

(株)F・P・S 宇都博樹社長

「営業社員の集まり」から「企業組織」へ

連載 マグネットエージェンシーの取組み

業界の変化に対応した組織づくり

大阪府大阪市のビジネス街にオフィスを構える(株)F・P・Sは、2008年に生保営業社員が集まって立ち上げた代理店で、当初は各メンバーがそれぞれ得意とする顧客分野で実績を伸ばしていたが、近年はそれに加え、セミナーによるマーケティング開拓が事業の大きな柱となっている。また、セミナービジネスは単に同社の成長を支えるだけでなく、新たに採用した社員の育成や地域住民の金融リテラシーの向上などにも貢献している。創業後10年ほどで「営業社員の集まり」から「企業組織」へと変革した同社のこれまでの道のりや今後の展望などについて、17年4月に社長に就任した宇都博樹氏に聞いた。

国内生保業界にも波及しており、その震源地の一つでもあったAIGは複数社から独立するきっかけだった。

(株)F・P・Sはもともと、外資系生保会社に所属していた3人のトップセールスが独立し設立した会社で、3人と同じオフィスで働いていた宇都氏は創業から少し遅れた2009年8月に加わった。当時はまだ、リーマンショックに端を発した金融危機の影響が



宇都社長

ネットワークを活用して前職と同様の営業活動で販売件数を積み上げていった。また、会社に合流するメンバーも増え、組織の人員が30人近くまで拡大したことから、会社全体の業績も順調に伸びていた。しかしながら個々の営業社員の集まりで始まった同社には、チームワークといものが構築できておらず、オフィ

スも机といすを並べただけの殺風景なもので、組織としての体制整備も不足している部分があった。

そうした状況が一変したのが13年の年末、監督官庁がそれまでさほど問題視していなかったいわゆる「委託型募集人」の規制に本腰を入れ始めたとき。この制度を導入していた同社も当然ながら保険業法の「再委託の禁止」に抵触することになり、組織体制を改革する必要に迫られた。創業メンバーを中心に今後の会社運営をめぐる何回も議論を重ね、「社員安心がお客さまの安心につながる。世の中の動きに合わせて、しっかりと体制で持続できる会社をつくらなければならない」とい

う方針が定められた。だが、その過程で従来の営業スタイルにこだわらずに持っていた複数のメンバーが会社を去った。一時は社員数がピーク時の半分まで減少し、社内の雰囲気も重苦しく感じられることもあった。

それでも、残ったメンバーは、募集体制の適正化以外に代理店が生き残る道はないかと考え、1つ1つの区切りとして、14年6月1日にメンバー全員の入社式を行い、新たなスタートを切った。

「点から面の営業」 同社が一企業として体制整備を図りつつ成長を維持するためには、人材の確保が急務となった。そこで、これまでのように生保営業の経験が豊富で、個人でマーケティングを開拓してきた男性社員だけでなく、保険業界での経験がなく、自分の顧客基盤も持たないが、真面目でやる気があり、顧客への細やかな心配り等ができる女性社員も採用することにした。

当時、営業部長として宇都氏の最大課題は、そうした新入社員のために新たなマーケティングを提供することであり、さまざまな手法で試行錯誤を重ねた末に行き着いた。

でディッシュペーパーにセミナー案内を差し込んで配ったり、ポストイングを行ったりもしたが、結果に結び付かなかつた。そうした中、ある縁で地方新聞社や葬儀会社、電鉄会社、通販会社など、同社の力だけでは成し得ない大きな柱に成長し、なかなかアプローチできた。

セミナービジネスを事業の大きな柱に

「日本で一番働きたい保険代理店に」 宇都氏は、最初に「マグネットエージェンシー」の構想を聞いた際、「地域密着型周りの人を引き付ける魅力ある代理店」というコンセプトが、何となく自分たちが思い描いていた代理店像を言い当てていると感じ、「ぜひチャレンジ

したい」と思った。同時に、全国展開するような大型代理店ばかりでなく、地域で一人一人の顧客の信頼を得るための土台が揺るぎない代理店であれば、提携相手として選ばれることはないと実感したことから、より一層、体制整備を強化していった。

同社は一昨年の12月、創立10周年の記念イベントを開催した。社員だけでなく、その家族や引退した元社員も招待して盛大に行われた。また、昨年には、オレンジ色のフレッドカードを制作した。表面には、灯がともったランタンのデザインと共に、新たに策定したミッション「Bright Up Your Life(人生を照らす道に)」が



生き生きと働く同社の社員

らう」と、地域の有力企業との企業コラボレーションも依頼が来るようになった。セミナー実施回数が増え、提携相手店が増えていくにつれて、比例して保いとお感したこと、より一層、体制整備を強化していった。

また、地域の有力企業との企業コラボレーションも依頼が来るようになった。セミナー実施回数が増え、提携相手店が増えていくにつれて、比例して保いとお感したこと、より一層、体制整備を強化していった。

また、カードの裏面には五つの誓いが記されている。最後の5番目は「私たちがF・P・Sを『日本で一番働きたい保険代理店』にします」とある。同社のエントランスには、訪問した顧客の目を惹きつけるような目まぐるしい飾り付けが施されており、社員が同社のために前向きに働いているのが分かる。また、宇都氏が定期的に行っている「ルーフレクレーション」が、設立当初の殺風景な会社の雰囲気はない。多くの顧客から信頼されているのももちろんのこと、社員が自社を「家族のような会社」と自信をもって答え、各生保会社の営業担当社員に「誰かが担当したい」と思う代理店と言わしめる同社は、既に最も働きたい代理店、そして地域の人を引き付けるマグネットエージェンシーを体現しているのかもしれない。

また、カードの裏面には五つの誓いが記されている。最後の5番目は「私たちがF・P・Sを『日本で一番働きたい保険代理店』にします」とある。同社のエントランスには、訪問した顧客の目を惹きつけるような目まぐるしい飾り付けが施されており、社員が同社のために前向きに働いているのが分かる。また、宇都氏が定期的に行っている「ルーフレクレーション」が、設立当初の殺風景な会社の雰囲気はない。多くの顧客から信頼されているのももちろんのこと、社員が自社を「家族のような会社」と自信をもって答え、各生保会社の営業担当社員に「誰かが担当したい」と思う代理店と言わしめる同社は、既に最も働きたい代理店、そして地域の人を引き付けるマグネットエージェンシーを体現しているのかもしれない。