㈱リターンハート

# YouTubeチャンネルで注目の代理店

# 志高く、伸び伸びと働ける環境創出

2015年創業の保険代理店、㈱リターンハート（東京都新宿区）では、代表取締役の前田光洋氏自らが出演するＹｏｕＴｕｂｅチャンネル「ミッツとマーコのＦＰ保険チャンネル」を約3年前から展開し、現在、登録者数が1万5000人を超える人気コンテンツとなっている。会社経営に取り組むかたわら自ら動画配信を行い、伝統的な保険代理店の枠を超えた取り組みに挑み続ける前田氏は、「動画配信は社員の協力があるからこそ続けられている。自分一人では絶対にこんなことはできない」という社員への感謝の気持ちを胸に、同社のさらなるステップアップを見据える。

## チャンネル開設の目的

前田氏自らが出演する「ミッツとマーコのＦＰ保険チャンネル」の配信内容は、保険に特化しており、「一般的な損保の解説」「資格試験合格対策」「法人営業のコツ」の三つのテーマが中心となっている。

チャンネル開設以来、「損害保険料率算出機構による参考純率改定」の動きがあれば、すぐに火災保険に関わる動画をアップし、前田氏自らが一から勉強し直して、試験対策動画をできるだけ分かりやすく解説するといった地道な努力を続けた結果、現在では、登録者数1万5000人を超える人気コンテンツとなっている。

前田氏

同チャンネルの展開について、意外なことに同氏は「目的は契約を取るためではない」と明かした上で、「主な目的は人材採用。なるべく楽しく面白く、明るい雰囲気の動画を配信することで、『なんかこの会社面白そう』と、一人でも多くの人に興味を持ってもらえたら」と語る。

保険に特化したテーマを扱う理由については、「損保の解説や法人営業がテーマの場合もそうだが、特に試験対策動画を頻繁に上げることで、単に楽しく働きたいというだけでなく、志高い人に入社してほしい、逆に言うと、当社もそうした上昇志向を持っている会社ということをアピールする意図がある」と説明する。

平均年齢35歳、合計23人の募集人が在籍する同社では、「笑い」や「感謝」を大切にするという行動指針の下、全員が伸び伸びと働いており、明るくて活発な雰囲気が社内に生まれている。「ミッツとマーコのＦＰ保険チャンネル」の動画からも、こうした雰囲気を存分に感じ取ることができる。

## ＹｏｕＴｕｂｅがもたらしたもの

# 「変化を恐れず、挑戦し続ける」

2022年度、同社はＹｏｕＴｕｂｅチャンネルなどのＳＮＳを見て応募してきた5人の従業員の採用に成功した。また、現在は前田氏の解説動画を見るなどして勉強に励んだ社員の中から、損保協会が手掛ける募集人認定制度の損保大学課程合格者8人、ファイナンシャルプランナー2級合格者5人が生まれているという。

ＹｏｕＴｕｂｅチャンネルが保険代理店経営にもたらしているものは、「やはり人材採用面での効果が中心になる」としつつ、「当然広告収入もある。また、ＹｏｕＴｕｂｅとは別に、当社の動画編集技術を生かしたコンテンツの運営による収入もある」と説明する。

そのコンテンツとは、法人損保の営業スキルを教えるオンラインサロン「Ｒｅ：Ｔｕｂｅ」で、会員は現在約100人、合計で大体月30万円の収入があるという。また、「Ｒｅ：Ｔｕｂｅ」で提供している新人教育プログラムは、大手損保会社が2023年5月の研修制度の新人教育に導入しており、引き続き24年度の導入も決定している。

「ミッツとマーコのＦＰ保険チャンネル」制作風景

こうした動画コンテンツの提供やＹｏｕＴｕｂｅでの広告による収入は、現在、同社の収益全体の7～8％ほどとなっており、前田氏は「今後、この割合を30％くらいに伸ばしていきたい」と意欲を見せる。

これまでのＹｏｕＴｕｂｅでの活動については、「いろいろな方にお会いできるようになったのは本当にプラス」と語り、「人材採用の面で多くの利益があったことはもちろん、芸能人や異業種の経営者の方などとお会いして、代理店経営に生かせる多くのアイデアを得ることができた」と振り返る。

その一方で、「楽し気にＹｏｕＴｕｂｅ配信をしていると、どうしても軽いというか『チャラチャラした』印象を視聴者に持たれがちになる」と話した上で、「だからこそ、当社ではどの代理店よりもしっかりとした基盤を構築し、ＤＸ化や顧客本位の業務運営の体制整備に真摯（しんし）に取り組まなければならない」と強調する。

## 仲間がいてこそ

もともとＡＩＧ損保の営業職員として働いていた前田氏は、自分の実力がどこまで通用するのか試してみたいという思いから、5年間の勤務後に自動的に独立する同社の研修生制度を利用し、リターンハートを設立した。

社名の由来は「恩返し」で、顧客はもちろん、保険会社、一緒に働く仲間、自分たちの家族に小さな「恩返し」を続けることが、必ず幸せの一番の近道になるという信念から名付けたという。同氏は、難しい判断や決断に迫られた時、この「恩返し」を裏切らない選択をすることをモットーとしており、この根底には、自身の損得より他人の得や幸せを優先する営業職員としての考え方が息づいている。

ＡＩＧ損保一社専属でスタートした同社だが、法人マーケットを中心とした地道な募集活動によって、創業から8年で、現在は生損保合計12社、少額短期1社を取り扱い、収保は損保だけで5億2000万円に至るまで成長している。

さらに、動画コンテンツを生かした教育プログラム「ブラザー・シスター制度」「実践ロープレ」などの構築によって、若手社員も新規法人契約が獲得できており、収保ベースで毎年1億円近く増収している。

今後の経営については「少子高齢化、自動運転技術やＡＩの進化により、これからの保険代理業はマーケットの縮小など、大きな転換期に直面するのではないかと考えている。こうした時代を生き抜くためには、変化を恐れずに挑戦し、変化に適応していく力、一方で、変化を続けるのか、止めるのかを決断する力が重要になる」と話す。

変化という部分では、現在はＣｈａｔＧＰＴなどの生成ＡＩを業務に積極的に取り入れて業務効率化を図り、その分、空いた時間を保全業務に充てるといった取り組みを行っており、保険募集の品質のさらなる向上を目指しているという。

「ここまで来られたのは、社員のみんながいろいろなことに積極的に取り組んでくれたから」と、社員へ感謝の気持ちを示す前田氏。かけがえのない仲間への「恩返し」の思いも胸に、今後も貪欲に経営に取り組む。