

## 信頼の絆

## 超保険、プロとしての挑戦



小坂勉さん(左)、小坂学さん(右)

2002年に登場以来、生損保の枠を超えた  
新時代の保険商品としてお客様にご好評いただいている「超保険」。  
超保険はお客様一人ひとりのニーズに合った最適な補償を提供できる  
まさに「お客様本位」の保険商品。

昨年度、超保険年間増収額3,517万円(専業年間優績表彰制度)  
超保険の部1位を達成した  
有限会社コサカさんの取り組みを振り返る。

超保険の販売が始まった2002年6月17日は、奇しくも有限会社コサカ社長である小坂勉さんの59歳の誕生日でもあった。「父と仕事がしたかった」と有限会社コサカに入社した長男の学さんは、「誕生日になんとか一件でも超保険の契約にめどをつけ、それを父への誕生日プレゼントにしたい」と心に期していた。

勉さんは超保険を「買い物かご」に例えてこう語る。「買い物かごに欲しい商品を入れるように、お客様は自動車、火災、地震、傷害、疾病、生保と必要な補償を必要な分だけ買える保険が超保険。私たち代理店が、補償のダブリはないか、モレはないかとお買い物のアドバイスをしますが、最終的なチョイスはお客様自身。保険設計のプロセスにお客様自身が参画していただけます。それを可能にしたのが超保険の仕組みです」。

退職を機に自宅を購入したお客様から火災保険の相談を受けていた学さんは、既加入の自動車の補償などに建物、家財の補償、地震の補償も含めた超保険をお勧めし、これが記念すべき第一号契約になつて、父への誕生日プレゼントとすることができた。しかし、超保険を積極的に販売していくこうと意気込んだのだが、大きな壁にぶつかってしまう。現在は非常に簡単になっている超保険のコンサルティングシステムは、当時はまだ不安定で、新規案件の見積書を作成するのが大変だった上、保有契約の異動処理の習得が不慣れなこともあり、少し行き詰まってしまった。コサカ代理店は、自動車保険を中心としてただけに、継続処理がシンプルなTAPとの差をより感じる結果にもなつていたのだ。

こうした事態を受けて成田支社の大内章智支社長代理は、勉さんと学さんからの要望を徹底してビ

て扱う商品であるがゆえに不慣れな仕組みにとまどうことがあつたが、そのたびにここを乗り越えてこの保険をご自分のものにしようという熱意が凄かつた。今では見事にご自分のものとしたことにより確固たる競争力がつき、おつりがくるほどの恩恵を受けている」と言う。

「超保険を扱うことは事業継承にも役立つてくれています。2人でお客様を訪問し、息子がパソコンでモデルプランをお見せすると説得力があるようだ。今まで私の方を向いていたお客様が、息子を見ていくんです。後任として安心していただけているようです」と語る勉さんの言葉と、「これからは人口が大幅に減ります。生き残るために、一人のお客様により厚い補償の保険をお勧めし、ご満足していただくことが重要です。そのためにもお客様一人ひとりのニーズにマッチしたオーダーメード商品をお勧めする必要があります。だから超保険なんですね!」という学さんの言葉にも、超保険の魅力が隠されていた。

勉さんと学さんのお2人は、「今まで、事故対応時にお客様に喜ばれたことはあります。ですが、保険をお勧めしてお客様に感動されるなんて超保険が初めてです」とも言いました。

「お客様のプランを紹介したところ『ありがとうございます』と大変喜ばれました。そんなに喜ばれたことに感動しましたね。それで俄然やる気が湧いて成約が増えていきました。また、今では超保険で自動車保険にご加入いただいた約400台の

アレンジした。その結果を超保険を取り扱う代理店の意見として営業推進部へ伝える一方、もう一度超保険へのモチベーションを高めるようサポートを続けた。大内のサポートを得て、2人がもう一度前向きに取り組み始めたのは秋も深まつた頃のことだった。決意を新たに取り組んだ2人の躍進は凄まじく、増収額は上期実績734万円に対し

て下期は2,783万円となつた。

**フルコンサル型契約の比重を高め、設計過程の共有を促す**

躍進の秘密は、フルコンサルティング型契約の比重が高まってきた点にある。当初は、自動車保険の更改時などを機にお勧めするプラットホーム型契約が多くたが、商品知識が充実し、販売手法も進化するに従つてフルコンサルティング型契約が増えた。それを裏付けるように、商品単価は上期の15万6,000円から下期には28万7,000円と倍増している。

豊富な代理店経験からくる巧みなコミュニケーション力を持つ勉さんと、パソコンで綿密なシミュレーションをしてみせる学さんの連携が「超保険」を取り扱うことにより本格稼働を始めたともいえる。「自動車保険を更新されるお客様に、がんの補償を加えた超保険のプランをご紹介したところ『ありがとうございます』と大変喜ばれました。そこ

で俄然やる気が湧いて成約が増えていきました。また、今では超保険で自動車保険にご加入いただいた約400台の

## 「有限会社コサカ 超保険への取り組み」

## 基本的なお客様本位の考え方

超保険は、「買い物かご」。家計分野のさまざまなリスクに対する補償をお客様一人ひとりに合わせてご提供できる

## システムユーザビリティも大幅に改善

新たな事務処理との格闘。ノウハウを社員と共に学びチャレンジし、工夫を重ね事務体制を構築

## 自動車保険の更改時のお勧め

自動車保険の更改時に超保険をお勧め。超保険をお勧めすることにより、お客様も喜んでくださる

## フルコンサルティング型契約の増加

習熟度の向上と共に当初のプラットホーム型契約からフルコンサルティング型契約の比重が高まり、単価が倍増。またお客様の感動が重なり取り組みに勢いがついた。03年増収額は35,178千円になる

## 「お客様本位の保険販売を実現する仕組み」

## 超保険拡販までの道のり

超保険の販売が始まった2002年6月17日は、奇しくも有限会社コサカ社長である小坂勉さんの59歳の誕生日でもあった。「父と仕事がしたかった」と

有限会社コサカに入社した長男の学さんは、「誕生日になんとか一件でも超保険の契約にめどをつけ、それを父への誕生日プレゼントにしたい」と心に期していた。

勉さんは超保険を「買い物かご」に例えてこう語る。「買い物かごに欲しい商品を入れるように、お客様は自動車、火災、地震、傷害、疾病、生保と必要な補償を必要な分だけ買える保険が超保険。私たち代理店が、補償のダブリはないか、モレはないかとお買い物のアドバイスをしますが、最終的なチョイスはお客様自身。保険設計のプロセスにお客様自身が参画していただけます。それを可能にしたのが超保険の仕組みです」。

勉さんは超保険を「買い物かご」に例えてこう語る。「買い物かごに欲しい商品を入れるように、お客様は自動車、火災、地震、傷害、疾病、生保と必要な補償を必要な分だけ買える保険が超保険。私たち代理店が、補償のダブリはないか、モレはないかとお買い物のアドバイスをしますが、最終的なチョイスはお客様自身。保険設計のプロセスにお客様自身が参画していただけます。それを可能にしたのが超保険の仕組みです」。

吉田さん(左)、桜井さん(右)

豊富な代理店経験からくる巧みなコミュニケーション力を持つ勉さんと、パソコンで綿密なシミュレーションをしてみせる学さんの連携が「超保険」を取り扱うことにより本格稼働を始めたともいえる。「自動車保険を更新されるお客様に、がんの補償を加えた超保険のプランをご紹介したところ『ありがとうございます』と大変喜ばれました。そこ

で俄然やる気が湧いて成約が増えていきました。また、今では超保険で自動車保険にご加入いただいた約400台の

アレンジした。その結果を超保険を取り扱う代理店の意見として営業推進部へ伝える一方、もう一度超保険へのモチベーションを高めるようサポートを続けた。大内のサポートを得て、2人がもう一度前向きに取り組み始めたのは秋も深まつた。

**フルコンサル型契約の比重を高め、設計過程の共有を促す**

躍進の秘密は、フルコンサルティング型契約の比重が高まってきた点にある。当初は、自動車保険の更改時などを機にお勧めするプラットホーム型契約が多くたが、商品知識が充実し、販売手法も進化するに従つてフルコンサルティング型契約が増えた。それを裏付けるように、商品単価は上期の15万6,000円から下期には28万7,000円と倍増している。

豊富な代理店経験からくる巧みなコミュニケーション力を持つ勉さんと、パソコンで綿密なシミュレーションをしてみせる学さんの連携が「超保険」を取り扱うことにより本格稼働を始めたともいえる。「自動車保険を更新されるお客様に、がんの補償を加えた超保険のプランをご紹介したところ『ありがとうございます』と大変喜ばれました。そこ

で俄然やる気が湧いて成約が増えていきました。また、今では超保険で自動車保険にご加入いただいた約400台の

アレンジした。その結果を超保険を取り扱う代理店