

= Dr. ウエノの保険コラム =
《 第 11 回モーター部会報告 》

第 11 回モーター部会を 2 月 15 日午後開催しました。

スタートは、一般社団法人生命保険協会 業務教育部代理店業務品質調査グループによる『生命保険協会業務品質項目について』というお話でした。2022 年度受審した保険代理店数は 54 でしたので、2023 年度では「整備工場代理店」が受診してもらい保険代理店業界にインパクトを与えたいと思い、お話いただきました。態勢整備は車検という国の精度で国交省管理にある整備工場さんの方が理解されていると感じていますので、2023 年度の受審を期待したいと思っています。

続いてはアシックス商事株式会社による『アシックス商事株式会社による活動報告』がされました。アシックスの足指を使って歩けるウォーキングシューズ、膝に負担をかけないシューズ、O 脚を補正できるシューズを整備工場代理店で販売したいと考え、ご案内しました。車検等で来店された際に時間がありますので、靴を試し履きいただき購入につなげていければと思っています。更にウォーキングシューズ購入者を集めてウォーキングコミュニティを作ってもらって整備工場代理店が軸となった健康増進や地域の人との交流に役立てることも出来ると考えています。単に靴を売るのではなく、購入いただいて何が出来るかを明確に示すことで、人が人を呼び、大きなコミュニティができると考えています。足指を使うことで転倒防止にもつながりますので、高齢者、妊婦さんに購入依頼もできるかと思っています。

最後は、オンライン参加者含む全員で意見交換しました。

次のような発表がありました。

■保険部門を独立させ子会社を作りました。これで態勢整備を図りやすくなったと考えています。生保は専門でやらせた方が良く考えています。生保を売れる人は自動車保険も車も売れます。最初は生保プロ代理店と組むのがベストで数年かけて内製化することが着地だと考えています。

■損保代理店の合流で収保 10 億円に持って行きたいと考えています。候補代理店も上がっており、このモデルを広げていきたい。また、子会社代理店から 23 台の車検、車販につながり、グループとしてのシナジーをより図っていきたいと思います。

■今年は「生保元年」にすると経営方針の柱の一つに加えました。結心会から紹介のあった生保プロ代理店と協業で成果を上げれるように進めていきます。

■11 月から 1 月の 3 ヶ月間での生保成約は 180 件で、募集人 2 名体制にして安定してきたと考えます。がん触診キットを使ったイベントでアンケートを取る中で、その場で 6 件の

アポが取れたので、車検等の際での声掛けだけでなく、イベントも効果的であることが検証できました。またベトナム人スタッフがベトナム人の医療保険を進めていて相当件数成約になっており、整備工場には外国人スタッフも多いので、ここから保険を取るという流れも作ればと思います。

■整備工場代理店での生保取組で「ほけんのマルシェ」という屋号統一をお願いしています。会員すべての工場やショールームに看板を掲げると 100 店舗ほどになり、ブランドに持って行けると考えます。看板、名刺の統一で一大生保販売チャンネルにモーターチャンネルを変えていきましょう。

モーター部会も 3 年の取り組みでビジネスモデルが構築できつつあります。モーター部会は、北は北海道から南は沖縄までの整備工場代理店が参画いただいている、今年を正念場と考え展開していきたいと考えています。この輪に入っただけの整備工場代理店大募集中です。是非損保会社社員の方も紹介下さい。整備工場代理店を一大生保募集チャンネルにしていきましょう。