

仕事の中に「感動」を！（33）

～ 経営理念 ～

◇「経営理念」の策定

『OSS』では、毎年GW明けに「経営指針書」発表会を開催しています。「経営理念」の記載されている「経営指針書」を初めて作成したのは、2000年のことでした。ですので、今年でちょうど“10期目”を迎えることとなりました。

今から10年前の1999年夏に、高校時代の友人から「『OSS』は良い会社なのだから、会社案内を作成してはどうか。」と言われました。そのことが、「経営理念」の策定を考えるきっかけでした。策定に際しては、「『OSS』とは、どんな会社なのだろう。私自身『OSS』をどういう会社にしたいのか。」ということを真剣に考えました。1年ほどの熟考を経て、次のような「経営理念」が完成しました。

『OSS』の経営理念 ～お客様に「安心」をお届けする～

1. 「保険」を通じてお客様のお役に立ち、お客様にとってなくてはならない存在を目指す。
2. 「安全」「安心」の提供は『OSS』の責務であり、リスクに対する契約者啓蒙活動の徹底を通じて、お客様の「リスクゼロ」を目指す。
3. お客様、社会からの「信頼」を得るため、コンプライアンス（法令遵守）の徹底は元より、「良心」に基づいたお客様本位の代理店活動を実践する。

◇出会いが次々と・・・

「経営理念」を策定しようと試みることは、当然ながら自分自身の働き方や生き方を突き詰めて考えてみることにつながりました。その効果でしょうか、策定の時期と前後して、次々と“出会い”が起り始めました。inswatch編集人の中崎章夫氏と出会い、「RINGの会」を紹介頂いたのもこの頃です。取り扱いの保険会社を増やしたのもこの時期と重なっています。また、大学時代の恩師水島一也先生の書籍『現代保険経済』（千倉書房）を手にとったことがきっかけで、先生と久しぶりにお会い頂いたのも、策定から間もない時期でした。それ以降ずっと、運命のような出会いは続いているように思います。

ところで、水島先生とお会いした際に、先生の著作『生活設計』（千倉書房）をプレゼントして頂きました。その中に「出会い」について書かれた箇所がありました。本当にそのとおりだと内容に深く共鳴した文章です。以下、少し長いですがその引用です。

～大事なものは、「出会い」が一方的に、タナからポタ餅のように先方からころげこんでくるのではなく、こちらに何かを待ち受ける感受性を必要とするということである。心の琴線がピンと張りつめていて、すこしの風が吹いても鳴り出すくらいに感受性が高まっているかが問題であって、この琴線が切れていると、いくら素晴らしい本や音楽が現れても共鳴しないのである。

このように、人生にとって大きな転機をもたらすような出会いは、豊かな感性なしには生じない。人生にとって出会いが貴重であればこそ、それを見逃すことのないように、日頃から鋭い感性を磨いておかねばならない。（中略）私たちが真に有意義な人生を送るためにも、出会いの重要性を自覚し、鋭い感受性を常に張りつめておくことが必要なのである。～

◇振り返って

今の『OSS』と、「経営理念」の策定以前を比べますと、隔世の感があります。事務所の改装やシステム化、代理店活動の効率化が格段に進みました。生損保のクロスセルを進め、生保の売上高ウエイトも高まってきました。また、他の代理店さんや保険会社の社員さん等、保険業界の方々と多くの素晴らしい“出会い”も生じました。

ただし、理想の代理店像実現への道のりは、まだまだ長いものです。そのためには、これからも「経営理念」に基づいた代理店活動を心がけ、また素晴らしい出会いを見逃すことのないよう私自身の感受性を高めて行きたいと考えます。

（保険のOSS 所長 <http://www.oss-ins.jp>）