

# この人に聞く

鎌倉製作所

マーケティング室

熊切勝夫室長



熊切勝夫室長

夏季商戦が本格化してきた。今年は暑い夏になるとの予測を受け、各メーカーは強気の販売計画を打ち出している。産業用換気機器で高いシェアを誇る鎌倉製作所も例外ではない。換気と同時に涼風効果が得られる「クルルーフファン」を主力に前年比10%増の計画を掲げる。同社の営業戦略を担当する熊切勝夫・マーケティング室長に話を聞いた。

——今夏の販売目標

る。主力に据える製品と、注力製品については、2001年の発売

お聞かせください。以来、約1000台の増の計画を立ててい

る。他社にはない特徴をもった製品として拡販を図っている。

——販売面ではどのような取り組みをされていますか。

うシステムは世間にはまだ浸透していない。また、比較できる製品がないということもあり、代理店やサブ店の提案が必要となる。そこで、より効果的な営業をしていただくため、わかりやすい販促資料の作成を進めている。

工場内の換気をしながら

全国の代理店を支援すべく、営業拠点ごと

——最後に一言お願いします。

会社メモ  
▽代表取締役 堀江威史氏  
▽所在地 東京都港区北青山2-7-11、03・3403・4311

クルルーフファン

## 拡販を図る

ら水の気化熱による涼風効果が得られる製品だ。エアコンと比べ、4倍近くのエネルギー消費効率を誇るため、電気代などランニングコスト軽減に貢献でき

の勉強会の開催や、同行PRも積極的にさせて頂いている。今後は、全国の代理店を招いて販売ノウハウの講習会も企画していきたい。

「クルルーフファン」は、お客様に高い付加価値を提案できる製品だ。導入後のサポートも、当社の営業技術やサービスセンタ

▽資本金 1億3千万円  
▽売上高 39億円(平成18年度)

コスト軽減に貢献でき

気化熱で冷やすとい

術やサービスセンタ

▽従業員 81名  
▽創業 昭和25年7月