



アイリックコーポレーション社長
勝本竜二

個人顧客獲得へユニークな保険クリニックサービスを実施する。

5「保険ショップモデル」

生保の市場環境は様変わり。銀

行窓販で中小法人市場は浸食を受け、個人市場への関心が代理店でも高まる。ただ、自宅訪問を嫌う個人顧客も多く、代理店の中で保険の見直しサービスなど来店型・店頭型でのコンサル販売に力を注ぐところが増えている。

「代理店は法人、個人は生保営業職員に、というのは昔の発想だ。個人マーケットでどれだけの地歩を築けるかが勝負」と、保険ショップビジネスを開始したのが東京文京区の(株)アイリックコーポレーションの勝本竜二社長(40歳)。法人向け生保営業が中心だったが、5年前に保険ショップを立ち上げ、保険クリニックサービス(診断料3000円)を開始した。顧客が郵送・持参した保険証券のコピーを分析し、その結果を元に相談を受け、適切な組み合わせ商品を顧客に提供する。

正社員17名、手数料4億5000万円。直営店は東京、大宮の2店。店当たり月60名が来店し、成約率は7割と高い。今年から独自開発の診断・処方箋ソフト「保険クリニック」をネット配信、地域の有力代理店をモニター店化するFC事業も本格化させる。3年後

に全国100店舗体制(直営含む)を目指す。