

今月のお客様

(株)損害保険ジャパン
専務執行役員東京本部長
中山 和彦 氏

んは自動車整備業界に対しどのような支援を行っていますか。

中山 損害保険における増収の支援として、保険実務に携わる方を対象に6ヵ月・12ヵ月の二つのコースによる「従業員実習生制度」を導入し、自動車整備業の皆様をサポートしております。研修期間中は弊社が社員として雇用し、給与を支払うシステムとなっており、研修期間満了後は、保険部門のプロとして質の高いサービスの提供により、顧客の固定化・拡大に繋げていただいています。

塩沢 我々の本業はあくまでも整備業ですから、保険のエキスパートとなる社員教育をしていただき、育てていただけるのは心強い限りです。損保ジャパンさんは整備業へのサポートを「従業員実習生制度」以外にも用意されていると伺ったのですが、特に、AIRジャパン（※注）と連携した会員工場に対する支援策はかなり幅広いようですね。

中山 弊社はAIRジャパンの目的に沿って支援しています。一番の支援策は言うまでもなく保険収益拡大に対する取組支援ですが、本業の技術支援として、弊社の関連会社である(株)損保ジャパン・カービジネスサポートでは、「AIRジャパン技術ホットライン」を設置し、専門スタッフが会員の皆様からの故障・整備に関する相談に対し、電話やFAXにて情報提供しています。また、技術研修・各種セミナーを開催し、社員教育・技術教育面でのバックアップを行っています。さらに、経営支援として自動車整備業経営に関する各種情報提供を行うと共に、(株)損保ジャパン・カービジネスサポートにおいてISO9001およびISO14001を取得し、そのノウハウを活かした「エア21車検」・「エアeショップ21」のビジネスモデルを立ち上げ、会員工場への導入支援を行っています。

収益確保に生保販売の取扱が寄与

塩沢 現在、生命保険商品を取り扱う損保会社が増えていますが、代理店である整備事業者としてこの生保の取り扱いをどうすべきと考えていますか。

中山 お客様を増やすこと、つまり分母の拡大が代理店経営には当然重要ですが、自動車保有台数の伸びが鈍化している現状や将来の少子化などを考えると、難しい時代であると言えます。医療保険やがん保険の第三分野商品は保険料も手頃で、ニーズも高いため、お客様の保険加入の決断も早いことから積極的に販売に取り組むメリットは大きいと言えます。顧客の情報管理を徹底し、お客様の生年月日ま

激変の損保業界

塩沢 損保業界の変化には目を見張るものがありますね。損保ジャパンさんの場合、合併によりどのような効果を得られたのですか。

中山 損保ジャパン（安田・日産・大成）、ミレアグループ（東海・日動）、さらに三井住友海上、これら3つの保険グループは損保分野でいずれも20%前後のシェアを占めます。これら3社に加え日本興亜損保、あいおい損保が10%台のシェアで続きます。この5社グループで業界の85%のシェアを占めることから見ても、かつて「国内主要15社」と呼ばれていた時代と比較して、この間の再編劇の大きさが見て取れると思います。

弊社におきましては合併1年目にして、おかげさまで自動車保険と自賠責保険を合わせた自動車保険部門において業界シェアでトップとなりました。これも合併の成果と考えております。今後も合併効果を追求しながら、さらなるシェアアップ・収益アップに取り組みなければならぬと思っています。

塩沢 日本のマーケット規模を考えると、5社というのは多いのでしょうか。この先、合併や再編は行われるのでしょうか。

中山 マーケットの85%以上を5社グループが占める状況は決して異常な状況ではないと考えておりますが、この先の変化がないとは言いきれないと思っています。しかしながら、現在は各社が合併効果を出すため、企業努力を進めている段階であり、その意味で合併・再編については、個人的には一段落ついたのでないかと考えています。

自動車保険は、整備業の集客・収益をサポートする最大のツール

塩沢 私ども自動車整備業界と損保業界とは自動車保険を通じて深い関係があります。損保ジャパンさ

塩沢会長理事長

シリーズ「トップに聞く」

で把握されていれば、アバウトな案内ではなく、保険料までの具体的な案内が可能となります。これからは生保も扱わないと収益拡大は難しいかもしれません。

塩沢 最近TVコマーシャル等でよく見かける外資系損保会社の自動車保険の影響はどのようなものでしょうか。

中山 いわゆるダイレクト販売ですが、自動車保険における全体シェアは現在2%程度です。今後どのようなシェアを獲得するかは判りませんが、お客様が何を望んでいるかを把握することがカギになるだろうと思います。中には、価格（保険料）を第一にする人もいらっしゃいますが、多くのお客様は契約時や事故時の面倒見の良さなどを含めた代理店・保険会社の総合力・信頼感で選んでいるのではないのでしょうか。

信頼できるパートナーとして

塩沢 現在、整備事業者も環境対策へのいち早い対応が叫ばれており、我々も生き残りをかけて取り組む必要性を強く感じております。損保ジャパンさんは業界に先駆けて環境対策活動を行っているとのことですが、会社全体としてどのような取り組みをされておられるのでしょうか。

中山 弊社は、地域の環境保全・地球的規模での環境保全、および循環型経済社会の構築を企業の社会的な責任ととらえ、「全員参加、自主性、地道、継続」をキーワードに環境問題の解決に取り組んでいます。地球温暖化や土壌汚染等の環境問題の顕在化で、企業や個人を取り巻く環境リスクは、ますます増大しています。そのため、お客様や地域コミュニティ・保険を販売している代理店等の皆様とパートナーシップを組みながら環境保護活動に積極的に参加することが重要であると考えています。

企業紹介

株式会社損害保険ジャパン
創 業：1888年（明治21年）
資 本 金：700億円
本社所在地：東京都新宿区西新宿1丁目26番1号
取締役社長：平野 浩志
従業員数：15,815人
代理店数：76,360店

※注：1973年全国自動車整備事業者の代理店組織AIRとして発足。
合併を機にAIRジャパンへ改称。現在会員数3,700強



塩沢 損保業界から見た、自動車整備業界発展のキーポイントは何だとお考えですか。

中山 我々は自動車保険という商品が、整備事業者をサポートする最大のツールだと考えております。弊社の商品をご利用いただき、お客様の期待を上回るサービスを提供できることが成功への道と信じております。お客様のためを思い、言いづらい事をハッキリ伝え、きちんと説明してさしあげることによってお客様の信頼を得るきっかけになると思います。整備事業者の皆様が成功するためには自動車ユーザーの「ホームドクター」や、「信頼できるパートナー」となる必要があると思います。お客様の顔を窺いながらセールスをするのではなく、保険も含めてプロの立場で自信を持ってアドバイスをしてさしあげる、こういった姿勢が求められていると私は感じています。お客様が求める「安心を与えるエキスパート」は損保業界だけでなく、整備事業者の皆様にも求められているニーズだと私は考えております。弊社としては商品・サービス体制（東京に750名の損害サービス要員を配置）を強化し、皆様にとって、お客様との架け橋になるように尽力いたしますので今後とも宜しくお願い申し上げます。

塩沢 先ほどのお話で、整備事業者の方も、保険についてもプロになっていただくようにというアドバイスがありましたが、現状では従業員が4~5名の事業場において1名を保険担当に専任することは難しく、保険販売の体制の充実化は代理店として成功するための今後の課題として捉えています。また、現在、車検期間の延長が規制改革会議のテーブルに上がっているようですが、損保業界も極めて影響が大きい問題とと思われますので、このような点についてもお互いに情報交換を行いながら、自動車整備事業者の良きパートナーとしてご協力いただきたいと思います。

平成15年8月6日 東京都自動車整備教育会館にて