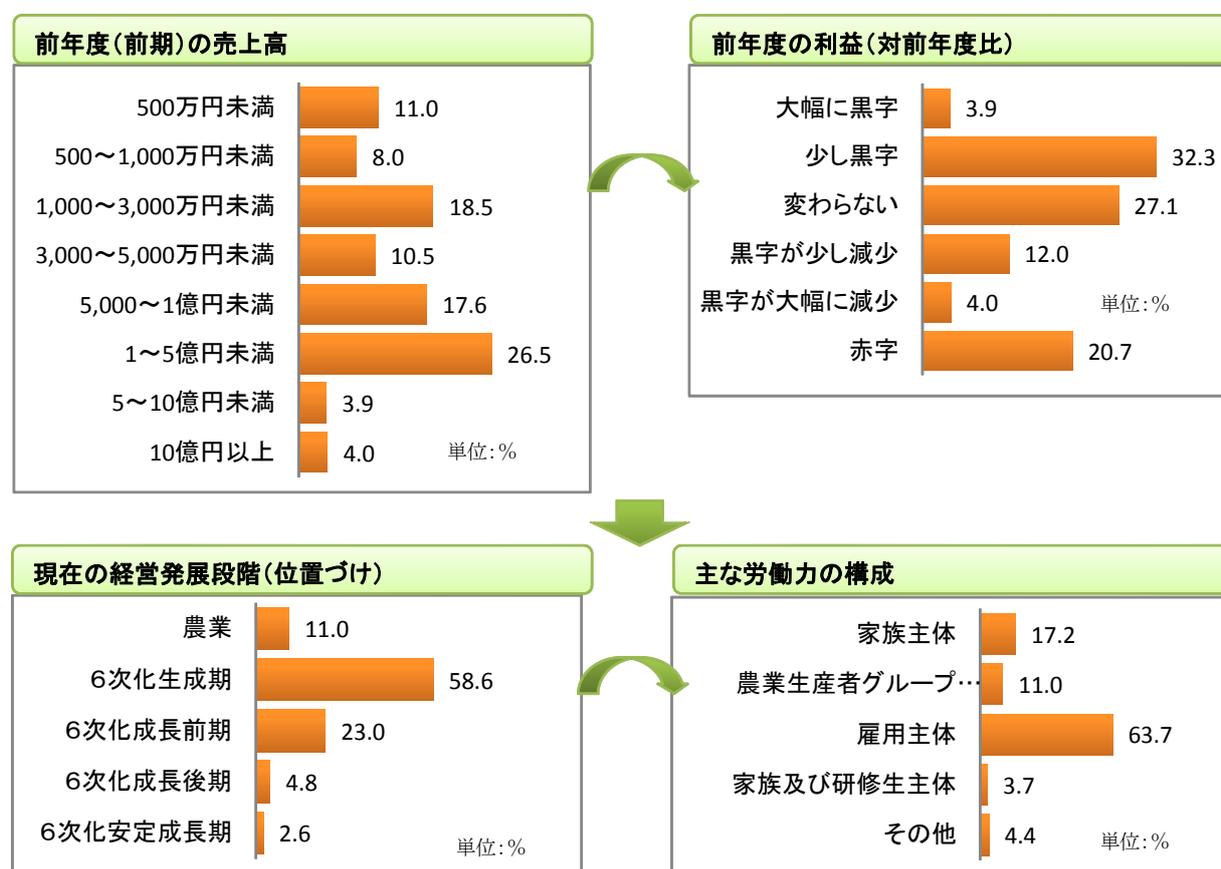
1 農業生産法人・認定事業者の経営動向

回答のあった農業生産法人・認定事業者の売上高は、「1～5億円未満」が最も多く、次いで、「1,000～3,000万円未満」、「5,000～1億円未満」となっている。なお、売上高が1億円以上の法人は232社、10億円以上は27社存在している。

前年度の利益についてみると、黒字が全体の約8割で、うち、対前年度比で増益が約3分の1となっている。一方、赤字は全体の約2割であった。

現在の経営の発展段階については、「6次産業化起業期」が58.6%、次いで、「6次化成長前期」が23.0%となっており、6次産業化の取組が、発展初期の段階であることを示している。

次に主な労働力の構成についてみると、「雇用主体」が6割を超えており、一方、「家族主体」、「家族及び研修生主体」が併せて2割強となっており、家族経営から雇用主体の経営へ移行しつつあることがわかる。

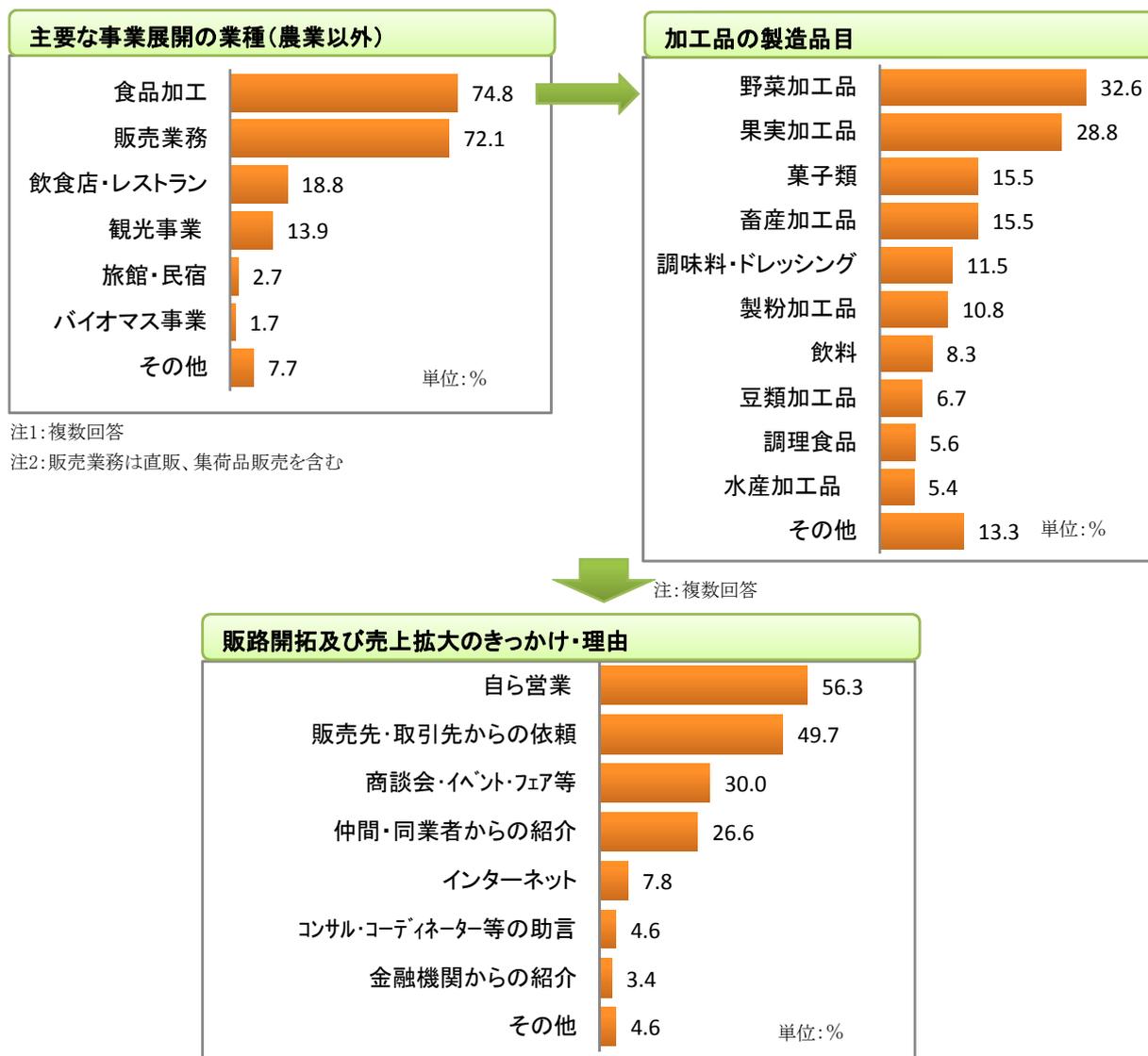


2 ビジネスモデルの展開方向

農業生産法人・認定事業者が農林漁業以外で取り組んでいる主要な事業展開の業種は、「食品加工」及び「販売業務（直販、集荷品販売含む）」が圧倒的に多くなっている。次いで「飲食店・レストラン」、「観光事業」となっており、これらがビジネスモデルを構成する事業領域となっていることがわかる。

次に、加工食品を製造している場合の品目は、「野菜加工品」が最も多く、次いで「果実加工品」、「菓子」及び「畜産加工品」、「調味料・ドレッシング」、「製粉加工品」、「飲料」、「豆類加工品」、「調理食品」、「水産加工品」となっており、農業部門の生産品や地域資源を活用している。

また、このようなビジネスモデルについて、特に販路開拓や売上拡大をどのように築いてきたかについては、「自ら営業」及び「販売先・取引先からの依頼」が圧倒的に多い。次いで「商談会・イベントフェア」、「仲間・同業者からの紹介」の順で、「コンサルタント・コーディネーター等の助言」はきわめて少ない。

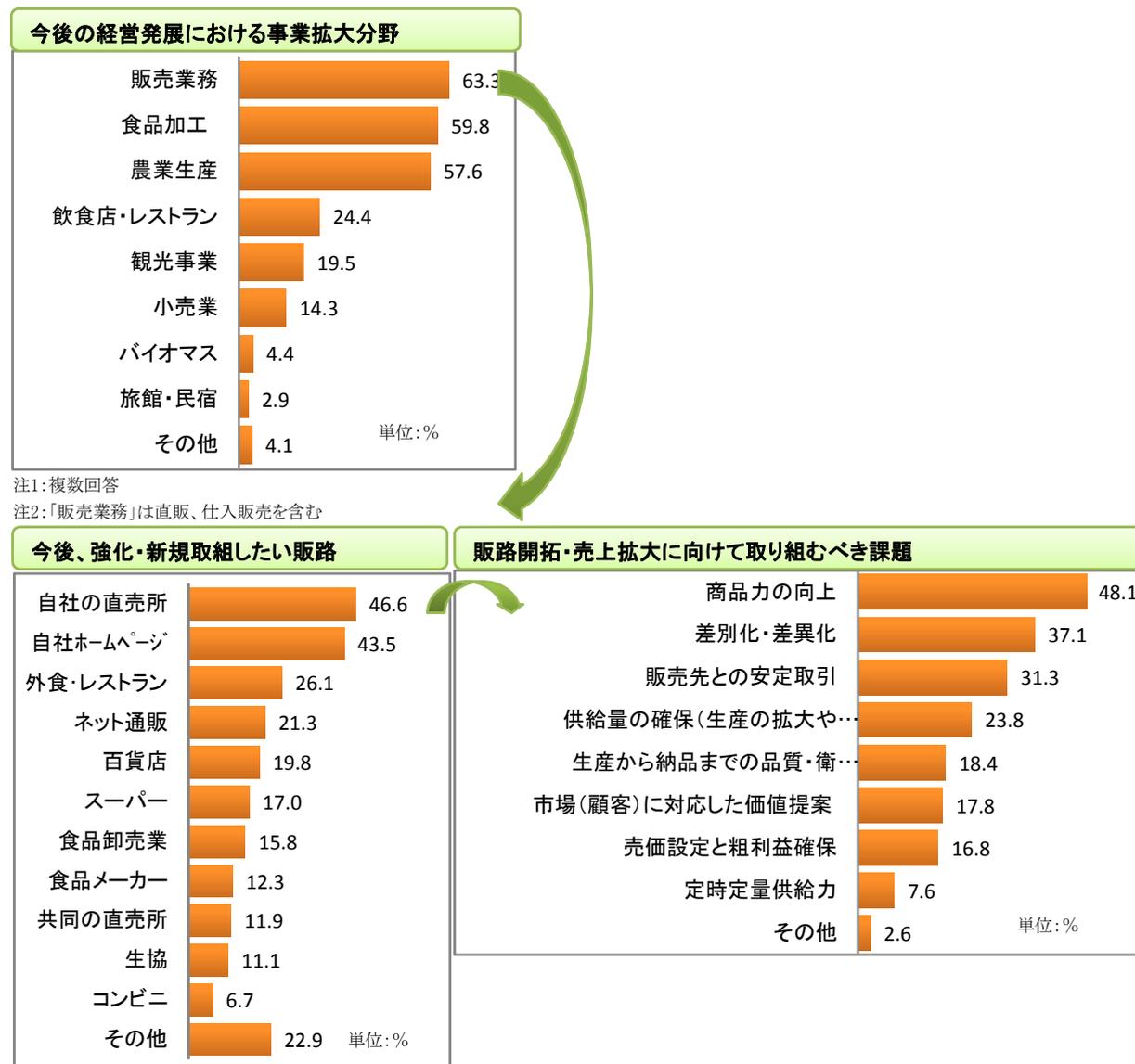


今後の経営発展のための事業拡大分野は、「販売業務（直販、仕入品販売を含む）」、「食品加工」、「農業生産」が上位3つとなっており、以下、「飲食店・レストラン」、「観光事業」、「小売業」、「バイオマス」、「宿泊・民泊」の順。農業生産法人・認定事業者は、販売業務及び加工について今後の事業の中核と位置づけていることがわかる。一方、農業生産についても拡大志向が強く、6次産業化の基盤ととらえていることを示している。

次に、今後、強化・新規取組したい販路は、「自社の直売所」、「自社のホームページ」が上位2

つとなっており、自社で販売チャネルを構築し、ビジネスモデルを確立したいという意向がうかがえる。

路開拓及び売上拡大に向けて取り組むべき課題は、「商品力の向上」が最も高く、次いで、「差別化・差異化」、「販売先との安定取引」でこれらが上位3つとなっている。



注: 複数回答

3 6次産業化ビジネスモデル構築の課題

ビジネスモデルを確立するために重要な要件は、「高付加価値製品の開発・生産」、「生産から販売までの一環経営による経営の合理化・効率化」が上位2つとなっている。高付加価値製品を開発し、生産から販売までの垂直統合型のビジネスモデルを志向していることがうかがえる。

今後の経営発展のための取組課題として、「人材育成」、「商品企画開発」、「生産・加工・製造(技術含む)」、「販売先の開拓」、「ブランド構築」などを重視していることがわかる。

将来の売上高目標については、「1～5億円未満」が37.1%(252社)で最も高くなっている。1

億円以上が6割を超えており、10億円以上は15.9%となっている。総じて、現在の売上高から一段高い水準を実現可能な目標としていることがうかがえる。

