

【2015 年度(第 52 期)事業計画】

日本代協 2015 年度（第 52 期）事業計画

2015 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 . 4)
1 . 損害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 . 7)
1 . 「損害保険大学課程」の運営	2 . 日本代協独自の教育制度の検討
3 . 「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	
4 . 「損害保険トータルプランナー」の取扱い	5 . P I A S の実施
6 . 代協セミナー・支部セミナーの継続実施	
．損害保険の普及と消費者保護に向けた取り組み	(P . 1 0)
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 . 大規模災害対策	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 1)
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 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	
．活力ある代理店制度の構築	(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
．対外的広報活動の展開	(P . 1 9)
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」)	5 . 代協会員 P R チラシの活用
．代協会員への支援・サービス・情報の提供	(P . 2 0)
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 . 2 1)
．コンベンション	(P . 2 1)
XI . 法人運営	(P . 2 1)
1 . 一般社団法人としての体制整備	2 . 健全財政の維持

日本代協 2015 年度（第 52 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：

政府の「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、現時点では地域経済にその効果が及んでいる状況ではなく、日本経済再生へのステップは依然として道半ばである。いずれにしても好景気による他律的な増収を期待することはできない。

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いるが、従来のように公的制度に全て依存するのではなく、国民の自助努力で将来の不安に備える必要があり、その観点から保険の持つ価値自体は大きくなっている。

（2）行政の動向：

行政は、金融業界全体に対し、顧客視点での業務運営の徹底を求めており、顧客の視点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。代理店としては、適正・的確な業務運営を行い、顧客の信頼に応える必要がある。

保険募集に関しては、保険業法改正を通して、「顧客が自らの意向に沿った商品を納得して契約できる」仕組みの構築を求めており、代理店に対しては、顧客に対する積極的な情報提供とともに、それを補完する体制の整備を求めている。

（3）損害保険業界の動向（国内市場）：

損害保険市場においては、保険料改定効果が寄与して各社ともに増収基調にはあるが、社会構造全体の成熟化は避けられず、既存市場のパイは縮小が予想される。今後は、医療・介護・年金などの長生きリスクの取り込みやリスク対策が遅れている中小企業マーケットの開拓が大きなポイントになる。

- 販売戦略では、効率化を行いながら業務品質と生産性向上を同時に実現していくことが求められており、ITを活用した業務プロセスの徹底改革（モバイル端末を活用した即時完結型の事務処理、契約の一本化、顧客情報の一元化と活用）と面談を主体とした顧客価値を高めるための時間創出が重要になっている。

営業現場においては、支社の統合や要員再配置、地域型社員の活用によるローコストオペレーションの推進、代理店完結型の事務処理へのシフトによる効率化の実現等が急速に進み、併せて、代理店手数料ファンドについても品質と収益性が高い代理店へのシフトを進めることが予想される。

代理店は、保険業法改正を踏まえて、内部態勢の整備や品質強化を図りながら、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おり、組織として機能するための「自立と自律」が厳しく問われる環境になっている。

また、今後は、消費者の「比較購入」ニーズの高まりを受けて、比較推奨を展開して消費者の支持を得ようとする乗合代理店の出現が予想される。一方で、専属を選択する代理店においては、こうした高いハードルを超えてくる代理店との間で、自社の強みや独自性を明確化した上で、専属代

理店としての顧客への価値提供が求められている。

既存の代理店は、こうした環境変化を自らの経営に取り入れ、活路を切り拓いていく必要があり、明確なビジョンのもとで経営計画を立て、具体的に取り組んでいく必要がある。

(4) 消費者の不満の声(参考:国民生活センター)

- 消費者に信頼されるプロの募集人を育成していくにあたり、留意する必要があるのは消費者の声であるが、保険募集において消費者とトラブルになる原因は主に以下の3つである。

無形契約であるにも関わらず複雑・難解であること(消費者ニーズとの適合性、支払要件の認識のズレ)

募集時の説明が不十分

消費者と募集サイドの情報量の格差

- 上記に対して求められる対応は以下の通りである。課題解決に向けて日本代協としての役割を果たしていく必要がある。

商品の簡素化・・・保険会社の問題でもあるが、代理店には現場の声を伝える責任がある

募集の質の確保・・・説明能力のある真のプロの募集人を育成する

募集文書の簡素化・・・消費者が見る気になる分量とレイアウト、代理店が説明できる内容

消費者への情報提供・・・学校等での保険の基本を周知する機会の確保

保険募集の場面で募集人が地道に消費者に対する情報提供を実践

2. 今求められること

- 代理店としては、真の保険募集のプロを目指す必要があるが、実現のためのキーワードは「業務品質」と「経営者のマネジメント能力」であり、改めて小規模企業における経営品質の重要性がクローズアップされている。

また、プロの能力を有効に生かすためには、対面販売が益々重要になり、そのためには、業務プロセスの見直しによる顧客対応時間の創出が重要な取り組みとなる。併せて、知識を正確に伝えるコミュニケーション能力が求められる。

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(経営品質)」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効果的な情報提供や具体的な支援策の提供を行っていく。

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) 目指していく方向性:

[代協会員]

消費者のニーズに的確に応える代理店・募集人を育成する

(「賢い消費者」から選択される代理店)

PDCAサイクルが機能する自律した代理店を育成する

地域のリスクマネージャーとして認知される代理店を育成する

社会から受け入れられる正当な企業としての代理店を育成する

社員が生き生きと働く成長力溢れる代理店を育成する

[組織活動]

募集人の資質向上に取り組む
公平・公正な保険市場の構築に向けて取り組む
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
社会貢献活動を推進する
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：

オープンで誠実な組織運営を行い、業界内で認知される存在として発展を目指す
各代協の取り組み事例を収集し、情宣を行い、ベストプラクティス構築を支援する（提言）
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

(3) 代理店経営支援の指針：

代協会員の経営品質向上（特に従業員重視の視点）、経営マネジメント力向上を支援する
代協会員の成長力確保・効率性向上・収益力向上を支援する
代協会員の地域ブランド構築を支援する
スモールビジネスの視点で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（社会保険の加入徹底を含む）

4. 2015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
コンサルティングコースの受講者募集に主体的に取り組む
損害保険トータルプランナーの周知・情宣に努め、認知度向上を図る
日本代協独自の新たな教育体系を検討する
募集人向け初期教育講座を試行する

2：消費者保護・保険普及

各チャン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
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
東日本大震災の追加調査結果を踏まえて必要な提言を行う

3：地球環境保護・社会貢献活動

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・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

チャンネル区分に囚われず「プロの志を有した代理店」を代協会員に取り込む
その一歩として、12,500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
国民年金基金の加入者増目標を達成する
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 等

業法改正対応の動向を注視し、実務上の問題があれば提言を行う
改正保険業法の施行に備えて、代理店の体制整備を支援する
「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
第5回コンベンションを開催する（規模拡大・開催場所変更）

上記を踏まえた具体的な取り組みは、以下の通りである。

1. 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」を目的とする教育研修事業は、日本代協の使命を達成するための重要な事業である。

全ての代協会員・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. 「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。

教育委員会の下に設けたプロジェクトチームが主体となり、各代協と連携してプログラム（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制度改善並びに各代協の負担軽減につなげていく。

(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、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も、上記と同じく日本代協が主体となって取り組み、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。

2. 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引き続き検討を行う。

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学習、セミナー実施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（「大事なことの基本がわかる損害保険基礎講座（仮称）」）」の試行を5場所程度で行い、継続実施の可否判断を行う。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」の基礎講座（仮称）』の実現プラン、カリキュラムも検討する。（事務局）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（もしも検定）」など）

3. 「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步を踏み出したとも言えるが、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。

4. 「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：

損害保険トータルプランナーの呼称とその存在をPRする。

信認度向上のために、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、損保協会と連携しながら徹底して実施する。

- 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」並びに「認定証(A4版)」を掲示する
- ② 募集時に「損害保険トータルプランナー認定証」を提示する（損保協会HPにリンクする「損害保険トータルプランナーがいる代理店」検索の登録を完了させる）
- 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（損保協会作成チラシ）

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。

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引き続き検討を行う。

5. 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35次」周年事業として実施する。

実施プランは以下の通り。

- ・ 時期：2015年6月18日～6月26日(9日間)
- ・ 費用：298,000円+研修費用900ドル
(円安の影響で円建て費用は対前年15,000円の増加となるが、燃油サーチャージが同増加分相当額下がる見込みであり、円建て部分の実質的総支払額は、昨年とほぼ同程度に収まる見通し)
- ・ 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18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の実態と従事者のプロ意識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。

6. 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経営マネジメント力向上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：経営品質、経営マネジメント、日本経営品質賞 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 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)
- 石井 秀樹 氏(ジャーナリスト：生保業界動向 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)
- 伏見 洋之 氏(日本地震再保険常務取締役：地震保険制度、震災経験を踏まえた提言 他)
- 大棟 耕介 氏(ホスピタルクラウン協会理事長：コミュニケーション、組織活性化 他)

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。社会保険加入の徹底について、代協会員への周知を行い、適正加入を推進する。

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。

契約募集の際に、弊害防止措置の内容を周知する「イエローカードチラシ」を配布し、契約者・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：

不当な割引や根拠の希薄な割引、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保険会社等関係機関に提言を行う。

個別事案に接した場合で、当事者間の意見の乖離が大きく協議が整わない場合や被害の発生がある場合は、個々の状況に応じ、契約者に対して国民生活センターやそんぽ ADR の案内を行う。

(提言)

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. 大規模災害対策

(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」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：

被災代理店アンケートを参考にしながら、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。

- 代協会員が大きな被害を受けた場合に備えて災害見舞金規則の見直しを行い、給付基準の明確化を図る。（CSR 委員会において審議の上、理事会で決定）

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

2017 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。

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）

[共通]

実施に当たっては、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。

各活動が、より実効性のある取り組みとなるよう、CSR 委員会において検討し、各代協に情報提供を行う。

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に、本部にて施策買取りを行う。

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、本年度も積極的に取り組みを進める。

環境省が進める気候変動キャンペーン「Fun to Share」の趣旨に賛同し、本会としても低炭素社会実現に向けた社会的取り組みを進める。

(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」を活用する。

(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。

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。

(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「地震保険啓発・普及キャンペーン」を実施する。(10月一斉実施を基本とする。)

キャンペーン実施とともに、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。(cf.宮城県代協の地震保険委員会))

(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。

実施場所は、大学構内等、より実効性のある場所を選定する。

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。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2014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間を逃さないよう、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各代協において取り組む。

表彰式において、日本代協賞(キッズリスクアドバイザー賞)の授与を行う。併せて、代協が関与・支援した団体のメンバー全員に、日本代協独自の参加賞(反射板)をプレゼントする。

(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。取り組みの際には、損保協会HP掲載の「動画で学ぼう!ハザードマップ」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継続実施：

高校を対象に、「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。(本年度から、グリーン基金の対象から外し、賛助会員としての対応のみを行う)
具体的内容は以下の通り。

- a. 賛助会員1口(3,000円)に対し、提供されるDVDを配布する。(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. 「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枚あり)

(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。)

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。(1月~2月に開催)
- 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

ブロック・代協単位で公開講座を開催し、大規模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、有益な情報提供を行う。

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有効活用する。

特に、富山県代協が始めた「高校生に対する自動車リスク」に対する出前研修を活用し、他代協で

の取り組みを展開する。(教育委員会、各学校に対するアテンドについては「ぼうさい探検隊」参照)
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
口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.昨年度は琉球大学、埼玉大学、高知大学、広島大学、福島大学等で実施。本年度はこれに加え
て、旧帝大で初めて九州大学での実施が実現見込み)

上記取り組みに当たり、「日本代協認定講師」育成のための「プレゼンテーションスキルアップ研
修」を開催する。(年1回・10月実施予定)

8. 消費者教育の推進

消費者教育の最も実践的な担い手は、顧客と直接接する代理店であることを認識し、日常業務を通
して契約者に対する保険知識の普及やリスク啓発、防災等の情報提供を行う。

並行して、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(「みんなの保険
検定」=日企社にて商標登録済み)を下半期から開講する前提で諸準備を行う。(資格認証は日本代
協とし、日企社は指定教育機関となる。)

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、業界とし
ての改善課題があれば、行政・損保協会等に伝え、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回開催を企画し、関係強化を図る。各代協における開催も推奨する。
- ・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」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、定期的な意見
交換の場の設営やセミナーの開催等の支部活動を推進する。

各代協の好取組事例等を掲載した「組織活性化の手引き」(平成27年4月配信予定)を活用し、
活性化につなげる。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い、タイムリーに
発信する。

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仕組む、
○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、活性化を促すとともに、各地域の独自

性を発揮した活動をサポートする。

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）に沿った公正な運営を行う。「一般社団法人運営マニュアル」を参考に、態勢構築、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、ブロック協議会の場を活用し、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、本年度も日本代協グループとして組織をあげて取り組む。

長期的には、あくまでも全代理店の加入、その前提としての過半数加入（約 8.5 万店）を目標とする。

そのステップとして、まずは、専門代理店換算組織率 50%達成（現時点で約 15,700 店。勤務型代理店等を除く）を中期的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、専門・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 12,500 店を必達目標として取り組む。

（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、以下の施策を実施する。施策の実施に当たっては、「正会員増強マニュアル」および「非会員向け PR リーフレット」を活用する。

a. 各代協においては、それぞれ専門代理店組織率 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）
但し、本年度の統計表の内容によっては、提示方法を理事会で再検討する。

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することを基本とし、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）

その際には、保険会社にとってのメリットを伝える。（cf.下記（8））

- ・ 非会員代理店との合併時の入会を確実にフォローする。

保険会社に影響力のある有力代理店のリストを作成、活用し、加入を働きかける。

退会の際には退会理由を確認し（退会届に付記）、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」・BS番組の二次利用用DVD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。

オリエンテーション参加者に具体的な取り組みを行ってもらい、代協行事に参画してもらうとともに、フォローアップ研修を行うことが効果的であり、各代協において実施を検討する。

（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。

ブロック協議会と各代協の活動の二重構造（報告、議事録の作成等）を解消し、効率化を図る。

（組織委員会にて調査、確認）

（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るとともに、ブロック協議会、日本代協の委員会とのパイプ役として、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7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。併せて、保険会社のメリットを整理した提案書を作成し、相手の立場を踏まえて支援、協力依頼を行う。

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。

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」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推奨する)

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

2018年度：上信越、東京、近畿、四国

．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回を目途に開催し、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。(本年度は7月22日(水)、2月19日(金)に開催予定)

テーマは各保険会社とも協議の上で選定するが、基本的な方向性としては、専業代理店の将来像、募集制度のあり方、諸制度の問題点(代手体系のあり方、委託契約書の齟齬、銀行口座振替手数料負担の問題)、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する。

- (2) 『活力研セミナー』の開催：

各代協からの要請を受けて限定的に開催する。

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
- ・ 開催地： 代協単位(広域の場合等は支部単位でも可)
- ・ 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： 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。

疑義事案のデータベース化

疑義を持った事案の整理・分析を行い、対応方法の標準化を図る。

3．法制度改正への取り組み

業法改正に係わる府令・監督指針、保険会社の各種制度の動向を注視し、適宜メールやセミナー等で代協会員向けに情報を提供するとともに、募集実務に過度な負担を及ぼすことがないように金融庁や損保協会に働きかけていく。

日本代協事務局において、体制整備義務履行のためのサポートを行う。（情報の収集、支援ツールの提供など）特に、比較的規模の小さな（全国展開等の規模ではない）乗合代理店の体制整備の支援ツールの提供、内部監査のサポート体制を整える。

併せて、募集制度全般に係わる様々な制度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・AIU社プロ代理店会向け契約等他社契約済み会員を除き代協正会員の100%加入を実現する。

（2014年12月末現在の加入店数9,529店、加入率82.5%）

（2）本年度契約内容：

契約期間：2015年10月1日～1年間

募集期間：8月中旬～下旬

改定内容：a.高額補償プランの新設（追加）… 支払限度額3億円（免責100万円）

b.「認定保険代理士割引」を廃止し、「損害保険トータルプランナー割引」を導入

（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。

（基本は1代協・年1回開催を基本とする。なお、前年度未開催代協や前回から間隔が空いている代協は優先的に実施する。）

各代協において、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。併せて、同審査会の内容の充実を図る。

．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、各代協において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い、コンタクトルート（お客様との接点）の多様化を図る。（消費者にとって、HPがない代理店には“品質のてがかり”がない、ことを認識する必要がある。）

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』を広く浸透させていく。

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回開催し、認識共有化を図る。（7月9日（木）開催予定。「保険毎日新聞」「新日本保険新聞」「インシュアランス」の3紙対象。）

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。

新日本保険新聞との共同取り組みである代協活動の新聞掲載記事のスキームを活用し、各代協においても原稿を作成して掲載し、情宣に努める。

3．TV媒体等の活用

ビジュアルな情報伝達は一定の効果が見込めるため、「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、理事会論議を経て決定する。

BS番組の二次利用用DVDは、代協会員向けに編集し、代協活動のPRに活用する。

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「事後の安心」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。（2015年1月現在利用部数：48,995部・PDF配布分換算58,495部 / 利用代協正会員341店・38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。

併せて、利用価値のある内容となるよう、掲載内容に関する提言を行う。

5．代協会員PRチラシの活用

代協会員の存在を広く周知するためのPRチラシ、並びに、損保協会作成の「損害保険トータルプランナー周知チラシ」を活用し、情宣に務める。

．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：

本年度も、保険業法改正に伴う体制整備等、様々な環境変化が予想され、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。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。
・日本代協からの発信文書については、標準フォームを参考に、ポイントを押さえた読みやすく簡潔な文書作成に努める。(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。
・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、広く業界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。
・企画環境委員会において、「現状と課題」の内容に関する各代協会員の理解を深めていただくための取り組みを推進する。具体的な取り組み内容は企画環境委員会において検討する。(提言)

(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、あくまでも社団法人の運営は会費が基本であることを踏まえ、会員増強の取り組みを優先する。

日本代協としては、収益事業・提携事業の候補を探り、各代協に提供する。

(2) 代協会員実態調査の実施

代協会員の実態調査を実施し、施策に活用する。(前回は平成22年度に実施)
実施方法については、理事会で論議を行い、決定する。

調査結果は、代協会員その他、制度や施策検討の参考材料として業界関係先にも提出する。

(3) 物品斡旋事業：

代協正会員に対するサービス事業として、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厚生省（現厚労省）の認可を得て創設した職能型年金基金（損害保険業者であれば代協会員以外でも加入可）であり、責任を持って存続させていく。

個人代理店（勤務型代理店等を含む）やその従業員、家族、既存加入者の増口等、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。

基金の意義、行政と日本代協の設立時の関係、制度そのものの有用性の理解、現在の業務経理の状況等について、繰り返し情報提供を行い、日本代協の責任を理解してもらうよう取り組む。

(2) 加入者募集の推進：

組織委員会の主管業務として、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。

当面は、基金の安定的な存続を確保するため、現加入員数の維持を目指す。

本年度においては、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。

加入候補者を個別に明確化し、「老後の貯金」としての位置づけを理解してもらえよう個別フォローを行う。

コンベンション

(1) 開催日程：

前年度よりも規模を拡大し、場所も変えて第5回コンベンションを開催する。

日 時：2015年11月13日（金）～14日（土）

テーマ：「代理店の組織の力を考える」（仮）

場 所：13日＜式典・基調講演等＞ 於：ホテル LE DAIBA（お台場）

＜懇親会＞ 同上

14日＜分科会（午前中）＞ 損保会館・ホテルジュラク 他

テーマ、コンセプトは、理事会で論議の上決定する。

実行計画の策定、事前準備、当日の運営は、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が行う。

(2) 2016年度の開催プランの検討：

来年度の開催プランは理事会で論議の上、決定する。

(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、ブロック単位でのミニコンベンションの開催を支援する。（講師の手配、資料の提供など）

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。

本年度は特に、内閣府に届けた継続事業（募集人教育、社会貢献などの公益事業）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. 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。効率的かつ優先度をつけて業務運営を行い、併せて諸経費の削減・見直しを図る。

会員への情報提供はメールをメインとする。（各委員会もメーリングリストを活用する。）

また、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。

HP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、移転候補先の選定等）を引き続き行う。移転時期は現入居ビル（築47年）の建替のタイミングをとらえ、移転コストの削減を図る。

以上