

# 特産品の販路開拓 代理人活用広がる

## 06年度 本県も商談会委託

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  
本県、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

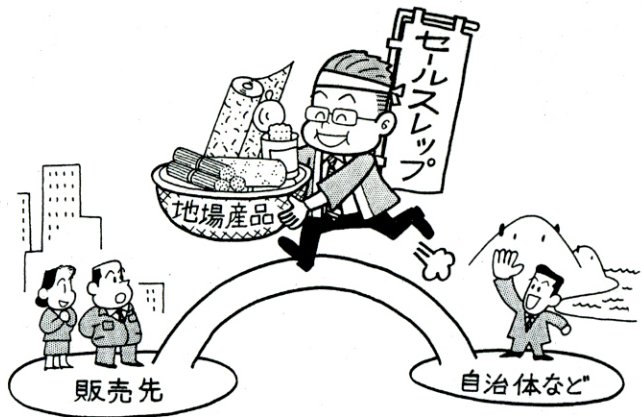
レップ協会が認定する資  
格を取得している。

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  
なっている。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・はざま隆治