

6次産業化の検討に向けたチェックリスト

伊藤和子・菅野千秋*・本多めぐみ・小笠原聡美**

(宮城県農業・園芸総合研究所・*宮城県東部地方振興事務所・**宮城県登米農業改良普及センター)

Checklist for considering the “Sixth industrialization”

Kazuko ITO, Chiaki KANNO*, Megumi HONDA and Satomi OGASAWARA**

(Miyagi Prefectural Agriculture and Horticulture Research Center・

*Miyagi Prefectural Tobu Regional Promotion Office・

**Miyagi Prefectural Tome Agricultural Improvement and Development Center)

1 はじめに

6次産業化は全国的にも積極的な推進がなされており、宮城県においても様々な支援を実施し、優良事例も増加しているものの「総合化事業計画」認定事業者（以下、認定事業者）数の伸びは鈍化している。

また、6次産業化の経営が複雑で、経営形態や経営管理手法の把握が難しく、農業改良普及センター等関係機関において6次産業化支援の参考になる経営モデルや経営指標がない等の課題を抱えている。

そこで、6次産業化に取り組んでいる認定事業者の経営の現状を明らかにするとともに、その際にポイントとなった内容に基づき、導入を検討するための「チェックリスト」作成を試みた。

2 試験方法

県内の認定事業者（2016年：21事業者）に対して、6次産業化の課題や成功要因についてアンケート調査を行うとともに、県内外の認定事業者（2017年：7事業者）に対して、導入して得られた成果と今後の課題等について聞き取り調査を実施した。

つぎに、前述の調査結果と関係機関等の意見に基づき、6次産業化の導入・定着のために必要な項目を「チェックリスト」として体系化した。

また、「チェックリスト」に従って、認定事業者（2018年：28事業者）へのアンケート調査と6次産業化取組年数が5年以上で収益を確保している認定事業者（2018年：6事業者）への聞き取り調査を実施し、着手・実行状況を数値化及び明文化し、チェックリストを確定した。

3 試験結果及び考察

(1) 認定事業者が抱える課題と成功要因等

アンケート調査の対象となった21認定事業者は、1次産業以外に加工、販売、農家レストラン、観光農園に取り組んでいる。

6次産業化の課題としては、「原料のブランド化」「販路開拓」「ブランド構築」「原料の安定生産」「販売促進」等の原料生産や販売に関する項目を強く感じていた。そして以下順に「流通コスト」「マッチングの機会」「人材の育成」「品質・衛生管理」「資

金調達」「在庫管理」等であった。また、6次産業化の成功要因は、「豊富な材料（しっかりとした生産基盤）」「原料自体のブランド確立」「良い連携先」「積極的な営業」を主に掲げており、以下順に「マーケティングに基づいた商品開発」等であった（図1）。

聞き取り調査対象の7認定事業者は、アンケート調査対象事業者と同様の経営形態である。

6次産業化導入で得られた成果として「安定的な売り上げの確保」「周年雇用」「規格外品の有効利用」を強く感じており、順に「人材育成」「地域貢献・地域活性化」「広告効果」が挙げた。さらに今後の事業展開における課題として「人材育成・人材確保」が5件と最も多く、次に「原料となる1次生産物の確保」「周年で収益が出るような加工品の開発」「アイテム数の増加」「営業経費（広告費用・営業担当配置）の捻出」が各1件であった（表1）。

以上の結果をカテゴリーでまとめると、「生産物の品質・収量の確保」「商品開発・商品力の向上」「商品づくり（出荷・加工）の体制」「販売促進・販路開拓（加工品販売・飲食営業等、生産物販売等）」「経営管理（組織・財務・労務管理）の体制」「人材の確保と担い手の育成」「経営環境への対応とネットワーク」の7項目であると考えられた（図1、表1）。

(2) 6次産業化の検討に向けたチェックリストの作成

チェックリスト項目は、認定農業者へのアンケート調査等によって考えられた7項目に関係機関等の意見「経営戦略・事業計画の明確化」を加えた合計8項目とした。各項目の具体的な内容に対する回答を、0（着手してできていない、考えていない）、1（考えているが実行できていない）、2（既に着手している、既にできている）の3段階で行うものとした。

作成したチェックリストに基づき、28認定事業者における着手状況について数値化するとともに、6認定事業者からは具体的な取り組みについて聞き取りし、「取り組み例」として明文化した。

以上の結果により、チェックリストを、シート1「チェックリスト」（図2）、シート2「自社と認定事業者28社平均との比較（レーダーチャート）」（図3）、シート3「チェック項目に対する事業者の取り組み例」（図略）とした。

4 まとめ

6次産業化に取り組んでいる認定事業者への聞き取り調査等から、課題と成功要因等を明らかにし、

今後の6次産業化に必要なポイントを点検することができる「6次産業化の検討に向けたチェックリスト」を策定した。

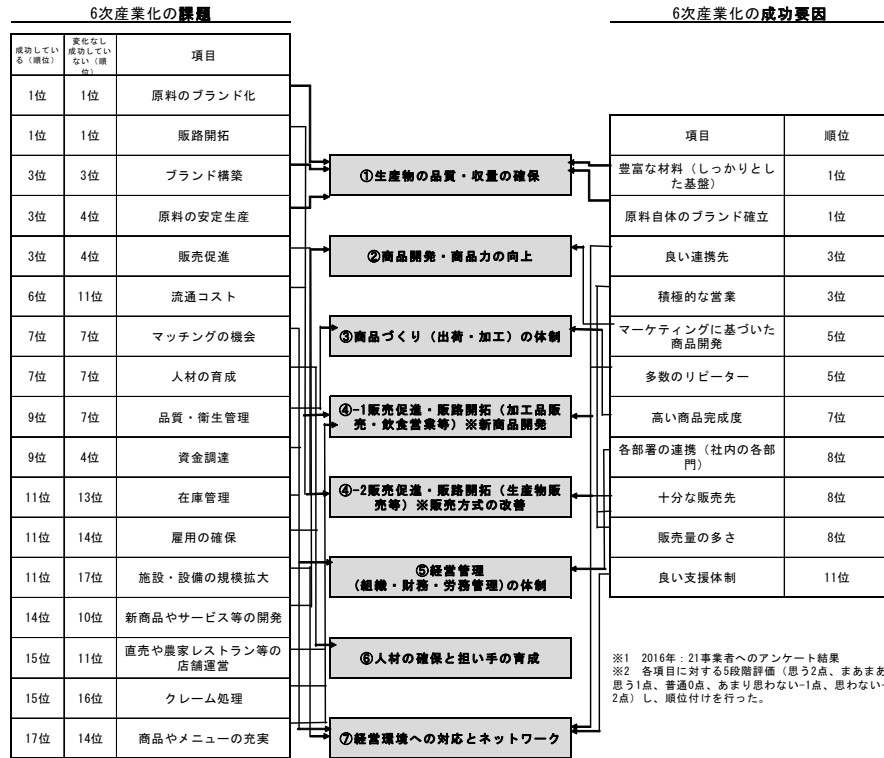


表1 6次産業化実施後の成果と課題

項目	カテゴリー
安定的な売上の確保(3)	①④
周年雇用(3)	⑥
規格外品の有効利用(4)	②④
人材育成(1)	⑥
地域貢献・地域活性化(1)	⑦
広告効果(1)	⑦
人材確保・人材育成(5)	⑥
原料となる1次生産物の確保(2)	①
周年で収益がでるような加工品の開発(1)	②③
アイテム数の増加(1)	②③
営業経費(広告費用・営業担当配置)の捻出(1)	⑤

※1 2017年：7認定事業者への聞き取り
 ※2 ()内は回答数

図1 6次産業化の課題と成功要因

6次産業化の導入に向けたチェックリスト

本チェックリストを活用し、6次産業化導入に向けた「気づき」の一助にいただければ幸いです。 ※回答時間は、15分程度です。

本チェックリストは0から2までの3段階方式となります。
 回答欄の0、1、2のいずれかひとつに○を付けてください。
 なお、ご回答にあたっての数字の目安については、下記のとおりです。

- 0：着手できていない、考えていない
 1：考えているが、実行できていない
 2：既に着手している、既にできている



項目	回答欄
1. 経営戦略・事業計画の明確化	回答欄
6次産業化の定義や政策などを把握している	
代表者が経営理念や経営方針を明確に打ち出し、組織内でも共有されている	
事業の目的や目標が明確化されており、事業戦略や事業計画を策定している	
自社の経営資源を分析し、強みと弱み、機会と脅威を認識している	
事業計画に基づき、現在の進捗を把握し、事業に取り組んでいる	
事業計画策定には、従業員や外部専門家等の意見を取り入れている	
2. 生産物の品質・収量の確保	回答欄
生産物の収量は十分かつ安定的な確保が可能である	
生産物の品質向上に努めている	
生産物の収穫時期に幅がある、あるいは収穫後の保存(常温、冷凍)が可能である	
規格外品の有効利用が可能である	
生産物自体に商品力(ブランドや良食味、特徴等)がある	
自然災害や販売リスクなどを考慮している	
3. 商品開発・商品力の向上	回答欄
商品の基本企画やコンセプトが明確にされている	
対象となる顧客像や、売り場・売り先を設定している	
類似の商品を調査するなど、市場の調査をしている	
販売先や消費者のニーズを把握し、その声を商品開発に取り入れている	
他商品との差別化が図られており、特徴が明確化されている	
商品の原価を把握している	

貴社の6次産業化の取り組み状況(総括)

項目	1 経営戦略・事業計画	2 生産物の品質・収量	3 商品開発・商品力向上	4 商品づくりの体制	5-1 販売促進(新商品開発)	5-2 販売促進(販売方式改善)	6 経営管理の体制	7 人材確保と人材育成	8 経営環境への対応とネットワーク
貴社	0	0	0	0	0	0	0	0	0
事業者平均	10	10	9	9	10	9	9	9	9

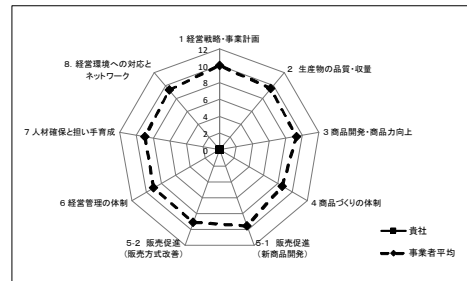


図3 チェック結果に基づくレーダーチャート

図2 作成したチェックリスト(一部抜粋)