

「総合的な経営情報インフラを提供する日本一の企業」への道—インフォランス

インフォランスは、「インフォメーション(情報)」+「インシユアランス(保険)」という社名の通り、法人向け「保険」を中心とした、総合的な「情報」ソリューションを提供している。保険を扱っているため、「保険代理店」だと思われがちだが、インフォランスにとって保険は、顧客へ提供する「経営情報」のひとつ、という位置づけである。というのも、インフォランスの目指すところは、「総合的な経営情報インフラを提供する日本一の企業」であって、決して「日本一の保険代理店」ではないからだ。

そのビジョン実現のため、提供しているサービスは、保険だけにとどまらない。すでに、税理士をはじめとするスペシャリストとのコラボレーションによる「財務・財務コンサルティング」、「リスクマネジメント」、「営業支援」、「コスト削減」、「プロモーション支援」など、顧客の企業活動の側面をトータルサポートする。

このような経営の側面支援によって、顧客企業が安心して本業に集中できるよう環境づくりを行い、顧客企業の継続的成長と利益向上に貢献すること、それがインフォランスの使命だと捉えている。その使命にもとづいて、保険代理店という枠組みにはおさまらずに、総合コンサルティング企業として成長してきた。海外では、弁護士や会計士と同ランクに扱われるコンサルタントだが、日本ではどうしても弁

護士や会計士の下に見られがちだ。真に顧客の経営の側面を支援するためには、経営情報を提供するコンサルタントを海外並みのステータスに高めていくことも使命のひとつであり、そのためにも、日本一の企業規模となり、影響力を持つことが必要だと考える。

高度な知識とノウハウを持つコンサルタントの育成、これが重要な経営課題だと言え、その人材育成においてインフォランスにはひとつの特徴があるという。人材を重要視していない企業などまず存在しないわけで、どんな企業でも程度の差こそあれ、社内研修や社内評価体制を工夫しているだろう。そんな中、インフォランスが誇る人材育成の特徴というのは、そのような研修や評価といった社内体制ではなく、「自然と成長してしまう人間環境の提供」なのだ。

というの、その業態上、顧客が「成長企業の経営者」ばかりであり、つまり「ビジネスセンスに溢れる」「時代の潮流を掴んでいる」経営者と若いうちから接する環境が、自然と身近にあるのだ。「環境が人を作る」という言葉の通り、成長企業の経営者と膝を詰めて切磋琢磨しているうちに、おのずと「成長してしまう」わけだ。これはいくら研修や評価が充実している企業でも提供できるものではない。

この「人間環境」を活用していけるような若い力を引き上げ、育成していくと同時に、新しい経営側面支援サービスを次々と立ち上げること、また、これらの新しく立ち上げたサービスと、既存提供サービス間のシナジーを強めていくことを当面の計画としている。

◎「若さも実力のうち」完全実力主義

業界では異例の新卒中心の採用方針。これも高い業務ノウハウの集積と、完全実力主義で若い人を引き上げる仕組みがあるがゆえ。一人前のコンサルタントへと着実にステップアップできるフェアなキャリアパスのもと、パフォーマンスに見合う報酬も用意している。「お堅い」金融業界にあって、25歳で役員に昇進した社員もいる。

◎専門家の先生方を組織化できる理由

企業の多岐に渡る経営の側面支援のために、税理士等の専門家の組織化を行っている。(250以上の事務所と提携)彼らのスペシャリティに加え、知のシナジー、ワンストップサービスのメリットを活かす。もちろん専門家の組織化は容易でない。インフォランスの「実務ノウハウ」が専門家にとって魅力的だからこそできることなのだ。

◎情報システムの活用と経営者のアンテナ

インフォランスは経営情報の発信チャンネルにおいてWEBやシステムを活用しており、保険の見積りサイトから土業のマッチングシステムまで多岐に展開している。効率的なチャンネルであることはもちろん、これらは、新しいテクノロジーへの嗅覚が鋭く若くて有能な経営者を惹き付け、選別するという意外な効果もあるとか。

◎ニュートラルに流通させる「正しい情報」

世の中にはしがらみや力関係があり、ニュートラルで、正しい情報は少ないもの。たとえば保険。多くのメーカー専属の子飼いの代理店が顧客都合よりもメーカー都合を優先した情報提供になるのが現状だ。そんな中、インフォランスは、厳選した18社の商品の中から顧客を向いた、真の最適提案で、「正しい情報」の流通に貢献している。