

# セールスレップ研究会のご案内

## 1. 参加費

無料（但し、経費は各自自己負担）

## 2. 研究会の開催

- ・ 期間：平成 14 年 5 月～平成 15 年 3 月（12 ヶ月間）
- ・ 研究会：年間 6 回（2 ヶ月に 1 回） 初回：平成 14 年 5 月 16 日（金）13：00～16：00

## 3. 研究会発足の背景

産業界では各社が構造的な改革による景気低迷からの脱却を目指して流通改革や生産移転、サプライチェーン改革に懸命に取り組んでいますが、景気回復の兆しは見え、業界再編の渦に巻き込まれています。このような中、リストラによる失業率は上昇し、正社員から派遣社員への切り替えや成果主義人事制度・年俸制を導入することにより成果を出す社員には手厚く報いるという企業が増えています。

セールスレップ・システムは、旧来からつくり上げてきた「メーカー 一次卸 二次卸 販売店 顧客」といった多段階の流通システムでなく、メーカーが直接顧客に対して販売する仕組みです。米国では一般的ですが、国内における導入事例は少ないのが実情です。

国内におけるセールスレップ・システムの啓蒙を目的に、平成 10 年 11 月に中央経済社より「セールスレップの仕組み - 営業活動の効率化 -」（江尻、芦田、中村共著）を出版しました。流通構造改革、人材流動化、成果主義報酬制度導入とセールスレップ・システムを導入する環境は追い風です。しかし、実際にセールスレップ・システムを導入している企業は少ないのが実情です。これは、日本型セールスレップのシステムが確立していないことが一番の要因です。

セールスレップとは、セールス・レプリゼンタティブ（Sales Representative）の略称で、「メーカーに代わって、メーカーの商品の販売を代行するセールスパerson」のことである。セールスレップは、メーカーの社員ではなく独立自営のセールスパersonであり、メーカーとの契約に基づいて商品を販売する。

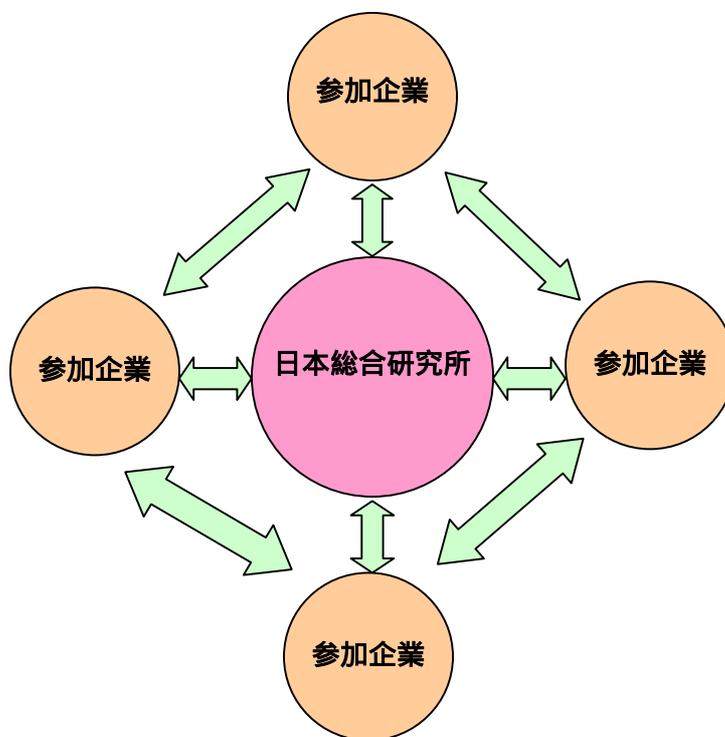
#### 4. 研究会の目的

経済環境や風土、歴史が異なる日本で、米国のセールスステップ・システムをそのまま導入しようとしてもうまく機能しません。本研究会は、この状況を基本認識とし、日本型のセールスステップ・システムのモデルを実務ベースで本格的に研究することを目的としています。また、eビジネスが急速に進歩する現況を勘案し、セールスステップ・システムにおけるIT活用についても研究対象とします。

#### 5. 参加者募集

実務ベースの研究を志向するために、実際にセールスステップ・システムまたはセールスステップ・システムに近いシステムを導入している企業を対象とします。また、競争を避け、本音で議論するために1業種からは1社の参加とします。5社程度の参加を想定。

#### 6. 研究会のスキーム



##### 主な研究テーマ

- ・ 人材スペック
- ・ 人材採用方法
- ・ 役割・職務内容
- ・ テリトリー
- ・ 報酬制度
- ・ 教育訓練・人材育成
- ・ 情報収集・コミュニケーション
- ・ マネジメント方法
- ・ レップ契約書
- ・ 活性化の方法
- ・ IT活用
- ・ 基本モデル 等

##### 参加者の利点

- ・ 実際にセールスステップ・システムを導入している企業が問題点や課題を共有し、解決策を検討します。
- ・ セールスステップ・システムの成功体験や失敗体験を共有できます。
- ・ セールスステップ・システムの標準モデルを共同で作り上げることができます。
- ・ 営業方法全般について情報交換ができます。
- ・ 日本総合研究所の研究成果を入手できます。

##### 日本総合研究所の役割

- ・ 研究会の開催・運営・取りまとめを行います。
- ・ セールスステップ・システムの標準モデルの独自研究、共同研究を行います。
- ・ セールスステップ・システムに関するアドバイスを行います。