

KIBAN 花岡代表インタビュー

代理店に「外部経営管理本部サービス」提供 組織、財務、法務など必要領域を一体的支援

保険代理店を取り巻く環境が大きく変化している。改正保険業法への対応や業務品質評価制度の導入、比較推奨販売規制の見直しなどを背景に、代理店にはこれまで以上に高度な経営管理体制の構築が求められるようになってきている。その一方で、多くの代理店は長年にわたる保険会社の販売チャネルとして育成されてきた経緯があり、人事、財務、法務、コンプライアンス、内部監査といった管理機能を十分に備えているとは言い難い状況にある。こうした課題を受け、今年7月に設立されたKIBAN(株)は「保険代理店向け外部経営管理本部サービス」を開始した。また、保険代理店経営を体系的に整理する「保険代理店経営学研究所」も設立し、経営管理の「見える化」にも取り組む。花岡慎代表取締役CEOに、会社設立の背景やサービス内容、今後の展望について聞いた。

——KIBAN設立の経緯と事業の概要について。
花岡 中々感じてきたのは、多くの保険代理店が営業に優れている一方で、経営管理に大きな課題を抱えているということだった。従来の保険代理店は保険会社の販売チャネルとして位置付けられていたため、「営業さえ頑張ればよい」という期待が強かった。しかし現在は、保険会社からも金融

「保険代理店経営学」打ち立て、研究所も設立

——具体的などのようなサービスを提供しているのか。
花岡 事業計画、人事・組織、財務、法務、コンプライアンス、内部監査、M&A・PMIなど、経営管理に必要な領域を一体的に支援している。保険代理店の経営者は営業責任者でもあり、多くの場合、全部を一人

一つ目は、商品が自社で設計できないこと。二つ目は、手数料体系によって売上げが左右されること。三つ目は、規制産業であること。四つ目は、顧客と保険会社という性質の異なる二者を同時に満たす「二面市場」に立っていること。そして五つ目が、営業組織であると同時に募集管理会社でもある、になる。こうした特殊性があるため、保険代理店では経営管理そのものが競争優位の源泉になると考えているが、その特殊性がこれまで十分に整理されてこなかった。保険代理店

——「経営管理そのものが競争優位」という考え方について。
花岡 一般企業では経営管理はバックオフィスやコストセンターと捉えられることが多い。しかし保険代理店では事情が異なる。現在は業務品質

——「保険代理店経営学研究所」を設立したの背景について。
花岡 保険代理店経営は今まで十分に学問的整理がされてこなかった。そこで「保険代理店経営学研究所」を設立し、体系化に取り組んでいる。研究テーマは五つある。「総論・基礎理論」「経営管理・組織・人材」「制度・法務」「企業価値・M&A・資本」「未来・エコシステム」で、保険代理店特有の経営課題を理論面と実務面の双

方から整理している。また、日本保険学会での研究報告なども通じて、研究成果を発信していきたいと考えている。学術的な議論だけでなく、実際に代理店経営の現場に役立つ知見として提供していきたい。

——なぜそこまで研究に力を入れるのか。
花岡 保険代理店業界には体系的な経営理論が不足していると考えている。これまでは商品研修やコンプライアンス研修が中心で、経営そのものを学ぶ仕組みがほとんど存在していなかった。しかし、現在の環境下では経営ができなければ代理店として存続していくことが難しくなっている。だからこそ、一つの理論体系やストーリーを示し、そこから各代理店が工夫できる状態を作り

たい。その思いが研究所設立の背景になっている。——今後の展望について。
花岡 まずは「外部経営管理本部」という考え方を業界に浸透させたい。経営管理に悩む代理店が安心して相談できる存在になりたいと考えている。また、保険代理店を、保険会社の販売チャネルとしてだけでなく、一つの独立した産業として発展させたいという思い

もある。若い人が魅力を感じ、将来のキャリアとして選択できる業界にしていきたい。そのためには経営を「見える化」し、再現可能な仕組みにしていけることが必要になってくる。

保険代理店、保険会社、金融行政の三領域をつなぐ存在として、独立した立場から業界全体の発展に貢献していきたい。「経営基盤」で代理店の未来を支える存在になることが当社の目標となっている。



花岡代表