

■農業法人ブロック交流会に参加しよう！

農業法人の交流や相互研さんを目的としたブロック別交流会が6月の東北・北海道を皮切りとして始まっています。

これからの予定は下記のとおりとなっていますので、ぜひ積極的な参加をお願いします。

★東海ブロック

7月10日(木)～11日(金)
三重県菰野町ほか

★近畿ブロック

7月17日(木)～18日(金)
和歌山県岩出町ほか

★四国ブロック

7月28日(月)～29日(火)
高知県高知市ほか

★九州・沖縄ブロック

9月8日(月)～9日(火)
鹿児島県鹿児島市ほか

★関東ブロック

10月7日(火)～8日(水)
埼玉県日高市ほか

「AgriBusiness 経営塾」154号

2003年7月3日発行

発行：
社団法人 日本農業法人協会
東京都港区虎ノ門1-25-5
虎ノ門34MTビル
〒105-0001

Tel : 03-5156-0365
Fax : 03-5156-0366
E-mail : hojin@nca.or.jp
URL : http://www.hojin.or.jp/

AgriBusiness 経営塾

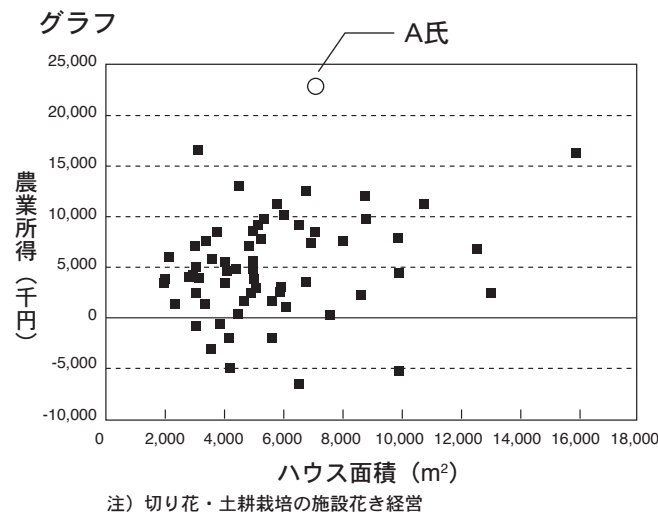
No.154

新・金融講座②

経営分析の座標軸 その2

農林漁業金融公庫
融資第1部 農業第2課長
吉原 孝

前回、農林公庫のご融資先の経営動向を調査したデータの中から、施設花き部門（個人経営）の規模（ハウス面積）と農業所得の分散状況を示したグラフを掲載しましたが、同じものを再度ご覧下さい（グラフ参照）。



このように、昨今は経営規模と所得には必ずしも強い相関関係があるわけではなく、経営者の能力や経営スタイルを反映して極めて多様化の様相を呈しています。今回はこのグラフの中でも最も「好位置」と思われる所にあるA氏の経営データの特徴をみることによって、効率的な経営の一例を垣間見ることとしましょう。

A氏はハウス面積七二五平方メートル(約

表 A氏の主要経営データ

	単位	平均	A氏	対平均倍率
ハウス面積	m ²	6,103	7,152	1.2
農業収入(売上高)	千円	27,092	60,258	2.2
農業所得	千円	6,403	22,856	3.6
1m ² 当たり収量	本/m ²	41	45	1.1
販売単価	円/本	53	61	1.2
費用合計	千円	20,689	37,402	1.8
物財費	千円	8,992	26,222	2.9
減価償却費	千円	3,848	7,383	1.9
1m ² 当たり種苗費	円/m ²	209	1,225	5.9
1m ² 当たり動力光熱費	円/m ²	565	1,289	2.3
作付延面積	m ²	11,720	20,694	1.8

注：1) 「平均」は、同一部門の全調査先の平均値である。
2) 「対平均倍率」は、平均を1とした場合のA氏の倍率である。

二二六七坪)の施設花き経営で二千万円を上回る所得をあげています。その経営規模や収支、費用、単収・単価等の主要データを掲載しましたのでご覧ください(表参照)。ここでは、特徴を把握しやすくするために、同一部門の調査先の平均値を1とした場合のA氏のデータの指数(倍率)を合わせて表示してあります。

さて、A氏のハウス面積は平均の1.2倍です。ところが農業収入(売上高)は2.2倍、農業所得は3.6倍と高くなっています。この高所得の要因は何でしょうか？
極めて高品質・高価なものを作っているからでしょうか？
そこで切花一本当たりの単価をみると、確かに平均を上回っています。一・二倍ですから、これは大きな要因では

ありません。では、極めて多収量を実現しているからでしょうか。しかし、単位面積当たり収量は平均の1.1倍とそれほど高くない状況です。

では次にコストに着目してみましょう。なんと、物財費や減価償却費を中心とする費用合計は平均の1.8倍とハウス面積の倍率をはるかに上回っています。主要な物財費である種苗費、動力光熱費を単位面積当たりで比較しても、いずれも平均よりもはるかに高く、この限りでは決して低コスト生産とは言えない状況です。

敢えて回り道の説明をしたわけですが、表中でも注目すべきは作付延面積なのです。ハウス面積が一・二倍に過ぎないのに、作付延面積が一・八倍となっていますね。農業収入が一・二倍となっていることはこれが主因です。そして、収入が一・二倍であるのに対して費用合計は一・八倍ですから、こうみれば低コストでもあり、所得が一層の高倍率となっていることもうなずけるのです。

施設花き経営において作付延面積が平均に比して極めて高倍率であることは、施設面積を無駄なく有効利用するとともに、年間の作付回数(施設の回転率)を最大限に高めていることを示しています。

現に、施設の回転率アップの追及はA氏の経営改善のうちの最重要事項であり、その高さがこの経営の最大の特徴です。A氏は、必要以上の高品質追及は控える一方で、売れ筋商品の取り込みや品種の最適組み合わせを考へつつ、販売面でも技術面でも施設回転率の最大化を図るよう努力しています。その結果がきちんと数字に表れているのです。

「高品質・低コスト生産」とはよく言われる言葉で、確かに重要なことですが、経営部門や経営者ごとに取組方法は様々ではなく、高品質路線のみが必ずしも最適とは言えません。

ここでみた花き部門のように、不況による需要変化や価格低迷が続く中では、ハウスという多額の資本装備を抱える以上、その回転率を高める工夫は是非とも必要でしょう。

このためにも、今回みたように、各種の平均値との比較などの「座標軸」をもって自己の経営を分析し、勝ち残るための経営スタイルを作っていくことが大切だと思います。