大阪代協

アナログ時代に戻ってはいけない

第3回LIVEステーションを配信

代理店の原点は「人と人」

今年はリアル活動を軸足に

大阪代協（新谷香代子会長）は、3月24日午後4時から、第3回「大阪代協LIVEステーション」を配信した。ライブでは、新谷会長が同代協の2023年度の取組みの進め方について代理店の仕事と代協活動の視点からそのポイントについてメッセージしたほか、3月に行われた「活力ある代理店制度等研究会（活力研）」の内容が報告された。

新谷大阪代協会長

冒頭、司会を務めた伊藤伸明副会長と妹尾順次副会長から3月に活力研、金融庁と全国会長との意見交換会が行われた旨、報告があり、それを受けて新谷会長が、アフターコロナとともに始まる2023年度の取組みの進め方を、代理店の仕事と代協活動それぞれの視点から注目すべきポイントを次のとおり挙げた。

＊　＊　＊

【代理店の仕事の進め方について】

アフターコロナだからといってアナログの時代に戻ってはいけない。コロナ禍を経て発展したデジタル手法を活用し、機械ができる仕事と人間が行う仕事を上手に線引きすることが肝要である。

保険代理店経営において第一に考えなければならないのは、顧客本位の業務運営と体制整備である。保険会社の施策や、手数料ポイント制度は顧客本位に基づいているかという観点で考える必要がある。

【代協活動の進め方について】

今年は、リアルの活動に軸足を移していきたい。保険代理店の原点が「人と人」である以上、代協活動がオンライン一辺倒では問題がある。リアルの価値を十分に理解してもらえるよう提供していく。並行して、オンラインを含めてテクノロジーはどんどん活用する。

次世代を担う人材の育成に関して、以下の点に注力して代協運営を行う。

- 今募集人である若い人が、この仕事と代協活動にやりがいを感じて活き活きと取り組める環境を作る。
- 魅力的な業界となって多くの若い人に保険の道を目指してもらえるようにする。

代協の魅力、保険代理店という仕事の魅力をより一層伝えていく。行政や地方公共団体と連携した大規模災害への啓発や支援、児童や生徒に向けた出前授業を行い、世のため人のために仕事をする意義を直接伝え、それらをマスメディアを通じて発信していく。

そして、メッセージの結びとして「〝保険代理店〟という仕事に夢を持てるようその魅力を伝え、もっともっとメジャーにしていく。そのために代協が存在している。ともに頑張っていこう」と総括した。

続いて日本代協の山中尚副会長から、3月1日に行われた活力研についての報告があり、それについて日本代協の金澤亨専務によるビデオメッセージが次の内容で流された。

山中日本代協副会長

【議論テーマ①あるべき代理店手数料ポイント制度について】

「顧客本位の業務運営の原則」および「代理店の業務品質の高度化」を目指して創意工夫を重ねた結果が、ポイントの向上につながるような制度設計が望ましいという観点から以下の点を議論した。

金澤日本代協専務

▼重要な情報の分かりやすい提供について

- ハザードマップに関する情報提供への注力を後押しする制度が考えられないか→顧客対応に関する評価項目に組み込むことは可能と感じた。
- デジタルを使った情報提供としてDXへの取組みは、大規模災害時の速やかな顧客対応の体制として重要である。加えてデジタル化は業界への若い世代の呼び込みなど、代理店の働き方改革にもつながるので一層取り組むべきである。

▼顧客にふさわしいサービス提供について

- 代理店は、事故防止の講習など、保険会社に見えないところで各店で顧客のための努力をしている。そういった点を評価に取り入れれば、より顧客本位の業務運営の推進になり、業務品質も高まるだろう。
- 専属と乗合のポイント差は、保険会社と代理店の間で折り合いをつけることが困難な状況である。同じ専業チャネルでも、専属と乗合で評価体系そのものを区分することで現状解決に近づけるという声が有力であった。

▼業務品質の高度化について

- 代理店賠責、サイバーリスク保険への加入が業務品質の高度化の評価項目として考えられるという声があった。

【議論テーマ②各保険会社から専業代理店に期待することについて】

- 大きな環境変化の真っただ中にいる現在、専業代理店の将来像についての議論になった。表現の違いはあれど、各保険会社とも、専業代理店に期待することや、描いている将来像に差異はなかった。
- これからの専業代理店将来像につながるキーワードとして「代理店が地元に不可欠な存在になるための〝家業〟から〝企業〟への転換」「顧客、従業員とも、若い世代をどのように取り込んでいくか」などがあった。また、専業代理店が持つ、顧客との強固な絆にも期待する、と述べた保険会社もあった。

小平政治連盟会長

以上の金澤専務による活力研報告の内容を受け、山中副会長は「活力研での声を、保険会社は聞く耳を持って受け止めている。本日の視聴動画は日本代協のHPにリンクを貼っている。論点がとてもよくまとまっている動画なので、繰り返し見ることでぜひとも理解を深めてほしい」と述べた。

その後、全国損害保険代理業政治連盟の小平高義会長が「全国損害保険代理業政治連盟　意義と活動」をテーマに、同連盟の活動成果、政治連盟の存在意義と今後の取組み課題、日本代協普遍の取組み（代協の価値とは）について講話を行い終了となった。

機械ができる仕事と人間が行う仕事を線引きする

日本資産運用基盤G

新NISA対応方針

金融機関対象に説明会

大原社長

「金融ビジネスの最適化」実現のために金融事業者へ適切な事業リソースを提供する日本資産運用基盤グループは4月10日、「新NISA×GBA型ラップが変える日本の資産運用―GBA支援ソリューションの新NISA対応方針―」と題して同社が提供する支援ソリューションの説明会をオンラインで行った。金融機関を対象に行ったもので、地域金融機関をはじめ、大手証券や保険会社等から250名超の参加があった。

2024年からスタートする新NISAは非課税期間が恒久化され、非課税枠が大幅に拡大する等、金融機関にとってはビジネスインパクトが大きいものの、地銀等の地域金融機関からは「新NISAの活用法が分からない」という声が多く上がっている。

同社社長の大原啓一氏は、新NISAは「日本の生活者の資産運用サービスと、金融機関の資産運用ビジネスの在り方を大きく変えると確信している」と言明。地域金融機関の強みを発揮し顧客のためになるのは低コスト投信ではなく、独自のGBA型ラップ（ライフプランを基に目標を設定し、それを実現する運用のアドバイスを行う）サービスだと強調し「顧客に寄り添ったGBA型ラップサービスは新NISAの中心になるべきもので、主軸にしてほしい」と述べた。

まず同氏は投資と資産運用の違いに言及。「一般層でも富裕層でも生活に密着した資金がある。生活密着資金に親和性があるのは資金運用サービス」との見解を示し、地域金融機関はそうした預貯金を預かっているにもかかわらず、サービスの品揃えやポテンシャルの高い顧客を見極め、早期に独自のサービスを提案する戦略ができていないことが問題だと指摘した。

また、「国内に眠る預貯金1千兆円をいかに資産運用にシフトさせるかが社会的な意義であり、金融機関のビジネスとして必要なことではないか」とし、非課税期間が無期限となった新NISAは長期資産形成運用にマッチすると述べた。そのうえで現行NISAと新NISAの違いや、従来のファンドラップスキームの課題を示し、同社独自の「投資一任報酬内蔵型投信活用スキーム」が新NISA対応に有効であることを説明した。

損保ジャパン

次世代ロードサービスシステムを4月から導入

損保ジャパンと㈱プライムアシスタンスは、一昨年10月から実証実験を実施きた、手配後のレッカー車の位置情報と到着時間を可視化できる「次世代ロードサービスシステム」を4月から本格的に展開した。手配後のレッカー車の位置情報と到着時間を可視化し、お客様にタイムリーにお知らせするサービスは国内大手損保で初めての導入。

近年のデジタル化の加速により、自動車業界ではコネクティッドカーやスマートフォン等のデジタルデバイスを接点とした顧客体験の向上が求められている。そこで、両社は、万が一の事故の際に優れたロードサービスの提供を実現すべく、同システムの開発を行った。

同システムでは、スマートフォンの操作のみ（事前のアプリインストール不要）で、口頭で説明することなくレッカー車手配の受付を可能にし、手配したレッカー車の位置情報と到着予定時間をリアルタイムに把握することを実現した。

お客様が電話をした際、フリーダイヤルで流す自動音声上で、同システムによるレッカー車手配の受付を案内する。

自動音声では、本システムによるレッカー車手配の受付か、オペレーターによるレッカー車手配の受付かを選択できる。また、ホームページやチラシなどで同システムの事前周知を行う。