

2026年4月9日
株式会社日本政策金融公庫

調査先の食品関係企業の約7割が生産者や産地と連携

～ 連携の目的は安定した量や品質の確保など ～

< 食品産業動向調査(令和8年1月調査) 特別調査:生産者や産地との連携の取組み >

日本政策金融公庫農林水産事業は、融資先の食品関係企業等を対象に「食品産業動向調査」を実施しております。令和8年1月調査では、特別調査として、食品関係企業における「生産者や産地との連携の取組み」について調査しました。

調査結果のポイントは以下のとおりです。

<生産者や産地との連携の取組み状況>

- 生産者や産地との連携の取組みについて、「取り組んでいる」と回答のあった内容は、「生産者や産地への訪問等による関係構築」(60.8%)が最も多く、次いで「生産者や産地との契約取引」(52.7%)の順となりました。また、「今後、取り組みたい」と回答のあった内容は、「物流面での連携」(42.7%)が最も多く、次いで「製品の共同開発」(40.1%)の順となりました。(注)

(注) 各内容について、「取り組んでいる」、「今後、取り組みたい」、「取り組むつもりはない」のいずれかを選択。

- 生産者や産地との連携の取組み内容のいずれかに「取り組んでいる」という回答は回答先全体で約7割となりました。

<生産者や産地との連携に取り組む目的>

- 回答先全体で「安定した量を確保」(78.6%)が最も多く、次いで「安定した品質を確保」(59.0%)の順となりました。

<行政や外部機関に希望するサポート>

- 回答先全体で「生産者や産地との連携に関する情報提供」(39.4%)が最も多くなりました。

■詳細は、添付のレポートをご参照ください。

食品産業動向調査(令和8年1月)

特別調査:「生産者や産地との連携の取組み」

～目次～

- 1 生産者や産地との連携の取組み状況 P3～5
- 2 生産者や産地との連携に取り組む目的 P6
- 3 生産者や産地との連携に取り組む際の課題 P7
- 4 行政や外部機関に希望するサポート P8

○調査概要

- 調査時期:令和8年1月
- 調査方法:調査票による郵送アンケート及びインターネット併用調査
- 調査対象:全国の食品関係企業^(注1)(食品製造業、食品卸売業、食品小売業、飲食業)^(注2)
6,830社

(注1)主な調査対象は国産の農林水産物を原材料として使用または商品として取り扱う食品関係企業。

(注2)以降、本資料においては、「食品製造業」を「製造業」、「食品卸売業」を「卸売業」、「食品小売業」を「小売業」として表記。

- 有効回答数:2,133社(回収率31.2%)

(内訳)

郵送回答:1,158社、インターネット回答:975社

製造業:1,325社、卸売業:564社、小売業:182社、飲食業:62社

※グラフに表示している構成比は小数点第2位以下を四捨五入しているため、各種合計値が合わない、または100にならないことがある。

<お問い合わせ先>

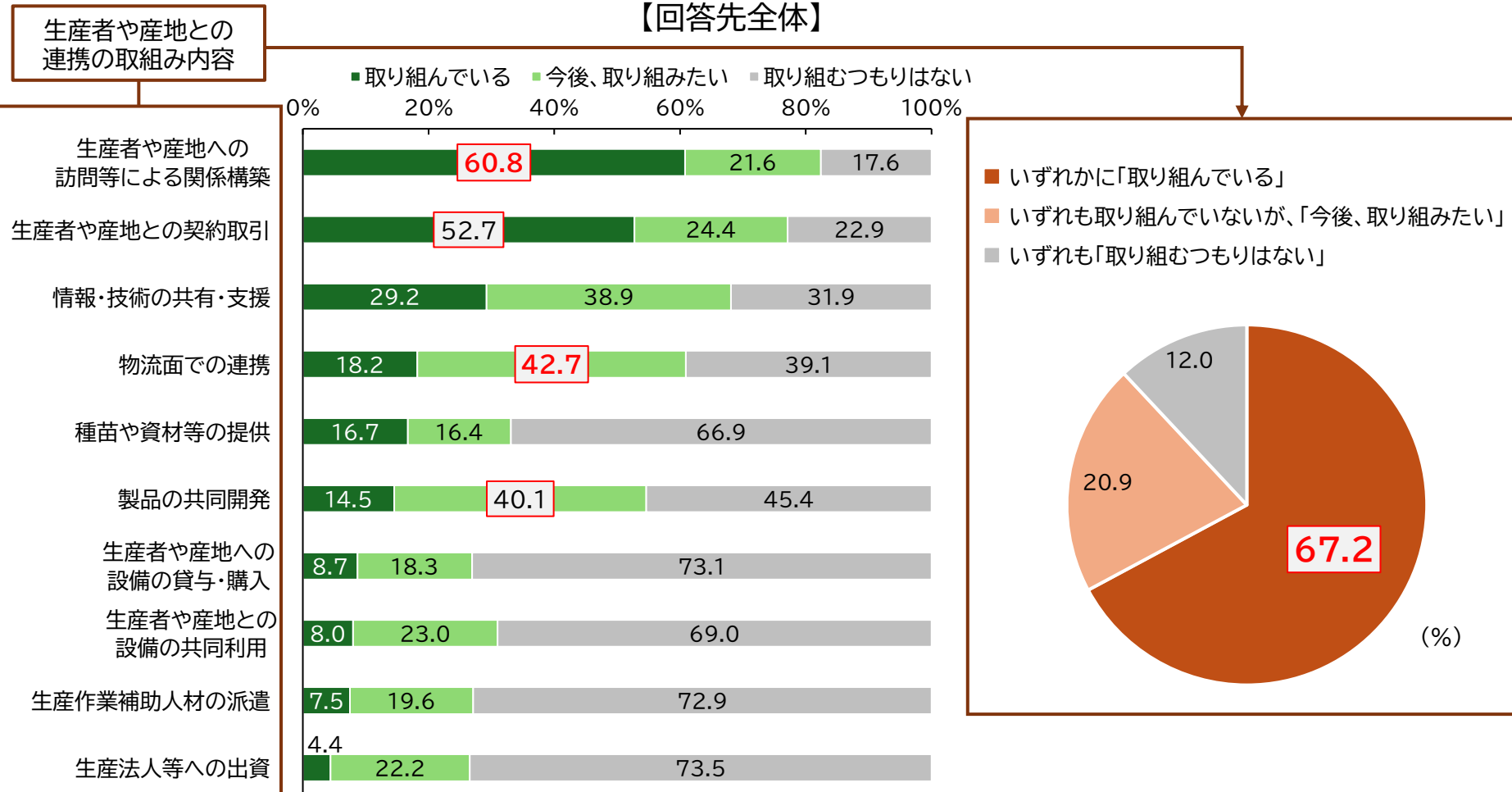
日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部(担当:高田、垣尾)TEL:03-3270-5585

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

1. 生産者や産地との連携の取組み状況（回答先全体）

- ・生産者や産地との連携の取組みについて、「取り組んでいる」と回答のあった内容としては、「生産者や産地への訪問等による関係構築」(60.8%)が最も多く、次いで「生産者や産地との契約取引」(52.7%)の順となった。
- ・「今後、取り組みたい」は「物流面での連携」(42.7%)が最も多く、次いで「製品の共同開発」(40.1%)の順となった。
- ・生産者や産地との連携の取組み内容のいずれかに「取り組んでいる」という回答は、回答先全体で約7割となった。

【回答先全体】



※ 各内容で、「取り組んでいる」、「今後、取り組みたい」、「取り組むつもりはない」のいずれかを選択。

1. 生産者や産地との連携の取組み状況（「取り組んでいる」:業種別）

- ・生産者や産地との連携の取組みについて、「取り組んでいる」と回答のあった内容を業種別にみると、「生産者や産地への訪問等による関係構築」がすべての業種で最も多く、次いで「生産者や産地との契約取引」の順となった。
- ・その他の回答は、卸売業では「情報・技術の共有・支援」、「物流面での連携」、「種苗や資材等の提供」、小売業では「製品の共同開発」と回答した割合が他の業種と比べて高かった。

(%)









































【取り組んでいる】と回答した割合	製造業 n=1,241	卸売業 n=527	小売業 n=176	飲食業 n=60
生産者や産地への訪問等による関係構築	56.2	71.2	67.0	45.0
生産者や産地との契約取引	50.0	58.4	61.4	33.3
情報・技術の共有・支援	28.0	36.8	19.3	16.7
物流面での連携	13.9	28.3	21.0	11.7
種苗や資材等の提供	15.6	23.5	6.3	8.3
製品の共同開発	13.0	15.6	24.4	8.3
生産者や産地への設備の貸与・購入	9.0	10.2	3.4	3.3
生産者や産地との設備の共同利用	7.6	10.6	4.5	3.3
生産作業補助人材の派遣	7.5	8.3	6.3	3.3
生産法人等への出資	3.7	6.6	4.0	0.0

※ 各内容で、「取り組んでいる」、「今後、取り組みたい」、「取り組むつもりはない」のいずれかを選択。

※ 回答した割合が高い上位2項目について、高い順に濃い色で塗りつぶしを行った。また、特徴的な項目について網掛を行った。

1. 生産者や産地との連携の取組み状況（「今後、取り組みたい」:業種別）

- ・生産者や産地との連携の取組みについて、「今後、取り組みたい」と回答のあった内容を業種別にみると「物流面での連携」が製造業、卸売業、飲食業で最も多く、小売業では「情報・技術の共有・支援」が最も多かった。
- ・次いで製造業、卸売業では「製品の共同開発」、飲食業では「製品の共同開発」および「情報・技術の共有・支援」、小売業では「物流面での連携」の順となった。

【今後、取り組みたい】と回答した割合	(%)			
	製造業 n=1,241	卸売業 n=527	小売業 n=176	飲食業 n=60
物流面での連携	 40.4	 46.3	 46.6	 48.3
製品の共同開発	 39.0	 42.7	 39.8	 41.7
情報・技術の共有・支援	 37.3	 39.1	 48.3	 41.7
生産者や産地との契約取引	 24.7	 21.8	 25.0	 38.3
生産者や産地との設備の共同利用	 21.8	 26.4	 19.3	 28.3
生産法人等への出資	 21.4	 24.7	 18.2	 28.3
生産者や産地への訪問等による関係構築	 24.0	 15.4	 21.6	 26.7
生産作業補助人材の派遣	 18.9	 22.0	 16.5	 21.7
生産者や産地への設備の貸与・購入	 17.1	 22.2	 14.2	 20.0
種苗や資材等の提供	 15.8	 18.0	 15.3	 18.3

※ 各内容で、「取り組んでいる」、「今後、取り組みたい」、「取り組むつもりはない」のいずれかを選択。
 ※ 回答した割合が高い上位2項目について、高い順に濃い色で塗りつぶしを行った。

2. 生産者や産地との連携に取り組む目的 (3つまで回答可)

- ・生産者や産地との連携に取り組む目的については、回答先全体で「安定した量を確保」が最も多く、次いで「安定した品質を確保」の順となった。
- ・業種別にみると、小売業では「自社が求める品種・規格を確保」や「ブランド化等による製品・商品の高付加価値化」、飲食業では「価格変動リスクを抑制」と回答した割合が他の業種と比べて高かった。

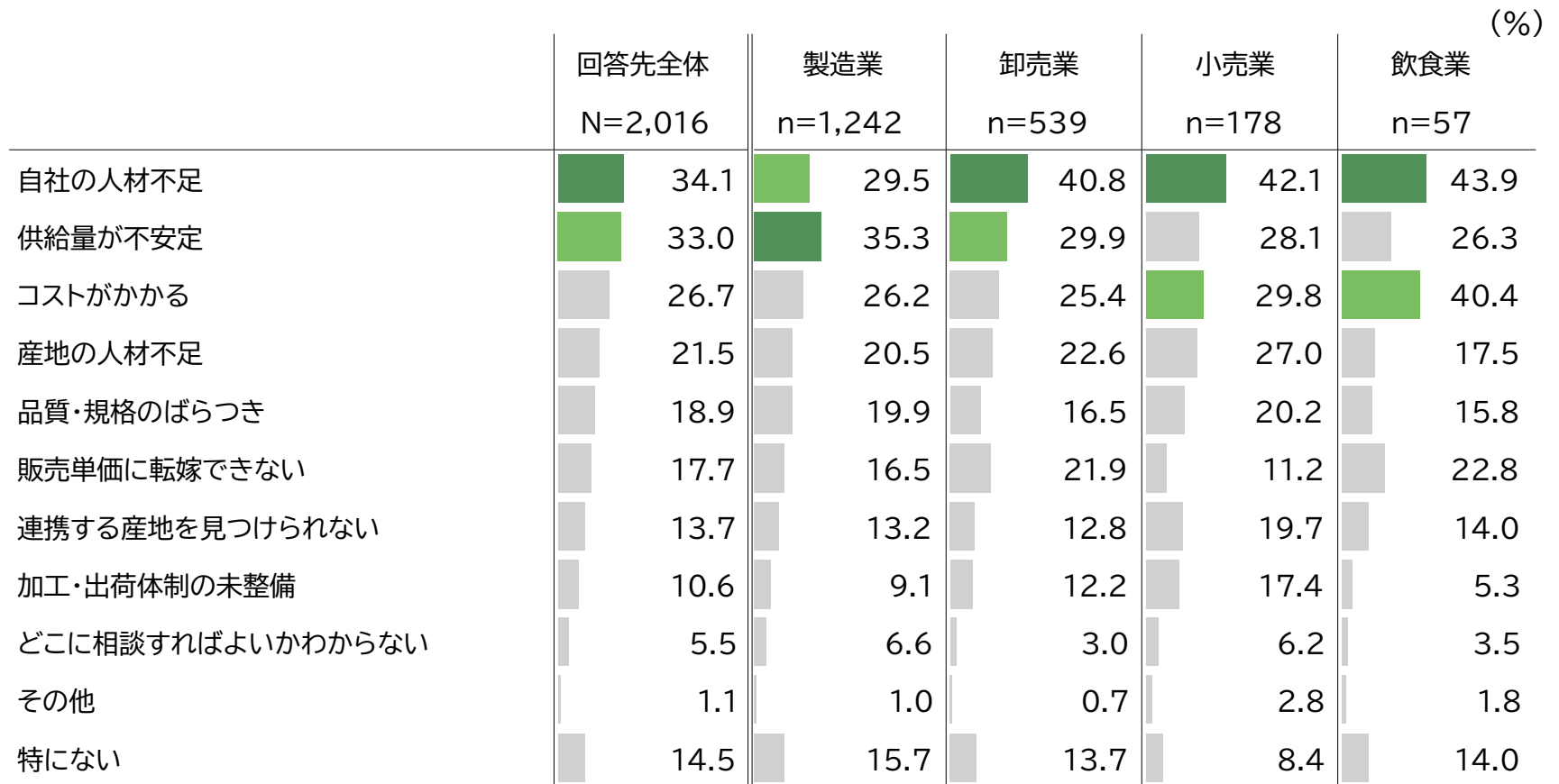
(%)

	回答先全体 N=1,876	製造業 n=1,147	卸売業 n=509	小売業 n=170	飲食業 n=50
安定した量を確保	78.6	79.8	82.5	64.1	60.0
安定した品質を確保	59.0	59.0	58.2	63.5	50.0
自社が求める品種・規格を確保	34.9	34.9	32.2	43.5	32.0
価格変動リスクを抑制	30.4	30.4	30.3	27.6	40.0
ブランド化等による製品・商品の高付加価値化	28.9	27.2	28.1	40.6	36.0
企業イメージの向上	7.2	7.2	6.1	8.8	14.0
自社経営資源の有効活用	4.4	4.5	5.1	2.4	0.0
その他	0.8	0.6	1.2	1.2	0.0

※ 回答した割合が高い上位2項目について、高い順に濃い色で塗りつぶしを行った。また、特徴的な項目について網掛を行った。

3. 生産者や産地との連携に取り組む際の課題 (3つまで回答可)

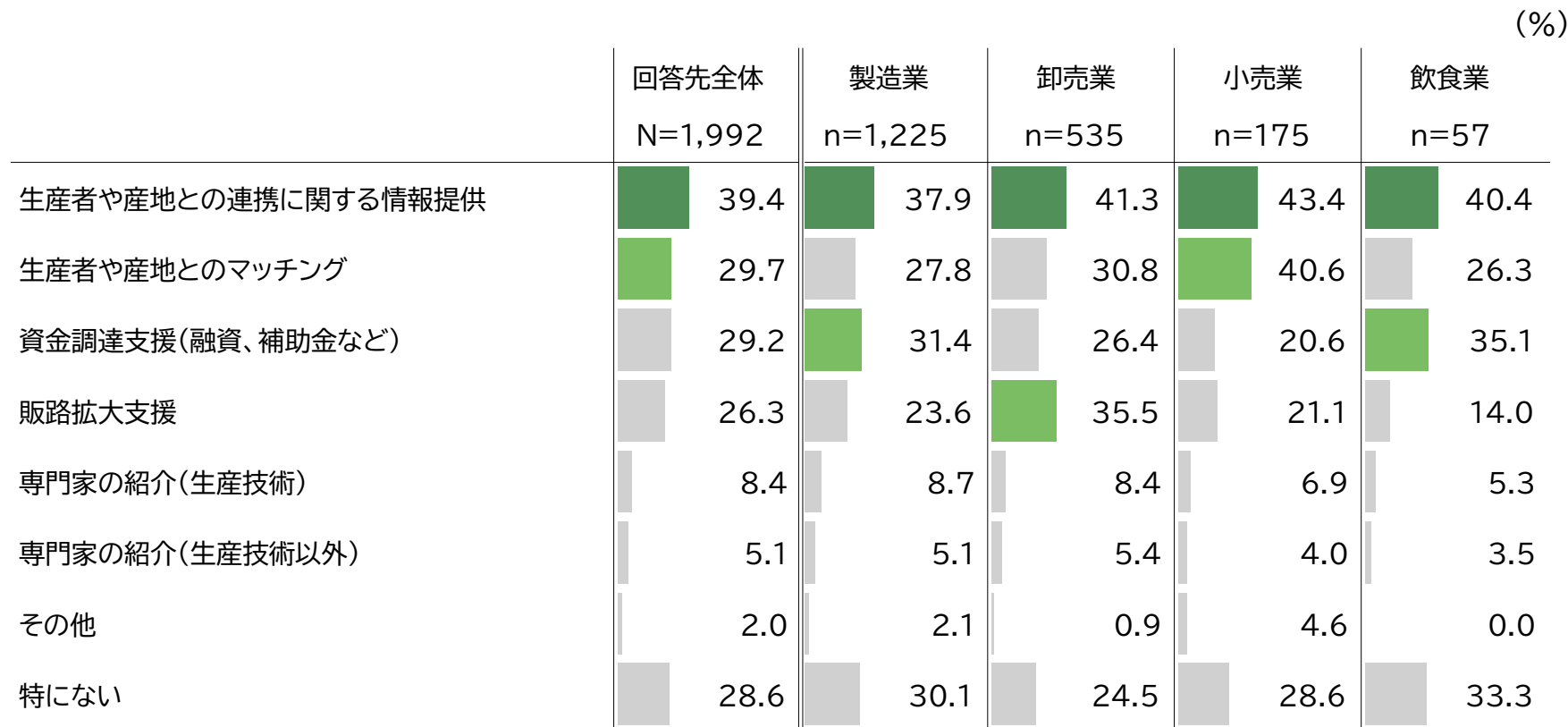
- ・生産者や産地との連携に取り組む際の課題については、回答先全体で「自社の人材不足」が最も多く、次いで「供給量が不安定」の順となった。
- ・業種別にみると、卸売業、小売業、飲食業では「自社の人材不足」が最も多く、製造業では「供給量が不安定」が最も多かった。
- ・飲食業では「コストがかかる」と回答した割合が他の業種と比べて高かった。



※ 回答した割合が高い上位2項目について、高い順に濃い色で塗りつぶしを行った。

4. 行政や外部機関に希望するサポート（3つまで回答可）

- ・行政や外部機関に希望するサポートについては、回答先全体で「生産者や産地との連携に関する情報提供」が最も多かった。
- ・業種別にみると、すべての業種で「生産者や産地との連携に関する情報提供」が最も多く、次いで製造業及び飲食業では「資金調達支援（融資、補助金など）」、卸売業では「販路拡大支援」、小売業では「生産者や産地とのマッチング」の順となった。



※ 「その他」及び「特にない」の選択肢を除き、回答した割合が高い上位2項目について、高い順に濃い色で塗りつぶしを行った。