

J A C 毎月レポート (保存版)

2018年1月号 (通算第88号)

《蟹》



冬の味覚といえば“おでん”“鍋”“寒ブリ”“牡蠣”“湯豆腐”などたくさん思い付きますが、何とてても代表格は“カニ”ですね。お刺身でも、焼いてもポイルして絶品、鍋も最高です。加えて高い栄養価がありながらダイエットの強い味方です。高タンパク質で低脂肪、ビタミンB1・B2、ナイアシンが豊富なため脂質の代謝を助けてくれる栄養素がたっぷり、太りやすい冬にはうれしい食べ物で、さらに亜鉛、鉄分、ミネラルが豊富、肝臓の働きを助けるタウリンもバッチリでいいところ尽くし

です。

でも、カニが獲れる時期は種類や場所によって様々、1年中食べられるのに何故冬の味覚の王様なのでしょう？ カニは足が早く（早く腐る）、昔から冬以外は保存ができなかったこと、ポイルや鍋といった暖かく調理して食べるのが一般的だったから冬が旬になったそうです。

ちょっと値が張るのが難点ですが、おいしくて低脂肪で栄養価が高く、肝臓にもいい・・・“日本酒とカニ”想像しただけでもよだれが落ちますね。

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. 保険募集人の体制整備に関するガイドライン	6
4. 損害保険150年 時代を映す商品の変遷を追う 今はサイバー攻撃や再生医療も視野	8
5. 毎日フォーラム・トップに聞く：浦川道太郎・損害保険料率算出機構理事長	10
6. 2018年4月に値上がりする保険・下がる保険 2年連続の大幅改定で激変する保険業界	12
7. 生損保、AIで生む営業戦力細る収益を再構築	14
8. 自動ブレーキ車 来年から保険料が割引に	15
9. 「コネクテッドカー」不安視する人、日本など6か国の半数以上	16
10. 「2018年1月から販売開始」 個人向けドライブレコーダーで自分の運転技術が点数化？事故対策にも	17
11. 「自動車保険料」が高い車と安い車 「車両料率クラス」を解説	19
12. 高齢者の安全運転、専用車載器で支援 注意喚起や家族にメール	21
13. 地震補償保険」への加入が静かに増加、地震保険と何が違うのか	22
14. 「保険で家修理」ご用心 中部で災害便乗トラブル増	26
15. 代理店経営の参考になる？ 最近流行りの行動経済学！ バナナはおやつですか？ノーベル経済学賞の答え	28
16. 事業継続の危機保険やネットが支える新・同族経営	33
17. 保険の窓販解禁10年 販売全体の1割にとどまる	35
18. 「人口減の市場でも伸びる」 富士生命 FWD・フォンCEO	36
19. 早死より19倍も怖い「死なない」リスク 生命保険で備えるとなぜ大損するか	37
20. 長生きは得な保険動き出す人生100年時代	39
21. 先進医療費の立替が不要になる保険会社の直接支払サービス	42
22. 保険会社の管理職たちが医療保険に入らない理由	43
23. 「お客様と会話が弾む」・・・ためになるお話	
● 救急隊員に聞いた「病状より先に伝えるべき事」が目からウロコ	46
● 自動運転化の実現に向けて、大きく出遅れた日本勢	47
● トヨタの新型「クラウン」はネット接続を標準装備 何ができる？	49
● <独自>なぜ？多発するプリウス窃盗 防犯カメラに犯行の一部始終	49
● ヒートショック死、交通事故死より多い 寒暖差に注意	51

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)

営業利益・・・ 指標はお客様の増加、商品力、販売価格、粗利益、営業力です。販売力が売上げと利益に直結することです。営業と関係ないところは間接的にしか手を打たない。

永続・・・ 儲かる会社より潰れにくい会社をつくることです。

笑顔・・・ 無料です。でも無限の価値があります。笑顔は相手の人に対する好意・歓迎の意思表示です。無愛想な表情では心が伝わりません。笑顔は最も価値のあるサービスの一つです。練習しないで誰でも美しい笑顔になれます。どうしてもうまくできない人は販売の仕事を変えたほうがいい。

エゴ・・・ コミュニケーションを壊すものです。相手の心が開かない。

えこひいき・・・ 計画性のない人の行動です。本人にはこの自覚がまったくありません。いつも自分に気が合うものとしか行動しません。

演技・・・ 最初はごちなくても、繰り返しているうちに実力になります。向上していくものです。

援助・・・ 人のためによかれと思って、手を差しのべると無気力な人間をつくりだし、結局は組織のためにならないから要注意。

円満・・・ 自分が悪かったといえる会社です。自分がよくて相手が悪いという会社はトラブルがたえない。

OA化・・・ OA機器を入れることではありません。仕事のやり方を変えることです。

OA機器・・・ 機器のよって「～ができる」ということよりも「～として使える」ということの方が重要です。

2. 次世代保険代理店の経営課題

■ITの進化を踏まえた代理店経営戦略を考える

第四次産業革命と呼ばれている“AI”、この進化の先には我々の想像できない世界が待ち構えている。なにしろ一度インプットしてしまえば決して忘れないコンピューターのベースから、人間の領域を超えて自ら有益な情報を取り、自ら学習し、自ら判断するAIの行きつくところは恐ろしい。はるか先のバーチャルな世界が現実には近づきつつあるが、己の人生中にはさほど関係ないと思っている諸氏は多い。1990年代から2000年代にかけて流行った“ドックイヤー”という言葉がある。成長の早い犬の寿命と人間の寿命を比較し、1年が7年に相当するとしたIT関連技術進歩の驚異的な速さを表現した用語である。しかし、この言葉ですら時代遅れで今やITの進化は“マウスイヤー”と呼ばれる。何と1年が18年に相当する。

ここでよく考えてほしい。ドックイヤーやマウスイヤーはIT関連の進化を表現する言葉だけではなく、「**時間を表現する言葉である**」ということだ。現代の社会・経済などあらゆる分野において、ITは欠かせない。そのITの進化がマウスイヤーであれば、短時間を意識して仕事のピッチを上げなければ取り残される。一方、時間は万人に対して公平である。つまり、現代社会は、IT進歩の時間を十分理解したうえで、この公平に与えられた時間の使い方、管理を考えないとビジネスがうまくいかないといえる。

さて、以上を踏まえて保険ビジネスに置き換えてみよう。整理する手段として企業が戦略策定やマーケット戦略を導き出すためのフレームワークとして一般的に使われるSWOT分析で考えてみよう。

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。