

## 2026年度 大阪代協委員会開催日程

	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		15(金)	9(火) オリエンテーション	6(月)			5(月)		7(月)		8(月)	
教育委員会	3(金)	8(金)		3(金)	21(火)		2(金)		11(金)		2(火)	5(金)
組織委員会	2(木)	7(木)		8(水)		9(水)	14(水)		9(水)		10(水)	11(水)
CSR委員会	10(金)	12(火)		9(木)		10(木)	8(木)	11(水)		13(火)	9(火)	10(水)
事業活性化委員会				7(火)		8(火)				8(火)		4(木)

		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	2026年度 スローガン	「保険代理店をするなら、代協会員であるべき」という世界観を築き上げる ～ 代協の価値は代理店賠償だけじゃない ～											
	■募集現場の実態のモニタリングと対応策の実施  (顧客本位の業務運営の妨げになる事案も含めて)	通年											
		<p>募集の公平性を維持し、不公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財務局に報告する。</p> <p>(2) 業際問題に対する取り組み 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を収集・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>(3) 団体契約・集団扱・団体割引の適正な適用に対する取り組み 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> <p>(4) 顧客本位の業務運営の妨げになる事案および過度な便宜供与に該当する事案の収集 保険会社施策、営業現場での対応をウオッチし、顧客の最善の利益が損なわれる事案があれば、日本代協を通じて金融庁に報告を行う。</p>											
		通年											
■代理店価値向上策の推進	<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り組みを優先順位を決めて推進する</p> <p>(1) 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>(2) 事業継続力強化計画認定制度（ジギョケイ） 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り組みを推進するため引き続き認定取得に向けた推進策を検討し行動に移す</p> <p>(3) 社労士診断認証制度 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証取得を推進する</p> <p>(4) JSA-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、思いを収集する取り組み	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px;">アンケート</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px;">アンケート結果公表</div> </div>												
■消費者団体等との対話活動	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block;">全相協</div>												
	<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論議し、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>												

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
<b>教育委員会</b>	2026年度 スローガン	「保険代理店をするなら、代協会員であるべき」という世界観を築き上げる ～ 代協の価値は代理店賠償だけじゃない ～											
	■日本代協アカデミーの活用推進	更新漏れのフォロー											
		<p>(1)体制整備（自己点検）をきっかけとした利用推奨 募集人教育・管理の重要性の理解を広げ日本代協アカデミーを推進する</p> <p>(2)実践マニュアルの活用 日本代協アカデミー実践マニュアルを用いて利用者へフォローを行う</p> <p>(3)アプローチリストの作成 絶対にアカデミーが必要と思われる会員をリストアップしたアプローチリストを作成し、新規利用者目標数を確保する</p> <p>(4)登録会員のフォロー 確実に利用されるよう登録会員にヒヤリングを行い、活用状況を確認する</p> <p>(5)更新対策 2～3月アカデミー更新漏れを無くすよう情宣する。</p>											
		<div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">人材育成研修9/4～</div>											
		<p>■人材育成研修会の企画・運営</p> <p>大阪の次代を担う若手を育てる必要が有る為の、人材を選出する。 5月中に実施場所・人数・決める。 6月理事会に承認を受け各支部に案内する。 7月中に各支部から参加者を確定させ、講師、会場と打合せ始める。</p>											
<div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block;">ベンチマーク 8/5or8/6</div>													
<p>■代理店ベンチマーク研修の企画・運営</p> <p>大阪の次代を担う若手を育てる必要が有る為の、人材を選出する。 4月中に実施場所・人数・決める。 5月理事会に承認を受け各支部に案内する。 6月初旬に参加者を確定させる。</p>													
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px 20px; border-radius: 10px;">1回目セミナー</div> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px 20px; border-radius: 10px;">2回目セミナー</div> </div>													
<p>■コンサルティングセミナー運営の主導</p> <p>セミナー運営の開催が多くなるのでスタッフの確保を早めに行う。 運営方法の勉強会を実施し、円滑な運営を行う。</p>													

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2026年度 スローガン		「保険代理店をするなら、代協会員であるべき」という世界観を築き上げる ～ 代協の価値は代理店賠償だけじゃない ～											
		通年											
組織委員会	仲間づくり 推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪代協 スローガン：「保険代理店をするなら、代協会員であるべき」という世界観を築き上げる」を、実践する。</li> <li>■各支部で作成する未加入会員（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。</li> <li>■保険会社拠点分析と役割担当者の作成（保険会社協力者を探す） 新しい情報網の構築（担当が無い代理店・AGとの接点がない担当者）や新たな会員形態についての検討</li> <li>■各支部・各保険会社のプロ会等に積極的に参加し、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。</li> <li>■8月に代理店賠償セミナー・1月にオープンセミナー開催し、目標達成を見込んで代協未加入代理店集客対策を実践する。</li> <li>■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。</li> </ul>											
		日程 決定	内容について検討					賠償セミ 実施					オープンセミ 実施
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■代理店賠償セミナーの推進（8月に開催） 開催日時調整（5月の理事会までに決定） セミナーの内容については、委員会で検討する 委員会で代理店賠償の勉強会を実施し、各支部で、いつでも実施できるようにする</li> </ul>						<ul style="list-style-type: none"> <li>■オープンセミナーの推進 開催日時・内容について11月～12月に決定 未加入代理店・保険会社にも多数参加してもらい年度末に向け仲間づくりのさらなる増強に繋げる</li> </ul>					
新入会員 オリエンテー ションの 実施推進		通年											
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■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。</li> <li>■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うきっかけとする。</li> <li>■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への勧誘まで実践できるように準備する。</li> </ul>											

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
CSR委員会	2026年度 スローガン	「保険代理店をするなら、代協会員であるべき」という世界観を築き上げる ～ 代協の価値は代理店賠償だけじゃない ～											
	ぼうさい探検隊 の定義と 継続取組団体 の開拓	委員の理解を深め、実施団体の募集開拓			実施とフォロー（代協メンバーの参加を促す）				振返りと御礼 及び次年度の案内		次年度計画を策定		
		取り組み定着方法の策定及び必要性和有用性を委員が深く理解し、全会員に伝えられるよう支部会での共有と行動を促す。 継続取組団体の開拓とフォロー。リーダー研修会の実施。自治体や市民活動団体と協働し地域への認識を高める。											
	出前授業・ 出前講座 (防災・交通安全等) の推進	実施先選定・コンテンツ及び講師確保を実施と並行して推進する									実績確認		次年度計画
		防災及び交通安全（改正道交法の理解と普及）をテーマとして、昨年度実施先の実績を踏まえ、実施先を検討。 講師としてのスキルを身につけ、実施実績を増やす。											
	防災士資格取得 の推奨と 防災士会員 による 対外活動 の企画検討	資格の内容と試験及び補助制 度（各自治体含む）の確認		資格取得希望者募集（通年）			講習受講及び受験推進					実績確認	次年度計画
		資格取得によって代理店（募集人）の価値を高め、社会的地位の向上を目指す。経験者からの実績提供をいただき、 防災士会員による情報交換と対外活動の実施検討。資格取得養成講座受講に対する補助制度を継続して情宣する。											
	継続活動の 更なる活性化 と代理店価値 向上につながる 情宣の検討	総会時対応		無保険車追放活動・建築防災啓発員募集と受験					クリーンアップ・マラソンボランティア				
緑の羽根実施検討（総会時等）・通年献血活動（HPへの登録推進）・大阪府建築防災啓発員取得と制度の有効利用 SDGs 施策についての具体的取り組みを推進する。													

事業活性化委員会	2026年度 スローガン	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
		「保険代理店をするなら、代協会員であるべき」という世界観を築き上げる ～ 代協の価値は代理店賠償だけじゃない ～											
各種提携事業の 周知徹底と 活用推進									既提携業者 との関係強 化事業				
	<p>2025年度は、佐川ヒューモニー（電報・花サービス）・ヘーベルハウス（住宅紹介）との新規提携を開始した。11月に提携事業者10社を招き実施したプレゼン会（提携事業博覧会）は賛否あるものの、会員への周知徹底、会員と事業者との関係構築としては効果が見込まれ、修正点を加えながら継続するべきとの声が多かった。提携事業者に対しても、このようなイベントを実施することにより、代協と緊張感を持った提携関係が意識づけられる、という意見もあった。</p> <p>故に新年度も提携業者博覧会なるものを開催したい。 また、支部単位で提携事業者を招き、支部会にて事業説明会を実施している取組みもあるので、そういった動きも引続き継続し、更なる活用推進を図りたい。</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、利用状況の定期報告を受けている業者と、受けていない業者に分かれている。提携事業者数も増えてきたこと、今後も新たな提携業者を模索していこうとするなか、今後も提携業者数は増えるものと考えられる。取組・姿勢を考慮し、既存提携事業者の取引継続を判断していきたい。</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>2025年度に新規事業案として出た、(株)脳プラス（脳こうそく専門リハビリ）・(株)はなまる：ビルド事業部（天災対策）は、超高齢化社会と南海トラフ対策として提携必須だと考える。はなまるのビルド事業部に関しては先方の方針次第だが、提携へ向け推進する。またその他新規事業に関しても、AI関連含めて新たな業態の事業者との交流を図り、お客様へ貢献できる事業の幅を広げたい。</p>												