



Eプロジェクト

アーネストプレイスの挑戦

保険に携わる全ての人々の地位向上を目指して
我々は挑戦を続けます……

そのためには志の高い代理店との「共存共栄」が必要です。

そしてEプロジェクトの真の目的は『顧客満足』にあります



代表取締役 古川真一

Eプロジェクト

- (1)なぜEプロジェクト？
- (2)Eプロジェクトとは？
- (3)Mission 「店舗拡大」
- (4)Mission 「豊富な商品」
- (5)Mission 「セミナー」
- (6)Mission 「継承」
- (7)Mission 「スキルアップ」
- (8)Mission 「リスクマネジメント」

(1)なぜEプロジェクト? ~すべては保険に携わる人々の地位向上のため~

平成7年、損害保険会社に入社した古川(当社代表)が新人ながら感じたのは失望感であった。
なぜ失望したのか……? 人間関係? 仕事の内容? 取引先? ……。

いや違う。保険業界の地位の低さに失望したのだ。保険業界は就職活動などで知った金融マンのイメージとはかけ離れたものがあった。

入社後、配属されたのはホール、リテールの両部門を担当する地域営業店であった。
お客様に最適な提案を。そう思って訪問した会社の窓口の方から「保険屋さんが来たよ」と言われた。
「保険屋さん?」古川は自分のことだとは気がつかなかった。社会にとって保険は絶対必要な商品である。
そして保険会社は金融機関だ。社会的にも高いステイタスをもっているはずだと思っていたからだ。
しかし「自分 = 保険屋さん」に気づくのにそれほど時間は必要なかった。

それでもお客様のために作った最適な提案書。保険の窓口担当の方に自信をもって商品を勧めた。
ところが担当の方は「また、保険を売りこみにきたんですか? 必要ないですよ!」と顔をしかめ、ろくに挨拶もせず
に迷惑そうに職場に戻っていった。

ショックだった。「何なんだ? 我々の存在価値って何なんだ?」後悔の念もあった。
しかしそんなことは日常茶飯事となり、次第に慣れていった。しかしあの時のショックだけはどうしても消えなかった。
「なぜ、保険業界の地位はこんなに低いんだ! このままでは……。しかしどうしたら地位向上が図れるのだろうか?」
そんなことを真剣に考えるようになった。そして海外にも目を向けた。米国では知人にしたい職業人のベスト3が
医師、弁護士、保険代理店だった。「なんとという高い地位なんだ。なぜ日本では……?」

さらに深く考えた。原因は保険会社の体質だけでなく、代理店の体質にも問題があることがわかってきた。
理想の代理店像への改革を代理店に訴えた。本気で聞いてくれた人は少なかった。
「保険業界の地位向上には保険代理店の質・地位の向上が不可欠だ。それを自ら証明しよう。誰も耳を貸さないなら
自分で理想の保険代理店を創ろう!」そう決意した古川はすぐに実行に移した。周囲の反対もあったが古川には
使命があった。だから迷いもなかった。

平成11年4月、保険会社を退職して保険代理店をはじめた……。保険代理店の質を上げ、保険に携わるすべての人々の
地位の向上を実現するために。

(2)Eプロジェクトとは？ ~すべては保険に携わる人々の地位向上のために~

Eプロジェクトとは「保険に携わる人々の地位を向上させること」が目的です。

その真の目的は「顧客満足」です。

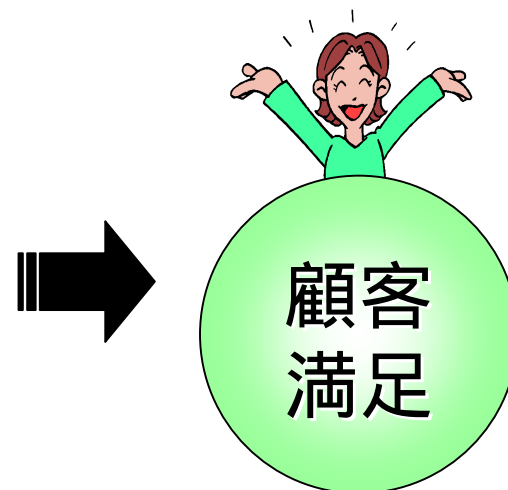
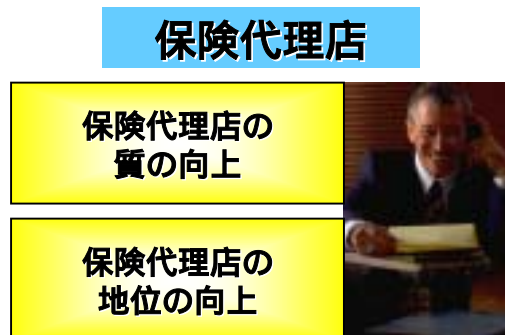
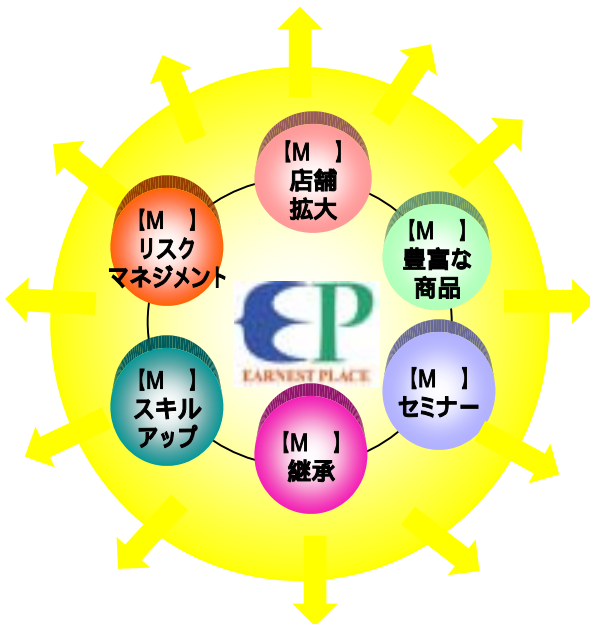
自社で加入頂いている顧客の満足を探求しつづけるのは当然です。しかし、我々は業界の地位の向上に貢献することで、自社の顧客以外の他社の顧客満足にも貢献したいと考えています。

業界の地位向上は、全ての顧客満足を実現できるものと信じているからです。

このプロジェクトの実現のために我々は動き出しました。具体的な我々のミッションは6つです。

【6つのミッション】

Mission	店舗拡大	Mission	継 承
Mission	豊富な商品	Mission	スキルアップ
Mission	セミナー	Mission	リスクマネジメント



Mission 店舗拡大

「保険代理店の質の向上、地位の向上」の実現のためには会社規模を拡大することが必要だと考えます。なぜならこの実現を目指す人財を1人でも増やし、多くの人に影響を与えることが実現への近道だからです。

また、素晴らしい人材が保険業界から流出していくのを防ぐことに繋がるとも考えています。現在多くの代理店が岐路に立たされています。大型代理店のスタッフとして働く道や、別の業界に行く道等様々な選択肢があります。しかしながら、本人がこの保険業界に入ってきた時の想いを実現できるような選択肢は少ないように感じます。そこで、その本人が自分の理想の店舗を当社のスタッフ(支店長)として実現していける仕組みがあるといいと思ったのです。来店型の店舗を作ってもいいし、高級感漂う店舗を作ってもいい。我々が目指しているのは、保険代理店の地位向上による顧客満足の探求です。その店舗は、多種多様でいいと考えています。全てが顧客満足に繋がっているならです。

当社の理念に共感し、このプロジェクトの実現を目指すことのできる人財を支店長候補として募集します。今年度は4店舗の新規オープンを目指します。ただし地域ありきだけの出店はしません。あくまで我々のミッションに共感していただける人ありきの店舗展開です。

(1)出店希望地域

- ・東京都(全域)
- ・静岡県(三島・沼津近辺)
- ・福岡県(博多近辺)
- ・神奈川県(東京都に近い地域)
- ・岡山県(笠岡・倉敷近辺)
- ・沖縄県(全域)
- ・千葉県(東京都に近い地域)
- ・広島県(福山近辺)
- ・宮城県(仙台付近)
- ・埼玉県(大宮・浦和近辺)
- ・佐賀県(佐賀近辺)

その他の地域でもこのミッションに共感できる方が希望される地域があれば相談に応じます。

(2)待遇

- ・給与 25～100万(経験・実績・能力に応じ要相談)
- ・賞与あり
- ・交通費全額支給
- ・有給10日(初年度)
- ・各種社会保険

(3)条件

- ・現在、損保もしくは生保の代理店を経営している人
- ・年齢55歳くらいまで(要相談)
- ・顧客サービスをとことん追及する姿勢をもてる人
- ・当社の理念、行動指針を理解し、体現できる方
- ・時代の変化に柔軟に対応していくことに喜びを感じる
ことのできる人
- ・経営者意識をもって働くことができる人

お問い合わせはホームページのお問い合わせフォームもしくはお電話で東京本店(03-3526-7311)に直接ご連絡ください。

Mission 豊富な商品

「保険代理店の質の向上、地位の向上」の実現のためには総合コンサルタントへの脱却が必要だと考えます。なぜならコンサルタントとして保険だけでなく、周辺の金融知識、介護や年金等のアドバイスができることが、お客様の見方を変える第一歩だからです。また保険分野においては、豊富な知識でお客様に最適な保険を設計できなければなりません。そして、中立的な立場から複数の商品を提案してお客様にご選択いただくことも大切だと考えます。これを実践するためには複数の保険会社と取引をすることにより、商品ラインナップを増やすことが必要なのです。

たとえば、靴屋さんを考えてみましょう。A社の靴のみを扱っている馴染みのA靴店。複数社の靴を扱っているB靴店。お客様はC社の靴が欲しくてA靴店に行きました。あいにくC社の靴を置いていないA靴店はお客様に「こちらの靴のほうが似合いますよ。C社の商品と変わらないですし……」と言います。お客様は「でも、C社のデザインが気に入っていて…」結局お客様はA靴店の長時間の説得によりA社の商品を購入しました。お客様は本当に満足だったのでしょうか？上記のA靴店と同じことをしていると感じることはありませんか？本当はA靴店はお客様にB靴店を紹介してあげるのがベターだったのではないのでしょうか？(自社利益を考えなければ)もしA靴店がC社の靴を扱っていればベストだったのではないのでしょうか？

複数の保険会社と取引をすることで提供出来る商品は豊富になりますが、あらゆる商品の一長一短を把握するためにはたいへんな時間と労力を要します。「中立な立場における最適な商品の提供」には、このあらゆる商品の把握を実現することが鍵となると考えます。ではどうすれば実現できるのでしょうか？

例えば金融関係の専門雑誌の「保険特集」のように各保険会社の商品を調べる専任者がいれば、それは実現することができるかもしれません。そこで当社は、取引保険会社の商品を研究・調査してその情報を営業マンに提供する専門部署を自社内に設置することを目指しています。この部門があれば、迅速かつベストな商品をお客様に提供することが真の意味で可能となります。

この部門の設置が実現され、仕組みが確立された場合、その情報サービスを志しが同じくする代理店に提供していきたいと考えております。

- 【損害保険】 ・損保ジャパン・東京海上日動火災・三井住友海上・あいおい損保・AIU保険・エース保険・大同火災
・日新火災 計8社
- 【生命保険】 ・損保ジャパンひまわり生命・アリコジャパン・ソニー生命・アクサ生命・第一生命・日本生命
・アメリカンファミリー・ING・東京海上日動あんしん生命 計9社

Mission セミナー

「保険業界の地位の向上」というプロジェクトの実現には「保険代理店の質、地位の向上が必要不可欠」だと考えています。そのためには、自社の規模拡大だけでは足りません。このプロジェクトに共感し、業界を変えていく高い志をもった保険代理店を集い、このプロジェクトを進めていくことが必要になります。

そのために私たちは「代理店経営を考える」という内容でセミナーを定期的実施しています。このセミナーは一方的な講義形式ではありません。私たちの組織における経営方針や経営手法をはじめ、他の代理店にも役に立つと思われる情報を公開します。そして情報交換を行いながらお互いを高めていくことを考えています。

なぜ自社の情報を公開するのか？それはプロジェクトの実現のためです。当社の情報が他の代理店の経営に役に立ち、多くの保険代理店の質、地位が向上すればプロジェクトの実現に一步近づきます。これは私たちの使命だと考えています。

このプロジェクトに共感できる保険代理店の皆様には是非ご参加いただきたいと思います。どうすれば、保険屋から脱却できるのか？どうすれば保険業界の地位を向上させることができるのか？真剣に考えて行きましょう。そしてリーディングカンパニーとして業界に旋風を巻き起こしましょう。

Mission 継承

保険業界の環境変化により保険代理店を取り巻く環境も厳しくなってきました。そんな状況下で保険代理店の悩みの一つに「継承」という問題があります。高齢化による引退や本業注力による保険代理業の廃業、他業種への転職など保険代理店をやめるという選択をする方も増えてきました。

この「継承」には多くの問題が内在しておりますが、「継承」を成功させることも保険代理店の質・向上に繋がると考えています。質や志の高い代理店への理想の継承が行われることは、継承代理店の培ってきた信用を引き継ぐことができます。「継承」が起こると、お客様が不安になるのは間違いありません。その不安を少しでも取り除いてあげる仕組みを構築することは、今後の保険代理店の地位向上には不可欠なのです。そしてそれは、保険の歴史や文化を創ってきた先輩方の苦勞に報いることにもなるのではないかと考えています。

保険会社の直資代理店、仲の良い代理店、多店舗展開している大型代理店……。継承の選択肢はたくさんあります。多くの選択肢の中でも、「想い」を引き継ぎ、事故対応をはじめとする保険サービスをきっちり行ってくれる代理店に継承することができれば、心おきなく引退後を過ごせることでしょう。

理想の「継承」をお手伝いすることもEプロジェクトのミッションの一つです。
なぜならこの継承を成功させることが保険代理店の地位、質の向上につながるからです。

Mission スキルアップ

代理店の質、地位の向上の最終目的は「顧客満足」です。顧客満足のために代理店は知識やスキルの向上に努めなければなりません。いくら人間性がよくても知識不足やスキル不足ではお客様に満足していただくのは難しいと思います。人間力+知識(スキル)が備わってはじめてプロと呼ばれる資格が得られるのだと思います。

例えば保険の補償範囲を拡げる特約があるとします。Aという保険代理店はその特約を知りません。Bという保険代理店はその特約を知っていてお客様にご案内しました。後日、事故が起こりBの案内した特約のおかげでお客様は保険で補償を得ることができました。

A代理店とB代理店はどちらも人柄もよく、人間的には申し分ありません。しかし最終的にお客様を満足させることができたのはどちらの代理店でしょうか？そうです、B代理店です。私達は保険のプロとしてお客様にとってベストな保険をお薦めすることが使命です。そしてお客様が保険代理店に求める部分はそこにあるのではないのでしょうか。保険のことはよくわからないけどおいしいお店ならよく知っているという人は、プロの保険代理店ではありませんね。もちろんおいしいお店を教えてもらったお客様は喜ぶかもしれませんが…。

私達は体系的な教育やトレーニングの必要性を強く感じています。すべての営業マンがエクセレントなサービスを提供していくためには自社内や教育機関との提携によりトレーニングプログラムを作成して、推進していく必要があります。闇雲な店舗拡大を行うつもりはありません。自社内での質の向上を行いながら店舗拡大を行うため、私達はこの整備を急ぎ、実行していきます。そして、いずれこのトレーニングプログラムを「Eプロジェクト」に賛同してくれる志を同じくする代理店にも提供していきたいと思います。すなわち真のプロ代理店を養成するための教育機関的役割を担うことも考えていきたいと思っています。

お客様の相談に乗ってワインを選びサービスする専門職は「ソムリエ」と呼ばれます。「ソムリエ」になるためには知識の習得・トレーニングの過程を経て試験に合格することが必要です。保険業界においても同様の制度を導入することはできないでしょうか？お客様の相談に乗って保険を選び、最高のサービスを提供する専門職。仮に「サティスファクター」とでも呼びましょう。「ソムリエ」が提供したワイン、サービスにお客様が満足するように、「サティスファクター」が提供する保険、サービスにお客様も満足してくださるでしょう。そんな高い地位を目指すことは必ず「顧客満足」につながるはずで、それが私達の目標です。

Mission リスクマネジメント

リスクマネジメントのスキルを磨くことも、保険代理店の地位の向上に繋がるものと確信しています。先生と呼ばれることが目的ではありませんが、弁護士や会計士・税理士等の士業を営んでいる方は、顧問料や相談料等ももらっています。そして先生と呼ばれます。保険の業界にこの文化を根付かせたいのです。顧問料や相談料をもらうためには、確かな専門知識やスキルが必要です。

保険代理店は企業のさまざまなリスクに対して、リスクマネージャーという立場でアドバイスを行えるだけの立場にいます。そしてそのリスクヘッジの一つの手段として保険というものがあります。

保険代理店がリスクマネジメントのプロと呼ばれるための仕組みを作りたいと思っています。

企業の総務部等にリスクマネジメント室がある企業は希です。一朝一夕にリスクマネジメントの専門家は育成できません。私達は、このリスクマネジメント室をアウトソーシングしてもらえらる域に達する必要があると考えます。現在でも当社は保険での手数料と同等のコンサルフィーを得ています。

今後この文化が当たり前の世界になった時、間違いなく保険代理店の地位は向上している事でしょう。