

【2013 年度(第 50 期)事業計画】

# 日本代協 2013 年度（第 50 期）事業計画

2013 年 4 月

一般社団法人 日本損害保険代理業協会

本文中に(書庫)と記載してあるものは、下記「日本代協書庫」アドレス(「業務運営マニュアル」他)に掲載されています。[address : <http://www.nihondaikyo.or.jp/syoko/top.htm>]

注：(書庫)は日本代協の HP にはリンクしていません。ご注意ください。

## 日本代協事業計画目次

<b>．事業計画策定にあたっての基本的な認識</b>	( P . 2 )	
1 . 損保業界を取り巻く情勢	2 . 今求められること	
3 . 日本代協としての取り組みの指針	4 . 2013 年度の事業活動	
<b>．代理店・募集人の資質向上 ( 教育研修事業 )</b>	( P . 6 )	
1 . 保険大学の運営	2 . 「損害保険大学課程」の運営	
3 . 日本代協独自の継続教育の検討		
4 . 認定保険代理士の国家資格 ( 公的資格 ) 化に向けた取り組み		
5 . 日本代協認定保険代理士の取扱い	6 . P I A S の実施	
7 . 代協セミナー・支部セミナーの継続実施		
<b>．損害保険の普及と消費者保護に向けた取り組み</b>	( P . 9 )	
1 . コンプライアンスと個人情報保護の徹底		
2 . 保険契約者の利益保護のための募集の公平性の維持		
3 . 東日本大震災関連の取り組み	4 . 業界標準化に向けた提言活動	
5 . 税制改正への取り組み		
<b>．地球環境保護・地域社会貢献活動 ( CSR 活動 )</b>	( P . 1 0 )	
1 . 地球環境保護運動の推進	2 . 地域社会貢献活動の推進	
3 . 事故防止対策の推進 ( 高齢者の自動車事故、自転車事故 )		
4 . グリーン基金の活用	5 . 不正請求対策への協力	6 . 公開講座の実施
7 . 学校教育への取り組み	8 . 消費者団体等との対話活動の推進	
<b>．組織力の強化</b>	( P . 1 4 )	
1 . 各代協・支部の強化	2 . 代協正会員の増強	
3 . 人材育成研修会の実施		
<b>．活力ある代理店制度の構築</b>	( P . 1 7 )	
1 . 活力研の開催	2 . 募集環境の整備	
3 . 法制度改正への取り組み	4 . 代理店賠償の普及と経営品質向上に向けた取り組み	
<b>．対外的広報活動の展開</b>	( P . 1 8 )	
<b>．代協会員への支援・サービス・情報の提供</b>	( P . 1 9 )	
1 . 代協会員向け情報提供活動の推進	2 . 会員サービス・支援事業の推進	
<b>．「全国損害保険代理業国民年金基金」加入者募集の推進</b>	( P . 2 0 )	
<b>．法人運営 ( 組織改革・コンベンション・健全運営 )</b>	( P . 2 1 )	
1 . 一般社団法人としての体制整備	2 . コンベンション	3 . 会議体の見直し
4 . 代協会員資格の今日的検討	5 . 健全財政の維持	

# 日本代協 2013 年度（第 50 期）事業計画

## ．事業計画策定にあたっての基本的な認識

### 1．損保業界を取り巻く情勢

#### （1）経済の情勢：

安倍内閣の経済成長戦略の成果に大きな期待がかかるところであるが、加速度的に少子高齢化が進む中で景気回復の足踏みが続いており、先行きには不透明感が漂っている。

一方で、将来を見通した年金・医療・介護並びにそれらを支える税制の在り方は極めて重要な課題となっており、消費税を中心に、今後の税と社会保障の一体改革を巡る論議の行方については、引き続き注視する必要がある。

#### （2）行政の動向：

行政においては、金融システムの安定や金融円滑化、利用者保護の徹底の基軸の下で、透明で信頼される金融行政の確立を目指している。

保険会社に対しては、保障・補償機能の適切な発揮、リスク管理の高度化の促進、顧客保護と利用者利便の向上を重点分野として監督にあっている。また、保険会社のコントロールが効きにくい大型乗合代理店に対しては直接検査を実施し、規制の実効性を確保しようとしており、高度な品質を保持した自律的な代理店を強く求めている。

利用者との関係では、金融審議会における論議を通して、多様な保険の中から安心して選択できる商品募集環境の構築とともに、利用者目線に立って必要な情報が提供できる仕組みづくりを行おうとしている。

#### （3）損害保険業界の動向：

損害保険業界は、保険料改定による増収基調にはあるものの、市場そのものの縮小基調の中で、自動車保険の損害率の悪化や相次ぐ自然災害による厳しい収益環境に晒されており、損害率改善、特に不正請求対策を含めた自動車保険のロス改善と付加率の低減が欠かせない状況になっている。

併せて、こうしたリスクを踏まえた新商品開発も求められている。また、東日本大震災並びにタイの大洪水を教訓として、各企業からは事業継続に関するニーズが高まっており、これに対応した BCP・BCM の高度なコンサルティング能力を充実させることが求められている。

このような中で、各保険会社は、海外や生保分野に新たな成長基盤の確保を求め、M&A や提携等を加速させるとともに、国内においては、効率化・業務品質・成長力の高いレベルでの鼎立を求め販売基盤の構造改革を進めている。また、IT インフラの徹底活用（特に、タブレット端末による保険販売モデルへの転換）を前提にした抜本的な業務プロセス改革を一気に進めようとしている。

営業現場においては、支店・支社の統合や要員再配置、地域型（一般職）社員の活用、代理店完結型の事務処理へのシフト等とともに、代理店手数料ファンドについても各社の戦略をより一層反映した配分を実現する等、リテール営業のビジネスモデルも大きな転換点を迎えている。

代理店は、業務の効率化を図り、内部態勢を整備しながら、成熟した国内市場において潜在需要を掘り起こし、事業拡大を図っていくという難しい課題に取り組むことが求められている。

販売チャネルの面では、既存代理店の統廃合が加速する中で、銀行代理店等保険会社のコントロールが及ばないような巨大代理店や全国ネットの大型代理店、持株会社的な代理店等新たな形態の

代理店モデルが出現している。

また、インターネットやモバイルによるダイレクト販売は徐々にそのシェアを伸ばし、また、来店型ショップ店や比較サイトによるネット集客の飛躍的な拡大が見られる等、販売チャネルを巡る競争環境は大きく変化してきている。

一方で、東日本大震災の教訓から、地域密着のプロ代理店の存在価値が改めて見直されており、スモールビジネスに着目したマーケティング（顧客の維持・獲得）に注目が集まっている。

既存の代理店は、こうした環境変化を自らの経営にどう取り入れ、どのように活路を切り拓いていくのが改めて問われており、事業経営者としての明確なビジョンのもとで、出来ることから実行することが求められている。

## 2. 今求められること

代理店にとっては、意識・行動の変革が求められる環境であるが、今後の競争力の源泉は、「代理店としての品質」と「企業経営者としての先見性」にある。代理店自身が「真に消費者の安心・安全に寄与する高い品質」を持ち、他とは異なる「独自能力」を磨き、「地域密着のブランド」として消費者から認知されること、それを実現するための経営ビジョンを描き、PDCA サイクルを着実に実践して目標達成を図っていくことが、この環境を生き抜く鍵となる。

そのためには、常に消費者の視点で考え行動すること、変化には迅速・的確に対応すること、不断の努力を重ねて自ら（自社の社員を含め）の資質向上に取り組むこと、日々の業務を通して地域における信頼の基盤をつくることが何よりも重要である。同時に、それらの活動を支える経営者に求められる幅広い知見や組織運営のノウハウを身につける必要がある。

ベースとなるのは、あくまでも個々の募集人の「人材の質」であることは不変であるが、それを活かす代理店の企業戦略や内部態勢といった「組織の質」の向上が大きな課題となっている。日本代協としては、こうした認識のもとで、本年度も実効性のある取り組みを行っていく。

**参考** 日本代協がイメージする理想の代理店（募集人）像

- a. 約款を熟知し、商品説明が正確に行える
- b. 消費者のニーズを的確に捉え、ベストな商品選択アドバイスができる
- c. 契約者へのアフターフォローが確実・迅速にできる
- d. 変化に応じた各種情報サービスが実行できる
- e. 万が一、募集上の誤りが自身にあった場合は、常に責任を負う覚悟で業務を行う

## 3. 日本代協としての取り組みの指針

上記を前提とした上で、本年度において具体的活動を行う際の指針は以下の通りである。

### (1) 活動の指針：

- 社会に貢献する代理店・募集人を育成する
- 地域のリスクマネージャーとして認知される存在になる
- 地震保険の普及に貢献する
- 社会貢献活動を推進する
- 公平・公正な保険市場の構築に向けて取り組む
- 業界ベースの共通化、標準化を働きかける
- 代理店賠償を普及させる

代理店制度やプロ代理店の存在と役割を広く社会に広めていく  
損保協会・損保労連との信頼関係を強化し、連携を深める

(2) 組織運営の指針：

開かれた組織として発展を目指す  
若手会員の成長を支援する。併せて、女性会員を含めた登用を図る  
できない理由を考えるのではなく、できる取り組みをみんなで考える  
組織として決めたことを尊重し、実践し、結果に残す  
必要な資料・文献に目を通し、事案に対する理解と認識を深める

(3) 代理店経営支援の指針：

代協会員の各地域における代理店ブランド構築を支援する  
代協会員の経営品質向上、成長力確保に向けた取り組みを支援する  
スモールビジネスの観点から代理店のマーケティング支援を行う

#### 4. 2013年度の事業活動

以上の指針の下で、次の項目を本年度の事業活動の柱とし、組織全体で取り組む。

##### 1：教育事業

保険大学校第14期の安定的な運営に注力する(「経過措置」の設定、運営を含む)  
「損害保険大学課程」の指定教育機関としての態勢を整え、受講者募集に取り組むとともに、円滑な運営を図る  
日本代協独自の教育体系を検討する

##### 2：消費者保護・保険普及

金融機関等の保険販売に対するモニタリングを継続する  
募集環境の整備・改善に向けて取り組む  
東日本大震災に関する記録を残すとともに、プロ代理店向けのBCP・BCMモデル策定に取り組む  
業界標準化の推進にむけて提言を行う

##### 3：社会貢献

地球環境保護・社会貢献活動を各地域で計画的に推進する  
地域における防災・減災・事故防止の取り組みを進める  
学校教育への取り組みを進める  
地震保険の必要性の情宣に努め、普及を図る  
グリーン基金の贈呈を行う  
消費者団体との対話活動を行う

##### 4：組織力強化

チャネル区分に囚われず「プロの保険代理店」を代協会員に取り込む  
中期的目標として、核となる専業代理店の組織率を50%超の水準まで引き上げる  
その一步として、12,000店を目標に掲げ、代協会員の増強を図る

##### 5：活力ある代理店制度の構築・広報活動・代理店経営支援

「活力研」を通して保険会社との心ある対話を継続する  
代理店賠償の普及に取り組む  
代理店の成長力確保、IT活用、地域における認知度向上に向けた支援を行う  
HPを活用した情報提供、メディアを活用した情宣を行う

国民年金基金の加入者増目標を達成する  
第3回コンベンションを11月に開催する  
一般社団法人としての適正な運営を行う

上記を踏まえた具体的な取り組みは、次頁以下の通りである。

## ．代理店・募集人の資質向上（教育研修事業）

日本代協の最大の目的は、損害保険の普及と保険契約者の利益保護を図るため、「損害保険代理店の資質を高め、その業務の適切な運営を確保すること」にある。（『自らの胸に手を当てている』点が他の業界団体と異なる大きな特徴である。）従って、「人材の育成」、即ち、教育研修事業は日本代協の使命を達成するための重要な事業となる。

全ての代協正会員・募集人は常に自己啓発、自己研鑽に努めるとともに、定期的な教育・研修の機会を活用して自らのレベルを向上させ、日々の業務を通して消費者・契約者の信頼に応えていくことが求められる。

損害保険業界を取り巻く厳しい環境や社会全体を取り巻く消費者重視の流れは、損害保険代理店に対してより一層の業務品質向上を求めており、各代協正会員は、このような社会的要請を正面から受けとめ、「お客様の信頼と業務の品質において業界を代表する存在」となるよう研鑽を深めていく。その目的実現のために、以下の取組みを進める。

### 1．保険大学校の運営

第 14 期の安定稼働と未認定者に対する「経過措置」の実施：

現行の保険大学校としては最後となる第 14 期の保険大学校の運営が、円滑かつ安定的に稼働するように取り組む。新規認定試験は 2013 年 8 月 2 日（金）に全国一斉実施する。

新制度移行に伴う「経過措置」として、2013 年 5 月 22 日・23 日に全 8 科目のセミナーを東京で追加開催する。また、上記新規認定試験の追試験を 9 月 20 日に実施する。

### 2．「損害保険大学課程」の運営

（1）指定教育機関としての態勢整備：

「損害保険大学課程」は、昨年 10 月から「専門コース」が、2013 年 4 月から「コンサルティングコース」の教育プログラムがスタートする。日本代協としては、教育委員会を中心に円滑な運営に注力する。

教育委員会の下に PT（プロジェクトチーム）、TF（タスクフォース：任務のために編成されるチーム）を組成し、各代協と連携してプログラム（特にセミナー）の運営に当たる。また、初年度の実施状況を踏まえて検証作業を行い、損保協会と新たに設ける「定例合同運営会議」における論議を通して、より良いプログラム構築と各代協の負担軽減（特にセミナー開催にかかるロード削減、日当水準の見直し）につなげていく。

新制度の運営に当たり、日本代協の役割、位置づけをより分かりやすく、標準化して発信する。

消費者が保険募集人に求めることは、高い保険知識と総合的な顧客対応力であり、これを実現していくベースの一つとなるのが「損害保険大学課程」である。日本代協としては、本課程の指定教育機関であることを強く自覚し、制度の企画・運営に当たる。

[参考 1] 本課程推進のキャッチコピーは以下の通り。

- ・「日本代協は、新制度の指定教育機関として、お客様の役に立つ募集人を一人でも多く輩出していくことに注力しています」
- ・「消費者から選ばれるメルクマールは損害保険トータルプランナーです。最初に 200 分の 1 の募集人になろう！」（募集人 200 万人のうち最初の認定者 1 万人になろうとのメッセージ）

[参考 2] 指定教育機関の役割は以下の通り。

- ・受講者の受付・管理
- ・受講料収納

- ・教育プログラムの作成
- ・「コンサルティングコース」テキスト等の作成
- ・セミナーの運営（講師・会場手配）
- ・通信教育の運営（発送、採点・解説等）
- ・受講者からの照会応答対応

（２）「認定保険代理士」の移行手続き：

認定保険代理士は、前項に記載の認定要件充足を前提に、「損害保険プランナー」移行認定後に「損害保険トータルプランナー」の移行認定を受けることができる。現状では、第一段階である「損害保険プランナー」への移行申請が未了の認定保険代理士が散見（2013年2月末時点で約50%）されるため、引き続き制度の周知と申請手順の周知を行う。

制度及び申請手順の周知に当たっては、代協会長、各代協の教育委員長、支部長、代協事務局、地域担当常任理事が連携し、固有名詞で指差し確認を行った上で、早期に移行を完了させる。

（３）「損害保険大学課程」受講生の募集推進：

「損害保険大学課程」の制度周知や受講者募集に関しては、損保協会、損保各社と連携して取り組みを進める。

教育プログラムの運営に関しては、保険大学校運営時と同様に日本代協が主体となって取り組みを行っており、受講者募集に関しても、従来通り日本代協がメインとなって主体的、能動的に取り組む。

受講者募集に当たっては、従来の保険大学校受講者数を踏まえつつ制度としての安定的な運営を可能とする自主目標を掲げて推進する。

（４）「損害保険大学課程」の認知度向上の取り組み：

「損害保険大学課程（移行認定を含む）」に対する第一線の認知度にはバラつきがあるため、損保協会、損保各社と一層の連携を図り、新制度のPRに努めるとともに、プロ代理店を中心に多くの募集人のチャレンジを促していく。

### 3. 日本代協独自の継続教育の検討

損害保険トータルプランナーとなった代協会員・従業員に対する日本代協独自の継続教育のあり方について、教育委員会において検討を行う。

前提として、募集人の資質向上に係る日本代協としてのグランドデザイン（全体像）を描く。

その上で、保険大学校履修科目のうち、新制度の教育プログラムに盛り込めなかったカリキュラムの履修や、環境変化に合せた新たなセミナー開催等の可否を検討する。（Ex.「家計見直しスキル」「プレゼン研修（日本代協講師養成講座）」「各社商品・約款研究」「好取組事例研究」等）

### 4. 認定保険代理士の国家資格（公的資格）化に向けた取り組み

認定保険代理士の国家（公的）資格昇格に関しては、「損害保険大学課程」創設によって業界として、新たな一步を踏み出したが、まずは「損害保険大学課程」の安定稼働と実績作りが必要であり、指定教育機関としての役割を果たすことに注力する。

### 5. 日本代協認定保険代理士の取扱い

（１）社会的信認度向上：

認定保険代理士は、「損害保険大学課程」創設とともに業界全体の枠組みの中に位置づけられることとなり、存在感を飛躍的に増すこととなる。併せて、名称も「損害保険トータルプランナー」



へ変更となるが、「認定保険代理士」という名称は、2014年7月までは使用できるため、それまでの間は、引き続き認定保険代理士の存在と新制度への移行をPRしていく。

認定保険代理士自らが、日々の活動の中で、消費者保護及び自らの資質向上に向けて取り組む姿勢を示すことが最も重要であるが、外に向けた発信も必要であり、下記により情宣に努める。

認定保険代理士が消費者保護及び資質向上に取り組む姿勢を対外的に示すために、下記の「3つの基本行動」(スリーアクション)を定め、各地域でPRに努める。

- ① 代理店事務所に「認定保険代理士ポスター」を掲示する( B2版、縦・横版)
- ② 募集時に「認定保険代理士証」(並びに「損害保険プランナー認定証」)提示する
- ③ 契約者に「認定保険代理士チラシ」を手交する

BS ジャパン、BS フジ特別番組の二次利用 DVD の活用等により、様々な機会を利用して認定保険代理士が真のプロ代理店・募集人であること、そして今後これらのプロが「損害保険トータルプランナー」に移行していくことを広く社会にPRしていく。

新制度に移行した後のPR方法については教育委員会・広報委員会において検討を行う。

#### (2) 更新研修・試験:

第2・5・8・11期生を対象に、認定保険代理士の更新研修・試験を7月に実施する。

(本更新研修・試験に合格した認定者は、「損害保険トータルプランナー」へ移行後、2018年6月に最初の更新時期を迎える。)

#### (3) 認定保険代理士の会のあり方:

「損害保険トータルプランナー」移行後の取扱いについては、参加資格の考え方や活動内容プラン等を含め、教育委員会において検討を行う。

## 6. PIASの実施

PIAS(「太平洋保険学校」)は、現在損保業界唯一の制度的な海外研修となっており、代理店経営上も有益な機会となっているため、本年度も「第33次」として実施する。

実施プランは以下の通り。

- ・ 時期: 2013年6月13日~6月21日(9日間)
- ・ 費用: 35.5万円(昨年同額)
- ・ 訪問先: ロスアンゼルス、サンフランシスコの2都市
- ・ 参加目標: 20名(最少催行人員15名)(損保各社の海外駐在員がLAでの懇親会に参加する)
- ・ 研修機関: IEA[米国保険教育協会]、東京海上日動LA支店
- ・ 視察先: 保険会社、中規模ブローカー、大型乗合代理店、専属代理店の視察により、米国募集チャンネルを肌感覚で感じる機会を設け、研修カリキュラムの充実を図る。

## 7. 代協セミナー・支部セミナーの継続実施

代理店の団体として、消費者の立場に立った継続的な保険商品の研究や分かりやすい説明スキルの習得等は当然の責務であり、全ての代協会員が定期的に教育・研修の機会を有するよう取り組みを進める。

代協会員が集い、語らい、気付きを得る場は代協活動の原点であり、組織力の源泉ともなるため、代協セミナー・支部セミナーの定期的開催は最も重要な施策である。地域の実状に応じたテーマを設定の上、各代協・支部において計画的に開催する。

開催に当たっては、代協を跨った開催や近隣支部との共催等、より効果的・効率的な実施を検討する。

講師斡旋が必要な場合は、日本代協事務局においても斡旋、協力を行う。（注：損保協会に講師を依頼する場合は、同事務局が調整を行う。）

## **・損害保険の普及と消費者保護に向けた取り組み**

### **1. コンプライアンスと個人情報保護の徹底**

コンプライアンスと個人情報保護は消費者保護の大前提であり、プロの保険代理店として問題事案が生じる事がないよう、徹底して取り組む。各代協会員においては、緊張感を持って日常管理を徹底し、コンプライアンスの面においても他の代理店の模範となる代理店を目指す。

委託保険会社のマニュアルを遵守する。乗合代理店においては自社のマニュアルも必要に応じて作成する。

代理店としての内部管理態勢の構築を図り、委任型（委託型）使用人の管理を含めた従事者全員の日常行動に留意する。

万が一問題事案が発生した場合は、直ちに該当の保険会社に連絡のうえ、対応策を協議する。併せて、代理店賠償に関わる事案の場合はエース損害保険会社に連絡することを徹底する。

### **2. 保険契約者等の利益保護のための募集の公平性の維持**

#### **（1）銀行等による保険販売：**

昨年度から改定後の弊害防止措置が適用されているが、金融審議会においても圧力募集の事案が報告されており、日本代協としても企画環境委員会を中心にモニタリングを継続し、募集現場の実態把握に努める。

把握した実態を今後の措置見直し論議に反映させ、緩和されることのないよう、消費者団体、金融庁、支援議員等に働きかけていく。

弊害防止措置の内容を周知する『イエローカードチラシ』を活用し、消費者に対する情報提供を行う。

#### **（2）日本郵政グループにおける保険販売への対応：**

郵便局による自動車保険の販売については、現状特に問題事案は発生していないが、問題事案があれば各代協、各ブロックを通じて企画環境委員会に連絡し、対応策を協議する。

ゆうちょ銀行の事業拡大やかんぽ生命の商品改定、更には郵政用の新たな規制（保険会社よりも緩和された規制）導入の論議に対しては、公平・公正な募集環境の確立の観点から、その動向を注視し、政連と連携して必要な働きかけを行う。

郵便局株式会社との提携事業については、社会貢献活動も含めて幅広い選択肢を持って対応する。

また、イコールフットイングの観点から、かんぽ生命商品の既存損保代理店への開放を要請していく。

#### **（3）その他不適正募集等のモニタリング：**

不当な割引や抱き合わせ販売、ネット上の過大広告、業法を潜脱する販売手法等のモニタリングを行い、問題事案があれば、個別に対処する。制度的な課題については関係機関に提言を行う。

各行為の問題点を正確に認識するために、各代協等において「募集環境問題対応ハンドブック」の勉強会を企画、実施する。

#### **（4）団体契約・集団扱・団体扱割引の適正な適用：**

公平で公正な競争環境なくして業界の健全な発展はなく、日本代協としては、消費者の利益保護の観点から問題点を関係各方面に伝え、現場の運用を監視していく。

収益の悪化に苦しむ保険会社に対しても、適正・厳格な割引の適用・運用を求めていく。

「債務者団体割引」と「退職者団体割引」については、金融庁に対し廃止（前者は一般開放を含む）を求めていく。

### 3. 東日本大震災関連の取り組み

#### (1) 専業代理店向け BCP（事業継続プラン）の構築・提供

東日本大震災の教訓である代理店の BCP について、ヒアリングを行った被災代理店の声を踏まえて事務局にて検討を進め、代協会員の規模に応じたプランの提供を行う。

#### (2) 被災代理店・被災者対応：

大規模災害で被災した被災会員の支援を目的として、CSR 委員会において、全国の代協・代協会員で手を差し伸べあって対応できる仕組みを検討する。（契約者対応の協定等）

「あしなが育英会」の支援（義援金）を継続する。（日本代協の義援金口座は維持するが、各代協名義で直接送金することも可）

### 4. 業界の共通化・標準化に向けた提言活動

標準化を行う方が消費者にとってメリットがあると考えられることについては、個社の利害を超えて業界としての共通化、標準化を図るべきとの認識の下で、企画環境委員会を中心に更に具体的な案件がないか検討を行い、第 2、第 3 の提言につなげていく。

提言内容検討のために、東京代協の協力を得て大手乗合代理店からのヒアリングの機会を設ける。

### 5. 税制改正への取り組み

2014 年度以降の税制改正については、保険代理業として必要となる税制要望があれば、損保協会、損保労連と連携して要望を行う。また、「保険料控除制度」、「消費税」の今後の動向に留意する。

税制は政治の最重要課題であり、政連との連携を強化しつつタイムリーに活動を行う。

## ・地球環境保護運動・地域社会貢献活動（CSR 活動）

[ 参考：CSR(Corporate Social Responsibility)とは？ ]

『CSR とは、「企業・組織の社会的責任」を意味し、コンプライアンスは勿論のこと、人権に配慮した適正な雇用・労働条件の確保、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献等、企業（組織）が市民として果たすべき責任をいう幅広い概念であるが、日本代協としては、「地球環境問題」と「地域社会貢献活動」を組織としての CSR と位置付けて取り組むこととしている。』

### 1. 地球環境保護運動の推進

#### (1) 基本方針：

損害保険に携わる者として、世界的な気候変動をもたらす地球温暖化に関心を持ち、地球環境保護に関わる具体的な活動を行うことは重要であり、積極的に取り組みを進める。

実施に当たっては、必要に応じて損保協会との緊密な連携を図り、各保険会社の協力も得ながら、持続的な活動を展開する。

#### (2) 「チャレンジ 25 キャンペーン」：

政府が進める「チャレンジ 25 キャンペーン」の趣旨にそった活動を組織として展開する。

具体的な取り組み内容は、以下の 6 項目である。

- ① エコな生活スタイルを選択する
- ② 省エネ製品を選択する
- ③ 自然を利用したエネルギーを選択する
- ④ ビル・住宅のエコ化を選択する
- ⑤ Co2削減につながる取組を応援する
- ⑥ 地域で取組む温暖化防止活動に参加する

(3) 地域における活動の活性化：

地域の実情に応じた植樹や清掃等様々な活動を、代協・支部単位で実施する。

実施にあたっては「ボランティア・グリーン活動ガイドブック」(書庫)を活用する。

従業員、家族のみならず損保協会(支部)、各保険会社社員(損保労連を含む)、提携業者等にも広く声をかけ、業界一体となって楽しく取り組む風土作りを行う。併せて、各代協ならではの「恒例行事」を作っていくよう取り組む。

CSR委員会では、各地における意欲的な活動に関する情報を収集し、各代協に情宣する。

(ex. 大阪代協・御堂筋クリーンイベント、愛知県代協・熱田神宮清掃、東中国ブロック・ゲゲゲの境港クリーン大作戦、福井県代協・マイ箸運動等)

(4) リサイクル部品活用への協力：

自動車保険損害率高騰対策のため、損保協会が進めるリサイクル部品の活用運動に協力する。

(具体的な協力内容は損保協会と打ち合わせを行う。)

(5) 「環境社会検定(エコ検定)」の受験(推奨)：

「環境社会検定」(商工会議所が実施主体/7月・12月の年2回試験/受験料5,250円)にチャレンジし、環境問題に関する正確な知識と問題意識を持って地域の活動に参画するよう取り組む。

## 2. 地域社会貢献活動の推進

(1) 基本方針：

地域に密着した活動を通して社会に役立つ存在となることを目指す日本代協にとって、各種ボランティア活動による地域社会への貢献は、重要な取り組みであり、本年度も各代協・支部の創意工夫の下で、計画的・継続的に実施する。特に、防災・減災に関わる活動を強化し、地域社会の安心と安全に貢献するリスクマネージャー集団の地位を確立していく。

実施にあたっては、必要に応じて損保協会(各支部)との緊密な連携を図り、各保険会社の協力も得ながら、持続的な活動を展開する。

「地域のリスクマネージャー」を実践していくために、理系のシンクタンクとの関係構築を図り、最新情報の提供を受けたり、代協会員の教育・研修の機会を創出して地域社会における防災・減災のリーダーとしての活動に活かしていく。(まずは日本代協事務局にて情報収集を行う。)

[関係強化先候補]

一般社団法人交通工学研究会、独立行政法人自動車事故対策機構、独立行政法人防災科学研究所、NPO法人日本防災士機構 他

(2) 地震保険の普及促進・付帯率アップ：

地震国日本において地震保険の必要性を広く消費者にPRし、加入者を増やして地震対策を進めることは本会の社会的責務であり、本年度も全国で「地震保険普及キャンペーン」を実施する。

(原則10月に一斉実施)

各代協、各代協会員においては、日々のお客様対応を通して地震保険の付帯率アップに取り組む。

(Ex. 宮城代協の取り組み事例有り。なお、推進にあたっては、代協会員に対する努力目標を設定す

る、エントリー制で情報開示を前提に盛り上げを図る等により、極力検証可能な取り組みとすることが望ましい。) )

( 3 ) 無保険車追放の取り組み :

自賠償広報協議会主催の自賠償制度PRキャンペーンに合わせ、9月に国土交通省と共同で「無保険車追放キャンペーン」を実施する。

( 4 ) 「ハザードマップ」の普及活動への参画 :

「ハザードマップ」の普及活動に、地域のリスクマネージャーの観点から参画する。『「ハザードマップ」の伝道師』の役割を担い、地域への普及に貢献する。

損保協会が力を入れている「ぼうさい探検隊」マップコンクールに全面的に協力し、各地域において参加団体を募り、盛り上げを図る。

( 5 ) 『ゼロからの風』DVDの高校への無償配布活動の推進 :

車社会の入口に立つ高校生を対象に、「いのちのミュージアム」事務局と連携して『ゼロからの風』DVDの無償配布を行う。

具体的内容は以下の通り。

- a. 毎年度賛助会員1口(3,000円)に対し、配布用DVD1枚が提供される仕組みである。本年度も日本代協において全代協分と合わせて48口を一括加入する。(これで配布用DVDが各代協1枚配布される。)
- b. 併せて「いのちのミュージアム」事務局においても賛助会員の募集を行い、そこで確保できた枚数を各代協の高校への無償配布用に活用する。(残数約500枚)

( 6 ) 盗難防止キャンペーンへの参画 :

「自動車盗難等の防止に関する官民合同プロジェクトチーム」のメンバーとして損保協会とともに盗難防止活動を推進する。

「盗難の日」(10月7日)に業界一体となったキャンペーンを展開する。

### 3. 事故防止対策の推進(高齢者の自動車事故、自転車事故)

高齢者(運転手)の自動車事故や自転車による傷害・死亡事故等の防止のために、地域の高齢者サークルやPTA、子供会等の会合の場における継続的な注意喚起や事故防止研修等を実施し、安心・安全な社会の実現に貢献する。(こうした取り組みは高口ス対策につながり、ひいては保険料の引き上げを抑止することとなる。)

使用する資料については、損保協会と連携し、出来る限り汎用のものを用意する。(事務局)

### 4. 保険金不正請求対策への協力

第一次の危険選択を担う責任から、自動車保険を中心として損保協会が進める保険金不正請求対策に協力し、不当な支払いを防止するために貢献する。(具体的な協力内容は、日本代協事務局において損保協会と打ち合わせを行う。)

### 5. グリーン基金の活用

基本方針:全国各地で地球環境保護や地域社会に対する貢献活動を行っている諸団体に対して身の丈に応じた寄付を行うグリーン基金は、本会の大事な取り組みであり本年度も継続して実施する。

具体的取組は以下の通り。

- ① 10月~12月にホームページで公募を行う。
- ② 寄付先選定の透明性を高めるために、選考委員会で妥当性を審査する。

- ③ 選考委員会の外部委員は、損保協会（常務理事）並びに公益法人協会（理事）に委託する。
- ④ 寄付金総額は会費の2%相当（約200万円）を目途とする。
- ⑤ 寄付先と現地代協との接点強化を図り、地域におけるネットワークを構築する。
- ⑥ 代協会員によるボランティア活動を通じて寄付金贈答先団体の活動を支援する。
- ⑦ 寄付先団体においてHPや会報等の媒体により本寄付金受領の周知を行ってもらう。

公募が増加している状況を踏まえ、本基金の目的の再確認、寄付先選考の際の優先順位付けの基準、配分方法等について、CSR委員会において検討し、本年度の公募・選考から適用する。

## 6. 公開講座の実施

公開講座は、日本代協の公益性確保の観点からも重要な取り組みであり、災害対策や自動車事故防止等、消費者に関心の高いテーマを中心にブロック・代協単位で実施する。

ブロック単位で実施の際は、ブロック全体の支援を受けながら担当代協が準備を行う。

損保協会に講師を依頼する場合は、日本代協事務局を窓口として調整を行う。

## 7. 学校教育への取り組み

保険制度に対する理解を深め、その必要性や役割を認識してもらうことにより、将来の賢い消費者を生み出していくために、損保協会との連携を図りながら、学校教育の現場におけるセミナー等の開催を企画、実施する。

セミナー等の実施の際には、損保協会作成の汎用資料を活用する。

特に、高校生に対する自動車リスクに対する研修を企画、実施する。（ex. 富山県代協、福井県代協、岩手県代協等の取り組み）

損保協会と連携し、全国の大学における損害保険論等の講座（現在15大学で実施）において、日本代協担当のコマを確保し、プロ代理店の存在の周知を図る。（ex. 2012年度は琉球大学、成城大学、高知大学、広島大学、福島大学等で実施）

上記取り組みに当たり、プレゼンスキルを修得した日本代協認定講師（仮称）の育成策を教育委員会において検討する。

## 8. 消費者団体等との対話活動の推進

基本方針：消費者の声に耳を傾け、それを会員で共有して資質向上に役立てるとともに、行政・損保協会・金融審議会等に伝えて、よりよい保険の仕組みや保険商品の提供に反映し、消費者の利益に貢献していくのが本会の使命であり、本年度も積極的に消費者団体等との懇談会を開催する。

具体的な取り組みは以下の通り。

- ・ 全ブロックで定期的に懇談会を開催し、消費者団体との信頼関係確立に努める。
- ・ 日本代協においては定期的な訪問等を通して、消費生活相談員協会等の消費者団体や消費者庁等の消費者行政との関係強化、人脈形成に注力する。
- ・ 懇談会実施にあたっては、以下の資料を活用する。

「消費者団体との懇談会推進ガイド」（書庫）

「月刊消費者」（2009年1月号「荻野会長対談記事」/ 2010年3月号「東京代協の取り組み」/ 2011年3月号「全国各代協の取り組み」）

上記取り組みの一環として、国民生活センター関連の「公益社団法人 全国消費生活相談員協会（全相協）」の賛助会員となり、損保業界とも関連が深い同団体との関係強化を図るとともに、各代協における消費者団体との懇談会に際して必要に応じて支援を求めていく。

## ．組織力の強化

### 1．各代協・支部の強化

基本方針：日本代協の組織目的を実現するために、対外的なパワーの源泉となる組織力の強化を図る。

#### (1) 支部活動の強化：

日本代協グループが組織としての力を発揮するとともに、地域の同業者、保険会社、一般消費者から認識され、理解されるためには、各代協支部が活発に活動していることが必要であり、支部活動は代協活動の原点である。各支部長は、「集い、語らう」代協の基本精神に則り、責任感とリーダーシップをもって支部活動を推進し、支部メンバーの参画を促す。

運営に当たっては、・定期的な会合を設ける ・全会員が支部の何らかの活動に参加するようにする ・イベントの際は広く声をかけて盛り上げを図る ・地域の名士や各団体との関係構築を図る等の取り組みを行うことが望ましい。

各代協会長は、各支部の活動に対する支援と指導を行い、活性化を図るとともに、各地域の独自性を発揮した活動をリードする。

支部の態勢（支部数・所属代理店数）については、各会員が活動に参画する際に大きな負担増としない前提で、持続的な活動を可能とする水準に再構築することも検討する。（新設だけでなく、統合も含め柔軟に検討する。）

#### (2) 代協内における認識・情報の共有化

各代協においては、代協会員に対する情報発信を強化し、日本代協の方針や具体的活動、並びに各代協の取り組み、更には業界動向等に関する認識・情報の共有化を図ることに努める。

#### (3) 若手会員の育成・登用：

組織の活性化のためには、次代を担う若手の育成、登用が不可欠であり、各代協においては、将来の指導者育成の視点も併せ持って、積極的に若手人材を登用し、思いきって役員人事の若返りを図るとともに、その育成を支援する。

#### (4) 女性会員の登用：

保険募集の現場では多くの女性が活躍しており、思考の多様性確保の観点からも女性会員の登用を積極的に行い、組織の活性化を図る。

#### (5) 一般社団法人に相応しい組織体制・運営体制の構築：

各代協においては、法律（一般社団法人および同法施行規則）に沿った運営を行うとともに、地域社会や所属会員に貢献できるサポート力を保有する必要がある、「一般社団法人運営マニュアル」（書庫）を参考に、態勢の構築、適正な組織運営、事務局の役割分担等を推進する。

運営に当たっては、ブロック協議会等を活用し、他代協とのノウハウ交換を進める。

日本代協本部においては、各代協の運営に資する情報収集と知識習得に努め、弁護士・公認会計士等の専門家の支援を得ながら、各代協の個別事案への対応をサポートする。

#### (6) 好取組事例の収集・発信：

各委員会、各常任理事、事務局で連携し、各代協並びに代協会員の好取組事例に関する情報収集と発信に努める。併せて、各代協にも積極的な情報提供を依頼する。

### 2．代協正会員の増強

#### (1) 基本方針：

日本代協グループの更なる発展のために、全国の代協が一体となって基盤拡充に取り組むことが

必要であり、まずは代協正会員 12,000 店を目標として掲げ、組織一体となって取り組む。(2013 年 1 月末の代協正会員数: 11,288 店/入会 316 店/退会 498 店 計 182 店)

また、社団法人の力の源泉は組織力であり、会員増強は各代協自身の問題でもあるとの強い認識を持ち、各代協は、自らの組織運営を支える会員増強に計画的に取り組む。

損保各社の代理店の大型化・統合政策が推進されるとともに、損保一般試験の難度引上げ・テストの CBT 化、タブレット端末を活用した業務プロセス改革等に伴って、中途半端な代理店層の減少傾向は続くと推定されるが、「プロの保険代理店」を目指す会員の増加を図り、教育研修事業を通して代理店・募集人のレベルアップを図ることは、損保代理業としての社会に対する責務でもある。

このような認識の下で、専業・兼業問わず保険を本業の一つに位置付けて志高く取り組んでいる代理店に幅広く加入を働きかけていく。(ex. 高知県代協: 金融機関別働体代理店との懇談会の開催)

組織の核となる専業代理店については引き続き加入を促進し、中期的に各都道府県において過半数を超える組織率となるよう取り組んでいく。

毎年一定数の退会があることを踏まえ、「入会ベース」の考え方を徹底する。

## (2) 代協正会員増強運動:

上記(1)で掲げた代協正会員 12,000 店を達成するために、以下の施策を実施して正会員増強運動を推進する。施策推進に当たっては、「正会員増強マニュアル」(書庫)および「非会員向け P R リーフレット」(平成 24 年版)を活用する。

- a. 全国で一体感を持って取り組むため、各代協で増強目標を定めて取り組む。
- b. 増強目標は日本代協グループのガイドラインとして提示する。その際には前年度組織率と増強実績を勘案する。
- c. 専業代理店組織率 50%以下の代協は、中期的な目標として組織率 50%超達成を目指し本年度の達成計画を定める。
- d. 増強運動は年間を通して推進し、日常活動の中で非会員に呼びかけ、入会を勧奨する。  
(推進状況によっては、下期の特定の期間において、増強キャンペーンの実施を検討する。)
- e. 推進に当たっては、組織委員会のリードの下で、各代協会長・組織委員長・事務局、ブロック長、地域担当常任理事の間で密接な連携を図りながら取り組みを進める。
- f. 全国全支部が年間最低 2 店の入会を達成する。

「紹介の仕組み作り」を行い、組織委員だけでなく、会員一体となった取組を推進する。

- ・ 既存会員から紹介を引き出す仕組みを作る。
- ・ 保険会社にも協力を依頼する。(研修生への勧奨を含む)
- ・ 非会員代理店との合併時の入会を確実にフォローする。

各社の主力代理店に日本代協を理解してもらうことは重要であり、各委託保険会社内でそれぞれの代協会員が代協活動に関する情宣を図り、加入を促す。(日本代協事務局において、各社の代理店会に関する情報収集を行う。)

推進材料として、「日本代協 3 大ブランド」と呼べる以下の施策を活用する。

- ・ 代理店賠償セミナーの開催(保険会社からの案内、非会員並びに「保険部門はプロ」を目指す兼業代理店への案内)
- ・ 「損害保険大学課程」の受講
- ・ 地域社会貢献活動への取り組み

退会の際には退会理由を確認し(退会届に付記)、分析して退会防止に役立てる。



( 3 ) 「新入会員オリエンテーション」の実施：

新入会員に対するグリップと代協活動への参画意欲を高め、委託保険会社の枠を超えた代理店の仲間との経験交流や意見交換の価値を知ってもらうために、本年度も全代協でオリエンテーションを実施する。(実施に際しては、「新入会員オリエンテーションガイド」・説明用 PPT「代協活動の現状と課題・その活用」(書庫)を参照のこと。)

実施時期については、例年下半期の入会が多いことを考慮し、できる限り第 1 四半期に開催する。

( 4 ) ブロック協議会の活動の強化：

各ブロック協議会は「ブロック協議会規則」に基づき、年 4 回以上会合を開催して情報共有を図り、各代協が所定の役割を果たすように関係役員でフォローするとともに、他代協の取組事例等を参考にしながら代協活動の活性化を促す。

各ブロックにおいては、会議終了後速やかに、日本代協事務局宛に議事録を送付し、情報の共有化を図る。

ブロック対策費の検証作業を行い、各代協のコスト負担軽減を検討する。

その経過措置として、代協会員数に応じた配分額の見直しを行い、本年度から配分額を増額する。

( 総計で約 200 万円増額する )

( 5 ) 各種委員会活動の活性化：

企画環境、組織、教育、CSR の 4 委員会は全国委員会であり、各代協においては上記 4 委員会の委員が代協活動の中心となって地元での活動を盛り上げ、ブロック協議会、日本代協の委員会とのパイプ役を果たすことが重要である。

本年度も各代協の上記 4 委員会委員がキーマンとなり、地域の実状に応じた代協活動、支部活動を計画的に展開する。

[参考:各委員会の役割]

『上記 4 各委員会並びに広報・財務・機関紙を加えた 7 委員会の主管事項は、「委員会規則」第 5 条の通りであるが、具体的な諮問事項については、毎年度毎に優先課題を明確にした上で各委員会に提示されている。なお、特別委員会(現在はビジョン委員会)については、同規則第 13 条により、必要に応じて理事会決議により付託事項が提示されている。』

地域における活動が委員任せにならないよう、常に全員で取組む態勢を構築する。

( 6 ) 特別会員(各保険会社)に対する協力依頼：

各社の研修生卒業代理店に対して、引き続き損保各社の協力を得て入会関係書類の配布と勧奨を行い、新規加入につなげていく。

( 7 ) 損保協会、同協会支部、損保各社との対話・連携強化：

代協活動を推進するにあたり、日頃から損保協会、同協会支部、損保各社との接点を持ち、関係強化を図っておくことは極めて重要である。日本代協本部、ブロック協議会、各代協・支部が夫々の立場で定期的な面談、共同企画の実施、社会貢献活動への共同参画等を通して人脈を作り、相互協力体制を構築する。(日常活動とともに、総会、認定証授与式、セミナー、社会貢献活動等のイベントへの参加の呼びかけやセミナーの共同開催等も検討する。)

本部においては、国内損保 8 社との懇談会を年 2 回実施し、会員増強を中心とした協力依頼を継続して行う。

損保協会の本部とは継続的に意思疎通を図り、日本代協並びに各代協の取り組みをフラットに評価し、協力してもらえらるる土壌作りを行う。

( 8 ) 日本代協の魅力作りの検討

代協会員増強の要因の一つとなる日本代協の魅力を高めるために、新規事業の可能性を含めてビジョン委員会において検討を行う。

### 3. 人材育成研修会の実施

本会の次代を担うリーダーの育成は、極めて重要な課題であり、「人材育成研修会マニュアル」(書庫)に沿って、毎年4つのブロック協議会で順に開催する。開催サイクルは以下の通り。

2013年：北海道、東海、北陸、西中国

2014年：上信越、東京、近畿、四国

2015年：北東北、東関東、阪神、九州南

2016年：南東北、南関東、東中国、九州北

開催ブロックには研修費の補助を行う。

各代協においては、理事に対する研修等の実施を検討する。(ex.大阪代協の取り組み)

(参考：東京代協では研修実施後、一定期間においてフォローアップ研修を実施し、効果を上げている)

## 活力ある代理店制度の構築

### 1. 活力研の開催

(1) 『活力研』の開催と基本方針：

「活力ある代理店制度等研究会」(活力研)を本年度も年4回開催し、代理店の成長・発展に向けたオープンでフラットな論議を行う。

委員は、会長、副会長、企画環境・組織各委員長、協会長会社5社担当部長で構成する。

本年度は、生産性向上、マーケティング、代理店経営支援、募集環境整備等に視点を当てたテーマを設定し、論議を行う。

(2) 『活力研セミナー』の開催：

本年度は過去において未開催の代協を対象に開催する。

実施内容は以下の通り。

- ・ 内 容：2007年度～2010年までの活力研報告書の解説(昨年度同様)
- ・ 開催場所：代協単位(北海道等地理的ハードルが高いところは支部単位でも可とする)
- ・ 費 用：実施単位毎に@1万円のみ負担(その他の費用は日本代協負担。講師料なし。)
- ・ 講 師：副会長、担当常任理事他(指名は不可)
- ・ 実施予定数：講師のロード、コストの観点から、最大で年10場所程度とする。

(3) 「現状と課題」勉強会の企画・実施：

各代協において、新たに付記された内容を中心とした「現状と課題」の勉強会を企画、実施し、環境認識の共有化を図る。

日本代協事務局において、勉強会用のコンパクトな資料を作成、提供する。

### 2. 募集環境の整備

(1) 基本方針：

公平で公正な募集環境の整備は、消費者保護並びに健全な保険制度の発展を目指す日本代協にとって重要な取り組み課題であり、企画環境委員会を中心に、継続的に改善に取り組む。

(2) 具体的な取り組み：

#### 個別案件への対応

- ・個別案件に対しては、まずは各代協、各ブロック協議会でタイムリーに現地対応を行う。
- ・緊急を要する重要問題については本部・企画環境委員会で対処する。

#### 現場の生の情報の収集

疑義を持った事案に関する情報は、各代協経由日本代協（企画環境委員会）へ連絡し、問題解決につなげる。情報収集に際しては、「募集環境問題対応ハンドブック」を活用し、正確な知識に基づき対応する。

#### 適格性に疑義のある代理店の設置

保険会社に対して引き続き設置の自粛を求める。併せて、特定契約規制における特別措置（「当面の間・・・」）の廃止に向けて、粘り強く取り組む。

### 3. 法制度改正への取り組み

金融審議会保険 WG における論議経過を注視し、規制が加重されることのないよう働きかけていく。（委員として出席している荻野名誉会長とともに情報収集に努め、必要な対応を行う。）

日本代協事務局において、「消費税」・「TPP」・「民法改正」等に関する情報収集と影響度の分析を行い、必要に応じて政連と連携しながら、関係部署に対し意見表明や提言を行う。

### 4. 代理店賠償の普及と経営品質向上に向けた取り組み

#### （1）基本方針：

プロの代理店としては自らの経営品質の向上を図り、契約者等とのトラブルを極力排除することが最優先であるが、万が一の事態に備え、代理店経営のプロテクターとなる代理店賠償加入を推進する。自分の行動が招いた結果に責任を負うとともに、言いがかり訴訟に対する防御費用として、賠償資力を確保するとともに、「代理店賠償は代理店経営の必需品」との意識の徹底を図り、別個登録会員を除き 100% 加入を実現する。（2013 年 1 月現在の加入店数 9,171 店、加入率 81.4%）

#### （2）本年度契約内容：

契約期間：2013 年 10 月 1 日～1 年間

募集期間：8 月中旬～下旬

保険料・引受条件：昨年度同水準・同内容を基本として、7 月中に決定する。

#### （3）加入促進、制度の健全な運営確保のための施策：

未加入会員や非会員の代理店に対し、事故例集（「他山の石」）を用いて本制度の情宣と加入促進を行う。

エース社の協力の下、各地域で「代理店賠償セミナー」を開催し、本制度の普及を図る。

（特に、未開催代協あるいは前回から間隔が空いている代協は優先的に実施する。）

保険会社の営業社員に対する勉強会を開催し、業法 283 条に対する正確な理解を浸透させ、所属代理店への加入勧奨を依頼する。（ex. 大阪代協の取り組み）

全国会長懇談会において「経営品質向上委員会」を開催し、具体的な保険金請求事例、消費者からの苦情事例を中心に各代協にフィードバックを行う。

学識経験者や弁護士等の第三者の専門家を交えた「代理店賠償責任保険審査会」を開催し、本保険の健全・公平な運営を図る。

### 対外的広報活動の展開

#### （1）ホームページ（HP）の活用：

HPは消費者に対する極めて重要な情報発信ツールであることを認識し、日本代協HPにおいては、消費者向けのコンテンツの充実に努めるとともに、最新の情報がタイムリーに掲載されるように常時更新を行う。

各代協においてもHPを活用した情報発信（to各会員、消費者）に努める。

取り組みに当たっては、ITに慣れた若手の担当者を決めて、掲載内容の充実や洗い替えに努める。

各代協会員においても、HPを活用して、消費者に対する自身の強みや独自能力に関する情報発信を行うとともに、コンタクトルート（お客様との接点）の多様化を図る。

## （2）メディア対策：

本部事務局、各代協において広報活動を積極的に展開し、「代協の存在」と「代理店は消費者・契約者の保険コンサルタントである」ことをPRし、「保険を選ぶ前に代理店を選ぶ」という考え方を普及させる。併せて、そのメルクマールとなる「認定保険代理士」（並びに「損保協会認定 損害保険トータルプランナー」）の存在を広く消費者に伝える努力を行う。

上記目的のために、各メディアと日頃より良好な関係を保ち、様々な機会を通じて日本代協の見解、意見等を広く社会にアピールすることに努める。

認定保険代理士のPRに当たっては、2009年度BSジャパン、2011・2012年度BSフジの特別番組等の二次媒体を活用する。

日本代協本部においては、「業界紙との懇談会」を年1回以上開催する。（「保険毎日新聞」「新日本保険新聞」「インシュアランス」「保険銀行日報」の4紙。）

各代協等でボランティア活動等を行う場合には事前に地元のマスコミにも連絡を行い、記事掲載につなげて、消費者から認知されるように取り組む。

## （3）TV媒体等の活用：

ビジュアルな情報伝達は実効性が高いので、「プロ代理店」の存在を広く消費者に広めていくためにTV媒体等（WEBを含む）を活用した情宣活動を行う。

実施に当たっては、広報委員会で企画案を取りまとめ、理事会論議を経て固める。

## （4）顧客向け情報誌の活用推進（「みなさまの保険情報」）：

「損害保険代理業は情報提供業」であり、事故の有無にかかわらず積極的に顧客への情報提供を行って付加価値を高める必要がある。この一助として本年度も「みなさまの保険情報」を代協会員に提供し、活用推進を図る。（2012年10月現在利用部数：45,915部、利用代協正会員313店・31代協）

広報委員会、各役員を中心に積極的に活用推進を図り、早期に5万部利用の達成を目指す。

## ．代協会員への支援・サービス・情報の提供

### 1．代協会員向け情報提供活動の推進

#### （1）基本方針：

厳しい収益環境の中で、本年度も様々な動きが予想され、従来以上に代協会員に最新の業界動向や日本代協の取り組みを情宣していく必要がある。ネットの活用により効果的・効率的に伝達できるように留意しつつ、継続的な情報提供に取り組む。

#### （2）具体的な媒体：

##### ①「日本代協ニュース」（定期版）

- ・メールの活用、ホームページへの掲載等により、経費削減を図りつつ迅速な提供に努める。
- ・紙ベース（A4判）は2回（7月・1月）とし、残りの8回（3・5・6・8・9・10・11・2月）はダイレクトメーリングにより発信する。

## 2 「日本代協ニュース」(速報版)

- ・直ちに全役員に伝達すべきと判断される情報については、メールを活用してタイムリーな情報提供を行う。(代協会員に対する情報はホームページを活用する。)
- ・各役員に情報提供を行う場合は、「全会員配布可」等、送付範囲の案内を行う。
- ・なお、「日本代協ニュース」(グリーン版)は紙による発刊を止め、各代協ホームページでの情宣を推進する。

## 3 「代協活動の現状と課題」(冊子)

- ・9月末までに全会員に配布する。各取組の方針を明記するとともに過去の資料編の整理を行い、読み易さと頁数、経費の削減を図る。
- ・日本代協 HP 上へ掲載し、各代協会員の従業員にも閲覧してもらうとともに、広く消費者に対しても情報をオープンにして活動の透明性を高める。
- ・代協正会員の社内配布用として、印刷発注前に有料増刷希望を確認する。(1冊 300円程度)
- ・各代協の理事会等で、本冊子を使った継続的な勉強会の開催を企画する。  
(ex.秋田代協、大阪代協等の取組事例あり)

### (3) 各代協における広報担当者との連携強化:

各代協の広報担当者との連絡を密にし、日本代協広報委員会の窓口機能を果たしてもらう。

広報担当者の役割は以下の通り。

- ・ 広報委員会の決定事項、全国に発信したい情報等を各代協の役員、会員に的確に伝える
  - ・ 各代協の広報活動に関する問題点等を、日本代協広報委員会へ提起する窓口となる
- 広報委員会においては、広報担当者にタイムリーな情報発信を行い、双方向の関係を強化する。

## 2. 会員サービス・支援事業の推進

### (1) 基本方針:

各代協は、一般社団法人として独自の事業展開が可能であり、本年度も引き続き会員サービス、収益向上の観点から、現実性や妥当性をそれぞれ判断の上で、適宜実施する。(但し、代協としての事業の妥当性を判断するとともに、社団法人の運営は会費が基本であることを踏まえ、収益のバランスを考えるよう促していく。)

日本代協としては、収益事業のアイデアを提供する。

### (2) 物品斡旋事業:

代協正会員に対するサービス事業として、名刺台紙・バッジ等の斡旋販売、タオル・メモ帳・ボールペン等契約者向け販促品の業者紹介を実施する。併せて、防災用品の安価な提供が可能か、事務局において検討する。

### (3) IT 利用能力の向上支援:

損保代理業の顧客対応は、今後急速にタブレット端末に移行する見込みであり、また、IT を活用した効率的なマーケティングや業務プロセスを実現することは極めて重要な課題であるとの認識の下で、事務局において、IT 活用に関する最新動向や代理店業務における活用事例等の情報収集を行い、各代協会員への情報発信に努める。

## 「全国損害保険代理業国民年金基金」加入者募集の推進

### (1) 基本的な認識と方針:

本基金は、本会が母体となって創設した損害保険代理業者向けの唯一の職能型年金基金であり、より豊かな老後の生活を保障する優れた年金基金であるため、組織を挙げて責任を持って存続させ

ていく。

個人代理店が減少している状況ではあるが、法人代理店の国民年金加入者、委任型（委託型）使用人、従業員、家族、既存加入者の増口、代協未加盟の個人代理店等、基金加入が可能な対象者は数多く残されており、これら対象者への情報提供と加入促進を継続して図る。

（今後厚生年金基金の動向によっては代替として国民年金基金の加入対象が拡大される見込みあり。）

## （２）加入者募集の推進：

組織委員会の主管業務と位置付け、各代協の組織委員と緊密な連携のもとで積極的に推進を図る。

中期的には基金の安定的な存続の目安となる加入員 2,500 名の確保を目指す。当面は現存加入員の減少に歯止めをかけることを目指す。

2013 年度においては、資格喪失者見込みと同数の 120 名の新規加入員を目標として取り組みを推進する。

## ．法人運営（組織改革、コンベンション、健全運営）

### 1．一般社団法人としての体制整備

2013 年 4 月 1 日以降、一般社団法人となることを前提にして、新たに定める定款、規則、諸規定にそった組織運営を行う。

当面は、内閣府に届けた継続事業を計画通り進めて公益目的支出計画を達成することに注力する。併せて、「公益社団法人」認定の可能性を検討するための情報収集を行う。

### 2．コンベンション

#### （１）2013 年度開催日程：

前年度と同規模の水準で、第 3 回コンベンションを開催する。

日 時：2013 年 11 月 15 日（金）～ 16 日（土）

テーマ：（未定）

場 所：15 日＜式典・基調講演・代協会員懇談会＞＝（東京）ヤクルトホール（新橋）

＜懇親会＞＝（東京）東京第一ホテル（新橋）

16 日＜分科会（午前中）＞＝（東京）損保会館

実行プランは、首都圏各代協若手メンバーを中心とするプロジェクトチーム（コンベンション PT）にて検討し、理事会の承認を得て実施する。

当日の様子はユーストリームで配信し、参加できない代協会員への情報提供に努める。

#### （２）2014 年度以降の開催プランの検討：

ビジョン委員会において第 4 回以降の開催プランを検討する。東京以外の大都市やブロック協議会単位での開催の可否、開催のサイクル、対象者の範囲等、これまでのスタイルに拘らず検討を行う。

なお、検討に際しては、参加者の経費負担を伴うことを前提にして実現可能なプランを検討する。

#### （３）ブロック単位の情報連絡会（仮称）の開催：

最新の業界動向を伝える場として、ブロック単位で正副会長や各常任理事、事務局等を解説者とするセミナーを新たに開催し、情報の共有化と正確な認識を広める努力を行う。

### 3．会議体運営の見直し

ブロック長懇談会並びに全国会長懇談会は、依頼事項の伝達のための時間を絞り込んだ上で、意見交換をメインとした場として運営し、活性化を図る。

併せて、会議の参加目的が明確になるように、改めてブロック長の位置づけと役割に対する認識の

共有化を図る。

各会議体においては、報告のための時間は最小限にとどめ、論議の時間を確保するように取り組む。

#### 4. 代協会員資格の今日的検討

合併・統廃合や企業代理店の一本登録への変更（別個登録店の廃止）等の環境変化を踏まえ、代協会員資格並びに役員選任規定の検討をビジョン委員会において引き続き行う。

#### 5. 健全財政の維持

本会は運営費の大半を会費収入に依存している社団法人であり、引き続き健全財政の維持に努める。効率的な委員会の開催を検討し、併せて諸経費の削減・見直しを図る。

会員への情報提供は徹底してメールを活用するとともに、100万円以上の外部発注案件についてはBIDを実施する。（各委員会においてもメーリングリストを活用し、紙の使用を減らす。）

ネットや動画配信（ユーストリーム）を活用し、情報伝達の効率化と実効性確保を図る。（ユーストリームには日本代協チャンネル設定済み）

将来的な本部事務所移転を想定した調査・検討（必要コスト、移転候補先等）を行う。（なお、移転コストの観点から、移転時期は現入居ビル（築45年）建替のタイミングが望ましい。）

以上