

# 代理店経営情報

シンニチ代理店版

「今後、保険業界で生き残るためにはどうしたらいいだろうか？」  
 こんなふうに考え、語ったことはないでしょうか。もちろん、保険業界  
 の変化、コロナの感染拡大など、予測できない時代ですから、「生き残  
 り方」も大切です。しかし、私たちが今語るべきことは、生き残った先  
 の未来ではないでしょうか。今回は、「経営者の語るストーリー」の重  
 要性について一緒に考えたいと思います。

## コロナ禍だからこそ、 夢とストーリーを語ろう！

### あなたの語る 未来とは？

あなたは普段、スタッフ  
 フに「どのような言葉」  
 で会社の未来を語ってい  
 ますか？ 顧客に「どの  
 ような言葉」であなたの  
 会社がもたらす価値を伝  
 えていますか？ 日本中  
 リーダーにとって、言

が地震、台風、コロナ感  
 染拡大に不安を感じてい  
 る中、プロ代理店の存在  
 価値は高まるばかりで  
 す。そこで今回のテーマ  
 とし取り上げたいの  
 は、スタッフや顧客に対  
 して、「あなたが発する  
 言葉」です。

### パタゴニアの ストーリー

ここで、ストーリーを  
 語ることの重要性をお伝  
 えするために、事例をご  
 紹介します。アウトドア  
 用品、衣料品の製造販売  
 を手掛けるメーカーであ  
 るパタゴニアという会社  
 をご存じでしょうか。そ  
 の創業者が書いた『社員  
 をサーフィンに行かせよ  
 う』(東洋経済新報社刊)  
 という書籍に私は感銘を  
 受けました。パタゴニア  
 の創業者であるイヴォン  
 ・シュイナード氏は、伝  
 説的なクライマーでもあ  
 り、サーファーでもあり  
 ます。そして、彼が掲げ  
 る「人生を通して愛し、  
 楽しんできた自然を保護  
 するという目的」をまっ  
 事に実践している会社がパ  
 タゴニアです。

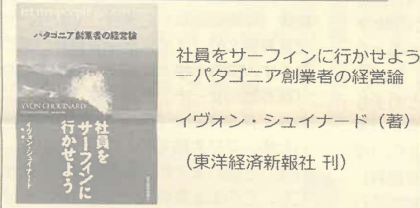
## 社長が3か月不在でも 持続成長する代理店を目指す！

1985年以来、パタ  
 ゴニアは自然環境の保護  
 /回復のために売上の1  
 %を利用することを誓約  
 し、これまでに総額89  
 00万ドル相当の寄付を  
 実施しています。パタゴ  
 ニアのホームページに  
 は、自分達の存在意義が  
 1ページを使い綴られて  
 います。これこそが、顧  
 客やスタッフを魅了して  
 いるイヴォン・シュイナ  
 ード氏が語ったストー  
 リーのようです。

### ストーリーが 浸透した組織

書籍を読んでファンに  
 なった私は、一度は米国の  
 の本社を訪問してみたい  
 と思っていました。そし  
 てその念願が数年前にか  
 なったのです。カリフォル  
 ニア州の本社を訪問し  
 た際には、社内を案内  
 いただき、「社会貢献活  
 動への取り組み」から  
 「スタッフは本心にサー  
 フィンに行っている  
 か？」というミーハーな  
 質問まで、20年以上勤務  
 する女性スタッフの方が  
 熱心に答えしてくれまし  
 るストーリーには人の心  
 を動かす力があるのだ！  
 と。あの光景は今でも鮮明  
 に覚えていて  
 今後も忘れない  
 でしょう。  
 あなたが語る  
 ストーリー  
 は、あなたの  
 会社の企業文  
 化そのもので  
 す。あなたは  
 何を語るでし  
 ゃうか。

### 書籍紹介



社員をサーフィンに行かせよう  
 -パタゴニア創業者の経営論  
 イヴォン・シュイナード(著)  
 (東洋経済新報社刊)

社長が3か月不在でも  
 持続成長する代理店を目指す！

**誰も教えなかった! 96**  
**保険代理店が「家業」から「企業」になる方法**  
 シリーズ3  
 株式会社ブレインマークス  
 代表取締役 安東 邦彦  
 【プロフィール】  
 『収保10億円を実現する代理店づくり』  
 をコンセプトに代理店を支援するコンサルタント。代理  
 店の組織化、ブランド化を得意とし、保険代理店経営アカ  
 デミーを主宰。運営組織：プロ代理店経営アカデミー  
<http://www.hoken.brain-marks.com/>