



一般社団法人 日本損害保険代理業協会 会長 金子 智明

保険は被災時の最後の砦

代理店の役割はますます大きなものになる

あけましておめでとう
ございます。
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。

大規模災害が相次ぎ、甚
大な被害が生じました。
被災された皆さまには心
からお見舞い申し上げます。
また、厳しい環境の中
で、契約者対応に尽力
されている各地の代理店
の皆さまに深く敬意を表
します。

BCCPの普及・促進へ

必要時にその価値を発揮できる体制に

△防災・減災の取組みと
BCCPの策定支援△

△同時、事故や災害を
回避し、被害を最小限に
止める防災・減災の取
組みは、地域のリスクマ
ネージャーとしての代理
店の価値をさらに高めて
いくものと考えます。日
本代協では「ほうさい探
検隊」の活動支援などに
取り組んで参りましたが、
引き続き、お客さま
への思いを形に変えて代
理店の活動を後押しして
いく所存です。
また、万一の際に代理
店としての責務を果たす
ためには、BCCPの策定
と平時の訓練の実施が必
要です。日本代協とい
しましては、腰を据えて
代理店におけるBCCPの
普及・浸透に取り組み、
必要な時にその価値を
発揮できる体制を整えて
いきたいと考えておりま
す。

△押す力から引く力への
転換△

さて、今後我が国は、
人口減少と高齢者の急激
な増加、ITの進展に伴
う消費者ニーズの進化等
が絡み合っただけでなく、
環境変化に直面します。代
理店の顧客対応や経営の
あり方自体も必然的に抜
本的変革を求められます
ので、「これまで通り」
では通用せず、意識も行
動も変えて臨む必要があ
ります。

「何を売るか」ではなく 「なぜ買うか」に着目

「何を売るか」ではなく
「なぜ買うか」に着目
「何を売るか」ではな
く、「なぜ買うか」に着
目し、どうしたらお客さ
まにとっての代理店の価
値を高めることができる
か、必死になって考え、
行動に移していきたいと
思います。

「誰のために、何を目的とし、
何を行うため？」
自分たちの価値を
顧客目線で考え直す

「何を売るか」ではな
く、「なぜ買うか」に着
目し、どうしたらお客さ
まにとっての代理店の価
値を高めることができる
か、必死になって考え、
行動に移していきたいと
思います。

「何を売るか」ではな
く、「なぜ買うか」に着
目し、どうしたらお客さ
まにとっての代理店の価
値を高めることができる
か、必死になって考え、
行動に移していきたいと
思います。

「何を売るか」ではな
く、「なぜ買うか」に着
目し、どうしたらお客さ
まにとっての代理店の価
値を高めることができる
か、必死になって考え、
行動に移していきたいと
思います。



「売り手目線」から 「顧客目線」へ 180度転換