

保険代理店を全国展開するホロスホールディングス(京都市)社長の堀井計(56)は大生命保険会社を飛び出し、保険の流通革新に挑む。金融庁による規制強化の流れが強まり、業界が大きく揺れるなか、堀井は保険を中核に据えて、消費者の生涯に寄り添える会社づくりを目指す。経営環境の変化にひるまず、事業モデルの進化を急いでいる。

「保険業法275条3項に抵触する。速やかに体制を見直してほしい」。2013年12月、金融庁から届いた通知に堀井は衝撃を受けた。ホロスが抱える保険募集人の販売形態の大幅な見直しを命じる内容だったのだ。従来は「委託型」と呼ぶ保険代理店と募集人が委託契約を結ぶ形態だったが、今後は雇用、出向、派遣のいずれかに変更が必要だ。直接雇用になると社会保険料などコスト負担が増える。

さらに16年4月には保険業法の大改正を控える。ホロスのように複数の保険会社の商品を取り扱う乗り合い代理店の場合、顧客になぜその商品を勧めるのか比較推奨の理由を述べるのが義務付けられる。代理店は社員の研修や管理・監督体制の強化を迫られる。だが、堀井は「ピンチはチャンス」と強気だ。

保険販売 規制強化は商機

ホロスホールディングス社長

堀井 計氏



ほりい・けい 1981年京都産業大外国語卒、タイエーグループ入社。ソニー生命保険などを経て、2001年ホロスプランニング設立。14年ホロスホールディングス社長。京都府出身。

トップの挑戦

の保険販売に違和感を抱いていた。顧客のニーズに合った商品があっても

独立系の強みを生かし、FPが顧客を訪問して約30社の保険商品からライフプランに合った商品を選出する。堀井が打ち出したビジョンに共感した大手出身者が次々と参画、事業を拡大してきた。次の一手も仕込んでおく。1つがプランニング戦略。4月にFPに代わって「将来設計士」という言葉を打ち出した。14年7月期に約28億円だった売上高を16年7月期に50億円にする考えだ。狙うは訪問型の保険代理店で初の新規株式公開(IPO)だ。

ライフプラン作り支援

ホロスが抱えるのは大手保険会社で10年程度の経験を持つファイナンシャルプランナー(FP)で、専門性の高さには自信がある。来年3月までに200人の約9割を直接雇用に切り替える。

堀井はソニー生命保険他社の商品は勧めるのが難しいのだ。業績を収めた後、01年に起業。大手保険会社とは異なり、消費者の立場に立つた購買エージェントになる。ホロスは

ゆるキャラ「くまモン」の生みの親、小山薫堂(50)にネーミングを依頼し商標登録も済ませたほどのこだわりだ。「保険金の支払いは最低限のサービス。あらゆる生活シーンに必要なサービスを提供する」。例えば、将来設計士には保険の知識だけでなく、予防医療も学んでもらう。健康に役立つ情報や商品を契約者に提供して「世帯一保険金を払わない代理店」を目指す。

規制強化で「中小代理店は生き残りが難しくなる」とみて、M&A(合併・買収)も積極的に仕掛けていく。新規採用も増やしFPは2年後に500人にする計画だ。強気の姿勢の裏には設立10年余り、ホロスを有数の独立系保険代理店に育てた自負がある。



将来設計士が顧客のライフプランに合った商品を提案する

もつ1つはデータを活用したマーケティング事業だ。2年前に「Tポイ」を運営するカルチュア・コンビニエンス・クラブ(CCC)と提携し、会員組織「Lclub」を始めた。保険契約者の家族構成や「いつごろ家を購入したい」といった情報を基に様々な商品を紹介する。例えば、子供が3歳の誕生日を迎えた際、3歳児に人気がある商品の情報をメール配信する。この仕組みを他の代理店にも開放し、将来は100万人の会員数を目指す。

敬称略 (鈴木健二郎)