

# 代理店経営情報

シンニチ  
代理店版

今回は、「現在のビジネスモデル」を点検しながら、経営者が「ビジネスモデルの変革」に取り組み意味についてお伝えしました。今回は、「高収益ビジネスモデル」に必要な条件と変革への取り組みについて一緒に考えたいと思います。

## プロ代理店を高収益モデルに変える取り組みとは？

### 事例から考える

まず、高収益なビジネスモデルを具体的にイメージしていただくために、社員数20人ほどの北海道の小さな町工場、植松電機をご紹介します。植松電機は、リサイクル用の鉄材を吸収させるマグネットを製造する会社です。この小さな町工場に最強のビジネスモデル

場は、本業とは別にロケットの製造も行っています。ロケット開発に力を入れている世界で3台しか存在しない無重力状態を再現する実験装置の開発にも成功し、現在、JAXAもこの装置で実験を行っています。全社員がロケット製造に夢中になったことで、結果的に最強のビジネスモデル

### 高収益モデルへの変革

マグネット製造という本業を行いつつ、ロケットの研究を行うのは至難の業。「ロケット研究の時間がない」、この思いから、業界では異質の「壊れない製品(マグネット)」の開発に成功したのです。植松電機が提供する商品は、故障が生じても自己診断機能でその箇所がすぐに判明し、ユーザーがパーツを交換できるというものでした。マグネット製造業という業態で「壊れない製品」をつくるということ

### ビジネスを開発する

いかがでしょうか。高収益なビジネスとは偶然の産物ではありません。経営者のビジョンから生まれる創造物なのです。あなたはこのような創造物を生み出すために「ビジネスの開発」に取り組まなければなりません。ここから、「高収益ビジネスモデル」をつくり上げる「ビジネス開発」のプロセスを紹介します。高収益ビジネスをつくる考え方は、特別なものではありません。一見難しそうに思えますが、至ってシンプルで

## 誰も教えなかった! 65

### 保険代理店が「家業」から「企業」になる方法 シリーズ3

株式会社ブレインマークス  
代表取締役 安東 邦彦



#### 【プロフィール】

「情報提供型」営業を支援するマーケティング・コンサルタント/保険代理店のブランド化・営業の仕組み化を提唱している。著書:「営業のミカタ」  
運営組織: 保険と保険営業の社会的価値研究会

<http://www.hoken-kachi.com/>

社長が3か月不在でも  
持続成長する代理店を目指す!

然、競合は皆無。結果、値切る相手には商品売らず、納期を待てない相手にも売らず、見込み在庫を持たないビジネスをつくり上げることができたのです。マグネット製造という価格競争の激しい業界で、高い生産性をもつ非価格競争モデルを確立し、最強のビジネスモデルを実現したので

【図1】高収益ビジネスモデルの条件

「良い顧客(誰に)」  
×  
「良い商品(何を)」  
×  
「良い単価(いくらで)」

### 中小企業独自のモデル

大企業なら、広く多くの顧客に対して低価格なサービスを提供することで収益を上げるモデルも考え得るでしょう。しか

す。このモデルを小規模事業者が真似すれば、たちまち儲からない、顧客に奉仕する働きづめの中小企業が出来上がりません。中小企業と大企業のビジネスモデルは根本的に違っています。中小企業の高収益モデルを言い換えるなら、「マニアックな顧客」に「マニアックな商品」を「高く売る」モデルなのです。あなたの会社は、サービス・商品の提供する一連のプロセスを通じて、唯一無二の独自性、まねのできない高い価値を顧客に提供できているでしょうか? あなたの経営するプロ代理店ではいかがでしょうか? 改めて、プロ代理店の提供すべきサービス、ビジネスモデルについて、考えてみて