

生保比率50%以上にしたい!損保業界向け

# 生命保険 クロスセル

営業2名で生保初年度手数料月400万円達成!!

事例1

準備4か月で、  
月契約ANP5倍強に!  
大阪府 年商2,000万円  
損保代理店 A社

事例2

取組3か月で、保険会社変額  
保険契約東北地方トップクラスに!  
山形県 年商2億円  
損保代理店 B社

事例3

準備3か月で  
月契約ANP2.5倍強に!  
茨城県 年商2億円  
損保代理店 C社

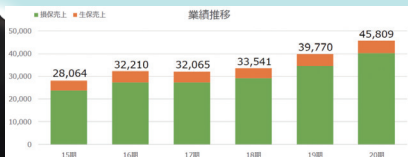
滋賀県保険代理店規模トップクラス企業が、ついに登壇!

- ・月契約ANPが約20倍に!その秘訣とは?
- ・急激に生保契約が増えたポイントは“組織”にあった!
- ・損保営業から案件が上がってくる仕組みとは?
- ・世帯ANP単価70万円超・契約率70%超!!生保営業の育成のコツ!



特別ゲスト講師

株式会社インシュアランスプレーン  
代表取締役 **菅生 正 氏**



5年で、年商1.6倍!



生保比率を本気で50%以上にしたい方、未来の自社に不安がある方は、中面をご覧ください!

オンライン  
開催

2024年 **8月1日(木)・2日(金)・5日(月)・6日(火)**

PC・スマホがあれば  
どこでも受講可能!

**13:00~16:30**  
[ログイン開始:開始時間30分前~]

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。

損保代理店向け生保クロスセルで生保比率50%達成セミナー

お問い合わせNo.S116168

主催



サステナブルな成長を促す。

**Funai Soken**

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

セミナーの  
お申込みは  
こちらから



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。) → **116168**

# 月契約ANP約20倍 損保代理店**組織化**！成功事例インタビュー

## 成功企業 レポート

## 株式会社インシュアランスブレーン 菅生 正氏 にお話を伺いました！

### 注目 社長



本社：滋賀県草津市

株式会社インシュアランスブレーン  
代表取締役 菅生 正 氏

京都府生まれ。平成6年当時の富士火災海上の代理店研修生として保険業界に飛び込む。平成13年保険代理店として独立、開業。開業時は営業2名・事務1名だった組織を8拠点・社員数53名の組織に成長させる。2022年には開業20周年を迎え、過去5年増収増益を図る。規模の拡大と共に組織化を成功させる代理店経営を行う注目経営者。

**全国8拠点・社員数53名の組織を展開！**

**課題であった生命保険約をクロスセルに取り組み**

**月契約ANP約20倍へ！**

滋賀県草津市に本社を置き、全国合わせて8拠点で展開している株式会社インシュアランスブレーン。  
**従業員53名、売上約4億6,000万円(昨年度実績)の組織を構築している。**代理店経営者が日々頭を抱えている規模拡大に伴う組織化、また生保の増収をどのように行っているのか？ポイントは3点！！

### ①生保専任部隊の配置

### ②営業責任者の育成と営業案件管理

### ③誰が何をどのように仕事をしていくのか明確化された分業体制の構築

保険業界全体で今後の生き残り戦略が課題と言われるなか、全国に8拠点を展開し、社員数53名の組織を構える、菅生社長。さらに生命保険の売上を激増させることにも成功している。この規模の組織をどのように作り上げたのか、また生命保険の売上をどのように激増させたのか。「株式会社インシュアランスブレーン 代表取締役 菅生正 氏は今、どのような経営戦略を描いているのか。」これまでの業績向上ストーリーをお話しいただきました。参考にさせていただければと思います。

## 月契約ANP約**20倍**！損保代理店**組織化** 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てからの略歴についてお聞かせください！

### ■代理店研修生から株式会社設立へ

私は平成6年9月から保険の仕事をしており、現AIG損保の前身である、富士火災海上という会社の研修生として保険の仕事に携わり、その後平成13年に代理店として独立しました。独立当初は3名のメンバー事務1人・営業2人で始めましたが、2022年に法人化して20周年という周年記念をさせていただきまして、現在第21期に取り組みさせていただいております。設立は2001年7月1日でございます。現在は本社を滋賀県に置き、京都中央、京都北、亀岡、東京、神戸、佐世保、滋賀水口の8拠点を営んでおります。社員数は53名、パートさんや三者間の方もおられます。取扱保険会社は損保10社、生命保険14社、少額短期が1社です。

**Q2** ▶これだけの規模の代理店を展開されるにあたって、どのように意思決定を行っていますか？

### ■話題の「マンダラチャート」を作成

弊社では、大谷翔平さんが高校生の時に作成していた、マンダラチャートを昨年から作成しています。

真ん中にくるのが当社の目指すべき姿である「誰からも尊敬され愛される代理店」です。

「誰からも尊敬され愛される代理店」になるためには、営業力強化・企業文化の醸成・体制整備・ガバナンス強化・保険会社と共存共栄・ブレンDX・働き方改革・業務品質向上、このような8つの項目があり、

それをより細分化したのが周りの8つの項目です。これをやってみて、非常にわかりやすく自分に落とし込むことができました。皆様そうだと思いますが、特に社長の皆様は色んなことを考えると思います。

色んなことを考えて、頭が混乱状態に陥る時があるんです。あれもしたい、これもしたいと。そんな時に

頭の中を整理してくれるのがこのマンダラチャートです。

第20期 経営戦略マンダラチャート

|                   |                  |                |               |                  |           |              |                |                    |
|-------------------|------------------|----------------|---------------|------------------|-----------|--------------|----------------|--------------------|
| 営業会議の実施           | 公約保険アドバイザー       | 情報の共有          | 更なるペーパーレス化    | 全社員総デジタル化計画      | サイボウズ見直し  | 本支店間情報共有     | 自律と自立          | ロープレの強化            |
| 生保推進              | 営業力強化            | IB版あんしん保障      | 超AI/MSブレイクの活用 | ブレンDX            | SNS・FBの活用 | 監査項目の共有      | 態勢整備           | コンプライアンス教育         |
| 営業・FOの連携による顧客接点強化 | 月別重点実施事項         | M&A・提携         | システムのシンプル化    | 属性情報の記載の徹底       | RPAの活用    | FD宣言の検証      | お客様の声収集        | KP活動               |
| 不備の撲滅             | 京滋を代表する代理店としての自覚 | 募集プロセス標準化      | 営業力強化         | ブレンDX            | 態勢整備      | 会議・ミーティング見直し | 社内コミュニケーションの強化 | 進捗管理の徹底            |
| 事故対応サービス強化        | IBブランド構築         | 永続性のあるマニュアル    | IBブランド構築      | 誰からも尊敬され愛される代理店へ | ガバナンス強化   | マネージャー研修     | ガバナンス強化        | 役割の明確化             |
| 運命字による時流研究        | 独自教育システム         | 活気のある良い社風      | 働き方改革         | SDG sと社会貢献       | 保険会社施策    | 合同朝礼の実施      | 皆が発言する会議       | 理念の浸透              |
| 生産性向上策            | IBマイスター制度        | テレワークのニューノーマル化 | 人権研修          | 地域貢献活動           | 考え方の浸透    | AIG1円増収      | 法人取組強化         | アソシエーション取組         |
| 就業規則の見直し          | 働き方改革            | 健康経営実践         | 障がい者への対応研修    | SDG sと社会貢献       | 寄付行為      | 早期アップロード     | 保険会社施策         | ARC・eラーニングなどの教育の徹底 |
| 残業ゼロへの挑戦          | 社内行事の開催          | 職場環境見直し        | BCPの策定・実践     | 持続可能な経営          | 滋賀県代協     | TGA/TQ 3/HGA | アクティブMGの見直し    | 組織強化               |

## 月契約ANP約**20倍**！損保代理店**組織化** 成功事例インタビュー

Q3 ▶これだけ大きく業績を伸ばされた経緯についてお聞かせください！

### ■業績を伸ばすために仕組を変える

101%、102%の増収というのは、必死にやれば考えなくてもできると思います。

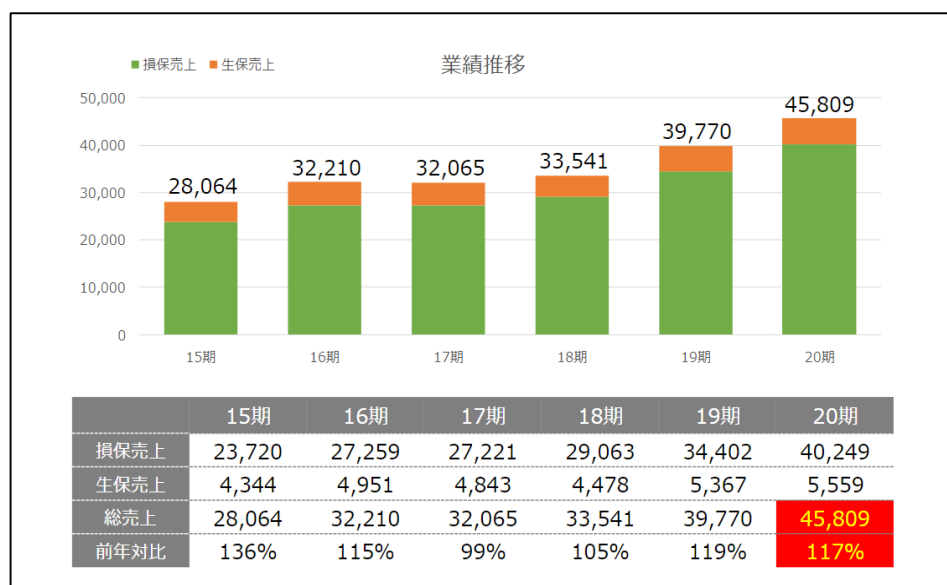
ただ、社員に「必死にやれ、一生懸命やれ」と言わなければなりません。働き方改革や、休みをしっかりとらなければならない時代に、このようなことを言うのはしんどいです。

となると必死にやれというのではなく、**110%以上成長するためには、根本的な仕組みを変えていく必要があると考えています。社員にただ負荷をかけて101%の成長を取るのではなく、仕組を変えて110%の成長を取りたいということです。**

以前は損保営業マンが生命保険も売るという併売を行っていました。

しかしなかなかうまくいきませんでした。医療保険やがん保険だけなら売っていましたが、あとでも説明しますが、しっかりとライフプランに基づいてフルコンサルができるかという、これがなかなか難しいです。

損保と生保というのははっきり言って全く文化が違います。損保は継続が毎月50件、60件とあってこれをこなしていくのが仕事です。お客様から問い合わせに対して答えるというのがメインのやり方です。生命保険はこちらからアプローチをして、ニード喚起をして契約を取っていくのがメインのやり方になるので、ここが全く別物になります。損保は1回の商談でほとんど終わります。あまり考えるという概念はありません。しかし、生命保険は最低2回3回というステップを踏んでいきます。ここまで全く別物の損保と生保を分業化させてみましょうと、船井総合研究所から提案をいただきました。では、実践してみようということで、取り組み始めたのがきっかけです。



【業績推移】

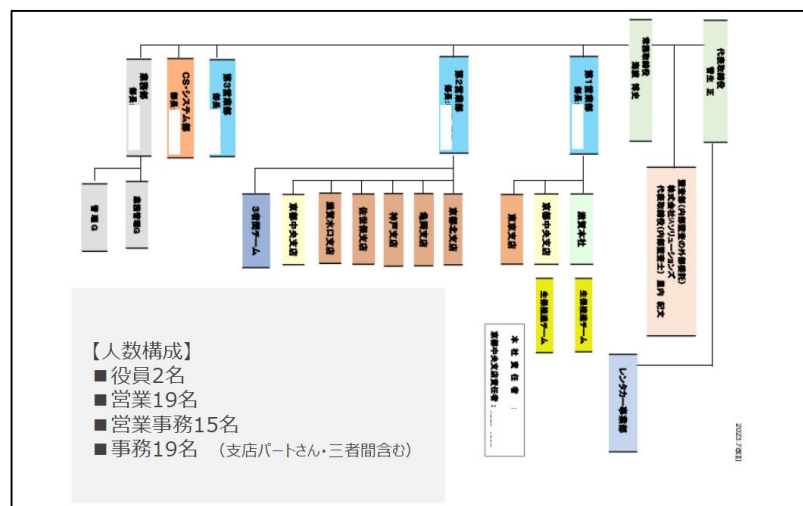
月契約ANP約**20倍**！損保代理店**組織化** 成功事例インタビュー

Q4 ▶実際にどのような組織を構築されているのでしょうか？

## ■担当業務ごとに部署分けし管理された組織図

当社の組織図は第1・第2・第3という形で営業部が分かれております。営業第1部は地域密着の訪問営業で従来ながらの営業部です。営業第2部はどちらかというとM&Aの営業部です。営業第3部は職域の営業です。訪問ではなく、社内で電話で営業を行います。CSシステム部は、事務とシステム関連のことを行う部署です。業務部は手数料計算や給与計算など、総務の部署ですね。最後にレンタカー事業部があります。これは今年から創設した部署で、とある会に参加して、レンタカー事業で収益をあげている代理店があったので、そこを参考にしました。まだ1台ですが、ぼちぼちやっていこうかな

と思っております。全体的に私の会社はよその代理店が上手くいっている事例を参考にしています。他代理店の参考を基に自社に落とし込み、自社にとって最適な形に変化させて展開するというをやらせてもらっています。



【組織図】

Q5 ▶生命保険売り上げはどのように伸ばされたのでしょうか？

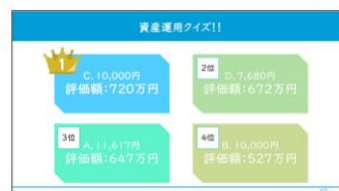
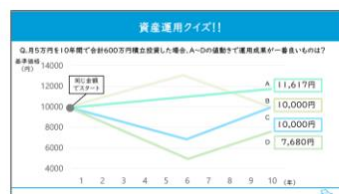
## ■生保専任者の配置・体制整備

実はこれは船井総合研究所のコンサルティングが入ったおかげなんです。当社では生命保険の手数料比率が低いという課題があり何とかしなければいけないとは言いながらも、法人契約をたくさんとれるような人材もいません。ということは**既存の損保契約に対してどれだけ生命保険をクロスセルで売れるかということになります。**まずは**生命保険の専任者を配置し、**昨年の10月からじわじわと好調になりましたので、さらに専任者を1名追加し生命保険は2名体制にしました。**損保の営業は生命保険を売るという形に変え、中途半端に売るのではなく、全部専任者にトスアップしなさいという体制を取りました。生命保険担当の2名はそのトスアップを受けてライフプランニングを一生懸命行いましょうという形です。**

Q6 ▶生命保険の契約単価を激増させた秘訣はありますか？

■**損保営業と生保専任者の役割を明確化**

数字を見ると明らかですが、ライフプランングをしている世帯としていない世帯では、単価が**全然違います**。全てのお客様に対してライフプランングを実施することはなかなか難しいですが、この取組みで世帯AC(初年度手数料)単価が229,618円になりました。契約率も72.38%と好調に推移しました。実際にどんなことをやっているのかというと、まずは自社と保険の説明です。コンセプトブックを作り、それを使って説明を行います。損保営業が更改を行う時に少しでも生命保険の話をしてもらうには、何かツールが必要です。実際、何も無いところではなかなか喋ることができません。当社には、スーパー営業はいません。うちに入ってきている社員は損保の研修生をドロップアウトしている方がほとんどです。どこかでバリバリやっている営業が入ってきている訳ではありません。ですから、あれもこれもできる人はいないのです。だからもっとやることを絞ってあげることが重要だと思います。コンセプトブックも、「これを持って喋れば何とか喋れるでしょ」というものです。全て空で喋るということとは当社営業はできませんから、できることをコツコツとやりましょうとこれだけの話です。このコンセプトブックを持って、損保営業が生命保険の専任者にトスアップをしているという状態です。先程も言いましたが、ライフプランをする・しないで単価・契約率が全然変わってきます、これは生命保険部隊の話です。損害保険部隊はトスアップだけしたらいいよ、後は考えなくていいよという状態です。生命保険部隊は損保営業からトスアップされたお客様に対して今度はライフプランをしっかりとやりましょうというのがミッションになります。それぞれミッションが変わってくるわけですね。生命保険部隊のミッションはライフプランの作成です。実際ライフプランを作成することによって、今まで単品の契約だけしか取れなかったお客様が何かプラスで資産形成の商品が入ってきたりして、単価が上がってきているという状況です。これを損保営業が生命保険を売ってしまうと、がん保険に入りたいというお客様からはがん保険しか取れず、広がらないです。だから資産形成系の商品で単価がぐぐっと上がってきたという状況です。



## 月契約ANP約20倍！損保代理店組織化 成功事例インタビュー

### Q7 ▶ 損保部隊と生保部隊の管理はどのように行っていますか？

#### ■ 案件管理と会議の徹底

トスアップしたお客様に関しては、すべてポリシーごとに管理されています。そして週に1回「この契約はどうなってるんだ、いつアポイントを取るの？」という会議をしています。全体では月1回です。このように案件管理を行っています。これをやることで、「ここに、行かなければいけないよね、電話しなければいけないよね」ということに気づくようになります。こうすることで抜け漏れなく損保と生保が連動して管理することができます。1人で管理をさせるよりも、全てを見える化してみんなで管理していくことが重要です。支店ごとに表を使って全てみんなで管理します。損保のマネージャーはとりあえずトスアップを何件上げるかということのみです。徹底的にトスアップ件数を上げるために営業を管理していきます。生保の話をしているかどうか、コンセプトブックを持って行っているかどうか、これをマネージャーが管理していきます。生命保険部隊は契約についての管理になります。私は何もこれに関与しておりませんが、マネージャーが管理をすることでマネージャーの育成にも繋がっています。

| 新規<br>既存 | 業<br>種 | ト<br>ス<br>or<br>再 | 担<br>当<br>者 | 保<br>険<br>人 | 契約者 | 保険会社   | 保険種別 | 保険料      | ANP        | AC         |
|----------|--------|-------------------|-------------|-------------|-----|--------|------|----------|------------|------------|
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | FWD    | 医療   | ¥2,843   | ¥34,116    | ¥27,293    |
| 新規       | 伊東     |                   | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 新規       | 江東     |                   | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 新規       | 大田     | トス                | 山田          | 個人          |     | マニライオン | 終身保険 | ¥333,334 | ¥4,000,000 | ¥2,000,004 |
| 新規       | 大田     | トス                | 山田          | 個人          |     | メットライフ | 終身保険 | ¥125,000 | ¥1,500,000 | ¥750,000   |
| 既存       | 大田     | トス                | 山田          | 個人          |     | ソニー生命  | 終身保険 | ¥25,000  | ¥300,000   | ¥150,000   |
| 既存       | 大田     | トス                | 山田          | 個人          |     | ソニー生命  | 個人年金 | ¥16,667  | ¥200,004   | ¥60,001    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | ソニー生命  | 終身保険 | ¥11,986  | ¥143,832   | ¥71,916    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | FWD    | 医療   | ¥2,623   | ¥33,876    | ¥27,101    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | あんしん生命 | がん   | ¥2,280   | ¥27,380    | ¥21,888    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | ソニー生命  | 終身保険 | ¥20,585  | ¥247,020   | ¥123,510   |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | FWD    | 医療   | ¥4,759   | ¥57,108    | ¥45,689    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | ソニー生命  | 定期   | ¥6,248   | ¥74,976    | ¥22,493    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | あんしん生命 | がん   | ¥3,675   | ¥46,500    | ¥37,200    |
| 既存       | 伊東     | 再                 | 山田          | 個人          |     | メットライフ | 終身保険 | ¥41,667  | ¥500,004   | ¥250,002   |
| 既存       | 練馬     | 再                 | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 既存       | 練馬     | 再                 | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 既存       | 練馬     | 再                 | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 新規       | 福岡     | トス                | 山田          | 個人          |     | メットライフ | 終身保険 | ¥16,667  | ¥200,004   | ¥100,002   |
| 既存       | 伊東     | トス                | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | メットライフ | 終身保険 | ¥16,667  | ¥200,004   | ¥100,002   |
| 既存       | 福岡     | トス                | 山田          | 個人          |     | あんしん生命 | がん   | ¥2,892   | ¥34,704    | ¥27,763    |
| 既存       | 江東     | トス                | 山田          | 個人          |     | あんしん生命 | がん   | ¥3,087   | ¥37,044    | ¥29,635    |
| 既存       | 山田     | 再                 | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 既存       | 山田     | 再                 | 山田          | 個人          |     |        |      |          | ¥0         |            |
| 新規       | 伊東     | トス                | 山田          | 個人          |     | メットライフ | 終身保険 | ¥16,667  | ¥199,999   | ¥100,000   |
| 既存       | 伊東     | トス                | 山田          | 個人          |     | メットライフ | 終身保険 | ¥25,000  | ¥300,000   | ¥150,000   |

【ポリシー管理表】

| 【本社】                 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |  |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
| 本社                   | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 合計    | 上期    | 下期    |  |
| 全寿案件数（個人）            | 0     | 0     | 0     | 0     | 143   | 186   | 136   | 137   | 125   | 727   | 0     | 727   |  |
| 有効面談数（59歳以下）         | 225   | 163   | 121   | 92    | 50    | 73    | 82    | 51    | 66    | 923   | 509   | 414   |  |
| 声掛け数                 | 95    | 87    | 67    | 65    | 36    | 57    | 59    | 43    | 62    | 571   | 249   | 322   |  |
| 生保面談数（トスアップ+再保）      | 21    | 17    | 9     | 13    | 7     | 23    | 10    | 7     | 12    | 119   | 47    | 72    |  |
| トスアップ件数              | 15    | 15    | 7     | 11    | 4     | 15    | 9     | 7     | 12    | 95    | 37    | 58    |  |
| 同行件数                 | 6     | 2     | 2     | 2     | 3     | 8     | 1     | 0     | 0     | 24    | 10    | 14    |  |
| 平均件数                 | 12    | 12    | 12    | 12    | 12    | 12    | 12    | 12    | 12    | 106   | 36    | 72    |  |
| 声掛け率（有効面談数/声掛け数）     | 42.2% | 53.4% | 55.4% | 70.7% | 72.0% | 78.1% | 72.0% | 84.3% | 93.9% | 61.9% | 48.9% | 77.8% |  |
| トスアップ率（トスアップ件数/声掛け数） | 15.8% | 17.2% | 10.4% | 16.9% | 11.1% | 26.3% | 15.3% | 16.3% | 19.4% | 16.6% | 14.9% | 18.0% |  |
| 生保面談率（生保面談数/声掛け数）    | 9.3%  | 10.4% | 7.4%  | 14.1% | 14.0% | 31.5% | 12.2% | 13.7% | 18.2% | 12.9% | 9.2%  | 17.4% |  |

| 【京都】                 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |  |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
| 京都                   | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    | 4月    | 5月    | 6月    | 合計    | 上期    | 下期    |  |
| 全寿案件数（個人）            | 0     | 0     | 0     | 0     | 149   | 242   | 212   | 173   | 18    | 958   | 0     | 958   |  |
| 有効面談数（59歳以下）         | 117   | 104   | 137   | 104   | 48    | 44    | 36    | 37    | 2     | 647   | 452   | 289   |  |
| 声掛け数                 | 42    | 49    | 56    | 38    | 30    | 25    | 24    | 31    | 1     | 312   | 185   | 165   |  |
| 生保面談数（トスアップ+再保）      | 0     | 10    | 7     | 7     | 11    | 20    | 15    | 12    |       | 88    | 24    | 71    |  |
| トスアップ件数              | 0     | 10    | 7     | 7     | 5     | 3     | 6     | 3     |       | 47    | 24    | 30    |  |
| 同行件数                 | 0     | 0     | 0     | 0     | 6     | 17    | 9     | 9     |       | 41    | 0     | 41    |  |
| 平均件数                 | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |       | 0     | 0     | 0     |  |
| 声掛け率（有効面談数/声掛け数）     | 35.9% | 47.1% | 40.9% | 36.5% | 62.5% | 56.8% | 66.7% | 83.8% | 85.0% | 48.2% | 40.0% | 57.1% |  |
| トスアップ率（トスアップ件数/声掛け数） | 0.0%  | 20.4% | 12.5% | 18.4% | 16.7% | 12.0% | 25.0% | 9.7%  | 35.3% | 15.1% | 13.0% | 18.2% |  |
| 生保面談率（生保面談数/声掛け数）    | 0.0%  | 9.6%  | 5.1%  | 6.7%  | 22.9% | 45.5% | 41.7% | 32.4% | 30.0% | 13.6% | 5.2%  | 24.6% |  |

【支店ごとの集計管理表】

### Q8 組織化を行うためのポイントをお聞かせください！

#### ■ 業務を明確に分けた分業体制の構築

例えば営業第3部は飲食店のマイカー管理をやっていますが、先方へはほとんど訪問せず、全部電話募集で行っているという状況です。逆に営業第1部は訪問型営業です。オフィスの役割についても同様ですが、はっきりと分業制を敷いていくのがトレンドなのかなと思います。我々の時代はなんでもできるのがすごかったのですが、これからはなんでもできるのではなくて、一つの分野については確実にプロフェッショナルになるという方が、成長が速いと思っています。

## 月契約ANP約**20倍**！損保代理店**組織化** 成功事例インタビュー

Q9

▶ 菅生社長の今後の展望についてお聞かせください！

### ■明確なビジョンを持ち、業界の未来を変える代理店へ！

2034年の目標は、下記のとおりです！

収保100億・売上が29億・売上総利益が10億、  
社員数43名(固定給メンバー)、一人当たり生産性が2,325万！

しかし、数字よりも「誰からも尊敬されて愛される代理店」を目指すというのが当社の目的です。特に今の若い世代が保険代理店を将来の仕事として目指しています！というのを見かけたことがありますでしょうか？

なかなか卒業アルバムで「将来保険代理店をやりたい！」、「保険の営業になりたい！」というのを見たことはありません。

ですが、これから我々が変わることによって、ひょっとしたらどこかの子供たちが「将来保険代理店をやりたい！」、「保険の営業になりたい！」とそんな人が増えてきたら我々のやりがいもありますし、これからの業界も明るいのではないかなと思います。

我々がそのモデルとなれるよう取組んでいきたいなと思います。

少しでも、当社の取組みが、保険業界、保険代理店の皆様のお役に立てれば幸いです。

最後までお読みいただき誠にありがとうございました。

【株式会社インシュアランスブレインの2034年】

- 売上：**29億円**（損保収保100億）
- 売上総利益：**10億円**
- 社員数名：**43名**（固定給メンバー）
- 一人当たり生産性：**2,325万円**

誰からも尊敬されて愛される代理店を目指します！

【経営計画より抜粋】

レポートをお読みいただいた皆様へ **特別なご案内**



## 損保代理店向け 生保クロスセルで生保比率50%達成セミナー

オンライン  
開催

2024年

8月**1**日(木) 8月**2**日(金) 8月**5**日(月) 8月**6**日(火)

ここまでお読みいただき、ありがとうございました。  
このレポートで紹介した取り組みは、あなた様のような意欲のある経営者であればすぐに実践できるものばかりです。

しかし、取り組みの手順やポイントを間違うと、どんなに素晴らしいチャンスに満ちたビジネスでも成功には至りません。

最短で成果を出すためには、力を掛けるべきポイントに専念してスピード感を持って取り組むことです。そうすれば、超人材難時代に左右されない生き残れる代理店になることができます。また、保険代理店業界全体が盛り上がり、**保険募集人の地位向上**、につながるのです。

今回のセミナーでは、株式会社インシュアランスブレーン 代表取締役 菅生正氏をお招きし、保険代理店の組織化・生保比率のアップとその取り組みをご講演いただきます。

このセミナーは講義を聞いて勉強していただくためのものではなく、翌日から実践し即時生産性向上をしていただくことが一番の目的です。そのため、公開するノウハウは、他では得られない最新かつ超実践的な取り組みばかりです。

1日で「保険代理店の組織化」の全てがわかるようにプログラムを構成しておりますので、一見の価値があることは間違いありません。このセミナーでお伝えする内容の一部をご紹介しますと…

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!!



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！

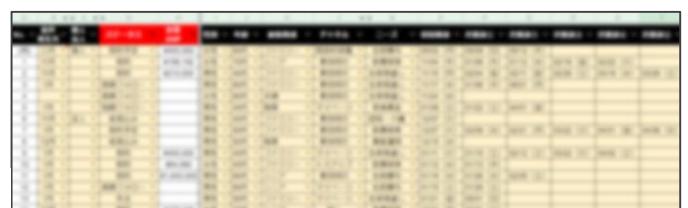


## ポイント③

## 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！**

生保案件管理シート



さらに詳しい話はセミナーで！詳細をご覧ください！

## 過去にセミナーへ参加いただいたお客様から

1. セミナーをお聞きになって学んだこと・気づき、即実行してみたいことをお書きください。

・専任者と商品の準備について検討する。  
・今後の事業転換の必要性、現状やと資産形成のコンサルを始めたかな？  
・単独事業化 → 一点突破。

### 株式会社イズコーポレーション 三根生様

専任者と商品の準備について検討する

今後の事業転換の必要性、現状やと資産形成のコンサルを始めたかな？

単独事業化→一点突破

1. セミナーをお聞きになって学んだこと・気づき、即実行してみたいことをお書きください。

ロジックやロープレがあれば必ずうまくいくと思いました。  
一つの単独事業としてとらえるという考え方は全くありませんでした。

### 株式会社T社 T様

ロジックやロープレがあれば必ずうまくいくと感じました。

一つの単独事業としてとらえるという考え方は全くありませんでした。

1. セミナーをお聞きになって学んだこと・気づき、即実行してみたいことをお書きください。

なぜ組織化できないのか。  
ターゲットと商品の選択、そして資産形成コンサルティングを目指す。今までは、生保単品売りで終わっていた。当社でも新しいビジネスモデルを構築させる必要がある。

### 株式会社O社 N様

なぜ組織化できないのか

ターゲットと商品の選択、そして資産形成コンサルティングを目指す。今までは生保単品売りで終わっていた。当社でも新しいビジネスモデルを構築させる。

1. セミナーをお聞きになって学んだこと・気づき、即実行してみたいことをお書きください。

・逆組織図の作成  
・社員/分業化 (損保・生保・バックオフィス等)  
・損保募集人 → 生保専任チームへのトスアップ管理

### 株式会社O社 H様

逆組織図の作成

社員分業化(損保・生保・バックオフィス等)

損保募集人→生保専任チームへのトスアップ管理

## 満足いただいたお声を頂戴しております！

～全講座終了後にご記入いただきます～

【質問5】本日のセミナーに参加されて、「すぐに実行してみたいこと」をご記入ください。

生保専任者の採用、今期1名、来期2名、

生保専任者の採用。今期1名、来期2名

～全講座終了後にご記入いただきます～

【質問5】本日のセミナーに参加されて、「すぐに実行してみたいこと」をご記入ください。

生保専任担当の決定、組織に取入れ即実行したいと思いました。

生保専任担当の決定、組織に取入れ即実行したいと思いました。

～全講座終了後にご記入いただきます～

【質問5】本日のセミナーに参加されて、「すぐに実行してみたいこと」をご記入ください。

生保担当者、専任について話す、

更改時必ず生保の話をする。

生保担当者の専任について話す。  
更改時必ず生保の話をする。

～全講座終了後にご記入いただきます～

【質問5】本日のセミナーに参加されて、「すぐに実行してみたいこと」をご記入ください。

個人  
生保の拡販と営業社員の有効訪問数の確保と把握。

個人生保の拡販と営業社員の有効訪問数の確保と把握

～全講座終了後にご記入いただきます～

【質問5】本日のセミナーに参加されて、「すぐに実行してみたいこと」をご記入ください。

保険業界全般の知識を得たので、コンサルでしっかり一つ一つ実践していきたいと思っております。

保険業界全般の知識を得られたので、  
コンサルでしっかり一つ一つ実践していきたいと思っております。

# オンライン開催

## 損保代理店向け生保クロスセルで生保比率50%達成セミナー

講座内容&  
スケジュール  
※内容は全て同様となります

オンライン  
開催

2024年

8月1日(木)

8月2日(金)

8月5日(月)

8月6日(火)

13:00~  
16:30  
(ログイン開始  
開始時間30分前~)

受講料

一般価格 税抜 10,000円 (税込 11,000円) / 一名様

会員価格 税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 一名様

●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メンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

### 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

- ・損保代理店がなぜ組織化する必要があるのか?
- ・損保代理店が組織化したら、どんなメリットがあるのか?
- ・損保代理店が組織化のために必要なステップ

株式会社船井総合研究所 土業支援部 マネージャー 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

#### 株式会社インシュアランスブレンが年商3億円突破のために実行してきたこと

- ・インシュアランスブレンが組織化するために行なってきたこと
- ・今インシュアランスブレンが取り組んでいる、生産性向上のために取り組んでいること
- ・これからのインシュアランスブレン

株式会社インシュアランスブレン 代表取締役 菅生 正 氏

2001年株式会社インシュアランスブレンを設立。現在、本社の他に、全国7拠点、計8拠点を展開し、社員数53名の保険代理店に成長。損害保険会社10社、生命保険会社14社、少額短期保険会社1社を取り扱い、2ケタ成長を維持し、成長著しい。



#### 第3講座

#### 損保代理店が組織化するために真似すべき全国の成功事例大公開

- ・損保代理店が今すぐ売上(手数料収入)を上げる方法とは?
- ・保険代理店営業の契約金額を急増させる方法
- ・保険代理店が生産性を上げるために、今取り組むべきこと

株式会社船井総合研究所 土業支援部 マネージャー 岩邊 久幸

#### まとめ講座

#### 2024年飛躍的に成長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 土業支援部 マネージャー 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/116168>



お申込み期限

銀行振込み : 開催日6日前まで  
クレジットカード: 開催日4日前まで  
※祝日や連休により変動する場合もございます。

お問い合わせ

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)

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。