

J C 保 険 部 会 ハワイで研修会を開催

日 系 損 保、代 理 店 4 社 を 訪 問



会員など 11 人が参加

日本青年会議所(JCI)保険部会は9月14日から3泊4日の日程で、ハワイ・ホノルルで研修会を行った。参加者一行は、あいおい損保(現・あいおいニッセイ同和損保)出資のDTRIC社と東京海上日動出資のFIRST INSURANCE社の現地損保2社のほか、MATSUKAWA INSURANCE AGENCYとNOGUCHI & ASSOCIATESの現地代理店2社を訪問した。研修後、団長の松本一成氏(㈱ARICEホールディングス社長)は「今回の研修で得た知識やノウハウなどを今後の代理店経営に生かすとともに、日本での魅力的な保険業界の創造に役立てたい」と述べた。



FIRST INSURANCE 社で春山氏から説明を受ける

を導入しているとし、「個人マーケット」「法人マーケット」「生保と労災保険」の3種類に大きく特化している現状を紹介した。ハワイで3番目のシェアを持つ

DTRIC社では、あいおい損保(現あいおいニッセイ同和損保)駐在員の日吉佑介氏が社内を案内したほか、アーネスト・ヒデオ・フケタJFCOが講演した。フケタ氏は、日本の保険業界との大きな違いとして労災保険の民間参入が認められていることを挙げる一方、ダイレクト系自動車保険の進展は日本の現状と類似していると説明。また、現地の保険会社は、自社も含めて日本と同様に代理店制度

今後の代理店経営に生かす

完全な自己責任となつていくことから当局から保険会社への指導が全くないうことや、基本的には結果主義が採られているため、問題が生じたとしても損害賠償の請求がなければ特に罰則などがないことなどを説明。また、



NOGUCHI & ASSOCIATES での講演模様

NOGUCHI & ASSOCIATES での講演模様
今年で設立40年を誇る1社専属の代理店。設立当初は生保のみだったが、収益の安定性の観点から5
から同社の沿革や業務内容などの説明を受けた。同社は、今年で設立40年を誇る1社専属の代理店。設立当初は生保のみだったが、収益の安定性の観点から5
「会社ブランド力向上には、市場・地域・顧客が自社へどのようなイメージを持つかを考えることが重要。そのためにも、地域を熟知した対応を取ることが必要だ」との考えを示した。
法人マーケットに特化した乗合代理店NOGUCHI & ASSOCIATESでは、野口英夫CEOが代理店経営について講演。代理店の組織化や経営の効率化、バックオフィスの必要性などについて実例を挙げて紹介した。

同社では代理店との間で役割分担を明確化していることを強調。「経営の安定性を示す格付けや対応の速さ、引き受けの自由度、パートナーとしての仕事のしやすさを常に意識することで、代理店から選ばれる保険会社を目指している」と述べた。
一方、ハワイでは非常に珍しい「1社専属代理店のビジネスモデル」を展開するMATSUKAWA INSURANCE AGENCYでは、ウェイン・マツカワ代表が「会社ブランド力向上には、市場・地域・顧客が自社へどのようなイメージを持つかを考えることが重要。そのためにも、地域を熟知した対応を取ることが必要だ」との考えを示した。
特に、組織の役割分担では「経営者はスタッフ一人一人の得意分野を把握し、それに特化する形で業務を割り振らなければ、組織としての真の相乗効果が発揮できず、寄り合い所帯になってしまう」と指摘。「良い人材を厳選して採用することこそが、経営者に求められる」と強調した。