

大阪代協だより

Web版



INDEPENDENT INSURANCE AGENTS OF OSAKA INC.



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

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/>

Check!理事会

11月の理事会のトピックスです

- 新春オープンセミナーの開催が決定しました
 元金融庁特別検査官 成島 康宏氏による「金融検査の着眼点」をテーマにセミナーを開催します。
 金融庁がどのような観点で保険代理店の監査にあたるのか、解説が行われます。
- 正会員実態調査には必ず回答願います
 10月25日～12月30日までが回答期間です。
 11/17現在回答率13%にとどまっています。
 金融庁などの行政への説明、各保険会社との交渉のベースとなる重要なデータです。
 必ず回答いただきますようお願いいたします。
<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/6271>

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/>

☆☆ お知らせ ☆☆

- 2022年新春オープンセミナー開催
 1月27日(木) 15:30～17:00 Webにて開催します
 詳細は下記サイトをご参照下さい
<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/6462>
- 大阪代協60周年記念行事のスケジュール決定
 2022年5月24日(火)
 @大阪オーパルホール、ホテルモントレ大阪
 (HPサイト作成中)
- 大阪府建築防災啓発員資格取得セミナー終了
 2021年度新たに122名の資格者が誕生しました。
<https://www.osakadaikyo.or.jp/info/6085>

Challenge 5 0

11月に迎えた新しい仲間です！

所属支部	代理店名(敬称略)	代申会社
北摂	㈱総合保険サービス	あいおいND
京阪	RAV Agency	三井住友海上
東大阪	オーエス	あいおいND
和泉	㈱トミオ自動車	共栄火災

どうぞよろしくお願いたしますm()m

本セミナーでは、代理店への立ち入り検査の概要を踏まえ、代理店の内部管理態勢整備や顧客本位の業務運営の核心に迫ります。
 各地で大変評価の高いセミナーが、大阪に初登場！



大阪代協2022新春オープンセミナー

金融庁検査の着眼点

2022年1月27日(木)
 15:30-17:00 ZOOM ウェビナー



講師 **成島 康宏** 氏
 元・金融庁特別検査官
 日本代協アドバイザー

保険会社・代理店等の検査・監督業務に長年より幅広く従事。2019年7月金融庁監督特別検査官を最後に退職。同年9月からアニコム損害保険株式会社、その後2021年10月よりライフネット生命保険株式会社に在籍。

金融庁在職中は生命・損害・少額短期保険会社および乗合代理店等への検査・モニタリングを数多く行ったほか、保険会社等に対する監督業務の経験を有す。

現在、金融行政の動向に対応した内部管理態勢の整備や保険募集・コンプライアンス業務等に関するアドバイスのほか、セミナー、執筆活動も行う。

お申込みは左記のQRコードよりご登録下さい。
 定員500名(先着/無料)



一般社団法人 大阪損害保険代理業協会
 〒530-0001
 大阪市北区梅田1-2-1400 大阪駅前第二ビル14階1-2
 TEL: 06-6341-6085 HP: <https://www.osakadaikyo.or.jp>

～これまでの10年、これからの10年を考える～

第10回日本代協コンベンションが開催されました



日本代協（金子智明会長）は11月5日（金）と12日（金）、19日（金）の3週にわたって第10回日本代協コンベンションをオンラインで開催しました。昨年はコロナの影響でコンベンションが中止となり、2年ぶりの開催となりました。11月5日は記念式典と功労者表彰、基調講演を行い、12日は分科会、19日はパネルディスカッションを実施するなど、オンラインならではの工夫を施した開催方式となりました。

5日のコンベンションでは冒頭、日本代協の金子会長が挨拶。人口減少や少子高齢化、国内市場の縮小、デジタル化の進展といった国内環境の変化の渦中に保険業界がいることについて「私たちは予言者ではないので変化を見通すことはできないが、少なくとも今の延長線上には明確な未来を描けない環境であることは間違いないだろう」と述べたうえで、「自分の思いとは関係なく周りが増えるので、その変化に対応する以外に取るべき道はない」と強調しました。また、会員代理店に向けては「変革に向けた行動を起こすのが難しいのが世の常だが、変化の本質を自分なりにつかんだうえで5年先、10年先の環境をイメージし、そこでどんな代理店でありたいか、自社の将来ビジョンや夢を描き、その実現に向けて、今からできることに明るく、楽しく、元気に、真剣に取り組むことが大事だ」と呼びかけました。



次いで、来賓として金融庁監督局保険課長の池田賢志氏と損保協会会長の船曳真一郎氏（三井住友海上社長）が挨拶しました。コロナに伴う環境の変化と代理店の役割について言及した池田氏は「コロナ禍において保険の非対面での手続きやデジタル化が一層加速しており、そのなかで業務フローは変化しているが、そのなかであっても募集品質を保ちつつ、お客様の利便がさらに向上するよう活躍いただきたい」と述べました。損保協会の船曳協会は、損保協会が課題としていることとして「気候変動」と「DX」の2点を挙げてそれぞれの現況などについて説明しました。

ついて説明しました。

次いで、プログラムは功労者表彰に移り、長年に渡り代協活動に取り組み日本代協の発展に寄与した功労者として、2020年度の功労者10名と2021年度の功労者10名の計20名を表彰。表彰者を代表して挨拶した大阪代協の山中昭平氏は「契約者のために、より良い保険をお客様に提供するために、（保険会社に対して）正しいと思うことは正しいと意見をしていきたいと思います」と話しました。

その後、基調講演に入り、BSテレビ東京解説委員の豊嶋広氏が「これまでの10年、これからの10年」をテーマに、株式会社MATコンサルティング代表の望月広愛氏が「10年後を見据えたビジョンとそれに向けての戦略策定・展開の重要性」をテーマに、それぞれ講演しました。



今の時代は、自分たちの仕事にITをどのように取り込んでいくかが重要になってきていると強調した豊嶋氏は「ITを使いこなして自分たちのビジネスを変えることがDXなのだ」と解釈している」と持論を展開。例えば、昨今は風水災害に関する多くのデータをデータ会社が公開しているため、これらのデータを代理店が取得して読み解き、その情報を顧客に伝えるといったネットとリアルを融合する考え方が、地域で活躍する保険代理店にとって必要になってくるのではないだろうか」と述べました。

一方、望月氏は、DX時代に強みを発揮する組織作りとは「自社の独自性を活かせる他社より優れたビジョンストーリーを描き、それを戦略と実行計画に落とし込み、自組織ならではの強みとなる個性・サービスを考え、それに向けての事業・組織・意識の変革を社員全員で考えることだ」と説明。そのうえで「自分たちの会社が10年後にどのような状態でありたいかを思い浮かべ、取り組んでいくことが大切だ」と述べました。



翌週12日のコンベンション2日目は分科会形式で行われ、第1部で株式会社アイ・ステージ代表の飛松哲郎氏が「Endless Journey～社員が仕事と人生を楽しむ会社～」をテーマに、第2部はリプラス株式会社代表の櫻井英裕氏が「私たちのプリンシプル経営」について、第3部では日本代協アドバイザーの栗山泰史氏が「保険代理店というビジネスモデルを考える」をテーマにそれぞれ講演しました。

これまでの10年は経営品質との出会いだったと振り返った飛松氏は、これからの10年を「お客様への価値の提供」に注力したいと話しました。

第2部で講演した櫻井氏は、まずゴールを定めることが重要だと強調。そのうえで現状を認識し、ゴールに到達するために必要な練習メニューを考えて淡々と実行することが重要だと話しました。そして、「これからの10年を生き抜くために必要なことは、経営者が覚悟をもって日々努力したうえで普遍的な強さを持つことだ」と持論を述べました。



第3部の栗山氏は、自立と自律による事業展開の必要性を説いたうえで、現在、金融庁が求めている顧客本位の業務運営について「顧客本位の業務運営の本質は代理店固有の技（ベストプラクティス）による競い合いであり、優秀な代理店が生き残り、劣っている代理店が淘汰されていくことを意味している」と述べました。そして、優勝劣敗の状況にある代理店が今後展開していくためには「オンラインを取り入れることが不可欠だ。絶対に取り組んでもらいたい」と強く呼びかけました。

19日に行われたパネルディスカッションでは、日本代協アドバイザーの粕谷智氏による司会進行のなか、パネリストとして渡辺健一氏（株式会社Miriz）、大和親英氏（株式会社東京保険サービス）、石川英幸氏（株式会社ミライト）、豊純光氏（株式会社ワイズラボ）の4名が登場。自社の強みや特徴、変化する環境への認識について、10年後にありたい代理店像、現在の課題や取り組んでいる事業概要などについて意見を交わしました。



（左から、渡辺氏、大和氏、石川氏、豊氏、粕谷アドバイザー）

～『なぜ、大半の代理店は「増収と成長が止まる」のか?』～

北摂支部 支部会&セミナーを開催しました

11月24日（水）に11月度支部会をハイブリッド形式で開催しました。



ーの利用方法を分かり易く説明いただきました。

冒頭に保険代理店はANAやニトリ、ヤマダ電機といった大企業が参入する有望業種である一方、今まで主力の自動車保険はカーシェア等による保有台数減や安全装置等による事故減で先細りが予想されるという、歴史の転換の真ただ中にあると警鐘を鳴らしました。そして、今後の代理店の成長は個人型営業を脱却し、組織型営業にシフトすることが必要である、すなわち、社長はスーパー営業マンでは駄目で、真の経営者にならなければいけないと説きました。

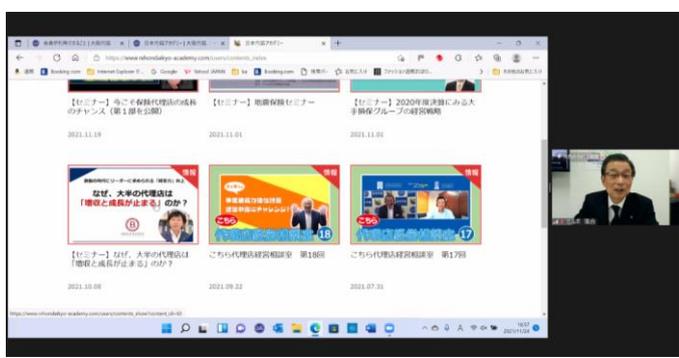
これは保険代理店に限った話ではなく、日本の中小企業は統合大型化が時代の流れとし、美容室の例を挙げました。10年前カリスマ美容師と持て囃された10人を追跡調査したところ、8店は細々とやっているに過ぎない一方、2店はそれぞれ400店舗、200店舗を擁する企業に成長していたと。これは社長がハサミを置き経営に集中した結果であり、まさに「名選手、名監督にあらず」ということでした。

自分のステージを職人⇒マネージャー⇒リーダーとステップアップさせる必要があり、マネージャーは1年から3年先を考えればよいのに対し、リーダーは5年10年先の長期ビジョンを持ち、未来を描く必要があるとのこと。

そして、人に投資する会社からシステム（仕組み）に投資する会社にならなければとしました。仕組みを作り上げれば、優秀な社員の退職も怖くなく、いつでも代替が利くとのことでした。なるほど、と思った聞き応

今月は日本代協アカデミーにある『なぜ、大半の代理店は「増収と成長が止まる」のか?』というコンテンツを視聴しました。講師は株式会社ブレインマークス代表取締役の安藤邦彦氏です。

セミナーは一部と二部に分かれていますので、その間に少し時間を取り、落合支部長に日本代協アカデミー



えのある講演でした。日本代協アカデミーには学習コンテンツの他様々な情報も掲載されていることが良くわかりました。

北摂支部では引き続き皆様のご経営、保険本業に役立つ情報提供を行って参ります。リアルでも、オンラインでも結構です。是非支部会にご参加下さい。お待ちしております。

（記事：北摂支部 辻副支部長）

～まずは「理想の働き方」をじっくり考える～

南大阪支部 支部会&セミナーを開催しました

11月19日（金）17：00より、東京海上日動藤井寺支社の会議室にて、12名参加で支部会を行いました。およそ1年ぶりのリアル開催ということで、「ああ、こういう雰囲気だったなあ」と、嬉しさと懐かしさを感じました。参加者全員で同じ思いを共有していたと思います。

冒頭、東京海上日動藤井寺支社長のご挨拶の後、校柵木支部長より、今後の南大阪支部の運営に関する報告がありました。



校柵木支部長が語りかける支部会の様子

・現在の支部の規模を鑑み、セミナーなど今後もより良い情報を提供していくため、来年4月より阿倍野支部と合併する予定であること。合併後の支部名は検討中。

・現在所属の各委員会活動は継続する、とのことでした。

支部合併に関する話の後同意の採決を行い、出席会員全員の同意が得られました。長く親しんできた支部が完全になくなるわけではありませんが、個人的に一抹の寂しさを感じました。ですが、「今後生まれる新たな交流を楽しんでいってほしい」と支部長は話されました。

その後、校柵木支部長より以下の連絡事項が続き、

・次回支部会は1月21日（金）株式会社JCMのご担当者によるセミナーを予定。自動車の買い取り業者ならではの面白い話を聞けるので参加してほしい。

・メールにて送られている、日本代協正会員実態調査アンケートの回答を依頼、について話がありました。

委員会報告の後、原田副会長より日本代協の報告と講話をいただきました。

・日本代協コンベンションのオンライン配信が行われ、昨年コロナ禍で出来なかった表彰式に今年山中相談役が出席された様子も配信された。開催された様々なセミナーも刺激を受けた、などの良い感想もたくさん届いている。今後、それぞれ YouTube で配信予定なので、ぜひ今後の活動に役立ててほしい。

この日は久々の、仕事に役立つ代協セミナー『こんまりメソッド 【仕事はかどる整理術】』を、こんまり流片付けコンサルタントの石丸香子氏を講師に迎えて開催いたしました。前回は自宅をテーマにした片付け



術を講義していただき、大変刺激を受けました。二回目となる今回はオフィス編ということで、事務所をテーマに、日々の仕事はかどるような片付けのコツを伝授していただきました。

こんまり流メソッドでは、とりあえずゴミ袋を持って要らない物を捨てていこうといったアプローチはせず、まずは、理想の暮らしや働き方をじっくり考えてもらう事から始めるそうです。そうすることで、今の自分がどうしたいのかという【理想の軸】が見つかり、物だけでなく仕事の整理にも繋がるそうです。

続いて、参加者に片付けの悩みに関するアンケートを取りました。多く出た悩みとしては、紙ベースの資料、書類、クリアファイルなどの断捨離が出来ない、必要な資料が紛れてしまい探す時間をもったいない、というもので、悩みエピソードへの共感の傾きが各所で起こっていました。改善を目指すための片付け術を学ぶにあたり、まずは言葉の定義を共有しました。

【言葉の定義】

“掃除”と“日々の片付け”の違い。

- ・掃除とは、使う使わないにかかわらず、汚れや埃を“とる”こと。
- ・片付けとは、日常生活の中で使ったものを“元に戻す”こと。

この定義づけだけでもなるほどと思いました。こんまり流では、5つのステップに則り片付けを進めていきます。

【こんまりメソッド 5つのステップ】

- ①「理想の暮らし」を考える・・・「環境（どんなワークスペースか）」「行動（どう過ごすのか）」「感情（どんな気持ちか）」をイメージし、これを軸に、《残すか捨てるか》を決める。
- ②「モノ別」に片付ける・・・同じ用途の物を、《カテゴリー別》に行う。《場所別》の片付けでは一生終わらない。
- ③「ときめき」で判断する・・・自分にとってそのモノは、感情的、機能的に魅力を感じるか？不要だから捨

てるのではなく、モノと向き合い、自分の“とっておき”を選ぶこと。選ばなかった物は感謝し手放す。一つ一つに、“片を付けていく”。

④「正しい順番」で片づける・・・選びやすい物から取り掛かる。例えば、衣類→本→書類→小物類→思い出用品、といったように、公共性のあるものから始めるのがおすすめ。

⑤あらゆるモノの「定位置」を決める・・・引き出しの中を例に、小箱を使い、ペンならペン、消しゴムなら消しゴムといった具合にパズルのように用途ごとに収納する。そうすることで、仕事のルーチンの中で自分にとっての物の必要数が見えてきて、《一軍》か《予備》に気づくことが出来てさらに整理ができる。物が無いという事にも気付ける。



その後、引き出しの中を模したカゴを使って5つのステップに則した整理を実践していただき、質疑応答の時間になりました。皆それぞれのデスクを思い出しながら、時間いっぱいまで石丸氏に質問し、その全てに熱心に答えていただきました。身近な内容ということもあったのですが、石丸氏の一生懸命で分かりやすい語り口は一つ一つの内容がよく理解でき共感できました。機会があればまた講義を聞きたい、自分のデスクでも実践してみたいと思いました。

こんまり流片付けメソッドでは、単なる物の配置換えだけではなく片付けを通じて自分の内面を見つめ、どんな物にどう囲まれて生きていきたいのか、どんな物を大切にしたいのかなど、自分の価値観を見つめ直すことに大変重きを置いています。世の中には片付け術、片付け法のメソッドはたくさんありますが、その中でも、こんまり流が最も注目され支持される理由の根本がそこにあるのだと感じ、ぜひ一度本も読んでみたいと思いました。

個人的に、デスクの整理整頓が苦手なことが悩みだったのですが、皆さん苦手なのだなと、逆に勇気ももらえた一時間でもありました。



(記事：南大阪支部 田中記者)

お疲れ様です。コロナの感染状況はようやく下火になっていますが、ワクチン接種が進んだ諸外国では今の感染数が最大という国もあり、第6波到来の予測もある中で、まだまだ気が抜けない日々が続きますね。とにかく自分でできる感染対策を地道にやり続けるしかないですね。

さて、今回は「顧客情報管理」について解説いたします。顧客情報管理は大変に重要な体制整備の要件であるとともに代理店監査で最も指摘事項の多い項目のため、今回と次回の2回のテーマといたします。今回は代理店としての遵守事項、次回は代理店の従業者としての遵守事項について説明いたします。基本的なことを確実に、地道に、やり続けることが必要です。

《観点》

個人情報保護法等に則り、個人情報を適切に取り扱い、管理しているか。

《体制整備の実務面からの注意点》

1. プライバシーポリシーを公表する

プライバシーポリシーはお客様に見えやすい場所（事務所内、ホームページ等）に掲示しなければなりません。どこの代理店でも掲示はされていますが、「内容が更新されている」ことが重要です。例えば、取引保険会社名が旧社名のままになっていたり、法令の名称変更が反映されていない状況は不適切となります。また、センシティブ情報の項目が改正前の内容で記載されていることもあるので常に最新の内容で掲示されているかを点検する必要があります。これに限らず、「何のために公表しているのか」というルールの本質を踏まえて、形式的、おざなりの対応を脱することが大切です。

2. 個人データの安全管理に関する取扱規程を定めて、備え付ける。

保険代理店は個人情報の保護に関する規程および個人データの安全管理に関する取扱規程を全て備え付けておく必要があります。実査を行うと各種規程が個人情報保護法の旧規程のまま整備されていない状態が散見されます。また、募集人ヒヤリングでは規程の内容を理解できていないことが多く、特に個人情報と個人データの違いを知らない募集人が多いので研修等を通じて正しく理解することが重要です。

3. 個人データ管理責任者、個人データ管理者を設定する。

個人データ管理責任者（情報管理責任者）は取締役ないしは執行役と法令で定められています。役割分担図などを確認すると事務に精通したベテランの事務職員を責任者に任命している場合がありますが、これは法令違反となります。その方は個人データ管理者（担当者）としなければなりません。

4. 個人データ管理台帳を策定し、備え付けて定期的に更新する。

ほとんどの保険代理店では個人データ管理台帳を備え付けていますが、定期的な更新については様々な実態があります。数年間実施されていない、不定期で実施など、社内でルールが定まっていない、あるいは定まってもその通りに実施されていないのが現状です。個人データ管理台帳は社内のどこに、どのような個人データが所在しているかを特定する重要な管理台帳です。台帳に記載されているのに現物が見つからないことが検査で判明すると、個人情報漏えいと判定されてしまうので管理台帳を定期的に更新、棚卸して適正な状態に管理することが大変に重要な取り組みとなります。

5. 全ての従業者と個人データの非開示契約等を締結する。

非開示契約とは個人情報等の機密情報を許可なく第三者に開示しない旨を約束する契約です。入社時に取り付ける書類の一部ですが、在籍中や退職後に故意、過失問わず情報漏えいが判明した場合には非開示契約に基づき、懲戒処分や損害賠償請求をするための重要な契約書となりますので、契約内容は漏れが無きようしっかりと定める必要があります。

6. 機微（センシティブ）情報の取得・利用は業務上必要な範囲に限定する。

保険代理店の実査で執務室内のファイリングを確認すると、生保の告知書の写し、診断書の写しなどのセンシティブ情報を含む書類が保管されていることがあります。法令上、業務に必要でないセンシティブ情報を保管しておくことはできません。該当書類を保管する必要がある場合はセンシティブ情報をマスキングなどで確実に消去する必要があります。

また、金融庁検査の際には、上記のような実態の募集人に対しては徹底的なヒアリングが行われます。日頃から「基本に忠実」であることが非常に重要です。

7. 個人データの取り扱いを外部に委託する場合は保険会社に事前承認申請を行い、個人データが適切に管理されているか点検、監督する。

最近、クラウドサービスを導入してデジタル化を進める保険代理店が増えています。これは、自社のデータ管理を外部業者に委託することになるので、委託する全ての保険会社に事前承認申請を行い、代理店控えを保管しなければいけません。しかしながら、代理店実査で確認すると代申会社のみ申請を行っているケースが散見されます。委託保険会社全社の承認が必要となりますのでご注意ください。

8. パソコンのユーザーIDは個人ごとに設定する。

個人データ安全管理規程では、“ユーザーIDは利用者ごとに設定し、業務分担に応じてアクセス制御を行う”とされています。実査では全員共通のID・パスワードを使用している代理店もありますが、これでは、社内での情報漏えいがいつ発生してもおかしくない状態にあると言えます。全員のID・パスワードは個別に設定してデータ管理者が全員分を管理する体制にすることが必要です。

～次回に続く～

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