

本紙主催 代理店4団体トップ座談会

日本代協、RINGの会、保代協、結心会が揃う



(左から) 日本代協・岡部会長、保代協・堀井理事長、RINGの会・小田島会長、結心会・上野会長

各団体の紹介

■日本代協
損保代理店組織の礎で、会員代理店約1万1400店を有する損保業界では国内最大の団体。昨年6月から1年間、開かれた金融審議会保険ワーキンググループでは同協会の荻野明廣名誉会長



日本代協 岡部会長

が実務者委員として会合に毎回参加するなど、団体の存在意義を示した。

本紙主催の代理店業界4団体による座談会(ティスカッション)が7月25日、東京・有楽町の日本代協会議室で開かれた。保険代理店などで組織する一般社団法人の主要4団体である「日本代協(岡部繁樹会長)」「保険健全化推進機構 結心会(上野直昭会長)」「保険代理店協議会(堀井計理事長)」「RINGの会(小田島綾子会長)」のトップが一堂に会し、今後の代理店のあり方や各団体の意識について情報共有を図ったほか、業界の活性化に向けた4団体での今後の交流や連携の可能性について講じた。4団体が集い、意見交換を図るのはこれが初めて。コーディネーターは日本青年会議所保険部会の行木隆・直前部長と松本一成・第31代部会長が務めた。本紙では今後も、4団体の交流を紙内外で支援する。今号では座談会特集号として、当日の様相を詳報する。

た。全国に47ある都道府県代協では独自の取り組みや社会貢献活動を推進している。その内容は「車社会に出る高校生の君たちへ」をテーマにした高校校に出向いての出前講座の開催や損保協会主催の「ぼうさい探検隊」への参加、飲酒運転防止を呼びかける映画「0(ゼロ)からの風」の公開活動など多種多様。地域で活躍する専業代理店のあり方を色濃く反映させた取り組みだ。

■RINGの会
毎年6月に開かれるオープンセミナーは今年で15回目を迎え、損保業界の恒例行事となるほどの認知度を誇る。今年のテーマは「主役交代」。過去には「プロ代理店は死滅の道を辿るのか?」「保険大再編!! 顧客・代理店はどうなる?」「保険代理店よ、何処へ行く!」など、その時々の特流に即するも刺激的で思わず参加意欲をそそぐフレーズをぶつけている。また、今年のオープンセミナーテーマで主役交代



RINGの会 小田島会長

4団体での意見交流は初めて

■保険代理店協議会
大型業合代理店の実情を全国各地の代理店に情報共有する趣旨のもと、さながら「生保版RINGの会」ともいえる来場者1000名規模のオープンセミナーを年に一度開くなど、こちらも年々会の認知度を高めている。今回の金融審議会に矢面に立たされた大型業合



保代協 堀井理事長

代理店やフランチャイズ展開する代理店などが多く会に加盟することから「設立当初は保険会社をはじめ業界内外から圧力団体の設立かと訝しく思



結心会 上野会長

を講師に招き、サービスの接客について考察した。毎年8月には「ロープレ甲子園」と銘打ち、保険ショップスタッフの接客を競うロールプレイングの大会を実施するなど、ユニークななかにも代理店の資質向上を目的とした取り組みの本質はまったく変わっていない。会長の上野氏も「結心会の取り組みは変化球どころかブレイクと言われ

春秋

「個々の代理店や集人だけではできないことでも、代理店で組織する団体であれば実現可能なことはある。それならば、複数の団体が連携すればさらに大きなことに取り組みめるのではないだろうか」。代理店4団体の座談会の企画を思いついたきっかけは、こうした考えに下るものでした。

「個々の代理店や集人だけではできないことでも、代理店で組織する団体であれば実現可能なことはある。それならば、複数の団体が連携すればさらに大きなことに取り組みめるのではないだろうか」。代理店4団体の座談会の企画を思いついたきっかけは、こうした考えに下るものでした。

保険業界の活性化へ期待

団体による横断的な意見交流の場を設けたいという考えです。これら4団体が一堂に会して、相互認識に努めたり今後の交流の可能性について意見交換したりしたことはありませんでした。異なった特徴や強み、良さを持つ団体が業界のあり方を講じてくれたらいい。

(本紙 金井秀樹)

に上野氏が手腕、ネットワーク拡充力に上野氏が大きい。

代理店4団体トップ座談会

広域展開の代理店で構成 管理体制の強化に取り組む

保代協
松本 コーディネーター 心に構成していること
 という大役を仰せつかり恐縮しています。私は日本青年会議所保険部会の第31代部会長の松本です。いろいろな点もあるかもしれませんが、よろしくお願い致します。

行木 同じく日本青年会議所保険部会の直前部会長で第33代部会長の行木です。皆さん個別にお会いすることはありますが、団体のトップというお立場で皆さんとこうして集まることはないのですね、これまでにない雰囲気を感じています。忌憚のない意見交換をしてもうえればうれしく思います。

松本 まず、イントロダクションとして、皆さんの自己紹介と各団体の概要や特徴、取り組み方針などについてご紹介ください。

堀井 ホロスプランニングという代理店を運営している。団体は平成19年に任意団体として設立し、平成22年に一般社団法人化した。会員企業は正会員やパートナー会員、アドバイザー会員あわせて約60社。会の特徴としては、広域展開をしている大型の代理店を中

心構成していることだ。どちらかというと規模拡大を目指すという方向性で、代理店が複数参加している。代理店単体では解決できないような課題に取り組むことを会の趣旨としている。経営のノウハウを加盟代理店同士で共有するようなどもしているが、どちらかというと、募集文書のあり方のガイドラインを策定したり代理店手数料データの標準化に取り組んだりするなど、代理店の業務の効率化について保険会社と協力したり働きかけをしたりしながら、管理体制の強化についての活動を主としてしているのが現状だ。

年3月11日の東日本大震災の当日に開かれた日本代協臨時総会で会長に就任した。正会員は全国に47ある都道府県代協で、いずれも一般社団法人化している。代理店は各都道府県代協に代協会員として加入しており、会員数は現在、約1万1400名。また、損保協会をはじめ各損保会社、損保総研、損害保険料率算出機構などの関連団体が特別会員となっている。今年4月からは日本代協も一般社団法人化した。日本代協では消費者の利益保護、代理店の資質向上、社会貢献の3つを事業の目的に掲げて組織運営している。消費者の視点で常に考え、行動するという方針を打ち出している。取り組みとしては主に3点ある。1つめは教育研修事業。日本代協では平成10年から日本代協保険大学を創設し、以来、14期にわたって、約1万名の募集人が日本代協認定保険代理士として資格を取得し、各地で活躍している。平成24年には損保協会の専門試験と一本化し、損保協会認定の損害保険大学課程を創設した。これは業界共通の資格認定制度とされているため、私たちがしてもこの制度を業界で広げていきたいと考えている。制度の内容は、専門コースとコンサルティンクコースの2本立てに

なっている。教育研修事業関連でのそのほかの取り組みとしては、各都道府県代協や各代協の支部でセミナーを開催したり、PIAS(太平洋保険学校)という海外研修を実施しているのにも取り組んでいる。この点については各都道府県代協で勉強会やセミナーを実施しているのにも取り組んでいる。また、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーション・デサイン協会(UCDA)が主催するアワードに協力団体として参加している。この団体は企業が発信する情報をみやすくわかりやすく伝わりやすくという観点のもとで産業界の生活者の知見から、客観的に評価する取り組みを進めており、デザイン技術の発展や消費者利益向上の発展と消費者利益向上の責任者との対話の場を創設している。

上野 私は少額短期保険の代表を2年間務めた。今は保険業界に参入したいという企業のコンサルティングをする会社を運営している。あわせた代理店のための会を私たちが立ち上げたのが結心会は設立して5年が経過した。もともと私が11年前に、アドバンスクリエイトが運営する(株)保険市場で副社長をしていたときに業界に先駆けて保険ショップの全国展開を行った。一時期は199店までショップを増やしたが、出店ペースが早すぎたためにサービスの質が落ちてしまった。そこで退店しなければいけないという判断に至り、6年前に約200店舗のうち150店を閉めた。

消費者の視点で行動

日本代協
 損保大学課程、代理店賠償など推進

岡部 私自身は日本代協の会長であると同時に、岐阜県で代理店を経営している。私は平成23

化へ向け連携を G報告書を踏まえ



代理店4団体のトップが集まる座談会

プロ代で自主運営
アドバイザーの存在が特徴的
RINGの会
小田島 新潟県小千谷市で代理店をしている。私は今年からRINGの会の会長を務めることに



コーディネーター・松本一成氏

なりましたが、こうした各団体が集まる場に参加し、意見交換することは初めての経験であるため、当会からは会の副会長を務める村上実さんと二人で参加させていただくことにした。

RINGの会は、1998年に21世紀にあわせた代理店経営と保険文化の創造を目的として、所属する保険会社や代理店の経営規模、活動する地域といった違いの垣根



コーディネーター・行木隆氏

を越えた、地域密着型のプロ代理店による勉強会をはじめとした自主運営の会。会員代理店数は48で、特徴的なのは18名のアドバイザーの存在。このアドバイザーたちは保険業界に関する専門的な知識を持っており、私たち会員代理店が何か問題や課題に直面したときに勉強会を開き、ここでアドバイザーたちの力を借りながら問題を解決していくというシステム

で、皆で取り組んでいる。会の特徴としては、企業が問題意識として掲げているテーマをもとにオープンセミナーを開催し、ここに参集したい自主運営していることが挙げられる。また、年に一度、オフ会という会を主催し、業界関係者にもイベントを通じて情報を共有することにも努めている。

結心会
お客様に愛を伝える
ショップの集客と資質向上

閉めた店舗についてはサービスの力を持って代理店に引き継いでもらいたいという企業もあって、ショップを引き継いでくれた代理店のための会を私たちが立ち上げたのが結心会設立の経緯だ。

当会は現在、99会員でこのうち代理店は70会、ショップ数は647店となっている。会を立ち上げた経緯はさきほど説明したとおりで、会員は保険ショップを運営している企業が多い。そのための目的の一つは、保険ショップに来店者を募るという企画を考えたりアイテムを開発したりすることだ。これらの方策に直球的な手法は一切なく、超変化球、最近は一メランと思われれるほど、一見すると保険事業に関係のないようなものに思われがちなのを思っている。ただ、「どこをめぐらして投げているのか」と思われても、実は必ず保険事業者のためのものとなって返ってくると思っている。

私は代理店とりわけ保険ショップは保険代理店業ではなくサービス業だと思っ

ていて、当会を設立してからの5年間は一貫して、サービス業としての接客のあり方という点に徹底して着目し、取り組みを進めている。具



結心会が8月に開いたロープレ甲子園

保険業界の活性化

金融審議会保険W



RINGの会・小田島 綾子会長



日本代協・岡部 繁樹会長



保険代理店協議会・堀井 計理事長



結心会・上野 直昭会長

としてはまず、細かな規制というよりも現場への創意工夫という期待感が示されたものと捉えています。つまり、単に規制をかけるのではなく、保険商品の特性、お客様の属性をふまえて、きめ細やかな対応を現場に求めるということではないでしょうか。それから、消費者に対する金融教育を一層推進することで、かきい消費者を作っていくべきだという方向性についても、評価できる点だと思つて

1点目は、保険募集の対象外となったことは、基本ルールの創設に関するもので、意向把握と情報提供が義務として法定化されることになった点だ。これにより代理店に当局から直接体制整備が課せられることになるなど、法体系が大きく変わることになる。意向把握はどの代理店も業務の環境として行っているものだが、今後はルールに沿った形で取り組まなければならないという点だ。2点目は、情報提供義務と募集文書の簡素化についてである。損保では更新業務や契約内容変更業務が多々ある。これが

対象外となったことは、現場の実態をご理解いただいたものと捉えています。情報提供義務の基本となる重要事項説明である契約概要と注意喚起情報については文量が多すぎる。これまでも商品説明の際に活用されることはほとんどなかったが、今後、損保協会の取り組みによって簡素化の目的が、具体的に、現物を基に、文量を5万5千文字から1万3千文字以下に、約4分の1にすることを、業界共通のプラットフォームを作成した。今後、これを基に業界のガイドラインが作成されること高く評価したい。

3点目は、保険募集人の体制整備義務に関するもので、これにより代理店の自発的な経営能力が一層求められることになると考えている。

4点目は、乗合代理店に対して新たな規制が追加されたことである。影響としては非常に大きいと捉えている。比較推奨販売を行う場合は、商品の推奨理由をきちんと説明することが求められることになった。こういった変化をふまえて、乗合保険会社を集約する代理店も出てくるのではないかと。一方、乗合数を増やすことでお客様の評価をより高めようとする動きも代理店も出てくるだろう。乗合代理店が今後、推奨販売に取り組みにあたって、どのような課題が考えられるかについて

5点目は、代理店手数料の開示問題について。この点が見送られたことは、手数料の多寡だけで保険提案が決まってしまうという危険性を避けることができるという点で高く評価したい。

6点目は、代理店の賠償責任についてで、今回の報告書では保険会社に対して代理店に対する適正な求償権行使というものを明確に求めているものになっている。同時に、代理店賠償責任保険が代理店経営のプロテクターになるということが一層、明確になったものとして理解している。この点は、さきほど少し触れた保険業法283条が基本事項になっているが、私たち保険募集に携わる者はこの条項に対する理解を深めていく必要があると思つている。これは保険会社にも同じことが言える。保険会社の社員である。

7点目は、委託型使用人の適正な活用に関する点で、報告書では委託型使用人に対する教育、指導、管理を求めている。これは単に委託型使用人を多く雇用することで多くの代理店手数料ポイントを得ようとする動きを抑制できるものと考えており、この点は評価できると考えている。

損害保険会社が代理店を管理する際、問題のない代理店にはこれ以上の努力がかからない、現状の体制で今後も事業展開できるように、日本代協としては行政に申し入れをしていきたいと思つている。

松本 今年6月に取りまとめられた金融審議会保険WGでの報告書の内容については、団体ごとに印象や受け止め方が異なると思つています。今回の報告書の印象や特に気になる項目などについてお聞かせいただけますでしょうか。

岡部 基本認識と評価

この取り組みには損保協会や消費者団体とともに日本代協もメンバーに加わり、その成果が保険WGの会合で高い評価を得ることになった。

3点目は、保険募集人の体制整備義務に関するもので、これにより代理店の自発的な経営能力が一層求められることになると考えている。

4点目は、乗合代理店に対して新たな規制が追加されたことである。影響としては非常に大きいと捉えている。比較推奨販売を行う場合は、商品の推奨理由をきちんと説明することが求められることになった。こういった変化をふまえて、乗合保険会社を集約する代理店も出てくるのではないかと。一方、乗合数を増やすことでお客様の評価をより高めようとする動きも代理店も出てくるだろう。乗合代理店が今後、推奨販売に取り組みにあたって、どのような課題が考えられるかについて

5点目は、代理店手数料の開示問題について。この点が見送られたことは、手数料の多寡だけで保険提案が決まってしまうという危険性を避けることができるという点で高く評価したい。

6点目は、代理店の賠償責任についてで、今回の報告書では保険会社に対して代理店に対する適正な求償権行使というものを明確に求めているものになっている。同時に、代理店賠償責任保険が代理店経営のプロテクターになるということが一層、明確になったものとして理解している。この点は、さきほど少し触れた保険業法283条が基本事項になっているが、私たち保険募集に携わる者はこの条項に対する理解を深めていく必要があると思つている。これは保険会社にも同じことが言える。保険会社の社員である。

7点目は、委託型使用人の適正な活用に関する点で、報告書では委託型使用人に対する教育、指導、管理を求めている。これは単に委託型使用人を多く雇用することで多くの代理店手数料ポイントを得ようとする動きを抑制できるものと考えており、この点は評価できると考えている。

損害保険会社が代理店を管理する際、問題のない代理店にはこれ以上の努力がかからない、現状の体制で今後も事業展開できるように、日本代協としては行政に申し入れをしていきたいと思つている。

氏 05年からの募集論議に区切り

岡部 保険WGの報告書に対する基本認識

従来、代理店手数料の額は、自分自身の価値というように言い切れるだけに感じるもので、保険会社においても代理店賠償責任の推奨とともに283条の理解促進に努めてもらいたい。

7点目は、委託型使用人の適正な活用に関する点で、報告書では委託型使用人に対する教育、指導、管理を求めている。これは単に委託型使用人を多く雇用することで多くの代理店手数料ポイントを得ようとする動きを抑制できるものと考えており、この点は評価できると考えている。

損害保険会社が代理店を管理する際、問題のない代理店にはこれ以上の努力がかからない、現状の体制で今後も事業展開できるように、日本代協としては行政に申し入れをしていきたいと思つている。

多くの業界関係者が、保険の流通のあり方を変えていくという考えで取り組んでいるが、当会では発想を転換し、流通で実績のあるところに保険代理

現場にきめ細かな対応が求められる

小田島 一番関心が高いところとしては、自社ごとになると思つている。村上 報告書の内容については、従来からの基本姿勢の延長線上にあるものと感じた。それは、私自身も平日頃からお客様に目線をおいて取り組んでいるからだ。そういう意味で、金融審議会が審議する委員の方に対しては、しっかりと第三者の立場でお客様に目線をおいた議論を期待しております。

現場にきめ細かな対応が求められる

(4) へ続く

代理店4団体トップ座談会

その結果が報告書としてまとまることで、保険業界全体がより良い環境にならばいいと思いがながら、会合の進捗をみていた。



RINGの会長 村上 実副

報告書を真摯に受け止める 上野氏 保険の本来のあり方に戻る

上野 当会は保険ショップをしている人が中心なのとネットを使ってリース販売している業者も所属している。お客様の利便性を追求しようと考えている新しいチャネルの事業者は当会に加盟してくれる傾向にあるので、そういう意味で今回の保険

ワーキンググループの会合については昨年の議論開始時から注視してきた。その結果、当会に多くいる保険ショップやリース販売会社が会合で議論的となったと真ん中の事業者といえる。そのため、議論の対象となっている会合に対しては個別に勉強会を開いている。単に保険という商材を販売しているだけの保険ショップが増えているのが実情なので、それが保険会社や当局の問題意識を高める原因の一つになったと感じている。やはり、このように保険本来のあり方に戻すべきで、今回の取組もめられた報告書の内容については、四の五の言わずに真摯に受け止めるべきではないかと思っておりました。それが言えようがないとも思っています。

会員の保険ショップのなかにはお客様対応のようすをすべて録音録画して記録に残しているところも増えてきている。こうした取組を会合として仕組むと、会員代理店が組織的に取組めるように環境を整えていきたいと思います。報告書がまとまってきたら、地区報告会を大阪、広島、博多、仙台、名古屋、各地の各支店に開き、各支店に所属する会員おとよび地域の代理店に結ぶ会の方向性について話をし、聞いて来た。

堀井氏 体制整備や監督指針に関心 消費者保護から乗合がクローズアップ



堀井氏

堀井 今回私は、保険代理店協議会の理事長という立場で会合に数回、参考人として参加させて

いただいた。会そのものの印象としては、私が呼ばれた理由は、保険募集の現場の経験がない方たちが委員を構成しているなかで、現場に近い立場にいるから乗合代理店の実情について意見を聞きたいということがあったからだと認識している。その意味では、会期中は終始、アウェイ感が満載で、こうした印象を常に持ちながら、また受けながら質疑に対して意見を述べさせてもらっていた。

報告書の印象だが、全体としてはおそらく、少子高齢化といった時代背景のなかで保険サービスを提供していく必要があると、このこと自体が周期的といえる。緩和の視点と、消費者保護の観点による規制強化の視点に基づいて取りまとめられた内容になって

いると考えている。このうち消費者保護に配慮し規制強化したもののなかに、乗合代理店という存在が大きくなるように思われる。私たちがまさにこの規制強化の対象として位置するため、これからの体制整備を相当強化していかねばならないと実感している。とくに規制強化の方向性と捉えられがちな今回の審議だが、審議会そのものへの印象としては、決して規制強化だけではないと認識している。

松本氏「公平中立」の視点 現場と当局で認識かい離



松本氏

松本 代理店の立場からすると、乗り合っている保険会社との公平中立という視点は当たり前のようになっている。前ですが、それだけ現場と委員や当局との間で認識の乖離があるというところの表れなのかもしれない。岡部 「公平中立」という表現に対して、必要

以上に関心の目が向けられていた。なごら現場の声に対して委員や当局が気付きを得てくれたのではないかと考えている。

堀井 確かに「公平中立の捉え方」については、保険会社とお客様との間でのものという考えのもとで、自身のことを「購買代理店」と表現してきただけで、実際に多くは審議会の委員や当局が当初から認識していたものだろう。一方で、もうひとつの見方として、乗

合でもあり、「という趣旨のことをおっしゃられる。この一言は、こういう捉え方もあるのかと感ずる発言をしたときのことがとても印象に残っている。会合のなかで「公平中立」のあり方が議論的になったが、ここでいう公平中立については、大半の人は、保険会社とお客様との間で公平中立というように思っている。堀井さんは「乗り合っている」の保険会社に対して「保険会社間の公平中立」という

体制整備義務対応に団体間で情報連携を



行木氏

行木 今、話題にあがった体制整備義務についてですが、業法改正ということになれば来年以降

めさせてもらったように記憶している。結果的には、お客様の側に立つという意味で公平中立という表現をすることには一定の制限をつけなければいけないようになり、保険会社間での公平中立を要しないことになった。今後、私たちが現場に立つときに、この判断のもとでどのようにお客様に対してアピールしていきべきかは、個々の代理店あるいは私たちのような団体で検討していく必要がある点だと認識している。少なくとも従来のように、手放しに「公平中立」をお客様に対して標榜できなくなることには確かだ。

岡部 体制整備については、現場の声や金融庁の団体による一つの方向性というものは個々の代理店さんの考え方と比べて影響が大きい。代理店に課せられることになった規制関連への対応のあり方について、まさに今回のティスカッションを機に、団体間で情報連携を、団体間で情報連携を図るべきではないかと考えている。対応のあり方は非常に難しいものがある。従って私たちが現場の実態を当局に届け、そのうえで判断いただいたら、その結果を施行規則に示してもらいたい。

岡部 現場の声を金融庁にお伝えしていきたいと考えている。具体的な対応は現場の判断に委ねられることになっていく。代理店の規模や特性が多岐にわたることを考えてみると、さきほど堀井さんが指摘したように、対応のあり方は非常に難しいものがある。従って私たちが現場の実態を当局に届け、そのうえで判断いただいたら、その結果を施行規則に示してもらいたい。

今以上に襟を正し率先して一歩を踏み出す

上野氏 アプリでスタッフ育成を支援 体制整備・教育に取り組める環境作りを

松本 具体的に業界からさまざまな声を当局に届け、それをものに規制面に反映してもらったほうがよいという見方もあるというです。



上野氏

上野 損保代理店も生保販売を強化したいという目的からショップを構えるケースも増えており、チャネルの多様化という意味では良い方向にあるのは事実。従来のように損保会社まかせで代理店バンクが決まり、そのことだけに喜怒哀楽する従来の光景ではなく、生保販売に取り組むことが代理店としての経営基盤の強化につながるという考えが出てきたことはよいと思う。ただ、保険ショップを伸ばせば生保販売がうまく進むのではなにかという企業が増えていくことから、こうした代理店をフランチャイザーとして受け入れるFC本部の代理店のなかには、残念ながら参画する保険ショップの発展に際して教育も指導もしなければ何も取りまないといいケースがあるのも事実。なので、きちんとやっている代理店や保険ショップ、FC本部から



小田島氏

全国展開する会員代理店のスタッフ育成を支援するもので、全国に点在する保険ショップのスタッフに対して一日に2問、自社の作ったコンプライアンスマニュアルや事務処理マニュアル、契約引受規定などに関する自社の問題を解いてもらうというものを、一日に2問といっても一年すれば700問になるわけで、こうしたことで社内教育の拡充を図ってもらいたいと考えている。あわせて、経営者が自社の体制整備のあり方や代理店としての方針について、各

ば、当会のような保険ショップが募集形態の一つとして広まったがために自分たちにも火の粉が振りかかったのではないかと、という思いを代理店業界が持っているのが目覚ましいから。だからこそ、私たちが今以上に襟を正して、言われたことをすべて受け入れて、すべてに対応できるように率先して一歩を踏み出していかなければいけない。それが当会に求められている宿命だと思う。

小田島氏 保険手続きの変化 お客様に理解を求め

小田島 個人的にも募集販売ルールのあり方については非常に関心がある。あらためて、お客様から求められているサービスとは何かをもう一度振り返って考えなければいけないと感じている。保険会社主導の方法から自社で考えた、よりお客様にとってわかりやすく、また業務スタイルに合わせた形に進められる良い機会も捉えているが、今後満たすべき水準というのがどうなっていくのか気になる。この点については、いろいろなところから実務的な話を聞きたいと思っている。

私の事務所があるような人口も少ない地方では、日常的にお客様との接点も多く、変化を好まない傾向もあるため、保険手続きの環境が変わっていることをお客様から理解してもらい、協力していただくような準備も必要だと感じている。

募集人の資質向上へ資格取得 岡部氏△▽堀井氏 募集人ガイドラインの雛形を

松本 これから多くの代理店、特に乗合代理店にとっては規制というハードルが高くなり、非常に厳しい状況になることが考えられます。そういったなかでは代理店組織である各団体の存在意義が

り大きくなっていくと思えます。今、説明してくれた結心会のように、加盟代理店の資質向上のために取り組んでいる団体があれば、その取り組みの内容をご紹介ください。

岡部 日本代協の主たる取り組みの一つが、募集人の資質向上であり、このほど損害協会と共同で損害保険大学課程を創設した。試験に合格した募集人は損害保険プランナーおよびその上位資格である損害保険トータルプランナーの称号を付与されることになる。総じて、自らの資質を高めていくという自発的な制度であり、日

本代協ではこの制度を普及させようと思っております。それは当会が主体となるので、会員代理店のための募集人ガイドラインの雛形を作ろうという内容のなかでとりわけ体制整備が義務化されたことを重視したものだ。代理店がとるべき体制整備についてはまだ、具体的な方策が示されていない状況であるからこそ、私たちがこのような団体が主体的に、加盟代理店のための方向性を可能な範囲で示すことが必要ではないかと考えている。

小田島 さきほども申し上げたように、当会には皆さんのような団体とはやや運営の趣旨が異なる、何かを形作るというよりも情報共有に重きを置いた活動が中心となっている。そのため、会員をまとめて一つの方向性を示すことが必要ではないかと考えている。

規制強化で各団体の存在意義が大きくなる

松本 これから多くの代理店、特に乗合代理店にとっては規制というハードルが高くなり、非常に厳しい状況になることが考えられます。そういったなかでは代理店組織である各団体の存在意義が



損害保険大学課程コンサルティングコースのセミナー

共有し、アドバイザーの意見も参考にしながら皆で考えていくということになっていくように思う。従って、各会員の取り組みを持ち寄って、皆で討議したり各自が持ち帰って、自身の経営の参考にしたりますというサイクルを今後も続けていくことになる。

(6)面へ続く

代理店4団体トップ座談会

上野氏 製販で検討チーム 募集新法制対応で呼びかけ



松本氏

軸に製販が一緒になって新しい検討チームを作り、今後の代理店の体制整備についての課題を導きながら進めていくことにならざるを得ない。多くの保険会社にこの検討チームに参画してもらい、体制整備についての許容範囲を各社に示してもらい、すべての保険会社が認めてくれるような最低限の範囲を導き、1つの方向軸を決めていくようにしていきたい。そうしなければ、さきほど堀井さんも言ったように、保険ショップには乗合代理店が多くいるなかで、大半の保険会社が許容するなかで一社だけが容認できないという状況になると、体制整備にかける労力が無駄に終わるというところもなにかねない。当会に参加している保険会社の部門の多くは営業推進部門の社員なので、彼らを通じて各社のコンプライアンス部門にこうした呼びかけをしたところ、すでに数社から賛同を得ている。

松本 アプリのシステムを作って募集人を支援する会もあれば根本的な資質向上に取り組む会、または募集人のガイドラインを団体主導で作る会もあるなどさまざまな違いがみられた。また、RINGの会のように会員代理店間の情報共有の場であることを重視する取り組みも貴重な枠組みといえる。

こうしたなか、堀井さんがガイドラインを保険会社の協力も得ながら策定中だということも言われたが、団体(代理店)と保険会社はどのような関係を築いていくべきかと考えていますか。また、製販をより良い関係にするために、団体として保険会社に対して求めたいことはありますか。

上野 7月中旬に開いた定例会で、募集新法制対応検討チームの設置を呼びかけた。当会で推奨する募集人支援の仕組みを活用した12社の代理店を

もに考えていければ、それこそ保険会社への働きかけの説得力が増すのではないかと。団体によって特徴や取り組みの違いはあるものの、代理店として向かう方向は同じはずなので、大きめの検討の場を設けることはとても

乗合踏まえ製販のあり方見直しを 岡部氏 ▲ ▼ 行木氏 交点見出し団体間の交流深める



行木氏

ても、損保代理店と年保代理店では接点があるようではないとも言えます。こうしたなかで、団体間での交流を深める場は、ある種の交点を見出すことも重要ではないでしょうか。

岡部 おっしゃる通り、損保代理店のほとんどが生保を扱うようになっている。損保だけでは経営が成り立たないというのが主たる理由だからだ。そういう意味では生保での交点を見出すことはできると思うが、今、議論の対象として代理店の体制整備などについて話している、専属代理店と乗合代理店で考

松本 各団体固有の問題や施策もあると思うが、保険業界全体で共有すべき問題への対応を考えると、各団体が知恵を出し合うことはとても有意義なことではないかと私も思います。

行木 日本代協とRINGの会は比較的損保系の代理店が多く、保険代理店協会和結心会は生保系代理店が多いかと思

4団体が意見交流や連携の可能性を検討しているのだから、こうした体制整備のあり方について



小田島氏

店が一番問題視しているのは、損保会社による乗合規制の実態だ。生保は比較的乗合の承認が得られやすいが、損保はそうはいかない。乗合代理店が取り扱う保険会社を絞らざるを得ない。乗合代理店に関する議論を専属代理店に限定する場合は何の問題も生じないだろうが、逆に、今回の報告書を受け、他との差別化を図るべく比較推奨販売を押し進めようと考えている代理店がいた場合、取り扱う保険会社を増やすという今回の報告書への対応などを会員が求めるようになれば、会として取り組むかも知れない。

岡部 私たち損保代理店の関係を築きながら歩を進めていくことを基本中の基本の考え方として持つべきで、この考えがなければそもそも製販分離のあり方も論議することはできない。製販分離については、ともすれば、両者がばらばらになることと想像されがちだが、実は分離すればするほど両者の関係はより一体化するものだ。だからこそ損保会社にも、乗合承認も踏まえた製販のあり方を今一度考えてもらいたい。

代理店の発展段階によっては、保険商品のラインアップを豊富にしなければいけないケースがある。例えば、中小企業マーケットを開拓しようとするのであれば、

村上氏 帳票類など統一を お客様や代理店の負担軽減に



村上氏

松本 今後代理店も新たな体制を敷いていく必要があるなかで、その実現には保険会社の協力が不可欠になります。岡部会長がお話されたように、保険会社に求めていきたい点などは他の団体ではあります。

村上 個社としてはたくさんあります(笑)。現場の視点から一言言いたいことは、例えば申込書などの帳票類を保険会社で統一してもらいたいということがある。保険

ハードル高い保険会社

堀井氏 ▲ ▼ 岡部氏

代理店が募集文書の素案示す

松本 保険代理店協議会でも保険各社に共通化を呼びかけることはしているのでしょうか。

堀井 これまでも、タフレット端末を活用した募集制度の開発に伴って、開発の手前で共通化して使えるようなテキストを一緒に作ってほしいという要望を当会として保険各社に呼びかけた。保険会社数社に役員を巻き合わせて検討してもらった場を設けたりはしてきた。しかし、なかなか成果として具体化できていないのが現状だ。

今であれば、消費税増税の可能性をふまえたうえで保険会社に求めることや、営業戦略上、代理店間の差別化を要するといったことでは、保険各社で協議・連携してもらいたいというところは、会として再三、呼びかけている。ただ、やはりなかなかタフレットにあげてもらうまでのハードルが相当高いというのを実感

共有すべき問題に各団体が知恵出し合う

こうしたなかで、各団体が情報連携を図り、取り組めることが出てくるのではないかと。

として持っている。

そういう意味では、岡部さんが言うように、損保協会で業界の標準化や共通化に向けた検討を進め、それに対して日本代協で具体的な要望を出しているという両者の動きは非常にすばらしいことだと思いで今話を聞いていたところで、生保業界でも同様の取り組みができれば業界にとって有意義なことだと思う。

岡部 現状では突拍子もないことかもしれないが、今後、代理店に体制整備義務が課せられることで、代理店に直接的な責任が問われることが出てくるようになると思うが、あえてこのことを逆に考えてみると、現状では募集文書の承認については保険会社のそれぞれの判断基準に基づいているものを、代理店の側から基準の素案を設けて、それを保険各社に示し承認してもらいたいというのを考えてもいいのではないかと。また、自分たちの責任のもとで保険会社にに向けて提案をするなどの一例であり、こうした動きが結果として、保険商品の比較推奨販売をよのりやすくなるのではないかと。

氏体制整備と監督指針

堀井 統一なガイドライン必要

堀井 実は当会でも、岡部さんの今の話題にやや関連したような取り組みの一つとして、募集文書ガイドラインというものを会が主体となって作成したことがある。乗合代理店にとって、ある保険会社では認められたが、別の保険会社では認められなかったといったことが現場ではひんぱんに生じている。そこで、募集文書の認可基準について保険各社の項目別に整理し、これなら大丈夫だろうという共通項のような範囲をまとめたガイドラインを作成し、会員にフィードバックしたことはある。

上野氏 保険会社と共存共栄で

生損保とも国内社との関係が鍵

松本 専属代理店であれば保険会社の方針や基準に基づいた取り組みをすればいいという面があるが、乗合代理店ではそれはいきません。保険会社ごとではなく業界共通の方針や基準を作るというのには団体としての意識が出てくるように思いますが、



上野氏

に代理店部門を設置している状況にあり、それに伴って当会でもやりとりの頻度が高まってきている。生保会社によっては職員

に代りて国内生保各社との連携を密にするようになって感じたことは、やはり大手生保会社が動いてくれないと業界が動かないという動かしがたい事実があるということだ。代理店が損保系生保や外資系生保と連携して何らかの成果物を見出したとしても、国内の大手生保会社の意向次第で

は、あつてなご覆ってしまつ可能性は大きい。だからこそ、むしろ私たちがほうから大手生保各社に理解を示し、歩み寄っていくことは少なからず必要になってくると思

村本 保険会社は、競争領域と非競争領域を区別して扱つていく必要があると感じる。業界内の意地の張り合いが、お客様を保護するのから遠ざけてしまつて危惧を感じている。つまり、皆さんがおっしゃるように保険会社と代理店が共存共栄で歩むことが大前提として、同時に、保険会社間でも同じような視点を持ってもらいた

村本 保険会社同士が、必要なら努力だと感じている。上野 確かに実情としてはそのとおりだが、一方で、ききほお話しした

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。

岡部 確かに良い機会だと思ふ。損保会社でも意識はほとんど現場のほうに降りてきており、代理店の声を聞く環境になってきている。現場レベルの理解も高まっているのは実感している。

損保協会との連携強める

岡部氏 ▲ 村上氏 ▼

保険会社間も共存共栄の視点を

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

体制整備に関し仕組み

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。

岡部 確かに良い機会だと思ふ。損保会社でも意識はほとんど現場のほうに降りてきており、代理店の声を聞く環境になってきている。現場レベルの理解も高まっているのは実感している。

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。

岡部 確かに良い機会だと思ふ。損保会社でも意識はほとんど現場のほうに降りてきており、代理店の声を聞く環境になってきている。現場レベルの理解も高まっているのは実感している。

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。

製販のあり方をより良くする好機

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。

岡部 確かに良い機会だと思ふ。損保会社でも意識はほとんど現場のほうに降りてきており、代理店の声を聞く環境になってきている。現場レベルの理解も高まっているのは実感している。

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。

岡部 確かに良い機会だと思ふ。損保会社でも意識はほとんど現場のほうに降りてきており、代理店の声を聞く環境になってきている。現場レベルの理解も高まっているのは実感している。

松本 今回の報告書を受けて、製販がより協力関係を強めていかなければいけない状況にあるのには間違いなく、保険会社も同様の考えを持っていないはず。その意味では両者のあり方をより良いものにするための検討のタイミングとしては、好機と言えるのではないだろうか。



堀井氏

堀井 実は当会でも、岡部さんの今の話題にやや関連したような取り組みの一つとして、募集文書ガイドラインというものを会が主体となって作成したことがある。乗合代理店にとって、ある保険会社では認められたが、別の保険会社では認められなかったといったことが現場ではひんぱんに生じている。そこで、募集文書の認可基準について保険各社の項目別に整理し、これなら大丈夫だろうという共通項のような範囲をまとめたガイドラインを作成し、会員にフィードバックしたことはある。

松本 専属代理店であれば保険会社の方針や基準に基づいた取り組みをすればいいという面があるが、乗合代理店ではそれはいきません。保険会社ごとではなく業界共通の方針や基準を作るというのには団体としての意識が出てくるように思いますが、

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

村上 村上 村上 村上

代理店4団体トップ座談会

小田島氏 毎年1回オフ会を企画 層が厚く多様性を重視

小田島 業界動向を知るためには、オフ会では創設以来情報に価値を見出すような業界は減りつつある。先代代理店やアドバイサーの皆さんが話しているのを聞きながら刺激を受けている。自分たちで情報を求め、新しいことにチャレンジする。そのようなテーマでオフ会を毎年一回、企画している。時事の問題や課題、私たちが代理店を取り巻く環境変化などテーマを選定するオフ会委員も大変だと思うが、マーケティングやウエブ、事業継承、社員教育、雇用問題など盛りだくさんだ。プログラムに沿って会員同士が現状や未来を語りながら、成功談だけでなく、事業の苦労失敗したところなども披露して、危機感の共有や原因を想像したり、皆が持ち帰って事業経営の課題解決に役立てたりしている。

堀井氏 若者に魅力ある業界に 規制強化乗り越える強さを

堀井 業界動向というよりも業界の将来について常にどうあるべきかを考えている。代理店という事業モデルは高齢化が進んでおり、若い世代の参入がなかなか活気を帯びない状況が長く続いているように感じる。そこには憂慮しているのが正直なところだ。他の業界をみてみると、町のおもちゃ屋さんが次々になくなり、トイザらスのような大型ショップが参入している。他の産業の小売業をみて同じようなことがいえる。代理店業界も一つの過渡期にあるように思っている。それは今の代理店規模では誰も継いでくれないのか、それとも良い人材を流入しようとするのか、私たちが



今年のRINGの会・オープンセミナーに過去最高の約1,350名が参加

なかなではつながついており、あわせて考えていくべきだと感じている。他の業界でも急成長した業態があり、その業態が一度叩かれて、それでも乗り越えてきたときに一つの産業となる傾向にある。代理店も今回の規制強化を一つの踏み台にしながら、乗り越えた先に新たな魅力を見出す必要がある。必要があると思っただけで、一例を挙げると、兵庫県には、バイクメーカーのカワサキのバイク販売店があり、この販売店では保険ショップを隣接させている。こうした異業種に多くある考え方が顧客満足の追求というもので、このバイク販売店であれば、バイクを買いに来たお客様によりよいサービスを提供したいという思いが、保険も扱う動機になっており、こうした異業種の思いを実現させてあげられるような環境を作っていくことが、結心会としての関心

異業種のショップ参入を歓迎

上野氏 ▲ ▼ 小田島氏

発想の転換に苦慮する代理店も

松本 少子高齢化が進むなかで、若い世代が参入してこれるような魅力ある業界にする必要がある。この業界は強弱がある。代理店だけでなく保険業界全体で考えていかなければならないテーマといえるでしょう。

松本 少子高齢化が進むなかで、若い世代が参入してこれるような魅力ある業界にする必要がある。この業界は強弱がある。代理店だけでなく保険業界全体で考えていかなければならないテーマといえるでしょう。



長時間にわたり熱心な討議が繰り広げられた

松本 最後、なかなか4団体の代表が集まることはありません。せっかくの機会なので、今後、各団体が意見交換を促したり協力したりあつたりできれば、代理店業界にとっても非常に有意義なことだと考えています。そこで、団体間の交流や連携の可能性について、結心会というスタンスではないが、異業種が正しく参入できるよう

岡部氏 今後意見交換を 連携の必要性を感じる

岡部 団体によって特徴がさまざまありますが、私たちが手掛けてこられなかった取り組みに着手している。連携の必要性を感じた。連携の必要性を感じた。連携の必要性を感じた。連携の必要性を感じた。

松本氏 今後意見交換を 連携の必要性を感じる

松本 最後、なかなか4団体の代表が集まることはありません。せっかくの機会なので、今後、各団体が意見交換を促したり協力したりあつたりできれば、代理店業界にとっても非常に有意義なことだと考えています。そこで、団体間の交流や連携の可能性について、結心会というスタンスではないが、異業種が正しく参入できるよう

野さんがお話しされた異加者数1000名規模のイベントを開催するが、そこでは異業種や銀行をパネリストに招き、保険業界のどこに魅力を感じて参入しているのか、あるいはどのような戦略で保険事業を進めていくか、えんのかなどについて、お聞きしたいと考えている。これらのチャネルに対する会のスタンスは、プラットなもので、お客様にとって良い商品やサービスを提供することができるとあれば、むしろ志は一緒だという捉え方をしている。結局は、お客様がどのチャネルを支援するかを決めることになる。



9月9日に開催された代理店協議会 昨年の9月に開催された大型イベント