

大好評につき
追加開催決定!

損保代理店向け

生保クロスセル・組織化・バックオフィス

損保代理店

4億円への道!

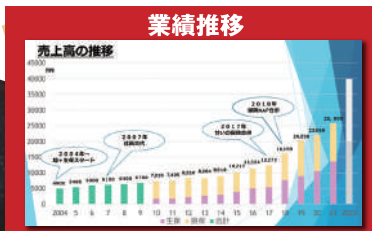
東京海上宮城県NO.1代理店の取り組みを

- 生命保険クロスセルの取り組みは?? **全公開!!**
- 3年で**15名→29名!**採用方法は?
- お客様に積極対応するバックオフィス「コンシェルジュ」とは?
- この有名な代理店はこの先、何を考えているのか?

特別
ゲスト
講座

株式会社Miriz
代表取締役

渡辺 健一氏



宮城NO.1代理店の取り組み詳細を知りたい方は、次へ進んでください!

東京会場

株式会社
船井総合研究所
東京本社

2023年

8月3日(木)

13:00~16:30 (受付12:30より)

大阪会場

株式会社
船井総合研究所
大阪本社

2023年

8月10日(木)

13:00~16:30 (受付12:30より)



主
催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

損保代理店年商3億円突破セミナー

船井総研セミナー事務局

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

お問い合わせNo. S101612

株式会社船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10

船井総研大阪本社ビル

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) →

101612

たった3年で生保手数料2倍2億円・年商4億円超！成功事例レポート

生保クロスセルたった3年で年商4億円 生保手数料2倍2億円超！

成功企業 レポート

株式会社Miriz 渡辺 健一 氏 にお話を伺いました！

本社：宮城県柴田郡大河原町

株式会社Miriz
代表取締役 渡辺 健一 氏

1977年宮城県生まれ。通信会社～米国留学を経て25歳で保険業界に飛び込む。2008年に父が創業した保険代理店の代表に就任。自身も経営者として、永遠のテーマ『人』と『お金』にフォーカスし、国内外問わず資産形成・資産運用に役立つ情報を収集し、経営者・ドクター・士業の皆様セミナーを開催。会社と社長個々人のお金を守って・増やす対策を得意とし、これまでに約280社の中小企業の悩み解決に携わる。現在、保険代理店、FP、セミナー研修の3つの事業を展開し、全国43都市でセミナー講師を務める。



ゲスト
講師

宮城の損保代理店がたった3年で年商2倍の4億円超 生保手数料2倍2億円超！！

宮城県柴田郡大河原町に本社を置き、仙台市と大崎市と合わせて3拠点で展開している株式会社Miriz。2023年で創業44年を迎える当社は、**2022年度年商4億円(2019年対比2倍)、生命保険手数料2億円(2019年対比2倍)着地見込みと大きく業績を伸ばしている**。5年前の2017年には年商1.2億円の代理店であった当社が、どのようにして年商4億円まで業績を上げることができたのか？ポイントは3点です。

①**全社員生保クロスセルの仕組み**

②**バックオフィス戦力化と教育制度**

③**高デザインオフィス×価値観の共有による採用戦略**

代理店の統合集約が進む保険業界。「この会社で働きたい」「この会社と一緒にになりたい」周囲にそのように思われる保険代理店には人が集まり、大きく成長していきます。今回は、まさにそれを体現している株式会社Miriz 代表取締役 渡辺健一氏が、どのようなきっかけで保険業界に足を踏み入れ、どのようなことに取り組み、どのようなことに悩み、失敗し、どのように解決していったのか、これまでの業績向上ストーリーをお話いただきました。多くの損保代理店が生保業績向上に取り組むも成果が思うようにあげられないなかで、どのようにして短期間の飛躍的な業績向上を達成しているのか、参考にいただければと思います。

渡辺 健一 氏のインタビューは、次のページ

生命クロスセル3年で手数料2倍2億円！成功事例インタビュー

Q1 ▶まずは保険業界に足を踏み入れたきっかけをお聞かせください！

■18年前に2年間の研修生を経て父が経営していた保険代理店に入社、当時の年商は4,900万円

高校卒業後は現場仕事をしていたのですが、20歳の頃に家を出て自立したくてとある通信会社に入社しました。がむしゃらに働いて成果を出してマネージャーになった後、チームビルディングがうまくいかず、退職いたしました。そしてアメリカへ留学をした後、日本に帰って何か仕事をしないといけなと考えているときに、実家によく来ていた東京海上の社員から声をかけてもらい、東京海上に研修生として入社したのが2002年4月です。私自身はそれまで「保険は必要ない」と思っているタイプだったのですが、もともと車が好きで、車屋の友人や車を複数台持っている友人もいたので、車の保険なら役に立てるのではないかと思い入社を決めました。当社は父が創業者で、私は2年間の研修生時代を経て2004年4月に株式会社Mirizに入社しました。当時は父と私、事務員3名、合計5名の保険代理店で、自宅兼事務所の2階が自宅、2004年の年商は4,900万円でした。

Q2 ▶入社後はどのようなことから取り組まれたのでしょうか？

■「生保はとても感謝される！」 原点となる実体験から生保クロスセル強化へ

通信会社時代の営業経験もあり、当時は当社のゆったりとした雰囲気にはびっくりしました。また、父が当時60歳でお客様もご高齢になっており、自動車保険が売上の80～90%と圧倒的に多かったこともあって、今後30～40年仕事をしていくなかで、このままだと生き残れないのではないかという危機感を抱いていました。そこで力を入れ始めたのが生命保険です。もともとは個人的に生命保険のイメージは悪く、あまりやっていくつもりはなかったのです。しかし、保険会社で生命保険の研修を受けてみると、「生命保険加入率は90%、平均世帯払込保険料は50万円、しかし70%の人が不満を持っている」という話を聞いて、「自分の希望とは違うものに知らず知らずに入っているのではないかと、課題認識を持ちました。もしかすると自動車保険に加入いただいているお客様の中にもそういった思いをお持ちの方が、たくさんいらっしゃるのではないかと思います、自社のお客様に「今加入されている、生命保険の内容ってご存じですか？」と聞いていきました。とあるお客様に生命保険の話を伺い、ご家族と一緒に保障内容の確認と見直しのご提案をさせていただきました。するとどうでしょう。「**もっと早く渡辺さんと出会っていればよかった**」とっていただき、家族総出でお見送りをしていただいたのです。そのときに自動車保険では感じられなかった大きなやりがいを感じました。成績のために自動車保険に加入いただいていたのですが、生命保険は価格や内容だけ

生命クロスセル3年で手数料2倍2億円！成功事例インタビュー

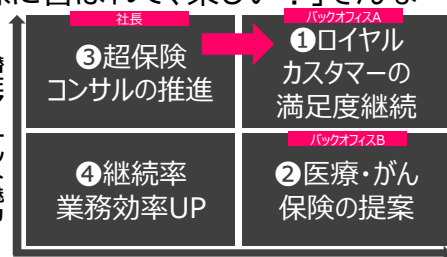
でなく、加入のタイミングでもお客様に大変喜ばれると気づくことができたのです。**ご家族の思いを伺い、現在の保険がそれに合っているか確認し、合っていない場合はご提案する、たったこれだけでこんなにもお客様に喜ばれるのかと、正直目からうろこでした。**これが私の原点であるといえます。それから当社の自動車保険のお客様のリストを整理して、生命保険のご確認を差し上げるという取り組みを強化していきました。

Q3 ▶生保クロスセルは具体的にどのように進められたのでしょうか？

■「顧客のセグメント化」×「バックオフィスの戦力化」で成果を最大化

研修生時代はリストが限られていたのですが、当社に入社後は毎月100件を超える更新リストがありました。私にはそのリストが「宝の山」に見えました。とはいえ全件私に対応することはできません。よって、「顧客のセグメント化」を実施しました。右下図のように『お客様との関係性の親密度』×『お客様のマーケットとしての魅力』のマトリクスを組んで、**③のゾーンのお客様に私がフルコンサルを行い、①のロイヤルカスタマーにしていく、①はバックオフィスの女性Aが毎年アフターフォローしていくという体制にしました。**人員も時間も限られているので、とにかく私は若年ファミリー層などマーケットとして魅力のあるご家族にご提案を行い、会社のロイヤルカスタマーを増やしていくところに注力しました。ロイヤルカスタマーになっていただいたお客様は、バックオフィスのメンバーでも定期点検を行うことができます。「ただ更新する」業務は「仕事ではない」と捉えて、高齢のお客様にアポイントをとる際もお子様がいらっしゃる時間帯にしたりと、工夫をするようにしていきました。**バックオフィスのメンバーAは営業に抵抗があるので、ロイヤルカスタマー化した①のお客様を来店誘導して、お客様の状態が契約時と変わっていないか、あくまで定期点検・確認・フォローをお願いしたいと伝えて実施していました。**また、②のお客様についても、もう1名のバックオフィスのメンバーBが担当しました。ここは特に高齢のお客様など、関係性は深く雑談もたくさんできるが、新しいご提案になりにくいという顧客層です。②については、**バックオフィスのメンバーBに医療・がん保険の知識だけ持ってもらい、医療・がん保険の提案だけしてもらいました。**②のお客様は関係性があるので話を聞くことに営業感はなく、バックオフィスのメンバーでも実施することができました。④は数字として落ちてしまってもいいぐらいの気持ちで、バックオフィスメンバーと私がそれぞれの顧客セグメントで役割を持ち、集中できる体制をつくりました。「お客様に喜ばれて、楽しい！」そんな感覚で、こつこつ積み上げていきました。そこから10年間2014年頃まで組織体制と取り組みはほとんど変わらず徐々に業績が上がっていき、**2014年は父(会長)と私(2007年より社長就任)、事務の女性4名の6名で年商は9,000万円となりました。**

潜在マーケットとしての魅力
(お客様としての魅力)



信頼・親密度

生命クロスセル3年で手数料2倍2億円！成功事例インタビュー

Q4 ▶2014年年商9,000万円からどのようにして組織拡大をしていったのでしょうか？

■法人営業の開始&「採用」のために新オフィスの建設を決断！

もともと当社のお客様はほぼ100%個人のお客様で、法人のお客様はお付き合い程度しかいらっしゃいませんでした。2013年から私が法人営業に取り組むようになり、成果が出始めたのが2015年からです。年商が1億円を超えるようになり、経営が安定し、投資ができるようになりました。そこで次のステップに向け、新オフィスの建設を決断しました。**目的は「採用」です。「株式会社Mirizで働きたい！」**と思ってもらえるような**オフィスをつくりたい**と思っていました。それまで事務所兼自宅では、どれだけ業績がよくても人が集まらないなと感じていたので、このオフィスで働いていること自体がステータスになるようなおしゃれなオフィスにしたいと思って投資を決断しました。



Q5 ▶そこから順調に組織は成長していったのでしょうか？

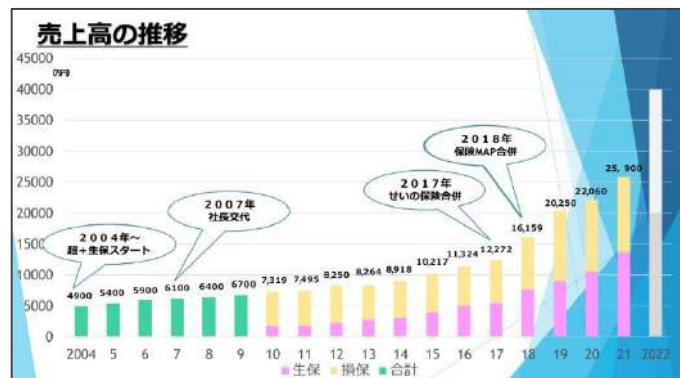
■ベテラン社員が3名一斉退職...

「価値観の見える化」×「業務精査」で会社を立て直す！

いえ、新オフィスの効果もあり採用は順調に進んだのですが、大きな問題が発生しました。2016年、当時は会長、社長と女性6名の8名の組織だったのですが、そのうちベテラン社員3名が一斉に退職するという事件が起きたのです。色々と変革を実施していたのですが、私が目指すものとベテラン社員の間に大きな温度差が生まれたのです。結局ベテラン社員1名とまだ入社して日の浅い女性スタッフ2名だけ、残ってくれました。**まずは今まで6名で行なっていた業務を3名で行なう必要がある**ので、**業務の棚卸と所要時間計測を1か月間行ない、『お客様に価値があるもの』×『収益性のあるもの』とマトリクスで業務精査を行ないました。**また退職の原因が、価値観の不一致、目指すものや温度感のズレにあったので、改めてMVV(ミッション・ビジョン・バリュー)を文字として整理して、それをツールとして作成し、社員に共有するようにしました。採用の際には、面接時にこのMVVについて時間をかけて説明し、少しでもお互いにズレを感じた場合は不採用としました。そうすることで当社のMVVに共感できる人だけが集まり、結果としては「当社にとって良い人材」を多く採用することができました。このMVV設計&見える化は、代理店合併にも大きく効果のある取り組みとなり、2017年に1社、当社のMVVに共感いただける代理店と合併が決まりました。

たった3年で生保手数料2倍2億円・年商4億円超！成功事例レポート

生命クロスセル3年で手数料2倍2億円！成功事例インタビュー



Q6 ▶2017年 年商1.2億円から2022年 年商4億円までのストーリーをお聞かせください！

■計3社との代理店合併＆合併先社員を含めた全社員で3つの取り組みを徹底！

2013年から取り組みを始めた法人営業が2015年頃から成果が出始めました。しかし、当社が本社を構える宮城県柴田郡大河原町では法人マーケットが小さかったのです。さらに拡大するために仙台への進出を考えていました。そこで2018年、当社のMVVに共感いただける代理店を合併し、仙台拠点ができました。そこからは当社で行なってきた生保クロスセルの取り組みや組織的な取り組みを2社の合併先のお客様や従業員にも展開していきました。全社員で取り組んでいる取り組みとしては大きく3つあります。1つ目は、前述の「顧客セグメント化」と「バックオフィスの戦力化」に加えて、①「リスク点検」・「家族情報のヒアリング」の実施があります。売り込みを実施するのではなく、あくまでリスクの点検を一緒にするという姿勢、そしてお客様の家族の立場で、加入保険の情報をヒアリングし、明確にするという取り組みです。右上画像のような簡単なツールを作成して、損害保険の多種目に加えて、生命保険分野についても死亡・貯金・入院・就業不能・介護について、空白部分についてヒアリングを行ないます。ヒアリング内容としては「どちらでご準備されていますか？」「何のために加入していますか？」「どのように考えていますか？」「ご準備されていますか？」などです。ご家族と同じ立場で考えを伺い、それが今加入している保険と合っているかご確認させていただく、ここまでであればバックオフィスのメンバーでも未経験の新入社員であっても行なうことができます。そして具体的な保険内容の分析やご提案が必要な場合は、専門の人間にトスアップすることで専門性を担保することもできます。2つ目に、当社の教育制度として②「社内検定」があります。医療・がん、教育資金、老後資金など計15テーマについてモデル動画(社内YouTube)と基本トークを用意しており、月に数回いろいろなテーマで開催される検定テストに参加してもらい、評価をするというものです。「感動する」レベルをSランク、「不快感や怒りを感じる」をEランクとし、計6段階の評価になっています。社員はこの検定が評価賃金とも紐づいているので、みんな意欲的に検定会に参加してレベルを向上させています。



生命クロスセル3年で手数料2倍2億円！成功事例インタビュー

3つ目に、日々の習慣ベースの組織的な取り組みとして、③「日報+朝礼」の当社独自の仕組みがあります。毎日全社員がその日の気づき、成功・失敗体験を日報として全社員に共有し、翌日の朝礼で、他の社員の昨日の日報を読んでフィードバックするという取り組みです。朝礼はZOOMで拠点間を繋いで実施しており、ブレイクアウトルームを活用して、グループ内の他のメンバーの朝礼内容を事前に確認してフィードバックするという仕組みです。日報でアウトプット→他の人の日報を読んでインプット→フィードバックでアウトプット、というサイクルで実施しています。2022年には3社目の代理店合併があり、①リスク点検、②社内検定、③日報&朝礼の取り組みを合併先も含む全社員で実施していくことで、2022年度の着地見込みは4億円を超える規模まで成長することができました。

Q7 ▶年商4億円超まで成長してきた株式会社Mirizの今後の展望を教えてください！

■ホールディングス化×多事業展開で、 さまざまな課題解決&経営者輩出を実現していく！

今期2022年度はありがたいことに損保2億円、生保2億円で年商4億円超の着地見込みです。向こう3～5年で考えていることとしては、まずホールディングス化を考えています。特に法人のお客様とお付き合いしていると、保険だけでは解決できないことがたくさんあると感じています。法人のお客様からはさまざまな経営課題をご相談いただけるのですが、現状は信頼できるパートナー(業者)をおつなぎすることぐらいしかできていません。そういった経営課題に自社で対応できる会社をいくつも持てるといいなと思っています。採用支援やホームページ制作、人材育成など、保険業の枠組みを超えて、Mirizグループ全体で課題を解決していけるような会社になりたいと思っています。具体的な計画としては、2024年には私は保険代理店Mirizの代表ではなく、ホールディングスの代表になろうと考えています。地域の若くて独立意欲のある人に出資したり、事業を増やし、いずれ社長になりたい人へのポストをつくって、経営者をたくさん輩出していきたいと思っています。保険から他の事業への連携が増えてMirizグループ内で、ワンストップで課題解決を図ることで、お客様への提供価値も上がるでしょう。逆に他の事業の顧客から保険につながることもあるでしょう。まだ中長期の売上の計画は具体的には設定していませんが、2024年のホールディングス化のタイミングでは社員数30名で年商5億円を目標としています。引き続き、さらなる大きなビジョンの実現に向けて精進してまいりたいと思います。少しでも当社の取り組みが参考になれば幸いです。誠にありがとうございました。



ここまでお読みいただいた皆様へ

大公開!! 損保代理店クロスセル 成功ポイントを徹底解説!!



株式会社船井総合研究所
インシュアランスチーム
シニアコンサルタント
岩邊 久幸

まずはここまでお読みいただき、ありがとうございます。
今一度、損保代理店のクロスセルのポイントを整理したいと思います。

ポイント①

生保専任者の配置

生保専任者の配置は必須!
得意な社員を専任化するか、
生保経験者採用を実施する!



ポイント②

ライフプラン型営業とツール

生保専任者同席時に、
コンセプトブック×ライフプラン
誘導で、損保既契約者からの
次アポ率を高める!



ポイント③

生保会議と案件管理

生保専任者の同行数を担保する
ために、**週2回30分の頻度で、同行
先選定・生保案件管理のための生
保会議を実施する!**



さらに詳しい話はセミナーで! 詳細は別紙!

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

損保代理店年商3億円突破セミナー

お問い合わせNo. S101612

開催要項

※全日程すべて同じ内容となります。ご都合のよい日程をお選びください。

東京会場にてご参加

お申込み期限:7月30日(日)

2023年 **8月3日(木)**

開始 13:00 ▶ 終了 16:30 (受付 12:30より)

船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1丁目6番6号 日本生命丸の内ビル21階
[JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分]

日時・会場

大阪会場にてご参加

お申込み期限:8月6日(日)

2023年 **8月10日(木)**

開始 13:00 ▶ 終了 16:30 (受付 12:30より)

船井総合研究所 大阪本社

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル [地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」⑩番出口より徒歩2分]

※諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただきます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般価格 税抜 30,000円 (税込 **33,000円**) / 一名様 **会員価格** 税抜 24,000円 (税込 **26,400円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバースPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWeb上でご確認ください。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.101612を入力、検索ください。

お問い合わせ

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 **E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp**

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30) ●お申込に関するお問い合わせ:中田 ●内容に関するお問い合わせ:植田

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

東京会場

8月3日(木)

お申込み期限:7月30日(日)

大阪会場

8月10日(木)

お申込み期限:8月6日(日)



東京会場・大阪会場 開催 損保代理店年商3億円突破セミナー

講座内容& スケジュール

※内容は全て同様と
なります

東京
会場

株式会社
船井総合研究所
東京本社

2023年
8月 3日 木

13:00~16:30 (受付12:30~)

大阪
会場

株式会社
船井総合研究所
大阪本社

2023年
8月 10日 木

13:00~16:30 (受付12:30~)

講 座

セミナー内容

第1講座

損保代理店が年商3億円突破のために必要なこと

- ・2023年保険代理店時流予測
- ・損保代理店が年商3億円を超えるために必要なこと
- ・年商3億円を超える企業と超えない企業、何が違うのか?
- ・年商3億円の保険代理店経営者の仕事とは?

株式会社船井総合研究所 インシュアランスチーム シニアコンサルタント **岩邊 久幸**

広告業界・印刷業界のコンサルティングを立ち上げ、約200社に対して、経営指導を行なう。2018年より、金融業界のコンサルティングに従事。主に、保険会社・保険代理店のコンサルティング、及び金融機関の営業力アップコンサルティングを行なう。



第2講座

株式会社Mirizが年商3億円突破のために行なってきたこと

- ・株式会社Mirizとは?
- ・Mirizのクロスセル戦略
- ・Mirizが組織化するために行なったこと
- ・Mirizが今考えていること

株式会社Miriz 代表取締役

渡辺 健一 氏

1977年宮城県生まれ。通信会社〜米国留学を経て25歳で保険業界に飛び込む。2008年に父が創業した保険代理店の代表に就任。自身も経営者として、永遠のテーマ「人」と「お金」にフォーカスし、国内外問わず資産形成・資産運用に役立つ情報を収集し、経営者・ドクター・士業の皆様セミナーを開催。会社と社長個人のお金を守って・増やす対策を得意とし、これまでに約280社の中小企業の悩み解決に携わる。現在、保険代理店、FP、セミナー研修の3つの事業を展開し、全国43都市でセミナー講師を務める。



第3講座

損保代理店業績アップ事例大公開

- ・業績が上がる生保クロスセルの実例大公開!
- ・新卒入社2年目で手数料1000万円稼ぐ育成の仕組みとは?
- ・契約率70%・客単価15万円以上つくる営業の仕組み

株式会社船井総合研究所 インシュアランスチーム リーダー

植田 英嗣

船井総合研究所に入社後、保険業界のコンサルティングに従事。現場に入り込んだ実行支援を得意とし、経営戦略の従業員への落とし込みを得意とする。全国の保険代理店・FP事務所における現場支援の成功ノウハウを生かし、経営戦略の構築から組織マネジメントまで行なう。経営コンサルタントとしてのミッションは、「経営者の思い描くビジョンを確実に叶える」こと。



まとめ講座

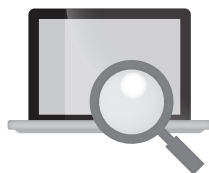
明日から目一杯契約数を増やしていただくために

・本日のまとめ

株式会社船井総合研究所 インシュアランスチーム シニアコンサルタント

岩邊 久幸

お申込みはこちらからお願いします



右記のQRコードを読み取りいただきWebページの
お申込みフォームよりお申込みくださいませ。

セミナー情報をWebページからもご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/101612>

