

若手・中堅職員の 現場を楽しむ

「マイペース」活用術



第10回

マイペースに
販路開拓する②

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. はじめに

今回は、新しく販路開拓することには、産地のブランド作りや、販売ノウハウの蓄積など、利益以外にもメリットが大きいこと、現在の流通にあった販売戦略を構築する必要性について解説してきました。今回は、マイペースに取り組める具体的な販路開拓のノウハウをお伝えしていきます。

2. 商品提案書を作成する

商品提案書を作成するとなると非常にハードルが高く感じる方が多いのではないのでしょうか？

商談の機会はある日突然やってきます。商品提案書を作ろうにも時間がない！ と日を先にのぼし

てしまい、商談から逃げてしまうのは、完璧な商品提案書を作らなければいけない！ と思っている所に原因があると思います。

そもそも商品提案書の目的は何でしょうか？ 提案書を通じて、バイヤーに興味をもってもらい、商談が成功することが一番の目的です。もちろん詳細な商品の説明や条件を網羅していることは大事ですが、完璧な提案書を追い求めて、相手への対応が遅れたり、商談のハードルが上がり、避けてしまっただけでは本末転倒です。

だから、商品提案書は最低限の項目が記入してあれば大丈夫です。不足分は、商談の場の口頭でのやりとりでカバーし、答えられない点は宿題として持ち帰ればいいの

です。むしろ、最低限の情報であることでバイヤーから興味のある点を聞いてもらう叩き台程度でいいと思います。

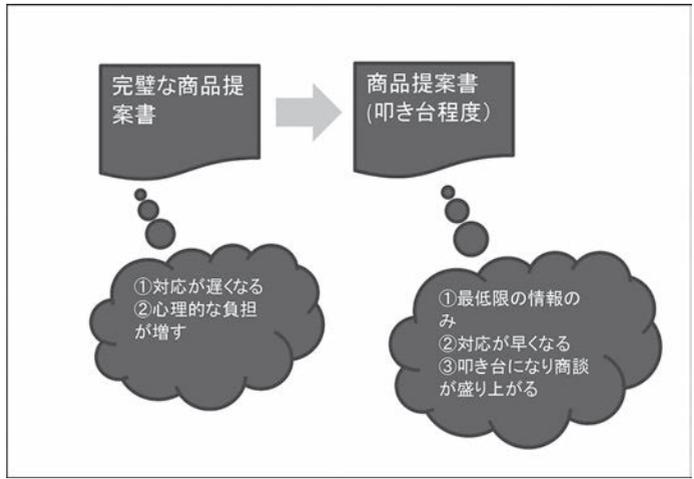
では、最低限の商品

提案書の作成の仕方を解説していきます。

下の図のとおり、5W1Hの項目を埋めるだけでいいのです。

この程度の情報ならA4用紙1枚程度で十分です。この提案書に現物のサンプル、販促物の3点セットがあれば十分です。足りない

図 商品提案書の考え方



部分は商談で聞かれるので、回数を重ねていくと、バイヤーに聞かれそうなポイントがだんだん分かってきます。最初はこの5W1Hの提案で商談を重ね、次第に自然に提案書に盛り込めるようになってくればいいのです。

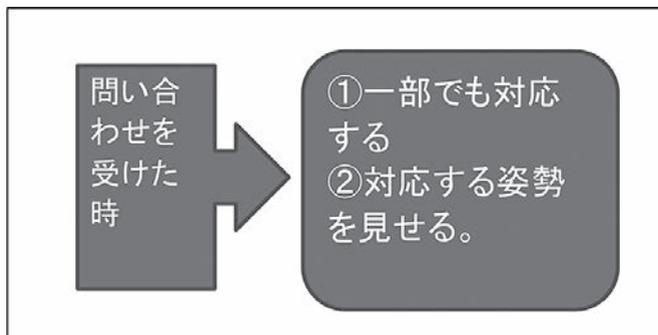
どうでしょう？ 提案書作成の

図 5W1Hの提案書

品名	What	品名・品種など
産地	Where	J A名、地区名など
産地担当者・代表	Who	さらに部会名、部会長、J A担当者名など
期間	When	提案期間
規格・価格	How	提案したい規格と価格
物流・リードタイム	How2	リードタイム（発注後何日で納品できるか？）
特徴	Why	食味、生産のこだわり、他産地との優位性、おすすめのお食べ方など
その他・写真など		

ハードルが少し低くなり、取組みやすくなってきませんか？ 前回でもお伝えした通り、商談は経験を重ねることが大事です。

図 問い合わせを受けた時の対応



3. 相手からの問い合わせが来た時の対応

次に相手から問い合わせが来た時の対応についてです。

実はJAの皆さんは、バイヤーや市場から新規や契約取引などの問い合わせを受けることが多いと感じているでしょう。しかし、せっかく相手からの打診を警戒しすぎてしまい、チャンスを逃していませんか？

商売は相手が困っている時がチャンスだと常々思っています。問い合わせを受けたときは、相手は商品を探していて、困っています。逆にこちらから商談に行くときは、相手は忙しゅうなかなか商談がまとまりません。年中多忙なバイヤーを掴まえるのは、相手から打診を

受けた時が最大のチャンスなのです。

そんなせっかくのチャンスを断ってしまうJA担当者の方の言い分は、「数量がないから。もしも足りない時に迷惑をかけるから」という回答が多いようです。

断ってしまうとその先の関係を断ち切ってしまいます。打診を受けた時は、全部は無理でも一部でも対応する、という取り組む姿勢を見せることが大事です。

打診がある時は相手は数量がなくて困っているケースが多いのです。そんな時たとえ全てが無理でも少しでも対応することに大きな意味があります。「あのJAは対応してくれた」という実績が残ります。数量は満額対応できなくてもいいのです。限定でも少量でも

対応することを心がけてみてください。

そこで、たとえ無理でも部会に提案してみたり、他支店に声をかけてみたりと、すぐに断らずに経過を報告することで検討している姿勢を見せることが大事なのです。これをせずに、「無理です。数量がないです」と担当者の段階で判断してしまうと、相手に「この人は動いてくれないな」と伝わります。さらに「今シーズンは無理ですが、せっかくだいた話なので来期から取り組めるように動いて見ます」など、時間をずらして回答することでも前向きな姿勢を相手に伝えることができるのです。

4. さいごに

これから生産者の人口が減少していく中で、物を生産している人が強い時代がやってきます。そん

な川上にいるJAの皆さんの位置付けは、ますます優位になっていきます。そのチャンスを確実にものにするために、これからますますJAの皆さんの商品提案力、商談する力は重要になってきます。

今回一番お伝えしたい点は、完璧主義にならずに、商談をスタートの場として臨んで欲しいのです。大切なのは、提案書に時間を割くことよりも、商談を楽しみ、その後の展開なのです。もしかしたら、商談だけでなく日常のことで同じようなことが当てはまるかと思っています。会議資料や上司から頼まれた資料作成など、完璧な自分像を作ろうとして固くなってしまいう独身男性のケースにも当てはまるのかもしれません（笑）。

今回は、商談の交渉のコツとクレーム対応、信頼獲得術などさらに踏み込んでいきます。

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。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。在職中に、平成22年経済産業省登録中小企業診断士となる。現在は、農家の商品開発や販路開拓、GLOBALGAP認証支援、青果物市場の経営コンサルティングや人材育成、(社)日本食農連携機構東北支部事務局長を務め、農業者と企業とのマッチングの場づくりの活動を行っている。

●園芸担当者向け研修講師承ります。

お問い合わせはJA経営実務担当栗野まで awano@zenkyou.com;