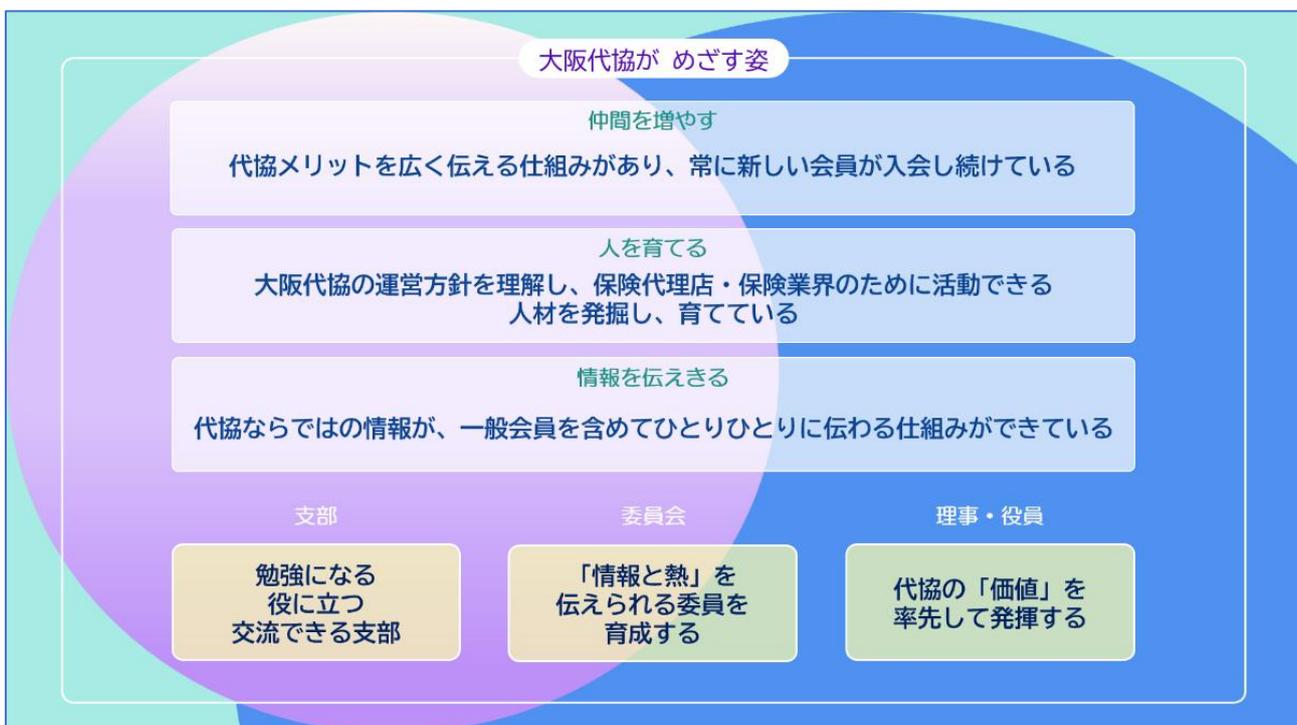
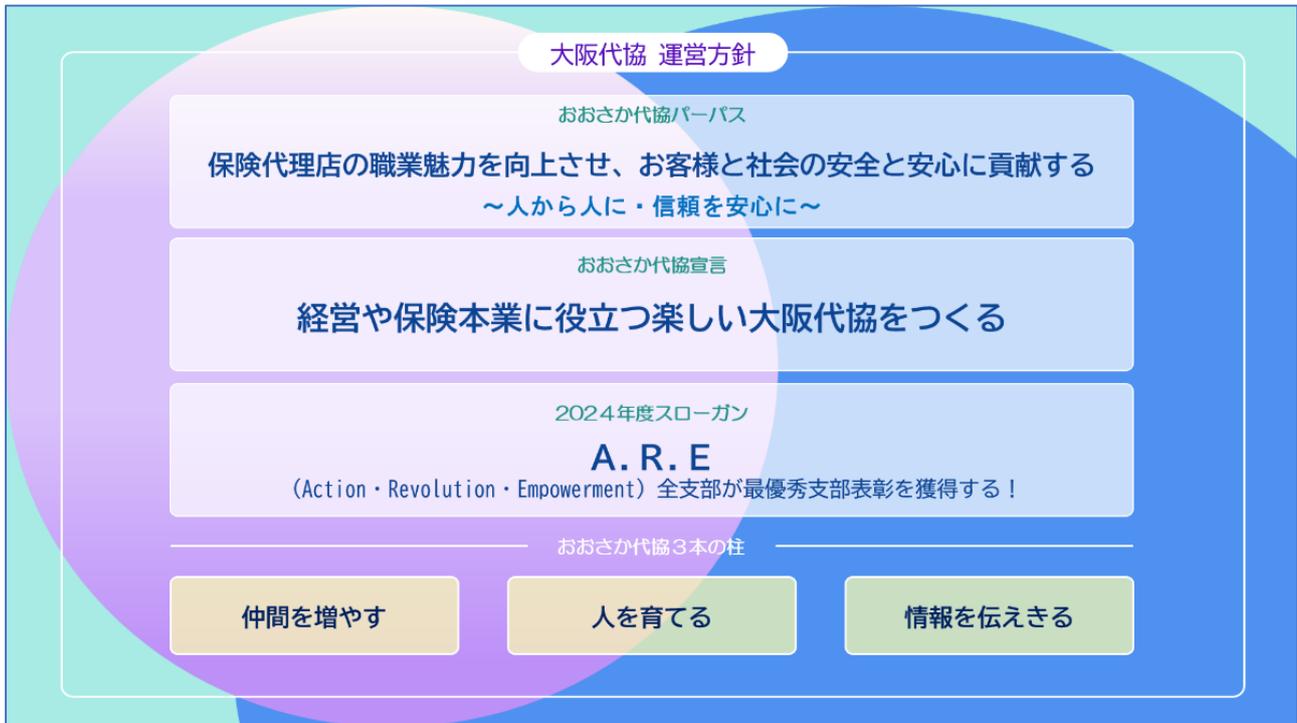


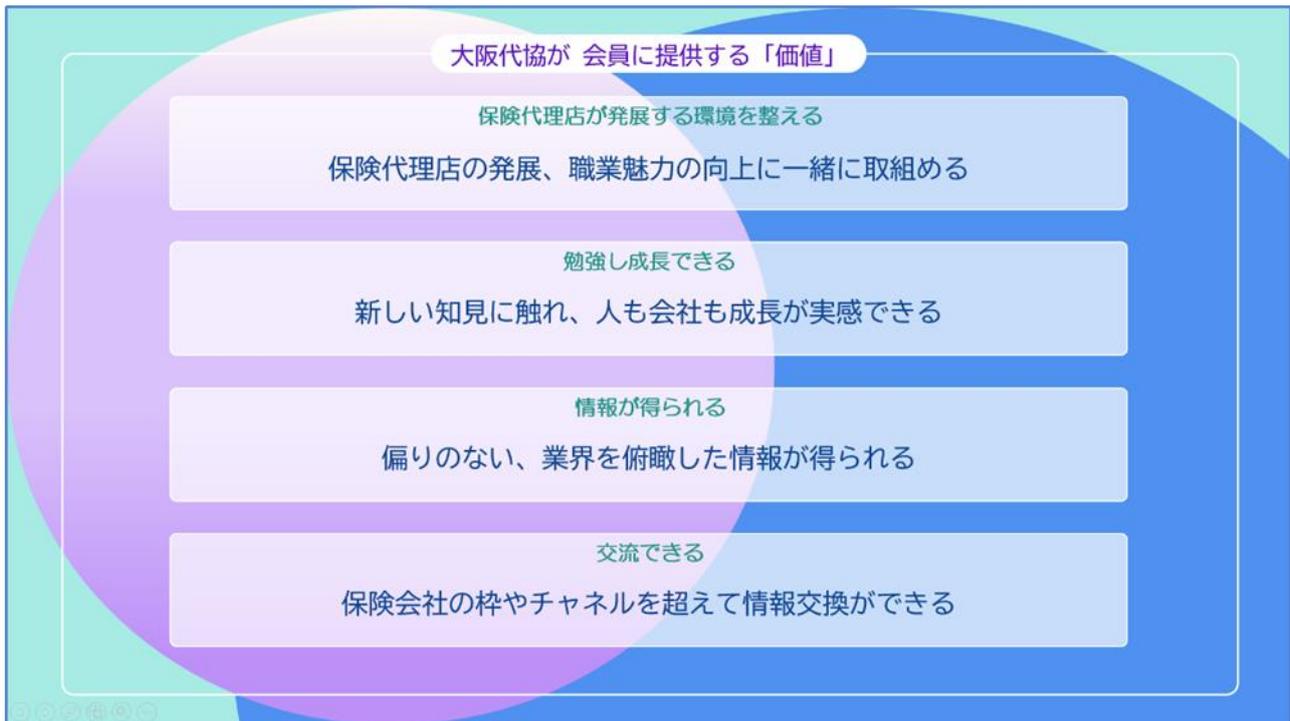
第3号議案

2024年度（第17期）事業計画承認の件

大阪代協は、2024年度の方針を以下のとおり決めました



また、私達が会員の皆様に下記の価値を提供して参りたいと考えています。



これらの「方針」「めざす姿」「提供する価値」に基づいて2024年度事業を展開して参ります。

大阪代協は、保険代理店の職業魅力の向上に取り組めます。お客様はデジタルではなく信頼できる代理店から保険に加入した方が安心し満足度が高い。この考えを代理店の社会的存在意義とし、人の気持ちがわかる優秀な人材が保険代理店の仕事に就く業界にしていかなければならないと考えています。

一方、昨年度保険業界は、BM問題や共同保険カルテル問題等により歴史的な転換点を迎えました。特に保険会社では、これまでの慣行や営業推進の考え方を抜本的に見直し、お客様起点に基づいて一から会社を作り変えると宣言しています。大阪代協としては、引き続き保険代理店における「顧客本位の業務運営」の実践、浸透に注力するとともに、業界の変化を常に注視し、必要な情報や指針を会員の皆様に提供して参ります。

以下目指す姿に沿って今年度の具体的な取組みについてご説明いたします。

1. 仲間を増やす

組織として業界に影響力を保ちつつパーパス実現に向けた活動を展開するために、会員数の維持・拡大は必要不可欠です。今年度も「仲間を増やす」活動を組織の最重点項目と

して取組んで参ります。

近年保険会社方針により、代理店の合併・廃業が増加し、実在代理店数の減少に伴い、当会の組織率は徐々に伸長しているものの、依然高止まりのレベルにはなく「代協を知らない、正しく理解していない」代理店はまだ数多く存在しています。また、代理店と保険会社の関係も変化し、営業担当者による経営サポートに不満を感じる代理店も増加傾向にあります。業界が大きく変化する現状は代協にフォローの環境であり、仲間を増やすためには、代協の存在、代協の価値を広くお知らせすることが重要です。

(1) 会員満足度の向上

大阪代協が一体感を持って仲間づくり推進に取り組むためには、まずは既存の会員の満足度を高めることが大切です。会員自らが「代協に加入して良かった」、「代協の会員である事が誇らしい」と思わなければ未加入代理店に代協加入を勧めることはできません。この点を踏まえ、諸施策を展開するにあたり会員満足度の向上を目指して、執行部、理事、支部役員の連携を一層強化し、組織を挙げて会員が意識高く仲間づくりに取り組める環境を構築して参ります。

(2) オープンセミナー開催

世情の変化を見定めつつ、ハイブリッド開催等の効果的な開催手法により、保険代理店の関心の高いテーマを選定し300名程度の集客を見込むセミナーを今年度も開催します。また、旬なテーマをとりあげた比較的小規模のセミナーも機動的に開催します。これらは大阪代協の重要な価値提供のひとつであり、会員はもちろん、未加入代理店、保険会社の皆様へも周到なPRを行い代協の理解を業界内に広げて行きたいと考えます。

(3) 各保険会社拠点との関係強化

未だ会員ではない保険代理店に関するデータを整備し、代協組織を通じた直接のアプローチは重要であり、継続して取組みを進めます。加えて、所属している保険会社経由で情報が伝われば、広範囲かつ漏れなく情報が行き渡る効果が期待できます。そのためには、保険会社の立場を考慮した納得感ある情報コンテンツの選定と、各社の各拠点との関係構築が重要です。今年度も引き続き、各保険会社の担当役員、部支店長、課支社長それぞれのレベルに応じて役割を分担し、一層良好な関係の構築に注力して参ります。

(4) 代理店賠償責任保険の普及・促進

代理店賠償責任保険の普及・促進は、保険代理店に賠償資力を提供する観点から極めて重要な取組みです。また、賠償加入率は既存会員のほぼ90%に達しており、代協加入へのモチベーションが働く大きな理由の一つになっています。

今年度も代理店賠償責任保険の普及・促進を、未加入代理店および保険会社に継続的に働きかけ仲間づくり推進に繋げていきます。

(5)組織委員会・支部の連携強化

仲間づくりは、具体的に新入会員の候補者を探し、確実に代協メリットを伝えるアプローチが取組みの基本です。当会としては、各支部において組織委員と支部役員の連携のもと、新入会員候補者リストの作成・アテンドを取組みの軸として進めています。

新入会員が加入した際のオリエンテーションは、仲間意識の醸成、支部活動の紹介等極めて重要度が高い取組みです。各支部の組織委員と支部役員が連携して速やかな実施を必須といたします。

2. 人を育てる

大阪代協パーパスの実現、組織活性化のためには代協活動に携わる人材の育成が必要不可欠です。環境が目まぐるしく変化する中、現状を打破し、大阪代協を将来に亘って継続・発展させて行くためには、特に、若い世代の人材に代協の価値を実感してもらい、フレッシュな力と感性が発揮できる環境を整備する必要があります。大阪代協は2024年度も下記の取組みによって人材の発掘、育成に注力して参ります。

(1)人材育成研修会実施

当会の人材育成の柱は、毎年継続して開催する人材育成研修会です。今年度は、大阪代協単体の主催となりますが、リアルで一泊二日の開催が予定されており有意義な研修会にしたいと考えています。若年層を中心に一人でも多くの方に参加してもらい、将来の大阪代協を担う人材に代協の価値と魅力を伝えて参ります。研修のコンテンツは「経営や保険本業に役立つ」内容と、「なぜ代協が必要なのか」を腹落ちしてもらう2つのコンテンツを含めたプログラムを検討します。

(2)委員オリエンテーション実施

大阪代協の5つの委員会に所属する委員全員を対象にした委員オリエンテーションを、今年度も開催します。委員会は、代協活動の根幹にあって、施策を具体的に展開するための組織体であり、テーマは「情報と熱」を伝えられる委員の育成です。委員会を構成する

委員は、支部の会員と委員会を繋ぐ重要な役割を担っています。その委員一人ひとりに「なぜ代協という組織が必要なのか」「委員に期待される役割は何か」を理解してもらい、主体的に委員会活動に取り組める環境を代協組織内に構築します。

(3)支部の活性化

全ての会員が所属して構成されているそれぞれの「支部」がパーパス・3本柱・目指すべき姿を理解し、しっかりと機能することは個々の代協会員にとって極めて重要です。大阪代協は「勉強になる・役に立つ・交流できる」の3点を掲げ、主催する支部メンバーも、参加する支部会員も楽しみながら活動できるカルチャーの創造を目指します。「支部」が活性化することにより、新たに代協活動に関わる会員が増え、活動を進める中で将来の支部運営に携わる人材の発掘・育成に繋がることを期待しています。「支部」は、私達が宣言している「経営や保険本業に役立つ楽しい魅力ある大阪代協をつくる」の直接の担い手であり、この点を踏まえ代協組織全体でバックアップに努めて参ります。

(4)「代協活動の現状と課題」勉強会実施

「代協活動の現状と課題」は、毎年各会員に送付されていますが、冊子の中を開かずそのまま放置している会員が少なくありません。しかしながら記載内容を理解すると、その価値に改めて気づく会員が多く存在します。「代協活動の現状と課題」の勉強会は、代協とは何か、なぜ代協が必要なのか、を腹に落とせる絶好の機会です。当代協では継続的かつ様々なレベルで勉強会が開催されるよう運営して参ります。

3. 情報を伝えきる

代協の大きな価値のひとつに、情報提供機能があります。保険会社および、行政当局や様々な業界関係機関と日本代協との密接な関係維持により得られる情報や、保険会社のフィルターを介さない保険業界の迅速かつフラットな情報は、益々複雑化する環境下における代理店経営に極めて重要な意味を持つと考えています。

しかしながら、多数の会員を有する当会において、個々の募集人に情報を伝えることは極めて困難と言わざるを得ません。そのような環境認識に立って、以下の取組みによりできる限り広範囲に確実に情報を伝えられるよう代協におけるコミュニケーションの在り方を追求して参ります。

(1)LINE 公式アカウントの活用

代協のメリットである「情報」を有効に伝える仕組みの構築は永遠の課題と考えていま

す。以前は、会員登録されたメールアドレスを唯一のルートとして情報発信してきましたが、登録されていない一般会員には情報を伝え切れず、代協の認知も広げられずにいました。一般会員は比較的年齢層が低く、確実に将来の保険業界を担う人材が含まれています。一般会員を主な対象として、スマホの LINE アプリを介して「友だち」になり、メール以外の情報共有手段を保有することは、代協組織にとっても極めて重要と考えています。2023年度は、諸般の事情から発信数が大きく減少してしまいました。2024年度は改めて LINE を活用した情報発信に努め、現在 450 足らずの登録数を早急に 600 超とし、会員間の口コミで拡大していく状態を目指します。

(2)大阪代協 LIVE ステーションの見極め

ここ2年継続実施した代協としてのメッセージをオンライン配信する「大阪代協 LIVE ステーション」を次年度も継続するか見極める年度といたします。

この取組みは、①会長、役員メッセージを、直接全会員に向けて発信する、②支部が支部会を開催するロードの削減を図る、の2つを目的としていますが、なかなか視聴者数が伸びず、定着しているとは言い難い状況です。今年度は、8月、11月、3月の3回実施を予定し、一定数の視聴者が確保できない場合、次年度は別施策を検討いたします。

(3)ホームページを中心とした Web 広報のさらなる発展

大阪代協のホームページは、この数年間の取組みにより、広報の中核として存在感を発揮するようになりました。全国各代協なかでも活用が進んでいると評価されています。今年度は一層戦略的に活用し、支部や委員会で情報を共有するためのメディアへと成長させていきたいと考えています。

a) 支部・委員会の取組みを、支部会員・委員会メンバーにタイムリーに伝えるとともに、大阪代協組織全体で共有する仕組みを作ります。ホームページの「活動報告」機能を使い、支部・委員会の取組みがビジュアルに報告され、参加しなかった支部会員・委員会メンバーに当該サイトがフィードバックされるサイクルを徹底します。活動に直接かわらない会員への積極的なコンタクトを地道に継続して参ります。

今年度も、支部・委員会のロードを極力減らせるよう、作業手順の見直し、標準化をはかるべく HP 活動報告担当者オリエンテーションを開催します。

b) 最新の情報、業界の動きをホームページの「お知らせ」または「固定ページ」に掲載し、迅速かつ適正にメール・LINE により配信します。今年度も、お届けしたホームページの情報が、どれだけ閲覧されているのか、どうすれば閲覧件数が向上するのか、に

ついて検討を重ねながら改善を加えて参ります。

- c) 代協に関する情報、代協の取組み、会員であることのメリットを集約し、ホームページ上に「会員が利用できること」サイトを作成し、随時閲覧可能にしています。今年度は分かり易くレイアウトに改良を加えて、会員の皆さんへのPRに注力して参ります。
- d) 上記 a)～c)の情報を定期的に集約し、重要なポイントを会員にリマインドする目的で開始した、月次報告のポータルサイト「IIAおおさか」を毎月配信して参ります。
「IIAおおさか」は会員のみならず、各保険会社、近畿財務局、日本損害保険協会にも配信します。各保険会社には、所属する社員の皆様にも配信をいただくよう今年度も会員大会で依頼を行います。
- e) 当会のパーパスにある、保険代理店の職業魅力の向上を目的として、会員に限定しないセミナー等の情報を広く保険業界に発信して参ります。その際、情報発信の起点をホームページとし、保険業界関係者による当会のホームページ閲覧頻度の向上を図ります。
- f) LINE、Facebook、X（旧 Twitter）、YouTube 等のSNSとホームページの効果的な連携を模索し、会員向けの情報供給チャンネルの拡大と、未だ会員登録をしていない保険代理店に向けた情報発信を試行していきます。

4. 大阪代協としてのチャレンジ

2024年度は、損害保険代理店や、代協組織が抱える課題を克服し、他代協でも活用できるノウハウとして発信できるよう、大阪代協の組織全体を挙げて下記の5つのプロジェクトに取り組んで参ります。

(1) 全会員アンケートの実施と保険業界への提言

4回目となる全会員アンケートを今年度も実施し、会員皆様の声や思いを収集いたします。テーマは、各保険会社の施策をもとに、品質・顧客本位・体制整備・プロテクションギャップ・乗合等の切り口で、600名以上から現場の生の声を集めたいと考えます。集まった声や思いを集約し、より顧客本位の募集が進み、お客様の信頼度の向上に資する観点からの提言として、アンケート結果をまとめます。

(2) 日本代協アカデミーの普及・促進

保険代理店、保険募集人が、顧客本位の業務運営を実践するためには、周辺知識も含めて幅広く勉強し自らのスキルアップを図ることが不可欠です。代理店組織としても、募集人教育・管理を仕組みとして実践できる体制整備が極めて重要とされています。日本代協が提供する「日本代協アカデミー」は規模がそれほど大きくない代理店において、スキルアップおよび体制整備を実現させるための非常に有効なツールであり、これを普及・促進させることは、保険代理店の社会的存在意義を高める効果が期待できます。大阪代協では、会員の皆様の中で既に実践しているお取組みを分析し、一般的に利用できるマニュアルとして発信することに取り組めます。

(3)組織率75%を目指した仲間づくり推進

近年の傾向として代理店は、顧客本位の業務運営を実現させるために、組織化を図り合併、あるいは契約を譲渡し廃業するなど、その数を減らし続けています。日本代協が把握する実在専業代理店数の減少率が、大阪代協会員の減少率を上回り、当会の組織率は徐々に伸長し、2022年度末には、初めて組織率70%に到達しました。

しかしながら、2023年度も新入会員数は、退会数に届かず、会員数の減少に歯止めがかからない状況が続いています。今年度は、会員数の純増を実現させ、組織率75%に向けた複層的な施策を展開して参ります。

(4)防災士資格取得の推進と防災出前授業の実施

保険代理店の存続には、他の代理店との差別化が重要とされています。大阪代協では「防災士のいる保険代理店」を差別化施策のひとつと位置付け、会員の皆様に防災士資格の取得を推奨して参ります。資格取得後は、地域の防災リーダーとして活躍いただくことはもちろんですが、各地教育機関における防災授業の講師を担い、保険代理店の地位向上と地域社会への貢献につなげていくビジョンを掲げています。

(5)支部活動参加者のダイバーシティ推進

支部活動参加者の固定化、高齢化という、代協を運営する上で、極めて大きな問題があります。また、参加者の性別では男性が圧倒的に多く、女性参加者が少ないという未だに昭和の時代を引きずった状況になっています。現在の縮小均衡状態が続けば組織の存続に大きな支障が生じかねません。活動参加者のダイバーシティ推進が実現すれば、代協組織の将来は明るく開け、現在と全く違った発展的な展開が期待できると考えています。今年度、代協活動参加者のダイバーシティの進展を実現させるために組織全体を挙げて取り組みを進めて参ります。

5. 委員会活動

大阪代協からの諮問事項に基づき、各委員会は下記の活動計画を立てて取り組みます。

2024年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
企画環境委員会	公平・公正な募集環境構築への取組み	<p style="text-align: center;">通年</p> <p>募集の公平性を維持し、不正な競争を排除することは、保険契約者の利益保護並びに保険業界全体の健全な発展のために重要であり、重点施策として取り組む。</p> <p>(1) 個別事案への対応 会員の声に耳を傾け、不適切な販売事例が多く報告されているディーラーによる保険販売等の個別事案の収集とモニタリングに努め、問題事案が発生した際は、事案に応じて迅速に対応するとともに改善と再発防止を求める。対応結果をブロック協議会を通じ日本代協企画環境委員会へ報告し必要に応じて金融庁や財務局に報告する。</p> <p>(2) 災害に便乗した悪質な業者への対応 保険会社・損保協会・損保労連・消費者団体等と連携し、代協会員に対しては情報提供やツール案内を行い、消費者（契約者）に対しては保険金に関する災害便乗法相談ダイヤル等の案内を通して啓発活動を行う。法律的な問題を整理した上で、収集した事案をブロック協議会を通じて日本代協企画環境委員会へ報告し業界全体の対策に繋げる。</p> <p>(3) 業際問題に対する取組み 銀行窓販や日本郵政グループによる保険販売について優越的地位を乱用した圧力募集や高齢者に対する押し付け販売等の情報収集やモニタリングを行い、問題事案が発生した際は情報収集・整理しブロック協議会を通じ日本代協企画環境委員会へ報告する。弊害防止措置の存置を支持し、消費者保護の観点から注意喚起チラシ等を活用し消費者（契約者）に対して啓発活動を行うよう代協会員に情宣する。</p> <p>(4) 団体契約・集団扱・団体割引の適正な適用に対する取組み 保険募集現場での運用の情報収集とモニタリングに努め、問題事案が発生した際は、事実に基づいた客観的な情報を収集・整理した上で、保険会社に改善を求めるとともに財務局に報告する。対応結果をブロック協議会を通じ日本代協企画環境委員会へ報告し、制度的な課題について保険会社に適正・厳格な割引の適用・運用を要求するよう働きかける。</p>											
	代理店価値向上策の推進	<p style="text-align: center;">通年</p> <p>顧客本位の業務運営を推進する観点からお客様に評価される高い能力を身につけ他チャネルとの競争力を確保するための取組みを優先順位を決めて推進する。</p> <p>①事業継続強化計画認定制度（ジゴケイ） 防災・減災の情報提供や策定支援を行いお客様や地域社会を守る取組みを推進するため引き続き認定取得のためのワークショップを開催する。</p> <p>②社労士診断認定制度 保険代理店の適切な人事労務管理と優秀な人材の採用・育成を目指すとともに、お客様の人事労務リスク対策を支援するために認定取得を推進する。</p> <p>③リスクマネジメント講座 真の顧客ニーズに応えるため提案品質の向上と他チャネルとの差別化を図ることを目的として日本代協アカデミーを担当する教育委員会と連携して受講を推進する。</p> <p>④JSA-S1003 保険代理店に強く求められているガバナンス態勢の構築を見える化するためにサービス品質管理態勢の指針に基づく認証取得を情宣・推進する。</p>											
	会員の声、思いを収集する取組み	<p style="text-align: center;">アンケート実施 アンケート結果公表</p> <p>(1) 保険募集現場の実態のモニタリングと対応策について全会員アンケートを実施する 保険募集現場の会員の本音としての課題、悩み、期待を集約し組織として可視化することで会員から認知され活用される代協力の向上を目指していくための重要施策として取組む。集約したデータを「代協組織」の更なる活性化に繋げ保険代理店の持続的な発展や会員満足度の向上に活用する。アンケート結果は、次の対応を行う ①ホームページの公表②近畿財務局に手交 ③各保険会社に郵送④日本代協を通じて金融庁に報告⑤新日本保険新聞、保険毎日新聞に掲載する。</p> <p>(2) 保険会社戦略のモニタリングと情報収集 「代理店の合併・統合」、「集合承認申請」、「代手ポイント制度全般」、「顧客本位の業務運営」等保険会社戦略の展開状況を注視するとともに会員の考え方を集約し提言にまとめる。</p> <p>(3) 業界の共通化・標準化に向けた情報収集と検討・提言 共通化・標準化を図ることで消費者（契約者）、代理店、保険会社の三者にメリットがあると考えられる事案を会員から情報収集・検討し日本代協企画環境委員会に提言する。 情報収集・検討のポイントは次の3点①消費者（契約者）にとっての分かりやすさ・利便性の向上（トラブル、不信、無用なロードの抑制）、②代理店・募集人の業務効率化（顧客対応時間の確保・生産性向上）、③代理店・募集人の業務効率化（顧客対応時間の確保・生産性向上）</p>											
	消費者団体等との対話活動	<p style="text-align: center;">全相協総会参加</p> <p>全国消費生活相談員協会関西支部交流会に出席し情報交換を行う 消費者団体と交流を図ることで、消費者団体に寄せられた保険業界や代理店・募集人に対する「お客様の声」を知り、消費者にとってより良い保険制度の構築や分かりやすい保険商品の提供について議論し、その結果を行政や損保協会に伝えることで消費者の利益保護に貢献する。</p>											
教育委員会	日本代協アカデミーの普及促進	<p style="text-align: right;">更新 流れのフォロー</p> <p>作成した推奨プログラムを用いて利用者へフォローを行う。 フォローリストを作成し、新規利用者目標数を確保する。 日本代協アカデミーのPR活動継続する。 2～3月アカデミー更新流れを無くすよう情宣する。</p>											
	人材育成研修会、ベンチマークの企画・運営	<p style="text-align: center;">ベンチマーク 7/26-7/27 人材育成研修 10/4-10/5</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; width: 45%;"> <p>【代理店ベンチマーク】 大阪代協の次代を担う若手を育成するべく人材を選出する。 ◆4月中旬に訪問先代理店・人数を決定する ◆5月理事会にて承認を得て各支部に案内を行う ◆6月初旬に参加者を確定させる</p> </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; width: 45%;"> <p>【人材育成研修会】 大阪代協の次代を担う若手を育成するべく人材を選出する。 ◆6月中旬に研修会場・人数を決定する（感染症対策・講師含む） ◆7月理事会にて承認を得て各支部に案内を行う ◆8月中旬に参加者を確定させ、講師会場と打合せ開始</p> </div> </div>											
	損害保険大学課程コンサルティングコース受講者募集およびセミナー運営	リスト作成	受講案内	受講案内	コンサル募集期間								
TP認知度向上の取組	<p>トータルプランナーのいる代理店、サイト登録の情宣活動を行う。 トータルプランナー認定バッジの情宣活動を行う。 トータルプランナーの顔写真付き認定証の推奨活動を行う。</p>												

		2024年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
組織委員会	代理店賠償の推進	<p>■ オール大阪代協で「スローガン：A.R.E (Action・Revolution・Empowerment) 全支部が最優秀支部表彰を獲得する！」を、実践する。</p> <p>■ 各支部で作成する未加入代理店（入会候補代理店）リスト・組織委員会で管理する見込先リストを、永続的に有効活用する組織風土をつくりあげる。</p> <p>■ 委員会として、支部（含む合同）開催セミナーへの非会員勧誘に協力する。参加した非会員に対して、代理店賠償・代協アカデミーを柱に、大阪代協会員ならではの価値を伝える。</p> <p>■ 8月に大阪代協としての代理店賠償セミナーを開催し、非会員・保険会社社員に対して参加を要請する。</p> <p>■ 1月に大阪代協としてオープンセミナー開催し、年度末の目標達成を見込んで非会員集客対策を実践する。</p> <p>■ 日本代協主催の仲間づくりキャンペーンの目標を達成する。</p>												
	各社認定代理店等の分析と活用	<p>課支社長との関係づくり</p> <p>通年</p>												
	保険会社拠点分析と担当の明確化	<p>■ 認定・役員代理店の入会状況分析</p> <p>■ 保険会社・本部→支店→営業課支社へと営業部門組織図と役職者名を明確にし、課支社長との良好な関係を作り、代協を理解してもらえる状況を作る。</p> <p>■ 併せて、各保険会社における大阪代協担当窓口を明確にするとともに、課支社長のメールアドレスを収集し、代協の情報を送付する許可を得る。</p> <p>■ 大阪代協セミナー開催等の情報提供先、各保険会社営業拠点の整備を行う。第一四半期中に、各保険会社機構改革を反映させる。</p> <p>■ 期中変更ある場合は、その都度反映させる。</p> <p>■ 個別の代理店賠償の説明会も随時実施し、保険会社としての必要性を認識頂き、非会員代理店への普及推進にご協力をお願い。</p>												
	支部活性化推進	<p>通年</p> <p>■ 支部会で、様々な情報収集ができる等、メリットが感じられれば参加者数が増え、活気ある支部会となる。退会防止にもつながる。</p> <p>■ 既存会員に積極的に参加してもらえらる支部会・女性会員・一般会員にも参加してもらえらる支部会にするため、きっかけづくりの支部セミナー開催を提案する。</p> <p>■ 代協アカデミーを理解・活用し、仲間作りのツールとしても活用できるようにする。</p> <p>■ 支部（含む合同）セミナー開催のための情報提供を行う。各支部には年1回（期中2回）オープンセミナーの開催を勧める。</p> <p>■ 他の委員会と連携し、おおさか代協の各ツール・提携事業の説明会を各支部で実施する、情宣の支援活動を勧める。</p> <p>■ 一般会員登録を促進し、LINE登録も促進する。</p>												
新入会員オリエンテーションの実施推進	<p>通年</p> <p>■ オリエンテーションツールは、HPに掲載済み。組織委員会での意見を反映させ随時見直しを行う。</p> <p>■ 各支部では、組織委員が中心になり、入会后直ちに実施する。必ず開催し、代協を理解いただき、支部会・代協活動に参加してもらえらるきっかけとする。</p> <p>■ 支部会への新しい会員の参加は、活性化につながる。組織委員は、オリエンテーションの実施から支部会からの勧誘まで実践できるように準備する。</p>													
	ぼうさい探検隊継続取組団体の開拓	<p>実施団体の募集・開拓</p> <p>実施とフォロー（マップ提出）</p> <p>振り返りと次年度計画</p> <p>取組むことによる派生効果と代理店の価値向上を深く理解し、そのことを全会員に浸透できるよう情宣する。単年度だけでなく継続して実施していただける団体の開拓について、情報交換を取り組む。自治体や市民活動団体との協働及び情報共有。防災減災の具体的な取り組みの定着と災害発災時の具体的な行動シミュレーションを見える化する（他業界等とのコラボを模索する）。</p>												
CSR委員会	出前授業実施に向けた検討	<p>実施先選定とコンテンツ・講師確認</p> <p>授業実施</p> <p>実績確認</p> <p>それぞれの得意分野に関する講師ができるよう、スキルアップし取り組む（特に防災関連）。</p>												
	防災士資格取得の推奨活動	<p>資格の内容と試験について情宣（自治体ごとの補助確認）</p> <p>資格取得希望者募集</p> <p>受講・受験</p> <p>実績確認</p> <p>次年度目標</p>												
	ハザードマップの情宣と普及	<p>資格取得によって代理店（募集人）の価値を高め、社会的地位の向上に資し、CSの向上につなげる。経験者からの情報提供及び数少ない養成講座の受講に向けて、積極的に受講を促す。ハザードマップの使用状況についての情報共有と普及方法についての検討。</p>												
	各種CSR活動のとりまとめ	<p>無保険車撲滅</p> <p>クリーンアップ</p> <p>大阪マラソン</p> <p>緑の羽根実施検討・献血活動検討・大阪府建築防災啓発員制度の実効的な運営・SDGs 施策についての取り組み（具体例を共有する）・防災探検隊プロジェクトチーム・ごども110番推進</p>												
事業活性化委員会	各種提携事業の周知徹底と活用推進	<p>通年</p> <p>昨期（2022～3年度の2年間）には4提携事業を開始した（Jネットレンタカー、むびぎ不動産鑑定、弁護士法人ALG&Associates、イチネン）。レンタカーと弁護士提携は各会員にメリットを認めてもらい浸透しつつある。しかしながら、未だ提携後、稼働につながらない事業が見られることも事実である。故に、新年度は提携事業を広く浸透させるため、各委員がより一層支部会にて事業活性化委員会のPRをしていただく事に注力する。その前提として、小職から、理事会にて各支部長に、「事業活性化委員会の提携事業を推進する事が各会員のブランディングと収益につながる」という事を丁寧に説明し、理解して頂く事により、支部会でのPR時間を頂くように努める。又、低稼働提携事業者には各支部とのコミュニケーションをとり、支部会でのPRタイムを設定する様に指導していく。</p>												
	提携事業利用実態の定量把握と改善策の提案	<p>通年</p> <p>現状で定期的に報告を頂いている提携事業者は、Jネットレンタカー、JCM、ALG&Associates、DRPグループ、ハヤシシン。利用実績のある提携事業者は定期的に報告いただいている。残念ながら利用実績のない提携事業者からは、それら利用実績の無い提携事業者の会員への認知度浸透合いを各委員に支部会においてチェックしてもらおう。その結果を以って、推進、現状維持、廃止に分類して対応していく。</p>												
	顧客と会員、両方のメリットを実現する会員の強みとなる提携の推進	<p>通年</p> <p>懸案事項である天災対応構築物修理業者。旧年度画策した案も問題点があり、保留。地震を含めた天災が多発しており、早急な対策に努める。新提携予定のハウスメーカーとより良い関係を築くことによりグループ会社、協力会社のネットワークを活用することも一案だが、再度ゼロベースで発想を変えて取り組む。又、本年度は防災、減災、被災時対応が出来る業者との提携も模索する。</p>												