

JAC 毎月レポート (保存版)

2016年5月号 (通算第68号)

《日本の城》



震災によって熊本城が大きな被害を受けました。修復まで20年と100億円という莫大資金が必要とのこと。熊本市の最大(唯一?)の観光名所だけに痛手が心配されます。

さて、かつて日本には大小2万5000もの城が存在したといわれています。城のあるところは政治、文化の中心であり、城はそのシンボルでした。現在の都道府県庁都市の3分の2は元城下町です。残念ながら殆どが焼失したり、明治の廃城令によって取り壊されたりしてしまいました。熊本城天守閣は西南の役のとき焼失し、1960年に再建された鉄筋コンクリート製で遺跡としての価値はありませんが、「武者返し」で有名な石垣や宇土櫓(やぐら)は往時のままで国の重要文化財に指定されていますが震災で崩壊されてしまいました。

また熊本城は大阪城、名古屋城とともに日本三名城(堅牢かつ要害、守りがしっかりしている城トップ3)といわれています。大阪城は豊臣秀吉が築城しましたが、名古屋城は徳川家康の命によって加藤清正が天守閣と石垣を請負い、熊本城は加藤清正の英知の結集で出来上がりました。加藤清正は勇猛だけでなく、稀代の城設計士でした。

ちなみに、全国に天守閣のある城で現存しているのは12城、そのうち姫路城(世界遺産)、松本城、犬山城、彦根城、松江城の5つは国宝、弘前城など7つは重要文化財に指定されています。その他、財団法人日本城郭協会が2006年に定めた日本の100名城なる一覧があるので、この機会に参照されてはいかがでしょうか。(写真は震災前の熊本城)

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 | お客様の立場でお役立ちする |

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。

<目次>

	ページ
1. プロ代理店経営を磨く	3
2. 次世代保険代理店の経営課題	4
3. 2016年3月末 損保各社一般種目成績速報	6
4. 家の耐震性、地震保険の真実…いま知っておきたいこと	7
5. 東京海上「海外」「生保」で 祖業の殻を破る	10
6. <損保ジャパン日本興亜>西沢社長「世界トップ10を目指す」	16
7. 【トップは語る】三井住友海上火災保険 米保険市場で新たな事業投資も	18
8. 米国で進む「保険」のフィンテック (FinTech) 化 4つのポイント	19
9. 自動運転関連記事 4題	21
10. 保険、新年度に向け新商品・サービス続々	24
11. 多様化する保険の販売チャネル。消費者にメリットはあるのか？	25
12. マイカー保有者の6割が年間走行距離7000km以下、 1か月あたりの維持費は平均1万4300円	28
13. 見直すなら最後のチャンス！ 最新保険ランキング&業界レポート	30
14. どんなものがある？子どものための保険	34
15. 変わる生保市場 情報源が増え自分で判断一覧へ	35
16. 保険金が徐々に下がる掛け捨ての「収入保障保険」が人気	35
17. 「お客様と会話が弾む」・・・ためになるお話	
● 耐震性だけではない 倒壊危険度を左右する「地盤」	36
● 15年度の新車ランキングは「アクア」がV4 軽は増税で軒並みブレーキ	38
● <運転手異常対応>意識不明で自動停止、国交省が開発促す	39
● 15年の全国社長の平均年齢は60.8歳 高齢化に拍車がかかる	40
● 自動ブレーキ全車標準装備が当たり前。まず米国から、そして世界に波及	41
● 「え、そこにも？」ハリウッドセレブの保険あれこれ	42
18. 感動しましたので参考までに	44

Vol. 18 「簡単な第一歩から始める」

武士は、いずまいを正すこと、つまり「座る」ことが基本だった。仕事にも礼儀がある。挨拶や掃除は、業績とは一見関係がないように思えるけれども、人間としての基本であり、きわめて対せつなことである。

服装とか、身の回りをきちんとする。何事もこれが基本。昔の武士は、武士道の精神から入っていくわけだが、その最初が「座る」こと。つまりいずまいを正すことだった。同じように仕事にも礼儀があるわけや。

現在、いくら業績がよく順調であっても、結局において成功するのは、そういう基本的なことを真面目にやっているところやな。企業を支えるのは最終的には人なのだから、その人間ができていなければだめである。

ぼくは九歳のときには船場へ奉公に出て、厳しくしつけられた。朝早く起きて、顔を洗い、むこう三軒両隣を掃除するわけだが、掃除の仕方が悪いとよく叱られた。お得意さんへ行くときは、お辞儀の仕方から挨拶の仕方まで全部教えてもらった。「こんにちは、いいお天気ですね」と挨拶しなさい。「それから、こういうふうについて、こやって、最後にはこういうふうにお辞儀をして帰ってきなさい」とね。

業績とは一見関係がないように思えるけども、まず人間としての基本的なところ、人間を育てていくということが大切だ。掃除がきちんとできていたらまず大丈夫なわけや。

そういうきわめて簡単な第一歩からやる。これができているところは必ず伸びる。実際やってみると、簡単なものほどむずかしい。一事が万事、基本をきちんとやることやな。

(1983年4月)

2. 次世代保険代理店の経営課題

■改正保険業法施行前の雑感（その2）

人は様々な場面で自分と他人を比較する。この比較する行為を道徳的には良いこととされていない。長州藩士、高杉晋作に次の言葉がある「人は人、我は我なり」。また禅の世界では「他は是れわれにあらず」「脚下照顧」とある。他人と比べたところで自分は何も変わらない、自分の足元をしっかりと見つめ、昨日の自分より僅かでも先に進むことが大事だ。比較の対象を他人から自己へ切り替えることが肝要だ。

しかし、商売の世界はまったく違う。常に他との比較ありきである。家電量販店でも他店の方が安ければ差額をお返ししますと堂々と謳っているくらいである。さて保険の世界はどうであろうか。モノやサービスを購入する顧客は安くて良いモノを求めるのが当然であるから、売る側は比較販売が当たり前のはずだ。しかるに、保険業界では保険業法によって戦後ずっと比較販売が禁止されてきた。なんと非常識な業界なのだ。これが改正保険業法によってようやく比較販売が公認されることになった。顧客にとっては実に有難いことであるはずである。ところが保険の流通をしてみると、生命保険の6～7割が生保レディーや生保会社のプランナーによって販売されているとのこと。損保においては専業代理店の7～8割は1社専属の代理店であり、改正保険業法施行を機に乗合しようと思っても保険会社はOKしてくれない。法律が変わっても相変わらず非常識業界の実態は変わらない。

ここで、顧客は「より良い保険をより安く加入したいという当たりの欲求がある」と仮説をたてよう。そうであるなら売り手である保険代理店は複数の保険会社からもっとも良い保険を選択して提供するビジネスモデルが生じる。保険の窓口グループなどの来店型ショップが急躍進している所以がここにある。しかも禁止されていた比較販売ができるのである。乗合代理店は当然これを最大のセールスポイントにして顧客に接すればいいのである。「法律の改定はビジネスチャンスを生む」、まさに好機到来である。しかしながら、巷の代理店の反応はどうであろう？代理店から乗合申請が急増しているという保険会社の話はとんと聞かない。しかも、収保の大半が代申会社という乗合代理店では代申会社からの指導もあつてか、勧誘方針に「当社は〇〇保険会社の保険を提供し、〇〇保険会社で対応できない場合は他の保険会社の保険を提供します」などと謳って、折角の権利である比較募集を放棄してしまっているではないか。

代理店からは、比較募集すると意向把握やヒアリングシートの作成が面倒、態勢整備マニュアルの作成が複雑になる、募集時のコンプライアンスが不安であるといった声がある。一理あると思えるが、本末転倒である。お客様により良い保険を提供するという保険代理店の社会的使命が念頭から外れている。同時に乗合代理店は比較的規模の大きい代理店であるにもかかわらず、他の小規模の専属代理店と同レベルで比較募集をしない代理店ですと宣言しているようなものである。ルールが変わったのだから、その対策と周到な準備を行う。そしてその変化をチャンスにつなげるのはどの業界でも当たり前にみられることである。スポーツの世界でも同様である。残念ながら保険業界は異質なようだ。

今、プロ代理店にとって重要なことは、比較推奨募集をする代理店として宣言すること。そして「取扱保険会社の中から、最良の保険を選択して提供する」といった内容を企業理念や勧誘方針に謳い、お客様にアピールすることである。結果として保険の内容に大差がなければ、手数料の関係で扱いの多い保険会社の商品を提供することになったとしても、比較募集をした代理店としなかった代理店ではお客様の“納得感”に大きな違いが生じ、募集品質の高い代理店が信頼を勝ち得ていくことは自明の理である。保険代理店にとって差別化は最大の経営課題である。この差別化が改正保険業法施行によって図られるのであれば、徹底的に活用すべきである。“当社は複数の保険会社から最適の保険商品を提案します”と当社は〇〇火災海上の保険を提供します“とどちらが顧客に対し説得力が高いか、併せて”当社は経験豊富な内務スタッフが充実しています。保険についての質問やお問合わせ等ありましたら遠慮なく当社にご連絡下さい”も加えれば、差別化はバッチリである。

保険代理店が保険会社と並列に扱われるようになった今日、保険会社とは良好な関係を維持しつつも、保険会社経営と代理店経営は大きく異なること、お客様との接点はあくまで代理店であることを意識し、保険会社の言動に左右されないお客様本位の経営ができるはずである。冒頭の禅の言葉の「脚下照顧」という言葉の意味を代理店経営に置き変えて行動すれば将来は明るい。 (おわり)

3. 2016年3月末および2015年度 損保各社一般種目成績速報

(単位百万円 増収率%)

2016 3月 単月										
	自動車		火災		新種		傷害		合計	
損保J日本興亜	133,866	1.7	39,582	-8.0	31,772	14.0	13,105	1.9	262,565	-0.4
東京海上日動	133,695	2.0	52,033	-1.7	46,438	6.6	17,819	2.1	295,221	0.5
三井住友	78,602	2.9	29,181	-17.3	28,044	20.5	8,797	-14.0	173,962	-1.7
あいおいニッセイ同和	78,371	0.7	24,513	-15.8	15,183	16.6	4,334	-7.0	142,764	-2.8
富士	16,667	-0.3	6,515	-31.7	1,096	1.2	2,422	0.2	30,262	-10.2
合計(共栄・日新含む)	458,607	1.7	156,319	-10.7	124,913	12.4	50,010	-2.3	937,386	-1.2
2015 4月～2016 3月累計										
	自動車		火災		新種		傷害		合計	
損保J日本興亜	1,077,618	2.2	371,930	7.1	313,061	4.1	176,456	0.8	2,329,076	2.4
東京海上日動	1,041,334	3.3	356,861	6.7	359,513	7.9	167,116	3.8	2,291,376	4.0
三井住友	650,630	3.0	296,966	9.1	241,952	15.2	129,886	-5.6	1,606,898	4.9
あいおいニッセイ同和	662,229	1.6	228,208	7.4	135,632	13.0	49,783	-10.0	1,260,587	2.4
富士	144,909	1.1	77,846	-0.5	12,791	0.3	31,307	-0.9	300,667	-0.1
合計(共栄・日新含む)	3,724,214	2.4	1,378,093	6.7	1,096,992	8.6	597,606	-1.0	8,104,613	3.2

3月単月では各社とも年度末の追い込みかなわず、火災保険の減収が響き東海日動を除き減収となった。2015年度累計では損保各社合計で3.2%の増収で終わったものの、火災の減収傾向は9月まで続くため、新年度も苦戦が予想される。その中での富士火災はついに3月単月で2ケタのマイナス、累計でも唯一のマイナス、飛びぬけて業績が悪い。合併問題の混乱の影響か？ちなみにAIUも悪い。3月単月でマイナス4%、4月～3月累計でマイナス0.1%とのこと。

4. 家の耐震性、地震保険の真実...いま知っておきたいこと



地震で倒壊した家屋（24日、熊本県益城町）、

熊本地方を震源とする大地震は熊本・大分両県に甚大な被害をもたらしました。大地震が日本列島を襲うたびに、私たちは日ごろの備えの重要性を痛感させられます。地震に強いマイホームをつくるには何を知っておくべきか、自然

災害に保険でどう備えたらいいのか。マネー研究所にこれまで掲載した記事の中から「家の備え」「保険での備え」を中心に、いま知っておきたいことをまとめました。



1981年、建築基準法改正で耐震基準が強化されました。今回の熊本地震では、倒壊した家の中に81年以前に建てられた「旧耐震基準」の家が相当数含まれていたことが報告されています。新旧の耐震基準にはどのような違いがあるのか、また、マイホームの耐震性能を知るにはどうしたらいいのでしょうか。

■耐震設計、建築基準法の改正時期に要注意（16年1月13日付）

1950年に建築基準法ができてからというもの、大きな地震が起きるたびにその被害の度合いを勘案し、耐震設計基準は段階的に何度も見直され、強化されてきた。まず、81年の「新耐震設計基準」が一番大きな変更で、木造軸組工法（在来工法）、ツーバイフォー、鉄骨、RC（鉄筋コンクリート）全ての構造における耐震設計基準が大幅に変更された。

■改めて点検したい マイホームの耐震性能（16年4月20日付）

14日に発生した熊本地震は最大震度7を観測、多くの建物が被害を受けた。震度5強の揺れを観測した熊本市中心部では「13階建てのマンションが壊れた」として報道されたマンションがあったが、あれは実は「わざと壊れるように設計・施工されている」ことは意外に知られていない。

■耐震・免震・制震 メリット・デメリットを知る（16年2月10日付）

台湾南部で6日午前が発生したマグニチュード（M）6.4の地震で倒壊したマンションの中には、柱の中に一斗缶が埋まっているのが見つかるなど、建築プロセスに疑問の残る物が見られた。こうしたずさんな工事は論外だが、日本の建築物と比べるとずいぶんと異なる鉄筋の太さや数、露出したコンクリートのもろさなどに驚いた人も多いのではないだろうか。

■都心のタワーマンション、大地震に備える知識（15年4月29日付）

アベノミクスや2020年の東京五輪を受けて、都心ではタワーマンション建設が進んでいる。ところが、さくら事務所に相談に来る依頼者の多くがその「耐震性」を非常に気にしている。大型の地震に見舞われた際の漠然とした憂慮、といったところだ。

■「マンションのほうが地震に強い」は幻想（14年10月15日付）

東日本大震災で震度5強の揺れに見舞われた東京では、高層マンションを含めた通常の耐震構造の建物で倒壊や損壊などの大きな被害を受けたものはなかった。最大震度6強だった仙台においても、外

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

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

※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。