

2021年度 第2回広報委員会 議事録

日時 2021年6月15日(木) 10:30～18:00
会場 WEB会議
出席者 12名

(敬称略)

代協	委員名	代協	委員名	代協	委員名
沖縄	野原 早織	東京 ○	大和 親英	高知	都築 弘典
北海道	姫野 芳安	愛知	橘 恭浩	鹿児島 ○	田中 拓
神奈川	酒井 錦吾	奈良	辰巳 嘉敏		

<担当副会長> 山口 史朗

<事務局> 常務理事:小見 隆彦、特命部長:金澤 亨、特命部長:大谷 隆(記)

<オブザーブ> 新日本保険新聞社 金井次長、ユーティワイ企画 神山氏

:委員長、 :副委員長

<委員会での決定事項>

- ・「みなさまの保険情報」アンケートは委員が率先して依頼する。
- ・今年度のPR企画動画の制作業者は株式会社毎栄へ依頼することを理事会に諮る。

議 事

. 挨拶

1. 山口副会長挨拶

- ・広報委員会を担当するのは初めてであるので、皆さんとしっかり汗をかいて少しでもサポートが出来ればと思っている。
- ・委員長が沖縄で私は北海道なので一番南と一番北のコンビで一年間やっていくのでお願いしたい。

2. 委員長挨拶

- ・今年度第2回目の委員会です。沖縄は本日大雨で東京も梅雨入りしたと聞いており全国的に天候が不安定な状態ではあるが体調に留意して下さい。今日は午前中通常の委員会を行い午後から重たい選考会となるが宜しくお願いします。
- ・担当副会長が変わったので、新たな風が吹くのかと楽しみにしている。

3. 副委員長指名・司会進行・議事録作成者の指名

- ・司会進行に大和副委員長、議事録作成者に事務局が指名された。

. 報告事項・情報共有事項

1. 前回委員会の振り返り

前回の広報委員会論議内容、決定事項を議事録で確認した。

HP・SNS ガイドラインの活用については日本代協事務局で予定している代協事務局スタッフ研修(時期未定)で大和副委員長を講師として説明していただく予定である。

2. 第2回 理事会報告

事務局より、配布した第2回理事会議事録の内容に沿って説明が行われ、以下の補足をした。

- ・審議事項は1点。SD Financial Technology 株式会社の日本代協賛助会員入会につき全会一致で承認された。
- ・事業計画進捗状況について、地区担当理事・各委員会委員長より報告があった。

3. 通常総会報告

事務局より、配布した通常総会議事録の内容に沿って説明が行われ、以下の補足をした。

- ・日本代協 2020 年度(第 57 期)事業報告案が承認された。
- ・日本代協 2020 年度(第 57 期)貸借対照表、正味財産増減計算書、財産目録が承認された。
- ・杉本監事退任に伴う白石幹事の選任が承認された。

通常総会終了後、全国会長懇談会が開催され会員規模による 6 つのグループに分かれ事業計画推進について討議を行った。

・審議事項

1. 「みなさまの保険情報」保険の推進

(1)2021 年 10 月号 企画案

- ・新日本保険新聞社の金井次長より、「みなさまの保険情報」2021 年 10 月号の企画案が提示された。1 面の保険業界のテーマについて、以下の 3 案が提示された。

改正災害対策基本法の施行に伴う防災の促進 自動車盗難対策の呼びかけ 地震保険の普及・促進

(主な意見)

- ・案1だったら、ハザードマップの活用を連動させられればいいのではないかな。
- ・自動車盗難は全国で多い少ないがあるので全国への内容としては相応しくないと思う。
- ・案1は雨が多い地域ではニュースでも流れているので関心が高いと思うが、発刊日時点では雨のピークが過ぎているかもしれない。
- ・案2で紹介されている盗難対策動画のQRコードを紙面に付けて欲しい。
- ・案2の動画は愛知県限定なので紙面掲載は合わないと思う。
- ・ハザードマップと「避難指示」が重なることでBCPの訓練にもつながると思うので案1はいいテーマだと思う。

多数決により、提案された 3 案の中から 「改正災害対策基本法」をテーマにハザードマップの活用と連動させる内容とすることで決定した。

- ・2 面以降は意見なく提案内容で決定。

(2)今後の推進

- ・次回お知らせチラシの執筆担当は橋委員であることを確認した。
 - ・7 月号の購入状況と購入率を確認した(5%目標に対し 3.8%)。
- 先月から開始したお客さまの声アンケートの取組み状況を確認した(前回委員会から 16 件)。
- ・アンケートの依頼までたどり着けていない(紙面内容に入り込んでしまい時間が足りない)。
 - ・PDFで案内したときにアンケートまで触れられていない。

- ・みなさまの保険情報の内容から生保等のクロージングに話題がいつてしまう。
- ・対面でその場で回答いただかないと進まない。
- ・QRコードからではなく質問事項を印刷して回答してもらっている(郵送の場合は返信用封筒)。

(野原委員長より)

- ・このアンケートを作ろうとしたときに委員会メンバーがまず行動することが重要だと思っていたので改めて声掛けを徹底して欲しい。
- ・ブロック協議会等での案内をしつこいくらいに行ってほしい。

2. 2020 年度 PR 企画情宣状況報告

株式会社ユーティワイ企画よりPR企画の情宣状況報告が下記のとおりあった。

特設サイト・SNS 運用報告(5/1～5/31)

- ・ページビュー154 回、ユーザー人数 107 人、平均滞在時間 0:48、直帰率 79.41%とページビューが前月より減ってはいるものの、特設サイトへ興味のあるユーザーが集まったことで平均滞在時間が3倍になっており、それに伴って直帰率も減ってきた。
- ・YouTube 視聴は 2,481 回(36.6 時間)、導線は検索サイト(Google、Yahoo 等)からが多い傾向であった(2019 年度動画との比較を依頼した)。
- ・Twitter は期間内ツイート 110 人(現在 1156 人)、32 ツイートでインプレッション数 15,496 回となっている。
- ・全体的に YouTube の視聴回数・再生時間も増加傾向であった。
- ・今後は YouTube、Twitter での拡散による効果向上を引き続き進め、サイトへの流入に反映されるよう拡散を続けていく。

メイン動画と各都道府県動画のサムネール変更の提案があり反対意見無く変更することとした(今後も定期的に変更してもらう)。また、公式サイトにバナーを設置することとした(現状チラシをクリックしなければならぬので分かりづらかった)。

2. 2021 年度 PR 企画選考会事前説明会

- ・大和副委員長より配布資料に基づき、広告代理店へのオリエンシート、考課表、採点等の説明があった。

PR 企画選考会議

1. 選考結果

- ・2021 年度 日本代協・各代協加盟代理店等の対外広報についてユーティワイ企画、千葉テレビ放送、共同広告社、毎栄の4社から下記提案があり、評価項目ごとに採点を行った。

【広告代理店の主な提案内容】

項目	ユーティワイ企画	千葉テレビ放送	共同広告社	毎栄
企画 コンセプト	「損害保険トータルプランナーの地位向上と一般層へのダイレクトな浸透」をコンセプトに、医師や弁護士のような「高度な専門家」であるイメージを訴求。	「保険募集を正しく契約者や消費者に理解いただく」ことをPR企画目的達成のためのキーワードとする。	「トータルプランナーって何？」を詳しく・わかりやすく・情緒的に知ってもらおう。トータルプランナーをより理解してもらおう事で日本代協の存在・取組みと、「保険を選ぶ前に、代理店を選ぶ」という言葉への深い理解促進を行う。	どんなに優れた動画を制作しても視聴されなければ、宝の持ち腐れになってしまう、という考えから「認知獲得」「内容理解」というレベルの異なる2つのミッションに対して、演出を最適化した2種類の動画を使い分けられるようにする。
映像 コンテンツ	・メイン動画(4本) 「20代単身層」「ファミリー層」「ミドル・シニア層」「企業・事業主向け」の4つのターゲット層に合わせた代表的な「日常の気になる保険事例」をテックandトモが導入部で紹介、後半に「トータルプランナーと日本代協について」を訴求。 ・協会メッセージ動画(1本) 正副会長5名による日本代協の活動動画	花田虎上(第66代横綱若乃花)、女子アナ、若手芸人4組による「ファミリーバラエティ」形式の構成と演出を行う動画 ・共通パート(トータルプランナーPR) 「思わず、わかった！わか(若)ると安心 保険のはなし」 ・各地区代協パート 各代協の取組みをプロのナレーションと提供動画や写真で紹介	・「トータルプランナーの必要性」視聴者に向けて2.5次元俳優が語り掛ける。日常にある保険の悩みに対する解決策を単なる説明ではなく、日本代協の思いやビジョンとともに伝え共感性を高める ・「トータルプランナーってすごい！」 まるで自分の目の前で物事がおきているかのような一人称の主観映像で没入感を高め映像の中身へ引き込む。	・WEB CM「歴史上の人物たちの不安」(4本×30秒) 歴史上の人物にまつわる事象をフックとし、保険の新規加入・見直しを検討する際には「保険を選ぶ前に代理店を選ぶことの大切さ」や「損害保険トータルプランナーが力になること」を訴求 ・営業アシスト動画(3分程度) イラストとナレーションを用いて日本代協のメリットをわかりやすく説明していく動画
WEB 情宣	・特設 WEB サイト構築 ・YouTube の他、各 SNS メディアや検索サイトでの広告展開、プレスリリース配信	・「日本代協 YouTube チャンネル」および動画の適正運営、再構築による適正化 ・YouTube 特性に沿った媒体力強化の運営 ・プレスリリースの発信	・YouTube での広告発信(ターゲットを絞る) ・WEB メディア「マネープラス」タ イアップ広告、誘導施策 ・Twitter 広告	・YouTube での広告発信(ターゲットを絞る) ・ランディングページにて動画内で伝え切れていない「日本代協加盟代理店」のことや「損害保険トータルプランナー」に関する内容をフォロー
費用	制作費 550 万円(税別) 広告費 451 万円(税別) 値引き 6 万円 総合計 1,000 万円(税別)	制作費 828 万円(税別) 広告費 172 万円(税別) 総合計 1,000 万円(税別)	制作費 580 万円(税別) 広告費 420 万円(税別) 総合計 1,000 万円(税別)	制作費 665 万円(税別) 広告費 300 万円(税別) 総合計 965 万円(税別)
その他	・出演タレントについて 動画公開1年以降も継続使用可	・日本代協本編バージョンの2本はチバテレビにて特別番組として放送	・2.5次元俳優出演動画は1年間限定	・QRコードシールの提供 動画のQRコードをシール印刷し提供

【委員の採点結果】

項目	採点の考え方	UTY	千葉	共同	毎栄
1. 動画の制作・配信 (10点)	<ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者を対象にした本企画の目的を浸透させる内容になっているか(メッセージ性・訴求力の高い動画であるか) ・各動画(複数ある場合)の関連性やコンセプトが明確になっているか ・日本代協ホームページ用のバナーが提案されているか ・二次利用が可能か * 動画の本数は評価対象とはしない 	83	84	80	96
2. 制作した動画の情宣 (10点)	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS や雑誌等の活用により動画の存在を効果的に PR できる情宣方法、仕掛けとなっているか ・PR チラシデータ(PDF)の作成等の依頼内容が提案されているか * 今年度より紙チラシ及び DVD の作成は不要 	74	86	90	86
3. 運用結果のレポート と報告 (5点)	<ul style="list-style-type: none"> ・動画公開後の情宣結果が定期的にフィードバックされるか ・運用結果の評価指標が明確になっているか、わかりやすいものか 	36	37	32	38
4. 費用対効果 (5点)	<ul style="list-style-type: none"> ・依頼内容をすべて盛り込んだうえでの費用対効果はどうか ・「制作費」と「広告費」の内訳記載があるか 	33	37	41	41
5. その他・特筆加点 (5点)	<ul style="list-style-type: none"> ・上記、評価項目以外で特徴的な PR や特筆すべき点などがあれば加点 	22	24	25	31
合計		248	268	268	292

2. 選考論議

採点の結果、株式会社毎栄の提案内容が各項目で高い評価であった。

(ユーティワイ企画の提案に対する主な意見)

- ・テツ AND トモの起用は惹かれる。
- ・メディアの使い方が上手い。
- ・プレゼンに心が感じられなかった(代理店・募集人がどうやって使えるかが見えなかった)。
- ・タレントの使用はファンとアンチというリスクを抱える。

・特設サイトのハードルがまだまだ高いと思う。

(千葉テレビ放送の提案に対する主な意見)

- ・YouTubeでの情宣のやり方が明確だった。
- ・前回提案内容との違いが判らなかった。
- ・メディアの使い方が上手い。
- ・動画本数 99 本は多い。
- ・トータルプランナーの浸透に疑問を感じた。

(共同広告社の提案に対する主な意見)

- ・2.5次元俳優の起用は面白い提案。
- ・マネープラス、マネーフワードとのタイアップは新しい切り口で広告媒体・ネットワークから若い層にも広がりを感じられる。
- ・動画使用期限が1年間というのが引かかる。
- ・若い層にも広がりを感じさせられる。
- ・一人称視点からの動画が斬新な取組みだと思う。
- ・切り口、インパクト、可能性がずば抜けていたが動画の内容が薄く感じた。

(毎栄の提案に対する主な意見)

- ・わかりやすく、アイデア、内容、情宣方法が正統派の提案だった。
- ・キャッチ（歴史上の人物がしゃべる）で食いつきが良かった。
- ・ランディングページは代協のHPに直でできないのか、QRコードは自分たちで作成すれば費用削減になるのではないか。
- ・キャラクターが歴史上の人物なのでスキャンダル等の不祥事の心配がない。
- ・アニメーションにしては費用が掛かりすぎでは。
- ・長い期間使える(古くならない)動画の提案だと思う。
- ・特定修理業者対策、ハザードマップ活用の動画(QRコード活用)があればもっと良かった。
- ・ランディングページの活用に疑問(必要か)。

(委員会での決定事項)

- ・広報委員会としては、株式会社毎栄の提案を推奨案として理事会へ提出する。
- ・事前ヒアリングを行ったことで、各社依頼事項がしっかり盛り込まれた提案になっていたので次年度も継続していきたい。

3. 今後の進め方

- ・7月9日の理事会の審議を経て、スケジュール等詳細打合せを行う

. 閉会・その他

1. 本日の到達点の確認

- ・事務局より、本日の決定事項を再度確認した。

2. 山口副会長閉会挨拶

- ・広報委員会を初めて担当したが、委員会に参加してみて、長時間クリエイティブな課題を討議しており非常にしんどいと感じた。
- ・そういう意味でも皆さんはプロフェッショナルチームだということを感じたが、自分なりに感じたことを皆さんのサポートに繋がれるように頑張っていきたいと思う。
- ・みなさまの保険情報を今後どうやって広げていくかについて、我々の仕事は「情報提供業」であるのでそれを会員に腹落ちさせて、いかに有効なツールであるかを結果に繋げていく行動を手伝って皆さんと一緒に取組んでいこうと思う。
- ・長時間にわたり真剣な討議を行っており勉強になったし感銘も受けた。これから、皆さんの役に立つよう自分も頑張っていこうと決意した。
- ・最後に一つ、皆さんは日本代協の会議室で委員会に参加しているという意識を持ってリモート会議に臨んでいただきたい。遅刻、会議中の携帯使用、休憩後の再開にも遅れてくる人が居た。リモートだからというのではなく、リモートであっても日本代協の会議室でリアルに会議をしているのと同じ気持ち・同じ態度で臨んでいただきたい。
- ・本日は長時間お疲れ様でした。

以上

次回開催日 2021年9月14日(火)13:30~17:00