

日本セールスレップ協会
ビジネスプラン・販路開拓支援事業

JSRA 日本セールスレップ協会

2007. 4. 1

日本セールスレップ協会の支援事業について

日本セールスレップ協会では、経済産業省、中小企業庁、中小整備機構、地方公共団体などと、この数年さまざまな形態でのセールスレップ販路開拓支援事業に取り組んで参りました。現在では「国からの助成金・補助金などの評価・審査団体」として任命をいただいております。

日本セールスレップ協会、行政機関・産業支援団体等と連携し、セールスレップ・販路コーディネータによる全国各地の中小メーカー商材の販路開拓支援事業を実施してまいりました。また、当協会はさまざまな形の支援事業を行っております。

(1) ビジネスプラン、R&D(研究開発)支援事業

日本セールスレップ協会(JSRA)には、各都道府県の企業から「技術や製品、商品開発、プロトタイプ調査などに留まらず、ビジネスプラン全てを、トータルコーディネートをして欲しいとの要望が高まっています。

JSRAでは、これらのご要望にお応えするため、ビジネスプラン、R&D(研究開発)支援事業を行っております。これは、アイデア→研究→企画→設計→プロトタイプ(試作品)→物流→販売計画→販売までを、トータルコーディネート支援を行わせていただくことです。

ご存知のように開発から商品化、販売に至る過程においては、「試作品」を完成するまでの資金、時間を1とすると、「製品」にするにはその10倍の労力が必要です。さらにこの「製品」を、市場調査などで顧客の潜在需要をつかみ、販売先経路に乗せ、販売計画・販促宣材物を用意し、初めて「商品」が販売できるようになります。さらにここでは、それまでの10倍以上の労力が必要といわれています。

アイデア→開発とプロトタイプ(試作品)→「製品化」、さらに「製品化」→「商品化」の間には大きな違いがあるものと考えております。

中小企業にとって、技術力のみではなく、営業力の強化や事業効率性の向上による経営基盤強化は早急に解決すべき課題であり、さらには事業毎のキャッシュフローを早期黒字化が望まれています。中小企業を取り巻く社会経済環境や地域企業の支援・産業振興施策の現状、新たなシステムに関する議論の経緯を踏まえて、「販売」や「営業」という視点から、実際に中小企業の抱える問題解決を実践するものです。そのため、地域産業活性化プロジェクトにおける新事業の技術開発から市場化までの一貫支援要素の一つとして、産業クラスターの創成を促進させるものです。

(2) プロトタイプ(試作品)調査支援事業

企業の事業化は一般に「市場ニーズ把握」「製品コンセプト」「研究開発」「プロトタイプ」「生産（量産）」「流通・販売」「メンテナンス・アフターフォロー」「市場評価」のプロセスを経て成立するものであり、地域における中小企業支援においても、各プロセスで企業が不足する部分を補完する一貫した事業化支援を行う視点が大切です。

研究開発段階からプロトタイプ、完成品化までの工程には、一定の育成期間が必要です。

また、プロトタイプから製品完成化までには多くの課題があります。たとえば、工業製品のケースで多いのは本来の製品差別化・特徴としているものが実現性のある製品として能力化されていない、プロトタイプ完成までに、メンテナンス・サービスなどの対応が考えられていないなどの課題が多くあります。商業製品では、製品差別化・特徴のコンセプトはできていても、工業製品同様、プロトタイプの製造前に行わなくてはならない、商品デザインやパッケージングが市場把握されていない、物流が対応していないなど多くの問題があります。したがって、商品を製造するためのこの一貫したあり方には、それぞれのマーケティング活動としての市場調査などが重要になってきます。

近年の行政機関及び産業支援団体等の指導により、マーケティングの必要性を感じている中小メーカーの経営者は増えていると実感いたしますが、過去に取り組んだことのないマーケティングをどのように実践すればよいのか、理解できていないのが実情であるため、自社の製品開発に最適なマーケティングの実施方法がわからない状況といえます。

その問題解決のためには、セールスレップの技能と特徴を生かし、販路コーディネータと連携して中小メーカーの製品開発段階におけるマーケティングを実施し、製品完成段階よりも以前の商品開発段階における支援に拡大することで、大きな改善が見込まれます。これが協会のプロトタイプ(試作品)調査事業です。

セールスレップは、それぞれの専門分野において、販売先ルート（バイヤー・仕入担当者・購買担当者など）への強いコネクションを持ち、豊富な経験と専門知識による提案スキルにより、メーカーとの契約に基づき、商材の販路開拓を行っています。

セールスレップによる中小メーカー製品テストマーケティングの実現においては、メーカーの専門分野にあわせて販路コーディネータがマーケティング計画を策定し、セールスレップへの調査方法の指示を行います。セールスレップは販売先ルートに対して製品テストマーケティングの調査を実施、売り手側の視点による売れない問題点、売るための要件等を明確にします。

セールスレップと販路コーディネータにとっては、調査によりメーカーとの取り組みを行うことで、メーカー及び製品への理解が進み、販路開拓活動における実績を上げることも大きな効果が期待できるのが試作品(プロトタイプ)調査です。

(3) 販路開拓支援事業

セールスレップによる販路開拓支援事業における協会の役割は、セールスレップに対し販路全般とセールスレップシステムを理解する専門家による商材審査により、信用のおけるメーカー商材を紹介マッチングし、契約後の活動を支援することにあります。

そこで、日本セールスレップ協会では、大都市圏での展示会を活用した営業ノウハウや販売先を持つ販路コーディネータやセールスレップが、商品の性格を分析しメーカー担当者に代わって効果的に営業活動のご提案を行っております。

たとえば、各地方中小メーカーが、大都市圏の展示会などへ販売先の新規開拓のために出展される場合、出展費用や担当者の人件費や旅費などの多くの経費が発生するにもかかわらず、展示会場に多数の競合ブースが居並ぶ中で、有望な見込販売先に自社ブースに立ち寄ってもらえる可能性は極めて低く展示会での営業活動は、基本的に受身にならざるを得ず、結果として取引の成約に至ることは極めて少なくなります。

販路コーディネータによる活動では、セールスレップ商材としての適正診断、展示会場での見込セールスレップとの商談セッティングなど、またセールスレップによる活動では、見込販売先への展示会事前アプローチ、展示会場での見込販売先担当者（バイヤーなど）への商談セッティング、クライアント誘導、市場調査、展示会場での営業支援・営業代行などにより、効果的な展示会営業を実現いたします。

日本セールスレップ協会では各種セミナー派遣、講師派遣、セールスレップ専門家派遣、セールスレップマッチング商談会、市場調査など、ご要望にあわせたセミナーやマーケティング、商品開発支援、販路開拓支援のご相談を承っております。

販路コーディネータの活用

メーカーがセールスレップシステムを導入する際は留意点多くがあります。これらを支援するコンサルタント機能を持つエキスパートが販路コーディネータです。販路コーディネータは、セールスレップシステムを含めた販路選択ができ、商品開発、商材目利きのできる専門家であり、商品戦略、販売戦略、販売促進戦略から、経営戦略、事業戦略まで支援することのできる専門家です。

販路コーディネータの特徴は、机上の理論と経験則のみによらず、現在最新のセールスレップの生の情報を常に得ていることで、より現場に密着したコンサルタントであることです。また、単なる「指導、アドバイスと評価」のみに留まらず、販売にも責任を持って取り組むことができることです。これがこれまでのコンサルタントとの違いでもあります。製品プロトタイプから商品完成までのプロデューサーとして重要な役割を担います。

日本セールスレップ協会（以下JSRA）には、「産」「学」双方のネットワークを持つ地元企業OBが中心となった技術相談、販路開拓相談ができるコーディネータが複数在籍しています。その他、非常勤アドバイザーとして、大学教授、主要企業実務経験者、商工会議所等行政支援機関経験者、中小企業診断士、技術士、経営士、弁護士、税理士など産学官の各エキスパートが、一体となってメーカーの販路開拓、市場調査、商品開発などの個別の幅広い相談、要望に応えられるような布陣で企業からの相談に臨んでいます。

案件によりましては、プロジェクト体制を組んで取り組ませていただいておりますので、お気軽にご相談ください。

日本セールスレップ協会本部事務局

〒115-0045 東京都北区赤羽 1-59-9-201 ネスト赤羽ビル（行政管理ビル）

メール info@jrep.jp（代表）

TEL 03-3598-6898（代表）