

## 平成13年度食料・農林水産業・農山漁村に関する意向調査 農産物の直販・加工に関する意向調査結果

本調査は、平成13年11月～14年1月に、農業経営における農産物の直販・加工の位置付けやこれに対する支援のあり方等についての検討資料とすることを目的として、農産物の直販・加工に取り組んでいる農家の中から3,000戸を対象に郵送により実施し、直販は1,529戸、加工は980戸の結果を取りまとめたものである。

### 要 旨

#### 1 直 販

- (1) 直販に取り組む中で良い点は、「消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること」、「自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること」がそれぞれ4割以上となっている。
- (2) 直販に取り組む中で力を入れたいことは、「販売数量の増大」が4割以上、「味や品質面の均一化」及び「消費者との交流促進」が4割程度、「新規販売先の開拓（宣伝、広告も含む）」及び「商品の安全性の確保」が3割となっている。

#### 2 加 工

- (1) 加工に取り組む中で良い点は、「自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること」が4割程度となっている。
- (2) 加工に取り組む中で力を入れたいことは、「味や品質面の均一化」が5割程度、「商品の安全性の確保」、「販売数量の増大」及び「作業の省力化」4割程度となっている。

# 解 説

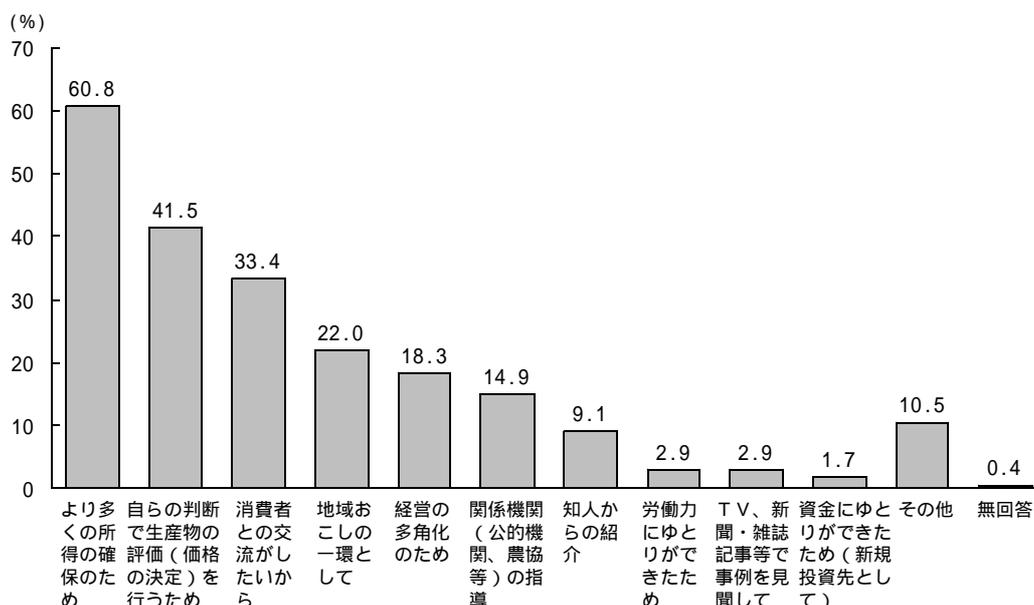
## 1 直 販

### (1) 直販に取り組んだきっかけ

- より多くの所得の確保が6割 -

農産物の直販に取り組んだきっかけを聞いたところ、「より多くの所得の確保のため」が60.8%と最も高く、次いで、「自らの判断で生産物の評価（価格の決定）を行うため」が41.5%、「消費者との交流がしたいから」が33.4%の順となっている。（図1 - 1参照）

図1 - 1 直販に取り組んだきっかけ（複数回答（該当するものすべて））



これを、直販を行っている品目のうち販売金額が1位の品目別に主な品目（以下「主な品目別」という。）をみると、いずれの品目も「より多くの所得の確保のため」の割合が最も高く、次いで、「自らの判断で生産物の評価（価格の決定）を行うため」、「消費者との交流がしたいから」の順となっている。（表1 - 1参照）

表1 - 1 主な品目別にみた直販に取り組んだきっかけ（複数回答（該当するものすべて））

区 分	計	理由											無回答
		より多くの所得の確保のため	自らの判断で生産物の評価（価格の決定）を行うため	消費者との交流がしたいから	地域おこしの一環として	経営の多角化のため	関係機関（公的機関、農協等）の指導	知人からの紹介	労働力にゆとりができたため	TV、新聞・雑誌記事等で見聞して	資金にゆとりができたため（新規投資先として）	その他	
米	100.0	63.7	35.1	30.0	15.4	17.6	10.2	14.8	2.4	5.3	1.4	7.0	0.3
野菜	100.0	52.1	41.1	35.7	31.1	17.7	22.1	6.0	4.3	2.9	0.4	12.4	0.5
果実	100.0	68.0	47.7	35.5	17.9	15.9	10.9	10.6	1.9	0.8	3.6	9.5	0.5
花き・花木	100.0	65.6	48.7	30.0	20.2	22.3	17.6	4.2	-	2.6	-	18.5	-

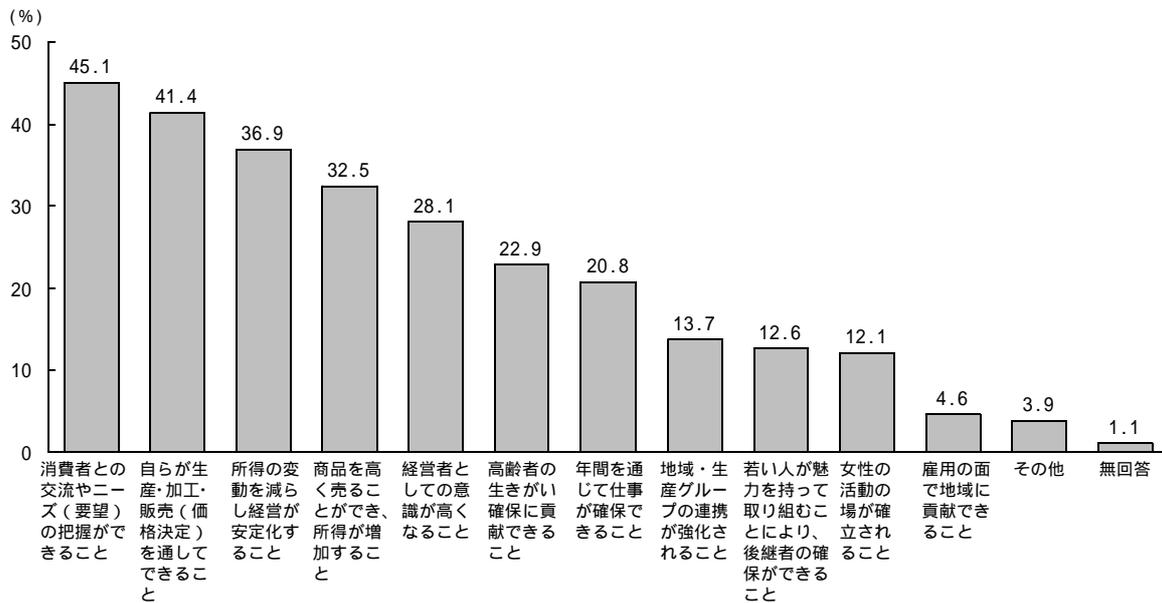
(2) 直販に取り組む中で良い点

- 消費者との交流・ニーズ把握、生産・加工・販売を通してできるがそれぞれ4割以上 -

農産物の直販に取り組む中で良い点を聞いたところ、「消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること」が45.1%と最も高く、次いで、「自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること」が41.4%、「所得の変動を減らし経営が安定化すること」が36.9%、「商品を高く売ることができ、所得が増加すること」が32.5%、「経営者としての意識が高くなること」が28.1%の順となっている。

(図1 - 2 参照)

図1 - 2 直販に取り組む中で良い点（複数回答（該当するものすべて））



これを主な品目別にみると、米、野菜及び果実では「消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること」の割合が最も高くなっているのに対し、花き・花木では「自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること」の割合が最も高くなっている。（表1 - 2 参照）

表1 - 2 主な品目別にみた直販に取り組む中で良い点（複数回答（該当するものすべて））

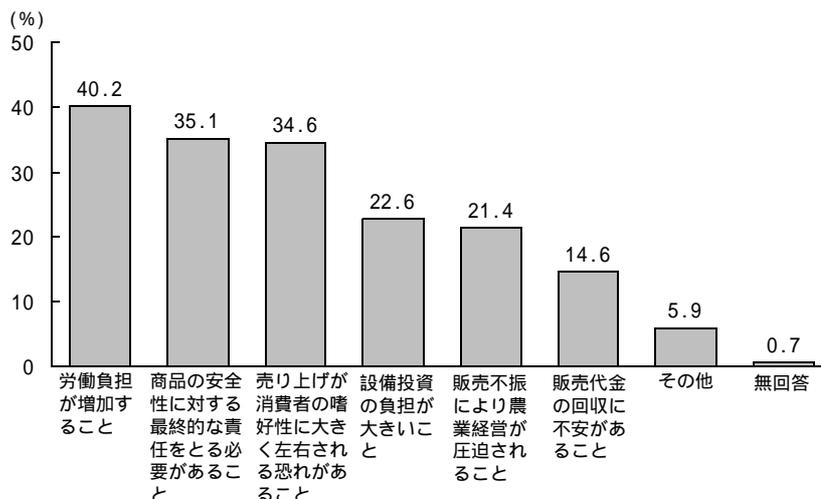
区分	計	単位：%												
		消費者との交流やニーズの把握ができること	自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること	所得の変動を減らし経営が安定化すること	商品を高く売ることができ、所得が増加すること	経営者としての意識が高くなること	高齢者の生きがい確保に貢献できること	年間を通じて仕事が確保できること	地域・生産グループの連携が強化されること	若い人が魅力を持って取り組むことにより、後継者の確保ができること	女性の活動の場が確保されること	雇用の面で地域に貢献できること	その他	無回答
米	100.0	39.3	32.9	32.8	35.5	28.4	17.3	19.5	11.3	12.2	8.9	3.8	5.5	1.2
野菜	100.0	47.6	43.6	31.5	25.8	27.2	34.4	29.5	18.8	11.2	17.8	3.1	2.3	1.0
果実	100.0	46.6	44.2	46.3	38.6	29.4	18.9	9.5	10.0	13.3	9.1	6.7	3.8	1.4
花き・花木	100.0	50.6	51.1	45.0	38.3	41.0	12.3	13.9	14.6	12.9	12.2	3.4	8.4	0.3

(3) 直販に取り組む上での問題点

- 労働負担、商品の安全性に責任、消費者の嗜好性に左右されるがそれぞれ3割以上 -

農産物の直販に取り組む上での問題点を聞いたところ、「労働負担が増加すること」が40.2%と最も高く、次いで、「商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること」が35.1%、「売上げが消費者の嗜好性に大きく左右される恐れがあること」が34.6%の順となっている。(図1 - 3 参照)

図1 - 3 直販に取り組む上での問題点 (複数回答 (該当するものすべて))



これを主な品目別にみると、野菜、果実及び花き・花木では「労働負担が増加すること」の割合が最も高くなっているのに対し、米では「商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること」の割合が最も高くなっている。(表1 - 3 参照)

表1 - 3 主な品目別にみた直販に取り組む上での問題点 (複数回答 (該当するものすべて))

区分	計	問題点							その他	無回答
		労働負担が増加すること	商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること	売上げが消費者の嗜好性に大きく左右される恐れがあること	設備投資の負担が大きいこと	販売不振により農業経営が圧迫されること	販売代金の回収に不安があること	その他		
米	100.0	32.5	37.1	33.2	35.5	20.8	17.8	2.9	1.6	
野菜	100.0	44.1	37.0	38.4	14.5	17.9	13.9	6.9	-	
果実	100.0	40.8	36.8	32.6	18.6	24.9	13.1	5.7	0.6	
花き・花木	100.0	50.0	15.5	46.2	15.8	26.1	14.4	8.9	-	

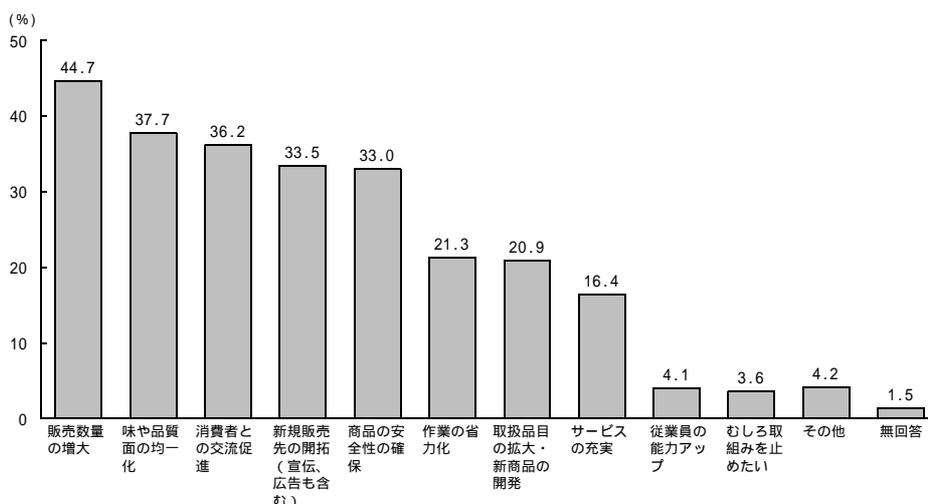
(4) 直販に取り組む中で力を入れたいこと

- 販売数量の増大が4割を超える -

農産物の直販に取り組む中で、力を入れたいことを聞いたところ、「販売数量の増大」が44.7%と最も高く、次いで、「味や品質面の均一化」が37.7%、「消費者との交流促進」が36.2%、「新規販売先の開拓（宣伝、広告も含む）」が33.5%、「商品の安全性の確保」が33.0%の順となっている。

なお、「むしろ取組みを止めたい」は3.6%となっている。（図1 - 4参照）

図1 - 4 直販に取り組む中で力を入れたいこと（複数回答（該当するものすべて））



これを主な品目別にみると、野菜及び花き・花木では「販売数量の増大」の割合が最も高くなっているのに対し、米及び果実では「味や品質面の均一化」の割合が最も高くなっている。（表1 - 4参照）

表1 - 4 主な品目別にみた直販に取り組む中で力を入れたいこと（複数回答（該当するものすべて））

区分	計	単位：%											
		販売数量の増大	味や品質面の均一化	消費者との交流促進	新規販売先の開拓 (宣伝、広告も含む)	商品の安全性の確保	作業の省力化	取扱品目の拡大・新商品の開発	サービスの充実	従業員の能力アップ	むしろ取組みを止めたい	その他	無回答
米	100.0	42.4	44.3	31.1	34.8	36.0	19.5	13.2	14.8	2.8	2.4	2.8	0.8
野菜	100.0	48.3	32.1	39.7	28.7	37.1	21.6	27.6	15.2	4.5	4.1	5.3	3.0
果実	100.0	42.9	45.5	34.4	38.8	29.5	18.3	17.9	19.0	4.2	3.3	5.9	1.1
花き・花木	100.0	58.9	13.8	40.2	28.1	13.7	21.2	35.6	23.0	8.6	3.7	4.2	-

次に、法人化の意向別にみると、「すでに法人化している」及び「法人化しようと考えている」では、「販売数量の増大」の割合が最も高く、次いで「新規販売先の開拓（宣伝、広告も含む）」となっている。（表1 - 5 参照）

表1 - 5 法人化の意向別にみた直販に取り組む中で力を入れたいこと（複数回答（該当するものすべて））

単位：%

区分	計	販売数量の増大	味や品質の均一化	消費者との交流促進	新規販売先の開拓（宣伝、広告も含む）	販路の拡大	商品の安全性の確保	作業の省力化	取扱い商品の開発	サービスの充実	従業員の能力アップ	むしろ取組みたい	その他	無回答
すでに法人化している	100.0	49.3	27.1	36.7	41.3	31.0	32.3	28.6	32.3	9.2	0.4	2.1	0.4	
法人化しようと考えている	100.0	64.0	43.4	46.2	51.9	43.5	21.4	31.0	28.2	15.4	-	1.3	-	
法人化しようと考えていない	100.0	41.0	37.9	34.6	29.9	31.5	20.7	18.5	12.8	1.4	4.6	5.1	1.1	

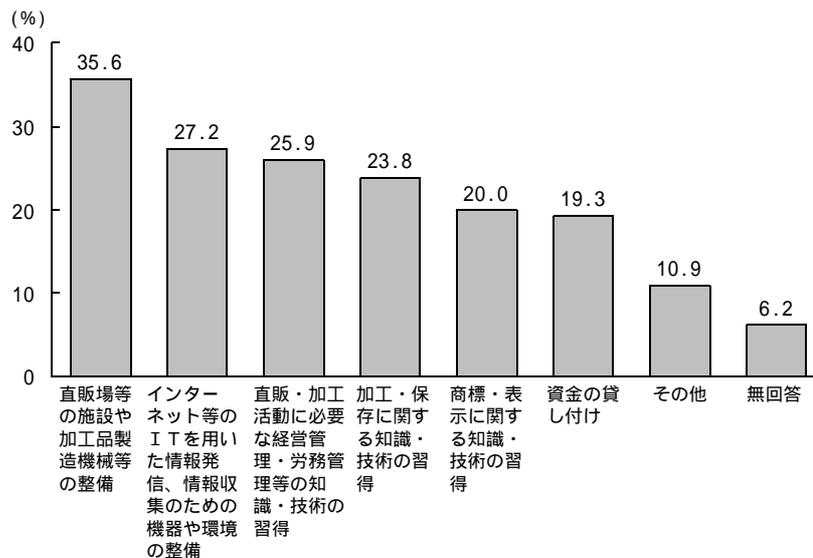
(5) 直販に取り組む上で必要な支援

- 直販場等の施設整備が4割程度 -

農産物の直販に取り組む上で、どのような支援が必要かを聞いたところ、「直販場等の施設や加工品製造機械等の整備」が35.6%と最も高く、次いで、「インターネット等のITを用いた情報発信、情報収集のための機器や環境の整備」が27.2%、「直販・加工活動に必要な経営管理・労務管理等の知識・技術の習得」が25.9%、「加工・保存に関する知識・技術の習得」が23.8%の順となっている。

（図1 - 5 参照）

図1 - 5 直販に取り組む上で必要な支援（複数回答（該当するものすべて））



これを主な品目別にみると、米、野菜及び果実では「直販場等の施設や加工品製造機械等の整備」の割合が最も高くなっている。また、花き・花木では、「直販場等の施設や加工品製造機械等の整備」及び「インターネット等のITを用いた情報発信、情報収集のための機器や環境の整備」の割合が高くなっている。

(表1-6参照)

表1-6 主な品目別にみた直販に取り組む上で必要な支援  
(複数回答(該当するものすべて))

単位：%

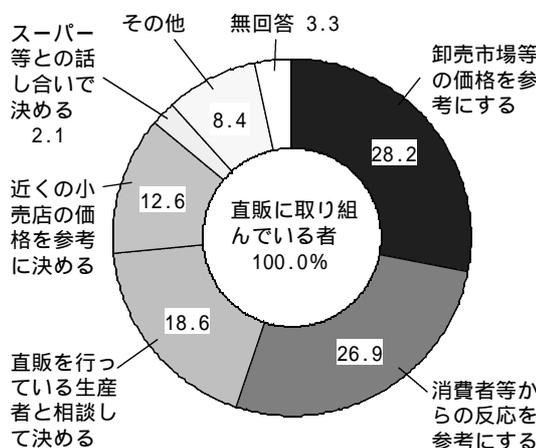
区分	計	直販場等の施設や加工品製造機械等の整備	インターネット等のITを用いた情報発信、情報収集のための機器や環境の整備	直販・加工に必要経理・労務等の技術習得	加工・保存に関する技術の習得	商標・表示に関する知識の習得	資金の貸し付け	その他	無回答
米	100.0	36.2	17.9	23.0	29.5	19.9	21.4	9.2	4.8
野菜	100.0	34.9	22.1	26.7	28.8	26.2	13.8	14.5	7.9
果実	100.0	35.8	34.1	28.7	20.1	13.9	18.1	9.6	5.8
花き・花木	100.0	41.8	42.1	24.6	1.7	15.8	23.0	11.6	7.3

(6) 直販における今後の価格の決め方についての意向

- 卸売市場等の価格、消費者等の反応を参考にそれぞれ3割程度 -

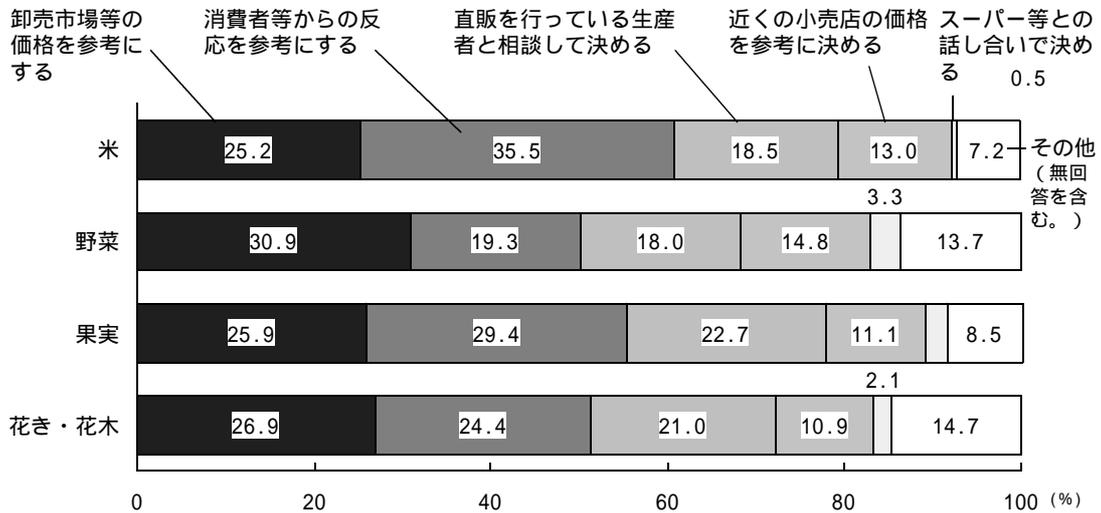
今後、農産物の直販における価格の決め方についてどのように考えているかを聞いたところ、「卸売市場等の価格を参考にする」が28.2%と最も高く、次いで、「消費者等からの反応を参考にする」が26.9%、「直販を行っている生産者と相談して決める」が18.6%、「近くの小売店の価格を参考に決める」が12.6%の順となっている。(図1-6参照)

図1-6 直販における今後の価格の決め方についての意向



これを主な品目別にみると、野菜及び花き・花木では「卸売市場等の価格を参考にする」の割合が最も高くなっているのに対し、米及び果実では「消費者等からの反応を参考にする」の割合が最も高くなっている。(図1-7参照)

図1-7 主な品目別にみた直販における今後の価格の決め方についての意向



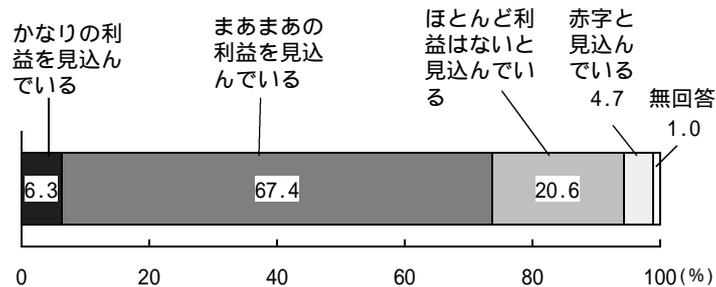
(7) 直販における収支についての意向

- 7割程度の者が利益を見込んでいる -

今後、農産物の直販の収支についてどのように考えているかを聞いたところ、「まあまあ利益を見込んでいる」が67.4%と最も高く、「かなりの利益を見込んでいる」が6.3%となっている。

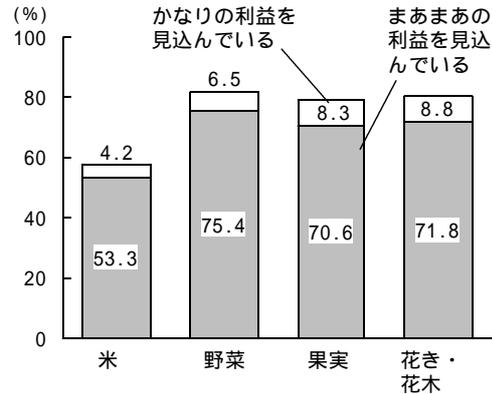
一方、「ほとんど利益はないと見込んでいる」が20.6%、「赤字と見込んでいる」が4.7%となっている。(図1-8参照)

図1-8 直販における収支についての意向



また、「かなりの利益を見込んでいる」及び「まあまあの利益を見込んでいる」の割合を主な品目別にみると、野菜、果実及び花き・花木では8割程度となっているのに対し、米では6割程度となっている。  
 (図1 - 9 参照)

図1 - 9 主な品目別に見た直販における収支についての意向



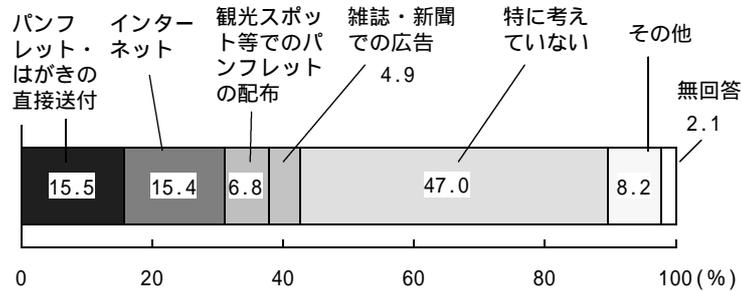
(8) 消費者への情報提供の方法についての意向

- パンフレット・はがきの直接送付、インターネットがそれぞれ2割程度 -

今後、消費者に対してどのような手段で情報提供をしていきたいかを聞いたところ、「パンフレット・はがきの直接送付」が15.5%、「インターネット」が15.4%となっている。

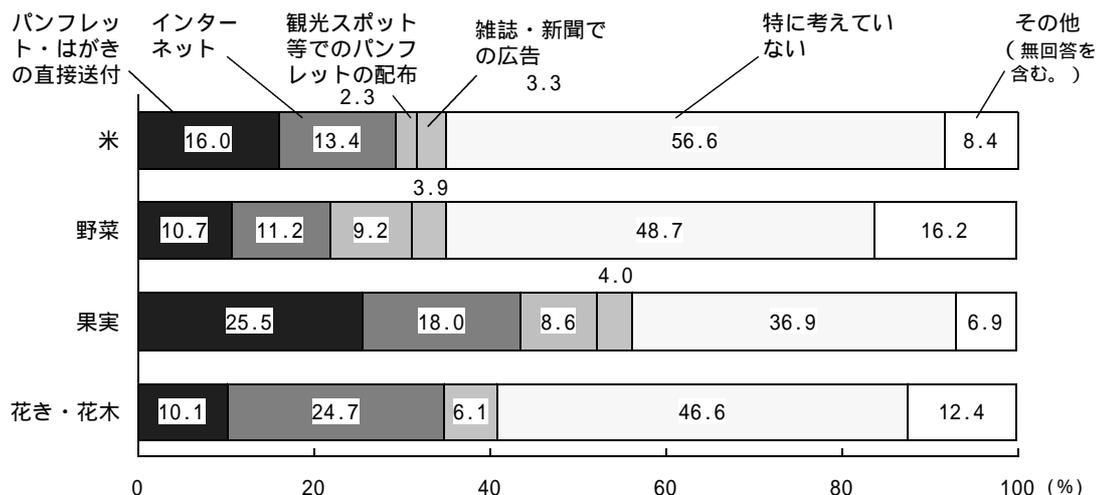
なお、「特に考えていない」は47.0%となっている。(図1 - 10参照)

図1 - 10 消費者への情報提供の方法についての意向



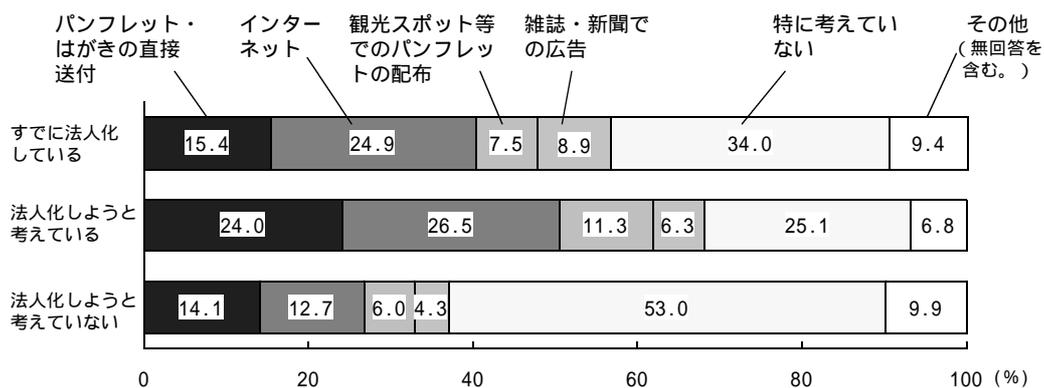
これを主な品目別にみると、いずれの品目でも「特に考えていない」の割合が最も高くなっているが、消費者への情報提供の具体的な方法としては、米及び果実では「パンフレット・はがきの直接送付」の割合が最も高くなっているのに対し、花き・花木では「インターネット」の割合が最も高くなっている。また、野菜では、「パンフレット・はがきの直接送付」及び「インターネット」の割合が高くなっている。(図1-11参照)

図1-11 主な品目別にみた消費者への情報提供の方法についての意向



同様に消費者への情報提供の具体的な方法について、法人化の意向別にみると、「すでに法人化している」及び「法人化しようと考えている」では、「インターネット」の割合が最も高くなっている。(図1-12参照)

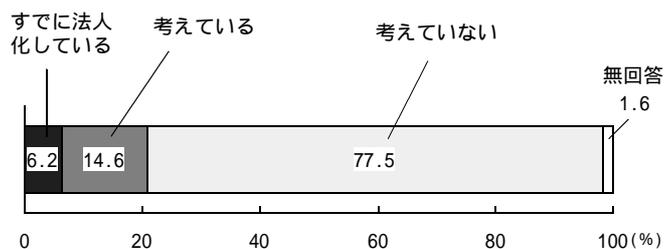
図1-12 法人化の意向別にみた消費者への情報提供の方法についての意向



### (9) 法人化についての意向

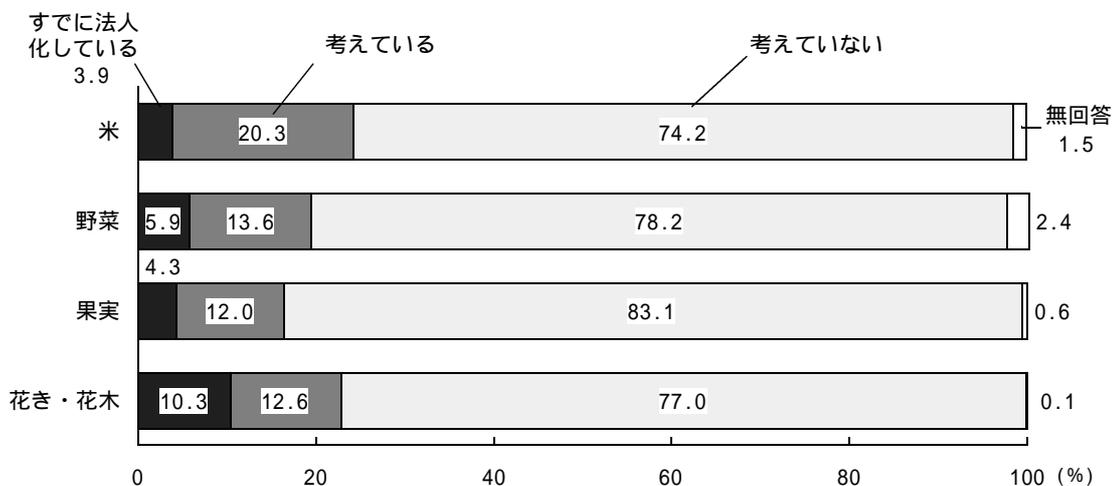
- 今後、法人化を考えている者は1割以上 -
- 今後、法人化をしようと考えているかを聞いたところ、「考えている」が14.6%、「考えていない」が77.5%となっている。
- なお、「すでに法人化している」は6.2%となっている。(図1 - 13参照)

図1 - 13 法人化についての意向



これを主な品目別にみると、いずれの品目でも「考えていない」の割合が最も高くなっているが、米では「考えている」の割合が他の品目に比べ高くなっている。(図1 - 14参照)

図1 - 14 主な品目別にみた法人化についての意向



## 2 加工

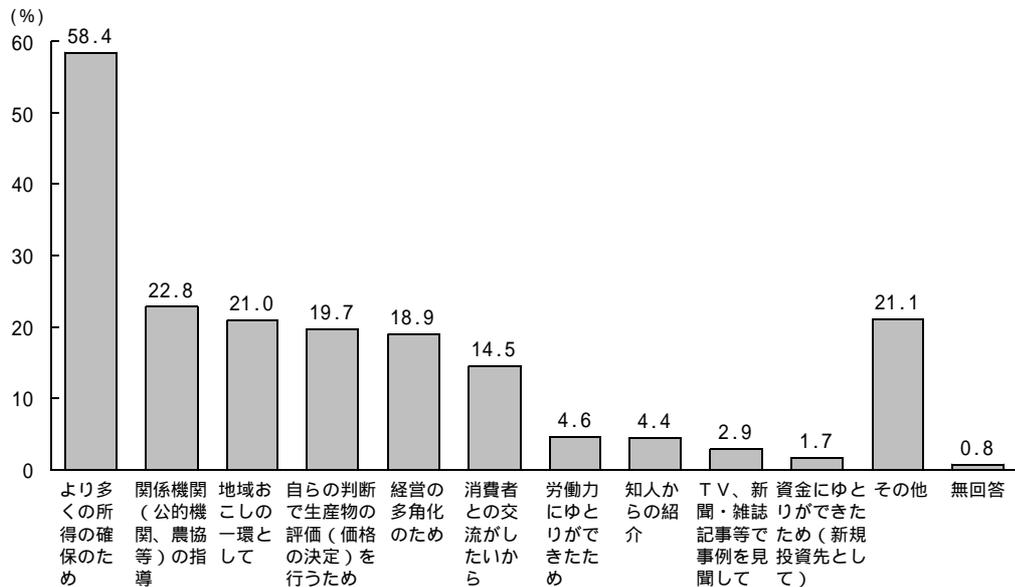
### (1) 加工に取り組んだきっかけ

- より多くの所得の確保が6割程度 -

農産物の加工に取り組んだきっかけを聞いたところ、「より多くの所得の確保のため」が58.4%と最も高く、次いで、「関係機関（公的機関、農協等）の指導」が22.8%、「地域おこしの一環として」が21.0%、「自らの判断で生産物の評価（価格の決定）を行うため」が19.7%、「経営の多角化のため」が18.9%の順となっている。

（図2 - 1 参照）

図2 - 1 加工に取り組んだきっかけ（複数回答（該当するものすべて））



これを、加工を行っている品目のうち販売金額が1位の品目別に主な品目（以下「主な品目別」という。）をみると、米加工品及び果実加工品では「より多くの所得の確保のため」の割合が最も高くなっているのに対し、野菜加工品では「関係機関（公的機関、農協等）の指導」の割合が最も高くなっている。（表2 - 1 参照）

表2 - 1 主な品目別にみた加工に取り組んだきっかけ（複数回答（該当するものすべて））

区分	計	単位：%											
		より多くの所得の確保のため	関係機関（公的機関、農協等）の指導	地域おこしの一環として	自らの判断で生産物の評価（価格の決定）を行うため	経営の多角化のため	消費者との交流がしたいから	労働力にゆとりがきたため	知人からの紹介	T V、新聞・雑誌記事等で見聞して	資金にゆとりができたため（新規投資先として）	その他	無回答
米加工品	100.0	70.4	18.5	37.5	29.1	26.3	24.0	15.8	7.0	13.3	1.5	14.7	0.2
野菜加工品	100.0	39.1	42.4	23.5	15.2	16.1	19.9	2.3	4.3	1.2	0.8	34.0	2.0
果実加工品	100.0	62.9	24.6	20.3	16.3	17.7	11.9	4.6	4.7	2.6	3.5	14.3	0.4

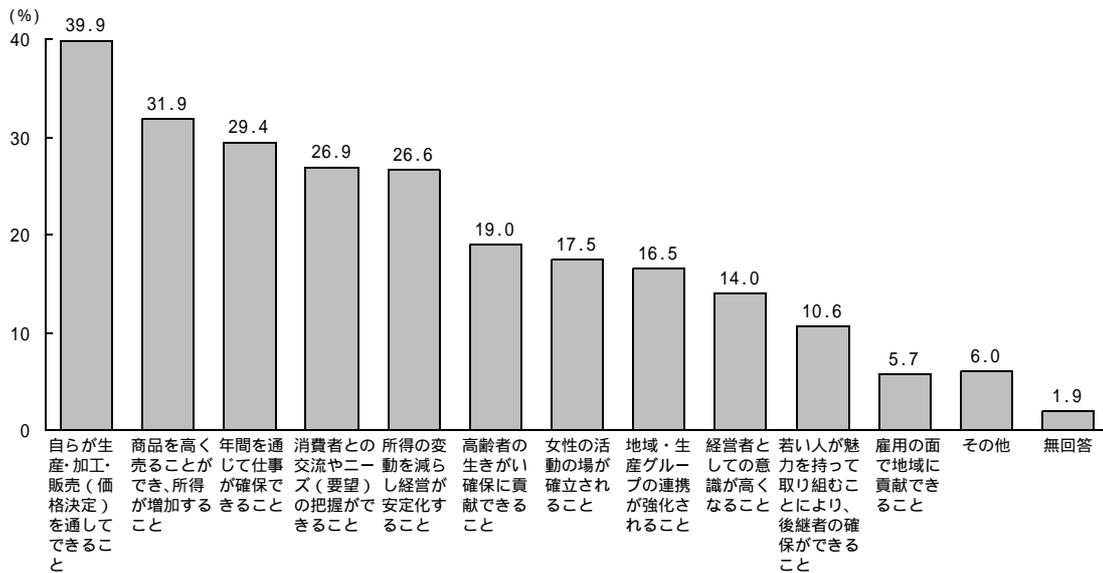
(2) 加工に取り組む中で良い点

- 生産・加工・販売を通してできるが4割程度 -

農産物の加工に取り組む中で良い点を聞いたところ、「自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること」が39.9%と最も高く、次いで、「商品を高く売ることができ、所得が増加すること」が31.9%、「年間を通じて仕事が確保できること」が29.4%、「消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること」が26.9%、「所得の変動を減らし経営が安定化すること」が26.6%の順となっている。

(図2 - 2 参照)

図2 - 2 加工に取り組む中で良い点（複数回答（該当するものすべて））



これを主な品目別にみると、米加工品では「自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること」の割合が最も高くなっているのに対し、野菜加工品では「消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること」の割合が、果実加工品では「商品を高く売ることができ、所得が増加すること」の割合が最も高くなっている。

(表2 - 2 参照)

表2 - 2 主な品目別にみた加工に取り組む中で良い点（複数回答（該当するものすべて））

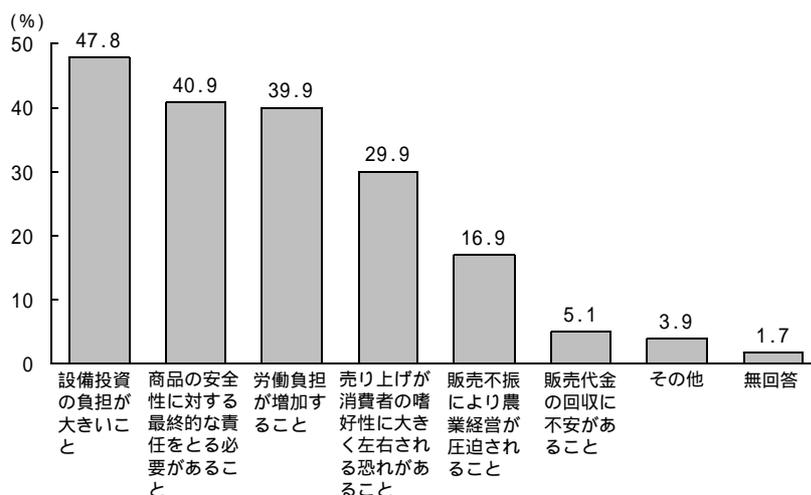
区分	計	単位：%												
		自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること	商品を高く売ることができ、所得が増加すること	年間を通じて仕事が確保できること	消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること	所得の変動を減らし経営が安定化すること	高齢者の生きがい確保に貢献できること	女性の活動の場が確保されること	地域・生産グループの連携が強化されること	経営者としての意識が高くなること	若い人が魅力を持って取り組むことにより、後継者の確保ができること	雇用の面で地域に貢献できること	その他	無回答
米加工品	100.0	67.6	28.7	42.3	43.6	19.8	23.1	41.3	31.6	10.3	20.1	10.4	3.6	0.4
野菜加工品	100.0	37.7	22.0	27.8	51.5	15.4	21.5	21.3	17.3	8.8	11.4	4.3	2.0	2.3
果実加工品	100.0	28.4	47.0	22.9	17.8	30.3	26.4	17.1	12.2	9.1	8.2	6.5	6.4	3.0

(3) 加工に取り組む上での問題点

- 設備投資の負担が5割程度 -

農産物の加工に取り組む上での問題点を聞いたところ、「設備投資の負担が大きいこと」が47.8%と最も高く、次いで、「商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること」が40.9%、「労働負担が増加すること」が39.9%の順となっている。(図2-3参照)

図2-3 加工に取り組む上での問題点(複数回答(該当するものすべて))



これを主な品目別にみると、野菜加工品では「商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること」の割合が最も高くなっているのに対し、米加工品では「設備投資の負担が大きいこと」の割合が最も高くなっている。また、果実加工品では、「設備投資の負担が大きいこと」、「商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること」及び「労働負担が増加すること」の割合が高くなっている。

(表2-3参照)

表2-3 主な品目別にみた加工に取り組む上での問題点(複数回答(該当するものすべて))

区分	計	問題点							その他	無回答
		設備投資の負担が大きいこと	商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること	労働負担が増加すること	売上げが消費者の嗜好性に大きく左右される恐れがあること	販売不振により農業経営が圧迫されること	販売代金の回収に不安があること	その他		
米加工品	100.0	62.3	48.5	43.2	41.1	5.6	20.3	2.8	1.3	
野菜加工品	100.0	26.9	59.7	34.6	23.2	7.0	3.4	2.7	1.7	
果実加工品	100.0	43.6	43.3	44.2	32.8	21.4	4.9	3.8	1.6	

単位：%

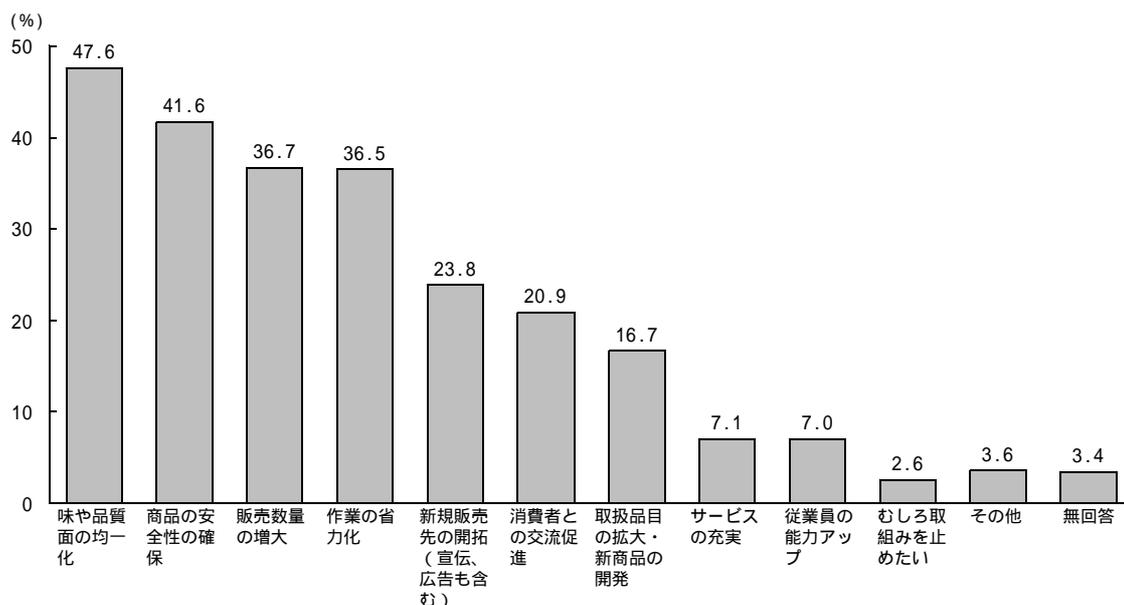
(4) 加工に取り組む中で力を入れたいこと

- 味や品質面の均一化が5割程度 -

農産物の加工に取り組む中で、力を入れたいことを聞いたところ、「味や品質面の均一化」が47.6%と最も高く、次いで、「商品の安全性の確保」が41.6%、「販売数量の増大」が36.7%、「作業の省力化」が36.5%の順となっている。

なお、「むしろ取組みを止めたい」は2.6%となっている。(図2 - 4 参照)

図2 - 4 加工に取り組む中で力を入れたいこと(複数回答(該当するものすべて))



これを主な品目別にみると、野菜加工品では「味や品質面の均一化」の割合が最も高くなっているのに対し、果実加工品では「作業の省力化」の割合が最も高くなっている。また、米加工品では、「味や品質面の均一化」及び「商品の安全性の確保」の割合が高くなっている。(表2 - 4 参照)

表2 - 4 主な品目別にみた加工に取り組む中で力を入れたいこと(複数回答(該当するものすべて))

区分	計	単位: %											
		味や品質面の均一化	商品の安全性の確保	販売数量の増大	作業の省力化	新規販売先の開拓(宣伝、広告も含む)	消費者との交流促進	取扱品目の拡大・新商品の開発	サービスの充実	従業員の能力アップ	むしろ取組みを止めたい	その他	無回答
米加工品	100.0	52.6	52.7	51.1	34.8	51.6	38.2	34.0	19.8	17.8	0.7	2.9	0.4
野菜加工品	100.0	67.2	56.5	38.9	17.8	15.1	22.7	15.2	9.1	3.9	1.1	1.9	2.3
果実加工品	100.0	37.5	32.0	35.1	41.9	20.4	22.9	13.3	3.9	3.9	4.7	3.3	3.6

次に、法人化の意向別にみると、「すでに法人化している」では「販売数量の増大」の割合が最も高く、「法人化しようと考えている」及び「法人化しようと考えていない」では、「味や品質面の均一化」の割合が最も高くなっている。

(表2 - 5 参照)

表2 - 5 法人化の意向別にみた加工に取り組む中で力を入れたいこと  
(複数回答(該当するものすべて))

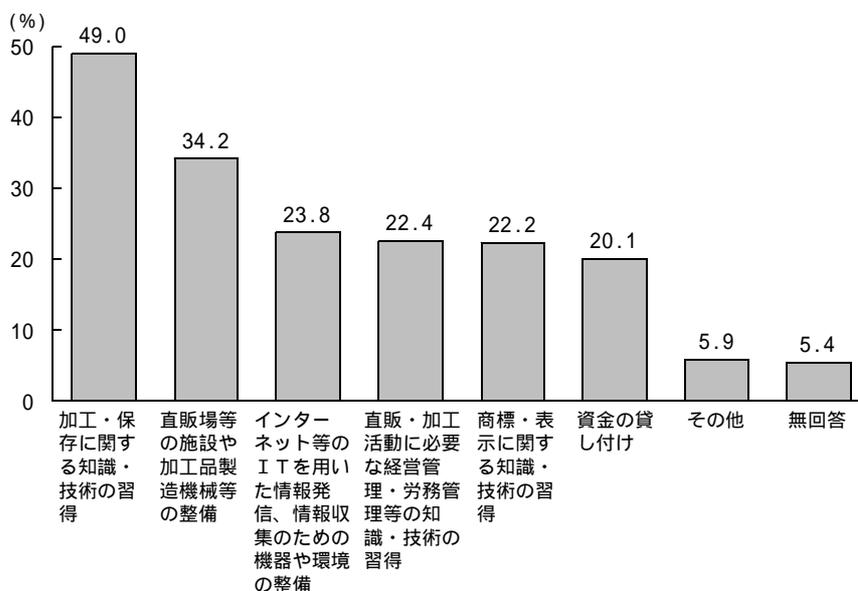
区分	計	単位：%											無回答
		味や品質面の均一化	商品の安全性の確保	販売数量の増大	作業の省力化	新規先開拓(宣伝、広告含む)	販先の消費と流促進	取扱商品の拡充	品拡充の新商品	サービスの充実	従業員の能力アップ	むしろ組みたい	
すでに法人化している	100.0	35.6	40.6	44.8	35.6	33.3	15.2	30.7	8.1	15.0	0.8	3.0	1.5
法人化しようと考えている	100.0	52.0	40.1	38.4	31.0	37.2	36.3	33.5	17.3	12.4	1.6	10.2	1.2
法人化しようと考えていない	100.0	48.7	41.7	36.4	37.3	21.2	19.4	13.1	5.5	5.4	3.0	2.7	3.2

(5) 加工に取り組む上で必要な支援

- 加工・保存に関する技術等の普及が5割程度 -

農産物の加工に取り組む上で、どのような支援が必要かを聞いたところ、「加工・保存に関する知識・技術の習得」が49.0%と最も高く、次いで、「直販場等の施設や加工品製造機械等の整備」が34.2%となっている。(図2 - 5 参照)

図2 - 5 加工に取り組む上で必要な支援(複数回答(該当するものすべて))



これを主な品目別にみると、いずれの品目でも「加工・保存に関する知識・技術の習得」の割合が最も高くなっており、次いで、米加工品及び果実加工品では「直販場等の施設や加工品製造機械等の整備」の割合が、野菜加工品では「商標・表示に関する知識・技術の習得」の割合が最も高くなっている。(表2 - 6参照)

表2 - 6 主な品目別にみた加工に取り組む上で必要な支援  
(複数回答(該当するものすべて))

単位：%

区分	計	加工・保存に関する知識・技術の習得	直販場等の施設や加工品製造機械等の整備	インターネットを用いた情報収集の機器や環境の整備	直販・加工に必要経営管理・労務等の知識・技術の習得	商標・表示に関する知識・技術の習得	資金の貸し付け	その他	無回答
米加工品	100.0	59.1	42.9	19.0	40.7	32.4	19.7	4.0	0.8
野菜加工品	100.0	68.9	27.0	40.4	18.7	43.5	10.2	3.5	2.5
果実加工品	100.0	53.7	34.2	18.3	18.9	13.0	14.7	3.6	6.2

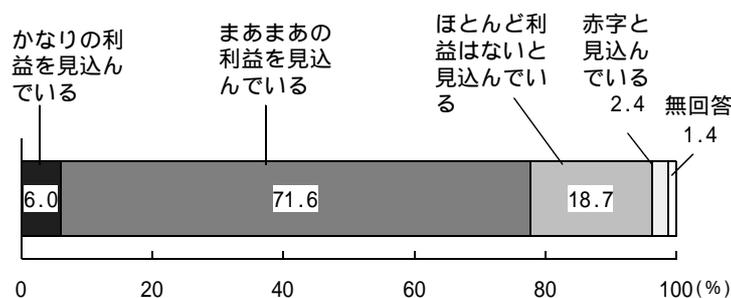
(6) 加工における収支についての意向

- 7割以上の者が利益を見込んでいる -

今後、農産物の加工の収支についてどのように考えているかを聞いたところ、「まあまあ利益を見込んでいる」が71.6%と最も高く、「かなりの利益を見込んでいる」が6.0%となっている。

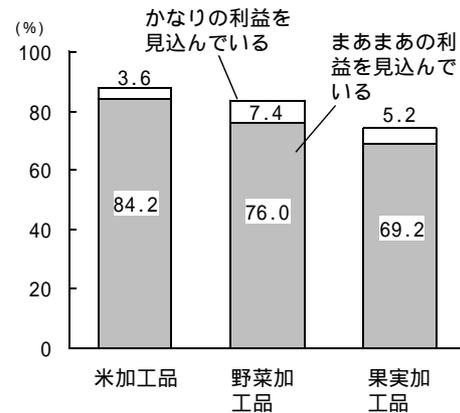
一方、「ほとんど利益はないと見込んでいる」が18.7%、「赤字と見込んでいる」が2.4%となっている。(図2 - 6参照)

図2 - 6 加工における収支についての意向



また、「かなりの利益を見込んでいる」及び「まあまあの利益を見込んでいる」の割合を主な品目別にみると、いずれの品目も7割以上となっている。(図2-7参照)

図2-7 主な品目別にみた加工における収支についての意向



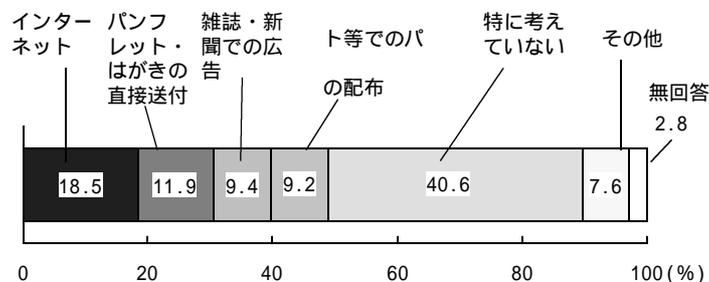
(7) 消費者への情報提供の方法についての意向

- インターネットが2割程度 -

今後、消費者に対してどのような手段で情報提供をしていきたいかを聞いたところ、「インターネット」が18.5%、「パンフレット・はがきの直接送付」が11.9%、「雑誌・新聞での広告」が9.4%、「観光スポット等でのパンフレットの配布」が9.2%となっている。

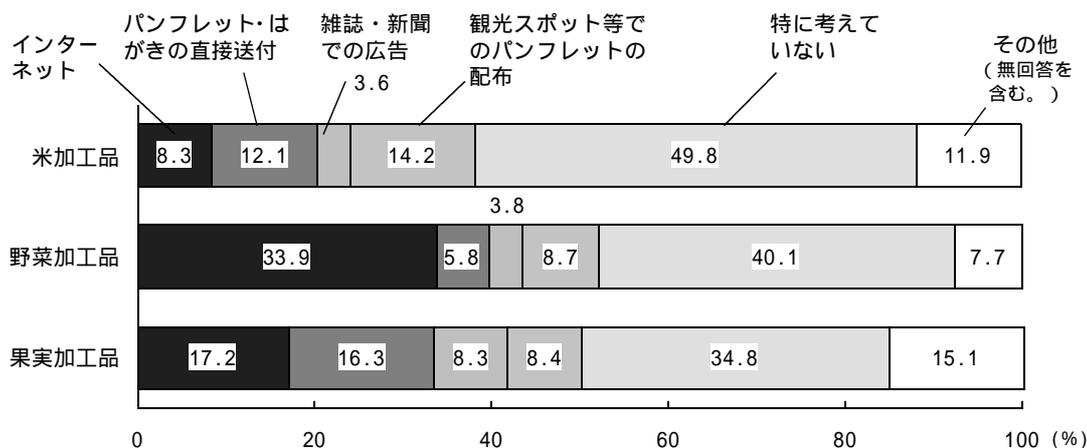
なお、「特に考えていない」は40.6%となっている。(図2-8参照)

図2-8 消費者への情報提供の方法についての意向



これを主な品目別にみると、いずれの品目でも「特に考えていない」の割合が最も高くなっているが、消費者への情報提供の具体的な方法としては、米加工品では「観光スポット等でのパンフレットの配布」の割合が最も高くなっているのに対し、野菜加工品では「インターネット」の割合が最も高くなっている。また、果実加工品では、「インターネット」及び「パンフレット・はがきの直接送付」の割合が高くなっている。(図2-9参照)

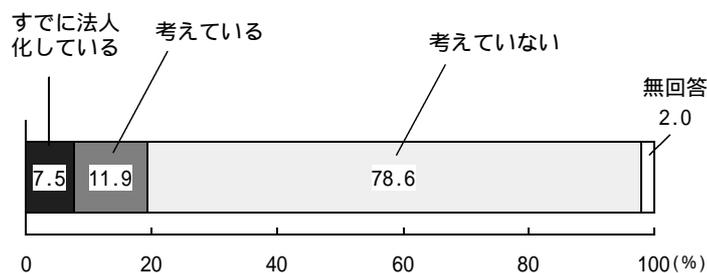
図2 - 9 主な品目別にみた消費者への情報提供の方法についての意向



(8) 法人化についての意向

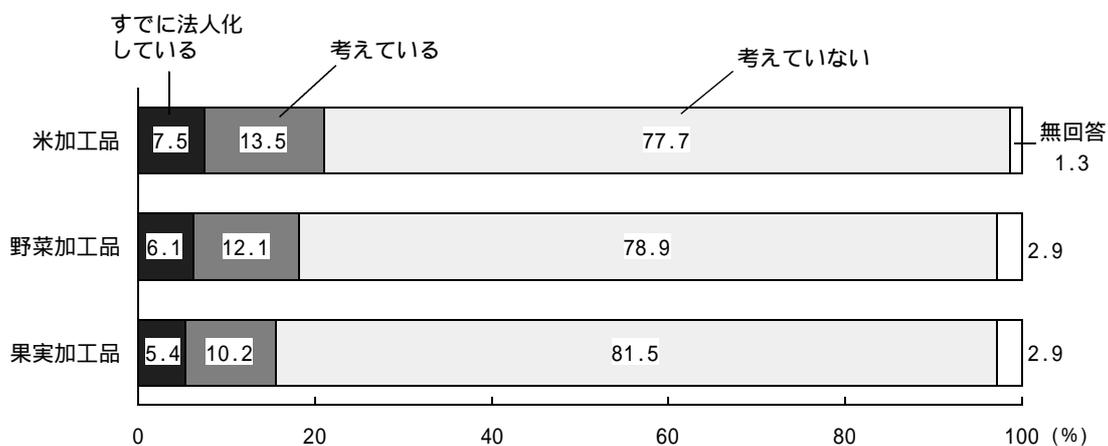
- 今後、法人化を考えている者は1割以上 -
- 今後、法人化をしようと考えているかを聞いたところ、「考えている」が11.9%、「考えていない」が78.6%となっている。
- なお、「すでに法人化している」は7.5%となっている。(図2 - 10参照)

図2 - 10 法人化についての意向



これを主な品目別にみると、いずれの品目でも「考えている」の割合が1割、「考えていない」の割合が8割程度となっている。(図2 - 11参照)

図2 - 11 主な品目別にみた法人化についての意向



# 統計表

## 1 直販

(1) 直販に取り組んだきっかけ  
(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	より多くの 所得の確保 のため	経営の多角 化のため	自らの判断 で生産物の 評価(価格 の決定)を 行うため	労働力にゆ とりができ たため
計	100.0	100.0	60.8	18.3	41.5	2.9
取扱品目別						
米	22.4	100.0	63.7	17.6	35.1	2.4
野菜	28.1	100.0	52.1	17.7	41.1	4.3
豆類・いも類	2.3	100.0	28.5	15.5	33.1	-
果実	26.8	100.0	68.0	15.9	47.7	1.9
花き・花木	5.7	100.0	65.6	22.3	48.7	-
きのこ類	1.8	100.0	75.7	6.5	34.0	-
畜産物	2.4	100.0	45.5	19.5	31.6	0.4
加工品	2.2	100.0	75.5	23.1	41.2	1.5
その他	4.0	100.0	68.9	37.5	38.4	3.1
認定農業者の有無別						
いる	19.1	100.0	70.4	26.6	47.3	0.3
いない	80.9	100.0	58.6	16.3	40.1	3.6
法人化の意向別						
すでに法人化している	6.2	100.0	65.5	28.9	39.9	0.6
法人化しようと考えている	14.6	100.0	66.2	29.8	50.0	1.2
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	59.2	14.9	40.3	3.4
農政局等別						
北海道	3.2	100.0	61.9	21.7	40.6	3.8
東北	15.3	100.0	70.1	22.9	37.2	2.5
関東	36.9	100.0	56.6	17.5	44.7	2.4
北陸	5.2	100.0	52.9	19.5	30.5	0.8
東海	6.4	100.0	59.5	19.1	49.2	4.2
近畿	8.2	100.0	56.5	16.9	41.1	6.4
中国四国	11.8	100.0	61.4	20.0	35.5	4.8
九州	12.3	100.0	67.5	12.4	44.3	1.2
沖縄	0.7	100.0	66.4	12.8	32.8	0.8

注：1 取扱品目別は、直販を行っている品目のうち販売金額が1位の品目により区分した。なお、販売金額が1  
2 法人化の意向別は、「1 直販の(9) 法人化についての意向」の結果を基に集計した。なお、無回答は除い

単位：%

資金にゆとりができたため（新規投資先として）	地域おこしの一環として	消費者との交流がしたいから	T V、新聞・雑誌記事等を見聞して	知人からの紹介	関係機関（公的機関、農協等）の指導	その他	無回答
1.7	22.0	33.4	2.9	9.1	14.9	10.5	0.4
1.4	15.4	30.0	5.3	14.8	10.2	7.0	0.3
0.4	31.1	35.7	2.9	6.0	22.1	12.4	0.5
-	30.1	36.6	0.5	10.0	25.8	11.8	-
3.6	17.9	35.5	0.8	10.6	10.9	9.5	0.5
-	20.2	30.0	2.6	4.2	17.6	18.5	-
-	23.9	33.0	-	0.9	5.1	26.7	-
0.6	31.7	26.0	12.4	4.6	8.8	10.6	-
0.9	23.5	26.9	0.6	4.3	10.6	8.3	-
5.3	15.8	28.5	1.4	10.5	12.7	13.5	-
1.1	21.0	41.3	1.6	7.6	9.4	15.8	-
1.8	22.2	31.5	3.2	9.4	16.2	9.3	0.4
1.4	28.8	20.8	0.5	4.0	17.1	7.5	0.1
-	33.5	47.3	6.0	9.8	11.4	8.6	0.1
1.8	19.3	32.0	2.5	9.5	15.5	11.3	0.4
0.4	25.9	50.7	-	3.8	0.4	3.3	-
4.5	27.0	35.6	4.6	11.0	14.6	4.7	0.1
0.9	17.2	35.5	2.3	6.1	16.4	11.1	0.4
-	18.8	31.9	2.8	19.5	13.1	16.3	2.5
2.2	28.7	31.6	7.2	11.5	18.8	4.9	-
2.5	25.5	29.5	0.3	9.8	18.1	15.7	0.8
1.2	23.3	28.5	3.4	11.5	16.1	8.9	-
1.1	23.6	28.5	2.2	7.6	10.0	16.9	-
-	14.4	33.6	-	20.8	10.4	0.8	-

位の品目が判別できたものについて集計している。（以下「1 直販」の各表において同じ。）  
て集計している。（以下「1 直販」の各表において同じ。）

1 直販(つづき)

(2) 直販に取り組む中で良い点  
(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	所得の 減少が 言える こと	変動 の安定 化	商品 を高く 売るこ と、加 増	年間 を仕事 で保 て	経営者 の意識 が高 くなる こと
計	100.0	100.0	36.9	32.5	20.8	28.1	
取扱品目別							
米	22.4	100.0	32.8	35.5	19.5	28.4	
野菜	28.1	100.0	31.5	25.8	29.5	27.2	
豆類・いも類	2.3	100.0	12.9	19.6	24.6	15.1	
果実	26.8	100.0	46.3	38.6	9.5	29.4	
花き・花木	5.7	100.0	45.0	38.3	13.9	41.0	
きのこ類	1.8	100.0	39.4	28.2	22.4	15.5	
畜産物	2.4	100.0	28.8	32.9	24.0	26.2	
加工品	2.2	100.0	46.8	28.4	40.7	24.2	
その他	4.0	100.0	38.4	36.1	24.6	30.3	
認定農業者の有無別							
いる	19.1	100.0	45.3	38.3	17.3	38.9	
いない	80.9	100.0	35.0	31.1	21.6	25.5	
法人化の意向別							
すでに法人化している	6.2	100.0	45.2	28.1	31.2	32.5	
法人化しようと考えている	14.6	100.0	42.8	40.8	28.6	39.3	
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	35.3	31.4	18.5	26.0	
農政局等別							
北海道	3.2	100.0	53.9	25.9	11.7	30.6	
東北	15.3	100.0	39.5	37.2	18.0	37.9	
関東	36.9	100.0	38.8	30.8	20.3	27.7	
北陸	5.2	100.0	31.1	29.7	9.6	28.5	
東海	6.4	100.0	46.0	30.0	22.1	25.2	
近畿	8.2	100.0	28.7	30.8	28.7	30.5	
中国四国	11.8	100.0	30.3	33.8	21.9	24.2	
九州	12.3	100.0	33.1	36.1	24.3	19.8	
沖縄	0.7	100.0	43.2	22.4	44.0	32.0	

単位：%

自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること	消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること	地域・生産グループの連携が強化されること	女性の活動の場が確立されること	高齢者の生きがい確保に貢献すること	雇用の面で地域に貢献できること	若い人が魅力を持って取り組むことにより、後継者の確保ができること	その他	無回答
41.4	45.1	13.7	12.1	22.9	4.6	12.6	3.9	1.1
32.9	39.3	11.3	8.9	17.3	3.8	12.2	5.5	1.2
43.6	47.6	18.8	17.8	34.4	3.1	11.2	2.3	1.0
53.8	48.9	30.4	2.2	38.2	0.3	14.7	10.2	-
44.2	46.6	10.0	9.1	18.9	6.7	13.3	3.8	1.4
51.1	50.6	14.6	12.2	12.3	3.4	12.9	8.4	0.3
33.1	48.2	11.2	13.2	19.9	15.6	7.5	-	-
14.5	50.3	1.1	14.9	15.6	9.1	14.4	0.7	-
50.7	40.9	14.7	14.3	12.7	5.2	11.3	1.6	0.5
46.6	39.1	8.7	6.2	13.0	0.8	24.3	4.7	2.7
54.1	56.7	12.7	13.4	12.5	8.0	21.0	3.6	0.7
38.4	42.4	13.9	11.8	25.4	3.8	10.6	3.9	1.3
41.8	54.0	15.4	9.9	17.8	16.9	18.9	2.4	0.3
50.2	57.5	18.1	18.8	25.3	15.2	22.3	1.0	-
40.4	42.6	12.9	11.0	22.9	1.4	10.5	4.6	0.9
38.1	73.2	8.0	11.3	14.2	7.5	12.2	-	-
48.3	51.7	15.8	19.6	21.2	10.7	12.2	1.7	1.4
40.3	44.1	11.4	9.4	21.2	2.8	11.8	4.2	0.8
23.4	38.2	11.9	14.4	26.3	0.5	14.4	6.4	2.5
42.9	34.7	20.7	14.5	39.7	3.0	9.9	9.0	0.1
38.3	40.1	14.5	12.2	23.4	4.8	12.5	3.9	4.4
39.1	40.9	17.4	9.1	27.7	3.6	6.8	3.4	0.2
48.2	49.4	12.0	12.2	16.5	3.7	21.7	3.3	0.9
44.8	35.2	12.0	-	32.8	32.0	20.8	0.8	-

1 直販(つづき)

(3) 直販に取り組む上での問題点  
(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	労働負担が増加すること	設備投資の負担が大きいこと
計	100.0	100.0	40.2	22.6
取扱品目別				
米	22.4	100.0	32.5	35.5
野菜	28.1	100.0	44.1	14.5
豆類・いも類	2.3	100.0	38.4	11.4
果実	26.8	100.0	40.8	18.6
花き・花木	5.7	100.0	50.0	15.8
きのこ類	1.8	100.0	43.7	18.0
畜産物	2.4	100.0	31.1	29.2
加工品	2.2	100.0	36.0	31.2
その他	4.0	100.0	43.5	42.9
認定農業者の有無別				
いる	19.1	100.0	55.0	29.2
いない	80.9	100.0	36.8	21.0
法人化の意向別				
すでに法人化している	6.2	100.0	38.2	26.3
法人化しようと考えている	14.6	100.0	39.3	36.4
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	40.9	19.6
農政局等別				
北海道	3.2	100.0	59.0	29.7
東北	15.3	100.0	39.2	20.3
関東	36.9	100.0	36.5	16.4
北陸	5.2	100.0	48.9	37.3
東海	6.4	100.0	47.5	37.3
近畿	8.2	100.0	36.0	26.6
中国四国	11.8	100.0	38.0	19.9
九州	12.3	100.0	46.2	26.2
沖縄	0.7	100.0	24.0	57.6

単位：%

販売不振により 農業経営が圧迫 されること	売り上げが消費 者の嗜好性に大 きく左右される 恐れがあること	商品の安全性に 対する最終的な 責任をとる必要 があること	販売代金の回収 に不安があるこ と	そ の 他	無 回 答
21.4	34.6	35.1	14.6	5.9	0.7
20.8	33.2	37.1	17.8	2.9	1.6
17.9	38.4	37.0	13.9	6.9	-
10.8	19.5	55.1	20.0	25.7	-
24.9	32.6	36.8	13.1	5.7	0.6
26.1	46.2	15.5	14.4	8.9	-
22.1	34.6	24.6	23.6	5.1	-
21.5	25.8	33.9	28.2	9.6	0.6
16.8	35.4	35.6	8.9	5.7	-
10.6	22.3	32.4	10.0	5.0	3.2
13.9	34.3	37.8	20.1	10.2	0.6
23.1	34.7	34.5	13.3	4.9	0.7
19.9	45.7	35.3	24.7	4.3	2.0
21.8	34.1	42.7	16.8	6.1	-
21.7	34.1	34.2	13.7	6.1	0.7
14.6	36.0	37.7	11.3	10.4	0.4
25.3	36.8	45.1	21.0	4.4	0.2
21.9	32.3	30.5	14.0	4.0	0.8
22.5	28.8	36.8	20.7	10.3	-
18.7	47.5	32.9	9.0	8.0	1.9
20.3	33.7	36.5	16.0	7.3	-
26.0	35.8	31.2	9.7	7.2	-
13.4	34.0	40.3	13.2	7.3	1.9
31.2	32.0	12.8	21.6	-	0.8

# 1 直販(つづき)

(4) 直販に取り組む中で力を入れたいこと  
(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	新規販売先 の開拓(宣 伝、広告も 含む)	販売数量の 増大	取扱品目の 拡大・新商 品の開発	味や品質面 の均一化
計	100.0	100.0	33.5	44.7	20.9	37.7
取扱品目別						
米	22.4	100.0	34.8	42.4	13.2	44.3
野菜	28.1	100.0	28.7	48.3	27.6	32.1
豆類・いも類	2.3	100.0	12.5	22.6	27.2	56.0
果実	26.8	100.0	38.8	42.9	17.9	45.5
花き・花木	5.7	100.0	28.1	58.9	35.6	13.8
きのこ類	1.8	100.0	33.1	66.1	4.9	33.5
畜産物	2.4	100.0	36.2	18.6	15.1	35.1
加工品	2.2	100.0	49.3	42.7	26.3	26.5
その他	4.0	100.0	48.2	59.9	10.8	33.5
認定農業者の有無別						
いる	19.1	100.0	55.5	56.0	31.3	45.1
いない	80.9	100.0	28.4	42.0	18.4	36.0
法人化の意向別						
すでに法人化している	6.2	100.0	41.3	49.3	28.6	27.1
法人化しようと考えている	14.6	100.0	51.9	64.0	31.0	43.4
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	29.9	41.0	18.5	37.9
農政局等別						
北海道	3.2	100.0	26.4	39.3	25.5	52.6
東北	15.3	100.0	36.7	54.4	30.3	45.2
関東	36.9	100.0	26.3	41.9	19.2	34.3
北陸	5.2	100.0	43.9	49.2	16.1	42.4
東海	6.4	100.0	40.1	43.6	17.5	31.6
近畿	8.2	100.0	36.9	40.7	15.7	29.6
中国四国	11.8	100.0	39.9	47.1	21.4	33.3
九州	12.3	100.0	38.0	42.0	19.7	45.4
沖縄	0.7	100.0	12.0	34.4	24.0	45.6

単位：%

サービスの充実	作業の省力化	従業員の能力アップ	商品の安全性の確保	消費者との交流促進	むしろ取組みを止めた	その他	無回答	
16.4	21.3	4.1	33.0	36.2	3.6	4.2	1.5	計
14.8	19.5	2.8	36.0	31.1	2.4	2.8	0.8	取
15.2	21.6	4.5	37.1	39.7	4.1	5.3	3.0	
15.6	30.7	5.2	38.3	58.7	7.3	0.3	-	
19.0	18.3	4.2	29.5	34.4	3.3	5.9	1.1	
23.0	21.2	8.6	13.7	40.2	3.7	4.2	-	
7.9	20.5	0.9	47.2	36.8	0.6	-	-	
14.6	19.7	2.8	31.7	40.3	9.1	8.3	-	
21.8	27.8	8.8	38.9	34.9	1.9	2.4	1.2	
18.3	25.5	4.3	18.5	31.7	0.3	1.1	0.5	
20.4	17.8	9.1	36.6	45.5	1.5	7.5	1.4	認
15.4	22.2	2.9	32.1	34.0	4.1	3.5	1.5	
32.3	32.3	9.2	31.0	36.7	0.4	2.1	0.4	法
28.2	21.4	15.4	43.5	46.2	-	1.3	-	
12.8	20.7	1.4	31.5	34.6	4.6	5.1	1.1	
15.9	28.0	5.1	35.5	46.1	3.3	0.4	-	農
23.7	22.5	7.4	38.1	38.6	1.7	1.6	0.4	
15.4	22.1	2.9	32.8	35.7	3.4	4.1	2.2	
12.9	21.0	4.2	29.2	34.0	2.9	11.6	2.6	
12.0	23.7	2.6	35.2	28.3	9.4	7.3	0.5	
17.5	24.4	2.0	25.9	33.6	4.6	4.0	4.4	
11.7	17.6	4.1	28.9	38.6	3.1	1.8	0.4	
17.0	16.6	4.6	36.2	37.5	3.2	6.7	-	
32.8	12.8	21.6	23.2	13.6	10.4	-	-	

1 直販(つづき)

(5) 直販に取り組む上で必要な支援  
(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	資金の貸し付け	直販場等の施設や 加工品製造機械等 の整備
	100.0	100.0	19.3	35.6
取扱品目別				
米	22.4	100.0	21.4	36.2
野菜	28.1	100.0	13.8	34.9
豆類・いも類	2.3	100.0	18.3	39.1
果実	26.8	100.0	18.1	35.8
花き・花木	5.7	100.0	23.0	41.8
きのこ類	1.8	100.0	45.9	28.1
畜産物	2.4	100.0	40.7	19.1
加工品	2.2	100.0	28.8	41.3
その他	4.0	100.0	29.3	30.4
認定農業者の有無別				
いる	19.1	100.0	29.4	38.2
いない	80.9	100.0	17.0	35.0
法人化の意向別				
すでに法人化している	6.2	100.0	33.8	47.6
法人化しようと考えている	14.6	100.0	34.6	46.9
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	15.4	32.9
都道府県等別				
北海道	3.2	100.0	13.9	39.3
東北	15.3	100.0	31.0	39.5
関東	36.9	100.0	15.7	31.1
北陸	5.2	100.0	20.5	44.8
東海	6.4	100.0	9.7	31.9
近畿	8.2	100.0	19.6	44.0
中国四国	11.8	100.0	16.3	32.6
九州	12.3	100.0	24.1	37.3
沖縄	0.7	100.0	25.6	56.8

単位：%

加工・保存に関する知識・技術の習得	商標・表示に関する知識・技術の習得	直販・加工活動に必要な経営管理・労務管理等の知識・技術の習得	インターネット等のITを用いた情報発信、情報の収集のための機器や環境の整備	その他	無回答
23.8	20.0	25.9	27.2	10.9	6.2
29.5	19.9	23.0	17.9	9.2	4.8
28.8	26.2	26.7	22.1	14.5	7.9
17.4	20.5	22.8	23.3	3.6	13.8
20.1	13.9	28.7	34.1	9.6	5.8
1.7	15.8	24.6	42.1	11.6	7.3
33.0	25.0	13.9	20.6	3.0	-
17.5	21.6	21.3	30.7	18.6	5.5
16.2	20.5	26.7	31.8	11.3	2.1
15.0	19.5	15.4	37.4	7.0	0.8
21.6	25.6	29.4	37.8	9.8	5.8
24.3	18.7	25.0	24.6	11.1	6.3
27.0	19.9	31.9	26.8	6.3	2.4
29.5	33.2	27.4	42.1	5.5	0.8
22.3	17.8	25.4	24.5	12.5	6.4
14.6	35.5	27.2	33.0	8.4	-
36.9	26.5	36.7	30.1	5.6	2.0
15.7	15.8	25.0	24.8	12.1	9.6
31.1	16.0	19.0	22.2	11.0	2.9
26.5	12.1	20.9	22.3	19.0	5.0
21.1	15.3	21.6	27.0	12.1	9.5
24.5	21.3	23.3	30.7	9.5	9.0
31.4	28.4	25.5	30.5	10.6	0.1
12.0	12.0	22.4	23.2	10.4	-

# 1 直販(つづき)

## (6) 直販における価格の決め方についての意向

単位：%

区 分	回答割合	計	卸 場 価 参 考 す	売 等 格 考 る	市 の を に	消 等 の を に	費 か 反 参 考 す	者 ら 応 考 る	ス パ と し て る	一 等 話 い め	の 合 決	近 小 の を に る	く 売 価 参 決	の 店 格 考 め	直 行 い 産 相 て る	販 つ る 者 談 決	を て 生 と し め	そ の 他	無 回 答
計	100.0	100.0	28.2	26.9	2.1	12.6	18.6	8.4	3.3										
取扱品目別																			
米	22.4	100.0	25.2	35.5	0.5	13.0	18.5	5.3	1.9										
野菜	28.1	100.0	30.9	19.3	3.3	14.8	18.0	9.1	4.6										
豆類・いも類	2.3	100.0	29.0	23.0	5.2	15.3	16.2	5.3	5.9										
果実	26.8	100.0	25.9	29.4	2.5	11.1	22.7	6.6	1.9										
花き・花木	5.7	100.0	26.9	24.4	2.1	10.9	21.0	10.7	4.0										
きのこ類	1.8	100.0	35.6	26.4	3.6	10.2	10.5	13.7	-										
畜産物	2.4	100.0	31.3	23.2	-	19.7	14.6	5.6	5.6										
加工品	2.2	100.0	24.8	18.9	2.1	15.5	23.2	14.6	0.9										
その他	4.0	100.0	42.0	23.0	-	11.7	5.4	12.0	5.9										
認定農業者の有無別																			
いる	19.1	100.0	30.1	30.1	1.3	10.5	14.3	11.9	1.8										
いない	80.9	100.0	27.7	26.1	2.3	13.1	19.6	7.5	3.7										
法人化の意向別																			
すでに法人化している	6.2	100.0	32.5	28.0	8.0	10.7	11.4	7.3	2.1										
法人化しようと考えている	14.6	100.0	26.3	28.3	2.7	11.5	17.4	9.0	4.8										
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	28.3	26.9	1.5	13.1	19.6	8.5	2.1										
農政局等別																			
北海道	3.2	100.0	28.4	26.4	14.2	0.9	11.7	18.4	-										
東北	15.3	100.0	21.5	36.9	0.3	9.7	21.7	3.5	6.4										
関東	36.9	100.0	24.4	26.5	1.4	15.6	20.5	8.9	2.7										
北陸	5.2	100.0	29.9	29.9	0.1	12.3	18.9	8.0	0.9										
東海	6.4	100.0	36.5	18.3	4.7	21.6	13.3	5.5	0.2										
近畿	8.2	100.0	30.4	23.3	2.3	9.3	18.5	8.8	7.4										
中国四国	11.8	100.0	37.0	23.2	1.6	10.1	14.6	8.8	4.7										
九州	12.3	100.0	31.7	24.8	3.3	11.1	17.1	11.1	0.9										
沖縄	0.7	100.0	43.2	22.4	-	1.6	21.6	11.2	-										

(7) 直販における収支についての意向

単位：%

区 分	回答数 割合	計	か 利 込 る	な 益 を 得 て い る	の 見 込 み が あ る	あ ま り な く あ る	あ ま り な く あ る	ほ と ん ど は な い	ど な い と 見 込 む	赤 字 と 見 込 む	見 込 む	無 回 答
計	100.0	100.0	6.3	67.4	20.6	4.7	1.0					
取扱品目別												
米	22.4	100.0	4.2	53.3	34.4	7.3	0.8					
野菜	28.1	100.0	6.5	75.4	14.1	2.4	1.6					
豆類・いも類	2.3	100.0	0.3	60.3	32.1	7.3	-					
果実	26.8	100.0	8.3	70.6	16.1	4.9	0.1					
花き・花木	5.7	100.0	8.8	71.8	18.3	1.2	-					
きのこ類	1.8	100.0	12.2	76.5	7.3	4.0	-					
畜産物	2.4	100.0	5.9	52.2	41.6	0.4	-					
加工品	2.2	100.0	6.7	73.4	17.4	2.2	0.4					
その他	4.0	100.0	6.1	73.6	13.4	3.4	3.4					
認定農業者の有無別												
いる	19.1	100.0	8.7	76.1	13.0	1.6	0.6					
いない	80.9	100.0	5.7	65.4	22.4	5.4	1.1					
法人化の意向別												
すでに法人化している	6.2	100.0	7.3	68.3	20.9	2.0	1.4					
法人化しようと考えている	14.6	100.0	15.2	72.6	11.4	0.7	0.1					
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	4.6	67.3	22.6	5.5	-					
農政局等別												
北海道	3.2	100.0	6.7	72.3	19.7	1.3	-					
東北	15.3	100.0	8.8	71.5	16.2	1.9	1.6					
関東	36.9	100.0	5.2	70.6	18.4	4.8	1.0					
北陸	5.2	100.0	5.6	58.3	31.4	4.7	-					
東海	6.4	100.0	0.2	57.2	30.6	11.7	0.2					
近畿	8.2	100.0	8.7	57.1	24.3	6.6	3.4					
中国四国	11.8	100.0	8.9	63.7	20.2	6.3	0.9					
九州	12.3	100.0	4.7	71.5	22.0	1.7	0.1					
沖縄	0.7	100.0	20.8	68.0	0.8	10.4	-					

1 直販(つづき)

(8) 消費者への情報提供の方法についての意向

単位：%

区 分	回答数 割合	計	雑誌・ 新聞の 広告	観光等 ポット の配布	ネット	パレット が直接	フック はの送	特 に考 えて い ない	その他	無回答
計	100.0	100.0	4.9	6.8	15.4	15.5	47.0	8.2	2.1	
取扱品目別										
米	22.4	100.0	3.3	2.3	13.4	16.0	56.6	7.5	0.9	
野菜	28.1	100.0	3.9	9.2	11.2	10.7	48.7	11.8	4.4	
豆類・いも類	2.3	100.0	15.2	17.9	1.1	11.1	45.1	9.6	-	
果実	26.8	100.0	4.0	8.6	18.0	25.5	36.9	6.3	0.6	
花き・花木	5.7	100.0	6.1	-	24.7	10.1	46.6	10.1	2.3	
きのこ類	1.8	100.0	0.6	12.3	26.8	4.8	55.4	-	-	
畜産物	2.4	100.0	10.6	-	24.8	6.7	52.2	0.3	5.3	
加工品	2.2	100.0	6.1	21.9	16.6	13.9	30.4	10.2	0.9	
その他	4.0	100.0	7.8	1.2	27.5	13.4	39.1	7.8	3.2	
認定農業者の有無別										
いる	19.1	100.0	7.5	3.7	26.1	21.8	27.6	11.8	1.4	
いない	80.9	100.0	4.3	7.5	12.9	14.1	51.6	7.4	2.3	
法人化の意向別										
すでに法人化している	6.2	100.0	8.9	7.5	24.9	15.4	34.0	6.5	2.9	
法人化しようと考えている	14.6	100.0	6.3	11.3	26.5	24.0	25.1	5.3	1.5	
法人化しようと考えていない	77.5	100.0	4.3	6.0	12.7	14.1	53.0	9.1	0.8	
農政局等別										
北海道	3.2	100.0	1.3	4.2	26.4	18.0	36.8	13.3	-	
東北	15.3	100.0	6.9	7.5	12.5	22.2	38.7	7.3	5.0	
関東	36.9	100.0	4.0	7.2	12.2	16.4	50.0	7.8	2.4	
北陸	5.2	100.0	4.1	4.4	13.6	13.9	52.5	10.5	1.0	
東海	6.4	100.0	6.8	5.7	14.4	7.5	53.1	12.1	0.4	
近畿	8.2	100.0	4.4	8.1	16.5	14.9	45.9	6.6	3.7	
中国四国	11.8	100.0	6.1	5.2	18.3	12.2	50.0	7.4	0.9	
九州	12.3	100.0	5.0	7.7	23.8	12.4	42.3	8.7	0.1	
沖縄	0.7	100.0	-	-	13.6	20.8	64.8	0.8	-	

## (9) 法人化についての意向

単位：%

区 分	回答数割合	計	すでに法人 化している	考えている	考えていな い	無 回 答
計	100.0	100.0	6.2	14.6	77.5	1.6
取扱品目別						
米	22.4	100.0	3.9	20.3	74.2	1.5
野菜	28.1	100.0	5.9	13.6	78.2	2.4
豆類・いも類	2.3	100.0	0.6	18.9	80.5	-
果実	26.8	100.0	4.3	12.0	83.1	0.6
花き・花木	5.7	100.0	10.3	12.6	77.0	0.1
きのこ類	1.8	100.0	7.8	24.2	67.4	0.6
畜産物	2.4	100.0	29.0	14.0	57.0	-
加工品	2.2	100.0	12.8	23.4	62.9	0.9
その他	4.0	100.0	12.8	8.1	75.9	3.2
認定農業者の有無別						
いる	19.1	100.0	11.0	19.3	68.5	1.2
いない	80.9	100.0	5.1	13.5	79.7	1.7
農政局等別						
北海道	3.2	100.0	9.3	25.1	65.7	-
東北	15.3	100.0	8.6	15.6	73.6	2.2
関東	36.9	100.0	5.0	11.9	81.2	1.9
北陸	5.2	100.0	5.5	17.9	76.6	-
東海	6.4	100.0	3.3	16.7	79.5	0.5
近畿	8.2	100.0	3.5	13.7	77.8	5.1
中国四国	11.8	100.0	9.3	14.5	75.1	1.1
九州	12.3	100.0	6.2	16.6	77.0	0.1
沖縄	0.7	100.0	21.6	22.4	56.0	-

## 2 加工

### (1) 加工に取り組んだきっかけ

(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	より多くの 所得の確保 のため	経営の多角 化のため	自らの判断 で生産物の 評価(価格 の決定)を 行うため	労働力にゆ とりができ たため
計	100.0	100.0	58.4	18.9	19.7	4.6
取扱品目別						
米加工品	8.8	100.0	70.4	26.3	29.1	15.8
野菜加工品	21.7	100.0	39.1	16.1	15.2	2.3
豆類加工品	1.9	100.0	50.6	26.5	27.9	-
いも類加工品	4.2	100.0	42.5	10.7	8.8	1.8
果実加工品	32.4	100.0	62.9	17.7	16.3	4.6
その他加工品	29.3	100.0	65.9	20.4	23.7	3.6
認定農業者の有無別						
いる	22.0	100.0	66.0	27.0	21.5	1.6
いない	78.0	100.0	56.3	16.6	19.1	5.4
法人化の意向別						
すでに法人化している	7.5	100.0	53.9	41.1	19.9	2.0
法人化しようと考えている	11.9	100.0	70.2	30.6	32.1	3.6
法人化しようと考えていない	78.6	100.0	57.2	15.4	18.0	5.1
農政局等別						
北海道	2.4	100.0	25.6	37.6	39.2	11.2
東北	11.4	100.0	65.8	16.4	17.9	1.5
関東	39.7	100.0	51.9	12.8	16.3	3.4
北陸	5.3	100.0	71.6	26.8	8.4	4.1
東海	5.0	100.0	61.3	9.6	14.1	1.3
近畿	9.5	100.0	57.8	37.7	18.5	6.9
中国四国	7.8	100.0	51.4	25.6	23.2	4.2
九州	18.6	100.0	69.9	18.9	29.5	8.1
沖縄	0.4	100.0	89.5	15.8	10.5	10.5

注：1 取扱品目別は、加工を行っている品目のうち販売金額が1位の品目により区分した。なお、販売金額が1  
2 法人化の意向別は、「2加工の(8)法人化についての意向」の結果を基に集計した。なお、無回答は除い

単位：%

資金にゆとりができたため（新規投資先として）	地域おこしの一環として	消費者との交流がしたいから	T V、新聞・雑誌記事等で見聞して	知人からの紹介	関係機関（公的機関、農協等）の指導	その他	無回答
1.7	21.0	14.5	2.9	4.4	22.8	21.1	0.8
1.5	37.5	24.0	13.3	7.0	18.5	14.7	0.2
0.8	23.5	19.9	1.2	4.3	42.4	34.0	2.0
-	58.1	17.5	-	5.1	7.2	8.6	-
-	9.5	8.4	-	-	2.1	46.7	-
3.5	20.3	11.9	2.6	4.7	24.6	14.3	0.4
0.6	13.9	9.5	2.0	3.3	12.2	19.2	0.5
1.3	15.8	13.5	0.8	5.5	9.2	13.0	0.5
1.8	22.4	14.7	3.5	4.1	26.7	23.4	0.9
-	21.3	15.5	0.6	3.5	12.4	5.0	1.8
1.4	34.0	30.9	1.1	7.9	18.2	21.6	0.2
1.8	19.1	12.0	3.3	4.0	24.1	22.7	0.4
2.4	21.6	48.8	-	24.8	9.6	22.4	-
2.8	32.5	18.8	0.7	5.9	8.4	6.7	1.4
2.6	16.5	11.0	2.3	4.5	33.0	31.7	0.8
-	13.6	8.0	2.0	8.9	25.9	11.2	0.6
-	15.9	6.4	-	4.8	8.1	19.8	-
0.2	9.8	9.6	1.2	0.8	10.3	13.6	1.6
2.4	44.3	23.9	2.2	3.0	15.7	10.7	2.0
0.3	22.5	17.5	8.3	1.6	24.3	18.7	-
-	26.4	10.5	-	-	5.3	5.3	-

位の品目が判別できたものについて集計している。（以下「2 加工」の各表において同じ。）  
て集計している。（以下「2 加工」の各表において同じ。）



単位：%

自らが生産・加工・販売（価格決定）をできること	消費者との交流やニーズの把握がと	地域・生産グループの連携が強化されること	女性の活動の場が確立されること	高齢者の生きがい貢献できること	雇用の面で地域に貢献できること	若い人が魅力を持って取り組むことにより、後継者の確保ができること	その他	無回答
39.9	26.9	16.5	17.5	19.0	5.7	10.6	6.0	1.9
67.6	43.6	31.6	41.3	23.1	10.4	20.1	3.6	0.4
37.7	51.5	17.3	21.3	21.5	4.3	11.4	2.0	2.3
71.2	23.5	41.9	42.3	9.6	3.0	2.9	7.6	1.6
20.8	11.3	25.7	1.8	7.3	1.8	3.1	21.2	0.8
28.4	17.8	12.2	17.1	26.4	6.5	8.2	6.4	3.0
46.2	16.5	13.3	7.4	9.9	4.9	10.3	7.1	1.1
43.1	19.4	13.4	13.5	10.9	7.9	16.6	102.2	0.5
35.9	26.0	18.9	15.0	19.4	6.8	9.6	93.9	2.4
39.6	27.7	18.3	8.9	10.7	16.3	22.1	4.2	0.8
48.4	46.6	26.7	26.5	23.4	14.5	26.5	7.5	0.3
39.2	29.9	15.7	17.3	19.1	4.5	7.0	6.2	1.7
62.4	67.2	9.6	50.4	2.4	23.2	28.0	11.2	-
49.3	23.0	20.3	24.1	15.8	5.4	6.1	2.1	2.9
35.0	35.0	12.7	14.6	20.0	5.0	3.6	6.3	1.4
21.9	7.0	19.8	24.4	45.6	7.6	3.6	4.4	-
24.2	10.2	21.8	12.2	18.6	3.0	14.1	5.2	1.2
24.7	13.3	12.8	6.7	5.9	3.0	19.9	8.3	8.6
47.6	33.2	28.1	29.0	31.9	6.8	20.3	3.2	2.3
55.5	21.5	18.1	16.1	14.5	5.9	18.4	7.6	-
45.6	26.4	15.8	5.3	35.1	10.5	5.3	5.3	-

## 2 加工(つづき)

### (3) 加工に取り組む上での問題点

(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	労働負担が増加すること	設備投資の負担が大きいこと
計	100.0	100.0	39.9	47.8
取扱品目別				
米加工品	8.8	100.0	43.2	62.3
野菜加工品	21.7	100.0	34.6	26.9
豆類加工品	1.9	100.0	36.4	54.0
いも類加工品	4.2	100.0	32.5	13.9
果実加工品	32.4	100.0	44.2	43.6
その他加工品	29.3	100.0	38.8	67.1
認定農業者の有無別				
いる	22.0	100.0	36.2	65.8
いない	78.0	100.0	41.0	42.7
法人化の意向別				
すでに法人化している	7.5	100.0	36.5	70.0
法人化しようと考えている	11.9	100.0	45.0	58.8
法人化しようと考えていない	78.6	100.0	39.3	44.7
農政局等別				
北海道	2.4	100.0	46.4	64.8
東北	11.4	100.0	35.3	53.6
関東	39.7	100.0	35.9	31.9
北陸	5.3	100.0	57.7	73.7
東海	5.0	100.0	42.4	64.0
近畿	9.5	100.0	42.4	53.7
中国四国	7.8	100.0	57.6	28.6
九州	18.6	100.0	35.6	69.1
沖縄	0.4	100.0	59.6	56.2

単位：%

販売不振により 農業経営が圧迫 されること	売り上げが消費 者の嗜好性に大 きく左右される 恐れがあること	商品の安全性に 対する最終的な 責任をとる必要 があること	販売代金の回収 に不安があるこ と	そ の 他	無 回 答
16.9	29.9	40.9	5.1	3.9	1.7
5.6	41.1	48.5	20.3	2.8	1.3
7.0	23.2	59.7	3.4	2.7	1.7
12.5	42.8	59.5	6.8	10.0	-
30.4	27.3	28.4	1.3	1.3	-
21.4	32.8	43.3	4.9	3.8	1.6
20.7	28.4	22.3	2.3	5.4	2.1
30.7	33.1	36.6	4.5	5.3	1.3
13.0	29.0	42.1	5.3	3.5	1.8
20.6	21.2	37.6	2.5	5.7	2.0
13.7	29.9	40.1	10.9	8.6	0.7
17.3	31.3	41.8	4.6	3.0	1.2
13.6	16.8	48.8	7.2	13.6	-
15.1	35.8	48.4	5.0	2.7	5.1
14.2	29.9	49.5	3.2	3.5	1.8
11.0	21.9	54.5	8.0	5.8	0.6
11.7	25.3	26.5	1.2	10.5	1.3
33.2	20.8	30.7	7.9	2.9	0.6
6.5	28.3	34.0	3.2	4.1	2.6
22.3	36.8	25.7	8.5	2.5	-
57.8	29.8	10.5	5.3	-	-

## 2 加工(つづき)

### (4) 加工に取り組む中で力を入れたいこと

(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	新規販売先 の開拓(宣 伝、広告も 含む)	販売数量の 増大	取扱品目の 拡大・新商 品の開発	味や品質面 の均一化
計	100.0	100.0	23.8	36.7	16.7	47.6
取扱品目別						
米加工品	8.8	100.0	51.6	51.1	34.0	52.6
野菜加工品	21.7	100.0	15.1	38.9	15.2	67.2
豆類加工品	1.9	100.0	34.0	47.4	56.4	56.8
いも類加工品	4.2	100.0	13.1	33.8	3.1	39.3
果実加工品	32.4	100.0	20.4	35.1	13.3	37.5
その他加工品	29.3	100.0	26.4	33.0	15.6	44.1
認定農業者の有無別						
いる	22.0	100.0	30.3	42.7	21.6	43.0
いない	78.0	100.0	22.0	35.0	15.4	48.8
法人化の意向別						
すでに法人化している	7.5	100.0	33.3	44.8	30.7	35.6
法人化しようと考えている	11.9	100.0	37.2	38.4	33.5	52.0
法人化しようと考えていない	78.6	100.0	21.2	36.4	13.1	48.7
農政局等別						
北海道	2.4	100.0	50.4	52.0	21.6	46.4
東北	11.4	100.0	29.4	30.2	24.4	49.8
関東	39.7	100.0	18.3	46.1	12.1	51.5
北陸	5.3	100.0	27.1	20.8	13.0	43.7
東海	5.0	100.0	16.6	29.5	8.0	31.6
近畿	9.5	100.0	21.2	30.5	13.9	31.0
中国四国	7.8	100.0	32.7	19.9	19.7	35.7
九州	18.6	100.0	27.1	35.0	24.9	57.0
沖縄	0.4	100.0	40.4	59.6	21.1	31.6

単位：%

サービスの充実	作業の省力化	従業員の能力アップ	商品の安全性の確保	消費者との交流促進	むしろ取組みを止めた	その他	無回答
7.1	36.5	7.0	41.6	20.9	2.6	3.6	3.4
19.8	34.8	17.8	52.7	38.2	0.7	2.9	0.4
9.1	17.8	3.9	56.5	22.7	1.1	1.9	2.3
9.4	30.2	8.0	37.6	25.7	-	-	1.6
1.3	16.5	-	32.1	5.8	2.6	1.3	20.7
3.9	41.9	3.9	32.0	22.9	4.7	3.3	3.6
6.1	47.3	10.4	39.3	12.9	2.3	6.2	2.0
7.8	46.9	11.6	51.4	14.9	3.4	2.2	1.0
6.9	33.5	4.6	37.6	22.4	2.3	4.0	4.0
8.1	35.6	15.0	40.6	15.2	0.8	3.0	1.5
17.3	31.0	12.4	40.1	36.3	1.6	10.2	1.2
5.5	37.3	5.4	41.7	19.4	3.0	2.7	3.2
23.2	18.4	23.2	46.4	35.2	-	2.4	-
14.1	25.5	8.1	39.5	26.1	0.8	3.3	5.8
5.1	30.1	2.1	48.5	17.5	3.4	1.1	3.6
5.0	46.4	3.3	41.6	14.6	5.9	3.5	1.1
2.9	59.8	4.1	27.7	8.9	7.5	1.1	1.3
1.8	43.1	1.9	11.0	22.5	0.2	9.1	9.1
19.9	20.6	2.3	37.4	31.9	4.2	3.6	3.6
4.0	53.7	21.0	48.8	23.0	0.4	7.5	-
10.5	15.8	5.3	21.1	21.1	-	-	-

## 2 加工(つづき)

### (5) 加工に取り組む上で必要な支援

(複数回答(該当するものすべて))

区 分	回答数割合	計	資金の貸し付け	直販場等の施設や 加工品製造機械等 の整備
計	100.0	100.0	20.1	34.2
取扱品目別				
米加工品	8.8	100.0	19.7	42.9
野菜加工品	21.7	100.0	10.2	27.0
豆類加工品	1.9	100.0	12.3	55.5
いも類加工品	4.2	100.0	8.6	16.0
果実加工品	32.4	100.0	14.7	34.2
その他加工品	29.3	100.0	35.3	38.2
認定農業者の有無別				
いる	22.0	100.0	26.9	39.8
いない	78.0	100.0	18.2	32.6
法人化の意向別				
すでに法人化している	7.5	100.0	30.8	32.5
法人化しようと考えている	11.9	100.0	39.3	49.0
法人化しようと考えていない	78.6	100.0	15.8	32.3
農政局等別				
北海道	2.4	100.0	44.0	50.4
東北	11.4	100.0	19.3	45.2
関東	39.7	100.0	11.3	25.3
北陸	5.3	100.0	22.2	38.1
東海	5.0	100.0	26.3	53.5
近畿	9.5	100.0	23.5	22.9
中国四国	7.8	100.0	14.9	37.0
九州	18.6	100.0	33.9	41.9
沖縄	0.4	100.0	50.9	64.9

単位：%

加工・保存に関する知識・技術の習得	商標・表示に関する知識・技術の習得	直販・加工活動に必要な経営管理・労務管理等の知識・技術の習得	インターネット等のITを用いた情報発信、情報収集のための機器や環境の整備	その他	無回答
49.0	22.2	22.4	23.8	5.9	5.4
59.1	32.4	40.7	19.0	4.0	0.8
68.9	43.5	18.7	40.4	3.5	2.5
66.7	40.3	41.4	16.5	7.2	4.7
40.5	9.9	13.9	10.5	2.4	41.2
53.7	13.0	18.9	18.3	3.6	6.2
25.6	13.8	23.2	21.5	11.2	3.0
40.7	22.6	25.2	29.1	5.0	3.3
51.3	22.0	21.7	22.4	6.1	6.0
45.2	28.0	35.2	28.8	5.0	0.7
40.1	28.0	38.5	29.6	8.1	0.4
51.3	21.0	19.0	22.8	5.8	6.1
30.4	19.2	46.4	35.2	9.6	-
59.8	23.1	24.0	22.6	2.4	5.3
59.0	27.1	20.0	27.3	4.9	9.5
61.1	8.2	10.2	9.5	7.2	1.7
30.4	8.9	15.2	15.4	9.9	1.9
32.7	13.5	17.5	36.5	3.8	2.5
40.0	15.7	23.3	12.2	4.6	7.2
37.5	26.3	31.1	21.0	9.8	-
26.4	15.8	29.8	10.5	-	-

## 2 加工(つづき)

### (6) 加工における収支についての意向

単位：%

区 分	回答割合	計	か 利 込 る	な 益 ん を 得 る	の 見 込 み	ま あ の 見 込 み	あ ま 益 ん を 得 る	ほ と ん ど な ら ず 見 込 み で い る	ど な ら ず 見 込 み で い る	赤 字 と 見 込 み	見 込 み	無 回 答
計	100.0	100.0	6.0	71.6	18.7	2.4	1.4					
取扱品目別												
米加工品	8.8	100.0	3.6	84.2	10.2	1.6	0.4					
野菜加工品	21.7	100.0	7.4	76.0	11.1	3.2	2.3					
豆類加工品	1.9	100.0	1.2	51.9	41.7	3.0	2.2					
いも類加工品	4.2	100.0	-	93.5	5.2	1.3	-					
果実加工品	32.4	100.0	5.2	69.2	22.6	1.9	1.1					
その他加工品	29.3	100.0	7.8	65.6	22.6	2.8	1.1					
認定農業者の有無別												
いる	22.0	100.0	5.4	78.0	14.2	1.2	1.2					
いない	78.0	100.0	6.2	69.8	19.9	2.7	1.4					
法人化の意向別												
すでに法人化している	7.5	100.0	10.1	71.4	16.6	1.5	0.4					
法人化しようと考えている	11.9	100.0	16.7	63.2	18.4	0.9	0.8					
法人化しようと考えていない	78.6	100.0	4.1	73.6	19.2	2.7	0.4					
農政局等別												
北海道	2.4	100.0	4.8	51.2	34.4	9.6	-					
東北	11.4	100.0	4.8	70.5	16.6	4.6	3.6					
関東	39.7	100.0	4.3	77.0	16.6	1.2	0.9					
北陸	5.3	100.0	5.4	74.6	15.5	4.4	-					
東海	5.0	100.0	4.7	67.6	21.3	5.8	0.7					
近畿	9.5	100.0	7.1	69.2	19.8	2.0	1.9					
中国四国	7.8	100.0	11.4	63.8	17.1	3.4	4.3					
九州	18.6	100.0	8.3	68.3	22.0	1.0	0.3					
沖縄	0.4	100.0	-	50.9	49.1	-	-					

## (7) 消費者への情報提供の方法についての意向

単位：%

区 分	回答割合	計	雑誌・新聞の広告	観光ポ等レの配布	ストのフット	インターネット	パレットが直接	フツはの送	特えに考い	その他	無回答
計	100.0	100.0	9.4	9.2	18.5	11.9	40.6	7.6	2.8		
取扱品目別											
米加工品	8.8	100.0	3.6	14.2	8.3	12.1	49.8	10.1	1.8		
野菜加工品	21.7	100.0	3.8	8.7	33.9	5.8	40.1	4.2	3.5		
豆類加工品	1.9	100.0	4.6	8.1	11.6	17.0	46.1	8.9	3.8		
いも類加工品	4.2	100.0	0.8	17.8	3.9	3.1	73.1	1.3	-		
果実加工品	32.4	100.0	8.3	8.4	17.2	16.3	34.8	11.4	3.7		
その他加工品	29.3	100.0	17.9	8.0	14.5	12.8	38.7	6.2	2.0		
認定農業者の有無別											
いる	22.0	100.0	6.4	10.8	16.7	18.7	38.0	7.6	1.8		
いない	78.0	100.0	10.2	8.7	19.0	10.0	41.3	7.6	3.1		
法人化の意向別											
すでに法人化している	7.5	100.0	12.0	2.8	25.2	21.4	24.7	12.6	1.4		
法人化しようと考えている	11.9	100.0	5.6	9.3	28.2	15.9	28.4	10.4	2.2		
法人化しようと考えていない	78.6	100.0	9.9	10.0	16.8	10.5	44.9	6.8	1.1		
農政局等別											
北海道	2.4	100.0	18.4	-	30.4	25.6	25.6	-	-		
東北	11.4	100.0	5.4	11.2	11.1	16.3	45.9	5.9	4.2		
関東	39.7	100.0	5.3	8.1	26.5	11.3	36.8	8.4	3.6		
北陸	5.3	100.0	7.9	12.1	22.3	9.7	37.2	9.8	1.1		
東海	5.0	100.0	13.3	3.5	11.9	4.1	53.6	12.9	0.7		
近畿	9.5	100.0	7.8	11.6	10.3	9.2	44.1	12.0	5.1		
中国四国	7.8	100.0	5.2	14.7	8.1	6.1	54.4	6.7	4.7		
九州	18.6	100.0	21.2	8.7	13.8	14.9	37.2	4.1	-		
沖縄	0.4	100.0	19.3	-	15.8	24.5	35.1	5.3	-		

2 加工(つづき)  
 (8) 法人化についての意向

単位：%

区 分	回答数割合	計	すでに法人 化している	考えている	考えていな い	無 回 答
計	100.0	100.0	7.5	11.9	78.6	2.0
取扱品目別						
米加工品	8.8	100.0	7.5	13.5	77.7	1.3
野菜加工品	21.7	100.0	6.1	12.1	78.9	2.9
豆類加工品	1.9	100.0	3.0	25.7	71.3	-
いも類加工品	4.2	100.0	-	2.6	97.4	-
果実加工品	32.4	100.0	5.4	10.2	81.5	2.9
その他加工品	29.3	100.0	12.3	14.0	72.9	0.9
認定農業者の有無別						
いる	22.0	100.0	16.0	14.8	68.3	0.9
いない	78.0	100.0	5.2	11.1	81.5	2.3
農政局等別						
北海道	2.4	100.0	14.4	32.0	53.6	-
東北	11.4	100.0	8.5	14.1	75.5	1.9
関東	39.7	100.0	2.6	8.9	86.0	2.5
北陸	5.3	100.0	13.3	8.5	78.2	-
東海	5.0	100.0	9.0	13.2	76.7	1.2
近畿	9.5	100.0	21.2	14.7	60.9	3.3
中国四国	7.8	100.0	5.5	20.7	69.0	4.9
九州	18.6	100.0	8.1	9.6	82.3	-
沖縄	0.4	100.0	24.5	35.1	40.4	-

〔参考〕

秘
農林水産省

平成 13年度食料・農林水産業・農山漁村に関する意向調査

## 農産物の直販・加工に関する意向調査票

(平成 13年 11月～ 14年 1月)

農林水産省では、食料・農業・農村基本法に基づき、農業を持続的に発展させるために、効率的かつ安定的な農業経営を育成し、これらの農業経営が農業生産の相当部分を担う農業構造を実現するために必要な施策を推進していくこととしています。

こうした望ましい農業構造を実現するためには、意欲のある農業者が創意工夫を生かした農業経営を展開するための支援を行っていくことが重要となっており、今後、農業者に対して経営規模の拡大や経営の法人化等を推進するとともに、農産物の直販・加工等経営の多角化への取組が重要となります。

本調査は、このような認識の下で、農業経営における農産物の直販・加工の位置付け、これに対する支援のあり方について分析・検討を行うため、現在、農産物の直販・加工に取り組んでいる農業者の方を対象に、農産物の直販・加工の効果や今後の展望等に関する意向を把握するために実施するものです。

御回答は、同封しました「**農産物の直販・加工に関する意向調査票（回答用紙）**」（以下「**回答用紙**」という。）に御記入ください。記入に当たっては、農産物の直販を行っている方は「直販欄」、農産物の加工を行っている方は「加工欄」、農産物の直販と加工の両方を行っている方は「直販欄」と「加工欄」にそれぞれ御記入ください。

調査結果は、個人の秘密を厳守し、統計を作成する以外の目的には絶対に使用することはありませんので、是非ありのままをお答えくださいますようお願いいたします。

ここでいう「直販」とは、自家で生産した農産物やその加工品を直接店や消費者に販売しているものや、店や消費者と販売契約して直送しているものをいい、「加工」とは、販売を目的として、自家で生産した農産物（一部購入している場合を含みます。）を加工（精米は含みません。）しているものをいいます。

### 問1 直販や加工に取り組んだきっかけは何ですか。

（直販、加工のそれぞれについて、該当する番号すべてを選択して回答用紙に 印を付してください。）

- 1 より多くの所得の確保のため
- 2 経営の多角化のため
- 3 自らの判断で生産物の評価（価格の決定）を行うため
- 4 労働力にゆとりができたため
- 5 資金にゆとりができたため（新規投資先として）
- 6 地域おこしの一環として
- 7 消費者との交流がしたいから
- 8 TV、新聞・雑誌記事等で事例を見聞して
- 9 知人からの紹介
- 10 関係機関（公的機関、農協等）の指導
- 11 その他（具体的に回答用紙に記入してください。）

### 問2 直販や加工に取り組む中で、良い点は何だと思えますか。

（直販、加工のそれぞれについて、該当する番号すべてを選択して回答用紙に 印を付してください。）

- 1 所得の変動を減らし経営が安定化すること
- 2 商品を高く売ることができ、所得が増加すること
- 3 年間を通じて仕事が確保できること
- 4 経営者としての意識が高くなること
- 5 自らが生産・加工・販売（価格決定）を通してできること
- 6 消費者との交流やニーズ（要望）の把握ができること
- 7 地域・生産グループの連携が強化されること
- 8 女性の活動の場が確立されること
- 9 高齢者の生きがい確保に貢献できること
- 10 雇用の面で地域に貢献できること
- 11 若い人が魅力を持って取り組むことにより、後継者の確保ができること
- 12 その他（具体的に回答用紙に記入してください。）

**問3 直販や加工に取り組む上での問題点は何だと思えますか。**

(直販、加工のそれぞれについて、該当する番号すべてを選択して回答用紙に 印を付けてください。)

- 1 労働負担が増加すること
- 2 設備投資の負担が大きいこと
- 3 販売不振により農業経営が圧迫されること
- 4 売り上げが消費者の嗜好性に大きく左右される恐れがあること
- 5 商品の安全性に対する最終的な責任をとる必要があること
- 6 販売代金の回収に不安があること
- 7 その他(具体的に回答用紙に記入してください。)

**問4 今後、直販や加工に取り組む中で、力を入れていきたいことは何ですか。**

(直販、加工のそれぞれについて、該当する番号すべてを選択して回答用紙に 印を付けてください。)

- 1 新規販売先の開拓(宣伝、広告も含む)
- 2 販売数量の増大
- 3 取扱品目の拡大・新商品の開発
- 4 味や品質面の均一化
- 5 サービスの充実
- 6 作業の省力化
- 7 従業員の能力アップ
- 8 商品の安全性の確保
- 9 消費者との交流促進
- 10 むしろ取組みを止めたい
- 11 その他(具体的に回答用紙に記入してください。)

**問5 直販や加工に取り組む上で、どのような支援が必要だと思えますか。**

(直販、加工のそれぞれについて、該当する番号すべてを選択して回答用紙に 印を付けてください。)

- 1 資金の貸し付け
- 2 直販場等の施設や加工品製造機械等の整備
- 3 加工・保存に関する知識・技術の習得
- 4 商標・表示に関する知識・技術の習得
- 5 直販・加工活動に必要な経営管理・労務管理等の知識・技術の習得
- 6 インターネット等のITを用いた情報発信、情報収集のための機器や環境の整備
- 7 その他(具体的に回答用紙に記入してください。)

**(直販を行っている方にお伺いします。)**

**問6 今後、直販における価格の決め方についてどのように考えていますか。**

(該当する主な番号 1つを選択して回答用紙に 印を付してください。)

- 1 卸売市場等の価格を参考にする
- 2 消費者等からの反応を参考にする
- 3 スーパー等との話し合いで決める
- 4 近くの小売店の価格を参考に決める
- 5 直販を行っている生産者と相談して決める
- 6 その他(具体的に回答用紙に記入してください。)

**(全員にお伺いします。)**

**問7 今後、直販や加工の収支についてどのように考えていますか。**

(直販、加工のそれぞれについて、該当する主な番号 1つを選択して回答用紙に 印を付してください。)

- 1 かなりの利益を見込んでいる
- 2 まあまあの利益を見込んでいる
- 3 ほとんど利益はないと見込んでいる
- 4 赤字と見込んでいる

**問8 今後、消費者に対してどのような手段で情報提供をしていきたいと思いませんか。**

(直販、加工のそれぞれについて、該当する主な番号 1つを選択して回答用紙に 印を付してください。)

- 1 雑誌・新聞での広告
- 2 観光スポット等でのパンフレットの配布
- 3 インターネット
- 4 パンフレット・はがきの直接送付
- 5 特に考えていない
- 6 その他(具体的に回答用紙に記入してください。)

**問9 今後、法人化をしようと考えていますか。**

(直販、加工のそれぞれについて、該当する主な番号 1つを選択して回答用紙に 印を付してください。)

- 1 すでに法人化している
- 2 考えている
- 3 考えていない

**御協力ありがとうございました。**

## 〔利用者のために〕

### 1 調査の内容

農業経営における農産物の直販・加工の位置付け、これに対する支援のあり方について分析・検討を行うため、現在、農産物の直販又は加工に取り組んでいる農家を対象に、農産物の直販・加工が果たしている効果や今後の展望等に関する意向を把握した。

### 2 調査対象

農産物の直販又は加工を行っている農家を対象として、2000年世界農林業センサスの結果を基に「直販のみ」、「加工のみ」及び「直販及び加工」を行っている農家の中からそれぞれ1,000戸を抽出し、合計3,000戸を調査した。

### 3 実施時期

平成13年11月下旬～14年1月中旬

### 4 調査方法

郵送調査

### 5 調査票の回収率等

区 分	配布者数 (戸)	有効回答数 (戸)	有効回答率 (%)
直 販	2,000	1,529	76.5
加 工	2,000	980	49.0

注：調査対象別の有効回答率は、「直販のみ」が76.7%、「加工のみ」が21.8%、「直販及び加工」が76.2%

### 6 集計方法

- (1) 集計区分は、直販及び加工の2区分で行った。ただし、「直販及び加工」を行っている農家については、直販及び加工ごとにそれぞれ回答を得ている。
- (2) 集計は、「直販のみ」、「加工のみ」及び「直販及び加工」を行っている農家ごとに、2,000年世界農林業センサスの結果による母集団の大きさに比例した係数(母集団の大きさ/有効回答数)を乗じて集計し回答割合を算出した。

### 7 用語の説明等

- (1) 直販とは、自家で生産した農産物やその加工品を直接店や消費者に販売しているものや、店や消費者と販売契約して直送しているものをいう。
- (2) 加工とは、販売を目的として、自家で生産した農産物(一部購入している場合を含む。)を加工(精米は含まない。)しているものをいう。

- (3) 取扱品目別とは、直販や加工を行っている品目のうち販売金額が1位の品目により区分した。
- (4) 認定農業者とは、農業経営基盤強化促進法（昭和55年法律第65号）の規定により、都道府県の作成した基本方針及び市町村の農業経営基盤強化のための基本構想に基づき「農業経営改善計画」を市町村に提出し、認定を受けた農業者をいう。
- (5) 農政局等の区分は次のとおりである。
- 北海道：北海道  
 東北：青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島  
 関東：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野、静岡  
 北陸：新潟、富山、石川、福井  
 東海：岐阜、愛知、三重  
 近畿：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山  
 中国四国：鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知  
 九州：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島  
 沖縄：沖縄
- (6) 数値は、各設問（各区分）の推計した回答数計を100.0とする割合である。
- (7) 表示単位未満を四捨五入したため、内訳の積み上げと計とは必ずしも一致しない。
- (8) 「(複数回答)」の表示があるものは、計が100.0にならない。
- (9) 統計表に使用した記号「-」は、事実のないことを表す。



#### 連絡先

農林水産省 大臣官房 統計情報部

構造統計課 地域・環境情報室 地域情報班

電話：03 - 3502 - 8111 (内線2684、2685)

03 - 3502 - 9427 (直通)

この速報は、農林水産省ホームページ【<http://www.maff.go.jp/>】の「統計情報」でも御覧になれます。

(農林水産統計速報は再生紙を使用しています。)