



(損保版)

第1~4月曜日発行
発行所 新日本保険新聞社
大阪府西区本町1丁目5-15
電話 (06) 6225-0550 (代表)
FAX (06) 6225-0551 (専用)
購読料 1か月2200円
(消費税、送料込み)
©新日本保険新聞社 2022

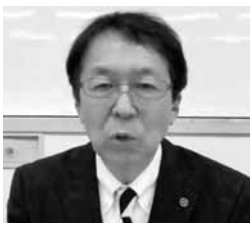
顧客本位を求める当局の考えを解説

埼玉代協

新春の集いをオンラインで開催



塩野会長



野元氏

埼玉県損害保険代理業協会(埼玉代協)は1月20日、「新春の集い」をオンラインで開催した。第1部の埼玉代協の活動紹介に続き、第2部では日本代協の野元敏昭理事が「10年後の代理店経営を考える」と題して講演。顧客本位を求める当局の考えや、激変する環境で地域の代理店として生き残るためにどう在りたいか考えることの重要性、顧客本位を追求し自社の強みを明確にする必要性を訴えた。

10年後の代理店経営を考える

顧客本位の取組みは生き残りの鍵

開催に先立ち挨拶した塩野忠会長は、新型コロナウイルス感染症の蔓延で大きく変化した環境下で勝ち残る代理店となるためには、環境に合わせて柔軟な対応で前進しなければならぬと示唆。改正保険業法で求められる体制整備の構築や顧客本位の業務運営は終わりのない取組みであり、まさに環境に合わせた継続的な進化が必要だと述べた。そのうえで、一流のアスリートが実践するイメージトレーニングを例に挙げ、「自身の頭の中で思い浮かべた夢を、より強くイメージすることで夢が実現していく。夢

を見ることのできなければ何も始まらない」と実現するための目標や計画を立て行動すること、誰でもできることを誰でもできなくらいやり続けることが重要だと語り、参加者を鼓舞した。第1部は「埼玉代協を活用しよう」と題し、各委員会・支部の活動紹介とともに、運営委員や委員会活動への参加・協力を呼び掛けた。第2部の講演に登壇した野元氏はまず、激変する環境において10年後の代理店経営を考える上で最も重要なのは「軸を定めること」と示唆。自社の存在価値(バリュー)を社内で共有することが必要であり、それを踏まえたうえで理念や将来ビジョンの共有、実現のための優先取組みを考え、保険代理業という仕事を再定義する必要があると示し、考えるためのヒントを示した。2016年の改正保険業法は、保険代理店を初めて保険募集の主体として認められたもので、当局は代理店に顧客本位の浸透と自立した経営の持続を求めている。野元氏は顧客本位の業務運営に係る方針等の策定と公表は義務ではないものの、策定は必要であり「顧客の最善の利益追求」といえる顧客本位のために、従業員がその方針に則った募集ができる体制になっているか重要だと指摘した。そのうえで「方針の策定は具体的な取組みが必須であり、KPIと検証が必

シンニチ保険Web
www.shinnihon-ins.co.jp
購読者専用バックナンバー
閲覧パスワード
Aurora
2022年4月4日 AMまで
※偶数月の第一日曜日正午ごとに変更

要」と述べ、契約後に届いた証券を持参してもらうというほけんの窓口の事例を紹介。20代~30代の顧客が多く、「証券の解説をしてもらうことは当然」と若い世代が認識することで業界全体の顧客本位のレベルアップを図りたいという当局の方針を説明し、「顧客本位の取組みは、生き残りの鍵であることを認識してほしい」と述べた。内部監査について同氏は「金融庁検査には限界がある。内部監査は組織

の自立の証」と述べ、当局は50人規模の代理店であれば内部監査専任者が必要と考えているようだと解説した。「社長の経営者は主体的に内部監査に取り組みよう注意を呼び掛けた。

固定観念捨て柔軟に

急速に進んだデジタル化など環境変化に対応

DX施策をフル活用

続いて昨年実施された財務局による代理店アンケートに言及。障害者対応に関する項目や監督指針に明記された公的保険制度の説明、サイバーセキュリティ対策、手数料ポイント、代理店統廃合など代理店と保険会社に関する項目を解説し、障害者対応やサイバ

代理店の絞り込みではないかとの見解を示すと同時に、代理店手数料とのリンクなど注視する必要があると懸念を示した。このような動きが損保業界に波及した場合には、規模・業務特性に応じた基準が必要との日本代協の見解を明かした。コロナ禍で急速に進んだデジタル化など、日本社会全体がこれまでにない変化に直面しており、代理店もDXやメタバース、インシニアテックといった環境に、否が応でも取り込まれる。こうした環境変化に対応するには、固定観念を捨て柔軟にすることが重要だと野元氏は自身の見解を述べた。野元氏は自身の見解として地域代理店の在りたい姿を提示。①顧客視点から、困った時に顔が浮かぶ身近な相談相手になる②組織として人・モノ・カネを活かす③顧客の役に立っている④社員がイキイキと人々のために動き喜びを感じている⑤自社(組織)の強みが明確で顧客に伝わっている⑥仕事に余裕があり顧客接点の時間と質を確保できる⑦5点をそれぞれ解説し、「顧客本位の表現の鍵は社員満足にある。ブラック企業では実現できない」「強みはそれと違はず。弱い所を補強するより自社の強みを磨く方がいい」「事務プロセスや顧客対応手順のマニュアル化、保険会社のデジタル施策の活用で顧客対応に重点を置く」等の対策を示しながら、日本代協の教育プログラム活用も推奨した。最後に顧客視点で考えることの重要性を強調。「皆様の仕事は保険代理業ではなく、安心提供業だ」と思う。さまざまな思いを持った多様な代理店が顧客の支持を求めて切磋琢磨するから市場は活性化される。市場が求めるのはどこを切っても同じ代理店ではない。唯一無二の代理店を創り上げてほしい」と呼び掛けた。

激変する環境、自社の強みを磨き生き残る