

Web活用した手法で月50件訪問

(株) ロムルス

株式会社ロムルスは、損保ジャパンひまわり生命のライフカウ
ンセラーだった佐々木昭人が2007年に設立した。「ロム
ルス」は古代ローマの建国者であり、顧客を生涯にわたリサポー
トし安心を提供するため永続的に存続したいという思いを込めて
社名にした。佐々木さんは独立以前から行き先作りを強く意識。
現在はWebを活用し、コンスタントな見込客発掘に成功してい
る。取扱保険会社は生損保合わせて7社で、委任型募集人が6人
所属している。佐々木さんの行き先作りのこだわりと、委任型募
集人制度の廃止についての考えを聞いた。

契約より行く先確保を重視

損保ジャパンひまわり
生命(現NKSJひまわり
生命)のライフカウ
ンセラーとして、6年間
トップクラスを維持して
きた佐々木さんは、07
年に独立。「ロムルス」
を設立した。
佐々木さんは、ひまわ
り生命時代から行き先作
りを強く意識した活動を
展開。保険契約より紹介
に重点を置いていた。
「保険契約はお願いし
ませんが、紹介はどの
シーンでもお願いしてい
ました。初回面談では
『こんなお話を聞いてく
ださる人を紹介してくだ
さい』と言っていました。
そんな活動が奏功し、
初年度には全国2位とい
う榮譽に輝く。新人賞受
賞以外にも2005年度
には全国年間チャンピオ
ンなどを獲得し、優待者
としてイギリスクラブに
も登録した。
独立後も、コンスタン
トな行き先確保を重視。
Webを活用した効率的
な仕組みを構築した。



代表取締役 佐々木 昭人
ささき・あきと 6年間プー
ルメーカーの営業職を勤めた後、2001
年に安田火災ひまわり生命(現NKSJ
ひまわり生命)に入社。新人賞、全国
年間チャンピオン等受賞。07年に独
立し、(株)ロムルス設立。MDRT 5回
登録。1972年東京都生まれ。趣味は
読書と書道。

「ブログには日頃、お
客さまと接していただく
機会が多いため、関心の高
い検索ワードが決め手と
なります」
加えて、毎日プログ
を更新しているのは、
アメーバブログ全体の
3%しかないという。
97%が更新しないた
め、習慣化することでア
クセスが増え顧客からの
信頼は厚くなる。

具体的には、HP・P
ログ・メールマガジン
を連動させた仕組みを構築
し、不特定多数の新規顧
客からの問い合わせが入
るようになった。
これらの制作時のポイ
ントは、コンテンツと維
続することだという。
「保険日記」というブ
ログは、実名と顔写真を
必ず入れて、丸4年間毎
日更新してきた。内容は
8割が保険について、2
割が趣味の書道や出かけ
た時のことだ。

プロとしての高知識で差別化

紹介に繋がる条件の一
つとして、保険のプロと
してレベルの高い知識と
豊富な周辺知識も不可欠
な要素だ。
たとえば、生命保険に
は「払済」「変換」「期
間短縮」「期間延長」な
どの機能がある。それら
の機能の詳細をしっかり
説明できるかが差別化に
繋がり、信頼を得られる
という。

「払済」とは、たとえ
ば30歳の時に60歳払込
満了の1000万円の終
身保険に加入した顧客
が、45歳でガンに罹患
して保険料が払えなく
なった。死亡保険金10
00万円を払い済みにす
ると約570万円に減額
されるが、保険料を支払
う必要がなく何歳で亡く
なっても約570万円を
受け取れる。
「延長」とは、たとえ
ば45歳でガンに罹患し
て保険料が払えなくなっ
てしまったが、1000
万円の死亡保障が欲しい
場合、交換権(コンバ
ーション)を活用し
て、一定条件のもと現状
の保険金額の範囲内であ
る範囲で、保険料を払い
済みにする。

「これらは特に加価
値の高い保険機能です
が、お客さまに図を描き
ながら説明することこ
んな話、初めて聞いたと言
われ、差別化ができてい
ます」
加えて、保険以外の
社会保険制度や住
宅ローンなどの周辺
知識にも精通してい
れば、プレゼンテー
ションにも活かせる。
今年1月15日、
金沢市から保険会社
に対して報告徴求命
令が提出され、委任
型募集制度が廃止予
定。雇用、派遣出
向への適正化が求められ
た(2015年3月末ま
でに適正化)。これを受
けて佐々木さんは、1月
22日のブログに左図の
ように綴った(抜粋)。
代理店経営者に勇気を
与えてくれるブログであ
り、その予見は間違いな
いだろう。
最後に佐々木さんは、
同社の将来像を次のよう
に語った。
「今回の募集人の規制
強化を機に、将来的には
直接雇用関係を結べる
ような若い人材を採用し
て、マーケットを付与し
て育てていきたい。その
ため、私自身がマネジ
メントに関わるような体
制にしていきたい」

1月22日のブログより

保険代理店が複数の保険会社の商品を取扱を認められたのは1996年からです。それから約20年、保険流通のあり方は大きく変貌しました。消費者にとっては保険が身近になり、情報が入りやすくなったと思います。しかし、今回乗合代理店の成長に待ったがかかりました。委任型募集人の雇用への移行です。この規制が施行された後の1~3年は、乗合代理店のシェアは低下するでしょう。しかし、大局的に見れば、物事は進むべき方向に進みます。なので悲観していません。進むべき方向とは、消費者の利便性です。一つの代理店を窓口にするれば、多くの保険会社から保険を選べるという消費者の利便性の向上は、保険業界の進むべき方向でした。電気機器の量販店と同様、便利と思う消費者が多いのと同じです。この原理原則は普遍です。ゆえに、規制後、数年経てば、また乗合代理店のシェアは向上するでしょう。私は今回の規制はある意味、チャンスだと思っています。保険業界、保険代理店が、社会からより信頼され認められる存在になるためのチャンス。どんな規制があっても当社と私がやることは変わりません。「保険を通じて問題解決し、お客さまに喜んでいただき評価されること。」これだけです。

「独立した時に、経営の勉強をした方がいいよ」と佐々木さんのメンターに接点を持っている既契約者からの紹介が多いです。これらを含めると、月に約50件もの行き先を確保しているそうです。遠隔地からの問い合わせがあった場合は、都内であれば訪問できるが、訪問できない遠方ならば、web上のコンサルティンクのみもある。とはいえ、マーケットは都内だけでなく、新



メルマガには「無料コ
ンサルティンク」や同
社の特典として弁護
士に繋がる「無料法律
相談(1回分のみ)」
の申込バナーが貼られていた。顧客の中に家計診断を希望する人や法律の悩みのある人がアクセスする。これらによって、web経由で毎週1件ずつ新規顧客からの問い合わせがあったり、フェイ