

保険プラザ 第20回全国大会開催

「未来志向の代理店像」テーマに情報共有
東京海上日動社員と会員代理店で討論も

東京海上日動の代理店ネットワーク「保険プラザ」は11月17日、東京海上日動本店新館で第20回全国大会を開催した。「販売革命をもたらす未来志向の代理店像とは」をテーマとする今回は、会員代理店や東京海上日動の社員による講演、パネルディスカッションなどを通して、今後の代理店事業の方向性や必要とされるスキルなどについて情報を共有した。当日は、会員代理店を中心に約65人が参加した。

あいさつ・情報提供

開催に先立ち、主催者を代表して(株)保険プラザ代表の川端恒久氏(侂りスコン代表)があいさつ

した。川端氏は、20回の記念大会を迎えられたことについて、関係者に感謝を述べた上で、「この20年間は、まさに変革と改革の連続であり、保険ブ

ラザの歴史はその中を歩んできた歴史だった。また、20年前はインターネットが最先端の技術だった

川端氏



諏訪部氏



が、今や当たり前のように使われている。今後の20年も大きく変わっていくことは間違いなく、全国

志村氏



染谷氏



ていた多くの業務は、今後、AI等に対応していく可能性を示唆した。

その上で、今後のプロ代理店の差異化のポイントには人間にしかできない業務領域だとし、「システムの積極活用によって

効率的な生産性を高めて時間を生み出し、専門代理店の持つ親密性を武器

にお客さま接点を強化してさまざまな価値を提供していくこと、また、それを安定的に実践する組織体制をつくっていくこと

が重要だ」との考えを示した。最後に「私たちは皆さまにお客さまに選ばれる、成長し続ける代理店、それぞれの地域になくてはならない代理店

になっていただきたいと思っており、その実現に向けて支援していくことが使命だと考えている」と結んだ。

続いて、東京海上日動営業企画部長で地方創生生室室長の磯田賢氏が「当社の地方創生への取り組みについて」と題して講演。現時点での狙いを「地方創生に貢献すること」で東京海上グループをおよび代理店さんのファ



パネルディスカッションも実施

や各地の自治体での動きなどを説明してから、同社での基本方針や推進体制、具体的な取り組みなどを紹介した。とりわけ、同社と代理店の協業によって、地域での人間関係を構築し、顧客数の拡大につながった事例を

挙げ、「国家戦略としての地方創生が、当社や代理店の選ばれる方の変革と成長に資する取り組みにつながっており、今後もぜひ、皆さまと共に地元

のお役に立つ取り組みを考えていきたい」と述べた。

次に、東京海上日動営業開発部・専業グループ担当課長の引地達也氏と東京海上日動システムズ

代理店システムサービス部の櫻枝冬樹氏が、代理店の体制整備を補完するグループウェアである「モバイLNet」の

機能を紹介した。スマートフォンで顧客情報の参照が可能で、顧客対応履歴を簡単に記述したり、代理店スタツフの行動予定や営業活動で役立つ情報を共有したりすることができ

るモバイLNetの便利な使い

方などのデモンストレーションに、参加者の関心が集まり、多くの質問が寄せられた。

「販売革命をもたらす未来志向の代理店像とは」をテーマに討論した。強い組織作りのための社内情報共有について久野氏は「スケジュール管理は代理店システムを活用しており、各スタツフの予定で変更があった場合はすぐ入力するよう徹底している。オフィスの事務

「例えば、ある営業スタツフが新規案件を成約した際、社長から激励メールが届くが、他のスタツフもそのメールを見ることができ、モチベーションが上がる」と述べた。

一方、業務上必要になるあらゆる行動と対応方法をまとめた2冊のガイドライン(「トリセツ」と「トーク集・資料集」)を基に代理店経営を進めている見木氏が自社のPDCAサイクルの回し方について紹介

した。その後、金久保氏より、同社の具体的な取り組みとして、社内認定基準や独自ツール、ロープレ検定、代理店提携などについて紹介した。最後に「当社は今後も、真に質の高い代理店として行動していくことで地域になくはない存在となっていく」と述べた。

パネルディスカッションでは、川端氏、引地氏に加え、(株)アライフ古賀支店店長の久野慎一郎氏、(株)中央保険事務所代表の見木洋一氏の4氏が

「お医者さんたちも専門

「モバイLNet」の

代理店の取り組み紹介・パネルディスカッション

昼食休憩を挟んだ後半ではまず、(株)アライフ代表の志村巖氏が「ドクターマーケット開拓成功の秘訣」と題して、自社が強みとしている開業医などへの保険販売について発表。医療業界をターゲットとする理由や、医師・医療法人が抱える課題、自社の戦略や実際の取り組み、今後の展望などを紹介した上で、自社が今後も生き残るためのポイントとして「他社がやらない分野に特化した専門家になること」を挙げた。志村氏は

「お医者さんたちも専門

「お医者さんたちも専門

「お医者さんたちも専門

「販売革命をもたらす未来志向の代理店像とは」をテーマに討論した。強い組織作りのための社内情報共有について久野氏は「スケジュール管理は代理店システムを活用しており、各スタツフの予定で変更があった場合はすぐ入力するよう徹底している。オフィスの事務スタツフが、全メンバーがどこで何をしているかを把握できるようにしている」と説明した。また、グループウェア活用のメリットについて、「例えば、ある営業スタツフが新規案件を成約した際、社長から激励メールが届くが、他のスタツフもそのメールを見ることができ、モチベーションが上がる」と述べた。