

クローズアップ

収保拡大を続ける損保代理店はなぜ「SowZow」を導入しているのか？

株式会社SowZowが限定配信セミナーを実施



(写真左から) 浅山氏、三輪氏、加藤氏

【株式会社プロエージェンツ代表取締役会長 三輪久氏】

大学卒業後、大手百貨店で8年間勤務したのちに独立し、1996年に株式会社ミワを設立。様々な事業すべて失敗し保険代理店も廃業。その後研修生として三井住友海上に入社。2002年に株式会社プロエージェンツを設立。現在社員46名。三井住友海上全国代理店会前会長。

【株式会社ベストパートナー代表取締役 加藤睦氏】

大学卒業後、住宅建材メーカーに5年勤務し、主にハウスメーカーやゼネコンへの営業業務に従事。1998年A I U(当時)に転職。5年間の代理店研修生を経て2002年に株式会社ベストパートナーを設立。現在社員数は16名。神奈川県と沖縄県の2拠点で展開中。

保険代理店向けプラットフォーム「SowZow」を提供する株式会社SowZow(浅山裕紀代表)はこのほど、期間限定配信の保険代理店向けセミナーを開催した。セミナーテーマは「収保拡大を続ける損保代理店はなぜ「SowZow」を導入しているのか?」。セミナーではゲストスピーカーとして株式会社プロエージェンツ代表取締役会長の三輪久氏と株式会社ベストパートナー代表取締役の加藤睦氏が登壇し、浅山氏の進行のもとで今後代理店が生き残るために必要な取組みについて意見を交わした。

「単なる精神論だけでの限界」 三輪氏

「保険代理店は『相談業』」 加藤氏

「保険業界では、体制整備、いわゆるガバナンスへの対応コストに損害保険業界が大きな負担を課せられています。損保の収益が徐々に低下する一方で、比較推奨に伴う手間や体制整備にかかるコストが増大しており、経営環境は非常に厳しくなっていると感じます。実際に現場で代理店経営をされているお二人は、現在の環境をどう捉え、何を大事にしているかと考えていますか。」

三輪 手数料については保険会社各社が自ら下げると公言している。三輪 手数料については、代理店側は相談業であると考えており、ホームページ等でもそのように発信している。契約先は保険会社

「単なる精神論だけでの限界」 三輪氏

「保険代理店は『相談業』」 加藤氏

「顧客起点のソリューションを」 三輪氏

「顧客にとって一番の事業者」 加藤氏

「顧客にとって一番の事業者」 加藤氏

「顧客起点のソリューションを」 三輪氏

SowZow機能紹介

「保険代理店・募集人の収益最大化」を支援するプラットフォームサービス。機能は大きく三つ。一つは「営業支援サービス」で、保険ビジネス拡大に直結する12種の営業ツールを提供し、保険料収入の拡大や生損保の併売率向上、新規顧客開拓を支援する。二つ目は、保険では解決できない顧客からの相談を収益化する「ビジネスマッチングサービス」。企業の売上拡大や人材採用、事業承継、M&Aなど、保険商品では解決できない顧客のニーズを様々な業界に精通した121社の専門家にトスアップするだけで保険外収益が構築できる。経営支援という領域で、どの代理店でも保険+αの付加価値を効率的に提供することが可能になる。最後に圧倒的差別化を実現する「ブランディングサービス」。商品内容での差別化が図れない保険業界のなかで、他の保険代理店・募集人との差別化を実現し、顧客に選ばれる代理店になるためのブランディングを支援している。SowZowの導入自体が代理店のブランディングになるよう、サービスにユーザー登録できるのは各都道府県で2%の代理店までと提供範囲を制限しているという。

「顧客にとって一番の事業者」 加藤氏

「顧客起点のソリューションを」 三輪氏

「顧客にとって一番の事業者」 加藤氏