

法人開拓法を考察『私が成長し続ける理由』

コンサル会社「日本アルマック」がパネルディスカッション

保険新時代の ビジネス戦略



遠藤 義毅氏



赤澤 大三郎氏

保険会社の事業費削減策が起因し年々圧迫される代理店手数料。加えてリアル市場にみられるインターネットをはじめとした販売チャネルの多様化に伴う競争激化の傾向。これらから考えられるプロ代理店の生き残り策の1つは、法人開拓による生産性の向上だ。コンサル会社「日本アルマック」ではさきごろ、法人開拓により成長経営を続ける代理店経営者3氏を招きパネルディスカッションを実施。ここでは当日の要旨を紹介する(進行は日本アルマックの浦嶋繁樹代表)。

「ロスコン部門が特徴」

(遠藤氏)

「法人開拓は専任者を」

(赤澤氏)

——まず法人開拓にメンツの専任者も置いて取り組むうえでの考え方についてお聞きしたい。

遠藤 当社では売上全体の86%が法人契約で、このうち過半数は運送業を中心とした物流マーケットによるもの。現在の運送業の取引先は地元新潟市を中心に七十数社。法人開拓の主な手法はテレアポによる見込客企業の開拓で、この点は社員に取り組ませている。当社の特徴は社内でもロスコン部門を持っていて、法人に対して安全運転講習会や企業のリーダー研修、事故分析などさまざまなことを行っている。あわせてクレームマネジ

メントの専任者も置いて、生産性は上がらない。そのため社員数を一定レベルまでは増やす必要はない。また企業の本長をユースを10年以上、毎月配信しているほか、運送業者向けのセミナーも継続的に開くなど、情報提供には力を入れており、これらの取り組みを通じた見込客企業の開拓にも努めている。

赤澤 当社の給料体系は固定給のため、毎年会社が支払う給与総額を底上げさせる必要がある。当社では個人代理店の集合体のため全社的には個人分野の保険契約が圧倒的に多い。この個人契約を徐々に営業社員から切り離し、業務のセグメントを図らなければ

生産性は上がらない。そのため社員数を一定レベルまでは増やす必要はない。また企業の本長をユースを10年以上、毎月配信しているほか、運送業者向けのセミナーも継続的に開くなど、情報提供には力を入れており、これらの取り組みを通じた見込客企業の開拓にも努めている。

赤澤 当社の給料体系は固定給のため、毎年会社が支払う給与総額を底上げさせる必要がある。当社では個人代理店の集合体のため全社的には個人分野の保険契約が圧倒的に多い。この個人契約を徐々に営業社員から切り離し、業務のセグメントを図らなければ



松本 一成氏



浦嶋 繁樹氏

はコンサルティンクの提供。具体的なコンサルティンクレポートを作成し、1年間の教育カリキュラムをもとに勉強会を開いたことがある。

浦嶋 確かに、コンサルティンクや教育を切り口として法人開拓は誰にでもできるわけではない。それこそ、団体の対して教育を

「社内理念の浸透が大事」(松本氏)

「企業経営者以上に勉強を」(浦嶋氏)

赤澤 繰り返すことになるが、当社は能力も仕事への取り組み方もさまざま。な者が集まって立ち上がった代理店なので、お客様に会社としてサービスを提供するために社員教育には特に力を入れている。まず自社の活動水準をきちんと確立させ、そのために必要な知識を教育している。例えば大口の取引先に何かを提案する場合は、担当窓口を通じての裏議から最終決着までにはある程度の時間を要するが、どのような提案の過程を経れば効果

——法人開拓を組織として行うためには社員教育は必須。そこで社員教育についての考えを。

遠藤 当社の法人開拓スタッフは私を含めて3名。この3名に必要な能力は新規開拓力、継続収力を引き、クレームサービス力、さらに代理店として商品開発力、情報収集力などだと考えている。総じて保険会社にはない当社でしかできないこと、法人開拓やトラブルへの対処、M&A等の業務に特化させることが重要だと考えている。

浦嶋 社内理念の浸透が大事。社内理念が浸透していないと、お客様と接して、代理店品質を高めたのちに後継者が代理店経営をバトンタッチできなくなるかと考えている。

赤澤 私の仕事は働いている社員がいかに代理店業を通じてお客様や社会に貢献できるかという環境を作り、与えることだと考えている。私は営業活動をしておらずその意味ではお客様と接していないため、お客様にとって私の存在は薄らいでいるはずだが、私はそれでよいと思っている。代理店は野球チームのようなものだから、私の考え方は、監督である私がお客様の前には立たないが、結果的にチームが勝利すればそれでよい。

松本 経営者として私が行っていることは各支店の社員が満足感と誇りを持って仕事ができるようにするための環境・仕組み作りで、具体的には「社内ルールの構築」「マーケティングシステムの構築」「支店開拓」「マーケティング開拓」など。今は本部の利益よりも支店や従業員の利益を優先させたいと考えている。本部を中心に支店や収保が増え、各支店が地域で勝ち組となり潤わなければ我々の取り組みの意味がない。カリスマではなく、組織全体の中和剤としていろいろな方の持つ価値観や能力がぶつかり合うことなく、相乗効果に繋げることが私の役割だと思っている。

赤澤 繰り返すことになるが、当社は能力も仕事への取り組み方もさまざま。な者が集まって立ち上がった代理店なので、お客様に会社としてサービスを提供するために社員教育には特に力を入れている。まず自社の活動水準をきちんと確立させ、そのために必要な知識を教育している。例えば大口の取引先に何かを提案する場合は、担当窓口を通じての裏議から最終決着までにはある程度の時間を要するが、どのような提案の過程を経れば効果

㈱遠藤保険サービス
代表の遠藤氏は国内大手損保会社の研修生を経て独立。損保一般収保約6億円、生保保有収保約3億円。総勢18名(社員14名・エージェント4名)。運送業を中心に法人顧客が多く、昨年度は損保一般収保で8,000万円の増収。

㈱MSプラネット
代表の赤澤氏は国内大手損保会社出身で7年前に代理店に転身。損保一般収保は約5億円で人員は20名。明確なビジョンの共有がない代理店合併にはリスクがあるという考えのもと組織体制面では人材育成に意欲的。

㈱アルマックインシュアランスパートナーズ
代表の松本氏は銀行員を経て代理店に転身。その後日本アルマックの関西支店の代表を務めるなどし、昨年7月に同社を別法人化させた。全国に11支店を持ち損保一般収保は計約13億円。