

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

- | | | |
|---|---|---|
| { | 6次産業化総合調査
農業・農村の6次産業化総合調査
(農業経営体等における6次産業化業態別調査票) | } |
|---|---|---|

2 調査の目的

農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の6次産業化）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進（地産地消等）に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指し、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（六次産業化・地産地消法）が平成22年12月3日に公布されたところである。

また、食料・農業・農村基本法（平成11年法律第106号）に基づく食料・農業・農村基本計画（令和2年3月31日閣議決定）では、「農林水産業・地域の活力創造プラン」における「今後10年間で、農業・農村の所得倍増を目指す」という目標の達成に向けて、6次産業化など農業と食品産業等の連携や農村発イノベーションの推進等を通じた農村地域の関連所得を増大するという具体的な施策の展開方向が示されている。

このため、農業者等による農業生産関連事業による所得の増大をもたらす取組を総合的に調査し、取組に伴う所得向上、雇用確保等の状況を明らかにし、6次産業化の施策推進に必要な資料を整備するために実施する。

3 調査対象の範囲

(1) 地域的範囲（☒全国 ☐その他）

(2) 属性的範囲（☐個人 ☒世帯 ☒事業所 ☒企業・法人・団体 ☒地方公共団体 ☒その他）

ア 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農産加工用）

農業経営体及び農業協同組合等（注1）が運営する農産加工場（注2）を対象とする。

イ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農産物直売所用）

農業経営体及び農業協同組合等が運営する農産物直売所（注3）を対象とする。

ウ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（観光農園用）

農業経営体が運営する観光農園を対象とする。

エ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農家民宿用）

農業経営体が運営する農家民宿を対象とする。

オ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農家レストラン用）

農業経営体及び農業協同組合等が運営する農家レストランを対象とする。

- (注1) 農業協同組合等とは、農業協同組合のほか、農業協同組合連合会をいい、これらが50%以上出資している子会社を含める。
- (注2) 本調査における農産加工とは、農畜産物を原料として加工品の製造・販売等（卸を含む。）の事業を営むものであって、次に該当するものをいう。
- ・ 農業協同組合又は農業協同組合連合会（以下注1において「組合等」という。）が営むもの（農家等から委託を受け、農産物の加工を行い加工賃（委託料）のみを徴収している場合は除く。）
ただし、組合等の女性部、部会、生産者グループなどが組合等の加工施設を使用し、加工品の製造・販売等の事業を運営している場合は、各運営主体ごとにそれぞれを農産加工場とする。
 - ・ 組合等が50%以上出資している子会社が営むもの
 - ・ 農業経営体が販売を目的として自ら生産した農産物を加工しているもの
- (注3) 本調査における農産物直売所とは、生産者が自ら生産した農産物（農産加工品を含む。）を定期的に地域内外の消費者と直接対面で販売するために開設した場所又は施設をいう。
- なお、市区町村、農業協同組合等（構成員（組合員））の農業生産によって得られた生産物又はその農産加工品を販売するものを含む。）が開設した施設や道の駅に併設された施設を利用するもの、並びに果実等の季節性が高い農産物を販売するためにその時期に限って開設されるものは含むが、無人施設、自動車等による移動販売は除く。

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

(1) 報告者数

- ア 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農産加工用）
約3,600経営体等（母集団の大きさ 約32,400経営体等）
- イ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農産物直売所用）
約4,000経営体等（母集団の大きさ 約23,700経営体等）
- ウ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（観光農園用）
約1,600経営体（母集団の大きさ 約5,300経営体）
- エ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農家民宿用）
約680経営体（母集団の大きさ 約1,400経営体）
- オ 農業経営体等における6次産業化業態別調査票（農家レストラン用）
約1,200経営体等（母集団の大きさ 約1,400経営体等）
- （※ 母集団整備後、報告を求める経営体等の数が確定する。）

(2) 報告者の選定方法（☐全数 ☒無作為抽出（☒全数階層あり） ☐有意抽出）

直近の農業・農村の6次産業化総合調査（農業経営体等における6次産業化業態別調査）結果及び市区町村、農業協同組合等からの情報収集により作成した母集団名簿を使用する。

なお、調査実施年の前年4月1日から3月31日までの1年間に新規開設した報告者及び年間販売金額が一定規模以上の報告者については、全国の販売金額の把握に大きな影響を与えるため、全数調査とする。

※ 詳細は、別添1「農業・農村の6次産業化総合調査 農業経営体等における6次産業化業態別調査の調査設計について」を参照。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

(1) 報告を求める事項

ア 農産加工

- (ア) 農産加工の運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 年間稼働日数
期間内の休業・廃業の発生時期
- (エ) 農産加工品の販売金額
- (オ) 生産した加工品名、販売金額割合
- (カ) 農産物加工品の販売状況
販売先別販売金額割合
- (キ) 加工原料の仕入状況
品目別仕入金額及び品目別産地別仕入金額割合
- (ク) 他産業との連携の有無
- (ケ) 農産加工における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃
- (コ) 経営方針の決定に参画している男女別従事者数

イ 農産物直売所

- (ア) 農産物直売所の運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 営業期間及び年間営業日数
期間内の休業・廃業の発生時期
- (エ) 農産物直売所の販売金額
- (オ) 農産物の販売状況
品目別販売金額割合及び品目別産地別販売金額割合
- (カ) 農産物直売所における農産物、農産加工品等の販売先別販売金額割合
- (キ) 農産物直売所の施設形態及び売場面積
- (ク) 農産物直売所における購入者数
- (ケ) 農産物直売所の出荷者の範囲、出荷者数
- (コ) 農産物直売所における販売手数料の有無及び手数料率
- (サ) 農産物直売所における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃

ウ 観光農園

- (ア) 観光農園の運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 営業日数及び利用者数
期間内の休業・廃業の発生時期
- (エ) 観光農園の売上金額
- (オ) 取扱品目
- (カ) 観光農園における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃

エ 農家民宿

- (ア) 農家民宿の運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 農林漁業等体験活動の有無

- (エ) 農家民宿の売上金額及び農林漁業等体験参加料
- (オ) 営業日数及び宿泊者数
期間内の休業・廃業の発生時期
- (カ) 訪日外国人宿泊者数及び国（地域）別の外国人宿泊者数割合
- (キ) 農林漁業等体験の参加者数及び参加者の居住地域割合等
- (ク) 農家民宿における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃

オ 農家レストラン

- (ア) 農家レストランの運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 農家レストランの売上金額
- (エ) 営業日数及び利用者数
期間内の休業・廃業の発生時期
- (オ) 農家レストランにおける男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃
〔集計しない事項の有無〕 無 ☐ 有 ☒

「法人番号」は事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

また、「期間内の休業・廃業の発生時期」は、疑義照会の軽減、母集団情報の管理に用いるものであり、集計は行わない。

(2) 基準となる期日又は期間

調査実施年の前年4月1日から3月31日までの1年間

ただし、上記期間で記入が困難な場合は、記入可能な直近1年間

6 報告を求めるために用いる方法

(1) 調査系統

農林水産省 — 民間事業者 — 報告者

(2) 調査方法

☒ 郵送調査 ☒ オンライン調査 (☒ 政府統計共同利用システム ☐ 独自のシステム ☐ 電子メール) ☒ 調査員調査 ☐ その他()

〔調査方法の概要〕

農林水産省(本省)が契約した民間事業者（以下「民間事業者」という。）から報告者に対して、郵送により配布した調査票に報告者が自ら記入し、民間事業者への郵送により調査票を回収する自計調査の方法とする。

また、報告者の協力が得られる場合は、前記の回収方法のほか、オンラインにより回収する自計調査の方法も可能とする。

なお、オンラインによる回収は、政府統計共同利用システム（オンライン調査システム）を使うこととし、回答に必要なオンライン調査システムのアドレス、政府統計コード、調査対象者ID及び確認コードについては、あらかじめ調査票とともに配布する（令和3年度に行う調査の実施までに、農林水産省において政府統計共同利用システムで使用する電子調査票の改修等を行うことができなかった場合、同年度に限っては同システムの使用を休止し、専用ホームページアドレス、専用メー

メールアドレス及びパスワードをあらかじめ調査票とともに配布して、専用ホームページからパスワードを設定した入力フォーマットを提供し、当該フォーマットで専用メールアドレス宛に提出する自計申告の方法とする。）。

ただし、民間事業者の創意工夫において、必要に応じて調査員調査を可能とする。

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

☐ 1 回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☒ 1 年 ☐ 2 年 ☐ 3 年 ☐ 5 年 ☐ 不定期
☐ その他() (1 年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年： 年)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

毎年 9 月上旬～10 月上旬

8 集計事項（詳細は別添 5 を参照）

集計事項は、農産加工、農産物直売所、観光農園、農家民宿又は農家レストラン別に年間販売（売上）金額、事業体数、従事者数等とする。

※ 集計手法、欠測値が生じた場合の対応等に関する詳細は、別添 1 「農業・農村の 6 次産業化総合調査 農業経営体等における 6 次産業化業態別調査の調査設計について」を参照。

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別（☒ 全部公表 ☐ 一部非公表 ☐ 全部非公表）

(2) 公表の方法（☒ e-Stat ☐ インターネット（e-Stat 以外） ☒ 印刷物 ☐ 閲覧） 概要及び詳細とも、インターネット（農林水産省ホームページ）及び印刷物により公表する。（詳細については、e-Stat に掲載）

(3) 公表の期日

ア 概要は、調査実施年の翌年 4 月下旬までに公表を行う。

イ 詳細は、調査実施年の翌年 7 月下旬までに公表を行う。

10 使用する統計基準等

☐ 使用する→☐ 日本標準産業分類 ☐ 日本標準職業分類 ☐ その他()
☒ 使用しない

本調査は、農業経営体が運営する農産加工場、農産物直売所、観光農園、農家民宿及び農家レストラン、農業協同組合等が運営する農産加工場、農産物直売所及び農家レストランを調査対象としており、産業別の調査及び調査結果の表章を行うことを目的とするものではないことから、統計基準は使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

(1) 調査票情報の保存期間

記入済み調査票：3 年（調査実施年の翌年 4 月 1 日から起算）

調査票の内容を収録した電磁的記録媒体：永年

- (2) 保存責任者
農林水産省大臣官房統計部長

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

6 次産業化総合調査

漁業・漁村の 6 次産業化総合調査

（漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査票）

2 調査の目的

農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の 6 次産業化）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進（地産地消等）に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指し、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（六次産業化・地産地消法）が平成 22 年 12 月 3 日に公布されたところである。

また、水産基本法（平成 13 年法律第 89 号）に基づく水産基本計画（平成 29 年 4 月 28 日閣議決定）では、「漁港ストックを活用した水産業の 6 次産業化の振興や、漁業・漁村の活性化を支える取組として、6 次産業化を推進する」こととされている。

このため、漁業者等による水産物加工や水産物直売所の取組、漁家民宿等の観光業と融合する取組を調査し、取組に伴う所得向上、雇用確保等の状況を明らかにし、6 次産業化の施策推進に必要な資料を整備するために実施する。

3 調査対象の範囲

(1) 地域的範囲（☒全国 ☐その他）

(2) 属性的範囲（☐個人 ☒世帯 ☒事業所 ☒企業・法人・団体 ☒地方公共団体 ☒その他）

ア 漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査票（水産加工用）

海面漁業経営体（注 1）及び漁業協同組合等（注 2）が運営する水産加工場（注 3）

イ 漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査票（水産物直売所用）

海面漁業経営体、漁業協同組合等が運営する水産物直売所（注 4）

ウ 漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査票（漁家民宿用）

海面漁業経営体が運営する漁家民宿

エ 漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査票（漁家レストラン用）

海面漁業経営体、漁業協同組合等が運営する漁家レストラン

（注 1）「海面漁業経営体」とは、海面（サロマ湖、能取湖、風蓮湖、温根沼、厚岸湖、加茂湖、浜名湖及び中海を含む。）において、利潤又は生活の資を得るために、生産物を販売することを目的として自営漁業を営んだ世帯又は事業所をいう。

（注 2）漁業協同組合等とは、沿海地区の漁業協同組合のほか、漁業協同組合連合会をいい、これらが 50 パーセント以上出資する子会社、沿海漁協の下部組織及び沿海地区に所在する漁業者が組織する団体を含める。

（注 3）「水産加工場」とは、販売を目的として水産動植物を主たる原料として加工製造するための作業場又は工場と認められるものを有し、その製造活動に専従の常時従業者を使用し加工製造を営むものであって、次に該当するものをいう。

- ・ 漁業経営体が自らの漁業生産によって得られた生産物を使用し水産加工品の製造を行うもの
 - ・ 漁業協同組合等が、その構成員(組合員)の漁業生産によって得られた生産物を使用し水産加工品の製造を行うもの
同一の水産加工場において複数の運営主体が水産加工品の製造を行っている場合には、運営主体ごとにそれぞれを水産加工場とする。
- (注4) 「水産物直売所」とは、「食品衛生法」(昭和22年法律第233号)に基づき「魚介類販売業」の許可を得て、生鮮魚介類や水産加工品等を定期的に消費者と直接対面で販売するための施設を有し、その販売活動に専従の常時従業者を使用している事業所であって、次に該当するものをいう。
- ・ 漁業経営体が自らの漁業生産によって得られた生産物又はその水産加工品を販売するもの
 - ・ 漁業協同組合等が、その構成員(組合員)の漁業生産によって得られた生産物又はその水産加工品を販売するもの
同一の水産物直売所において複数の運営主体が水産物を販売している場合は、運営主体ごとにそれぞれを水産物直売所とする。

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

(1) 報告者数

- ア 漁業経営体等における6次産業化業態別調査票(水産加工用)
約940経営体等(母集団の大きさ 約1,500経営体等)
- イ 漁業経営体等における6次産業化業態別調査票(水産物直売所用)
約890経営体等(母集団の大きさ 約1,400経営体等)
- ウ 漁業経営体等における6次産業化業態別調査票(漁家民宿用)
約490経営体(母集団の大きさ 約900経営体)
- エ 漁業経営体等における6次産業化業態別調査票(漁家レストラン用)
約510経営体等(母集団の大きさ 約530経営体等)

(※ 母集団整備後、報告を求める者の数が確定する。)

(2) 報告者の選定方法(□全数 ■無作為抽出(■全数階層あり) □有意抽出)

直近の漁業・漁村の6次産業化調査(6次産業化業態別調査)結果及び漁業協同組合等からの情報収集により作成した母集団名簿を使用する。

なお、調査実施年の前年4月1日から3月31日までの1年間に新規開設した報告者及び年間販売金額が一定規模以上の報告者については、全国の販売金額の把握に大きな影響を与えるため、全数調査とする。

※ 詳細は、別添2「漁業・漁村の6次産業化総合調査 漁業経営体等における6次産業化業態別調査の調査設計について」を参照。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

(1) 報告を求める事項

- ア 水産加工
 - (ア) 水産加工の運営形態
 - (イ) 法人番号
 - (ウ) 年間稼働日数
期間内の休業・廃業の発生時期
 - (エ) 水産加工品の販売金額

- (オ) 生産した加工品名及び販売金額割合、販売先別販売金額割合
- (カ) 加工原料の仕入状況
品目別仕入金額及び品目別産地別仕入金額割合
- (キ) 他産業との連携状況
- (ク) 水産加工における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃

イ 水産物直売所

- (ア) 水産物直売所の運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 年間営業日数及び営業期間
期間内の休業・廃業の発生時期
- (エ) 水産物直売所の販売金額、販売先別販売金額割合
- (オ) 品目別販売金額割合、品目別産地別販売金額割合
- (カ) 施設形態、売場面積及び年間購入者数
- (キ) 水産物直売所における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃

ウ 漁家民宿

- (ア) 漁家民宿の運営形態
- (イ) 法人番号
- (ウ) 農林漁業等体験活動の有無
- (エ) 漁家民宿の売上金額及び農林漁業等体験参加料
- (オ) 営業日数及び宿泊者数
期間内の休業・廃業の発生時期
- (カ) 訪日外国人宿泊者数及び国（地域）別の外国人宿泊者数割合
- (キ) 農林漁業等体験の参加者数及び参加者の居住地域割合等
- (ク) 漁家民宿における男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃

エ 漁家レストラン

- (ア) 漁家レストランの運営形態
 - (イ) 法人番号
 - (ウ) 漁家レストランの売上金額
 - (エ) 営業日数及び利用者数
期間内の休業・廃業の発生時期
 - (オ) 漁家レストランにおける男女別・年齢別の従事者の状況及び雇用者の労賃
- 〔集計しない事項の有無〕 無 ☐ 有 ☒

「法人番号」は事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

また、「期間内の休業・廃業の発生時期」は、疑義照会の軽減、母集団情報の管理に用いるものであり、集計は行わない。

(2) 基準となる期日又は期間

調査実施年の前年4月1日から3月31日までの1年間

ただし、上記期間で記入が困難な場合は、記入可能な直近1年間

6 報告を求めるために用いる方法

(1) 調査系統

農林水産省 — 民間事業者 — 報告者

(2) 調査方法

■郵送調査 ■オンライン調査(■政府統計共同利用システム □独自のシステム □電子メール) ■調査員調査 □その他()

〔調査方法の概要〕

農林水産省(本省)が契約した民間事業者(以下「民間事業者」という。)から報告者に対して、郵送により配布した調査票に報告者が自ら記入し、民間事業者への郵送により調査票を回収する自計調査の方法とする。

また、報告者の協力が得られる場合は、前記の回収方法のほか、オンラインにより回収する自計調査の方法も可能とする。

なお、オンラインによる回収は、政府統計共同利用システム(オンライン調査システム)を使うこととし、回答に必要なオンライン調査システムのアドレス、政府統計コード、調査対象者ID及び確認コードについては、あらかじめ調査票とともに配布する(令和3年度に行う調査の実施までに、農林水産省において政府統計共同利用システムで使用する電子調査票の改修等を行うことができなかった場合、同年度に限っては同システムの使用を休止し、専用ホームページアドレス、専用メールアドレス及びパスワードをあらかじめ調査票とともに配布して、専用ホームページからパスワードを設定した入力フォーマットを提供し、当該フォーマットで専用メールアドレス宛に提出する自計申告の方法とする。)。

ただし、民間事業者の創意工夫において、必要に応じて調査員調査を可能とする。

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

□1回限り □毎月 □四半期 ■1年 □2年 □3年 □5年 □不定期
□その他()(1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年: 年)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

毎年9月上旬～10月上旬

(漁業センサス実施翌年度は10月上旬～11月上旬)

8 集計事項(詳細は別添6を参照)

集計事項は、水産加工、水産物直売所、漁家民宿又は漁家レストラン別に年間販売(売上)金額、事業体数、従事者数等とする。

※ 集計手法、欠測値が生じた場合の対応等に関する詳細は、別添2「漁業・漁村の6次産業化総合調査 漁業経営体等における6次産業化業態別調査の調査設計について」を参照。

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別(■全部公表 □一部非公表 □全部非公表)

(2) 公表の方法(■e-Stat □インターネット(e-Stat 以外) ■印刷物 □閲覧)

概要及び詳細とも、インターネット(農林水産省ホームページ)及び印刷物によ

り公表する。（詳細については、e-Stat に掲載）

(3) 公表の期日

ア 概要は、調査実施年の翌年 4 月下旬までに公表を行う。

イ 詳細は、調査実施年の翌年 7 月下旬までに公表を行う。

10 使用する統計基準等

☐使用する→☐日本標準産業分類 ☐日本標準職業分類 ☐その他（ ）

■使用しない

本調査は、海面漁業経営体が運営する水産加工場、水産物直売所、漁家民宿及び漁家レストラン、漁業協同組合等が運営する水産加工場、水産物直売所及び漁家レストランを調査対象としており、産業別の調査及び調査結果の表章を行うことを目的とするものではないことから、統計基準は使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

(1) 調査票情報の保存期間

記入済み調査票：3 年（調査実施年の翌年 4 月 1 日から起算）

調査票の内容を収録した電磁的記録媒体：永年

(2) 保存責任者

農林水産省大臣官房統計部長

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

- | |
|---|
| 6次産業化総合調査
農業・農村の6次産業化総合調査
(農業経営体における販売先実態調査票) |
|---|

2 調査の目的

農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の6次産業化）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進（地産地消等）に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指し、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（六次産業化・地産地消法）が平成22年12月3日に公布されたところである。

また、食料・農業・農村基本法（平成11年法律第106号）に基づく食料・農業・農村基本計画（令和2年3月31日閣議決定）では、「農林水産業・地域の活力創造プラン」における「今後10年間で、農業・農村の所得倍増を目指す」という目標の達成に向けて、6次産業化など農業と食品産業等の連携や農村発イノベーションの推進等を通じた農村地域の関連所得を増大するという具体的な施策の展開方向が示されている。

このため、農業経営体による農産物の販路状況を明らかにし、小売業、食品製造業等への直接販売を行う取組について、6次産業化の施策推進に必要な資料を整備するために実施する。

3 調査対象の範囲

(1) 地域的範囲（☒全国 ☐その他）

(2) 属性的範囲（☐個人 ☒世帯 ☒事業所 ☒企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☐その他）

2020年農林業センサス（農林業経営体調査）で把握した農業経営体（農産物の販売あり）

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

(1) 報告者数

約6,200農業経営体（母集団の大きさ 約978,000農業経営体）

(2) 報告者の選定方法（☐全数 ☒無作為抽出（☒全数階層あり） ☐有意抽出）

2020年農林業センサス（農林業経営体調査）結果を基に作成した母集団名簿を使用して、全国の販売先別販売金額の把握に大きな影響を与える、販売金額規模が70億円以上の農業経営体を完全回収階層、1億～70億円未満を全数階層とし、全数調査とする。また、販売金額が1億円未満の階層を標本抽出階層とし、売上1位の出

荷先別・販売金額階層別に無作為抽出とする。

※ 詳細は、別添 3「農業・農村の 6 次産業化総合調査 農業経営体における販売先実態調査の調査設計について」を参照。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

(1) 報告を求める事項

ア 法人番号

イ 農産物の年間販売金額

ウ 出荷先別の販売金額割合

〔集計しない事項の有無〕 無 ☐ 有 ☒

「法人番号」は事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

(2) 基準となる期日又は期間

調査実施年の前年 4 月 1 日から 3 月 31 日までの 1 年間

ただし、上記期間で記入が困難な場合は、記入可能な直近 1 年間

6 報告を求めるために用いる方法

(1) 調査系統

農林水産省 — 民間事業者 — 報告者

(2) 調査方法

☒ 郵送調査 ☒ オンライン調査 (☒ 政府統計共同利用システム ☐ 独自のシステム ☐ 電子メール) ☒ 調査員調査 ☐ その他()

〔調査方法の概要〕

農林水産省(本省)が契約した民間事業者(以下「民間事業者」という。)から報告者に対して、郵送により配布した調査票に報告者が自ら記入し、民間事業者への郵送により調査票を回収する自計調査の方法とする。

また、報告者の協力が得られる場合は、前記の回収方法のほか、オンラインにより回収する自計調査の方法も可能とする。

なお、オンラインによる回収は、政府統計共同利用システム(オンライン調査システム)を使うこととし、回答に必要なオンライン調査システムのアドレス、政府統計コード、調査対象者 ID 及び確認コードについては、あらかじめ調査票とともに配布する(令和 3 年度に行う調査の実施までに、農林水産省において政府統計共同利用システムで使用する電子調査票の改修等を行うことができなかった場合、同年度に限っては同システムの使用を休止し、専用ホームページアドレス、専用メールアドレス及びパスワードをあらかじめ調査票とともに配布して、専用ホームページからパスワードを設定した入力フォーマットを提供し、当該フォーマットで専用メールアドレス宛に提出する自計申告の方法とする。) 。

ただし、民間事業者の創意工夫において、必要に応じて調査員調査を可能とする。

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

☐ 1 回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☒ 1 年 ☐ 2 年 ☐ 3 年 ☐ 5 年 ☐ 不定期
☐ その他() (1 年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年: 年)

(2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限

毎年 10 月上旬～11 月上旬

8 集計事項

集計事項は、全国の直接販売における出荷先別販売金額とする。

※ 集計手法等に関する詳細は、別添 3 「農業・農村の 6 次産業化総合調査 農業経営体における販売先実態調査の調査設計について」を参照。

9 調査結果の公表の方法及び期日

(1) 公表・非公表の別 (☒ 全部公表 ☐ 一部公表 ☐ 全部非公表)

(2) 公表の方法 (☒ e-Stat ☐ インターネット (e-Stat 以外) ☒ 印刷物 ☐ 閲覧)
概要及び詳細とも、インターネット (農林水産省ホームページ) 及び印刷物により公表する。(詳細については、e-Stat に掲載)

(3) 公表の期日

ア 概要は、調査実施年の翌年 4 月下旬までに公表を行う。

イ 詳細は、調査実施年の翌年 7 月下旬までに公表を行う。

10 使用する統計基準等

☐ 使用する → ☐ 日本標準産業分類 ☐ 日本標準職業分類 ☐ その他 ()
☒ 使用しない

本調査は、2020 年農林業センサス結果を母集団として利用しているため、調査対象の範囲の画定や集計結果の表章に、統計基準は使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

(1) 調査票情報の保存責任者

記入済み調査票: 3 年 (調査実施年の翌年 4 月 1 日から起算)

調査票の内容を収録した電磁的記録媒体: 永年

(2) 保存責任者

農林水産省大臣官房統計部長

調査計画

1 調査の名称（☒特定一般統計調査 ☐その他の一般統計調査）

6次産業化総合調査

漁業・漁村の6次産業化総合調査

（漁業経営体における販売先実態調査票）

2 調査の目的

農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の6次産業化）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進（地産地消等）に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指し、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（六次産業化・地産地消法）が平成22年12月3日に公布されたところである。

また、水産基本法（平成13年法律第89号）に基づく水産基本計画（平成29年4月28日閣議決定）では、「漁港ストックを活用した水産業の6次産業化の振興や、漁業・漁村の活性化を支える取組として、6次産業化を推進する」こととされている。

このため、漁業経営体による水産物の販路状況を明らかにし、小売業、流通・加工業等への直接販売を行う取組について、6次産業化の施策推進に必要な資料を整備するために実施する。

3 調査対象の範囲

(1) 地域的範囲（☒全国 ☐その他）

(2) 属性的範囲（☐全国 ☒世帯 ☒事業所 ☒企業・法人・団体 ☐地方公共団体 ☒その他）

2018年漁業センサス（海面漁業調査漁業経営体調査）で把握した漁業経営体

4 報告を求める個人又は法人その他の団体

(1) 報告者数

約3,200漁業経営体（母集団の大きさ 約79,000漁業経営体）

(2) 報告者の選定方法（☐全数 ☒無作為抽出（☒全数階層あり） ☐有意抽出）

2018年漁業センサス（海面漁業調査漁業経営体調査）結果を基に作成した母集団名簿を使用して、売上1位の出荷先別に30億円以上（「小売業者・生協」、「外食産業」、「消費者に直接販売」及び「その他」は10億円以上）を完全回収階層とし、1億～30億円未満（「小売業者・生協」、「外食産業」、「消費者に直接販売」及び「その他」は1億～10億円未満）を全数階層とし、全数調査とする。

また、販売金額が1億円未満の階層を標本抽出階層とし、売上1位の出荷先別・販売金額階層別に無作為抽出とする。

※ 詳細は、別添4「漁業・漁村の6次産業化総合調査 漁業経営体における販売先

実態調査の調査設計について」を参照。

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

(1) 報告を求める事項

ア 法人番号

イ 水産物の年間販売金額

ウ 出荷先別の販売金額割合

〔集計しない事項の有無〕 無 ☐ 有 ☒

「法人番号」は事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

(2) 基準となる期日又は期間

調査実施年の前年4月1日から3月31日までの1年間

ただし、上記期間で記入が困難な場合は、記入可能な直近1年間

6 報告を求めるために用いる方法

(1) 調査系統

農林水産省 — 民間事業者 — 報告者

(2) 調査方法

☒ 郵送調査 ☒ オンライン調査 (☒ 政府統計共同利用システム ☐ 独自のシステム ☐ 電子メール) ☒ 調査員調査 ☐ その他()

〔調査方法の概要〕

農林水産省(本省)が契約した民間事業者(以下「民間事業者」という。)から報告者に対して、郵送により配布した調査票に報告者が自ら記入し、民間事業者への郵送により調査票を回収する自計調査の方法とする。

また、報告者の協力が得られる場合は、前記の回収方法のほか、オンラインにより回収する自計調査の方法も可能とする。

なお、オンラインによる回収は、政府統計共同利用システム(オンライン調査システム)を使うこととし、回答に必要なオンライン調査システムのアドレス、政府統計コード、調査対象者ID及び確認コードについては、あらかじめ調査票とともに配布する(令和3年度に行う調査の実施までに、農林水産省において政府統計共同利用システムで使用する電子調査票の改修等を行うことができなかった場合、同年度に限っては同システムの使用を休止し、専用ホームページアドレス、専用メールアドレス及びパスワードをあらかじめ調査票とともに配布して、専用ホームページからパスワードを設定した入力フォーマットを提供し、当該フォーマットで専用メールアドレス宛に提出する自計申告の方法とする。)。

ただし、民間事業者の創意工夫において、必要に応じて調査員調査を可能とする。

7 報告を求める期間

(1) 調査の周期

☐ 1回限り ☐ 毎月 ☐ 四半期 ☒ 1年 ☐ 2年 ☐ 3年 ☐ 5年 ☐ 不定期

- ☐その他() (1年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年: 年)
- (2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限
毎年10月上旬～11月上旬

8 集計事項

集計事項は、全国の直接販売における出荷先別販売金額とする。

※ 集計手法等に関する詳細は、別添4「漁業・漁村の6次産業化総合調査 漁業経営体における販売先実態調査の調査設計について」を参照。

9 調査結果の公表の方法及び期日

- (1) 公表・非公表の別 (☒全部公表 ☐一部公表 ☐全部非公開)
- (2) 公表の方法 (☒e-Stat ☐インターネット(e-Stat以外) ☒印刷物 ☐閲覧)
概要及び詳細とも、インターネット(農林水産省ホームページ)及び印刷物により公表する。(詳細については、e-Statに掲載)
- (3) 公表の期日
ア 概要は、調査実施年の翌年4月下旬までに公表を行う。
イ 詳細は、調査実施年の翌年7月下旬までに公表を行う。

10 使用する統計基準等

- ☐使用する→☐日本標準産業分類 ☐日本標準職業分類 ☐その他()
☒使用しない

本調査は、漁業センサス結果を母集団として利用しているため、調査対象の範囲の画定や集計結果の表章に、統計基準は使用しない。

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

- (1) 調査票情報の保存責任者
記入済み調査票：3年(調査実施年の翌年4月1日から起算)
調査票の内容を収録した電磁的記録媒体：永年
- (2) 保存責任者
農林水産省大臣官房統計部長

農業・農村の 6 次産業化総合調査
農業経営体等における 6 次産業化業態別調査の調査設計について

1 調査設計の着眼点

農産加工等各業態別に、

- ・総販売金額を明らかにすること
- ・運営主体別などの主要分類の表章を可能とすること
- ・都道府県別統計表の作成を可能とすること

2 母集団

(1) 調査対象

- ア 農産加工（農業経営体及び農業協同組合等が営むもの）
- イ 農産物直売所（農業経営体及び農業協同組合等が営むもの）
- ウ 観光農園（農業経営体が営むもの）
- エ 農家民宿（農業経営体が営むもの）
- オ 農家レストラン（農業経営体及び農業協同組合等が営むもの）

(2) フレーム

直近の 6 次産業化総合調査（農業経営体等における 6 次産業化業態別調査）結果及び市区町村、農協等からの情報収集により作成した名簿

(3) 母集団の大きさ

- | | |
|-----------|---------------|
| ア 農産加工 | 約 32,400 経営体等 |
| イ 農産物直売所 | 約 23,700 経営体等 |
| ウ 観光農園 | 約 5,300 経営体 |
| エ 農家民宿 | 約 1,400 経営体 |
| オ 農家レストラン | 約 1,400 経営体等 |

3 標本設計の基本的考え方

調査設計は 2 (1) のア～オについては、業態別に全国単位で行う。調査精度を向上させるため、各業態の母集団を運営主体及び販売金額規模により階層区分し、販売金額の大きな階層及び新規調査対象に対する全数調査と、それ以外の階層に対する標本調査を組み合わせた層別無作為抽出法により調査を行う。

(1) 運営主体による階層分け

運営主体の違いを考慮し、農業経営体を「農家（個人）」、「農家（法人）」及び「組織経営体」に、農業協同組合等を農産加工場、農産物直売所及び農家レストランにあっては「農業協同組合」及び「その他」に区分する。

(2) 販売金額規模による階層分け

さらに、各運営主体について、販売金額規模別の階層分けを行う。階層区分については、各階層の事業体数や総販売金額、総雇用者数等を総合的に検討し、各階層内の販売金額の標準偏差や平均雇用者数の変動が少なくなるよう設定する。

(3) 全数調査を行う必要のある調査対象

調査の精度を確保するため、全国の総販売金額に対する割合が高く、販売金額全体に対する影響が大きい調査対象（販売金額 1 億円以上の大規模な調査対象について、規模の大きなものから累計し、販売金額割合がおおむね 3 割以上となるまでの調査対象）については全数調査を行う必要のある階層（以下、「全数階層」という。）とする（表 1 参照）。

また、調査年の前年 4 月 1 日から 3 月 31 日までの 1 年間に新たに開設した事業体についても全数調査を行う。

なお、これらの全数調査対象については、下述する標本設計の対象とはしないが、その調査結果については、当該年度の調査結果に反映させることとする。

表 1 各業態の販売金額規模別階層の概要

	100万円未満	100～500	500～1,000	1,000～5,000	5,000万～1億	1～5	5～10	10～100	100億円以上
農産加工（農業経営体）	第1階層	第2階層		第3階層		第4階層		全数階層	完全回収階層
〃（農協等）	第1階層			第2階層		第3階層		全数階層	完全回収階層
農産物直売所（農業経営体）	第1階層	第2階層		第3階層		第4階層	全数階層		
〃（農協等）	第1階層			第2階層		第3階層	全数階層		
観光農園	第1階層	第2階層	第3階層	第4階層		全数階層			
農家民宿	第1階層	第2階層		第3階層	第4階層	全数階層			
農家レストラン（農業経営体）	第1階層	第2階層		第3階層	第4階層	全数階層		完全回収階層	
〃（農協等）	第1階層			第2階層		全数階層		完全回収階層	

* 全数階層のうち、調査精度を確保する観点から、完全回収（回収率 100%）を達成する必要がある階層

4 標本設計の具体的方法

(1) 各業態別母集団の総量の誤差分散

2 (1) のア～オの業態別母集団ごとに設定する総販売金額の目標精度（標準誤差率）とそれぞれの階層別の集計に必要な標本の大きさの間には、各業態別母集団の総量の誤差分散が、それぞれの各階層の総量の誤差分散を合計した値となることから、次式の関係が成り立つ。

$$\textcircled{1} \quad \sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M \frac{N_{ij}(N_{ij} - n_{ij})}{n_{ij}} \sigma_{ij}^2 + \sum_{j=1}^M \frac{N_{0j}(N_{0j} - n_{0j})}{n_{0j}} \sigma_{0j}^2 = \mu^2 N^2 C^2$$

$$\left(N_{ij} \text{が大きいことから、} \frac{N_{ij}}{N_{ij} - 1} \approx 1 \text{と近似。} \right)$$

N	: 母集団の大きさ
μ	: 販売金額の母集団平均
i	: 販売金額階層を表す添字 ($i=0$ は全数階層、 $i>0$ は標本抽出対象階層を示す)
j	: 運営主体を表す添字
Noj	: 全数階層の大きさ
Nij	: 運営主体別販売金額階層の大きさ
nij	: 運営主体別販売金額階層の集計に必要な標本の大きさ
n	: 標本抽出対象階層の集計に必要な標本の大きさ(合計値)
L	: 販売金額階層の数
M	: 運営主体の種類
noj	: 全数階層の想定される標本の大きさ ($=Noj \cdot r$)
r	: 全数階層の想定回収率 ($r=0.7$)
σ_{ij}^2	: 運営主体別の販売金額階層の分散(過年次の実績値)
σ_{0j}^2	: 運営主体別の全数階層の分散(過年次の実績値)
C	: 目標精度(業態別母集団ごとに設定)

なお、式①左辺の第1項、第2項は、それぞれ、各業態における標本抽出対象階層の総量推定値の誤差分散、全数階層の総量推定値の誤差分散であり、右辺は、目標精度に基づく各母集団全体の総量推定値の誤差分散である。

(2) 各母集団中の必要集計標本数

各標本抽出対象階層ごとの標本配分を最適配分によることとすると、 nij と n の間には次式の関係が成立する。

$$\textcircled{2} \quad n_{ij} = \frac{N_{ij} \sigma_{ij}}{\sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}} n \quad \left(N_{ij} \text{が大きいことから、} \frac{N_{ij}}{N_{ij} - 1} \approx 1 \text{と近似。} \right)$$

ここで、式①及び式②より、各業態別母集団における標本抽出対象階層全体の集計に必要な標本の大きさ (n) は、次式により算出される。

$$\textcircled{3} \quad n = \frac{\left(\sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij} \right)^2}{\mu^2 N^2 C^2 - \sum_{j=1}^M \frac{Noj (Noj - noj)^2}{noj} \sigma_{0j}^2 + \sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}^2}$$

なお、各母集団の総販売金額の目標精度 (C) は5%に設定する。

(3) 各階層の標本数

式③により算出した集計に必要な標本の大きさ（n）は、式②を用いて、運営主体別販売金額階層別に集計に必要な標本の大きさ（n_{ij}）を最適配分する。さらに、調査票の想定回収率（完全回収階層を除く）を販売金額1億円以上の階層を70%、1億円未満の階層を55%として、各階層の標本の大きさ（n' _{ij}）を次式により算出する。

$$\textcircled{4} \quad n'_{ij} = n_{ij} \div r = \frac{N_{ij} \sigma_{ij}}{\sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}} n \div r$$

注： rは調査票の想定回収率であり、販売金額1億円以上の階層は70%、1億円未満の階層は55%として算出する。

(4) 都道府県別、運営主体別販売金額規模による階層ごとの標本の配分

式④により算出した運営主体別販売金額階層ごとの標本の大きさ（n' _{ij}）を、都道府県別に事業体の数に応じて比例配分する。

この結果、都道府県別運営主体別販売金額規模による調査対象数が非常に少ない階層区分については、調査票の非回収等により推計の根拠となるデータを得ることができないことも想定される。

このため、都道府県別に運営主体別販売金額規模による階層区分別に最低5標本を確保するよう調査対象数を補充する。

表2 調査対象数補充後の各業態別の調査対象数

	母集団の大きさ	調査対象数	うち、 標本抽出階層
農産加工	約 32,400	約 3,600	約 2,800
農産物直売所	約 23,700	約 4,000	約 2,900
観光農園	約 5,300	約 1,600	約 1,400
農家民宿	約 1,400	約 680	約 520
農家レストラン	約 1,400	約 1,200	約 1,000

5 集計

(1) 集計方法

業態別・都道府県別に年間販売（売上）金額の推定値を次式により算出する。

なお、全国計、全国農業地域別及び地方農政局等別の推定値は、都道府県別の各推定値を合計して算出する。

<推定値の計算式>

$$T = \sum_{i=1}^L \frac{N_i}{n_i} \sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}$$

T : x の総計の推定値

i : 運営主体別販売金額規模別階層を表す添字

j : 標本経営体等を表す添字

L : 運営主体別販売金額規模別階層の数

N_i : i 階層の母集団の大きさ

n_i : i 階層の標本経営体等の数

x_{ij} : i 階層の標本経営体等のうち、 j 番目の標本経営体等の x の調査値

(2) 集計時の母集団について

集計時の母集団については、農業経営体、農協等の全数階層、標本階層ともに直近の調査結果及び市区町村、農協等からの情報収集により作成した名簿を活用する。

ただし、農産加工・農産物直売所における農業経営体については、上記手法では把握しきれていない小規模な経営体（販売金額階層 1～3 階層）が存在することから、農業構造動態調査の結果（継続事業体における生産関連事業の実施の有無）を用いて減少率を算出し、当該減少率を乗じた経営体数とする。

(3) 欠測値の補完について

都道府県別運営主体別販売金額階層別の母集団に対して調査票の有効回収数が 2 経営体以下の場合は、推定値が算出できないため、当該都道府県が属する農業地域別運営主体別販売金額階層別の平均値を代入する。その際、農業地域別の有効回収数が 2 経営体以下の場合は、全国の運営主体別販売金額階層別の平均値を代入する。

また、疑義照会の実施後においても回答が一部欠測していた場合は、前年値がある場合は前年値の代入、前年値が無い場合は上記と同様に、同じ運営主体、販売金額階層の農業地域別又は全国の平均値を代入するなど、実態に即した手法を用いて推定する。

漁業・漁村の 6 次産業化総合調査
漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査の調査設計について

1 調査設計の着眼点

水産加工等各業態別に、

- ・ 総販売金額を明らかにすること
- ・ 運営主体別などの主要分類の表章を可能とすること
- ・ 都道府県別統計表の作成を可能とすること

2 母集団

(1) 調査対象

- ア 漁業経営体及び漁業協同組合等が営む水産加工
- イ 漁業経営体及び漁業協同組合等が営む水産物直売所
- ウ 漁業経営体が営む漁家民宿
- エ 漁業経営体及び漁業協同組合等が営む漁家レストラン

(2) フレーム

直近の 6 次産業化総合調査（漁業経営体等における 6 次産業化業態別調査）結果及び漁協等からの情報収集により作成した名簿

(3) 母集団の大きさ

- | | |
|-----------|--------------|
| ア 水産加工 | 約 1,500 経営体等 |
| イ 水産物直売所 | 約 1,400 経営体等 |
| ウ 漁家民宿 | 約 900 経営体 |
| エ 漁家レストラン | 約 530 経営体等 |

3 標本設計の基本的考え方

調査設計は 2 (1) のア～エについては、業態別に全国単位で行う。調査精度を向上させるため、各業態の母集団を運営主体及び販売金額規模により階層区分し、販売金額の大きな階層及び新規調査対象に対する全数調査と、それ以外の階層に対する標本調査を組み合わせた層別無作為抽出法により調査を行う。

(1) 運営主体による階層分け

運営主体の違いを考慮し、「漁業者（個人）」、「漁業者（団体）」、「漁業協同組合等」に区分する。

なお、漁家民宿については、「漁業者（個人）」「漁業者（団体）」に区分する。

(2) 販売金額規模による階層分け

さらに、各運営主体について、販売金額規模別の階層分けを行う。階層区分については、各階層の事業所数や総販売金額、総雇用者数等を総合的に検討し、各階層

内の販売金額の標準偏差や平均雇用者数の変動が少なくなるよう設定する。

(3) 全数調査を行う必要のある調査対象

調査の精度を確保するため、全国の総販売金額に対する割合が高く、販売金額全体に対する影響が大きい調査対象（販売金額 1 億円以上の大規模な調査対象について、規模の大きなものから累計し、販売金額割合がおおむね 3 割以上となるまでの調査対象）については全数調査を行う必要のある階層（以下、全数階層という。）とする（表 1 参照）。

また、調査年の前年 4 月 1 日から 3 月 31 日までの 1 年間に新たに開設した事業所についても全数調査を行う。

なお、これらの全数調査対象については、下述する標本設計の対象とはしないが、その調査結果については、当該年度の調査結果に反映させることとする。

表 1 各業態の販売金額規模別階層の概要

	100万円 未満	100～ 500	500～ 1,000	1,000～ 5,000	5,000万～ 1億円	1～5	5～10	10～50	50億円 以上
水産加工	第1階層		第2階層	第3階層		第4階層		全数階層	完全回収階層 [*]
水産物直売所	第1階層		第2階層	第3階層		第4階層	全数階層	完全回収階層 [*]	
漁家民宿	第1階層	第2階層		第3階層	第4階層	全数階層			
漁家レストラン	第1階層	第2階層		第3階層	第4階層	全数階層			

* 全数階層のうち、調査精度を確保する観点から、完全回収（回収率 100%）を達成する必要がある階層

4 標本設計の具体的方法

(1) 各業態別母集団の総量の誤差分散

2 (1) のア～エの業態別母集団ごとに設定する総販売金額の目標精度（標準誤差率）とそれぞれの階層別の集計に必要な標本の大きさの間には、各業態別母集団の総量の誤差分散が、それぞれの各階層の総量の誤差分散を合計した値となることから、次式の関係が成り立つ。

$$\textcircled{1} \quad \sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M \frac{N_{ij}(N_{ij} - n_{ij})}{n_{ij}} \sigma_{ij}^2 + \sum_{j=1}^M \frac{N_{0j}(N_{0j} - n_{0j})}{n_{0j}} \sigma_{0j}^2 = \mu^2 N^2 C^2$$

$$\left(N_{ij} \text{ が大きいことから、} \frac{N_{ij}}{N_{ij} - 1} \approx 1 \text{ と近似。} \right)$$

N	: 母集団の大きさ
μ	: 販売金額の母集団平均
i	: 販売金額階層を表す添字($i=0$ は全数階層、 $i>0$ は標本抽出対象階層を示す)
j	: 運営主体を表す添字
Noj	: 全数階層の大きさ
Nij	: 運営主体別販売金額階層の大きさ
nij	: 運営主体別販売金額階層の集計に必要な標本の大きさ
n	: 標本抽出対象階層の集計に必要な標本の大きさ(合計値)
L	: 販売金額階層の数
M	: 運営主体の種類
noj	: 全数階層の想定される標本の大きさ ($=Noj \cdot r$)
r	: 全数階層の想定回収率($r=0.7$)
σ_{ij}^2	: 運営主体別の販売金額階層の分散(過年次の実績値)
σ_{0j}^2	: 運営主体別の全数階層の分散(過年次の実績値)
C	: 目標精度(業態別母集団ごとに設定)

なお、式①左辺の第1項、第2項は、それぞれ、各業態における標本抽出対象階層の総量推定値の誤差分散、全数階層の総量推定値の誤差分散であり、右辺は、目標精度に基づく各母集団全体の総量推定値の誤差分散である。

(2) 各母集団中の必要集計標本数

各標本抽出対象階層ごとの標本配分を最適配分によることとすると、 nij と n との間には次式の関係が成立する。

$$\textcircled{2} \quad n_{ij} = \frac{N_{ij} \sigma_{ij}^2}{\sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}^2} n \quad \left(N_{ij} \text{ が大きいことから、} \frac{N_{ij}}{N_{ij} - 1} \approx 1 \text{ と近似。} \right)$$

ここで、式①及び式②より、各業態別母集団における標本抽出対象階層全体の集計に必要な標本の大きさ (n) は、次式により算出される。

$$\textcircled{3} \quad n = \frac{\left(\sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}^2 \right)^2}{\mu^2 N^2 C^2 - \sum_{j=1}^M \frac{Noj (Noj - noj)^2}{noj} \sigma_{0j}^2 + \sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}^2}$$

なお、各母集団の総販売金額の目標精度 (C) は5%に設定する。

(3) 各階層の標本数

式③により算出した集計に必要な標本の大きさ (n) は、式②を用いて、運営主体別販売金額階層別に集計に必要な標本の大きさ (nij) を最適配分する。さらに、調査票の想定回収率(完全回収階層を除く)を販売金額1億円以上の階層を70%、

1 億円未満の階層を 55%として、各階層の標本の大きさ（ n'_{ij} ）を次式により算出する。

$$\textcircled{4} \quad n'_{ij} = n_{ij} \div r = \frac{N_{ij} \sigma_{ij}}{\sum_{i=1}^L \sum_{j=1}^M N_{ij} \sigma_{ij}} n \div r$$

注： r は調査票の想定回収率であり、販売金額 1 億円以上の階層は 70%、1 億円未満の階層は 55%として算出する。

(4) 都道府県別、運営主体別販売金額規模による階層ごとの標本の配分

式④により算出した運営主体別販売金額階層ごとの標本の大きさ（ n'_{ij} ）を、都道府県別に事業所の数に応じて比例配分する。

この結果、都道府県別運営主体別販売金額規模による調査対象数が非常に少ない階層区分については、調査票の非回収等により推計の根拠となるデータを得ることができないことも想定される。

このため、都道府県別に運営主体別販売金額規模による階層区分別に最低 5 標本を確保するよう調査対象数を補充する。

表 2 調査対象数補充後の各業態別の調査対象数

	母集団の大きさ	調査対象数	うち、 標本抽出階層
水産加工	約 1,500	約 940	約 710
水産物直売所	約 1,400	約 890	約 730
漁家民宿	約 900	約 490	約 400
漁家レストラン	約 530	約 510	約 390

5 集計

(1) 集計方法

業態別・都道府県別に年間販売（売上）金額の推定値を次式により算出する。
なお、全国計の推定値は、都道府県別の各推定値を合計して算出する。

<推定値の計算式>

$$T = \sum_{i=1}^L \frac{N_i}{n_i} \sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}$$

T : x の総計の推定値
 i : 運営主体別販売金額規模別階層を表す添字
 j : 標本経営体等を表す添字
 L : 運営主体別販売金額規模別階層の数
 N_i : i 階層の母集団の大きさ
 n_i : i 階層の標本経営体等の数
 x_{ij} : i 階層の標本経営体等のうち、 j 番目の標本経営体等の x の調査値

(2) 集計時の母集団について

集計時の母集団については、漁業経営体、漁協等の全数階層、標本階層ともに直近の調査結果及び市区町村、漁協等からの情報収集により作成した名簿を活用する。

(3) 欠測値の補完について

都道府県別運営主体別販売金額階層別の母集団に対して調査票の有効回収数が2経営体以下の場合は、推定値が算出できないため、当該都道府県が属する農業地域別運営主体別販売金額階層別の平均値を代入する。その際、農業地域別の有効回収数が2経営体以下の場合は、全国の運営主体別販売金額階層別の平均値を代入する。

また、疑義照会の実施後においても回答が一部欠測していた場合は、前年値がある場合は前年値の代入、前年値が無い場合は上記同様に同じ運営主体、販売金額階層の農業地域別又は全国の平均値を代入するなど、実態に即した手法を用いて推定する。

農業・農村の6次産業化総合調査
農業経営体における販売先実態調査の調査設計について

1 調査設計の着眼点

- ・ 農業経営体の直接販売による販売先別の総販売金額を明らかにすること
- ・ 販売先別などの主要分類の表章を可能とすること

2 母集団

(1) 調査対象

農業経営体（農産物の販売あり）

(2) フレーム

2020 年農林業センサス（農林業経営体調査）で把握した農業経営体（農産物の販売あり）の名簿

(3) 母集団の大きさ

約 978,000 農業経営体

3 標本設計の基本的考え方

- (1) 母集団のうち、「卸売市場」、「小売業者」、「食品製造業・外食産業」、「消費者に直接販売」又は「その他」に出荷がある農業経営体（以下「直売あり農業経営体」という。）における販売金額規模別の農業経営体数及び販売金額をみると、販売金額規模の1億円以上階層の全体に占めるシェアは農業経営体数では1%と非常に少ないにもかかわらず、総販売金額では56%を占めている（表1参照）。

表1 「直売あり農業経営体」における販売金額規模別階層の概要

	農業経営体			販売金額		
	実数	シェア(%)	累積(%)	実数(億円)	シェア(%)	累積(%)
50 万 円 未 満	112,930	27	100	282	1	100
50 ～ 100 万 円 未 満	69,780	16	73	523	1	99
100 ～ 300 万 円 未 満	90,971	21	57	1,819	3	99
300 ～ 500 万 円 未 満	40,170	9	36	1,607	3	95
500 ～ 1,000 万 円 未 満	47,603	11	26	3,570	6	92
1,000 ～ 3,000 万 円 未 満	43,837	10	15	8,767	16	86
3,000 ～ 5,000 万 円 未 満	9,285	2	5	3,714	7	70
5,000 万 ～ 1 億 円 未 満	5,895	1	2	4,421	8	64
1 ～ 70 億 円 未 満	4,326	1	1	18,584	33	56
70 億 円 以 上	35	0	0	12,574	23	23
計	424,832	100	-	55,861	100	-

調査の精度を確保するためには、販売金額全体に占める割合の大きい大規模農業経営体の動向を的確に捉えることが非常に重要であることから、「直売あり農業経営体」のうち販売金額1億円以上の農業経営体は全数調査を行うこととする。

- (2) 「直売あり農業経営体」における売上 1 位の出荷先別経営体数をみると、出荷先ごとに大きな差があることから、全体設計とはせず、売上 1 位の出荷先別、販売金額階層別の標本設計とする（表 2 参照）。
- (3) 農協又は農協以外の集出荷団体のみにしか出荷がない農業経営体（以下「直売なし農業経営体」という。）はセンサス時点では直接販売を行っていない農業経営体であるものの、近年の流通形態の多様化の状況を踏まえ、直接販売への参入の状況を把握することを目的として、出現率（「直売なし」の農業経営体が「直売あり」になる割合）を指標項目として標本設計する。

表 2 売上 1 位の出荷先別販売金額階層別農業経営体の概要

	農業経営体 (販売あり)	直売あり農業経営体							直売なし 農業経営体
		計	農協・農協 以外の集出 荷団体	卸売市場	小売業者	食品製造 業・外食産 業	消費者に 直接販売	その他	
50 万 円 未 満	287,068	112,930	27,146	8,004	18,010	3,309	35,000	21,461	174,138
50 ～ 100 万 円 未 満	175,812	69,780	26,725	7,487	10,119	3,209	16,433	5,807	106,032
100 ～ 300 万 円 未 満	212,820	90,971	41,268	13,998	10,347	3,779	17,486	4,093	121,849
300 ～ 500 万 円 未 満	83,412	40,170	19,095	8,437	3,595	1,220	6,362	1,461	43,242
500 ～ 1,000 万 円 未 満	91,753	47,603	23,697	10,619	3,659	1,293	6,673	1,662	44,150
1,000 ～ 3,000 万 円 未 満	86,141	43,837	23,373	9,348	3,395	1,382	4,536	1,803	42,304
3,000 ～ 5,000 万 円 未 満	20,122	9,285	4,996	1,890	902	410	641	446	10,837
5,000 万 ～ 1 億 円 未 満	13,119	5,895	2,723	1,270	699	431	365	407	7,224
1 ～ 70 億 円 未 満	7,819	4,326	1,275	1,117	659	564	210	501	3,493
70 億 円 以 上	43	35	6	3	13	7	0	6	8
合 計	978,109	424,832	170,304	62,173	51,398	15,604	87,706	37,647	553,277
		100%	40%	15%	12%	4%	21%	9%	

4 標本設計の具体的方法（標本数の算出）

(1) 直売あり農業経営体

- ア 売上 1 位の出荷先の違いにより、「農協又は農協以外の集出荷団体」、「卸売市場」、「小売業者」、「食品製造業・外食産業」、「消費者に直接販売」又は「その他」の階層に区分する。
- イ 売上 1 位の出荷先の違いによる階層（以下「出荷先階層」という。）別に、販売金額 1 ～ 70 億円未満の農業経営体を全数階層とする。また、全数階層の標準偏差が小さくなるよう販売金額 70 億円以上の農業経営体を完全回収階層とし、全てを回収することを目標とする（表 3 参照）。

表 3 完全回収階層の各種データ（直売あり農業経営体）

	経営体数	調査対象者数
農協・集出荷団体	6	6
卸売市場	3	3
小売業者	13	13
食品製造業・外食産業	7	7
消費者に直接販売	－	－
その他	6	6

ウ 全数階層について、回収率が 60%であった場合に想定される回収標本数を設計上の標本数とし、出荷先階層ごとに販売金額の誤差分散を算定する（表 4 参照）。

（計算式）

$$\text{誤差分散} = \frac{\text{経営体数} \times (\text{経営体数} - \text{想定回収標本数})}{\text{想定回収標本数}} \times \text{標準偏差}^2$$

表 4 全数階層の各種データ（直売あり農業経営体）

	経営体数	想定回収 標本数	標準偏差	誤差分散
農協・集出荷団体	1,275	765	64,219	3,505,502,478,284
卸売市場	1,117	670	60,194	2,698,192,205,496
小売業者	659	395	66,801	1,960,460,058,764
食品製造業・外食産業	564	338	81,648	2,506,591,602,131
消費者に直接販売	210	126	44,464	276,792,000,000
その他	501	301	89,750	2,690,403,984,000

エ 販売金額 1 億円未満の農業経営体を標本抽出階層とし、さらに第 1 階層（100 万円未満）、第 2 階層（100～1,000 万円未満）、第 3 階層（1,000 万～1 億円未満）に分割する。

標本抽出階層は、出荷先階層ごとに、完全回収階層及び全数階層と合わせた販売金額に関する目標精度（5%に設定）から、標本抽出階層分の目標精度（各販売金額階層に一律に設定）を求め、これに基づき必要標本数を算定する（表 5 参照）。

オ エにより算出した標本抽出階層のうち、調査対象者数が 20 標本未満の出荷先階層について、調査票の非回収、廃業等により推計の根拠となるデータを得ることができないことが想定されるため、最低 20 標本を確保するよう調査対象数を補充する。

（目標精度の計算式）

$$\begin{aligned} & \Sigma \text{ 出荷先階層別の全数階層の販売金額の誤差分散} \\ & + \Sigma (\text{出荷先階層別の標本抽出階層の販売金額})^2 \\ & \times (\text{出荷先階層別の標本抽出階層の販売金額の目標精度})^2 \\ & = (\text{販売金額(出荷先階層別)} \times 0.05)^2 \end{aligned}$$

（必要標本数の計算式）

$$\text{必要標本数} = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{\text{経営体数}}}$$

ここで

$$n_o = \left[\frac{\frac{\text{標準偏差}}{\text{平均}}}{\text{目標精度}} \right]^2$$

表5 標本抽出階層の各種データ

第1階層（100万円未満）

	経営体数	必要標本数	調査対象者数	標準偏差	誤差分散
農協・集出荷団体	53,871	15	27	25	124,029,404,865
卸売市場	15,491	17	30	25	8,973,798,668
小売業者	28,129	7	20	24	63,087,387,837
食品製造業・外食産業	6,518	4	20	25	6,044,546,215
消費者に直接販売	51,433	44	80	23	32,586,272,500
その他	27,268	7	20	20	45,529,397,689

第2階層（100～1,000万円未満）

	経営体数	必要標本数	調査対象者数	標準偏差	誤差分散
農協・集出荷団体	84,060	20	36	233	19,526,108,035,851
卸売市場	33,054	20	36	236	3,092,500,844,194
小売業者	17,601	9	20	217	1,686,372,605,446
食品製造業・外食産業	6,292	7	20	217	283,179,847,753
消費者に直接販売	30,521	50	91	220	895,321,210,207
その他	7,216	8	20	223	338,253,690,415

第3階層（1,000万円～1億円未満）

	経営体数	必要標本数	調査対象者数	標準偏差	誤差分散
農協・集出荷団体	31,092	20	36	1,627	130,868,438,370,414
卸売市場	12,508	23	42	1,713	19,806,096,347,331
小売業者	4,996	9	20	1,918	10,555,176,307,467
食品製造業・外食産業	2,223	7	20	2,132	3,370,329,668,657
消費者に直接販売	5,542	42	77	1,450	1,515,775,518,982
その他	2,656	8	20	1,980	3,434,447,123,903

※ 調査対象者数は必要標本数を想定回収率（55%）で除した値である。

(2) 直売なし農業経営体

ア (1)の販売金額階層と同様に、販売金額が70億円以上の農業経営体を完全回収階層、1～70億円未満及び1億円未満を標本抽出階層に区分する。

イ 区分した階層別に出現率を指標項目とする目標精度を1～70億円未満は6.0%、1億円未満は9.0%と設定して必要標本数を算定する。なお、完全回収階層は全てを調査対象とする（表6参照）。

（必要標本数の計算式）

$$\text{必要標本数} = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o - 1}{\text{経営体数}}}$$

ここで

$$n_o = \frac{1 - \text{出現率}}{\text{出現率} \times \text{目標精度}^2}$$

表 6 「直売なし農業経営体」の農業経営体数及び調査対象者数

	経営体数	必要標本数	調査対象者数
完全回収階層	8	-	8
標本抽出階層（1～70億円未満）	3,493	486	809
標本抽出階層（1億円未満）	549,776	230	419
全体	553,277	716	1,236

※ 調査対象者数は必要標本数を想定回収率（1～70億円未満は60%、1億円未満は55%）で除した値である。

表 7 調査対象者数の一覧

	農協・ 集出荷団体	卸売市場	小売業者	食品製造業・ 外食産業	消費者に 直接販売	その他	計
直売あり農業経営体	1,380	1,228	732	631	458	567	4,996
完全回収階層	6	3	13	7	-	6	35
全数階層	1,275	1,117	659	564	210	501	4,326
標本抽出階層	99	108	60	60	248	60	635
直売なし農業経営体							1,236
完全回収階層							8
標本抽出階層（1～70億円未満）							809
標本抽出階層（1億円未満）							419
計							6,232

5 集計

(1) 集計方法

全国の直接販売における販売金額の推定値を次式により算出した。

<推定値の計算式>

$$T = \sum_{i=1}^L N'_i \cdot \frac{\sum_{j=1}^L \frac{N_j}{n_j} \sum_{k=1}^{n_{ji}} x_{jik}}{\sum_{j=1}^L \frac{N_j}{n_j} \cdot n_{ji}}$$

T : x の総計の推定値

i, j : 売上1位の販売先別販売金額規模別階層を表す添字

k : 標本経営体を表す添字

L : 売上1位の販売先別販売金額規模別階層の数

N_j : 調査設計時の母集団名簿における j 階層の大きさ

- N_i' : 集計時における推定母集団の i 階層の大きさ
 n_j : j 階層から抽出した標本経営体の数
 n_{ji} : j 階層から抽出した標本経営体のうち、調査結果において i 階層に属していた標本経営体の数
 x_{jik} : j 階層から抽出した標本経営体のうち、調査結果において i 階層に属していた k 番目の標本経営体の x の調査値

- (2) 集計時の母集団について
 集計時の母集団については、直近の農林業センサス又は農業構造動態調査の結果を活用する。
- (3) 欠測値の集計について
 販売先実態調査においては、欠測値の補完は行っていない。

漁業・漁村の6次産業化総合調査
漁業経営体における販売先実態調査の調査設計について

1 調査設計の着眼点

- ・ 漁業経営体の直接販売による販売先別の総販売金額を明らかにすること
- ・ 販売先別などの主要分類の表章を可能とすること

2 母集団

(1) 調査対象

漁業経営体

(2) フレーム

2018 年漁業センサス(海面漁業調査漁業経営体調査)で把握した漁業経営体の名簿

(3) 母集団の大きさ

約 79,000 漁業経営体

3 標本設計の基本的考え方

- (1) 母集団のうち、「漁協以外の卸売市場」、「流通業者・加工業者」、「小売業者・生協」、「外食産業」「消費者に直接販売」(又は「その他」)に出荷がある漁業経営体(以下「直売あり漁業経営体」という。)における販売金額規模別の漁業経営体数及び販売金額をみると、販売金額規模の1億円以上階層の全体に占めるシェアは漁業経営体数では3%と非常に少ないにもかかわらず、総販売金額では68%を占めている(表1参照)。

表1 「直売あり漁業経営体」における販売金額規模別階層の概要

	中位数	漁業経営体			総販売金額		
		実数	シェア(%)	累積(%)	実数(億円)	シェア(%)	累積(%)
100 万 円 未 満	500,000	10,137	32	100	51	1	100
100 ～ 300 万 円 未 満	1,500,000	7,110	23	68	107	2	99
300 ～ 500 万 円 未 満	4,000,000	3,864	12	45	155	2	98
500 ～ 800 万 円 未 満	6,500,000	2,910	9	33	189	3	96
800 ～ 1,000 万 円 未 満	9,000,000	1,347	4	24	121	2	93
1,000 ～ 1,500 万 円 未 満	12,500,000	1,451	5	19	181	3	91
1,500 ～ 2,000 万 円 未 満	17,500,000	803	3	15	141	2	89
2,000 ～ 5,000 万 円 未 満	35,000,000	2,052	7	12	718	10	87
5,000 万 ～ 1 億 円 未 満	75,000,000	840	3	6	630	9	77
1 ～ 2 億 万 円 未 満	150,000,000	482	2	3	723	10	68
2 ～ 5 億 円 未 満	350,000,000	312	1	2	1,092	15	57
5 ～ 10 億 円 未 満	750,000,000	122	0	1	915	13	42
10 億 円 以 上	1,883,154,667	83	0	0	2,061	29	29
		31,513	100	-	7,083	100	-

※総販売金額の実数は、各販売金額規模の中位数を販売金額として、漁業経営体数に乗じて算出した。
10億円以上の販売金額規模は、実額を用いて集計した。

調査の精度を確保するためには、販売金額全体に占める割合の大きい大規模漁業経営体の動向を的確に捉えることが非常に重要であることから、「直売あり漁業経営体」のうち販売金額1億円以上の漁業経営体は全数調査を行うこととする。

- (2) 「直売あり漁業経営体」における売上 1 位の出荷先別漁業経営体数をみると、出荷先ごとに大きな差があることから、全体設計とはせず、売上 1 位の出荷先別、販売金額階層別の標本設計とする（表 2 参照）。
- (3) 漁協の市場または荷さばき所のみにはしか出荷がない漁業経営体（以下「直売なし漁業経営体」という。）は、センサス時点では直接販売を行っていない漁業経営体であるものの、近年の流通形態の多様化の状況等を踏まえ、直接販売への参入の状況を把握することを目的として、出現率（「直売なし」の漁業経営体が「直売あり」になる割合）を指標項目として標本設計する。

表 2 売上 1 位の出荷先別販売金額階層別漁業経営体の概要

	漁業経営体	直売あり漁業経営体								直売なし 漁業経営体
		総計	漁協の市場 または 荷さばき所	漁協以外 の卸売市場	流通業者・ 加工業者	小売業者・ 生協	外食産業	消費者に 直接販売	その他	
100 万 円 未 満	23,672	10,137	1,715	2,912	1,008	815	156	2,632	899	13,535
100 ～ 300 万 円 未 満	18,127	7,110	1,848	2,844	1,030	470	77	640	201	11,017
300 ～ 500 万 円 未 満	9,601	3,864	1,092	1,629	616	193	23	221	90	5,737
500 ～ 800 万 円 未 満	7,285	2,910	925	1,216	399	146	14	127	83	4,375
800 ～ 1,000 万 円 未 満	3,703	1,347	438	571	189	45	4	50	50	2,356
1,000 ～ 1,500 万 円 未 満	4,258	1,451	591	541	189	25	4	53	48	2,807
1,500 ～ 2,000 万 円 未 満	2,520	803	326	234	161	19	4	34	25	1,717
2,000 ～ 5,000 万 円 未 満	5,921	2,052	856	547	480	33	12	62	62	3,869
5,000 ～ 1 億 円 未 満	2,131	840	274	256	242	19	2	22	25	1,291
1 ～ 2 億 万 円 未 満	1,009	482	116	151	170	8	3	12	22	527
2 ～ 5 億 円 未 満	602	312	78	105	103	10	3		13	290
5 ～ 10 億 円 未 満	186	122	20	29	61	3	1	1	7	64
10 億 円 以 上	127	83	13	27	33	2	2		6	44
合 計	79,142	31,513	8,292	11,062	4,681	1,788	305	3,854	1,531	47,629
		100%	26%	35%	15%	6%	1%	12%	5%	

4 標本設計の具体的方法（標本数の算出）

(1) 直売あり漁業経営体

ア 売上 1 位の出荷先の違いにより、「漁協の市場または荷さばき所」、「漁協以外の卸売市場」、「流通業者・加工業者」、「小売業者・生協」、「外食産業」、「消費者に直接販売」又は「その他」の階層に区分する。

イ 売上 1 位の出荷先の違いによる階層（以下「出荷先階層」という。）別に、販売金額が 1 ～ 30 億円未満（「小売業者・生協」、「外食産業」、「消費者に直接販売」及び「その他」は 1 ～ 10 億円未満）の漁業経営体を全数階層とする。また、全数階層の標準偏差が小さくなるよう販売金額 30 億円以上（「小売業者・生協」、「外食産業」、「消費者に直接販売」及び「その他」は 10 億円以上）の漁業経営体を完全回収階層とし、全てを回収することを目標とする（表 3 参照）。

表 3 完全回収階層の各種データ（直売あり漁業経営体）

	漁業経営体数	調査対象者数
漁協の市場又は荷さばき所	4	4
漁協以外の卸売市場	3	3
流通業者・加工業者	6	5
小売業者・生協	2	2
外食産業	2	2
消費者に直接販売	—	—
その他	6	5

ウ 全数階層について、回収率が60%であった場合に想定される回収標本数を設計上の標本数とし、出荷先階層ごとに販売金額の誤差分散を算定する（表4参照）。

（計算式）

$$\text{誤差分散} = \frac{\text{経営体数} \times (\text{経営体数} - \text{想定回収標本数})}{\text{想定回収標本数}} \times \text{標準偏差}^2$$

表4 全数階層の各種データ（直売あり漁業経営体）

	経営体数	想定回収 標本数	標準偏差	誤差分散
漁協の市場又は荷さばき所	219	131	35,803	188,584,172,561
漁協以外の卸売市場	301	181	38,567	296,826,961,326
流通業者・加工業者	349	209	34,857	284,044,450,861
小売業者・生協	20	12	20,417	5,557,894,737
外食産業	7	4	21,381	2,400,000,000
消費者に直接販売	13	8	16,641	2,250,000,000
その他	40	24	21,122	11,897,435,897

エ 販売金額1億円未満の漁業経営体を標本抽出階層とし、さらに第1階層（100万円未満）、第2階層（100～1,000万円未満）、第3階層（1,000万～1億円未満）に分割する。

標本抽出階層は、出荷先階層ごとに、完全回収階層及び全数階層と合わせた販売金額に関する目標精度（5%に設定）から、標本抽出階層分の目標精度（各販売金額階層に一律に設定）を求め、これに基づき必要標本数を算定する（表5参照）。

オ エにより算出した標本抽出階層のうち、調査対象者数が20標本未満の出荷先階層について、調査票の非回収、廃業等により推計の根拠となるデータを得ることができないことが想定されるため、最低20標本を確保するよう調査対象数を補充する。

（目標精度の計算式）

$$\begin{aligned} & \Sigma \text{ 出荷先階層別の全数階層の販売金額の誤差分散} \\ & + \Sigma (\text{出荷先階層別の標本抽出階層の販売金額})^2 \\ & \times (\text{出荷先階層別の標本抽出階層の販売金額の目標精度})^2 \\ & = (\text{販売金額(出荷先階層別)} \times 0.05)^2 \end{aligned}$$

（必要標本数の計算式）

$$\text{必要標本数} = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{\text{経営体数}}}$$

ここで

$$n_o = \left[\frac{\frac{\text{標準偏差}}{\text{平均}}}{\text{目標精度}} \right]^2$$

表 5 標本抽出階層の各種データ

第1階層(100万円未満)

	経営体数	必要標本数	調査対象者数	標準偏差	誤差分散
漁協の市場又は荷さばき所	1,715	1	20	5	76,365,000
漁協以外の卸売市場	2,910	1	20	7	406,552,500
流通業者・加工業者	1,006	1	20	8	58,920,000
小売業者・生協	815	6	20	8	7,224,516
外食産業	156	1	20	6	770,000
消費者に直接販売	2,632	4	20	5	47,125,579
その他	898	8	20	17	28,538,043

第2階層(100～1,000万円未満)

	経営体数	必要標本数	調査対象者数	標準偏差	誤差分散
漁協の市場又は荷さばき所	4,303	25	45	236	41,030,575,444
漁協以外の卸売市場	6,262	15	27	230	138,472,981,133
流通業者・加工業者	2,235	5	20	225	50,565,917,592
小売業者・生協	854	60	109	210	500,019,095
外食産業	118	1	20	188	486,680,000
消費者に直接販売	1,040	91	165	199	430,622,714
その他	425	18	33	246	582,479,554

第3階層(1,000万～1億円未満)

	経営体数	必要標本数	調査対象者数	標準偏差	誤差分散
漁協の市場又は荷さばき所	2,042	32	58	1,982	503,954,199,008
漁協以外の卸売市場	1,580	21	38	2,153	543,878,144,359
流通業者・加工業者	1,031	6	20	2,234	878,981,721,784
小売業者・生協	96	45	82	2,264	557,573,158
外食産業	22	1	20	1,713	1,355,000,000
消費者に直接販売	171	72	131	1,995	935,349,816
その他	160	21	38	2,102	4,681,287,605

※ 調査対象者数は必要標本数を想定回収率（55％）で除した値である（ただし、最低 20 標本とする。）

(2) 直売なし漁業経営体

ア 販売金額が 30 億円以上の漁業経営体を完全回収階層、1～30 億円未満及び 1 億円未満を標本抽出階層に区分する。

イ 区分した階層別に出現率を指標項目とする目標精度を 1～30 億円未満は 12.0％、1 億円未満は 11.0％と設定して必要標本数を算出する。なお、完全回収階層は全てを調査対象とする（表 6 参照）。

表 6 「直売なし漁業経営体」の漁業経営体数及び調査対象者数

	漁業経営体数	調査対象者数
完全回収階層	11	11
標本抽出階層(1～30億円未満)	905	324
標本抽出階層(1億円未満)	46,680	913
全体	47,596	1,248

※ 調査対象者数は必要標本数を想定回収率（1～30 億円未満は 60％、1 億円未満は 55％）で除した値である。

表 7 調査対象者数の一覧

	漁協の市場又は 荷さばき所	漁協以外の卸 売市場	流通業者・ 加工業者	小売業者・ 生協	外食産業	消費者に 直接販売	その他	計
直売あり漁業経営体	346	389	414	233	69	329	136	1,916
完全回収階層	4	3	5	2	2	0	5	21
全数階層	219	301	349	20	7	13	40	949
標本抽出階層	123	85	60	211	60	316	91	946
直売なし漁業経営体								1,248
完全回収階層								11
標本抽出階層(1～30億円未満)								324
標本抽出階層(1億円未満)								913
計								3,164

5 集計

(1) 集計方法

全国の直接販売における販売金額の推定値を次式により算出した。

<推定値の計算式>

$$T = \sum_{i=1}^L N'_i \cdot \frac{\sum_{j=1}^L \frac{N_j}{n_j} \sum_{k=1}^{n_{ji}} x_{jik}}{\sum_{j=1}^L \frac{N_j}{n_j} \cdot n_{ji}}$$

T : x の総計の推定値

i, j : 売上 1 位の販売先別販売金額規模別階層を表す添字

k : 標本経営体を表す添字

L : 売上 1 位の販売先別販売金額規模別階層の数

N_j : 調査設計時の母集団名簿における j 階層の大きさ

N'_i : 集計時における推定母集団の i 階層の大きさ

n_j : j 階層から抽出した標本経営体の数

n_{ji} : j 階層から抽出した標本経営体のうち、調査結果において i 階層に属していた標本経営体の数

x_{jik} : j 階層から抽出した標本経営体のうち、調査結果において i 階層に属していた k 番目の標本経営体の x の調査値

(2) 集計時の母集団について

集計時の母集団については、直近の漁業センサス又は漁業構造動態調査の結果を活用する。

(3) 欠測値の集計について

販売先実態調査においては、欠測値の補完は行っていない。

集計事項

6次産業化総合調査 農業・農村の6次産業化総合調査
(農業経営体等における6次産業化業態別調査票)

総括表

- 1 農業生産関連事業別
 - (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
 - (2) 従事者数及び雇用者の男女別割合
 - (3) 産地別年間仕入金額（農産物直売所は販売金額）
- 2 全国農業地域・都道府県別
 - (1) 農業生産関連事業の年間販売金額及び事業体数
 - (2) 農業生産関連事業の従事者数

農産加工

- 1 運営主体別
 - (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
 - (2) 販売先別事業体数（複数回答）
 - (3) 販売先別年間販売金額
 - (4) 主な加工品目別年間販売金額
 - (5) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
 - (6) 1事業体当たり従事者数
 - (7) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別事業体数割合
 - (8) 年間販売金額規模別雇用者数
 - (9) 経営方針の決定に参画している従事者数及び男女別従事者数割合
 - (10) 加工原料の年間仕入金額及び年間仕入金額規模別事業体数割合
 - (11) 加工原料の品目別年間仕入金額
 - (12) 加工原料の産地別年間仕入金額
 - (13) 加工原料の品目別産地別年間仕入金額
 - (14) 1事業体当たり稼働日数
 - (15) 他産業との連携状況別事業体数割合（複数回答）
- 2 全国農業地域・都道府県別
 - (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
 - (2) 加工原料の年間仕入金額及び年間仕入金額規模別事業体数割合
 - (3) 加工原料の品目別年間仕入金額
 - (4) 加工原料の産地別年間仕入金額
 - (5) 1事業体当たり稼働日数
 - (6) 他産業との連携状況別事業体数割合（複数回答）

農産物直売所

- 1 運営主体別
 - (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
 - (2) 品目別年間販売金額

- (3) 産地別年間販売金額
- (4) 品目別産地別年間販売金額
- (5) 販売先別事業体数（複数回答）
- (6) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
- (7) 1事業体当たり従事者数
- (8) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別事業体数割合
- (9) 年間販売金額規模別雇用者数
- (10) 1事業体当たり営業日数及び営業時期別事業体数
- (11) 年間購入者数規模別事業体数割合
- (12) 販売施設の形態別事業体数割合（複数回答）
- (13) 常設施設を使用する1事業体当たり売場面積及び売場面積規模別事業体数割合
- (14) 農産物等の取扱状況別事業体数割合
- (15) 他農家等の出荷物も取り扱う場合の出荷者数及び出荷者数規模別事業体数割合
- (16) 出荷者からの料金徴収状況別事業体数割合及び品目別平均手数料率
- (17) 常設施設・通年営業の販売金額規模別事業体数割合
- 2 全国農業地域・都道府県別
 - (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
 - (2) 品目別年間販売金額
 - (3) 産地別年間販売金額
 - (4) 1事業体当たり営業日数及び営業時期別事業体数割合
 - (5) 年間購入者数規模別事業体数割合
- 3 常設施設・通年営業の販売金額規模別事業体数割合

観光農園

- 1 運営主体別
 - (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別農業経営体数割合
 - (2) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
 - (3) 1農業経営体当たり従事者数
 - (4) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別農業経営体数割合
 - (5) 年間売上金額規模別雇用者数
 - (6) 1農業経営体当たり営業日数
 - (7) 年間利用者数規模別農業経営体数割合
 - (8) 取扱品目別農業経営体数割合（複数回答）
- 2 全国農業地域・都道府県別
 - (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別農業経営体数割合
 - (2) 1農業経営体当たり営業日数
 - (3) 年間利用者数規模別農業経営体数割合
 - (4) 取扱品目別農業経営体数割合（複数回答）

農家民宿

- 1 運営主体別
 - (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別農業経営体数割合
 - (2) 農林漁業等体験活動参加者・体験者の居住地域割合
 - (3) 農林漁業等体験活動参加者数・体験人数及び参加者数・体験人数

規模別農業経営体数割合

- (4) 農林漁業等体験活動を実施している経営体のうち、海外からの参加者居住地域別経営体数割合（複数回答）
 - (5) 農林漁業等体験活動に係る年間参加料・体験料及び年間参加料・体験料規模別農業経営体数割合
 - (6) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
 - (7) 1 農業経営体当たり従事者数
 - (8) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別農業経営体数割合
 - (9) 年間売上金額規模別雇用者数
 - (10) 1 農業経営体当たり営業日数
 - (11) 年間宿泊者数及び年間宿泊者数規模別農業経営体数割合
 - (12) 年間外国人宿泊者数及び年間外国人宿泊者数規模別農業経営体数割合
 - (13) 年間外国人宿泊者数及び国（地域）別宿泊者数割合
- 2 全国農業地域・都道府県別
- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別農業経営体数割合
 - (2) 1 農業経営体当たり営業日数

農家レストラン

- 1 運営主体別
- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別事業体数割合
 - (2) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
 - (3) 1 事業体当たり従事者数
 - (4) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別事業体数割合
 - (5) 年間売上金額規模別雇用者数
 - (6) 1 事業体当たり営業日数
 - (7) 年間利用者数規模別事業体数割合
- 2 全国農業地域・都道府県別
- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別事業体数割合
 - (2) 1 事業体当たり営業日数
 - (3) 年間利用者数規模別事業体数割合

集計事項

6次産業化総合調査 漁業・漁村の6次産業化総合調査
(漁業経営体等における6次産業化業態別調査票)

1 統計表

総括表

1 漁業生産関連事業別

- (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
- (2) 従事者数及び雇用者の男女別割合

2 都道府県別

- (1) 漁業生産関連事業の年間販売金額及び事業体数
- (2) 漁業生産関連事業の従事者数

水産加工

1 運営主体別

- (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
- (2) 販売先別事業体数（複数回答）
- (3) 販売先別年間販売金額
- (4) 主な加工品目別年間販売金額
- (5) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
- (6) 1事業体当たり従事者数
- (7) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別事業体数割合
- (8) 年間販売金額規模別雇用者数
- (9) 加工原料の年間仕入金額及び年間仕入金額規模別事業体数割合
- (10) 加工原料の品目別年間仕入金額
- (11) 加工原料の産地別年間仕入金額
- (12) 加工原料の品目別産地別年間仕入金額
- (13) 1事業体当たり稼働日数
- (14) 他産業との連携状況別事業体数割合（複数回答）

2 都道府県別

- (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
- (2) 加工原料の年間仕入金額及び年間仕入金額規模別事業体数割合
- (3) 加工原料の品目別年間仕入金額
- (4) 加工原料の産地別年間仕入金額
- (5) 1事業体当たり稼働日数

水産物直売所

1 運営主体別

- (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
- (2) 販売先別事業体数（複数回答）
- (3) 販売先別年間販売金額
- (4) 品目別年間販売金額

- (5) 産地別年間販売金額
- (6) 品目別産地別年間販売金額
- (7) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
- (8) 1 事業体当たり従事者数
- (9) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別事業体数割合
- (10) 年間販売金額規模別雇用者数
- (11) 1 事業体当たり営業日数及び営業時期別事業体数割合
- (12) 年間購入者数規模別事業体数割合
- (13) 販売施設の形態別事業体数割合（複数回答）
- (14) 1 事業体当たり売場面積及び売場面積規模別事業体数割合

2 都道府県別

- (1) 年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合
- (2) 品目別年間販売金額
- (3) 産地別年間販売金額
- (4) 1 事業体当たり営業日数及び営業時期別事業体数割合
- (5) 年間購入者数規模別事業体数割合

漁家民宿

1 運営主体別

- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別漁業経営体数割合
- (2) 農林漁業等体験活動参加者・体験者の居住地域割合
- (3) 農林漁業等体験活動参加者数・体験人数及び参加者数・体験人数規模別漁業経営体数割合
- (4) 農林漁業等体験活動を実施している経営体のうち、海外からの参加者居住地域別経営体数割合（複数回答）
- (5) 農林漁業等体験活動に係る年間参加料・体験料及び年間参加料・体験料規模別漁業経営体数割合
- (6) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
- (7) 1 漁業経営体当たり従事者数
- (8) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別漁業経営体数割合
- (9) 年間売上金額規模別雇用者数
- (10) 1 漁業経営体当たり営業日数
- (11) 年間宿泊者数及び年間宿泊者数規模別漁業経営体数割合
- (12) 年間外国人宿泊者数及び年間外国人宿泊者数規模別漁業経営体数割合
- (13) 年間外国人宿泊者数及び国（地域）別宿泊者数割合

2 都道府県別

- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別漁業経営体数割合
- (2) 1 漁業経営体当たり営業日数

漁家レストラン

1 運営主体別

- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別事業体数割合
- (2) 従事者数及び男女別・年齢別従事者数割合
- (3) 1 事業体当たり従事者数

- (4) 年間雇用労賃及び年間雇用労賃規模別事業体数割合
- (5) 年間売上金額規模別雇用者数
- (6) 1 事業体当たり営業日数
- (7) 年間利用者数規模別事業体数割合

2 都道府県別

- (1) 年間売上金額及び年間売上金額規模別事業体数割合
- (2) 1 事業体当たり営業日数
- (3) 年間利用者数規模別事業体数割合