

# 経営のヒント



株式会社アグリ  
代表取締役

## 坂本徹哉

さかもと てつや◎1953年、佐賀県生まれ。農協営農指導員から一転、36歳で農産事業を決意し独立。1989年から台湾、メキシコ、中国、チリ、ニュージーランドに渡り、農産技術者の育成事業等を展開、1991年に法人化。民間企業として世界で初めてニュージーランドのゼスプリ社とフレームワーク契約を結ぶなど、高い技術力と指導力が持ち味。現在は食・健康・環境の三分野において、付加価値の高い製品開発や販売事業を展開。新顔野菜「プッチーナ」はメディアの注目を集め大ヒット中。



## もっと元気を出せよ！日本の経営者

### 攻めの姿勢で 情報発信

昨今、「経営努力」とか「生き残り」といった守りの言葉ばかり耳にする。しかし、“最大の防御は攻撃”なのだから、もっと元気を出して攻めていくべきだ。たとえば新商品をPRする場合も、攻めの姿勢で情報を発信していく。農産物のPRは従来、消費者ではなく市場に対するお知らせでしかなかったが、わが社が新顔野菜のアイスプラント「プッチーナ」を売り出したときは、ターゲットを女性に絞った。

そのため、まず化粧品雑誌で記事に取り上げてもらえるように編集部へ情報を提供した。しかも一度に情報提供するのではなく、印象付けるために数度に分けて情報発信し、記事に取り上げてもらうことに成功した。消費者には広告よりも記事の方がアピール度が高いし、料理雑誌ではなく化粧品雑誌で野菜が紹介されることの意外性で話題づくりができると考えた

からだ。それが功を奏して他の雑誌やテレビの取材が相次ぎ、「プッチーナ」を食べることが女性にとってステータスとなるようなイメージづくりに成功した。その結果、一般の水耕野菜が1パック98円のところ、プッチーナは298円以上と強気の販売ができた。

また、攻める際には型にはまらないことだ。わが社が農産物に固執せず、太陽光発電などいろいろな事業を展開したり、大手繊維メーカーとのコラボレーションで竹炭入り寝具を開発し、その販売に家電のルートを活用できたのも既成概念にとらわれないからだ。

### 経営者はバイタリティに溢れるべき

攻めていくには体力も精神力も必要である。トップは常に矢面に立つわけだから、経営者はまず自分の身体を鍛えておかなければいけない。そのため私は朝5時に起床してストレッチやウェイトトレーニングをしてからの出社を日課と

している。55歳のいまも体脂肪率は10数パーセントしかない。

元気はイコール明るさでもある。明るさは人を惹きつけるので、自然と相談できる仲間ができ、困ったときには支えてくれる。だから、営業セールスは“商品”ではなく“自分”を売り込むことだ。商品はその度に売り込む必要があるが、自分を売り込むことに成功すれば「あなたが持ってきたものならOK」となる。

ただ、そういう人間関係を築くには、「できないことはできない」と勇気をもって相手に伝えることも重要だ。私は外国語に堪能ではないので、海外の取引先とのメールのやり取りは、原文をソフト翻訳している。外国語を自由に操れないことを正直に相手に伝えているので、それで困ったことはない。相手が必死にこちらのことを理解しようとしてくれるし、翻訳しやすい文を送ってくれるからである。

背伸びをせず自分をさらけ出す勇気を持てば、新たな展望が開けるのである。