努力と勇気でチャンスをつかむ

競争を生き抜く代理店

㈱日本シンクタンク
代表取締役　那須顯一

◀10▶

TEL06-6282-6488（代）
http://www.j-thinktank.com/

海外に市場広げる損保社

日本は主要市場ではない？

中国四川大地震は非常に大きな地震エネルギーでまだまだ被害は確定しない様相ですが、多数の方がお亡くなりになられました。この場をお借りしてお亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り致します。

しかしこれが日本国内で起こっていたら!? と考えると、ゾッとします。

中国政府も北京オリンピックという、国家の一大イベントを控えての大震災に大変な思いをされていることでしょう。

また、地震報道で陰に隠れてしまいましたが、中国政府には、チベット問題の解消、食の安全性の確保、大気汚染の解消等…、オリンピック開催までに解決しなければならない問題が地震以外にもあると報道されています。

四年に一度のイベントを楽しみにしている私としては、無事に北京オリンピックが開催されることを心より願っております。

先日、日本国内の自動車の登録台数が減少になったと報道がありました。自動車に関連する産業、国内損保業界にも暗い影を落とすとも懸念されており、自社の保険料収入バランスで「自動車保険料」のシェアの多い代理店は、ガソリンの高騰との〝Wパンチ〟により、大きな減収要素を抱えたことになります。

ただ、自動車メーカーは日本だけがマーケットではありません。各メーカーは海外に眼を向け、現地メーカーや海外メーカーとシノギを削っています。

また各メーカーへの供給企業は技術力さえあれば、海外商品に採用されるでしょうから、自ずとマーケットは日本国内だけではなくなります。

しかし、技術力だけで勝負しても海外進出への可能性が比較的少ないといわれる、自動車関連の車検・鈑金工場、販売ディーラー等は、根底から戦略を練り直さないと、生き残りが不可能な状況が迫りつつあるようです。

では損保の場合はどうでしょう？

国内に関しては「自動車の数が減少＝自動車保険料の減少」となり、保険会社にも代理店にも良い状況ではありません。

ただ、近年国内損保会社も積極的に海外に進出、子会社、現地法人との合弁企業等の設立…と、その動きは加速化しているように見え、要するに既に日本を主要なマーケットとして見ていないということかもしれません。

この損保会社の動きの中で、自動車関連供給企業のように、技術力や営業力を武器に、メーカーの海外進出についていけるほどの代理店が日本に存在するのか？ といえば、一部特殊なケースを除き、一般プロ代理店では皆無に等しいようです。

自動車関連産業の例にもある通り、一般プロ代理店は、海外にマーケットを求めることができない限り、少子化、近年のミニバブルで疲弊した国内状況を考えると、根底から戦略の練り直しが必要になります。

多角的に可能性を探る

業界の既成概念にとらわれない

私は、専業プロ代理店であっても、法人、個人事業主は問わず、事業を営んでいるのであれば、「企業」（＝営利を目的として、継続的に生産・販売・サービスなどの経済活動を営む組織体）であると考えています。

企業であれば、自社の存続、従事者の生活の安定向上・継続を考え、（後継者問題も含め）事業戦略を立て、実行するのが正しい姿です。

従って、現在専業プロ代理店である、貴方の会社（以下、貴社）が（規模の大小は別問題）〝本気〟で海外進出の可能性を考えても、私はおかしいとは思いません。

逆に、「すごい」と思います。

当然、後からの問題として、文化の違い・言葉の壁・商慣習の違い・法整備の違い等が出てくるでしょうが、日本国内がここまでの状況になってくると、日本国内でのマーケット戦略を考えるのと同等に可能性として、海外戦略を考えることも重要になってくるでしょう。

何かのキッカケや、チャンスで、貴社が海外のマーケットを開拓できたり、海外企業との取引ができたり、海外に拠点ができたりしたら？ 損保会社と同様に、国内の戦略と、海外での戦略の両方を持ち得て、売上も両方のマーケットから上げることができるのです。

逆に、貴社からマーケットや、顧客（契約者）を見る時に、こういう考え・戦略があるかどうかは、重要な要素になるのです。

例えば、一社の顧客が製造業でも物販でも、「景気が良くなったらなあ」と理由も考えずボヤキ、努力もしない社長の会社が契約者なら？ この契約者は貴社にとって、不確定要素、売上のマイナス要因であるといえます。

なぜなら社長がその調子では、事業が伸びる要素がありません。ましてや損保では、企業の売上高に連動させる商品が増加してきている昨今、この顧客単独で考えれば、毎年の保険料の目減り、最悪は廃業・倒産の可能性もある！ と考えるのが賢明でしょう。

マーケット、顧客を選定するにも、我々は顧客より先を見て、またより考えていなければ、顧客を冷静に分析することができないのです。

「この顧客には、次にこの商品を」「新商品はあの顧客に合うな」等の商品主義の考えではなく、業界の既成概念や、「それは無理や!?」って考えにとらわれず、まず貴社の可能性をいろいろな角度から探れば、自ずと他の企業も見えて来ます！

次号からも、マクロ的経営戦略論、まだまだ続きます。

市場を冷静に分析し戦略を立てる

争奪保険マーケット

生保営業第一線(81)

＜167＞

ウイルス性の白血病と闘う先生

「僕は治療に、君は仕事に力を尽くして」

4月25日（金）夜、僕たち3人は1年ぶりに再会する予定だった。

前日の夜、「明日の再会楽しみにしているよ！ 時間と場所に変更ないよね？」念のため彼女にメールを発信した。

2時間後、返信が来た。

「ごめん。急に都合が悪くなって…今は詳しくは言えないけど。落ち着いたら連絡するから」

彼女の身の上に起きたことなのか、彼女を取り巻く人々に起きた出来事なのか、暫くは、彼女自身の言った〝落ち着いたら〟という時期を待った。

5月に入り、連絡が入った。「先生が、緊急入院していた関係で事務所と病院の往復でバタバタしていました。暫くはこの状態が続きそうなので、3人で逢うのはちょっと難しいみたい…ごめんね」

〝先生が!〟…「どこが悪いの？」っていう質問に、「私の口からは言えないよ…先生から直接聞いて。病院は大阪駅からすぐの…病院だから。調子の良い時とそうでない時があるから面会するのもその時の体調次第だからね」

5月6日午後3時、彼女から連絡が入った。

「私は今から病院に行くけど、青空君も時間あったらおいでよ。病院に着いたら、私の携帯に連絡して…マスクして来てよ！ それから手洗いとアルコール消毒もね」

この、彼女の一言で、ある病名が頭をよぎった。

先生との出逢いは、私が大学に入学した夏、兵庫県の浜坂での合宿勉強会だった。当時、司法修習生だった先生は倶楽部のOBということもあって、僕たちの合宿に顔を出して民法の入り口をわかりやすく指導してくれた。

しかし、大学卒業を機に、再会する機会はまったくなくなってしまった。

この業界に身を置くようになってから、彼女の縁で先生の事務所を訪ねることになった。

その時、「青空君だろう？ Sさんから聞いているよ。大阪に出て来る時には言ってよ…ご飯を食べよう一緒に…」と、とても優しく声をかけてもらった。

病院に到着した私は、彼女の指示を守るべく先ずは売店でマスクを買って、エレベーターで13階に上がった。待合室で手洗いを済ましマスクをかけて先生が来られるのを待った。実際はわずかな時間だったが私にはとても長く感じられた。

間もなくして先生が入って来られた。顔には大きめのマスク、頭部は大きめのハンカチで覆われている姿を目の当たりにして、うまく言葉が出て来なかった。短い面会時間のほとんどは、先生がご自分の病気の治療のことを語ってくれた。

「先生、先生はどんな病気と闘っているのですか？」

〝私の想像が間違いであったら良いのに〟って思いながら尋ねた。

少し間があり、「ウイルス性の急性白血病だよ。珍しいみたいなんだ。今主治医と相談しながら僕に合った治療方法を模索しているんだ」

エレベーターに乗り込む直前、「顔も見せないで見送るのは失礼だね」と言って僕に顔を見せてくれた。

病院を後にしながら、〝僕に何が出来るだろう？〟…

そして4日後、再度病院に先生を訪ねた。

「先生、これ元気が出るCDです。それからこの新聞記事のコピーは僕が毎月書いているものです。体調の良いときに聴いて下さい。少しは心が穏やかになると思います。それから…一度読んでみて下さい」

1週間後、私の携帯に先生から連絡が入った。

「Sさんとか、賢ちゃんも登場してたね。まだ全部は読めてないけど…勇気を貰ったよ。これからも頑張って書き続けてよ」

5月23日、その日は先生の52歳の誕生日。

「早朝からすみません。今日は先生のお誕生日ですね。治療に専念して一日も早い復帰をお祈りします…」とメールを発信した。

午前7時23分、「メッセージありがとう。朝は結構早く起きています。誕生日のお祝いのメッセージを頂いたのは、青空君が本日一番です。退院したら美味しいご飯を食べに行きましょう。僕は治療に、青空君は仕事に、とにかく精いっぱい今を頑張ろう！ 体だけは大切に！」

（CFP 瀬戸内　青空）