

マリインシュアランス 櫻井博実社長に聞く 海上保険専門代理店の強み発揮 テレアポ営業で業績拡大

東京メトロ丸の内線の淡路町駅近くにオフィスを構えるマリインシュアランス(株)は2004年の創業以来、海上保険専門代理店として順調に成長を遂げ、08年と09年にはAIUから代理店格付け最上位の「プラチナエリート」の認定を獲得している。テレフォン・アポインターと営業社員からなる少数精鋭の営業体制を敷き、専門知識と応酬話法を生かしてマーケット開拓を進めている。同社のこれまでの取り組みや今後の展望について櫻井博実社長に話を聞いた。

マリインシュアランス

海上保険を専門に事業展開する同社は2004年の創業以来、競合他社が少ない環境や専門知識をベースにした独自の営業力によって順調に成長してきた。メンバーは櫻井社長のほか、営業社員2人、事務員1人、テレフォン・アポインター2人の計6人。社名には、海上保険に特化するという創業時の思いが込めら

れている。

もともと自動車用品の営業をしていたという櫻井社長は1999年、保険代理店での起業を目指し、AIUに研修生として入社。当初はノンマリン分野の営業で苦勞し、成績も振るわなかったが、ある時、中規模以上の企業がシェアを占める貿易業界に着目した。ほかの研修生はまず取り扱うことがない海上保険を積極的に推進したことが奏功して営業成績が破竹

の勢いで上昇、トップの地位に届くまでになった。2004年には、研修生卒業の基準を2倍以上上回る実績を挙げ、晴れて独立を果たした。保険会社に入社した研修生が、代理店として独立できるのは全体の15%程度と狭き門だ。その中で、櫻井社長は海上保険というニッチな分野に特化する中で成功を収めた。その秘訣について尋ねると、「どのような保険分野であれ、数多く提案し、契約を取るという意味では同じ。ただし、

代理店設立後、同社の営業実績は順調に推移し、08年から09年にかけて2年連続でAIUから保険代理店格付け最上位のプラチナエリートを獲得した。海上保険分野での前年までの実績によって、格付け認定基準の収入保険料2億円以上と、年間増収1000万円の基準を達成したほか、認定要件になっているコンプライアンス面をクリアしたことが評価された。一方、08年のリーマンショックの影響は大きか

った。海上保険の収入保険料が全体の8割を占める同社では、貿易が一時すべてストップしたことが要因となり、対前年比で40%も減収した。その後、長期にわたり赤字が続いたことで、その打開策として企業向け地震保険や海外信用取引保険の取り扱いも始めた。しかし、ある程度のニーズがあったものの、目標としていた契約数には至らず、マリンの売り上げ減を補うものにはならなかった。櫻井社長は、貿易業界の回復を待ちながら、あらためて海上保険分野に特化していく方針を固めた。

同社の特色は専門性と提案力にある。取り扱う保険商品も当初はAIUのみだったが、現在では主要各社に商品ラインア

ップを広げている。各社の海上保険部門からもマリイン専門代理店として認知されたことで、料率や補償内容の設定など、櫻井社長の意見がかなり取り入れられている。その結果、海上保険について商品比較をこなかつた顧客企業も、これまでとは一味違った専門的な提案を新鮮に受け止めているという。

実際の営業スタイルでも同社の独自性を見ることができ。保険営業では、まず見込み客を訪問して顧客ニーズを聞き出し、後日、見積書を作成して提案するのが一般的だが、同社ではまず、2人のテレフォン・アポインターが見込み客にアプローチする。電話で貨物に関する大まかな情報を入手し、すぐに保険会社

に伝えて見積書を作成してもらおうというものだ。そのため、見積書を携えた営業社員は、最初の訪問で具体的な提案を行うことができる。この手法を採用することによって、迅速で顧客にとって、よりインパクトのある営業ができることから、契約

につながらやすくなくなるとい。営業活動で一番心掛けていた点は「お客さまに喜んでいただける提案をすること」にあると櫻井社長は強調する。

上向きになっていくことが期待される中で、海上保険がますます不可欠なものとなり、当社の販売チャンスはさらに拡大できると期待する。一方、今後の課題として営業手法の変革を指摘。限られたマーケットを切り開いてきた同社の今後の活動が注目される。

現在、インターネット営業や保険会社との連携による新たなマーケットを開拓手法を模索している。海上保険一筋でマーケットを切り開いてきた同社の今後の活動が注目される。

今後の課題と展望

櫻井社長は「今後、日本を含め世界の貿易量が

数々の加入パターンがあることから、顧客にとってのベストな方法を検討・提案する。このほか、顧客が事故において保険会社と行き詰った際には間に入り、積極的な調整を行う。また、事故の防止に向けたさまざまな取り組みを保険会社と共に行っている。

櫻井社長は「今後、日本を含め世界の貿易量が

数々の加入パターンがあることから、顧客にとってのベストな方法を検討・提案する。このほか、顧客が事故において保険会社と行き詰った際には間に入り、積極的な調整を行う。また、事故の防止に向けたさまざまな取り組みを保険会社と共に行っている。



A-Uプラチナエリート認定証を背にする櫻井社長

