

●●●「事務所内で閲覧しましょう」●●●

大阪代協だより

Web版



INDEPENDENT INSURANCE AGENTS OF OSAKA INC.

■発行者
一般社団法人 大阪損害保険代理業協会
会長 山中尚
大阪市北区梅田1丁目2番2-1400
大阪駅前第二ビル14-1-2
TEL06-6341-6085
■大阪代協ホームページ
<https://www.osakadaikyo.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商品説明 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

スケジュール等はホームページの
トップ画面からご確認いただけます
<https://www.osakadaikyo.or.jp/>

Check！理事会

☆2月理事会のトピックスです☆

- 日本代協の「ゴールド三冠」を、大阪代協は全国最速で達成できました。各支部のお取組みに深く感謝を申し上げます。
- 大阪代協会長による諮問事項を受けて、各委員会が2021年度の事業計画を策定し承認されました。委員会は大阪代協の事業を具体的に実施する重要な機関です。委員の皆様よりお願いいたします。
- 日本郵政グループは、住宅ローン取り扱い開始に伴い、自動車保険に加えて新たに長期火災保険の取り扱い開始を認可申請しています。日本代協は、郵政民営化委員会に出席し、実質国営会社である日本郵政グループの取扱損保種目拡大に断固反対を訴えています。

☆大阪代協のセミナー情報☆

みんなで勉強し、研鑽を積みましょう！！



- BCP策定 & 事業継続力強化認定制度 セミナー
- 日時 5月20日(木)14:30～
- 場所 あいおいニッセイ同和損保様大阪支店ビル16階

Challenge 50

2月に迎えた新しい仲間です！

所属支部	代理店名 (敬称略)	代会社
船場	三栄カーサービス	損保ジャパン
堺	(株)リードカンパニー	三井住友海上
和泉	脇坂	東京海上日動
和泉	クリエイトライフ	東京海上日動

どうぞよろしくお願いたしますm(_)_m

☆☆ 体制整備情報☆☆

- ① BCP対策(含む感染症問題)
<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/2792>
- ② 事業承継対策
<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/3776>
- ③ 戦略的代理店合併の基本ガイド
<https://www.osakadaikyo.or.jp/gappeiguide>
- ④ 日本代協ニュース(情報版)
<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/3432>
- ⑤ ハザードマップ活用基本ガイド
<https://www.osakadaikyo.or.jp/hazardmapguide>
- ⑥ 日本代協アカデミー
<https://www.osakadaikyo.or.jp/academy>
- ⑦ ワンポイントレッスン
「募集人の条件」について。後掲しています。

～これまでの地域密着型に加え、新たに“顧客密着型のマーケット”～
「オンラインシフトによる保険代理店の可能性とは」Webセミナーが開催されました。



大阪代協新春WEBセミナー「オンラインシフトによる保険代理店の可能性とは」が、1月28日（木）午後4時から、名案企画株式会社 代表取締役の土川尚己氏を講師に招いて開催されました。

セミナーでは、『①今、何が起きているのか』『②オンラインはこうやって使いこなそう』『③さらに、こんな大チャンス到来！』の3つの内容が紹介されました。冒頭、参加者に対して、お客さまとの商談等のオンライン活用状況についてアンケート調査が行われました。結果は、「8割以上がオンライン」が5%、「5割程度」が5%、「3割程度」が8%、「数える程度」が44%、「やったことがない」が38%となりました。同氏は、この調査を全国で実施しており、商談において5割以上オンラインを活用している割合が代理店の約半数であった地域があったことから、大阪は活用が遅れていると指摘。さらに、「保険会社とのミーティングでの活用割合」については、「8割以上」が31%、「5割程度」が14%と半数近くを占める一方、「数える程度」は27%、「やったことがない」が19%とほぼ同じ割合の代理店が活用していないことに対して、「大いに問題あり」と、早急な対応が求められると声を大にしました。

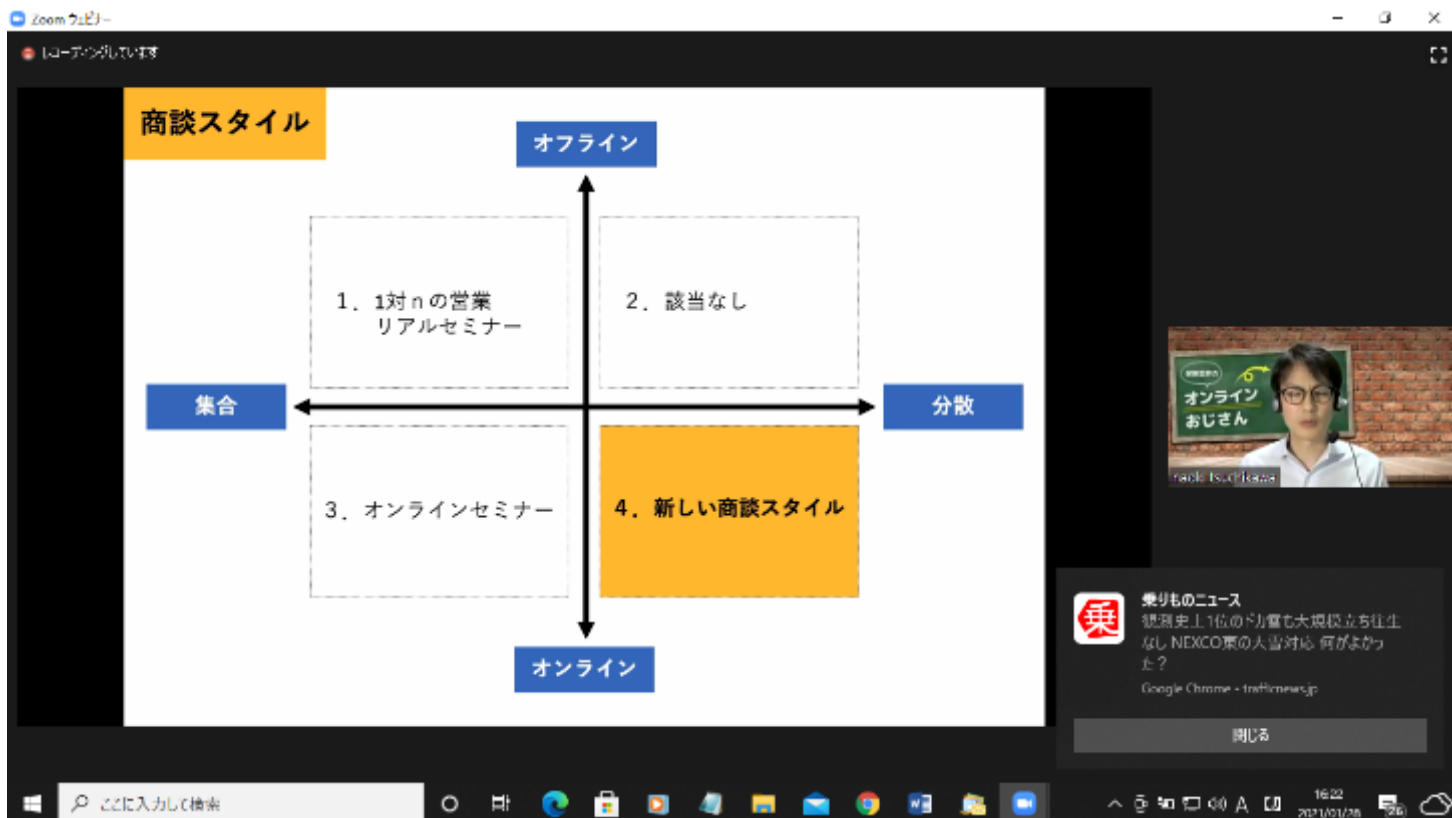
『①今、何が起きているのか』では、新型コロナ禍で世の中が様変わりする中、保険ビジネスにおいて最も早く対策を立てて、最も早くお客さまへのサービスを充実させたのは“保険市場、であると述べ、その理由として、昨年3月23日から「オンライン面談」を開始し、4月だけで5,312件のオンライン相談を受け、今年1月までの累計で3万件を突破したと報告しました。そして、オンライン相談に対するお客さま満足度が97.9%に及んでいることに驚きを隠せないとも述べました。

今ではどこの保険会社もオンラインでの保険説明を推進しています。損保では従来から電話募集が行われていましたが、直近では自動車保険においてWEBで契約まで完結できるシステムが始まっています。「オンラインシフトのきっかけは当初こそ新型コロナ対策としてでしたが、今や販売プロセス改革として進んでいる。これからはオンライン活用が絶対必須となってくる」と予想するとともに、「オンラインも対面であることの認識を持つことが大切で、オンライン活用にいち早く慣れるとともに、対面価値をいかに上げていくかが重要になってくる」と述べました。

『②オンラインはこうやって使いこなそう』では、例えば、お客さまの了解の上で商談の様子を録画し、後でそれを見ながら新人を指導するといった“リアル教材”としてオンラインOJTに活用する、高齢者との商談時に距離の離れた場所にいる親族にオンライン上で同席してもらう、紹介者に同席してもらう、親を介護しているとか小さな子供の世話で直接会うことが難しいといった状況下で、オンラインならではの活用ができる」と説明しました。また、代理店がセミナーを開催してその後にお客さまの保険相談を行い新規契約に結び付け



るとか、リクルートの際のツールとして利用できるなど、多岐にわたって活用できることを紹介しました。



また、聴覚だけでなく視覚も使うオンライン募集は、電話募集よりオフライン寄りであると述べ、これまで電話募集をしてきた代理店にとっては決して難しいことではなく、むしろ得意なはずなので積極的に挑戦してほしい。そして、オンラインを活用すれば、(1)移動時間が空くので別の募集活動や勉強時間などに回すことができる、(2)利便性によりコンタクト回数を増やすことで得たお客さま情報からタイムリーな保険提案ができる、(3)今まで会えなかった層の人たちとコンタクトを取れるようになる、などのメリットがあると述べました。

最後は『③こんな大チャンス到来！』です。保険ビジネスでは、お客さまとの関係性と距離が重要なファクターとなっています。それ故に、これまで多くの代理店は地域密着型で成り立っていました。ところが、オンラインでは、距離の概念がなくなります。土川氏は、「今後、お客さまとの関係を築くことができれば、代理店のマーケットはこれまでの地域密着型に加え、新たに「顧客密着型のマーケット」を構築することができる」とその可能性を強調。その一方で、エリアの概念がなくなることによって、「他地域からの侵入を受けることの危険性も知っておく必要がある」と指摘しました。

同氏は、「まだ、オンライン面談が始まって1年にも満たない、ブルーオーシャンの無限の可能性を秘めている状態。活用すれば有益であることを実感できるはず。ぜひ、トライしてほしい」と締めくくりました。

(記事：新日本保険新聞社)

緊急報告！土川社長によるオンライン相談会開催決定！！

◎ **3月26日(金) 10:00～11:00**

◎ **詳しくは、大阪代協HPをご覧ください。↓**

<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/4672>

～『変化に対応できる代理店であってほしい』～ 北摂支部オンラインセミナーを開催しました

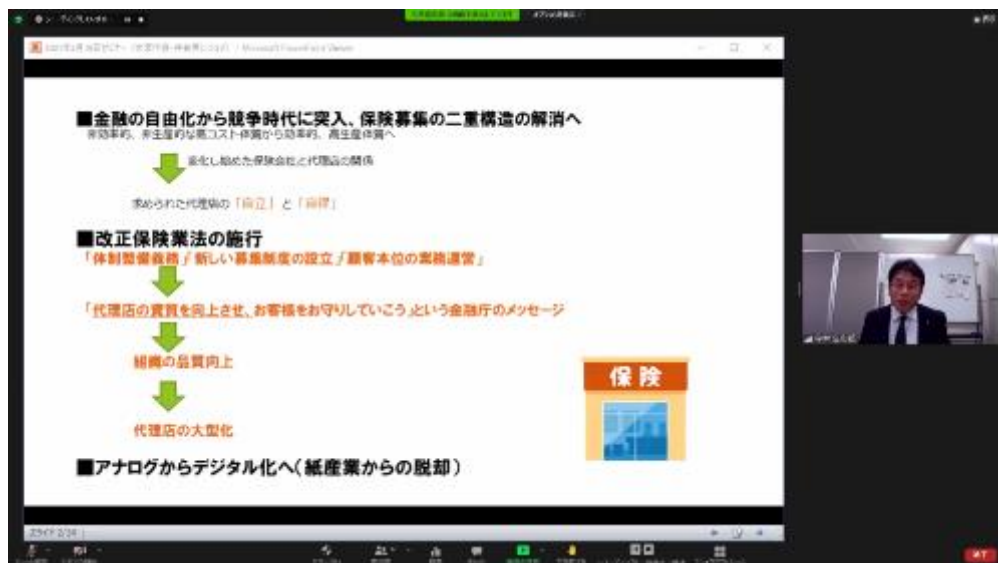
北摂支部は、2月19日（金）、総会終了後の午後4時から、「損保代理店を取り巻く環境変化とその対応について」をテーマにセミナーを開催しました。

講師の株式会社新日本保険新聞社代表取締役の今井進次郎氏は、40年近い業界専門紙記者としての経験



から、大きく「法による変化」、「保険会社との関係性の変化」、そして「デジタル化による変化」があったと指摘。1996年の保険業法改正をきっかけに、行政の軸足が保険会社から消費者へと変わり、同時に金融自由化に伴う競争激化によって、「車の両輪」であった保険会社と代理店の関係性が大きく崩れ、代理店に「自立」と「自律」が求められるようになったと述べました。

2016年に施行された改正保険業法は、「体制整備の創設」、「新しい募集制度の設置」、そして「顧客本位の業務運営の確立と定着」といった、これまでなかった代理店への直接的なものであり、現在に至る大きな変化となっていると話しました。また、デジタル化については、今後AIを活用したサービスが中心となるなど、加速度的に変化していくことから、代理店はそれを使いこなせるスキルをもって対応していかなければならないと述べました。



さらに最近、保険会社はQR

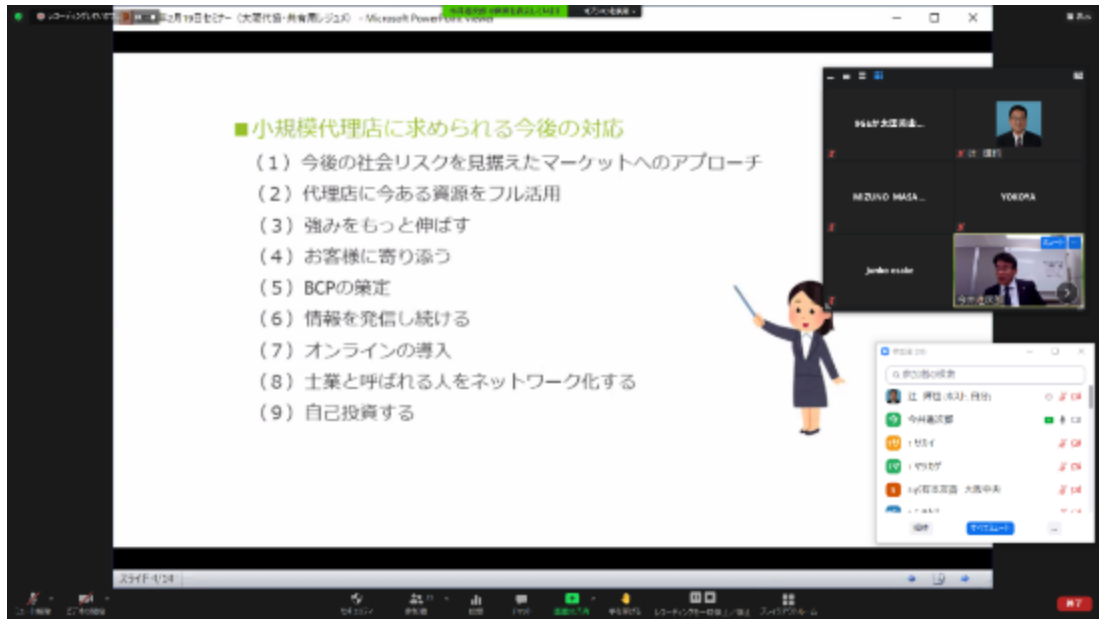
コードやアプリを使って簡単に保険加入できるサービスを開発し、誘導しています。利便性を求める消費者がこれに定着した場合の、今後の代理店マーケットへの影響が気になると述べました。

そして、新型コロナ禍において、新たに「テレワークでの対応」、「オンライン面談・募集への対応」、「DXの進展を見据えた対応」といった課題が生まれたと話しました。また、外出自粛により、生損保各社が新契約を落とす中で、通販型自動車保険や生命保険が伸びていることを紹介し、今後、通販型保険に流れた契約者が新型コロナ終息後に代理店扱いのお客さまとして戻ってくるかどうか注目しているとも述べました。また、別チャンネルの動向にも触れ、とくに生保代理店が安定経営の観点から損保マーケットへの侵略を図ろうとしていることを話し、すでに4年前に取組みを開始した、ある小規模生保代理店は火災保険や新種

保険で約1億6000万円もの挙績を上げて

いることを紹介しました。後半では、こうした変化に対して小規模代理店はどのように取り組んでいけばいいのか、①今後の社会リスクを見据えたマーケットへのアプローチ ②代理店に今ある資源をフル活用 ③強みをもっと伸ばす ④お客さまに寄り添う ⑤BCPの策定 ⑥情報を発信し続ける ⑦オンラインの導入 ⑧土業と呼ばれる人をネットワーク化する ⑨自己投資するといった、同氏が取材してきた代理店の成功取組み例を説明しました。

最後に同氏は、「過去の成功体験に固執せず、変化に対応できる代理店であってほしい。そして代協の仲間とともに情報を共有し合い、この難局を乗り越えてほしい。そのためにはとにかく始めることだ!」と結びました。



(記事：北摂支部 辻副支部長)



**「みなさまの保険情報」
好評発売中!!**

お客様への情報提供に利用いただけます。
日本代協にてコンテンツチェック済みで安心。
名入れ加工も可能です。
例) 「〇〇代理店通信」等

本件のお問合せは、代協事務局まで。

～やっぱり笑わなあかんよね！～

京阪支部 支部総会・記念セミナーを開催しました

京阪支部は2月19日(金)に支部総会、および記念セミナーをZOOMミーティングにて開催しました。



初めてのZOOMによる総会開催で、多数のご来賓の方々にリモート参加でご挨拶いただき、委員会報告では途中で音声が聞こえない！などトラブルはありましたがおかげ様をもちまして何とか無事終了しました。



第二部の記念セミナーでは、「やっぱり笑わなあかんよね！」ということで代協会員の人脈もあり落語家の笑福亭枝鶴師匠にご出演をいただき一席をお願いいたしました。余談ですが、枝鶴師匠は当日の朝の連続テレビ小説「おちょやん」に出演しておられました。子供から大人まで幅広い人間模様を、たった一人で演じる落語という「芸」に視聴いただいた皆様はどっぷり引き込まれたことでしょう。落語の後はZOOMでのやり取りで感想などでも沢山笑わせていただきました。

ZOOMの画面には会員の皆さんが涙を流して笑っている姿が映し出されており、ほんとやって良かったなと思いました。

(記事：京阪支部 中野副支部長)

《体制整備の豆知識Part 5》
ふうたのワンポイントレッスン Vol. 11 募集人の要件

2021.2. 24

募集人の要件

お疲れ様です。今月のワンポイントレッスンをお送りします。

2月に入り、新型コロナ感染の第3波も少し落ち着きを見せ始めてはいるようです。政府は緊急事態宣言の解除を検討しているようですが、ウイルスも治療薬もない状況ですから、特に首都圏においてはまだまだ予断を許さぬ状況にあると思います。

これから人が動く3月、4月を控えて一層の引き締めが必要になってきますので、これまで以上に感染防止対策に取り組んでいきましょう。

さて、日本損害保険協会が発行する「募集コンプライアンスガイド」が昨年12月に改定されていることをご存知でしょうか。

→「募集コンプライアンスガイド（ガイド）」は以下のURLを参照下さい

<https://www.sonpo.or.jp/about/guideline/ev7otb0000000cjp-att/boshuguide.pdf>

本ガイドは法令改正が行われる度に改定されていますが、今回はコロナ禍による保険募集体制の転換という外生的な事情による改定が含まれます。

既に多くの代理店では、従来の対面募集、リアル会議に加えて、お客さまのニーズ等に応じたオンライン対面（これも対面です）やリモートワークを導入し、双方のベストミックスの体制を構築しつつあるものと思われます。昨年のコロナ禍による感染第1波の頃は一時避難的な対応かとも思いましたが、第2波、第3波と続くに連れて、保険業界にとっても「新たなお客さま接点の在り方」や「新たな働き方」として浸透していく方向にあります。

そこで今回は、改定されたガイドから、「募集人の要件」についてお伝えいたします。まず、募集人は以下の4項目を満たすことが必要であることを確認しておきましょう。募集人資格を取ったら保険募集に従事できるわけではありません。また、自社の従業員だからといって誰でも募集行為ができるわけでもありません。「要件」は、顧客本位の品質確保のために最低限必要な実態です。

- 1 【教育】 代理店主(または保険部門の責任者)から募集人に対して、保険募集に関し適切な教育が行われていること
- 2 【管理・指導】 代理店主(または保険部門の責任者)が、募集人の業務遂行状況(外出先、成約状況、苦情・トラブルの発生等)を管理・把握し、適正な業務遂行に向けた指導(業務改善)が行われていること
- 3 【勤務】 代理店事務所(届出上の事務所所在地または従たる事務所(いわゆる契約取扱出先。以下同じ))に勤務して業務(店主の指示にもとづいて実施される、就業規則等に定められたテレワークを含む)を行っており、実態もそのとおり運営されていること

4 【指揮・命令】 代理店主(または保険部門の責任者)からの指揮監督・命令を受けて保険募集を行っている状況にあること

ガイドではそれぞれの要件に該当する事例、該当しない事例を例示していますが、今回の改定ポイントはテレワークも前提にした上での募集人の教育・管理・指導ルールに改められたことです。

これまでは通常毎日出社してリアルなコミュニケーションを取り、日常管理が行われることを前提にしていましたが、今後はテレワークが日常化することが想定されるため、こうした環境変化に合わせて「募集人の要件」の見直しが行われ、100%テレワークも前提にした規定に改定されています。

皆様の代理店におかれましては、テレワークに伴い就業規則の変更、追補を行っていますか？リモート時の週に1回以上の打ち合わせはルール化され、実践されていますか？また、リモートによる研修の履修確認、理解度確認テストは行われていますか？個人情報管理は管理区域外への持ち出しになりますが、管理ルールと運用は大丈夫でしょうか？

社会環境の変化により体制（態勢）整備は常に進化が求められます。顧客の保護、適正募集の推進のためにも、新たな環境に応じた経営管理を怠ることのないことをご提案いたします。

以上

作成：日本創倫株式会社 専務取締役（SEO）オフィサー事業部長 風間利也
配信：日本代協事務局