

# 代理店をどのように増やすか

プッシュ型、プル型のアプローチ方法のご紹介

JDA REPORT #0013 2017年1月

## HEADLINE

- I はじめに
- II 代理店を増やす前の注意点
- III 募集方法の種類
- IV 募集方法の比較
- V 少ない人数でどう取り組むべきか
- VI まとめ

## I はじめに

---

2017年1月23日に開催された「代理店・FC本部実務者会議」の内容をレポートとしてまとめました。協会からの情報だけでなく、参加企業様からの貴重なご意見も踏まえたレポートになっていますので、本部の皆さまに役に立つ内容になっていると思います。是非お役立てください。

## II 代理店を増やす前の注意点

---

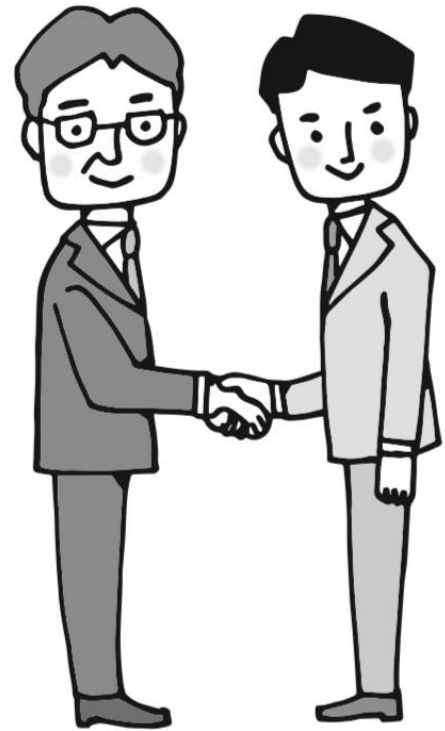
代理店展開するにあたって「代理店を増やす」ことが最優先課題になります。しかしながらこれまで多くの企業の事例を見ると、単に数を増やすのではなく次の点に注意が必要なが分かります。

- 1) 売れない代理店を作らないように基準を設ける
- 2) 研修・教育方法を準備しておく
- 3) 関係者の役割・目標を明確にしておく

一番多い失敗は1)で、とにかく数を増やそうとして、売れない代理店を増やしてしまうことです。どのような販路を持っているのか、売れる能力はあるのか、研修でブラッシュアップすれば成果は出そうか、など採用基準を明確にしておきましょう。

次に募集だけしておいて売り方を教える研修・教育方法が欠落していて失敗するケースがあります。代理店は営業のプロだから任せておけば安心という時代ではありません。ちょっと活動して売れなければ、他社の商材を販売しようということになってしまいます。すぐに売れるような研修プログラムを用意しましょう。

最後にビジネスの基本ですが、役割と目標をきちんと明確にする癖をつけておきましょう。本部と代理店、責任者と担当者、社長と責任者、など、関係者がお互いに期待していることにズレがあってははいけません。この簡単な原則を守ることで、思わぬ人的トラブルを未然に防ぐことができます。



## III 募集方法の種類

---

代理店を募集する方法には大きく分けて2つ、プッシュ型とプル型があります。こちらから積極的にアクションを起こし続けるプッシュ型と、広告などのように一度準備しておけば自動的にリスト（見込み）が手に入るプル型です。

### <プッシュ型>

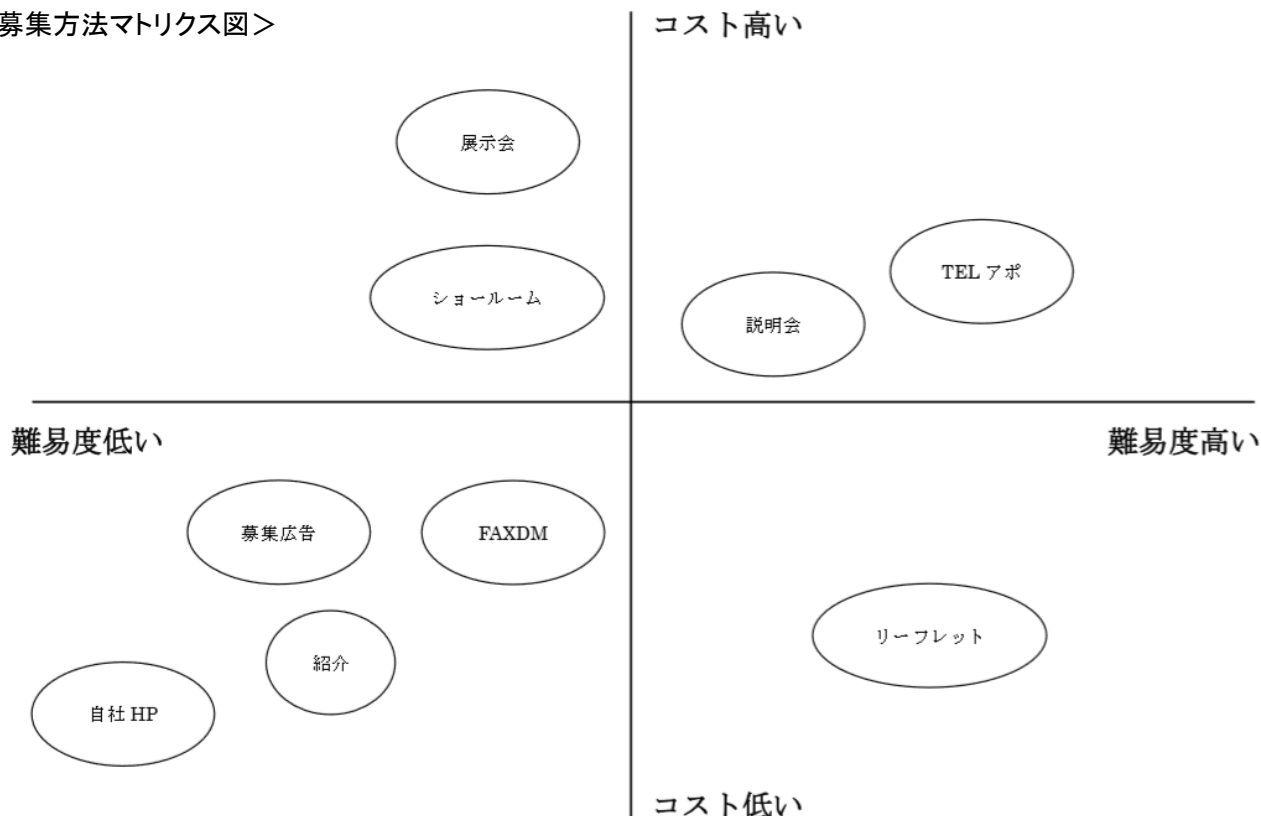
- ・紹介
- ・TELアポ
- ・FAXDM
- ・展示会
- ・説明会

### <プル型>

- ・自社ホームページ
- ・募集広告
- ・ショールーム
- ・リーフレット設置

プッシュ型はスタッフの稼働を伴うのでコストが高くなります。一方のプル型は費用はかかるものの人件費に比べればインパクトは低く、比較的lowコストになります。どれか一つの方法だけで代理店を募集している本部は少なく、複数の方法を組み合わせて使っています。それぞれの効果を検証し、改善し続けることが、代理店展開成功の近道です。

＜募集方法マトリクス図＞



IV 募集方法の比較

前ページで紹介した募集方法をどのように選択すればよいでしょうか？上図のように難易度とコストの二軸を見ながら、具体的なやり方と、メリット・デメリットを解説していきます。なお、上図のコストは人件費も踏まえていて、難易度とは担当者のスキル（技術）を要するという意味で使っています。

＜紹介＞

既に貴社の商品・サービスを購入されている顧客に代理店の制度ができたことを案内する。あるいは知人・友人・取引先に、こういう制度ができたがやらないか、できそうな人を紹介してくれないか、と持ち掛ける方法です。コストもかからず良質な代理店の獲得が期待できる反面、数に限りがあります。

＜TELアポ＞

リストを購入してきたり、インターネット上で連絡先を見つけるなどして、電話をかける方法です。代理店契約まで結び付けられれば大きな売上につながる可

能性が高いですが、電話自体が営業行為と見なされやすいため高いスキルが求められます。

＜FAXDM＞

リストの購入、あるいはインターネット上でFAX番号を調べて代理店募集の案内をFAXする方法です。資料請求につなげたり事業説明会につなげるなど、内容は複数考えられます。すぐに反応が出るので、効果がなければ別の内容を試しながらアプローチできます。狙った業種に一斉にアプローチできますが、設計や内容の作り込みにスキルを要します。

＜展示会＞

代理店候補者が集まりそうな展示会に費用を出して出店する方法です。展示会の規模によりますが、一度に多くの代理店候補を獲得できる点と、デモなどで興味付けをすることができる点がメリットです。デメリットは、数が多いのでフォローが大変ということと、展示会の出展料、造作物、配布物、当日スタッフなど、コストがかかるという点です。フォローの順番が後回しになってしまって興味が失われていたということがないように計画を練っておく必要があります。

### <説明会>

いわゆる事業説明会です。貴社の会社概要、商品・サービスの説明、代理店制度の説明、などを人数を集めて一度に説明する方法です。一度に集められるという点と、FaceToFaceで信頼関係を作れる点、会場の場を上手に作って申込しやすい流れを作れる点がメリットです。反対に集客が大変なのと、遠方で開催する場合、移動費・宿泊費がかかる点、登壇者のカリスマ性を必要とする点がデメリットにあげられます。

### <自社ホームページ>

自社の商品・サービス紹介サイトに代理店募集の案内を載せる方法です。お問合せフォームと同じように、入力項目だけがならんだ無機質なページが多くみられますが、代理店になるメリットなどを載せておくと反応が上がります。大手企業は専用ドメインを取得して代理店募集向けの内容を複数ページ用意するケースもあります。簡単に組み組めるというメリットがありますが、そもそもサイト自体にアクセスが集まっていなと数、効果は期待できません。

### <募集広告>

代理店募集のポータルサイトに広告料を払って代理店を募集する方法です。もともと代理店になりたい法人や個人が集まっているところに広告を出すので、短期間・低コストでリストが集まります。一方で見込みが高い方と低い方が混ざっているので電話をかけて絞り込んでいくのが大変です。

### <ショールーム>

商品やサービスを展示して見せられる場合はショールームを用意する方法もあります。自社でなくても人通りが多いスペースを間借りして展示することもできます。ブランドイメージや信頼性の向上や、手に取ることで誘導しやすく、直接販売にもつながります。一方で、スペースの利用料金や、専任のスタッフを常駐させる場合の人件費などのコストがかかるデメリットもあります。

### <リーフレット設置>

最後に紹介するのは、リーフレットを設置する方法です。チラシやパンフレットなどを設置するのも同様です。代理店候補の方が集まりそうな場所、手に取りそうな場所に、商品・サービスの案内と一緒にあった代理店募集資料を置いておく方法です。インターネットやスマートフォンが普及した今でもやはり紙が一番信頼感があります。リアルに目に触れさせることができる強力なツールです。設置場所の開拓と、出来のよいリーフレットの制作がネックになります。

## V 少ない人数でどう取り組むべきか

代理店展開をする本部の人数は、一部の企業を除いてたいていは1人2人と少人数で行っています。この人員で、代理店の募集、面談、契約、研修、フォローをこなさなければなりません。必要なことは効率化と優先順位を間違えないことです。では少ない人数で代理店募集にどのように取り組めば良いのでしょうか？

大前提として、プル型で実績を作り、プッシュ型で活かすことを推奨しています。例えば代理店がゼロの状態では電話をかけて代理店になりませんか？と営業をかけても、なかなか1社目を決めるのは難しいものです。無理に代理店になってもらうことができたとしても、向こうからやりたいと言われた訳ではないので成果がゼロということもありえます。

成果ゼロに数ヶ月も費やしてはいけないので、まずはプル型で放置できるものを多く用意して、電話・面談など稼働を伴うものを組み合わせると良いでしょう。

オーソドックスな組み合わせ方は、自社サイトや募集広告を出しておいて月1回事業説明会を行い、その説明会に動員するために、TELアポやFAXDMを組み合わせる方法です。少人数でも十分回していけます。

## VI まとめ

---

今回は代理店募集の複数のやり方について紹介しました。やりやすい方法、スキルの高い人材を必要とするのでやりにくい方法、いろいろあります。少ない人員で最大の効果を出せるよう、いろいろ試してみながら自社のビジネスにどのやり方が合うかをいち早く見つけましょう。

一つのやり方で成果が出なかったからと言って、すぐに別の方法を試すのではなく、そのやり方をブラッシュアップしてみることも大事です。特に人が直接提案する場面では、その人のスキル、経験で成果に差が出ますので、常にレベルアップ、教育を行うように心がけてください。

当協会では会員様に、無料での情報提供を行っている他、加盟会員（有料）様には代理店募集方法のアドバイスなどもさせていただいております。是非ご用命いただければ幸いです。

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（代理店をどのように増やすか）

代理店・フランチャイズ展開について、以下の通り相談をお願いします。

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) 募集方法についてのアドバイスを受けたい 2) アポイント取得やクロージングのトレーニングを行って欲しい 3) 代理店構築全体を教えて欲しい 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。ご相談の内容により協会協力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)**