

新人・若手園芸担当者は必読！ 青果物営業のコツとノウハウ

新連載

青果物流通の
営業とは

ほん だ しげる
本田 茂

農業経営診断士 6次産業化プランナー



1. 連載にあたって

JAの販売事業は、米を中心に伸び悩む中、園芸事業への期待は大きくなっています。その理由は何でしょうか？

米は、各県毎に生産しており、しかも全国的に供給過多になっていますが、園芸事業は、生産者の所得を増やし、作付拡大により取扱金額を伸ばす可能性があります。各県では園芸作物の自給率は100%以下であることが多い（地域の消費を他県から仕入れている）ため、直売所や量販店など販路開拓の可能性があるなど、まだまだ販売価格を上げる余地があり、生産者にメリットを提供することができるからです。

しかし、園芸の営業業務は、俗人的な業務となりがちです。それは、数量や価格が安定せず、個人の力量による所が大きく、天候やその時の相場環境など自分ではコントロールできない要素が多いなどの理由からです。そのため、きちんとしたマニュアルもなく、担当者が異動した際に十分な引き継ぎもなく、ノウハウの多くが埋もれているという課題があります。

そのような中で、園芸部に配属された多くの新人や若手職員は、産地部会、販売市場、自分の組織内の中で思うように業務が進まず悩んでいるのが実態かと思います。

このコーナーでは、園芸販売のノウハウやコツをわかりやすく解説し、伸び悩む園芸担当者をコー

チングするような連載にしていこうと考えています。

2. はじめに

初回は、「青果物流通の営業とはどのような特徴があるのか?」「どのような能力が求められ、業務の中でやりがいのある瞬間はどこなのか?」このあたりを探っていきたいと思います。

3. 一般の営業とどこが違うのか?

そもそも青果物の営業と他の営業とは何が違うのでしょうか?

下の表-1では、数量、価格、顧客、品質保証で比較しました。一般の営業との大きな違いは、数量と価格があいまいになることです。

メーカー側にあたるJAは、納品数量が保障できないので、数量の弾力性のある市場任せになりが

ちです。品質保証も後日のクレームとなりますが、その時の生産者のせいなのか、あるいは雨や高温、病気のためなのか、原因があいまいなままになりがちです。

4. 肝に銘じて欲しいこと

取引先に対して数量が約束できないので提示価格を言えない。

価格を言えないので品質もあいまい。

今までの青果物の営業は、肝心な部分をコミットメント（約束）せずに市場任せになってきました。これからは、表-1の「今後の青果物営業のあるべき姿」にあるとおり、一定割合からでも数量、価格、品質を取引先とコミットメントすることを肝に銘じて欲しいのです。

営業のスタンスがあいまいであると、仕事そのものがあいまいに

表-1

	一般の営業	青果物の営業	今後の青果物営業のあるべき姿
数量	注文に応じて納品する	一定でない (生産量に応じて)	一定割合事前に数量を契約する
価格	製造原価に利益を足したメーカー納品価格を提案する	市場相場により決まる (製造原価関係ない)	契約数量分の価格は生産者製造コストを積上げたもの
顧客	小売店や最終消費者	市場	バイヤー、加工業者など実需者
品質保証	絶対である。 アフター保障など	クレームはあるが、日数経過によりあいまいになる	迅速に生産履歴などから生産者を特定し原因を突き止め改善する

なってしまいます。仕事があいまいであると、仕事のやりがいや喜びも見えなくなってしまうのです。

5. これさえ押さえれば怖くない！ 青果物の営業

今まで言えなかった価格のことを市場の担当者に言うと、

産地：「この価格では困ります。

他はこのくらいしています」

市場：「そちらが価格を言うのなら、困ったときに数を集めてくれるのだろうか」

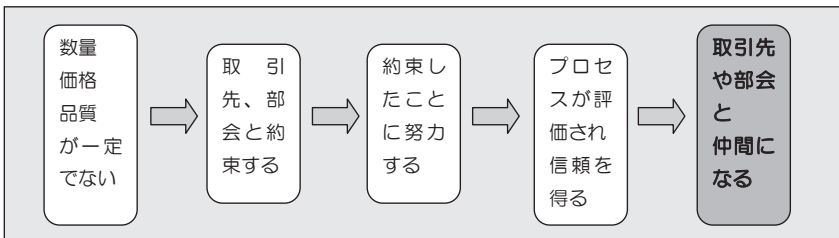
というようなことを言われるかもしれません。

しかし、ここで逃げてはいけません。数量が不安定な中でどれだけコミットメントするか、その姿勢を取引先は見ているのです。営業の世界は結果が重要ですが、この青果物業界では、不安定な環境下で結果をだそうとする過程（プロセス）が重要なのです。

数量や価格を100%約束できないことは、生産者や取引先も皆、根底では理解しています。ある意味不条理な世界ですが、ここを逃げてしまうか、立ち向かうかは、ベテランも新人も関係ありません。むしろ、ベテランの方ほど、責任が曖昧になる市場流通の仕組みに逃げてしまうのです。生産者や取引先は、この不条理な環境下で「一緒に立ち向かう仲間」を捜しているのです。

プロセスを相手にわかってもらえると、取引先や部会との間に信頼関係が生まれます。信頼関係ができると仲間意識が生まれます(表-2)。このような関係になってしまえば、少々のトラブルは多めに目にくれるようになり、約束に対する怖さは薄れてきます。また、人から信頼されることで仕事は数倍楽しくなります。仲間のためにさらに結果を出そうと、さらにコ

表-2



ミットメントするようになり、仕事が前向きになっていくのです。

6. 最後に

今回押さえて欲しいことは、「青果物流通の営業は、責任を持って相手と約束をする姿勢」を持つことです。但し、やみくもにできない約束をすればいいというわけではありません。そのあたりのコツやノウハウを教えるのがこの連載の目的でもあります。まずは、細

かいテクニックよりも前に、責任を持つとする心構えを持って欲しいです。

新人、若手の皆さんは、何も言わなければ責任は発生しないという慣習に流されないようにしてください。青果物流通の営業は理屈ではない部分が大きいので、営業担当の俗人的なスキルに占める部分が大きいのです。しかし、取引先や部会の方がたは、この理屈ではないマインドを見ているのです。

執筆者紹介



本田 茂……農業経営診断士。宮城県在住。農家や農業法人に対する経営支援をおこなうため平成24年10月独立。宮城県農業法人協会賛助会員、6次産業化プランナー。17年間 JA 全農で青果物流通の現場にいた。主な担当品目は、菌茸類、豆類、土物全般、筍、梅、きゅうりなど。平成22年経済産業省登録中小企業診断士となる。(社)コミュニケーション教育協会理事。農業業界、青果物流通現場にコミュニケーション力導入の活動もおこなう。

～ 園芸担当者向け研修講師承ります ～

・研修講師実績

農業関係者（普及所、認定農業者）向け「一から分かる6次産業化」「6次産業化と農業経営戦略」「農業者への支援の方法」

流通関係者（青森県地方市場）向け「今後の青果物流通の動向」「これからの地方流通の強み分析と方向性」など

・テーマ……要望に合わせた研修をカスタマイズいたします。

「農業者や市場担当者の心を掴むコミュニケーション術」

「量販店バイヤーへの企画提案書作成・模擬商談」

「青果物流通の現状と今後の方向性」

「担当者から取り組むこれからのJAの方向性」

「農業財務・財務分析」など

・お申込・相談は……JA 経営実務まで担当栗野 awano@zenkyou.com;