代理店経営情報

シンニチ代理店版

選ばれる地域No.1代理店づくり！

～営業戦略編～

セブンスターズコンサルティング株式会社
代表取締役　佐々木　篤史
シニアコンサルタント　平野　芳生

69

2氏プロフィール

ランチェスター・販売戦略、情報提供型の購買心理学を基にした循環型セールス、営業スキル研修の3つの柱を基に保険／共済代理店、営業パーソン向けに「売れ続ける仕組みづくり」の営業力強化支援コンサルタントとして活動中。NPO法人 ランチェスター協会（理事）認定インストラクター、一般社団法人 経営継承事業推進機構 登録専門家、NPO法人 リスクマネジャーるるコンサルタント協会 シニアコンサルタント、一般社団法人 日本次世代企業協会 金融内部監査士（1）入会銀行、全米NLP協会認定マスタープラクティショナー資格。　https://sevenstars-consulting.com/

お客さまが欲しているのは「商品」ではない　抱えている問題を解決する「手段」を欲している

前回は「普通の人が普通にやって成果があがる営業手法」について解説をスタートしました。今回は、その具体的な営業手法である循環型セールスについて解説します。

営業手法には大きく分けると2つのスタイルがあります。ひとつは商品売り込み型の営業です。いまだに多くの営業パーソンがこの方法をとっています。しかし、すでにこの方法は徐々に通用しなくなってきているのではないでしょうか。

もうひとつのスタイルがコンサルティング型の営業です。お客さまの抱えている問題を、われわれの販売する商品で解決する。解決策として、お客さまは商品を購入する。われわれは、解決の対価として保険料を受け取る。これがコンサルティング型の営業です。

自分はすでにコンサルティング型の営業を実践している、という方もいるでしょう。しかし、自分はそう思っていてもお客さまは必ずしもそのように感じていない場合もあります。それは、最初のアプローチが商品の紹介だからです。

お客さまが欲しているのは商品ではありません。自分が抱えている問題を解決することを欲しているので、商品はあくまでも問題を解決するための手段です。しかも、多くの場合、お客さまは自分が抱えている問題に気づいていません。

では、コンサルティング型の営業を実践していくためには、具体的にどのような手法をとったらいいのでしょうか。その答えが「循環型セールス」です。

「循環型セールス」とは、お客さまにお役立ち情報を提供しながら良い人間関係を構築し、マーケットを拡大していきます。その中で興味を持ったお客さまとは商談に入ります。お客さま自身の選択を大切にして、途切れることのない循環の輪をつくりだしていくのが、循環型セールスプロセスです。

インターネットでいくらでも情報が入手できる昨今、購買の選択権はお客さまが握っています。そんな時代にどうしたらお客さまから選ばれる存在になれるのか。「循環型セールス」がお客さまから選ばれる代理店・営業パーソンを実現します。

お客さまにお役立ちをしながら、定期的に訪問し、お客さまとの関係性を高めていくことの重要性は、営業を経験したことのある人なら、日頃より感じていることではないでしょうか。

弊社では、優秀な成績を収めている数多くの営業パーソンの方に取材をしてきました。スキルやテクニックの面で多少の違いはあれど、成果につながる共通した行動を体系化してみると、やはり循環型セールスにいきあたります。地道に継続的にそして着実に実践していけば、成果につながる営業手法なのです。

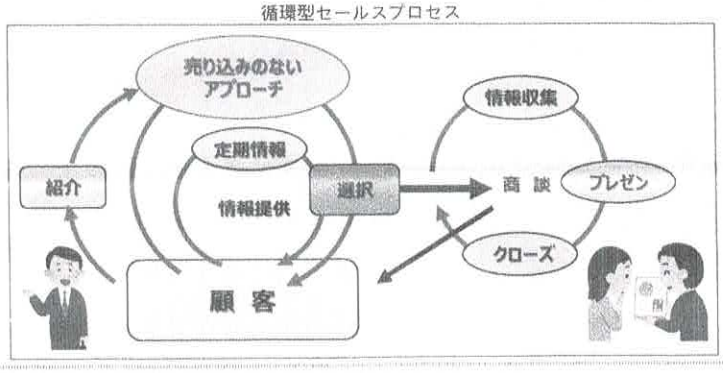
次回は、「循環型セールス」のプロセスの詳細について解説していきます。

循環型セールスについて

■循環型セールスプロセス

お客さまにお役立ち情報を提供しながら良い人間関係を構築し、マーケットを拡大していきます。その中で興味を持ったお客さまと商談に入ります。お客さま自身の選択を大切にし、途切れることのない循環の輪をつくりだしていくのが、循環型セールスプロセスです。

循環型セールスプロセス



インボイス対応は概ね完了、課題は「業務負荷の増加」

大同生命　中小企業経営者アンケートレポートより

大同生命がさきごろ発表した、全国の中小企業経営者を対象とした「インボイス制度への対応調査」結果（有効回答数7581社）によると、インボイス制度に「対応できている」と回答した企業は88％となり、対応は概ね完了していることが分かりました。また、本年1月から「電子取引の電子データの保存」が義務化されたことについて、「内容を知っている」と回答した企業は65％で、とくに、電子帳簿保存法に対応しない場合の罰則について「内容を知っている」と回答した企業は27％にとどまっていることが明らかとなっています。

■低い、電子帳簿保存法の罰則に関する認知度

◇インボイス制度への対応状況

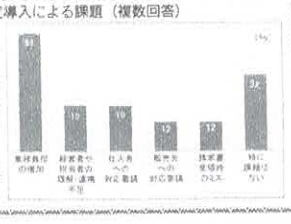
インボイス制度に「対応できている」と回答した企業は88％となり、対応は概ね完了しています。その他の回答は、「対応できていない」「対応する必要がない」がいずれも5％、2％が「わからない」と回答しています。

◇インボイス発行事業者として未登録の取引先に対する対応

インボイス発行事業者として登録していない取引先に「登録を依頼する」と回答した企業は27％で、「検討中」25％、「登録を依頼しない」23％、その他「該当なし」25％となっています。

◇インボイス制度導入による課題（複数回答）

インボイス制度導入による課題については、「業務負担の増加」が51％と最多に。「特に課題はない」（32％）を除くと、以下、「経営者自身や経理担当者の理解・連携不足」（19％）、「仕入先への対応要請」（同）、「販売先への対応要請」（12％）、「請求書受領時のミス」（同）、「システムの不具合」（4％）となっています（左下図）。



◇インボイス制度に関する相談相手（複数回答）

「顧問税理士」が85％と最も多く、次いで「経営者仲間」「税務署」「商工会・商工会議所」「インターネット」との回答がそれぞれ7％、「金融機関」が5％となっています。

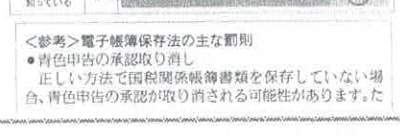
◇「電子取引の電子データの保存」の完全義務化（2024年1月）の認知度

本年1月から完全義務化された「電子取引の電子データの保存」について、「内容を知っている」と回答した企業は65％、「義務化されたことは知っているが、内容は知らない」が29％、6％が「義務化されたことを知らなかった」と回答しています。

◇電子帳簿保存法に対応しない場合の罰則

とくに、電子帳簿保存法に対応しない場合の罰則について、「内容を知っている」は27％にとどまる一方、「罰則があることを知らなかった」企業が33％となり、電子データ保存の義務化を知っている企業でも22％となっています（下図）。

＜全体・「電子取引の電子データの保存」の完全義務化の認知度別＞



＜参考＞電子帳簿保存法の主な罰則

●青色申告の承認取り消し

正しい方法で国税関係帳簿書類を保存していない場合、青色申告の承認が取り消される可能性があります。ただし、国税庁の一問一答によると、取引の事実がきちんと電子データ以外で確認される場合は、直ちに罰則は科されません。

●推計課税・追徴課税

税務調査により、電子データの改ざんや隠蔽が見つかった場合は、通常の追徴課税35％に10％が加重された重加算税が課税されます。また、国税関係帳簿書類に不備があったり誤記が多かったりする場合は、税務署による推計課税が行われる可能性もあるので注意が必要です。

●会社法による100万円以下の過料

税関係帳簿書類を適切に保存しなかった場合、会社法第976条の規定により100万円以下の過料が科せられます。

◇取引先との請求書等のやり取り

取引先との請求書等のやり取りについては、「紙で対応」と回答した企業が64％となりました。これは前回調査（令和4年11月）と比べると7ポイント減少しています。ただ、「電子取引・紙とも半々程度」が23％で、まだまだ紙によるやり取りが中心であることが伺える結果となったいます。

◇「電子取引の電子データ保存」によるメリット・デメリット

電子データの保存に「対応できている」企業が感じる「電子取引の電子データの保存」のメリット（複数回答）としては、最多は「メリットは感じていない」（54％）で厳しい見方に。これを除くと、「書類のペーパレス化が進んだ」が32％、次いで「書類の保存場所が不要になった」（16％）が挙げられます。一方、デメリット（複数回答）としては、「業務フローが複雑になった」が39％で最多、これに「書類処理の時間が増えた」（38％）、「導入時の社内周知・定着に負荷がかかった」（24％）、「書類の保存場所が分かりにくくなった」（16％）が続いています。

知ってトクする　税務情報　1191