

個人向来店型 保険ショップ

「保険クリニック」本格スタート

(株)アイリックコーポレーションは、来店型の保険コンサルティング「保険クリニック」のフランチャイズ(F.C.)型事業である「CSCプログラム」(CSCは、Client System For Consumerの略)、消費者のための「保険クリニックシステム」(CSC)の本格的にスタートさせた。同社のシステム利用を希望する保険代理店をF.C化していくスタイルで、本当の意味での「顧客満足」を追求しているという。1995年設立の同社は、生命保険会社17社・損害保険7社の、約960種類の保険商品を取り扱う総合保険コンサルティング会社。特定の保険会社に偏らない中立な立場で、個々の相談に応える点が大きな特徴だ。①対面コンサルティングの必要性のコンサルティング機会提供②個人向け生命保険代理店の認知拡大などを目指して、99年には来店型店舗を東京都文京区本郷でスタートさせた。すでに黒字化している本店に加え、この4月には「保険クリニック」の直営2号店となる大宮店を埼玉県の大宮駅東口に開店した。千葉と大阪ではF.C.型店舗もスタートしており、8月には名古屋と福岡で、9月には北海道(候補地札幌・函館)でスタートする予定だ。「保険クリニック」のスタイルを構築した勝本竜二社長にその取り組みや今後について聞いた。

(株)アイリックコーポレーション

——来店型の生命保険代理店をつつた理由から。

勝本 生命保険は高額な買い物なのに、本当に納得し満足して契約している人は非常に少ない。幅広い選択肢の中から本当の意味での最適な保険を納得し

た上で選んでほしいという考えのもとに始めた。来店して「保険クリニック」を受けて、満足

「保険クリニック」の流れ。勝本 基本的には、相談希望者が事前に「保

険クリニック分析申込書・コンサルティングシート」に、本人の情報、家族構成、健康状態や申し込みのきっかけなどを記入して予約する。その後、店舗で

専門のFPから詳細なアドバイスを受けるといった流れだ。——顧客満足を提供するため

参加は手数料収入1億円以上の代理店

面を見ながら説明を受けるので「大変分かりやすい」と好評だ。その上で「保険料を減らしたい」「最も合った保障内容に変更したい」などの要望に基づいた新たなプランを、納得するまで画面で確認することができ

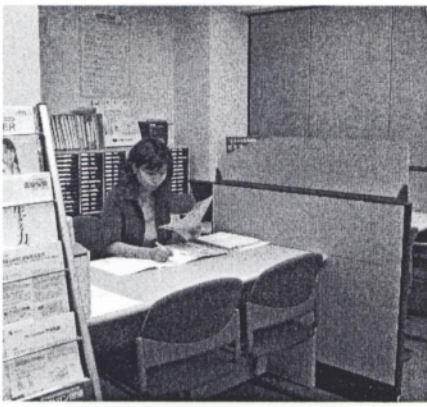
理店)、エンドユーザーの3者利益をきちんと守れる人で、手数料収入1億円以上の代理店を「ユニット制度」に加入していただくことが条件となる。一般的なF.C.制度とは基本的に異なり、同制度に加入することによりロイヤリティーは無

勝本 「保険クリニック」の屋号を統一して使用することし、広告宣伝の相乗効果を図る。あくまでも屋号の統一なので、各代理店名は併用する。また、年に数回、全国紙・雑誌などへの一斉広告も検討する。全国各店が共通の広告モデルを使うことによって、「保険クリニック」のネームバリューをさらに上げることも可能になる。

勝本 ①来店スペースを備えた店舗「保険クリニック」の設立②「保険クリニック」屋号、ソールの使用③規約に定める「保険クリニック」運用手法の徹底の三つが基本。

勝本 「保険クリニック」の運用相談やコンサルティング手法の相談に当たっていきたくと思う。これまでに当社が利用してきた広告媒体・OA機器などの導入サポートも行っていく。

勝本 銀行窓販での来店スタイルも定着しつつあり、来店型店舗は新たな時流だ。顧客にだけあって良かったと思っていたこと、本当の満足を提供することが一番の課題。来店ショップとしての「売り」を、さらに明確にしていきたい。具体的な計画としては、直営店舗である大宮店を1年間で黒字化し、その後には直営店を出店したい。F.C.型店舗は3年間で100までに増やしていく計画だ。



相談ブース



勝本竜二社長

特集

フランチャイズ(F.C.)制導入と成功例

——CSCプログラムに参加した場合の代理店のメリットは。勝本 代理店が、CSCプログラム参加で受けられるサービスは①保険ナビゲーションシステム「IQ」のリース②「保険クリニック」経営・管理のアドバイス③販売ノウハウの提供④保険業界や隣接業界に関する情報提供⑤統一されたサービス内容や広告を利用することによる相乗効果など。生保代理店にとっては新しいノウハウやシステムへの導入でこれまでにない販売手法による取扱、損保代理店にとっては生保導入の大きな味方になると思う。

勝本 このCSCプログラムは、各店が共有していくの

勝本 現時点では、アイリックコーポレーションの保険クリニックのメンバーが他店の皆さまをサポートをするが、将来的には「CSCサポートセンター」の設置を計画している。また、同サポートセンターには「アドバイザー」を配置し、「保険クリニック」の運営相談やコンサルティング手法の相談に当たっていきたくと思う。これまでに当社が利用してきた広告媒体・OA機器などの導入サポートも行っていく。

勝本 銀行窓販での来店スタイルも定着しつつあり、来店型店舗は新たな時流だ。顧客にだけあって良かったと思っていたこと、本当の満足を提供することが一番の課題。来店ショップとしての「売り」を、さらに明確にしていきたい。具体的な計画としては、直営店舗である大宮店を1年間で黒字化し、その後には直営店を出店したい。F.C.型店舗は3年間で100までに増やしていく計画だ。

勝本 ①来店スペースを備えた店舗「保険クリニック」の設立②「保険クリニック」屋号、ソールの使用③規約に定める「保険クリニック」運用手法の徹底の三つが基本。

勝本 「保険クリニック」の運用相談やコンサルティング手法の相談に当たっていきたくと思う。これまでに当社が利用してきた広告媒体・OA機器などの導入サポートも行っていく。

勝本 「保険クリニック」の運用相談やコンサルティング手法の相談に当たっていきたくと思う。これまでに当社が利用してきた広告媒体・OA機器などの導入サポートも行っていく。

勝本 「保険クリニック」の運用相談やコンサルティング手法の相談に当たっていきたくと思う。これまでに当社が利用してきた広告媒体・OA機器などの導入サポートも行っていく。

勝本 6月28日にホームページを開設した。アドレスはhttp://www.hoken-clin