

●●●「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

☆4月理事会のトピックスです☆

- 「第14期（第59期）通常総会・会員大会」はオンライン開催となります。総会では、正会員の皆様による表決権行使が極めて重要です。内容をご確認いただき、必ず表決権行使書（ハガキ）の返送をお願いいたします。
- 「保険代理店のBCP策定」と「事業継続力強化認定制度」についてセミナーを開催します。BCPは、台風、地震などの自然災害、感染症問題など、多くの脅威の中で、保険代理店の役割を安定的に果たして行くために不可欠です。また、事業を行うお客様への情報提供に活用できます。
- 大阪代協のHPがリニューアルされました。
大阪代協のHP <https://www.osakadaikyo.or.jp/>
を是非一度ご覧ください。

☆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 右のご案内をご参照下さい
- 参加方法 <https://www.osakadaikyo.or.jp/info/4894> ご参照

Challenge 50

4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	損保ジャパン・パートナーズ(株)	損保ジャパン
船場	(株)リベロ	三井住友海上
東大阪	(株)エトワス	AIG損保
堺	(株)総合企画	現代海上火災

どうぞよろしくお願いたしますm(_)_m

☆☆体制整備情報☆☆

① ワンポイントレッスン

「規模と業務特性の確認」について。後掲しています。

☆今年度はオンラインで開催します☆

保険代理店のBCP策定と 事業継続力強化認定制度

通常総会に引き続き
オンラインでお届けいたします

ZoomセミナーURLはメール配付いたします。
ZOOM QRコードもご参照下さい。

多発する自然災害、長引く感染症問題、
どのような事態に陥っても、保険代理店はお客様のために、その使命を果たさねばなりません。

いざという時のためのBCP策定～継続のノウハウ、
中小企業が推進する事業継続力強化認定制度に
ついて解説します。是非ご参加下さい！

2021年度 大阪代協会員大会

5月20日(木) 14:30-17:00

 <p>ご来賓</p> <p>財務省 近畿財務局 理財部 金融政策課副課長 保険監督室長 米虫 江里子 氏</p>	 <p>ご来賓</p> <p>一般社団法人 日本損害保険協会 近畿支部 近畿支部会長 磯田 卓 氏</p>	 <p>講師</p> <p>一般社団法人 日本損害保険代理業協会 アドバイザー 粕谷 留 氏</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

一般社団法人大阪損害保険代理業協会 会長 山中 尚
〒530-0001 大阪市北区梅田1-2-2-1400 大阪駅前第二ビル14階
TEL06-6341-6085 | E-mail: ososaka@osakadaikyo.or.jp | HP: <https://www.osakadaikyo.or.jp/>

～これはリアルで聴きたかった！～ 2021年度 委員オリエンテーションが開催されました

4月21日（水）15時から、委員の皆さん、理事の皆さん総勢90名が参加して、2021年度委員オリエンテーションを行いました。



2019年度に第1回目が開催され、昨年度は新型コロナウイルス流行による最初の緊急事態宣言発令（これが二度三度となるとは、この時は思いもよりませんでした）により中止となったことから、およそ2年ぶりの、しかし、コロナ禍の現状を鑑みて今年度はWebでの開催となりました。

まずは山中会長が『なぜ私たちに代協が必要なのか～代協の大義とは何か～』をテーマに、以下の内容についてお話いただきました。

① 【保険会社の枠を超えた、代理店存続の為の情報の取得、交流、切磋琢磨の場である】

代協には、AIや金融サービス仲介業者の登場、webでの保険募集など、激変する保険代理店を取り巻く状況への対応策が即時かつ豊富にあるということ。

② 【お客様に安心を提供しようと真剣に取り組む代理店が存続でき、報われる業界でなければならない】

保険会社主導による、代理店の合併、統合が近年急ピッチで進んでいます。保険会社と代理店の関係が、喜怒哀楽をともにする家族的な雰囲気だったのは、既に遠い過去の話であり、現在はドライなビジネス上の関係になっています。お客様に寄り添い頑張っている代理店が存続できる健全な業界を維持するためにしかるべきところに我々の声を届ける必要があります。そのためにも、私たちはより多くの仲間を増やす必要があります。

③ 【人は、信頼できる人から保険に入ったほうが安心する】

AIやネット保険が台頭してきたとはいえ、現在でも保険契約者の全体の91%は代理店をお選びいただいています。これからも、機械ではなく、人が保険を販売することに価値を見出していただけ、満足度の高い代理店であり続ける必要があります。代協にはそのためのツールや仕組みが備わっています。

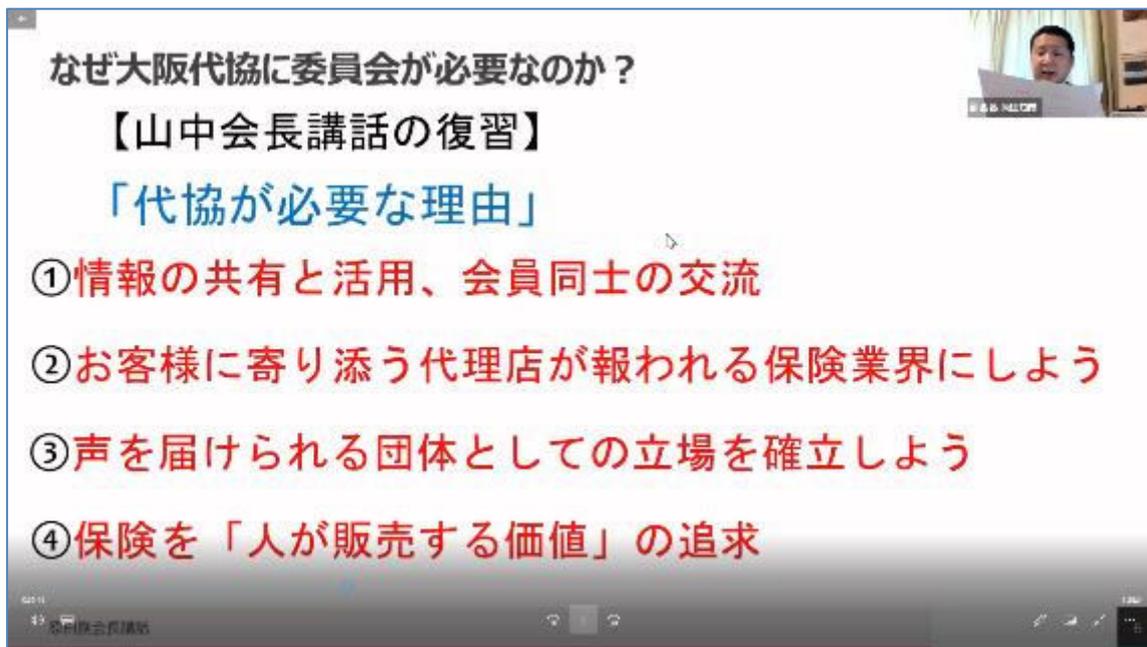
④ 最後に「代協はボランティア活動ではなく、自ら職業である保険代理業を、自社の経営を守る、自分達のための活動です。積極的に参加して行きましょう！」という力強い言葉で締めくくられました。

続いて、原田副会長が『なぜ大阪代協に委員会が必要なのか～委員会の存在意義とは～』をテーマに話されました。前段の山中会長の講話の要点を再度確認し、その上で、委員会は代協の掲げる目的の実現に向かって

取組みを実践する極めて重要な専門機関であることを共有しました。

委員会ごとに毎年会長より諮問事項を受け取り、それに対し各人ひいては代協全体がよりレベルアップするための具体的な行動として推し進めて欲しいと、原田副会長から委員会の存在意義が語られました。

各委員会がどのような指標を基に活動しているのかを確認した後、Zoomのブレイクアウトルーム機能を使った、委員会ごとのグループディスカッションが行われました。再び全体へと移行し、ディスカッションがどのような内容であったかを代表者が発表したのですが、すべての発表から、本日の講話の内容を受け真剣で熱のこもった良い議論が行われたことをうかがい知ることが出来ました。



最後に、新谷副会長から『委員の皆さんに期待すること～委員の役割とは？～』についてお話をいただきました。最初に、やはり「代協活動の本質を理解して委員会に参加し、活動して欲しい」ということでした。山中会長、原田副会長のお話の流れが、委員の役割にも通じている、ということだと思います。

2つめに、「委員は支部の代表であることを自覚して欲しい」と話がありました。委員が理解し、納得しないと支部の会員には何も伝わらず、代協の意義がないがしろになってしまいます。委員は重要な立場にあると再確認できました。



最後は、「せっかく関わるのであれば、是非自分の意見を持って、声を出して行きましょう」と伝えられました。傍観するのではなく、参加して少しでも有意義な時間を過ごして欲しいとの思いが伝わりました。

全体を通して振り返ると、2021年度大阪代協のスローガンである「伝える・つながる」大阪代協、の示す意味がずっと腹に落ちた感じがいたしました。

私は2年前の委員オリエンテーションにも参加したのですが、当時たくさんの刺激をもらったのを覚えています。昨今定着しているWeb会議というものはリアルに比べて集中力を欠くものも少なくありません。正直、今回のこの場が実のある時間になるかどうか懐疑的な思いも少しはありました。

ところがその予想は良い意味で裏切られ、会長、副会長の画面越しでも感じられる程の熱量に、たくさんの刺激を貰えた2時間になりました。だからこそ、リアルで聞けていたら更に響いたであろうと、コロナ禍の影響を非常に残念に思いました。来年度は通常通り開催できるようになっていることを祈っています。

（記事：教育委員会 田中記者）

～初めてブレイクアウトルーム・投票機能を活用～

北摂支部 支部会を開催しました



4月16日（金）16時より、新年度初めてとなる北摂支部会をZoomで開催しました。コロナの第4波が大阪で猛威をふるっている状況下であり、なかなか先の見通しが見えない中での年度初めの支部会となりました。

5月20日（木）に予定されている大阪代協の通常総会も、リアル開催は断念され、書面評決となった旨が報告されました。オンライン配信が行われるとのことで、同日予定されている「保険代理店の

BCP 策定と事業継続力強化認定制度」についての講演もオンラインで視聴できるとのことでした。

<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/4894>

昨年度の優秀支部表彰については、北摂支部はZoomをいち早く取り入れ、コロナ禍にあっても支部活動を継続的に行って来ましたが、残念ながら、「損害保険大学課程」「仲間づくり推進」「支部活動」の3指標については、いずれも目標未達に終わり10支部中唯一の無冠支部となってしまいました。



Zoomでの支部会は、情報が一方通行で発言が少なく盛り上がり欠けるとの意見が昨年度出たため、今回支部会としては初めてブレイクアウトルーム機能を活用して、4人程度を4グループに分けての意見交換を30分行いました。狙いとしては活発に意見交換をしてもらうことで、支部会に参加して良かったと思ってもら



うことです。その意味ではテーマは何でも良かったのですが、一応の話のきっかけ作りとして、あらかじめ「①コロナ感染に関する補償提案やコロナ対策下の営業活動について」「②最近の営業活動についての問題点について」というテーマを配信しておきました。各グループの発表を2分ずつ行ってもらいましたが、どこのグループも少人数での会話がある程度活発に行われたようで安堵しまし

た。

今回はZoomの投票機能も初活用し、簡単なアンケートを実施してみました。今回実施したブレイクアウトミーティングについて感想を聞いたところ、9割の支部会員が良かったと答えた一方、次回からも熱烈にブレイクアウトミーティングを望む声は半数程度でした。

（記事：北摂支部 辻副支部長）

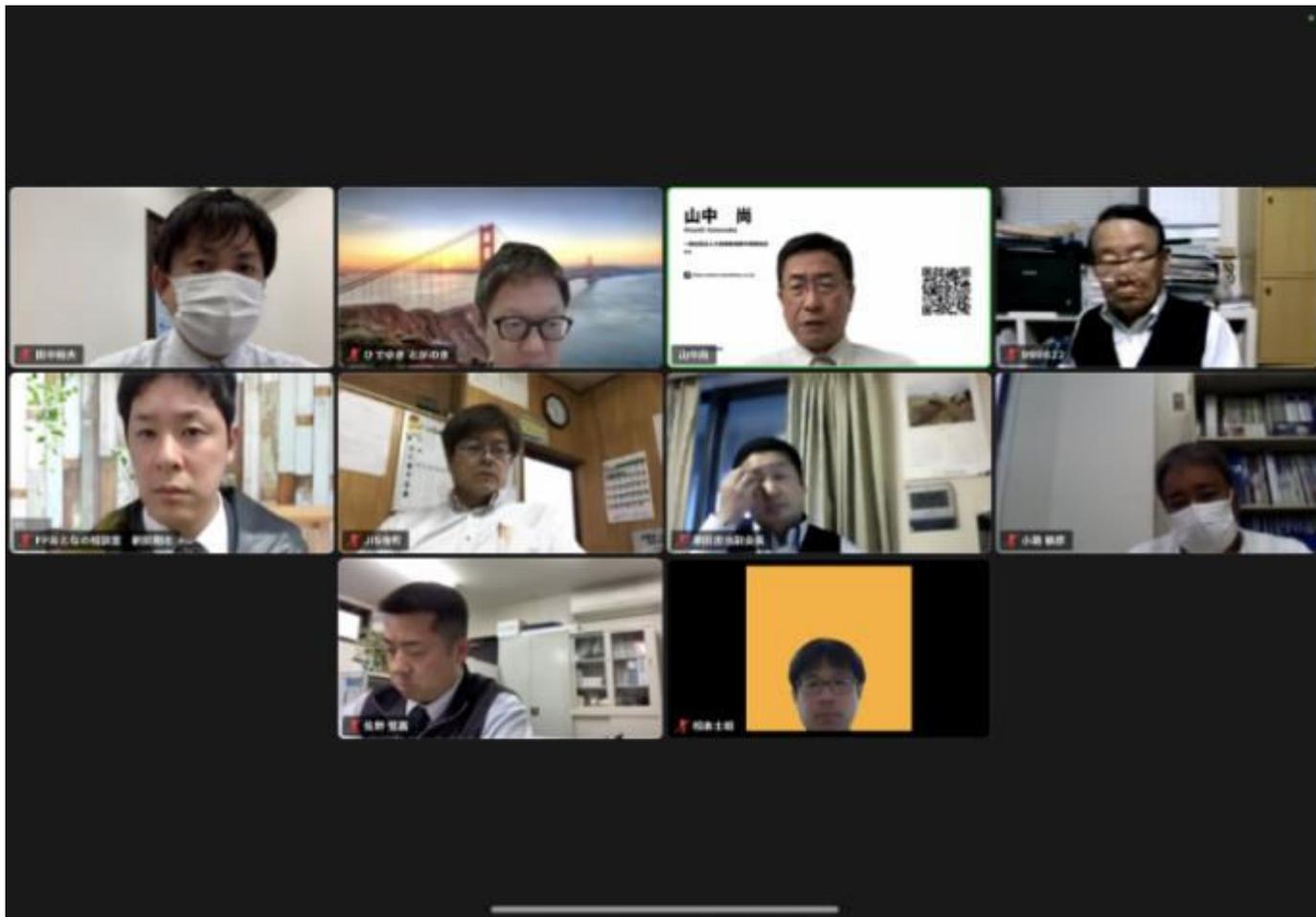
～Webでの保険募集 意見交換会～ 南大阪支部会が開催されました

令和3年4月16日（金）、南大阪支部会が開催されました。

今回も、新型コロナウイルス感染対策の為web開催となりました。

会議はいつものように理事会報告を行った後に各種委員会報告へと続く流れだったのですが、皆おなじみの南大阪支部のメンバーによるweb会議に慣れてきたせいか、終始リラックスモードでした。そのおかげもあってか、様々な活動報告を聞きながら、コロナ禍でもそれに負けていない代協の盛んな動き、人の勢いを感じることが出来たのを内心嬉しく思いました。

後半は、校柵木支部長進行の下、webでの保険募集についての意見交換会が行われました。web募集経験者は多くは無かったのですが、なぜやらないのかという理由としては、お客様の顔を見たい、会えるのなら会いたいから、というものや、自身のお客様の客層はご年配の方が多く、デジタル環境に不慣れである等がありました。



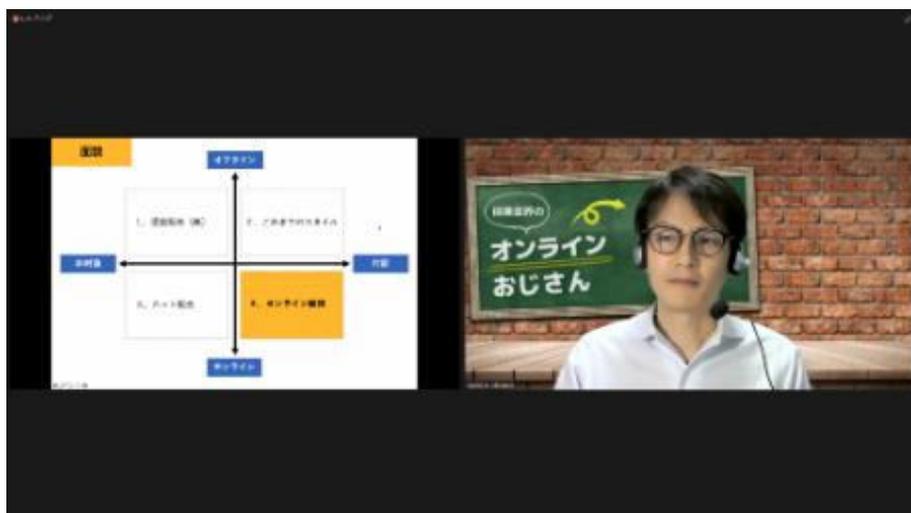
実際に web 募集を行った原田副会長は、以下のメリットとデメリットを感じたそうです。

【メリット】 移動時間が不要になる事による時間効率の向上。

画面共有などを使えば、会わなくても情報提供が可能。

スマートフォン、タブレットでも充分操作可能な手軽さ。

【デメリット】 操作する端末、ネット環境により画面の品質が落ちる。操作に慣れるまで練習が必要。



この先オンライン募集が定着する流れはなくなることが予想されます。距離や移動時間が関係なくなるにより、コロナ禍で会えないうちに、遠方の、web 募集に長けた会ったこともない業者に長年のお客様の契約をとられることになりかねません。

新春セミナーで、土川氏が「Web募集は面談募集とTEL募集の間に位置します。TEL募集ができる人は誰でもWeb募集が可能です」と言っていたのが印象的でした！

とはいえ未だに多くの方が、操作方法を含め、やり方を試行錯誤しているのが現状です。今からでも間に合うので追いついていけば大丈夫。波に乗っていきましょうとのことでした。

現在、保険会社各社は、LINE、メール、SMS など、デジタル環境を利用したの募集活動に注力しています。web 募集も、数年前まではありませんでした。変わっていく環境に取り残されないよう、我々はどうすればよいのか、自分の為、お客様の為に何が出来るのかを考えて、技術を身に付けておく事の必要性を感じました。終わったらパッと飲みに行くいつもの南大阪支部に早く戻りたいですが、web 会議も悪くないと思えた有意義な時間でした。

（記事：南大阪支部 田中記者）



《体制整備の豆知識Part 6》

2021.4.23

ふたのワンポイントレッスン

Vol. 1

規模と業務特性の確認

代協会員の皆さま、いつもご愛読ありがとうございます。コロナ禍の終息が依然として見通せない中、お客さま対応に腐心されておられることと思います。しばらくは不透明感漂う時期が続きますが、この時代をチャレンジの機会と捉え、新しいお客様対応のあり方や働き方の変革につなげていただきたいと思います。

さて、体制整備の豆知識も6年目を迎えることができました。これもひとえに体制整備の強化に向けて真剣にお取り組みをされている会員の皆さまのおかげと感謝しております。

今月から始まる Part 6 では、基本に立ち帰り、損保協会発行の『募集コンプライアンスガイド(20年12月改定)』に記載されている代理店・募集人の「自己点検チェックリスト」に基づき、体制整備がそれぞれの社内でもどこまで周知、浸透しているか、1年間に亘り検証していただくことを予定しています。

最初に、代理店主に課される「体制整備義務」について振り返ってみましょう。募集コンプライアンスガイド「5. 代理店の体制整備について」には以下のように基本ルールが定められています。

『募集人(代理店)は、保険募集の業務に関し、1重要事項説明、2顧客情報の適正な取扱い、3委託先管理、4推奨販売・比較説明、5保険募集人指導事業など、健全かつ適切な運営を確保するための体制を整備する必要があります。(保険業法第294条の3)』

これを踏まえ、第1回のチェックは、この体制整備の前提の確認を行います。まずは、代理店主を対象にした①規模と②業務特性の確認です。

1 規模の確認 (募集コンプライアンスガイド P.119 参照) →要員や拠点数から見た自社の“規模”の観点から見た「管理責任者の範囲」を点検します。区分は以下の2つです。

- (1) 代理店主が、自ら管理責任者としてすべての拠点・募集人に対する教育・管理・指導を行うこととしている。（小規模代理店）
- (2) 代理店主に加えて、拠点数や募集人数に応じ、店主以外の管理責任者等を適切な規模で配置し、組織的に教育・管理・指導を行うこととしている。（大規模代理店）

代理店主が管下の全従業員を掌握できる規模なのか、管理スパンを超えているのかが点検のポイントになります。必ずしも定量的に決められるわけではありませんし、デジタルの活用により従来の「管理」の概念も変わってきています。一人が目配せできる範囲は10名程度が限度ともいわれますが、あくまで代理店の実態によります。支店等の事業所が複数ある場合は基本的に店主以外の管理責任者が必要になります。

前記(2)の場合には、代理店主に準ずる能力を有した適正な管理者を配置し、従業員の日常管理、教育指導が形式ではなく、実効性を持った体制・態勢で行われていることが必要になります。

2 **業務特性の確認**（募集コンプライアンスガイド P.119-120 参照）→自店が乗合代理店または生命保険代理店を兼営している場合には比較説明・推奨販売の形態について点検します。

※この点は誤解も多く、適正な点検が行われていないケースが散見されますので、再確認をお願いします。自店がどのケースに該当するかを判定し、実態をそれに合わせて下さい。

- (1) お客様の意向に沿って、商品特性や保険料水準などの客観的な理由等に基づき商品を選別して、特定商品を推奨している。
- (2) 客観的な理由等に基づくことなく、自店独自の方針（経営方針による）に沿って商品を選別して、特定商品を推奨している。（乗合全社の商品を提示する場合を含む）
- (3) 客観的基準ではなく、自店独自の方針に沿って商品を複数選別（上記(2)）し、選別後の商品の中から、お客様の意向に沿って客観的な理由等に基づきさらに商品を選別し、特定商品を推奨している。
- (4) 保険募集人指導事業（フランチャイズ展開）を行っている。
- (5) 大規模特定保険募集人に該当する。

代理店監査で確認すると(2)の形態の代理店が多いようですが、自社の推奨形態を募集人が十分に理解せずにお客様に推奨している恐れがあります。特に生保取扱の多い代理店は(3)に該当するケースが有るので、社内での周知徹底が必要です。また、乗合代理店の場合、自社方針と異なるニーズがお客様から示された場合の対応方法も予め決めて徹底させておく必要があります。

なお、専属代理店でも、損保商品と生保商品で同種の第三分野商品（がん保険など）を扱う場合には比較説明・推奨販売の規制対象となりますので確認が必要です。改めて自店の実態を把握のうえで、実態が伴うように適正な体制を整えてください。

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