

連載 マグネットエージェンシーの取組み

流行先取りしたショップ展開で発展

株あひるコンサルティング 野田大吾郎社長

株あひるコンサルティングは、2002年2月に野田大吾郎氏が創業した代理店で、いち早く保険ショップの可能性を見抜き、地元福岡を中心に店舗数を増やしながら発展を遂げた。新型コロナウイルスの感染拡大の影響によって保険代理店の廃業が増えている現在でも、マーケティングと柔軟なアイデアに基づいて強気の代理店経営を進めている。「コロナ禍で保険ショップが減っていることをチャンスととらえ、出店スピードを加速させていきたい」と話す野田社長に、現在までの歩みや保険ショップ経営のポイント、今後の展望などについて聞いた。

5年間続いていた。——どのようにショップ数を増やしたのか。野田 例えば、大手保険ショップはすでにブランドがあり、どこに出店しても顧客の予約が入る。当社の場合は、買い物袋を下げた消費者がまずお店の前で立ち止まり、パンフレットを眺めている際に話しかけ、そこから保障の話に結び付けていく、というスタイルのため、立地が何よりも重要になる。同業他社が当社のショップより立地の良い場所オープンすれば間違いない集客力で負けてしまうことか



2年後に30店舗を計画

大手と異なる出店戦略

現在の組織体制と社員の育成方法について。野田 保険資格を持つているスタッフ数は23人ほどで、会社全体では約60人が働いている。店舗数は7月にオープンするのを入って13店になる。保険ショップを始めてからずっと自分一人でスタ

若くして代理店経営者に

——保険業界に入ったきっかけは。野田 私は大学在学時に体育会で活動していたことから、アルバイトをするのに夜、バーで働いていた。そこに外資系生保の営業社員がよく飲み

ている会社はなく、国内保険会社への就職も選択肢に考えていた。そうした折、その営業社員から「保険営業がしたいなら、先に銀行で働いておくのも良いよ」とアドバ

——どのような営業活動をしたのか。野田 最初はカタカナ生保と言われる代申会社と外資系生保、それに所属していた国内大手生保の3社と委託契約を結んで営業を開始した。当時はちょうどショップ代理店が出始めの頃で、「こ

れは流行する」と思い、取引している外資系生保に専属の店舗を出したいと要望したが、年齢が若すぎるという理由で断られた。ただ、その生保の別支社の代理店向け研修の講師を引き受けた際

ら、立地の良い商業施設などを、足を使って探していたが、そうした場所は競争も激しい。そこで、真正面から出店申請するのではなく、出店を希望する商業施設と何か関係を構築して中に食い込んでいった。そうした独自ルートを作ることで、コストを抑えつつも立地にこだわって事業を進めることができ、現在までショップ展開を拡大することができたのだ

約をいただいている。あくまで顧客のニーズに合わせて商品提案しているが、医療保険やがん保険を最も多く販売している。第三分野商品は競争が激しく、例えばある保険会社が優れた医療保険を開発してその年に何百件販売しても、その商品が上回る内容の新商品が開発されると翌年には数件しか売れなくなるケースがよくある。専属代理店が悪いとは思わないが、私が乗合代理店を運営しているのは、今一番良い商品販売している。2年後に合計30店舗を計画しており、福岡を中心に自動

り、そのために多くの保険会社の商品を取り扱っている。——保険ショップの現状は。野田 最近では大手保険ショップが収益を度外視してでも新たに店舗しているように感じている。その背景には代理店の淘汰があり、実際、昨年だけで500店以上の保険代理店が廃業・解散したというデータもある。対

面では詳しい話を聞けるとい

る。世間的には、保険代理店は面白い仕事だとはなかなか思われていないが、求職者に「この会社に入ったら楽しく仕事ができそう」と思われるような見せ方をすることが重要だと考えている。例えばハローワークなどで求人票でも求職者の注目を引くためにキャッチフレーズを工夫し、コンテンツにSNSや動画を活用するなどしている。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

コロナ禍チャンスと出店スピード加速

野田社長

野田 最近では大手保険ショップが収益を度外視してでも新たに店舗しているように感じている。その背景には代理店の淘汰があり、実際、昨年だけで500店以上の保険代理店が廃業・解散したというデータもある。対

面では詳しい話を聞けるとい

る。世間的には、保険代理店は面白い仕事だとはなかなか思われていないが、求職者に「この会社に入ったら楽しく仕事ができそう」と思われるような見せ方をすることが重要だと考えている。例えばハローワークなどで求人票でも求職者の注目を引くためにキャッチフレーズを工夫し、コンテンツにSNSや動画を活用するなどしている。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。



野田社長

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。

野田 マグネットエージェンシーになったことで保険会社の新たな施策の試験導入に参加してもらったりするなど、いろいろな支援してもらっていると感じている。ただそれ以上に重要なことは、保険会社上層部の思いや目指す方向性などをより近い立場で聞けるようになったことだと思っている。保険会社とのパートナーシップの中でさまざまな情報や考えを共有させてもらえることは代理店経営を行う上で貴重なことだと考えている。現在は変化が速く、また、大きくなっており、今日の常識が明日の非常識になるような時代でもある。「代理店経営とはこうだ」「保険の売り方はこうだ」と決めるのではなく、社長自らが頭を柔らかくし、自ら加入してもらえたらどうかというお客さまに力を出し合ってもらえるのを皆で考え、組織力や成長していくような代理店にしたい。