

大阪代協委員会オリエンテーション

# なぜ私たちが 代協活動に取り組むのか

日本代協CSR委員会  
大城拓



## 目次

02

- パート1 自己紹介と代理店になるまで
- パート2 代協活動のきっかけ
- パート3 保険代理店の事業環境
- パート4 代協を活用するために（まとめ）



## 株式会社RICKA 代表取締役 大城拓

経歴: 沖縄生まれ、地元小学校→地元中学校→  
地元高校→地元大学→地元で就職

家族: 妻、長男(9歳)、次男(7歳)、長女(1歳)

趣味: 野球、バーベキュー、お酒、三線、麻雀、  
キャンプ、海、もあい

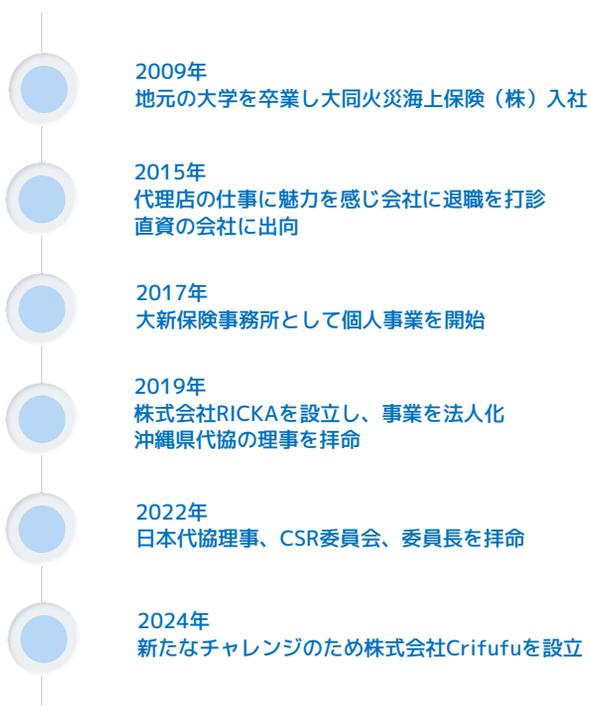
沖縄の好きなところ: なんくるないさ

沖縄の嫌いなところ: なんくるないさ

『まくとうそーけー、なんくるないさ』

## 代理店の歴史

14



# 大同火災海上保険 株式会社

- ・日本唯一のローカル損保
- ・前身は琉球火災
- ・アメリカ統治下に創業
- ・東京海上と資本提携
- ・独自の特約
- ・沖縄料率の存在

好き：本気で沖縄が好き  
嫌い：古い企業文化



2009年  
地元の大学を卒業し大同火災海上保険（株）入社



アクティブな顧客数を2倍にする  
これは今年の最重要目標の1つ

## 代理店の歴史

14



2009年  
地元の大学を卒業し大同火災海上保険（株）入社



2015年  
代理店の仕事に魅力を感じ会社に退職を打診  
直資代理店の設立に関わり、同社へ出向



2017年  
大同火災ビジネスパートナーズ（直資代理店）退職  
大新保険事務所として個人事業を開始



2019年  
株式会社RICKAを設立し、事業を法人化  
沖縄県代協の理事を拝命（教育副委員長～委員長）



2022年  
日本代協理事、CSR委員会委員長を拝命



2024年  
新たなチャレンジのため株式会社Crifufuを設立  
沖縄県代協会長を拝命

2017年6月30日

退職のご挨拶

大城 拓

この度、6月末をもって会社を退職しプロ代理店を目指し独立する運びとなりました。  
会社に残留してやるべきことは多くあり、また仕事および同期先輩後輩との関係にも魅力を感じていますが、  
今後当社が持続的に成長していく上でこの判断をする人が必要であると確信しており、覚悟をもって進めてい  
く所存です。

常々感じている点ですが顧客にとって保険会社を選択することは必ずしも有益であるとは言えません。ただし、  
加入するチャネル、代理店を選ぶという点はいかなる場面でも重要であると感じています。どの代理店で加  
入するかにより被保険利益の理解に差が生じ、有益な情報提供、事故時のスムーズな保険金支払いにも差がで  
てきます。保険会社を敵にしてユーザー側に立つことで保身、顧客との関係性強化を図る代理店がありますが、  
それはどちらにとっても理想的な結果にはなりません。主張を聞き入れつつ、主張と異にする結果を想定させ  
ることで保険は保険以上の価値を生むこととなります。その調整役となる役割は保険会社内における営業部門  
でも査定部門でもありません、主体的かつ自立した代理店です。現在のシェアの減少は大同火災が他の保険会  
社に負けているのではなく、大同火災の代理店が他の保険募集チャネルに対して優位性を確保できていない点  
に原因があります。今後は代理店が自ら選ばれ方を模索することが必要であり、保険会社にとっては保険商品、  
保険料に顧客接点が左右されない付加価値創造代理店が多く在籍していることが優位性となります。

## 弊社の状況について

社員数  
3名

- ・平均年齢36.2歳
- ・男女比 男性2 女性2
- ・トータルプランナー2名

生保：損保  
0.5：9.5

- ・個人40：法人60
- ・法人は建設関係、マリ  
ンレジャー関係が多い
- ・生保併売ができないた  
め専任を採用するもこ  
とごとく失敗
- ・リテールは法人従業員

売上高 (2023年)  
29,640千円

- ・直近決算で創業以来初  
めての売上減少
- ・不正（入金遅延）等  
によるポイント減
- ・機関代理店のグループ  
保険強化による流出

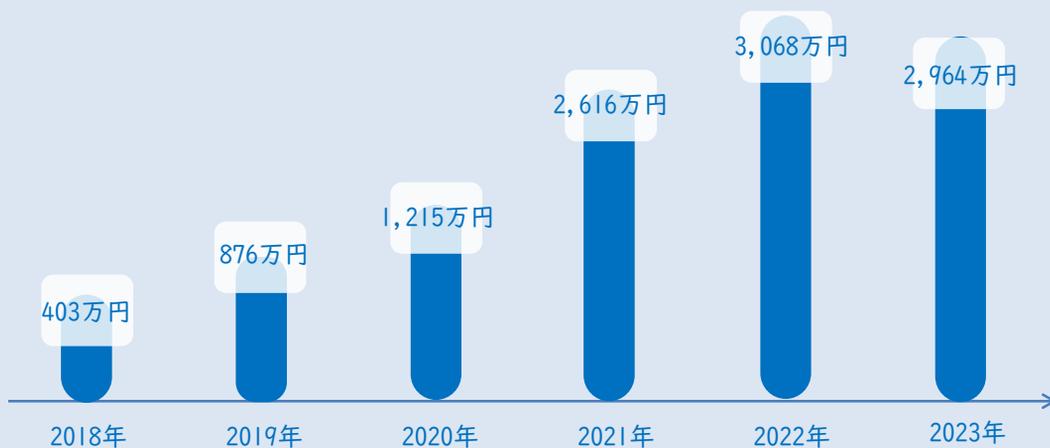
# 代理店になって感じたギャップ

## なんて閉鎖的な業界なんだ

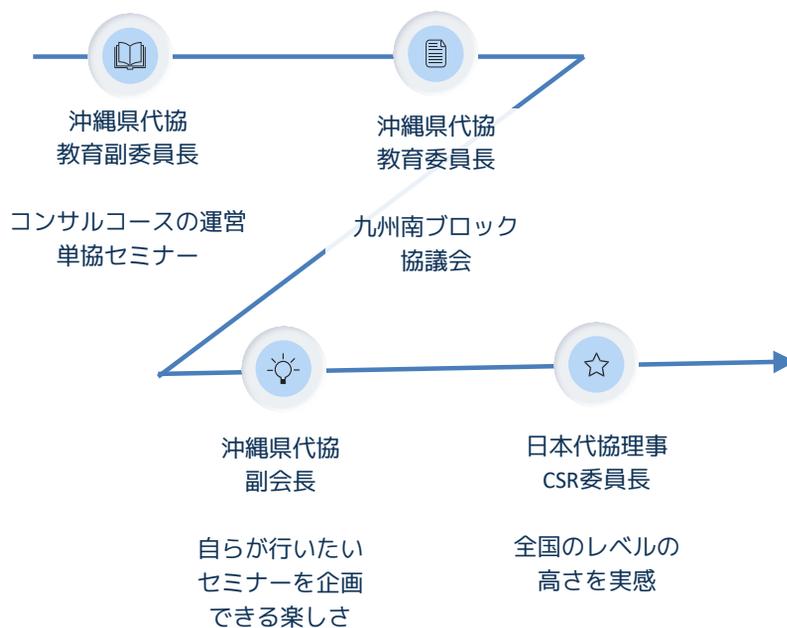
06

	営業課時代	パートナーズ経験後
1	営業担当ももっと契約者と接点を持つべき	主体的接点は代理店と契約者の間で持つべき
2	お願いしてでも契約はとるべき	こちらからお願いしてまで契約をとる必要はない、むしろとるべきではない。
3	接点はその名の通り『点』である	接点とは『線』もしくは『面』であることが重要
4	相手の本業は社内の人も理解して営業協力すべき	本業は大同火災社内消費ではなく、本当に必要な第三者をマッチングすべき
5	商品説明は代理店の準備が大切	商品説明は契約者の聞く準備が大切
6	保険料間違ったら大変	保険料間違ったらまた会える
7	ワークライフバランスは徹底すべし	ワークライフバランスが重要
8	お客さまは神様	お客さまは引き出し
9	保険料、商品で負けたら勝てない	保険料、商品を勝負の土俵から降ろす
10	大口契約は通知を出して社内報告	流出事案、提案したけど負けた事案こそ社内共有
11	契約を取ることが大切	契約をとった後の関係を意識することが大切
12	会社のシステム、事務、商品が効率化を図れば勝てる	代理店の効率化、自立と自律を促す方が効果は大きい
13	人脈作りが目的	人脈作りは手段
14	どの代理店で契約しても新規1件の価値は同じ	お客さまにとってその契約の価値はどの代理店でやったかによって大きく変わる
15	コンテストをうてば新規が増える	新規をとるには環境を整えること
16	営業担当2, 3回お客さまに会えば良い関係ができる	良い関係を作るには4, 5年かかる
17	自分が広告塔	広告塔は周りに作る
18	事故現場には最優先で行くべき	ほとんどのケースで行けない
19	サービスセンターの対応は悪い	対応も良く、連絡もタイムリー
20	効率化の主体は会社	効率化の主体は代理店
21	大城拓で選ばれることは可能	大同火災のネームがあるから話を聞いてもらえる
22	代理店が廃止になると保険会社の負担が増える	代理店が廃止になると保険会社以上にお客さんが負担を感じる
23	選ばれるには保険料、商品で優位性を確保する必要がある	保険以外で選ばれる理由を作る方が効率的
24	低品質な代理店でも廃止にしたらその代理店の生活が困窮する	低品質な代理店ほど廃止にした方がその後の人生は有意義になる
25	保険だけが手段だから萎縮	保険以外の手段を身に着けることで保険も強気
26	絶対敬語	ほぼフランク
27	この業界のことは分かっている	世の中にはもっとハイレベルな環境がたくさんあることを気付いていない
28	会社は短期的な結果の連続で成り立っている	顧客関係は長期的な結果を見据えた関係の上に成り立っている

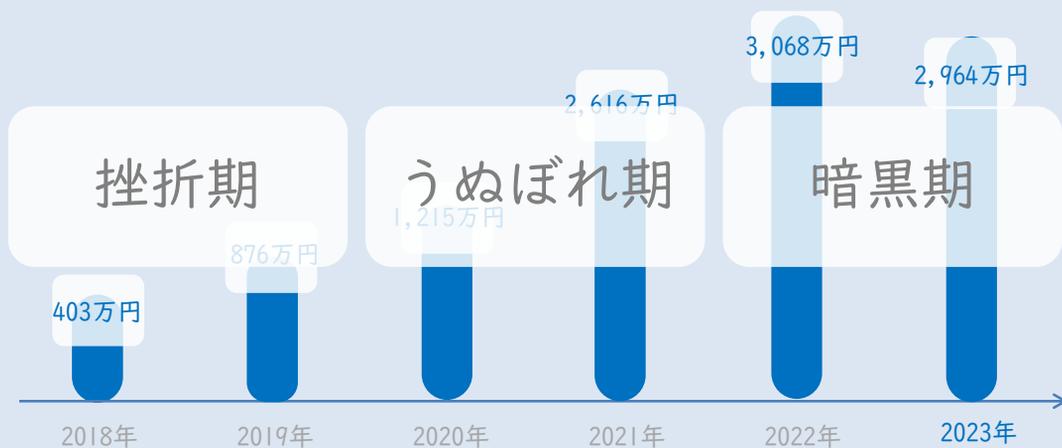
## ■ 弊社の状況について



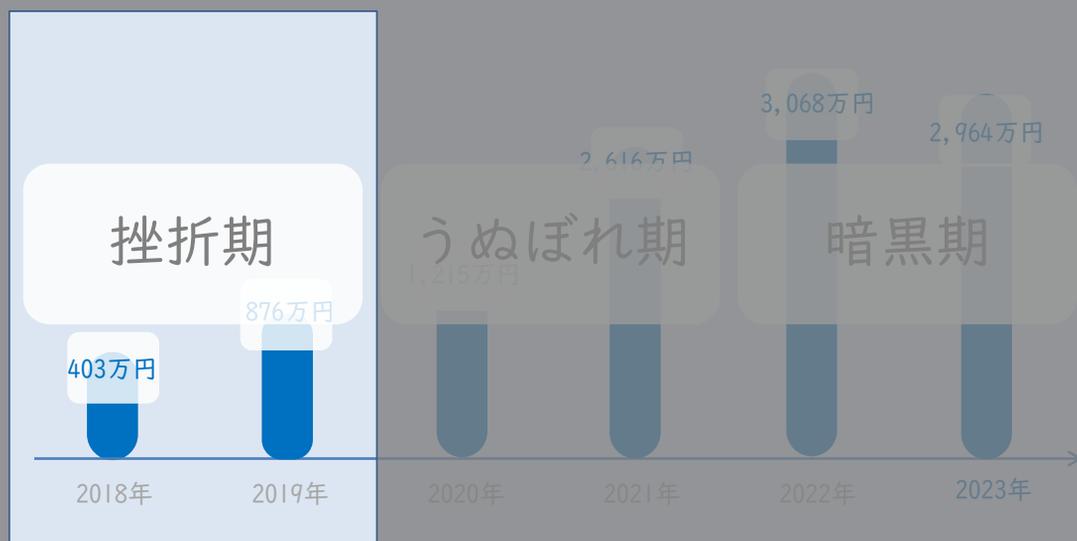
## 私と代協の 出会い、 及び経歴



## ■ 弊社の状況について



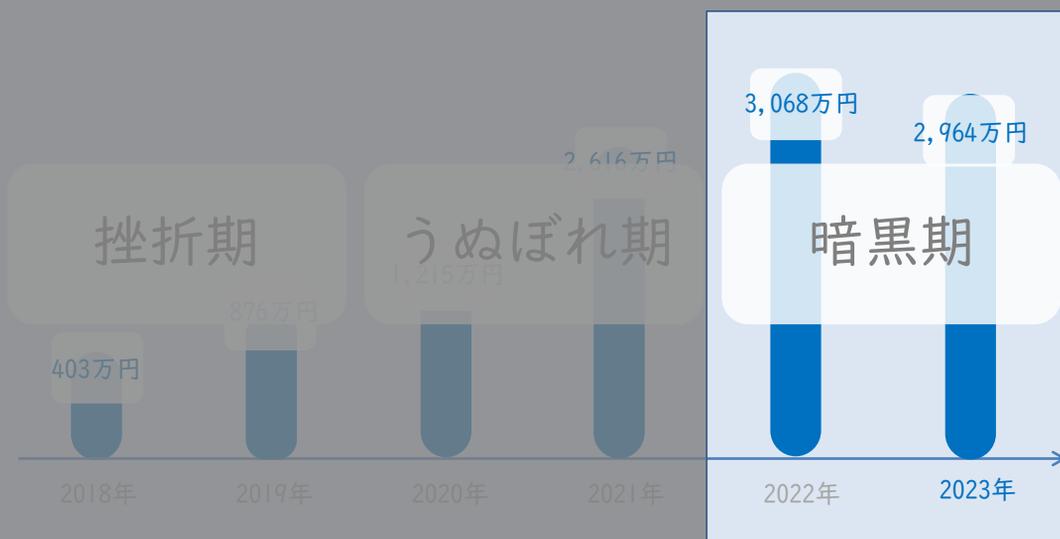
## ■ 弊社の状況について



## ■ 弊社の状況について



## ■ 弊社の状況について



## 代理店になって感じたギャップ

経営者になったつもりだったが現実には

06

## 代理店になって感じたギャップ

保険は原状回復のための手段の一つ

06

## 代協活動のメリット

代理店になって以降、私にとっては代協は欠かせない存在になりました。

### 使命感の醸成

地元で仲のいい代理店同士の交流では馴れ合いの関係が多く、お互いを高めあう関係になれなかった。

保険という職業への誇り、選ばれるために努力する姿勢、投資して自社を高めようとする存在に触れた。

### 競争社会の実感

代理店はどこでも選ばれるため、規模を拡大するための工夫をしている。

ビジネスの世界にいることを理解しなければならない。

### 強制的委譲

社員を信じて任せることができなかったが、代協活動するためには任せることが必要。

無理やり自分でできない環境に身を置き、任せた結果、より多くの成果を創出することができた。

### クリエイティブ マインド

0⇒1の仕事の経験

マーケティング、接点となるツール、動画作成、社会貢献、講演、チラシ制作、動員、シナリオ作り等々

## 代協活動のデメリット

### 自信を無くす

強みとしていた事故対応、若さ、保険会社出身という知識は通用していなかったことに気付く。

全国にはレベルの高い存在が多く、同じ保険に加入するお客様に対する付加価値には差があることを実感。

### 時間がかかる

会議やイベントに行くこと、そのための準備、とにかく時間がかかります。

業界への貢献

### 断れない性格

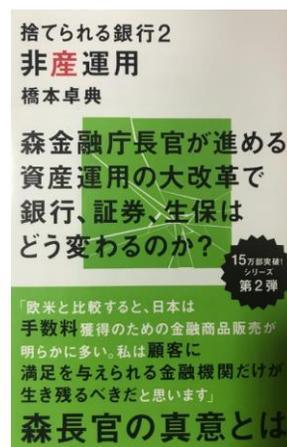
いろんなことをお願いされる機会が増えます。その機会を経て得られるものも多いですが、あまりにもやると首を絞めます。

できること、できないこと、断る勇気、任せる勇気が大切です。

# 保険代理店の事業環境について

## 業界のテーマ“顧客本意の業務運営”

- 目先の利益にこだわり顧客本意が言葉だけになっていないか。
- 顧客に高品質のサービス、満足を提供できる存在が生き残ることはどの業界も共通。
- 高品質な取組みを行っている金融機関が正当に評価され、顧客から搾取しているような金融機関が淘汰される環境を当局が整備する。
- 金融機関が顧客のために行っていることを開示することを促進する。



# 保険代理店の事業環境について

## 環境変化は自社では（業界をもっても）変えられない



業界の不正・問題発生にともなう有識者会議



保険会社の収益悪化に伴う、手数料体系の見直し



中核商品の変遷

## 代協を活用するにあたって

代協活動で自分の  
会社犠牲にしてない？



やったことないことを  
やる機会をもらえます。

## 代協を活用するにあたって

代協活動することで  
本業の成績は伸びてるの？



正しく伸びている代理店は  
業界で役割をもっています

## 代協を活用するにあたって

モチベーションはなに？



自社の社員を守るためです

## 大切にしている考え方

-  自社を客観視し、より以上を目指すための交流
-  自社の経営だけではできない経験と役割を。
-  結果に直結しなくとも、社会的貢献を。

## 保険業界が社会から認められるために

🔄 結果に直結しなくとも、社会的貢献を。



子ども達を守る  
取組



防災リテラシー  
向上の取組



防災士会との  
タイアップ

## なぜ私たちが代協活動に取り組むのか

環境やトレンドを正確に把握し、  
保険以外の役割を創り、地位向上に繋げ、  
業界全体と自社を正しく成長させるため。  
それがまた、社会への影響力となる。