損保一般収保が200億円を突破!!

株式会社ウインライフ　代表取締役　廣井 孝光氏

代理店登場

(写真左から)若林専務、廣井社長、有薗専務執行役員

「お客さまだけでなく、保険代理店全体のためにリーディングカンパニーへの志をもって取り組んでいく。そのためには一代理店としてやるべきことはしっかりやり、主張していく」――こう語るのは、株式会社ウインライフの廣井孝光代表取締役。2017年3月末に損保一般収保100億円を突破してからわずか4年目となる今年3月末に200億円を達成した。全国の本部・支店への営業・教育等のサポート体制を盤石に、3年後300億円を目指す。廣井社長をはじめ、若林章弘専務取締役、有薗直志専務執行役員室長にお話を伺った。

理念を共感する組織へ
充実した社員教育体制敷く

――損保一般収保が200億円へと倍増した要因は何でしょう?

若林　最大の要因は仲間が増えたことです。

当社は、『「お客さま」のためになりますか?「ウインライフ」のためになりますか?「保険会社」のためになりますか?「自分自身」のためになりますか?この4つの「ためになりますか?」という疑問を常に持ち、行動していくことを心がけます。』という経営理念を掲げています。この理念を全社員に徹底して言い続けてきました。

これを社員が実践することによって社員の中に入社して良かった感が生まれ、それが全国の各支店周辺の同業者に伝わり、その中で共感を持っていただいた代理店や募集人が仲間として増えていきました。

加えて、その流れの中で保険会社も自社内で進路選択を考えている代理店に当社を紹介するケースが広がっていったのが4年での倍増につながったと思います。

廣井　やはり〝同じ理念を持った集団である〟ことがポイントですね。それぞれの社員がバラバラの考えを持って動くより、同じ方向性を持って動く方が良い結果が早く出るのは明らかです。

さらに言えば、新卒採用もあると思います。私自身、大学卒業後すぐにこの道に進みました。振り返ると、最初からこの業界に携わったのが良かったと思います。そういった意味で新卒を一から育てていくがいいのではないかと思っています。

当社では2016年から毎年新卒社員の採用を推し進めており、戦力になってきています。今年も10名程度の採用を予定しています。関西4私大をはじめ、国公立大学の学生も応募してきます。

リーディングカンパニーを目指す

代理店は昨年より今年、今年より来年と常に進化しなければなりません。例えば件数の伸びに関しても、より伸ばすためにはどうすればいいか、教育に限らず改善を怠ってはいけません。

教育に関しては、近々複数の本部でブロックを組み、そこへ例えば新人教育、支店教育などのスキルを持った本社社員が指導に出向いていくことも考えています。全国の拠点において高いスキル・知識教育の平準化を図ることで、当社全体がレベルアップしていく。それがお客さまへの一層のサービス向上、当社の増収、保険会社への責務を果たすことにつながっていきます。

――具体的にはどのような教育システムを?

有薗　まず、募集人の教育システムに関しては、新人・若手、中堅といった階層ごとにプロジェクトを立ち上げ、各セクションから人を選出してカリキュラムを組んで推進しています。その際、リーダーを決めて自覚・責任を持たせています。

また、保険会社とのタイアップ形式で、今は中小企業の開拓、第三分野の開拓といった、より実践的な教育を行っています。これらの結果は必ずフィードバックして次回の研修につなげています。募集活動だけでなく、教育に関してもPDCAによりスピーディーにレベルアップを図っています。

ほかに、コンプライアンス教育もあります。これは募集人だけでなく、全社員に対して月1回、それぞれの地域に素材を提供して、支店長を中心に研修を行う仕組みを取っています。

優秀な人材を取り込むことは将来につながります。新卒採用から約5年経過しましたが、各年層が自分の経験を後輩にアドバイスするといった流れができています。これが各社員、また企業としての成長につながっていると感じています。

――現在の会社規模はどのようになっていますか?

有薗　今年1月末で営業拠点(支店、営業所)94店、社員は574名です。

――100億円突破時と比較して、社員数が1割程度の増加なのに対して収保が倍増しており、1人当たりの業績単価が伸びています。その要因は何でしょうか。

廣井　それは社員教育によるところが大きいです。新卒社員が順調に育っていますし、勉強会によって中堅社員のスキルアップが図れています。当社へ来る前に抱えた契約を保全するだけでなく、スキルを研いて新たなマーケットを切り開いていこうと。だから新規契約は高い率で成約するレベルにあります。この点は保険会社からも一目置かれています。

社長直轄の経営企画室
3年後の300億円達成に向けて

――全国の拠点を統括管理する本社組織が必要ですね。

廣井　組織が大きくなると、本社方針を徹底させることが課題となってきます。そこで、昨年3月に経営企画室を立ち上げました。これは本社で決めた方針、取組みが各本部で確実に実行されているかどうかを確認する、社長直轄の組織です。

実は、一昨年暮れに財務局からヒアリングを受けた際、体制整備はきちんと機能していますか?という質問を受けました。そのときすでに経営企画室の設置準備を進めており、立ち上げ早々に有薗室長が財務局に説明にお伺いしました。

各エリアの本部長は、契約を一切担当しないで、経営企画室で決めた方針・施策を受け、それを管下支店に落とし込んでいく役割を担っています。今は新型コロナウイルスの影響もあり、月に2、3回Webによる会議を開いて情報を伝えています。

現在、経営企画室は室長を含めて7名体制で、機動力を持って情報を発信しています。お陰様で各本部・支店と本社の各セクションが連動し動いているので、私としては経営に集中できて助かっています。

それと体制整備として、数年前から、本社が支店を統括するための共有のマニュアル作りを行っています。様々なトライアルを繰り返し、手直ししながらより良いものを構築している最中です。

――今後はどのようなビジョンを?

廣井　大きく経営と今後の代理店のあり方の2面から捉えています。

まず、経営に関しては、組織が大きくなればなるほど非営利部門の人材が必要になってくると考えています。当初、本部長を設置し、本部長に開発と管理を任せていました。全国的な規模が大きくなれば本部の規模も大きくなります。そうなると本部長の負担が増え、両方を兼務するのが難しくなってきます。ですから、来年4月に地域ごとに開発専門担当者を設置する予定です。本部長は集中して本社の意向に沿って支店管理をしてもらいます。

また、当社では、3年単位でプランを持って取り組んでいます。そこで毎年手数料が変更されると、当社として計画の変更を余儀なくされます。それでは経営が成り立ちません。そこは保険会社にご理解いただくよう話し合っています。組織が大きくなってくると、とくに非営利部門を充実するためには安定した中で2、3年かけてやっていかないと完遂できません。

保険会社へ反対にこちらから提案していきたいと考えています。

ただ、当社が一方的に要望、提案することはありません。背景の一つには、本来保険会社がメーカーとして担うべき役割を代理店が賄っている状況が散見される点があります。それははっきり区分けするべきものだと思います。お互いがそれぞれのセクションできちっとやっていけるような流れを作りたい。そのためには、まず代理店として法令等の順守を含めやるべきことをやる。そうすることによって販売チャネル、代理店としての市民権を得たい。今までだと金融庁と保険会社との間でいろいろなことを決めていましたが、代理店として主張すべきことは言っていきたい。そのためには法令等ルールを守ることは絶対なのです。

――次なる目標は?

廣井　これまで、同じ思いを持つ人、共感しあえる人を仲間として迎え、保険代理業に邁進してきました。100億円を超え、200億円を達成した今、次なる目標は3年後の300億円達成です。そして、単に保険販売をする代理店ではなく、お客さまに対して最高のサービスを提供し、保険代理店業界においても一目置かれる代理店として、リーディングカンパニーを目指していきたい。