一般社団法人 福岡県損害保険代理業協会　福岡南支部

代協だより 福岡南

第12号
発行 2015年7月
福岡南支部・支部長
大迫 修一
［有限会社 福岡総合保険］

2015年5月21日　福岡県代協　通常総会　in アークホテルロイヤル福岡天神

福岡県代協の会員は、この１１年間連続で増強目標を達成してきており、日本代協の中でもトップクラスであることを自負しています。今年も引き続き、会員増強、国民年金基金の加入者獲得を目指します。

いよいよ来年５月に改正保険業法の施行が迫り、この１年間は各代理店で仕組み構築や教育を徹底して進めることと思います。募集人の品質向上は日本代協の目的でもあります。募集人ひとりひとりが品質を向上させることで顧客を囲い込み、体制を整備し、発展につなげていきましょう。それが業界自体の発展にもつながっていきます。

2015年6月17日　福岡南支部　定例会　in 一品香 雑餉隈店

日新火災海上保険（株）福岡第一支店の中村支店長より、前年度の保険会社の決算やコンバインドレシオについて説明していただいた他、１０月からの火災保険の参考純率改定について保険会社の状況などをお話いただきました。会員間の情報交換も活発に行われました。

今後の支部例会でも、各保険会社からの情報提供を予定しています。所属保険会社以外の情報に触れることのできる機会をご利用ください。

福岡南支部　平成２７年度の活動予定

平成２７年
- 7/24㈮　オリエンテーション・代理店賠責セミナー
- 8/21㈮　支部例会＆暑気払い
- 9/16㈭　支部例会
- 9月　「無保険車追放」街頭キャンペーン
- 10/16㈬　支部例会
- １０月　「盗難防止」街頭キャンペーン
- １１月　福岡三支部合同セミナー
- 12/16㈬　支部例会

平成２８年
- 1/15㈮　支部例会＆新年会
- 1/20㈬　福岡県代協 新春セミナー
- 2/12㈮　支部セミナー
- 3/16㈬　支部例会

支部例会では、活発な情報交換が行われています。参加会員で課題を共有して解決へ！

『みなさまの保険情報』をご利用ください。

日本代協では、お客様向け情報紙として『みなさまの保険情報』（年４回発行）を発行しています。保険商品の解説や保険業界から発信する最新情報をはじめ、防災にまつわる記事は、消費者・契約者の皆様に必ずお役に立つ内容です。

お客様へ配布用に購入する場合、詳しくは日本代協ホームページをご覧ください。
一般社団法人 日本損害保険代理業協会事務局　（TEL）03-3201-2745

福岡南支部

福岡県代協のホームページに
「福岡南支部」専用のページがあります。
http://www.f-daikyo.jp/
例会のご案内や報告など最新情報を掲載していますのでご覧ください！

リニューアルしました！

「ラブアース・クリーンアップ 2015」

６月７日に百道浜海岸で行われた「ラブアース・クリーンアップ」に参加しました。
スポーツイベントなどで賑わう浜辺に、地域や企業から多数が参加し、波打ち際にたまったゴミを片付けました。
福岡県代協には保険会社スタッフの応援もあり、揃いのブルーブルゾンで活動しました。ありがとうございました！

2015年5月21日　総会記念セミナー

近未来の代理店モデルとは
～保険業法の改正を見据えて～

講師：中﨑 章夫氏［保険ジャーナリスト］
（有）ナカザキ・アンド・カンパニー 代表取締役

「平成26年改正保険業法（２年以内施行）」に係る政府令・監督指針案等についてのパブリックコメントに対する金融庁のまとめが５月２７日に出されました。これらを参考にして細かい基準が整備されていくことになります。

今回の中﨑氏のセミナーでは、保険代理店がこの法改正をどのように捉え、どのように対処していくべきかについてお話いただきました。

当たり前のことを当たり前に

この法改正では、保険会社だけでなく保険代理店の役割と責任も明確にされました。「意向把握義務」、「情報提供義務」、「体制（態勢）整備義務」が課され、その立証責任は代理店が負うことになります。来年５月までにその環境を整えなければならない代理店にとっては非常に厳しい状況ですが、他の業界に目を向けると特別なことではありません。世間で当たり前にやっていることを、保険業界でも当たり前にやりましょうという動きです。これまでは保険会社に守られてきた代理店が今後は保険会社への依存をやめ、代理店が自ら考え、行動を起こし、責任を持ってサービスの提供に務めるために、今後どのような事業展開をすればよいかが問われています。

「保険選びは人選び」と言われるように、保険代理店のサービスの質は、そのサービスを提供する人の質そのものです。より高いレベルのお客様を獲得するためには、自分自身のレベルをあげていくしかありません。組織も同様です。人を磨き組織を磨き、経営体質を整えることは、業種にかかわらず事業経営者としては当たり前のことです。体制整備として法改正で求められているのは、そういうことでもあるのです。

“総合生活支援業”、“経営支援業”としての代理店へ

保険会社の再編が進み、国内市場は縮小する中、新しい市場を模索する動きも始まっています。個人や中小企業をターゲットとする市場も競争は激化するでしょう。

そうした時代において、代理店はこれからは保険会社の枠内で物事を考えるのではなく、お客様を基準に考えるべきです。お客様が何に悩んでいるのか、何をしたいと考えているのか、どんな問題解決を求めているのか、その答えはお客様に本当に向き合っていれば分かるはずです。その結果、保険で解決できることもあれば、保険では解決できないこともあるかもしれません。お客様に向き合っていますか？　そもそもお客様に会っていますか？

代理店は様々なお客様とつながりがあり、様々な分野の専門家とのネットワークも持っています。お客様が何かで困った時に気軽に相談でき、対応できる枠組みを整え、お客様との交流密度をあげて信頼関係を築いていくことで、厳しい業界環境の中でも存在感を示すことのできるビジネスモデルを作ることができるでしょう。保険販売業ではありますが、事業モデルとしては個人のお客様にとっては「総合生活支援業」であり、法人のお客様にとっては「経営支援業」なのです。

Compact is strong.（コンパクトは強し）

生保・損保・少額短期のいずれかで１５社以上を取り扱っているか、いずれかの売上げが１０億以上の代理店を、法改正では「大規模な特定保険募集人」と定義し、金融庁の直接の監督下に置かれることになりました。今後は厳しい規制を受けるでしょう。それ以外の規模の代理店は対象外ですが、金融庁の指導のもとにある保険会社の監督下で、こちらも厳しい規制を受けるでしょう。この規模の代理店のほうが圧倒的に多いのです。

変化のスピードが早く、先行きが不透明なこの時代、規模の大型化を目指すことが得策とはいえません。むしろ５～１０名程の小規模代理店が強みを発揮できる時代だと考えられます。コンパクトな事業モデルであることで、変化のスピードに対応可能な展開を図ることができ、生産性も大規模代理店よりも高いことが期待されます。

コンパクトであれば自分達だけで全てのことを賄うことはできないでしょう。その時は『オープンイノベーション』で、自分にない発想力を持つ事業体と組むことを考えるのです。いいものは当然残しながら、新しい風も積極的に取り入れることができるのもコンパクトビジネスモデルの利点の一つです。