

# 代理人の特産品売り込み

## 日本セールズ協 13道府県で商談会

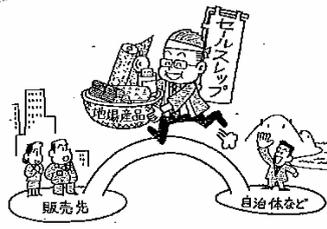


イラスト はさま隆治

大都市圏への地場産品売り込み、販売代理人（セールズ協）が活用されている。自治体や経済団体の委託で、代理人の組合「日本セールズ協」が、〇六年度には延べ百五十人以上の代理人を派遣した。有望な商品があれば、代理人が個別に企業と契約、営業に入る。

香川県は「都会に拠った商品開発に慣れ、代理人ならさき間市場を狙うなど、きめ細かな販売戦略もできる」とアピールしている。

「セールズ協」が二〇〇六年度にセミナーや商談会を開いた地域は青森、兵庫など十三道府県と前年度から倍増。〇七年度は新たに四県で委託が検討されている。地方の中小企業が「売り込みのプロ」を使って大都市で販路を開拓できれば、地域経済の活性化にも役立つだろう。

代理人の多くは都市部での販売ルートを売り込み方法を熟知した元営業職。公的資格ではないが、現在、全国で千人以上が活動しており、このうち約五百人が日本セールズ協が認定する資格を取得している。同協会が委託事業をスタートさせたのは〇三年度。商談会の開催地は当初の二県から年々増加し、〇六年度には延べ百五十人以上の代理人を派遣した。有望な商品があれば、代理人が個別に企業と契約、営業に入る。

このほか防災用パンの伍話（静岡の食品企業）や発光タイオードの電光（徳島）や四国のメーカーなども、代理人を介し首都圏で販売されるようになってきている。同協会の小塩福之会長は「地方企業はブランドになる地名などを生かした商品開発に慣れ、代理人ならさき間市場を狙うなど、きめ細かな販売戦略もできる」とアピールしている。

して〇六年度から協会を通じ、県内企業に代理人を紹介する事業を始めた。これを受け、小豆島手延素麺協同組合は「問屋頼みでは販売が伸びない」と昨年、代理人と契約。特産のオリーブを使ったそうめんを首都圏の飲食店や宅配で販売することに成功した。