

保険毎日新聞記事より
三井住友海上あいおい生命

セールスステップ制度

営業職員を代理店化三井住友あいおい生命が展開し、急成長を遂げているチャンネルとして注目されているセールスステップ（SR）代理店。

『今後もSR代理店と連携し、顧客との強固な絆を大切に維持しながら代理店規模の拡大を行い、募集人を増員しながら成長を加速させる方針だ。営業推進部セールスステップ統括センターの奥野和俊氏に、組織の概要、スタートの背景、今後の方針などについて話を聞いた。

－SR代理店とは。

奥野 セールスステップは、元マスマニューチュアル生命の営業職員をグループ化した代理店組織だ。2010年1月に旧三井住友海上きらめき生命の専属代理店として全国に36代理店（募集人数329人）を新設してスタートした。

36代理店は元内勤マネジャーが店主を勤める大型代理店と、元営業職員の優績者が店主を勤める中小型代理店で構成されている。また、同時に11人の元内勤社員が旧三井住友海上きらめき生命に入社し、そのうちの7人が生保支社に属して主に大型代理店を担当。4人が本社セールスステップ統括センターで全体のかじ取りを行っている。わたしもその一人。募集人の平均年齢は61.4歳で、生保営業歴は平均で20年となっている。

－制度スタートの背景について。

奥野 09年にSRチャンネルが閉鎖されることになった。この決定を受け、全営業職員にSRチャンネルの閉鎖を告知し、セールスオフィスを構える全地域で閉鎖の経緯と営業職員の代理店化に向けての取り組みに関する説明会を実施した。SRチャンネルの閉鎖と長年勤務してきた会社の退職という現実と直面した内勤社員や営業職員の動揺は計り知れないものだった。その思いが新天地での快進撃につながっているのだと思う。チャンネル収保率は現在約4%で推移しており、昨年度の売り上げは08年の1.5倍の伸びを示した。

－現在の体制について

奥野 今年10月末現在、20都道府県に45代理店が設置されている。募集人数は、制度開始時からほぼ100%維持している。セールスステップ統括センターの社員が、生保支社と連携し、相互でSR代理店をサポートする体制ができている。

－採用や研修内容は。

奥野 募集人の高齢化が進んでいることもあり、店主や募集人の後継者づくりが近年の課題となっている。早急に後継者採用を実施し、現存SR代理店の組織を構築したい。採用は代理店単位で行っており、生保営業や販売営業経験者などの即戦力者の導入を目指している。営業職員とは異なる募集人採用に戸惑いはあったものの、代理店以降後、全国で30人の採用に成功した。代理店研修は、各代理店が所属する生保支社の担当社員が毎月実施しているほか、セールスステップ統括センターの社員が各地に出張し、研修会の実施やイベント参加を通じて、SR代理店とのコミュニケーションを図っている。特にコンプライアンス研修には力を注いでおり、毎月、全募集人にコンプライアンス研修の履修を義務付け、受講の結果をセールスステップ統括センターに報告してもらっている。また、各代理店で店主が募集人に独自のプログラムに沿った研修を行い、苦情や募集事故の未然防止を図っている。

－現在の課題と今後の展開について。

奥野 募集人にスポットを当てた施策の実施でSR代理店の成功を導いていきたい。代理店が

長年培ってきた顧客基盤が一巡化してきたため、早急に新しい基盤づくりに着手する必要がある。

S R代理店では、常に顧客目線での販売営業を心掛け、募集力が高く、継続率も良好だ。併せて、長い生保営業の経験から責任感も強く、アフターサービスが万全で顧客の信頼も厚い。現在のベースを維持しながらこの特性を生かせる、新たな販売手法と基盤作りに取り組む。セールスステップ統括センターとしても、店主や募集人との人間関係を一層深めながら、「仲間の絆」を大切に同じ目線で歩み続けたい。

保険毎日新聞記事 平成23年12月6日(火曜日) 掲載