

地域社会で認知価値を高める活動を

「勝ち残る代理店経営、生き残りの代理店ブランディング」テーマにセミナー



土屋会長

セミナーで滝澤氏はまず、未来を見据えた代理店経営に不可欠な経営変革の必要性を強調。顧客や社会の変化に対応するため、従来のやり方からの脱却を促しつつ、代理

店が持つ信頼という価値を維持すべきだと述べた。変革のキーワードには「代理店の価値強化」と「脱個人経営の思考」を挙げ、個人商店型からの脱却と、組織としての価値向上を提唱。そのうえで、顧客が人ではなく会社を選ぶ仕組みづくりが重要だと指摘し、個人の力に依存しない持続可能な経営体制への転換を促した。

代理店としてのブランディングの定義については、高級ブランドのイメージとは異なり認知価値を高める活動のことだとし、代理店が顧客や社員、地域社会からのように思われたいかを明確にすることを出発点としたうえで、その「思っ

たほしい姿」と現状の認知を一致させることでブランディングだと述べた。このブランディング

「代理店の価値強化」と「脱個人経営の思考」を

変革する勇気と行動

山梨代協(土屋会長)は1月12日、甲府市内でセミナーを開き、日本代協アドバイザーで株式会社ビジネスバンク取締役の滝澤清隆氏が「勝ち残る代理店経営、生き残りの代理店ブランディング」をテーマに講演した。当日は山梨県内の代理店や保険会社社員など50名以上が参加した。

山梨代協



(損保版)

第1~4月曜日発行
発行所 新日本保険新聞社
大阪市西区朝本町1丁目5-15
(郵便番号550-0004)
電話 (06) 6225-0550 (代表)
FAX (06) 6225-0551 (専用)
購読料 1か月2420円
(消費税、送料込み)
©新日本保険新聞社 2025

78th Anniversary since 1947

創業昭和22年

保険・共済業界と共に歩んで78年

を組み合わせ、継続的に取り組むことの重要性を呼びかけた。

同氏は「ブランドづくりは模倣から始まることが多い。成功事例を参考に、自社独自のブランド構築につなげてもらいたい」と述べた。また、世代交代や事業承継、M&A、新規事業、周年事業、採用方針見直しなどは、ブランディングの好機だとして「競争に勝ち

残るのではなく、自社の価値を高め、持続可能な代理店経営を目指すことが大切だ」とまとめた。

お知らせ
次週3月31日は第
五月曜日となります
ので、本紙の発行は
ありません。