

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