

論文要旨

経営学研究科 経営学専攻修士課程
企業家養成コース
保坂 光一

本論文の目的は、保険業法改正後の損害保険業界を対象として、保険代理店と保険会社との企業間関係において、保険会社から保険代理店への出向者が果たす役割を、「バウンダリー・スパニング活動」あるいは「バウンダリー・スパナー」（境界担当者）の理論に依拠しつつ、明らかにすることである。

企業間関係論（組織間関係論）には、組織間関係を支えるキーとなる組織単位（バウンダリー・スパニング・ユニット）およびキーとなる役割を果たす個人（バウンダリー・スパナー）に焦点を当てる研究の流れがある。後者のバウンダリー・スパナーは、組織の境界に位置し、相手組織についての情報を検索・収集・処理するという役割を担うとともに、組織を代表して相手組織と交渉するという役割も担うことによって、組織間関係において重要な役割を果たしていると考えられる。

一方、損害保険業界においては、2016年5月29日に施行された改正保険業法により、新たな保険募集ルールのもとで業界全体が大きく変化している。改正保険業法により、保険代理店に「意向把握義務」・「情報提供義務」・「保険募集人に対する体制整備義務」、という3つの「義務」が課された結果、保険代理店の組織化、大型化などの体制強化が進められてきた。

各地の有力保険代理店は、意向把握義務、情報提供義務の適切な履行を担保すべく、外部コンサルティング業者による監査を取り入れ、第三者の目から業務の適切性を確認したり、保険会社から社員を出向受けし、内部管理責任者や（改正保険業法に則った）保険募集の見本として指導をしてもらうなど、創意工夫をしている。

このうち、後者のように保険会社から保険代理店へ出向し活動を行っている者は、保険会社と保険代理店の接点で、両者のより強固な関係を構築するために、日々さまざまな活動を行っている。そこで本論文では、保険代理店へ出向した保険会社の社員をバウンダリー・スパナー、そして彼/彼女らが代理店内で行う一連の活動行為をバウンダリー・スパニング活動と定義し、彼/彼女らの行動が両者の良好な企業間関係の構築に貢献しているのか否か、また仮に貢献しているのだとすれば、彼/彼女らにはどのような資質や行動パターンが求められるのかといったことについて、調査を行うことにした。

本研究では、出向者を受け入れた保険代理店の業務状況、出向者自身の代理店内での行動パターンや成果、あるいは出向者をサポートするユニット（部門）への評価等を検証するため、保険代理店への半構造化インタビュー調査を実施した。本調査では、①バウンダリー・スパニング活動の効果、②バウンダリー・スパナーの個人的資質、③バウンダリー・

スパナーを背後で支えるバウンダリー・スパニング・ユニットの役割に関して質問を行った。

本研究の結果、わかったことは以下の3点である。第一は、バウンダリー・スパニング活動は概ね有効に働いていたということである。目的の明確度や目的の強度など、代理店が求める出向者に対する役割は様々であったが、出向者もその目的を達成すべく行動し、代理店から一定の評価を得ていたことが、インタビュー調査から明らかになった。第二に、バウンダリー・スパナーを後方で支えるべき本社部署の存在が、現時点では保険代理店にとって希薄であり、保険会社と保険代理店との接点部署であるバウンダリー・スパニング・ユニットとしては、現地の営業課（支社）の方がより大きな役割を果たしているということがわかった。また、現地の営業課（支社）と本社部署の連携が不十分で、結果的に代理店の要望に対してミスマッチを起こしてしまっているケースもあるということがわかった。こうした発見事実は、調査の一つの成果であろう。第三に、出向者、つまりバウンダリー・スパナーによるバウンダリー・スパニング活動が、保険代理店と保険会社間の「溝」を埋める、あるいは保険代理店内の「溝」を埋める潤滑剤になっていることがインタビューからわかった。保険会社にとっては、今後、バウンダリー・スパナーを通じ得ることができた保険代理店の「生の声」「生の情報」を、業務運営に活かしていくことが重要であろう。

本研究では、バウンダリー・スパナーとしての出向者が、出向先にとっても出向元にとっても総合的に有効に働いたという結果を導き出すことができた。また、バウンダリー・スパニング・ユニットについては、代理店との連携、そして保険会社社内での連携という部分において課題がありそうである、という結果を導き出すことができた。しかしながら本研究は、全国で16万店以上ある保険代理店のごく一部を調査した結果にすぎない。引き続き、大型広域の乗合代理店を中心にその動向を注視していく必要があるといえよう。