

# 代理店経営情報

シンニチ  
代理店版

代理店が大型化を目指すようになったことで、「マネジメント」に悩まされている代理店経営者が増えています。「マネジメント」といっても、組織のマネジメント、人のマネジメント、事業のマネジメントなど、様々なものがあります。しかし、それぞれに「成果」が求められます。つまり、マネジメントの目的とは、「成果を生み出すためのもの」と言えるのです。今月は、マネジメントで成果を生み出す「仕組みづくり」について、考えてみたいと思います。

## 「経営の仕組み化」に

### 取り組んでいますか？

なぜ、仕組み化  
なのか？

代理店において、「経営の仕組みづくりが重要」と聞いて、あなたはどのようなイメージを抱くでしょうか。実際にお伺いしてみると、「営業

の属人化を防ぐことができる」「誰が業務を行っても同じ成果が提供できる」「組織化するために

けるための仕掛け」などの

経営者から、「いろいろと試行錯誤して、営業や教育の仕組みづくりにチャレンジしてみたが、うまくいかない」というご相談をお受けします。いわゆる、勉強熱心な経営者なのに、やってもやっても効果が出ない…。仕組みそのものが悪いのか。社員の動機づけが足りないのか。何が原因なのか、検討が付かないという状況です。話を掘り下げていくと仕組みと言うものを根本的に理解していないケースが多いのです。

### 仕組みづくりの3ステップ

例えば、あなたが「契約更改を活用した多種目提案の仕組みをつくりたい」と考えたとき、まずは「何から始めるでしょう。どうすればその仕組みにたどり着くでしょう？」

### 地道な 試行錯誤

このイメージがもていないため、多くの場合仕組みが完成しないのです。ここから、「仕組みづくりの3ステップ」をご紹介します。第1ステップは、「オペレーションの設

を試行錯誤しながら改善していくことでしか「多種目販売の仕組み」は完

成しないのです。仕組みづくりを簡単に考える方も多いのですが、仕組みで成果を生み出している代理店は、試行錯誤を繰り返して、微調整を重ね、再現性を生み出すために努力と時間を費やしています。なぜなら、

## 仕組み化の3ステップ

→第1ステップ

オペレーション設計

→第2ステップ

道具の設計と制作

→第3ステップ

教育・トレーニング

「仕組みづくりこそが経営者の重要な仕事である」ということを理解しているからです。その結果、まねできない仕組みが生まれ、差別化が可能になります。あなたの会社ではいかがでしょうか。もし、仕組みの効果を実感できていないなら、どのステップでつまづいているのかを点検してみてください。

## 誰も教えなかった！108

### 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/>

社長が3か月不在でも  
持続成長する代理店を目指す！