

代理店を増やす方法

代理店・フランチャイズ事業を拡大させるための基本的知識

JDA REPORT

#008 2016年6月

HEADLINE

- I はじめに
- II 理想的な本部を目指す必要性
- III 代理店獲得方法の種類
- IV 自社に合った代理店展開
- V まとめ

I はじめに

代理店やフランチャイズ（以下、代理店）事業を拡大させていくためには、常に新規代理店を獲得していく必要があります。しかし実際に募集を開始してみると思ったように代理店が集まらない、集まっても契約まで至らないということが少なくありません。本レポートでは、代理店を増やすために知っておきたい基礎知識をまとめました。

II 理想的な本部を目指す必要性

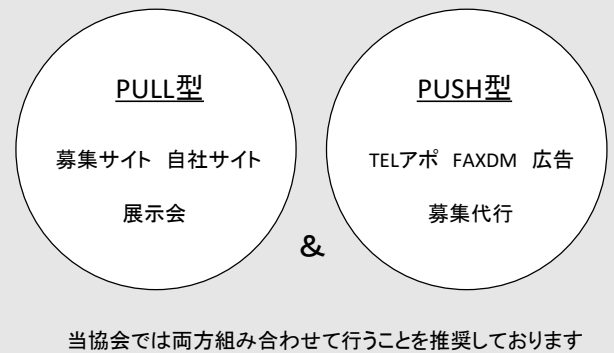
良い商品ができた。良いサービスを開発できた。そう思うてすぐに代理店を募集してしまっはいませんか？もちろん、商品やサービスが優れていることは重要です。しかし、その前に本部としてやらなければいけないことがあります。

代理店開発をする上で最も重要なことは「加盟店から求められている理想の本部像を明確にイメージしそれに近づけるようにする」ことです。多くのチェーン本部の支援をしてきた専門家は、本部構築コンサルティングをしていてこの「理想像づくり」と「理想に近づける指導」が本部から高く評価されると語ります。

この理想像が出来上がっていないと、代理店募集をスタートしてから大きな問題・課題が発覚し、本部担当者も判断基準や優先事項があやふやになってしまうため、問題の收拾に2年も3年もかかってしまうことがあります。これでは代理店開発どころか、事業の存続も危ぶまれてしまいます。

では、理想的な本部の姿はどのように作れば良いでしょうか？すでに先行している同業他社や、異業種の優良企業をベンチマークする方法が一つです。また、当協会が行う「代理店・FC本部格付け」で第三者評価に基づき作成するのもお勧めです。ご予算があれば、当協会にて本部構築コンサルティングも行っていますのでお声がけください。

図1 代理店獲得方法



III 代理店獲得方法の種類

代理店の獲得（開拓）方法には、大きく分けて2つあります。一つはPULL型で、準備をして代理店候補が集まるのを待つやり方です。もう一つはPUSH型で、積極的に代理店候補にアプローチしていくやり方です。

PULL型には、代理店募集サイトの活用、自社サイトでの募集、展示会に出展してリストを集めるというやり方があります。代理店募集サイトは、他の本部がすでに広告を出しているため、見込み客が多く集まっています。そこに貴社の広告を載せると、短期間で見込みリストが集まるというサービスです。フランチャイズ専門のサイトや、どちらも一緒に扱っているサイトもあります。

自社サイトとは、自社の会社案内ホームページに代理店募集のページを作っておき、そこから問い合わせをしてもらうという方法です。同じドメイン内で問い合わせフォームだけおくパターンもあれば、別ドメインを取得して募集専用ホームページを作るパターンもあります。

最後の展示会は、各イベント会社が企画している展示会へ出展し代理店募集をPRすることです。数日間の開催期間中、決められたスペース内に商品やサービスを展示し、そこに来場される方に代理店契約を持ち掛けるということになります。

一方のPUSH型には、TELアポ、FAXDM、広告、募集代行などがあります。TELアポは、ホームページや業界紙、雑誌などから見込みとなる先の連絡先を見つけ、そこに電話営業をかけるという方法です。FAXDMは同じように見込み先を見つけ、FAXを送ってアプローチする方法です。

広告にはいろいろな種類があります。自社の募集ページにランディング（到達）させるためにGoogleなどに広告を打ったり、facebookに事業説明会のイベントページを作り広告で集客をしたり、業界誌・雑誌に広告を掲載したりするなどが考えられます。最近では狭くターゲティングできるためPUSH型に入れています。

最後の募集代行は、代理店募集・加盟店募集の複数のステップ（資料請求、電話での説明、事業説明会・面談など）を飛び越えて、事業説明会に見込み客を集客してくれるサービスです。本部の業務効率化のために活用している企業も少なくありません。

IV 自社に合った代理店展開

当協会では、前章でPULL型とPUSH型に分けて見てきた方法を、組み合わせることを推奨しております。この章では、どのように考えて取り入れていけば良いかをご紹介します。

PULL型は、コストはそれほどかからないが、リストが薄いという特長があります。一方、PUSH型は、リストは濃い、コストがかかるという特徴があります。予算や自社の状況に合わせて、これらの方法に上手に取り組んでいく必要があります。

例えば、代理店募集サイトに広告を掲載すると、短期間で多くのリストが集まります。このリストに上手にアプローチをかければ大きな投資をすることなく、代理店を獲得することができます。ただ、電話をかける担当者の経験やスキルにも依存してしまうため注意が必要です。当協会では、勉強会（実務者会議）を行っていますので是非ご参加ください。

展示会は2～3日の期間で数百～数千のリストが集まります。出展にはある程度コストがかかりますが、その後のフォローを仕組化しておけば効率よく代理店を獲得できます。例えば、1社ずつTELアポをするのではなく、お礼のFAXを担当者宛に送り、デモやサンプル提供などで相手に次のアクションをしてもらう、などの方法です。

PUSH型のリストは濃い、ということの特長に挙げましたが、一方でこちらからアプローチをかけるため、こちらがいかにも良い提案を用意していても営業行為に見られてしまうというデメリットがあります。これはTELアポでもFAXDMでも同様なので、やみくもにアプローチをかけるのではなく、企画が重要です。もともと濃いリストというのはそれほど多くありませんので、リストを潰してしまわないように、注意しましょう。

募集代行は、ターゲットとする層と、募集代行してくれる企業のリストが合えば、非常に効率的に代理店獲得をすることができます。これはマッチングの問題と、加盟金で代行費用がペイできるかどうかの問題なので、積極的に活用していきたい方法の一つです。

V まとめ

ここでは詳しく紹介できなかった方法もありますが、是非複数のやり方にチャレンジして、自社に合った代理店展開の方法を見つけ出していただければ幸いです。当協会では最新の情報なども踏まえ、会員様が本部として成功されるお手伝いをさせていただいております。次ページの相談シートや、当協会ホームページから無料会員登録できる、無料相談などもご活用ください。多くの本部様の成功を祈念いたしております。

著者-----
佐藤康人（さとうやすひと）
7年間で500社以上の代理店募集を支援。実践的なアドバイスで大手企業からベンチャー企業までの代理店本部の立ち上げから募集、教育までをサポート。
一般社団法人日本代理店協会 理事長

FAX受信後2営業日以内に担当よりご連絡いたします。
連絡がない場合はFAXエラーの可能性がございますのでお手数をおかけしますが再度お送り願います。

日本代理店協会 ご相談シート

代理店・フランチャイズ事業拡大について、以下の通り相談いたします。

社名 <small>個人の場合不要</small>	
部署/役職 <small>個人の場合不要</small>	
申込者氏名	フリガナ -----
電話番号 <small>携帯番号可</small>	
Email	
住所	〒 -----
ホームページ <small>ない場合は未記入</small>	http://
ご相談内容	該当する内容に○をつけてください(複数可) 1) 理想的な本部像を作るコンサルティングを受けたい 2) 代理店募集方法についてアドバイスを受けたい 3) 代理店募集代行をお願いしてみたい 4) その他 ()

※記入いただいた内容は当該連絡にのみ使用いたします。ご回答の内容のより協会運営メンバー企業から連絡がいく場合がございます。

協会使用欄

お問い合わせ先

一般社団法人日本代理店協会 〒150-0042 東京都渋谷区宇田川町36-1 山和渋谷ビル3F TEL.03-3366-5666 (平日9:00-18:00)

FAX:0120-099-979 (24時間受付)