

【2014 年度(第 51 期)事業計画】

日本代協 2014 年度（第 51 期）事業計画

2014 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

．事業計画策定にあたっての基本的な認識	(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 . 2014 年度の事業活動	
．代理店・募集人の資質向上 (教育研修事業)	(P . 5)	
1 . 認定保険代理士制度の運営	2 . 「損害保険大学課程」の運営	
3 . 日本代協独自の教育制度の検討		
4 . 「損害保険トータルプランナー」公的資格化に向けた取り組み		
5 . 「損害保険トータルプランナー」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	8 . 日本代協認定保険代理店制度の再検討	
．損害保険の普及と消費者保護に向けた取り組み	(P . 8)	
1 . コンプライアンスの徹底	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 . 業界の共通化・標準化に向けた提言活動	
5 . 税制改正への取り組み		
．地球環境保護・地域社会貢献活動 (CSR 活動)	(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 . 保険金不正請求対策への協力	5 . グリーン基金の活用	6 . 公開講座の実施
7 . 学校教育への取り組み	8 . 消費者教育の検討	9 . 消費者団体等との対話活動の推進
．組織力の強化	(P . 1 3)	
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
．活力ある代理店制度の構築	(P . 1 5)	
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	
．対外的広報活動の展開	(P . 1 7)	
1 . ホームページの活用	2 . メディア対策	3 . T V 媒体等の活用
4 . 顧客向け情報誌の活用推進 (「みなさまの保険情報」)		
．代協会員への支援・サービス・情報の提供	(P . 1 8)	
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	
．「全国損害保険代理業国民年金基金」加入者募集の推進	(P . 1 9)	
．コンベンション	(P . 1 9)	
XI . 法人運営	(P . 2 0)	
1 . 一般社団法人としての体制整備	2 . 代協事務局職員研修の実施	3 . 健全財政の維持

日本代協 2014 年度（第 51 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「大胆な金融政策」「機動的な財政政策」に加え、「民間投資を喚起する成長戦略」の成果に大きな期待がかかるところであるが、海外景気の下振れや本年 4 月の消費税増税といった不安要素も懸念されており、先行きには依然として不透明感も漂っている。

併せて、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、今後の税と社会保障の一体改革を巡る論議の行方も引き続き注視する必要がある。

（2）行政の動向：

行政は、金融業界全体に対し、利用者保護の徹底の基軸の下で、顧客サイドに立った営業や深度あるマーケティングに基づく商品設計・営業手法の向上を通じて、個人顧客に求められる価値を創造する態勢の構築を求めている。

保険会社に対しては、保険契約者の多様なニーズに応えるための保険商品やサービスの提供を求めるとともに、消費者にとって必要な情報が簡潔で分かりやすく提供される販売態勢の構築を迫っている。こうした視点に立って金融審議会保険WGで論議が行われた結果、保険募集をめぐる法体系は抜本的に再構築されることとなり、代理店の募集の現場も大きな変革を求められる状況になっている。

保険募集に関しては、旧募取法の「現代化」が行われるとともに、銀行法や金商法の規定との整合性が確保される方針が示された。その過程において、いわゆる「委託型募集人」の適正化が求められることとなり、該当ケースについては、2015 年 3 月末を期限として新たな販売体制へ移行する必要性が生じている。

（3）損害保険業界の動向：

損害保険業界は、新車販売台数や住宅着工件数の伸びに加え、保険料改定効果もあって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、付加率の低減が喫緊の課題となっている。

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、銀行代理店のように保険会社のコ

ントロールが及ばないような大型代理店や全国規模の来店型ショップ店等、新たな形態の代理店モデルが出現し、保険業法改正の要因ともなっている。

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、「比較購入」のニーズは確実に拡大しており、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、経営者としての明確なビジョンのもとで経営計画を立て、具体的な取り組みを行っていく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「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とそれを実現できる態勢を整備し、他とは異なる「独自能力（代理店としての特性、持ち味）」に磨きをかけ、「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マネジメント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経営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、こうした認識の下で実効性ある取り組みを行っていく。

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：

- 消費者のニーズに応える代理店・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代理店・募集人を育成する
- 自立した代理店、自律できる代理店を育成する
- 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
- 保険業法改正に適切に対応する
- 業界ベースの共通化、標準化を働きかける
- 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
- 業界他団体、特に損保協会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、女性会員の登用を図る
組織として決めたことを尊重し、実践し、結果に残す
組織の内外を問わず、互いに敬意を持って接し、良好な関係を構築する
業界動向、経済環境等の情報収集に努める

(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に関する支援を行う
代理店の体制整備に関わる情報提供、サポートを行う

4. 2014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・研修事業

「損害保険大学課程」の円滑な運営を確保するとともに、受講者募集に取り組む。
「損害保険プランナー」「同トータルプランナー」への移行を完了させる
日本代協独自の新たな教育体系を検討する

2：消費者保護・保険普及

各チャネル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・改善に取り組む
東日本大震災で被災・避難した代理店の3年後の状況を調査する
プロ代理店向けのBCPの考え方の普及を図る
業界標準化の推進にむけて提言を行う

3：地球環境保護・社会貢献活動

地球環境保護・社会貢献活動を計画的に推進する
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
消費者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い、地域ネットワークを構築する
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
その一歩として、12,000店を目標に掲げ、代協会員の増強を図る
支部活性化のための取り組みを推進する
各保険会社との真の関係強化を図り、会員増強への協力体制を構築する

5：活力ある代理店制度の構築・広報活動・代理店経営支援

保険業法改正の動向を注視し、実務上の問題があれば提言、意見具申を行う
委託型募集人の移行に関し、各保険会社との連携を強化する
「活力研」を通して保険会社との「心ある対話」（互いの立場を尊重した自由闊達な対話）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、業務プロセスの効率化、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4回コンベンションを開催する

移行法人として、公益目的支出計画を実践する

上記を踏まえた具体的な取り組みは、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. 認定保険代理士制度の運営

（1）「損害保険プランナー・トータルプランナー」への移行：

認定保険代理士制度の運営は、本年6月をもって終了するが、以下の取り組みを行う。

募集経験の要件充足待ちの未認定者（約40名）に対して、個別対応で移行誘導を行う。

損害保険プランナーへの未移行者の移行を完了させる。

損害保険トータルプランナーへの移行を推進する。

（2）認定保険代理士バッジの取扱い：

認定保険代理士制度は、2014年7月以降損害保険大学課程に引き継がれていくが、認定保険代理士のバッジは、資格の保有状況とは切り離し、「現在保有しているものが、代協会員バッジとして着用できる」こととする。

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：

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、教育委員会を中心として制度の企画・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。お客様への募集の品質

表示をどのように考え、実践しますか？」

[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

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）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、損保協会との「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。

（2）「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。（約800名）

（3）「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」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、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. 日本代協独自の教育制度の検討

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。

(例) 経営者向けセミナー：「経理・財務・社会保険等」「人材育成」「社内コミュニケーション」

募集人向けセミナー：「家計見直しスキル」「各社商品・約款研究」「コミュニケーションスキル向上研修」「職業倫理」「好取組事例研究」等

推奨セミナーのテーマ、費用、講師等については、教育委員会において調査を行い、データベース化を図る。

代理店の若手社員、事務職員、新入社員等を対象にした「損害保険基礎講座（仮称）」の施行を5場所程度で行い、継続実施の可否判断を行う。内容は、損害保険の成り立ち、料率の仕組み、約款の構成、引受方法等の理論と実務を学び、業務能力向上を目指すものとする。施行に当たっては、株式会社ワールド・ヒューマン・リソースの協力を得る。（ビジョン委員会・教育委員会と連携）併せて、「社会保険基礎講座（仮称）」のカリキュラムも検討する。（同）

各代協会員の募集品質向上、コミュニケーション教育実現のために、外部機関のスキームの活用方法について、教育委員会において検討する（例：日本電信電話ユーザー協会「電話対応技術検定（もしもし検定）」など）

4. 「損害保険プランナー・トータルプランナー」の公的資格化に向けた取り組み

募集人資格の公的資格化に関しては、業界共通の「損害保険大学課程」創設によって新たな一歩を踏み出したが、まずは「損害保険大学課程」の安定稼働と一定数の認定資格者の創出が必要であり、当面は指定教育機関としての役割を果たすことに注力する。

5. 「損害保険トータルプランナー」の取扱い

(1) 社会的信認度向上：

認定保険代理士は、2014年7月以降、「旧」認定保険代理士となるため、今後は、損害保険トータルプランナーの呼称とその存在をPRしていく。

本年7月以降は、損害保険トータルプランナー自らが、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ことが最も重要である。併せて、外に向けた発信が必要であり、下記の通り情宣に努める。

損害保険トータルプランナー（6月末までは認定保険代理士）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、損保協会との合同運営会議で取り組みの共有化を図ったのち、各地域代協でPRに努める。

- ① 代理店事務所に「損害保険トータルプランナーポスター」を掲示する
（7月以降は「認定保険代理士ポスター」を掲示）
- ② 募集時に「損害保険トータルプランナー認定証」（6月末までは「認定保険代理士証」）を提示する
- ③ 契約者に「損害保険トータルプランナーチラシ」を手交する（6月末までは「認定保険代理士チラシ」）

BS特別番組のDVDの二次利用により、様々な機会を利用して損害保険トータルプランナー（6月末までは認定保険代理士）が真のプロ代理店・募集人であることを広く社会にPRしていく。

新制度に移行した後のPR方法については、合同運営会議で情報交換を図りながら、教育委員会・広報委員会において検討を行う。

(2) 「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、名称、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い、参加メンバーの資質向上ならびに損害保険トータルプランナーの存在の周知に資する活動を実施する。

6. P I A S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であり、代理店経営上も有益な情報収集の機会となっているため、本年度も「第34次」として実施する。

実施プランは以下の通り。

- ・ 時 期：2014年6月19日～6月27日（9日間）
- ・ 費 用：283,000円＋研修費用900ドル
- ・ 訪問先：ロスアンゼルス、サンフランシスコ（OPはLAから南下してメキシコ方面訪問）
- ・ 参加目標：20名（最少催行人員16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：座学に加え、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に取り組む。

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。各代協・支部においては、地域の実状に応じたテーマを設定の上、計画的に開催する。

開催に当たっては、他代協との共催等、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調整、協力を行う。（注：損保協会に講師を依頼する場合を含む）

- [講師] 岩崎 邦彦 氏（静岡県立大学教授：小企業のマーケティング、ブランド作り 他）
望月 広愛 氏（コンサルタント・静鉄ストア会長：経営品質、経営マネジメント 他）
栗山 泰史 氏（日本代協アドバイザー：保険行政の動向、金融審、代理店の将来展望、保険業界の課題、地震保険制度、自転車リスク、保険の歴史 他）
大塚 英明 氏（早稲田大学大学院教授：保険に関する法律論 他）
錦野 裕宗 氏（弁護士：金融審、保険に関する法律問題 他）
土川 尚己 氏（コンサルタント：代理店のIT戦略、マーケティング、社会保険 他）
安東 邦彦 氏（コンサルタント：企業経営論、営業戦略立案、マーケティング 他）
中崎 章夫 氏（ジャーナリスト：業界動向、専業代理店好事例 他）
坂本 忠弘 氏（コンサルタント：金融業界動向、代理店経営戦略、金融庁裏表 他）

8. 「日本代協認定保険代理店制度（仮称）」の再検討

「認定代理店制度」については、過去検討が行われ、「制度の必要性はある程度認められるものの、実施は時期尚早」とのことで一旦見送りになっているが、今日の環境を踏まえてビジョン委員会において再検討を行い、理事会において論議を行う。その際には、損保協会における検討状況に留意する。（損保協会においても中期的課題となっている）

損害保険の普及と消費者保護に向けた取り組み

1. コンプライアンスの徹底

コンプライアンス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、コンプライアンスとそのため体制整備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。比較推奨販売を前提とする乗合代理店においては、規模・特性に応じて自社マニュアルを作成、完備する。

代理店としての内部管理態勢の構築を図り、PDCA サイクルを実践し、自己変革を図る仕組みを作る。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：

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、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るために、政連と連携して消費者団体、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、該当案件があれば各代協、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日本郵便のための募集ルール緩和等の動きに対しては、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、政連と連携して歯止めをかける。

日本郵便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。

かんば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、各代協等において企画環境委員会作成の「募集環境問題対応ハンドブック（2013年度改定版）」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。

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、金融庁に対し問題点を指摘し、廃止（前者は一般開放も選択肢）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（事業継続計画）の普及：

「私たち損害保険代理店の事業継続計画」（3月刊行予定）に記載された BCP 策定の考え方の普及を図り、東日本大震災の教訓の一つである小規模代理店の BCP 策定を支援する。

(2) 被災代理店支援策の検討：

CSR 委員会において、大規模災害で被災した被災会員を全国の代協・代協会員で支援する仕組みを検討する。（契約者対応の協定等）

(3) 被災地代理店の現状ヒアリングの実施：

被災から3年後の代理店の状況をヒアリングし、その現状を集約する。併せて、被災地における委託型募集人適正化の影響把握を行い、結果を金融庁に報告する。

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具体的な案件の洗い出しを行い、損保協会に対して適宜提言を行う。（年1回を予定）

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

2016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。特に、「保険料控除制度」や「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、政連と連携して時期を失しないよう留意しながら活動を行う。

．地球環境保護運動・地域社会貢献活動（CSR 活動）

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、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。なお、環境省が進める「チャレンジ 25 キャンペーン」は見直し作業中であり、その結果を待って本会としての対応方針を決める。

（2）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。

（3）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。

（日本代協としての具体的な取り組みは未定。損保協会と協議を行う。）

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、保険代理店の存在価値を示すことができる防災・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。

実施に当たっては、損保協会（その支部）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。

（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 P R 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「地震保険啓発・普及キャンペーン」を実施する。（原則 10 月に一斉実施とするが、下記 の検討状況によっては実施時期の変更も検討する）

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。（推進に当たっては、極力検証可能な取り組みとすることが望ましい。）

2015 年 3 月 14 日～18 日に仙台で開催される「国連防災世界会議」に合せ、地震保険普及に関する「特別キャンペーン」を実施する。実施内容は、時期・場所を含め CSR 委員会において検討し、理事会で審議する。

（3）無保険車追放の取り組み：

自賠責広報協議会主催の自賠責制度 P R 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。

国土交通省所管の「無保険・無共済車指導員」に協力する。希望代協（会員）は、各地の運輸支局と打ち合わせ、指導員の委嘱を受け、準公務員として監視活動を行い、無保険車を撲滅していく。

(4) 「ぼうさい探検隊」マップコンクールへの全面的参画：

損保協会が主催する同コンクールに協力する。参加団体を募り、小学生に対する防災意識の普及に努める。なお、CSR 委員会では、年度当初から応募の案内ができるよう、各代協に対して 2013 年度末までに開催概要の案内を行う。

学校における取り組みを本格的に進めるためには、教育委員会にアテンドを行うことが効果的である。また、各学校の翌年度の教育カリキュラムに予め組み込むことができれば、組織的な展開を実現できる。そのため、カリキュラム策定期を逃さないよう、遅くとも本年 12 月までには該当の教育委員会、各学校に対する働きかけを行うよう取り組む。

(5) 「ハザードマップ」の普及活動への参画：

地域におけるリスクマネージャーとして『「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。（「損保協会作成・HP 掲載の「ハザードマップの読み方」を活用する」

(6) 『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り、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）

(7) 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に参画する。

「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。（高口ス対策につながり、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、損保協会の汎用資料を活用する。独自作成が必要なものがあれば、各代協のニーズを踏まえ、CSR 委員会において作成を検討する。各代協で独自作成した資料が横展開できるようであれば、本部にて施策買取りを行う。

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、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、事務局において損保協会と協議する）

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。

公募規定については、選考委員会の指摘を踏まえ、CSR 委員会において検討し、反映させる。

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 寄付金総額は会費の2%相当（約200万円）を目途とする。
- ④ 寄付金授与の場を設けるとともに、寄付先団体においても受領の周知を行ってもらう。
- ⑤ 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。
- ⑥ 寄付先団体と現地代協の接点強化を図り、地域におけるネットワークを構築する。

6. 公開講座の実施

消費者に対する有益な情報提供の観点から、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・代協単位で公開講座を実施する。

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有効活用する。

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。

（教育委員会、各学校に対するアテンドについては、本項2.(4)「ぼうさい探検隊」に準じて取り組む。）

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において、日本代協が講義を担い、プロ代理店の存在の周知を図るとともに、就職先としての職業候補に加える。

（ex.2013年度は琉球大学、埼玉大学、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、「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。本年度は、「プレゼンテーションスキルアップ研修」を企画、実施する。

8. 消費者教育の検討

消費者に対する直接的な保険教育の教材として、WEBによる保険検定（仮称：「みんなの保険検定」）の実施の可否を検討する。（2014年度はビジョン委員会において日企社とフィージビリティ・スタディを行う。資格認証は日本代協とし、日企社は指定教育機関となる。なお、「保険検定」は日企社にて商標登録申請中。日本代協は無償で名称使用できる形にする。）

9. 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、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。

- ・各ブロックは年1回（併せて各代協においても）開催を企画し、関係強化を図る。
- ・日本代協においては、定期的な会合への出席等を通して、賛助会員である「全国消費生活相談員協会（全相協）」や他の消費者団体、消費者庁等との関係強化、人脈形成に注力する。
- ・懇談会実施にあたっては「消費者団体・消費生活相談員との懇談会推進ガイド」（書庫）を活用する。

．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。各支部では、「集い、語らう」代協の基本精神に則り、支部長を中心に各役員が協力、連携して支部メンバーの参画を促しながら、支部活動を推進する。

各代協の好取組事例等を掲載した「支部活動のしおり」（仮称）を作成・提供し、支部の活性化につなげていく。そのために、組織委員会において好取組事例の情報収集を行う。

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。

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ならない前提で、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。（新設のみならず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、各代協の取り組み、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、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（一般社団法人法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の共有化を進める。

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。

2．代協正会員の増強

(1) 基本方針：

代協会員の増強は、本来各代協の経営課題であるが、日本代協の事業目的を達成して代協会員を取り巻く様々な環境を変えていくためには、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、日本代協グループとして組織をあげて取り組む。

中期的には、専業代理店換算組織率 50%達成（現時点で約 15,700 店）を目標において取り組みを進める。

「プロの保険代理店」を目指す資質の高い会員の増加を図り、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有力代理店に幅広く加入を働きかけていく。

毎年一定数の退会があることを踏まえ、「入会ベース」の考え方をベースにおいて取り組む。

(2) 本年度目標：

本年度は代協正会員 12,000 店を必達目標として取り組む。（2014 年 1 月末の代協正会員数：11,374 店/入会 348 店/退会 465 店 計 117 店）

(3) 代協正会員増強運動：

上記(2)で掲げた目標を達成するために、以下の施策を実施して会員増強運動を推進する。施策の実施に当たっては、「正会員増強マニュアル」（書庫）および「非会員向け PR リーフレット」（平成 25 年度版）を活用する。

- a. 各代協においては、それぞれ組織率 50%達成を中期的目標に置き、それを実現するための単年度増強自主目標を年初に設定して、早期に取り組むを進める。（既に要件を充足しているところは更に高い目標を設定して自主的に取り組む）
- b. 日本代協（組織委員会）では、損保協会の専業代理店実在数の統計結果をベースにした前年度組織率と増強実績を勘案し、各代協に「増強ガイドライン」を提示する。（6 月頃の見込み）
- c. 各代協においては、a.の自主目標と b.のガイドラインを比較し、かい離があれば自主目標の見直しを行う。
- 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。

（推進の状況によっては、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、各代協の会長・組織委員長・事務局、ブロック長、地域担当理事の間で密接な連携を図りながら取り組みを進める。

「紹介の仕組み作り」を行い、組織委員だけではなく、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。

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。

(4) 「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（共催やブロック単位の開催を含む）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）を参照する。）

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。

(5) 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化を図り、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。

2013年度に引き続き、ブロック対策費の増額を行う。(2012年度対比計484万円、2013年度対比計242万円増額する)

(6) 各種委員会活動の活性化:

企画環境、組織、教育、CSRの全国委員会の委員は各代協において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。

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。

(7) 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うとともに、組織的な支援を要請する。

(8) 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、賀詞交歓会、各セミナー、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、協力してもらえる土壌作りを行う。

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、毎年下記4つのブロック協議会で順に開催する。(下記以外の独自開催も検討する)

2014年度: 上信越、東京、近畿、四国

2015年度: 北東北、東関東、阪神、九州南

2016年度: 南東北、南関東、東中国、九州北

2017年度: 北海道、東海、北陸、西中国

開催ブロックの研修費については、2013年度に続き、開催ブロック計で25万円の増額を行う。

．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)を年2~3回開催し、代理店の成長・発展並びに公平・公正な募集環境の構築に向けて、オープンでフラットな論議を行う。

本年度上半期中に、過年度に実施した代理店の成長・発展に資する論議をまとめ、理事会に提出する(事務局宿題)。

本年度は、専業代理店の将来像、募集制度のあり方、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：

過去未開催の代協を対象に限定的に開催する。

実施内容は以下の通り。

- ・ 内 容： 2007 年度～2010 年度までの活力研報告書の解説
- ・ 開催場所： 代協単位（状況によっては支部単位でも可）・年 10 場所程度
- ・ 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、担当理事、事務局

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。

3. 法制度改正への取り組み

保険業法改正動向を注視し、適宜代協会員向けに情報を提供するとともに、実務に支障が生じる規制となることがないように金融庁や損保協会に働きかけていく。

委託型募集人については、適正化の進捗状況の把握に努め、保険会社と共有化を行い、円滑な移行をサポートしていく。

日本代協事務局において、募集制度全般の改正に関する情報収集と影響度の分析を行い、必要に応じて関係部署に対し意見表明や提言を行なう。

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：

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。別個登録会員を除き代協会員の 100% 加入を実現する。（2014 年 1 月現在の加入店数 9,347 店、加入率 82.4%）

(2) 本年度契約内容：

契約期間：2014 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：昨年度とほぼ同水準・同内容とする（一部補償内容の明確化を図る）

(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、「保険代理業の損害賠償責任について」説明用ツール（企画環境委員会作成 PPT）や事故例集（「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、保険業法 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。

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、最新情報のタイムリーな掲載を心がける。（広報委員会）

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、各代協において業界紙等を中心に、広報活動を積極的に展開する。「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「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。

日本代協本部においては、「業界紙との懇談会」を年 1 回 7 月に開催する。（「保険毎日新聞」「新日本保険新聞」「インシュアランス」の 3 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連絡を行なって記事掲載につなげ、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。

TV 番組の二次利用媒体の有効な活用方法を広報委員会において検討し、各代協に案内を行う。

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。（2014 年 1 月現在利用部数：49,145 部・PDF 配布分換算 56,145 部 / 利用代協正会員 324 店・35 代協）

広報委員会委員、各役員は自ら積極的に活用し、他の会員にも活用を働き掛ける。

5. 代協会員PRチラシの検討

代協会員の存在を広く周知するためのPRチラシの作成(各代協で使用できるひな形)の作成を検討する。(広報委員会)

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:

委託型募集人制度問題や保険業法改正等、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)

・紙ベース(A4判)を2回(7月・1月)、ダイレクトメールを8回(3・5・6・8・9・10・11・2月)発信する。

②タイムリーな情報提供の実施

・直ちに全役員(経由各代協会員)に伝達すべき情報については、メールを活用して適宜情報提供を行う。(案件によってはHP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。
・日本代協発信文書については、フォームやフォントの統一を行い、内容もできる限り簡潔にして「読んでわかる」文書作成に努める。(事務局)

③「代協活動の現状と課題」(冊子)

・9月中に全会員に配布する。(有料増刷にも対応する)各取組の方針を明記し、日本代協としての立ち位置を明確にする。併せて、資料編の整理を行い、コンパクトにまとめる。
・日本代協HP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。
・各代協の理事会等で、本冊子を使った勉強会の開催を企画する。

(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とする。

・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、代協が行う事業として妥当な内容か判断するとともに、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。

日本代協としては、収益事業のアイデア収集を行い、各代協に提供する。

(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・ポ

ールペン等契約者向け販促品の業者紹介を継続実施する。

．「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職能型年金基金であり、組織を挙げて責任を持って存続させていく。

国民年金加入者やその従業員、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。

(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。

2014年度においては、財政再計算の結果により、10年ぶりに運用利率引き下げ後の推進となるが、資格喪失者見込みと同数の 120 名を最低限の新規加入員目標として取り組みを推進する。(業務経理面では、900 名の新規加入者が必要な状況)

．コンベンション

(1) 2014 年度開催日程：

前年度と同規模の水準・場所で、第 4 回コンベンションを開催する。

日 時：2014 年 11 月 14 日(金)～15 日(土)

テーマ：(未定)

場 所：14 日<式典・基調講演・代協会員懇談会> = ヤクルトホール(新橋)

<懇親会> = 東京第一ホテル(新橋)

15 日<分科会(午前中)> = 損保会館・ホテル聚楽

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にて検討し、理事会の承認を得て実施する。

当日の様子はコ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) 2015 年度以降の開催プランの検討：

理事会において第 5 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) ミニコンベンションの開催支援：

最新の業界動向を伝える場として、ブロック単位でミニコンベンションの開催を検討する。なお、日本代協は、講師の手配等で協力を行うが、費用については当面各ブロック負担とする。

XI . 法人運営

1 . 一般社団法人としての体制整備

一般社団法人としての「定款自治」を前提に、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。

2 . 代協事務局職員研修の実施

2014 年 7 月 18 日(金)に各代協事務局の職員研修を損保会館にて実施する。(前回 2010 年度開催)

出席者の出張費用は、日本代協で負担する。

3. 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原則としてBIDを実施する。（各委員会もメーリングリストを活用する。）

WEBや動画配信（ユーストリーム：日本代協チャンネルあり）を活用し、情報伝達の効率化と実効性確保を図る。

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）を引き続き行う。移転時期は現入居ビル（築46年）建替のタイミングを前提に検討する。

以上