

# 157代理店、2直販社員Gが認定取得

## あいおいニッセイ同和損保

### 2017年度GEM認定式典を開催



認定式にさまざまな挨拶した金杉社長は、今年度の認定者に対して謝辞の言葉を述べ、GEM認定代理店の合計取扱保険料が773億円におよび、この業績は同社プロ代理店全体の業績の2割超を占めている、と今

日、集まった皆さんが、当社の業績を振り返り、引継ぎを促す言葉を述べ、感謝の意を表した。保険会社の取組を推進している。地方創生については、同社と地方創生協定を結んだ各地域において、代理店が地域ブランドとして浸透させるための取組を進めている。ICTは、

### プロ代理店取扱Pは773億円

あいおいニッセイ同和損保は9月1日、東京・文京区のホテル椿山荘東京で2017年度GEM認定式典を開催した。GEM(ゴールド・エグゼクティブ・メンバー)認定は、取扱規模や業務品質、損害率、生保業績などの業績が優れた同社の中核的なプロ代理店(扱者)を認定する制度。今年度は157代理店、2直販社員グループが認定を取得した。認定式では、今回初めて認定を得た8名が認定者を代表して登壇し、金杉泰三社長から認定楯が手渡された。

認定式にさまざまな挨拶した金杉社長は、今年度の認定者に対して謝辞の言葉を述べ、GEM認定代理店の合計取扱保険料が773億円におよび、この業績は同社プロ代理店全体の業績の2割超を占めている、と今

同社では上記4つのプロジェクトに昨年度から注力。テレマティクスは、テレマティクス技術を活用し、車載器から得たデータを元に運転挙動に基づいて保険料を算出する自動車保険を開発。商品化に向けて取組を進めている。「地方創生」については、同社と地方創生協定を結んだ各地域において、代理店が地域ブランドとして浸透させるための取組を進めている。「ICT」は、



(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 (代費)  
FAX (06) 6225-0551 (専用)  
購読料 1か月2160円  
(消費税、送料込み)  
©新日本保険新聞社 2017

Shin Nihon Insurance Web  
www.shinnihon-ins.co.jp  
生損保業界の最新ニュースを掲載しているほか、保険セールスに役立つ書籍・ソフトの販売やセミナーの案内などを行っています。



パネラー(左から安東氏、金杉社長、窪田氏、栗山氏)

社外のあらゆる企業から多種多様なアイデアを募集し、同社の事業と掛け合わせることで新しいビジネスを創出する取組。ICTについては、サイバーリスクやインテリジェントリスクなど、あらゆるリスクに対応する商品の開発を進めている。

認定式終了後は、保険ビジネスの今後と、勝ち残るプロ像を探るをテーマにパネルディスカッションを実施。株式会社レインフォックスの安東邦彦代表取締役、日本損害保険協会シニアフェロ

1の栗山泰三氏、あいおいニッセイ同和損保の金杉社長の3氏が業界取組の環境の変化について意見を交わした。金融行政の変化について、栗山氏は「行政

代理店経営者の立場で業界動向を考察した窪田

氏は「最も大きな市場の変化は、お客様の保険に対する接し方が変わってきている」と強調。その動向を金融行政の変化やインターネットの普及が後押ししているとし、代理店はこうした流れを再認識する必要があると述べた。

金杉社長は、環境変化に伴う自社の取組を紹介。とりわけ同社が注力しているテレマティクスについては「今は自動車が活用しているだけで、今後はあらゆる生活のなかでテレマティクスが活用される」と推測。その時々には、SNSやチャットを視野に入れながら、関連する企業に

は「最も大きな市場の変化は、お客様の保険に対する接し方が変わってきている」と強調。その動向を金融行政の変化やインターネットの普及が後押ししているとし、代理店はこうした流れを再認識する必要があると述べた。

金杉社長は、環境変化に伴う自社の取組を紹介。とりわけ同社が注力しているテレマティクスについては「今は自動車が活用しているだけで、今後はあらゆる生活のなかでテレマティクスが活用される」と推測。その時々には、SNSやチャットを視野に入れながら、関連する企業に

は「最も大きな市場の変化は、お客様の保険に対する接し方が変わってきている」と強調。その動向を金融行政の変化やインターネットの普及が後押ししているとし、代理店はこうした流れを再認識する必要があると述べた。

金杉社長は、環境変化に伴う自社の取組を紹介。とりわけ同社が注力しているテレマティクスについては「今は自動車が活用しているだけで、今後はあらゆる生活のなかでテレマティクスが活用される」と推測。その時々には、SNSやチャットを視野に入れながら、関連する企業に

は「最も大きな市場の変化は、お客様の保険に対する接し方が変わってきている」と強調。その動向を金融行政の変化やインターネットの普及が後押ししているとし、代理店はこうした流れを再認識する必要があると述べた。