

(議論のまとめ) 『良い』現地代理店の6つの条件

条件	ユーザー(病院)視点	製造業者(メーカー)視点	現地代理店視点
1. 規制・コンプライアンス対応力 (市場参入の前提条件)	<ul style="list-style-type: none"> 規制に適合した機器の供給と適正な管理が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入許可や法規制への対応が不可欠 技術資料の活用 	<ul style="list-style-type: none"> 規制変更を把握し、メーカーや病院に提供 許認可や価格設定への対応能力
2. 透明性のある適性価格の設定・良好なビジネス運営 (信頼されるビジネス基盤)	<ul style="list-style-type: none"> 過剰な価格マークアップは病院の負担増 価格競争力やリース契約 汚職防止 	<ul style="list-style-type: none"> 適正価格での流通がブランド信頼に直結 人脈から透明性へ、クリーンなビジネス 十分な資本力 	<ul style="list-style-type: none"> 価格を明確化し、公正な取引を維持(病院、メーカーと信頼関係) 価格とサービスのバランス
3. 販売＋マーケティング・顧客支援 (売上拡大・市場浸透)	<ul style="list-style-type: none"> 適切な機器選定への技術情報の提供、提案 導入後のユーザートレーニング 	<ul style="list-style-type: none"> 代理店が製品価値を伝え、市場拡大をサポート 現地のニーズに対応した製品ラインナップ 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会や学会での製品PRを積極的に実施 製品の特徴を正しく伝え競争力を強化
4. 物流・在庫管理 (供給の安定性)	<ul style="list-style-type: none"> スペアパーツや消耗品の即時提供がダウンタイム低下に重要 医療機器管理のデジタル化 	<ul style="list-style-type: none"> 適切な在庫管理 物流ネットワーク強化 	<ul style="list-style-type: none"> 需要に応じた適切な在庫管理を実施(冷蔵管理含む) スペアパーツの国内在庫を確保
5. メンテナンス、迅速なアフターサービスの提供 (顧客満足と信頼の確保)	<ul style="list-style-type: none"> 修理やスペアパーツ供給が遅れると医療に影響 技術サポートやトレーニングの提供 	<ul style="list-style-type: none"> ブランド価値と患者安全を守るため、適切なメンテナンスを実施 定期的な製品メンテナンス研修の受講とユーザーへのフィードバック 	<ul style="list-style-type: none"> 売り切りではなく、遠隔地を含む継続的なサポート体制を強化 定期的な技術研修と現地人材育成
6. 現場のニーズを理解し、長期的な信頼関係を構築 (持続的なパートナーシップ)	<ul style="list-style-type: none"> 機器の耐用年数を考慮し、継続的なサポートを実施 現地への投資(現地生産) 	<ul style="list-style-type: none"> 市場の課題を吸い上げ、適切な戦略を立案 強い信頼関係 CRM機能の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーのニーズを理解し、最適な提案を行う 信頼関係を築き、継続的な取引に繋げる