神奈川代協平塚支部でパネルディスカッション

パネリスト３氏が事業戦略など披露

神奈川代協平塚支部（横田裕支部長）では先ごろ、24年度総会開催の記念事業として「トップ代理店が熱く語る　これからの保険代理業とは？」をテーマにパネルディスカッションを開いた。当日は、県内の高収益代理店3氏がパネリストになり、独自戦略やマーケット開拓、これまでの成功体験などについて紹介した。（司会は同支部の江口裕人氏）。

新人の成長に喜び（番匠氏）

―（番匠氏へ）6年前から新卒社員を数名ずつ採用しているということだが。

番匠　新卒を採用し育成することは本当に大変だ。新卒世代の人たちは周囲への気遣いもできるし、独りよがりに行動せずに判断をあおぐこともできる。その反面、物事に取り組むときには全力を注ぐことなく「そこそこでいい」という考えがみてとれる。加えて、社会人になったばかりなので仕方のない面もあるが、保険契約1件の持つ重みをまだまだ理解してくれていないのも感じる。こうした点を克服してもらうために当社では、新入社員に対しては電話募集をさせず非効率なのは承知の上で対面、とりわけ飛び込み訪問を義務づけている。それによりお客様とのコミュニケーションをとる力も身につけてもらいたいという狙いもある。ほかに、コストはかかるがＯＪＴを含めた研修による教育も絶えず実施している。

―　飛び込み訪問で実績を出してもらうのは大変なのではないか。

番匠　新入社員に飛び込み営業をさせると、彼らからは何をしてくればいいのかとよく聞かれることがある。そのとき私からは、とにかくお客様のもとを訪問し、困っていることがないかどうか聞いてくるようにと答えている。はじめのうちは冗談まじりの答えを返してくるお客様も、3つめの答えくらいから本音の部分が出てくる。その聞いてきた内容を、当社全体で解決するように努めるようにしている。すると、お客様には喜んでもらえて、結果的に保険加入につながる場合もある。何よりも、きっかけを作ってきた社員が一連の経験を通じて1つ成長する。それがとてもうれしい。

㈱ばんしょう
代表取締役　番匠建造氏
三井住友海上の専属代理店で、損保一般収保は10億2800万円。毎年一定数の新卒社員を採用するなど、人材育成に取り組んでいる

㈲宮下保険サービス
統括本部長　木林慎一郎氏
損保一般収保３億円、生保保有５億円。人員は15名で、訪問型の営業を中心にしながらも、別途構える来店型保険ショップで、顧客の相談ニーズに応えている

ＴＳ協業は人間関係が基本（木村氏）

―（木村氏へ）他業種との提携事業を強みとしているそうだが。

木村　特に、日本生命の営業職員さんと連携して法人マーケットで損害保険を開拓する「ＴＳ協業」という取り組みに力を入れている。これは、営業職員さんの既契約先である企業に対して、未開拓の企業賠責や自動車のフリート契約などを提案するというもので、成約した場合は営業職員さんと当社の分担契約になる。現在は日生の3支社5拠点のほか、ライフプラザという担当者不在契約を扱う拠点や新卒職員による職域訪問部署も担当させてもらっている。ＴＳ協業からは、新規と更改あわせて年間３０００万円の増収となっている。営業職員との折半による代理店分担のため、実質は年間６０００万円の売上ということになる。他業種とのコラボレーションとしてはほかにも、ＴＫＣや不動産業者との連携があるが、ＴＳ協業の比率が約7割を占めている。

―　ＴＳ協業を進めるためのポイントは。

木村　営業職員さんとの連携と言ってしまえば簡単に感じるかもしれないが、連携にあたっては、全面的に協力するという精神がなければ絶対に成功しないと思っている。実際、私の目からみると成功している代理店はまだまだ少ないように思う。当社では、少なくとも週に一度は担当する営業拠点での朝礼に参加し、損保をテーマに話をするようにしている。この協業では、営業職員さんの顧客企業に管財案件を提案するというものだが、自分たちだけでは提案できないから私たちが連携するのであって、まずは営業職員さんが損保に関心を持ってくれるよう、働きかけなければいけない。そのためには、いかに営業職員さんたちとコミュニケーションを図れるかという、独特の要素が重要になってくる。

㈱アライアンス
代表取締役　木村洋一氏
営業社員２名と委託型使用人１名、事務スタッフ４名の体制で損保一般収保２億7000万円を有するなど、生産性の高い運営を実現。他業種との提携事業に強みを持つ

来店型ショップを相談窓口に（木林氏）

―（木林氏へ）来店型ショップの位置づけは。

木林　アフラックのサービスショップを開設しているため、当然ショップの看板を出すなどして、地域住民の目にとまるようなプロモーションを行っている。ショップを開設してから3年以上経っているということもあって、人件費や光熱費などをふくめても採算はとれている。ただ、損保販売だけでは厳しく、生保をあわせて販売することで収益が出せているのが実情だ。当社は訪問営業を主体としており、ショップでは先述のとおり、相談対応に重きを置いているため、来店客は1日1組程度となっている。当社全体の業績のうちショップ経由は1割か2割くらいだと思う。

―　ありがとうございました。

内ではアフラックの保険しか販売していない。相談するところがないという悩みを抱えているお客様が多いため、当社の契約者かどうかに関わらず、ご相談に対してお答えを差し上げるといった、相談窓口のようなスタンスとしても機能させている。

―　ショップの採算はとれているのか。また、具体的なプロモーション方法について聞きたい。

木林　平塚駅周辺をバスが一日に４００本通ることに着目し、車内広告を出している。あとは交通量のある道路沿いにシ

保険新時代の勝ち残り戦略

兵庫県代協（紀隆晋会長）は5月25日午後2時から神戸市中央区の兵庫県私学会館で会員31名が出席し、第5期の定時社員総会を開催した。開会宣言の後、紀会長が挨拶に立ち、「1期2年、会長職を務めたが、その前の副会長時代を含め考えると、この数年会員数が増加しており、代理店の代協に対する期待が高まってきていることを感じうれしく思っている」とし、「今期２４８会員でスタートしたが、期末で２５５会員となり、純増7会員となった。これは日本代協の中ではベストファイブに位置する。しかし、組織率は22・2％（全国平均36・3％）で、日本代協の目指す組織率50％には遠く及ばず、一層の会員拡大に取り組みたい」と挨拶した。

挨拶する紀　隆晋会長

兵庫県代協、第５期定時社員総会を開催

続いて付議事項の審議に入り4議案すべてを承認可決した。今期は、役員の改選期にあり、紀会長の再任となった。再任挨拶の中で紀会長は、「損保の収益環境は、保険料改定効果による増収基調の一方、大災害や自動車事故の増大に伴う損害率の上昇により依然として厳しい状況下にある。各代理店はそれらの環境変化を見通し自らの経営方針、営業施策、成長戦略を再考する必要に迫られている」と損保代理店の状況を説明した後、教育研修事業や地域社会、地球環境への貢献活動等に触れ、組織拡大については「今年度目標を会員の新規加入40会員、組織率24％への引き上げに取り組みたい」と述べた。同代協では、紹介パンフレットや入会チラシの配布を通じ会員増大や代協の認知度アップに積極的に取り組んでいる。

続いて、第二部の記念講演に移り、日本代協副会長の諏訪昌彦氏が「活力ある代理店制度等研究会」というテーマで、代理店を取り巻く競争や、環境の変化と今後の方向性について具体的に講演、その後、懇親会に移り総会を終了した。

海岸清掃ボランティア

損保ジャパン金沢支店

損保ジャパン金沢支店（近藤浩之支店長）と同社の代理店組織であるＪ-ＳＡ金沢支部（山口徹支部長）、および同社の自動車整備工場代理店全国組織ＡＩＲジャパン石川支部（辻巌支部長）は、5月27日午前7時から、合同で、石川県白山市の松任ＣＣＺ海岸の海岸清掃ボランティア活動（「クリーンビーチいしかわ」）に参加した。同活動には、社会貢献活動の一環として、２００１年から参加しており、今年で12回目となる。

「クリーンビーチいしかわ」は、５８３キロの長い石川県の海岸線を県民、県内企業参加のボランティアで美しくしようと、エフエム石川の呼びかけで１９９５年から行われているキャンペーンで、今年で18回目となる。

当日は、天気に恵まれ、清々しい気候の中、朝早くから損保ジャパン社員や家族、代理店１４２人が集まり、大きなゴミから タバコの吸殻のような小さなゴミまで拾い集めた。他企業、一般参加者を含めた全参加者は約１２００人に上る。

参加者からは「このような活動に参加することはとても意義のあることだと思った」という声が聞かれた。

社員や家族、代理店142人が参加