



代協だより 福岡東

第13号

発行：2012年12月

発行者

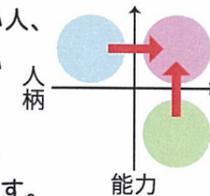
福岡東支部 支部長 松田 宏臣
[株式会社 KRC]

今回の合同セミナーは、三支部の会員だけでなく、会員代理店の社員さんや他の支部の会員からも多数ご参加いただき、130名を超える大盛況となりました。

平均年齢が60歳を超えているこの業界で、20代30代のこれから業界を担っていく若い人たちにも是非聞いてほしい話でした。

2、採用

どんな人材が欲しいか、はっきりした基準がありますか？ 能力があって人柄もいい・・・そんな人材はいません。能力が高くて人柄がよくない人と、能力は高くないけど人柄がいい人、そのどちらを採用しますか？ 人柄を変えることは難しいですが、能力が足りないのはスキルがないだけです。トレーニングすればいいのです。我が社の採用基準は「人柄がいい」ことだけです。どんな基準で採用するのか明確でなければ組織がぐちゃぐちゃになります。会社の将来を担っていく人材として、欲しい人材を明確にすることが重要。そのためにも“あるべき姿”が明確であることです。



3、育成（標準化）

「人が育たない」と多くの代理店経営者が言います。ではあなたの考える「一人前」の基準は何ですか？ それをはっきりしていなければ、いつまでたっても半人前扱いです。「一人前」の基準を明確にするためには業務の棚卸しをすることが必要です。どんな業務があり、どれだけの時間がかかるのか。それらを全ての業務に対して洗い出し、標準時間を決めることで基準が作れます。生産性もあがります。

4、報酬

「歩合給」がいいのか「固定給」がいいのか、いろいろな考え方があるでしょうが、我が社は「固定給」です。経費が高いと思うかもしれませんが、生産性が高くなり、スキルが社内に蓄積されていくことで若い人が育ちます。損益分岐点は確かに歩合給より高いですが、それを超えると利益の幅が大きいのが固定給の特徴でもあります。『自分の目の黒いうちは！』と言う経営者もいますが、いなくなった時は？ もしも経営者に何かあった時でも、お客様が安心して保険を任せられる会社であること、そのためにも若い人がイキイキと働ける職場環境を作ってください。インフラにも投資してください。人を育てることに力を注いでください！

5、学習

『職業的な知恵』を共有する場を職場内に作ってください。実務のちょっとしたコツなどです。そうしたことを学ぶことで、経験の少ない営業スタッフも自信を持って現場に出て行けます。私たちの時代がそうであったような「とにかく売ってこい！」という指示では今の若い人は動けません。動き方が分からないのです。

6、セールスプロセス

『保険を売るための設計図』とでも言うものです。新しい保険商品が出たら勉強してロールプレイングで営業トークを練習した上でお客様へ送り出します。お客様のニーズを喚起して、契約していただくための設計図を作らないと若い人は育ちません。この“トレーニングをして出す”という概念は、これまでの業界にはありませんでした。若い人がどんどん入ってきて育っていく環境でなければ業界はますます厳しくなります。きっちりと収益の出るビジネスモデルへ転換し、生産性の高い仕組みを作っていくのが代理店経営者の役割だと思います。

11/6 福岡三支部合同セミナー in アークホテルロイヤル福岡天神



共催：富士火災海上保険(株)



[宮宇地さんと三支部長]

(有) 保険ネットワークセンター
(株) コンダクト

代表取締役

宮宇地 覚氏
みやうじ さとる



次世代の代理店経営モデル ～30年後、あなたの会社はどうなっていますか？～

代協をはじめ、保険代理店の方向けのセミナー講師を勤める機会が増え、個別にご相談を受けることも多くなりました。中には、その地域でトップ代理店といわれる方もいらっしゃいます。端から見ると「成功」しているはずの代理店経営者なのです。彼らが保険会社の指導の下、法人化や組織化やシステム化を進めて規模や人員を拡大してきたものの、なかなか収益があがらない・・・そんな現実が続いています。「保険業」と「保険代理業」は違います。私たち保険代理店は、メーカーである保険会社の方針や指導に頼るのでなく、自分たち自身が業界や会社の“あるべき姿”を想定して、その実現のために行動を起こしていかなければなりません。そのための新しいビジネスモデルとして、私自身が経験してきた中から作り上げてきたことをお伝えします。

1、組織化の完成型

「保険は人につく」のだといわれてきました。結果、その人でなければ、たとえ息子であろうともお客様は簡単に離れていってしまいます。150年の歴史がある業界です。けれども3代目、4代目という代理店はどのくらいいますか？ほとんどいません。これが現実です。

代理店が長く継続していくためには、お客様が経営者や営業個人につくのではなく「組織」につく仕組みを作らなければなりません。普通の人々が普通に働いて、成果が出る仕組み、それは会社の「永続性」でもあります。保険会社の“販売”代理店としてではなく、お客様の“購買”代理店として、お客様の悩みや不安を解決する商品をご提案し、個人ではなく組織として信頼していただくことでご契約いただく【セールスプロセス（保険を売る設計図）】という考え方はこれまでにない新しいビジネスモデルです。お客様には保険を売りに行くのではありません。まずどんな思いで保険という仕事をしているのか（会社案内）、どんなことができるのか（情報提供）することから私たちは始まります。皆さんも実際にお客様にそうしたお話をしていませんか？ それを仕組み化するだけなのです。



宮宇地さんがこのビジネスモデルを考案し、実践し始めてから、実際に軌道に乗るまでに5～6年かかったそうです。宮宇地さんの会社をはじめ、このビジネスモデルを取り入れている代理店では、業績が伸びていることはもちろん、社員が営業的ストレスから解放されて明るくなったとのこと。

今回の宮宇地さんのセミナーを聞いたり本を読んで「始めよう！」と思った方が、まず何から始めたらいいかを聞いてみました。すると、まずは経営者自身の“思い”を言葉に書き表すことから始めるとよいでしょう、とアドバイスをいただきました。お客様に対する思い、保険

に対する思い、会社に対する思いを言葉にして伝えていくこと。地道で根気のいることかもしれませんが、お客様や社員にもきっと伝わる！と実体験からのアドバイスでした。

今回のセミナーはおそらく多くの人の心に響いたと思います。ハッと気づいたこともたくさんあったのではないのでしょうか。是非その気持ちのまま、持ち帰った何かを自社に活かしていただければと思います。（福岡東支部支部長 松田）

2013年1月の予定

1/18(金) 支部例会&新年会
1/24(木) 賠償セミナー

懇親会では
宮宇地さんを
囲んでパチリ☆

