

企画環境委員会 2025年度事業計画&PDCAシート

2025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	進捗評価 (○△×)	3月度 振り返り
委員会スケジュール		9		7			6		8		9			
募集現場の 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	通年												△	<ul style="list-style-type: none"> ◆不正募集疑義事案としてディーラー5件・その他2件の報告があった。現在も調査中。 ◆日本代協に報告のあった不正募集事案について委員会内で情報共有を行った。 ◆日本代協全体で共有された事案は下記のとおり。モニタリング数は全国でも少ない。 不正募集: 17件: ディーラー10件、中古車販売1件、リース会社1件、機関代理店1件、住宅1件、銀行1件、その他2件 特定修理業者: 4件 顧客本位の業務運営を妨げる案件: 0件
	<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商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) 実務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>(4) 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>(5) 顧客本位の業務運営の妨げになる事案の収集 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FSAIに報告を行う。</p>													
代理店価値向上 策の定着と積極的 な推進	通年												×	<ul style="list-style-type: none"> ◆大阪代協での具体的な取り組みは進んでいない ◆日本代協全体で共有された事案は下記のとおり。 ①事業継続力強化計画の本業への活用事例について(事業継続力強化計画認定制度(ジギョケイ)) ・好取組事例: 15件 ②新規採用、社員定着にむけた人事労務管理について(社労士診断認証制度) ・好取組事例: 0件 ③リスクマネジメント講座 ・受講者: 基礎講座73名・リスク診断士52名・保険財務15名・保険RM23名・法人生保13名 ・好取組事例: 1件 ④JSA-S1003 ・認証取得: 目標宣言65社・活動実施14社: 認証取得4社 ・好取組事例: 0件
	<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て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事業継続力強化計画認定制度: 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</p> <p>②社労士診断認証制度: この制度にこだわらず、保険代理店の適切な人事労務管理と優秀な人材の採用・育成を目指した取り組みを実施する</p> <p>③リスクマネジメント講座: 顧客への提案力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: 保険代理店に求められているガバナンス態勢の構築を見るためにサービス品質管理態勢の指針に基づく当該制度の実態を研究する</p>													
会員の声、思いを 収集する取り組み	実施												◎	<ul style="list-style-type: none"> ◆「会員の声、思いを収集する取り組み」として今年で5回目の全会員アンケートを開催した ・テーマと構成 今年度のアンケートは、代理店業務品質評価制度・保険会社向けの総合的な監督指針の改正内容ベースに設問を構成し、550人から回答を収集した。 構成は、本紙と別冊(アンケート結果)と別冊(代理店の声)の3部構成 ・期間 7/17~8/12(27日間) ・対象 正会員805店、全ての一般会員・特別一般会員 ・方法 GoogleFormsを使用、記名式で実施 ・回答率目標 60% ・回答結果 68.3%、回答数550件 ※今年度はタイミングが合わず保険会社との意見交換は実施しなかったが、金融庁、財務局、各保険会社にはアンケート結果を共有した。
	<p>(1) 業界の枠組み変更、それを受けた保険会社施策(代手体系)についての会員の声・思いを収集し、提言にまとめる 今年度の大きな変化に伴う現場の実態と代理店の本音を業界に発信する。 アンケート結果は、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</p> <p>(2) 社員の採用、育成のベースとなる企業としての体制整備状況の実態を把握し、会員に向けた改善提案をまとめる 就業規則、育児・介護、ハラスメント対応、勤怠管理等の基本的な質問設定を予定する。</p>													
消費者団体等との 対話活動	全相協												○	<ul style="list-style-type: none"> ◆全国消費生活相談員協会関西支部交流会(12/6、たかつガーデン)に出席し交流・情報交換した 基調講演: 「認知症の医学的理解と高齢者の消費生活～本人の意思を尊重した相談対応と企業との協働～」 講師: 京都府立医科大学大学院教授 成本 迅 様
	<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、消費者にとっても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>													

教育委員会 2025年度事業計画 & PDCAシート

2025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	進捗評価 (○△×)	3月度 振返り
委員会スケジュール	4	16		4	29		31		5	9	6	6		
日本代協アカデミーの普及促進	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> 更新漏れのフォロー </div>												×	<p>昨年作成した実践マニュアルをどのように活用すべきか、また自己点検チェックなどを踏まえた提案など委員会で話し合いを行ったが、具体的な取り組みが定まらなかった。また、各支部目標を設けたにも関わらず成果を上げるに至らなかった。</p>
	<p>■利用者向け推奨プログラムを案内し、既利用会員の利用促進、未利用会員への新規登録を推進する。 ■新規利用会員のアプローチリストを作成し、新たな登録を推し進める。 ■日本代協アカデミーのコンテンツ紹介を継続して行い、代協会員の中に日本代協アカデミーを定着させる。 ■2～3月アカデミー更新漏れ防止の徹底を図る。</p>													
人材育成研修会ベンチマークの企画・運営	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> 準備 ベンチマーク 8/1-8/2 人材育成研 修9/5-9/6 </div>												○	<p>ベンチマークは三重県の株式会社ミライト石川社長のところに若手メンバー5名と訪問し、体制整備の取組等を学んだ。人材育成研修会は、ブロック主催、大阪からは若手メンバー中心に11名で参加した。株式会社ライフステージ永野社長の介護事業に特化する戦略や日本代協中島副会長による激変する損保業界における代協の意義などを学んだ。ベンチマーク、人材育成研修会ともに若手メンバーで行うことができ、人材教育において成果を挙げた。</p>
	<p>【ベンチマーク研修】 ①次代を担う若手を中心に人材を募集する。 (どちらかという自ら参加意思を表明してもらう) ②4月中旬までに訪問先代理店・予定人数等を決める。 ③5月理事会にて承認を受け対象会員に案内を開始する。 ④6月初旬までに参加者を確定させる。</p> <p>【人材育成研修会】 ①次代の支部活動を担う人材を選出する。 (各支部にて年初から参加候補者の目途をつけておく) ②6月中に実施要領を固める。 ③7月理事会にて承認を受け各支部に案内する。 ④8月中に各支部から参加者を確定させる。</p>													
損保大学課程 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	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> 直資代理店 アプローチ アプローチ リスト作成 受講案内 受講案内 コンサル募集期間 振返り </div>												○	<p>コンサル運営につきましては、運営方法の確認をしっかりと行い、教育委員メンバーのみで、スムーズな運営を行うことができた。 次年度受講者募集については、申込の増加に伴って期中で募集打ち止めとなったが、案内等丁寧に行い混乱は生じなかった。</p>
	<p>■各保険会社直資代理店へTP資格取得に向けたアプローチを行う。 ■10月に各支部でアプローチリストを作成し(昨年の取りこぼし含む)今年度の受講者見込みを立てる。 ■11月中に各支部アプローチリストの受講予定者の精査をし、受講案内のチラシを配布し、目標数を確保する。 ■12月中にリスト表の受講予定者申し込み確認の上、消込み、目標早期達成する。 ■募集終了後、今年度の取り組みを振り返り、次年度に申し送りを行う。</p>													
TP認知度向上の取組	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> </div>												×	<p>TP認知度向上の取り組みについては、認定バッジ、顔写真付き認定証などの情宣活動を委員会内での話し合いがなかなかできず、具体的な活動に取り組むことができませんでした。</p>
	<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。(ブロックにて合格者への配布を検討) ■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>													

組織委員会 2025年度事業計画&PDCAシート

2025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	進捗評価 (○△×)	3月度 振り返り
委員会スケジュール		3 (木)	8 (木)		10 (木)		9 (火)	31 (金)		2 (火)	8 (木)	12 (木)	12 (木)		
仲間づくり 推進	代理店賠償の推進	<ul style="list-style-type: none"> ■各支部で作成する事業計画を具体的に進めるため、未加入代理店（入会候補代理店）リスト・保険会社（協力者）リストを作成し、永続的に有効活用する組織風土をつくりあげる。 ■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。 ■8月に代理店賠償セミナーを開催し、未加入代理店・保険会社社員に対して参加を要請する。 ■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未加入代理店集客対策を実践する。 												×	未加入代理店リストの提出が全支部揃ったことが無かった。大阪代協の目標は未達、会員数も減少した
	各社認定代理店等の分析と活用 保険会社拠点分析と担当の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ■認定・役員代理店の入会状況分析 ■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。 ■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。 ■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。期中変更ある場合は、その都度反映させる。 ■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仰ぐ。 												△	営業拠点一覧表を作成するも、代理店担当者をおかない保険会社が増え、各保険会社との連携が難しくなっている。
支部活性化 推進	支部活性化推進	<ul style="list-style-type: none"> ■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。 ■代理店賠償の勉強会の実施（他山の石を利用）し、支部会での情報提供をおこなう。 ■既存会員に積極的に参加してもらえる支部会・女性会員・一般会員にも参加してもらえる支部会にするため、きっかけ作りの支部セミナー開催を提案する。 ■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。 ■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。 ■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。 ■一般会員登録を促進し、LINE登録も促進する。 												△	代理店賠償の勉強会を積極的に実施。（5支部北摂、中央、堺、東大阪、和泉は委員長にて実施）教育委員会と合同委員会を開催するもアカデミーを仲間作りのツールとして活用するまでには至らず
	新入会員オリエンテーションの実施推進	<ul style="list-style-type: none"> ■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。 ■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おうきかけとする。 ■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。 												△	オリエンテーションの実施についてツールについては整備済、実施後の確認が徹底できなかった

CSR委員会 2025年度事業計画 & PDCAシート

2025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	進捗評価 (○△×)	3月度 振り返り	
委員会スケジュール	1(火)	7(水)		9(水)		3(水)	1(水)	5(水)		14(水)	3(火)	11(水)			
ぼうさい探検隊の 定着と継続取組団 体の開拓	実施団体の募集・開拓			実施とフォロー(マップ提出)				振り返りと次年度計画				○	<ul style="list-style-type: none"> ■6団体、24マップ、95名参加で目標はクリアした。しかし、まだ個人的な活動に頼る部分が多く、代協組織に浸透しているとは言えない。 ■本取組の重要性(防災・減災、地域社会との連携)の浸透を図り、支部に至る裾野の広い取組みに育てる必要がある。 ■委員の中でも温度差があり一体感を持って取り組めるよう次年度に期待したい。 		
	<ul style="list-style-type: none"> ■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。 ■支部事業計画にて取組団体を明確にし、当該団体から開催するリーダー研修に参加してもらう。 ■自治体や市民活動団体との協働。 														
出前授業(ぼうさい探検隊含む)実施に向けた検討	実施先選定とコンテンツ・講師確認				授業実施				実績確認				△	<ul style="list-style-type: none"> ■出前講座・授業・ブース出展などの対外活動は5回におよび、昨年度(2・3月に2件)に比べ進展が見られた。しかし講師は一部の委員への偏りがあり、スキルの伝播が今後の課題。 ■保険代理店・募集人が講師となり、地域の防災・減災、リスク教育に貢献する取組みは、代協が目指す社会貢献の形であり、次年度もさらなる推進を期待したい。 	
	<ul style="list-style-type: none"> ■防災・減災及び交通安全(改正道交法の理解と普及)をテーマとして、実施先を模索。 ■講師としてのスキルを身につける。 														
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 について情宣 (自治体ごとの補助確認)		資格取得希望者募集			受講・受験				実績確認		次年度目標		△	<ul style="list-style-type: none"> ■資格取得者は増加傾向にあると考えるが、取得者を正確に特定できないことが課題。 ■公立大・和大・MS社経由・代理店負担で資格取得した方が多く、補助制度の活用には至らなかった。当該制度の情宣方法の検討も必要である。 ■防災士会員による対外活動のあり方についても検討を進め具体化させたい。
	<ul style="list-style-type: none"> ■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図る。 ■経験者からの情報提等、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の実施。 														
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	<ul style="list-style-type: none"> ■緑の羽根募金:26,300円を集めた ■献血:累計1,319人に達した。情宣と評価方法が課題。2026年度は延べ80名(正会員数の10%)を目標とする。 ■大阪府建築防災啓発員資格:今年度45名が取得。累計は320名。感震プレーカー情宣の実効性ある取組みが課題。 ■マラソンボランティア・クリーンアップ作戦:一体感・達成感と懇親が図れ、非常に良い取組みとなった。 ■無保険車追放:好取組支部と形式的な支部とのキャブが見られた。態勢の再構築を検討したい。 														
	<ul style="list-style-type: none"> ■無保険車追放CP ■大阪府建築防災啓発員資格取得 ■クリーンアップ ■大阪マラソン 														
緑の羽根実施検討・献血活動・大阪府建築防災啓発員取得と制度の有効利用・SDGs施策についての取り組み															

事業活性化委員会 2025年度事業計画 & PDCAシート

2025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	進捗評価 (○△×)	3月度 振り返り
委員会スケジュール				8		2			9		5			
各種提携事業の 周知徹底と活用推 進	提携業者 関係強化事業												○	佐川ヒューモニー(電報サービス)、ヘーベルハウスとの新規提携を開始した。11月に行った提携業者博覧会によって既提携先との関係強化を図ることが出来た。何よりも声掛けした提携業者の当協会に対する前向きな姿勢を醸成できたことが最大の成果と考える。提携業者には各支部会にも積極的に参加して頂け、日常的な関係強化が図れた。
	<p>■旧年度は、ソコカラの車買取事業、大阪商工会議所のサイバーセキュリティお助け隊、マスタードのDPASS(地震事前速報装置)と新規提携を開始。直近5年間で会員がお客様に貢献できる提携を多数行うことができた。</p> <p>■その内容も我々会員と代理店協会自体のマネタイズに貢献できる提携も多く、収益にならない事業でも専門性の高い提携内容により幅広いレベルのお客様に『さすがうちの代理店はすごいネットワークを持っている』と評価いただける提携事業がラインナップできている。</p> <p>■本年度は会員の発展に資する新規提携をさらに拡大させながらも、既提携先との関係強化を推進する事業を行う。具体的には委員会内で議論するが、概要として、既提携先に集合いただき改めて事業内容の案内と共に会員との懇親を図る事により、提携事業者の会員間でのプレゼンスを高め、提携事業の活用頻度を高める事を狙う。</p>													
提携事業利用実 態の定量把握と改 善策の提案	通 年												○	定量把握に関しては、会員が活用できている提携事業者からは確実に成果報告を受領できている。今期、提携業者博覧会に声を掛けず、且つ実績の無い提携事業者に関しては次期において整理検討の対象とする。
	<p>■現状で定期的に報告を頂いている提携事業者は、Jネットレンタカー社、JCM社、ALG&Associates社、DRPグループ社、ハヤシシン社、TAU社等。さらに、イテネン社、三井住友オートリース社、ソコカラ(はなまる社)も事務局と密な連携を図ってくれている。</p> <p>■当方からの顧客見込み情報、先方からの販促情報ともに疎遠になっている提携事業も少なくない。9月に予定している提携業者関係強化事業開催に伴い各提携事業者の姿勢を判断し、今後の対応策を打ち出していく。</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	通 年												△	構築物修理に関しては、はなまるのビルド事業部との提携模索を開始した。まだ調整しないといけない部分は多数あるものの来季以降の提携に向けて光明が見えてきた。DX・AIの時代を迎え、サイバーリスク対応が大きな社会課題となる中、当協会としても複数の業者とのタイアップを予定するところまでたどりついた。
	<p>■懸案事項である自然災害対応としての構築物修理業者の模索を継続する。同時に自然災害の損害率対策として、防災、減災を推進する業者との提携も推進する。</p> <p>■新たな視点として、保険代理店として迫りくるAI時代に対応できる知見、ノウハウを共有してもらえる業者との交流を模索する。</p>													