

新日本保険新聞

(損保版)

第1~4月曜日発行
発行所 新日本保険新聞社
大阪市西区堀本町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2200円
(消費税、送料込み)
©新日本保険新聞社 2021

シンニチ保険Web
www.shinnihon-ins.co.jp
購読者専用バックナンバー
閲覧パスワード
Swallowprince
2021年4月5日 AMまで
※偶数月の第一日曜日正午ごとに変更

東日本大震災から10年

日本代協 金子 智明会長に聞く



金子会長

未曾有の被害をもたらした東日本大震災。今年3月11日で発生から10年が経つ。損保業界では保険各社と代理店、行政が一丸となって被災地対応に尽力してきた。あれから10年。地域のリスクマネジャーである代理店の意義はどう高まったか。日本代協の金子智明会長は代理店に向けて「この10年間で自社のBCPへの意識や取り組みがどれだけ変わったかを自問自答してもらいたい。10年前と何ら体制が変わっていないとしたら、これまでの災害で命を落とした人たちに對して顔向けできない」と強い口調で呼びかける。

この10年で 変革できたか

今一度、社内で自問自答を

——東日本大震災から10年が経過するなか、今の率直な心境は。
金子 10年ひと昔というが、今はコロナが世界中でパンデミックになっていることなどから、ややもすると巨大地震への危機意識の風化がみられたことは否めない。そうしたなかで先月2月13日には福島県沖で震度6強の大きな地震があった。これは、私たちに東日本

大震災を風化させてはいけないというものだったと思うざるをえない。こうした思いから、東日本大震災のような動画を改めて視聴してみたが、あまりの凄惨さに涙が出た。もう一度、襟を正して私たちが代理店はどうあるべきかを考えようと思いが知らされた。

——震災当時、日本代協ではどのような被災地対応に取り組んだのでしょうか。
金子 日本代協では、被災者支援と被災した会員代理店への支援の両面に取り組んだ。被災者支援では、金融庁と損保協会に對して、保険料の特例措置の早期の対応や保険契約の失効・解約の特例適用、自動車保険の中

断手続きの簡素化、自賠責保険の解約手続きの簡素化などを要請した。また、損保協会との共同の取り組みとしては、連絡先不明の契約者への窓口照会、契約者への地震保険制度に関する情報提供、ポスター等による避難所への情報提供などを実施した。

他方、被災した会員代理店への支援の取り組みでは、代理店向け災害特別融資制度の創設、電話募集の拡大などを損保各社に要請した。また、会員向けの義援金を全国で募ったところ2300万円が集まり、各県代協を通じて被災した会員代理店にお届けした。

——企業や個人のBCPへの認識向上、取り組みの推進の必要性が高まっています。
金子 私自身も含めて代理店の皆さんに問いたいことがある。それは、この10年を振り返ってみて、10年前と今で皆さんの代理店はどう変革したのかをせよ、自問自答してもらいたいということだ。この10年の間に熊本地震をはじめ豪雨や台風、大雪などの災害が多々、発生した。こう

BCP支援を 全国展開

代理店の体制整備を進める

——日本代協が進めているBCP支援の取り組みについて。
金子 日本代協としては相次ぐ自然災害やコロナをふまえて、BCP支援の取り組みの全国展開を推進している。そのため、代理店がBCPを策定するための支援ガイドを制作した。全国の都道府県代協でこのガイドを活用したセミナーなどに

円が集まり、各県代協を通じて被災した会員代理店にお届けした。

——企業や個人のBCPへの認識向上、取り組みの推進の必要性が高まっています。
金子 私自身も含めて代理店の皆さんに問いたいことがある。それは、この10年を振り返ってみて、10年前と今で皆さんの代理店はどう変革したのかをせよ、自問自答してもらいたいということだ。この10年の間に熊本地震をはじめ豪雨や台風、大雪などの災害が多々、発生した。こうしたなかで先月2月13日には福島県沖で震度6強の大きな地震があった。これは、私たちに東日本大震災を風化させてはいけないというものだったと思うざるをえない。こうした思いから、東日本大震災のような動画を改めて視聴してみたが、あまりの凄惨さに涙が出た。もう一度、襟を正して私たちが代理店はどうあるべきかを考えようと思いが知らされた。

地域とのネットワーク構築はプロ代理店の存在意義

したなかで自らがBCP対策をどのように講じたのかを今一度、考えたい。仮に災害対応に関する体制が10年前と変わっていないとしたら、これまでの災害で命を落とした人たちに對して顔向けができない。代理店だからこそ、事前の備えや対策を講じておいてもらいたい。それが、保険業界として震災を風化させないことにつながるはずだと思う。

——昨年11月に開かれた国際保険流通会議の席上で中小企業庁の担当官が、中小企業のうちの30%がBCPのことを知らないのが実情とおっしゃっていた。さらに、BCP策定マニュアルなどを活用している中小企業に至っては全体の2%しかいないということだ。こうした現状をふまえて、まずは私たちプロ代理店が自社のBCPを

策定し、その後、地域の企業に向けてBCP策定の支援ができるようになることを目指したい。

——日本代協では震災を教訓に防災や減災を呼びかけることなどを目的とした動画を今年1月に作成・配信しましたが、この動画作成を企画した経緯や趣旨について改めてお聞かせください。
金子 東日本大震災から10年という節目となる

の重要事項として説明することが義務化された。保険業界が本気でお客様のことを考えるのであれば、そして防災や減災を本気で考えるのであれば、ハザードマップを単なる情報提供ツールと位置づけるのではなく、活用しない代理店は火災保険を販売してはいけないというくらいの意識を持たなければいけないのではないだろうか。

——日本代協では震災を教訓に防災や減災を呼びかけることなどを目的とした動画を今年1月に作成・配信しましたが、この動画作成を企画した経緯や趣旨について改めてお聞かせください。
金子 東日本大震災から10年という節目となる

今、震災への危機意識が薄れてしまわないように、また、そのためにもお客様に「保険を選ぶ前に代理店を選ぶ」という考え方を基に、真のプロ代理店、募集人の存在を地域に周知する必要から動画を作成することにした。会員代理店がこの動画を視聴するのはもちろんのこと、動画を地域の消費者・契約者に広めるように活用いただきたい。

——地域のリスクマネジャーとしてのプロ代理店の存在意義についてどのようにお考えですか。
金子 地域のリスクマネジャーであるプロ代理店だからこそ、代理店が地域のお客様と行政と三位一体となって防災・減

災に取り組むようなネットワークの構築に向けて働きかけてもらいたい。それができるのが代理店であり、それがその存在意義ではないだろうか。

——最後に。
金子 繰り返しになるが、10年前を振り返り、その間で自らがどれだけ変革できたかを自問自答してもらいたい。この10年で、相次ぐ自然災害や保険法の改正、そしてコロナなど、代理店は変わらなければいけないという警告がいくつもあつたはずだ。顧客本位の業務運営を企業として本

当に進めているのかどうかを代理店店主だけでなく社内全体で話し合う機会をぜひとも作ってもらいたい。

当に進めているのかどうかを代理店店主だけでなく社内全体で話し合う機会をぜひとも作ってもらいたい。