

誰も教えなかつた！ 74

## 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】  
「情報提供型」営業を支援するマーケティング・コンサルタント／保険代理店のブランド化・営業の仕組み化を提唱している。著書：「営業のミカタ」  
運営組織：保険と保険営業の社会的価値研究会

<http://www.hoken-kachi.com>



シリーズ3

## 社員の定着が成長の力ギ?

「ハッカオーバーの定着率が低い」、「研修生に送り出した營業がすぐに辞めてしまう」、「社員が長続きしない」というご相談が増えています。 「最近の若いヤツは辛抱が足りない」と言いたく、長を繰り返すのです。もちろん、このような時代の流れ、つまり、転職意識をうまく活用した会社が成り立つのです。

## 「社員の定着率向上」が 代理店成長のカギ!

前回は「やる気が出る会社」「やる気が出ない会社」に関するアンケート調査に基づき、社員のモチベーションを下げる要素、上げる要素についてお伝えしました。今回は、社員が辞めた理由の「本音ランキン

社長が3か月不在でも  
持続成長する代理店を目指す！

か?」「新しい人生が会社の向こうにあるのだろうか?」「永く働ける会社じゃないかも?」といふものです。この「負の感情」は、社員に「『この会社と共に自分の未来を切り開いていこう!』という目的年次発表した、退職者が社員と経験を積み上げてきますので、安定した品質を提供しやすい環境になります。ここで、退職した社員のボンネについても考えよう。【図1】は、リクナビが2016年に発表した、退職者の年次発表した、退職者が

【図1】社員が辞めた理由の「本音ランキング」

第1位	上司の仕事の仕方が気に入らなかった	23%
第2位	労働時間・環境が不満だった	14%
第3位	同僚・先輩・後輩とうまくいかなかった	13%
第4位	給与が低かった	12%
第5位	仕事内容が面白くなかった	9%
第6位	社長がワンマンだった	7%
第7位	社風が合わなかった	6%

※参考：退職理由のホンネランキングベスト10  
<https://next.rikunabi.com/tenshokuknowhow/archives/4982/>

## 代理店経営情報

シンニチ  
代理店版

辞めた理由の「本音」が  
キング」です。

意識と覚悟を失す。目的意識と覚悟を失い社員は、成長の変化する痛みと向ません。また、「せん」つまり、社員が会社の価値を失ってしまうのです。

わせま  
倍のな  
ために  
き合い  
顧客の  
利きま  
今いる  
を見失

う。運営者が取り組むべき課題が多  
く、そのためかもしれません。実際には、  
際に社員コミュニケーションの一環として、  
ヨンが円滑な会社作りに貢献する  
ことが好評です。

あなたたの会社は、今の社員の  
転職意識の高まりを味方につけて、  
自分たちのため、何をするべきでしょ  
う？ 一度振り返ってみてください。  
（著者）

### 目的意識と覚悟を持った社員の育成

ク」も役立てていきましょう。順位の中身を見てみると、第1位、第3位、第6位、第7位など、半分以上は人間関係です。つまり、「人間関係の田