

特産品プロが売り込む



イラスト はざま隆浩

広がる代理人

大都市圏への地場産品売り込みに、販売代理人(セルスレップ)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「日本セルスレップ協会」(東京)が二〇〇六年度にセミン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。

13道府県で商談会

首都圏狙い 販路を開拓

地方の中小企業が、売 大都市で販路を開拓できり込みのプロを使ってれば、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、小豆島市延素廻協同組合は「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、代理人を紹介し首都圏で販売されるようになっていた。同協会の小塩裕之会長は「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。