

日本代協ニュース

INDEPENDENT INSURANCE AGENTS OF JAPAN INC.

第259号

発行者 (社)日本損害保険代理業協会
会長 岡部 繁樹
東京都千代田区有楽町 1-12-1 (新有楽町ビル)
☎ 03 (3201) 2745 FAX 03 (3201) 4639
ホームページ <http://www.nihondaikyoo.or.jp>



われわれは、次の募集規範を遵守し、消費者の利益に貢献します。

倫理規範

- ① 社会性・公共性の自覚
- ② 自己研鑽
- ③ 信義・誠実性
- ④ 信用の維持
- ⑤ 反社会的勢力との関係遮断

行動規範

- ① 重要事項の説明
- ② 最適アドバイス
- ③ アフターサービス・アフターフォロー
- ④ 顧客情報の守秘
- ⑤ 法令の遵守

平成25年

年頭所感



社団法人 日本損害保険代理業協会

会長 岡部 繁樹

あけましておめでとうございます。年頭に当たり、今年一年が事故や災害のない平和で穏やかな年になりますよう祈念いたします。

1 新年にあたり思うこと

識した上で、前を向いて進んでいくしかありません。プロの自覚のもとに、自社の経営のあり方を必死にならざるに、直ちに行動に移し、前例に拘らずにチャレンジしながら、成果につなげていくことが何よりも重要で

「ド」と位置付け、具体的な活動を展開していく所存です。

(1) 損害保険大学課程
損保協会との全面的連携のもとで昨年7月にスタートした「損害保険大学課程」は、「顧客対応力の高い代理店・募集人の育成」を旨とする損保業界共通の資格認定制度です。本年4月からいよいよ「コンサルティングコース」が始まりますが、一人でも多くの募集人が能動的に受講し、資質向上を図ることを大いに期待しています。

(2) 社会貢献活動
「地域におけるリスクの専門家」として地域社会のお役に立て

には保険を手配しないことなどあり得ません。全代理店が代理店賠償によるプロテクターを備えることは、業界としての社会的な責務でもあると考えます。中途加入も可能ですので、広く呼び掛けていきたいと思っております。

その他、損保協会が昨年度から進めている「共通化・標準化の取り組み」は、時宜を得た重要な取り組みであることから、日本代協としても引き続き積極的に参画していく所存です。

併せて、損保協会とは従来以上に意思疎通を密に図り、業界全体が消費者の信頼に支えられながら持続的に発展していくことができるよう、より一層連携を深めながら取り組みを進めてまいります。

夢と信念と思いやりの心持ち 切磋琢磨し活力溢れる業界に

東日本大震災から1年10か月が経ちましたが、今なお復興の足取りは遅く、日本経済も復調の兆しは見えません。損保業界を巡る収益環境も依然として厳しい状況が続いています。

あると考えます。併せて、業界全体の健全な発展のために力を尽くすことが必要です。

私自身も先頭に立ち、代協に集う仲間とともに、歩みを止めることなく努力し続ける一年にしたいと改めて決意しています。

2 日本代協の取り組み

こうした認識の下で、日本代協としては、本年も次の3つの取り組みを主要な「日本代協プラン

る代理店となれば、その価値は大きく高まります。損保協会とも全面的に連携しながら、地球環境保護活動と併せて、防災・減災に資する活動を全国各地で具体的に展開します。

(3) 代理店賠償「日本代協新プラン」
代理店賠償は万一の場合に備える代理店経営の「プロテクター」です。消費者に保険の活用をアドバイスする代理店が、自らの仕事

3 「小は大を超える」の教え

さて、昨年のコンベンションでは、静岡県立大学の岩崎邦彦先生の基調講演で、21世紀のトレンドは、「全国から地域」へ、「総合から専門」へ、「量から質」へ、「画一性から個性」へ、「無難から本物」へ、「効率性から感性」へ

(2頁へつづく)



式典全景

● 第2回 日本代協コンベンション ●

地域における代理店ブランドを考える

(1頁からつづく)

向かっていること、また、そうした環境の中では「小規模がチカラになりえる」ことを知り、地域で生きる代理店として大いに勇気と元気をもらいました。

同時に、時代の追い風を現実の力に変えていくためには、プロと認められるだけの「ほんもの力」「ぎずな力」「コミュニケーション力」の3つのチカラを高め、相乗効果を生み出すことが重要であることを学びました。後は行動あ

るのみです。

目指す方向に羅針盤を合せ、自分の責任で整備を整え、前に進むことができるのだと考えています。

皆さんと共に、「あんな代理店になりたい」「あんな経営者になりたい」と言われる存在を目指して、自社の経営においても着実に歩みを進める一年にしたいと思えます。

4 最後にも「江戸しぐさ」の教え

最近、上京の折に江戸の歴史散策を楽しんでいます。江戸には「傘かしげ」(すれ違う時に濡れないようお互いの傘を外に傾ける)や「肩ひき」(路地で肩と肩がぶつからないように肩を引いて胸と胸を合せてすれ違う)、「こぶし腰浮かせ」(後から船に乗る人のためにこぶし一つ分浮かせて席を作る)や「時泥棒」(断りなく押

しかけ、相手の時間を勝手に使うことへの戒め)などに代表される「江戸しぐさ」という作法がありました。ただ単に作法やマナーを説くだけではなく、「相手のことを思いやる」人としての生き方を説いたものだったと言われています。

とかく自分中心になりがちな時代ですが、東日本大震災を経験した今こそ「江戸しぐさ」を大事にした古の人たちに思いを馳せて、社会全体で「思いやり」の心を育

んでいくことが何よりも求められているように思います。代理店という仕事は、「人のために働く」ことを通して「人から必要とされる」素晴らしい職業であり、そのベースは「相手を思いやる心」で形作られています。厳しい時代環境ですが、こういう時こそ原点復帰です。夢と信念と思いやりの心を持ち、切磋琢磨しながら活力溢れる業界を創っていきましょう。

— 損害保険大学課程を 発展させる —

続いて、来賓を代表して金融庁監督局保険課の小原広之課長より「募集形態の多様化、代理店の大型化などの業界動向」を中心としたご挨拶、ならびに損保協会の浅野広視専務理事から「業務品質向上の一環として損害保険大学課程を発展させていくこと」などを中心とした同協会の方針に関するご挨拶を賜りました。

— 小規模を力に変える —

功労者表彰では、長尾忠正(北海道代協)、長野俊泰(埼玉県代協)、剣持正明(山梨県代協)、坂上正則(三重県代協)、本田勝久(京都代協)、藤本宏志(山口県代協)、葛石賢秀(香川県代協)、平田正次(佐賀県代協)、前田清(宮崎県代協)、大城勝也(沖縄県代協)の10氏が表彰されました。

続いて、平成24年2月会員増強キャンペーン目標を達成した14代協の表彰の後、代協会員懇談会が行われました。コーディネーターの泉健彦副会長の司会進行で、事前に会員から提出された質問に会長、副会長、専務理事が回答を行いました。

午後3時30分からは、静岡県立

11月16・17日の両日、「地域における代理店ブランドを考える」をテーマに『第2回日本代協コンベンション』が東京で開催されました。今回の催しは「全国の代協会員が集い語らう場」として、業界関係者を含めた情報交換と経験交流を目的に、昨年度に引き続き企画されたものです。

【1日目】第一部「記念式典・代協会員懇談会・基調講演」小が大を超えるマーケティングの法

第2回 日本代協コンベンション



浅野氏



小原氏

「4つのゼミ」 代理店の明日を考える

〔2日目〕第3部「分科会」は、
 大学経営情報学部岩崎邦彦教授より「小が大を超える」マーケティングの法則」のテーマで基調講演があり、「小規模をいかにチカラに変え、マーケティングやブランド構築に成功するか」という内容のお話がありました。

第2部「懇親会」は、会場を第一ホテル東京(東京・新橋)に移して午後6時から行われ、来賓を代表して損保協会の柄澤康喜会長、民主党の藤井裕久最高顧問、自民党の石原伸晃前幹事長よりご挨拶を頂き、損保協会、外国損保協会、生損保業界および各社からトップを含む役員など約450名の参加がありました。



功労者表彰



岩崎氏

東京・神田淡路町の損保会館で10時から開催されました。
 四つの会場に分かれてテーマ別のゼミが行われ、約320名の会員がそれぞれ選択した会場に分かれて参加しました。

第1会場では、岡部会長の推薦代理店(岐阜県代協の㈱dii/永井伸一郎氏、㈱藤吉保険事務所/藤吉友子氏)との対談形式で「実践者に聞く―地域に認知される代理店のあり方とは」をテーマに問題提起がありました。

第2会場では、中崎章夫氏(㈱ナカザキ・アンド・カンパニー代表取締役、保険ジャーナリスト)



安東氏



岡部氏と藤吉氏

が「不況下でも躍進する代理店に学ぶ―これからの専業代理店の事業のあり方―」と題して講演がありました。

第3会場では、安東邦彦氏(㈱ブレインマックス代表取締役)が「地域密着の代理店としてのブランドづくり―自らの価値を正しく伝えるために―」をテーマに、即実務に生かせる具体的な内容で講演が行われました。

第4会場では、土川尚己氏(名案企画㈱代表取締役)が「インターネットを活用した地域密着型保



土川氏



中崎氏



永井氏

険経営のヒント―次のターゲットは団塊Jr世代―」について講演がありました。

こうして、2日間にわたる「第2回日本代協コンベンション」は、プロジェクトチームをはじめとする会員各位の働きと関係者の協力で成功裡に終わることができました。

太平洋保険学校

Pacific Insurance Agents Seminar (PIAS)

第33次 日程が確定!

6月13日(木)～6月21日(金) 9日間

■研修テーマ

- 米国の損害保険市場および米国損害保険の募集の現状について
- 専属・専業代理店の営業あるいは業務実態について
- 保険代理店のマーケティングについて
- ブローカー&代理店訪問、他

■研修期間

平成25年6月13日(木)から9日間

■募集締切(予定)

平成25年4月26日(金)予定

■費用(予定)

35.5万円 + 燃料付加料金等 (エコノミークラス、研修料、宿泊代等込み、1人部屋は10万円追加)

お問い合わせ：日本代協・事務局へ (TEL:03-3201-2745 FAX:03-3201-4639)

女性代理店 座談会

ために役立つ仕事

参考情報とエールを送る

.....

保険業界を取り巻く状況は厳しさを増す一方で、多くの代理店が経営に腐心している。今回の座談会では、全国で活躍する4人の女性代理店に出席してもらい、それぞれの代理店経営へのこだわりについて意見交換してもらった。(文中敬称略)

.....

司会 本日は全国で活躍されている女性代理店の皆さんにお集まりいただきました。まず、ご自身の代理店の概要をお話し下さい。

佐喜本 BOAZは昭和60年に法人化。社員数は9名、手数料比率は生保6・損保4で、損保の落ちを生保でカバーしている状況。生損トータルでお客様を守っていかなければ代理店経営は厳しくなると思っている。三井住友代申の乗合代理店。

横山 リピエーノは設立20周年。私はディーラー出身で、研修生も

生保販売の展開が大きな課題

宮地 当社は東京海上日動の専属現社長(主人)の母の代から代理店を営んでいる。家業は自転車店だが、豊川の陸上自衛隊に自転車販売に伺っていたことがきっかけとなり、昭和41年から損保代理店を始めた。自衛隊と豊川市役所のお

しておらず、何も分からずやってきました。8年前にビル1階で来店型ショップを始めた。日に平均5人の来客があり、新規と更改、損保も生保も来店で対応している。三井住友専属でシングルAである。元々は乗合代理店だったが、自由化による商品説明の煩雑さを考慮し、専属にした。スタッフ8名。来店されるお客様の中には調べに調べた上で来店するという保険マニアのような方もいるので、スタッフ教育には力を入れている。

お客様が多く、半径3km圏内に7割のお客様が所在している。スタッフは8名で同族経営。以前は9割が自動車保険。その後「超保険」で第三分野が増えたが、第一分野開拓が課題だ。

小田島 昭和46年に母親が研修生となつてスタートし昭和51年に法

～座談会出席者～

- 小田島 綾子
(株)おだじま保険事務所/新潟代協
 - 佐喜本 敦子
(株)BOAZ/広島代協
 - 宮地 幸江
(宮地総合保険事務所/愛知代協)
 - 横山 理砂
(株)リピエーノ/大阪代協
- [50音順]

司会 野元 敏昭
(日本代協・専務理事)

人化。私は安田火災に社員として務めた後事務所に入り、平成12年に経営を引き継いだ。スタッフは5名。損保ジャパン代申の乗合代理店である。法人顧客が約350社。内10社の顧客で売り上げの3分の1を占める。主要客先には週に3、4回スタッフが通い、様々な相談に応じている。お客様のそばで細かな仕事を積み重ねていくのが当社のやり方だ。今後は生保販売の展開が大きな課題だ。

司会 次に、損保代理店を取り巻く環境認識についてお話し下さい。

佐喜本 まだ動いている途中だと思ふ。プロ代理店が残るのは間違いないと思うが、その形は総代理店制度や保険会社主導の合併かも知れない。生保系の大型保険ショップが損保にも力を入れ、他業種も参入しているが、3年位すると棲み分けが決まってくると見てい

る。その中でプロ代理店は、自分の特色を出しながら、自分の攻める場所、生きる場所を自分で決め、自分なりの戦略を立てて進むしかない。

横山 新しい競合相手が出てきているが、その情報を早くキャッチして、即座に対応することが私の役目だと認識している。25歳の男性社員が入社したが、「40年は会社がないと困る」と言うので、100年企業を目指すことにした。売るものも代理店の在り方も変化していくかもしれないが、会社は残したいと考えている。

司会 代理店が発展するために、これは何とかしてほしいということとはありますか？

小田島 保険代理店は手数料が収入の全て。それが保険会社任せのポイント制というのはどうかと思ふ。保険会社も大変だろうが、

代理店の仕事は世の中の

全国の女性代理店に経営上の

◀今のような体系のままでは代理店の発展は望めない。また、団体

割引を大きく利かせた販売制度も何とかして欲しい。

手数料は品質重視の体系に

佐喜本 手数料は品質重視の体系にしてほしい。損害率の低いところは会社に貢献しているわけだが、その貢献度を見ていない。会社は生保を取れというけれど、損保の代理店が生保を取っても何のポイントも加算されない。事故対応でも、保険会社の手を煩わせないようになっているのにポイントに反映されない。ただ数字だけ上げればいいという風潮で、品質の良い代

理店に対するポイントは何も考慮されていない。その時その時、保険会社サイドの都合で手数料体系が動くのは何としても改めてほしい。

横山 近年、書類が増えて事務量が增大している。無駄な提出物もあり、金融庁対策ではないかという書類ばかりだ。そのためスタッフが増え、二人増え、お客様にいただく確認印も増えている。ペーパーレスの時代にペーパーが増えていることを会社も強く認識して欲しい。

司会 現在、皆さまの代理店経営上の課題は何ですか？

佐喜本 当社は社会保険完備で社員も固定給。退職金は401kで対応するが、社会保険料がどんどん上がっていくのは頭が痛い。抜本的な給与体系の見直しを考えている。いい人材を採用するために社会保険を完備するのが普通の会社だ。それができないと、代理店としてしつかりとした経営を維持することは難しい。会社を維持していくためにも若い世代を入れたいが、人の採用は大きな問題で

リスクもある。パート労働者関連の法改正を受けて、パートを短時間勤務の正社員にしようと考えている。

小田島 業務内容の幅が広がらないことが課題。全体の4分の3が新種保険で、自動車保険は5分の1という特化した構成のため、生保の取り組みができていない。特化していることで他には負けないという自信もあるが、そこを守るために気を緩めることもできない。こうした状態が続いている。

宮地 経営品質にこだわり過ぎて、維持に拘り過ぎて時間が取られ、

保険料が高い分は代理店の価値

司会 ダイレクト販売について、競合チャネルとしてどうお考えですか？

佐喜本 お客様から保険料が「高い」と言われたら「通販は安いですよ」と言うようにしている。その代わり、「うちは関与しません」と伝えている。「安い方がいい」というのは当社のお客様にはなりえないので全く関係ない。

横山 パソコンで比較サイトを見て当社の保険料とも比較し、通販との補償内容の違いも説明して

営業時間の配分が偏ってきている。もう少しバランス良く取り組もうと社内で話し合っているところだ。

横山 当社は来店型ショップだが、対応に時間がかかり過ぎと感じている。ショップは平日の9時から19時まで、土日は予約制。デザインを入れて居心地のいい空間に改装したため、毎日のように来店され、長時間話しをされるお客様が増えた。スタッフが来店対応に過度な時間を取られることが悩みだ。私に対応する時は、最初に「〇分間だけしかお話できません」と断るのだが、ただ、お客様の方から来ていただけるのは来店ショップのいいところだ。

る。保険料が高い分は代理店の価値であることをはっきり伝えて

宮地 「通販とどちらが安いの」と聞くお客様には「試算してみたら」と答えている。「他社運転が付いていないのがあるから気をつけてね」と言うと、心配されて実際に切り替えないお客様も多い。

横山 来店ショップには、通販に入つたお客様が「こんなはずじゃなかった」と戻ってくるケースが

(左から宮地、横山、佐喜本、小田島)



(5頁からつづく)

多い。
司会 価格にこだわらぬお客様にはグループ内のダイレクト会社を勧

めるのか?
佐喜本 全く関与しない。勧めた責任も負えないので、お客様に自分で選んでもらう。

いいお客様だけを募集するのが方針

司会 来店型ショップについてはどう見ているのか?

佐喜本 当社は全て紹介だが、来店対応も行っている。ただし、電話がかかってきても当方の質問に全て答えていただけない場合は来店もお断りしている。電話相談にも乗らない。当社はいいお客様だけを選択するのが方針だ。特に今は反社会的勢力への対応も重視されているので、入口でガードしたい。「客層は代理店の命」だ。
横山 地域の不動産関係の代理店を数社引き受けたことで、箕面に引越してきた方は当社で火災保



佐喜本さん

険に入るようになった。高級マンションに越して来られた方はいずれ家を買うケースも多く、長期火災や生保のプランニングへと発展する。ショップの広告はしていないが、立地がいいこともあり、口コミで来られる方が多い。

宮地 来店型ショップはまだあまり多くはない。先日来店されたお客様は、来店型ショップへ行つたが、「生保しかやっていないので自分のニーズは満たせなかつた」と言っていた。当社は生損保フルコンサルが強みだ。また、当社は来店対応をイメージしたオフィスにしており、既契約のお客様の来店を1日5〜10件受けている。

横山 お客様から「自動車保険にはネットの比較サイトがあり、生保には来店型ショップがあるが、火災保険は相談する場所がなかった」と言われた。実際に火災保険の相談で来店される方は結構多い。司会 今までの話を踏まえて、皆さんの経営戦略について教えてください。

他の代理店から評価される代理店に



横山さん

佐喜本 お客様には医師が多く、事業拡大とともに一緒に成長させてもらっている。一つの分野に特化する専門性が高まる。病院の場合、代々続いていくので、お客様のリレーションもきちんとできる。私どももそれに追い付くために勉強が欠かせない。また、不動産管理組合のお客様も多いが、1時間も話せばその業界のことが分かってくる。次のお客様と話す時に役立つ。よく地域ブランド化と言われるが、他の代理店から評価される代理店という視点が重要だと思う。お客様には代理店の品質までは分からない。代理店であれば「あの代理店さんなら安心です」と言えるし、地域の中で他の代理店からそう言われるように頑張るべきだ。私は、お客様から

「〇〇代理店を知ってるか」と聞かれたら、「知りません」と答えている。知っていると言うとその代理店の評価を聞かれるので困る(笑)。

宮地 10年前、近所の方から「宮地さんのところは火災保険も生保もやってたのね」と言われてショップを受けた。今は火災も疾病もガンも契約が増えてきたが、保険

スタッフが幸せな会社を目指す

司会 代理店として特にこだわりの持つて取り組まれていることは何ですか?

横山 更改の手数料が半額になると想定して、営業担当は新規を取りに行く、守るのはフロントオフィスという分業体制にしている。私でなければダメか、他の人でもできるのではないかとという視点で業務を色分けし、やり方を変え、一人ひとりの得意分野を活かしながらチームで動く分業体制を導入した。また、ITを活用して効率的に業務を進め、社員間の連携や情報共有を無理なく実現できる体制整備に力を入れている。私は

会社から提供される「ご加入一覧」をフル活用して、お客様の補償の漏れがないように努めていきたい。

小田島 主要な10社のお客様のところへは、とにかく頻度多くスタッフ全員で手分けして訪問するようになっている。タイムリーに様々な情報が得られ、迅速な顧客対応ができています。生保は課題だが、狭い地域で付き合いも濃厚であり、あれもこれも当社で、というわけにもいかない面もある。

保険代理店という業種には拘りはなく、リピーターという会社のブランド化に注力している。

小田島 先代が医療マーケティングのお客様を持っていたが、近年このマーケティングがものすごいスピードで大きくなり、お客様の事業拡大に伴って当社も学びながら成長を実現できている。

佐喜本 当社はおお客様企業の総務部門のような立ち位置に思っている。昭和60年から生損一体の顧客管理システムを作り、他社契約も把握しているお客様も多くいて、お客様と当社をつなぐシステムは完結している。併せて、



宮地さん

宮地 当社は、縦割り担当者制ではなく、全てのスタッフが横割り体制で対応できるようにしている。また、CSR活動にもこだわっている。順番でみどりのおばさん等を務めたり、救急救命士の資格を取得してAEDを設置する等の他、地元ビジネス交流会にも積極的に参加し、地元に関わり取り組みをしている。また、会社の「見える化」に取り組み、スタッフ全員の顔写真と人柄を書いたチラシを作成し配布している。

全スタッフが横割り体制で対応

「お客様から訴訟や労務関係などの相談があった場合、当社の顧問を活用いただいている。こうした保険以外の付加価値サービスを提供することも大事だと思う。また、働いているスタッフが幸せでない」と事業はうまく運ばないで職場環境には気を配っている。勤めて良かったと思われる会社を作り、自分の子供にも勤めさせたいと思われたい会社が一番ではないかと思う。

司会 社員教育において留意されている点は何か?

佐喜本 お客様を気遣う感性の部分はセミナーでは教えられないので、日々の仕事の中で伝えておこうと思っている。朝礼でお客様からほめられたこと、注意されたことを全部報告し、情報共有している。一方で、無理な要望をしていくお客様にはきっぱりNOと言うようにも教えている。黒は黒、白

は白だ。それが当社のブランドになつていく。全てのお客様に親身になれるというのは絵空事だと思う。この人のためなら一所懸命やってみようというお客様を揃えていくことが代理店にとっては大事だ。

横山 女性は基本的にしゃべりたい(笑)。そこでできるだけコーティングの時間をとってスタッフと向き合っている。自分がどうしたいのか、どうすればいいのかは自分でしか見つけられない。できるだけそれをサポートする時間をとっている。また、お客様の話を聞く側のスタッフが自分の気持ちを聞いてもらっていないと、お客様の話も気持ちも聞けない。社員も厳選採用している。当社は仲間への心使いを大切にしている。当社のカラーに合う人を雇うため試験等も行っている。

マインドスケッチとベンチマーク

宮地 「マインドスケッチ」という社員面談を私が年4回行ない、本音や悩みを丁寧に聞いています。また、社員には他の代理店を知る機会が少ないので、1年に1回、社員旅行も兼ねた「ベンチマーク研修」を行い、いい事例を学ぶようにしている。

小田島 手抜きをせず、慎重に、根気良く取り組むことを心がけている。書類も漏れなく整えてから訪問するようにしている。また、他のスタッフとお客様とのやり取りを聞きながら、「遅い」とか「足りない」とか指摘しあつたりもする。それは当社のいいところ

だと思っている。司会 代理店の仕事をする上で、女性であるが故の不利を感じることがあるか?

小田島 ない。当社のスタッフは全員女性だが、お客様企業の男だけの会議に出席する時など逆に歓迎される。

保険会社は代理店の意見を聞いて欲しい

女性だからと見下されたことがあった。以後は凛とした態度でテキパキとプロっぽく振る舞うようにしていた。

佐喜本 労働組合のような男社会へは男女ペアで訪問すると雰囲気も良くなる。一方、企業では女性経営者も多いので女性同士で話しが弾む面もある。

司会 保険会社に望むことは何ですか?

佐喜本 商品開発する際には実際にお客様と接している代理店の意見を聞いて欲しい。お金もかからない。商品が発売された瞬間、これは売れないとすぐ分かる商品が一杯ある(笑)。私達が売れないと思つたものはいくら頑張つても売れない。また、代理店手数料は代理店のレベルによって多様化すればいいと思う。私達はいい商品があるところとお付き合いしたい。手数料で動く代理店は少ないので、損保の手数は代理店に合わせた体系にして欲しい。ついでに、表彰制度のあり方ももっと見直して欲しい。代理店のスタッフも一緒に思い出を共有できるものならいいが、代理店主だけ呼ばれておいしいものを食べるという時

代は終わったと思う。

横山 代理店の意見を聞くフリはする(笑)。私も毎月アンケートに答えていたが、反映されなかった。システム改定にしてももっと代理店の意見を聞いてくれたら、それほどお金をかけずにいいシステムができると思う。パンフレットや帳票も同様だ。

宮地 システムは代理店の意見を聞かずに作っていると感じる。また、専属代理店の場合、損害率によつて手数料が変わるのはどうかと思う。社員との交流の機会が減つて寂しいとの他代理店の話もあり、お互いの距離を縮める必要があるのかなと感じる。

小田島 特化型なので特に感じるのかもしれないが、営業にしても査定にしても専門性の高い社員が



小田島さん

佐喜本 お陰様で担当者には恵まれている。ただ、営業社員は数字に追われて勉強する暇がないのかなと思う。特に、代理店システムを使いこなせる営業社員がいない。システムに習熟すれば、その場で完結できる。新入社員には、自社のシステムを完璧に使いこなせるよう社員研修で重点的に教育すべきだ。それと、社会保障制度や労基法などは頻繁に変わるので、改定情報をコンパクトにまとめて定期的に発信してくれると代理店としては有難い。

代理店システムを使いこなして欲しい

（7頁からつづく）
少ないと思う。一方で、中越地震や東日本大震災等では損害対応のスピード、細やかさ等すばらしい対応を見せてもらった。今後どこ

で何が起ころうとも継続的な対応ができるようにして欲しいと願っている。
司会 保険会社の担当者に期待することは何ですか？

横山 損益計算書の見方すら知らない社員がいる。それでは代理店経営は分からない。代理店の規模やレベルに合わせてサポート体制を作った方が効率が上がると思う。
宮地 いい担当者は代理店の声を聞いてくれて、困った時に電話すると対応してくれて安心感がある。今一つの担当者は我が道を行くというタイプ（笑）。迅速な対応ができない。
横山 一人ひとり人間的には問題ない。会社の体制の問題だと思う。
司会 保険会社と代理店の関係はどうあるべきだとお考えですか？
宮地 数字を上げたい点は社員と共通しているが、それ以外でもベクトルを合わせながらバランスを取っていく関係になればいいと思う。特に「お客様を守る」という視点が重要だ。
小田島 お互いがお客様の方を向き、保険会社と代理店それぞれの役割を実行すること、必要な協力をするのが大事だと思う。

いろいろな花を咲かすことのできる業種



司会・野元氏

司会 全国で頑張っている同業の女性へメッセージをお願いします。
佐喜本 生保は一攫千金があるかも知れないが、損保は一つひとつの契約を積み重ねていくことが必要であり、一気に楽に大きくなることはできない。他人の成功事例を聞いただけでは自分のものにはならない。実践を積み重ね、自分のスタイルを作り出した人が生き残れると思う。保険会社が代理店を集めて一つにしようとしているが、失敗すると思っている。同じ代理店は2つとない。私とスタッフでも生保の売り方のスタイルは違うが、それでいいと思う。いいと思ったことは真似して、自分の中で咀嚼し、自分のものとなつて花が開く。代理店は、正しく地道に努力すれば成功できる仕事だ。

自分の目指す代理店像が組織化ではないと思つたら、違うスタイルで行けばいい。この業界はいろいろな花を咲かすことのできる業種だと思う。同じ花ばかりの画一的な代理店は保険会社の望みであっても代理店の望みではないはずだ。
横山 感情的になる点に気を付けて（笑）、客観的な判断力を身につければどんどん伸びると思う。痒いところに手が届くような女性目線の感性を活かしてほしい。
宮地 以前、仕事への意欲に火がついて子育てとの間で葛藤したことがある。そんな時、「家族を一番にしていれば新規は付いてくる」と言われ、そこからは自分の考え方をリセットして家族第一にした。自分が幸せでないと人を幸せにはできない。お客様やスタッフ、家族に対しても常に笑顔で接し、周りに感謝しながら仕事をしたいことが重要だと思っている。
小田島 25、6歳の頃に佐喜本さんの講演を聞かせていただいた。あの頃は深くは理解できなかったが、今は当時の講演の意味がなくなってくるどころが一杯ある。迷った時に、アドバイスしてくれた話を聞いてくれる存在がいることはすごく大事なことだと思う。

司会 最後にこれだけは言っておきたいということがあればお願いします。
佐喜本 保険金を過度に請求してそれが支払われ、損害率が上がり、真面目なお客様が不利益を被るようなことはあつてはならない。厳しく正しく査定をして欲しい。正しくないことがまかり通らないように業界で意思統一して欲しい。また、損保は使命感がないとできない仕事だ。代理店の仕事は世の中のために役立つ仕事だということを認識して頑張してほしい。
横山 損保代理店はしつかりした知識がないとできない仕事だ。専門知識を高め、最新情報を入手し、常にレベルアップしていきたい。業界全体においても、使命感を持って代理店業の価値を上げていくて欲しい。
宮地 時代の激変を常に意識し、感じて、いくつになっても常に学び、ハングリー精神を持って頑張っていきたいと思う。
小田島 代理店制度をとっている他業態の変遷も勉強した方がいい。そうしたことを知ることで視野が広がり、さらに上を目指せると思つている。
司会 皆さんのお話から、凛とした座標軸を持つ健全な業界を作ろうという強い志を感じました。本日はありがとうございました。