



実践講座…したたかな農業を目指す経営管理

# 入るを計り出を制す！

## 第七章

### 勘定其ノ三 農産物の付加価値アップに必要な勘定とは

## 齊藤義崇

1973年北海道生まれ。栗山町在住。昨年、普及指導員を退職し、実家の農業を2014年から営む。経営は和牛繁殖、施設園芸が主体。普及指導員時代は、主に水稲と農業経営を担当し、農業経営の支援に尽力した。主に農業法人の設立、経営試算ソフト「Hokkaido\_Naviシステム」の開発、乾田直播の推進、水田輪作体系の確立などに携わる。

食品加工などの第二次産業、流通・販売などの第三次産業にも農業者が

関わることによって、これまで第二次・第三次産業の事業者が得ていた付加価値を農業者自身が得る取り組みを、昨今「六次産業化」というようだ。「大変身を遂げたスーパー農業経営者」「仲間と共に開発した農産加工品が大ヒット」「その増産に成功し、あらゆる販売手段が功を奏して、町には賑わいが戻った」——羨ましい限りで、全国にはこのような成功例が少なくない。お手本となる地域振興にまで至った六次産業化のビジネスモデルは、皆さんもご存じの通り実在するのである。

しかし、私自身は、経営がこのような形態に変化することはとても高いハードルであるし、その利益が如何ほどで、身を粉にして奔走した経営者の取り分は果たして増えたのかと、どうしても考えてしまう。

我が家にも小さいながら、古納屋を改造した加工場と飲食室がある。

製作した目的は単純で、自家農産物の貯蔵と加工、来客との交流スペースの確保である。それ以上でもそれ以下でもない。今年中にはいくつかの農産加工場と飲食店の許可申請を

してみたとは考えているが、お金儲けをしようとはまったく思っていない。来訪者に時折「六次産業化ですか？」と訪ねられるが、「ただの趣味です」と答えている。

農場単位で考えても、加工品をつくただけでビジネス化できる事例は稀である。レストランも同様である。農産物を生産するのにコツがあるように、農産物を加工して儲けるのもまたコツが必要なのだ。そして努力では如何ともしがたい、商売人のセンスが必要不可欠である。

### 王道は食品業界のプロとの提携

表1に主な農畜産物の商品(消費される形態となった物材)と、原料(農畜産物の一般売価)の売価を示した。おにぎりはおよそ10倍以上

上の付加価値が生まれたことになり。他の原材料と製造するためのコストがかかっているから、実際のお米の単価とは単純に比較はできない

が、最終消費の商品になると、原料が何倍にも価値を増し、利益を生み出していることに気づかされる。

我が国における食品産業の国内生産額は、減少傾向で約80兆円程度である。この産業を支える就業者数は約800万人といわれる。その中で経営者として成功している人は何人いるのか見当もつかないが、基幹的農業従事者数の170万人に比べればはるかに多い競争相手と、80兆円の牌を取り合っていることは明らかである。間違っても「六次産業化」の言葉に踊らされてはいけない。

では、これらを踏まえて、農産加工のあり方について考えてみよう。私が国産米のみを原料に使用している某冷凍食品メーカーにお邪魔したとき、設備や、コメ以外の原材料、販売流通形態などを勉強させていた

だいた。製造・販売・流通のノウハウなど並々ならぬ努力とコストを削減した経営努力によって商品が生み出されていることは、素人の私でもすぐに理解できた。

一方で、個人・集団を問わず農産加工を行なう農業経営にも、沢山お邪魔をしてきたが、どの農場でも「農家らしさ」と「生産へのこだわり」を付加価値につなげていた。漬物や味噌、トマトジュース、ソースなどに工夫を凝らし、商品の形態も多種多様である。売価も大量生産の市販品の2〜5倍で、こだわりと農場やその人々への愛着を理解できるお客様向けである。原材料に新たな価値を見出し、儲けの出る商品化をしている。

生産量が高く、おいしいトマトづくりのプロの経営があったとしても。その農場では味の濃い、トマトジュースも製造し、評判は良いが生産量は少ない。そこに、ある企業がやってきて、そのノウハウを高く評

表1：農産加工品の付加価値の事例

主な原材料名	単価 (円/kg)	商品名	1kgの原材料から製造される数量	販売単価 (円)	合計 (円)	付加価値 (倍)
米	200	おにぎり(コンビニサイズ1個)	20	120	2,400	12
和牛	2,500	ステーキ(180g1枚)	12	3,600	43,200	17
トマト	230	トマトジュース(180ml1瓶)	5	250	1,250	5
あずき	400	たいやき(あん30g1個)	60	100	6,000	15

表2：トマトジュースの1回転当たりの経営費

区分	項目	計算式	数値	備考※1	
収益性	販売金額	①	80,000	販売単価：800円/1ℓ瓶 1回転当たり製造本数：100本	
	材料費	②	51,112		
	(内訳)	主材料		36,125	トマト125kg
		副材料		20	食塩
		容器・付随経費		12,600	瓶王冠、シール等
		消耗品		2,367	加工機材、衛生品等
	製造経費	③	11,656		
	(内訳)	動力光熱費		363	水道、光熱費等
		販売費用		500	営業、車両費等
		減価償却費(機械・機材)		8,460	※2
減価償却費(施設)			1,333	33㎡木造モルタル	
租税公課		1,000	各種保険、租税等		
費用合計	④=②+③	62,768			
利益	⑤=①-④	17,232			
労働生産性	1回転所要時間	⑥	6.2	(時間・人)	
	製造必要人数	⑦	2	(人)	
	労働時間	⑧=⑥×⑦	12.4	(時間)	
	労働対価	⑨=⑤÷⑧	1,390	1人・1時間当たりの利益	

※1 収益性の項目はすべて単位は(円)

※2 トマト加工施設は年間5,000本のトマトジュースを製造する想定で、法定耐用年数を1回転当たりの100本分に割り戻して計算した

「王道」と見ている。その道の先に「六

価し、「頭を下げて提携による製造が拡大できたとする。やり甲斐は企業のノウハウと融合し、提携条件だけ有利に運ぶことができれば、農場にとって悪いことは一つもない。

私はしたたかな戦略を持つ食品業界のプロと農業生産プロの提携を

次産業化」があるのだが、農家らしい農場独自の農産加工、レストランなど付加価値アップを目指す実践者なくして、地域振興は描けない。

ジュースに加工するほうがそのまま販売するより儲かるか

これまで4月、7月号で紹介した

トマトを例に、トマトジュースの加工の事例から、農産加工の勘定のコツとして紹介してみる。

表2は、1回の作業で125kgのトマトをジュースに加工できる施設を整えて製造した場合に、トマトジュース100本当たりの収支を示したものである。この加工施設では年間5000本を製造する想定で、1回分を100本とした。先の項まで述べたように、計画なくして分析はない。また分析なくして計画はない。農産加工でも同様である。

生産農場自体が生産物の加工を行うとき、原材料を生産している強みからか、原材料代を勘定に入れないことが多い。表2では原材料費を1kg当たり289円として、1000本の生産に用いる125kg分の3万6000円を含んだ収支を試算した。つまり、一つのポイントは、原材料費に、農場で販売している生産物の平均単価でしっかり計上して収支を睨むことである。

次に労働対価について考えていきたい。表2には1時間当たりの利益(時給)が1300円とある。トマトの償却前所得は1400円である。コツの2つ目は、農産物の生産部門の労働生産性と同額以上に1時間当たりの利益が得られること、得

る計画を練ることを挙げる。せっかく付加価値アップを目指して苦労と休む時間を惜しんで、加工を行なったのに、農業生産より時給が落ちていたのであれば、加工せずにそのまま販売したほうが良いのではないかと結果的に思ってしまう。これは避けたい事項である。

3つ目として販売額の設定の考え方を挙げる。この投資分析では、1回転で100ℓのジュースをつくる設備を想定しているが、建物を含めて約600万円強の投資が伴う。これを加工品の売価にきちっと反映しなければ、事業にならず、単にやり甲斐だけとなってしまふ。

今回は800円/1ℓ瓶と設定したが、市販の大量生産のトマトジュースの3倍の価格である。市場に通用する商品づくりは、農場単位の農産加工といえどもお客様のニーズを的確に掴むことが、成功へのコツとなる。

農場で農産加工を目論むとき、やり甲斐は継続の原動力である。自前で生産する原材料代、投資総額と労働対価を見据えた売価の設定、示した表を参考に投資分析は必ず実践してほしい。「六次産業化」、そしてあなたの農場の加工品が、その糸口となるかもしれない。