

オフサイトミーティングで本音トーク

可児 康充

「SNS でインフルエンサーが発信する身勝手な情報は何とか規制できないの?」「広告審査って大変だよねぇ～」 「実は採用に苦労してるんですよ」 「それってウチではこうやって…」 「さっきの話、詳しく教えてくださいませんか?」

外からは急成長しているように見える IFA 経営者でもよくよく話すと同じような悩みを持っていたり、意外な解決方法が見えてきたり…

今年も 7/31-8/31 の二日間にわたり経営者同士ならではのさまざまな話が交わされました。その名は「経営者オフサイトミーティング」。

協会では定例会やカンファレンスなどで会員同士の研修や認知度向上、ガイドライン策定や金融リテラシー普及などの活動を行っているのはご存じのとおりですが、昨年から開催されているこのオフサイトミーティングは言わば「経営者限定本音トーク」の会です。したがってそこで話された生々しい話は参加者だけのものとなります。

今回は広く皆様にお伝えできる「上澄み?」の部分について私なりにお伝えいたします。そもそも「オフサイトって?」と疑問に思った方もいらっしゃるでしょう。

「オフサイト」その名前の通り、普段の場所や喧噪から離れ、業務環境から身を外すことから始まります。今回は軽井沢に 13 名の経営者が集いました（中には片道 5 時間以上かけてきた方も）。

その目的は「経営者同士の信頼関係の深化」と「業界課題に対する戦略的ディスカッション」、そして「ベストプラクティスの共有」。

それぞれの自己紹介に始まり、グループに分かれてディスカッションの開始です。

少人数であるが故に一人ひとりが今の自社や自分の課題や取り組んでいること、悩んでいることを語っていきます。

なかで最も熱く話し合ったのが「IFA 業界の課題」。

IFA の認知度向上や行政との連携などに始まり、それぞれの所属金融商品取引業者等におけるコンプライアンス体制の差異、投資信託乗換規制など次々と出てきます。

私なりに一番感じたのは複数の会社を取り扱う場合のいわゆる「乗り合い」問題です。

典型的なのが広告審査。現在、複数の証券会社を乗り合う場合にはすべての会社で広告審査申請し承認を得なければなりません。

この場合、A社で承認を得てもB社で否認されると修正し、またA社から承認を得なければなりませんし、場合によっては修正することでA社から否認されることも起こります。これでは時事的な情報はどんどんと陳腐化し、お客様へのサービス低下にも繋がりがねません。

弊社のような保険乗合代理店の場合には複数の保険会社を乗り合っておりますが、その中で「代理申請会社（代申会社）」に広告申請すれば良いこととなっております。

また、一般社団法人生命保険協会と協業し「業務品質評価基準」を策定、その認定代理店は協会HPに公表され、保険会社からはもちろん、お客様から選ばれる品質基準の一つとなっています。

このような取り組みは一社で成り立たせることは不可能で、当協会などが塊となって実現していこうという意見も出ました。

また、今回は7/23に協会より策定発信された『「顧客本位」を極めるためのアドバイザーのベスト・プラクティス』についても話し合われました。

未だ「玉石混合」と言われるIFA業界において、参加者全員で目指すべき方向を確認・共有し、未来に向けて自社が取り組むべき課題が見えた時間となりました。

そして、研修で打ち解けた私たちは、その後の食事を交えた懇親会や二次会など夜遅くまで語り合ったのは言うまでもありません。

来年も開催予定ですので、一社でも多くの方と「本音トーク」できることを楽しみにしております。

「次回こそ」ではなく、「次回は必ず」お会いしましょう。