

激動の時代を切り開く 損保代理店の「経営の設計図」

～お客さま、社員、地域から選ばれ続ける～



BRAIN MARK'S
6 X 15 METHODS & SESSION CONSULTING

会社概要

- 会社名 株式会社ブレインマークス
- 所在地 東京都中央区日本橋蛸殻町1-39-5 水天宮北辰ビル4F
- 設立 2001年12月
- 資本金 1000万円
- 代表取締役 安東邦彦
- 従業員数 正社員 16名
リモートワークスタッフ 6名
パートナーコンサルタント 5名
- 事業内容 中小・ベンチャー企業向け経営コンサルティング事業
中小・ベンチャー企業向けセミナー／研修事業
税理士・社労士・保険代理店向け会員制度運営
- 【主要取引先】 全国の中小・ベンチャー企業
(個別コンサル先 約100社 会員企業 約200社)



代表者の紹介

株式会社ブレインマークス 代表取締役 安東 邦彦

プロ代理店経営アカデミー 理事
スポーツトレーナー大学 講師



【略歴】

1970年 大阪府茨木市生まれ

大学卒業後、建設機械レンタル会社に入社。その後、24歳で独立して通信販売会社を設立。テレビ・ラジオショッピング・新聞・雑誌広告を中心とした通信販売事業を手がけ成長させた後、営業担当取締役として、ITベンチャー立ち上げに参画。

2001年に中小企業支援に特化したコンサルティング会社 株式会社ブレインマークスを設立。現在は年商1億から5億円まで伸び悩む中小企業を中心に『年商10億円を実現する仕組みづくりを支援』している。その独特のコンサルティング手法で、年間70講演を超える講演をこなす傍ら、経営塾、個別コンサルティングを行っている。

著書：「営業のミカタ」 ～あなたの営業方法は本当に成果が出ていますか？～
「平凡な仕事をすごいプロジェクトに変える教科書」
「社長が3ヶ月不在でも成長する会社の作り方」

【執筆・メディア掲載実績】

東洋経済 生保・損保特集/週刊ダイヤモンド保険特集号/税理士新聞/保険毎日新聞/新日本保険新聞/インスウォッチ/保険情報/インシュアランス/月刊SR/住宅新報/週刊住宅情報/Business Media誠/新住宅ジャーナル/リフォーム産業新聞/不動産流通/週刊ポスト/月刊BIGtomorrow



マイケルE.ガーバーの紹介

マイケルE.ガーバーは世界で最も優れたスモールビジネスの権威として、中小企業向けに数々のビジネスプログラムを提供してきた人物



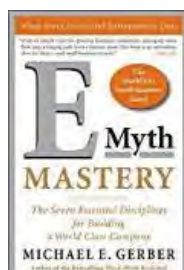
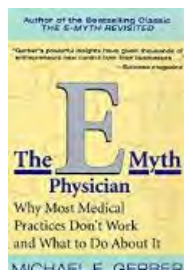
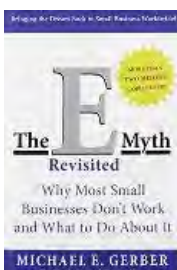
マイケルE.ガーバー

マイケルE.ガーバー氏は、40年間、起業家支援、スモールビジネス支援にかかわり、米国の企業向け雑誌として有名なInc誌が

**「World's #1 Small Business Guru
(世界で最も優れたスモールビジネスの権威)」**

と評されたコンサルタントです。

1977年にE-Myth World Wide (イーミスワールドワイド) 社を設立。計40年近くにわたって、中小規模のビジネスを運営する経営者やオーナーにビジネスプログラムを提供してきました。E-Myth (イーミス: 起業家の神話) は**世界 160カ国以上に定着し、7万社ものクライアント**を抱えています。



お伝えしたいこと

米国で感じたことは、日本の中小企業は

**事業拡大に
「本当に必要なこと」
を学べていない**

4

あなたの会社の経営課題は？



あなたの会社の経営課題は何ですか？ あなたの会社がさらなる飛躍するために解決すべき課題は何ですか？ いつもモヤモヤしていることは何ですか？ 思いつくまま書いてみよう。

5

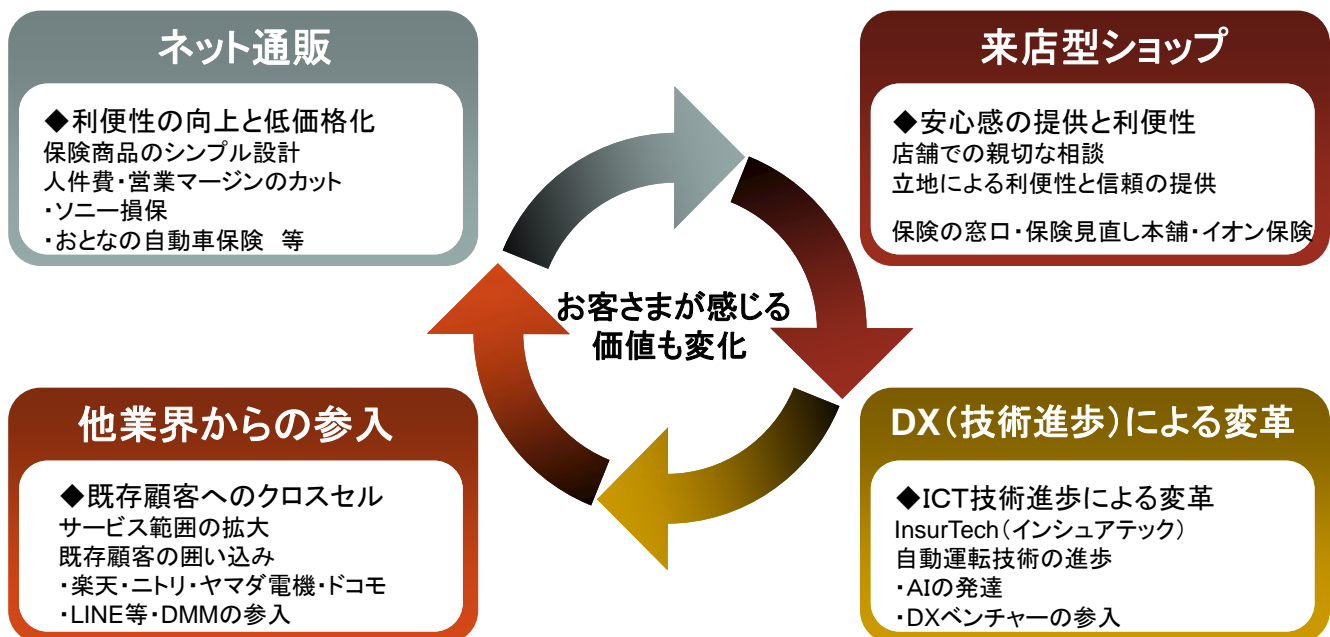
第1部

なぜ、大半のプロ代理店がある一定規模で増収が止まるのか？



6

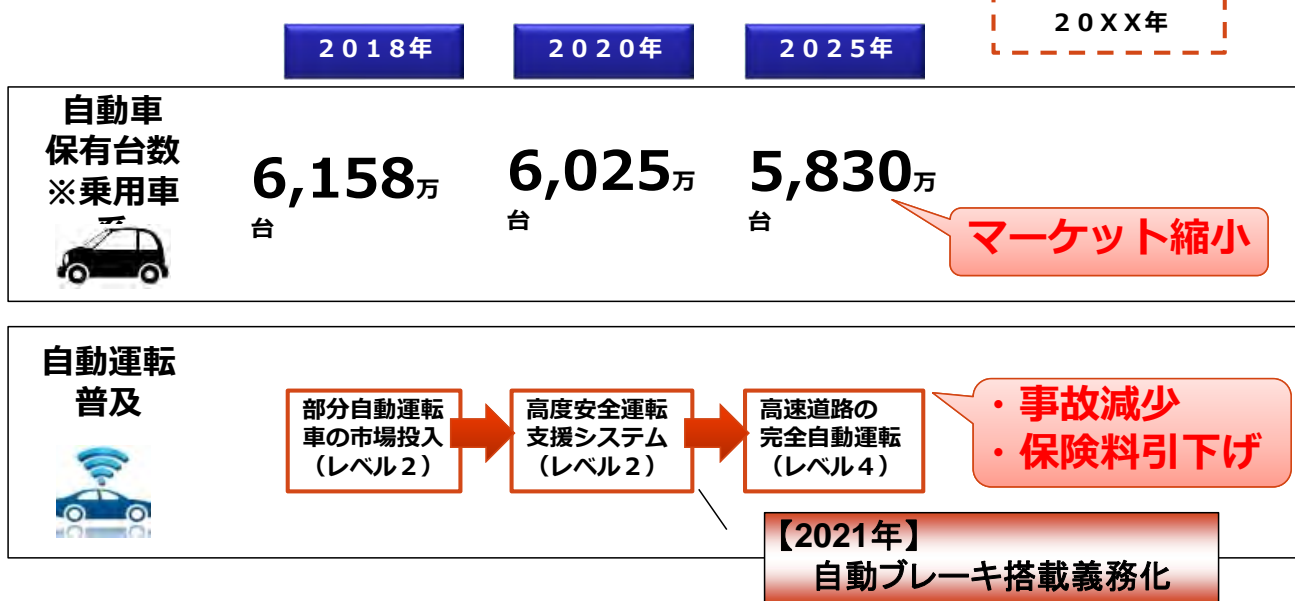
時代背景：マーケットの争奪戦



過去に「体験したことない変化」が始まる...

7

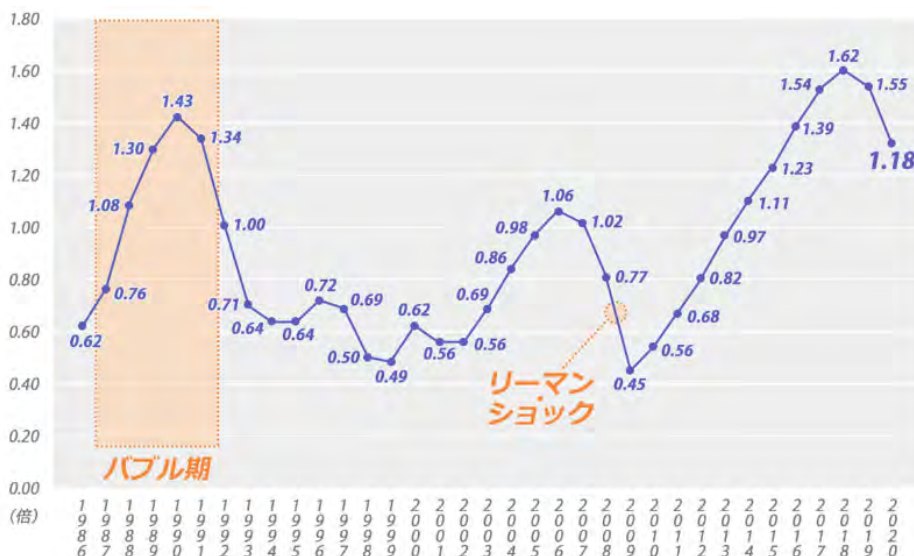
時代背景：自動車保険を取り巻く環境



自動車保険を基礎として、**更なる飛躍が必要**

時代背景：経験のない人手不足

バブル期を超える有効求人倍率



※出典：一般職業紹介状況（職業安定業務統計） | 厚生労働省

$$\text{有効求人倍率} = \frac{\text{有効求人数 (件)}}{\text{有効求職者数 (人)}}$$



参考) 全国の有効求人倍率 独立行政法人労働政策研究 <https://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/shuyo/0210.html>

時代背景：保険業法の改正

『顧客本位の業務運営の原則』の策定・公表の要請

- ・顧客本位の業務運営に係る方針等の策定・公表
- ・顧客の最善の利益の追求
- ・利益相反の適切な管理
- ・手数料の明確化
- ・重要な情報のわかりやすい提供
- ・顧客に相応しいサービスの提供
- ・従業員に対する適切な動機付けの枠組み

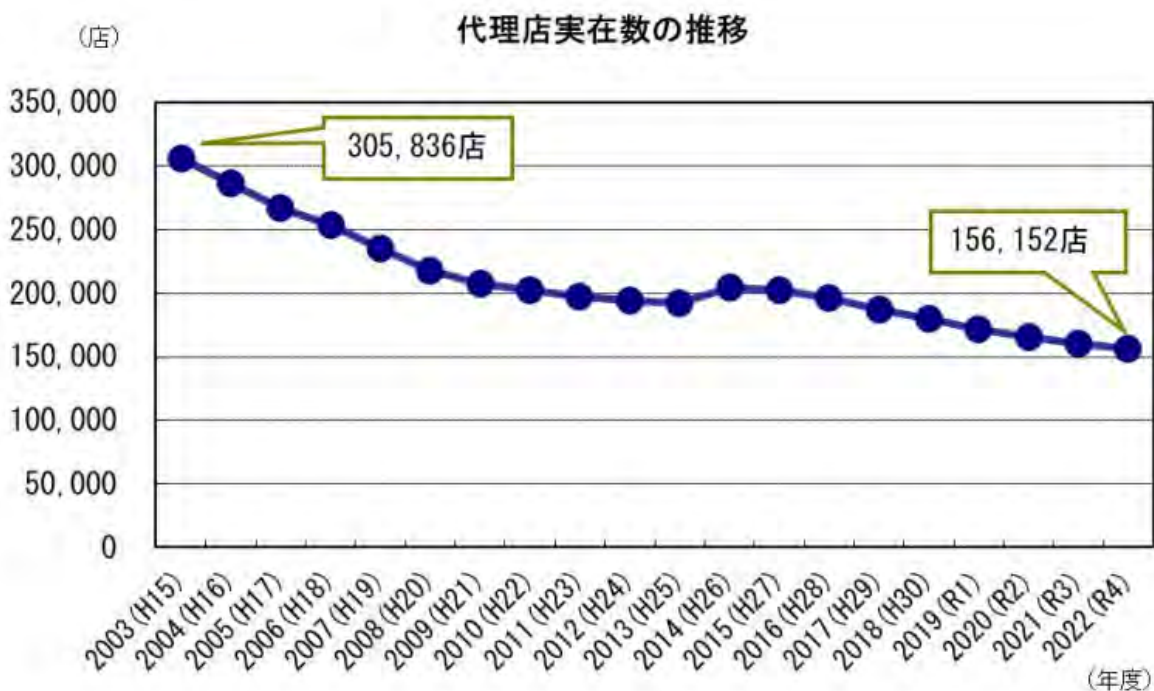
個人経営



組織経営

10

代理店数の推移



出典：2022年度末の代理店統計 社団法人 日本損害保険協会

10,734店廃止・6,423店新設で、4,311店の減少

11

企業の倒産と廃業

全体に占める中小企業の割合



- 日本の企業数：4,197,719
- 大企業：12,351 (0.3%)
- 中企業：534,650 (12.7%)
- 小企業：3,663,069 (87%)

出典：中小企業・小規模企業者数「平成18年事業所・企業統計調査」

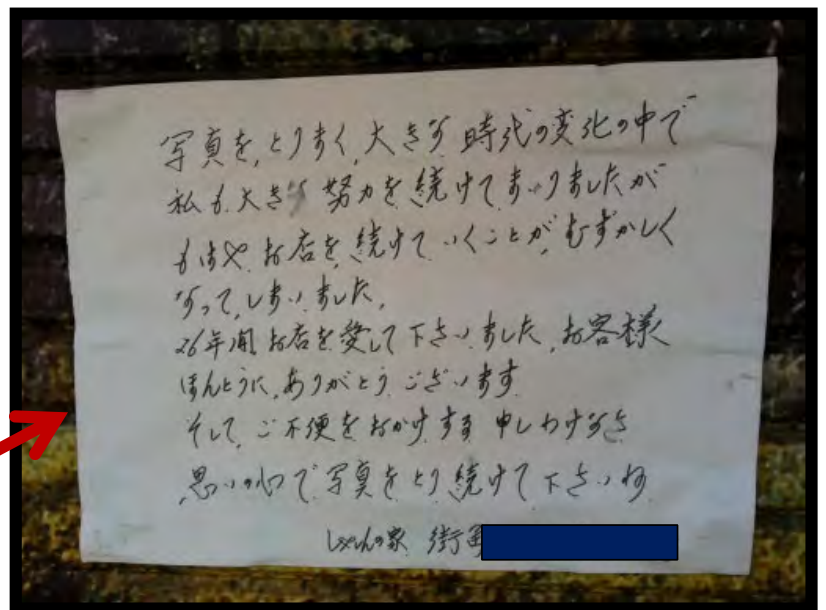
休廃業・解散 倒産件数

年	休廃業・解散	前年比	倒産	前年比
2013	34,800	13.6%	10,855	▲10.47%
2014	33,475	▲3.81%	9,731	▲10.35%
2015	37,548	12.17%	8,812	▲9.44%
2016	41,162	9.63%	8,446	▲4.15%
2017	40,909	▲0.61%	8,405	▲0.49%
2018	46,724	14.21%	8,235	▲2.02%
2019	43,348	▲7.23%	8,383	1.80%
2020	?	?	?	?

出典：東京商工リサーチ調べ

中小企業の現実：休廃業・解散

家業の延長で事業をやっているだけでもダメ。経営視点から環境変化へ対応出来なければ中小企業は淘汰される



大半の中小企業が失敗する理由

事業に行き詰まりを感じている経営者のほとんどは、根本的な「間違い」に気づかないまま経営をしている

- ⇒美味しい料理を作れるので、レストランが儲かる
- ⇒税理士資格があるから、税理士事務所が繁盛する
- ⇒コンテストの常連だから、美容院経営が拡大する
- ⇒設計技術に定評があるから、建築事務所が繁盛する
- ⇒営業力があるから、工務店の事業拡大ができる



大半の中小企業経営者は、**『事業の中心的な専門能力があれば、会社を運営する能力がある』**という勘違いをしている…。

14

成長と共に誰もが経験する壁

壁を乗り越えない限り、生き残り競争に勝つことが出来ない



15

成長と共に経験する職人の病



社長がいないと機能しない組織になる...

16

社長が陥る罠

「オーナーズ・トラップ」

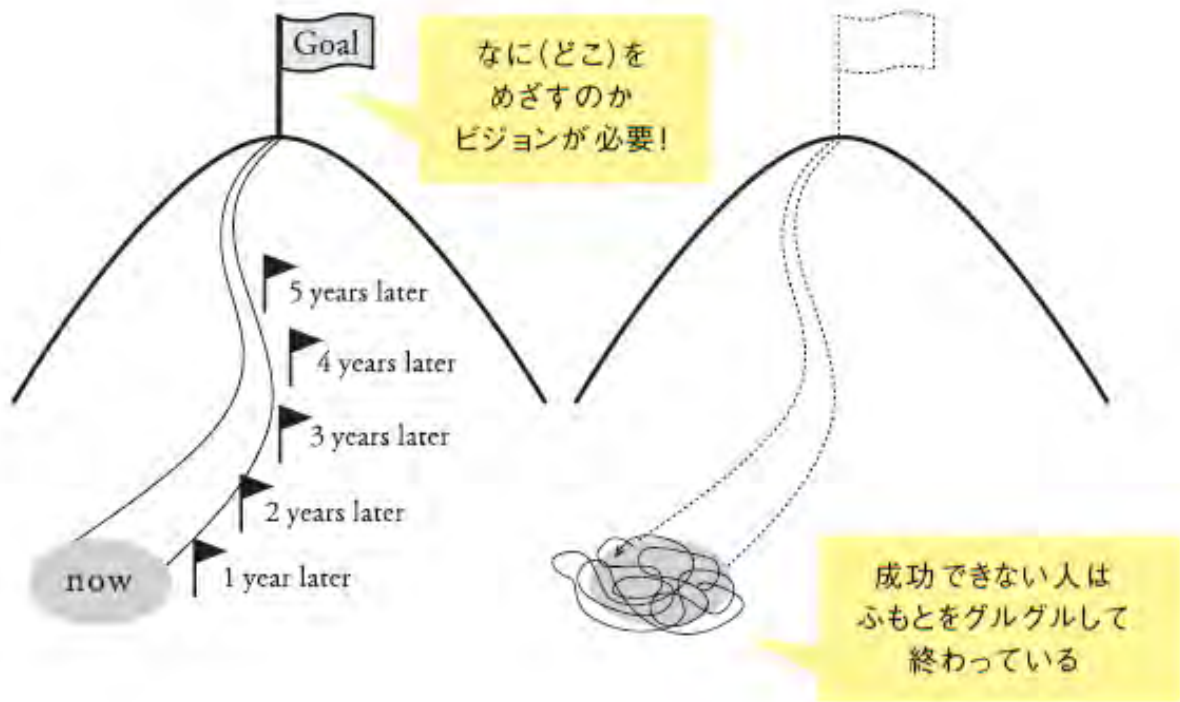
※社長自身を売り込み、社長しか出来ない高度な仕事を増やし続ける



職人社長を続ける限り、社長が働き続けるラットレースから抜け出せない！

17

オーナーズトラップの最大の問題



18

経営点検

「オーナーズトラップ」に
陥っていますか？

〇〇点 / 100点

19

どうすれば、 オーナーズトラップ から抜け出せるのか？

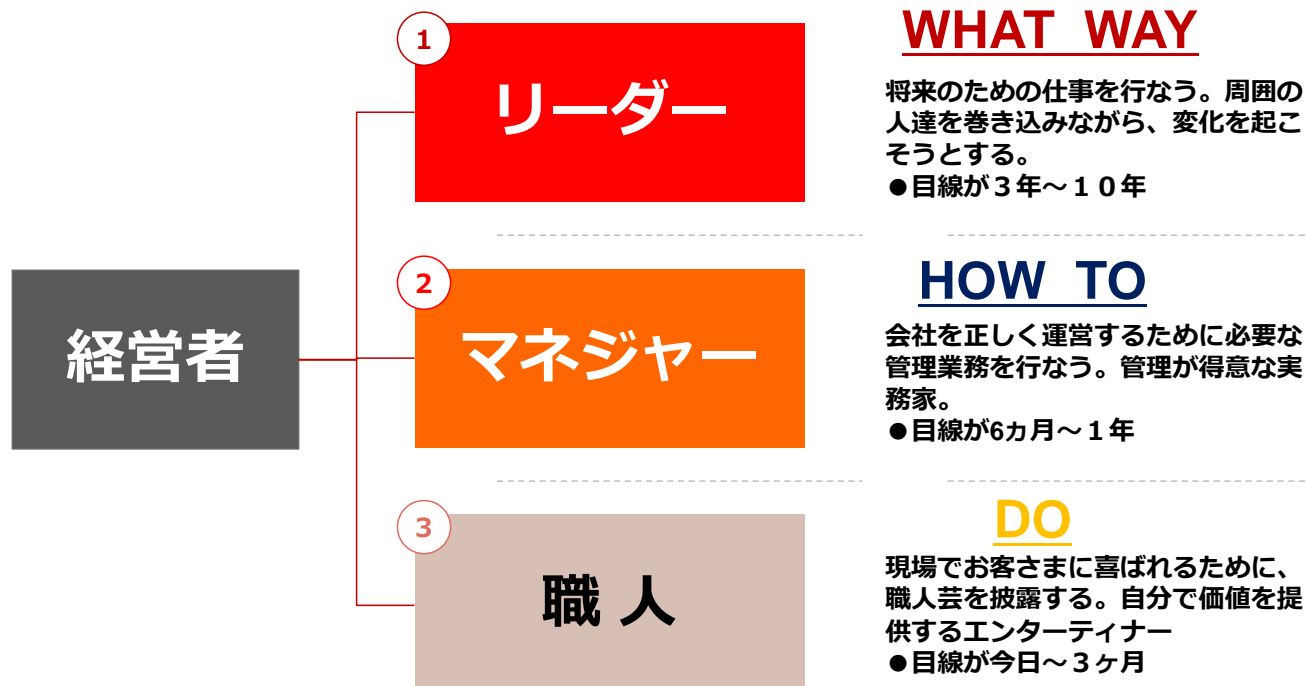


20

オーナーズトラップから抜け出す方法

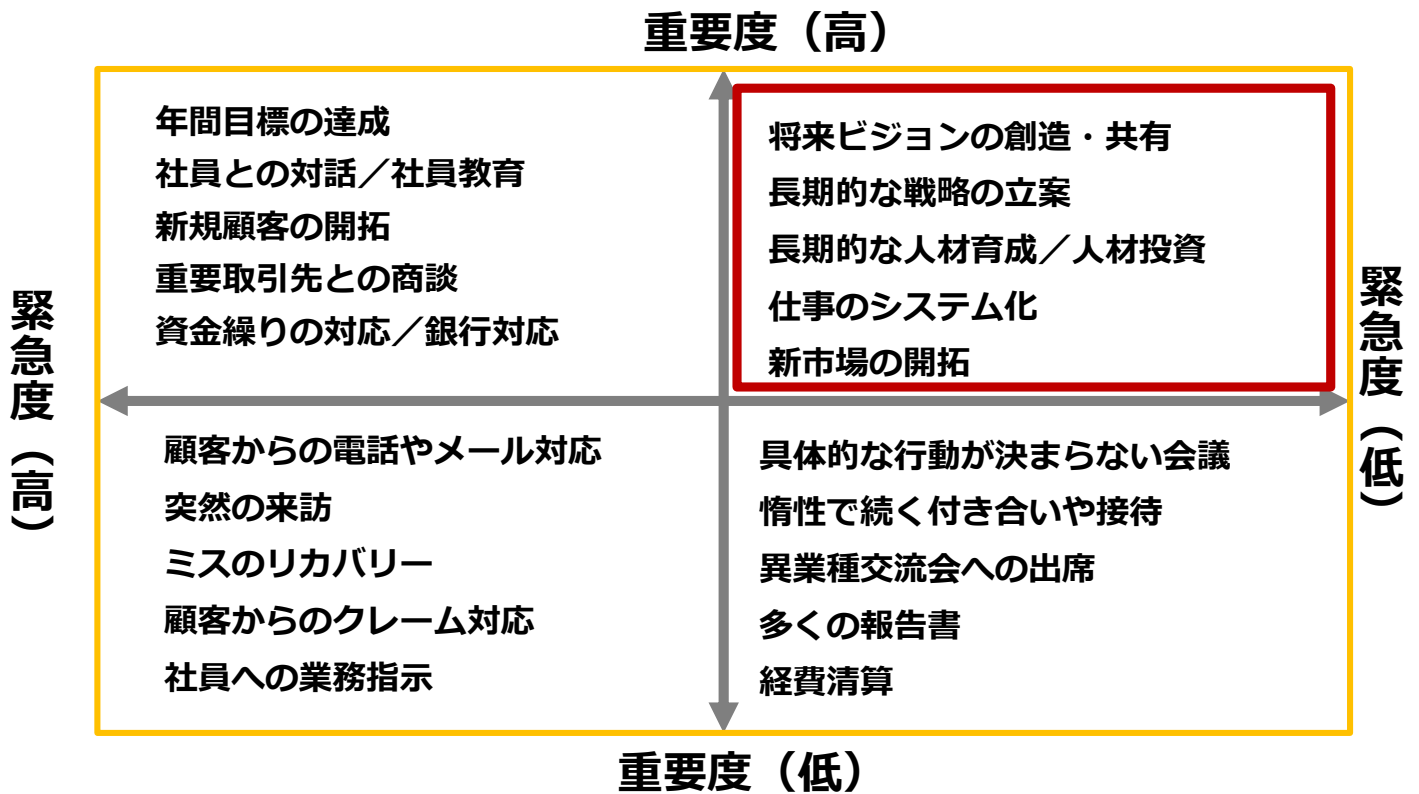
経営者としては「3つの人格・3つの仕事」のバランスが大切である

人格



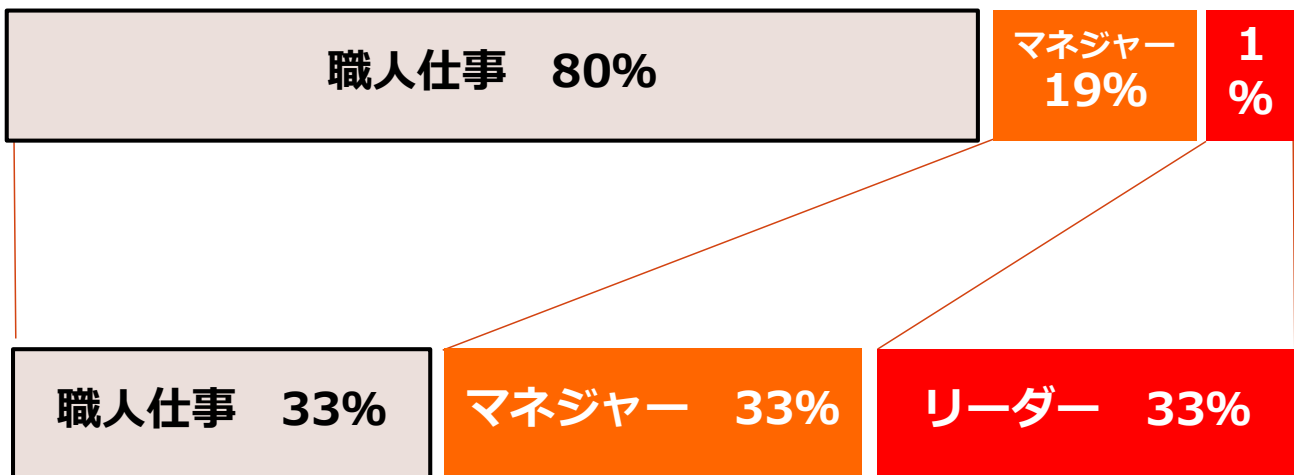
21

リーダーのやるべき仕事



仕事のバランスが大切

例) 粗利1億円の社長の仕事バランス



オーナーズトラップから抜け出す方法

中小企業の典型的な思考法

違い

人材思考 の会社

- 人材指向の会社は、結果を生み出す「良い」人材に依存している。
- 「良い」というのは、経験があり、成功していて、やる気がある。つまり、**良い結果を出せると頼りにされている人**。

システム思考 の会社

- システム指向の会社は、結果を生み出す「良い」システムに依存する。
- ここでの「良い」とは、あなたと同じ結果を生み出すことのできる、**経験が少ない、または無い人たちでも最高の結果を生み出せるシステム**のことである。

24

システム化とは何なのか？

システム化とは？

システム化とは、“誰が行っても、継続的に同じ成果・結果が導かれる業務プロセス”が構築してある状態

成果を出す仕掛け

25

経営は全てがシステムである

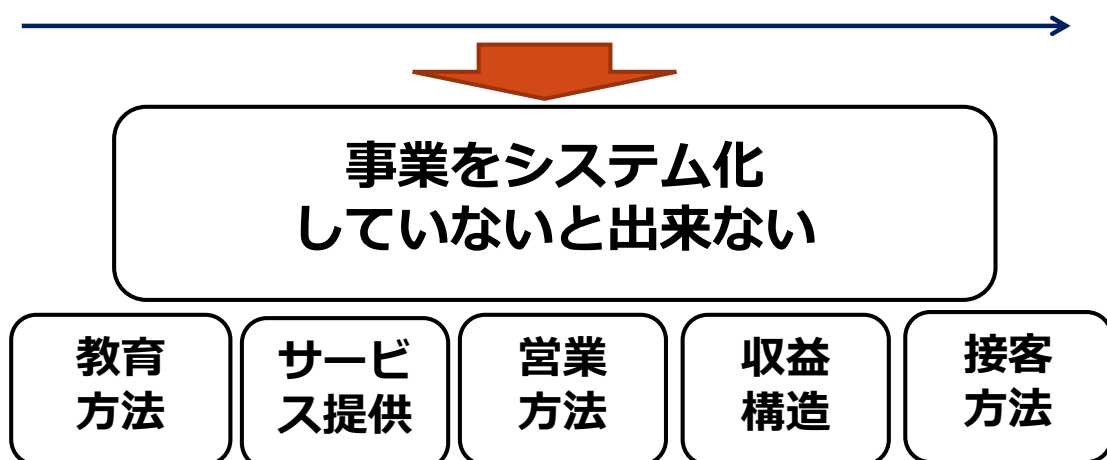
あなたの会社を「システム化」する？



26

経営はすべてがシステムである

「フランチャイズ展開」を想定する？



経営者人生の選択肢を広げる

27

経営は全てがシステムである

ステージ別 - 『投資効果』 を考える

従業員 労働 (時間投資)	自営業者 技能習得 (専門性投資)
経営者 仕組み構築 (再現性投資)	投資家 人材&事業 (成長性投資)

28

経営点検②

「オーナーズトラップ」
から抜け出す必要性
を感じますか？

〇〇点 / 100点

29

前半を振り返ろう



あなたは、オーナーズトラップを抜け出し、社長が不在でも事業拡大するための仕組みづくりに取り組んでいるでしょうか？ 改めて考えてみましょう。

30

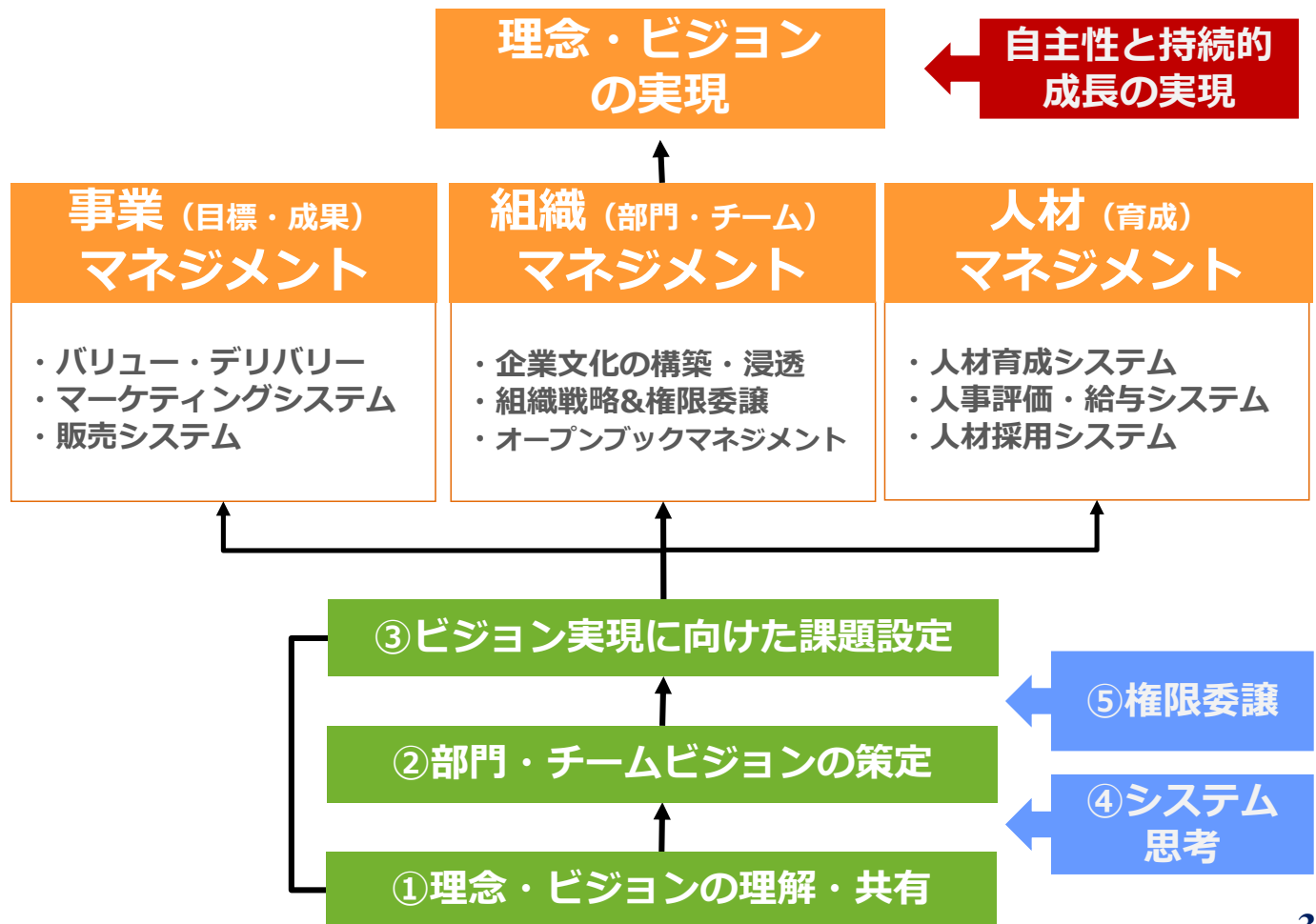
第2部

プロ代理店が事業拡大する
「経営の設計図」がある！



31

プロ代理店が持続的に成長する「経営の設計図」



32

名プレイヤーの成長が止まる理由

名プレイヤー・名監督にあらず...

保険営業の技術と
『マネジメントの技術』
は違うと思いませんか？！

33

理念とビジョンに始まり 理念とビジョンに終わる

34

経営課題に直面した経営者は・・・

目の前の課題に振り回されてしまう

人材を育てるための方法は
何かないのだろうか？
やはり研修に行かせるべきか？

社員モチベーションアップのため、
人事評価制度の導入が必要
なのか？

もっと売れる商品はないか？
もっと売れるチラシはないか？
SNSの活用がいいのでは？

業務効率を高めるための
ITツールを導入しよう！



35

こんな経験ありませんか？

- ✓ 新しい手法を取り入れてみても、
いつの間にか風化して、継続しない...
- ✓ 変化を生み出すアイデアには、
必ず反発や抵抗が起こり、現状維持になる...
- ✓ モチベーションを上げるための研修は
役に立っているか分からないまま費用がかさむ...



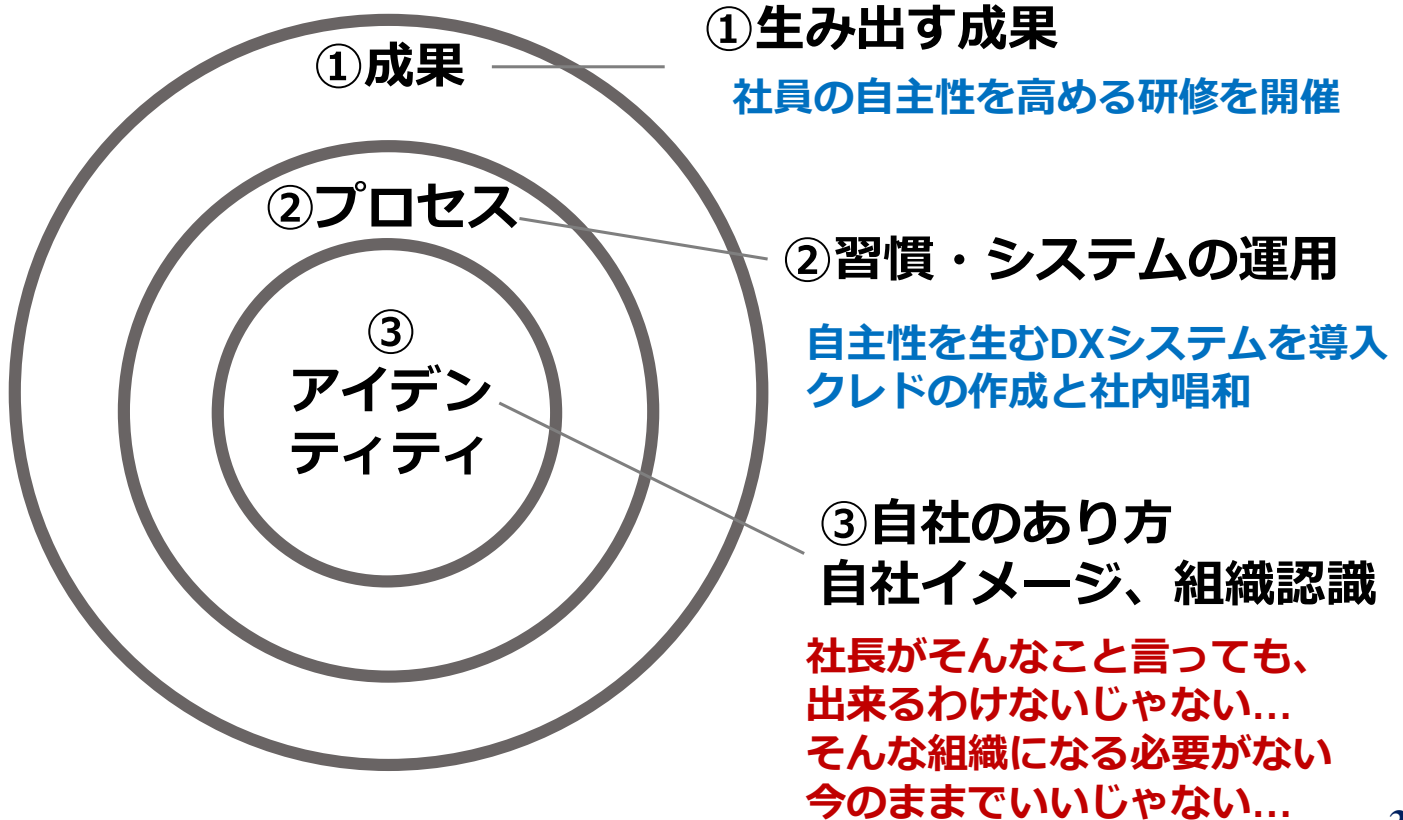
「この方法はダメだ！」と次の方法を探す³⁶

なぜ、経営課題を解決できないのか？

大半の中小企業の間違い

なぜ、このようなことが
繰り返し起こるのか？

変化を起こす3つの層



38

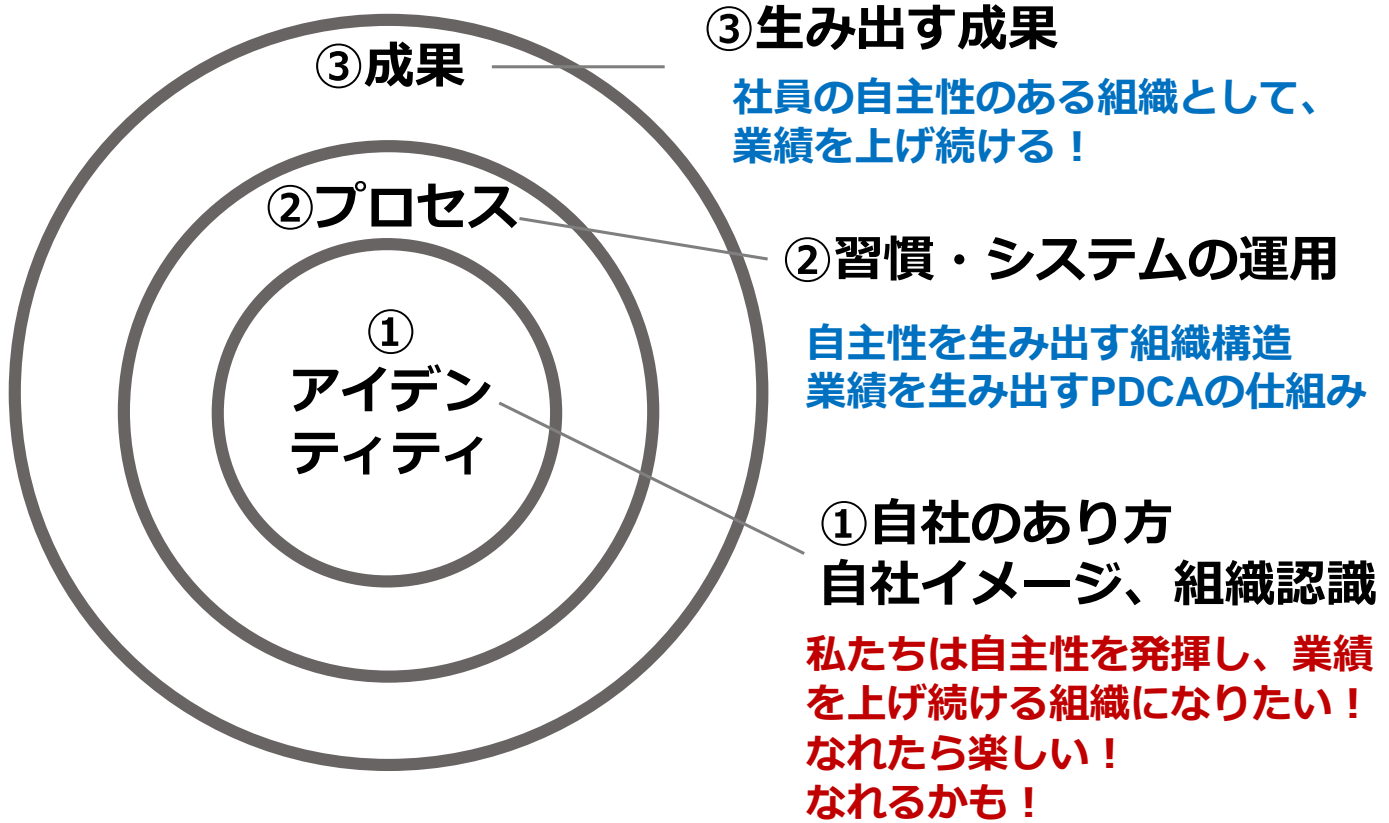
なぜ、経営課題を解決できないのか？

なぜ、組織は変わらないのか？

**組織は、所属する
『大半の人が信じている姿』
にしかない**

39

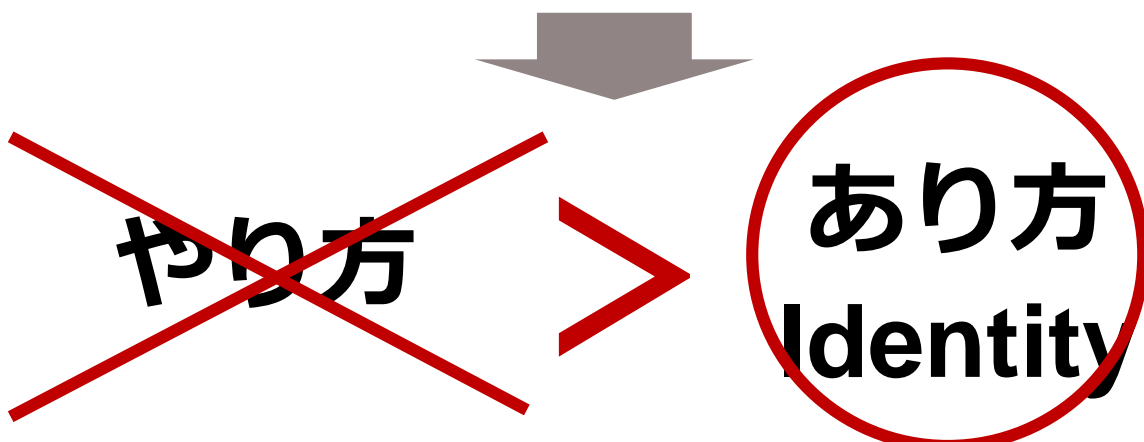
変化を起こす3つの層



40

近道のつもりで、遠回りしている

失敗を招く間違った思い込み



特に法人の場合は、社員の70%以上が「あり方」に同意しないと変わらない！！

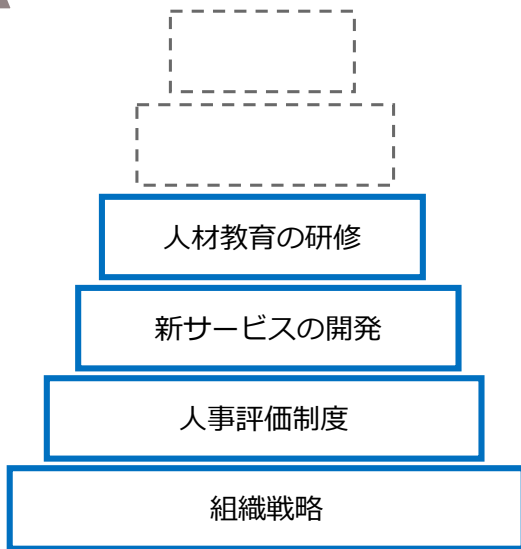
41

近道するつもりで、遠回りしている

あり方のA社

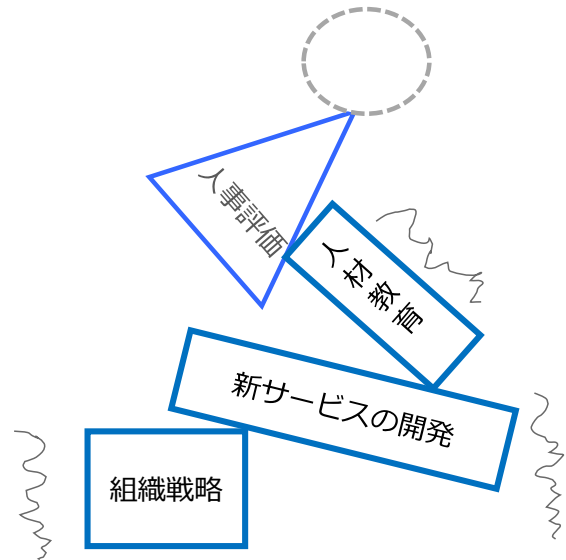
あり方の
定義あり

あり方を体現するために積み上げる



やり方のB社

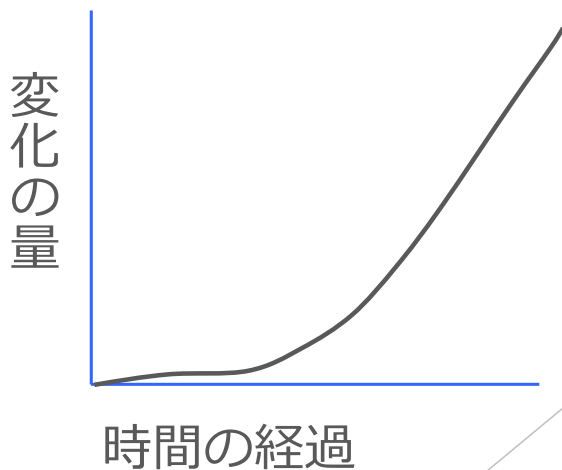
あり方の
定義なし



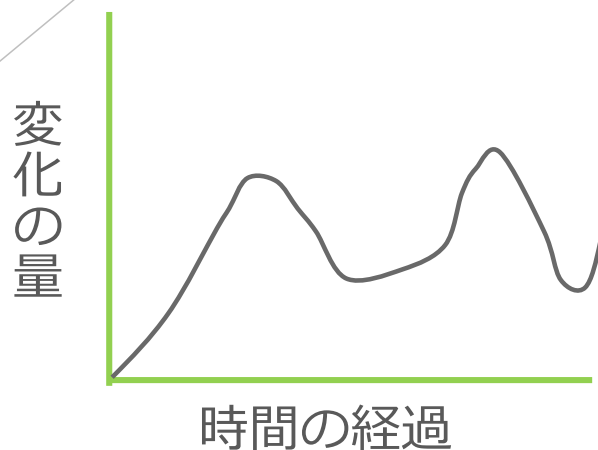
42

成長曲線の変化が全く違う！

A社



B社



43

これからの代理店に必要な戦略

変化と独自性を生み出す思考法

1) 「会社のあり方」を決める

⇒ 「どのような独自性のある会社になるか」
を決断し、社内・社外に発信し続ける

2) 独自性を実現する「仕組み」をつくる

⇒ 「あり方を体現する小さな行動」を
積み重ね、独自性を生み出していく

44

当初の課題

歯科医院を開業して15年が経過し、順調に成長をしてきたものの、いつの間にか**医院経営の目的を見失っていました**。朝から晩まで患者のために治療を続けてきましたが、いつまで続くのか…。**社員の離職や社内トラブルも**続いていつの間にか**情熱を失っていました**。



大月デンタルケア
大月 晃様

経営者の人生から、経営のあり方
を見直すことに真剣に取り組む

45

事業に理念を浸透させた結果

■プロフィール

医療法人満月会 大月デンタルケア
理事長 大月 晃 氏

開院 : 1994年
スタッフ数 : 約50名

(内訳) 歯科医師 : 3名 (+非常勤7名) 歯科衛生士 : 15名
歯科助手 : 3名 受付 : 4名
保育士 : 2名 (+非常勤6名) 技工士 : 1名
医事課 : (非常勤1名) クリーン : (非常勤7名)



46



47

歯科医療人がやるべきことは



1、定期口腔ケアで0才から
むし歯を無くし
健康な人生を老後まで作ること。

2、ママ患者を支援し、ママスタッフを
支援し、子供を産み育てやすい環境を作ること

これが私たち歯科にできる、
生活者・国民への貢献です。

私たちは大きな組織の
「チームワーク」と「総合力」で
長い時間をかけて
これらの問題を解決します。

48



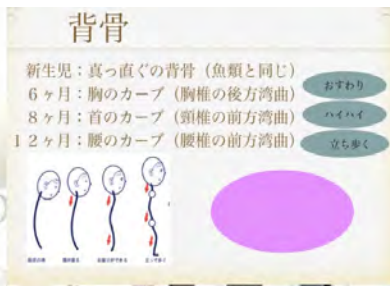
地域のママを支援する



子供を健康に育てる



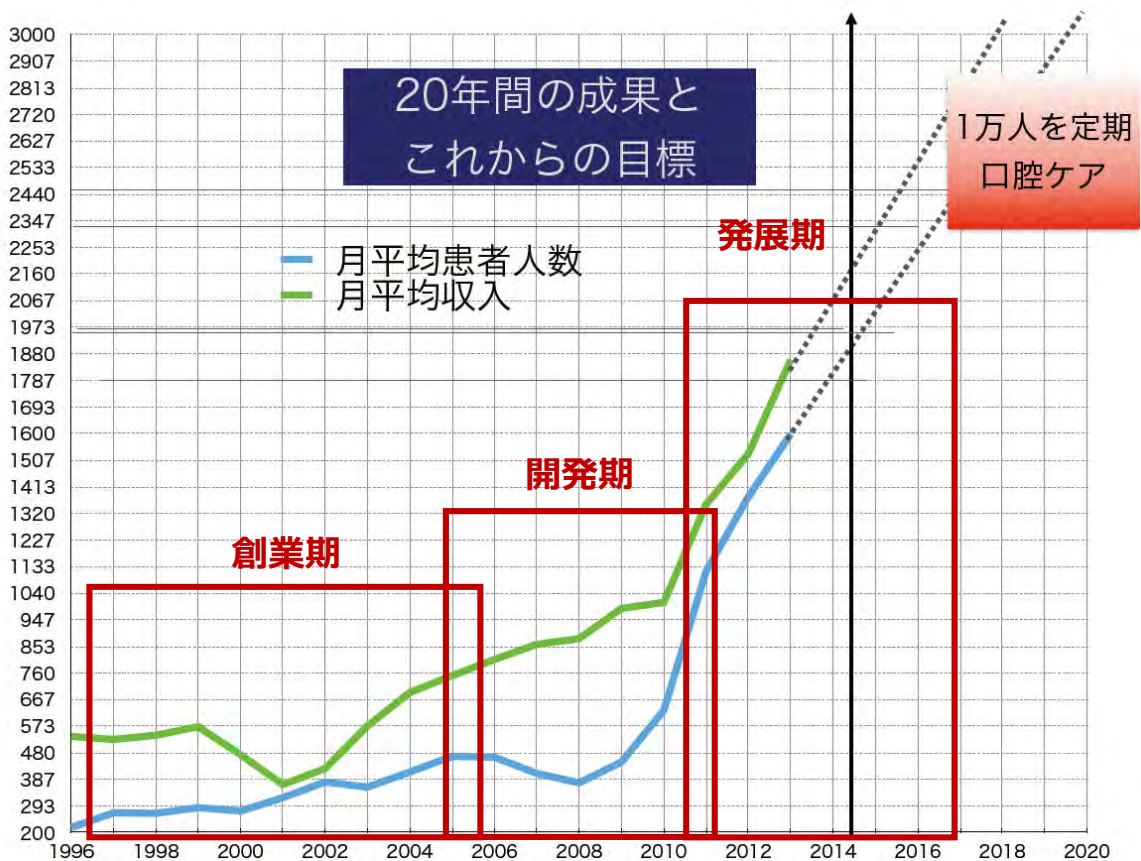
49



スタッフ教育は最重要
「学校」と言えるほどにする



子供を産んでもやりがいを持ってはたらせる



成果を生み出す「考え方」

ビジネスを**一本の線で**
統合する。

52

「経営の型」の基づく経営



53

経営点検③

「経営理念」が社内・社外に
浸透した事業に
なっていますか？

〇〇点 / 100点

54

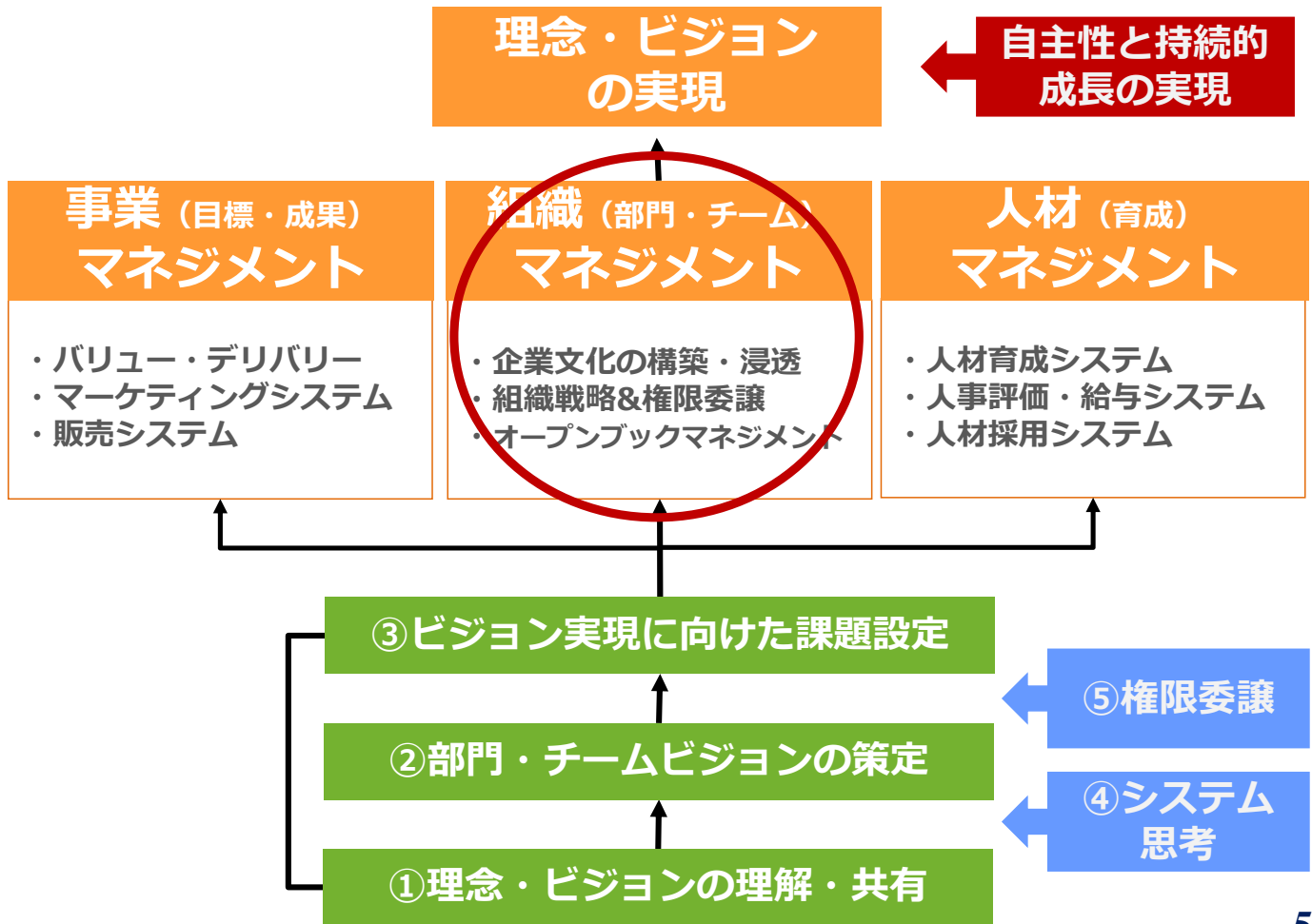
「企業のあり方浸透」への取組み



あなたの会社では、「会社のあり方」が明確になっているだろうか？
そして、そのあり方が社内・社外に浸透した状況になっているだろうか？
もし、なっていないとするなら何から取り組むだろう？

55

社長が不在でも事業拡大する「経営の設計図」



56

組織マネジメント

あなたの会社は
企業文化の構築を
経営に活用できていますか？

57

企業文化の重要性

【現代における企業の中長期的な競争優位性】

製品 < 戦略

ビジネスモデル・
商品の模倣スピードは速い

製品・戦略のみで優位性を
守るのは年々厳しく。

< 企業文化

企業文化とは企業独自の
「性格・性質」

顧客から選ばれる「性格・
性質」を持つ企業を模倣す
るのが難しいうえに、時間
がかかる

58

企業文化の重要性

米国コンサルティング会社であるベイン・アンド・カンパニー
による「経営管理の手法と傾向に関する世界調査」の調査結果
からもよくわかる。

成長企業の上級幹部1,200人のうち91%が
「企業文化は戦略と同じくらい重要である」
と回答したのだ。

さらには、企業幹部の81%が、
「文化なき企業は並の業績しか上げられない」
という意見に賛成だと答えた。

59

企業文化の重要性

私たちの**唯一の競争優位は文化と価値観**である。コーヒーショップは誰でもオープンできるし、特別な技術・特許もない。私たちが持っているのは会社の価値観による結びつきだけである。

— ハワード・シュルツ、スターバックスCEO

結局、**組織が成功するか失敗するかどうかは企業文化次第だ**。ひとりですべてを出来る人間などいないのだから。

— アンディ・グローブ、インテル 元CEO

60

企業文化の重要性

私たちには、**自己批判の文化がある**。
だから、成功に安住することは無い。

— マーク・パーカー、ナイキCEO

企業文化は、**唯一の持続可能な競争優位性**となる。
そして、それは完全に自分たちでコントロールできる

— デイビット・カミングス、Pardot共同創業者

※Pardot (パードット) _世界15万社以上のセールスフォースユーザーが最も使用しているMAツール

61

企業文化で差別化する代理店

株式会社ヒューマン&アソシエイツ

代表者：代表取締役 生島 秀一 氏

所在地：福岡市中央区輝国 1 - 1 2 - 1 8

<http://www.hoken-human.jp/>

1987年4月 AIU保険会社より独立

1993年 法人化

2014年売上実績：3億8千万円（手数料）

2015年売上実績：4億2千万円（手数料）

2016年売上実績：4億6千万円（手数料）

2017年売上実績：5億1千万円（手数料）

2018年売上実績：5億9千万円（手数料）

2019年売上実績：7億1千万円（手数料）

2020年売上実績：7億3千万円（手数料）

2021年売上実績：7億9千万円（手数料）



62

「人づくり経営」の取組み

福岡中央店



北九州支店



沖縄支店

【支店】 15店

那覇／ライカム／イーアス／宮古島
石垣島／南九州／北九州／久留米
鳥栖／天神／関西／中部／東京



63

組織体制

	損保	生保
取扱保険会社	11社	21社



■人員体制

損保営業	保険クリニック	クラーク・CSR	業務・監査部	システム
40名	17名	32名	2名	1名
代理店から移籍 研修生経験者 未経験者 出向者 新卒	生保販売経験者…3名 未経験者…14名	顧客対応 (CSR) 新規見積・料率交渉 継続業務・事故受付	Pマーク、社内監査 意向把握全件チェック	View system 独自ソフト ホームページ
経理・労務	損害サービス	役員	社外取締役	産休・育休
3名	1名	3名	1名	1名

計99名

64

企業文化は「土壌づくり」

■社風（企業文化）が何より大切

社風（企業文化）は会社の土壌であり 良い土壌を作らなければどんなに種をまいても芽がでないし収穫が出来ない。

サービス産業であり専門職でもある保険代理店は 「人づくり」 を通して独自の企業文化を創り出すことが存続・繁栄の条件だと考えている。

**商品やノウハウは簡単に真似できても
企業文化は簡単には真似出来ない。**

企業文化は「土壌づくり」

■ 企業文化を創るには？

企業文化づくりとは、経営理念を軸にした行動であり、先ずは社長自ら実践すること。その上で社員全員が同じ価値観や同じ「想い」を共有すること浸透できるように取り組むこと。

【具体的取り組み】

1) 理念・ビジョンの共有（未来を示す）

存在目的のない会社では誰も本気にならない。将来性が無い会社では誰も動かない。会社が成長発展し、発展の中に社員自らの存在価値を見出すことが出来るから仕事が面白くなる。理念の共有が、ビジョンの共有、目標の共有と繋がっていく。

2) 経営計画による目標の共有&失敗の共有

ビジョンを達成するために数値目標が設定され、年次の経営計画が作成される。社員がそれを理解している。だから組織目標が1番優先される。

3) 働く価値観の共有

行動理念・行動指針を社内で徹底し、働く価値観を共有する。働く価値観が共有されることで、仕事に対する判断基準が統一される。働くスタッフがブランドであり、ブランドの統一に繋がる。

66

経営理念と働く価値観

『 経営理念 』

大丈夫！あなたには『Human』がいる

『 行動理念 』

1. 自己の成長を基本と考え行動し、より以上を目指す
2. 人のお役に立てる人間になる
3. 夢を追い続ける

『 行動指針 』

- 最高水準のコンサルティングとサービスを提供する
- 感動と安心を与える事故対応
- 人生における重要なスキルはコミュニケーションである
- 社員一人ひとりの存在理由の結晶がH&Aの存在価値
- 「売上」とは、どれだけお客さまに感謝されたかの結果

人が集まる経営・市場からの支持・道徳と経済の一致

67

ビジョンの共有（未来を見せる）

将来性がない会社では誰も働きたくない。会社が成長発展し、その発展の中に社員自身の成長があり、存在価値を見出すことができるから、やりがいを感じ、仕事が面白くなる。だから、会社のビジョンの延長線上に自分のビジョンを見ることができる。

「成功の鍵は、人 Human」

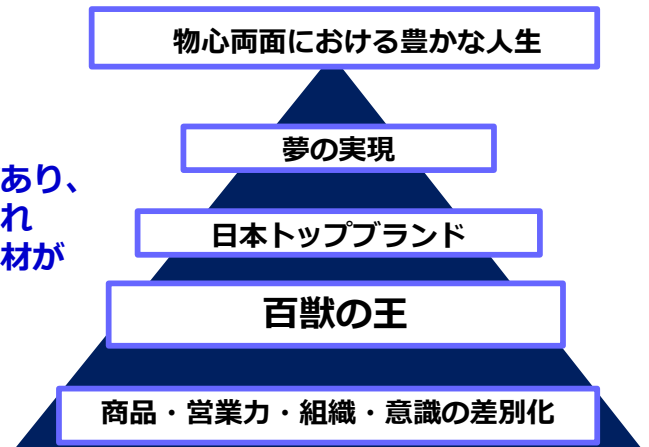
H&Aのビジョン

「百獣の王」

2020年に、100名で手数料10億

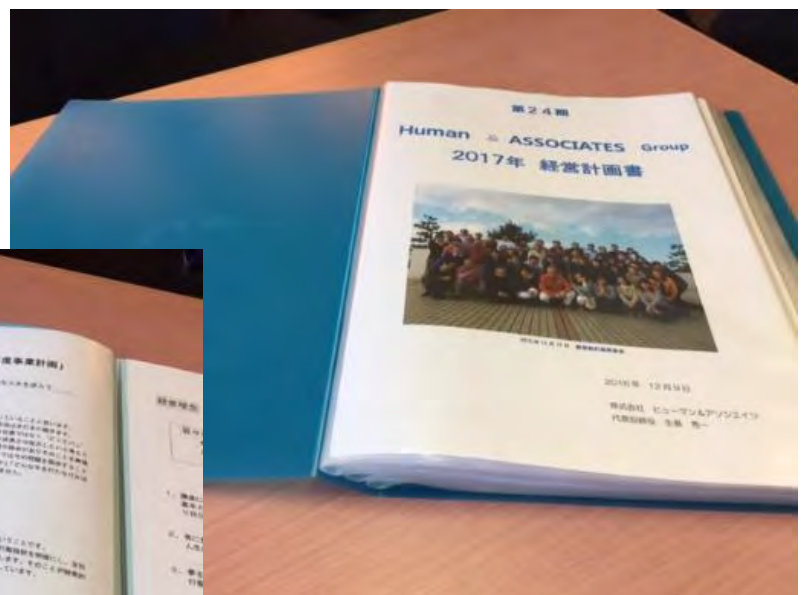
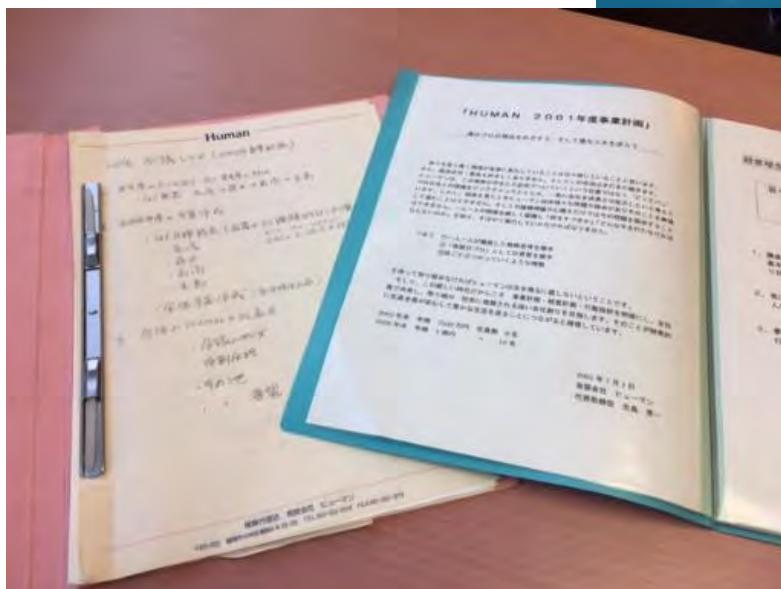
日本トップクラスの代理店、素晴らしい企業文化があり、人財が活躍し、市場や保険会社から高い評価が得られ給与・福利厚生が充実する、そして更に優秀な人材が集まり、発展し続ける

「物心両面における豊かな人生」



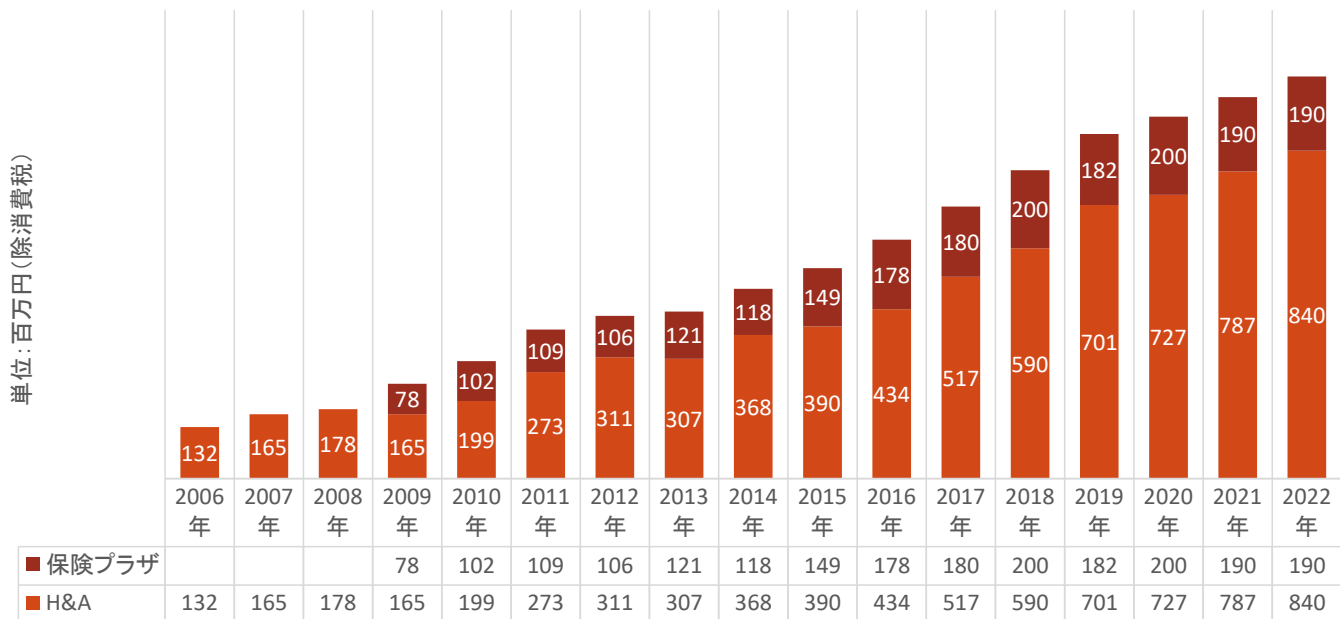
68

経営計画（方針&行動）で方向性を示す



69

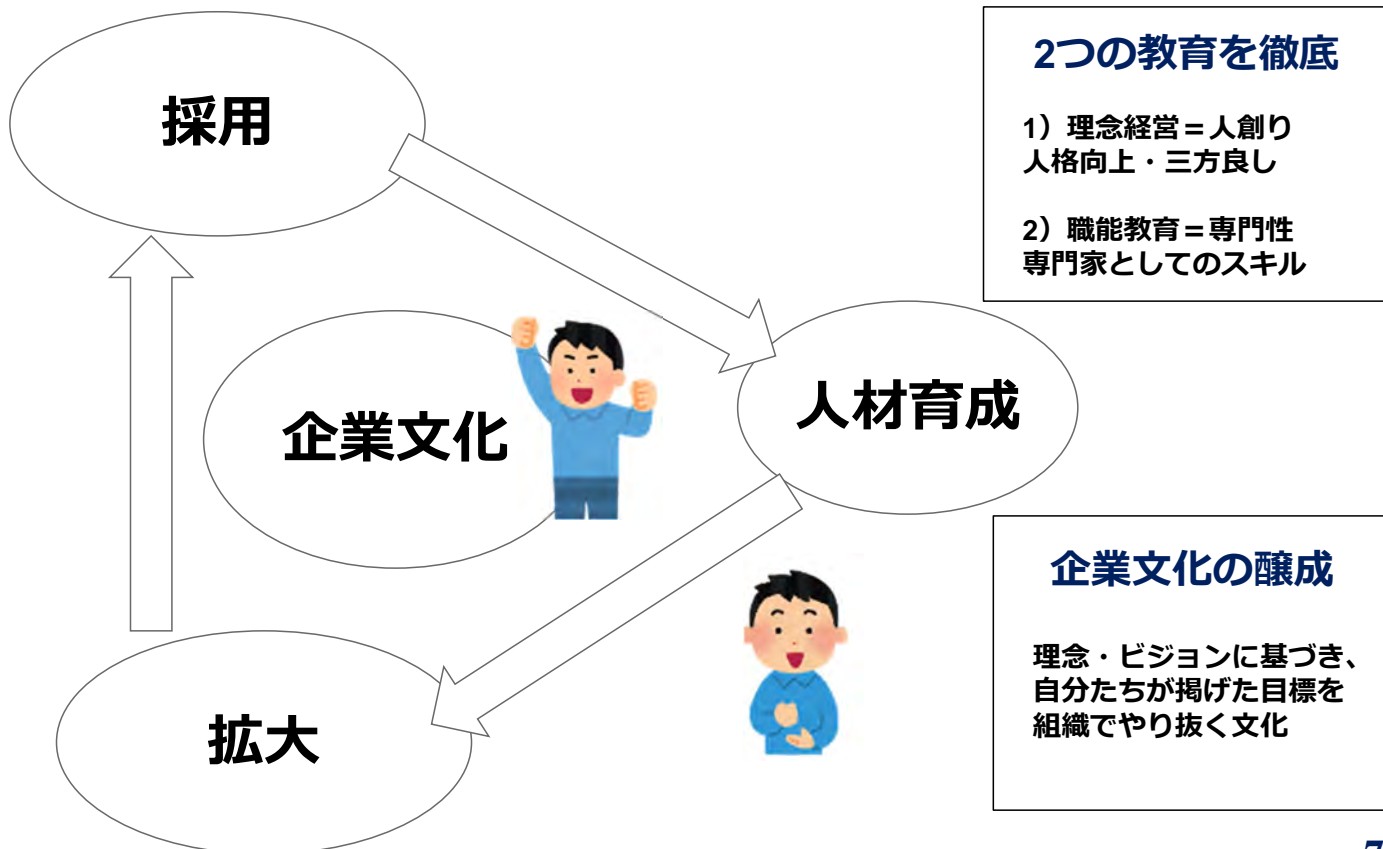
売上の推移



過去15年 平均増収約 110%
 手数料内訳
 損保68%(うち企業80%): 生保32%

経常利益
 2017年 14,703千円
 2018年 41,627千円
 2019年 84,358千円
 2020年 46,996千円
 2021年 63,368千円

代理店発展のサイクル



経営点検④

「企業文化」を意識的に構築できていますか？

〇〇点 / 100点

74

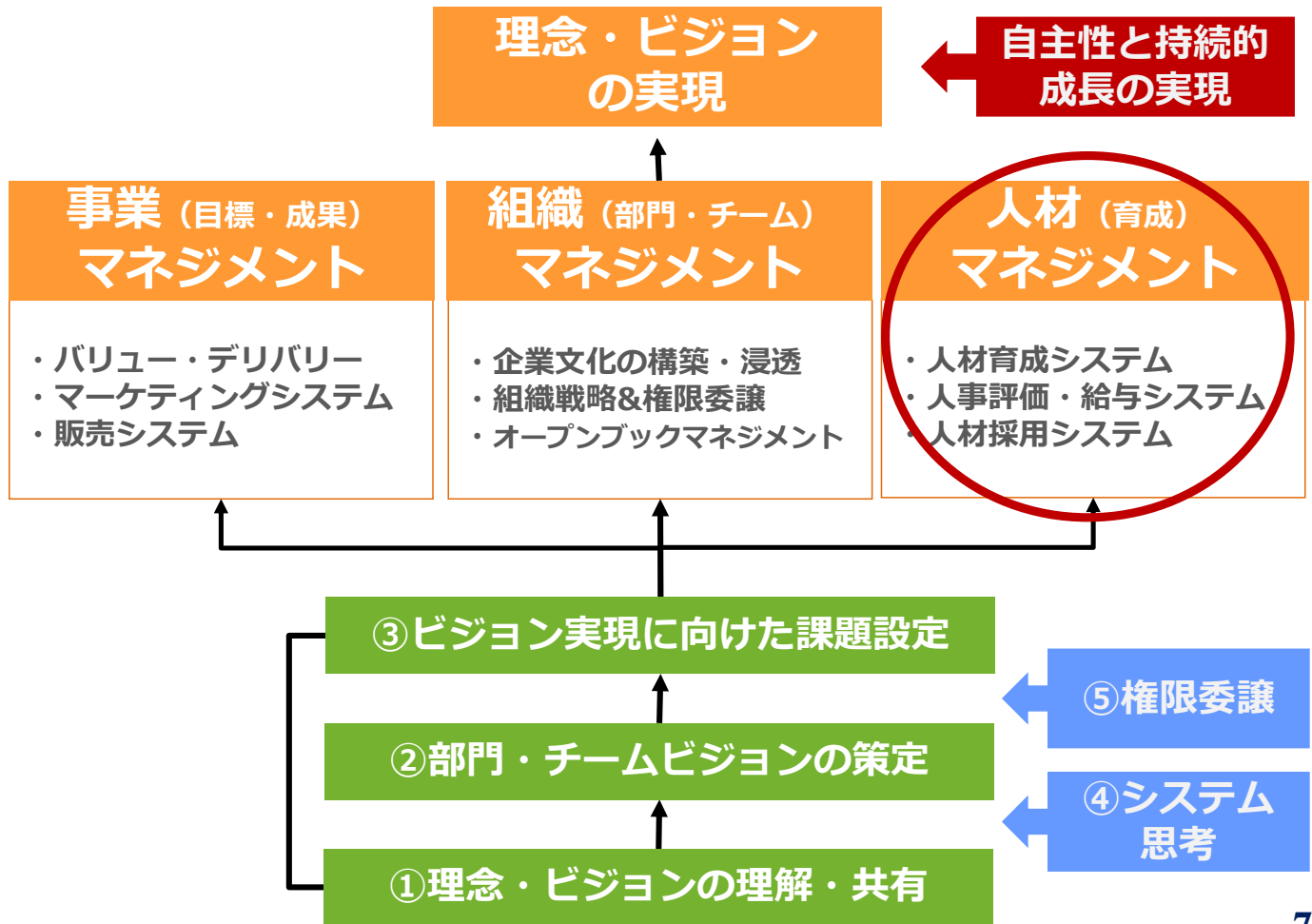
意識的な「企業文化構築」の取組み



あなたの会社は「企業文化」を意識的に構築しているでしょうか。また、あなたの会社の企業文化は、顧客から選ばれる文化になっているでしょうか。改めて考えてみて下さい。

75

社長が不在でも事業拡大する「経営の設計図」



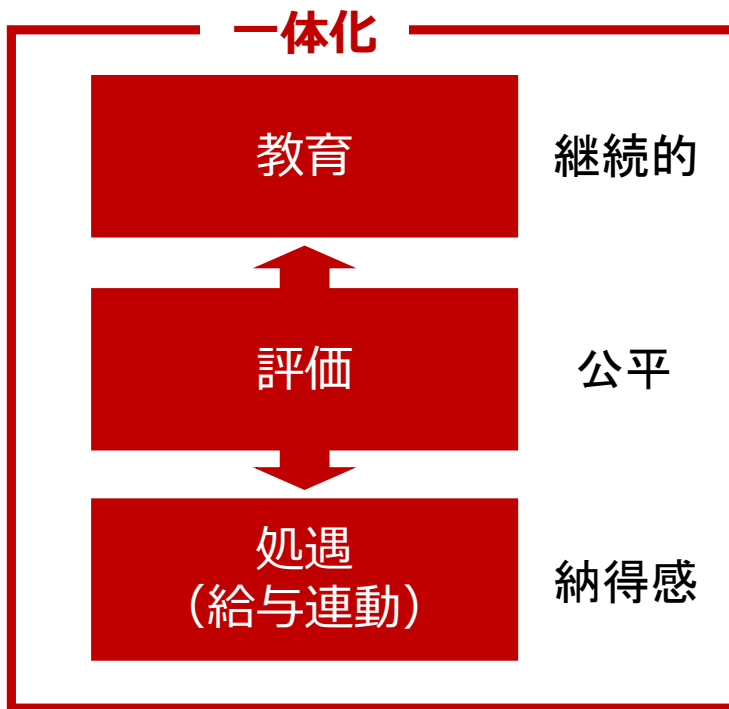
76

人材マネジメント

あなたの会社には
人材育成を効果的に行う
仕組みがありますか？

77

これからの人材育成のあり方



・ 育成すべきポイントを人事評価における目標に設定

・ 明確なルール設計のもと、正当な成果を評価

・ 目標の達成度に応じて、仕組みで報酬を決定

給与連動型-人材育成の仕組みで実現

78

人事評価制度の目的



人事評価制度が目指すべきゴールは1つ

~~社員を評価する~~

~~給与決定を合理的に行なうこと~~

~~査定~~

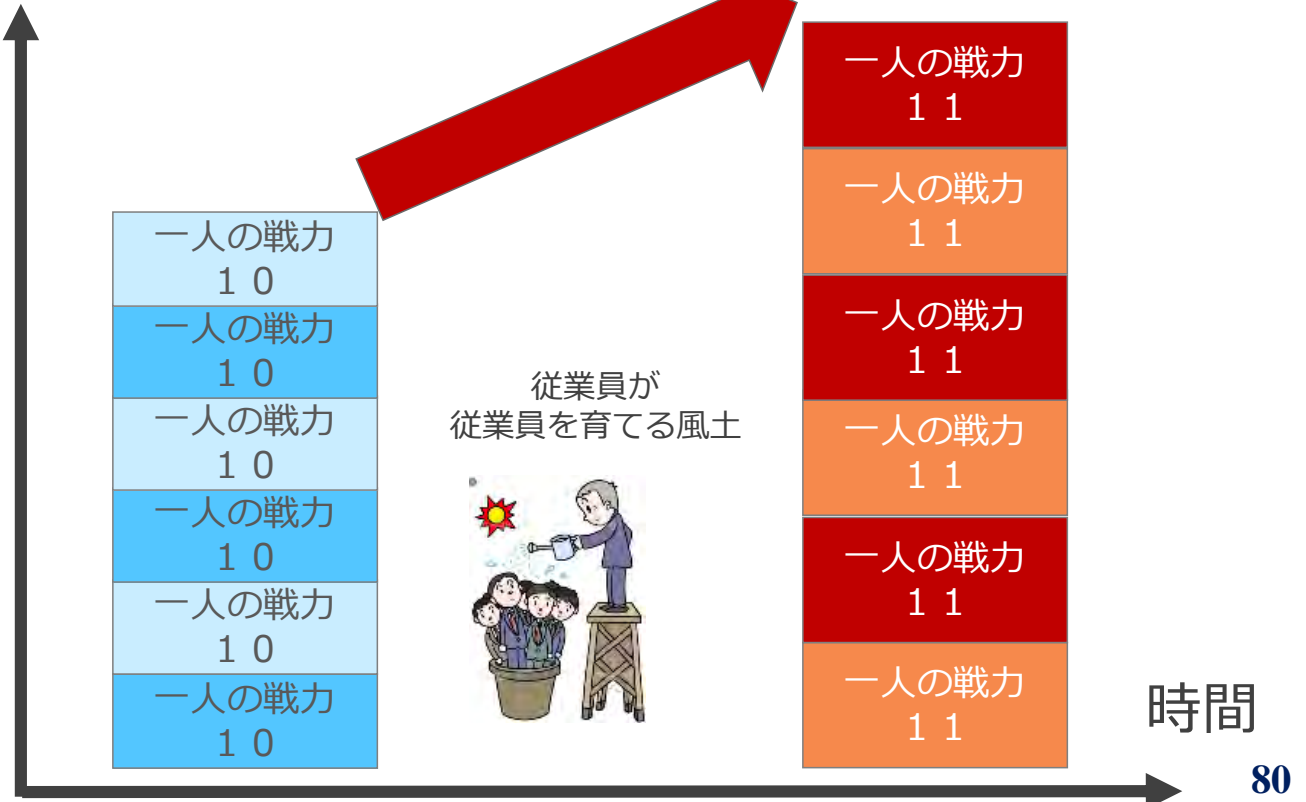
人材育成を通じて、強い組織をつくり
業績を拡大すること

制度に対する考え方を変える必要がある！

79

これから求められるもの

企業の戦力



株式会社ベストパートナーの取り組み

会社名 株式会社ベストパートナー
 所在地 和歌山県新宮市緑ヶ丘1-8-25
 代表 門 和宏
 創業年 平成10年 1998年
 資本金 1,800万円
 収保 約7億
 WEB <http://bp-co.jp>
 許認可資格 国際規格「ISO9001」の認証取得
 登録範囲 損害保険代理店業務、生命保険の募集に関する業務
 及び生命保険契約の締結の媒介業務
 登録番号 QC06J0150
 登録日 2006年12月21日
 経済産業省認定 事業継続力強化計画



日頃から弊社をご利用のお客様や関連する企業の皆様におかれましては、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。また平素より格別のご愛顧ご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度、平成30年10月1日より株式会社ベストパートナーの代表取締役を退任致しました門 和宏でございます。

一昨年、設立20周年を迎え、次の10年20年を目標としてまいりました。

【経営の本質をお守りする為、自らも設計、目には見えない「心の設備」を育てることを重視し、正しく善い中に活動することによって社会に貢献します。】

という企業理念を掲げ、保険代理業を通じて、当社で働いてくださる皆様とご信頼を築いておられる、さらには私たちが生きているこの地域社会に本当に必要とされる「会社経営」に全力で取り組んでいます。

そのために当社の柱である、専任社員をISO9001環境の枠組みで今更な維持し、「保険」という数百年の歴史をお客様のニーズに即応し、正しくご提供させていただきます。

また、万が一事故の際には社内に「事故専任部門」を設け、年平均1000件の事故対応を迅速かつ、丁寧に取り扱う体制を構築し、その信頼力をお客様にお守りします。

地域のお役に立つ企業として、今後も積極的に人材の採用と、特に働きやすい保険会社雇用の推進を。

人材育成研修プログラムに貴社の従業員を積極的に参加させ、より早い成長を促進し、早期戦力化させる事で貴社を前進させる力に貢献させていただきます。

その為、雇用・育成・業務環境に極力資源を投入し、永続的な企業への確かな未来予想図を描いてまいります。

善い戦力でございますが、皆様からの御期待に応えるよう全力を尽くしてまいりますので今後とも前住御様のご指導ご高配を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社 ベストパートナー
 代表取締役 門 和宏

理想とのギャップ

思い描いていた組織

様々な改革により、既存のスタッフが目覚め、覚醒し、人材採用がハマりここで働きたいというスタッフが押し寄せる。ベテランと新入社員が融合し会社の成績も急成長を遂げ、経営者は経営にシフトし、顧客満足にはスタッフが責任を持って対応する

ギャップ

実際には？

様々な改革に既存のスタッフは反発（何もしない）し、社内で会社の悪口を言い、ここで働きたいというスタッフが入社するとその待遇に文句を言う。ベテランと新入社員が壁を感じ、中堅メンバーが離職し、会社の成績も下がり、経営者は営業マンに逆戻りし、顧客満足に誰よりもコミットし、マイクロマネジメントに追われる日々

82

経営理念を再構築

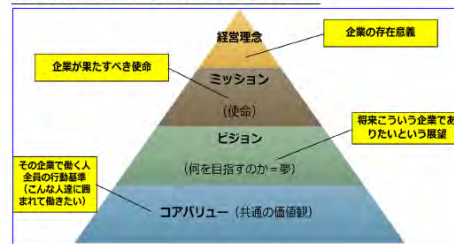
3020/03
株式会社ベストパートナー
2020年
経営計画書-方針編



2020年 経営計画書

— 人々に選ばれ、社業を通じて人を幸せにする —

3. ベストパートナーを構成する要素



【経営理念】

■ 私たちはこの理念の下、業務に励みます

『愛する地域

お客様、働く仲間にとって
のベストパートナーになる』

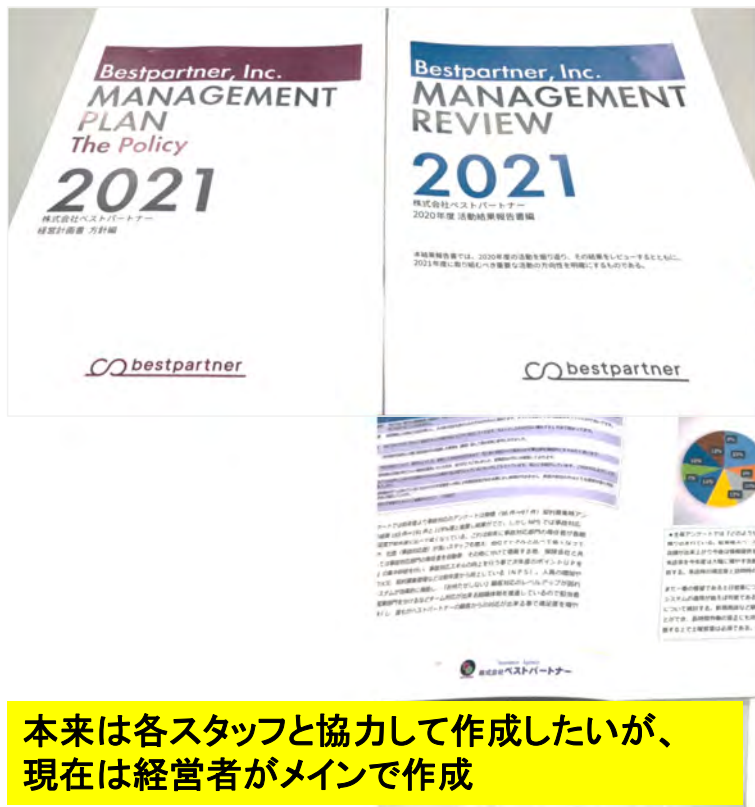
・その為、相手の関心がある事に関心を持ち、相手にとってのベストパートナーを知り、自分にとってのベストパートナーとは何かを考え、互いの成長を願い、相手と自分を大切にします。常に自分の行動や言動、想いが『まわりの人のベストパートナーであるか』を意識し続けて企業文化にしていきたいと思います。

4

Insurance Agency
株式会社ベストパートナー

83

経営方針と経営計画書の共有

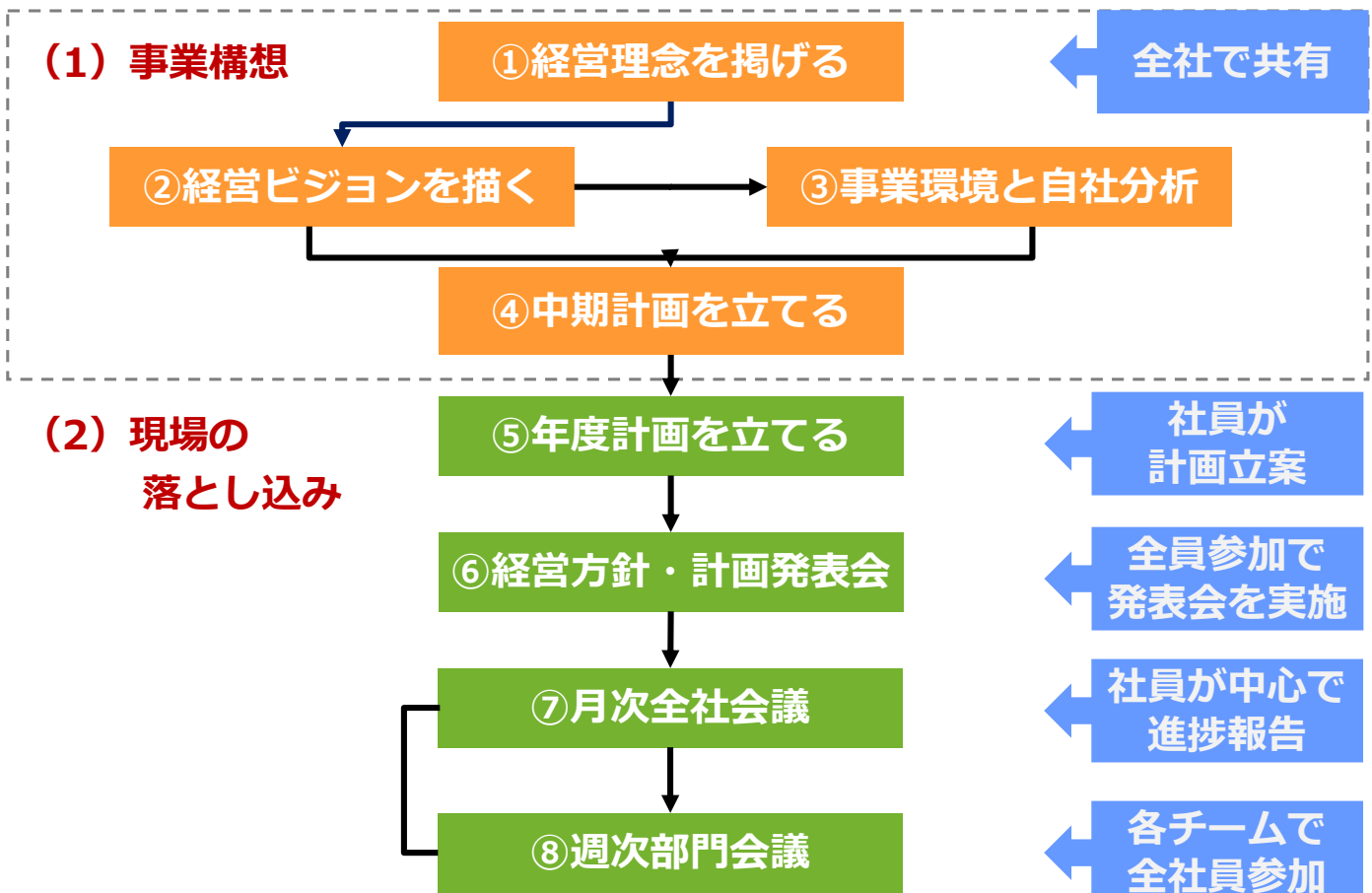


経営方針書では、経営者のあらゆる考え方を示し、今年度の目指すべき方向性を書いている。

活動結果記録報告書では1年間の活動記録と分析、それを踏まえて、次年度何をするかを指示している

本来は各スタッフと協力して作成したいが、現在は経営者がメインで作成

社員と共につくる経営計画書



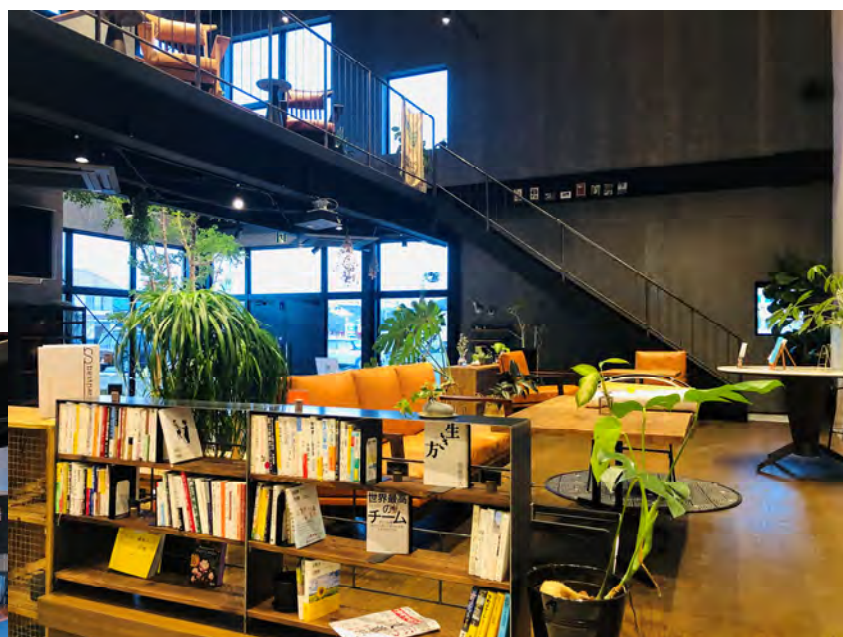
働きたくなるオフィスづくり



86

地域のコミュニティづくり

【SOHO】
情報交流の場
スタッフが自慢できるス
ペース



87

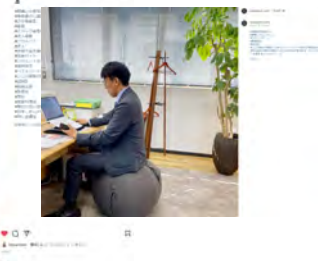
Instagramで社風の発信



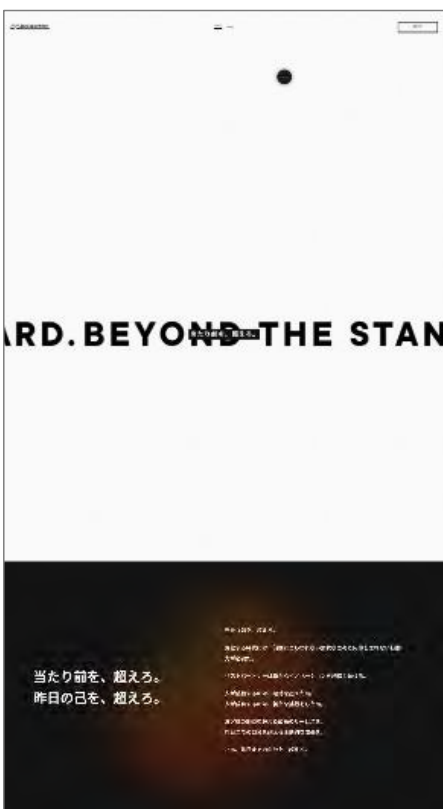
- ①目に留まる
- ②店舗と合う(カラー)
- ③デザイン性
- ④NO！保険代理店らしさ



デザインの出来る人材を採用する



採用専用サイト



採用力&定着力アップ

【株式会社ベストパートナー キャリアパス】

ステージ	Stage1	Stage2	Stage3	Stage4	Stage5	Stage6	Stage7	Stage8	
役割・責任	新人として、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。
求められるスキル	新人として、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。
育成方法	新人として、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。
キャリアパス	新人として、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。	業務の遂行だけでなく、先輩社員から教わりながら業務を行います。基本的な業務の遂行が主です。

事故処理Car

【事故サポート】

- 事故時の顧客満足度向上に対してのベストパートナーの覚悟を示すためと、より一層の強化を図るため2019年度に【ベストパートナーサポートカー】と【損害箇所空撮用業務用ドローン】を導入した。これにより事故現場での満足度の高い対応と、保険会社との連携を迅速に行う仕組みを構築し、早期に保険金を届ける使命を促進する。



- 損害箇所空撮用業務用ドローン



契約更改の品質向上

ISOの取り組みとは、顧客の声を現場に反映し、改善行動を促すためのもの

『契約更改』

コンサルディング更改

PDCA会議の取組み

1週間に1回のPDCA会議

【2021年12月13日(月)】

名前	成果報告
Aさん	・更改9件 内コンサル更改1件
Bさん	・更改9件 コンサル更改3件 ・新規契約2件 (がん保険) ・トスアップ1件 田中さんへ(石橋様)
Cさん	・更改4件 内コンサル更改1件 ・新規契約 自動車1件 約4万円 がん1件 約3万円 ・おくじ様契約ならず
Dさん	・更改2件 内コンサル更改1件 ・証券回収1件(火災) ・新規提案案件 がん保険3件
Eさん	・新規契約 火災3件 約80万円 生保2件 約7万円 傷害1件 約3万円 ・証券回収2件 (損保1、生保1) ・新規提案2件 (火災1、個人ドル終1) ・郵送にて提案 (ドル終1) ・更改3件 内コンサル更改2件
Fさん	・新規契約 損保3件 生保1件 ・更改5件 内コンサル更改0件 ・証券回収1件 ・新規提案3件 (生保)
Gさん	・更改8件 内コンサル更改4件 ・新規契約 がん1件 約15万円 ・とさや様 ビジ総提案一に至らず ・看護学校 補償提案一に至らず

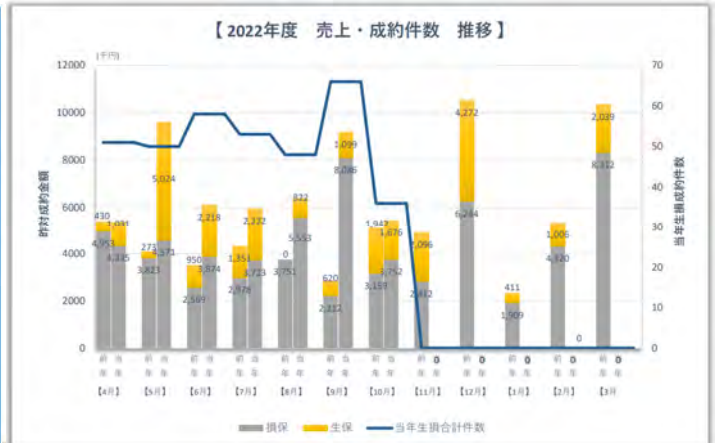
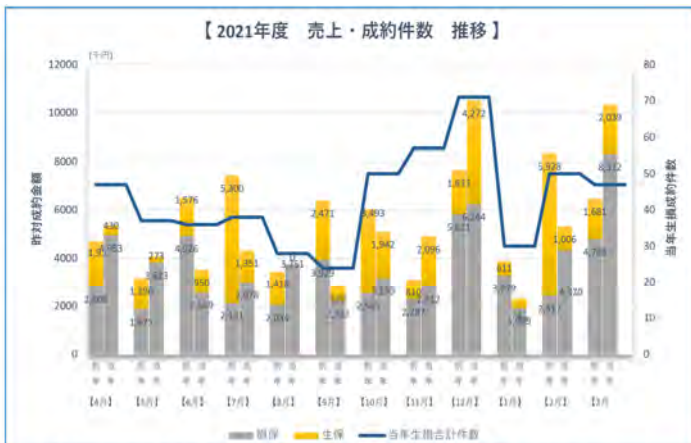
- 【ルール】
- ・報告だけする機会(内容については話さない)
 - ・20分で終了
 - ・先週の成果と今週のアクションプラン発表

- ・クロスセル提案2件
- ・トスアップ案件1件契約予定
- ・新規契約予定3件 (自動車2件、がん1件)
- ・おおたま様 証券回収予定

月次の実績集計

2021年10月	営業1課												営業2課												月合計																	
	A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	G	H																										
【成果報告】	1	1	0	0	2	0	0	0	0	1	3	0	1	5	1	0	0	1	2	2	4	2	3	11	1	0	2	3	6	0	2	3	1	6	2	0	2	5	9	41		
成功件数	10	0	10	5	25	3	6	5	3	17	6	8	8	7	29	0	0	3	2	5	6	4	5	7	22	4	5	4	2	15	8	6	5	7	26	5	11	5	4	25	164	
内コンサル更改	0	0	1	1	2	0	2	1	0	3	1	0	1	1	3	0	0	1	0	1	2	1	1	5	0	1	0	1	2	0	1	2	2	5	3	4	3	1	11	32		
証券回収	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	2	3	1	0	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	16	
クロスセル情報提供	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	
新規提案	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	6	2	10	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15
業務改善案	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
有効訪問	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
トスアップ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	
【アクションプラン(予定)】	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	3	0	0	4	0	1	0	1	2	2	0	0	1	3	1	1	4	0	6	0	6	1	0	7	0	2	2	2	6	30	
新規提案	0	0	1	0	1	3	0	3	0	6	3	0	2	0	5	1	0	1	0	2	1	1	2	3	7	0	1	0	3	4	0	0	3	1	4	0	0	2	0	2	31	
契約内容確認案件	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
更改からのクロスセル	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
新規顧客とのアポ	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5	0	7	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	
証券回収案件の商談	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
更改	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24
再アプローチ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10
がん保険リストTel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
証券回収	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

実行力が成果を生み出す



■ミーティング開始前（4～9月）と開始後（10～3月）の新規件数・成績の比較

効果①4～9月=210件（損保+生保）<10～3月=305件（損保+生保） ←約 1.45倍

効果②20,286千円（4～9月）< 26,756千円（10～3月） ←約 1.32倍

前年よりベテラン中堅メンバーが抜けた中で、今年度上半期も前年同時期より新規契約の成果が出ている。経験者が多数揃っていても組織の状態によっては成果が出ないという証明。但し、これを実施した結果現実に向き合う力が弱い人は脱落してしまう（3名が現実と向き合えず）

理念に基づき経営が会社を強くする！



関わる全ての人のベストパートナーとなり、
最も働きたい会社になる!!

経営点検⑤

「人材教育・評価」を経営戦略
として効果的な仕組みに
出来ていますか？

〇〇点 / 100点

96

全体を振り返る



本日の研修を振り返ろう。あなたは何を持ち帰り、何を実践するだろう。
あなたの会社を次のステージに導くために何が必要だろう？
また、疑問点やもっと聞きたいことがあれば自由に書いてみよう。

97

最後に

「違う結果」 を得たいなら
「違う方法で取り組む」
しかない