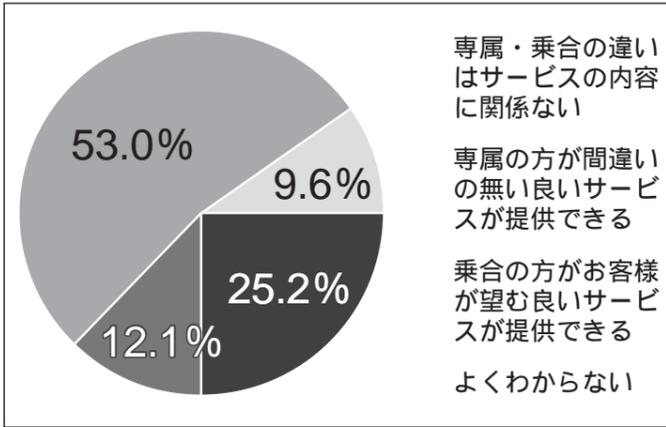


お客様・代理店・保険会社 目指すべき関係性は？

「乗合の方がお客様が望む 良いサービスできる」53%

2023年度実施 全会員アンケートを通じて
大阪代協 見えてきた「会員の思い」(下)

図1. 1社専属の代理店と乗合代理店とでは、お客様へのサービス内容にどのような影響があるか



「専属の方が間違いの無い良いサービスが提供できる」と回答したのは、129名(25.2%)で、内わけは専属が76名(34.4%)であった。比較推奨を行う体制づくりができていないから、現在の代理店手数料料率無しの良いサービスが提供

「乗合の方がお客様が望む良いサービスが提供できる」と回答したのは271名となり53.0%を占めた。このうち、専属代理店と乗合代理店の比率はほぼ半々であった。一方、「専属・乗合の違いはサービスに関係ない」との回答は129名(25.2%)で、内わけは専属が76名(34.4%)であった。比較推奨を行う体制づくりができていないから、現在の代理店手数料料率無しの良いサービスが提供

DATA FILE

大阪代協(新谷香代子会長)は、7月20日~8月10日の期間、全会員(843店)を対象に「全会員アンケートを通じて見えてきた『会員の思い』—お客様からの視点から見た代理店手数料ポイント制度—」調査(回答総数511件)を行い、10月1日にその結果を公表した。最終となる今回は、損保業界の「マーケットデザイン」を考える上で、お客様・代理店・保険会社の目指すべき関係性を議論する際に避けて通れない専属と乗合の問題について大阪代協会員がどのような認識にあるのかを質問した、その回答結果を紹介する。

取り組んでみたい価値向上策のステップはリスクマネジメント講座

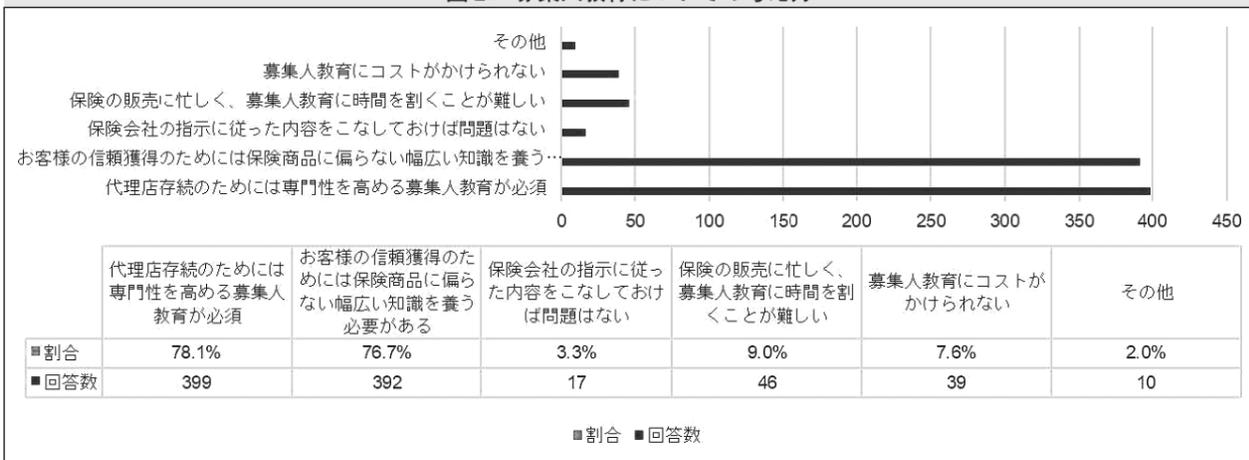
約25%が「違いはサービスに関係ない」
自社の体制・方針で専属か乗合を判断

「専属代理店と乗合代理店の考え方」

1. 専属と乗合ではお客様へのサービス内容に影響があるのか

「乗合代理店の方がお客様の望む良いサービスが提供できる」との回答は271名となり53.0%を占めた。このうち、専属代理店と乗合代理店の比率はほぼ半々であった。一方、「専属・乗合の違いはサービスに関係ない」との回答は129名(25.2%)で、内わけは専属が76名(34.4%)であった。比較推奨を行う体制づくりができていないから、現在の代理店手数料料率無しの良いサービスが提供

図2. 募集人教育についての考え方



「リスクマネジメント講座」は36.6%となった。

「体制整備における募集人の教育・管理」

1. 損害保険トータルランナーの認知度

2. 損害保険トータルランナーを取得しない理由

人数ベースで記載すると、268名(52.4%)

「必要性を感じない」

図4. 専属代理店と乗合代理店の考え方について

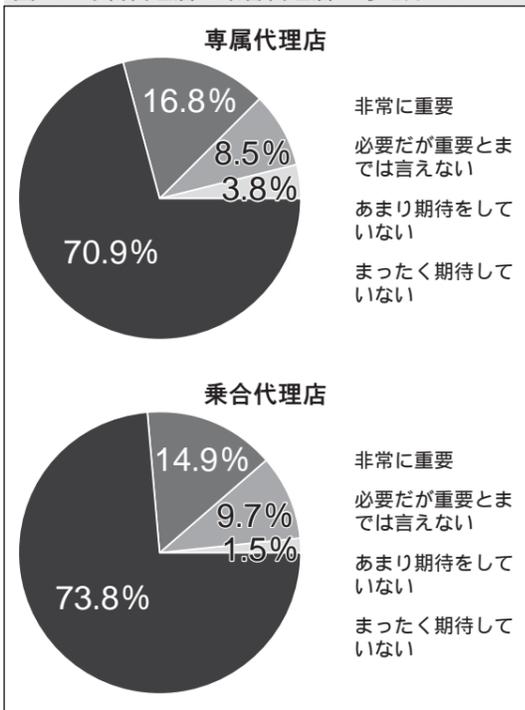
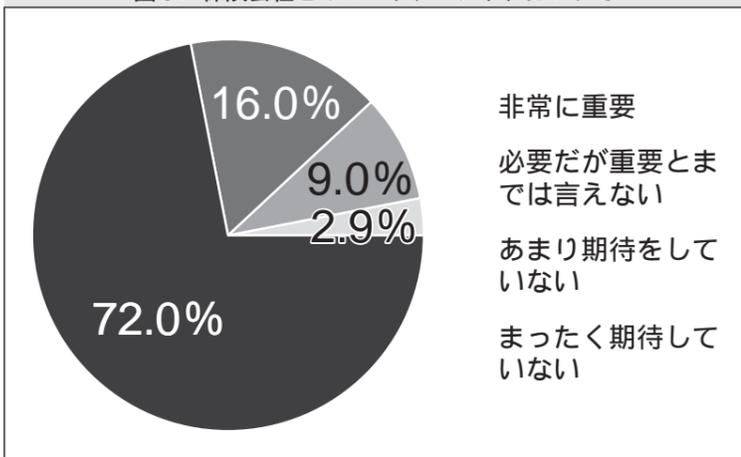


図3. 保険会社とのパートナーシップについて



「非常に重要」と回答したのは、101名(19.8%)が導入済みで、検討中が74名(14.5%)、予定なしが124名(24.3%)、内容が分からないが212名(41.5%)であった。

「保険会社とのパートナーシップ」

保険会社とのパートナーシップについてどのようになっているか質問したところ、「非常に重要

「費用が高い」が85名、「勉強するのが32名」、「勉強するのが137名(27.0%)、予定なしが138名(27.0%)、知らないが35名(6.8%)となった。

3. 募集人教育の考え方

約8割が、募集人教育の重要性、商品知識に偏らない幅広い周辺知識修得の必要性を認識している。また、ほとんどが「保険会社の指示に従っているだけでは不十分」と考えていることが分かる。

4. 日本代協アカデミーの認知度

人数ベースでいくと101名(19.8%)が導入済みで、検討中が74名(14.5%)、予定なしが124名(24.3%)、内容が分からないが212名(41.5%)であった。

「必要だが重要とまでは言えない」が16.0%、「あまり期待をしていない」が9.0%、「全く期待していない」が2.9%であった。前年傾向は前年と変わりないとの比較では、「非常に重要」の割合が1.9%減少した。

また、専属代理店と乗合代理店の比較では、乗合代理店の方がパートナーシップを重視している傾向は前年と変わりない。