

法人向け相談サイト 月間200件以上のアクセス数

法人向けの保険相談サイト「仕事の保険110番」を運営する(有)東京リスクマネージメント。2003年に開設したこのサイトには現在、月平均200件以上のアクセスがあり、設計実績は3000社以上にも及ぶ。サイトから相談内容や必要事項を受信すると、電話をかけてリスク状況を確認。最適商品のプランニングから成約というプロセスだ。主に、労災上乗せ保険や総合賠償責任保険などの損保契約が多く、同社の対応に対して「親切・早い・距離感がない・手続きが簡単」という声が多く届いている。代表取締役である大室順一郎さんにサイト開設の経緯や今後の方向性を聞いた。

地方の法人からも相談続出

「仕事の保険110番」(写真右下)には、全国の中小企業から月間200件以上の保険相談がある。相談メール受信後に、大室さんは必ず電話をして要望やニーズを詰めていく。

成約率はそのうちの1割程度だが、契約後のフォロー、事故処理体制をきめ細やかに整備することで、継続率約9割を維持し、迅速で丁寧な対応

「仕事の保険110番」(写真右下)には、全国の中小企業から月間200件以上の保険相談がある。相談メール受信後に、大室さんは必ず電話をして要望やニーズを詰めていく。

成約率はそのうちの1割程度だが、契約後のフォロー、事故処理体制をきめ細やかに整備することで、継続率約9割を維持し、迅速で丁寧な対応



代表取締役 大室 順一郎

おおむろ・じゅんいちろう 三井海上火災保険の研修生を経て2000年に独立。同社設立。2003年より法人向けの保険相談サイトを立ち上げる。1974年東京都生まれ。趣味は柔道・サーフィン。

(有)東京リスクマネージメント

足立区の綾瀬に社屋を置いた。その後、千代田区神田に移転。

3年後に、法人向けの保険相談サイト「仕事の保険110番」を開設。その動機を次のように語る。

「当初は研修生時代と同様に、個人顧客向けにチラシ広告を自社刷りして配布する営業スタイルでした。しかし、お客さまの反応が悪く、もはや紙媒体の時代ではないと気づいたので。そこで、マーケティングの勉強を始めました」

大室さんはいろんな本を読み漁り、セミナーにも参加して営業戦略を研究。習得した様々なことを実践し、小冊子を配布したり、セミナー営業などを試したが、期待以上の反応はなかった。

ホームページを自主製作するセミナーに参加したときに、インターネット販売がひらめいた。たしかに、インターネットの普及が目覚ましく、今後もますます加速し続け、活用範囲の拡大やユーザーの年齢層も広がる予兆を感じた。

何より、遠隔地でも対応でき、コストも少なく

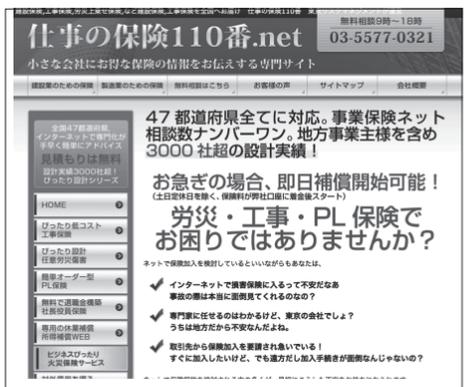
済む。

「サイトを法人向けにしたのは、当時個人向けより競争が少なかったからです。さらに、当時は飛び込み営業でも多くの成果を上げていたが、お客さまの声を分析していくと、法人保険の約款解釈・事故処理担当者の社内での利害調整まで精通している営業マンや代理店は皆無に近く、本当に安心感を持って保険を

では、実際にどんな相談が寄せられているのか。

- ①マンションの管理組合から、水漏れ事故が発生した場合に備えるための保険はあるのか。
- ②建設業から、これから暑くなるが万が一作業員が熱中症になった場合に備えたい。
- ③取引企業から、PL保険に未加入なら取引を断ると言われた、どうしたらいいのか。

その他、多様な相談が寄せられている。次に他サイトとの差別化については、次のよう



1年間位は全くアクセスがなかった。

「当初はブランドデザインやマーケティングの知識が全くなかったため、どうして

もこちら側の目線で文章を書いていたのです。だから、全くアクセスがありませんでした」

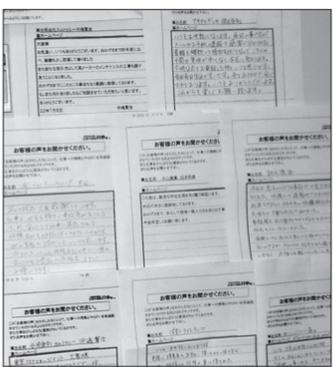
そこで、アクセスを増やすための工夫を模索した。本を読んだりネットで調べて、一人でも多く

「私は建設企業が抱えているリスクの専門家です。いまはネット社会なのでインターネットで簡単に相談できますよ」とサイトのトップページで紹介する。

感謝の声 「親切・早い・距離感がない」

- ①休日・夜間を問わず24時間・365日態勢で事故受付。
- ②保険金請求に必要な書類の作成をサポート。依頼があれば示談書などの専門書類も無料作成。
- ③複雑な事故や保険会社との話し合いが難航している場合、示談代行のアドバイザーやスペシャリストも派遣。

加えて、契約者フォローとして月1回、情報提供のためのメルマガと「お変わりありませんか」と



全国展開するため、全国展開するため、全国展開するため、全国展開するため、全国展開するため、全国展開するため、全国展開するため、全国展開のため

(樋口)

たとえば、地方の建設会社が必要とする賠償責任保険や工事保険に詳しい人は、その建設会社の近くにいることは少ない。いざ事故が発生したとき、保険会社の支払い担当者や約款解釈で互角に交渉ができるレベルになるとさらに数は減る。近くの保険代理店が扱っていないも、保険金請求書類の整備すらわからず、事故処理は保険会社任せになるケースが多い。

「ブランドینگが成功すれば、必ずアクセス数の増加に繋がると思いました」