

《東京モーターショー》



世界5大モーターショーの一つ、東京モーターショーが東京ビッグサイトで10月30日～11月8日まで開かれています。東京モーターショーの歴史は古く1954年に日比谷公園で開かれたのが第1回です。途中オイルショックで抜けた年もありますが、今回で44回目だそうです。今では2年おきに開かれています。今年には特にエコカーと自動運転車が話題で例年になく盛り上がっています。自動運転については、安倍総理

が10月4日京都で行われた科学技術に関する国際フォーラムで2020年に自動運転車を実用化すると世界にアピールしました。「自動運転車？なぜ無人運転車とどう違うの」と疑問に思いましたが、これが実現するとちっと考えただけで産業界は一変しますね。運転できなくても車に乗れるわけですから、まずなくなる業種は自動車教習所、運転代行サービス、トラック、バスやタクシーの運転手も廃業ですね。そうだと飲酒運転の心配がなくなるので居酒屋さんや郊外ファミレス、ゴルフ場のレストラン・・・は売り上げがアップしますね。近未来の産業変化の想像がいろいろ巡ってきますね。さて、自動車と自賠で50%以上を占める損保業界はどうなるのでしょうか？おっとその前に自動車中心の損保代理店の将来はいかに？・・・チョット寒くなる話でした。

（損保業界の将来が気になる方は、本文に関連情報が載っていますので、要参照）

## Japan Agency Consortium の理念

- |                  |               |
|------------------|---------------|
| 1. アクティブ に       | 常に前向き、プラス思考   |
| 2. シンプル に        | 常に物事を単純に捉える   |
| 3. ポジショニング をお客様に | お客様のためにお役立ちする |

わたしたちは偉大なことはできません。偉大な「愛」で小さなことをするのです。

（マザーテレサ）

そう考えて、行動すれば、お客様に信頼されます。　　そうです！

プロ代理店はお客様を「幸せにする専門家」なのです。

## &lt;目次&gt;

	ページ
1. プロ代理店経営を磨く 「苦労と生きがい」	3
2. 次世代保険代理店の経営課題 「次世代代理店経営のための CRM」 その2	4
3. 2015年9月末 損保各社一般種目成績速報	6
4. 地震保険料、段階的上げへ 埼玉など4県は最大50%	7
5. 地震保険、掛け金が高いのに保障が低いワケ 発生確率が高い賭けは分け前が少なくなる	8
6. マイホームを守る「火災保険」 リスク把握し、補償内容確認を	11
7. 自動運転が変える保険とハッキング対策、自動車産業の未来とは？	13
8. 「自動運転車に乗りますか？」に7割がNo 英国調査	16
9. 首都高会社が工事中の事故保険発注をゼネコンから“横取り”!?	17
10. 社会問題化する自転車事故急増、超高額賠償で自己破産！保険未加入は危険？	18
11. 「あったらいいな」ミニ保険続々 マンショントラブル、痴漢冤罪…	20
12. 生保、業界再編は「ない」？ 生損保業界、序列崩れ混沌	22
13. わたしが保険営業を辞めた理由	24
14. 働く女性に必要な保険、不要な保険	26
15. 生命保険、葬式費用…どこまでなら相続税はかからないのか	29
16. 『あさが来た』のモデルが創立の保険会社 問い合わせ増加中	31
17. 「2人に1人はガンになる」という通説の誤解、がん保険は必要なのか？	32
18. 「がん隠した」、生保が支払い拒否 その真相は	35
19. 「お客様と会話が弾む」・・・ためになるお話	
● 「卵でコレステロールが増える」はもう古い	37
● 絶対に送信してはいけません。引っかけやすいマイナンバー詐欺！	39
● トヨタ：高速道へ進入・退出まで自動運転、技術公開一法整備が課題	40
● 予定利率は予定利回りではない ～知っておきたい保険の基礎知識～	41

## 1. プロ代理店経営を磨く 「リーダーになる人に知っておいてほしいこと」 松下幸之助

---

### Vol. 13 「苦勞と生きがい」

何もかも自分の思い通りになるなどとは考えないこと。辛抱苦勞があつて当然と割り切つてやる。いずれその苦勞は、生きがいとなる。

ぼくも、個人的にはつまらんなあ、面倒やなと思うこともたくさんあるが、それが今の自分の立場やな、自分が立っている立場では、そこに生きがいをかんじなければいけないなど、そう思つて辛抱してやっている。

だから皆さんも、何もかも自分の思うとおりにとはできない。まあ半分できたらいい方で、半分は辛抱しないとけない。何もかも満足してやれるということはありません。欲しいものを買えば必ずお金を払う。要するに何かの代償を出さなければいけない。何か自分で代償を出さなければいけない。何か自分で辛抱しなければいけないことがある。お金を出すのがいやだったら、頭を十ぺん下げる。そんなことはいやだと、お金も出さない、頭も下げないというのでは、成功しない。

そういうことをピシッと割り切つてやるくらいの腹がないとあかんのや。苦勞と言えば苦勞やけれども、その苦勞が苦勞にならないように、苦勞が生きがいと感じられるようにならんとあかん。

相撲取りでも、勝負はわずか三十秒か一分である。しかしそれだけの勝負をするのに、陰でどれほどの稽古をしているかわからない。毎日へとへとになるまでやる。そうでなかったら、一番一番勝てない。それはもう非常に辛抱しているわけや。耐えられないほどの苦惱を耐えてきて、それで三十秒の勝負をしている。

稽古をしている間、ぶつけられたり転がったり、けがをしたりしてやっているけれど、それを生きがいと感じている。だから耐えられるわけや。それを生きがいと感じない人はあかん。これが自分の生きがいたと感じられない人は辛抱できない。

(1980年8月)

## 2. 次世代保険代理店の経営課題

### ■次世代代理店経営

#### ～次世代代理店経営のための CRM～ その2

前回、CRM (Customer Relationship Management) というマーケティング手法は保険代理店経営にとって、有効な戦略であることを“魚屋さん”を例にとって述べた。しかしながら、この手法がマーケティング戦略として体系化されてから 20 余年経過し、導入した企業（殆どは中規模企業以上であるが）の約 80% が失敗して止めているといわれている。なぜ失敗したかということ、①理論・理屈が先行してしまっていること、②コンピュータシステムの発展とともにできあがった理論ゆえに、情報システム主導でスタートしオーバースペックのシステムを選んでしまいがちになって、営業等が高機能のシステムを使いこなせず、結果的に「導入したが役にたたなかった」「入力作業に手間がかかり次第に情報入力に疎かになり使えないシステムになった」などの烙印を押されしめることになったことだ。

ここで代理店経営における失敗しない、いや新時代のアイテムとして必須の CRM 導入をもう少し理論的に述べてみよう。ポイントは以下の 3 つである。

#### 《ポイント1》 CRM 導入の目的を明確にすべし。

導入する目的は「何となく効果がありそう」ではなく、明確にし、社内で共有化することである。

① 改正保険業法施行を控え、お客様の意向把握、情報提供義務を果たす上で、お客様の情報を出来るだけ多く収集し、整理していつでも使える状態にしておかなければならない。お客様情報が豊富であれば、よりの確に意向をヒアリングでき容易にお客様に最適の保険を提供でき、そのプロセスをお客様にしっかり情報提供でき、なおかつそのデータを常にファイルできてまた次に活用できる。さらにそのプロセスを効率的に行う事ができる。

② お客様の潜在的なリスクが把握でき、それをお客様に顕在化すること(このプロセスは保険のセールスではない)でお客様から高い満足感を得られる。

結果としてお客様との強固な信頼関係が構築できる。

さらにお客様情報は会社の財産であり、この財産を増やすことによって代理店経営は拡大する。

目的が曖昧、または「あれもこれも」と欲張った目的は判断も曖昧になる。また情報を収集する営業も入力や情報整理保管を担当する事務員も「何のため」が見えなくなってしまう。

明確な目標が決まれば経営者が顧客情報の重要性を熱く語り、上手に活用する決意をしめせばいい。

#### 《ポイント2》 最初はアナログからスタートでいい。

前回述べたように“魚屋さん”や“大福帳”は完全なアナログである。

これで十分機能するのであるから、最初から過度なシステムを構築する必要はない。

簡単な PC でのエクセル表による管理でいいし、お客様情報を収集したメモ書きをキャビネのお客様別ファイルやノートにぶち込んでおくだけでもいい。

いわば、「小さくはじめて大きく育てる」ことである。

重要なことは「定着」と「ルーティン化」である。保険代理店は少人数なのでひとり一人の目が届いて、いつでも閲覧でき、その情報を使えるようにしておくことは比較的容易である。

蛇足ではあるが、事務所内での重要書類管理は徹底しなければならない。

《ポイント3》 CRMを導入したことのプロセスチェックとフォローアップをしっかりとすべし。

改正保険業法において態勢整備義務がある。

まず態勢整備のマニュアル化が必要であるとは説明会で耳にタコができるほど聞いているはずである。

その中でお客様情報の収集手順とファイリング、その活用と管理についての項目を加えておくことである。

それによって収集から管理、活用までをルーティン化する。

さらに、ミーティング等で収集された情報を活用して得られた成果や収集量の増大による効果、成功例などを明らかにする機会をつくることで、社員全員がCRMを常に意識している体制を作り上げる。

つまり、改正保険業法を自社の成長の手段として大いに利用し、統制を図ることだ。

激変する保険業界はもちろんのこと、経済・社会環境の進化、ライフスタイルニーズや嗜好の多様化でお客様の生活環境や経営環境、価値観が激変する中で、お客様とより深い関係を構築するため企業はいろいろな手段を模索している。業界変化の激しい保険代理店こそソフトウェアの良さを生かしCRMを実践することができれば、将来の成功を手繰り寄せることができるであろう。

(おわり)



### 3. 2015年9月末 損保各社一般種目成績速報

(単位百万円 増収率%)

2015 9月 単月										
	自動車		火災		新種		傷害		合計	
損保J日本興亜	84,659	1.4	60,666	107.8	31,136	7.0	11,647	-1.0	221,982	17.1
東京海上日動	82,744	4.4	45,893	88.4	25,332	12.4	11,890	2.9	196,828	16.3
三井住友	56,647	3.3	70,268	131.7	30,318	18.0	7,801	-22.1	192,145	29.4
あいおいニッセイ同和	55,672	3.2	42,117	102.1	12,220	21.2	4,195	-16.5	129,962	20.9
富士	11,226	-0.7	12,300	85.6	1,019	1.0	2,385	-5.2	29,745	20.7
合計(共栄・日新含む)	302,821	2.8	236,885	105.4	102,104	12.9	40,988	-6.5	797,065	20.0
2015 4月～9月累計										
	自動車		火災		新種		傷害		合計	
損保J日本興亜	530,050	3.0	198,329	21.7	165,521	1.3	96,905	1.0	1,185,027	5.1
東京海上日動	517,916	4.5	178,071	20.9	176,146	5.5	85,096	2.5	1,135,504	6.9
三井住友	330,535	3.9	181,730	37.0	129,987	13.7	62,245	-12.9	854,771	10.5
あいおいニッセイ同和	338,605	2.7	129,880	31.8	72,241	10.8	25,891	-10.8	658,540	7.1
富士	72,930	1.3	46,239	28.7	6,866	-0.3	17,192	-1.8	160,200	7.4
合計(共栄・日新含む)	1,863,778	3.4	759,011	26.5	568,464	6.4	304,790	-3.0	4,150,523	7.0

間違いではないかと疑い、各社のHPを再検証した結果、正しいことが判明しました。何と火災保険の成績が前年の倍以上になりました。火災保険のレートアップと長期契約の終了の駆け込みがこれほどまで大きいとは驚きです。結果として損保各社の増収は20%を超え、通算伸び率も7%になりました。当然ながら10月以降反動があると思われます。

## 4. 地震保険料、段階的上げへ 埼玉など4県は最大50%

---

(日経新聞)

家庭向けの地震保険料が2017年1月に変わる。全国平均で19%の引き上げになるが、改定率は都道府県ごとに異なる。50%上昇と負担増が大きい地域がある一方、保険料が安くなる地域もある。被災時に保険金を受け取る基準になる損害区分も見直される。主な変更点をまとめた。

地震で起こった火災や津波、噴火による被害を補償する地震保険は14年7月に保険料が平均で15.5%上がったばかり。それが再び見直されるのは、相模湾から房総半島沖に延びる「相模トラフ」沿いの地域で強い揺れの確率が高まったことなどが理由だ。損害保険各社でつくる損害保険料率算出機構が保険料の水準を計算し直した。

保険料は都道府県や建物の構造で違う。同機構の改定案によると、鉄筋コンクリートなどの非木造住宅で埼玉や高知など4県の上げ幅が最大50%になる。埼玉県の場合、保険金1000万円あたりの保険料は年1万3600円から2万円程度に上がる計算だ。

現在2万200円と全国で最も保険料が高い東京都や神奈川県、千葉県は4割近い8000円程度の引き上げ。政府と損保各社は急激な負担増を避けるため、17年、19年、21年と3段階で引き上げる予定だ。

建物の被害に応じて受け取れる保険金の区分も細分化した。現在は契約金額に対して保険金が全額支払われる「全損」、50%の「半損」、5%にとどまる「一部損」の3段階。17年1月から「半損」を、60%受け取れる「大半損」と30%の「小半損」に分けて4段階にする。保険金の格差を小さくするためだ。

地震保険は火災保険と一緒に入る必要があり、被災時に受け取れる保険金は火災保険の最大50%まで。建物の評価額が2000万円なら、地震保険の保険金は上限1000万円だ。

50%を越す補償を受ける方法もある。三井住友海上火災保険とあいおいニッセイ同和損害保険は今年10月から最大50%の上乗せ補償が受けられる特約を設定。地震で起こった火災による被害の全額補償を受けられる。同様の特約は東京海上日動火災保険や損害保険ジャパン日本興亜も扱うが、補償範囲が会社ごとに異なるので注意が必要だ。

## 5. 地震保険、掛け金が高いのに保障が低いワケ 発生確率が高い賭けは分け前が 少なくなる

橋爪 健人 : 保険を知り尽くした男



東日本大震災では津波の被害が甚大だった

最近、日本列島の動きが不穏です。震度の大きい地震が各地で起こり、火山活動も活発化しているようです。

地震列島ゆえにやむを得ない面がありますが、日本のいたるところで、地震、噴火、津波への不安が高まっています。一方で、首都直下型地震の発生確率が高いとの予測が出されたため、損保会社と政府は2014年に引き上げたばかりの地震保険料の再値上げを検討しています。

カリフォルニアでも保険料が高い

こんな話をロスに住む友人としていたら、「カリフォルニアも同じだよ」と言うのです。カリフォルニア州は日本と同じような地震多発地帯で、これまでも、たびたび大きな地震災害に見舞われています。1994年のノースリッジ地震はそれまでにない最大級の被害を出しました。それ以降、大きな地震は鳴りを潜めています。州民はそろそろ大地震が起こりそうだと怖がっているそうです。

ノースリッジ地震の後、保険会社が地震保険の引受を極端に縮小したため保険危機状態となりました。そのため州政府により半官半民的なCEA（カリフォルニア地震公社）が設立され、新たな地震保険の引受体制が整備されています。しかし、免責金額が高いのにもかかわらず保険料が高いため、加入している世帯は州内で20%弱にとどまっているそうです。

友人は1年ほど前に自宅を買ったのですが、いまだに地震保険に入るかどうかを決めかねている、と言うのです。

地震は想定されるリスクのなかでも最大級のもので、その被害額の大きさから、保険でも対処し切れない特異なリスクです。そのため、地震保険は一般の保険とは違い、どこの国でも特別な仕組みが講じられています。

リスク・マネジメントでは、想定されるリスクの対処法として、まずは回避すること、そして軽減すること、と教えます。地震のない国に移住すればリスクは回避できますが、これは誰もが簡単にできることではありません。住居を耐震構造にするとか、津波を防ぐ強固な防波堤を築くなどで一定のリスク軽減は図れます。しかしこのような軽減策は、決して万全のものとはなり得ないことをわれわれは東日本大震災から学びました。

そうすると、リスク・マネジメントで教える最後の手段はリスク・ファイナンスです。防ぎ切れないリスクには、せめて損失を金銭的にカバーできるように手立てを講じておこう、という考え方です。つ



# APROSite

## 掛川新聞

JACインフォメーション  
Japan Agency Consortium



アプロスのホームページはこちら：[apros.jp](http://apros.jp)

続きをご覧になりたい方は下記へメールにてご連絡ください。

運営会社：(株) 信 東京都品川区東五反田

メールアドレス：[kkzo49@hp.catv.ne.jp](mailto:kkzo49@hp.catv.ne.jp)

※内容については細心の注意をはらっておりますが、お気づきの点などございましたらご一報ください。