

「これまでの10年、これからの10年」

第10回 日本代協コンベンションでパネルディスカッション開催

日本代協(金子智明会長)は昨年11月5日と12日、19日の3週にわたって第10回日本代協コンベンションをオンラインで開催した。一昨年はコロナの影響でコンベンションが中止となり、2年ぶりの開催となった。このうち19日にはパネルディスカッションが行われ、日本代協アドバイザーの粕谷智氏による司会進行のもと、パネリストとして渡辺健一氏(株式会社Miriz)、大和親英氏(株式会社東京保険サービス)、石川英幸氏(株式会社ミライ)、豊純光氏(株式会社ワイズラボ)の4名が登壇。自社の強みや特徴、変化する環境への認識について、10年後にありたい代理店像、現在の課題や取り組んでいる事業概要などについて語った。

「自身の思いを言語化」

石川

「オンライン同行を実施」

渡辺

——自社の強みや特徴、独自性は。豊 当社の人員の75%は女性で、社内の規則やルールはすべて、女性目線で定めている。代理店ビジネスに必要なマルチタスクやきめ細やかなサービス精神などの要素を兼ね備えた女性スタッフが多くいることが最大の強みだ。

また、当社では「治療と仕事の両立支援助成金」や「心の健康づくり計画助成金」「小規模事業産業医活動助成金」などを活用しているが、こうした助成金関連の業務はすべて、女性スタッフが対応している。ほかに当社には、子育ての母親のための育児休暇制度や社員が自宅で

飼っているペットを会社に連れてきてもいいというルールがあるが、これも女性発案の制度で、社員のためになるものであれば即採用するようにしている。大和 当社の強みはチームワークだと思ってい

る。当社は総勢13名で、平均年齢が50歳。私は43歳で、私より年齢が下の社員は2人しかいない。こうしたなかで結束力を高めていくためにも、トップダウンではなく、力を合わせながら進めていくことを常に意識して経営にあたるようにしている。

渡辺 当社の人員は15名だが、毎日の気づきを記した日報をクラウド上で残すようにしている。石川 当社の強みはチーム・組織だと思っ

ている。10年ほど前に社員の一人から「社長が何を考えているのかわからない」と言われたのを期に、理念経営を志し、私の思いを言語化・見える化することにした。こうした取り組み自体は業績も生産性もすぐにあるものではなく、苦悩の時期だったが、先輩代理店からは、組織経営の仕組みができて、業績が向上したら放物線

は、他の社員が書いた日報に関して別の社員が感想を述べたりフィードバックしたりするようにしている。気づきを日報にあげる行動が自分にとってのアウトプットとなり、朝礼では一人のメンバーが他の14人の気づきを得られるという取り組みだ。

新時代を切り拓く代理店



石川 英幸氏
1997年、日本火災に研修生として入社。2000年NK保険事務所開業。法人化等を経て、2013年株式会社ミライへ社名変更。ISO 9001認証、健康経営優良法人認定、事業継続力強化計画認定、経営労務診断適合企業認証取得。



渡辺 健一氏
米国留学後、東京海上研修生を経て、2004年父の保険事務所に入社。生産性を2.5倍にするも組織改革に失敗して離職者が増加。以後、理念経営にシフト。社名をMirizに変更。2018年仙台市に進出。世界42カ国を腕相撲をしながら行脚。



大和 親英氏
祖母、父も保険代理業を営む三代目。2002年あいおい損保研修生を経て、2年後に父の営む大東京保険サービスへ戻る。2009年代表取締役就任。2019年代協を通じて知り合った東京保険プランナーズと合併し、東京保険サービスに商号を変更。損保2社の兼合代理店となる。



豊 純光氏
早稲田大学理工学部卒業後、新キャピタル三菱に入社。2010年AUIU保険の代理店研修生を経て、2015年株式会社ワイズラボを設立。企業顧客を中心に女性担当者によるきめ細やかなサービスを展開するほか、ブラジル人経営者対応のため、ポルトガル語ネイティブの担当者も採用。

「高品質の代理店を目指す」

大和

「プライベートバンク事業開始」

豊

——10年後の経営のありたい姿は。石川 当社の入口のドアを開けた瞬間、その人

に社内の気持ちのよい雰囲気や伝わるような会社にした心掛けています。それが会社からあふれ出して、地域社会ひいては地域のお客様から「あの会社は輝いている」と思ってもらえるようにしたい。私は社長として常に、会社が輝いてい

ることをイメージし続けようとしています。大和 地域ナンバーワンの高品質な代理店を目指す。当社が考える高品質な代理店というものは、あの代理店に相談すればよいものを提案してくれるとお客様から思ってもらえる、保険募集を会社がしっかりとバックアップしてくれると社員から思ってもらえる、商品知識やアンダーライティングがしっかりしている会社だと保険会社か

ら思ってもらえるというお客様、社員、保険会社という立場の異なるすべての利害関係者から評価される代理店のことだ。豊 アメリカの社会学者がファーストプレイスは自宅、セカンドプレ

イスは職場、サードプレイスは趣味や息抜き、という3つのプレイスがあり、この3つのプレイスが入り混じってしまっているのが、今の状況。セカンドプレイスである社員が、集う職場はどのような場であるべきかと考えたとき、私はやりがいや働きがいがあるところだと思っ

ていない種目を他社で加入していたとしても、それがお客様に適した補償内容の契約であればその旨をお客様にきちんとお伝えすることだと考えている。渡辺 コロナに伴う環境変化への対応ということと、「オンライン同行」と称した取り組みを行って10名以上の社員が出し、急遽、東京でのお客様と社員との面談にオンラインで同席してもらい、生保提案をしてもらったという一件があった。

考えた。渡辺 ビジョンを共有する企業の風土作りを取り組んでいる。新入社員を採用したときや異なる拠点の社員間など、いろいろなケースがあるなかで、皆がベクトルを合わせられる企業風土を作ることはとても難しい。その意味で法人と経営者の資産を守ることはできない。ポイントも事務社員が行

う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の

ポイントも事務社員が行う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の

ポイントも事務社員が行う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の

ポイントも事務社員が行う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の

ポイントも事務社員が行う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の

ポイントも事務社員が行う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の

ポイントも事務社員が行う、営業社員はアポイントのとれた客先に行くだけという現状を考えると、販売する人が一番偉いという旧来の価値観では整理できなくなっている。従って、給与テーブルの見直しを行わなければならない段階にきています。石川 当社の人事評価制度や給与制度では営業社員と事務社員で異なるテーブルを用いている。営業のフォロワーをするのが事務の仕事だということの考え方が常態化していたからだ。しかし今は、更新契約の8割は事務社員が対応しており、インサイドセールスの内製化により新規契約の