努力と勇気でチャンスをつかむ

競争を生き抜く代理店

㈱日本シンクタンク　代表取締役　那須顯一

◀ 30 ▶

TEL06-6282-6488（代）
http://www.j-thinktank.com/

既存損保も新チャネル

携帯ユーザー向けに市場開拓

先日、日本航空の上場廃止と、会社更生法適用の申請が発表されました。（マイレージは保護だとか。危なくなる前に！　と弊社メンバーも近々、マイレージで海外旅行に行くようです）

生保会社と共に、損保会社でも多くの日航株を保有している会社もあり、株の損失もさることながら、本事業として契約を獲得していた、日本航空との損保契約も目減りする可能性が高く、株主損保にとってはダブルでの損失。

日航の救済処置に関しては、OBに年金減額了承を求めており、マスコミの論調は、「放蕩経営のツケはOBにまで」的な内容でしたが、そこに至るまでの日航の経緯は、国が無策なまま全国に飛行場を作り、その多数の飛行場からの就航便を約束・実行させられたのが日航。

「国策」に乗らざるを得なかった日航。本当の「放蕩」は誰なのでしょうか？　現在のような経済の下げ局面では、「国策」や「もたれあい」等の経済の脆弱な部分や、失策が露呈しウミが出てきます。

対症療法があれば幸いですが、ない場合は破たん処理に近い救済処置となり、日航問題のように、多くの民間企業、ひいては多くの国民に負担が増える形になります。

従って、顧客のリスクマネージメント、ライフデザイン、資産運用を生業とする我々は、経済動向と絡め保険会社の動きを察知し、顧客へアドバイスする必要が加速して来たといえます。

あいおい損保がKDDIと合弁で、新しい損保の準備会社設立に合意したと発表がありました。

私の感覚でいえば、あいおい損保さんは他社より国内の新しい損保事業に積極的で、少額短期事業者や新しい国内損保事業に出資、または経営参加することをよく耳にします。

このあいおい損保とKDDIの新しい損保会社のコンセプトは、携帯ユーザー向けに、ライフスタイルに応じた損害保険を「いつでも、どこでも、手軽に」利用できるように、日頃使っている携帯電話から「必要な時に、必要な補償に、その場で」加入でき、また万一の時も「即座に、万全な」保険サービスを受けることを可能にするこのようです。

また、同社ではこの新しい損保会社を「ユーザー志向」の保険会社だと位置づけ、あいおい損保は、新たな販売チャネルを通じ顧客を開拓することが狙いで、KDDIは、携帯電話「au」のサービスを拡充するのが狙いとのこと。

このように既存の損保会社でさえ、自社ではできなかった国内マーケット開拓を、別会社や子会社で開拓しようとして来ています。また、今回のようにハッキリと、新たな販売チャンネルを通じてマーケットを開拓すると、明言しています。

換言するとこれは、既存の販売チャネルではマーケットが開拓できない、ということです。

また、損保会社は、ユーザー志向に立ち、

「いつでも、どこでも、手軽に」

「必要な時に、必要な補償に、その場で」

契約者が選択できる販売スタイルを用意しようとしているのです。

将来見据え独自の戦略を

ネットと代理店介在型双方に対応

では我々プロ代理店はどうでしょうか？

保険会社から見ると、いつでも、どこでも、手軽にユーザーの申込を受け付ける体制があるでしょうか？

普通のプロ代理店さんであれば、キッチリ土日も休まれていますし、「18時以降、電話はとりません。電話に拘束されるのが嫌だし」なんて声をまだお聞きします。（もしまだこのような考えがあれば、その方は確実に時代の流れに取り残されます。そんなに甘い業界ではなくなります）

例えば予約制なしで年中申込みを受け付けている「保険ショップ」なら近いかもしれませんが、営業時間の関係もありますし、「どこでも」という販売網の確立は不可能です。

インフラが高度化し、ライフスタイルが多様化して来た中で、消費者（ユーザー）はどんどん利便性を求め、メーカー（保険会社）はそれに応えようとしています。この流れの中で、販売者側の我々プロ代理店はできるだけユーザーとメーカーの意向・流れについて行かないと、早晩取り残され生き残れなくなります。

では、どうするべきか？

答えは3つあると思います。

①ネット契約完結型のウェブサイトの構築

ターゲットを絞り（例えば、女性30代OLなど）メーカーのネット完結商品をラインナップし、ネット完結型のウェブサイトを構築。そうすれば申込・問い合わせは24時間可能になります。ただターゲットを絞り込んだ構築が不可欠。

②代理店が介在しないと完結できないマーケットの開拓

弊社で取り組んでいる、マンション管理組合や、障がい者の方の保険等はこれにあたります。専門知識が必要であり、土日祝日の対応も不可欠となりますが、ネットでは完結できないマーケットだけに代理店の存在意義は大きいのです。

③この両方を遂行する

時間的にも労力が必要となりますが、この両方を遂行することがこれからのプロ代理店の理想と思います。

今までのように、顧客の紹介や、メーカーの施策に乗っていれば良い時代は終わりました。目の前の売上だけではなく、何年後、何十年後まで見据えると、その代理店独自の営業戦略が必要なのです。どの代理店も判で押したような同じ営業方法ではこれからはダメなのです。

大胆に、かつ緻密に、他社と違うことも考えましょう。

顧客とメーカーの意向・流れについて行く

生保営業第一線 101

争奪 保険マーケット

CFP® 瀬戸内 青空

207

復帰第1号の仕事が私の親族からの依頼

苦しいリハビリも、春からの本格復帰のため！

痛みに耐えて、先生がんばれ！

K先生のスーツ姿を拝見したのは1年と半年ぶりの1月下旬、午後1時過ぎ。K先生の法律事務所だった。親族を公証役場に連れて行くため、また、先生の復帰第1号の仕事を依頼したために入院先の病院を一時外出してもらった。

現在は今春からの本格的業務の再開のため、きついリハビリの毎日を過ごしているということだった。私の親族の前で「初めまして、弁護士のKです」と挨拶された声は以前と少しも変わらなかった。ただ、違ったのは歩くスピードが随分とゆっくりになったことと、椅子に座ったり立ち上がったりするのに少し介助が必要なぐらいだった。半年前、1年前に比較し徐々に筋肉も復活の様子が現れていたように思った。

K先生が初めて〝白血病〟と診断されて今春で丸2年が経過する。

その年の秋、骨髄移植の日程が決まり、外泊を許された先生がマイクを握って一曲披露してくれた。それは先生が司法修習生時代に流行った松山千春さんの〝恋〟だった。

「退院したらまた歌いに行こう！」移植後、暫くは予断を許さぬ状況が続いた。懸命な治療が続けられ、年が明けた頃には幾分状態は落ち着きを取り戻した。久しぶりに病室を訪れたのはそんな頃だった。体につながれたチューブが以前と比べ少し減っていた。さすがに体系は超スリムに…。

「先生、『坂の上の雲』読んでいらっしゃるんですか？」

「目が疲れやすいから一度にたくさんは読めないけどね…、今から入浴タイムだけど、時間大丈夫なら少しここで待っててくれない？」

20分後、スッキリした顔で先生が部屋に戻ってきた。

ベッドに腰掛けた先生から、

「少し痩せたんじゃない？…どこか悪いの？…僕が言うのもおかしいけどね…身体が資本だからね。あまり無理はしないようにしとかないとね…。こんな病気になってしまったら瀬戸内君の保険に入れないもんな…。いつも顔を出してくれてありがとうね」

春が過ぎ、夏が過ぎ初秋を迎えた頃、先生の秘書役のSさんが乳癌の再発で入院。内視鏡による摘出手術を翌日に控えた夕方、その病室を訪ねた。彼女の母親、ご親戚の方々が主治医の入室を待っていた。

「わざわざ来てくれたの？…一週間で退院するから来なくて良いって言ったのに…」

病人とは思えないくらい程の明るい声だった。

退院後は通院にて放射線治療を続け、治療が終わったのは師走も半ばにさしかかっていた。

そんな頃だった。親族から「確か知り合いに弁護士さんがいるって以前言ってたよね…任意後見人を付けたいんだけど…いろいろとネットで調べているんだけど…」

治療後間もないSさんに連絡をとり、暫くして彼女から案が送られてきた。

年が明け1月中旬、正式な契約書が配信されてきた。そこには待ち合わせ場所として、「待ち合わせ場所は病室になるか、事務所になるかは当日の昼までに連絡しますね。ご面倒おかけしますが…」

当日、梅田に向かう電車の中、彼女から「待ち合わせは事務所で…」

応接間に通された私に彼女は、「先生が、復帰第1号の仕事が瀬戸内君だから、事務所でないと…ちょっと足元がたよりないけど、そこは勘弁してね」

その日の夕方、K先生は病室へ、春からの本格的復帰のため。

〝先生、がんばれ！〟