

向こう10年を予測しつつ基礎固めに取り組む

レジアスインパクト株式会社 代表取締役 横山 健一郎氏

埼玉県



横山 健一郎社長

〈プロフィール〉

1954年1月生まれ。1987年大正海上(現・三井住友海上)代理店研修生に応募し保険募集をスタート。翌1988年12月に個人代理店として独立。1990年『有限会社ヨコヤマエージェンシー』を創業。2005年『レジアスインパクト株式会社』(REZEUS IMPACT)へと改組。『ReZeous』は『Reliance:信頼』/『Zeal:熱意』/『Serious:真面目な』の思いを込めた。三井住友海上全国代理店会(MSA)会長(2008~2011年)。日本損害保険代理店協会・理事(2016~2018年)/副会長(2018年~現任)。全国野球振興会理事・専務理事(2010年~現任)。

代理店登場

埼玉県西部を拠点として躍進する『レジアスインパクト』(本社・埼玉県ふじみ野市)を訪ね、横山健一郎代表取締役は①『新型コロナウイルス感染症』の3年を経ての保険代理店経営、②あるべき保険代理店像、③保険代理店におけるDX推進、④保険代理店主へのアドバイスなど広範な論点でお話しいただいた。(取材・小柳博之)

保険代理店と顧客の関係とは 対面・対話による情報提供と収集に尽きる

●私の保険代理店哲学
「当社では、2023年度のスローガンとして『想いをつなぐ成長へのステージ』を掲げました。基本行動方針は『仕事を始めた頃の原点に帰って為すべきことをしよう』です」
「昨年は、『挑戦』『稼ごう』『こだわる』『一体感』の3つのキーワードを掲げ実践した。『今年度のキーワードは、①原点回帰(Back to Basics)、②ガバナンスの徹底、③レジアスインパクト・スタンダードの高度化の3つを提示しました。10年先を見据え策定し、2014年度から取り組んできたCI(コーポレート

「私たちが保険代理店に果たしてもらいたい」50名超の社員一人ひとりが「レジアスインパクトの代表の立場で考え取り組んでほしい」と、今年4月の『2023年度経営計画発表会』の冒頭挨拶で訓示した。
「2023年度の数値目標は、収保約22億円(一般計)、増収額約1.2億円、増収率5.7%です」
生保の数値目標は、新規ANP約9270万円、一人当たりANP240万円、480万円と育成の仕組

スキルを上げコンサル営業に徹し、信頼を取扱う

「こうした数値目標は、中期経営計画の目標をベースに営業担当者がそれぞれ市場を見据え数値目標を設定し、それを積み上げることで全社の目標を策定します。当社では、ボトムアップで毎年毎月の目標を策定しています」
成長戦略では、市場拡大を重視する。そのため、埼玉県西部地域の狭山・所沢・飯能・秩父・熊谷市の5市および6商工団体を連携し、SDGsや

「あるべき保険代理店像」
「三井住友海上は2023年度から、保険会社およびDXの導入」
「私たちが、単に保険を売る人ではなく、リスクを分析し、適切な提案を行うことが肝心。保険代理店の成長性向上と位置付けられています」
「保険代理店は、リスクを分析し、適切な提案を行うことが肝心。保険代理店の成長性向上と位置付けられています」

保険代理店の存続は人ではない 有機的に活動する組織にある

●保険代理店の価値向上の要諦およびDXの推進
「個人のお客さまのライフプランを行うときは、公的保険制度を踏まえ最適な民間保険の活用を勧めるべきです」
企業向けには、経営基盤の安定や将来の成長を見据え、経営者の要望を引き出しつつ、他の金融商品を加味した上で幅広い提案力が欠かせないことを示唆する。
「保険代理店も今後、生成AIの活用は加速度的に高まります」

「市場分析や市場動向は、一人の力では解は見出すことはできません」
要するに、DXの活用が不可欠。
「他業種からの参入を見据え、顧客の囲い込みが欠かせません。金融サービス仲介業が今後どう化していくのか、その本質を見極めながら、保険代理店のレゾナンスを高めることが必定的です」
併せて、市場規模の縮小を見据えつつ、収保拡大を

「私たちが保険代理店は、高付加価値サービスを提供し、顧客の囲い込みを徹します」
「2016年の保険業法改正、および『顧客本位の業務運営に関する原則』(FD)は、顧客により適した保険商品・サービスの提供を競い合うよう示唆したにほかならない。旧態依然の顧客志向からの脱却を示唆する。

DXにより「層高度化」される

保険代理店経営

情報収集の流れは、①個人ではなく、チーム記録する(デジタルデータ)、②ビッグデータへの蓄積、③データの分析精度の向上(予測や予知力を高める)、④的確な提案(顧客満足度アップ)、⑤保険代理店の信頼度向上、⑥保険代理店の成長性向上と位置付けられています」
「保険代理店は、リスクを分析し、適切な提案を行うことが肝心。保険代理店の成長性向上と位置付けられています」

「時間や場所を問わず、付加価値の高いサービスを提供する動きが加速する」とも、プラットフォームが台頭しました。デジタル接点を持つ異業種からの参入が目立つ。「お客さまの保険加入機会は、多様化しています」
「2016年の保険業法改正、および『顧客本位の業務運営に関する原則』(FD)は、顧客により適した保険商品・サービスの提供を競い合うよう示唆したにほかならない。旧態依然の顧客志向からの脱却を示唆する。

「私たちが保険代理店は、高付加価値サービスを提供し、顧客の囲い込みを徹します」
「2016年の保険業法改正、および『顧客本位の業務運営に関する原則』(FD)は、顧客により適した保険商品・サービスの提供を競い合うよう示唆したにほかならない。旧態依然の顧客志向からの脱却を示唆する。

「私たちが保険代理店は、高付加価値サービスを提供し、顧客の囲い込みを徹します」
「2016年の保険業法改正、および『顧客本位の業務運営に関する原則』(FD)は、顧客により適した保険商品・サービスの提供を競い合うよう示唆したにほかならない。旧態依然の顧客志向からの脱却を示唆する。

「私たちが保険代理店は、高付加価値サービスを提供し、顧客の囲い込みを徹します」
「2016年の保険業法改正、および『顧客本位の業務運営に関する原則』(FD)は、顧客により適した保険商品・サービスの提供を競い合うよう示唆したにほかならない。旧態依然の顧客志向からの脱却を示唆する。

「自動車の縮小を見据えつつ、収保拡大を