

営業のプロ 地場産品PR

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
五百人が日本セールスレッ
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。
代理人の多くは都市部で
販売ルートや売り込み方
延素麺協同組合は「問屋頼
みでは販売が伸びない」と

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

同協会が委託事業を取
得している。

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。

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

法を熟知した元営業職。公
式年、代理人との契約。特産の
オリーブを使つたそつめん
を首都圏の飲食店や宅配で

「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。

大都市で“代理”活用が人気

代理活用が人気

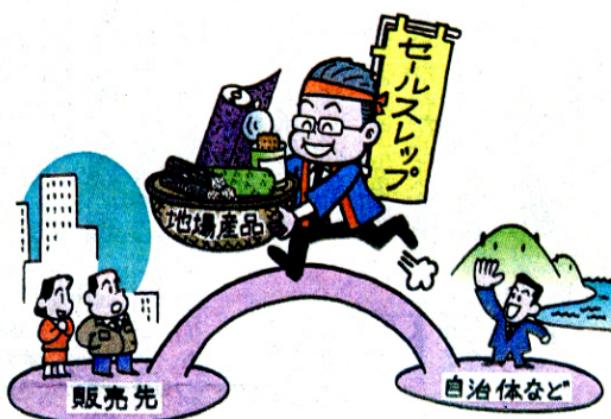


イラスト はざま隆治