

JAC 毎月レポート (保存版)

2017年4月号 (通算第79号)

《花祭り》



キリストの誕生日は12月25日(歴史的根拠はありません)。パーティやらプレゼントやらケーキやらで日本中がお祭り騒ぎになります。しかし仏教国である日本がお釈迦様の誕生日である4月8日(これも正確ではありません)は、なぜか盛り上がり欠けていますね。メディアもあまり取り上げません。そういえばバレンタインデーやハロウィンなどギョウカイが意図的に作り上げる

全国規模のど派手なお祭りはみんなあちらモノですね。そのうち復活祭や感謝祭も加わって日本はばか騒ぎの輸入大国になるかも知れません。しからば今月のテーマは日本古来の「花祭り」。

お釈迦さまの誕生日を祝う花祭りは、灌仏会(かんぶつえ)、仏生会(ぶっしょうえ)、浴仏会(よくぶつえ)、龍華会(りゅうげえ)、降誕会(こうたんえ)などともいいます。およそ2500年前、お釈さまはお生まれになると、すぐに七歩ほど歩み、右手で天を、左手で地を指さして「天上天下、唯我独尊、三界皆苦、我当度之」(人は誰でもこの世に一人だけであって予備の人間はいない。命は貴いものである。私は苦しむ人々を救うことを第一としよう)といわれました。すると天に住む竜が感激して甘露の雨を降らしたといいます。ですから古来、甘茶をかけてお祝いします。花まつりは、インドや中国でも古くから行われている行事で、日本では推古天皇の時代(606)に元興寺で初めて行われました。以来〔花祭り〕はお釈迦さまの誕生を祝い、お釈迦さまの智慧と慈悲の教えを信じてゆくことを誓う日です。また、子供がすくすくと育つことを祈る日でもあります。日本の古来文化を大切に、日本人らしく静かにお祝いしましょう。(写真は浅草寺花御堂)

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. 次世代保険代理店経営の課題 | 4 |
| 3. 「向こう2年は経済堅調 その後迎える試練のとき」 | 6 |
| 4. 2016年世界の災害コスト、前年からほぼ倍増 熊本地震は最大の損失額 | 10 |
| 5. 最新「MEGA地震予測」で不気味な兆候 「4連動」…日向灘震源で誘発警戒 | 11 |
| 6. 日本の保険業界、6割が「顧客体験をきちんと定義できていない」危険性 | 12 |
| 7. 建設業の社会保険加入を急げ | 15 |
| 8. 損保ジャパン、要件定義に4年がかり | 16 |
| 9. 自動運転の未来と課題 | 19 |
| ■(上)「完全」実現へ技術の壁高く産学連携で欧米に先行を | |
| ■(下)関連法規の整備作業急げ 技術者・法律家の対話重要 | |
| 10. ネット炎上保険 2題 | 24 |
| ■火消しに3ヶ月で1000万円費やした企業も 「ネット炎上保険」担当者に聞く | |
| ■ネット炎上保険「補償額1000万円」は高いのか低いのか | |
| 11. 若者の「車離れ」… 保険で車購入支援 料金割引やシンプル保障 | 26 |
| 12. ライフネット出口氏「僕が会社を辞める理由」 | 27 |
| 日本一有名な保険会社の会長、ついに引退へ | |
| 13. 春は別れの季節? 「離婚」と「保険」の憂うつな関係 | 30 |
| 14. 朗報! 保険の手数料開示が進むかもしれない | 32 |
| 後押ししたい金融庁の動き | |
| 15. 保険ショップ、異業種襲来で転機 | 35 |
| 少子高齢化・マイナス金利など経営環境厳しく | |
| 18. 「お客様と会話が弾む」・・・ためになるお話 | |
| ● 歴史好きは知っておきたい 生命保険は「あの人」が作った? | 37 |
| ● 「後部座席は安全」は間違い、席別致死率トップ | 39 |
| ● 1度上がったバッテリーは充電しても元には戻らないって本当? | 40 |
| ● 糸魚川大火の保険調査、ドローンビジネス離陸 | 41 |
| 五島列島で海越え物資空輸へ | |
| ● シートベルト警告灯、全席義務化 20年秋の新型車から | 43 |
| ● 宝くじに当たるのは? 交通事故に遭うのは? 人生の確率を知ろう | 44 |

1. プロ代理店経営を磨く

仕事ができる人の心得 (株) 武蔵野 代表取締役 小山昇 (抜粋)

愛 関心を持つことです

挨拶 コミュニケーションを良くするための、一番重要なことです。あいつは相手より先に元気よく大きな声です。相手が立っていたら自分も立って、座っていたらかがんで目線を合わせる。もちろん笑顔で。

赤字 社長の甘えです。社長が赤字でいいと決断したからです。罪悪です。赤字は絶対避けるという意識を持って1円たりともマイナスしないようにすることです。

赤字会社 社員が挨拶しない。赤字が続くということはいずれ自分の職場がなくなるということです。

赤信号 天が与えてくれた好機です。ちょっと立ち止まって、一度自分の人生を真剣に考えるときです。

明るい 虫と同じように人が集まる。ものがきれいに見える。

あきらめる ありとあらゆる努力をしてもできないときのことです。済んでしまったことはくよくよしないことが大切です。投げてしまうのは最悪です。

アクション 私たちは神様ではないのです。ただ単なる普通の人なのです。その普通の人が、なんのセオリー（理論）もなく、設計図も計画もなく行動を起こして、人様より豊かな生活を求めるということ自体が、土台むちゃくちゃな話です。それでも行動しなければ何始まりません。

悪天候 訪問客が少なく、お客様とお話ができる時です。雨の日は少々服が汚れてもいい。暑いときは、汗をだらだら流しても訪問する。

2. 次世代保険代理店の経営課題

■やっぱりお客様との信頼関係構築が一番大事 その3

ビジネス書にしばしば「柳生家の家訓」が登場する。

小才は、縁に会って縁に気づかず。
中才は、縁に気づいて縁を生かさず。
大才は、袖振り合う縁をも生かす。

「才能の無い人間はチャンスに気づかない。中の才能の者はチャンスに気づいているが飛びつかない。とても才能のある人間は、袖が触れるほどの些細なチャンスも逃さない。大物になる人物はチャンスに敏感であるという意味の言葉である」が、“縁”生かすということはビジネスの基本でありこの能力の優劣がビジネスの成否を決めるといっても過言ではない。常に“縁”に注意を払い、真剣に受け止める。例えば、名刺交換した人にはいかに役立つかを常に意識して接する。袖すり合う全てのご縁を“今この一瞬を全力投球して接する”このような姿勢は極めて重要である。ちなみに仏教用語に“機縁”という考えがあり、仏教では、人間の素質・能力・根性などを“機”と云う。この“機”が森羅万象の“縁”との関わり合いで、人生が成り立っている。

人間は、無意識的に自己中心で生きている。したがって自己の価値観で周囲を見たり、接したりしようとする。しかしそれでは小才や中才に終わってしまう。その枠を超え、この“縁”気づき、生かすことこそがビジネスを成功に導く。ましてや、形のないもの、解りづらいもの、できれば活用したくない商品である保険を販売する保険代理店経営には、なおさらのことである。

代理店ビジネスの原点を見つめてみよう。既存のお客様のそもそもはある“縁”から始まっている。〇〇さんが紹介してくれた縁、テレアポしてアポを承諾いただいた縁、ある会合で知り合った縁。ゴルフコースで知り合った縁、中には道で立派な名刺入れを拾ったところ、近くなので届けた縁というものもある。いくらセールストークが上手くても、いくら保険実務に精通していても、そもそもこの“縁”がなければビジネスにならない。したがって保険営業の原点はこの“縁作り”といえる。縁作り=お客様開拓である。しかしながら保険営業の性格上お客様から保険のご紹介をいただいたご縁以外は、縁が芽生えてすぐ保険営業の話はご法度である。まずせっかくの縁をしっかり醸成することからはじめなければならない。

保険会社のセールス教育の基本はロープレである。ロープレほど重要で効果的な教育手段を否定する気はさらさらないが、その前に習慣として身に着けておくべき大切なものがある。それは相手に“好印象を与える”という動きである。縁作りの第一歩である。保険代理店営業の基本中の基本として、日々経営者は意識し、チェックしてはいかだろうか。

好印象を与えるには、「ノンバーバル（非言語）コミュニケーション」が非常に重要なポイントとなる。このノンバーバルコミュニケーションの重要性については、「メラビアン¹の法則」が有名であるが、ほかの研究結果を見ても重要な会議や交渉の場でも過半数の割合で、ノンバーバルの印象で決まることが分かっている。特に初対面や営業などの短期決戦では、ノンバーバルがすべてと言ってもいいくらい

だ。人の好き嫌いの判断は、ほんの一瞬で決まることも実験で分かっている、そこから会う時間が長くなればなるほど、バーバル（言語）コミュニケーションの比率が高まっていくのである。ノンバーバルで決まった最初の印象が、バーバルによって修正されていくわけだ。

「メラビアンの法則」とは？

言語、視覚（ポディーランゲージ）、聴覚（声のトーンや調子）で矛盾した情報が与えられた時、人はどの要素を優先して相手のメッセージを判断しているかを調べた結果、「視覚が55%、聴覚が38%、言語が7%」となったというものです

以上、「メラビアンの法則」を踏まえ、「ノンバーバルコミュニケーション」を実践するポイントをあげよう。

No. 1 笑顔

No. 2 姿勢、態度

No. 3 挨拶

（株）日立ソリューションズ 「ビジネスに効く実践心理テクニック」より

「笑顔」は好印象の大原則です。

日本人にはやりすぎるとうさんくさく思われがちですが、ほほえむ程度で構いません。シンプルに表情筋を動かすことは、簡単なようで実際のビジネスの場ではほとんどの人ができていないのです。無表情は「あなたに会っても心が動きません」というサイン、笑顔は無理でもとにかく表情筋を動かし、相手に好意を伝えることが大切です。また、「荷物を持ちましょうか？」「コーヒーでもいかがですか？」などの相手を気遣う言葉も、好意の表現になります。

人の心理には、好意を寄せてもらおうと無意識のレベルでその人に好意を返さなければいけないと思ってしまう「好意の返報性」という原理があります。ですから相手に好意を伝えて好印象を獲得すれば、相手からも好意を返してもらえ、人間関係がスムーズになるのです。逆に、ネガティブな感情を相手に与えると、相手からもネガティブな感情で返されます。好印象を与える人は、先に好意を示すのがうまい人ともいえます。

また、笑顔は少し目を細めるとさらに効果的と言われている。なぜなら黒目の割合が多くなり、一層笑顔が親しみを訴えるからだそうである。「目は口ほどにものを言う」である。

お客様との信頼関係を強固にすることは、保険業界の不確実な将来に対処する上で重要なことは言う待たない。代理店の組織化と差別化を図り経営力を強化することは大事である。保険のプロフェッショナルとして専門知識、や周辺知識の研鑽、コンプライアンスの徹底も疎かにしてはならない。しかし保険代理店経営の原点である「“縁”を大切にそれ生かす」ということを意識して実践しなければ成長はない。

（おわり）

3. 「向こう2年は経済堅調 その後迎える試練のとき」

第一生命経済研究所主席首席エコノミスト 永濱利廣

2016年4月から第一生命経済研究所首席エコノミストを務め、現在は内閣府の経済財政諮問会議政策コメンテーターとしても活躍する永濱利廣氏。同氏に世界経済と金融政策の展望を聞く。（聞き手：ZUU online 編集部 菅野陽平）

※インタビューは3月9日に行われました。

——今後の経済展望をどのようにお考えでしょうか。

去年の秋くらいから世界の景気循環が上向いてきています。景気循環はいったん上向くと、すぐには腰折れしないと思いますので、来年くらいまでは景気拡張期が続くのではないかと考えています。

去年の秋頃に上向くまで、2年くらい製造業の景気循環は低迷していました。トリガーは中国です。製造業PMIを確認しますと、2014年の秋くらいから、中国が50を下回りはじめて、少し遅れて米国が50を下回って、その後、日本も50を下回りました。

そして今回、明確に中国の生産が戻ってきています。これが景気循環のエンジンになって、先進国に良い波及効果をもたらすでしょう。中国は今年10月に、5年に一度の共産党大会があるので、過去の経験則で言うと、それまではあらゆる手を使って景気を支えるだろうという安心感もあります。

今年の経済成長は製造業循環が上向いた要因がメインで、来年の経済成長はトランプ氏の拡張的な財政政策の効果がメインと見ています。ただ、トランプ氏が主張する金額の半分くらいでも実現すれば、おそらく米国経済に過熱感がでてくると思うので、FRBが利上げペースを速める可能性が高いと見ています。

過去の経験則では「経済が過熱するなかでFRBが利上げを加速する」局面はリセッション入りのサインでした。従って今後の見通しの結論としては、ざっくりとですが、2017年と2018年は経済堅調、2019年頃から景気後退入りというイメージです。

——そのような経済環境のなか、個人投資家は何に気をつけて運用すればよいでしょうか。

景気が良い業種や、業績が良い企業に投資しても、必ずしも良好なパフォーマンスをあげるとは限らないことに注意が必要です。

個人投資家の方が「耳寄りな情報」を掴んだとしても、だいたいの場合はアナリストが先にその情報を掴んでいて、すでにポジションを作っている人がいます。その「耳寄りな情報」が正しかったとしても、高値圏の銘柄を掴んでは仕方がありません。もちろん、景況感の方向性を見るのは重要なんですけど、

それ以上にバリエーション的に割高か割安か？の視点を持つ方がいいと思います。

指標や業績発表は、発表されれば価格に織り込まれてしまうので、最大のポイントは「マーケットに影響を及ぼすようなイベントを事前に確認して、直前直後にどう投資判断するのか」だと思います。

たとえば2016年を振り返ったら、Brexitと米国大統領選挙という絶好の買い場がありました。今のマーケットはアルゴリズム取引の存在感が増しているので、イベントで想定外のことが起きると、オーバーシュートする可能性が高いです。

——そういった意味では、今年もイベントが目白押しですね。

2月末にはNYダウが13連騰しました。どう考えても割安ではないですよ。1年間このままいくとは思わない。欧州主要国での選挙も多いですし、いかにそういうイベントを早めに認知して、割安な局面で仕込めるかが年間パフォーマンスの優劣を決めると思います。

日本のマーケットが特にそうなのですが、非常にボラティリティが高いので、こういったマーケット環境では、利益をあげるチャンスは多くなるのではと感じています。

——もし、今、ご自身がファンドマネージャーであればどうしますか。

割安と判断できない局面では、資金の大部分をキャッシュポジションにすると思います。逆にいうと、大きなイベントで振れるときのことを考えて、あまりポジションは作らない気はしますね。

ただ、そのファンドの運用方針にもよりますが、アルファを取りにいかないといけないのであれば、むしろ売りポジションの検討をします。もうちょっと上がったならショートを仕込むイメージですね。全部はいかないと思いますけど。

——FRBの金融政策についてはどのようにお考えでしょうか。

FRBの動向やFOMCのどこを一番見ているかというと、ずばりドットチャート、FFレートの見通しです。ただ全体の見通し以上に注目しているのは25パーセンタイル。

FOMCでFFレートの見通しが出るじゃないですか。多くの場合、メディアで報道されるのは「全体の中央値」です。実は、全体の中央値以外にも「下位25%の人たちの平均」も出るんですね。それが25パーセンタイルです。

なぜ注目しているかというと、その下位25%のなかに、おそらくハト派のイエレン議長が含まれているからです。例えば2016年12月の利上げでドル円レートは118円くらいまで円安に振れました。しかし、

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。