



＼飛びつく前に確認しておきたい！／

代理店になる際に 気をつけるべき点



一般社団法人日本代理店協会

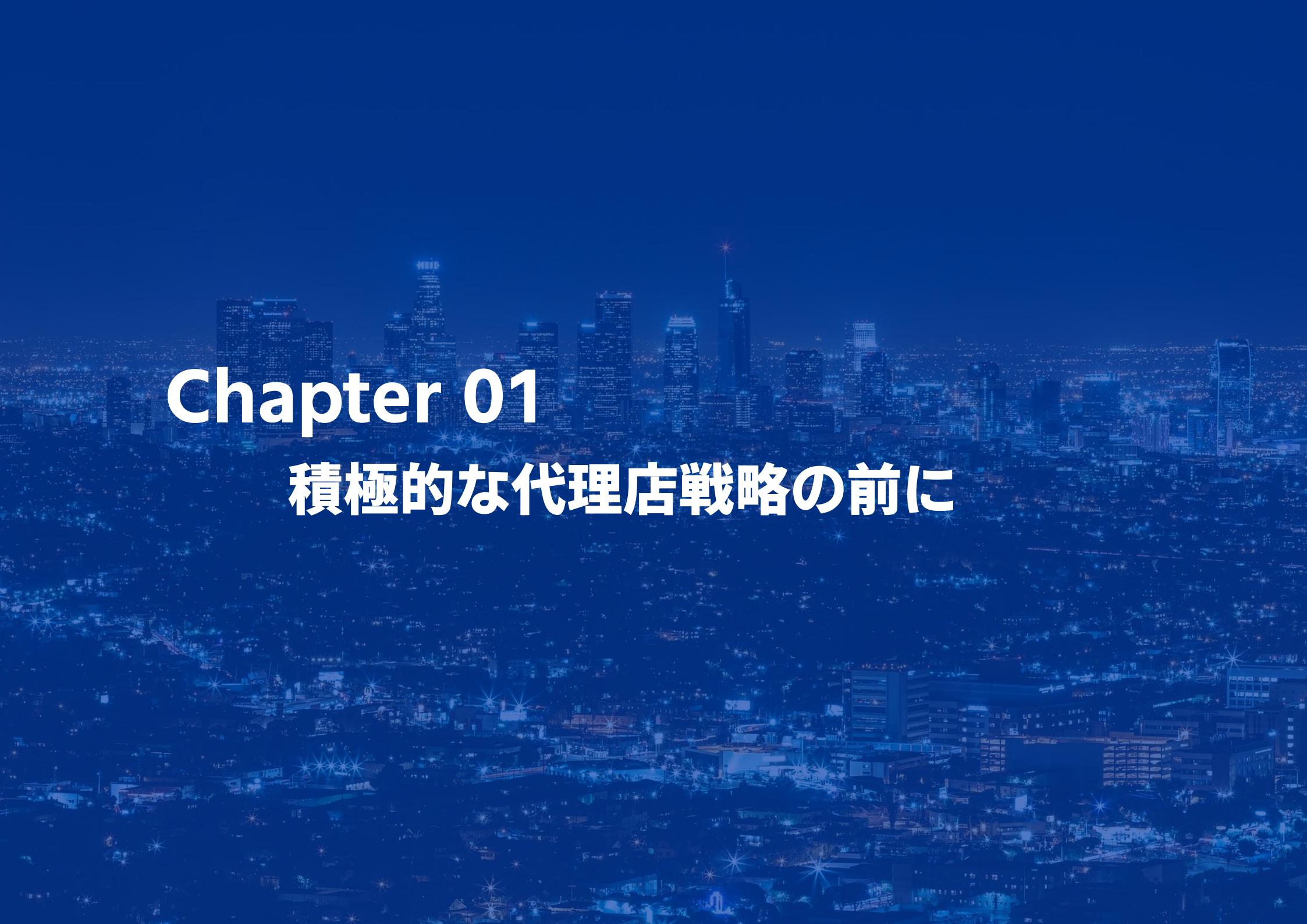
Index

01 積極的な代理店戦略の前に

02 攻め手の確認

03 守り手の確認

04 当協会からのメッセージ



Chapter 01

積極的な代理店戦略の前に

01 積極的な代理店戦略の前に

代理店ビジネスのメリットとデメリット

代理店という立場で事業参入をして収益を上げるという方法は、一般的にリスクも少なく成功確率が高いと考えられています。自社でその選択をするかどうかを判断するためにも、まずは代理店戦略のメリットとデメリットを理解しておきましょう。

一番の大きなメリットは、短期間・低コストで収益を上げられるという点です。自社での商品開発やサービス導入には、それなりの時間とコストが掛かり収益の前に大きな投資リスクが生じます。代理店の場合はこのリスクを負うことなく、商品・サービスを販売することができます。次のメリットとしては、本部からの支援を受けられるという点があげられます。この支援の内容が良ければ、それだけ成功確率が高まります。

次に、デメリットについても見ておきましょう。それは、何を選択するかで成否が大きく分かれるという点です。極端な失敗例としては、加盟金などの初期費用を支払ったのに、商品が届かなかつた、支援が受けられなかつた、などの被害を受けたということがあげられます。この資料はこうした失敗をしないよう、気をつけるべき点をまとめさせていただいております。



01 積極的な代理店戦略の前に

第三者の意見の使い方

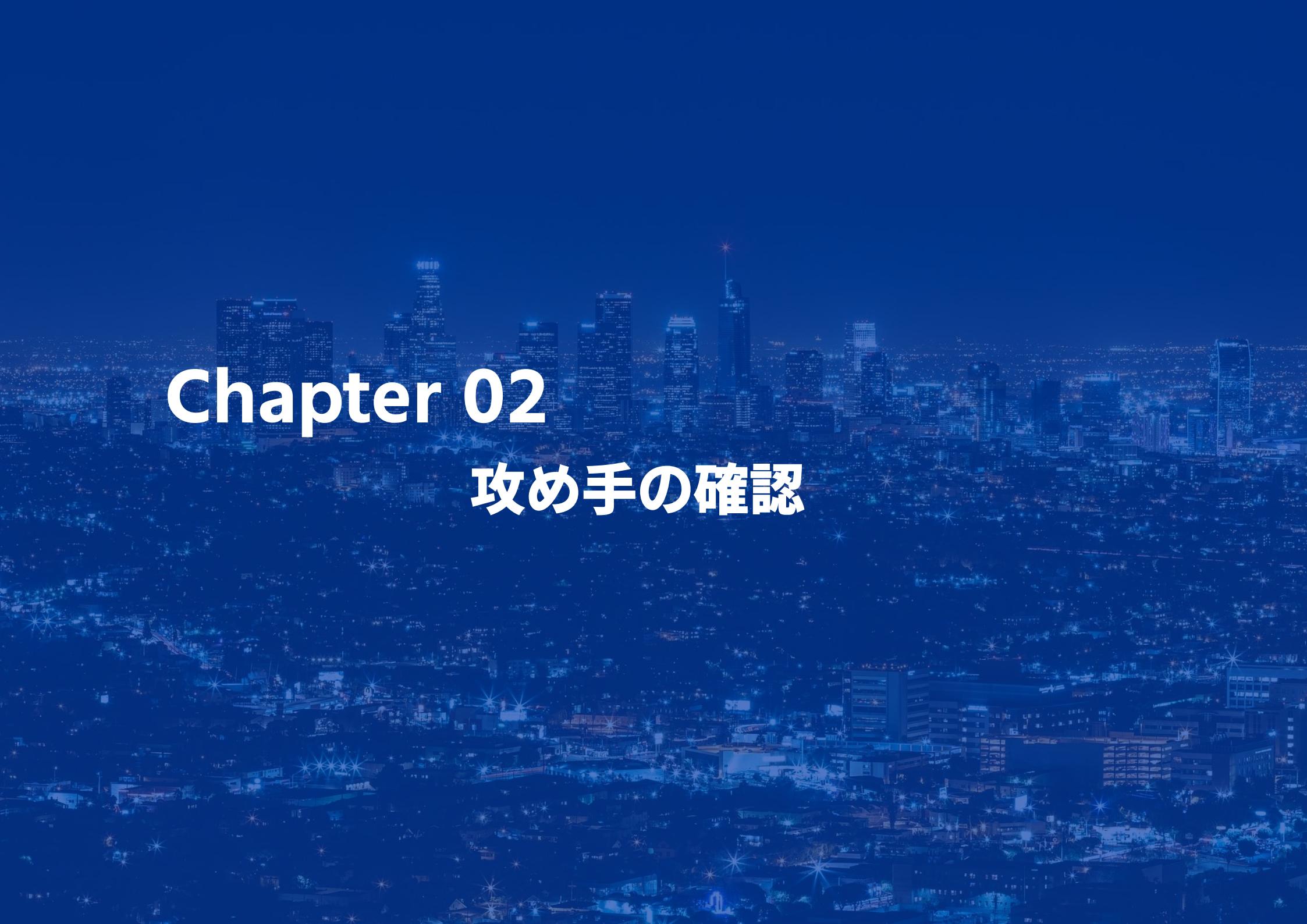
事業の将来を左右する決定の際に、社内・社外を問わず、第三者の意見を取り入れることは重要です。

ただし、第三者の意見の使い方には注意が必要です。

経営の神様と呼ばれている松下幸之助氏は「会議室で7割が賛成する意見はもう古い。7割の人に反対されるくらいの意見で丁度いい。」という名言を残されています。そのほかにも民主主義の代名詞である多数決では少数派の重要な意見を見逃す危うさがあるとも言われています。

最終的には、経営者の判断に委ねることになりますが、第三者の意見をまったく取り入れずに判断するよりも、賛成意見・反対意見の両方を取り入れることを推奨します。注意しなければいけないのは実際に、事業に携わる社内営業メンバーを意思決定プロセスに参加させるかということです。自分たちが選択して意思決定したものは、何とかして成果を出そうとしますが、逆の場合には力が入らないということが得てしてあります。





Chapter 02

攻め手の確認

02 攻め手の確認

マーケットと競合を調べる

代理店として事業参入する際に気をつけることは、「攻め」と「守り」の両面ということを覚えておきましょう。

まず、攻め手として確認しておきたいのは、①マーケット(=市場性)がどれだけあるのか？ということと
②競合の把握です。

マーケットが大きくても、すでに強力な競合が存在しているのであれば事業としての成功は難しいですし、
マーケットが小さくても、競合が弱く収益として十分見込めるのであれば成功確率は高まります。

この情報は本部から提供されることがあります、自社でも調査するようにしましょう。本部が正しく市場を見ていませんこともありますし、見せたくない情報を隠しているかも知れません。大きな投資が必要だったり、企業の命運を分けるような選択であれば、調査費用を投じてでも調べることを推奨します。

実際に、お客様候補にテスト営業をしてみると有益です。お金を支払う当事者ならではの情報を得られる場合も多いためです。



02 攻め手の確認

自社リソースとの適正を調べる

どんなに優良なビジネスでも、自社のリソース(ヒト、モノ、カネ、情報)では、取り扱うべきではないと判断せざるを得ない場合があります。

「ヒト」では、事業を率いるリーダーの存在、現場のスタッフの力量、従来の仕事とのバランス配分など。「モノ」では、事務所や倉庫、什器、営業ツールなどに物理的な問題はないか?「カネ」は収益を得るまでのキャッシュフローの確認。「情報」は、本部から提供される情報共有ツールや社内の営業管理、受発注システムなどで管理できるか?などを確認します。

特に、「カネ」は全体に関わりますので、事業計画を綿密に立てておくことを推奨します。誤算が生じたとしても、次の手が打てる、挽回できる、という余裕がなければ、ビジネスを見送るという勇気も必要です。





Chapter 03

守り手の確認

03 守り手の確認

実績と支援内容を調べる

これまで成果を上げている代理店の実績があるかどうかは、必ず確認しておきましょう。実績があれば、本部にノウハウが蓄積している可能性が高いためです。成功事例がない場合は、覆面調査的に自社で調べてみるという方法もあります。まだ代理店展開が始まったばかりで実績がないこともあります。この場合には、チャンスでもあり、リスクでもありますので、自社の力量と合わせて判断しましょう。

また、支援内容についても十分な確認が必要です。4時間の研修があるなら、どのような内容なのか？ 営業ツールや管理システムが提供されるなら可能な範囲内で実物を確認させてもらう。少しでも疑問が残るなら問い合わせて真偽を確かめるべきです。

ここまで問い合わせると信頼関係を損ねるのではないかと思われるかも知れませんが、これらの問い合わせに答えられないようなら、本部が言っていることは信用に足りないと考えて良いです。御社がそこまでリスクを取る必要はありません。



03 守り手の確認

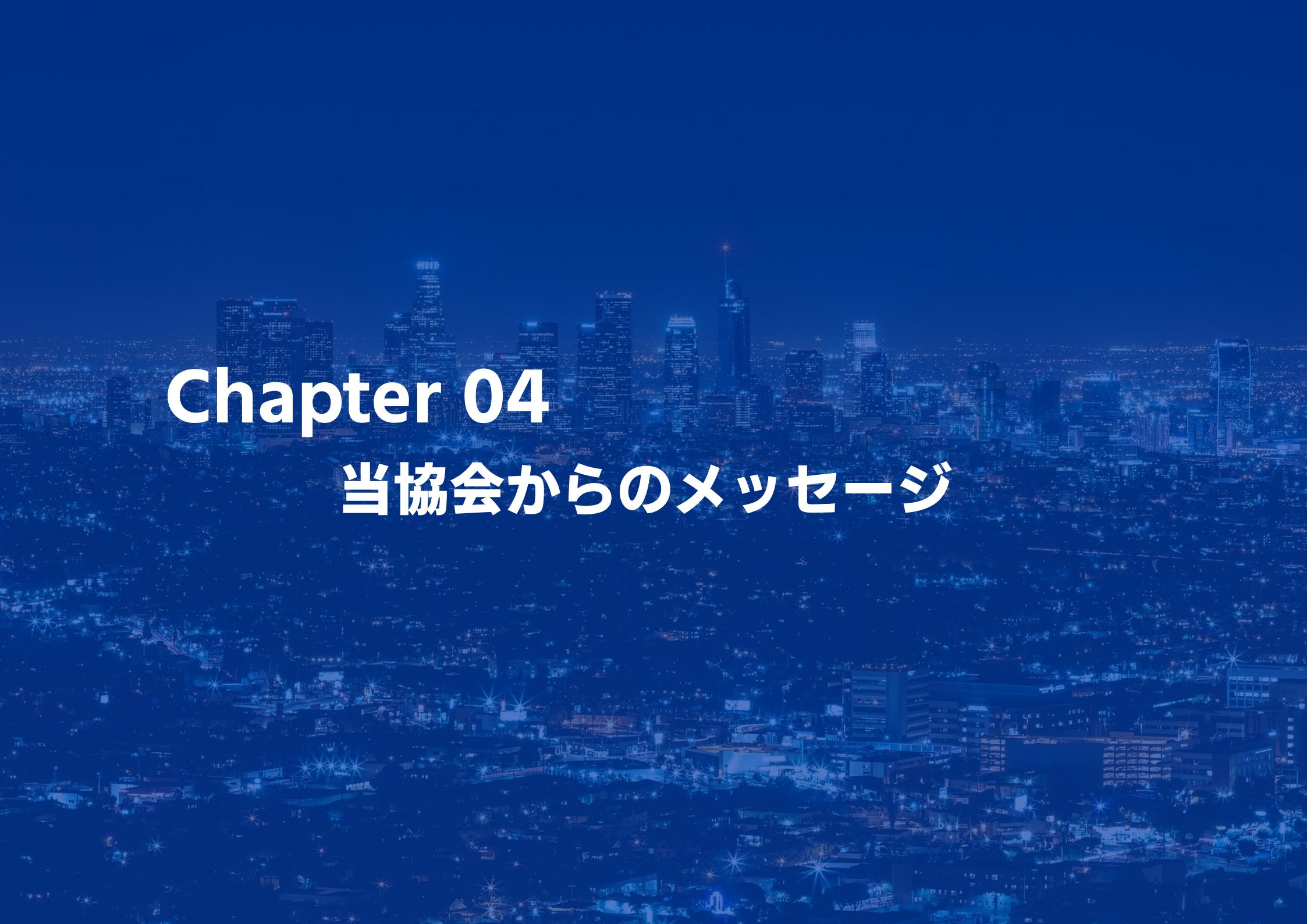
契約書や取引条件を調べる

最後に、気をつけたいのは、明文化された契約書や取引条件です。担当者が都合の良いことを言ったとしても、書面に記載がなければ実行されない恐れがあります。記載がなければ遠慮せず追記依頼をしましょう。一般的に契約書や取引条件は、一方側が得をするように作られているため、代理店側の意見をしつかり主張してバランスの取れた書面づくりを目指しましょう。

特に注意したいのは、「権限と責任の範囲」「支援サービスの内容」「競合禁止条項」です。代理店としてどこまで行うべきか、あるいは何は行ってはいけないのか、トラブルが生じた時の責任の所在について、本部からどのような支援を受けられるのか？そして、競合商品・サービスを取り扱うことができるか？どうかです。

多くの方は報酬についての条件しか興味がないかも知れませんが、「言った」「言ってない」のトラブルに発展しやすいのは上記のような条件です。あまり考えたくないかも知れませんが、裁判になった時に被った被害をすべて取り返せるという想定をして確認しましょう。





Chapter 04

当協会からのメッセージ

04 当協会からのメッセージ

複数の代理店になってリスク分散

メリットの多い代理店展開ですが、常にリスクは付きものだと理解することが必要です。相手が大手企業であったとしても、ある日突然取り扱いができなくなるという可能性はゼロではありません。フランチャイズに比べて投資額が少ないため、裁判は多くありませんが、小さなトラブルは日々発生していますので注意してください。

お薦めしたいのは、複数の代理店になってリスクを分散する方法です。1社だけの代理店になっていたらその本部のやり方が優れているのか？足りないのか？の判断がつきません。契約する際にも、複数社を比較検討すれば目利きもできますので、より成功確率の高い判断が可能になります。

競合禁止条項には十分注意が必要ですが、複数商材を取り扱うということが代理店展開の醍醐味でもあります。一度の商談で複数商材を提案することができれば、販売機会の拡大、顧客単価アップにつながります。

代理店展開において、何か困ったことがあれば当協会にご相談いただければ幸いです。

