

堆肥の生産・販売に関するQ & A

Q

堆肥センターの経営が、どうしても赤字になってしまいます。黒字にならないまでも、なんとか収支を均衡させたいと考えています。

赤字を解消する良い方法はないでしょうか？

A

堆肥センターの赤字解消には、当然のことですが「製造コストの低減」と「販売額の増加」の2面作戦が必要です

「製造コスト低減」の方法は、毎日自ら堆肥を製造しているのですから自分達で工夫することもできると思われますが、「販売額の増加」は、堆肥センターにとって販売という不慣れで不得意な分野のため努力や工夫の余地が大いにあります。

販売額を増加させるには、糞の処理施設であるとの認識を改め、堆肥という商品の製造施設であると同時に堆肥という商品の販売業であることを自覚する必要があります。

商品を販売するには、お客様である耕種農家の品質や価格、サービスなどの様々なニーズに合わせるため、良質堆肥を作る工夫、生産コストの低減化、配達や散布サービスなどの懸命な努力が必要です。

また、商品の販売には広告や宣伝も必要ですし、営業活動も欠かせません。

商品である堆肥の良さをPRするパンフレットと共に試供品を配布する営業は効果的です。

一般家庭への試供品配布、新聞の折り込みチラシ、農作物に貼る「堆肥使用栽培を証明するシール」を配るなど様々な工夫をしている堆肥センターもあります。

以上述べたような販売努力をするためには、まず、生産・販売している商品に関する知識が必要です。

商品知識がなければ生産もPRもできないのですから、完熟堆肥・良質堆肥とはなにか、堆肥施用の効果、なぜ効果がでるのか、正しい堆肥の使い方などを生産販売者である堆肥センターが勉強し、お客様である（この意識が必要）耕種農家に分かり易く説明できなければなりません。

近年、土作りの必要性や消費者のエコ・安全志向、化学肥料の高騰などを背景として耕種農家の意識も変わり、堆肥に対する需要が高まりつつあります。

この流れを逃すことなく良質堆肥の生産と販売の工夫や努力を行い赤字の解消を実現させて下さい。

(財) 畜産環境整備機構
参与 本多勝男