

保険代理店価値向上研究会

5年の歩み

保険代理店価値向上研究会が始まったのは2015年4月7日である。この時、2016年に施行予定の改正保険業法において、保険代理店に対する体制整備義務の法定が確定していた。研究会に参加した8名が共有していた認識は「体制整備義務の法定は、保険代理店のビジネスモデルを根本から革新する」というものである。

そして、同研究会は、2016年1月以降、新日本保険新聞において「代理店」ビジネスモデルの革新、経営革新による代理店価値向上」と題する月1回の連載を開始した。この連載は2016年12月まで続き、全体を総括する形で研究会メンバーによる座談会が開催された。その模様は、「これからの代理店経営を考える」保険募集の「パラダイム変化」と題し、同紙2017年1月2日号に掲載された。

これまでの活動に携わったのが以下に登場するメンバーである。研究会の立ち上げからすでに5年以上が過ぎているが、今も全員が保険代理店の新しい時代の経営のあり方をそれぞれの視点で模索し続けている。

これからの保険代理店経営における軸は何か。第一に保険業法に法定された「体制整備義務」である。第二にプリンシプルベースの下で打ち出された「顧客本位の業務運営」である。第三に金融事業者に自立と自律を要求する「内部監査体制の高度化」である。第四にコロナ禍によって加速することが必至のデジタルトランスフォーメーション(DX)である。

保険代理店はこの四本の柱をそれぞれ一つ欠かすことなく、バランスを失うことなく、自らの経営に取り入れていかねばならない。時には、保険代理店間のM&Aを積極的に仕掛ける局面もあるだろう。また、時には、DXへの思い切った投資を決断する局面もあるだろう。こうした保険代理店経営の「清水の舞台」において、これからの有用な情報を提供できるように精進していきたいと、我々は決意している。

栗山 泰史

日本損害保険代理業協会

アドバイザー 栗山 泰史氏

「今、思うこと」

体制整備義務が保険代理店に量の拡大を求めることには避けようのない事実です。でも、地域に根差して活動する保険代理店が「小さな代理店」のままではダメなんだろつかと考へ続けています。もちろん、大前提は、お客さまからの絶大な支持です。そして、お客さまに最高のサービスを提供するための絶えることのない努力があることです。「小さな」でも、最高のサービスを、お客さまに提供している、これを客観的な指標で示すことができないだろうか。ミッションの星印のような「金看板」を地域の専業代理店が獲得できれば、「小さな代理店」にも活路が生まれると感じています。



栗山 泰史氏

日本創倫株式会社

代表取締役(CEO) 山本 秀樹氏

「監査による保険代理店支援アドバイザー」弊社は、損保と生保のキャリアを持つ、保険コンプライアンスオフィサーで構成された保険ビジネスコンサル会社として2014年に創業し、内部監査による実務的な業務改善指導や経営支援コンサルティンクをしていました。代理店の価値ある将来の経営の在り方を考えるため、同研究会発足当時から参加しています。現在、日本代協アドバイザーとして、全国の代協や保険会社主催セミナー等の講演活動や年約200店の内部監査やWeb監査による体制整備支援などを行い、新日本保険新聞等に連載や「個人情報取扱・管理Q&A」の出版、メルマガ発行を行っています。



山本 秀樹氏

社会保険労務士法人ミライガ

代表社員 藤井 恵介氏

「保険代理店のホワイト企業化を支援」コロナ禍において、オンラインミーティングを活用したテレワークや在宅勤務などの新しい働き方を企業が増えています。また、同一労働同一賃金に関する重要な最高裁判決が10月に出され、一般企業はもちろん保険代理店においても変わらぬ労働環境に対応する必要があります。現在ミライガでは人材採用を兼ね、ホワイト企業を目指している企業への支援を行っています。人材市場が流動的な今の状況ではホワイト企業であることが新規採用へのアピールとなります。既存の従業員にとっては長く勤めるモチベーションにもなります。



藤井 恵介氏

10年後を見据えた情報発信

SDGsは現代を生きる上で普遍的価値を持つ羅針盤といえます。しかし、わが国では、最近になって、テレビ媒体がSDGsをテーマにした番組やメッセージを発信するようになったという状況です。確かに、多くの企業が、2016年以降、自社の事業が17の目標と169のターゲットにどのようにつながっているのかを告知してきました。また、国の各機関も同様で、私たちに馴染みの深い金融庁も消費者の健全な資産形成を推進するという観点からSDGsの精神を発信しています。

しかし、全体を見渡しますと、日本は周回遅れでマラソンに参加しているの感があり、中小企業を含めた幅広い底上げが求められます。2020年は本来であれば、SDGs精神に則ったオンラインピックが開催されるはずでした。準備段階では金銀銅のメダルを都市鉱山から制作する、環境にやさしい素材で観戦用の椅子を設置するなど取り組みがなされてきました。もし、今年の夏に開催されたら、SDGsに、わが国はもとの全世界の目指すベクトルがもっと明確になったのかも知れません。



小林 健氏

保険代理店の価値を考える時にも、SDGsの精神は大きな意味を持つようになっていよう。保険は本質的にSDGsの精神と大きな親和性があります。保険代理店価値向上研究会に属する私たちは、この精神について明確な基準や共通の尺度を持つていくべきではありません。しかし、保険代理店の価値向上のために、得意とする分野を異にしながら個々の活動を深化させつつ、互いに意識し合うことによって、結果的に保険代理店の価値をSDGsの精神に沿って生み出そうとしているのかも知れません。また、SDGsの精神の持つ多様性を考えれば、コアメンバーだけでなく、旬なテーマに沿って専門家に特別寄稿を求めていることも読書の方々にだけではない最新の情報を伝えることができたという点で意味があったと感じています。

株式会社柏谷企画
代表取締役 柏谷 智氏

「保険業界のディレクター」
保険代理店価値向上研究会は代理店経営者に自社の価値を見出し、高めようという必要性を感じ、各界専門家8名による持ち回り勉強会からスタートしました。あれから5年、コアメンバーだけではなく、代理店経営に役立つ情報やノウハウを持つ専門家にも特別寄稿を執筆していただくコーディネートをしてきました。保険会社の枠を超えて代理店経営を支援できる体制を整えたいと考え、2年前に勝どきで会社を立ち上げました。

株式会社ザイラス
代表取締役社長 望月 重成氏

「保険代理店事業継承センター」
当社が保険代理店向け営業支援システムを自社で構築し、全国の保険代理店に展開していた関係で、5年前に代理店価値向上研究会の仲間に入れて頂きました。この5年間に保険代理店を取り巻く環境が大きく変わると共に、当社のビジネスモデルも大きく変遷しました。先述の保険代理店向け営業支援システムは大規模な保険代理店向け営業支援を行う、先述の保険代理店向け営業支援システムは大手保険会社に一年前に事業譲渡を行い、現在はその開発、保守、サポート業務を請け負っています。

「世界が変わる時は追いかけるよりも創る」というメッセージがあります。保険代理店は自社の価値を旧来の姿で捉えるのではなく、新たな時代に即する形で自ら創り出すという姿勢が求められています。保険代理店価値向上研究会の6年度目以降の紙面での活動は2021年4月から再開する予定です。保険代理店が新たな価値を創ることに資するように、SDGsの精神のよき時代に即する大局観とともに最新の情報提供を続けていく所存です。



栗山 泰史氏



吉田 桂公氏



望月 重成氏



小林 健氏

研究会メンバー一同