

Inswatch Solution Report

【第74号】2009.11.13

発行：有限会社インスウォッチ

■事務スタッフの皆さん。少しでも **楽になってください。**

ICHIGO SYSTEM

筆 者 株式会社 一期保険事務所

代表取締役 石井 裕二

Inswatch solution report は、毎月第2金曜日、メールあるいはPDFファイルにて配信。家業から企業に脱皮するための解決策を長編レポートでお届けします。代理店のケーススタディ、合併や提携の成功例・失敗例、新商品の解説、保険会社の代理店支援策、代理店の新しいビジネスモデル、代理店向けITソリューションなど、現場の生の声を活かしながらの内容です。

※コンテンツご利用についてのお願い

inswatchのコンテンツ（inswatch weekly, solution report, professional report）につきましては、購読者ご本人のご利用に限らせて頂きます。第三者に対するメールによる転送、ハードコピーによる配布等は、当社よりの許可を得たものを除き、固くお断りいたします。なお、コンテンツご利用に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。

■お問合せ info@inswatch.co.jp

■ index ■

■事務スタッフの皆さん。少しだけ 楽になってください。

ICHIGO SYSTEM (いちご しすてむ)

株式会社 一期 (いちご) 保険事務所

代表取締役 石井 裕二

筆者紹介

1. ICHIGO SYSTEM は完成度の高いシステムではないのかもしれませんが。
 2. ICHIGO SYSTEM はやっと少しだけ代理店の支援システムに近づきました。
 3. ICHIGO SYSTEM って何なの。
 4. 次のケース。皆さま代理店さんのご判断は？
-

■筆者紹介



株式会社 一期（いちご）保険事務所
代表取締役 石井 裕二
昭和 34 年 7 月 9 日生
愛媛県出身
座右の銘 一期一会

174-0004

東京都板橋区板橋 1-36-1 TYビル3F

TEL : 03-5248-0318

FAX : 03-5248-3237

代表メール : ichigo-agt@nifty.com

ホームページ : <http://homepage2.nifty.com/ichigo/>

1989年 東京海上研修生として損害保険業界に入りました。当時の新商品は、ニューレタス倶楽部、介護費用保険など。長期総合などは先輩方に任せ、とくに主流ではなかった時期です。積立保険も、まだ魅力ある予定利率でした。自動車はSAP、PAPなど、まだ白タリフで保険料を算出していました。解約時の返戻金計算はもちろん手計算で、泣かされた記憶があります。また、ソニー生命との併売プロジェクトがあり、生命保険が楽しかった時期です。生保の扱う保険料の規模の違いにわくわくでした。

1992年 東京海上代理店一期保険事務所として独立。当時はシステムも社員端末PCの依存から、「代理店端末」と称したPC環境が半ば強制的に導入させられました。その後「七福神」と名称が変わり、本格的にシステム化への代理店業務を構築しなくてはならなくなります。また「超保険」が販売され、ますますPCが無くては仕事ができない流れとなり、内部の業務に関わる時間調整が見境なく混沌としてきます。

そんな中 2005年に株式会社一期保険事務所を法人化、保険会社も、保険料の取扱いのリスク回避へ「キャッシュレス化」も定着、これから紙と流通コストの削減か？ と思いきや、コンプライアンスに拍車に係り、一転、「やたらと紙が増え続けた～」と嘆いた頃にとどめの「抜本改革」現在に至っています。

■事務スタッフの皆さん。少しでも 楽になってください。

ICHIGO SYSTEM (いちご しすてむ)

株式会社 一期 (いちご) 保険事務所

代表取締役 石井 裕二

1. ICHIGO SYSTEM は完成度の高いシステムではないのかもしれない。

「この頃の保険代理店って何かと事務業務や書類の取り付けに追われてしまう。」そう感じている代理店さんも多いのではないのでしょうか？保険会社が悪いぞ。行政が悪いぞ。なんて思っていないですか？いやいや、代理店事務の混沌さは、振り返ると決して今に始まったことではないのかもしれない。

私事ですが、代理店として独立した当初、やたらと 1 ヶ月が早く感じました。毎月の更改業務に追われ、いつしか更改業務を終わらせてただけで仕事をした気になっていました。仕事のハードルを自分で下げていたのでしょう。そこでハードルをちょっと上げてみると、現在と変わらず事務業務に追われてしまいます。(逆に現在は保険会社のシステムが良くなり、追われる業務の区分が変わってきただけかもしれません。)

そんな私が、「今月も来月も、ずっと同じことを繰り返しているのだろうな。」
「とにかく毎月繰り返す業務を楽にできないものか。」・・・などと、わがまま極まりないことを目論んでおりました。

こんなわがままな発想から開発をスタートした ICHIGO SYSTEM (代理店業務支援ツール) です。はじめは、他で製品として代理店システムは無いものかといろいろと探してみました。見つかったシステムは、どれもすばらしい完成度のシステムです。しかし、もとよりハードルの低い私ですから、求めるイメージが違いました。

契約管理や顧客管理、販売促進のシステムは、まだまだ私の実務レベルではなく、「今やりたい業務を何とかしたい。」・・・こんなものが欲しかったのです。

2. ICHIGO SYSTEM はやっと少しだけ代理店の支援システムに近づきました。

しかたなく自分で作ったのが ICHIGO SYSTEM で、すでに 17 年のバージョンに成長しました（現在は 20 店の代理店さんに利用いただいています）。

業務が、とにかく圧倒的に楽になりました。スタッフの事務ロードも減り、また、ありがたい副産物も生まれてきました。それは、『業務効率化のルール』です。

（http://homepage2.nifty.com/ichigo/ichigo_system/is_towa.html）

システムで業務を行うと実に簡単な外枠創りが可能です。以下 5 つのポイントだけで、飛躍的に効率化できます。

業務の効率化 <統一化・共有化する5つのポイント>

- ①「業務のセグメント方法や目的」の統一化・共有化
- ②「ルール(規則)」の統一化・共有化
- ③「ツール(帳票・道具)」の統一化・共有化
- ④「実行方法」の統一化・共有化
- ⑤「スタッフ全員が会社の問題を自身の問題と捉える指標」の統一化・共有化

少し補足してご案内しましょう。

概要のみですが上記 5 つのうち 3 つのポイントのみを補足します。この 3 つのポイントは、代理店業務のすべての範囲や全業務などを大上段から考える必要はありません。手っ取り早く、最も作業負担の多い満期更改・管理だけに焦点を当ててみましょう。

①「業務のセグメント方法や目的」の統一化・共有化

たとえば、「口座の設定のある契約（キャッシュレス）か、無い契約か」、「電話募集ができる契約か、できない契約か」など、作業の実務上でセグメントしてみます。

ここでは、営業担当者の顧客とのつながりやそれぞれの担当判断はこの際無視しましょう。客観的な事務工数のみでセグメントします。この工数によるセグメントの統一と共有が最も簡単で正確な判断として実現が可能です。

（※営業は、お客様との関係はそれなりに対応できるから心配ありません。営業技術や能力は営業ごとの個性で分かりますので、別途のルールとして考えます。）

②「ルール(規則)」の統一化・共有化

たとえば、満期案内を送付する前の書類は「〇〇に置きます」とか、送付が終われば、営業にバトンタッチするので、「〇〇に移動して〇〇の責任で保管しておく」とか、関連性のある業務の単位ごとに、「決まった場所、方法、扱い方」などをルール化するだけです。

難しくありません。 新人スタッフを雇用したケースを想定してみてください。新人さんが、「その場所、方法、扱い方」などを先輩に聞いた際に、どのスタッフに聞いても同じ回答、説明ができれば良いわけです。あるスタッフは「それは私の担当契約だから、私のデスクに置いてくれ」とか、「それは、臨機応変に対応してくれ」など、こんな会話が無くなれば OK です。

③「ツール(道具)」の統一化・共有化

これが最も重要な効率化のカギとなります。実行するための近道とも言えます。お客様へ提供するもの、社内での連絡や申し送りをするものなどを**物理的に統一**します。たとえば、満期案内のレターフォーマットや案内文などの統一が、それにあたります。(※場合によっては、満期に関わる連絡メモや付箋紙などの備品も、ツール(道具)です。)

担当ごとに、お客様へ送るために使用する便箋、封筒がバラバラでは困ります。ましてや案内方法やレターのコンテンツに会社としての統一(カラー)が無いなどは、もつての外となります。

3つのポイントの概要は以上です。

繰り返しとなりますが、新人スタッフが、「会社の業務の進め方や方針」を先輩に聞いた際に、どの先輩スタッフに聞いても同じ回答、説明ができれば良いわけです。

さて、先記に、システムで業務を行うと実に簡単・・・とお伝えしましたが、上記のルール化をまとめて**実行レベルに落とし込んだツールが、ICHIGO SYSTEM**です。

3. ICHIGO SYSTEM って何なの。

ICHIGO SYSTEM のすべての機能のご紹介を文章でお伝えできないのが残念です。しかし、皆さん代理店さんは、長年の経験や独自のノウハウがありますので、見ればすぐに分かります。ICHIGO SYSTEM は「百聞より一見のシステムです。」

同じ代理店の仕事をしていますから、共通する苦労は同じなのではないでしょうか。興味と時間をいただけるようであれば、お気軽に当社一期保険事務所へご来社下さい。

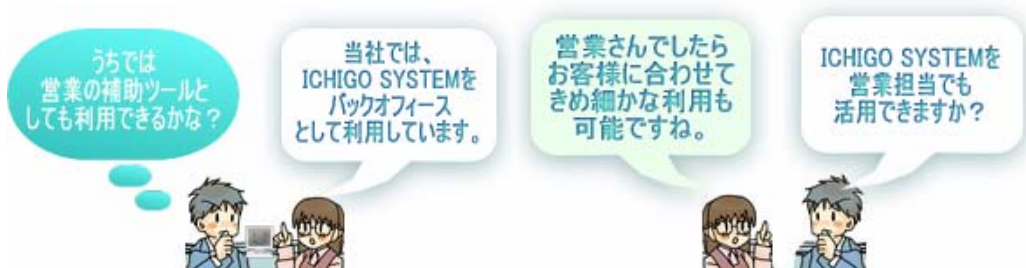


遠方(首都圏以外)の代理店さんは、全国で既に ICHIGO SYSTEM を導入されている代理店さんへの交流訪問などいかがでしょう。

「交流訪問 OK ですよ。」の代理店さんは、当社のホームページでご紹介しております。

※交流訪問 OK の代理店 <単独ページ>

http://homepage2.nifty.com/ichigo/ichigo_system/is_agt_go.html



また、ホームページには、「一期保険事務所のルール」など<抜粋>ですが掲載しています。皆様の業務効率に向けて、微力ながらご参考いただければ幸いです。

※一期保険事務所のルール <単独ページ>

http://homepage2.nifty.com/ichigo/ichigo_system/is_rule_frame.html

※一期保険事務所の共通言語 <単独ページ>

http://homepage2.nifty.com/ichigo/ichigo_system/is_word_index.html

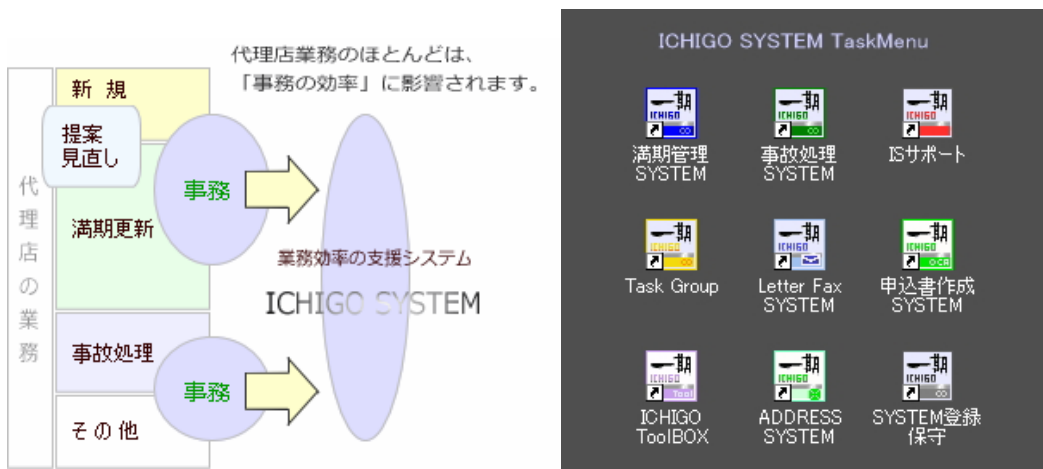
では、ほんの一部ですが、ICHIGO SYSTEM の入口をご案内します。

まず ICHIGO SYSTEM は、**契約管理や販売促進のツールではありません。**

契約管理は、保険会社のシステムに任せるのが一番正確ですから、保険会社のシステムと両輪とまではいかなくとも、業務の補助システムとしてご理解ください。

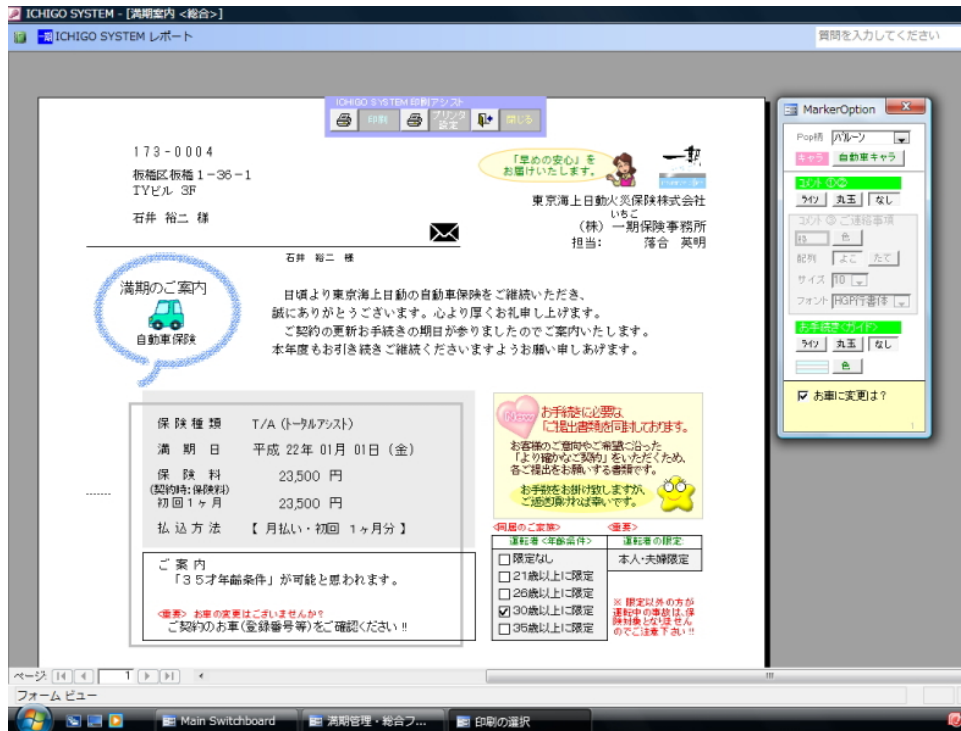
お客様への「ご案内レター」や「手書きが面倒」と思われるレターや帳票の作成を得意としています。その作成したレターや帳票を、どのように活用していくかで、皆さま代理店さんのノウハウの下に業務の効率化を支援します。

ICHIGO SYSTEM の概要図と Task メニュー



満期管理 SYSTEM の入力フォーム

満期案内レターのプレビュー



画像を見ても、「やっぱり分からない」と思われる方ゴメンナサイ。
もう少し小難しいお話にお付き合いください。

4. 次のケース。皆さま代理店さんのご判断は？

お客様へ「満期のご案内」を代理店から送付する役割と責任を皆さまはいかが判断されておりますか？既にそれぞれで判断されている事と思いますが、ここで、この「満期案内」の役割と責任を、ザックリと2つに大別してみます。

「満期案内は本来保険会社の役割だ。代理店は販売にこそ力を集中させるべきだ。」

「満期案内はもちろん代理店の役割だ。その責任がお客様のグリップと販売につながる。」

少し強引な大別ではありますが、価値観の相違で取り組み方にかなり違いが表われます。
この満期案内業務一つを焦点としても、価値観の違いが個性であり、ベクトル(方向性)となります。

ここからは少し、東京海上日動火災保険(株)の代理店さんのみに関わるお話かもしれませんが、

同社では自動車保険の「更新ガイド」という新しい更新スキームがスタートしています。なんと、同社が「設計書(おすすめプラン)と満期ご案内(重要事項説明書含む)」一式を契約者に直送してくれるスキームです。便利なことに、おすすめプランは、あらかじめ代理店で任意に試算した内容を反映してくれます。これがまた、よくできたシステムで、簡単におすすめ試算ができるようになっていきます。個人的にはこの「更新ガイド」スキームはお気に入りです。

さて、先ほどの、お客様へ「満期のご案内」を代理店から送付する役割と責任の観点から、この「更新ガイド」についてお話しします。この「更新ガイド」の実施に際して、おおよそ**代理店さんの倫理と判断が二極化**されています。

「**保険会社が送ってくれるから楽だね。営業に専念できる。**」派 と

「**なおさら代理店からの案内が大事だね。代理店の差別化ができる。**」派の2つの判断です。

※「どちらでもいいんじゃない」派はここでは判断しない事にしてください。

「保険会社が送ってくれるから楽だね」派の方は、満期案内を送付する事務的な手間と送付の経費が省け、営業に専念できます。

「更新ガイド」がお客様に届く頃に、営業担当者が TEL や訪問を実施して更新手続きを行えば済む訳ですから、営業の即戦力的なスキームの構築が可能と言えます。

ただし、活動原理や顧客対応(顧客グリップ)など、担当者への依存(担当者任せ)が大きくなり、会社としてのリスクも考慮しなくてはなりません。

「なおさら代理店からの案内が大事だね」派の方は、代理店の役割と言った倫理から、より多くの情報をお客様に提供し、独自の(差別化した)個性(企業カラー)を提供します。

代理店主導でお客様へ情報を提供し、代理店主導の更新作業を実施できますから、より企業色ある案内と、営業の活動をサポートするスキームを構築できます。

ただし、「更新ガイド」の発送時期に合わせて、事務(内部業務)が集中します。場合によっては、事務スタッフを増員せざるを得ない実情も発生するかもしれません。

上記の二極の判断を、チョット砕いて「**全員で山を登る**」を仮説例として、相違を補足します。

前者を、省略して「楽だね。」**営業専念派**とします。

『各々が自分の体力に合った登頂ルートを、自らに判断させ、自らの登頂能力に任せて山を登らせませす。今直ぐに“山に登る” 実行が可能な要領です。』

後者を、省略して「なおさら、」**企業カラー確立派**とします。

『全員が同時に山に登り終えるフローを重点とし、会社(代理店主)が登頂ルートを想定し準備して、そのコースを全員で登らせませす。いつ、どのように、どのルートで、と決定しますので、新人でも登れ

るルートの確立が可能かもしれません。』

どちらの実行要領も、代理店さんの価値観ですので是非は問いません。

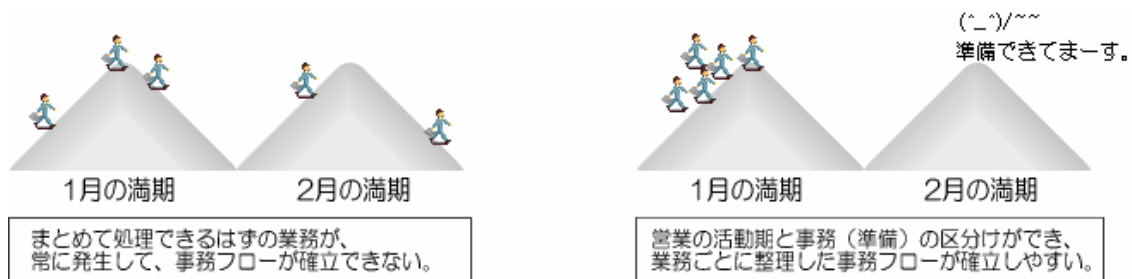
では、代理店の業務に関連付けて話を戻しましょう。

この「山登り」が1回だけではなく、毎月毎月と継続して実行するとしたら如何でしょう。

登り終えたら、また次の山がある。なんだか、山登りと満期の更新業務と似ていませんか？

さて、冒頭に ICHIGO SYSTEM の開発スタートが「今やりたい業務を何とかしたい。」・・・とお話しましたが、この「やりたい業務」がまさにこの毎月継続して実行する「山登り」（更新業務）なのです。

できれば前者（営業専念派）と後者（企業カラー確立派）の良い所を両立させたいところです。その両立をなんとか実行させたいという思いで ICHIGO SYSTEM の開発をスタートしました。が、結果当社は企業カラー確立派の位置づけかもしれません。実は、**企業カラー確立派としてシステム化する方が、何度も繰り返す「山登り」のためには最善策**だったからです。スタッフが増えると、「やはり全員で登りたい。」が優先となります。また、どこで誰がどこまで登っているのかを常に把握したいし、新人さんが入社してもすぐに皆と同じレベルで登頂して欲しい。



ICHIGO SYSTEM はあくまでもソフトですから、データの入力作業は避けて通る訳にはいきません。保険会社のシステムでさえ、新規試算にはデータを入力しなくては保険料を計算してくれません。データ入力、山登りのルートを計画し準備するのと同じとご了承ください。

しかし、そこは軟弱な私です。入力するデータを極力最小限にして、最大限の効果が可能になるよう代理店の経験と悪知恵を絞って作成しています。

また、一度入力されたデータは、必ず代理店独自の財産として活用が可能です。なによりも、繰り返される「山登り」には圧倒的に楽になります。山登りのコツやルールが明確になってきます。

しかしながら、営業専念派としても同時実行させなくてはなりません。企業カラー確立派を「プロセス（過程）」効果とするなら、営業専念派は「目的または結果」効果と言えるかと思います。

そこで、当社では ICHIGO SYSTEM の業務フローを柱とした業務理念として「過程」と「目的」を明文化する事にしました、当社の ICHIGO SYSTEM の業務理念を以下にご紹介させていただきます。

ICHIGO SYSTEM の役割と、営業としての役割を、全員が認識し、また履き違えた活動の無いように指針としています。

<ICHIGO SYSTEM の理念>

一期保険事務所では、ICHIGO SYSTEMとは「PCソフト」では無く「**業務理念**」を言います。
「初動から目的までの考え方」としてスタッフは認識して下さい。

ICHIGO SYSTEMは、「**確実に**」「**正確に**」を目的としています。
「**確実**」とは実行（処理）を意味し、「**正確**」とは情報の整理を言います。
整理された確かな情報の元に、処理を実行（完結）します。

「分かりやすく」「きめ細かく」…とは、お客様の主観や受け取り方に影響し各評価が分かれます。
（お客様のその時の状況や考え方によって、随時 評価が左右される未知数な項目です）
一期保険事務所として、未知数な思い込みをお客様に押しつけるSYSTEMであってはいけません。
特に「きめ細かく」…は、営業担当者による行動評価です。
お客様のその時の状況や考え方を的確に判断するには、営業の情報整理の能力によります。

明確に数値化できる事を優先して実行する事がICHIGO SYSTEMです。
ICHIGO SYSTEM（業務理念）と営業（行動理念）による共同実行で、お客様から見た最大限の評価を目標として実行します。

では、おまけ的に。もう一つの「理念？」を記させていただきます。

当社ホームページの隠しキャラから表示できる「内緒のお話」の一つです。



ICHIGO システ虫 内緒のお話。

「理念」はとても大切だと、いろんな書物に書いています。

しかし経営者(私)が考えた「理念」が必ずしも正しく真理だとは思っていません。

とは言え、何かしらの「ものさし」を明示しなければ、

業務の良し悪しの基準が図れないのも事実です。

ICHIGO SYSTEM を開発していく中で、

開発方針がぶれないよう、システムの基本理念を持ち続けなければ、

開発者の自己中心的なシステムになってしまう危険もあると感じました。

システムは人が活用するのであってスタッフの能力を無視して完成するものでは無いからです。

そして、私たちスタッフの中心にはお客様の存在が不可欠で、

お客様に提供できる形ある物にシステム化しなくてはなりません。

実は、この抽象的な部分が開発にあたって、とても大きな壁でした。

いや、未だに厚い壁かも？……。

(…開発者のひとり言)

末筆ではございますが、この掲載の機会を下さった Inswatch さんをはじめ、メディアの皆さま。ICHIGO SYSTEM を応援して下さった、保険会社の社員の皆さま。また、より良い ICHIGO SYSTEM へと、ご要望やアイデアを下さったご利用代理店の皆さま。そして、バージョンアップの度に、お客様への反応テストとして実験台となりながらも、文句を言わず遂行してくれた当社スタッフに感謝します。

Inswatch Solution Report 2009.11.13

■事務スタッフの皆さん。少しでも **楽になってください。**

ICHIGO SYSTEM

筆 者 株式会社 一期保険事務所

代表取締役 石井 裕二

発行元 有限会社 インスウォッチ
発行人 長 忠
編集人 石井 秀樹 中崎 章夫 (Weekly)
森田 直子 (月2回長編レポート)
WEBマスター 稲葉 幹雄
URL <http://www.inswatch.co.jp>
お問合せ info@inswatch.co.jp
投稿先 reader@inswatch.co.jp

※コンテンツご利用についてのお願い

inswatchのコンテンツ (inswatch weekly, solution report, professional report) につきましては、購読者ご本人のご利用に限らせて頂きます。第三者に対するメールによる転送、ハードコピーによる配布等は、当社よりの許可を得たものを除き、固くお断りいたします。

なお、コンテンツご利用に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。

■お問合せ info@inswatch.co.jp