

参考資料22

分類名〔経営〕

6次産業化に取り組む県内事業者の実態

宮城県農業・園芸総合研究所

1 取り上げた理由

6次産業化の取り組みは全国的にも積極的な推進がなされており、本県でも様々な支援を実施し、優良事例も増えている。しかし、「六次産業化・地産地消法」に基づく総合化事業計画認定事業者数（以下、認定事業者）の伸びは鈍化しており、認定事業者の実態については不明な点が多い。そこで、県内における認定事業者に対するアンケート調査により、6次産業化導入のきっかけや成功要因、課題等について明らかにしたので、参考資料とする。

2 参考資料

- 1) 6次産業化に取り組んだきっかけとして、「付加価値による利益確保」、「消費者への直接販売」、「安定した売上確保のための価格決定」、「経営の多角化」という回答が多く、直接販売等による利益や売上確保のため6次産業化に取り組む事業者が多い（図1）。
- 2) 6次産業化で商品開発を行う際に他社に加工委託をする場合のメリットは、委託先の加工技術利用や自らの生産・装備能力の不足をカバーすることであり、デメリットは輸送費など余計な経費がかかる等である（図2）。
- 3) 商品開発に要した期間としては、「6か月未満」が約4割、「1年以上2年未満」が約3割であった。また市場化に要した期間としては「6か月未満」が約6割であった。黒字化に要した期間としては「6か月未満」が約3割と多かったが、一方で「2年以上」の選択肢を合わせると約4割となり、商品開発や市場化には時間があまりかからないが、黒字化までは2年以上要する事業者が多い（図3）。
- 4) 6次産業化の成功要因としては、「豊富な原料」と「原料自体のブランド確立」という回答が多く、原料生産および原料のブランド化が重要である（図4）。
- 5) 6次産業化に取り組む際の課題について、6次産業化が「成功している」事業者と「成功していない」及び「変化なし」事業者ともに、「原料のブランド化」、「ブランド構築」など原料及び商品のブランド化や、「販路開拓」、「原料の安定生産」、「販売促進」が課題と感じている。また、「成功している」事業者と「成功していない」および「変化なし」事業者で差があった項目は「商品やメニューの充実」、「直売や農家レストラン等の店舗運営」、「新商品やサービス等の開発」等、2次・3次産業の異業種への取り組みに関することが課題と感じている（図5）。

3 利活用の留意点

- 1) 本成果は、県内における「六次産業化・地産地消法」に基づく総合化事業計画認定事業者（68事業者）を対象に実施した、郵送によるアンケート調査である（回答率32.4%）。
- 2) 六次産業化・地産地消法とは、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律（農林水産省）である。

（問い合わせ先：宮城県農業・園芸総合研究所情報経営部 電話022-383-8120）

4 背景となった主要な試験研究

1) 研究課題名及び研究期間

6次産業化の導入・定着条件の解明と経営モデルの策定（平成28年度）

2) 参考データ

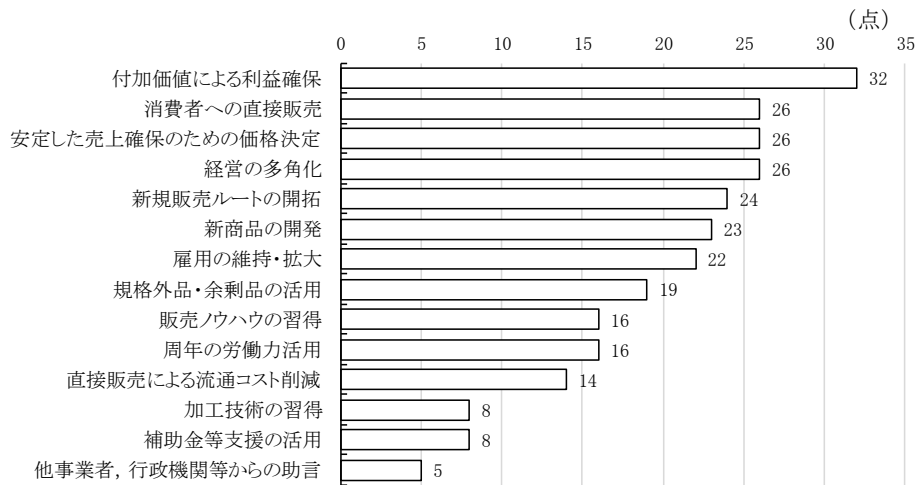


図1 6次産業化に取り組んだきっかけ

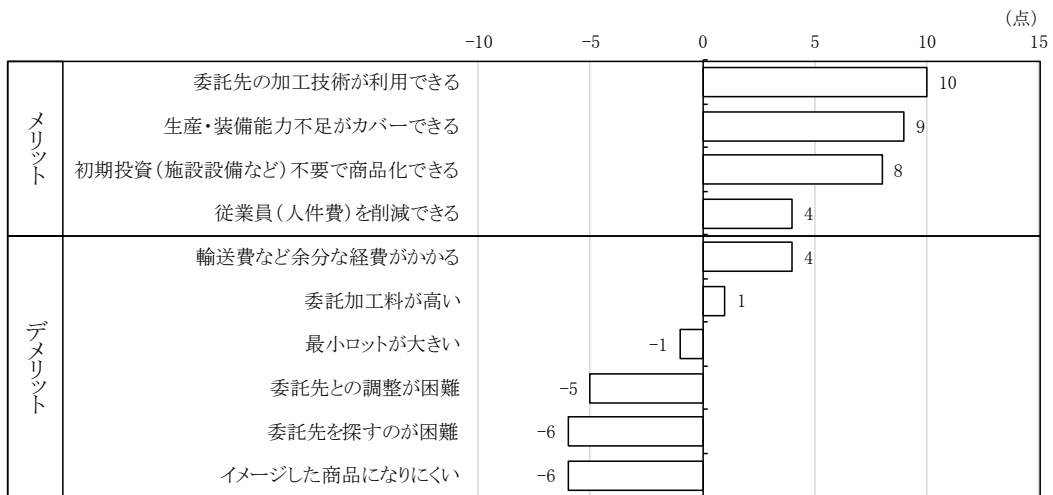


図2 他社委託加工のメリットおよびデメリット

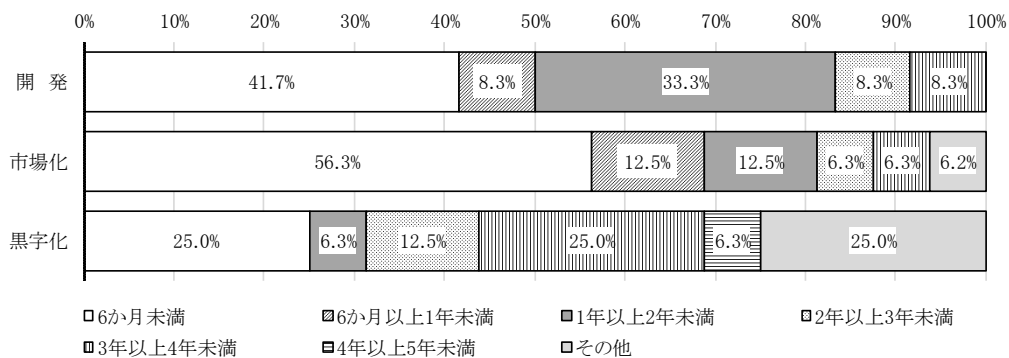


図3 商品の各段階まで要した期間の割合

※商品開発に要した期間：構想段階を含まず、計画の立ち上げ、市場調査、プランナーへの相談、試作などから商品完成までの期間

市場化に要した期間：商品完成から商談などを経て販売開始までの期間

黒字化に要した期間：販売開始してから当該商品に係る利益が黒字になるまでの期間

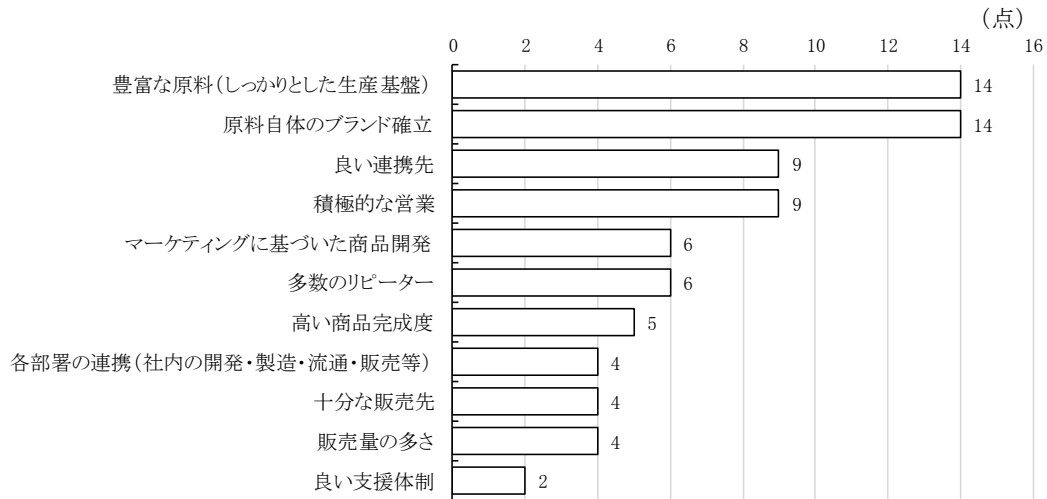


図4 6次産業化の成功要因

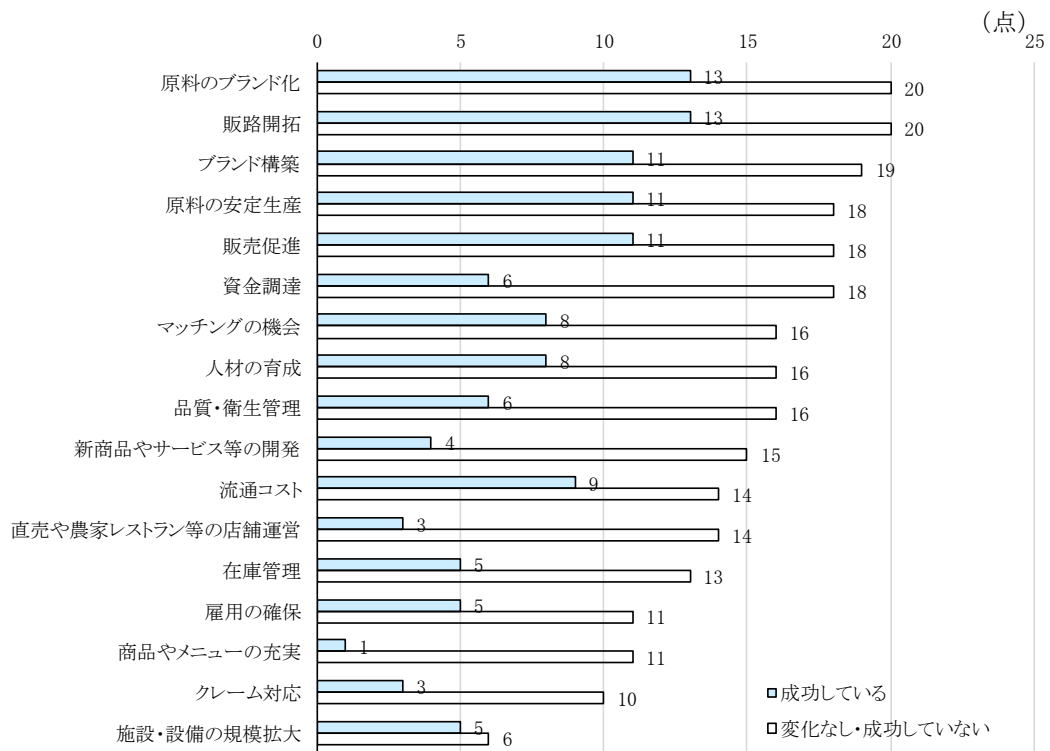


図5 6次産業化に取り組む際の課題

3) 発表論文等

a 関連する普及に移す技術

a) 農産加工品に対する消費者ニーズ (第92号参考資料)

b その他 なし

4) 共同研究機関 なし