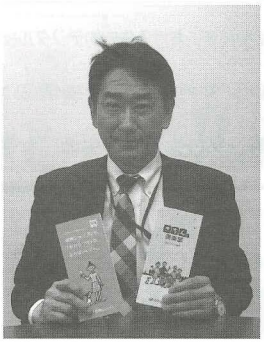
住友生命

代理店部門の新戦略

保険ショップの研修ノウハウ共有

住友生命は、今年1月に3割強の出資をして関連会社化したマイコミュニケーション㈱（本社：名古屋市、社長：山田ゆかり）との業務提携により、「代理店での保険販売におけるお客さまサービスのさらなる充実を目指す」方針を明らかにした。具体的には、「同社の『保険ショップ大学』『きちんと倶楽部』の考え方やノウハウを、住友生命が委託する募集人約42万人の育成に生かすため、共同で新たなビジネスモデルを構築する」（代理店事業部岩井豊城部長）計画だ。



岩井氏

2000年に創業したマイコミュニケーションは、関東・中部・関西で90店の保険ショップ「保険ほっとライン」（直営店）を展開する乗合代理店で、創業以来、「保険ショップは、セールスではなくサービス主体のお客さま対応によって長期的な関係を構築する『サービスショップ』である」との考えで事業を拡大してきた。

募集人42万人の育成に生かす

「保険ショップ大学」は、09年に開校。ショップ運営で培ったすべてのノウハウをスタッフに伝えるためにつくった研修制度で、トレーニング期間（3カ月）の間に、入学、店舗OJT、30日目研修、60日目研修、90日目研修があり、その後「ショップスタッフ」としての認定、さらに、「マネージメントスタッフ」としての認定を受ける。さまざまな経歴のスタッフ誰もが学べる制度で、すでに80期生までが入学している。

研修は、関東・中部・関西のトレーニングセンターを経た後、顧客が来店する店舗で行われ、各店のリーダーから「顧客対応、目標管理、スタッフの育成やショップ運営」まで学ぶことができる。OJTをメーンとし、店舗でのチームプレーを通して「属人的にならない仕事やスキル」も身に付けられる。研修の根底には、同社の基本理念「保険に携わる人としてのあるべき姿を追求する」があり、研修の中で基本理念の意味や大切さも学ぶ。また、「卒業」はなく、「あるべき姿」を追求し続ける点も特徴だ。

会員制サービス「きちんと倶楽部」とは、契約者の保険を「きちんと管理し、きちんと助言し、将来設計の手伝い」をする仕組みで、15年にスタートした。ウェブで会員登録をして、保険内容を契約（証券）ごとに登録すると、同社が開発した独自のロジックで、それぞれの保険の概要やポイントが分かりやすく解説されるもので、スマホやパソコンから24時間閲覧できる。登録した内容は「きちんとファイル」として管理され、いつでも確認することが可能。さらに、シミュレーション、保険比較、FP診断など保険に関するサービスも無料で利用できる。

住友生命では、マルチチャネル戦略を展開する中で、「代理店募集人育成の重要性」に着目している。代理店チャネルを見ると、窓販販売実績は累計約200万件、メディケア生命の全チャネル販売実績は累計約60万件、子会社乗合代理店の「ほけん百花」「保険デザイン」の店舗数は約100店で保有契約は約30万件の規模に達している。

岩井部長は、「顧客本位の業務運営をさらに推進する中で、乗合代理店においてもお客さまサービスの強化が求められている。マイコミュニケーションへの出資は、同社のノウハウを共有するという大きな意味もある」と話す。

さらに、「住友生命が委託する募集人は、約42万人に達する。保険ショップ大学により募集人の『保険を通じてお客さまの役に立つ』という意識を高めることで、保険マーケットの活性化を目指す。またお客さまが加入中の保険をきちんと理解し、ネットで簡単に管理する仕組みとして、きちんと倶楽部による『O2O（Online to Offline）』のモデルを活用して、アフターフォローの仕組みを構築し、お客さまサービスの向上を図る」としている。マイコミュニケーションとしても、同社のノウハウやシステムを住友生命の幅広い代理店ネットワークを通じて広げることで、ビジネスの拡大を目指す考えだ。