



一般社団法人
日本損害保険代理業協会
会長 金子 智明

リスクベースでアプローチ
一番身近な立場で情報発信を

あけましておめでとう
ごきげんよう。
年頭に当たり、今年一
年が平和で穏やかな年
になりますよう祈念いたし
ます。
最高などという言葉に驚
かなくなっていること自
体が異常ですが、災害は
いつの時代もさまざまに
形で起こります。従って、
公助の前に、補償と負担
のバランスをとりなが
ら、自助の手当を行うこ
とが重要であることは言
うまでもありません。
地域をよく知る代理店
は、お客様を取り巻くま
まさまざまなリスクの分
析を、防災・減災に資す
る情報提供を継続的に実
施していくことも代理店
の重要な役割になると考
えます。
日本代協としても損保
協会や各保険会社と連携
しながら、保険の活用と
ともに、事故や災害に遭
わない、遭っても被害を
最小限にとどめるため
に、お客様の一番身近
にいる立場から情報発信
を行ってまいります。

求められる「顧客本位」

P D C C Aで業務を改善、進化

〈地震災害への取り組み〉
特に、我が国最大の自
然災害リスクである地震
・噴火・津波に備える地
震保険は、被災者が暗闇
の中から将来に向かって
一歩を踏み出す「希望の
光」となる力を有してい
ます。大規模な地震災害
から立ち直れなければ、
被災地のみならず国民経
済全体に大きな影響を及
ぼし、国は衰退してい
ます。だからこそ、地震
保険の必要性を広く消費
者にお伝えし、加入者を
増やしていくことは損害
保険業界全体の重要な責
務であると考えます。
とりわけ、日ごろ消費
者と直接接する代理店
は、地震リスクの啓発と
地震保険普及の重要な担
い手であり、地震リスク
に対する事前の備えの提
案は、我が国のお客様を
お守りする代理店の使命
であると考えます。「あ
のときもっとしっかりし
てお奨めすれば良かった」
と後悔することがないよ
う、日々の情報提供と提
案を通して安心・安全な
社会づくりに貢献したい
と考えています。
〈顧客本位とP D C C Aサ
イクル〉
さて、今業界に溢れて
いる言葉が2つありま
す。一つは「顧客本位」
です。持続的な発展を願う事
業者として当たり前のこ
とですが、求められている
のはスローカンではなく
実態です。組織の風土や仕
組みに落とし込み、具体的
に実践されていないけれ
ば意味がありません。目先の
利益ではなく、長い視点で
お客様のために何ができ
るかを考え、具体的な行動
に移すことが必要であり、
その結果として代理店自
身も成長する仕組みをつ
くることが重要だと考え
ます。
日本代協としても、各
会員の好取組を共有しな
がら、高いレベルで創意
工夫を競い合っていくた
めに、組織のあり方や
いと思います。
もう一つは「P D C C A
サイクルを回す」です。
これも言葉に流されて単
に形式的にぐるぐる回し
ていても意味がありません。
お客様から信頼され
選ばれる行動ができる代
理店をつくり上げていく
ために、組織のあり方や
業務プロセスを常に見直
し、改善し、進化させて
いくことが重要です。そ
のためには、代理店とし
ての経営理念の共有と、
そこで働く人たちが優し
い気持ちで生き生きと働
ける職場環境の構築が何
よりも大事なことであり
ます。

安心・安全な社会づくりに貢献

お客様の人生に寄り添う
顧客とのつながり
代理店の価値に

〈今後の変化に対応する〉
今後、人口減少・超高
齢化やデジタル革命の加
速的進展等により社会
環境は大きく変化してい
きます。変化には柔軟に
対応するしか生きる道は
ありませんが、将来に漠
然とした不安を感じてい
る代理店も少なくないで
しょう。
ただ、私は、社会が人
でできている以上、また、
代理店の仕事は人と人の
ネットワークビジネスで
ある以上、どんな時代に
なっても顧客接点を担う
代理店の価値は存在する
と確信しています。
地域で生きる代理店
は、お客様の困り事にき
め細かに対
応し、お客
様の人生に
寄り添って
支えること
ができる存
在です。大
切なのは
「人を思い
やる心」で
あり、保険
は、「人を
思いやる
心」を具現



保険は「人を思いやる心」を具現化