

／ 事業拡大に欠かせない経営手法！／
**代理店・フランチャイズ本部の
立ち上げ方**



一般社団法人日本代理店協会

Index

01 代理店・フランチャイズを展開する意義

02 本部立ち上げの手順

03 本部立ち上げ後の展開

04 当協会が本部に望むこと



Chapter 01

代理店・フランチャイズを展開する意義

01 代理店・フランチャイズを展開する意義

成長過程で必要になる他者リソース

事業を拡大させるには、リソース（特に人材）を追加していく必要があります。ところが、売上が先か、リソースが先か、という課題が常につきまとい、タイミングを逸すると事業拡大に失敗します。自社で人材を採用し教育していくスピードには限界があり、変化の早い現代においては他者リソースをどのように活用するかが事業拡大の成否を分けるといっても過言ではありません。

この他者リソースを上手に活用する経営手法に、「代理店」「フランチャイズ」展開があります。海外では Agent/Sales rep（紹介業）、Distributor（販売業）という名称で役割がはっきりしていますが、日本では販売店、特約店、加盟店、紹介代理店など、呼び名が様々あり役割も不明確なことが多いのが特長です。名称で判断しづらいため契約内容をしっかり吟味する必要があります。

いずれにしても、成長過程で必要になる他者リソースを、「代理店」「フランチャイズ」という仕組みの中で利活用することが、事業拡大には有用です。業種・業態に合わせた仕組みを考え、事業拡大に役立てていくことを強く推奨します。



01 代理店・フランチャイズを展開する意義

代理店・FC展開を決断するタイミング

よくいただくご相談の中に、代理店やフランチャイズの展開は、どのタイミングですればいいか？というものがあります。この答えは明確で「できるだけ早く」です。その理由は、一度で大成功するケースは少なく、ほとんどがいくつもの失敗を経験して、その後、成功するというステップが必要不可欠だからです。

日本を代表するフランチャイズチェーンの「セブン・イレブン」が、1号店からフランチャイズ加盟を募集したというのは有名な話です。早くスタートして何度も何度も失敗を繰り返してきたからこそ、他の追随を許さず今もなお日本一の店舗数となっています。

今から準備しても、実際に募集開始できるのは、予想より先になるかも知れません。スタート時期に悩む必要はありません。事業を拡大するという決意があれば、決断は「今」が最善です。





Chapter 02

本部立ち上げの手順

02 本部立ち上げの手順

代理店・加盟店側から見る魅力ある事業とは

本部に必要不可欠なものは「魅力的なビジネス」です。良い商品、良いサービスというだけではなく、喉から手が出るほど欲しい、と思われるビジネスになっている必要があります。代理店であれば真似すればすぐに収益になる営業方法だったり、フランチャイズであれば細かいところまで定められたマニュアルだったりが必要です。

魅力的、という言葉をかみ砕いていえば、「儲かる」「自分にもできる」「支援が受けられる」というところがポイントとなります。製品開発をしたメーカーさんの中には「ウチはものづくりは得意だけど、売り方は分からない。だから営業のプロに売ってきて欲しい」とおっしゃる経営者の方もいますが、「こうやって売れば儲かる」という説明ができなければ、いくら製品が良くても魅力は半減してしまいます。

ターゲットとしている代理店・加盟店の立場になってみて、どのようなビジネスにすれば魅力的かを考え抜く必要があります。



02 本部立ち上げの手順

小さく募集して大きく拡大させる

「魅力的なビジネス」ができれば、実際に代理店や加盟店の募集を開始しましょう。募集方法は、自社でリストを作って直接アプローチするPUSH型と、代理店募集サイトを活用して広告で集めるPULL型が代表的です。決まれば大きいが高確率が低いPUSH型と、小規模な代理店・加盟店が多いが向こうからやりたいといってきてくれるPULL型を同時に行うことを推奨します。

ここで一つ注意いただきたいのは、小さく始めることです。予算がある企業が、全国で説明会を開催して200以上の代理店契約を獲得したのに、誰も売ってきてくれない(売上ゼロ)という失敗は現実には数多く起きます。

小さく始めて、改善する。募集すれば代理店も本部も収益が出る、という状態を作れば、ベルトコンベアーに載せるだけ。市場を取るために大きく募集を行うのがセオリーです。



02 本部立ち上げの手順

代理店・加盟店を徹底的に成功させる

本部の中には、代理店・加盟店を獲得することがゴールだと考え、契約後ほとんど支援しないというところが少なくありません。しかしながら、これでは代理店・加盟店は十分な成果を出すことができず、売れない代理店・加盟店を作り続ける結果となります。

代理店・フランチャイズ展開で最も重要なのは、「代理店・加盟店を成功させること」です。立ち上げ当初は数を増やすことよりも、目の前の代理店・加盟店を成功させることに全力を注いでください。成功した代理店・加盟店ができれば、新規の代理店・加盟店獲得も容易になるからです。

代理店・加盟店を成功させる過程で、本部としてのノウハウが蓄積されます。そして成功した代理店・加盟店が宣伝材料となり、さらに多くの代理店・加盟店を獲得できます。数を増やすより、成功した代理店・加盟店を作る。この順番を間違えなければ、本部としての成功・発展は順調に進んでいきます。





Chapter 03

本部立ち上げ後の展開

03 本部立ち上げ後の展開

商品・サービスを改良・追加する

成功した代理店・加盟店を次々と増やしていくことができると、目の前の業務が増えていきます。こうした業務に追われていると成長に陰りが出てきます。それは、商品・サービスはいずれ劣化するからです。初めは目新しさもあり事業は拡大していくかも知れませんが、そこに改良・追加を行っていくことにも注意を払う必要があります。

代理店展開であれば、代理店が追加で販売できる商品・サービスを改良したり、新開発するなどで追加していきましょう。フランチャイズ展開であれば、提供サービスの改良はもちろん、オプションメニューを新開発するなど。競合の商品・サービスは常に生まれていますので、これらに対抗します。フランチャイズはオーナーに全く別のフランチャイズを提案するのも喜ばれます。

本部が一方向的に提供していくのではなく、代理店や加盟店の現場の声を活かして新商品・新サービスを開発していくのがポイントです。代理店・加盟店から得られる情報はお金で買えない価値があります。



03 本部立ち上げ後の展開

代理店・加盟店の成長と引退を考える

商品・サービスだけでなく、代理店・加盟店の制度についても継続的な改良が必要です。まず考えたいのは教育プログラムです。代理店・加盟店自身も貴社のビジネスでの成長が感じられなくなると飽きがきます。一定の基準をクリアすると経済条件が良くなる。規定の研修を受けると行える業務が増える。など、登りたいと思える階段があると良いです。

準備ができていなくても、代理店・フランチャイズ展開の初期の段階で、将来の構想を見せるというケースもあります。こうした未来予想図を見せることで、力のある良い代理店・加盟店が賛同してくれ、制度構築自体を手伝ってくれることもあります。

また、代理店・加盟店にもスタッフの高齢化という問題がいずれ出てきます。最前線で活動できなくなったスタッフの引退後の活躍の場を用意しておけば、感謝されるだけでなく、長く収益を得るビジネスモデルを構築することができます。



Chapter 04

当協会が本部に望むこと

04 当協会が本部に望むこと

日本の未来を牽引するビジョンある本部に

代理店やフランチャイズは、事業拡大には最も有用な経営手法です。一度経験してしまえば何ということはないことでも、知らなければ失敗してしまう。当協会ではこうした「知らなかったことによる失敗」を無くし、多くの本部、多くの代理店・加盟店に成功していただくことに尽力しています。

また、本部は非常に大きな影響力を持ちます。自社の社員とその家族。代理店の社員とその家族。こうした関わる側の人数だけでも数百人を越えます。提供している商品・サービスのお客様の数まで含めれば、軽く数千人に影響範囲が広がります。

このような影響力がある本部には、それに伴う大きなビジョンが必要です。誰かの幸せを願う。誰かの困ったを解決する。何かの社会問題を解決する。など、ビジョンの大きさが事業の大きさと比例していくものです。

是非大きなビジョンを掲げ、日本の未来を牽引する本部になってください。

当協会も全力でお手伝いさせていただきます。

一般社団法人日本代理店協会