

# 新日本保険新聞

生保版  
 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2100円  
 (消費税、送料込み)  
 ©新日本保険新聞社 2010

シンニチ保険Web  
[www.shinnihon-ins.co.jp](http://www.shinnihon-ins.co.jp)  
 購読者専用サイトのパスワード  
**loveyour**  
 (2010年12月31日まで)  
 ※「1月」と「7月」に変更します。

## RINGの会が第12回オープンセミナーを開催

### 1,000名を超える代理店が参加



白熱したパネルディスカッション

第12回RINGの会オープンセミナーが6月26日、横浜市のパシフィコ横浜で開催された。RINGの会とはRisk management Insurance Network Groupの頭文字を取り命名された保険代理店が代理店経営を学ぶ自主運営の会。今年には全国から1000名を超える保険代理店が参加した。今年のテーマは「プロ代理店は死滅の道を進むのか?」と題し、3部構成のパネルディスカッションで識者や代理店経営者がプロ代理店の現状と今後について見解を述べた。

### 3部構成のパネルディスカッション

冒頭、RINGの会会長の田村薫氏(サンクリエイト代表取締役)が開会の挨拶を述べ、第一部「激流へ、2010年の保険業界」と題したパネルディスカッションが行われた。

コーディネーターはRINGの会アドバイザーの村田稔氏(梅ヤキ代表取締役)が務め、パネリストとして山森直樹氏(格付投資情報センターアナリスト)、米山高生氏(二橋大学院商学研究

科教授)、森崎公夫氏(RINGの会アドバイザー)、中崎章夫氏(保険ジャーナリスト)の各氏が登壇した。

第一部では、それぞれが専門家の立場から業界動向と代理店をとりまく環境について述べた。最後にまとめとしてパネリストが業界のゆくえについて見解を述べた。米山氏は「3万6000店の専門代理店が5、6年で1万店になるといふ見通しは衝撃的だが、どう業態転換すべきかが生き残りのカギとなる」と語った。

山森氏は「生保の営業職員チャネルは効率性が改善しているが、その一方で事業費率は悪化している。トータルでペイしていくか慎重に見極める必要があるが、その判断材料としてEV(エンベディッド・バリュー・保有契約価値)が手がかかり

になるか注視したい。損保については、海外成功事例が今はない。海外進出にはいろんなやり方がある。今後中長期的な視点で注視していく」と語った。

森崎氏は「保険代理店はメーカー代理店とくく買者代理店になっていくべき。そのためには保険法や業法改正が必要だろう。リスク分析を細かく行い販売量を求める手法からニーズに合った販売手法にいかにか脱却するかがカギだ」とした。

中崎氏は「代理店のゆくえもそうだが、保険会社の社員のゆくえも気にする。分社化の方法も含め、今後中小法人開拓や生損複合販売に本気に身を投じる若い社員がでてくるのだろうか。今後代理店協会の代表発起人の各氏が登壇した。

## プロ代理店は死滅の道を進むのか?

### スタイル異なる4氏が自論を披歴

第二部ではスタイルの異なる4人の代理店によるプロ代理店の将来展望が語られた。

大藪氏は「お客さまのニーズを一番知っていて頼りになる存在。保険販売だけでなく、異業種専門化との提携などによりさまざまなサービスを提供する道を模索中だ」と語った。

田村氏は「お客さまとの出会いを増やす仕組みをセールズスキルだけでなく、プロモーションも含めて検討するべき。異業種代理店も入り口を増やす一つの選択だ」との考えを示した。

今野氏は「保険業界でも急成長するビジネスモデルは存在するので活路は見いだせる。顧客、社員、取引先に喜ばれるビジネスモデルが求められており、当社では来店型ショップの普及を進め、銀行窓販提携を拡大し、銀行やショップでの店頭販売を保険販売のスタンダードにしていきたい」と語った。

休憩をはさみ、第三部「プロ代理店の機軸を探る」と題したパネルディスカッションが行われた。

コーディネーターは土川尚己氏(㈱ブレイン代表取締役)、RINGの会アドバイザーの村田稔氏(梅ヤキ代表取締役)が務め、パネリストとして、以下の各氏が登壇した。

- 塚本修平氏(㈱塚本イズムジャパン代表取締役)
- 生島秀一氏(㈱ヒューマン&アソシエイツ代表取締役)
- 豊谷広行氏(ユニテッドインシュアランス㈱代表取締役)
- 吉田安志氏(㈱ユニバーサル・リスク・コンサルティング代表取締役)

(2)面に続く



ビジネスモデルに聞きいる参加者



参加者でにぎわいを見せるロビー