

# 営業推進員活動事業

## 施策のポイント

産地型水産加工業は、消費市場の荷受業者への委託販売が以前から行われてきたため、地域加工業者の販路開拓力・販売力が脆弱であることを加工業界も自覚しており、行政に対し「販売力」に対する支援を要望していた。行政が販売のプロを雇用して水産加工業に挺入れする事業としては全国にも例が無く、先進的な取り組みと位置づけられる。

### 自治体情報

北海道 標津町

人口 / 5,803人

標準財政規模 / 3,749,206千円

担当課 農林水産課

電話番号 代表 0153-82-2131 内線 210

実施主体 標津町

関連ホームページ

事業期間 平成 22 年度から

参考とした施策

関係施策分類

## 施策の概要

### 1 取組に至る背景・目的

秋サケやホタテ貝の生産地としての標津町では、その水産加工業の流通形態として大手量販店への直販ではなく、消費市場の荷受業者への委託販売が主流となっている。

荷受業者は、市場において仲買人に販売し、複雑な流通段階を経て、スーパーマーケットなどに販売される。これらの長年にわたる流通システムにより、地域水産加工業者の販売力の脆弱さや、複雑な流通システムによる製品の利益率の低迷などが構造的な問題として、地域基幹産業である水産業の経営を圧迫している。

そのため、道内外に標津産品の販路を専門的に開拓し、新規の商談を成立させる販売専門員を雇用して、標津産の水産原料や水産加工品の販売を促進し、水産業の振興に寄与する。

### 2 取り組みの具体的内容

長年にわたり、首都圏で食品販売の営業に携わってきた「販売のプロ」（営業推進員）を町が採用し、地元水産加工会社共有の営業マンになってもらい、営業推進員の販売のノウハウを活かして、地域と道内・道外の企業との商談を成立させ、地場製品の販売促進・販路拡大に寄与し、地域水産加工業の振興を図る。

### 3 施策の開始前に想定した効果、数値目標など

新規の販路開拓や製品販売に係る販売力を営業推進員がサポートすることにより、個々の企業では、取引が難しいケースも実現し、様々な取引先からのニーズも分かることで、地元水産加工業において生産量・売り上げの増大が想定される。営業推進員が計画した売り上げ数値目標は、5,000 万円／年間とする。

### 4 現在までの実績・成果

平成 21 年 4 月より平成 22 年 3 月 15 日までの実績は次のとおり

- (1) 売り上げ実績・・・8,277,600 円
- (2) 新規取引企業数・・・8 社
- (3) 地元取引企業数・・・3 社（標津漁協、神内商店、北海永徳）

## 5 導入・実施にあたり工夫した点や苦労した点とその対処法・解決策など

営業推進担当には、単なる商品販売の営業だけでなく、町の広報担当も含めて標津町の取り組み（地域ハサップやエコツーリズム事業など）や自然・観光などもPRして貰う事で、標津産品の信用も高める工夫をしている。また、約10社の水産加工会社が1人の営業推進担当を共有するという事で、当然守秘義務はあるが、企業側で自社の取引上の情報を知られたくないという気運がまだ残っている。その部分を払拭している企業は、売り上げを急激に伸ばしていることから企業側には、うまく営業推進担当を利用して、利益を上げてもらいたいと考えている。

## 6 今後の展開と課題

平成21年度実績の内容として、高次加工製品ではなく加工原料の割合が多かったことで、まずは継続して量販店よりもエンドユーザー（外食産業・ホテル関係など）にターゲットを絞る。

課題としては、さらに利益の取れる二次・三次加工製品の商品開発による量販店攻略である。

### 2010年3月までの実績と来期への課題と目標

営業推進担当 仲村敏彰

4月に標津町営業推進担当の任命を受け9ヶ月が経過し、現在の実績、状況を含め、来期への課題、来期目標をご報告致します。

#### 1) 平成21年4月～平成22年3月までの状況

まず標津町内加工業者各社への挨拶と、現状把握、及び今後の取り組みの打ち合わせをする目的で巡回させて頂きましたが、やはり各々が個人企業のためそれぞれ異なった戦略、得意先をもち商売をされている。よって、すべて同じチャネルへ向け、同様の商品にて一本化を図るのは難しいと感じた。

又、北海道内特に地元道東エリアにて如何なる商品が供給されているのか、マーケット調査を始めたが、予想に反し、フクハラ、東武、ラルズ、北雄ラッキー、イオン、ポスフル、イトーヨーカ堂等、スーパーの店頭において、殆んど標津産のものが無かったことに驚かされた。ブランドロイヤリティを構築する為には地元での支持は欠かせない。本州へ打って出ると同時に、地元道東エリアでの位置づけもしっかりと構築しなければならないので、思った以上に時間を要する感じであった。

そしてスーパー、百貨店、外食、ホテル等、チャネル別に目標設定をし、商談を始めたが、やはり市場で求められているものは、二次加工、三次加工したもので、現在のマーケットにおいては、原料的なものは通用しない（よほどの価格訴求ができれば別であるが）ということを感じ知らされた。又、道内においては標津産の商品はあまりに高すぎるとの評価が殆んどで、女満別・中標津空港のショップでの販売に留まった。量販店、ホテルへの商品供給が今後の課題である。

3月までの結果として、地元水産加工企業2社及び標津漁協の計3社と遠鉄観光系列など8社との取引を開始し、827万円の売上げであった。

#### 2) 来期目標

来期に於いては、12月までに商談を開始した企業13社に対し、商品供給を開始することを目標としたい。特に量販店よりもエンドユーザー（外食、ホテル関係）へターゲットを絞りたい。なぜならば、現状、原料での供給が可能で、尚且つ価格が取れるチャネルであることが最大の理由である。そしてエンドユーザーを攻略しながら、平行して市場ニーズのある付加価値の高い、すなわち利益の取れる二次加工、三次加工の商品開発を行い、量販店の攻略に向けての準備を整えたい。

又、ブランドロイヤリティを構築する為にも最も効果のあるギフトセットの提案及び販売も実現したい。ギフトセットに於いては、標津産を前面に出し、アピールしたい。（インターネット販売、百貨店、企業内社販等）

来期売上げ高目標は5,000万円とする。

最後に、来期に向け加工業者各社への巡回数を増やし、もう少し突っ込んだ打ち合わせをでき得る関係を構築し、成果を共有したい。

## 予算関連データ

総額 ①～⑤の計		財源内訳（財源区分：①～⑤）				
		①国費	②道費	③起債	④その他	⑤一般財源
7,235千円		0千円	3,539千円	0千円	0千円	3,696千円
①～④の名称、 所管など	名称		標津町地場産品開発及び 販売専門員雇用事業			
	所管		農林水産課			
	金額		3,539千円			
	補助率		50%以下			

提供可能資料：営業推進担当の実績と来期への課題と目標