

宅建ファミリー共済 笠間雅夫社長インタビュー

顧客を重視した営業戦略

2013年12月、宅建ファミリー共済の社長に笠間雅夫氏が就任した。創業以来、顧客の利便性や満足度向上に向け、顧客・代理店からの声を基に商品改定や事務フローの改善に取り組んできた同社の社長として、「営業戦略の中心は顧客重視」と語る同氏に、今後の抱負や営業戦略について聞いた。

社員教育にも注力

——社長就任に際しての抱負を。

笠間 わたしは藤田和夫前社長の下、少額短期保険業者への登録事務や商品づくりなどで当局との折衝を行ってきたが、社長に就任したことで、その責任の重さをあらためて感じている。顧客保護、全国の宅建協会委員の業務支援に役員一丸となつて取り組んできた前社長の遺志を引き継ぎ、社業の発展に努める所存だ。



笠間社長

——現在の営業戦略は。

笠間 少額短期保険会社は経営資源（ヒト・モノ・カネ）が限られていることから、経営資源をどこに投資するのかが重要となる。当社は顧客に満足してもらえ、商品・代理店が自信を持って提案できる商品を追求している。そのため、顧客や代理店の声を収集し、足りない補償があればその都度改善を図っている。また、当社社員

顧客、代理店の声を基に商品改善

——今後の計画は。

笠間 分かります。商品

の保険知識や経験が不足していれば、代理店に対して十分な指導・教育ができないため、社員教育にも注力している。

——これまでの主な商品改定について。

笠間 営業開始から一

定期間は顧客や代理店からの声を収集する期間とし、その中で特にニーズが高い補償を拡充してきた。例えば、引越の際、業者が依頼せずに自分で家財を運ぶ場合は一時的に新旧両物件に家財がある状態となる。その場合、両物件で家財保険に加入しなければ、事故が発生しても補償されない現状があった。保険加入・解約の手間もあつた。それを解決するた

の破損まで至らないケースが多いことから、解凍作業費用補償を追加した。さらに、高齢者の孤独死が大きな問題となっていることを踏まえ、清掃費用と遺品整理費用を補償する住宅内入居者死亡費用特約も追加するなど、顧客ニーズを基に現実に即した商品を提供できるように、商品改定を弾力的に行っている。

——社員教育の具体的な施策は。

笠間 生損保出身者など保険の経験がある人材を採用している。そうした人材は保険業法やコンプライアンスを身に付けているため、そのノウハウを生かし、社内研修などを通じてほかの社員への教育につなげている。また、代理店管理・指導経験のある生損保出身者を中心に代理店指導専門部隊を編成して代理店教育を行っているほか、委託しているコールセンターから全代理店に対して、年2回、登録内容の確認を行うなど、徹底した代理店管理も行っている。

——課題は。

笠間 顧客の利便性や満足度のさらなる向上

管理念や顧客を主眼に置いた営業戦略にブレが生じないよう、全社員に日報を付けさせ、それを全社員が共有できる環境を整備した。また、毎朝、社員同士の話し合いの場として各セクションごと

にミーティングを行っており、そこで企業理念に沿った事業の方向性を確認するとともに、コミュニケーションを図ってチームワークを高めている。

——今後の計画は。

笠間 分かります。商品

の提供と簡便な事務処理体制を構築していきたい。社内や代理店の教育を徹底しても、完全にミスをなくすることは難しい。ITを活用するなど、今後も精度を高める努力を続けたい。