

将来構想のキャッチフレーズ

お客様一人一人のニーズに合致した無理のない、無駄のない  
保険商品提案のため共に考え、お役に立てる代理店を目指して

これまで  
どうだった？

資源

全国区の顧客  
情報と管理体制、各保険会  
社の商品情報

ビジネスモデル

大型保険代理  
店のフラン  
チャイズで事  
業拡大

提供価値  
(誰に・何を)

保険商品の代  
理販売

課題

商品・サービスのコモディティ化  
販売規制による社員の意識変革

20\_\_年には  
こうしたい！

資源

全国区の顧客  
情報と管理体制、各保険会  
社の商品情報、  
メーカー、公  
官庁とのつな  
がり

ビジネスモデル

フランチャイズ  
制の精度向上、  
管理仕組み化、  
少額短期保険  
などの独自商  
品提供、他業  
種の商品・  
サービス

提供価値  
(どんな相手に・何  
を)

保険商品販売  
+  
独自の商品販  
売、サービス  
の紹介など

外部環境

人口減、市場規模縮小、  
ビックデータによるリスク  
管理で保険料減、官庁に  
よる販売規制、フィンテッ  
ク、インシュアテック

20\_\_年に向けていまからどうするか

- ・業務品質、管理体制の向上
- ・代理店統合 M&A クラスター制度
- ・保険会社との提携、にぎり
- ・人材確保
- ・サービス向上
- ・他業種提携