

農業ビジネスの教科書

従業員を雇って給料を安定的に出しても経営が成り立つ講座

【講師】

株式会社農テラス 代表取締役 山下弘幸

このコースでは
雇用型、組織型経営に転換する
方法が学ぶことができます

【若手農業者コース】

～従業員を雇って給料を安定的に出しても経営が成り立つ講座～

若手農業者向け

- ・ 近日事業継承予定の若手農業者
- ・ 事業継承した若手農業経営者
- ・ 事業拡張を目指す若手農業者

新農業 ビジネス スクール

従業員を雇って給料を安定的に出しても 経営を成り立たす講座

今回は従業員を雇ってもお給料を支払っても経営を成り立たせたい
と思っている方のための講座です。

この講座の狙いは

既存農業者もしくは新規農業者が事業主となられてから最初にぶつ
かる壁かもしれません

個人もしくは家族で農業経営をやっているうちは良いのですが、い
ざ、事業拡張となるとどうしても

家内労力だけでは足りなくなります。そこで雇用を開始するわけ
ですが、

自分たちの給料がやっとの時に、果たして従業員を雇って大丈夫だ
ろうか？という課題を解決するための

講座です

本講座は12の講座で構成されており、

第1講、既存農業からの脱却では家族経営と組織型経営のメリット
デメリットについて解説します

第2講、雇用するということ・・・では雇用の目的について考えて
みましょう

第3講、求人募集の仕方 では給料の決め方や社会保障について
です

第4講、面接、採用の仕方では実際に人選をする際の注意事項をお
伝えいたします

第5講、仕事の教え方 では従業員、パートにどのように仕事を教
えれば良いかについてです

第6講、人材育成の仕方 では作業員から右腕パートナーになっ
てもらう方法を学びましょう

第7講、既存農業からの脱却2では農業をビジネスとしてとらえる
ことの重要性についてです

第8講、価格決定の仕方 では相対取引についてノウハウについて
勉強しましょう

第9講、バイヤーと会うためには ではビジネスに不可欠なマーケ
ットリサーチについてです

第10講、商談の仕方 ではプレゼンテーションの方法になります

第11講、取引をするということ ではビジネスの基本について

第12講、マネジメントという仕事では雇用型農業で経営を成り立た
せるポイントになります

では最初に第1講から開始しましょう

第1講 既存農業から脱却の仕方 (雇用型農業とは)

では最初に第1講から開始しましょう

第1講、既存農業からの脱却の仕方

家族経営

規模拡張の限界

不安定

組織経営

規模拡張可能

持続・継続

まだまだ日本の農業は家族経営が主体で忙しい時だけ手伝ってくれるご近所さん、ご親戚の方々の

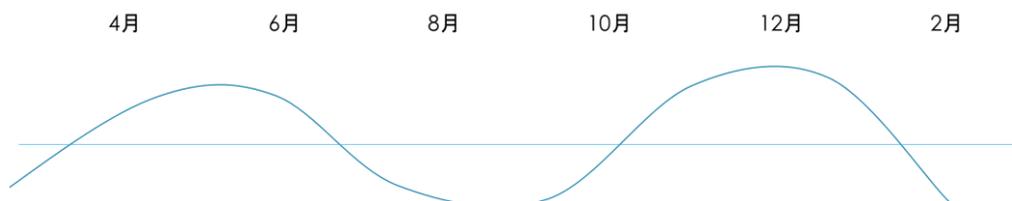
恩恵で成り立っているのが実情です。

しかし、そのためにわずらわしい近隣関係、親戚づきあいが不可欠となっているのも事実です。

これらのお付き合いが崩れると臨時雇用ができないでは果たして安定経営と言えるでしょうか

これらのわずらわしさも若者の農業離れの一因となっているのです。しかし、昨今、これら身内近所をあてにしない雇用型農業が新規農業者や、規模拡大農業者らによって薦められています。

しかし、これもまた、お給料を払い続けなければならない別の苦しみも生んでいるのです



雇用型農業というのは言うまでもなく

家族、身内以外の第3者を定期的に雇用し、決まった給与もしくは手当をお支払いする農業経営のことを言います。

月々20万お支払いすれば年間で240万をその方に支払って労働力を提供してもらうということです。

しかし、仕事には波があり毎日が忙しいわけではありませんよね。決まって忙しいのは仕事が重なった時で、例えば稲刈りの時に野菜の苗を植える作業と

重なったりするときです。
稲刈りもその日でなければダメ。明日には雨が降るかもしれませんが
逆にキャベツの定植も明日雨が降るかもしれないので今日中に
定植を済ませたいところです。

このようなことが頻繁に起きれば迷わず雇用を入れて
作業を安定させるのですが、たまに忙しい時だけとなると、
そういうわけにはいきませんよね。

では雇用をしている農業経営はどうやって成り立たせているのでし
ょうか？

給料の支払い

毎月お給料の支払いができるか？

作業量

毎日仕事があるか？

雇用で悩むのは二つ

「毎月お給料の支払いができるか？」と「毎日仕事はあるか？」です
例えば酪農では毎日搾乳があるので規模が大きくなれば割と計算が
できやすいかもしれませんが
しかし、野菜農業で考えると一般的に植え付けから収穫までそんな

に四六時中作業があるわけでは
ありません。
米作であればなおさらです。

コンスタントに仕事がある

トマト、ナスなどの周年栽培
ベビーリーフなどの軟弱野菜

作物の組み合わせ

夏作スイートコーン/冬作レタス
夏作トマト/水稲 高冷地
冬作トマト/温暖地

コンスタントに仕事があって
コンスタントに売り上げが立つものでなければ難しいかもしれませ
ん
例えばトマト、ナスなどの果菜類は9月定植して11月～翌6月まで
収穫し
7月片付け、8月には苗づくりが始まります。
また、ベビーリーフなどは種を撒いて収穫を何度も繰り返し増すの
で
常に作業と収入があるまさに雇用型農業の典型といっても良いでしょ
う
また、夏作と冬サックの組み合わせも良いです
夏スイートコーン、冬レタスであれば年通じて仕事があります

	栽培面積	a/収量		総収量		卸単価	売上：円
玉レタス	200 a	225	kg/a	45,000	kg	200	9,000,000
スイートコーン	200 a	200	kg/a	40,000	kg	245	9,800,000
							18,800,000

売上：玉レタス900万+スイートコーン980万=計1,880万

農業所得： 400万
 雇用費2名： 600万
 生産販売経費 752万
 (売上の40%) 計1,752万

売上-経費=128万 (約7%利益)

次の問題はコンスタントにお給料を払えるかです。

従業員の給料は固定費です。

仕事しようがしまいが雇用している以上必ず支払わなければなりません。

つまり毎月売り上げがなくとも支払いわなければいけない雇用（人件費）

が次のネックになってくることでしょう。

例えばレタス 2ha、スイートコーン 2 ha で試算してみましょう

売上単純計算で 1880 万の場合

従業員に保険等付与して 25 万（手取り 20 万でいど）二人で 50 万毎月支出したとすると

年間 600 万現金が出ていきますよね。

農業所得 400 万はキープするとして資材経費売上の 40%試算とした場合 752 万で

粗利が 128 万ということになります。

あとは物理的に「3人でこれらの業務がこなせるか？」ってことになりますし、定植、収穫など臨時パートを

1日3人、5000円×3人=15000円の臨時雇用給与を延べ60日間分支払うとなると90万/年の支払いになります

そうすると総経費は1752万+90万=1842万となります

	栽培面積	a/収量		総収量		卸単価	売上：円
玉レタス	200 a	180	kg/a	36,000	kg	200	7,200,000
スイートコーン	200 a	200	kg/a	40,000	kg	245	9,800,000
							17,000,000

売上：玉レタス900万+スイートコーン980万=計1,880万

農業所得： 400万
 雇用費2名： 600万
 生産販売経費 752万
 (売上の40%) 計1,752万

売上-経費=128万 (約7%利益)

しかし、例えば玉レタスの a/収量が 20%減ったとなると

話は変わります。いいなり収支はマイナスです

もちろん単価の変動があるかもしれませんが、長雨、干ばつなどの影響で更に収量が下がるかもしれません

それでも雇用をしているならば給料を払い続けるしかないのです。

転機の不具合で不作だったからお給料は払えません。では

その従業員も困ってしまいますよね。

あーやっぱり親戚家族などの身内だったらこんな時給料は我慢してもらえるのにと
頭を抱えることになるでしょう

借り入れ可能

内部留保



野菜の売り上げ以外の事業

つまり雇用型農業を行うときはこのような不足の事態を十分に考慮した上で
内部留保する。借り入れ可能にしておく、野菜の売り上げ以外の事業も展開しておくなどの
リスクヘッジを個人経営者以上考えておかなければなりませんね

**確実に人件費を支払うために
確実な売り上げを確保する**



**既存農業からの脱却
家内工業からの脱却**

そのためには
ひとつは従業員を安定して雇用するための資金が必要になります
予め2人分の600万の蓄えがあればそれに越したことはないのですが
それでなければその従業員の給料固定費を確実に確保する
手だてが必要になります。

確実に人件費を支払うために確実な売り上げを確保する
これこそが既存農業からの脱却であり
家内工業からの脱却なのです

既存農業からの脱却 家内工業からの脱却



市場出荷からの脱却 相対取引先の確保

そのためには市場出荷だけでは雇用型農業に転換するのは難しいでしょう
相対取引を行い安定した所得、安定した売り上げを確保することが賢明です

市場出荷からの脱却 相対取引先の確保



お客様の都合に合わせて
従業員を入れて対応できる状態を作る

また、相対取引を始めると
生産者都合だけで生産出荷するわけにはいきません。
あくまで取引（トレード）ですから
相手の都合に合わせて出荷、納品することが求められます
つまり、忙しいから出荷できないとか、
今日は天が降っているから収穫できないなどの
生産者側、産地側の都合は通用しなくなります。
その際、家内労力だけでまかなってはお客様の都合に合わせることができないのでここでも
やっぱり雇用（第3者）者の力を借りなければならないのです。

つまり
従業員を雇っても給料を安定的に出しても成り立たせる経営をする
にはお客様にあわせることができる新農業ビジネスを始めなければ
ならないのです

従業員を雇って給料を 安定的に出しても成り立つ経営



お客様の都合に合わせて
新農業ビジネスを始めること

第2講 雇用するということ (雇用目的)

次に雇用するということについて考えていきましょう
雇用する目的についてです

農業者、生産者で一番多いのが
「忙しいから、人手が足りない」です

確かにそうかもしれませんが、忙しいから人を入れるでは
経営者としていささか頼りないですよ
例えばうどん屋さんに行ったときにこんな場面にあったことはありませんか？

雇用型に切り替えた理由

第1位 忙しいから、人手が足りないから

店内ガラガラ

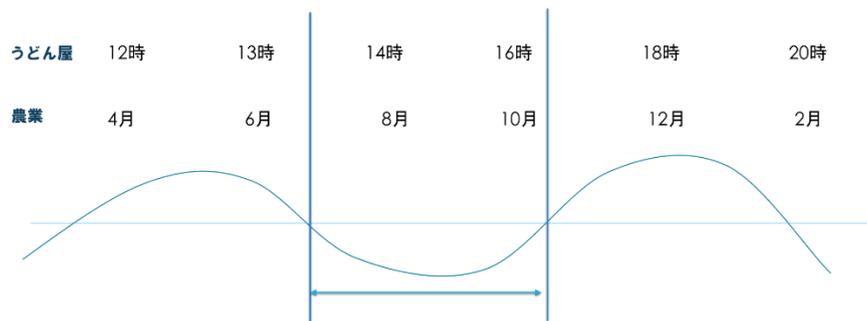


やたらと従業員が多い



店内ガラガラなのにやたらとスタッフが多い店。
これらはおそらく、12時～13時までの書き入れ時に備えて
お客様をお待たせしないように、サービスが滞らないように
スタッフをそろえているのかもしれませんが、
店内で座れる客数と客の回転数は決まっているため1店舗当たりの
売り上げはある程度限界があります。
それに従業員は12時～13時までの1時間働かせるってわけにはい
かないので
当たり前前に1日もしくは半日分の給料(時給)を払わなければな
りません。

そうなるともはや売り上げは上がっても人件費に取られてしまい
何のために商売しているのかわからなくなってきますよね



これはうどん屋さんの場合だけではなく
 農業も同じことが言えるのです
 うどん屋さんは忙しい時間が 12 時から 13 時までそれから 18 時から 20 時まで
 13 時以降～17 時までの 4 時間雇用している従業員を遊ばせるわけにはいきません

従業員側から見れば 13 時まで精いっぱい働いているのだから
 そこゆっくりしたいかもしれませんが、経営者からすれば従業員もコストですからそこはシビアに
 考えましょう

また、忙しく無い時は休ませよう（給料を払わない）って考える
 社長もいらっしゃいます。

それで従業員が納得すればベストな方法です。

しかし、従業員は自分の生活の糧として自分の時間と労力を提供していますので
 出来れば、いや完全に安定して雇用してくれる会社を選びます。

つまり、会社都合で仕事がない時は来なくていいよ（給料払わないよ）では
 まず、人が集まらないでしょう

雇用型に転換するときの注意点

1、忙しい時だけ雇うではなく 安定して雇う

雇用型に転換するときは

1、忙しい時だけ雇うではなく 安定して雇うのです。

雇用型に転換するときの注意点

2、忙しいから雇うではなく儲かるから雇う

次に、雇用型に転換するときには

2、忙しいから雇うではなく 儲かるから雇う。

従業員一人雇用したなら 300 万の経費が掛かります。

300 万の経費を捻出するには

先に学んだ売上に対する生産出荷経費は 40%とすると

最低でもこれまでの売り上げよりも 500 万売上が+されなければ

300 万の人件費は出せません。

それに、付加して作業用車両や、休憩所、管理用 pc や

福利厚生など含めると一人雇用するごとに 700 万~1000 万程度

これまでより売り上げを上げなければ雇用しても

お給料が払えなくなる可能性があるのです

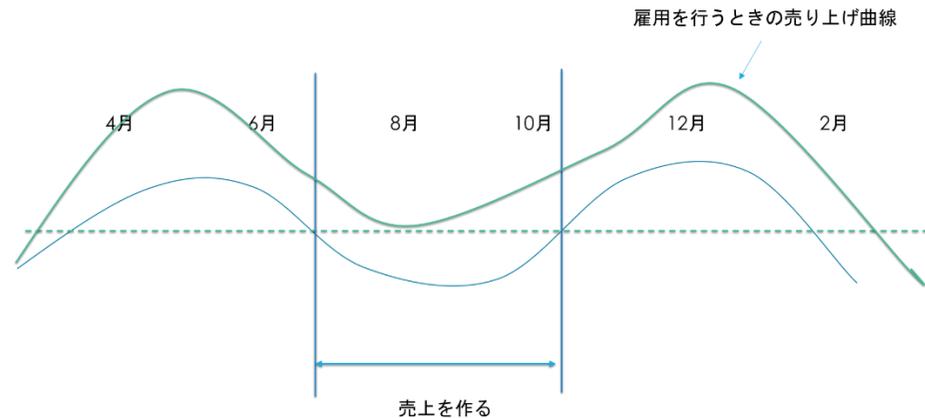
雇用型に転換するときの注意点

3、忙しい時に合わせて雇うではなく 暇を作らない体制を整える

雇用型に転換するときには

3、忙しい時に合わせて雇うではなく暇を作らない体制を整え、

これまで以上に売り上げが見込める体制を整えなければなりません



この図でいえば農繁期と言われる時期に人件費分の売り上げ 700 万を上澄みできるように生産するか、農閑期と言われる時期も売上が立つような事業計画を立てるか。

雇用型に転換するときの注意点

- 1、忙しい時だけ雇うではなく 安定して雇う
- 2、忙しいから雇うではなく 儲かるから雇う
- 3、忙しい時に合わせて雇うではなく
暇を作らない体制を整える

この雇用型農業の目的を明確に持っていないと農業事業自体成り立ちにくいのです

なぜなら農業事業で一番経費が掛かるのは人件費だから。雇用を行うときは

以下の3つを必ず実施して下さい。

- 1、忙しい時だけ雇うではなく 安定して雇う
- 2、忙しいから雇うではなく 儲かるから雇う
- 3、忙しい時に合わせて雇うではなく
暇を作らない体制を整える

これまではあくまで作業員、ワーカーとしての雇用を考えてきましたが、

業務を任せられる人がほしい、マネジメントできる人材が欲しいと思われる方は

「週休二日が可能な企業型農業にするための講座」にて詳しく解説しておりますので

そちらをご受講ください

ここでは1点だけポイントをお伝えしておきます

それは人を雇用するというだけでなく雇用できるヒトを雇用するということになります

雇用型から発展して 農場を任せられる人材を必要とする場合



人を雇用するという発想から
雇用できるヒトを雇うということになります

第3講 求人募集の仕方 (募集法)

第3講ではいよいよ求人募集の仕方です
求人する方法は大きく二つあります

求人募集の仕方

紹介

身内知り合い
知人からの紹介

求人広告

ハローワーク
求人広告

SNS、チラシ、雑誌、webサイト

まずは身内親せき、知り合いから紹介してもらうパターンです。
これは仲介してくれる方が共通の知り合いですので
信用できるパターンです。

しかし稀に、予定外の人材であったりすると解雇するのにややこしくなったりするので実は既存農業からの脱却どころか家内工業に逆戻りする場合があります。

創業当時はそれら人づてで人材を確保するのも仕方ないかもしれませんが、あくまで安定的に給料を出して経営を成り立たせるのが目的ですからそれなりの方、安定的に働いてくれそうな方を探すのが賢明です

そのためには広く告知することが良いです。

ハローワークや、地域の求人情報、最近ではwebサイトの求人サイトに登録するのが多いですね

職を探している方も最近ではスマホで検索する方がかなり多いのでこれらを活用するのが良いでしょう

第3講
求人募集の仕方
(募集法)

求人募集のラインナップ



これらが主な求人サイトです。

どこに申し込んでも良いのですが、若い世代を求めらるならハローワークが良いでしょう。また、きっちりした人を求めらるならハローワークが硬いですね。しかし、雇用する側もしっかりと雇用体制をとっておく必要があるのでそこをしっかりと固めましょう。

社会保険とは健康保険と厚生年金の総称です。法人を設立して従業員を雇ったらこの社会保険に加入させる手続きをする必要があります。健康保険とは健康保険は、労働者やその家族が病気やけがをしたときや出産をしたとき、亡くなったときなどに、

必要な医療給付や手当金の支給をすることで生活を安定させることを目的とした社会保険制度です。

病院に行くときに必要な保険証は、健康保険に加入することでもらえるものです。これによって、

本人が病院の窓口で払う額(窓口負担)が治療費の3割となります。健康保険は次の場合に加入となります。

①法人の事業所

②一定の業種(下記)であり常時5人以上を雇用する個人事業所
注意点はパート、アルバイトでも、1日または1週間の労働時間および1ヶ月の
所定労働日数が、通常の労働者の分の4分の3以上あれば加入させる
必要があります

法人化については後ほど触れますが、雇用をする事業所がまだ法人化していないのであれば今のところ農業は義務ではありません

第3講
求人募集の仕方
(募集法)

雇用体制(社会保険加入)

社会保険とは健康保険と厚生年金の総称です。法人を設立して従業員を雇ったらこの社会保険に加入させる手続きをする必要があります。

【健康保険とは】

健康保険は、労働者やその家族が病気やけがをしたときや出産をしたとき、亡くなったときなどに、必要な医療給付や手当金の支給をすることで生活を安定させることを目的とした社会保険制度です。

病院に行くときに必要な保険証は、健康保険に加入することでもらえるものです。これによって、本人が病院の窓口で払う額(窓口負担)が治療費の3割となります。

健康保険は次の場合に加入となります。

①法人の事業所

②一定の業種(下記)であり常時5人以上を雇用する個人事業所
注意点はパート、アルバイトでも、1日または1週間の労働時間および1ヶ月の所定労働日数が、通常の労働者の分の4分の3以上あれば加入させる必要があります

また、保険料は、事業主と労働者が折半で負担します。

※一定の業種とは、製造業、土木建築業、鉱業、電気ガス事業、運送業、清掃業、物品販売業、金融保険業、保管賃貸業、媒介周旋業、集金案内広告工業、教育研究調査業、医療保険業、通信法同業などを指します。

第3講
求人募集の仕方
(募集法)

雇用体制(社会保険加入)

【厚生年金とは】

厚生年金保険というのは、労働者が高齢となって働けなくなったり、何らかの病気やけがによって身体に障害が残ってしまったり、大黒柱を亡くしてその遺族が困窮してしまうといった事態に際し、保険給付を行う制度です。

厚生年金保険は次の場合に加入となります。

①法人の事業所

②一定の業種(下記)であり常時5人以上を雇用する個人事業所
注意点はパート、アルバイトでも、1日または1週間の労働時間および1か月の所定労働日数が、通常の労働者の4分の3以上あれば加入させる必要があります。

また、保険料は、事業主と労働者が折半で負担しています。

厚生年金とは

厚生年金保険というのは、労働者が高齢となって働けなくなったり、何らかの病気やけがによって身体に障害が残ってしまったり、大黒柱を亡くしてその遺族が困窮してしまうといった事態に際し、保険給付を行う制度です。

厚生年金保険は次の場合に加入となります。

①法人の事業所

②一定の業種(下記)であり常時5人以上を雇用する個人事業所

注意点はパート、アルバイトでも、1日または1週間の労働時間および1か月の所定労働日数が、通常の労働者の4分の3以上あれば加入させる必要があります。

ここでも法人化していない場合は4名以下の雇用であれば加入は強制ではありません。また、保険料は、事業主と労働者が折半で負担しています。

社会保険・健康保険・厚生年金との違い

健康保険や厚生年金などの社会保険と、雇用保険は同じ社会保障制度ですが、社会保険と比べて条件も細かく様々なものがあります。

健康保険は病院や通院時に適用されるもの、

厚生年金は現在65歳以上の人が受け取れる年金制度などとわかりやすいです。

しかし雇用保険には育児や介護、労働者の職業訓練など多様な条件・

制度があり、人数が多い企業などでは管理も大変です。まず雇用保険と社会保険には労働者の適用範囲の違いがあります。

健康保険や厚生年金などの社会保険は病院の料金が3割負担ですむ、満65歳以上から受け取れるなど基本的に全労働者に関係のあるものがほとんどです。雇用保険は、一定の条件を満たした人しか受け取ることができません。

それには理由があり、育児で時間やお金に余裕がなくなる人に適用される育児休業給付、介護で時間やお金に余裕がなくなる介護休業給付などがあります。

つまり社会保険は全労働者に平等に適用され、雇用保険は困った人などが通常の生活を維持できるよう、他の一般的な労働者と生活基準を平等に保つように補助してくれる保険ということになります。

第3講 求人募集の仕方 (募集法)

雇用体制（雇用保険加入）

社会保険・健康保険・厚生年金との違い

健康保険や厚生年金などの社会保険と、雇用保険は同じ社会保障制度ですが、社会保険と比べて条件も細かく様々なものがあります。健康保険は病院や通院時に適用されるもの、厚生年金は現在65歳以上の人が受け取れる年金制度などとわかりやすいです。しかし雇用保険には育児や介護、労働者の職業訓練など多様な条件・制度があり、人数が多い企業などでは管理も大変です。まず雇用保険と社会保険には労働者の適用範囲の違いがあります。健康保険や厚生年金などの社会保険は病院の料金が3割負担ですむ、満65歳以上から受け取れるなど基本的に全労働者に関係のあるものがほとんどです。

雇用保険は、一定の条件を満たした人しか受け取ることができません。それには理由があり、育児で時間やお金に余裕がなくなる人に適用される育児休業給付、介護で時間やお金に余裕がなくなる介護休業給付などがあります。つまり社会保険は全労働者に平等に適用され、雇用保険は困った人などが通常の生活を維持できるよう、他の一般的な労働者と生活基準を平等に保つように補助してくれる保険ということになります。

第3講
求人募集の仕方
(募集法)

雇用体制（雇用保険種類）

雇用保険の種類

雇用保険の種類は主に以下のものがあります。

・基本手当

失業手当や失業保険と言われている保険

・育児休業給付

出産後の育児休業中に受け取れる保険

・介護休業給付

介護を必要としている人が家族にいて介護休業を取得した時に受け取れる保険

・教育訓練給付

従業員が資格や教育の訓練を受けられるための保険

・高齢雇用継続基本給付

65歳以上の高齢者が労働し続けられるように援助をしてくれる保険

失業保険といわれているものは正式には雇用保険の基本手当といえます。主に使われることが多いのがこの基本手当です。基本手当も辞める前に働いていた年数や辞め方によって受け取れる基本手当が変わってきます。

自己都合で企業を退職した場合、1年以上の労働期間で3ヶ月分の失業基本手当が受け取り、10年以上で4ヶ月分、20年以上で5ヶ月分と決まっています。

雇用保険の種類

雇用保険の種類は主に以下のものがあります。

基本手当

失業手当や失業保険と言われている保険

これが、一般的に従業員さんがほしいと言われる保険です。

万一この仕事を辞めた時に次の仕事につくまでの間を保証してくれる制度です

育児休業給付

出産後の育児休業中に受け取れる保険

介護休業給付

介護を必要としている人が家族にいて介護休業を取得した時に受け取れる保険

教育訓練給付

従業員が資格や教育の訓練を受けられるための保険

高齢雇用継続基本給付

65歳以上の高齢者が労働し続けられるように援助をしてくれる保険

失業保険といわれているものは正式には雇用保険の基本手当といえます。

主に使われることが多いのがこの基本手当です。基本手当も辞める前に働いていた年数や辞め方によって受け取れる基本手当が変わってきます。

自己都合で企業を退職した場合、1年以上の労働期間で3ヶ月分の失業基本手当が受け取り、

10年以上で4ヶ月分、20年以上で5ヶ月分と決まっています。

第3講
求人募集の仕方
(募集法)

雇用体制（雇用保険適用範囲）

雇用保険に入るにも適用範囲があります。労働環境によって雇用保険に入る条件を満たしていないと雇用保険に加入することができません。

会社に在籍している正社員、一般社員
満65歳未満の人が加入できます。

派遣社員やパート・アルバイト

2種類の加入条件があり、「1週間の労働時間が20時間を超えること」「31日以上会社で働く見込みのある労働者であること」となります。

日雇い労働者

日雇い労働者は一定の期間同じ企業で仕事をすることが少ないので**自分で雇用保険の申請を出す**必要があります。31日以上働く見込みがあれば上記の派遣社員やパート・アルバイトと同じ条件なので雇用保険に加入できますが、**31日未満であれば日雇い労働者として雇用保険に加入**できません。

雇用保険に加入する条件は、**雇用保険の適用になっている事業所**で働いていることです。その条件を満たしていればあとは管轄のハローワークに行き手続きをすれば**日雇労働被保険者**手帳がもらえます。また日雇い労働者が失業時に受け取れるものは基本給付とは違い、**日雇労働求職者給付金**になります。

短期的な仕事をする労働者

季節的要因や仕事柄**1年通して雇用されない場合を対象**にした加入条件です。農業や冬にしか行わないスキー場などが当てはまります。雇用保険の加入条件としては「4ヶ月以上雇用される」「1週間の労働時間が30時間を超えること」です。こちらを受け取れる給付金は条件を満たしていれば、特例一時金が受け取れます。

65歳以上も雇用保険の被保険者に

65歳以上の人も雇用保険の被保険者に継続してなることが可能です。さらに以前では65歳になるまでに雇用保険に加入していないと65歳を過ぎてから加入することはできませんでした。しかし平成29年1月1日から雇用保険の適用条件が拡大され65歳以上からでも雇用保険に加入することができるようになりました。なので65歳以上から求職し企業に採用された場合でも雇用保険に加入することができます。

65歳以上の求人を出しているところはあまり多くはないですが、この事実上の年齢制度の撤廃によって65歳以上の人でも新たに仕事を始めることへの意味が広がっていることは確かな事実です。65歳以上の人は**高齢前被保険者**として雇用保険に加入することになります。高齢前被保険者としての加入条件は「1週間の労働時間が20時間を超えること」「31日以上、雇用される見込みがあること」が条件になってきます。

事業者は、対象となった人が**企業に在籍してから翌月の10日までに管轄のハローワークに「雇用保険被保険者資格取得届」**を提出しましょう。

雇用保険に入るにも適用範囲があります。労働環境によって雇用保険に入る条件を満たしていないと雇用保険に加入することができません。

会社に在籍している正社員、一般社員

満 65 歳未満の人が加入できます。

派遣社員やパート・アルバイト

2 種類の加入条件があり、「一週間の労働時間が 20 時間を超えること」「31 日以上会社で働く見込みのある労働者であること」となります。

日雇い労働者

日雇い労働者は一定の期間同じ企業で仕事をするのが少ないので自分で雇用保険の申請を出す必要があります。

31 日以上働く見込みがあれば上記の派遣社員やパート・アルバイトと同じ条件なので雇用保険に加入できますが、

31 日未満であれば日雇い労働者として雇用保険に加入できます。

雇用保険に加入する条件は、雇用保険の適用になっている事業所で働いていることです。

その条件を満たしていればあとは管轄のハローワークに行き手続きをすれば日雇労働被保険者手帳がもらえます。

また日雇い労働者が失業時に受け取れるものは基本給付とは違い、日雇労働求職者給付金になります。

短期的な仕事をする労働者

季節的要因や仕事柄 1 年通して雇用されない場合を対象にした加入

条件です。

農業や冬にしか行わないスキー場などが当てはまります。

雇用保険の加入条件としては「4 ヶ月以上雇用される」「1 週間の労働時間が 30 時間を超えること」です。

こちらを受け取れる給付金は条件を満たしていれば、特例一時金が受け取れます。

65 歳以上も雇用保険の被保険者に

65 歳以上の人も雇用保険の被保険者に継続してなることが可能です。さらに以前では 65 歳になるまでに雇用保険に加入していないと 65 歳を過ぎてから加入することはできませんでした。

しかし平成 29 年 1 月 1 日から雇用保険の適用条件が拡大され 65 歳以上からでも雇用保険に加入することができるようになりました。

ですから 65 歳以上から求職し企業に採用された場合でも雇用保険に加入することができます。

65 歳以上の求人を出しているところはあまり多くないですが、この事実上の年齢制度の撤廃によって 65 歳以上の人でも新たに仕事を始めることへの意味が広がっていることは確かな事実です。

65 歳以上の人は高年齢被保険者として雇用保険に加入することになります。

高年齢被保険者としての加入条件は「1 週間の労働時間が 20 時間を超えること」「31 日以上、

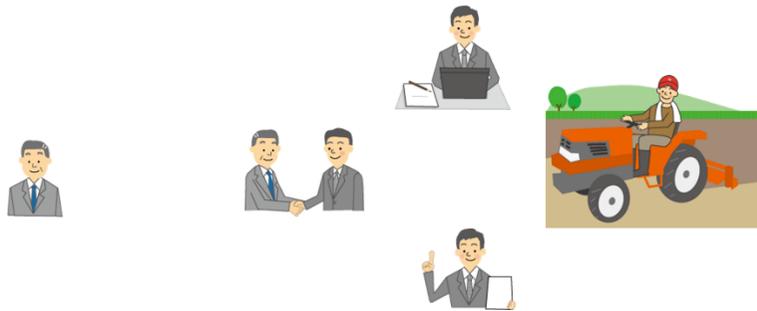
雇用される見込みがあること」が条件になってきます。

事業者は、対象となった人が企業に在籍してから翌月の10日までに
管轄のハローワークに

「雇用保険被保険者資格取得届」を提出しましょう。

**第3講
求人募集の仕方
(募集法)**

法人化と社会保険

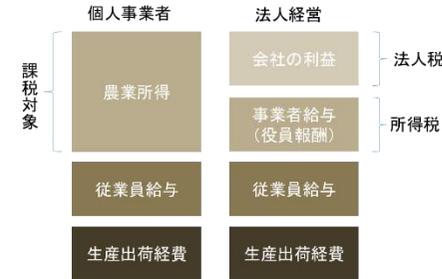


このように雇用を行うときには従業員は自分の生活、自身の保障を守ろうとします事業主は働いてもらえさえすればそれでいいって思っているでも雇用される側の立場になって考えてあげるのも事業者の責務なのです。これらを難しいと思われるなら社会保険労士にお問い合わせするのが良いです。労務コンサルであれば月々3万程度で引き受けてくれるはずです。

自身がまだ現場で作業をされているならこれらの諸手続きは外部に委託するのが賢明ですまた、従業員側からすれば「社会保障があるのか否か?」「この会社はつぶれないか?」って心配もあります。そのためにも求人をして雇用型に移行するのであれば法人化したほうが良いです。

**第3講
求人募集の仕方
(募集法)**

法人化とは?



経営環境の向上	1. 経営責任に対する危機意識を持つことで、経営者としての意識改革を促進 2. 業種と経営の分離による、経営管理の徹底
対外信用力の向上	1. 計数監査の明確化や各種法定書類(独立登記、経営報告等)を持つため、金融機関や取引先と信用力を築きやすくなる 2. 「企業」としてのイメージ向上により、商談相手や従業員の採用等が円滑化
人材の確保・育成	1. 労働環境の整備による従業員の待遇向上、雇用の円滑化 2. 法人と認識することで従業員は多く経歴が、職業技能の習得が可能となることから、新規従業員の確保が容易
経営判断の円滑化	1. 法人の役員、社員等の中から有識な者を取締役として採用することが可能 2. 法人として経営・取引を行うことで、事業継承後に対処能力が向上
税負担の軽減	1. 所得の分離による事業主への課税軽減 2. 定率課税の法人税の適用 3. 役員報酬の給与所得による節税 ・役員報酬は法人税に對して課税課金が可能 ・所得割に對して従業員が受けた報酬は給与所得控除の対象となる 4. 役員人兼務役員給与の課税課金 5. 退職給付等の課税課金 6. 次年度の9年間課税課税(青色申告法人に限る・個人は3年間) 7. 農業経営基盤強化促進金の活用(青色申告法人で認定農業者に限る)
社会保険制度	1. 社会保険、労働関係の適用による事業主側の権利保護 2. 労働時間等の就業環境の整備、給与の適正化による従業員の増強
相続資金	1. 贈与税課税の拡大(認定農業者に限る) 2. 農業経営基盤強化資金(スーパーE-1資金) ・貸付制度(個人・法人・個人・個人) ・内閣府(特設20億円) ・内閣府(特設1億円)の活用 ・農業者(認定農業者に限る)
農地の活用	1. 農地中間管理機構が農用地等を預託出賃することにより農地確保の負担軽減

法人化のメリットは経営上の面、制度の面でこの表のように幾つかありますがもちろんデメリットもあります
これまで農業所得に対してだけ課税されていたものが会社の利益に対してと事業主の所得に対してと分けて支払うことになります。
よって、自分の給料をたくさん払って会社の利益を少なくして法人税を少なくもできますし逆もできます。これによって個人事業主だった時より多く納税しなければならない場合もあるので一概に法人化にすべてのメリットあるわけではないのです
しかし、ここでは従業員を雇って安定的な入力給料を払っても経営が成り立つという視点で考えるならば法人化は是非すべきです。
誰のためか?従業員からの信用を得るためです

第3講 求人募集の仕方 (募集法)

ホームページは名刺代わり

ホームページ



Face bookページ



そのほかにも

自社のホームページや Facebook のページなどは重要です。

昨今は雇用側がヒトを選ぶのではなく、雇われる方が会社を選ぶ時代です

旧偉人広告を出してそれを見た方は必ずその会社を調べます
どんな会社なのだろう。どんな人が働いているのだろうって

もし、求人広告を見て給料面、社会保障面、待遇面が気に入っても
ホームページがなければ不安になって申し込みをしり込みされるかもしれません

雇用型農業へ転換するならホームページはマストアイテムであると考えましょう

お給料の決め方

【最低賃金全国一覧】

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/ko-you_roudou/roudoukijun/minimumichiran/

求人募集する際に一番大事なのは給料面です。雇われる方も、雇う方もこれは同じです。最低賃金を上回るのは当然ですが、あまりにも高くすれば会社の負担が大きくなる少なれば人が集まらない・・・

そこで他社や同業者の給与を参考にするのが良いでしょう。

求人広告を片っ端から調べて相場がどれくらいか？これは地域によってことなりますで、従業員が赴任する予定の地域を調べてください。また、初任給が安くても給与が上がる可能性があれば従業員は安心できます。賞与（ボーナス）もそれです。また、残業手当がつくのか、交通費は出るのか、最近特に重要視されるのは休日です。自分の時間を大事にする時代です。会社人間になろうと思っている人はまずないと考えて下さい。従業員一人一人を重んじる社会です。従事者の幸せを考える余裕を持つことも事業主の務めです。

ただ、経営面で行けば月々20 万年間 300 万の給与を上げるのであれば単純に 500 万以上の売上を捻出できる働きをしてもらえば良いだけのことでもし年間 400 万の給与がほしいって従業員が来たならば年間 700 万以上の売り上げ捻出する働きをもらえば良いのです

第4講 面接、採用の仕方 (人選法)



第4講では面接、採用の仕方についてです。

第3講までに学んだように雇用をするということは忙しいからでなく 売上を上げてもらうための手段です。

給料をどれだけ出そうが、それだけの働きをしてもらいさえすれば 経営者からはありがたいことになります

ではそのような方を面接のときに見極めて採用する人選について学んでいきましょう

面接の際、短い時間でどれだけ

相手を見極めることができるか？これは経験を積まなければ 難しいかもしれませんが幾つかポイントをお伝えしていきます

まずは**第ゼロ印象**です。

第1印象ではなく第ゼロ印象です。

これはその方のバックステージを除くことになります。

早い話が SNS でその方がどのような日常を送っているかを

事前に調べることです。SNS は日常が出ていますので

その人を事前調べるにはちょうど良いのです。また、SNS をやっていなければ

やりたくないのか？やり方がわからないのか？興味がないか。でそれもまたキャラクターがわかりますよね

しかし、気を付けなければいけないのは事業主であるあなたも面接の前に調べられている可能性があります。

これから先は**第ゼロ印象**を互いに気を付けなければなりません

第ゼロ印象



電話での受け答えがはきはきしているか、伝えたいことが明確か失礼がないかなど社員になった時に電話の受け答え、取引先や地域の人とのやり取り、会話は必ずあります。

最初の電話で持ったあなたの印象はその社員が会社に入ってから他の人から得る印象そのものです。ですから必ず自分で電話をかけて最初の印象を見極めてください。その後面接の態度がどれだけよくてもそれは作られたものかもしれませんよ。

電話対応 第1印象



- ▶電話での受け答えがはきはきしているか、
- ▶伝えたいことが明確か
- ▶失礼がないかなど



身なり 第2印象



次は電話対応です。

面接の申し込みが電話であった場合、自分が受けなくともかならず折り返して電話をかけましょう。

電話は顔が見えない分相手を想像します。

次はいよいよ面接です。

第一は約束時間にちゃんと来ているか？遅れてくるのは問題外ですが、13時面談なのに極端に12時半とかに来る人も問題です。相手への配慮が足りません。

そしていよいよ面談ですがここからは**第2印象**です。

身なりは相手に対する敬意でもあります。

どれだけこちら側に敬意を払っているかが頑張っで見られます。

髪型、服装、靴など主に注意すべき点はこの3つです

センスは服に出ます。清潔感は髪に出ます。

その人の人生は靴に出ます

例え農業とゆえどもきちんとした身なりの人を採用しなければ

従業員を雇って給料を安定的に出して経営が成り立つのは

難しいのです。

履歴書

チェックポイント

- 1、字が丁寧、きれい
- 2、内容が簡潔
- 3、エクセル、ワードが使える
- 4、自動車免許

次に**履歴書**ですが、キャリア、学歴も重要ですがそれ以上に字がきれいかどうかです。字がきれいな方は基本的に几帳面ですなぜ几帳面が必要かというと雇用を1人でも入れる農業を始めると

いうことは組織（3人以上は組織）で農業することになります。そこで複数の人間がそれぞれ勝手なことをされると会社は崩壊します。会社のルールに従って皆で快適な作業環境を作らなければなりません。そこで最初にやらなければならないのは整理整頓です。複数の人間が共有しているスペース、道具、時間を整理整頓しなければせっかく従業員が増えてもただエネルギーを浪費するだけです。

これらを未然に防ぐ第1の方法は整理整頓。組織農業でうまくいっている企業農業はかならずここから始めます。

よって一概には言えませんが履歴書から整理整頓ができているかをチェックしましょう。

- 1、字がていねい、きれい
- 2、内容が簡潔
- 3、エクセルワードはこの時代ですので必須ですよ
- 4、同様に自動車免許がないとワンマンでの現場移動ができなくなります

以上が履歴書のチェックポイントになります。

挨拶、返事



次にコミュニケーション能力です

農業って社会からアウトドロップした人間やうつ病みたいな人が結構やってきます

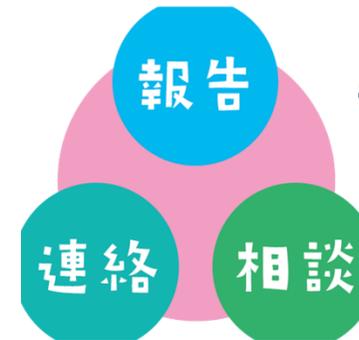
彼らは作業員として活躍できるかもしれませんが、組織農業でチーム事業を行う場合即戦力にはなりません。特に事業当初の雇用には不向きです。なぜならば最初の雇用はあくまでも「売り上げを上げるための人員」だからです。

安定的に給料を払って経営を成り立たせるための雇用です。彼らをカウンセリングするための農業は目的ではありません。

もちろん規模拡大して余裕ができたならそれらの方々を雇用する事ももちろん是非検討されてください

そのためには挨拶、返事は当然のようにできなければいけませんよね。

これは面談の時に話しかけたときちゃんと返事ができるか見極めることができます



報連相

報告

- ・開始報告
- ・中間報告
- ・完了報告

連絡

- ・作業状況の報告
- ・修正事項の報告
- ・補足連絡

相談

- ・作業前相談
- ・作業中相談
- ・改善策相談

難しいのが報連相です。

報告連絡相談

これまで組織で仕事をしたことがない方は特に苦手です。

また、家内工業で身内だけでやってきた事業者様も

実はこれが苦手なのです。

どこからどこまで報告してよいかわからないとか、連絡を聞いていませんとか仕事が先に進みません。これらの方々仕事を始めると売上が上がるどころか仕事が逆に増える場合もあるのです。

これらができそうか否かはその人の過去にこれら教育を受ける機会があったかどうかです。

それなりの中小企業に勤められてキャリアがある場合は前職で

それらを仕込まれているはず。特に製造業だったり、サービス業経験者であったりすればまず間違いないでしょう。

問題は個人事業だった人や元農家であれば厄介です。

気を付けましょう



目的

そもそも面接に来られた方は何を目的に来られたのでしょうか
第1に働きたい、お給料をもらいたい でしょう
そのために 頑張ります、なんでもやりますって言われます。が、
3か月もすれば 要領が良くなり面倒な仕事はしなくなったり、
会社のやり方に苦言を呈してきたりする場合があります。
これらをたった1回の面接で見極めるのは至難の業です

しかし、なぜこの会社を選んだのか？なぜ面接に来てくれたのか
をしっかりとヒアリングしましょう。

ここで一番厄介なのが農業を熱く語る人たちです。
会社に入りたいのはわかりますけど、ここで事業者と従業員の温度
差がはっきりします

農業は言わずと知れた理系産業です。
そこであんちくばかりの理屈ポイ文系は採用しないようにしましょ
う。
理系と文系を見極めるには簡単な質問をしてみましょう
Q、あなたはお小遣い 300 円をもっています。
お店で 170 円のお買い物をしました。
さておつりはいくらでしょう

A、130 円と答えた方は理系です
単純に 300 円から 170 円を引いた数値ですから理数系の思考で
す
一方
A、30 円と答えた方は文系です
なぜなら 300 円持っているということは 100 円が 3 つです
そして 170 円のお買いものした時は 200 円を支払うのでおつり
は 30 円って背景を考えることができる思考です。

理系・文系テスト

Q、あなたはお小遣い300円をもっています。
お店で170円のお買い物をしました。
さておつりはいくらでしょう

A、130円と答えた方は理系です
A、30円と答えた方は文系です

第5講 仕事の教え方 (教育法)

第5講では仕事の教え方についてです
採用した従業員には仕事を手伝ってもらうのではなく
自身の給料以上の売り上げを捻出してもらわなければなりません

そのためには仕事の教え方がポイントになります。

まず初めにやることは販売教育です
この会社がどこからお金をいただいて成り立っている会社なのかを
徹底的に教えます。

そこには今期の目標売上を明確にしてください

従業員にあなたを雇ったのは今の売り上げから500万 up するためだ(700万 up するためだ)と伝えるのです

従業員にしてみれば素人であればいきなりそんなこと言われても無理ですよ～ってなりますがこれをはっきりさせておかないと次からの仕事を教えるという工程でその本人が身につくスピードが変わってきます

会社の売り上げ

自社商品卸単価
(販売単価)

生産量、出荷量

販売教育

お客様(顧客)

目標売上

取引先、資材仕入れ先

売上教育



次に教えるのは事業計画です

いつ何を作付けして何月にどれくらいとるつもりかを伝えます。これに合わせて先ほどの販売計画と出荷計画がリンクしてリアルに自分の給料はこの農産物ができなければ念出されないのだという教育をしなければいけないのです。

例えば5月採用であれば翌4月までの12か月分の給料はこのこれらスイートコーンとレタスの売り上げで賄われるということを明確にしてあげましょう。

そして万一失敗した時会社は給料が払えないという現実的な問題も共有してもらいましょう。自分は従業員だから失敗しても関係ない。給料は貰って当たり前って思われたら事業者からしたらたまったものではありません。

最初から当事者意識を持ってもらう。損益分岐をちゃんと教えて生産の20%でも失敗したら大赤字になるのだから最初にしっかりと伝える。これが売り上げ教育です

更に5月8月までは売上がないことも明確に伝えましょう。その間は研修期間として会社があなたの給料を負担する代わりに仕事をしっかりと覚えてもらうという互いに努力する旨を従業員に伝えるのです。ここまでの教育をしっかりとせず忙しいからと言って現場作業を叩き込んでも先々その従業員がやめてしまっは元の木阿弥。また、目的は安定的に従業員に給料を払うって経営を成り立たせることです。忙しいから人を入れる農業とは訳が違います。

教育期間



これら3大教育を実施してこそ
安定的に給料を払える経営が行われます

3大教育 販売教育 売上教育 教育期間

次からは「いよいよ仕事を教えていきましょう」

業務工程表

業務部	アイテム	作業工程																							
		圃場整備	土壌分析	物理性	化学性	生物性	本圃管理	育苗管理	生産管理	栽培管理	資材管理	作付管理	収穫率管理	環境制御	防除	中耕、追肥	収穫								
農業生産	レタス	圃場整備	土壌分析	物理性	化学性	生物性	本圃管理	育苗管理	生産管理	栽培管理	資材管理	作付管理	収穫率管理	環境制御	防除	中耕、追肥	収穫								
	スイートコーン	圃場整備	土壌分析	物理性	化学性	生物性	本圃管理	育苗管理	生産管理	栽培管理	資材管理	作付管理	収穫率管理	環境制御	防除	中耕、追肥	収穫								
加工出荷	レタス	衛生管理	商品率管理	製造管理	出荷管理	トレーサ管理	決算処理	改善項目	資材管理	機械管理	顧客管理	新規開拓	事業拡張	調整選別	材料	梱包	物流	伝票、記録	収支計算	PDCA	コスト	メンテナンス	データ管理	営業	圃場拡大
	スイートコーン	衛生管理	商品率管理	製造管理	出荷管理	トレーサ管理	決算処理	改善項目	資材管理	機械管理	顧客管理	新規開拓	事業拡張	調整選別	材料	梱包	物流	伝票、記録	収支計算	PDCA	コスト	メンテナンス	データ管理	営業	圃場拡大

仕事を教えるときには作業を教えるはいけません
工程を教えるのが先決です
自社の生産販売工程を表にして伝えてください

これは従業員に覚えてもらいたい内容でもあります
これらを一通りできるようになったら1人前です。

実務実地スケジュール

加工出荷業務	調整選別		材料	梱包	物流	伝票、記録	収支計算	PDCA	コスト	メンテナンス	データ管理	営業	圃場拡大			
	調整選別	防除	中耕、追肥	収穫	環境制御	土づくり	施肥	整地	畝間	畝間	中耕、追肥	収穫				
コーン業務	調整選別	防除	中耕、追肥	収穫	環境制御	土づくり	施肥	整地	畝間	畝間	中耕、追肥	収穫				
レタス業務	調整選別	防除	中耕、追肥	収穫	環境制御	土づくり	施肥	整地	畝間	畝間	中耕、追肥	収穫				
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
片付け	準備	コーン播種														
レタス収穫	片付け	準備	コーン播種													
レタス定植	レタス収穫	片付け準備	コーン播種													
レタス定植	レタス収穫	片付け準備	コーン播種													
事業売上(入金月)	100	100	100	100			100	200	100			100	100	100	100	

このようにいつまでにどれだけの仕事を覚えてほしいかを表に落とし込んでいつまでに何を身に付ければ良いかを明確に伝えましょう。実際この表のとおりに進んで売り上げが確定すれば次年度から給料を上げてやることも可能なのです。
一見大変そうに見えますが仕事をお願い致します。教えて仕事をやらせて結果を出させることで安定的に給料が払えて会社にとっても従業員にとっても最善の方法なのです。

ですから事業者はこれらの業務工程表と実務実地スケジュール作成は怠ってはいけません

次は**実地指導**についてです。

農業の作業を教えるのは難しいのです。なぜならば天候、気候に左右されるからです。しかし、しっかりとした手順に沿って業務を遂行しなければ仕事は先に進みません。

そこで実地指導のポイントになるのが仕事を作業に転換することが重要になります。

実地指導のポイント



仕事を作業に転換する

オクラを例にとってみましょう。

農業には収穫という仕事があります。

これを教えるときにはこの収穫という仕事を

作業に分解するので

まずはオクラの樹から切り離すだけ、

次にサイズ分け

次にヘタ（切り口）を揃える という具合に

これらが慣れ適期たらこの3つの工程が1度にできるようになりかなり効率が上がります。

しかしこれらを「一度にやれ」って言われても

出来なくて当たり前、むしろそれをやろうとして逆に時間がかかってしまいますのです

第5講 仕事の教え方 （教育法）



仕事

オクラを収穫してください



作業

- 1、10cm以上のものはすべてハサミで切ってきてください
- 2、採ってきたオクラは
 - ・10cm～11cm
 - ・9cm～10cm
 - ・それ以外に分けてください
- 3、ヘタの部分を5mm～1cmに揃えてください



ココだけきれいになっても
意味がない.....

1時間で全体的に雑草を少なくしてください！

草取り作業などは特に教え方が重要です

タイプ分けすると几帳面すぎる方は完璧にその場所をきれいに採ろうとします。

しかし、農場は広くそこだけきれいにされても困るのです。

圃場全体の除草をするためにはまんべんなく雑草をあたり一面採って欲しいのです。

そんなときは今から 1 時間でこの圃場全体の雑草を少なくしてください。草取りの目的はこれ以上雑草が大きくなると種ができて更に雑草が繁殖するからです。

「とってもまた生えてきますのであまり神経質にならずに目立つ雑草だけ処理するようにしてください。」

「1時間後に観に来ますからよろしくお願いしますね」って。
こんな風になぜこの作業をするのか明確に伝える。そして時間を限定するのです。

第5講のポイントをまとめると

仕事は教えるということは 教育するということです

そして教えてつもりでも相手が理解していなければ何の意味もありません。ちゃんと伝わっているかが問題なのです。

そして仕事を教えたつもりでも、従業員にしてみれば難しく感じているはずで

全ての仕事を分割して作業に落とし込んでやらせましょう。そうすると意外とこれらの作業をまとめてできるようになります。

結果として仕事を覚えて仕事ができる従業員になるのです。

安定的に給料を払って経営を成り立たせるということは

これらを事業主は決して怠ってはいけません。

出なければ安定的に給料を払い続けることは難しいかもしれません

第5講のポイント

仕事は教える = 教育する
伝えるではなく ちゃんと伝える
仕事は分割して 作業に転換する

第6講 人材育成の仕方 (労務管理)

第6講は人材育成です

人材育成について

労務管理、勤怠管理そして

勤怠管理は、従業員の労働時間や休日など「どのように働いたか」を管理するものです。

それに対して、労務管理は、勤怠管理も含めて、従業員の入社から退社までの様々な事柄について、広い範囲での管理を指します。

例えば、教育訓練や人事考課なども労務管理に含まれますね。

勤怠管理と労務管理の違い

勤怠管理は、

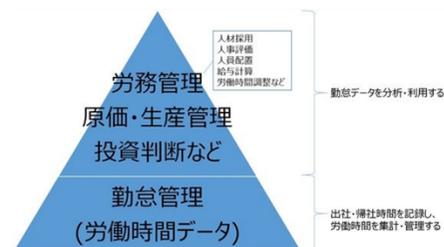
従業員の労働時間や休日など「どのように働いたか」を管理するものです。

それに対して、労務管理は、勤怠管理も含めて、従業員の入社から退社までの様々な事柄について、広い範囲での管理を指します。

わかりやすいと勤務時間をタイムカードなどを使用して記録し、給料計算などに反映させることです。

パートタイマーやアルバイトであれば時間は変動的ですが、社員雇用の場合には入社時間と退社時間が概ね決まっていますので管理しやすくなります

勤怠管理



勤怠管理と労務管理の違い... 勤怠管理は、従業員の労働時間や休日など「どのように働いたか」を管理するものです。それに対して、労務管理は、勤怠管理も含めて、従業員の入社から退社までの様々な事柄について、広い範囲での管理を指します。

新農業 ビジネス スクール

労務管理

労務の業務としては以下があります。

- ・労働時間管理
- ・給与・福利厚生計算業
- ・安全衛生管理
- ・社員のライフイベントに沿って生じる必要な諸手続きの管理

会社によっては、さらに以下の項目も仕事の一部です。

- ・労働者の募集から採用
- ・人事異動
- ・社員研修の企画と実施



全国社会保険労務士会連合会
JAPAN FEDERATION OF LABOR AND SOCIAL SECURITY ATTORNEY'S ASSOCIATIONS

<https://www.shakaihokenroumushi.jp/about/tabid/203/Default.asp>

- ・労働時間管理
- ・給与・福利厚生計算業
- ・安全衛生管理
- ・社員のライフイベントに沿って生じる必要な諸手続きの管理
- ・労使関係管理（労働組合との折衝も含む）

会社によっては、さらに以下の項目も仕事の一部です。

- ・労働者の募集から採用
- ・人事異動
- ・社員研修の企画と実施
- ・人事制度企画～実行

これらを自分ですべて行おうとすればかなり苦戦するかもしれません。これらは社会保険労務士に相談するとよいでしょう

雇用、人材を確保するときに重要なポイントは

企業理念です。

これまで家族経営だった時は家族内の暗黙の了解で成り立っていましたが、第3者にとってみればあなた方家族のために働くのではなく、自分の生活、自分の家族のためにはたらくのです。

ですから働く職場（会社）はどのような思いで仕事をしているのかを明確にしなければ雇われた方もモチベーションが上がらないのです。

第2講で触れたように忙しいから雇用するではただの使用人です。そうではなく事業発展するための雇用、組織を目的にするのでなぜ、事業を拡張するのか？なぜ？農業をしているか？誰のためにやっているのかを社長であるあなたが自ら考える必要があるのです。

経営理念は、経営者（社長）を含む全従業員に示す組織の行動指針として、活用されます。「何のためにこの会社は存在しているのか」、「会社の目指す方向性は何か」という問いに対する答えを明確にし、組織としての行動指針を示すことで、社員が抱える迷いを払拭し、自分自身が置かれている立場や取り組むべき業務を理解させることができます。

ビジョン・理念

経営理念は、経営者（社長）を含む全従業員に示す組織の行動指針として、活用されます。「何のためにこの会社は存在しているのか」、「会社の目指す方向性は何か」という問いに対する答えを明確にし、組織としての行動指針を示すことで、社員が抱える迷いを払拭し、自分自身が置かれている立場や取り組むべき業務を理解させることができます。

例）井出トマト農園の経営理念

【経営理念】
お客様に美味さ
お客様に幸せ
感謝の心で農業を行い
はたらく人のしあわせと
社会への貢献を求める

人材育成を行う上でGAPを活用することが最適です。

GAP (Good Agricultural Practice:農業生産工程管理) とは、農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組の事です。

これらは食、人、環境を意識した取り組みですので従業員にも同様にこれらにしたがってもらうことで皆が同じ方向を向いて同じ生産管理、同じ生産工程をできるようになるのです。

GAP

GAP (Good Agricultural Practice:農業生産工程管理) とは、農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組の事です。

	ASIAGAP、JGAP	GLOBALG.A.P.
運営主体	一般財団法人 日本GAP協会	Food PLUS GmbH (ドイツ)
国内外のマーケットの現状	一部の大手スーパーなどが取得を要求	一部の大手スーパーなどが取得を要求 特にヨーロッパで普及
東京オリンピック・パラリンピックの調達基準	○	○

従業員をいれたなら皆が同じやり方で作業、仕事をしてもらわなければなりません。

それぞれが勝手なことをされたのでは困りますよね。

そこですべてにおいてルールを決めていかなければなりません。

例えば収穫の仕方、報告の仕方、記録の仕方などです。

家族経営ではマネジメントはいらないのですが、判断基準が違うヒトと仕事をするときはそれぞれが色眼鏡をかけている・・・違う経験や違う環境で生きてきた人と仕事をするわけですからきちんと文書で手順を明確にしてやらねばいけないのです。

ルール化 手順書

マネジメント (管理)
家族経営ではマネジメントはいらない判断基準が違うヒトと仕事をするときは色眼鏡をかけている・・・
きちんと文書で手順を明確にしてやらねばいけない

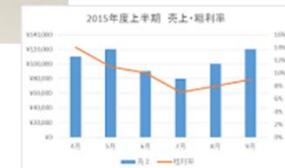
連絡担当者の業務チェックリスト 最終更新日 平成30年2月3日

○	タイミング	連絡内容
○	収穫途中	販売率が5%以上見られる場合、リーダー様または社長にすぐに連絡をする
○	収穫途中	前回収穫量より×0.7以下もしくは×1.5以上の収穫手戻の場合は、速売へ連絡する。
○	品種ごと収穫終了時	バインダーに収穫量を記入する ①単位 機大型は、CS(加工用)は10kgで設置するためのCS×1.25=〇〇CS) ミニ、モディ、隣どりは、kgにて表記する
○	収穫終了時または5分前	収穫終了報告(手書) 連絡担当が他ハウスの連絡担当に終了報告(手書)を出し、収穫ヘルプの有無を確認する ハウスのフープで収穫量が必要な場合 中村もしくは石原さんに報告の依頼をする
○	収穫終了時	PC > chrome > スプレッドシートに入力する ハウスにPCがない場合はPCの場所: 4号棟(大型)内にある南通りとの専用PC)



見える化

朝礼で役割を決め、目的・工程を確認して仕事にかかろう。



従業員を人材育成するためには視える化は不可欠です。
 先のルール化は仕事作業を行う手順を明確にすることですが、
 会社の方針、共同利用する箇所のルール、そして仕事ができている
 かどうか、会社の現状など社内、農園内、圃場内をすべて視えるよう
 にしていくことを視える化と言います。

これまで家族内での業務では意志の疎通、暗黙の了解で行ってきた
 ことをすべて従業員に伝えなければ従業員はいつまでたっても
 理解してくれません。また、口頭で伝えても言い方、伝え方、伝わり
 方もまた人によって異なりますので文書やデータとして目で視える
 ようにしてやるのが重要です。

視える化2



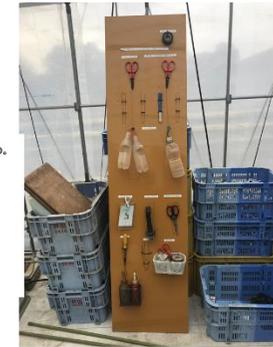
最近では外国人労働者を雇用するケースも増えてきています
 これでも同様に外国人がわかりやすいようにすべてを視えるように
 してやりましょう
 従業員の国の言葉に変換して表示してあげたり、色分けしたりして
 効率よく働きやすい環境を整えてあげることが重要です。



5S

5Sとは「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「しつけ」の頭文字の5をとったもの。

整理	不要ものを捨てること
整頓	使いやすいく並べて表示をすること
清掃	きれいに掃除をしながら、あわせて点検すること
清潔	きれいな状態を維持すること
しつけ	きれいに使うように習慣づけること



人材育成で不可欠なものに 5S というのがあります

整理整頓清掃清潔しつけの頭文字をとったものです
 特に整理整頓は重要で従業員を雇って給料を安定的に出しても経営
 が成り立つためには従業員に生産性を上げてもらわなければなりません。
 そのためには効率よく、スピーディーに仕事をしてもらうことが
 重要です。

今日使用する道具がどこにあるかわからない、倉庫がごちゃごちゃ
 していて道具を取り出すのに時間がかかる・・・ではあまりにお粗末
 です。

また、これまでは家族だけで使用していた道具も従業員と共有しま
 す。ここでも道具はどこに片づける、倉庫は整頓する道具、農具、器
 具はきれいにしておく。そしてこれらを習慣づけさせる。これこそ
 が人材育成なのです。

企業化

雇った従業員が思ったように働いてくれない・・・
でも給料は毎月支払わなければならない・・・といった不のループ
に陥るのです

雇用を考えると同時法人化に踏み切るのも良いでしょう
法人化すれば社員募集の時も幅広く人材確保が可能となります

一人でも第3者を雇うとなればそれはもう立派な企業です

人材育成、労務管理など重要なポイントは従業員をどうやって
育成するかよりも自社を明確化するかの方が重要であるということ
がわかっていただけたと思います。

つまり、従業員を雇って給料を安定的にだしても成り立つ経営をす
るには従業員がどうか？という前にあなたの会社、あなたの農園が
従業員を雇用するに値するか、ふさわしいかの問題でもあるのです

一人でも第3者を雇うとなればそれはもう立派な企業です
零細かもしれませんが、中小企業と同じなのです。

忙しいから雇用する農家の延長ではなく
事業を発展させるために従業員とともに成長していく企業へと思考
をシフトしなければ

第7講 既存農業からの脱却2 (新農業ビジネス)

第7講からは従業員を雇って給料を安定的に出しても経営が成り立つための新農業ビジネス講座になります

新農業ビジネスとは お客様・組織・分業

新農業ビジネスとは大きく分けて3つあります

- ・お客様を意識しているかどうか。
- ・組織でやっているか
- ・分業しているか

これらはすべてこれまでの農業になかった視点です
まず、市場出荷、農協共販などでは結果として誰が最終的に消費しているかわからずじまいです

もちろん生産者もお客様などあまり意識していませんでした
また、家族経営が主流ですから雇用を入れて組織で農業しようという発想もありませんでした。

更に農家はセル生産といって圃場準備から播種、育苗、栽培管理、収穫出荷まで全ての工程を賄ってきました。

これまでの農業には一般的な企業のように営業、業務、総務など仕事を分けて担当を担うというやり方初めてなかったのです

お客様アプリをインストール

第1講で触れたように雇従業員雇用で安定的に給料を出して経営を成り立たせるためには不安定な市場出荷では経営を成り立たせるのは難しいかもしれません。

仮にそれが可能であっても先々持続継続的に雇い続けることができるかは疑問です。

やはり、安定的な雇用するには新農業ビジネスを始めることが賢明です。

そのために最初に行うのがお客様アプリのインストールです。

まず、お客様は誰か？をしっかりと考えましょう

組織型農業 (規模拡大型)

次に組織型農業です。本講座はこの組織型農業を目指すことがメインです。

何度も言いますが、忙しいから従業員を入れるという視点の農業は経営が厳しくなります。

仮に忙しいから従業員を入れたところで結果としてその方々に「給料を払い続けるために」規模拡大、販路拡張をしなければ成り立たなくなります。もしくは自分の給料を下げても従業員に給料を払続けることとなります

従業員を雇っても給料を払い続けることが可能な農業＝組織型、規模拡大型農業にシフトするということだと認識してください

また、そのためには取引先様と相対取引をすることも必要となります。更に相対取引とは約束なので家族経営だけで行っていると家族の都合で作業ができなければ取引先の要望に応えられませんよね。結果として相対取引をするためにも従業員など第三者の雇用が必要となるのです

分業 (役割分担)

組織型、事業拡張型農業へシフトしたならば次は分業です
生産規模が大きくなると一人で全工程を行うより役割を決めて作業工程を分けて行ったほうがより効率的です

もちろん、社長は社長業を始めなければなりません。

例えば生産部、収穫部、出荷部というように業務が分かれています。最初は重なることも出てきますがいずれは明確に部門が分かれています。

これは人材育成にも関わります。

例えば一人の人材にすべての工程を教えるとなると最低でも1年、もしくは数年かかります。しかし、収穫だけとか栽培管理だけとなれば1か月から3か月程度でマスターしてくれるはずですよ

食品

新農業ビジネスの特徴は農産物を食品として取り扱うことです
第6講でも触れましたがこれからはGAPという生産管理工程を評価される時代になります。

また、組織で事業を行うとなれば共通の認識が必要となります
その共通認識が農産物ではなく「食品」なのです。

これまでお客様を意識しなかった農家には農産物が食品であるという認識も希薄だったのですが、これから従業員を雇用するとなれば元々一般消費者の立場の方々なので、あまりにもずさんな生産管理や、品質管理、必要以上の薬剤散布などを行っている組織統率、意志の疎通ができなくなるかもしれません。

農業者も消費者目線の意識を高めなければ、流通業界、小売、中食外食業界など食についての意識されている方からおいて行かれる事態になることも想定しておきましょう。

1. 農場での衛生管理の3原則

1. 入れない!

危害要因（化学物質、病原菌、異物）を生産現場に持ち込まない、農産物に接触しないように管理することが重要です。

2. 増やさない!

病原菌は、一定の水分と一定の温度の中では時間がたつと急激に増殖します。増殖させない衛生的な環境整備に心がけましょう。

3. 取り除く!

入ってしまった危害要因は、取り除くか、取り除けない場合は農産物そのものを廃棄しましょう。

4. 収穫・調整

1) 作業者の衛生

- 感染症にかかっている作業者は、農産物に触れる作業はしないようにしましょう。
- 作業前とトイレの後は、手をよく洗いましょう。
(※「手洗いガイド」参照)
- 圃場でも清潔な水が使えるように、タンクやボトルで水を持ち運びましょう。
- 傷口は絆創膏と手袋で覆い、傷口が作物に触れないようにしましょう。
- 手袋は定期的に洗浄・交換して、清潔な状態で使用しましょう。
- 農業や肥料などで汚れた衣服のまま収穫や調整作業をしないようにしましょう。
- 調整作業時は、帽子やエプロンなどを着用し、清潔な衣服で作業をしましょう。
- タバコ、アクセサリなどの紛失しやすい小物は身につけないようにしましょう。
- 飲食や喫煙をしながら作業するのはやめましょう。



利潤追求 他潤優先

お客様ファースト

『社長の目標は何ですか？』って社員から聞かれたらなんて答えますか？

俺が車を買いたいからだ！とか俺が遊ぶ金が欲しいからだって答えますか？

既存農業からの脱却には利潤の追求は不可欠です。

ですから 会社っていうのは支払いもあるし皆さんの給料も払わなければならないし、万一台風などの不作の時でも給料を払えるように会社に蓄えておかなければならないのだから説明してください。また、自分の自己満足の農業をやっているのではなく、取引先様に合わせた農業。つまりお客様ファーストであると教えてください。この講でピント来なくても最後まで受講いただければわかります。もし、利潤の追求は悪いことだとか、おカネ儲けには興味がないと思われるのであればこの講座は苦痛になるので途中でリタイヤされた方が良くかもしれません。

品質の標準化 物量の安定 第3者認証

既存農業からの脱却するためには品質に関してもこれまでの概念を捨てなければなりません。これまでは市場出荷だったためより他産地のものより優位性を持たせなければ高値で競り落としてもらえませんでした。

しかし、卸売市場は言い換えればオークション会場です。

あなたの製品より優れた製品が市場にあればあなたは負けです。

それもその時々で相手がどのくらいのクオリティの製品を持ち込むかわからないままに見えない相手と戦っているのです。

しかし、取引相手が決まればその取引先が望む品質であればそれ以上の努力（コスト）を投じなくともよいのです。

物量も同様です。がむしゃらに反収を上げてても需要より供給量が多ければ価格は下落し売上はさして伸びず、それよりも売り上げが下がることだってあります。

あれだけ反収を上げる努力をしてきたにもかかわらず・・・

しかし取引相手が決まればその取引先が欲しい量が確定しますので

その分を供給すれば良いのです。
また、自社製品を自分で褒めることはやめましょう。
誰だって自分が作った品が一番だと思っています。しかし評価するのはあなたではありません。

あくまでも第3者が評価を下します。

であるなら第3者から評価をもらうことを積極的に取り組んだ方が理にかなっているのではないのでしょうか

持続・継続

これから日本農業のトレンドになる！

既存農業からの脱却は得てして既存農業を否定しているよう感じられるかもしれませんが、そうではないのです、既存農業は家族経営という家族という凄く狭い世界で継承されています。

万一家族がなくなったり怪我したりの場合その家業は成り立たなくなるか、それまで違う仕事をしていた方がその仕事を辞めて後継者になるしか方法はありません。

そういった意味では凄く不安定で確実性のない産業だと言わざる得ません。

国は持続、継続できる農業を強い農業という表現をしています。
これは農業という業界の門を開いて誰でも自由に農業に参入、もしくは就職できる体制を整えようとしています。

これは国策なのです。将来家族経営だけですべての農家が事業継承してくれる保証もなければ強制もできないそうになると日本の農業はどうなるでしょうか？

つまり新農業ビジネスというのはこれからの日本農業のトレンドになるかもしれないのです。

第8講 価格決定の仕方 (相対取引)

第8講では相対取引（契約栽培）について学びます
第7項までに雇用型農業（組織型農業）は
“つつがなく従業員にお給料を払い続けても経営が安定する”ために
は？の話ですからやはり売上（販売価格）が市場に左右されない
相対取引がベストです。

そこで一体いくらでと取引できればいいのかなど
卸価格、販売価格の決定の仕方について学んでいきましょう

マーケットイン思考

プロダクトアウト 作りたいもの、作れるものを基準に商品開発を行うこと

マーケットイン 顧客の意見・ニーズを汲みとって製品開発を行うこと

まずはマーケットインという考え方についてです。
一般的な農業はできた野菜を農協、卸売市場などに持ち込みセリに
かけられ需要と供給のバランス、他社の品物との比較により
価格が決められます。

プロダクトアウトの一般的な定義は、会社の方針や作りたいもの、
作れるものを基準に商品開発を行うことを指します。
つまり、商品を作ってから、どのように販売していくかを考えるス
タイルです。

マーケットインの一般的な定義は、プロダクトアウトとは反対に顧
客の意見・ニーズを汲みとって製品開発を行うことを指します。

ということはい一般的な農業はプロダクトアウトと言えるでしょう
そこで仕入れ先（取引先）業者によっては必要な時期、必要な量、必
要な質が異なる場合もあります。
例えばスーパーなどに並べる生鮮野菜は見た目をかなり重視しま
すが、レストランなど外食産業は味を重視します
またカット野菜工場などは歩留や量、ボリュームを重視するのです。
相対取引するときはあくまで相対するお客様が存在しますのでその
お客様の要望に合わせる生産、出荷（製品開発）計画が
必要になってくるのです。

相対取引のルール (市場取引との違い)

安定品質、定期定着納品、定量一定価格

このように相対取引は相手の都合に合わせた供給を求められます
例えば**出荷期間**を12月～3月までの週3回月水金と決めます
次に**出荷量**を1回あたり100ケースもしくは100kgと量を決めます
それらの1ケースの**取引価格**を例えば1000円税送料別と決めます
これが主な取引条件になります。

取引先も一定の**安定した品質**を求めてきます。

双方で流通させる基準、規格を決めます。

そして取引先が必要な日に**時間に商品が到着できる**ように産地側
で出荷します。

例えば取引先が月水金の午前9時に商品を到着させて欲しいと要求
された場合は運送会社に相談して移送時間がどれくらいかかるかを
逆算し集荷もしくは運送会社への持ち込み時間を調整します。当然
それに合わせて収穫作業を行います。

このように市場出荷は自己都合に合わせた収穫や、量、品質ですが
相対取引の場合は常に相手との交渉によって作業内容、収穫のタイ
ミングなどが変わってくるのです。

量の決め方 7割出荷で信用を得る

～相対取引とは～
これだけ納品するからこれだけのおカネくださいねっていう約束

では量と価格を決める際にどんなことに注意したらよいのでしょうか？

まずは納品量についてです。

例えばレタスを11月～3月までの4か月間で36,000kg生産する計
画だとしましょう。

しかし、初年度からすべてを相対取引に回すのはリスクです。

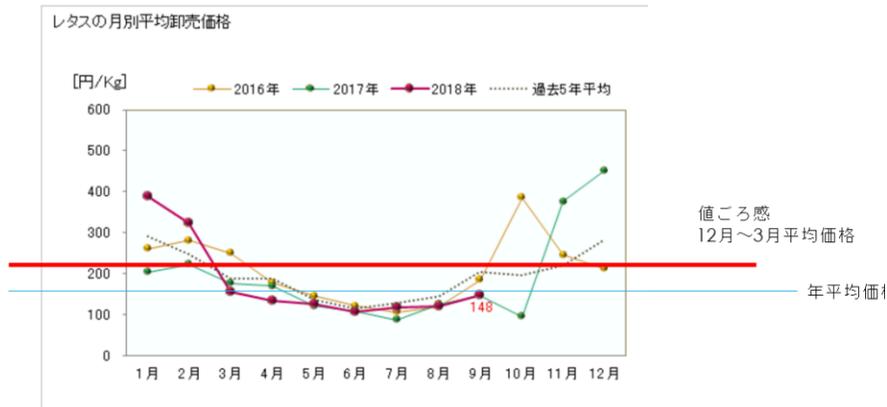
80%の28800kg～70%の25200kg程度にして、市場出荷も残してお
きましょう。

これは相対取引の特徴で、取引とは約束であり、
これだけ納品するからこれだけおカネくださいねっていう約束です。

相対取引は約束です。万一約束を守れないと信頼を失うことになり
かねません。

価格交渉の仕方 相場よりも値ごろ感

大田市場のレタスの市況（日報と月報）
《レタスの月別平均卸売価格》



次に価格交渉です。

グラフのように市場価格は常に変動します。

農業者もこれに振り回されますが、実は相対取引先であるお客様も

仕入れ価格が変動することで振り回されているのです

また、仕入れてくれる取引先は決して高い買い物をしようとはしません。

だからと言って価格をたたいて農家を苦しめようともしません。

ポイントは win win の関係になることです。

農業者側は卸価格が高い方が良いに決まっていますが相手を買って
くれなければ意味がありません。だからと言って安売りする必要は
ないのですが、末端の消費者が1玉500円のレタスでは手が伸びま
せんよね。

やっぱり198円程度が妥当でしょう。

そうすると取引先である中間業者が150円程度で量販店などに納品
できるように相手の利益を考えて100円~120円/玉程度で納品して
あげなければならないのです。

もし、高く売りたいのであれば、値段を上げるのではなくより消費
者の近いところに卸すことです。

例えばwebなど直接個人のお客様に販売できればダイレクトに末端
価格で販売することが可能です。

しかし、個別に納品するのは手間がかかりますよね。

近いところで道の駅など直売所に納品するのも最近ではかなり増え
てきています。

これも中間マージンがかなり少なく手取り価格は割と高いようです。

しかし、1店舗だけですと売上げはかなり限界があります。

個人の小規模農家であればよいのですが、雇用を抱えた規模拡大型
の組織農業には不向きかもしれません

量は報連相で調整する

価格を安定的な値ごろ感で納品し、定期的に出荷数量（納品数量）を決めればあとはそれに向けて計画生産する。つまり実行あるのみです。

これで従業員に安定的に給料を払っても経営が成り立つ計算、計画はできました。

しかし、農産物生産は自然災害、気象条件で大きく振り回されることがあります。

そんなときにどうすればよいのでしょうか。

もちろんその被害にあわないような事前対策には最善を尽くすべきですが予期せぬ事態になりかねません。

その時はなるべく早く産地状況、生産生育状況を取引先に知らせなければなりません。

あなたが取引契約を結んでこれで経営が安定するって安心しているように取引先もまた定期的に安定した品物が納品されるって安心しているのです。

天候トラブルは必ずあります。取引先とは常に連絡を取り合いお客様が困らないように早め早めの連絡報告相談が必要なのです。

競争戦略

新農業ビジネスとは農産物を販売する農業者

販売するっていうのは契約先を獲得するという意味です

競争戦略とは契約先をライバル他社ではなく自社を選んでもらうための戦略

競争戦略とは「取引相手に自社商品を選んでもらうには？」って戦略です。

新農業ビジネスを実施するには以下の3つが必要です。

- ・お客様を意識する生産
- ・組織型農業
- ・分業で持続継続を図る

これらを行うには相対取引が不可欠であるということをお伝えしてきました。

つまり新農業ビジネスとは農産物を販売する農業者であるということ、そして販売するっていうのは契約先を獲得するという意味です。

競争戦略とは契約先をライバル他社ではなく自社を選んでもらうための戦略ということになります。

	内部環境(コントロール可)	外部環境(コントロール不可)
プラス要因	<p>【強み】 自社の持つ強みや長所などプラス要因を分類する。 例 ・仕入れる魚はすべて国産もの ・健康志向のメニュー ・特許・独自技術を持っている etc</p>	<p>【機会】 チャンスになるような事柄などプラス要因を分類する。 例 ・飲食店:競合企業が撤退した ・健康志向がブーム ・近くに駅ができた etc</p>
マイナス要因	<p>【弱み】 自社の持つ弱みや短所などマイナス要因を分類する。 例 ・仕入れルートが少ない。 ・いつも安売りがバグンしている ・接客態度が悪い etc</p>	<p>【脅威】 自社が不利になるマイナス要因を分類する。 例 ・大型SCが出店 ・冷夏で野菜の原価があがった ・少子化で客が減った etc</p>

上の図は

SWOT分析と言って自社の強みや弱み環境などを分析するときに用いられる表です

例えば同じレタスでもその取引業者から自社と契約を結んでももらうために自社の良いところを売り込まなければなりません。

ここで大事なのが、「お客様が誰なのか？」ってことになります。つまり取引相手です。

前項であったように仲卸などの中間業なのか、量販店などの販売店なのか、消費者など末端のお客様なのかということです。

中間業者でもそのあとに量販店に流すのか加工用に回すのか、高級百貨店に並べられるのかなどでも売り込み方が変わってきます。いずれにしても自社の強みですべてにおいて求められるのは誠実さです。

安定品質、定期定着納品、定量一定価格を強みにできればかならず競争に勝てます。なぜならこれらに取り組む農業組織がまだ少ないからです。

しかしこれらに取り組む農業組織が増えてきたら次は味、鮮度などの品質が問われます。更には納品価格勝負になっていきます。

第9講 バイヤーと出会うには (マーケットリサーチ)

第9講では
従業員を雇って給料を安定的に出しても経営が成り立つために新農業ビジネスを始めたいのだが、どうやってそれら取引先と出会うことができるのかということについて触れたいと思います。

商談会

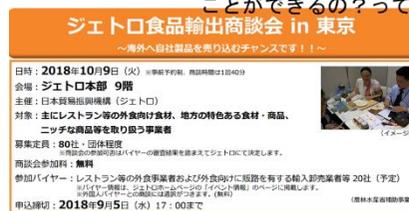
お客様との出会いがない。どうすれば取引先とつながることができるの？という方が多いのですが、手っ取り早いのが商談会に出展することです。

現在は各地で生産者と実需者（取引業者）とのマッチングイベントが行われています。

これらに出展することでたくさんの取引業者とつながることが可能となります。



お客様との出会いがない。どうすれば取引先とつながることができるの？って方が多いのですが・・・



商談会のポイント

商談会のポイントをまとめると

- 1、第1印象が8割だと思え：身形、立ち振る舞い、商品レイアウトに細心の注意を払え！
- 2、「私と付き合えばこんな特典が付いてくる」で差をつける！
- 3、お客が立ち止まるための仕掛けを作る！試食、チラシ、音楽、ディスプレイ、とにかく目立とう！
- 4、客が近づいてきたら「いらっしゃいませ」 試食をさせるかチラシを配る。※客は手ぶらで返してはいけない！
- 5、チラシ、名刺には必ず何がいつから・どれくらいあるのか明記する！
- 6、当然、必ず連絡の取れる連絡先を記載しよう！
- 7、自分たちが持っていない商材の問い合わせを頂いたら必ず誰かを紹介しよう！
- 8、売り込んではいけない。相手の要望を聞き出すのだ！

出展準備 FCPシートを作ろう

出展の仕方はいたって簡単です。
締め切りまでにネットもしくは Fax で申込みをすると事務局から諸
手続き方法をメールで連絡してきます。

慣れないうちは面倒と思われるかもしれませんが、出展すると同じ
同業者との繋がりもできて新たな農業ビジネス展開がかならずでき
ます。

出展するときのポイントについてですが、事前に名刺など宣伝ツ
ールを準備する必要があります。

その中で最も重要なのはFCPシートと言われる簡単に言えば自己紹
介シートのようなものです。

かならずこれを準備しましょう。
おのずと、自社が売りたい商品が何か客観的に知ることができます。

注：FCP シートはあくまで基本情報です。実際の契約書ではないの
で詳細にこだわりすぎずに書きましょう

FCP展示会・商談会シート



商品特性と取引条件

商品名	水耕バクチャー			
最もおいしい時期	周年栽培	賞味期限 / 消費期限	賞味期限	消費期限
生産科産地 (生産地等)	熊本県小国郷	JAN コード (12桁もしくは8桁)		
内容量	① 1kg	希望卸価格(税・送料別)	1500円	
1ケースあたり入数	①0.5kg×2入り	保存温度帯	冷蔵	
発注リードタイム	九州エリア3日、関西エリア4日、関東エリア3日	販売エリアの制限	関東エリアまで	
最低ケース納品単位	①2cs/1合	ケースサイズ(重量)		
認証・認定機関の 許認可(商品・工場等)	<input type="checkbox"/> 有機JAS <input type="checkbox"/> ISO <input type="checkbox"/> HACCP <input type="checkbox"/> 農業生産工程管理(GAP) <input type="checkbox"/> その他			

ターゲット	売り先 <input type="checkbox"/> フードサービス <input type="checkbox"/> 農産・卸売 <input type="checkbox"/> メーカー <input type="checkbox"/> 小売 <input type="checkbox"/> ホテル・宴会・レストラン <input type="checkbox"/> その他(自由に記入) 外食、中食様への 食材として お客様 20代、30代女性対象。
利用シーン	タイではバクチャーと呼ばれるトムヤンクンなどに欠かせない食材。中国では香葉(シャンツァイ)と呼ばれスープや麺、粥、鍋料理に使われる。ベトナムでは生春巻きやフォーに欠かせないアイテムとして有名。日本では専門店以外でもサラダ食材として活用されている
商品特徴	名湯「わいた温泉郷」の麓にて源泉熱を活用した栽培法で涼涼な気候と自然水をかけた水耕栽培によるこの地域ならではの商品ができました。サラダ食材のため小国杉から抽出された木酢液にて病虫害を予防するなど周年安定品質を目指します。

商品写真

アレルギー表示(特定原材料) ※使用している項目に記
そば かに 小麦 そば 卵 乳 落花生

出展企業紹介

出展企業名	株式会社 農テラス / 生産者:合同会社 わいた会		
業種	農業コンサルタント	生産者グループ	10社
代表者氏名	山下 弘幸(やましたひろゆき)		農テラス 代表プロフィール
メッセージ	九州(福岡、熊本、大分)を中心に新規農業企業、新規農業者を対象にお客層に合わせた商品づくりを指導育成しております。 主な生産物 バクチャー(コリアンダー)、パジル、ペペリーフ 王レタス、リーフレタス、サニーレタス ホウレン草、オクラ、スイートコーン他		写真
ホームページ	http://notera.co.jp		
会社所在地 〒	861-2243	熊本県上益城郡益城町の城138-102	
農場所在地 〒	861-2204	熊本県上益城郡益城町小谷高道1563-2	
担当者	山下 弘幸	E-mail	hyamashita@notera.co.jp
T E L	096-286-2374	F A X	096-286-2374

製造工程(農林水産品の場合は生産工程等)アピールポイント

発芽器育苗 定期的な栽培ベッドへ移植 生育期間中温度コントロール 計画的に収穫を行う 予冷→翌日出荷

空調コントローラー 地熱利用スチーム 耐候性温室外観

品質管理情報

商品検査の有無	<input type="checkbox"/> 無 <input checked="" type="checkbox"/> 有(具体的に)	出荷前日収穫→予冷(7℃)→選別→梱包→出荷
衛生管理への取組	製造工程の管理	温室内土足厳禁・作業者手袋着用義務化・出荷時、同品質のサンプル保存
	従業員の管理	出荷日基準シフトによるムリムラムダの排除、温室=食品プラントの意識付指導
	施設設備の管理	定期的な設備メーカーメンテナンスの実施
危機管理体制	担当直通先	担当者 穴井達也 連絡先 090-8422-1078
	記録	林 顕道

ブースづくり

出展するときのブースづくりは大事です。
ブースは臨時のお店になります。そして商談の場にもなります
ご来場されるバイヤーや取引してくるかもしれない見込み客の
方々に気づいてもらい、足を止めてもらい話を聞いてもらうための
工夫をたくさんしましょう。

第一に遠くから見て何屋さんかを明確にします。
そして3mぐらいのところから興味あるものが目に留まるように
します。

恥ずかしがっている場合ではありません。
もし契約が決まれば年間何百万という売上が決まるのですから
他のブースに負けないように積極的に声をかけましょう

例えばみかんであるならブースいっぱいみかんを山積みする
カラフルトマトを整列させるなどそしてのぼり旗やポスターキャッ
チコピーなど印象に残りやすい特徴を出しましょう。

3m以内にお客様が入ってこられたら「いらっしゃませ」って呼び

込んで試食もしくはチラシをどんどん手渡していきます。



チラシ、POP



チラシや pop、ポスターなどはお見合い写真です。
ここには少しおカネをかけてプロのカメラマンにとって貰いましょう。

皆さんも初対面の人はまずは見た目でしょう！（イメージは大事です。最近ではフリーのカメラマン、ノンプロカメラマンが安価で受けてくれたりもしますよ）

見た目って大事なのです。ですからポスターやチラシなど目に見えるものは相手から評価される最大のツールであることをお忘れなく。

商談交渉の基本

売り込んではいけない。情報を交換せよ

商談のポイントは売り込んではいけないということ。

バイヤーも百戦錬磨です。

あらゆる売りこみは耳タコです。

あくまで情報を正しく伝えることに徹しましょう。

わが社は何を生産していて

いつからいつまでにどれくらい供給できるか、

いくらで供給できるかをしっかりと伝えます。

また、営業の基本ですが相手の情報を引き出すのも重要です

相手は何がいつからいつまでどれくらいほしいって思っているのか
いくらぐらいなら買ってくれそうか。などです

この情報があなたの事業を大きく飛躍させるかもしれません。

①サービス精神(お品書き)

- ・いつから (いつからいつまで)
- ・なにが (品目、品種、特徴、規格)
- ・どれくらい (日量、収量、月量)
- ・いくらで (税込、送料、1合)

②名刺(自分が何者かを端的に説明できる)

- ・お客様に合わせますの精神
- ・高品質な××××安定的に○
- ・いつから・いつまで・何が××××を記載する

③挨拶(声大きい:自信がある、鮮度がよさそう:第1印象が大事)

- ・青果業は鮮度が命。大きい声ではきはきとスピーディーに
- ・単価、数量、いつからをはっきりと断言
方言でもいいから丁寧にしゃべる

お礼状

商談会后メールでお礼を言いましょう。
自社商品関心のある方であればお見積を依頼されるでしょう。

お見積依頼があれば少なくとも商品には関心を持っていただいている証拠です。

また、レスポンスがなくともバイヤーは忙しいので
返事を出せないだけで必ずメールはチェックしていますので
がっかりする必要はありません。
むしろ、即答で返事が来る方が珍しいくらいだと思っておいてください。

お礼状ではブースにお立ち寄りいただいたお礼とこちらから訪問して商談に臨む気持ちがあるという内容と農場に招きたいという内容にとどめておきましょう。

お礼 (〇〇会社 〇〇太郎)

〇〇〇〇〇〇@co.jp

お礼 (〇〇会社 〇〇太郎)

株式会社〇〇
代表取締役〇〇様

お世話になります。
先日の商談会にてご挨拶させていただきました
〇〇会社の〇〇でございます。

先日の〇〇商談会において弊社ブースへのお立ち寄りをいただき誠にありがとうございました。
弊社の〇〇トマトは12月~6月まで安定的に供給可能であり均一品質を保てる〇〇という設備をそなえております。

改めて弊社ご紹介の機会をいただければ幸いです。
また〇〇へお越しの際は農場にお立ち寄りいただければありがたく存じます。

〇〇会社 〇〇太郎

Sans Serif

送信

お見積

商談会会場は出展社と来場者でごった返していますので
そこでゆっくり商談というわけにはいきません。

1軒の商談に時間をとられるとその他の業者さんと
交流する時間がとれないですし、来場されたバイヤーも
自社のみならず他の商品も見たいと思っています。

ですから、必要な情報を交換したら連絡先（名刺）を
確認して後日連絡させてくださいと伝え、後日メールなどで
出逢った業者バイヤーと連絡を取り合うようにします。

ポイントは名刺の裏にどんな話をしたかメモを残すようにするとよ
いでしょう

平成 28年 11月 26日

御見積書

貴社名称 株式会社〇〇〇〇
〒〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇
TEL 〇〇〇〇-〇〇〇〇 FAX 〇〇〇〇-〇〇〇〇
e-mail 〇〇〇〇@〇〇〇〇.co.jp
配送方法 宅配(チルド 常温)
見積有効期間 作成日より1カ月
数量ロフト 以下に 詳細ください

下記の通り、お見積り、ご提案いたします

品名(品種)	商品 重量	単価(円) (税別)	送料(円) (税別)	お見積り合計 (円/税別)	商品内容	荷姿
熊本県産 バジル(水耕栽培)	5kg	12,000	1,998	13,998	1kg袋 × 3入り(2kg)	3kg×1箱
熊本県産 バジル(水耕栽培)	3kg	6,000	1,998	7,998	1kg袋 × 3入り(2kg)	1箱
熊本県産 パクチー(水耕栽培)	12kg	18,000	2,322	20,322	0.5kg袋 × 24入り(12kg)	1箱
熊本県産 パクチー(水耕栽培)	3kg	4,500	1,998	6,498	0.5kg袋 × 3入り(1kg)	3kg×1箱

《出荷可能数量》
熊本県産 バジル(水耕栽培) 周年 週間出荷量 25kg
熊本県産 パクチー(水耕栽培) 周年 週間出荷量 25kg

《受発注》
御注文の1週間前までに FAXもしくはメールにて 受発注担当者までご連絡ください

《お支払》
請求書発行後、翌月末

何が

いくら

内容
荷姿

いつから
いつまで

受発注、
支払い
方法など

いつから
いつまで

農場に来てもらう (最強の農場営業)

農業会社の最大の営業ツールは農場に案内することです。
バイヤーは全国の産地を見回っています。
農場、圃場を見るだけでバイヤーはその農家さんの
能力を見極めることができるのです。

バイヤーは農場のどこを見るか？

それは圃場入口、車両、駐車場などです
野菜を見るのではなくその農場が整理されているかに注目します

ですから圃場農場が汚い方は農場にお客様をご案内すると逆効果になります。

④圃場がきれい (きちっとした仕事ができそう)

- ・圃場入口清掃
- ・駐車場
- ・自社車両
- ・身なり

お客様が取引を 渋る理由



では、なぜ圃場が汚いとお客様は取引を渋るのか？

ひとつはお客様を意識していないから
二つ目は食を意識していないから

これだけで取引はアウトです

更に掃除する、整理整頓する余裕がないところはトラブルが起きやすいことを知っているので安易に取引を始めるとトラブルになるリスクが高いという判断になるのです

ですから、圃場に来て下さるのはありがたいが、こっちは売り込もうと思っているにもかかわらず、実は買い手側から審査されているということも重々承知しておいてください

従業員を雇って給料を安定的に出しても 経営を成り立たつ講座

第10講 商談の仕方 (プレゼン)

さあ、いよいよプレゼン（商談です）
これまで交渉事をしてこなかった農業者にとっては商談や営業活動に苦手意識を持たれている方も多いと思います。

しかしシンプルに考えてみると
こちらの商品紹介をすることがプレゼンであり、営業であり商談なのです。ですから決して売り込む必要はないのです

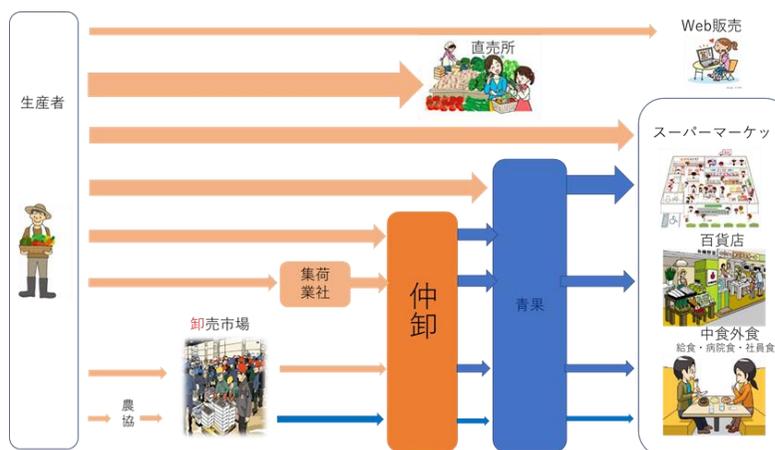
ターゲットとなるお客様はいろいろです
市場から仕入れて仲卸や青果業者、量販店などに転売する業者から大手スーパーマーケットなどの取引先から委託されている仲卸問屋
外食中食で使用する材料を調達する業者や乾燥、サプリ、ペットフ

ード、医薬品、介護食など加工されるための材料を探されている業者など多岐にわたっています。

商談会に出展すると本当に多くの職種の方々が農産物を仕入れようとしているのだなーってことがわかります

これらの業者から名刺をいただいたなら次はリサーチです

ターゲット



最近は大抵の企業が企業ページを持っています。
その企業のホームページというやつです。
商談を行う前に必ずページにアクセスし、創業、資本金、取引企業など調べるようにしましょう。

選ばれる理由 (相手が欲しいモノとは?) 質?量?時?

そして相手が欲しがっているのは何なのかを確認しましょう

相手が「欲しがっている」というのは実は相手が「困っていること」なんです。

例えばレタス H 寒波がやってくる 1 月 15 日から 2 月上旬にどうしても仕入れ量が少ないというので困っているのであるならば

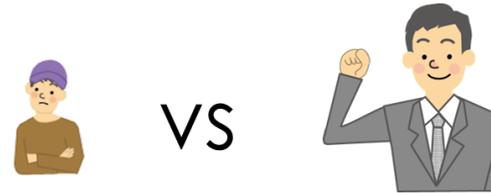
「ハウスでその期間生産して供給します」って提案できれば商談は成立するでしょう

また、サイズがバラバラで入荷していて再選別に人手がかかって困っていると言われるのであれば「選別してから納品します」と言えます。

またネギ業者さんがカットするのに工場がキャパオーバーであると嘆いていらっしゃるのであれば「自社でカットして納品しましょう」

って提案できれば必ず喜んでいただけるのです。

ライバルは誰だ



基本的にお客様の要望はわがままです。

面倒なことを言うのがお客様です。

取引先とつながるためにはその面倒なことをどこまでできるかにかかっています。

わかりやすい例でいえば定数納品を約束していても何かしらの天候トラブルで全体的に農産物の物量が減ってくれば何とか増量して納品してくれないかとせがんできます

また、好天気が続き全体的に豊作傾向の時はやたらと品質に難色を示し出荷量を抑えてほしいというような要望を提案してきます。

これらのわがままに「対応できているところ」と「できていないところ」が、取引先が増えるか否かの違いであり、これらができているところはあなたの会社にとって「最大のライバル」と言えるかもしれません。

プレゼンというより 決断

他社商品より自社商品の方が優れているといくら言っても差別化できる明確なモノ名がない限り特徴で勝負するのは難しいのが野菜の世界です。

果実、イチゴメロン（スイカトマト含む）などは味も商談成立のポイントになります。

しかし、果実はモノができてからしか商談ができません。野菜は事前に商談ができます。

つまり商談のポイントが果実と野菜では違うことがわかります。

最近、モノができる前に果実も商談されている方もいらっしゃいます。それらの方々は物語を売っています。

その果実がお言いし理由をあらかじめストーリーを作るのです。

そのストーリーに共感してもらえると果実ができる前に商談が成立することがあります。

ここでは野菜に商談について話を進めていきますが、あくまでバイヤーが求めていることにフォーカスしてマーケットイン精神で自社にできるか否かで判断し決断してください

つまり差別化しにくい野菜では取引先（マーケット）の要望にどれだけこたえることができるかということなのです

自社特徴

お客様に対してやってはいけない事、言わなければいけない事

<言わなければならない事>

お客様(取引先が)安心して取引できる生産者であることをアピールすること

ポイント：品種、出荷時期、出荷数量、単価は相談に応じます

<言ってはいけない事>

- ・ 堆肥がどれだけすごい×
- ・ 立派な施設で栽培している×
- ・ どれだけおいしい、糖度が高いより×
- ・ こだわりぬいた生産をしているより×

欠品せずに安定供給できますよ
毎日作業記録していますよ
成果物の成分分析を行っていますよ
リーズナブルな価格で納品できますよ

<商品の自慢：商品の説明と自慢は違う>

POINT 農場に来てもらう 地元の美味しいもの、名物、名所を紹介

どうしても自社の特徴は熱い思いを提案したいと思われる経営者の方もいらっしゃると思いますが、熱い思いで栽培していても残念ながら野菜は価格に反映できないものです。

毎日の暮らしに欠かせないモノであれば消費者はリーズナブルな価

格で手に入れたいものです

これは過去も現在も未来も変わらないでしょう
ですからやってはいけないことに自社の特徴をあまり言いすぎるの
は良くないということです

それよりも欠品しません、記録を残しています、リーズナブルな価
格で提供できます・・・
をアピールしたほうがよりバイヤーには効果的に映ります

高く売ろうとしない 相手の利益メリットを提示する

とにかく農産物は“こだわりを出せば出すほど”手間がかかっている
ので仕入れ価格が高くなってしまいます！

また、バイヤーからも仕入れ価格が高いと思われると
商談としてはマイナスです。
それより効率化を図っています。「低コストで生産しています」の方
が
バイヤーにとっては魅力的な言葉なのです

ブランド化



ブランドとかブランディングとかよく聞かれると思います。
これらは高級バックとか高級時計だけではなく、われわれもブラン
ドを作ることが可能なのです。

まずブランドとは変わらぬ価値のことを言います。
近くのラーメン屋さんの醤油ラーメンはいつも美味しいっていうの
もそれはブランドなのです。

一方「あれ？今日は味が少し違うぞ？」っていうのはブランドに
なりにくいのです

更はその評価をだれもが同じように言っているならなおさらです
ごく一部の人だけがおいしいって言ってもそれはブランドではない
のです

ブランディング



ではブランドを作るにはどうすればよいのでしょうか。

いわゆるブランディングです。

似た言葉でマーケティングというのもありますので合わせて解説します。

市場を作り、広げ、認知度向上を計るのがマーケティング

それらのイメージアップを行うのがブランディングです。

つまり、マーケティング - 自分から自分のイメージを相手に伝える努力のことをいい、

ブランディング - 相手に自分のイメージを持ってもらう努力のことを指します

ですからブランド化したいのであれば第3者に

「あなたの会社の〇〇って〇〇だよね」って言われるような努力をしなければならないのです。

【参考資料】



取引先が欲しがっている情報は次の通りです

この項目をすべて埋めることができると

商談はかなりスムーズに進みます！

参考資料

1、商品別 取り引き情報

《何が》※品目ごと 品種ごと ※取扱品目、品種が多数ある場合は別紙にご記入ください

- 品目：例) ナス
- 品種：例) PC 筑陽

《いつから》例) 1 1 月下旬から 翌 6 月中旬まで出荷できます
➢ から まで出荷できます

《どれくらい》例) 週 1 0 0 cs 程度または月 4 0 0 cs 程度 ※生産量でなく取引可能量を教えてください
➢

《いくらで》

- ケース単価：例) 1,440 円/箱 (税、送料別) 円/箱 (税、送料別)
- キロ単価 : 例) 360 円/k g (税、送料) 円/k g (税、送料)
- 時期による価格変動 あり なし

《出荷形態》

➢ 出荷期間中、週何回出荷できますか？例) 週 3 回 火曜、木曜、土曜出荷希望

➢ 出荷規格を教えてください 例) 4 kg 定数詰め 34 本~36 本入り

➢ 小分け包装は可能ですか？ 可能 不可 できればやりたくない

《配送について》

➢ 指定業者あり (運送会社名：)
指定業者なし 1. 集荷希望 2. 指定の場所まで持ち込み可能

《取引状況》

➢ 上記の品目について取引状況を教えてください

市場出荷のみ JA 共販のみ JA と市場出荷

市場出荷と契約取引の両方 契約取引のみ その他 ()

《取引条件》

➢ 受発注は次のどの手段が良いですか メール FAX 電話 全部可能

➢ 支払い条件 (締め支払い)

15 日締め月末払い 月末締め翌月末払い その他 ()

2、商品情報

《商品特徴》※定時、定量、定質、定価、定着 (安定) を可能とする内容を書いてください

- 定時：定期的に出荷できるように をしている
- 定量：収量安定のために をしている
- 定質：品質安定のために をしている
- 定価：低コスト生産できるように をしている
- 定着：持続継続して取引できるように をしている

《認証取得》安心食材を証明するためにしていることがありますか

例) これらの認証を受けている JGAP、ASIAGAP、GLOBALG.A.P. 有機 JAS など

➢

《実績》現在取引先がある方はそれらの実績を書いて下さい

例) 生協、グリーンコープに 3 年出荷している

近所の道の駅では毎回完売になる

地元の給食食材として提供している

市場では常時高値で値付けされているなど

➢

3、産地情報

《生産地》：例) 熊本県益城町 ※数が所で栽培している場合は複数提示してください

➢ 産地

《担当者》

➢ 栽培責任者：

➢ 取引責任者：

※栽培責任者と情報のやり取りをする担当者が違う場合 例) 受発注などのやり取りを経理担当者もしくは奥さんなどが行う場合

《連絡先》

➢ TEL e-mail

《農場訪問について》商談担当者が農場にお伺いしても良いか？

➢ 1. 農場に来てください 2. 農場に来て良い 3. できれば来てほしくない

➢ 農場訪問希望時期：

第11講 取引をするということ (ビジネス基本)

従業員を雇って給料を安定的に出しても経営が成り立つためには新農業ビジネスに大きく舵を取らざるを得ません。

そうなるまでこれまでの農業とはかなり異なります。そもそもお客様を意識してこなかったし、取引もしてこなかったし、分業もしてこなかった・・・

それなのにいきなり忙しいからという理由だけで雇用型に切り替えると、その社員に給料を払い続けること自体「博打」そのものなのです。絶対にやめてください。

従業員を雇うということはビジネス（取引）をするのだということが基本なのだということを肝に銘じてください。

えこひいきされる

取引をするときに絶対必要な条件は「えこひいきされること」なんです。

えこひいきってなんだか悪い言葉のように聞こえるかもしれませんがお客様にえこひいきされなければビジネスは成り立たず、ビジネスの世界では誰よりもえこひいきしてもらうために頑張っています。TVの商業的なその典型です。

「うちの商品を選んでください！」って毎日やっています。あなたもお昼ランチを食べに行くとき、コンビニにするかカフェにするかラーメンにするか決めていくでしょう。

それってそのお店をえこひいきしているのです。そしてたくさんの方にえこひいきしてもらっているところが繁盛店なのです。



行列ができるお店はお客様にひいきされています
ひいきしてくれるお客様の事をファンを言います
あなたのファンを作りましょう。
あなたの商品のファンをたくさん作りましょう
これが農業ビジネス成功の秘訣です

信用取引



えこひいきされるには信用されなければなりません
特に野菜の相対取引は種を撒く前に商談が決まったりします。
ということは、取引先はあなたを信用してオーダーを出している
ということなのです

その信用、期待にどれ位応えることができるか？ つまり農業ビジネスを始めるといことはこのようなプレッシャーの中、野菜を栽培しなければならぬのです。

新農業ビジネスとは

のんびり自分のペースでできる農業とは全くかけ離れた
かなりシビア世界なのです

雇用のタイミング

新農業ビジネスではできないオーダーは受けないことは基本です
従業員を雇って安定的に給料を出し続けるためにはまずは社員を雇う前にこれらの新農業ビジネスを始めて拡張できそうだと思うときに雇用を入れるべきです。

このコースではあくまで従業員に安定的に給料を払う経営の仕組みです

その答えは新農業ビジネスにシフトすること。

ですからまずは新農業ビジネスにシフトすることが先で、それができてからしか安定的な給料を払い続ける従業員雇用はできないのです。



新農業ビジネスにシフトすることが先

先物取引

これまでの市場出荷は証券取引所で行われる株取引と似ています。売る時も買うときも上がったり下がったり社会の変化、需要の変化で乱高下します。

一方、相対取引は先物取引と似ています。

予めまだモノができていなくとも事前予約で先に買い付けているからです。

先モノ取引で売る方も作付けする前からあらかじめ決めている価格で買ってもらえるという保証があるので安心して栽培に取り組むことができ、安心して従業員を雇うことができます。



取引先には居酒屋型と仕出し屋型があって

予約数が決まっているのが仕出し屋型。

今日どれだけオーダーが入るかわからないのが居酒屋型です

予約数が決まっている場合は作業内容確定するので割とすんなり行くのですが、居酒屋型だと今日どれだけのお客さんが来るかわからないので仕込みをおおよそでやるしかないのです。

ですから居酒屋も予約客を取りたがっているのです。

農産物取引で取引先によってはその日その日で注文数を変えてくることもあります。

本来であるなら、居酒屋型ですので仕出し型の取引先より単価を高く設定すべきです。

なぜなら、見込み量であらかじめ収穫梱包など準備しておき足りない分を補うやり方で対応しなければならないからです

また、時には受注量が落ち込めば準備していたものは破棄することもあります。

新農業ビジネスを始める際に高い単価で取引してくれても現場作業が煩雑になるのであるなら

多少取引単価が安くてもあらかじめ取引数が確定している仕出し屋型との取引を増やした方が事業展開しやすいかもしれません。

居酒屋型

当日にならないと
注文数がわからない



仕出し屋型

あらかじめ注文数がわかる



決済法

また、ビジネスの上で欠かせないのが決済です。

市場出荷の場合や農協出荷の場合はセリにおいて仕切られた価格を請求しなくとも自分の指定口座に振り込んでくれます。

これって画期的なシステムで。一般的なビジネスは取引先に何月何日までこれだけの商品を納入しましたので今月はこれだけご請求いたしますって請求書を起こさなければおカネは払ってもらえないの

が普通です。

商品を納品する際に納品伝票を送付し、月ごとに集計して月頭に請求書を送付します。

予め支払い決済日になど決めておく必要がありますが、早いサイクルであれば15日で一旦占めて月末払い又、月末に閉めて翌15日支払い。

もしくは毎月月末に閉めて翌月末に支払うパターンが多いようです。ですから例えば12月1日に出荷した分は12月31日に閉めて翌月の1月31日ころに支払われます。

これらを考慮した上で現金管理を行わなければなりません。」

納品書

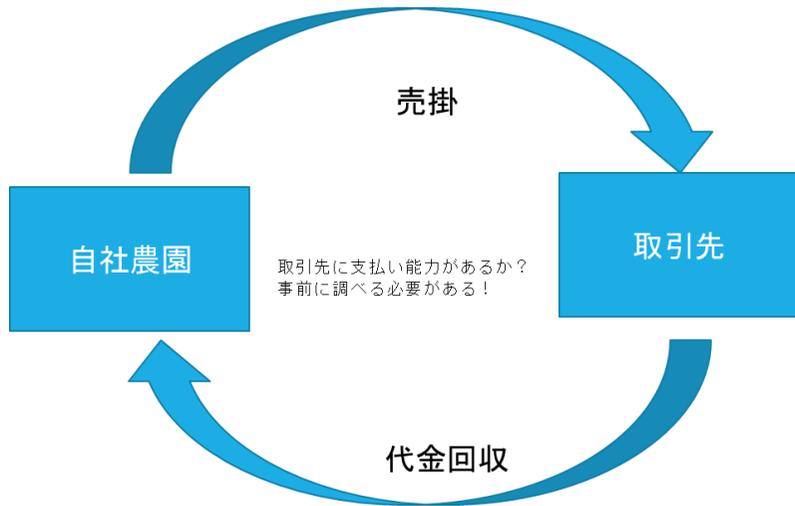
*****スーパー 様
下記のとおり納品致しました。

納品No. 000001
納品日 2014年3月25日

〇〇農業
〒長川真茅ヶ崎市〇〇
TEL 04X-XX-XXXX
FAX 04X-XX-XXXX

品名	数量	単位	単価	金額
1 トマト(大玉)	5	箱	1,000	5,000
2 キュウリ	3	箱	800	2,400
3 オクラ	2	箱	1,200	2,400
4				0
5				0
6				0
7				0
8				0
9				0
10				0
11				0
12				0
13				0
14				0
15				0
16				0
17				0
18				0
19				0
20				0
			小計	9,800
			消費税等	450
			合計	10,250

与信管理



与信管理とは

先に代金を受け取る前受け取引や、納品と同時に現金を受け取る現金取引のみで取引を行えば、債権が焦げ付くことはありません。しかし、企業間における取引は、取引が頻繁かつ継続的に発生するので、都度現金を受け取るのは効率的でない場合が多くあります。

そのため、取引先に信用を供与することで、商品や製品を納品した後に、またはサービスを提供した後に代金を受領する「与信取引」を行うこととなります。

与信取引を行うと、将来、販売代金を現金で回収できるかどうか

は確実ではなく、取引先が代金を払えず回収できないかもしれないという「不確実性(リスク)」を常に伴うこととなります。

したがって、リスクを継続的に管理することで回避・低減させる必要があります。

取引先の情報を収集・分析することにより、取引先の信用力やその動向を予測・分析しながら、取引額を調整し、損失を抑えながら販売代金を回収できるよう管理すること、

すなわち「与信管理」が必要となるのです。

第12講 マネジメントという仕事 (PDCA)

いよいよ第12講です。

このコースの内容は『従業員を雇うということは安易に忙しいから雇うのではなく、**新農業ビジネスに思考行動をスライド**させなければ人件費を払い続けるのは難しいです』という内容でした。

そしてこの講ではこれら社員をいかに活用して事業を安定的かつ発展していくかについて学んでいきましょう。

給料を安定的に払うためには 売上を安定させる

社員を雇ったら社員には自身の給料の倍くらい売り上げを上げてもらわなければ困ります。

そのためには販路を安定させ、あらかじめ計画を立てなければなりません。

市場出荷では確定できないことが多いからです。
そのことをまず社長であるあなたが理解し、社員にも理解してもらいましょう。

自分たちは、自分の会社はお客様の要望に沿った
製品をお届けするという新農業ビジネスをしているということを

大自然の中でゆったりのんびり農業したいって方も良いのですが、
それらの方々に安定的にお給料を出し続けることはできないのだと
いうことを伝えなければなりません。

目標設定

そのためにはまず、社員にも会社の一員として
一緒に売り上げを達成しよう、

目標収量を達成しよう、

お客様に確実に製品を納入しようって

思ってもらうことが大事です。



つまり、目標設定、目的の共有です。
この話は毎日朝礼で話続けてください。
これまで家族経営だった時には会議やミーティングなどは家族内なのでなんとなく夕食の時などに行ってきたかもしれませんが、
第3者が組織内に入ってきた以上、

そうすることで社員も会社の一員として受け入れられたという意識が芽生えた。ただの作業員ではないということがわかってモチベーションも上がってくると思います。

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月			
工程	準備	コーン播種		防除管理	コーン収穫	片付け	準備	レタス播種	レタス定植														
	片付け	準備	コーン播種				片付け	準備	レタス播種														
	レタス収穫	片付け準備	コーン播種			防除管理	コーン収穫	片付け	準備														
	防除管理	レタス収穫	片付け準備	コーン播種			防除管理	コーン収穫	片付け														
収入	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月														
	レタス売上	7,200,000																					
	コーン売上	9,800,000					3,800,000	3,000,000	3,000,000														
売上合計	17,000,000		0	0	0	3,800,000	3,000,000	3,000,000															
支出	売上目標	17,000,000	100%	予算	6月	7月	8月	9月															
	生産費	種苗費	0.04		680,000			400,000	100,000														
		肥料農薬費	0.06		1,020,000	550,000			180,000														
		資材費	0.03		510,000	100,000	100,000		70,000														
		地代水利費	0.05		850,000	450,000																	
	労務費	社長給与			3,960,000	330,000	330,000	330,000	330,000	330,000													
		役員給与			2,400,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
		人件費			2,400,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
		パート																					
	一般管理費	光熱費	0.03		510,000	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	42,500	
	販管費	梱包資材	0.1		1,700,000						425,000	425,000	425,000					425,000					
		荷造運賃	0.03		510,000						127,500	127,500	127,500					127,500					
		他販管費	0.06		1,020,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	85,000	
	減価償却			1,100,000											1,100,000								
	合計		0.4	16,660,000	1,957,500	1,357,500	1,207,500	857,500	857,500	1,470,000	1,860,000	1,410,000	1,397,500	1,957,500	857,500	1,410,000	1,957,500	1,357,500	1,207,500	857,500	857,500		
収支				手元資金	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月			
				2,000,000	-1,957,500	2,442,500	1,792,500	2,142,500	-857,500	-1,470,000	-1,860,000	390,000	402,500	-157,500	942,500	-1,410,000	-1,957,500	2,442,500	1,792,500	2,142,500			
累積					42,500	2,485,000	4,277,500	6,420,000	5,562,500	4,092,500	2,232,500	2,622,500	3,025,000	2,867,500	3,810,000	2,400,000	442,500	2,885,000	4,677,500	6,820,000			



計画を立てただけではダメです。その計画が実行されたかどうか最低月1回はチェックが必要です。規模が大きくなれば週1回は必要です。作業は順調に進んでいるか？
 売上は予定通りか？
 経費は使いすぎていないか？
 収支は月次決算は？
 資金は足りているか？
 次月の予定はどうなっている？
 計画に変更ないか？などなど

そして計画通りに行ってなかったときは原因は何か？
 どうやってリカバーするか？をしっかりと抑えて事業に取り組みましょう

チェック

- 作業は？
- 売り上げは？
- 経費は？
- 収支は？
- 資金は？

カイゼン



チェックして計画を見直す際にやり方を変えたり、より効率の上がるほうを選択したりすることをカイゼンと言います。

例えば作業工程の見直し、業務連絡の見直し、表示の見直し、収穫手順の見直しなど最初に決めたルールや計画が変わっていくのは当然ととらえてどんどん見直していきましょう。

よく社員で、うちの社長は言っていることがコロコロ変わるっていう方がいますが、社長は常に先を見ているので言うことがコロコロ変わるのは当然なのです。

変えてはいけないのは企業理念と会社の目的です。

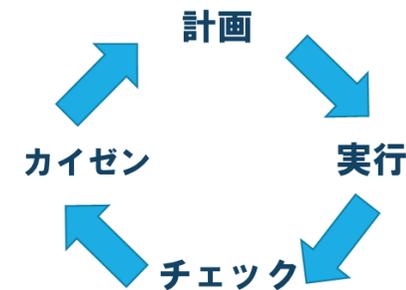
この企業理念に沿っているのであるならば内容はコロコロ変わるのは当然なのかもしれません。

だから企業理念は大事なのです。

企業理念がないのに言っていることがコロコロ変わるのはその社長のエゴです。

例え本人は理念があるかもしれませんが、それが社員に伝わってなければただのワンマン社長としか映らず、いずれ社員はあなたから離れていくことになるでしょう。

何が課題？
どこが問題・・・？



計画、実行、チェック、カイゼンを繰り返す
これをPDCAサイクルと言います

喜ばせる

一人でも身内以外から社員入れるということはすでに企業なのです

零細企業であっても中小企業であってもそれは企業であり、例えば法人化してなくてもあなたは社長です。社員の生活を守る責任があります。

社長の仕事は社員を守ること。そのためには売上を上げること。売り上げを上げなければ社員は守れないのです

そして売上を上げるには取引先に選ばれ、取引先から喜ばれることです。

結果、社員は何のために働くのかというと、忙しいからではなく取引先を喜ばせるために働くということになります。

社長のために働くのではなく、会社のために働くのではなく取引先を喜ばせるために働くのです。

これを社員、従業員が理解できると会社は回ります。社員従業員に安定的に給料を支給することができます。

更には、事業が拡張しても、社員が増えても経営が成り立つようになるのです。

これが従業員を雇って給料を安定的に出しても経営を成り立たせる方法です。

取引先を喜ばせる



社員が
取引先を喜ばせる



社員を喜ばせる



企業努力

既存農業からの脱却



いかがでしたでしょうか。
このコースは若手農業者、事業拡張を狙う農業者を対象に、
雇用型農業へ転換したい、相対取引で事業を拡張したい方々向けに講義を行ってきました。

雇用型農業へ転換はこれまでの既存の農業とは全く異なる思考（考え方）で取り組むべき
新し農業スタイルです。

この講座を何度も勉強して既存農業からの脱却を目指してください