

週次営業報告 - 製品X主要販売代理店からの発注停止

日付: 2025年6月20日 報告者: 渡辺 浩 (営業本部長) 対象期間: 2025年6月14日 - 2025年6月20日

1. 報告概要

今週の営業活動において、特に懸念される事態として、製品Xの主要な販売代理店である「ABC商事」および「DEFホールディングス」からの新規発注が停止していることが判明しました。聞き取り調査の結果、競合B社の新製品への乗り換えが主な理由であることが強く示唆されています。

2. 詳細報告

2.1. 主要販売代理店からの発注状況

- **ABC商事:**
 - 製品Xの月間平均発注量の約20%を占める最大手代理店。
 - 今週、予定されていた次回の発注が完全に停止。
 - 担当者へのヒアリングでは、「顧客からの競合B社製品への引き合いが非常に強く、製品Xの在庫を抱えるリスクが高い」との回答。
 - B社製品は、価格優位性だけでなく、若年層に響くデザインとキャンペーンが功を奏している模様。
- **DEFホールディングス:**
 - 中堅規模の代理店で、月間平均発注量の約10%を占める。
 - 今週に入り、発注量が前週比で80%減。実質的な発注停止状態。
 - 同社の営業担当者からは、「市場のトレンドが急速にB社製品に傾いており、弊社としても製品Xの取り扱いを縮小せざるを得ない」とのコメント。

2.2. 市場からの具体的な声

- 複数の代理店から、エンドユーザーからの「製品Xはデザインが古い」「操作が複雑」「B社製品の方がコストパフォーマンスが良い」といったネガティブなフィードバックが報告されている。
- 特に、製品Xの強みであった「高品質」「耐久性」が、競合B社の「低価格」「最新デザイン」の前では響きにくい状況。
- 地域によっては、競合B社が積極的に販促イベントや体験会を実施しており、顧客の関心を引きつけている。

2.3. 営業部門としての所感

- これまで築き上げてきた代理店との関係性をもってしても、競合製品の勢いを食い止めるのが困難な状況に直面している。
- 単なる営業努力だけでは解決できない、製品自体の魅力や価格戦略の根本的な見直しが喫緊の課題と認識。
- 代理店からは、製品Xの今後のロードマップや、競合対抗策に関する明確な情報提供を強く求められている。

3. 懸念事項とリスク

- **売上目標の未達:** 主要代理店からの発注停止が続けば、四半期および年間の売上目標達成は極めて困難となる。
- **ブランドイメージの低下:** 競合製品への顧客流出が加速すれば、市場における製品Xのブランドイメージがさらに低下する恐れがある。
- **在庫リスクの増大:** 製造済みの製品Xの在庫が滞留し、資産評価損が発生する可能性がある。
- **代理店との関係悪化:** 代理店が製品Xの販売に消極的になることで、長期的なパートナーシップに悪影響を及ぼす恐れがある。

4. 今後の対策案

以下の緊急対策を提案する。

1. 主要代理店への訪問とヒアリング:

- 来週中に渡辺本部長自ら主要代理店を訪問し、詳細なヒアリングを実施。現状の課題とニーズを深く理解する。
- その場で、製品Xの今後の改善計画や、当社の競合対抗策について説明し、代理店の懸念を払拭するよう努める。

2. 製品開発・マーケティング部門との連携強化:

- 製品開発本部長およびマーケティング本部長と緊急会議を設定し、市場のフィードバックと代理店の声を共有。
- 製品Xの魅力向上、価格戦略の見直し、若年層向けプロモーションの強化など、根本的な改善策を共同で検討する。

3. 短期的な販促キャンペーンの検討:

- 既存の在庫を消化するため、期間限定での特別価格キャンペーンや、バンドル販売の実施をマーケティング部門に提案。
- 代理店と協力し、共同でエンドユーザー向けの販促イベントを企画する。

4. 競合分析の継続と情報共有:

- 競合B社の製品、価格、プロモーション戦略に関する情報を継続的に収集・分析し、全営業担当者と共有する。これにより、営業現場での顧客対応力を向上させる。

5. 次回報告

本報告書に基づき、来週の営業会議にて具体的なアクションプランの進捗状況を報告する。

以上