

仕入方法や配送方法の見直しによる肥料・農薬の地域最安値の実現

ぎふ農協(岐阜県)

取組の概要

- 生産資材の予約注文段階で利益還元分の値下げを織り込んだ価格を提示することで、「農協の資材は高い」というイメージを払拭。
- 他店の価格調査の結果を仕入先の選別や交渉などに活用するとともに、物流の見直しを行うことで、水稻向け肥料・農薬の価格を引下げ。

事業化(プロジェクト化)成功のポイント

1 取組のきっかけと価格調査

従来ぎふ農協では、資材の予約販売で農協が得た利益について、組合員の1年間の利用量に応じた利用者還元を年度末に行っていた。そのため、予約の段階では還元分を含めた最終的な価格を提示できず、「農協の資材は高い」というイメージを持たれがちであった。そのイメージを払拭するため、平成29(2017)年から、過去の購入実績を基にした計画量で利益額を算出し、そこから推計したその年の還元額を価格に織り込むことにより、予約注文段階で最終価格を提示できるようにした。

また、同農協では、予約販売価格を地域最安値に設定するため、全農岐阜県本部の協力を得ながら、担当者の巡回やチラシの収集による他店の価格調査を実施。調査結果を踏まえ、他店と比較して価格が高い資材については、見積り業者の数を増やす、仕入段階から交渉をやり直すなどして、少しでも安く仕入れるよう試みた。

2 価格引下げのための取組

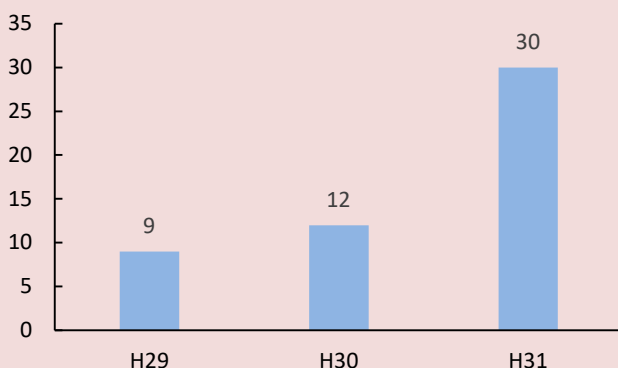
同農協は、資材をより安く農業者に提供するため、物流コスト削減のための改革にも着手。平成29(2017)年11月に物流拠点を54か所から15か所に集約したことで、在庫管理にかかるコストを削減。さらに、農協が行っていた配送業務を全農岐阜県本部の関連会社に業務委託したことで、配送コストと業務量が削減され、その結果、平成30(2018)年の物流コストは改革前の約87%に縮小。コスト削減された分、肥料価格の一律値引きを実施するとともに、農協の物流配送を利用した年間利用金額に応じて利用者へ還元する仕組みを導入した。

3 TACと連携したPRの実施

予約販売価格が安いことを農業者にアピールするため、同農協は管内の農業者が集まる会議やイベント等で、積極的に宣伝。加えて、TACと連携し周知も行ったことで、資材を独自調達していた担い手農業者などの新規利用につながった。

取組の実績

(品目数) <仕入方法を見直した品目数の推移>



(%) <物流改革による物流コスト削減の成果>

