新日本保険新聞

（損保版）

第１～４月曜日発行
発行所　新日本保険新聞社
大阪市西区靱本町１丁目５－15
（郵便番号550-0004）
電話　(06) 6225－0550（代表）
FAX　(06) 6225－0551（専用）
購読料　１か月2160円
（消費税、送料込み）
©新日本保険新聞社 2019

新種保険の増収率は業界トップクラスに

日新火災　日新モデルパワーアップセミナーを開催

絶対に必要な保険を提案
信念を持って経営者に接する

日新火災は7月29日、東京・千代田区のホテルグランドアーク半蔵門で、同社東京ブロックの代理店を対象に日新モデルパワーアップセミナーを開催した。当日は、同社の代理店2氏が登壇。株式会社ライフコンパスの麓浩二氏が「中小法人開拓で勝ち残る」をテーマに、次いで西京都保険サービス株式会社の稲垣清哉氏が「マンションドクター拡販対策について～高経年マンションの現状とその対策～」をテーマにそれぞれ講演した。

長崎市に社を構えるライフコンパスは将来的な国内保険市場の動向をふまえ、中小企業開拓に注力。5年前には自動車保険48%、火災保険40%、新種保険7%だった種目構成が昨年は、自動車保険37%、火災保険31%、新種保険27%にまで変わり、手数料収入も1・5倍になったという。

中小企業開拓のポイントは「ターゲットのリストアップ」「アポイント」「ツールの準備」だと麓氏は説明。

麓氏

稲垣氏

リストアップをする際は、法人顧客のうち単種目のみの既契約者をリストアップし、あらゆるネットワークを駆使して社長もしくはナンバー2の立場の役職員とアポイントをとることが大事だとした。

作成したリストを用いてアポイントをとる際には、保険会社の営業担当者とともに訪問したい旨や、営業担当者からも情報提供したい旨を伝えることがポイントだとし、「保険会社の社員が同席することによってお客様も話を聞く意識を持ってくれるようになる」と述べた。

総じて、「中小企業の経営者に対して押し売りではなく、会社や社長にとって絶対に必要な保険を提案しているのだという信念を持って接することが大事だ」と話した。

京都府南丹市に社を構える西京都保険サービスはマンション保険の販売力が強みの代理店。日新火災のマンション管理組合向け火災保険「マンションドクター火災保険」を主力商品として、飛び込みでのマンション開拓で業況を高めている。

提案先のマンションを探すポイントは、老朽化が進む築年数が古いマンション、とりわけ築40年以上で管理会社が入っていない自主管理のマンションをリストアップし、まずはマンションの管理人に向けて同商品の効用などを説明することが有効だとした。

挨拶する村島社長

一方、単に老朽度合いの高いマンションだと契約に至っても損害率も高くなってしまうため、築年数の割には壁やエントランスなどの共用部分が舗装されているマンションが狙い目だと説明。理由は大規模修繕費用に余裕があると見込まれ、マンション事故の約7割を占める漏水のリスクについても、給水管や排水溝の工事がなされている可能性が高いために損害率が抑えられる傾向にあるからだとした。

セミナー当日は、2氏の講演に先立ち日新火災の村島雅人社長が挨拶。同社の保険商品「マンションドクター火災保険」と業務災害総合保険「労災あんしん保険」の対前年増収率がそれぞれ7・5%増と15・2%増だったとし「特に新種保険の増収率は業界トップクラスだ」と強調した。

関東財務局

約60社にモニタリング訪問
「対話による態勢整備の実効性の確認」

関東財務局が今年の秋口から年末をめどに、管内の保険代理店へのアンケート調査および訪問による直接モニタリングを実施する見通しだ。アンケート調査の対象代理店は約100社でそのうちの約60社にモニタリングとして訪問する予定。態勢整備に関して保険募集人（保険代理店）に求められる保険業法294条3項に対する対応状況が主たる内容となり、態勢整備の実効性が図れているかどうかという観点から監査（内部・外部）や教育の実施状況を重点的にヒアリングするものとみられる。

アンケート調査は、対象とする保険代理店に対して、事前に質問票を当局が作成のうえ実施。アンケート調査の回答をもとに、訪問によるモニタリングをする保険代理店を当局が選定し、態勢整備の状況の検証などを行う。アンケート調査およびモニタリング代理店の選定にあたっては、原則、保険会社を介さず、当局から対象代理店に直接、協力要請の一報が入る。

今事務年度には関東財務局が保険業法305条（立入検査等）に基づく通常の代理店検査は行われない見通しである。代理店との対話に重きを置く当局の方針に基づき、かつて実施したいわゆる100店ヒアリングと同様の手法をとることになる。保険業法305条に基づく検査では、検査対象の代理店に当局が事前に検査に入る旨を通告し、約30の事前準備書類を代理店側が準備したうえで2週間から2か月程度の検査が行われる。その後は検査結果に対して指摘がなされるというオンサイトでのモニタリング、次いでオフサイトでのモニタリングに入る。オフサイト時の指摘事項をまとめて提出し、30日以内に改善計画書を当局に提出、その後6か月ごとに改善結果の報告に行くという流れになる。

この一連の流れは財務局と代理店の双方に相当の負荷がかかるため、結果的に検査に入れる代理店数が少なくなってしまうという面もある。実際に、関東財務局で昨年の事務年度で検査に入った代理店数は限定的だったようだ。

今回の行政方針のテーマは「一定数の代理店との対話による態勢整備の実効性の確認」だ。とりわけPDCAのなかのCとD、つまり実行した計画について、適切に教育・研修が行われているか、実効性ある監査が行われているか、の確認に重きがおかれる。

今回のやり方（ヒアリング方式）を実施するのは国内にある財務局のなかで関東財務局だけだとし、関東で実施した結果で一定の効果が認められれば、他の財務局でも同様の手法をとるかどうか検討されるのではないかと思われる。

春秋

企業で不祥事発生時の記者会見では、以下の二例を覚えておけば対応を誤ることはまずない。

82年米国のジョンソン・エンド・ジョンソン社の子会社が製造していた沈痛解熱剤の服用者7人が死亡する毒物混入死亡事件が発生。この薬品は、重要な戦略商品であったが、親会社のトップは、報道機関・社員を含む関係者全てに直ちに事実を伝え、その後の経過を逐一流す措置をとった結果、収益には大きな影響があったが、半年で株価は戻ったという。不利な事態を認めるのは難しい。確固とした信念と勇気を必要とする。海外でも、あいまいな対応、否定、沈黙ないし「ノーコメント」を続けて、実態以上に悪く評価され多大のコストを払った企業はいくらでもある。（92年3月27日付日経新聞）

もう一つは危機コンサルタントの田中辰巳氏が過去最高の謝罪会見と絶賛する石原プロの事例。03年石原プロが「西部警察2003」を撮影中、急発進させたスポーツカーが見物人5人を負傷させた。渡哲也社長（当時）は謝罪会見でお詫びの言葉を述べ、その席で番組製作中止を発表。「西部警察」は19年ぶりにレギュラー復活が決まり、数本分撮りためていた。

渡社長がお蔵入りしたことで、世間の空気は一変、「何もそこまでしなくても」と。今後の製作について聞かれ「それはケガ人が全員治ったあとに考えること」とキッパリ。

言い訳を一切せず、ひたすら謝るのみ。当時の新聞をめくると、会見から数日後の朝日新聞と佐賀新聞の投書欄に「立派だった謝罪」などの投書が掲載された。

ガバナンスが問われているのに「現在の地位にとどまり職責を全うしたい」とか、第三者委員会云々では傷を深くするだけだろう。（光星）

シンニチ保険Web
www.shinnihon-ins.co.jp
購読者専用バックナンバー閲覧パスワード
Kinglear
2019年10月7日 AMまで
※偶数月の第一月曜日正午ごとに変更