静岡県

信頼の厚いブランド力で地域に貢献

㈱吉野エージェンシー 代表取締役 吉野 聖一氏

hoken company ®

「あなたのまちの保険カンパニー」―㈱吉野エージェンシー（代表取締役吉野聖一氏）は、静岡県の御殿場市に本社を置き、沼津市、駿東郡清水町（JR三島駅付近）に来店型ショップを出店、現在12名のスタッフで4拠点を展開している。同社は、今年2月5・6の両日、サントムーン柿田川（ショッピングセンター）の太陽の広場で保険カンパニーサントムーン店出店2周年と吉野エージェンシー創業35周年の感謝祭を開催した。「保険を通じたリスク管理を行いながら、地域のコミュニティを大切にしたい」と語る吉野社長に、これまでの展開と今後の抱負を聞いた。

一定の地域に多店舗展開

小店舗が価値を生み出すビジネスモデル

㈱吉野エージェンシーが誕生する背景を簡単に振り返っておきたい。吉野さんは、国家公務員である父親の転勤で、東京・練馬から静岡・御殿場に引っ越した。その御殿場で吉野さんのお母さんが自動車の免許を取得したが、取得後間もなく新車が大破するという大事故を起こしてしまった。幸い、ケガはなかったそうだが、この事故でお世話になった東京の代理店の出先として、保険を募集することになったという。しばらくすると、本店が発展的に解消したため顧客を引き継ぎ、その後、定年を迎える時期にあったお父さんを店主、お母さんを使用人とし、代理店登録を行い、新たに代理店を開業した。1976（昭和51）年のことで、これが同社の正式な発足となる。そして、間もなくアメリカンファミリーが日本市場に参入し、がん保険が発売される。子どもの頃に両親をがんで亡くしているお父さんは、「がん保険を多くの人に広めたいという、ある種の使命感を持って取り組んだ」という。

一方、吉野聖一さんは、OA機器やITソリューションを提供する大手の会社員として首都圏で勤務していたが、ご両親の要望もありAIUに移った後、新たに静岡県沼津市で事務所を開業し、父親の経営する㈲吉野に入社した。その後、御殿場市と沼津市の2拠点で㈱吉野エージェンシーを1991（平成3）年に設立、代表取締役社長に就任した。現在は、生損保、少額短期あわせ30社と委託契約を結び、「本社」を御殿場に置き、保険ショップとして「御殿場店」「サントムーン店」「沼津店」を開業、本社を含め4拠点で「保険カンパニー」（商標登録）を展開している。これが、同社の沿革である。

御殿場店

サントムーン店

沼津店

吉野社長は、ロイズをはじめ欧米の代理店やブローカーを視察する中で、日本でのショップのイメージを温めてきた。しかしそれは、「ある一定の地域に、小さい店舗が、存在する証券会社のビジネスモデル」と語る。米国のエドワード・ジョーンズという証券会社の店舗戦略が吉野社長のショップイメージに近いという。メリルリンチの最大のライバルと言われたエドワード・ジョーンズの店舗戦略は、1～2名の営業マンの小規模な店舗を多数配置し、営業マンは、地域のお客と膝を突き合わせて接客を行う仕組みを構築している。

「エドワード・ジョーンズは、小店舗をたくさん展開しています。お客様の生活する近くの場所に、信頼の厚いブランド力で店舗を出しているので安心していつでも相談できる。これは特に目新しいことではありません。日本の保険代理店は、それに近い存在だったはずです。とりわけ96年に自由化される以前は、経営者と呼ばれてはいても一人で営業している「お山の大将」が多くいましたよね。それはそれでよかった。保険業法が変わり、自由化された今でも保険会社は経営者募集などといって、代理店探しに躍起ですが、消費者はもっと自由で洗練されたものを求めています。地域で信頼されるには店舗やサービスに磨きをかけていく必要があります。それにはバックオフィスの充実をはかり、イベントなども開催して楽しい企画を仕掛けていく必要があります。例えば、私どもの保険ショップはショッピングセンターの角地にあり、お店の前がイベント広場になっていて、買い物にきた人々が交流する良い場所になっています」

この施設の一画には、同社を含めて3店の保険ショップが出店。一つは全国展開する大手グループのショップ、もう一つは、銀行系のショップである。吉野社長に言わせると、「それぞれが違う色だからこそ、お客様も選択の余地があって良いのではないですか。そういう中で選ばれるように日々切磋琢磨していきましょう」とスタッフと顔を合わせたときに激励をしているという。さらに、今年2月には、保険カンパニー「御殿場店」を郊外型の店舗が集まるロードサイドに移した。

「このお店は御殿場に出店して6年目ですが、やはり店舗は好立地に出すべきだと考えて、ここに移転しました。お客様の目線からすると、行きやすい場所というのが、一つの大きなポイントだと思います。ここはJR御殿場駅からも近い立地ですが自動車で便利な場所です」

そして、現在、吉野社長常駐のお店が来店型の沼津店で、JR沼津駅から徒歩5分のビル2階にある。「この地域でお客様に貢献できるよう、今後も良いものだけをお客様にお勧めしていきます」と高い志で頑張っている。

ショップ通じ安心をカタチに

人材を育成し良質の商品を提供

同社では昨年、大阪の保険代理店・㈱SEIKOの内田達雄社長が企画した「ありがとうカウンター」に共鳴し、「HP版みんなのありがとうカウンター」をネット上で公開している。この「ありがとうカウンター」は、たとえ小さなことでも、自分が「ありがとう」と一言いえば、カチッとカウンターを押すだけ、ただそれだけのことだが、暗い世相を明るくするためにみんなが感謝の気持ちを持ていれば、世界平和も夢ではないという考えのもとに取り組んでいるもので、同社はさらに東日本大震災の義援金につながる取り組みも行っている。

「被災者の方々に、1カウント1円の募金ができる仕組みをネット上に作りました。お客様が、ネット上のカウンターを1回押すと、当社が1円を募金するという仕組みで、百万回（百万円の義援金の寄付）を目指しています」

同社では、サントムーン店や他の店に来られたお客様に、ありがとうカウンターとストラップをプレゼントしている。カウンターをもらった子どもは、好きなようにデコレーションし、世界にたった一つしかない自分用のカウンターを夢中で作るという。

「ありがとうという言葉が増えれば増えるほど世の中が明るくなる。全国の保険ショップでありがとうカウンターをプレゼントできれば目に見えない安心もカタチになってお客様に喜んでいただけると思います」

これまでショップの展開を主として紹介してきたが、当然、訪問営業も行っており、同社の損保収入保険料は約3億円。生損保の手数料額はほぼ半々である。

現在、社内で取り組んでいることに「営業時間の工程管理」がある。

「お客様に初めてお会いしてから、ご契約に至るまでの流れについて、どういうようにステップアップしていくか、時間軸をきちっと管理していきます。具体的には、1店舗あたり、1日25件、お客様とコンタクトを取り情報を記録することによって相談の輪を広げていくようにしています」

また、同社では、社内に三つの委員会を設けて、コミュニケーションの共有化を図っている。

「ノベルティや販促品をどうするか、あるいは募集におけるコンプライアンス対応、さらに福利厚生制度といったことについて社内に横断的なチームを作り、アイデアを出し合って、何ごとも1人でやるのではなく、お互いがフォローしあって全体の価値を上げていくようにしています」

今後の数字上の目標を聞くと、これからの10年で現在の20倍の売上を実現したいという。

「現在は約1億円の売上です。これを1店舗あたりの売上で考えると、40店舗から50店舗必要になってくるのですが、まずはここ3年ほどで売上を1・7倍に上げ、社員の給料を1・4倍にしたいという目標を持ってやっています」

もう一つ、同社では、生保だけでなく、これからは資産運用や損保のリスク管理に強いスタッフを育成することも大きな目標の一つにしている。

「今は、生保の流れが強いために生保で増収していますが、労務管理・安全衛生を含めたリスク管理を提供できる、そういうスタッフを育成し、そしてコンプライアンスと営業の両面をよりよくしていくことが何より重要だと思っています。今年から、金融庁の検査が保険代理店にも入ります。リスク管理体制を受け身でするのではなく、積極的に質的向上に役立ちたいと考えています。そのことが人材育成をより一層強化できるチャンスになると思います」

また4年前から月1回開催しているセミナーでは、資産形成に役立つテーマが多い。これは今まで日本人が一番不得手だったリスクと向き合いながら、自分自身の資産を守っていくテーマがいろいろな手法で取り上げられている。生損保に加え資産運用がわかる人材を育てていきたいという吉野社長、最後に「手間がかかっても良質の商品を提供できれば喜んでいただけます。そのことが楽しいし、そういうお店を作っていけば必ず発展していきます」と力強く語っていただいた。

代理店登場