令和元年度士別市６次産業化講演会

６次産業化を長く続けていくコツ

令和２年２月１０日

（株）ＲＥＡ　食料事業部長　鈴木俊介

© 2019 REA

１－１．なぜ６次化では目的が大切なのか

目的を見失って途中で立ち止まってしまいがち

６次化してみて初めてわかった大変さ

・忙しくて加工販売まで手が回らない

・不作の年は６次化を頑張る余裕が無い

・加工品を作ればすぐ売れると思っていた

・他の６次化農家さんとの競争が激しい

・家族経営だから人を雇うハードルが高い

© 2019 REA

１－２．６次化の不都合な真実

６次化の黒字化は大変だし時間がかかる

最近５年間の６次化事業の利益傾向　※総合化事業計画認定事業者

４０％以上が
赤字傾向

８０％近くが
儲けていない

**黒字化まで
平均４.１年**

※総務省「『農業の６次産業化の取り組みに関するアンケート調査』結果報告書」（平成31年3月）より作成
※北海道大学「北海道における6次産業化実施主体の特徴」より抜粋

© 2019 REA

１－３．６次化を止めてしまう農家さんもいる

６０％割が苦戦　７％が事業を止めている

総合化事業計画で定めた事業の進捗状況

※「六次産業化・地産地消法に基づく認定事業者に対するフォローアップ調査結果（平成29年度）」（農水省H30.7）

© 2019 REA

２－１．目的に合った頑張り方を考える手順

目的　→　目標　→　頑張り方　と具体的にする

例

・事業拡大

・売上〇〇万円

・利益〇〇万円

・従業員雇用

・週６日操業

© 2019 REA

２－２．皆さんの目的をもう一度確認

目的を難易度によって３つのレベルに分ける

事業拡大

７０００ｍ級
ヒマラヤレベル

通年雇用

３０００ｍ級
富士山レベル

外品活用

１０００ｍ級
天塩岳レベル

© 2019 REA

２－３．天塩岳レベルの目標設定

６次化を本業を盛り上げるための広告宣伝と考える

前提　：本業の農業生産で直売もある

目的　**規格外品を有効活用したい**

出荷できない／安すぎる外品で加工品製造

目標　**製造・販売事業の赤字を全体売上の５％以内に**

例：農業を含めた売上が１,０００万円

製造・販売事業の赤字５０万円以内に

© 2019 REA

２－８．天塩岳レベルのオススメの頑張り方

加工は人任せ　販売と発信に集中する

- ８：２で本業の農業を優先

- 食品加工業者に外注
- 保健所の営業許可不要の品目を
- 加工施設や機械にお金をかけない

乾燥野菜
お茶等

- 限られた経費内で楽しんで発信
- ファンを作り本業の販売につなげる

消費者と
イベント

© 2019 REA

２－９．富士山レベルの目標設定

人件費を支払った上で収支トントンを目指す

前提　：本業の農業生産で従業員を雇用

目的　**冬も雇用を維持したい**

冬期は食品の加工・販売事業で雇用

↓

目標　**自社加工施設で損益分岐点を目指す**

例：農業従業員を冬は６次化人員で雇用維持

人件費を払った上で“トントン”を目指す

© 2019 REA

２－１０．そもそも　損益分岐点とは？

いくついくらで売ったら黒字化するか運命の境目

材料費
運賃　等

人件費
施設費
(原価償却費)
等

© 2019 REA

２－１２．損益分岐点に達するとどうなるか

従業員を通年雇用できて本業の安定経営につながる

ポイント　：損益分岐点を下げる

・変動費　高い原材料は減らす／薄める

・固定費　減価償却費（＝初期投資）を下げる

注意点　：自分の経費は削らない

・自分の人件費も原価に含める

・自家生産原料にも正当な値を付ける

© 2019 REA

２－１３．富士山レベルのオススメの頑張り方

本業の農業を安定・強化するために頑張る

- ６：４で本業の農業を優先
- 家族＋アルファの小さな組織
- 夫婦／親子で役割分担

旦那：農業
妻：６次化

- 頑張らないことを決める

無理をすると
続かない

- 作付面積の削減か機械化作物への切り替え
- 農繁期は必要量だけ、農閑期にまとめて製造

© 2019 REA

２－１４．ヒマラヤレベルの目標設定

初期投資額の同額から２倍の売上

前提　：事業開始時に加工施設整備で初期投資あり

目的

利益を出して事業拡大したい

初期投資 → 借金返済 → 金貯まる → 再投資

目標

初期投資額の同額以上の売上

例：初期投資２千万円→目標年間売上２千万円

１０年後に借金完済、同規模の設備再投資

© 2019 REA

２－１５．再投資による事業拡大のイメージ

設備が使える間に 次回投資分を貯め 繰り返す

© 2019 BEA

２－１７．ヒマラヤレベルのオススメの頑張り方

レベルの高い食品加工業者を目指す

- ４：６で６次化を優先
- ６次化事業の専属人員を雇用
- 加工施設の稼働率を通年で高く維持する
- 委託製造を引き受けられる技術を

８０％
３００日／年

- 自社の強みによる他社との差別化
- 生産者ではなく経営者になる

時間がかかる

© 2019 REA

２－１８．よくある失敗例

身の丈に合わない投資と頑張りで止まってしまう

天塩岳に登るのに富士登山の道具を購入

→　黒字化せず、苦しくて断念

自分の頑張りは無限と過信

→　無理が続かず、苦しくて断念

© 2019 REA

３－１．マーケティングの４Ｐ４Ｃ

生産者目線で考案し 消費者目線で魅力を確認

生産者

４Ｐ
商品 Product
価格 Price
販売方法 Place
ＰＲ方法 Promotion

４Ｃ
価値 Customer Solution
費用 Cost
便利さ Convenience
交流 Communication

消費者

© 2019 REA

３－３．生産者目線　ＶＳ　消費者目線

消費者目線の物作りでは６次化は勝てない

よく言われる商品作りのポイント

「消費者目線」「客観的に」「マーケットイン」

？

そんなことが生産者に可能なのか？

そうやって作った商品は売れているか？

▼

生産者目線のままでＯＫ　ただし．．．

消費者のことを想う「おもてなしの心」を持つ

© 2019 REA

３－５．デザイン変更のオススメの方法

考えをまとめた上で合いそうなデザイン会社に依頼

デザイン事務所のサービス

- 要望の聞き取り
- デザイン作成
- 資材作成
- コンサルティング

※「株式会社ファームステッドＨＰデザイン事例」より（2020.2.6取得）

注意点

- ちゃんと伝えないとイメージ通りの物ができない
- コンセプト作成のコンサルティングはお金がかかる

© 2019 REA

３－１５．花咲かじいさんと欲張り爺さんの教訓

「想い」のないテクニックでは感動は与えられない

- 目先のテクニックに飛びつくだけではうまくいかない

© 2019 REA

３－１６．６次化の目的を確認する意味

目的と目標が決まれば　現在地が分かって余裕がでる

「ただ頑張る」では苦しくて迷う

↓

今どの高さにいるか確認する

ちゃんと
お金で確認

↓

気持ちに余裕が出てくる

↓

家族、従業員、客に伝わる

© 2019 REA