

地場産り込み販売のプロ活用

大都市圏への地場産品売り込みに、販売代理人（セールスレップ）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「日本セールスレップ協会」（東京）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ちそうだ。

地方の自治体や企業

代理人の多くは都市部での販売ルートや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スレップ協会が認定する資格を取得している。

代理人の多くは都市部での販売ルートや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スレップ協会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。香川県は「都会に拠点を置かず、少ない経費で営業できる」と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。このほか防災用パンの缶詰（静岡の食品企業）や発光ダイオードの電光掲示板（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いく。

同協会の小塩稲之会長は「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不慣れ。代理人ならす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。

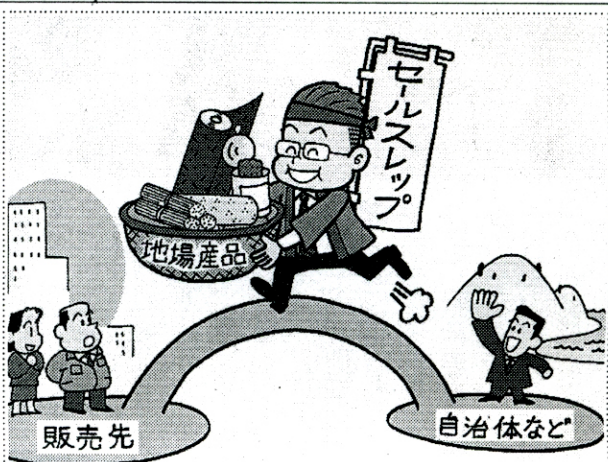


イラスト はぎま隆治