

日本青年会議所 保険部会

「国際ミッション IN ハワイ」



「結団式」での参加メンバー

保険先進国、米国の実情を学ぶ (上)

5日間にわたり研修 業界および自社の将来描き視察

2011年9月13日、組織として存続・発展していかねばならぬのか? 新しい時代における保険代理店のあるべき姿を...

日本青年会議所保険部会(松本一成部会長)では、9月中旬に5日間にわたり国際ミッションとしてハワイ・ホノルルで研修会を開催した。

代理店は3種類 労災保険を民間開放 ネット型自動車保険が伸展

研修1 DTRIC社の視察

9月14日の午後、DTRIC社(現・DTRIC社)の視察。DTRIC社は、...

14日(正午) 一堂に集い結団式

プリンスホテルワイキキで結団式が執り行われました。今回のミッションの参加メンバー11名が...

低い水準の手数料率、地域ブランドで他社と差別化

日本の保険業界との大きな違いとしては、労災保険が民間に開放されているという点です。

2008年には120名在籍していた社員数は現在95名、景気回復の遅れのせいもあり、現在の人員で処理可能な仕事をこなすという方針で当面は増員しない方向です。

DTRICでもう一つ驚いたのは日系人の多さです。名前だけを見ていると日本にいるのかと錯覚するくらい日系人が多...

平均手数料率が10%のハワイでそれだけの生産性を上げるのは素晴らしいことだと思えます。日本では、アドバイザー本の人当たり売上と今...

同社の特徴としては、アメリカには、フルコミッションエージェントとサラリーエージェントがあるようですが、フルコミッションの営業がいな...

だが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

逆日本と似ていると感じた点は、通信販売系のネット型自動車保険が伸びてきているという点。とりわけAIGハワイのダイレクト型については、更に保険料を平均12%ダウンさせるとの発表もあり、DTRICと表も対応を考慮しなければならぬとのこと。

研修2 MATSUKAWA INSURANCE AGENCYの視察。研修で16日の午前中に伺ったのは、MATSUKAWA INSURANCE AGENCYというハワイでは非常に珍しい1社専属代理店のビジネスモデル見学でした。

平均手数料率が10%のハワイでそれだけの生産性を上げるのは素晴らしいことだと思えます。日本では、アドバイザー本の人当たり売上と今...

同社の特徴としては、アメリカには、フルコミッションエージェントとサラリーエージェントがあるようですが、フルコミッションの営業がいな...

だが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

いたが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

だが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

だが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

いたが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

だが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

だが、事務量が増えるにたいがい、顧客との接点を含め、バックオフィスを効率化させ収益性を高めていったとのことだ。

代理店としての差別化は徹底した地域ブランドインクでした。事務所は銀行の支店を買い取った物件であり、入口からスマートで知的なイメージで充満したオフィスです。また、社長の車も従業員も、すべてが...

Table with 2 columns: 事業役職・名前/保険部会役職/所属J.C. (会社名 役職) and 参加メンバー一覧. Lists names and roles of participants.

(続く)