

# 競争を生き抜く代理店

代表 那須顯一

41

TEL06-6282-6488(代)  
http://www.j-thinktank.com/

## 努力と勇気でチャンスをつかむ

## 値段かくオリエティーか

### 競争力ある商品・サービスを

新年明けましておめでとうございますー  
日程上、非常に短い休暇になりましたが、皆さんはゆとりでできましたでしょうか。

私の休暇は年末から考えさせられる休暇になりました。

弊社では毎年、通常の年費状と、契約者へは、新年契約者通信(A3両面刷り)を用意し、年末最後の作業に発送準備をしています。

契約者通信に関しては、デサインから印刷まで、毎年同じ会社をお願いしており印刷作業も同じ下の業者さんです。

従って弊社からの発注作業は枚数の増加はあるものの毎年同じ作業をこなすだけ。

それなのに、なぜか、なぜか毎年トランプが発生します。

また、こちらから何も言っていないのに、なぜか毎年一枚当たりの単価は下がっています。

当然、弊社としても経

費が下がることはありがたいのですが、毎年のように印刷ミスや全体の工程の遅れで、乱丁や納期の遅れが発生すると、弊社の仕事の段取りが狂い、結果、休日出勤や仕事全体の遅れが生じ、結果的には「コストアップ」になり、よくよく考えると、印刷単価のダウンだけでは意味がありませんでした。

右記のことから、

『少々高くて、クオリティーの高い会社に発注することが今よりコストダウンになる』  
『安い業者さんを探して、お願いでいる業者さんと共に、探して見たのですが、ちょうど良い業者さんというものがなく、キレイに仕上がらなくて弊社にとっては高過ぎる単価の会社か、やはり安いけどクオリティーが、と両極端な会社しかありませんでした。

『目先のコストダウンをして利益を上げる』  
『コストアップ』  
『行き過ぎた意識』  
『当たり前の世の中全体が向かう方向が、必ずしも全体の利益につながる』  
『これは私が常に思っていることですが、弊社の印刷物の発注を考えただけでも「それ」が見えませんでした。

年末には、知り合いの士業の方々の忘年会で『適正価格を順守した商取引をしないと、お金が循環しない。せめて我々仲間と周辺企業だけでもそういうつながりが作

れないものか?』  
と、熱く議論を交わしておりましたが、今年から徐々々に実現してみたいものです。

『メインの保険会社から、保険料の安い商品を提供してほしい』  
という声をお聞きしました。

当然、私も、メインの保険会社からは、他社と競争のある保険商品がほしいと考えますが、それは価格ではなく、商品内容・サービスが一番だと思えます。

『励ましの意味も込め、これは自営業、経営者の方にも当てはまる考え方だと思えますが、目先の売り上げ・手数料のダウンに集って、無理な合併、また運転資金の一次的な枯渇に、安易な借入れ等に頼らないでいただきたい。全体が見えなくなっている中で、目先の焦りは後々良い結果になりません。』

## 提案・コンサル力など重視

### 全体を見て段階的に成長を

もし、あなたが価格競争を第一順位に位置付け販売されるのであれば、それはいわゆる『薄利多売』となり、今よりも確実に効率が悪くなり、倍以上の稼働率で仕事をしても、報酬や利益は今まどと変わらず、になる可能性が高い。

もちろん、元々証券単価や顧客単価の高いマーケットに絞って価格競争をすれば右記の限りではないかもしれませんが、元々単価の高い企業や個人こそ、価格よりも商品の優位性やサービスで勝負が思われます。

従って、

【自社の競争力をどこに見出すか?】  
が肝要。  
▽価格競争力  
▽商品の提案力  
▽コンサルティンク能力

と申し上げています  
致します。

『保険ショップの現場から』  
面田 理恵 7

## 保険ショップの現場から...

面田 理恵 7

『保険ショップの現場から』  
半年がたちました。

新年第一稿にあたる今回は現場で体験したお客様の声のなまの声を書いてみたいと思います。

わたしは、現在10社以上の生命保険会社と3社の損害保険会社の商品の取り扱いがあり、当初は、たとえ一社でもたくさんの種類の商品があったらいいなという不安がありましたが、相談業務に携わっているうちにこの利便性や対応力に感動しました。ご相談に来られるお客様のほとんどは、一社の保険会社の商品にご加入されていて、家族全員が同じ会社であることが多いことに気づきました。

...というところは『一人の担当者』からご家族全員でご加入されているケースが多く、そこは勧めた人のコンサルティンク能力なんだろうな...という感じが伝わります。

逆に、他の保険という選択肢はないまま、その

## お客様のなまの声お伝えします

### 熱心にショップに来られたお客様

す(この金額を払うのに値するものなのだろうか等)。

購入する前によく検討し、バリューがあればためらわず購入するという姿勢です。

お盆前に一人のお客様が本当に真剣に悩んでいられた。一社でもたくさんの種類の商品があったらいいなという不安がありましたが、相談業務に携わっているうちにこの利便性や対応力に感動しました。ご相談に来られるお客様のほとんどは、一社の保険会社の商品にご加入されていて、家族全員が同じ会社であることが多いことに気づきました。

...というところは『一人の担当者』からご家族全員でご加入されているケースが多く、そこは勧めた人のコンサルティンク能力なんだろうな...という感じが伝わります。

逆に、他の保険という選択肢はないまま、その

現在の内容は万が一死亡したあとの家族の保障にかなり重点がおかれていたが、ご本人が求めておられたのは「重い障害を負ったために生き永らえて家族に迷惑をかけるようになったとき」や、「そうなるでも保険金が支払われ、保険料を払わなくてもすむ」ような保障でした。就業不能が入院するほどでもなく、職場復帰できなくとも給付がある保障を求めておられました。

その想いを抱きつつは、近職場の同僚が脳卒中で入院し1か月以上たつということを目の当たりにし、たとえ退院してもいままでのように同じ業務はできないことや、後遺障害が残って会話や歩行が困難になるらしいという事実が直面した。家族を養う一定のたくわえがあっても治療費などで減ってしまう。

では、自分が入っている保険の出番は?とあわてて証券を見たところ、それがそれに対応するの、かもよくわからない、とそんな想いで日々店頭に戻っています。

## 自社の競争力をどこに見出す

これは印刷業界だけに限った話ではなく、どの業界でもいえるのかも