

調査・資料

事業類型と立地特性からみた農業生産関連事業 — 『平成 22 年度 6 次産業化総合調査』 の組み替え集計による —

大橋 めぐみ・高橋 克也

要 旨

本稿の課題は、農家等の経営体による農業生産関連事業の全国的な展開状況について、事業類型や立地条件の視点からあきらかにすることであった。得られた主な結果を述べると、第一点目として、生産関連事業は加工のみや直売のみといった単独の事業とともに、加工・直売、あるいは直売・観光などの複合型など、多様な事業類型が存在し、事業規模としての平均金額は、複合が単独の事業を大きく上回っていた。また、農業部門との関係をみると、事業規模の大きな経営体では、農業部門の販売がなく生産関連事業へ特化する経営体が見られるとともに、逆に大規模な農業部門を持つ経営体の二極化が確認された。

第二点目として、大都市圏からの距離という立地条件から、全国の市町村を3分類し、農業産出額あたり農業生産関連事業の販売額（販売金額比率）という指標により生産関連事業の展開の有無を分析した。その結果、直売や観光農園では中心市ほど販売金額比率は高い一方で、民宿では、逆にその他市町村で高くなることが確認された。全部門合計額でみると、販売金額比率が高い直売部門と同様に、中心市で販売金額比率が高い傾向がある。しかし、経営体の視点からみると、その他市町村の経営体で事業規模が零細という傾向はなく、いずれの地域にも小規模な経営体から大規模な経営体が立地していた。事業規模の点では、立地条件による事業展開の地域間格差があるとはいえないだろう。

キーワード：直売所，加工，立地，多角化，農業生産関連事業

1. はじめに

現在、全国各地での6次産業化に向けた取組が展開中であり、政策的な支援も進められている。「6次産業化」とは、一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出すことである（農林水産省HPより）。「農業生産関連事業」（以下、生産関連事業）は、農業

者が主体となる6次産業化の代表的な取組といえ、農産物加工（以下、加工）、農産物直売所（以下、直売）、観光農園（以下、観光）、農家民宿（以下、民宿）、農家レストラン（以下、レストラン）、といった多様な事業からなる。農業生産を基盤とする農産物の加工や販売とともに、それらの農産物が生産される農村空間の地域資源を活用したレクリエーションや宿泊、あるいは食事の提供などの事業形態が含まれている。このような生産関連事業の全国的な展開は、農業生産のみならず農家経済や農村全体の活性化に大きく寄与するものと

原稿受理日 2017年7月19日。

して期待されている⁽¹⁾。

こうした生産関連事業の取組の特徴として、事業の性格上、原料や資源供給源を考慮する必要性が高く、農村部から空間的に隔離した立地選択が困難であることがあげられる。つまり、生産関連事業は、農業資源や生産と密接に関連しているため、その事業内容や範囲、さらには事業の立地場所を自ら自由に選択することは困難であると考えられる。また、生産関連事業に取り組む農業経営体は大規模な農業生産法人から家族経営体まで様々であるものの、一部の例外を除くと総じて小規模な事業規模で行われているのが実態である。さらに、農業生産を行っている場所で生産関連事業を行うことが多いため、たとえば販売を行う際に不利であっても、農村部で事業を行う経営体も多いと考えられる。

また、生産関連事業のもう1つの特徴として、加工や直売などの農業生産部門の延長として、生産者が比較的取り組みやすい事業から、観光やレストランなど、より高度の顧客サービスや多額の投資が必要な事業までが含まれており、その事業領域が幅広いことがあげられる。当然ながら、それぞれの事業内容によって、事業間の結びつきや多角化の程度、さらには事業立地が大きく異なることが想定される。また、実際の事業内容についても、加工や直売といった一部門のみの取組だけでなく、生産物を加工したあと販売を行う「加工・直売」、あるいは観光農園で生産物の販売も行う「直売・観光」などの事業の組合せは多数あり、地域特性や農業生産部門の実態を反映した事業展開が行われているとみられる。

ここで、生産関連事業と競合しうる食品加工業や食品小売業、あるいは宿泊サービスを含めた観光業との競争といった視点からみた場合、農村部を事業基盤とする立地特性や事業規模の零細性が、事業展開の制約条件になり得るという懸念がある。もちろん、農村部への立地は制約だけではなく、原料供給といった点からメリットをもたらす場合も考えられる。そのため、立地や規模が、生産関連事業の事業展開においてどのような影響をもたらすかを議論するためには、理論的な考察だけではなく、現在、実際にどのように事業が立地しており、立地ごとに経営体の規模はどのよう

に異なるのかといった点について、具体的に実態を明らかにすることが不可欠である。また、実態の分析においては、生産関連事業の各事業の特徴や、事業類型ごとの違いをふまえて分析を行う必要がある。そのため、本稿では、生産関連事業の立地条件や事業類型に注目しつつ、事業の全国的な展開状況とその実態の分析を試みた。こうした実態の把握は、立地や事業の特徴に応じた生産関連事業の推進に重要であると考えられる。

(1) 生産関連事業と立地

加工や直売といった生産関連事業が農村部に立地していることは、経営面において必ずしもデメリットとなるわけではない。なぜなら、産業の立地条件には、市場からの距離とともに、地形や地域資源、あるいは産業集積の程度、関連する政策・制度といった様々な要素が含まれるからである。その点で、生産関連事業が農村部に立地することは、原料の調達や地域資源の活用という面で、大きなメリットがあるとされている⁽²⁾。

市場との距離についてみると、近年、農業立地において輸送費などの「距離の摩擦」が小さくなることで、市場からの距離という立地条件の影響が相対的に小さくなったといわれる(松原, 2013)。これは、距離の影響を大きく受ける輸送費よりも、高値販売といった他の要素が農業経営にとって重要性を増しており、市場からの距離の影響力が低下しているということである。一方で、高柳(2006)は、生産関連事業においては顧客獲得の重要性が高いため、市場への近接性はより重要な立地条件となりうることを指摘している。本稿においても、市場への近接性が生産関連事業の立地や経営に大きな影響を与えていると考える。なぜなら、生産関連事業には事業の性格によって顧客との対面での交流が重視される事業や、販路開拓のための営業活動等の重要性が高い事業があるからである。

大江(2013)は、グリーンツーリズムには生産物を出荷する「都市市場」と、観光客や地域住民が消費する「農村市場」と述べ、この事業分野では顧客となりうるのは大都市圏の住民だけでなく、地域や近隣市町村の住民とともに、観光客なども重要な顧客となりうることを指摘してい

る。しかし、一方で、加工や直売に代表される生産関連事業の販売先は、地域外の顧客への販売が一定の割合を占めており⁽³⁾、加えて、高付加価値品はデパートなどに販売することが多いため、人口規模の大きな大都市圏から遠隔地に立地することはデメリットも大きいと考えられる。Murdock (2000) は、グローバル化の中で、これまでのような生産面や輸送面などにおける地域間格差に加え、市場との水平的・垂直的ネットワークを構築することが困難な地域が生じるといふ、新たな地域間格差の発生を指摘している(立川, 2003)。その視点からみると、生産関連事業においても都市市場から遠隔地にある地域では、川中・川下部門との連携が困難な地域が生じやすく、新たな格差が生じることが懸念されるのである。

立川 (2003) によると、欧米では6次産業化、あるいは生産関連事業と重なる領域として、「ローカルフードシステム」(LFS)、あるいは「ショートフードサプライチェーン」(SFSCs) といった食料供給体系の研究が蓄積されていることが指摘されている。例えば米国のファーマーズマーケットは、その立地が東部や西海岸の大都市近郊に偏在していることが指摘されている(梶瀨他, 2014; Sarah A. et al., 2011)。また、Renting et al. (2003) は、EU 諸国におけるショートフードサプライチェーンについて多国間の比較から、イタリアなど南部諸国で直売が多く、ドイツなど北部諸国では認証制度を活用した販売が多いなど、地域によって立地する事業に違いがあることを示している。

これまで、国内における生産関連事業の立地に着目した調査・研究は、都道府県単位あるいは農業地域単位で集計された農林業センサス等の統計調査や、その分析が中心であった⁽⁴⁾。一方で、より詳細な分析として、櫻井 (2011b) は、農林業センサスの集落カードおよび「農産物地産地消等実態調査」等による分析を実施し、日本では直売所のある集落のほとんどが DID (人口密集地区) から1時間未満の市町村にあり、集落あたり直売所設置数が都市的地域で高いなど、直売所が都市部へ集中的に立地する傾向を指摘している。さらに、海外と比較すれば、日本では農村部まで広範囲に直売所が立地していることも指摘してい

る。また、香月他 (2009) は、「農産物地産地消等実態調査」による分析から、農協や市町村が設置した直売所の事業規模は、都市部ほど大きいことを指摘している。一方で、直売所における生産物による立地条件による事業展開の差異、あるいは観光と結びついた直売・観光など、実際の事業形態に応じた生産関連事業の立地条件やその特徴については、これまで明らかになっていない。

(2) 事業規模の零細性と多角化

生産関連事業の経営面での大きな特徴は事業規模の零細性である。詳しくは後述するが、生産関連事業の販売額が200万円未満の経営体が全経営体の4割を占めており、5,000万円以上の大規模経営体は1割程度にすぎない。一方で、これら5,000万円以上の経営体だけで生産関連事業の総販売額の75%を占めている。この様に、現在の生産関連事業は大多数の零細な経営体と少数の大規模経営体から構成されているのである。

諸外国をみると、米国の直売の事例においては、農業生産部門が5万ドル以下の小規模農家が中心であり、中規模農家は「ローカルフードハブ」(local food hubs) と呼ばれる NPO や生産者・流通業者が組織した流通を通じて直売などの「ローカルフードシステム」に取り組む主体が多く、大規模農家による直売は少ないと述べられている(Martinez. et al., 2010; Cleveland et. al., 2014)。また、Renting et al. (2003) は、EU では1998年時点で、かなりの割合の農家が直売やツーリズムに取り組んでいるが、そのほとんどが中規模農家であり、小規模農家では投資が困難であることを述べている。

国内については、生産関連事業を経営規模別にみた「農産物地産地消等実態調査」から、生産関連事業の規模が大きい直売所ほど、経営状況が良好であることが指摘されている。また、香月他 (2009) は、JA などの大型ファーマーズマーケットでは、既に民間スーパーマーケット並みの販売効率を達成しており、大規模な事業体ほど規模の経済が働き、従業員一人あたり販売額が高いことを示している。

一方で、生産関連事業の事業規模が零細なのは、これらに農村女性起業などが多く含まれてお

り、あくまで農家の副業として無理のない範囲で行われてきたからという側面もある（大橋他、2015）。これらは交流や地域性といった、体験の真正性や地域独自の産品などを求める顧客に高い満足感を与えており、こうした取組は今後も重要であろう。しかし、生産関連事業においても適正な投資の必要性や、企業的な経営を行うことの重要性は早くから指摘されている。特に、大規模な農業生産法人においては、早くから加工と販売を統合し余剰資源を活用した高付加価値化を成長戦略としており、こうした担い手への期待も高まっている（斉藤、2014）。同時に、斎藤（2014）は、農家等経営体の生産関連事業の課題として、生産と加工や販売といった事業間での調整問題とともに、いわば異なる事業領域への新規参入に対して経営者の知識や技術・ノウハウの獲得が困難なこと、農業生産とは無関係の外部からの安価な原料調達によるバリューチェーン弱体化の問題などを指摘している。

また、櫻井（2011a）は、国際間での比較から農業の生産構造とともに市場や社会条件、政策対応のあり方について示しており、オルタナティブな流通経路としての直売型農産物流通の重要性を指摘している。そのなかで、直売においても店舗型だけではなくマーケットやインショップへの出店、あるいは観光農園やネット通販との組合せなど、国や地域によって多様な取組があることを報告しているが、直売を含めた生産関連事業全体の動向や多角化の実態については触れられていない。

（3）分析課題・分析データ

立地や規模が、生産関連事業の事業展開においてどのようなメリットやデメリットをもたらすかを議論するためには、実態の分析が不可欠である。そのため、本稿では、生産関連事業の立地条件や事業類型に注目しつつ、事業の全国的な展開状況とその実態の分析を試みた。

わが国における生産関連事業の実態については、これまで農林業センサスや「6次産業化総合調査」により数多く報告されているが、そのほとんどが加工や直売、あるいは観光といった事業部門単位での集計や分析となっている。しかし、実際の生産関連事業は、加工と直売、あるいは直

売と観光といった複数の事業の組合せによって行われているのが一般的である。これまで、生産関連事業がどのような事業部門の結びつきで取り組まれているのか、それらの事業類型と農業生産部門との関係、販売額による事業規模など全国的な動向は明らかになっていない。また、生産関連事業の立地条件については、全国的に販売規模を考慮した分析は、これまでほとんど行われていない。先に大橋（2015）が「平成22年度6次産業化総合調査⁽⁵⁾」の組み替え集計から、事業別の生産関連事業の全国的な展開状況を示しているが、そこで明らかにしたのは、JA等の事業体を含めた生産関連事業全体の全国的な動向であり、生産関連事業全体の7割を占める農家等の経営体の動向については課題として残されたままであった。「平成22年度6次産業化総合調査」によると、年間総販売額は11,129億円となっており、JAの加工と直売の占める販売額が事業総販売額のおよそ7割に達している。一方で、事業件数で見ると両者は逆転し、農家等経営体が全体の8割を占め、JAによる加工と直売は2割に過ぎない。これらの農業経営体とJAは、区別してその実態を分析する必要があると考えられる。

そのため、本稿では再度「平成22年度6次産業化総合調査」の組み替え集計を行い、経営体の農業生産部門と生産関連事業との結びつきや関連性、事業類型別の経営概況について整理する。次に、これら生産関連事業の立地条件について事業別に検討しながら、事業規模や農業生産部門との関連についてもあきらかにする。

2. 事業類型からみた生産関連事業

（1）分析方法

分析の具体的な手順として、本調査は加工、直売など事業別実施されているが、経営体別のコード番号を用い、部門別の複数のデータを同じ経営体に統合した⁽⁶⁾。「平成22年度6次産業化総合調査」による生産関連事業の延べ数は、農家等の経営体とJAをあわせて33,342件である⁽⁷⁾が、これらの統合処理後の生産関連事業は、延べ26,333件であり、経営体数は20,206件である。なお、本分析における対象は生産関連事業を行う農

業経営体のみとし、JA 等による直売所と加工は分析から除外した。

(2) 生産関連事業の概況

農家等経営体における生産関連事業の各事業件数や販売額、あるいは平均販売額など事業概要について確認してみたい。

経営体による生産関連事業は全体で 26,333 件となっているが、事業別にみて最も件数が多いのは加工の 11,754 件であり、次いで直売の 7,820 件の順となっている（第 1 表）。これら、加工および直売の 2 つの事業で生産関連事業件数全体の 74.3% を占めていることがわかる。一方、販売額では、経営体合計で 2,508 億円のうち、加工が 1,415 億円と全体の半数以上を占め、これに直売を加えると全体の 87.1% に達している。これらのことから、生産関連事業の中心は主にこれら 2 つの事業であることが分かる。

次に、事業規模を示す平均販売額をみると、全体の平均では 952 万円であるが、事業部門によって大きな開きがあることがわかる。最も事業規模が大きいのはレストランの 1,562 万円であり、次

いで加工 1,204 万円、直売 986 万円であるのに対し、最も事業規模が小さい民宿で 268 万円となっており、事業規模の格差が大きいのも生産関連事業の特徴といえる。

そこで、各事業を販売額規模別にみると、平均販売額が 200 万円未満の経営体割合は加工で 65%、直売で 44%、事業規模の小さかった民宿では 75% となっており、事業全体では 51% となっている（第 2 表）。さらに、販売額 50 万円未満の経営体が合計に占める割合は、加工で 35%、民宿で 53% と高く、これら事業では小規模な取組が中心となっていることがわかる。したがって、事業全体の平均販売額は一部の大規模な経営体によって押し上げられていることに留意する必要がある。すなわち、生産関連事業に取り組む経営体の多くは、これら事業が生計の柱となっているとは考えにくく、ここでも生産関連事業の零細性が示されている。

農業地域別に生産関連事業の販売額をみたものが第 1 図である。第 1 表で示された様に、ほとんどの地域において加工事業の占める割合が高い。加工に次いで直売の販売額が高いが、東海や

第 1 表 生産関連事業の概況（事業別）

	経営体・事業計							(参考) JA 計		
	加工	直売	観光	民宿	レストラン	輸出	加工	直売		
件数	26,333	11,754	7,820	4,825	1,123	698	113	7,009	898	6,111
割合	100.0%	44.6%	29.7%	18.3%	4.3%	2.7%	0.4%	100.0%	12.8%	87.2%
販売額（億円）	2,508	1,415	771	173	30	109	10	7,850	3,998	3,852
割合	100.0%	56.4%	30.7%	6.9%	1.2%	4.3%	0.4%	100.0%	50.9%	49.1%
平均（万円）	952	1,204	986	358	268	1,562	920	11,200	44,523	6,304
中央値（万円）	200	100	300	100	50	400	150	1,300	1,200	1,300

資料：「平成 22 年度 6 次産業化総合調査」組替集計による。

注. JA は事業所単位である。

第 2 表 事業別販売額規模別経営体割合

	生産関連事業計							(参考)
	加工	直売	観光	民宿	レストラン	輸出	農業生産	
(中央値・万円)	(200)	(100)	(300)	(100)	(50)	(400)	(150)	(250)
50 万円未満	22.5%	34.8%	14.9%	32.4%	53.3%	13.8%	30.1%	16.4%
50~200 万円未満	28.4%	30.4%	29.2%	34.0%	21.7%	21.3%	31.0%	28.0%
200~1,000 万円未満	34.1%	25.1%	40.0%	28.0%	19.0%	40.7%	27.4%	37.9%
1,000~5,000 万円未満	12.2%	7.4%	13.3%	5.0%	5.8%	19.6%	8.8%	14.4%
5,000 万円以上	2.7%	2.2%	2.7%	0.7%	0.2%	4.6%	2.7%	3.3%

資料：「平成 22 年度 6 次産業化総合調査」組替集計による。

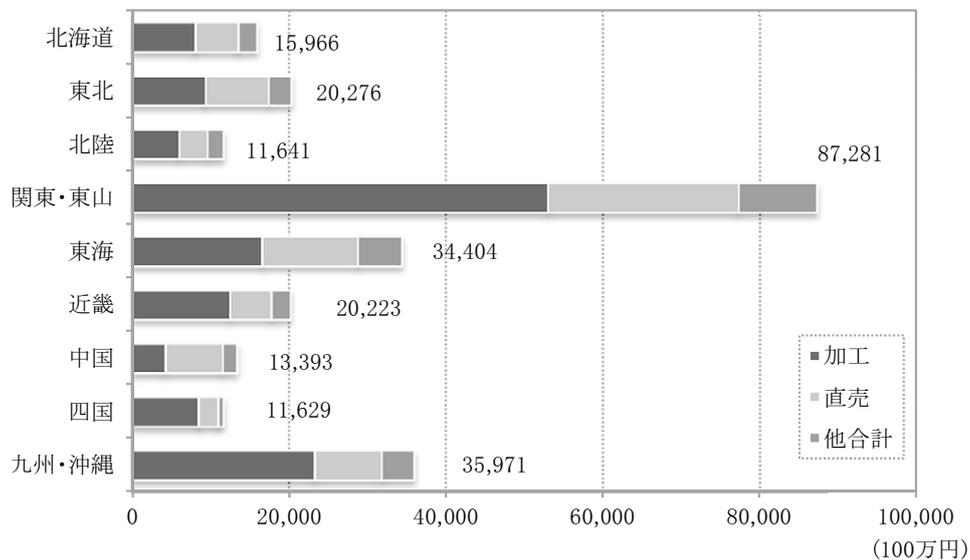
中国では相対的に直売の割合が高くなっている。また、観光や民宿、あるいはレストランといった事業の販売額は、いずれの地域でも生産関連事業全体からみればごく僅かである。

さらに、主要事業について、販売額が上位5位の都道府県の平均販売額を示したものが第3表である。生産関連事業の総販売額が最も大きいのは東京の368億円であるが、そのほとんどが加工(351億円)によって占められている。すなわち、東京においては加工事業に占める割合が高く、大規模な経営体によって平均販売額が押し上げられているとみられる。また、生産関連事業の第2位、3位を占めるのは静岡、北海道であるが、

これら道県は加工や直売、あるいは観光事業でも上位に位置している。これら上位5位の都道府県の販売額シェアが各事業とも3割を超えていることが示す様に、生産関連事業においては大規模な事業を行う経営体の一部の都道府県に集中していることがうかがえる。

(3) 農業生産部門と生産関連事業の関係

生産関連事業は農業生産や地域の農業資源を基盤としているが、農業地域別に両者の販売額をとったものが第2図である。地域別にみて、生産関連事業が最も盛んなのは、関東・東山(872億円)であり、次いで九州・沖縄(359億円)、東海(344



第1図 生産関連事業の販売額内訳 (農業地域別)

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。
注. 他合計は、観光、レストラン、民宿、輸出の合計である。

第3表 生産関連事業の販売額 (主要事業・上位5都道府県)

(単位：販売額・億円、平均・万円)

生産関連事業計	うち加工		うち直売		うち観光						
	販売額	平均	販売額	平均	販売額	平均					
全国計	2,507.9	952	全国計	1,414.6	1,204	全国計	770.9	986	全国計	172.9	358
東京	368.4	8,468	東京	351.9	39,100	静岡	73.1	2,430	山梨	18.6	351
静岡	186.7	2,257	静岡	99.6	1,694	北海道	54.3	982	長野	14.4	373
北海道	159.7	1,589	北海道	80.8	1,813	千葉	47.5	1,008	静岡	11.1	716
鹿児島	96.3	2,575	鹿児島	72.7	3,159	埼玉	37.4	982	北海道	10.8	390
長野	96.1	672	宮崎	61.9	2,260	長野	34.5	872	千葉	8.8	411
上記販売額シェア	36.2%		47.1%		32.0%		36.8%				

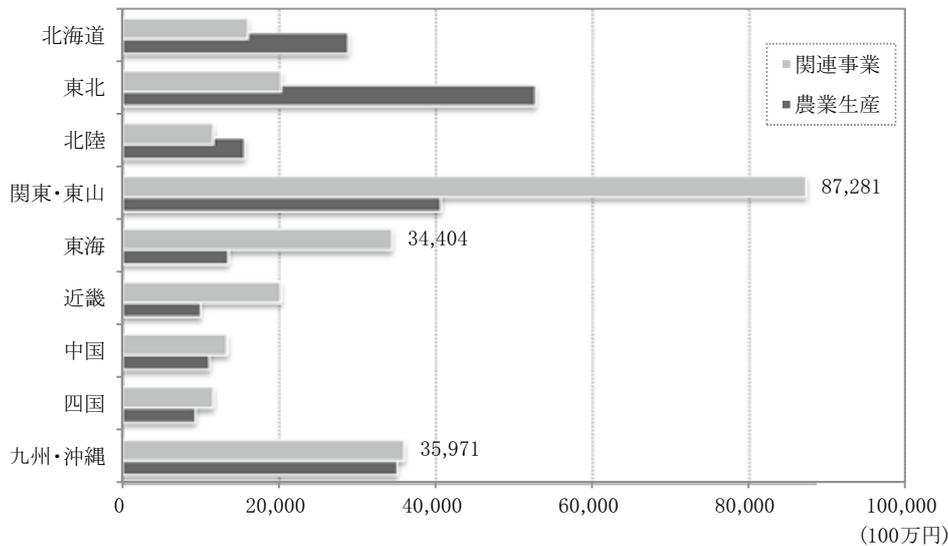
資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

億円)である。四国や北陸ではおよそ100億円規模であり、生産関連事業は地域間でも大きな差があることが分かる。また、北海道や東北、北陸といった地域では農業生産部門の販売額が生産関連事業のそれを上回るが、関東・東山などそれ以外の地域では生産関連事業の販売額の方が高い。

次に、経営体の農業および生産関連事業の平均販売額を第3図に示す。全国平均では、生産関連事業の販売額は1,241万円、農業生産部門は1,485万円であり大きな差はないが、地域別にみ

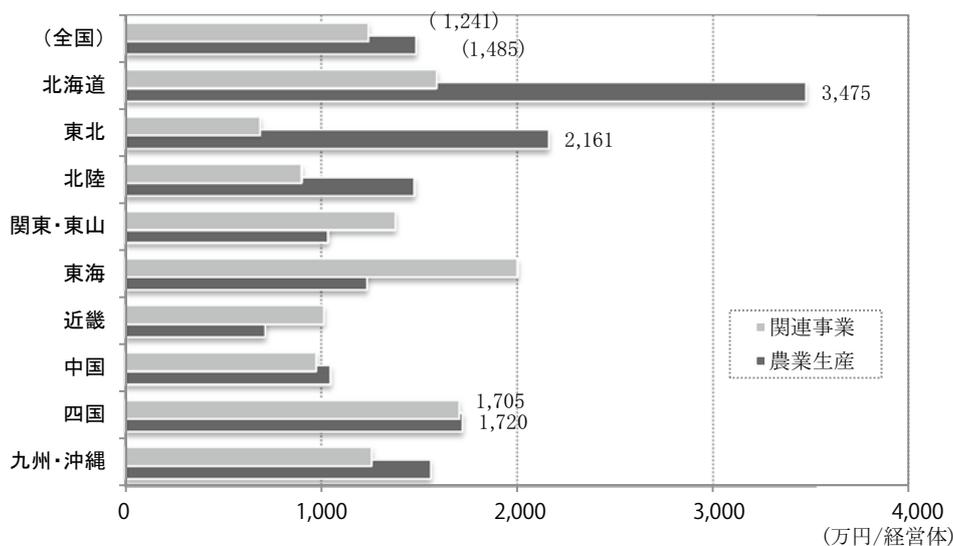
ると両者の差が大きい地域がある。例えば、北海道や東北、北陸では農業生産部門の事業規模が相対的に大きいのに対し、関東・東山、東海といった地域では生産関連事業の規模が大きく、先にみた事業全体の総販売額と同様の傾向にあることが示されている。なお、農業生産部門の平均販売額は生産関連事業を行っている経営体のみの数値であることに留意する必要がある。

さらに、都道府県別に農業生産部門と生産関連事業の総販売額を見たものが第4図である。こ



第2図 農業生産部門・生産関連事業の販売額（農業地域別）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。



第3図 農業生産部門・生産関連事業の平均販売額（農業地域別）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

ここでは、作図上、すべての都道府県を示してはいないが、相対的に農業生産部門の販売額が大きい高知や新潟に対して、生産関連事業の販売額が大きいのは三重、鹿児島といった県である。

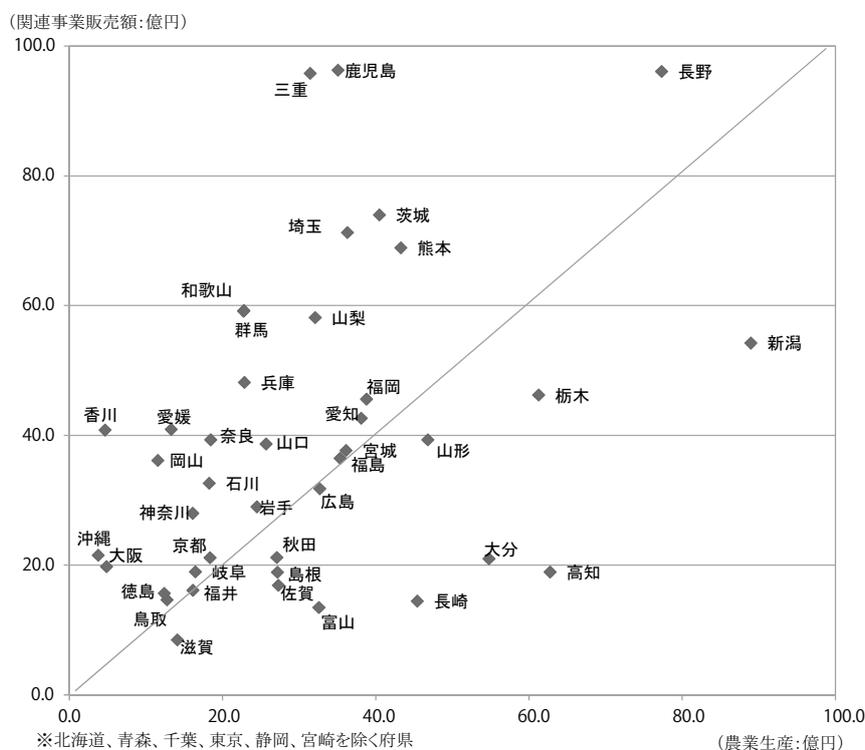
斎藤他(2014)は、生産関連事業が大規模化するにつれ、収益性の低い農業生産部門を縮小して生産関連事業に特化する経営体があられることを指摘している。また「農産物地産地消等実態調査」でも、事業規模の大きな経営体ほど食材などの自家産原料の割合が低下する傾向が確認されている。本来、生産関連事業は農業生産部門との結びつきによる資源の有効活用による高付加価値化を目指したものであるが、事業拡大指向にある経営体では逆に農業離れを引き起こす可能性が考えられる。そのため、ここでは農業生産部門と生産関連事業の関連性について、両者の事業規模の視点から確認・検討する。

経営体別に農業生産部門と生産関連事業を整理したものが第5図である。生産関連事業の事業規模を4区分し、農業生産部門の販売額規模別

の経営体割合を示した。生産関連事業の事業規模が小さな経営体、例えば販売額200万円未満では農業生産部門の販売がない経営体割合は20%弱と低い。一方で、販売額5,000万円以上では同経営体の割合は40%を超えており、生産関連事業の事業規模が拡大するほど、農業生産部門がない経営体の割合が上昇する傾向が確認できる。同時に、生産関連事業が5,000万円以上では、農業生産部門も5,000万円以上である経営体の割合も21.1%と高く、生産関連事業規模の大きな経営体では、生産関連事業の特化、ないしは農業生産部門も大規模の二極化していることがわかる。農業生産部門の販売がない経営体には、農業生産部門が別会社になっているケースもあるが、総じて生産関連事業の大規模化は農業生産部門を相対的に縮小させている可能性が示された。

(4) 事業類型からみた生産関連事業の特徴

これまでみたように、経営体における生産関連事業は加工と直売が中心であり、事業部門間では

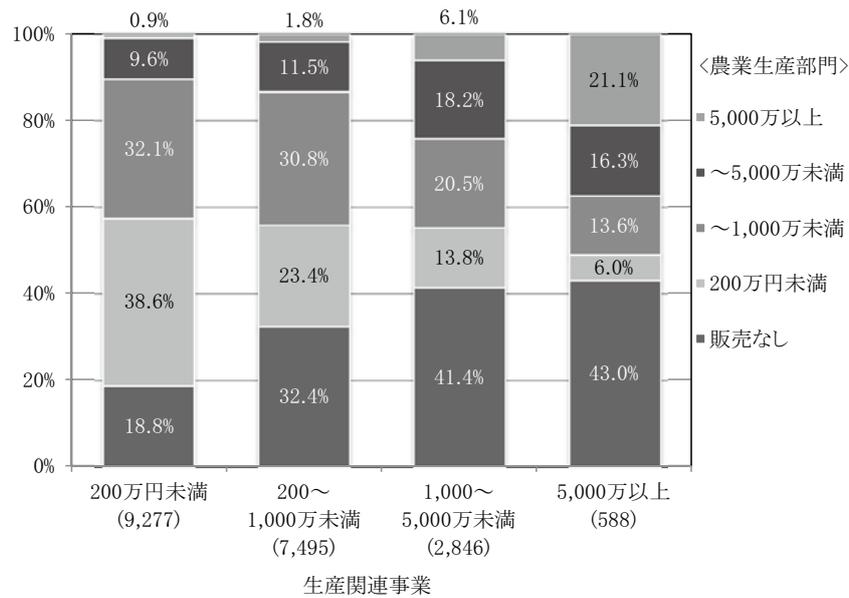


第4図 都道府県別農業・生産関連事業の事業規模

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

注. 欄外の都道府県の数値(農業, 生産関連事業計)は以下の通りである。

北海道(288,159), 青森(358,39), 千葉(114,72), 東京(7,368), 静岡(49,187), 宮崎(102,75)。



第5図 農業生産部門・生産関連事業の販売額規模別経営体割合

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。
注：生産関連事業のカッコ内は経営体数である。

販売額に大きな差がみられた。また、同じ事業部門内でも、大多数の小規模経営と少数の大規模経営が混在していることが明らかとなった。また、事業別には加工の割合が高いものの、地域や都道府県単位では直売の割合が上回っている場合もあり、主たる事業部門は大きく異なっていることが確認された。

ここで、生産関連事業に実際に取り組む経営体では、農業生産部門の生産物を利用した加工や販売（直売）、あるいは賦存する農村資源を活用した観光や民宿など複数の事業を行うのが一般的である。また、6次産業化および生産関連事業のそもそもの意義も、これら事業の多角化によって生産部門と結びつきなど高付加価値化を追求することである。ここでは、高付加価値化を追求する経営体の視点から生産関連事業の取組実態について、すなわち事業類型別に地域別の展開状況やその特徴を分析する。

経営体単位での生産関連事業の組合せを整理したものが第4表である。概説すると、加工についてみると「加工のみ」を事業とする経営体が8,684件あり、加工と直売を行う経営体が1,664件となる。この他にも、加工と観光と直売の3つの事業に取り組む経営体が452件、それ以外の

複数の事業組合せが372件あり、事業の多角化を図っている経営体も少なくない。

これら複数の事業部門の組合せ、あるいは単独の事業について主要な事業部門を整理したものが第5表である。生産関連事業として最も多い事業類型は加工のみであり、全体の43.0%を占める。これに次ぐのが、直売のみ17.3%であり、観光のみも9.5%を占める。これら単独の事業部門の経営体の合計は生産関連事業全体のおよそ7割を占めている。一方で、加工と直売（8.2%）、あるいは直売と観光（9.0%）といった事業類型も一定割合あり、生産関連事業が複数の事業の組合せからなる多様な事業形態によって構成されていることが分かる。

販売金額の面では、全体2,508億円のうち、加工のみの占める割合は28.6%と最も高く、次いで加工・直売が17.6%と高い。さらに、これら事業類型別に経営体当たりの平均額をみると、加工のみと直売のみではどちらもおよそ800万円台であるが、加工・直売は2,652万円と3倍以上の事業規模となり、両事業の結びつきが経営面で高い成果をあげていることが分かる。これらは事業規模からも明らかであり、例えば200万円未満の経営体数割合が、加工のみでは64%を占めるのに

第4表 生産関連事業の組合せ

	加工	直売	観光	民宿	レストラン	輸出	(参考) 事業計
加工	8,684	1,664	348	135	130	33	11,754
直売	-	3,494	1,816	52	44	13	7,820
観光	-	-	1,923	43	18	1	4,825
民宿	-	-	-	708	31	1	1,123
レストラン	-	-	-	-	205	0	698
輸出	-	-	-	-	-	40	113
加工・観光・直売 他組合せ	452	372					

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

第5表 生産関連事業の概況（事業類型別）

	経営体計	生産関連事業計					
		加工のみ	直売のみ	加工・直売	直売・観光	観光のみ	他組合せ
経営体数	20,206	8,684	3,494	1,664	1,815	1,923	2,626
割合	100.0%	43.0%	17.3%	8.2%	9.0%	9.5%	13.0%
販売金額（億円）	2,508	717	293	441	157	63	837
割合	100.0%	28.6%	11.7%	17.6%	6.2%	2.5%	33.4%
平均（万円）	1,241	826	838	2,652	863	325	3,188
中央値（万円）	200	120	300	500	450	120	324

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

第6表 事業類型別販売金額規模

	生産関連事業計					
	加工のみ	直売のみ	加工・直売	直売・観光	観光のみ	他組合せ
(中央値・万円)	(200)	(120)	(300)	(500)	(450)	(324)
50万円未満	22.5%	32.2%	12.0%	7.6%	4.7%	24.8%
50～200万円未満	28.4%	31.3%	30.1%	22.7%	21.4%	26.4%
200～1,000万円未満	34.1%	27.1%	43.3%	37.4%	51.8%	32.3%
1,000～5,000万円未満	12.2%	7.4%	12.7%	24.2%	20.9%	13.3%
5,000万円以上	2.7%	1.9%	1.9%	8.1%	1.2%	3.2%

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

対して加工・直売は30%であり、いわば単独の事業よりも複合の事業規模が相対的に大きいことが示されている（第6表）。ここでは、農業生産部門からの原料農産物の供給による加工の高付加価値化が図られているとともに、直売による流通マージンの確保など有利性が発揮されていると考えられる。

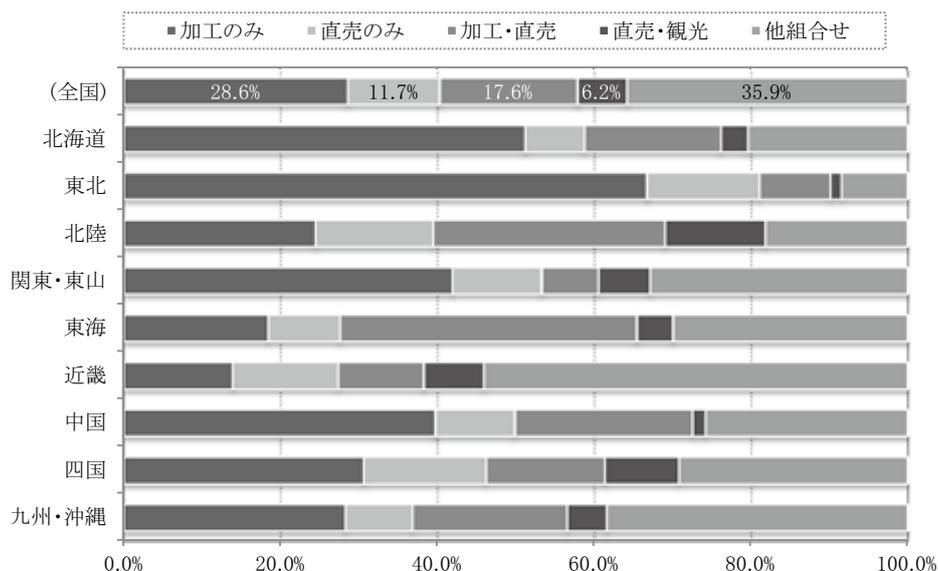
次に、農業地域別に生産関連事業の内訳をみたものが第6図である。地域的な特徴として、九州・沖縄や四国で加工のみの割合が高く、東海で

は加工・直売、関東・東山では他組合せの占める割合が高い。なお、地域別の経営体数や事業規模の詳細については、付表1に示している。このうち、販売額が70億円以上の10都道府県について、事業類型別の経営体数の内訳を第7図に示す。三重や宮崎では加工のみの経営体が6割を超えているのに対し、千葉、東京では直売のみを事業とする経営体が過半数を占め、茨城や埼玉の加工・直売といった事業類型も含めれば、遠隔地では加工のみの単独事業、都市近郊では直売の中

心とした事業類型が相対的に多いことが示されている（参考：付表2）。

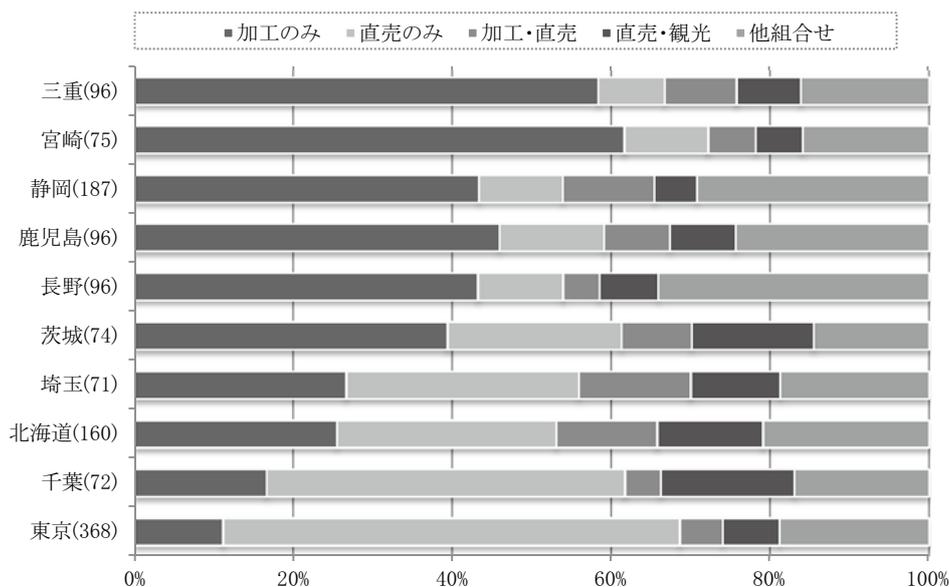
事業類型ごとにみた販売額上位5都道府県の経営体当たりの平均販売額を第7表に示す。加工のみおよび直売のみの上位は、先に事業別にみた年間販売額70億円以上の道県で占められてい

るが、加工・直売では静岡が1144億円と突出しており、経営体当たりの平均販売額も1億円を超えている。また、直売・観光は、山梨、千葉、群馬といった首都圏近郊の各県が上位を占めるなど、これら事業では顧客が多数存在する消費市場との近接性といった立地条件が重要な要素になっ



第6図 事業類型別販売額・経営体数割合（農業地域別）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。



第7図 事業類型別・経営体割合（年間販売額70億円以上）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

注. カッコ内は生産関連事業合計額（億円）である。

第7表 事業類型別販売額（上位5道県）

(単位：販売額・億円，平均・万円)

加工のみ		直売のみ		加工・直売		直売・観光					
販売額	平均	販売額	平均	販売額	平均	販売額	平均				
全国計	717.4	826	全国計	292.8	838	全国計	441.3	2,652	全国計	156.6	863
鹿児島	62.3	3,621	千葉	33.8	1,092	静岡	114.4	10,032	山梨	18.9	779
宮崎	54.0	2,369	埼玉	16.2	829	北海道	31.5	3,001	山形	12.2	974
北海道	45.1	2,136	北海道	13.7	599	埼玉	26.4	2,811	千葉	11.8	1,022
和歌山	41.6	670	長野	12.5	815	茨城	24.1	4,731	静岡	10.8	2,035
香川	37.5	6,705	神奈川	11.3	516	熊本	21.4	5,104	群馬	8.2	608
上記販売額 シェア	33.5%			29.8%			49.4%			39.5%	

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

ていると考えられる。

3. 立地条件からみた生産関連事業

(1) 分析方法

本章では、立地条件が、生産関連事業の展開に与える影響について分析する。具体的には、立地条件として大都市圏との距離に着目し、加工、直売などの事業別にみた場合、生産関連事業の展開に空間的な差違が生じているかどうかを検討する。

各市町村における生産関連事業の展開状況を捉える指標として、直売や加工などの事業の総販売額が考えられる。しかし、面積や農業生産の規模が異なる市町村間で、総販売額の単純な比較はできない。たとえば、面積が広く農業生産額の大きい市町村で、直売の総販売額が高かったとしても、面積の狭い市町村と比較して、必ずしもその市町村で直売が盛んとはいえないためである。そのため、本稿では、各市町村の生産関連事業の展開状況を表す指標として、市町村単位の生産関連事業の総販売額を市町村の農業産出額で除した値（以下、販売額比率）を指標として用いる。これは、一次産業である農業生産部門の販売規模に対して、直売や加工などの生産関連事業がどの程度の大きさであるかといった相対的な規模を示している。つまり、この比率が高いほど、農業生産部門に対して生産関連事業の事業規模が相対的に大きいことを示しており、地域においてその事業が盛んと考えられる。なお、この指標を全国単位で

みると、「生産農業所得統計」による平成24年の農業生産部門の総産出額は8.5兆円であり、「6次産業化総合調査」による経営体およびJA等の合計の販売額は回収率を考慮して推計した補正值での公表データでは1.6兆円となっている。そのうち、農業経営体による販売額はその26.3%の4350億円である。単純に計算すると、農業産出額と比較した生産関連事業の総販売額の占める比率は、補正後で19%（経営体とJA等の合計）、5%（経営体のみ）となっている。

立地については、農業的な土地利用と都市的活動を総合化した農業地域類型の利用が考えられるが、「6次産業化総合調査」の集計単位は市町村単位であり、旧市町村単位では集計されていない。そのため、先述したように生産関連事業において特に重要な市場と考えられる大都市に注目し、総務省による大都市圏の区分に基づき、大都市圏中心市および都市圏の中心市（以下、中心市）、大都市圏または都市圏の周辺市町村（以下、周辺市町村）、いずれにも該当しない市町村（以下、その他市町村）に区分した。なお、大都市圏中心市とは東京都区部および政令指定都市、都市圏中心市とは人口50万人以上の市、周辺市町村とは中心市への15歳以上の通勤・通学者割合が当該市町村の常住人口の1.5%以上、かつ中心市と接続している市町村である。すなわち、この大都市圏の地域区分（以下、地域区分）は、生産関連事業の事業立地と大都市圏との近接性の指標と見なすことができる。

なお、「6次産業化総合調査」の回収率は農家

等の経営体では54.5%である。同調査は回収率を考慮した補正值が公表されているが（農林水産省大臣官房統計部2013）、本稿では、補正を行わない数値を使用する。その理由は、事業立地の傾向や経営体間の比較が中心であることと、市町村単位での補正が困難なためである。回収率に地域差がある場合は比較が困難となるが、回収率には地域区分間で大きな差はみられなかった（第8表）。ただし、事業や経営体といった単位あたり販売額や比率は、実際の値よりも低いことに留意する必要がある。

ここでは、各経営体別に集計されている販売額や事業件数等を、市町村単位に合算した。それらのデータを市町村単位の「平成22年国勢調査」「平成22年農林業センサス」「平成18年生産農業所得統計」等のデータと接合し、各事業について販売額比率の階級区分図を作成した。なお、生産農業所得統計は平成19年以降は市町村単位で公表されていないため、データが得られる平成18年度を使用していることに留意する必要がある。

（2）生産関連事業の事業別の立地の特徴

ここでは生産関連事業の立地条件について、すなわち事業の立地の空間的差違について分析を行った。はじめに結果を述べると、生産関連事業には大都市圏に集中的に立地する事業と、農村部に集中して立地する事業、および分散的に立地する事業があった（第8図）。

具体的には、大都市圏への集中傾向が強いのは直売と観光であった。直売の販売額比率は、中心市で最も高く、次いで周辺市町村、その他市町村の順で低くなっている（第9図）。また、観光も同様の傾向があり、中心市で販売額比率が高く、なかでも首都圏近郊の果樹産地などで展開してい

ることが分かる（第10図）。特に観光は、顧客との対面での交流が最も重視される事業であり、集客範囲もそれほど広くないため、高付加価値品を販売できる市場からの距離や地域の人口規模が特に重要となる。観光や直売の事業立地は大都市圏からの近接性に強い影響を受けていると考えられる。

一方、加工をみると、販売額比率は中心市で高くなる傾向が確認された（第11図）。しかし、周辺市町村とその他市町村に大きな差が見られない点からすれば比較的分散的な立地といえる。

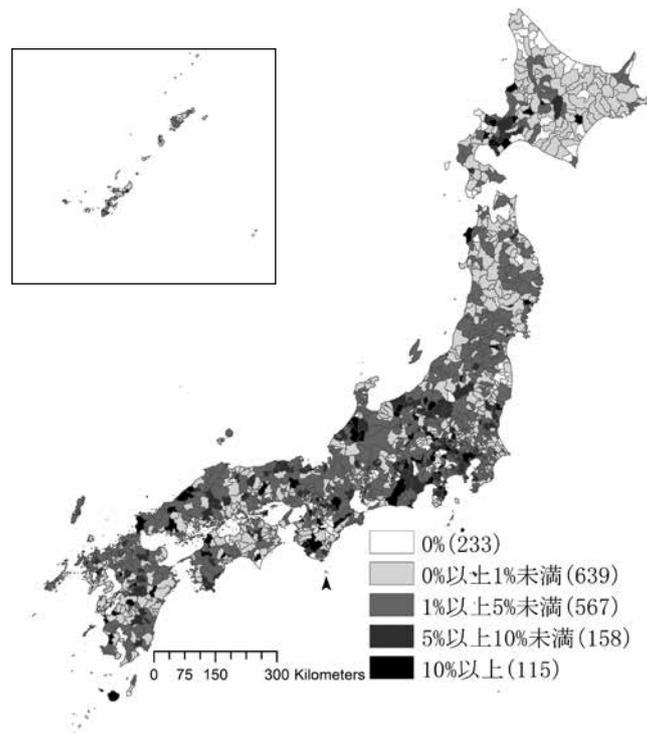
また、民宿については、先行論文で確認したように、中心市よりその他市町村で大きくなる傾向がある。これは、これまでスキー場や温泉地などに立地していた民宿が新たな顧客獲得に地域ぐるみで取り組んできた経緯から、北陸などの特定市町村に集積しているためと考えられる（第12図）。一方、レストランは全国的に分散して立地していることが確認される。当該事業が地域で生産された農産物を利用するとともに景観などの農村資源に依存したものであり、利用者にとってはレジャーでもあることから交通費がコストとして意識されにくいといった要因も考えられる（第13図）。

このように、生産関連事業はその事業内容によって大都市圏への集中度は異なることが確認された。直売や観光は大都市圏に近いほど販売額比率が大きくなる傾向がある一方で、民宿などは農村資源に強く依存するため農村部に立地しやすい。ただし、ここで、販売額比率の絶対値をみると、直売、加工等の事業は販売額比率が1%を超える市町村にも一定の割合で存在し、先に述べたように、生産関連事業の販売額の大部分を占めている。一方、レストランや民宿などは、販売額

第8表 事業別地域区分別の回収率

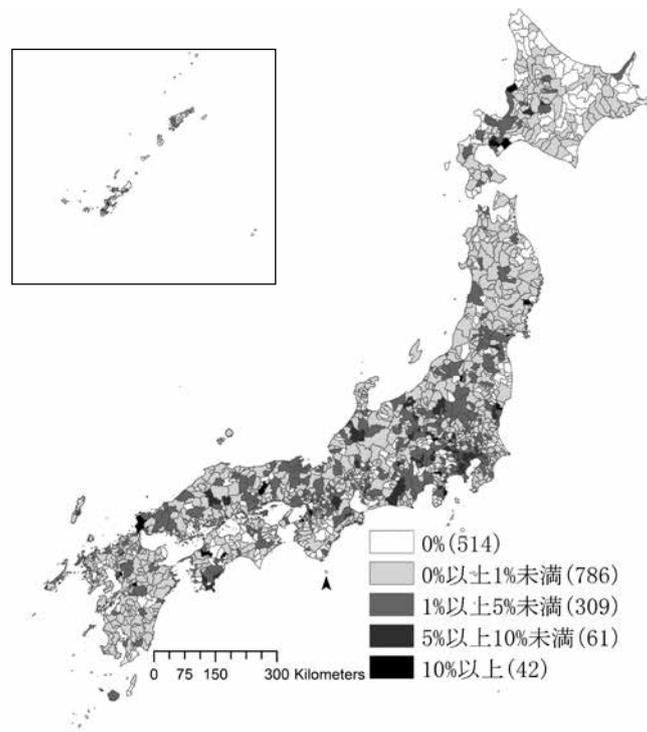
	(単位：%)		
	中心市	周辺市町村	その他
加工	32.9	36.2	38.4
直売	3.3	3.1	3.7
観光	60.9	57.1	50.6
民宿	14.3	40.7	54.5
レストラン	47.7	51.3	55.8

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および2010年農林業センサスより作成。



第8図 販売額比率（生産関連事業合計）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および「平成18年生産農業所得統計」による。



第9図 販売額比率（直売）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および「平成18年生産農業所得統計」による。

比率からみると、0.5%未満の市町村が大半である。そのため、生産関連事業のすべての部門を合算した販売額比率をみると、大都市圏に近いほど販売額比率が大きくなる傾向があった。つまり、中心市など大都市圏の市町村ほど、生産関連事業の総販売額が多くなる傾向があり、生産関連事業の事業展開にとっては優位性があるといえる（第8図）。

これらの結果から、生産関連事業の展開状況には、空間的な差が生じていることが示されたといえる。立地が農村部の生産関連事業の事業展開におよぼす影響について考察すると、その他市町村に立地する傾向がある民宿やレストランといった事業の販売額比率が小さいため、大都市圏から遠隔地にある市町村では事業展開において不利な側面もある。ただし、民宿やレストランといった事業は、現時点での販売額は低いものの、農林業センサスなどからは取り組む経営体数の増加率が高いことが示されており、今後の支援により、大都市圏以外の市町村においてもこれらの事業の拡大が期待される。

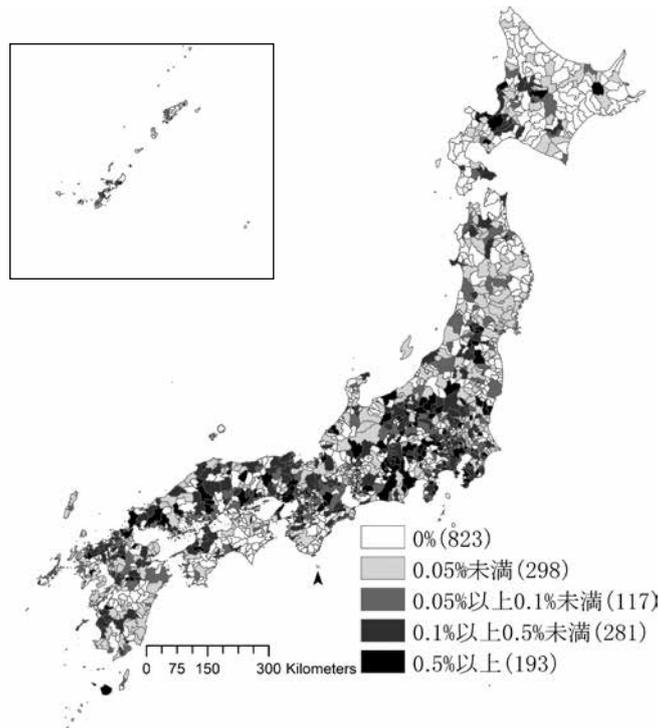
（3）立地と事業規模

前節では、その他市町村の生産関連事業全体の販売額比率は相対的に小さいことが確認された。この場合、その他市町村では、生産関連事業に取り組む経営体数が少ないか、あるいは経営体の事業規模が相対的に小さいかのどちらかが考えられる。これを概念的に示したものが第14図である。(a)と(b)に示したように、経営体の事業規模には大差がないが、その他市町村では、生産関連事業に取り組む経営体数が少ない、つまり立地密度が低いのか、あるいは(c)と(d)のように、取り組む経営体数には地域間で差がないが、大都市圏の経営体の事業規模が大きくなる傾向があるのかのいずれかである。本節では、このような視点から大都市圏の地域区分別にみた経営体の事業規模について分析を行った。

ここでは、経営体の生産関連事業の販売額を経営体の事業規模の指標とし、200万円未満、200万円以上1,000万円未満、1,000万円以上5,000万円未満、5,000万円以上の4つに分類した。地域類型ごとに、生産関連事業の販売額別の経営体

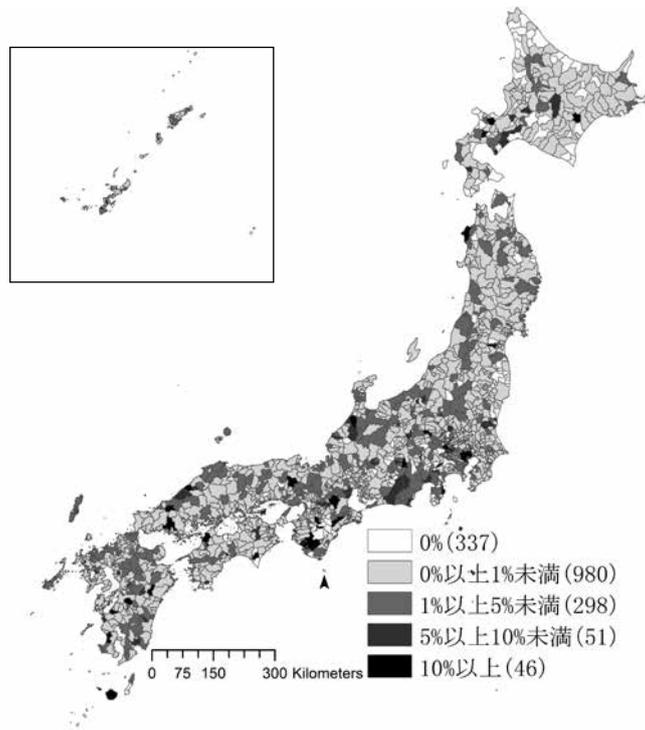
数の構成比を比較したものが第15図である。例えば直売を見ると、中心市では、販売額が200万円未満の事業体が約30~40%割を占め、200万円以上1,000万円未満が40%前後、1,000万円以上5,000万円未満が15%程度、5,000万円以上は10%に満たず3%前後である。この構成比は、周辺市町村やその他市町村など、いずれの地域区分でもほぼ同様の構成比であることが確認された。また、加工など他の事業をみても、販売額別の経営体数の構成比に、大都市圏の地域区分間での大きな違いは見られない。すなわち、先の第14図(a)と(b)のように、その他市町村にも大規模な経営体が立地しているとともに、同時に中心市にも小規模な経営体が立地しており、生産関連事業の事業規模に地域区分間での大きな差はないことを示している。

本稿の問題関心の1つとして、生産関連事業の事業展開に地域間格差が生じているかどうかを検討することがあった。前項における販売額比率の分析の結果、大都市圏から遠隔地にあるその他市町村においては、生産関連事業そのものの市場規模は相対的に小さいことが確認された。これは、その他市町村では農業生産部門の販金売額に対して生産関連事業の販売額が相対的に小さいことを示している。しかし、これはその他市町村の経営体の事業規模が零細で、大規模な経営体が例外的な存在であることを意味するものではない。なぜなら、その他市町村では生産関連事業を行う経営体の立地密度が低いのであって、第15図に示したように、販売額比率では事業規模は中心市や周辺市町村と同水準だからである。大規模な生産関連事業を営む経営体は、その他市町村では立地密度が相対的に低い傾向にあり、絶対数は少ないものの、中心市と同じ比率で立地しているのである。この点から、その他市町村における生産関連事業は、事業規模の点で必ずしも零細で不利な状況にあるとはいえないと解釈できる。さらには、中心市においてもその他市町村と同様に小規模な経営体が立地しているということは、小規模な生産関連事業にも一定の経済合理性があり、例えば農業経営との複合による付加価値化など、必ずしも大規模化を目指さない経営体の存在も想定される⁽⁸⁾。



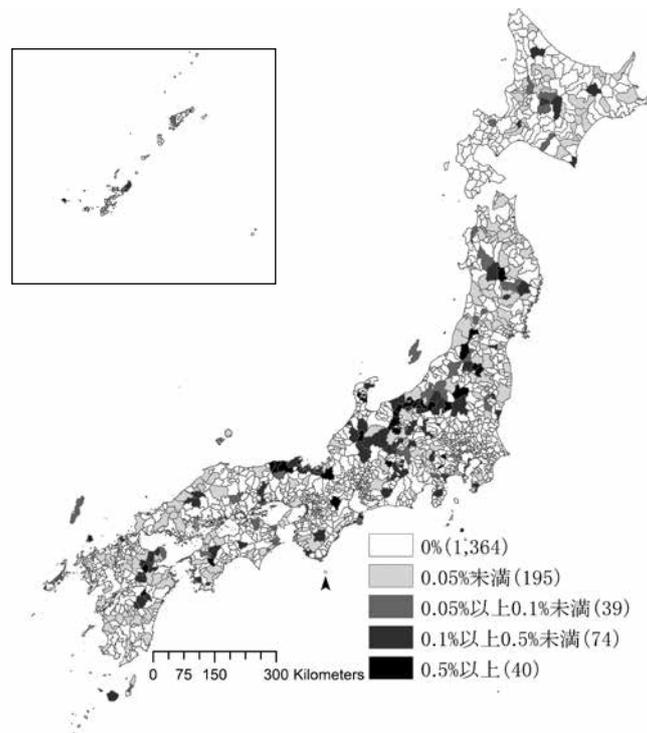
第10図 販売額比率（観光）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および「平成18年生産農業所得統計」による。



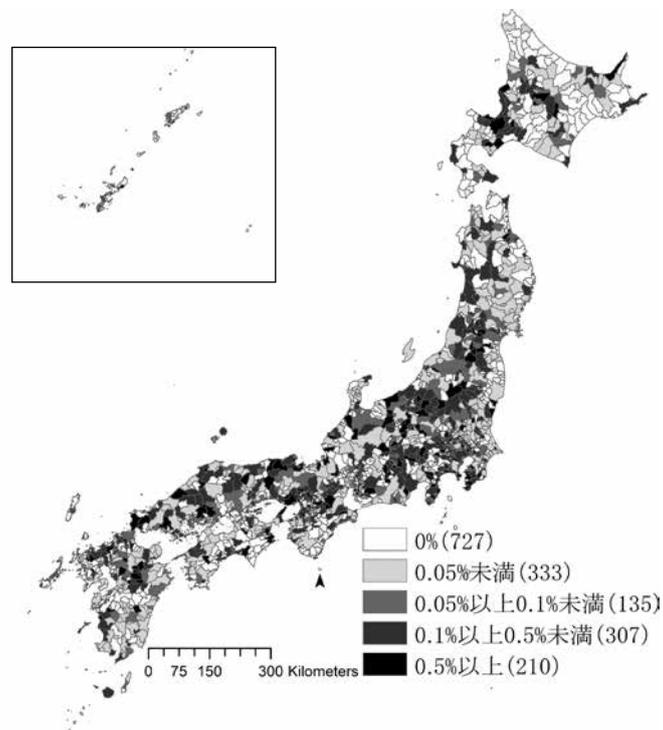
第11図 販売額比率（加工）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および「平成18年生産農業所得統計」による。



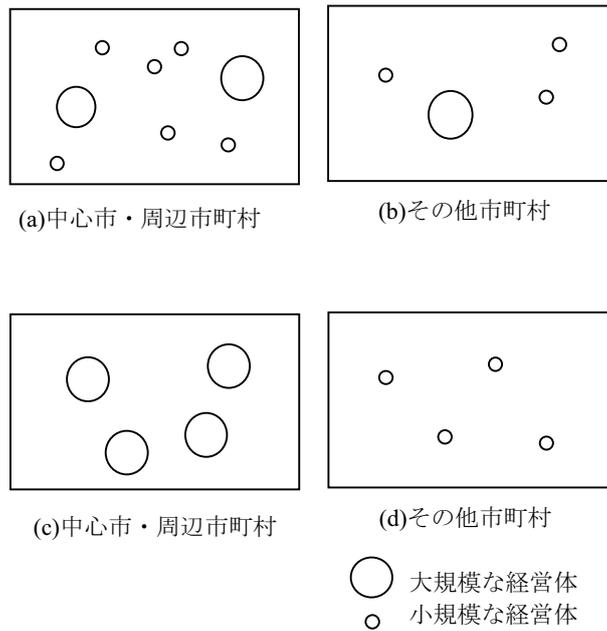
第12図 販売額比率（民宿）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および「平成18年生産農業所得統計」による。

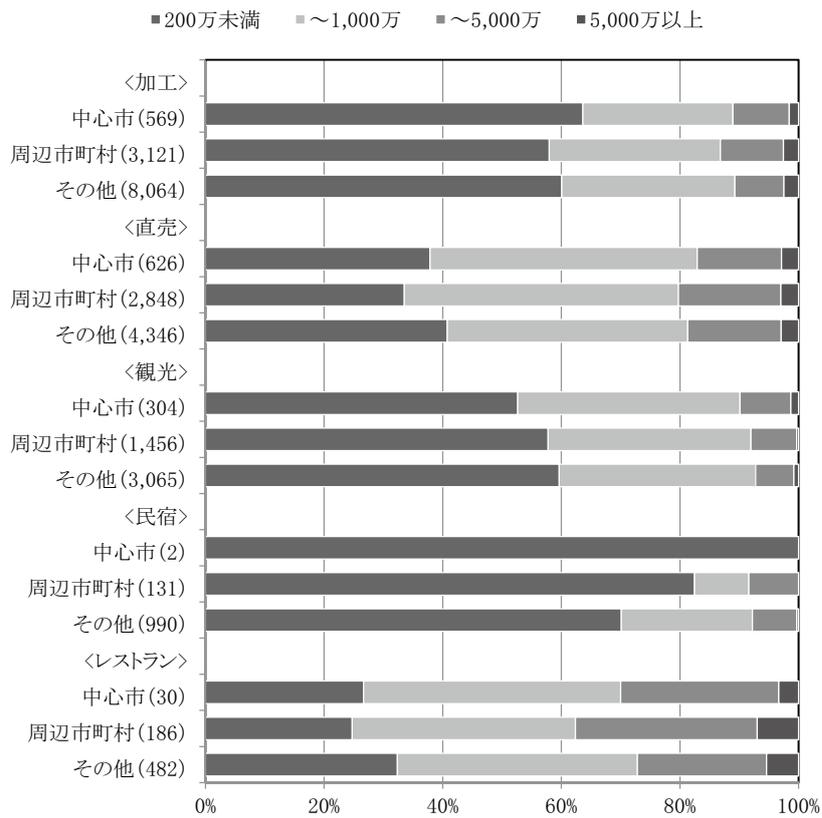


第13図 販売額比率（レストラン）

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計および「平成18年生産農業所得統計」による。



第14図 事業規模と立地密度の概念図



第15図 事業別地域区分別販売額割合

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。
注：地域区分のカッコ内は経営体数である。

4. おわりに

本稿の課題は、農家等の経営体による農業生産関連事業の全国的な展開状況について、事業類型や立地条件の視点から明らかにすることであった。ここで、得られた主な結果について概説しながら本稿のまとめとする。

第一点目として、経営体による生産関連事業は販売額 200 万円以下が半数を占めており、あらためて生産関連事業の零細性が確認された点である。同時に、これらは同じ事業内でも事業規模に大きな格差があり、大多数の小規模と少数の大規模経営が併存していた。さらに、事業規模の大きな経営体では、農業生産部門の販売がなく生産関連事業へ特化する経営体が見られるとともに、逆に大規模な農業生産部門を持つ経営体の二極化が確認された。

さらに、生産関連事業は加工のみや直売のみといった単独の事業とともに、加工・直売、あるいは直売・観光などの多様な事業類型が存在し、事業の多角化および農業・農村資源の利活用の実態があきらかになった。さらに、事業規模としての経営体当たりの平均販売額も複合型が単独の事業を大きく上回ることが確認された。

第二点目として、大都市圏からの距離により、生産関連事業の展開状況に差が生じているかについて、全国の市町村を 3 分類し、農業産出額当たり生産関連事業の総販売額という指標により確認した。その結果、直売では中心市、周辺市町村、その他市町村の順に指標値は低下する傾向がみられ、直売は相対的に都市部に集中して立地していることが示された。一方で、民宿やレストランは、都市部への集中傾向はなく、その他の市町村において事業展開がされていることが確認された。生産関連事業の販売額合計の大部分を占めるのは直売と加工事業であるため、生産関連事業合計の販売額は中心市、周辺市町村で、相対的に大きくなる傾向があった。一方で、経営体の事業規模という視点からは、その他地域の経営体で生産関連事業の事業規模が同程度であり、いずれの地域にも小規模から大規模な経営体がほぼ同程度の比率で立地していることが確認された。つまり、

経営体の事業の大規模化という視点からみると、生産関連事業の立地に地域間格差があるとはいえないだろう。

統計データを全国規模で分析することで、生産関連事業の展開に、立地や事業類型などが、一定の影響をもたらしていること、さらに、それらの影響は、事業種類によって、大きく異なっていることが示された。こうした結果からは、例えば、その他地域での生産関連事業の推進にあたっては、民宿やレストランといった農村部への立地が優位性を持つ事業の支援が特に重要となるといった点が示唆される。生産関連事業の推進において、地域類型や事業部門といった特徴に応じた支援が重要であることが、改めて指摘できるだろう。

注(1) 6次産業化、生産関連事業に類似する概念として「農商工連携」がとりあげられる。門間(2011)によれば、農商工連携とは異なる産業の連携による地域再生を目的にするのに対し、6次産業化は農林水産業の事業の多角化を目指す概念であるとしている。また、櫻井(2015)は、地域レベルでの農業と他産業の連携を「広義の6次産業化」とし、経営体レベルでの事業の多角化を「狭義の6次産業化」としている。

- (2) 「6次産業化総合調査」によると、生産関連事業を行う経営体の原料調達先の地場産は加工では85.0%、直売94.8%、民宿66.8%、レストランで52.2%となっており、地場産の大部分を自家生産物が占めている。
- (3) 「6次産業化総合調査」によると、経営体による加工の総販売額2,692億円のうち、都道府県外への販売額は1,201億円(44.6%)を占める。また、直売では、同一地域内の居住者の購入割合が40%未満の農業経営体全体の33.8%を占めている。
- (4) 農林業センサスでは、農産物の加工、農産物直売所、観光農園、農家民宿、農家レストラン等の農業生産関連事業に取り組む経営体数が調査されており、2015年センサスより販売額が調査されている。また、より詳細な項目が「6次産業化総合調査」、「農産物地産地消等実態調査」で調査されている。
- (5) 「6次産業化総合調査」のうち、6次産業化業態別調査は、2010年世界農林業センサス(農林業経営体調査)において把握した農業経営体のうち、「農産物の加工」「観光農園」「農家民宿」「農家レストラン」「海外への輸出」を営む農業経営体及び、2010年世界農林業センサス(農山村地域調査)において把握した農産物直売所並びに農業協同組合等からの情報収集により把握した農業協同組合等が運

営する農産加工場を対象に、標本調査として実施され、都道府県、経営区分、販売額規模階層ごとに推定値が算出されている。なお、2010年度は全数調査として実施されている。

- (6) ただし、同じコード番号であっても事業や金額等の不整合が確認されたため、本稿では生産関連事業の販売額が記載されていない場合はデータを無効とした。また、農業生産部門の販売額がゼロ（販売なし）であっても、生産関連事業の販売額が記載されている場合にはデータとしている。
- (7) 後述するように、これらは集計値であることに留意する必要がある。なお、公表されている生産関連事業の年間総販売額は16,552億円であり、このうち経営体によるものが4,350億円（26.3%）を占めている。
- (8) いわゆる「平成の大合併」により、市町村が広域化したため、山間地域を含む大都市圏中心市もあるなど、市町村単位の大都市圏の地域区分での分析には限界もある。より詳細に旧市町村を単位とした農業地域類型等に基づく分析を行った場合、山間地域などでは地域間格差が生じる可能性は否定できない。分析からは、地域間格差が全く生じていないとは結論づけることはできないものの、少なくとも大都市圏からの距離という視点からみると、大都市圏以外のその他の市町村が、必ずしも生産関連事業の展開において不利ではないと言えるだろう。

〔引用文献〕

- Cleveland D. A., Muller N. M., Tranovich A. C., Mazaroli D. N. and Hinson K. (2014) "Local food hubs for alternative food system -A case study from Santa Barbara County, California", *Journal of Rural Studies* 35, pp. 26-36.
- 香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ (2009) 「農産物直売所の経済分析」『農林水産政策研究』第16号, 21-63頁。
- Martinez S, Hand M., Da Pra M., Pollack S., Ralston K., Smith T., Vogel S., Clarke S., Lohr L., Low S. and Newman C. (2010) "Local Food Systems: Concepts, Impacts, and Issues", *Economic Research Report* No.97, USDA.
- 榊渥俊子・谷口吉光・立川雅司編著 (2014) 『食料と農の社会学』, ミネルヴァ書房。
- 松原宏 (2013) 『現代の立地論』, 古今書院。
- Murdock, J (2000) "Networks: a new paradigm of rural development?", *Journal of Rural Studies* 16 (4), pp.407-419.
- 門間敏幸 (2011) 「農商工連携促進法」制定の背景と意義」『自治体法務研究』No26, 6-12頁。
- 農林水産省 (online) <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/pdf/2-1.pdf> (2016年5月10日アクセス)。
- 農林水産省大臣官房統計部 (2013) 『平成22年度農業・農村の6次産業化総合調査報告』, 農林水産省。
- Renting H. H, Marsden T. K. and Banks J. (2003) "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development" *Environment and Planning A* 35(3), pp.393-411.
- Sarah A. L. and Stephen V. (2011) "Direct and Intermediated Marketing of Local Foods in the United States", *Economic Research Report* No.128, USDA.
- 大橋めぐみ (2015) 「6次産業化の展開の地域性—6次産業化総合調査の組替集計による分析—」『農業経済研究』第87巻第2号, 168-173頁。
- 大橋めぐみ・高橋克也・佐藤孝一 (2015) 「全国規模の統計等による6次産業化」『6次産業化の論理と展開方向』農林水産政策研究所プロジェクト研究資料, 51-58頁。
- 大江靖雄 (2013) 『グリーン・ツーリズム—都市と農村の新たな関係に向けて』, 千葉日報社。
- 斎藤修・佐藤和憲編 (2014) 『フードチェーンと地域再生』, 農林統計出版。
- 櫻井清一 (2011a) 「農商工等連携事業の展開にえられる諸問題」『農業市場研究』第19巻第4号, 62-67頁。
- 櫻井清一編著 (2011b) 『農業・農産物流通の国際比較』, 農林統計出版
- 櫻井清一 (2015) 「6次産業化政策の課題」『フードシステム研究』第22巻1号, 25-31頁。
- 杉田直樹・中嶋晋作・河野恵伸 (2012) 「農商工連携・6次産業化の類型的特性把握」『2012年度日本農業経済学会論文集』, 122-129頁。
- 立川雅司 (2003) 『遺伝子組換え作物と穀物フードシステムの新展開: 農業・食料社会学的アプローチ』, 農山漁村文化協会。

高柳長直（2006）『フードシステムの空間構造論』，
筑波書房。

付表1 事業類型別生産関連事業の概況 (農業地域別)

	合計	農業生産部門	生産関連事業計						
			加工のみ	直売のみ	加工・直売	直売・観光	観光のみ	他組合せ	
年間販売金額 (100 万円)									
(全国)	337,657	216,863	250,785	71,737	29,278	44,132	15,662	6,252	83,723
北海道	40,458	28,839	15,966	4,507	1,365	3,151	812	178	5,954
東北	65,371	52,747	20,276	6,211	3,162	3,074	1,914	435	5,480
北陸	24,401	15,589	11,641	4,623	1,178	2,640	197	151	2,853
関東・東山	67,839	40,651	87,281	12,141	11,748	9,476	6,720	2,667	44,530
東海	29,718	13,541	34,404	6,338	3,147	13,026	1,578	768	9,547
近畿	21,739	10,003	20,223	8,474	2,296	1,473	1,331	385	6,263
中国	20,214	11,116	13,393	3,282	1,997	3,965	1,711	543	1,895
四国	13,078	9,307	11,629	7,760	1,667	1,048	167	148	838
九州・沖縄	54,840	35,070	35,971	18,402	2,717	6,280	1,233	977	6,362
経営体数									
(全国)	14,603	14,603	20,206	8,684	3,494	1,664	1,815	1,923	2,626
北海道	830	830	1,005	211	228	105	110	69	282
東北	2,441	2,441	2,947	1,444	424	263	211	175	430
北陸	1,056	1,056	1,293	715	158	134	35	55	196
関東・東山	3,927	3,927	6,331	1,728	1,635	450	932	865	721
東海	1,097	1,097	1,718	825	327	197	109	125	135
近畿	1,402	1,402	1,994	1,070	242	150	131	205	196
中国	1,060	1,060	1,375	761	138	121	92	124	139
四国	541	541	682	411	67	44	25	47	88
九州・沖縄	2,249	2,249	2,861	1,519	275	200	170	258	439
平均販売額 (万円)									
(全国)	2,312	1,485	1,241	826	838	2,652	863	325	3,188
北海道	4,874	3,475	1,589	2,136	599	3,001	738	258	2,111
東北	2,678	2,161	688	430	746	1,169	907	249	1,274
北陸	2,311	1,476	900	647	746	1,970	562	274	1,455
関東・東山	1,727	1,035	1,379	703	719	2,106	721	308	6,176
東海	2,709	1,234	2,003	768	962	6,612	1,448	615	7,072
近畿	1,551	714	1,014	792	949	982	1,016	188	3,196
中国	1,907	1,049	974	431	1,447	3,277	1,859	438	1,363
四国	2,417	1,720	1,705	1,888	2,488	2,383	669	316	952
九州・沖縄	2,438	1,559	1,257	1,211	988	3,140	725	379	1,449

資料：「平成 22 年度 6 次産業化総合調査」組替集計による。

付表2 事業類型別生産関連事業の概況（都道府県別）

（単位：100万円）

		生産関連事業計					
		加工のみ	直売のみ	加工・直売	直売・観光	観光のみ	他組合せ
全体	250,785	71,737	29,278	44,132	15,662	6,252	83,723
北海道	15,966	4,507	1,365	3,151	812	178	5,954
青森	3,917	1,452	349	1,069	83	66	898
岩手	2,898	1,133	642	670	11	11	431
宮城	3,767	759	478	411	42	6	2,070
秋田	2,116	701	252	376	81	42	664
山形	3,931	1,017	565	247	1,218	238	647
福島	3,647	1,147	876	301	479	74	769
茨城	7,397	2,524	1,110	2,413	557	153	640
栃木	4,619	2,007	378	512	498	129	1,095
群馬	5,915	2,449	985	402	821	317	941
埼玉	7,123	1,428	1,617	2,642	497	258	680
千葉	7,171	653	3,375	1,100	1,175	331	536
東京	36,837	437	1,001	149	145	131	34,975
神奈川	2,797	330	1,130	559	439	95	242
新潟	5,421	1,608	820	1,237	67	96	1,594
富山	1,347	590	149	305	14	33	257
石川	3,261	1,377	84	938	100	6	757
福井	1,611	1,048	126	161	16	16	245
山梨	5,814	706	905	642	1,894	748	919
長野	9,608	1,605	1,247	1,057	693	503	4,502
岐阜	1,897	448	610	282	145	16	395
静岡	18,667	3,579	969	11,436	1,078	350	1,254
愛知	4,264	685	1,059	1,012	203	349	956
三重	9,577	1,625	509	296	152	53	6,942
滋賀	1,463	446	54	333	151	26	453
京都	2,115	666	545	215	171	25	493
大阪	1,977	54	773	363	304	81	402
兵庫	4,815	2,567	378	275	319	123	1,154
奈良	3,931	577	355	143	317	33	2,505
和歌山	5,923	4,164	191	144	69	98	1,256
鳥取	849	258	154	216	90	47	83
島根	1,889	989	190	95	25	25	565
岡山	3,612	381	824	1,114	753	55	484
広島	3,176	576	598	734	503	214	551
山口	3,866	1,077	231	1,806	340	201	211
徳島	1,564	519	61	663	15	4	302
香川	4,081	3,755	87	105	21	19	94
愛媛	4,091	3,056	570	120	119	87	139
高知	1,894	430	948	160	13	39	303
福岡	4,559	1,215	475	822	327	218	1,502
佐賀	1,688	1,075	24	275	122	87	105
長崎	1,442	754	49	438	50	15	136
熊本	6,891	2,183	370	2,144	81	111	2,002
大分	2,099	1,097	172	193	69	32	536
宮崎	7,511	5,401	681	986	184	42	217
鹿児島	9,630	6,229	850	1,339	365	164	683
沖縄	2,151	449	96	83	35	307	1,181

資料：「平成22年度6次産業化総合調査」組替集計による。

Analysis of Agricultural Production-related Businesses in Japan, Focusing on Location and Diversification

Megumi OHASHI and Katsuya TAKAHASHI

Summary

This study analyzes the development of agricultural production-related businesses in Japan--farmers' markets, agricultural product-processing entities, pick-your-own farms, farm restaurants, and farm guesthouses--by recalculating data from the 2010 Survey on Collaboration of Primary, Secondary, and Tertiary Industries. The study revealed that:

First, the farms can be differentiated into the specialized type having only one business activity, such as a farmers' market, and the diversification type operating more than two businesses at once, such as a farmers' market and farm guesthouse. The diversification-type farms generated much higher average sales than the specialized farms. Among farms generating high sales in the agricultural production-related sector, polarization of the sales of agricultural production was observed.

Second, we analyze regional differences by creating choropleth maps. The analytic results indicate that the rates of total sales of the five types of agricultural businesses per agricultural output tended to increase in municipalities in metropolitan areas. Although there were differences in the tendencies between these types, as farm guesthouses tended to be located in other cities, farmers' markets and pick-your-own farms had a strong tendency to be concentrated in metropolitan areas. On the other hand, using cross-tabulation tables, we find that the rates of annual sales of agricultural production-related businesses per farm in the metropolitan areas and other cities were almost identical.

In conclusion, the location diversification had some effects on the development of agricultural production-related businesses, and there were differences in the effects among the different types of businesses, such as farmers' markets and farm guesthouses.

Key words: farmers' market, agricultural product processing, location, diversification, agricultural production-related business