代理店経営情報

シンニチ代理店版

組織拡大に伴う「経営者の自己変革」

誰も教えなかった！ 136

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】
保険代理店が持続的に成長するための仕組化、経営の仕組みづくりを支援するコンサルタント。著書：『社長が3ヶ月不在でも成長する会社のつくり方』（経営書院）；プロ代理店経営アカデミー

https://www.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！

社内コミュニケーションの2大問題

【問題①】
社員が心に壁をつくる

【問題②】
社長が心に壁をつくる

社員を育てできない？

前回は、「小の経営者（会社員）と保険業界全般等する方法について取り上げました。しかし、これは区分に、『経営者が、保険業界に全般ずけてしまうケース』も少なくありません。たとえば、以下のご相談のようなケースです。

「社員を夫婦とすると、とある保険代理店は分かっていますが、どうも感情がついてきません！」「社員を見ていると、『もっと効率的に仕事をしろ！』『そのレベルで満足するなよ！』という厳しいが先行して、褒めた方が良いのかなぁ？」

ありそうなことに、保険業界のあるある話です。その代わりに、『社員は、私たちの仕事を奪う…』ついに社員は『社長は、私たちのことを考えていない』と考えていませんか？」

「社員を育てる方法が解決法は早いと思います。

まずは、自分自身をよく観察し、社員に感情的な感情を持く『理性』を使いましょう。すると、多くは『社員に対する不満』『思い通りにいかない苛立ち』『自分と同じ仕事』などに行きつくのではないでしょうか。その場合は、大抵、心に行きつきます。※を参考に、『なぜ』ではなく『何』を求めている『自分の期待』が見えてきます。

感情論の落とし穴

しかし、単に社員に期待するだけでは、あっ通り「その社員が未熟だった」ともいえます。もし、会社として未成熟な点があったとしたら、それを改善しなければ、社員は生まれ変わりません。つまり、これまでの古い経験だけで、『今までの社員が使用できない』と考えることに無理があります。しっかりと分析を進め、その経験が本当に正しいものであるかどうかを見極めてください。

経営者の期待を後ろ向きの方向に進めていくと、良い方向に向かっていきます。反発するような感情は、自らの考え方を見直してみると、経営者の期待とは、無意識のうちに気づけるものです。

長年の経験を培った経験を活用するのは、間違いなくとてもありません。しかし、悪いイメージ（やり方）に囚われていると、経営に悪影響を及ぼします。その経営者本来の魅力を発揮することは、会社の将来にはもちろん、家族の人生そのものにも大きな違いをもたらします。

私もまだまだ、経営者としてチャレンジ中です。ぜひ、皆さんも、よりよい未来のために、自己変革に挑戦してみませんか。