

人手不足が進む中での
生産性向上の実現

現場力の再構築が急務

2024車検・車販・レンタカー・保険

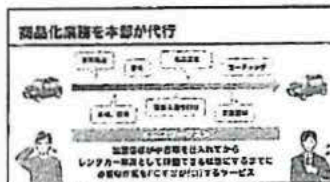
競争力のある商材 は最適な利益を生む

▶SSレンタカー編

ニコニコレンタカーFC本部/
レンタス

(神奈川県横浜市)

24年の
新・加盟店サービス

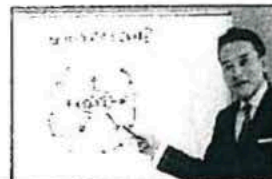


▶保険収益編

BRAIN CORPORATION

(東京都・熊本事務所)

ロイヤルカスタマー拡大が必須!
“自動車保険”を強化し
荒波に備えよ



▶人材採用編

チームエル

(東京都中央区)

3つのフェーズを強化し
入社する人も企業も幸せに!!

▶顧客管理システム編

アイ・シー・エヌ

(福岡県北九州市)

ジャンボディスプレイ

(京都市)

GuestBookに新機能

冬タイヤのセリアル値で交換時期を自動管理

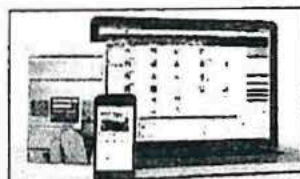


▶車販・整備システム編

JCM JOCAR事業部

(東京都千代田区)

クラウド上で情報共有
スマホ、タブレット端末で
本格商談

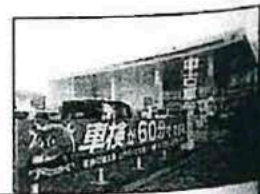


▶車検強化編

車検の速太郎

(広島市/東京オフィス)

SS車検の
ベストブランドパートナー



ロイヤルカスタマー(生涯顧客)拡大が必須!

ストックビジネス

“自動車保険”を強化し

荒波に備えよ



BRAIN CORPORATION

(本社東京都、熊本事務所)

保険収益

編

SSSで扱ってべき自動車保険 その収益構造と 取り組み事例

「仮に毎年1000件の新規契約(切り替え)を獲得したら、5年後にはいくらのキャッシュになるかご存知でしょうか?」と市川善弘社長。「1件あたりの手数料が2万円と仮定すると5年後には、1千万円のキャッシュが手元にあることを意味します。SS業界が扱う商材の中で自動車保険は唯一、一度、獲得した分だけ、倍々ゲームに収益が膨らんでいく商材と言えるのです」と強調する。

同社では「SS店舗完全完結型」の教育を提案している。というのも、「顧客はSS店舗についているため、本社保険部から知らない担当者が来るより、各店舗の社員と顧客との人間関係を生かす方が契約を取りやすい環境にあるから」だという。

同社が受け持った車検専門

市川善弘社長



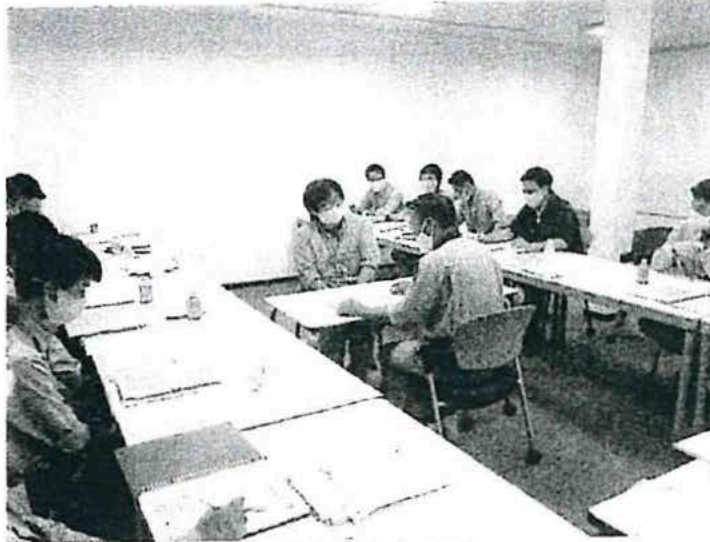
店の実例では、400台だった車検台数が、4年後には2500台となり今も伸長中だ。この店では、フロント社員3人で車検客から毎年400件以上の自動車保険の新規件数を上げており、「弊社と取り組んで4年の現時点で約3000万円以上のキャッシュを確保され、過去からの継続契約も含め、全事業収益に対する自動車保険手数料収益ウエイトは20%を超えています」というのだ。

唯一無二の 自動車保険推進 教育手法とは?

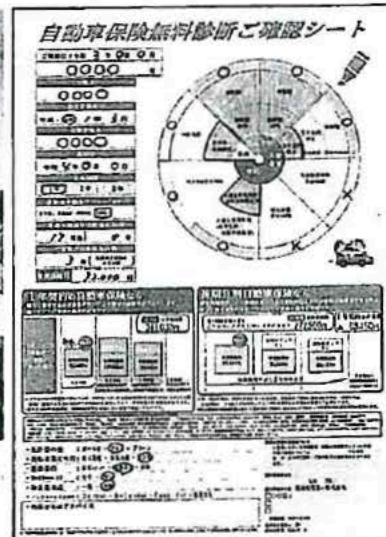
顧客は自動車保険に代理店や

通販会社で加入している。そこに割って入って切り替えてもらうことは、よほどの信用がない限り容易ではない。同社では「俳優が台本を用いて練習し、素晴らしい演技をするよう」に各社の業務実態に合った「保険編」「車販編」「車検編」、それぞれの台本を作成。顧客に信頼される知識と話力を身につける「真剣ロープレ」による人財育成を行っている。

まず重要なことは、「顧客はSS運営側が思っている以上に、給油以外にどんなサービスが行われているのか知らない」という前提認識のうえで、顧客に視覚で説明できるツールを用意し、顧客のカーライフすべての面でサポート可能な会社であることを説明できる話力を磨くこと。ここが「生命線」であり訓練が欠かせないという。



「真剣ロープレ」の様子



全顧客へ顧客日線の証券診断サービスの実施

また、本格的な証券診断サービスをやっている事業者は皆無に等しく、ここにも商機がある。同社が約7000件調査した結果は、表1の通り。「被害と補償

償のミスマッチ」が発生しており、「多額の無駄払い案件」も多い。このような劣悪な加入状況のなか、「決して提案ではなく、社会的使命感を持って、あくま

で顧客のためにアドバイスする姿勢」で証券診断サービスを行うことが、顧客の信用を獲得する第一歩だという。商品説明を「口頭だけ」で行う企業が多い

うえ、社員間で説明内容にバラつきがあったり、専門用語の多用も目につく。

「これでは顧客に理解されるはずもありません。顧客に視覚で見せて分かりやすく説明する事が大切です」と市川社長。実際に

同社が行っている例として、S各店の各種サービスをすべて網羅したハンドブックを用意。このハンド

ブックを開いたら、保険もタイヤ、バッテリー、コーティングの料金、さらには、部品交換の交換理由まで絵図なども載せており、顧客から何かを聞かれたときに瞬時に答えられる仕組みをつくっている。

**顧客接点の多いSSに強み
ストックビジネスに
商機あり**

「これからの荒波を乗り越えるためには、各店舗のファンであるロイヤルカスタマー（生涯顧客）の拡大が大切です。自動車保険の獲得は、その収益だけでなく、車販、車検、钣金などに派生していく重要な商材です。車関連業界のなかでも、顧客接点の多いSS業界にはアドバンテージがあり、油外収益の伸びしろは必ずあるのです」。

油外収益に自動車保険収益（キャッシュ）が加われば、脱石油危機の救世主になる可能性が大いにあるのだ。

エンドユーザー約7000件の調査した結果

表1

○この日本には、「被害と補償のミスマッチの補償社会」が現実にあります。

調査件数 6,825件

①お客様がご加入の自動車保険補償内容や契約内容をご理解されている *簡単な補償内容とアラインによる	分からないとの回答	6789	99%
②ご自身や同乗者を万一の事故から守る大切な人身傷害補償金額が「3000万」の割合	3000万の割合	5664	83%
③同じく、人身傷害補償金額が「3000万を超え～無制限未満」の割合	3000万を超え～無制限未満の割合	819	12%
④同じく、人身傷害補償金額が安心の「無制限」の割合	無制限の件数	136	2%
⑤搭乗中や歩行中の被害を補償する「人身車外事故補償」の加入件数（1台の場合確認）	加入していない件数	2593	38%
⑥ゴールド免許割引、運転者限定割引、特約の重複による無駄払い、複数台割引の適用無の件数	無駄払い発生件数	4232	62%

⑦自動車保険に加入していない割合は、なんと10台中3台～3.5台。日本中に危険車両が走っている。