

さらなる安心を提供

— 保険代理店の新たな戦略 —

顧客へ付加価値提供

ドライブレコーダーに着目

茨城県牛久市 (有)総合保険社

自動車事故の防止や複雑な事故を解明する切り札として「ドライブレコーダー」が近年注目を集めている。航空機に設置が義務付けられているフライトレコーダーのいわば自動車版といえるこの商品は、ドライバーの安全意識を高めたり、録画した映像が事故発生後に客観的な証拠として活用できることから、タクシーやトラックを中心に普及している。また、カー用品店や家電量販店でも取り扱われるようになり、個人の活用も進んできた。そのドライブレコーダーに早くから着目し、顧客へ積極的に提案している保険代理店がある。茨城県牛久市で地域に密着した営業を行っている(有)総合保険社(佐藤彰洋社長)だ。同社は、保険代理店として顧客に「安心」という付加価値を提供することで他社との差別化を図ろうとしている。

東京海上の研修生だった佐藤社長の父親が約35年前に創業した同社は、現在は、夫婦が中心となって自動車保険を中心に

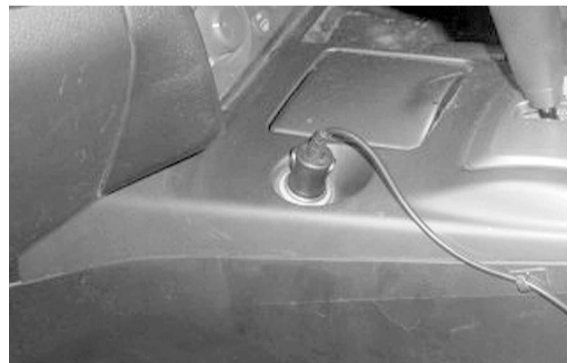


佐藤夫妻

損保一般種目で収保約8000万円を有する地元密着型の代理店だ。ドライブレコーダーは、もともと取り扱いメーカーの(株)安心マネジメントの「あんしんmini」が



販売する「あんしん mini」(安心マネジメント社)



電源はシガーライターから

大慈彌拓也社長と佐藤社長のそれぞれの父親が旧知の關係で、以前から販売していた。しかし、初期の商品は大型で配線も難しかったため、成約まではなかなか結び付かなかったという。約2年前、従来品よりコンパクトで安価、簡単に取り付けできる新商品「あんしんmini」が

発売されると、ニュース番組などマスコミでも数多く取り上げられるようになった。

「テレビに出ている商品が家庭用に改良しましたといえるようになったことで、お客さまに勧めやすくなった」と佐藤社長。

その後、事務所には次第に商品に関する問い合わせが相次ぎ、運送会社へ同時に5台導入するな

ど契約者中心に販売が進んだ。「2万9800円の値段を高いという方もいる一方で、『そんなに安く買ったんですか』という方もいます。非常に高価なものだから付けられない」という先入観を持っている方もまだいるようです」と語る佐藤社長は、2年で18台を販売した。

佐藤社長のモットー



常磐線ひたち野うしく駅近くの事務所

は、顧客が事故に遭った際はできる限り駆け付けたいこと。それが顧客からの信頼獲得につながるからだ。ドライブレコーダーを販売してよかったです。この点について次のように語った。

「保険の契約者で、バイクと車が絡む交差点での事故に遭った方がいました。当初は双方の主張がかみ合わず、交渉が難航するかと思われたが、搭載していたドライブレコーダーに当時の映像が録画されていたことから早期に解決した」。また、「この近辺では、いわゆる『当たり屋』が多く、特に高齢者は相手にすこまれると、その後、なかなか交渉がうまくいかないようです。そういうときに、ドライブレコーダーの映像があると安心です。よね、と提案して購入いただいた方もいます」

顧客にさらなる「安心感」を持つてもらおうという点でも、ドライブレコーダーの販売は非常に重要だという。現在は、主に更改した契約者に送る書類に商品のパンフレットやチラシなどを同封して宣伝活動を行っている。

佐藤社長は「最近の商品が販売される場所が増えましたが、一番の宣伝は『口コミ』だと思います。身近にいる利用者の声を直接お客さまに伝えることで、より説得力が

増します。今後は月2台以上の販売も可能だと思います」と語る。保険代理店が得意とする「お客さまとの対話」こそ、この商品の販売には有利に働くのではないかと考えている。

今後について佐藤社長は「既存の契約者へのクロスセル販売を進め、1時期は1億円を超えていた一般損保の契約高を元に戻せるよう活動していきたい」と意気込む一方、「一人でも多くの顧客に安心感を持ってもらえるよう、ドライブレコーダーの販売も続けていきたい」と抱負を述べる。今後も保険の販売と両立させ、顧客に新たな付加価値を提供していく考えだ。