

経営一転語 110 問屋の関心事は

製造業（メーカー）は、やはり自社商品売っていくためには、流通網の整備をしていかななくては、なかなか販路の開拓、規模の拡大ができるものではありません。

そこで、流通網の整備、つまり販売代理店や問屋（卸売業）を開拓していくのですが、勘違いしがちなのは、問屋は我が社に忠誠を誓って当然だと思ってしまうことです。

そういう勘違いから、ついつい自社（メーカー）の方が上だとか思ってしまって、高飛車な態度や、上から目線の言葉を発しがちです。

実は、問屋が忠誠を誓っているのは、あなたの会社ではなく、やはり自社（問屋）に忠誠を誓っているのです。

問屋業（卸売業）の関心事は、「我が社の総売上高の1%以上の商品」にあります。

問屋に我が社の商品を買ってもらいたかったら、我が社の販売努力で、この1%の線を突破することが第1です。

売れないのは問屋の責任ではありません。あなたの会社の責任です。

この認識に立って、我が社の取引する問屋の規模を考えます。つまり「我が社の商品の売上が、その問屋の総売上高の1%以上を見込める会社」です。

要するに問屋にありがたがられる商品が必要なのです。

かといって、あまり小さな問屋では、その販売網が弱すぎて、これもまたダメです。

要するに大きすぎてもダメ、小さすぎてもダメ、我が社にあった適正規模の問屋を探すことが大事です。

そして、そのためにまず、わが社で総売り上げ1%になるまでの営業努力をすることです。