

■コンベンション開催の経緯

2009年8月に、本会の正会員資格を個々の代理店から法人格を取得した全国47都道府県の代表に変更する定款変更の認可を取得した。これによって本会の総会参加者は、個々の代理店から各代協の会長に変更になり、全国の代協会員が集う機会がなくなることとなった。そこで、新たな交流の機会を設けるため、2011年度にコンベンションという形に装いを变えて、総会とは別の時期に開催することにしたものである。

開催に当たっては「小さく生んで大きく育てる」を合言葉とし、まずは従来の総会規模（参加者数350名程度）を前提にした。また、開催プランの検討は、東京代協の若手会員と日本代協事務局によるコンベンションプロジェクトチーム（PT）で進めることとし（2013年度以降、メンバーを拡充）、2010年12月から活動を始め、翌年11月に最初のコンベンションを開催した。以後、毎年11月に定例イベントとして開催している。

■コンベンションの目的

従来の総会に代わる全国の代協会員が集い、語らう場と位置付け、併せて業界関係者を含めた情報交換と経験交流を行うことを目的として開催している。また、業界関係者を交えた懇談会については、従来は損保協会主催で実施されていたが、コンベンションを開始する際に、これを日本代協主催の会費制の懇親会に改めた。

■第1回コンベンションの開催

(1) テーマ：

2011年3月11日に発生した東日本大震災において、自ら被災しながらも契約者のために尽力した被災地代理店の経験、教訓を踏まえ、全体テーマを『震災を通して代理店の価値を考える』とした。なお、震災からの復旧・復興の最中であるとともに、原発の影響が現実の危機として続いていたことを踏まえ、華美を排し、手作り感を打ち出しながら開催した。

(2) 日程・内容：

◇2011年11月18日（金）12：30～17：00 式典の部 [於：ヤクルトホール（約350名）]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 小原 広之 様・日本損害保険協会 専務理事 浅野 広視 様

② 功労者表彰式 [功労者]

加納 敏孝 様（愛知県代協）・高山 本丸 様（京都代協）・前田 房夫 様（大阪代協）・
須藤 正巳 様（故人・岡山県代協）・平岡 俊二 様（徳島県代協）・千守 隆 様（愛媛県代協）

③ キャンペーン表彰式 [2011年2月会員増強キャンペーン目標達成代協]

26代協（北海道、宮城、やまがた、福島、新潟、栃木、茨城、千葉、岐阜、三重、富山、滋賀、京都、奈良、大阪、兵庫、和歌山、島根、徳島、香川、高知、福岡、大分、佐賀、宮崎、熊本／代表：福岡県代協）

④ 代協会員懇談会 [コーディネーター：山中副会長]

⑤ 被災地代理店によるパネルディスカッション [コーディネーター：岡部会長]

[パネリスト] 藤原 真琴 氏（岩手県代協副会長／MS岩手株式会社）

小林 良昭 氏（宮城県代協副会長／株式会社エス・ハート）

尾形 京平 氏（宮城県代協／東海あんしんサポート株式会社）

石塚 健二 氏（福島県代協／有限会社S・BC）

山本 恵一 氏（福島県代協／有限会社ハート・&・ハート）

◇同 18：00～20：00 懇親会の部 [於：東京第一ホテル（約450名）]

① 来賓ご挨拶：日本損害保険協会 会長 隅 修三 様（東京海上日動社取締役社長）

② 被災地からのメッセージ：被災地代協代表挨拶、復興への決意表明、名産品紹介と支援のお願い

◇11月19日（土）10：00～15：00 分科会の部 [於：損保会館（約300名）]

① 基調講演：日本損害保険協会 常務理事 栗山 泰史 様「損保代理業の明日を考える」

② 分科会（ゼミ形式）：

[野崎ゼミ]：「ハザードマップを活用した防災・減災活動」 野村総研 野崎 洋之 様

[中崎ゼミ]：「お客様目線の事業承継を考える」 保険ジャーナリスト 中崎 章夫 様

[北村ゼミ]：「やりがいのもてる職場環境とは」 臨床心理士 医学博士 北村 勉 様

[土川ゼミ]：「I-netを活用した地域密着型保険経営のヒント」 名案企画 土川 尚己 様

(3) 評価：

コンベンションとしては初めての試みであったが、プログラム全体を通して概ね高い評価を頂いたので、2012年度も同規模、同スタイルで開催することとなった。

■第2回コンベンションの開催

(1) テーマ：

第1回目のコンベンションは「代理店の価値」を再認識する機会となったが、価値は消費者が決めることであり、「価値がある」ことを認めてもらう必要がある。そのためには、地域において「困った時に真っ先に顔が浮かぶ存在になる」ことが必要であり、第2回目のコンベンションは、代理店ブランドを考える契機にすることとした。一方で、ブランドは大企業のものであり、地域の専業代理店のような小規模事業者がブランド構築はできるのか、という問いかけに答える必要があるとの問題認識の下で、『地域における代理店ブランドを考える』をテーマに開催した。

(2) 日程・内容：

◇2012年11月16日（金）12：30～17：00 式典の部 [於：ヤクルトホール（約350名）]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 小原 広之 様・日本損害保険協会 専務理事 浅野 広視 様

② 功労者表彰式 [功労者]

長尾 忠正 様（北海道代協）・長野 稔泰 様（埼玉県代協）・剣持 正明 様（山梨県代協）

坂上 正則 様（三重県代協）・本田 勝久 様（京都代協） ・藤本 宏志 様（山口県代協）

葛石 賢秀 様（香川県代協）・平田 正次 様（佐賀県代協）・前田 清 様（宮崎県代協）

大城 勝也 様（沖縄県代協）

③ キャンペーン表彰式 [2012年2月会員増強キャンペーン目標達成代協]

14代協（山梨・岐阜・石川・福井・滋賀・京都・奈良・和歌山・岡山・香川・高知・福岡・大分・長崎）

④ 代協会員懇談会 [コーディネーター：泉副会長]

⑤ 基調講演 テーマ：「小が大を超える—マーケティングの法則」

講 師：静岡県立大学経営情報学部 教授 岩崎 邦彦 様

◇同 18：00～20：00 懇親会の部 [於：東京第一ホテル（約450名）]

- ① 来賓ご挨拶：日本損害保険協会 会長 柄澤 康喜 様（三井住友海上社代表取締役社長）
- ② ご当地ブランド紹介：南九州ブロック（宮崎県・鹿児島県・沖縄県の名産品・銘酒紹介）

◇11月17日（土）10：00～15：00 分科会の部 [於：損保会館（約300名）]

[岡部ゼミ]：「実践者に聞く『地域に認知される代理店』のあり方とは」（司会：岡部会長）

- ・株式会社dii 代表取締役 永井 伸一郎 様（岐阜県代協）
- ・株式会社藤吉保険事務所 代表取締役 藤吉 友子 様（岐阜県代協）

[中崎ゼミ]：「不況下でも躍進する代理店に学ぶ これからの専業代理店の事業のあり方」

保険ジャーナリスト 中崎 章夫 様

[土川ゼミ]：「インターネットを活用した地域密着型保険代理店経営のヒント」

名案企画株式会社 代表取締役 土川 尚己 様

[安東ゼミ]：「地域密着の代理店としてのブランドづくり」

株式会社ブレインマークス 代表取締役 安東 邦彦 様

(3) 評価：

全体を通して高い評価を頂くことができた。特に、岩崎先生の講演は、地域に根ざす小規模事業者に勇気を与える素晴らしい内容で反響を呼び、各代協でセミナーを開催するケースが相次いだ。

■第3回コンベンションの開催

(1) テーマ：

代理店としての存在価値やブランドの前提となるのは、人のために生き活きと働く社員の存在であるが、一企業として見たときの代理店の魅力を高めないと人材は集まらず、持続的発展も望めない。そうした認識の下で、社員にとって働きたい会社、働きやすい会社はどうあるべきか考える機会を持ちたいとの思いで、第3回目のテーマを『“魅力ある企業”としての代理店を考える』とし、経営品質向上の機会にすることを目的とした。

なお、開催に当たっては、東京代協に加え、神奈川・埼玉・千葉の各代協の若手会員でプロジェクトチームを構成し、アクションプラン策定と推進に当たった。（以降、同様）

(2) 日程・内容：

◇2013年11月15日（金）12：30～17：00 式典の部 [於：ヤクルトホール（約350名）]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 諏訪園 健司 様・日本損害保険協会 専務理事 浅野 広視 様

② 功労者表彰式 [功労者]

武田 忠穂 様（宮城県代協）・関根 茂 様（埼玉県代協） ・大江 金男 様（岐阜県代協）

瀧山 健次 様（滋賀県代協）・保田 定昭 様（和歌山県代協）・田中 仁 様（福岡県代協）

③ 代協会員懇談会 [コーディネーター：泉副会長]

④ 日本代協アドバイザー就任ご挨拶 [丸紅セーフネット株式会社 常勤監査役 栗山 泰史 様]

⑤ 基調講演 テーマ：「成果の出る組織と出ない組織の違い」

～オペレーション能力ではなくマネジメント能力に着目せよ～

講 師：株式会社静鉄ストア 代表取締役会長（当時）

名古屋商科大学大学院マネジメント研究科（MBA）客員教授 望月 広愛 様

◇同 18：00～20：00 懇親会の部 [於：東京第一ホテル（約450名）]

① 来賓ご挨拶：日本損害保険協会 会長 二宮 雅也 様（日本興亜損保社代表取締役）

② ご当地ブランド紹介：西中国ブロック（山口県・広島県の名産品・銘酒紹介）

◇11月16日（土）10：00～12：00 分科会の部 [於：損保会館（約300名）]

[PTゼミ]：「夢を持てる保険代理業とするために」（司会：杠葉PTサブリーダー）

・株式会社ウォーム 奥田 耕平 様（東京代協）

・株式会社小酒保険 代表取締役 小酒 廣士 様（石川県代協）

[中崎ゼミ]：「製販分離時代の代理店組織化の留意点」保険ジャーナリスト 中崎 章夫 様

[土川ゼミ]：「魅力ある企業としての代理店を考える」

ファシリテーター：名案企画株式会社 代表取締役 土川 尚己 様

パネラー：株式会社コスモワーク 代表取締役 朝倉 憲太郎 様

伊藤保険株式会社 代表取締役 伊藤 由美子 様

有限会社トータルサポート 代表取締役 田村 淳 様

[安東ゼミ]：「プロ代理店が『家業』から『企業』になる方法」

株式会社ブレインマークス 代表取締役 安東 邦彦 様

(3) 評価：

今回もプログラム全体を通して参加者からは概ね高い評価を頂いたので、平成26年度も同様のスタイルで開催することとなった。

■第4回コンベンションの開催

(1) テーマ：

過去3回のコンベンションで提起された、お客様との関係のあり方、保険会社との関係のあり方、社員との関係のあり方等、代理店を取り巻く全ての関係者との信頼関係構築の基盤となる「コミュニケーション」の原点を学ぶ機会とすることを目的として、『代理店におけるコミュニケーションのあり方考える』をテーマに開催した。

(2) 日程・内容：

◇2014年11月14日（金）12：30～17：00 式典の部 [於：ヤクルトホール（約350名）]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 諏訪園 健司 様・日本損害保険協会 専務理事 堀 政良 様

② 功労者表彰式 [功労者]

大島 昭夫 様（愛知県代協）・高橋 幸雄 様（奈良県代協）・大島 晏 様（大阪代協）

松村 建造 様（和歌山県代協・故人）・村上 公明 様（愛媛県代協）

酒匂 康男 様（鹿児島県代協）

③ 代協会員懇談会 [コーディネーター：小出副会長]

④ 基調講演 テーマ：「現役道化師から学ぶ組織・社内環境をプラスに変えるコミュニケーション手法」

講師：NPO法人日本ホスピタルクラウン協会 理事長 大棟 耕介 様

◇同 18：00～20：00 懇親会の部 [於：東京第一ホテル（約450名）]

① 来賓ご挨拶：日本損害保険協会 会長 櫻田 謙悟 様（損害保険ジャパン社代表取締役）

② ご当地ブランド紹介：近畿ブロック（滋賀、京都、奈良の名産品、銘酒紹介）

◇11月16日（土）10：00～12：00 分科会の部 [於：損保会館・ホテル聚楽（約300名）]

[PTゼミ]：名案企画株式会社 代表取締役 土川 尚己 様（ファシリテーター）

「好取組代理店によるパネルディスカッション」

渡辺 健一 様 (有限会社渡辺総合保険事務所 代表取締役：宮城県代協)
絹田 翠々英 様 (株式会社ABC 代表取締役：岡山県代協)
渡谷 広行 様 (ユナイテッド・インシュアランス株式会社 代表取締役：埼玉県代協)

[中崎ゼミ]：保険ジャーナリスト 中崎 章夫 様

「法改正動向を踏まえた保険会社の事業戦略・プロ代理店に期待していること」

[増島ゼミ]：森・濱田松本法律事務所 弁護士 増島 雅和 様 (元金融庁保険課在籍)

「募集制度の変革に伴う代理店のあり方」

～小規模損害保険代理店における体制整備のあり方を中心として～

[松本ゼミ]：株式会社A.I.P 代表取締役 松本 一成 様 (東京代協)

「リスクマネジメント視点からの法人マーケット開拓」

～企業経営の支援者としての保険提案について～

(3) 評価：

プログラム自体は参加者からは概ね高い評価を頂いた。一方で、会場使用（喫煙マナー）について、会場管理者から改善要請があったが、全面的に禁煙にするのは現実的に難しい面があるため、2015年度は会場そのものの変更を検討することとした。

■第5回コンベンションの開催

(1) 開催場所の選定：

前年度に指摘された課題を受けて、今後の開催場所についてビジョン委員会で論議を行った。その結果、会場手配、交通手段、講師手配、損保協会役員や各保険会社の社長等の懇親会への出席、企画運営の負担等を考慮し、当面は東京開催を前提に進めることとなった。

これを受けて、各代協へのアンケート結果を踏まえ、開催規模を拡大できて予算も妥当な範囲に収まり、会場の移動がなく、喫煙スペースも確保できる東京・お台場のホテルLE DAIBAにて開催することとした。

(2) テーマ：

多様な人材の能力を引き出し、組織としての力を発揮しながら持続的に成果を生み出していくために最も重要な「経営者の資質」について考えることとし、『代理店のマネジメントのあり方を考える』～個人の能力を引き出し、組織の力を高める～をテーマに開催した。

(3) 日程・内容：

◇2015年11月13日（金）12：30～17：00 式典の部 [於：ホテル LE DAIBA（約350名）]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 井上 俊剛 様・日本損害保険協会 専務理事 堀 政良 様

② 功労者表彰式 [功労者]

米川 武夫 様 (千葉県代協・故人)・鈴木 啓喜 様 (愛知県代協)・関本 誠一郎 様 (京都代協)

山本 誠 様 (大阪代協)・都筑 定宣 様 (高知県代協)

③ 代協会員懇談会 [コーディネーター：小出副会長]

④ 基調講演 テーマ：「チームマネジメント ～今治からの挑戦～」

講 師：サッカー日本代表 元監督 岡田 武史 様

◇同 17：30～19：30 懇親会の部 [於：同上（約470名）]

① 来賓ご挨拶：日本損害保険協会 会長 鈴木 久仁 様 (あいおいニッセイ同和社 代表取締役)

② ご当地ブランド紹介：北海道代協

◇11月14日（土）10：00～12：00 分科会の部 [於：損保会館・ホテルジュラク]

[高林ゼミ]：「保険業法改正とコンプライアンス」

高林 真一郎 様（イーエデュケーション株式会社 顧問）

[中崎ゼミ]：「改正保険業法を踏まえた、製販分離時代の勝ち残れるプロ代理店の目指す姿」

中崎 章夫 様（保険ジャーナリスト・日本代協アドバイザー）

[土川ゼミ]：「成果の上がる強いチームのつくりかた」土川 尚己 様（ファシリテーター）

<パネラー>安島 裕子 様（有限会社ハロー保険サービス 代表取締役：福島県代協）

加藤 陸 様（株式会社ベストパートナー 代表取締役：神奈川県代協）

三根生 啓太 様（株式会社イズコーポレーション：愛媛県代協）

[弘田ゼミ]：「直資代理店を運営して気づいたプロ代理店の経営マネジメントと事業戦略のヒント」

弘田 拓己 様（三井住友海上 営業企画部部長）

(4) 評価

過去4回目まで使用した会場を変更しての開催であったが、プログラム全体を通して参加者からは高い評価を頂くことができた。式典会場と懇親会会場が隣り合わせとなって移動がなくなったこと、懇親会会場が従来の2倍近い広さになったこと、喫煙場所が十分確保されたこと、ホテル故にフロアが広く開放感があったことなどにより、参加者・運営サイドともに環境は大きく改善されることとなった。

一方、式典会場についてはやや手狭な印象があり、椅子の配置や演台の高さ等、細かな改善が必要であることが判明したため、次回に活かすこととした。

■第6回コンベンションの開催

(1) テーマ：

改正保険業法の施行により、募集プロセスを中心にお客さまとの接点のあり方が大きく変わりつつある中、改めて消費者から求められる（選ばれる、必要とされる）代理店の価値、経営品質を考える契機とすることを目的として、『消費者から見た代理店のあり方を考える』をテーマに掲げて開催した。

(2) 日程・内容：

◇2016年11月4日（金）13：00～17：30 式典の部 [グランドニッコー東京 台場（約420名）]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 岡田 大 様・日本損害保険協会 専務理事 堀 政良 様

② 功労者表彰式 [功労者]

師岡 邦雄 様（神奈川県代協）・小西 泰弘 様（岐阜県代協）・中田 博 様（富山県代協）

森田 雄 様（滋賀県代協）・田中 研一 様（大阪代協）・穴田 一善 様（広島県代協）

丸山 満秋 様（徳島県代協）・橋本 安彦 様（福岡県代協）・村上 暢敏 様（熊本県代協）

③ 代協会員懇談会 [コーディネーター：小出副会長]

④ 基調講演 テーマ：「旅する視点で見るサービスの本質～おまけや値引きはサービスではない～」

講 師：ベルテンポ・トラベル・アンドコンサルタンツ 代表取締役 高萩 徳宗 様

◇同 18：00～20：00 懇親会の部 [於：同上 約510名]

① 来賓ご挨拶：日本損害保険協会 会長 北沢 利文 様（東京海上日動社 代表取締役）

② ご当地ブランド紹介：熊本県代協（熊本復興支援のため、東海ブロックから変更）

◇11月5日（土）10：00～12：00 分科会の部 [於：損保会館・ホテルジュラク他]

[坂東ゼミ]：「お客さまのニーズに向き合った損害保険契約と代理店の役割」

坂東 俊矢 様 (京都産業大学大学院法務研究科 教授)

[中崎ゼミ]: 「市場激変と保険代理店の近未来」

中崎 章夫 様 (保険ジャーナリスト・日本代協アドバイザー)

[山中ゼミ]: 「確実にお客さま満足度が高まる公的保険アプローチとは」

～売上と満足度の向上を両立させる新たな切り口～

山中 伸枝 様 (一般社団法人 公的保険アドバイザー協会 理事)

[栗山ゼミ]: 「InsurTechの時代に、保険の原点を考える」

栗山 泰史 様 (丸紅セーフネット株式会社 常勤監査役・日本代協アドバイザー)

(4) 評価:

プログラム全体を通して参加者からは高い評価を頂くことができた。式典会場については、前年度の反省を踏まえ、椅子の配置や演台の高さ等細かな改善を行い、多少は環境が改善されたが、全体の面積は変わらないため手狭な印象は拭えず、また、机がないため記録が取れない等の不満の声もあったことから、次回開催時に検討することとした。

■第7回コンベンションの開催

(1) テーマ:

今代理店に強く求められている「顧客本位の業務運営」を徹底し、お客さまと長くお付き合いしていくためのポイントはどこにあるのか、社員の活力を生み出し、お客さまをファンにし、社会と調和しながら持続的に発展するためにはどうすればいいか、そうした経営上の課題を考える契機にするため『お客さまに必要とされる代理店を考える』～顧客・社員と事業の発展～をテーマに開催した。

(2) 日程・内容:

◇2017年11月2日(木) 13:00～17:30 式典の部 [グランドニッコー東京 台場 (約430名)]

① 式典 [来賓]

金融庁監督局保険課長 岡田 大 様・日本損害保険協会 専務理事 堀 政良 様

② 功労者表彰式

折橋 久昭 様 (宮城県代協)・赤羽 豊喜 様 (長野県代協)・甲賀 伸郎 様 (東京代協)

良知 克彦 様 (静岡県代協)・吉村 克己 様 (奈良県代協)・橋本 英丸 様 (大阪代協)

鈴木 美恵子 様 (兵庫県代協)・大崎 二郎 様 (岡山県代協)・富永 紘一 様 (福岡県代協)

中村 勝弘 様 (福岡県代協事務局)・上原 義弘 様 (沖縄県代協)

③ 代協会員懇談会 [コーディネーター: 小出副会長]

④ 基調講演 テーマ: 「人を大切にする五方良し経営」

講師: 株式会社 さくら住宅 代表取締役 二宮 生憲 様

◇同 18:00～20:00 懇親会の部 [於: 同上 約510名]

① 来賓ご挨拶: 日本損害保険協会 会長 原 典之 様 (三井住友海上社代表取締役)

② ご当地ブランド紹介: 東海ブロック (前年度予定の繰り延べ)

◇11月3日(金・祝日) 10:00～12:00 分科会の部 [於: 損保会館・ホテルジュラク他]

[中崎ゼミ]: 「保険新局面におけるお客さまを守り切るプロ代理店の戦略」

中崎 章夫 様 (保険ジャーナリスト・日本代協アドバイザー)

[尾籠ゼミ]: 「代理店成長モデル」～新たな営業の方向性を目指す～

尾籠 裕之 様 (株式会社業務プロセス研究所 技術アドバイザー)

[鈴木ゼミ]：「代理店経営におけるコーチングの活用」

～顧客と社員の満足度向上に向けた「対話力」を学ぶ～

鈴木 義幸 様（株式会社コーチ・エイ 取締役社長）

[生島ゼミ]：「代理店経営に欠かせない経営理念・企業文化」

生島 秀一 様（株式会社ヒューマン&アソシエイツ・株式会社保険プラザ 代表取締役）

(3) 評価：

今回もプログラム全体を通して参加者からは概ね高い評価を頂いた。なお、分科会は選択方式のため、希望のゼミを複数受講することができない。そのため、一部講師の複数年登板の要請があったため、次年度開催に活かすこととした。

■第8回コンベンションの開催

(1) テーマ：

人口減少やAIの進展等に伴って社会基盤が大きく変化する激動の時代だからこそ、改めて保険代理業の立ち位置＝何のために存在しているのか＝再確認し、その実現のために何を変えて、何を変えないのか、を考える契機としたい。その観点から、『**変化の時代だからこそ、“変えるもの”と“変えないもの”を考える**』をテーマとし、2日間にわたって開催する計画である。

(2) 日程・内容：

◇2018年11月30日（木）13：00～17：30 式典の部 [グランドニッコー東京 台場（約430名予定）]

- ① 式典[来賓]金融庁監督局保険課長 横尾 光輔 様・日本損害保険協会 専務理事 岩崎 賢二 様
- ② 功労者表彰式（※2018年7月理事会にて表彰者決定）
- ③ 代協会員懇談会 [コーディネーター：小平副会長]
- ④ 基調講演 講師：株式会社 ふくや 代表取締役会長 川原 正孝 様

◇同 18：00～20：00 懇親会の部 [於：同上 約510名予定]

- ① 来賓：日本損害保険協会 会長 西澤 敬二 様（損保ジャパン日本興亜取締役社長）
- ② ご当地ブランド紹介：北東北ブロック

◇11月3日（金・祝日）10：00～12：00 分科会の部 [於：損保会館・ホテルジュラク]

[中崎ゼミ]：中崎 章夫 様（保険ジャーナリスト・日本代協アドバイザー）

[尾籠ゼミ]：尾籠 裕之 様（株式会社業務プロセス研究所 技術アドバイザー）

[岩崎ゼミ]：岩崎 邦彦 様（静岡県立大学経営情報学部 教授）

[栗山ゼミ]：栗山 泰史 様（日本代協アドバイザー）

■代理店賠償創設の経緯

1999年4月、代協会員の要請を受けた米国のリバティ保険会社が、伊藤忠インシュアランス・ブローカーズを通じて損保代理店向けの賠償責任保険を開発したのが発端である。これを受け、日本代協としての制度創設を検討したが、担保範囲が不明確で時期尚早との結論となり、制度採用は各代協の判断に委ねることとなった。

その後、2000年5月に消費者契約法並びに金融商品販売法が成立し、代理店もコンプライアンスの徹底が強く求められる時代になってきたこと、また、東京代協から度々検討要請を受けたこと等から、2001年6月の日本代協理事会において、保険業法第283条第3項（当時；現4項）による「保険会社から代理店に対する求償への備え」として、改めて制度創設に向けた検討を行うことが決定し、企画環境委員会に諮問された。同委員会で審議の結果、保険制度の創設を積極的に推進することとなり、2002年7月1日付で日本代協としての代理店賠償責任保険制度がスタートした。

■代理店賠償の一本化

一方、東京代協では、共済（休業見舞金などの補償）と保険（専門業務賠償責任保険）のハイブリッド型となる「職業賠償共済」（保険部分の引受はAIU社）を独自に開発し、日本代協の制度に1年先行する形で2001年5月から募集を開始させていた。このため、日本代協の制度がスタートした2002年7月以降は、東京代協と日本代協の二本の制度が併進する状態となった。

こうした状況に対して多くの代協会員から制度の一本化を望む声上がり、2004年夏から一本化に向けた検討が開始された。

検討の結果、両制度の利点を取り入れ、代協加盟代理店に更にメリットがある制度とすることで合意に達し、2005年2月の理事会で東京代協職業賠償共済との一本化が承認され、同年7月1日よりアリアンツ火災を元受保険会社とする団体契約「代理店賠償『新日本代協プラン』」がスタートすることとなった。（当時の加入店数＝6,359店／加入率＝59.8%）

「新日本代協プラン」は、東京代協の職業賠償共済で補償していた部分を取り入れた上で、新たに個人情報漏えいに係る対応費用部分を補償範囲とし、更に補償限度額を2倍に引き上げ、2007年度には免責金額の引き下げ（10万円から5万円）も実施された。これらの対応により、補償内容は大幅に拡充されるとともに、保険料は低廉な水準のまま据え置かれたため、代協加盟代理店にとって更に魅力ある制度に生まれ変わる事となった。

■引受保険会社の変遷

(1) アリアンツ火災引受けの経緯

同プランの引受先については、検討当初は米国のリバティ保険会社を想定していたが、同社が米国における同時多発テロの影響を受けて日本市場から撤退することとなったため、同社の推薦でアリアンツ火災が引き受けることとなり、2011年度契約分まで同社が元受保険会社となった。（2010年度契約までは始期日は7月1日であったが、2011年度契約以降は、事務ロードの平準化のため10月1日に変更している。）

(2) エース保険（Chubb損害保険）への変更

2012年度の更新契約において、エース保険から1証券当たりのリミットアップ等、補償内容をより充実させたプランの提案を受けたため、理事会で審議の結果、本プランの安定的な運営も鑑み、元受保険会社を変更することとなり、名称も『日本代協新プラン』と変えて現在に至っている。

なお、エース保険は、買収に伴い2016年10月1日付けで「Chubb（チャブ）損害保険株式会社」に社名変更を行ったため、同年度以降はチャブ損保の名前で募集を行っている。

■本制度に対する基本的なスタンス

プロの保険代理店としては、不断の努力を積み重ねて自社の経営品質向上を図り、適切・的確な保険募集の遂行並びに内部事務管理態勢の整備等により、契約者等とのトラブルを未然に防止することが最優先の取り組み課題となる。

一方で、自らの代理店としての行動が招いた結果に責任を負えるだけの賠償資力を確保することは、保険募集のプロとして当然のことである。また、保険契約の性格上、保険金の支払いを巡る巨額賠償事案も想定されるため、全てのケースに代理店の内部留保で対応することは困難である。従って、各代協会員は漏れなく『代理店経営のプロテクター』^(注)となる本制度へ加入することが必要である。（注：本保険は言い掛かり的な訴訟時の防御費用等も対象となる他、施設賠償や個人情報漏えい事故なども含めた代理店総合賠償プランになっているため、代理店としての利用価値は極めて高い。）

更に、2016年5月施行の改正保険業法において、募集人に対して直接的に意向把握・確認義務や情報提供義務が課され、併せて、代理店に対しても体制整備義務が課されたことから、顧客との賠償疑義事案における保険会社サイドの責任割合は縮減される方向に向かい、求償権を行使するケースが増加することが想定される。今後は保険業法改正によって法定化された募集人の義務に関わる事故事案が発生する可能性もあり、代理店賠償責任保険の重要性は極めて大きくなっている。

こうした環境も踏まえ、日本代協としては、別個登録店やAIG代理店会所属代理店の会員（AIG社による別制度有り）を除き、代協会員100%加入を方針としている。

■本制度の健全な普及のための取り組み

- ① 未加入会員や非会員の代理店に対し、事故例集等を用いて情宣と加入案内を行う（各代協）
- ② チャブ損保の協力の下、各地で「代理店賠償セミナー」を開催し、本制度の普及を図る（各代協）
- ③ 「経営品質向上委員会」を定期的^(注)に開催し、事故例等の分析結果をフィードバックすることによって、各代協会員の日常行動の改善に活かしてもらう。（日本代協）（注：全国会長懇談会開催時）
- ④ 学識経験者等で構成される「代理店賠償責任保険審査会」を開催し、本制度の健全・公平な運営を図る。（2008年7月にスタート。その後、上期・下期年2回開催・本年上期は2018年3月19日開催済／テーマ＝保険業法改正対応、個別複雑事案の論議等）
- ⑤ 各保険会社の業務連絡会を活用してセミナーを開催し、本制度への理解を深める。（各代協）
- ⑥ 保険会社の本社担当部門並びに営業担当社員に保険業法第283条の趣旨（使用者賠償の特例）を正確に理解してもらい、保険会社に生じる責任と本制度採用によるメリットを認識してもらう。（日本代協・各代協）
- ⑦ 円滑な事故処理のため、チャブ損保と各保険会社担当部門との折衝ルートを構築する。（日本代協）

■代理店賠償の概要（2018年度更新契約）

契約方式：日本代協を契約者とし、代協正会員を被保険者とする団体契約

補償内容：

<基本補償プラン>

① 代理店賠償・受託財物・施設賠償 = 1事故1億円・期間中3億円（免責5万円 = フランチャイズ）

② 争訟費用 = 1事故2,000万円・期間中6,000万円

③ 個人情報漏えい見舞金 = 1事故・期間中500万円（見舞金@500円）等

※ 2017年度から他制度との差別化を図る目的で、募集人500人以上在籍の大型代理店に関し、以下の通り保険料の逡減を行っている。

○ 募集人数501名～1,000名；最大約30%逡減（0～23.3%）

○ 募集人数1,001名超；最大約50%逡減（26.2%～45.4%）

<高額補償プラン（2015年度から新設）>

①・② 代理店賠償・受託財物・施設賠償・争訟費用 = 1事故・期間中合算3億円（免責100万円）

③ 個人情報漏えい見舞金 = 1事故・期間中500万円（見舞金@500円）…基本補償に同じ

※ 基本補償と高額補償のレイヤー契約は不可・保険料は基本補償の平均約1.4倍の水準

なお、高額補償は大規模企業代理店等のニーズに応えるものであり、加入手続きは個別に行う。

保険期間：2018年10月1日～1年間（毎年8月中旬から募集開始）

保険料水準：2017年度契約と同じ（2009年度契約から同水準を維持）

割増引：団体割引・優良割引・損害保険トータルプランナー割引（8月末認定者ベース）

先行行為補償特約10%割増

勤務型代理店等^(注)の取り扱い：統括代理店の募集人にカウントし、統括代理店が保険加入手続きを行う。当該勤務型代理店単独での加入はできない。

（注：損保業界の標準ひな形では、教育・指導・管理を行う親代理店を「統括代理店」、統括代理店の下で保険募集を行う個人代理店を「勤務型代理店」と呼称している。保険会社によっては「非統括代理店」や「新設代理店」等と呼んでいるが、スキーム上の位置づけは同じである。）

加入率：2018年3月末時点：10,344店／加入率 = 84.2%（対前年+38店）

昨年度の事故事案の傾向（参考）：

<原因項目別>

・全体の傾向は例年変わらないが、保険契約内容の説明誤り、説明不足による重要事項等説明に係る保険事故が約42%を占めている。また、異動・新規手続きのミスによるものが約43%、事故報告受付時の有無責に関するアドバイスミスや取次ミスによるものが約13%、その他、満期管理や保険料収受に関するものが約5%程度発生している。なお、相談事案は連日数件ペースで寄せられており、代理店の日常活動の中にリスクが潜んでいることが伺える。高額訴訟や言いがかり的な訴訟も引き続き発生している。

<原因種目別>

・取扱種目のウエイトから見て、ほぼ半数が火災・新種に係わる保険事故であり、件数ベースでは最大種目の自動車を超える状況にある。火災保険の商品改定や合併による理解不足が事故につながっている。また、一般代理店には不慣れな賠償補償に係わるトラブルが多い傾向にある。

12 CSR活動の展開

〈地球環境保護・社会貢献活動の実効性ある取り組み〉

A：基本的な対応方針

■CSR活動の取り組み意義

(1) 地球環境保護活動

損害保険に携わるものとして、気候変動や異常気象の原因となる地球環境の問題に関心を持ち、その保護に関わる活動を行うことは重要であり、日本代協では1998年2月に地球環境問題研究会^(※)を立ち上げ、以降、組織としての社会的使命・責任を果たす一環と位置付けて積極的な活動を展開している。

(※) その後、地球環境問題研究会⇒地球環境問題対策室⇒地球環境対策室⇒地球環境・社会貢献委員会と役割を拡大し、2010年度に「CSR委員会」に引き継がれ、現在に至っている。(日本代協HP参照)

(2) 地域社会貢献活動

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グループにとって、社会貢献活動は重要であり、日本代協全体の取り組みに位置づけて展開を図っている。各代協では献血、チャリティなど様々な活動が行われており、今後も損保協会や各保険会社の参画も得ながら地道に活動を続ける方針である。

(3) 2018年度取り組みの基本方針

2018年度は活動再構築の一つの節目の時期と位置付け、下記方針で取り組むこととしている。

- ① CSR活動はボランティア精神に基づく自発的意思の活動であるべきだが、第一線の会員からは“やらされ感”や“実行管理型への嫌悪”あるいは“前例踏襲による実効性への疑問”といった声が寄せられている。こうした生の声を踏まえ、2018年度は従来の活動に並行して、各取り組みを実効性、ロード、意欲の観点から検証する年と位置付け、検証結果を2019年度事業計画に反映させる。
- ② 上記①を先取りする形で、2018年度から“日本代協全体で取り組む統一活動（全国ベース・地域限定）”と“各代協が自主的に取り組む活動”に再構成する。

【統一活動】

〈全国ベースの取り組み〉

- ・地震保険の啓発・普及促進
- ・無保険車追放キャンペーン
- ・「ぼうさい探検隊」マップコンクールへの参画
- ・「子ども110番の保険代理店」の推進
- ・消費者団体との対話活動の推進

〈地域限定の取り組み〉

- ・盗難防止キャンペーンへの参画

【代協独自活動】

- ・各代協で自主的に取り組む様々な活動
(例)・ユニバーサルマナー検定の団体受講
 - ・高校生に対する出前授業
 - ・自転車事故賠償に対する啓発活動
 - ・車いす清掃活動 他多数

- ③ 活動に当たっては、会員代理店の社員、損保協会、保険会社社員、提携事業者等にも広く声をかけ、業界一体となって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」を作る。
- ④ CSR委員会では、各地の活動に関する情報を収集・整理し、今後の活動の検証材料とする。併せて、参考情報として各代協に提供する。

B：取り組み目的別活動内容

■地震保険の啓発・普及促進（全国ベース）

(1) 基本認識と取り組み

世界有数の地震国日本において損害保険の普及に携わるものとして、住宅（家屋・家財）に対する地震補償の必要性を広く消費者に周知し、自助としての地震保険の有用性をPRしていくことは極めて重要な社会的責務である。政府も2006年度の税制改正において、「地震保険料控除制度」を新たに創設する等、様々な地震対策を進めており、地震保険の普及は国家的課題の一つとなっている。

特に、2011年3月11日の東日本大震災、そして2016年4月14日の熊本大地震の発災によって、未曾有の被害を目の当りにした国民の間に地震や津波あるいは火山の噴火に対する危機感が強まっている。また、日本のどこでも地震が起こりうることを再認識させられ、地震保険に対する関心も急速に大きくなっている。

こうした社会的背景も踏まえ、日本代協としては、引き続き、地震保険の啓発・普及を強力に展開し、万一の震災、津波、噴火の際の生活再建の備えとなる地震保険の普及を図っていく方針である。

本会においては、2005年度から、新潟県中越地震が発生した10月（23日）を「地震保険の月」と定め、全国各地で一斉街頭キャンペーンを実施し、地震保険の啓発・普及促進活動を展開している。（情宣チラシ、ポスター等を全国で配布）

(2) その他の取り組み

キャンペーン以外の近年の活動は以下の通りである。

- ◇ 2014年度：「国連防災世界会議」の仙台開催（3月）にあわせ、宮城・新潟・兵庫の3県で地震保険啓発のための特別街頭キャンペーンを実施
- ◇ 2015年度：損保協会が指定した重点広報地域11か所で開催された「防災・地震フォーラム」に参画し、各代協会長等がパネリストとして登壇し、地域住民に対して地震保険の仕組み・必要性を講演
- ◇ 2016年度：「地震保険制度創設50周年」を記念して9月に開催された式典において、岡部会長（当時）が代理店の代表として地震保険の啓発と普及に向けた決意表明を実施（表明文は本章末掲載）。
：損保協会が代理店向けに各地で開催した「地震フォーラム」の運営に全面協力

(3) 地震保険普及の実効性

地震保険の普及のために何よりも重要なことは、代理店自身の意識と行動であり、代協会員自身が「この国の人たちを自然災害から守るためには地震保険は必須の備え」との確信のもとで漏れなく情報提供を行い、お客さまに優先度の高いリスクであることを認識してもらうことである。日々のお客様対応を通して地震被害への自助の備えとして地震保険の必要性を伝え、付帯率アップ^(注)に率先して取り組むことが肝要である。

（注：○ 2016年度末の住宅火災保険に対する地震保険加入割合（付帯率）：全国計62.1% [前年比+1.9P] …45.0%の長崎県から86.4%の宮城県まで分布している。

○ 世帯単位の地震保険契約率（世帯加入率）：30.5% [前年比+1.0P] …15.4%の長崎県から51.8%の宮城県まで分布・なお、世帯加入率にはJA共済等の数字は含まれないため、これらの数値を加えれば地震に備えて何らかの保険手配を行っている世帯比率は30.5%よりも多い。）

(4) 損保ジャパン日本興亜社作成小冊子の寄贈と活用

2017年11月、損保ジャパン日本興亜社から、同社作成の小冊子「あなたの未来を支える日」を1,000冊寄贈いただいた。本冊子は、同社が、巨大地震の記憶を風化させることなく、広く消費者に地震の教訓や保険の重要性を啓発するために作成したものであり、2016年2月に作成された「地震と私たち」に次ぐ第2弾となる。今回は“一年に一度身近な人と一緒に未来を考えよう”をコンセプトに作成されており、日本代協としては、地震保険啓発用の分かりやすいツールとして有効活用する方針としている。(全代協に見本送付済)

■交通安全への取り組み

(1) 無保険車追放キャンペーン（全国ベース）

毎年9月に実施される自賠責広報協議会主催の自賠責制度PRキャンペーンに合せ、2001年度～2006年度の間は郵政省（郵便局）と共同で、2007年度は本会単独で、2008年度以降は国土交通省と共同で「無保険車追放街頭キャンペーン」を実施している。

2018年度は無保険車比率が高いと想定される沖縄、鹿児島、宮崎などに集中して取り組むことを検討したが、国土交通省との協議の結果、従来通り全国ベースで実施することになっている。

(2) 自動車盗難対策（地域限定）

損保協会では、毎年10月7日を「盗難防止の日」と定め、消費者に対する啓発活動を行っており、本会も毎年協力を行っている。特に、2011年度に日本代協が「自動車盗難等の防止に関する官民合同PT」（警察庁主管）の正式メンバーとして承認されたことから、主体的な参画が求められている。

例年、全国で街頭キャンペーンを行っていたが、2015年度以降は、損保協会が『特に取り組み強化が必要な地域』として指定する都道府県において協調活動を行っている。今後も損保協会と連携しながら継続的に取り組む方針である。

(3) 高齢者の自動車事故並びに自転車事故軽減への取り組み（代協独自）

地域密着の代理店として、社会問題化している高齢者の自動車事故等の発生を防ぐために、地域の「老人会」等の高齢者サークル等の会合で、継続的な注意喚起や免許返納制度の説明等、事故防止に役立つ情報提供を行い、安心・安全な社会作りに貢献することが求められる。

こうした取り組みは、事故そのものを削減して消費者を守ると同時に高ロス対策にもつながるため、損保協会とも連携しながら推進していく方針としている。

また、自転車事故対策に関しては、高額な賠償金を求められるケースが相次いでおり、保険の重要性が再認識されている。プロ代理店としては既存契約への個賠特約付帯を進めることになるが、そうした契約がない場合は、地方自治体の団体契約やネット加入等で備えることもできるので、社会貢献の観点から情報提供を行うことが重要である。

■防災・減災、防犯への取り組み

(1) 「ぼうさい探検隊」…防災マップ作成を通じた子どもたちへの防災・減災教育の実施

「ぼうさい探検隊」とは、損保協会が主催する「子どもたちが楽しみながらまちにある防災・防犯・交通安全に関する施設や設備などを見て回り、マップにまとめて確認する実践的な安全教育プログラム」である。

日本代協では、2012年度から本活動への取り組みを強化しており、2017年度は本会関連で133団体416マップ・入賞14マップ^(参考)（昨年度83団体・323マップ・入賞10マップ）の応募があった。総応募数の約

1割を代協会員の紹介で占めるまでに広がっており、表彰式では「キッズリスクアドバイザー賞（日本代協賞）」を「学童保育ひまわりクラブ（静岡）『Mまっしー隊』」に贈呈した。

なお、本会関連で活動に参加した児童2,606名に“ふうた”デザインの反射板を提供した。

【参考】本会関連の入賞14マップは以下の通り（キッズリスクアドバイザー賞を除く）

防災担当大臣賞「香川県三豊市仁尾町児童館」 / まちのぼうさいキッズ賞「富士見キッズ（東京）」
気象庁長官賞「亀崎学区少年消防クラブ（広島）」 / 佳作11マップ

東日本大震災の際、本活動を通じてマップ作成の体験をしていた小学生が、その経験を活かして難を逃れるとともに、下級生の避難誘導を行うことができた事例がある一方で、2018年6月に発生した大阪北部地震では、通学路の見回りチェックを行っていれば防げたのではないかと思わざるを得ない痛ましい死亡事故も起きており、本取り組みは地道ながらも価値があることは明確である。

地域に根差したリスクマネージャーとして地域の子どもたちの防災・減災に取り組むことは、本業を活かした地域社会への貢献そのものである。2人以上の参加があればできるので、小学校だけではなく、夏休みの自由研究や子ども会、学童保育、ガール・ボーイスカウト、少年消防団等の活動の一環として楽しく取り組んでもらえるよう広く呼び掛ける必要がある。また、代協会員がマップの作成指導にあたることで、地域における「リスクの専門家」としての存在感を示すことにもつながるものと考えられる。

(2) 「子ども110番の家」の参画にむけた推進

子どもたちが犯罪や事件に巻き込まれるリスクを少しでもなくすため、2016年度から「子ども110番の家」の認定を受けた代協会員を「子ども110番の保険代理店」として追認する取り組みを展開している。

追認を受けた代理店は、“ふうた”デザインのオリジナルステッカーを代理店事務所に掲示し、助けを求めた子どもを保護して行政機関等に連絡することとしている。

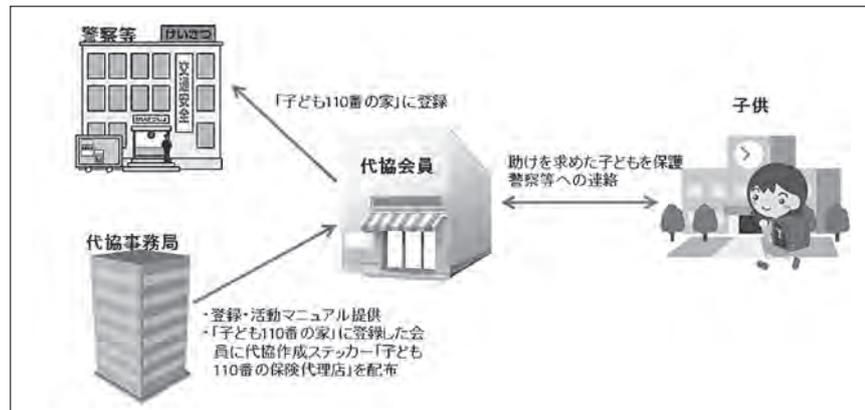
地域の子どもたちの安全を守る取り組み^(注)として、実効性に留意しながら今後も追認店舗を増やしていく方針である。（ステッカーを張ることで犯罪抑止の効果も期待できる。）

（注：）【日本代協・各都道府県代協における本取り組みの目的】

- ▶ 全国での「子ども110番の家」の活動を通じ、将来を担う子ども達の安全確保に協力
- ▶ 地域と共に生きる代協会員の社会貢献活動の支援・後押し
- ▶ 日本代協としての統一ブランドでの展開による業界の認知度アップ・職業魅力の向上

「子ども110番の家」は、自治体や地域によって認定主体が異なるため、展開の難しさはあるが、各地で工夫しながら徐々に活動の輪を広げているところである。特に、沖縄県代協においては、県警と独自の協定を結び、警察と協力して地域の安全に貢献していく仕組みを構築した。他の模範となる取り組みである。

<「子ども110番の保険代理店」のスキーム・代協作成ステッカー（たて型）>



■グリーン基金の活用（寄付金）

(1) 基本方針

本会では、2000年度に地球環境保護に取り組んでいる団体を支援するための「グリーン基金」を設け、寄付を行っている。その後、地域社会貢献活動も寄付先に加え、小規模ながらも身の丈の寄付を続けている。（毎年会費の2%相当・約200万円を目途）

寄付先の選定に当たっては、2009年度からはHP上で公募を行うとともに選考委員会^(注)を組成し、寄付の妥当性、透明性を確保する態勢を整えている。（注：外部委員は、損保協会と損保総研の代表者各1名）

(2) 2017年度の選考結果と制度の問題点

公募に応じた団体のうち、資格要件を満たし、寄付先として妥当と判断された25団体に対し、総額195万円の寄付を行った。（個々の寄付先は日本代協HP参照）

なお、2016年度からは、応募数の増加と活動への各代協の関与の難しさ、多様性故の選考の難しさなどを踏まえ、応募要件から地域社会貢献活動を外し、自然環境保護に限定した選考を行っている。

また、代協が活動に参加している団体を選考で絞り込むことによる風評リスクも顕在化してきており、2018年度内に本基金のあり方に関し、ゼロベースで再検討することとしている。

(3) 対応代協との関係強化

グリーン基金は「寄付金」であるが、「寄付して終わり」では経費を活用する意味がない。日頃から代協サイドで寄付先団体が行っている活動に参画・協力し、関係強化に努め、社会的認知度を高めることが重要である。

また、地元の小さな団体の活動を支援するためには、グリーン基金だけではなく、各代協から直接寄付を行い、関係強化・連携を図ることも考えられる。

■公開講座

消費者保護への貢献を目指す日本代協にとって、消費者に直接情報を提供し、リスク啓発を図る観点から、大規模災害や事故防止など消費者に関心の高いテーマを選んだ公開講座の開催は重要な取り組みであり、各代協において実施^(注)している。今後も継続していく方針である。

（注：2017年度は、6代協・1支部・5ブロックで計12回開催・参加者数1,728名）

■消費者団体等との対話活動の推進

(1) 基本方針

消費者の声に耳を傾け、それを自らの資質向上に役立てるとともに、行政・損保協会等に伝え、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を実現し、消費者の利益に貢献することは本会の使命であり、引き続き積極的に推進する。

(2) 懇談会の開催

可能な限り全ブロックで定期的に懇談会を開催^(注)することが望ましい。本部においても消費者団体、消費者行政機関との関係強化に注力する方針である。（注：2017年度は11代協で計15回開催。消費者団体参加者114名）

なお、開催に当たっては、日本代協が賛助会員となっている「公益社団法人 日本消費生活相談員協会（全相協）」の各支部との連携も可能である。

<進め方の一例>

◇ 代協から：身近な保険商品の解説、お客様からよく聞かれる項目の説明、お客さまとのやりとりを想

定したロープレの実施など

◇ 消費者団体から：消費者苦情の最近の動向や対応の状況、理解しにくい内容の洗い出しなど

■学校教育への取り組み

(1) 基本方針

保険制度に対する理解を深め、その必要性や代理店の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だしていくために、学校教育への取り組みは重要である。

損保協会も学校教育を事業の重要な柱と位置付けて積極的に展開しており、連携できるところは連携して取り組む方針である。

日本代協としても、毎年10月に講師候補者向けのプレゼン研修を実施しており、2017年度は新たに7名に『日本代協認定講師』の名称を付与した。(通算31名)

(2) 大学における保険教育

各大学で損保協会が開講している「損害保険講座」の中の「保険募集」のパートを本会が引き受け、日本代協役員や各代協から選任されたメンバーが学生向けに講義を行っている。2017年度は国立の4大学で講義を行った。代理店という職業の認知度向上や講師の資質向上にもつながる機会であり、今後も積極的に協力する方針である。

(3) 高校生向け自動車リスク教育（自動車事故防止の取り組み）

富山代協が行っている高校生向けの教育（社会に出る高校3年生を対象に、自動車運転に伴うリスクと責任を問いかけ、自覚を持ってもらう内容）は、代協独自の企画として全国の模範となる事例^(注)である。出前授業などを通して他代協にも広がっていくことが望まれる。

(注：2017年度は、4代協・16校で4,323名の高校生に対して実施)

■防災経済コンソーシアムへの参画

(1) 概要

近年の災害の激甚化、切迫する大規模地震等を踏まえれば、公助には一定の限界があり、自助の促進による社会全体の災害マネジメント力を向上させることが極めて重要である。

特に、地域経済の維持や早期復興という観点からは、事業者が事業活動の中で、災害に対して経済的な観点からも事前に備えることが不可欠であることはいうまでもない。

事業者による災害への備えを促進するためには、取引先・金融機関・税理士・経済団体等の、事業者の事業運営に関係する多様な主体が、共通の理念の下に、面的かつ継続的に働きかけることが効果的であると考えられる。

こうしたアプローチの実現に向けて、関係団体が自律的なネットワークを形成し、官民一体で活動する枠組みとして2018年3月23日に本会を含めた関係団体と内閣府の官民で構成される「防災経済コンソーシアム」が設立^(注)された。

日本代協は、防災・減災に関する地道な取り組みや中小企業のリスク対策に果たす役割が評価され、内閣府の要請で創設メンバーに名を連ねることとなり、組織として一定の存在感を示す形になった。

(注：これに先立ち、2017年9月から計4回設立準備会が開催され、立ち上げに向けた論議が行われたが、本会はこのメンバーにも加わり、そのまま創設メンバーとなった。)

また、「防災経済コンソーシアム」の設立と併せて、コンソーシアムのメンバーが尊重すべき共通の理念として「防災経済行動原則^(後掲)」が策定された。

(2) コンソーシアム設立メンバー（経済13団体）

外国損害保険協会・日本損害保険協会・日本損害保険代理業協会・日本保険仲立人協会
経済同友会・日本経済団体連合会・日本商工会議所・全国商工会連合会・全国中小企業団体中央会
全国銀行協会・全国信用金庫協会・全国信用組合中央協会・日本税理士連合会

(3) コンソーシアムの目的・理念

【目的】

自助・共助の観点から、事業者が自然災害に対して災害リスクマネジメントを実施して事前の備えを充実させることを、コンソーシアムを通じて面的・継続的に促進し、結果として社会全体の災害リスクマネジメント力向上により防災力が高まることを目的としている。

【基本理念】

事業者の災害リスクマネジメント力が向上し、結果として社会全体の防災力が高まるように、コンソーシアムメンバーが尊重すべきものとして「防災経済行動原則^(後掲)」を策定する。

【取組体制】

- 事業者が事業活動の中で事前の備えを行うことを目指し、国と民間団体（官民）が一体となって取り組むことが重要
- メンバーの代表である幹事と内閣府が連携して事務局を務める（初年度の事務部会幹事は損保協会が務めることとなった）

【コンソーシアムが行うこと】

- メンバー間の情報共有（年1回程度の総会）
- 実務担当で構成される事務部会等による各メンバーの活動内容の報告等
（2018年5月に開催された第1回事務部会では、日本代協の取り組みを紹介した）

【コンソーシアムメンバー＝日本代協＝が行うこと】

- 「行動原則」を事業者に対して普及・啓発する
- 「事業者が行うことが重要な4つの事前の備え^(後掲行動原則前文)」を促進するため、各団体の判断により、メンバーの特性に応じて必要な推進を図る

(4) 今後の展開

各メンバーは、それぞれの情報伝達ルートで、可能な限り「行動原則」の普及・啓発に努めながら、事務部会等における各メンバーの活動状況の報告等を通じて、自助促進の好取組事例等を共有し、普及・啓発の課題等について検討を行うことになる。論議の成果については適宜フィードバックを行い、代協会員の中小企業のリスク対策に活かしていくこととする。

『防災経済行動原則（2018年3月23日採択）』

【前文】

我が国は、その自然的条件から災害が発生しやすい特性を有している。このため事業者は、災害リスクマネジメントが事業経営上の根幹をなすことを認識して意思決定等の行動を行うことが重要である。特に大規模災害時には公助に一定の限界があることから、事業者は、自助・共助による以下(1)～(4)の事前の備えを行うことが重要である。

- (1) 事業者は、自らの災害リスクを適切に認識・把握する。
- (2) 事業者は、認識・把握した自らの災害リスクに応じて、リスクコントロール（耐震補強、BCP対策等）とリスクファイナンス（保険加入、融資、現金保有等）の組み合わせによる効果的な災害リスクマネジメントによって、防災対策を実施する。
- (3) 事業者は、自らが主体的に行動するため、自らの役職員への防災教育の充実により意識を向上させる。
- (4) 事業者は、自らの事業経営に不可欠な取引先、金融機関、事業者団体等の関係機関等と連携・コミュニケーションを図り、自助・共助の防災対策を実施する。

防災行動原則は、事業者が自助・共助による事前の備えを行うことによって、結果として社会全体の災害リスクマネジメント力が高まるように、防災経済コンソーシアムのメンバーの活動上尊重されるべきものである。

【防災経済行動原則】

1. 防災経済コンソーシアムのメンバーは、【前文】(1)～(4)の実現を図るために必要な推進を図る。
2. 防災経済コンソーシアムのメンバーは、防災経済コンソーシアムへの情報提供や事業者への還元など、得られた知見は可能な限り共有し、社会全体の災害リスクマネジメント力向上を図る。
3. 防災経済コンソーシアムのメンバーは、メンバーが属する業界の特性に応じた創意工夫により、事業者の災害リスクマネジメント力向上のための普及・啓発を図る。

決 意 表 明

世界有数の地震国である我が国では、どこにいても地震の被害から逃れることはできません。一方で、地震リスクは大数の法則が成り立たない特殊で巨大なリスクです。

地震保険は、こうした科学の限界を日本の英知を集めて乗り越え、五十年の歳月をかけて改善が重ねられてきた優れた制度であります。

併せて地震保険は、契約者の保険料で賄われる「自助」に位置付けられますが、市場原理に基づく「保険」というだけではなく、国の関与のもと、社会全体でリスクを分担する「連帯」の側面も併せ持つ、極めて高度な仕組みでもあります。

これにより、補償と負担のバランスを図りながら、国民全世帯が加入可能な保険料を提示でき、かつ、供給の不安を解消しています。

精緻な仕組みであるがゆえの課題はありますが、世界に誇れる我が国独自の制度であり、私たちはもってこの制度の価値を認識し、更なる活用を図る必要があると強く感じています。

そして、何よりも地震保険は、被災者が、暗闇の中から将来に向かって最初の一步を踏み出す「希望の光」となる力を有しています。

大規模な地震災害から立ち直れなければ、あるいは、それが大きく遅れることになれば、被災地のみならず国民経済全体に悪影響を及ぼし、国は衰退していきます。

だからこそ、地震保険の必要性を広く消費者に伝え、加入者を増やしていくことは損害保険業界全体の社会的責務であると考えます。

とりわけ、日頃契約者と直接接する私たち代理店は、地震保険の情報提供と普及の重要な担い手であり、地震リスクに対する事前の備えの提案は、我が国のお客さまをリスクからお守りする代理店の使命であると考えます。

そもそも私たち代理店の仕事の社会的意義は何でしょうか。保険商品を売ることでしょうか。私は、お客さまに寄り添い、様々な不安を出来る限り取り除くことにこそ代理店の本当の価値があると思います。

先ず何よりも、お客さまを取り巻くリスクの総体に、プロとしての専門性を発揮してしっかりと迫ることが重要です。

そのリスクの中に、今そこにある危機として地震災害を織り込み、お客さまとの対話を重ね、ご納得いただけるプランを提案していくこと、これが保険のプロとしての代理店の重要な役割だと考えます。

一方で、お客さまは、そもそも事故や災害に遭いたくない、出来る限り被害は小さい方がいい、できれば保険のお世話にはなりたくないというのが本音ではないでしょうか。

だからこそ、損害保険業界としては、保険の普及と併せて、防災・減災に資する取り組みをしっかりと行っていくことが重要です。

保険は、その延長線上にある最後の砦ではないでしょうか。

ここでも、地域に生きる代理店は、大きな役割を果たすことができます。そして、その役割を果たすことで、社会における存在価値はさらに大きくなるものと考えます。

私たち代理店は、こうした認識の下で、損保協会ならびに損害保険会社各社との連携を強化し、広く消費者にリスク啓発を行いながら、地震保険の役割をお伝えし、その活用を促して参ります。

今後も関係各機関には契約者の保険料負担に対する十分な配慮と制度の丁寧な改善をお願いした上で、建物・家財ともに地震保険の付帯率を高めて参ります。

「あのときもっとしっかりとお奨めしておけば良かった」と後悔することがないように、日々の情報提供と提案を着実にいき、安心・安全な社会づくりに貢献することをお約束し、代理店としての決意表明といたします。

平成二十八年九月五日

一般社団法人 日本損害保険代理業協会
会 長 岡部 繁樹

(2016年9月5日東京・内幸町「イイノホール」にて：財務省、金融庁、有識者、損保協会、各保険会社、代理店等参加者約500名)

13 大規模災害への対応

■事業継続と代理店の価値

我が国が世界有数の地震国であることは誰もが知っており、多くの人が危機管理に関して特段の知見や助言がなくても自ずとそれなりの災害対策を講じているのが実態である。ただ、それは飽くまで「それなり」のものであり、家族との連絡（安否確認）・待ち合わせをはじめとして、災害を想定した『発災後の行動計画』がきちんと立てられている人は意外に希ではないかと思われる。

個人・法人を問わず、お客様のリスクマネジメントに関する相談に対応し、保険商品を提供・活用することによって損害の軽減を支援する保険会社・代理店にとって2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震は、「損害保険」という目に見えない商品・サービスの真価を問うものであった。

東日本大震災においては、幸いにして損保協会が歴史上初めて設置した中央対策本部の下で、損害保険会社各社と代理店とが一丸となって被災契約者対応に取り組んだ結果、極めて迅速に保険金をお支払いすることができ^(注)、社会からは高い評価を得ることができた。（注：発災から3か月後の4月2日時点で771,403件・1兆2241億円の地震保険金を支払い、被災契約者の生活再建に役立った）

しかしながら、財務省の「地震保険制度に関するプロジェクトチーム」からも指摘を受けているように、必ず起こる巨大地震に備えた^(注)十分な対策・対応は急務であり、「今そこにある危機」と捉えて準備を行う必要がある。（注：東日本大震災以降も、長野県北部地震、熊本地震、鳥取県中部地震、大阪府北部地震など、震度6以上の大きな地震が頻発している。今後は、近い将来の発生が予測されている南海トラフ巨大地震並びに首都直下地震という未曾有の大災害に備える必要がある。）

保険会社や代理店の仕事は、むやみにお客さまの危機意識を叩いて保険を売ることではない。お客さまを取り巻くリスクについて正しく認知して頂き、リスクの回避・軽減につながる行動を促した上で、それでも解消できないと想定される被害に保険商品を提供して損害の軽減を支援することである。だからこそ、事故に遭われたお客様から事故の連絡を受ける局面は、お客様が本当に困っている状態であり、この時こそ、迅速かつ丁寧で人間味のあるサービスの提供が重要になる。

実際に東日本大震災や熊本大地震の際には、地域密着で地域のこと、お客さまのことを良く知る被災地の代理店が厳しい環境の中で被災契約者のために奔走し、地震保険金の早期支払いに尽力した功績は内外から高く評価されているところである。

しかし、交通事故や火災事故など、1件1件が独立しているような事故であれば、代理店もお客さまに対して親身な対応ができる時間も余裕もつくることができるが、地震災害や洪水災害など、同時に多くの人が被災し、多数のお客さまの対応を要する保険事故の場合には、代理店自身もお客さまと同様に被災者になっている可能性があり、十分な対応・サービスを提供できないことも想定される。

代理店は、事故対応については基本的なノウハウを有しており、加えて、お客さまの顔と名前が一致する唯一無二の存在である。このことは代理店の地域における価値の源であるが、それ故に、大規模災害時の混乱の中においても最良のサービスを提供する責任があり、その前提としての日ごろの業務を通じたリスク対策の提案と必要な保険手配、並びに、厳しい環境の中で重責を果たすことができる態勢整備（人的物理的体制と稼働する仕組みづくり）を行っておくことが重要である。

■今後待ち受ける危機

我が国において、地震災害とそれによって引き起こされる津波災害は最も注意を要する災害であるが、代

理店の経営・事業存続を脅かす危機は他にも想定される。万一の場合に適切な行動をとるためには、こうした危機についても一定の理解をしておくことは重要である。主なものは以下の通り。

地震災害

◆ 南海トラフ巨大地震

- ・駿河湾から九州にかけて続く水深4,000mほどの深い溝である「南海トラフ」での発生が想定される地震。過去100年から150年周期でM8クラスの地震が発生しており、向こう30年以内にM8から9クラスの巨大地震が発生する確率は60%から70%とされている。
- ・震度6弱想定…21府県・292市町村 / 震度6強想定…21府県・239市町村
震度7想定…10県・151市町村 / 津波による浸水面積…1,015km²（東日本大震災の2倍）
- ・死者・行方不明者数…33万人 / 建物全壊…239万棟（東日本大震災の15倍以上）

◆ 首都直下地震

- ・首都圏ではM8クラスの巨大地震が200年から300年の周期で発生しており、向こう30年以内にM7クラスの巨大地震が発生する確率は70%程度と想定されている。東京湾沿岸を中心に広範囲で震度6以上の揺れが生じる。
- ・死者数最大2万3千人 / 建物全壊61万棟
直接被害47兆円 / 生産・サービス低下による損害48兆円（合計95兆円）

大規模水害

- ・近年世界各地で大規模な水害が発生している。日本国内でも台風や集中豪雨などによる水害は毎年のように発生しており、激甚災害^(注1)に指定された水害も数多い。（注1：地震や風雨などによる著しい災害のうち、被災地域や被災者に助成や財政援助を特に必要とするもの。激甚災害法（1962年成立）に基づき政令で指定される。）
- ・特に近年は、1時間降雨量50mm以上^(注2)を観測する回数も増加しており、今後も風水災による大規模な災害の発生が懸念される。（注2：1時間降雨量30mmを超えると災害の危険性が一気に高まる。50mm以上になれば滝のようにゴーゴーと激しく降り、土石流の危険性が高まって車の運転もできなくなる。）
- ・内閣府中央防災会議の「大規模水害対策に関する専門調査会」は、利根川・荒川氾濫時の浸水想定を公表するとともに、国内では初めて洪水氾濫による死者数・孤立者数の人的被害想定や地下鉄等の浸水想定を公表している。これによれば、利根川首都圏広域氾濫の場合、死者数最大2,600人、孤立者数最大110万人以上と想定されている。

パンデミック（新型インフルエンザ）

- ・地震や津波、洪水等とは異なり、物理的な被害をもたらすことはないが、新型インフルエンザによるパンデミックもまた事業の継続を脅かす危機の一つと言える。
- ・新型インフルエンザは例年流行を繰り返すインフルエンザとは対応の違うウイルスが出現するもので、10年から40年の周期で発生している。ほとんどの人が免疫を持っていないため、世界的な大流行（パンデミック pandemic）によって社会に大きな影響が与えることが想定される。2009年4月にメキシコで確認された新型インフルエンザA（H1N1型）は、日本にも広がって2,000万人が罹患し、203名が亡くなっている。
- ・2013年6月に内閣官房が発表した「新型インフルエンザ等対策政府行動計画」によれば、一例として、人口の25%が罹患したと想定した場合、医療機関を受診する患者数は1,300万人から2,500万人、重度の場合は致死率2.0%として入院患者200万人、死者数64万人と推計されている。

- ・また、社会的な影響としては、国民の25%が8週間にわたって順に罹患し、罹患者は7日から10日程度の欠勤になると想定されている。流行の中心となる2週間に従業員が発症して欠勤する割合は5%程度とされているが、家族の看護などのために出勤できないケースも出てくるため、最大で40%程度の欠勤が想定されている。
- ・新型インフルエンザは、ある瞬間にあらゆるものが寸断される形態の危機ではないし、インフラそのものは基本的に使用できるため、地震等の災害とはその後の対応レベルも事なるが、順に多くの従業員の欠勤と、顧客等との対面の抑制がもたらされるため、通常の仕事のやりとりとは異なる業務プロセスや営業活動が求められる。
- ・代理店としては、業務代替ができるようプロセスのマニュアル化を進める、いざという時に従業員に余裕ができるよう早めの行動をスタンダードにしておく、平時の間に業務を見直して削減できるものは削減し、無駄な業務や重複している業務、並びに、非効率な業務プロセスの改善を行い、代理店業務全体を軽くしておく等の対策が必要である。

その他の危機

- ・上記以外にも代理店経営を取り巻く危機はたくさん存在している。自然災害に限定しても火山の噴火、竜巻、土砂崩れ、猛暑など様々である。また、大規模な交通災害や情報通信システム障害、あるいはテロなども事業継続を脅かす危機と言える。
- ・このように代理店の周りには多数の危機が隠されている。その危機が現実のものとなった時に迅速かつ適切に対処できるよう、あらゆる危機が代理店経営上どのような被害をもたらすのかを平時において考えておくことは重要である。
- ・また、少なくとも業務プロセスのマニュアル化、顧客情報の共有、社員間の連絡体制の強化、お客さまのメールアドレスの取得など、危機対応の際にベースとして必要になることは、平時から計画的に取り組んでおく必要がある。

■事業継続計画（BCP）

(1) 事業継続計画とは

大規模な地震災害や洪水災害などの自然災害の発生や、インフルエンザなどの感染症の蔓延によって、ライフラインや交通インフラの停止などをはじめとした社会機能の支障・混乱あるいは社屋や従業員等の被災により、日常業務の継続に支障をきたすことが想像される。局所的な事故としては、自らの事務所が火災や爆発を起こす可能性もあり得る。

そのような状況下でも、重要な業務を中断させることなく、また、中断させたとしても可能な限り短期間で復旧させるための方針や体制、手順等を示した計画のことを『事業継続計画』(BCP: Business Continuity Plan) と言う。

事業継続計画は、会社の事業の中核となる業務の操業度を、会社の存続や社会的使命から考えられる有事の際でも継続を死守すべき水準〈操業度の許容限界〉以上で継続させ、また、復旧を必要とする時間〈時間軸の許容限界〉内に復旧させる計画である。

許容される限界となる時間は「最大許容停止時間」(MTPD: Maximum Tolerable Period of Disruption) と呼ばれ、業務やサービス内容により異なる。また、事業継続計画において、重要な業務・サービスについて最大許容停止時間を踏まえながら設定する時間は「目標復旧時間」(RTO: Recovery Time Objective) と呼ばれる。事業継続計画の検討においては、最大許容停止時間よりも目標復旧時間を短く設定し、それを実現する方法を考えることが重要となる。

また、事業継続計画を策定するにあたり、大規模な地震災害や洪水災害あるいはテロなど、突発的な被害をもたらす事象を想定するだけでは十分とは言えない。例えば、前記の通り、新型インフルエンザなどの感染症などによって長期間にわたって段階的あるいは徐々に被害が拡大する性質のものもあり、このような事象に対処する事業継続計画は、必ずしも地震等の事業継続計画と同様というわけではない。

代理店は、幾つもの業務を同時に行っているが、有事の際の厳しい環境下では、業務に優先順位をつけて絞り込み、更に、それらの業務の継続や早期の復旧という視点を踏まえて、全ての従業員等を巻き込んで検討を行うことが、従来の防災対策と異なる事業継続計画の特徴と言える。

また、事業継続計画はその名称の通り「計画」であり、有事の際にはその通りに行動できるようになっていなくてはならない。そのためには机上の計画に留まらず、平時から大災害の発生を想定した定期的な教育や訓練が必要であり、計画を機能されるための十分な体制を整えておくことが重要となる。

なお、単に事業継続計画を策定するだけでなく、実際に行動できるようにするための訓練や準備などの一連の対策・対応を含めたものを「事業継続管理」(BCM: Business Continuity Management) と言う。

事業継続計画と事業継続管理の区別があいまいに取り扱われている場合もあるが、整理すれば、重要業務を継続させる計画が事業継続計画であり、平時から有事を想定した被害の軽減に努めることと、有事の際に事業継続計画に則った行動ができるように体制を整えること、が事業継続管理である。

(2) 代理店の事業継続計画

「損害保険代理店」という仕事は、地震災害に限らず、災害による被害・損害が保険事故として保険金支払いの対象になるため、災害時にこそ平時と変わらない品質、あるいはそれ以上の品質でサービスを提供する必要がある。しかし、そのような場合には、代理店の経営者や従業員自身も被災者の一人になっている可能性が高いため、事前の対策と計画の策定は必須であり、それがまさに「事業継続計画」である。

ただ、事業継続計画で想定する通りの災害が発生するわけではないし、また、その通りに被災するわけでもない。更には、必ずしも計画の通りに行動できるわけでもない。従って、事業継続計画の策定にあたっては、文書化と計画書の従業員への配布を目的とするのではなく、従業員全員がその策定に携わり、事業継続計画書の行間に隠れた考え方などをきちんと理解・共有する必要がある。計画を策定する場合は、代理店の日常業務を振り返る良い機会になるので、従業員全員で丁寧にかつ前広に議論を行うことが望まれる。

(3) 計画書策定の手順

国内外に様々な事業継続計画策定のためのガイドライン等が存在するが、基本的な手順は概ね同じであり、整理すると以下の通りである。

- 1. 被災シナリオに基づく被害 … ① 想定リスクの選定
 - … ② 災害シナリオの設定
 - … ③ 被災シナリオの評価
- 2. 事業継続目標 … ① 重要業務の選定
 - … ② 復旧目標の決定
- 3. 目標と現状のギャップ
- 4. ボトルネックの特定
- 5. ボトルネックを解消する具体的対応策の検討

上記手順に沿った検討の手順は次の通りである。これは、2013年に東京代協の正副会長と野村総研、日本代協でプロジェクトチームを組み、論議を行ったBCP策定作業の一例である。地域の小規模代理店向けの参考事例として提示するものである。

〈事業継続計画の策定手順【参考例】〉

〈事業継続計画策定の方針〉

事業継続の究極の目的は、企業の存続を確保し、代理店としての持続的成長を可能にすることにある。これは、代理店経営の本質的な目的と意義であり、事業継続の方針を検討する際には、代理店自身の経営理念や経営戦略などの経営方針を踏まえたものでなければ意味がない。

従って、答えは一つではないが、ここでは、何よりも従業員やその家族の安否と安心して生活できる環境を確保することを最優先に考えた上で、リスクマネジメントの専門家としても、また、保険金の請求や支払いをサポートする立場にある代理店としても、地域の被災者や契約者のために活動することを目的として方針策定を行っている。

〈事業継続計画策定の推進体制〉

事業継続計画は、大企業が先行して策定を進めており、書店に並んでいる本の多くには、「事業継続計画の策定には経営陣も参加することが重要」や「全社横断型のプロジェクト」といった文言が記されている。これを言い換えると、大企業において「経営企画部門や総務部門が中心となって策定し、文書化して従業員に配布すればよいというわけではない」ということを言っているわけだが、一般的な地域の代理店のことを考えると、規模感は様々であるが、組織型代理店とは言っても多くは企業として見た場合は小規模な組織体である。そこで、この検討においては、社員7名程度（社長、役員1名、営業担当3名、事務2名程度）の事業規模の代理店をひとつのモデルとしている。

また、大企業の場合には組織の再構築なども事業継続計画の重要な要素になるが、一般的な地域の代理店は、全ての問題に全員で立ち向かうことができる（立ち向かわざるを得ない）シンプルな組織であるため、事業継続計画策定の推進体制は社長を含めて全従業員で行い、有事の際の「災害対策本部」も全従業員で運営する前提となっている。

〈想定リスクの選定〉

事業継続計画の対象とするリスクとしては、前記の通り、巨大地震や巨大台風・集中豪雨、洪水、火災、停電、疫病・感染症、テロなど様々なものが考えられる。本来であれば事業継続計画はあらゆるリスクを想定して、それらに共通して耐え得るものである必要がある。なぜなら対象とするリスクの入れ替えは、災害シナリオや被災シナリオとその対策・対応に違いが生じるだけで、重要業務や復旧目標に違いをもたらすものではないからである。

一人の頭の中で作り上げられる事業継続計画であれば、それらの災害が整理されて矛盾のないものとしてまとめることができるかもしれないが、事業継続計画のそもそもの趣旨に立ち返って考えると、従業員全員で意識を共有しながら策定することが重要であることは言うまでもない。その場合、事業継続計画は“様々なリスクに耐え得るものである”と頭の隅で意識しながらも、何かひとつのリスクを選定し、そのリスクを対象に事業継続計画について検討や議論を進める方が分かりやすい。

そうした観点から、ここでは、リスクを「大規模震災」と想定して検討を行っている。ただ、その大規模震災が「南海トラフ巨大地震」なのか「首都直下地震」なのかといった特定は行わず、発生確率なども考慮しないで『東京で大規模な地震が発生したら』といった具合に、やや曖昧なままで検討を行っている。絞り込めば絞り込むほどリスクと対策がマッチするが、逆に他のリスク対応の際には不適合な部分も出てくるおそれもあるため、地域代理店においては、上記のような少し大括りの想定が妥当ではないかと考える。

〈災害シナリオの設定・被災シナリオの評価〉

「災害シナリオ」と「被災シナリオ」とは、言葉が似ていて分かりにくいですが、整理すれば以下の通り。
・「災害シナリオ」…想定するリスクの選定で、例えば「南海トラフ巨大地震」や「首都直下地震」とし

た場合の地域の震度分布や死者数・建物倒壊数、交通寸断、電気・ガス・水道といったライフラインの被害状況などである。代表的な災害については内閣府中央防災会議で取り上げられて被害想定や対策について検討が行われており、多くの情報がウェブサイト上に公開されている。また、地方公共団体でも地域のリスクについて情報を整理して公開したり、ハザードマップなどを作成したりしているため、災害シナリオの設定には、それらを参考にすることができる。

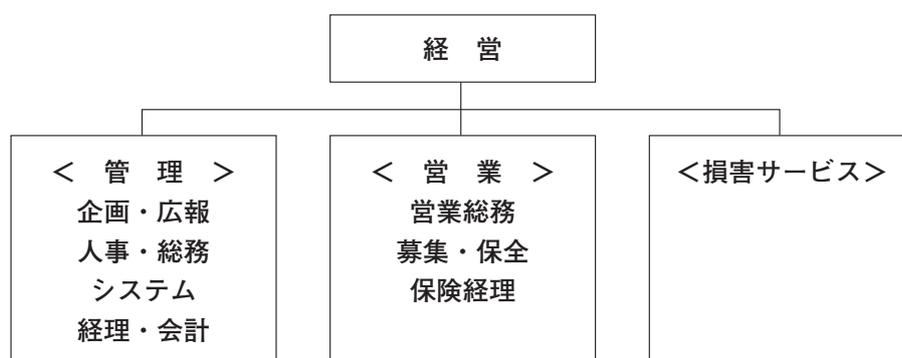
- ・「被災シナリオ」…設定した災害シナリオが発生した場合に、その結果として代理店がどのような状況になっているかを描いたものである。特に、重要業務^(後述)を遂行するのに必要なリソースがどのような状態になっているのかがポイントであり、事前の対策の必要性や優先順位付けの検討に必要となる。

〈業務の洗い出しと『重要業務』の選定〉

事業継続計画の策定に際しては、『重要業務』という言葉が使われる。「重要業務の選定」というと、代理店の日常業務の中には「重要な業務」と「重要ではない業務」があるようにも思えるが、事業継続計画でいう重要業務とはそのような意味ではなく、“災害時の制約が多い環境下で企業の存続のために最低限やらなくてはならない業務”を指している。そのため、重要業務の選定の前には「業務の洗い出し」という作業を実施する必要がある。

「業務の洗い出し」とは、通常重要な業務か重要ではない業務か、代理店の固有の業務かそうではない業務かなどといった特別な優劣を付けることなく、日常行っている全ての業務の棚卸しをすることである。その結果、「保険料の精算業務」が重要業務であると位置づけられた場合には、その業務の実施に必要なシステム環境や経理担当者のことを、重要業務を遂行するのに必要なリソースという。

今回の論議で業務洗い出しに用いた組織体系は以下の通りである。(これも一例である)



次に、その部門ごとに業務分掌を作成し、業務項目を洗い出す。

更に、洗い出した業務をもとに、重要業務の選定を行う。重要業務の選定にあたって、ここでは代理店の業務に「許容限界以上のレベルで事業を継続させる」必要がある業務はないと整理し、全ての業務を一旦完全に停止させ、その後、如何に早く復旧させる必要があるかで重要業務の選定を行っている。その結果、発災から2週間以内に復旧を要する業務を重要業務として整理している。

〈復旧目標の検討〉

本来であれば重要業務を選定した後に、その業務について、「いつまでに、どの程度まで復旧させるか」という「復旧目標の設定」を行う。復旧目標の設定の段階で検討すべき項目には、いつまでに復旧を果たすのかという「目標復旧時間」と、どのレベルまで復旧させるのかという「目標復旧レベル」の2つの概念がある。この“重要業務をいつまでにどのレベルまで復旧させるのかを考えること”、すなわち復旧目標の検討・設定を行うことこそが、まさに事業継続計画の本質であると言える。この復旧目標の設定によって、各代理店がどの程度の対策を取り、体制を整えるのかの方針を明確にするものだからである。

ただし、今回の検討は社長を含めて7名程度の規模の代理店であり、従業員の何パーセントが出勤できる・できないといったことを想定して復旧レベルを問うことは本質的な議論から遠ざかる可能性が高いと考えられるため、いつまでに復旧を果たすのかという「目標復旧時間」のみで検討を行っている。

更に、目標復旧時間の設定は、「3日以内」「1週間以内」「2週間以内」「それ以上」など、多少の猶予を持たせて検討を進めるのが一般的であるが、ここでは、「今日」「明日」「明後日」のように、敢えてより具体的に日を刻んで検討している。

〈有事の際にのみ発生する業務〉

代理店業に限らず、大規模災害などの際にのみ発生する業務もある。先の重要業務の選定にあたって、思い付きではなく、業務の洗い出しを行った後で絞り込む作業を行ったのは、重要業務を見落とさないようにするという目的があったが、この方法でも有事の際にのみ発生する業務は抽出できていない。

そこで、ここでは、小規模でありながらも敢えて「災害対策本部」を設置する体制を考えて、有事の際にのみ発生する業務を考えてみた。しかしながら、大企業のように「〇〇班」や「〇△班」といったものがたくさん作れるわけではないので、災害対策本部という意思決定等を行う機能と、「従業員のために」「契約者等のために」という機能に整理して検討を行っている。その結果が以下の整理である。

なお、有事の際にのみ発生する業務は往々にして重要業務の前工程である場合があるので、これらの業務の目標復旧時間も重要な指標になってくる。

〈有事の際にのみ発生する業務と目標復旧時間〉

部門	業務項目	目標復旧時間
【災害対策本部】	災害対策本部の設置	当日
	災害情報の収集・把握	翌日
	災害状況の収集・把握（自社）	翌日
	行動方針の決定	翌日
	出退勤の指示	翌日
	保険会社・業界関係者への連絡	翌々日
【従業員等のために】	安否確認（家族や居住環境を含む）	当日
	従業員等の出退勤可否の確認	翌日
	社長メッセージの発信	翌々日
	負傷者の応急救護	当日
	必要物資の購入	当日
	備品の管理・配布	当日
	被災した従業員等への対応	当日
【契約者等のために】	異動・解約申込書等の保険会社持ち込み	翌々日
	能動的な事故受付活動（電話ローラー）	翌々日

〈重要な要素の抽出〉

重要業務（有事の際にのみ発生する業務を含む）を実施する上で必要となる経営資源（人・物・金・情報など）を重要な要素として認識しておく必要がある。そして、重要業務が受ける被害の想定（被災シナリオ）から復旧に要する期間を算出し、目標復旧時間との乖離を分析することで、ボトルネックを特定して事前の対策や事後の対応を合理的に検討することが必要である。

今回の検討においては対象とする災害をやや曖昧に設定しているため、被災シナリオがきちんと設定・

共有できていない。また、一般的な代理店の事業規模から考えた場合、電気・ガス・水道などのライフラインについては、基本的に公の復旧に完全に依存せざるを得ないと考えられる。ただ、それが重要な要素の抽出を不要とするものではないため、重要業務のそれぞれについて重要な要素を抽出する必要がある。

例えば「災害対策本部の設置」については、まず、計画書に設置基準を明記し、ある条件（発動基準）に達した場合には、自動的に災害対策本部が立ち上がるようにすることで、実施にあたって特段の要素（リソース）を必要としないように工夫できる。

一方、災害対策本部において「災害情報の収集・把握」を行うには、その業務を実施する「人」が必要であり、他にも情報収集の手段としてのテレビやラジオ、その情報を整理・記載・掲示するためのホワイトボードなども必要となる。

また、代理店の本業として、事故受付や保険の対象の滅失による解約の受付なども発生するが、その事前の準備として、一昔前の方法に立ち返って、手書きでの異動・解約を受け付けることができるように帳票類の在庫を持っておくことも対応策のひとつになる。

その他に、手拭いや軍手が入った「お見舞いセット」、カップ麺、使い捨てカイロなどを準備しておけば損害調査を実施する際のお見舞品にもなるし、被災者が代理店の店舗に相談に来られた際にもお渡しできる。

〈事前の対策、事後の対応〉

事業継続計画を策定する方法のひとつには、事業継続計画の策定に精通した者が、穴埋め方式の事業継続計画書（雛型）を提供して、代理店はそれを埋めるだけという方法がある。確かに文書化することで事業継続計画書が完成するのも事実である。

しかしながら、この時点で完成する事業継続計画書は有事の際の行動や業務について、きちんと整理されているに過ぎない。言い換えると、災害に対して組織が本質的に強くなっているとは言えない状態にとどまっている。事業継続計画の文書化に入る前に、事業継続管理（BCM）の一工程として、有事を想定した被害の軽減と、有事の際に事業継続計画に則った行動ができるように、事前の対策と事後の対応について考えることが重要である。

事前の対策は代理店の現況に応じて無数に考えることができる。代協のメンバーにおいても様々な対策が取られているので、まずはそうした情報収集から始めることも事業継続計画策定の一步になるものと考ええる。

〈文書化と関係者間での共有〉

事業継続計画について検討し、幾つかの事前の対策を講じて実行性を確保した上で、文書化を行う必要がある。文書化に取り組むことで、発災時の緊急対応力の強化はもちろんのこと、対応方針の確認・周知を通じた意識の共有や、人材育成、その他の面でも新たな価値の創造に繋がると考えられる。

なお、文書化を前提に検討を進めると、手元には大量の「素材」が集まることになる。例えば、参加者全員が事業継続計画を理解・共有するために準備した資料や、重要業務の選定のために作成した業務項目一覧などであるが、これら全てを1冊に綴ると大部な冊子になってしまう。ここで大事なことは、これらの資料を単純に1冊にまとめるのではなく、「発災時に必要な情報（事業継続計画）」と、「『発災時に必要な情報（事業継続計画）』の検討や見直しのために必要な情報」とにわけてまとめることである。

こうしてまとめた『発災時に必要な情報（事業継続計画）』が本章末掲載の『大規模震災時の行動指針』である。この事業継続計画は、至って簡素にまとめてあり、従業員等の行動の判断・意思決定に必要な考え方を「事業継続方針（1章）」に、発災直後の行動を「大規模な地震災害が発生したら（2章）」に、重要業務の目標復旧時間を「事業継続のために（3章）」に記載してある。地域所在の一般的な代理店を想

定した場合は、この計画書に社長が不在の場合などに備えた「権限委譲規程」が具備されていれば事業継続計画としては必要最低限の内容は盛り込まれていると考える。

なお、重要業務の内容によっては、目標復旧時間内に復旧できるように手順書（復旧マニュアル）を整理しておくことが計画を実際に機能させるためには重要である。

また、検討の過程をまとめた資料は代理店にとって極めて重要な財産となる。事業継続計画は「作っただけでおしまい」という代物ではない。1年に1回・2回など、定期的に教育や訓練を実施し、より実行性の高いものに見直しを行って改善させていく必要がある。また、少しずつでも被害の軽減に資する対策を講じる必要がある。こうした継続した検討・改善のためにも事業継続計画の検討の過程をまとめた資料は極めて重要な財産と言える。

なお、厳しい環境の中で、最終的に従業員全員が手にする事業継続計画は、極めてシンプルな内容・体裁のものが望ましいと考える。小規模な組織において重厚な計画書を作成しても機能しない。

しかし、その前提として、計画書の検討段階から従業員全員が参画し、出来上がった計画書には記されていない行間に隠れた考え方などをメンバー全員で共有することが何よりも大事なポイントになる^(注)。この点が徹底できていれば、想定外の事象に遭遇しても、従業員一人ひとりが現場で適切に判断し、保険代理店として適切な行動を取ることができるのである。

（注：こうした事例の一つとして、東日本大震災の際に東京ディズニーランド（TDR）のキャスト（アルバイト）達が取った行動を上げることができる。当日約7万人の来園者（ゲスト）がいたが、キャストは常に冷静に行動して全ゲストの安全を確保し、内外から高く評価された。

それはTDRで働く全員が『会社として大切にすべきことと優先順位』＝全社員・キャストの行動規準＝を共有していたからだと言われている。この行動基準はSCSE（エス・シー・エス・イー）と呼ばれる。「Safety（安全）」「Courtesy（礼儀正しさ）」「Show（ショー）」、「Efficiency（効率）」の4つである。「効率」は上記3つを心掛けてチームワークを発揮することで、お客様が楽しむための効率を高めるといった意味で使われている。（人手をかけず利益を上げろという意味での効率ではない）

行動規準の4項目は、その順番に意味があり、優先すべき順位を表している。TDRといえば、一般的にはショーのイメージが強いが、彼らが最も大切にしていることはゲストの安全だ。2番目が礼儀正しさで、3番目がショー。安全確保で精一杯なら、礼儀正しさやショーが後回しになってもいい。ただし安全が確保できたら、ゲスト一人ひとりの『夢の王国』実現に向けて、それ以外もどんどん実践していこうとされている。当日、来場者の安全を守るため、キャストたちが売り場の商品のぬいぐるみを渡したり、クッキーを配ったりしたが、これは事前に会社から、お客様の安全確保のためには園内の使えるものは何でも使ってよいと聞いており、それを全員で共有していたからである。

TDRにも立派なマニュアルはあるが、現場の状況もゲストのニーズも刻々と変化する。直面しているのは未曾有の大震災であり、マニュアルですべてをカバーすることなど不可能だし、マニュアルから似たケースを選んで適切とは限らない。だからこそ“行動規準＝判断の座標軸＝”が必要なのである。「会社として大切にすべきことと優先順位」にさえ沿っていれば、現場の一人ひとりに判断を任せていることが重要なポイントである。現場はチームで動いているので、もしも個人の判断が明らかに間違っていれば、同じ理念を共有している仲間や先輩が修正してくれる。判断が不安なら、その時は、先輩や上司に相談すればアドバイスをくれる。そしてもう一つ大切なことがある。それは、行動規準に沿った判断、行動である限り、上から叱責されることは

ないということだ。むしろそれがゲストのためになることであれば褒めてもらえる。だからこそ、新人であってもアルバイトであっても積極的に自分で考え行動することができるのである。往々にして組織においては上司が自分の威厳を保つために、「勝手に判断するな、上司の承認を取れ」と言っていたり、「これは何だ、俺は聞いていない」といって怒ったり、「この程度の発想しかなかったのか、もっと頭を使え」とどなったりするケースがあるが、こうした上司がいる企業では社員は自立しないし、社員の自立を阻害しているような企業は万が一の時に顧客を守ることもできないので、結果的に淘汰されていくのである。)〈出典：日経ビジネスオンライン 2011年5月16日 武田斉紀氏記事〉

■ 代理店に期待される機能

(1) 代理店の役割

代理店の仕事とは、顧客にリスクを正しく認知して頂き、リスクの回避・軽減に資する行動を促したうえで、それでも解消ができない被害に対し、保険商品を提供して損害の軽減を支援することである。しかし、実はそれでも不十分で、「ケンカをしてでも地震保険の加入を勧めるべき」なのかもしれない。少なくとも代理店は、顧客のリスク実態をみて、適切に、粘り強く提案する努力が求められる。

一方、お客さまに適切な保険に加入して頂いた以上、代理店には保険事故が発生した場合に迅速かつ適切な対応が求められる（期待されている）。震災や津波のような大規模災害の場合は、代理店も被災者の1人になっている可能性が高いと思われる。それでも、こういう時だからこそ、最良のサービスの提供が求められているということ認識し、自社の体制整備を含め、日ごろから考え実行しておく必要がある。

(2) 地域のリスクマネージャーとして

代理店の仕事そのものが、有事の際に社会から機能することを期待される業務であり、その備えとして本章では事業継続計画の策定に取り組むことを提案している。ただ、本章記載の通り、安易に穴埋め方式の事業継続計画書の策定を提案しているわけではなく、あえて言えば、文書化よりも従業員全員参加の検討のプロセスの重要性を唱えているものである。

この検討は事業継続計画の策定だけではなく、業務の見直しにも繋がり、また、それ以上に危機に対する対策を考え、また、危機に遭遇した場合の行動を突き詰めて考えることによって、従業員一人ひとりのリスクマネジメントのノウハウ向上につながることになる。

地域で生き、地域に活かされる損害保険代理店の仕事は「地域のリスクマネージャー」であり、代理店自身が事業継続計画の策定で得たリスクマネジメントのノウハウを、地域の方々に還元し、社会全体として防災力の底上げを実現していくことも重要な役割であると考えられる。

(3) 災害時にこそ役割発揮

災害大国・地震大国日本において、大規模な災害から逃れることは現実には難しい。従って、代理店は組織一体となった事業継続計画の策定にトライするとともに、それを作文に終わらせないよう定期的な教育や訓練を怠ることなく実施し、万が一の災害時にこそしっかりとその役割を発揮でき、地域に必要な代理店として認められる存在になることが重要である。

自由化から20年以上が経過した現在において、保険会社や代理店等の業界関係者の目では各社異なる保険商品を取り扱っているつもりかもしれないが、消費者は補償内容や価格の違いをきちんと把握できるほどの状態には至っていないのが現実である。

このような状況下においては、保険事故に遭遇し、困っている時に最良のサービスを提供してくれる代理店の存在は救いの神であり、本当に困っている時に神様のように見えた代理店には地域住民の口コミ評

価も加わり、この先多くの契約・契約者が集まってくるかもしれない。

一方、困っている契約者に十分なサービスが提供できなかった代理店からは、少しずつ契約が離れていくかもしれない。勿論、業容拡大を目的として事業継続計画を考えるのは少し筋がずれているが、代理店という仕事の本質を突き詰めると、社会からは災害時にこそ活躍が期待されている重要な機能であることを再認識し、今後の代理店経営に活かしていくことが重要である。

【参考資料】 BCP策定事例

- ・地域の一般的な代理店を想定＝従業員7名～10名程度したシンプルな計画書の一例であり、自社の実状に合わせて加筆・修正していく必要がある。
- ・中小企業庁や商工団体などにおいても様々なひな型が公表されており、また、保険会社でも精緻な計画書策定を支援するスキームがあるが、本事例は、出来る限り簡素に重点ポイントを絞り込んで整理したものである。
- ・本文中にも記載した通り、定期的な教育や訓練の実施が必要である。

(出典・参考：「私たち損害保険代理店の事業継続計画」2014年3月10日発刊 新日本保険新聞社)

大規模震災時の行動指針

－事業継続計画－

本行動指針は東京代協正副会長を中心としたワーキンググループが2013年～2014年にかけて作成した一例である。

(出典：前掲「私たち損害保険代理店の事業継続計画」附録)

目 次

1. 事業継続方針	1
1.1.本書の目的	1
1.2.事業継続計画とは	2
1.3.従業員の皆さんへのお願い	3
2. 大規模な地震災害が発生したら	4
2.1.発動基準	4
2.2.発災直後の行動	4
2.3.安否確認の実施	6
3. 事業継続のために	8
3.1.大規模な地震災害が発生した場合の体制	8
3.2.発災から2週間の間に優先して実施する業務 ...	8

1. 事業継続方針

1.1. 本書の目的

.....

東北地方太平洋沖地震（2011年3月11日）は、震源に程近い宮城県を中心に、地震・津波による大規模な被害をもたらした。また、震源から離れた関東・甲信越・静岡地域でも液状化や交通網の乱れが発生し、発災から数日間、直接の被災地ではない地域でも業務に支障が生じる事態となった。そして、損害保険業界はこの地震で1.2兆円を超える地震保険金（家計分野）の支払いを行っており、その対応は極めて迅速で社会からも高い評価を得ることができている。

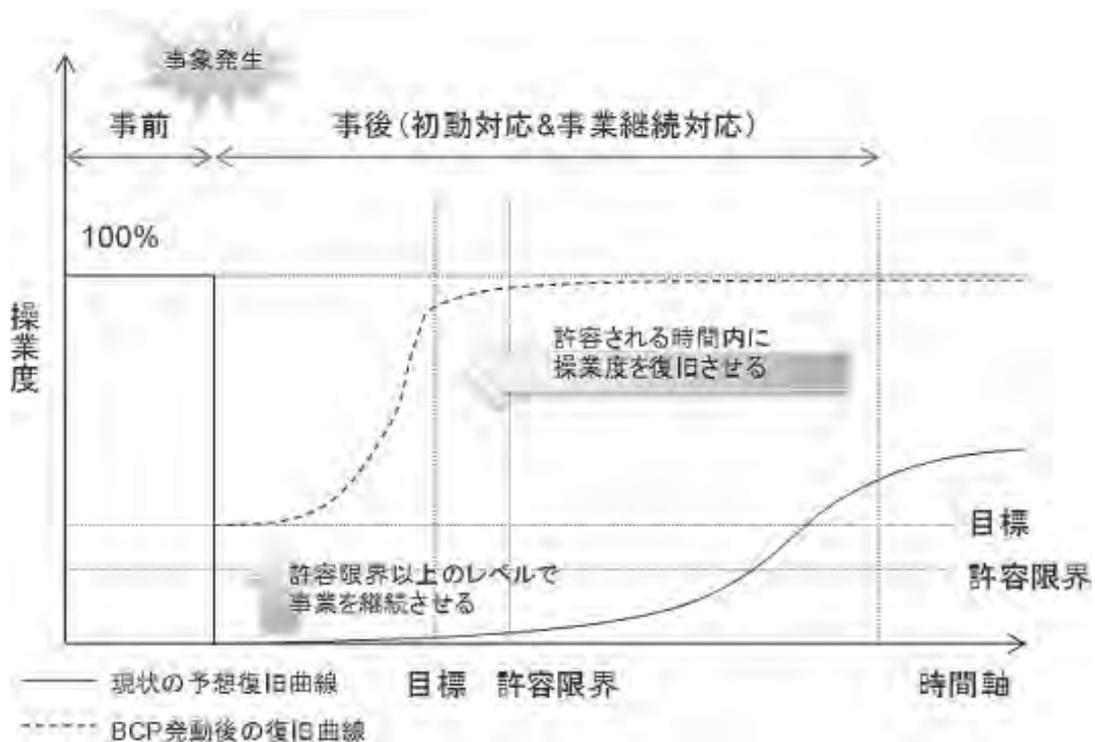
ただ、今後も高い確率で「東京湾北部地震」や「東海・東南海・南海連動型地震」などの大規模な地震の発生が想定されており、私たち損害保険代理店は大規模な災害時こそその迅速な対応が期待されているので、適切に備えておく必要がある。

そこで本書では、当社の事業の安定的な運営を目的に、発災から2週間程度を目安とした各人の行動について整理する。

1.2. 事業継続計画とは

事業継続計画とは、大規模な地震や火災、テロ、感染症の蔓延など、企業の事業の継続を妨げる災害等が発生した場合において、どのような活動・行動をすべきかを示したものである。具体的には事業資産の損害を最小限に留めつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平時に行うべき行動や緊急時の事業継続のための方法・手段を示した計画のことをいう。

事業継続計画の概念図



1.3. 従業員の皆さんへのお願い

この度、当社では、この事業継続計画の概念を取り入れて、発災時には、私たち自身が被災者になっていることを踏まえ、限られた人員・環境を想定し、発災直後から復旧が必要な業務や、やらなくてはならない業務（以下、「重要業務」という。）を限定し、その業務遂行のための従業員一人ひとりの行動指針を取りまとめた。

本書に記す事象（災害）が発生した場合には、本人及びその家族の安全を確保した後に、本書に従って当社の事業継続のために行動して頂きたい。

2. 大規模な地震災害が発生したら

2.1. 発動基準

事務所及び従業員等の自宅がある地域において、震度6弱以上の地震が発生した場合には、当社は「災害対策本部」を設置する。そして、従業員等は、本人及びその家族の安全を確保した後に、本書に基づいて平時とは異なる行動（以下、「災害時特別行動」という。）をとる。

なお、災害対策本部を設置する規模の地震災害が発生した場合でも、被災地域が限定的あるいは甚大な被害が生じていない場合には、災害対策本部長の判断・指示によって災害対策本部の全部又は一部を解散するとともに、災害時特別行動の全部又は一部を解除する。

2.2. 発災直後の行動

大規模な地震災害が発生した場合に、その揺れを感じる地域に居る従業員等は、まず、各人の身の安全を確保し、揺れが収まるのを待つ。その後、災害対策本部を設置する規模の地震災害であれば、災害対策本部の設置に向けた行動を開始する。

具体的には、災害対策本部長、管理職（数名）は、如何なる場合でも、原則、速やかに出社して災害対策本部を設置する。また、管理職（その他）については、当日又は翌日には出社し、災害対策本部の設置に従事する。なお、就業時間内に外出しており、被災した地が自宅に近い場合には、一旦帰宅し、翌日の営業の有無に関わらず、明朝から災害対策本部の設置に従事する。

一般社員等については、安全を確認した後に帰宅し、翌日以降については、災害対策本部長の指示を待ってから出社する。

なお、出社にあたって、災害対策本部長、管理職（数名）及び管理職（その他）については、平時とは異なる通勤手段の利用も含めて、原則、決められた時期に出社するものとし、一般社員等については、平時の通勤手段と照らしながら、公共交通機関等の復旧を待って出社するものとする。

各役職員の取るべき行動

役職員の分類	とるべき行動			出社後に 従事すべき業務
	就業時間内		就業時間外	
	社内にいる場合	社外にいる場合		
災害対策本部長	社内に留まる	会社に戻る	速やかに出社する	災害対策本部の設置
管理職(数名)	社内に留まる	会社に戻る	速やかに出社する	災害対策本部の設置
管理職(その他)	社内に留まる	会社に戻る	当日/翌日に出社する	災害対策本部の設置
一般社員等	安全を確認後 帰宅する	安全性を判断して自宅又は会社に向かう 会社に戻った場合は、安全を確認後帰宅する	自宅に待機し、災害対策本部長の指示を待つ	—

2.3. 安否確認の実施

当社は、災害対策本部を設置する規模の地震災害が発生した場合には、災害用伝言ダイヤル（171）を利用して、全従業員の安否の確認を実施する。

従業員等は速やかに所在地、本人及びその家族の安否、自宅の被災状況並びに出社の可否等を録音するものとする。なお、その手順については図表44の通りである。また、災害用伝言ダイヤル（171）のみでは全従業員等の安否を完全に確認できないことを想定し、災害対策本部長は、既存の連絡網を用いて従業員等の安否を確認するものとする。

災害用伝言ダイヤル（171）の基本的操作方法

操作手順		伝言の録音		伝言の再生	
①	171をダイヤル	171			
②	録音または再生を選ぶ	[ガイダンス] こちらは災害用伝言ダイヤルセンターです。録音される方は「1」、再生される方は「2」、暗証番号を利用する録音は「3」、暗証番号を利用する再生は「4」をダイヤルして下さい。			
		(暗証番号なし)	(暗証番号あり)	(暗証番号なし)	(暗証番号あり)
		1	3	2	4
			[ガイダンス] 4桁の暗証番号をダイヤルして下さい。 XXXX		[ガイダンス] 4桁の暗証番号をダイヤルして下さい。 XXXX
③	被災地の方の電話番号を入力する	[ガイダンス] 被災地の方はご自宅の電話番号、または、連絡を取りたい被災地の方の電話番号を市外局番からダイヤルして下さい。被災地域以外の方は、連絡を取りたい被災地の方の電話番号を市外局番からダイヤルして下さい。 0XX XXX XXXX			
伝言ダイヤルセンターに接続します。					
④	メッセージの録音 メッセージの再生	[ガイダンス] 電話番号0XXXXXXXXX（暗証番号XXXX）の伝言を録音します。プッシュ式の電話機をご利用の方は数字の「1」の後シャープを押して下さい。ダイヤル式の方はそのままお待ち下さい。なお、電話番号が誤りの場合、もう一度おかけ直し下さい。			
		ダイヤル式 電話機の場合	プッシュ式 電話機の場合	ダイヤル式 電話機の場合	プッシュ式 電話機の場合
		(ガイダンスが流れるまでお待ち下さい)	1#	(ガイダンスが流れるまでお待ち下さい)	1#
		[ガイダンス] 伝言をお預かりします。ピツという音の後に、30秒以内でお話下さい。お電話が終わりましたら、電話をお切り下さい。	[ガイダンス] 伝言をお預かりします。ピツという音の後に、30秒以内でお話下さい。お電話が終わりましたら、数字の9の後シャープを押して下さい。	[ガイダンス] 新しい伝言からお伝えします。	[ガイダンス] 新しい伝言からお伝えします。伝言を繰り返す時は、数字の8の後シャープを、次の伝言に移る時は、数字の9の後シャープを押して下さい。
		伝言の録音		伝言の再生	
		(ガイダンスが流れるまでお待ち下さい)	録音終了後 9# [ガイダンス] 伝言を繰り返します。訂正される時は数字の8の後シャープを押して下さい。 録音した伝言内容を確認する。	[ガイダンス] お伝えする伝言は以上です。	[ガイダンス] お伝えする伝言は以上です。伝言を追加して録音される時は、数字の3の後、シャープを押して下さい。 (ガイダンスが流れるまでお待ち下さい)
[ガイダンス] 伝言をお預かりしました。			[ガイダンス] お伝えする伝言は以上です。		
⑤	終了	自動で終話します。			

出所) NTT東日本「災害用伝言ダイヤル（171）ご利用方法」より作成

3. 事業継続のために

3.1. 大規模な地震災害が発生した場合の体制

災害対策本部の設置を要する規模の地震災害が発災した場合には、[第一会議室]に災害対策本部を設置するとともに、平時とは異なる体制で重要業務を実施する。

3.2. 発災から2週間の間に優先して実施する業務

大規模な地震災害が発生した場合、基本的には全ての業務を一旦停止して、安全・安否を確認した上で、災害対策本部のもと、全従業員が一丸となって災害時特別行動を取ることになる。発災直後は人員や執務環境、システム、電力のあらゆる面において制約を受ける可能性が考えられるため、当社では、発災から2週間の間に優先して実施する業務を図表1に限定した。また、業務内容は図表2の通りである。

当該業務については、それぞれに復旧時間が設けられており、各業務を担当する者は、かかる復旧目標時間内での完了に向けて活動する。

図表 1 発災から2週間の間に優先して実施する業務（その1）

業務項目	部門	復旧目標時間				
		当日	翌日	翌々日	～1週間	～2週間
災害対策本部の設置	災害対策本部	○				
負傷者の応急救護	災害対策本部	○				
安否確認（家族や居住環境を含む）	災害対策本部	○				
被災した従業員への対応	災害対策本部	○				
必要物資の購入	災害対策本部	○				
備品の管理・配布	災害対策本部	○				
給与等の支払い（仮払いを含む）	経理・会計	○				
災害情報の収集・把握	災害対策本部		○			
被害状況の収集・把握（自社）	災害対策本部		○			
従業員等の出退勤可否の確認	災害対策本部		○			
行動方針の決定	災害対策本部		○			
出退勤の指示	災害対策本部		○			
社長メッセージの発信	災害対策本部			○		
基幹システム等の企画・管理・運用	システム			○		
社内OA機器の企画・管理・運用	システム			○		
ソフトウェアの企画・管理・運用	システム			○		
情報発信（プレスリリース、取材対応等）	企画・広報			○		
保険会社・業界関係者への連絡	災害対策本部			○		
申込書・異動承認請求書・事故受付票等の在庫の確認	営業総務			○		
契約者等からの相談・問い合わせ対応	損害サービス			○		
事故受付	損害サービス			○		
事故報告書の作成	損害サービス			○		
保険会社への報告	損害サービス			○		
保険契約の異動・解約の受付	募集・保全			○		

図表 1 発災から2週間の間に優先して実施する業務（その2）

業務項目	部門	復旧目標時間				
		当日	翌日	翌々日	～1週間	～2週間
異動承認請求書等の作成・送付	募集・保全			○		
異動承認請求書等の受付・受領	募集・保全			○		
異動・解約申込書等の保険会社持ち込み	募集・保全 (新)			○		
能動的な事故受付活動（電話ローラー、罹災見舞を含む）	損害サービス (新)			○		
代理店勘定口座の入金状況・現金の管理	保険経理				○	
デイリー精算と一括保管の分別	保険経理				○	
集金一覧表・入金伝票の作成	保険経理				○	
小切手の裏書・代勘口座入金	保険経理				○	
代勘口座からの出金（小切手）	保険経理				○	
デイリー精算（保険会社に送金）	保険経理				○	
明細入力・送信・明細表作成	保険経理				○	
一括保管口座に入金	保険経理				○	
収支明細表の作成	保険経理				○	
代理店勘定精算	保険経理				○	
未入金・振替不能状況の管理	保険経理				○	
未入金保険料の案内・督促・回収	保険経理				○	
家賃や取引先等に対する支払い	経理・会計				○	
集計表の作成（自賠償保険）	保険経理				○	
自賠償保険料の精算（保険会社に送金）	保険経理				○	
領収証の発注・在庫管理	保険経理				○	
更改申込書の作成・内容確認	募集・保全					○
募集・契約締結	募集・保全					○
保険料等の集金・領収証の発行	募集・保全					○

図表 2 災害対策本部の業務内容（その1）

業務項目	部門	業務内容
災害対策本部の設置	災害対策本部	●災害対策本部の設置を要する規模の地震災害が発生した場合に、災害対策本部を設置する。
負傷者の応急救護	災害対策本部	●従業員や周囲の者に対して、必要に応じて応急救護を実施する。
安否確認(家族や居住環境を含む)	災害対策本部	●災害用伝言ダイヤル(171)及び連絡網を利用して、全従業員の安否の確認を実施する。
被災した従業員への対応	災害対策本部	●被災した従業員及びその家族に必要な物資等を提供する。
必要物資の購入	災害対策本部	●応急及び復旧に必要な物資を購入する。
備品の管理・配布	災害対策本部	●応急及び復旧に必要な物資について、従業員等の要望を整理し、提供する。
給与等の支払い(仮払いを含む)	経理・会計	●通常のスケジュールを狂わせることのないように、従業員等に対して給与等の支払いを行う(仮払いを含む)。
災害情報の収集・把握	災害対策本部	●テレビ・ラジオ等の媒体から、災害状況と、被災地域の被害状況、交通寸断の状況などを把握・整理する。
被害状況の収集・把握(自社)	災害対策本部	●事務所、営業店舗、取引先等の被害状況を把握・整理する。
従業員等の出退勤可否の確認	災害対策本部	●従業員の安否確認とともに、出退勤の可否を確認する。
行動方針の決定	災害対策本部	●災害の情報並びに自社及び関係先・取引先の被害状況をもとに復旧計画を検討する。
出退勤の指示	災害対策本部	●復旧計画に沿って、一般社員等について出退勤を指示する。
社長メッセージの発信	災害対策本部	●従業員等に対して、会社方針等を発信する。
基幹システム等の企画・管理・運用	システム	●基幹システム等の被害状況を把握し、災害対策本部に報告する。 ●基幹システム等を早期に復旧させ、重要業務の実施に支障が生じないように管理・運用を行う。
社内OA機器の企画・管理・運用	システム	●社内OA機器を早期に復旧させ、重要業務の実施に支障が生じないように管理・運用を行う。
ソフトウェアの企画・管理・運用	システム	●ソフトウェアを早期に復旧させ、重要業務の実施に支障が生じないように管理・運用を行う。
情報発信(プレスリリース、取材対応等)	企画・広報	●従業員等の安否や会社の被災状況をもとに、ホームページ等の媒体において情報を発信する。
保険会社・業界関係者への連絡	災害対策本部	●従業員の安否や会社の被災状況、復旧計画をもとに、保険会社等に連絡する。
申込書・異動承認請求書・事故受付票等の在庫の管理	営業総括	●申込書・異動承認請求書・事故受付票等の在庫状況を確認し、必要に応じて保険会社に発注する。
契約者等からの相談・問い合わせ対応	損害サービス	●契約者等からの相談・問い合わせに対応する。
事故受付	損害サービス	●事故受付を行う。
事故報告書の作成	損害サービス	●事故受付書を作成する。
保険会社への報告	損害サービス	●事故受付書を保険会社にファックスする。

図表 2 災害対策本部の業務内容（その2）

業務項目	部門	業務内容
保険契約の異動・解約の受付	募集・保全	● 保険契約の異動・解約を受け付ける。
異動承認請求書等の作成・送付	募集・保全	● 異動承認請求書等を作成・送付する。
異動承認請求書等の受付・受領	募集・保全	● 異動承認請求書等の受付及び受領する。
異動・解約申込書等の保険会社持ち込み	募集・保全 (新)	● 異動・解約申込書等を保険会社に提出する。
能動的な事故受付活動（電話ローラー、罹災見舞を含む）	損害サービス (新)	● 契約者リストをもとに、損害が想定される契約者に電話で被害状況を確認する。（事故受付）
代理店勘定口座の入金状況・現金の管理	保険経理	● 代理店勘定口座の入金状況を確認し、必要に応じて他の口座に振り替える。
デイリー精算と一括保管の分別	保険経理	● デイリー精算のお金と一括保管のお金を分別する。
集金一覧表・入金伝票の作成	保険経理	● 集金一覧表及び入金伝票を作成する。
小切手の裏書・代勘口座入金	保険経理	● 小切手に裏書をし、代理店勘定口座に入金する。
代勘口座からの出金（小切手）	保険経理	● 現金化された小切手のお金を代理店勘定口座から引き出す。
デイリー精算（保険会社に送金）	保険経理	● デイリー精算をする。
明細入力・送信・明細表作成	保険経理	● 明細入力・送信・明細表を作成する。
一括保管口座に入金	保険経理	● 一括保管口座に入金する。
収支明細表の作成	保険経理	● 収支明細表を作成する。
代理店勘定精算	保険経理	● 代理店勘定精算を実施する。
未入金・振替不能状況の管理	保険経理	● 未入金・振替不能状況を管理する。
未入金保険料の案内・督促・回収	保険経理	● 未入金保険料の案内・督促・回収を実施する。
家賃や取引先等に対する支払い	経理・会計	● 家賃や取引先等に対して必要なお金を支払う。
集計表の作成（自賠償保険）	保険経理	● 集計表（自賠償保険）を作成する。
自賠償保険料の精算（保険会社に送金）	保険経理	● 自賠償保険の保険料を精算する。
領収証の発注・在庫管理	保険経理	● 領収証の在庫を管理し、必要に応じて保険会社に発注する。
更改申込書の作成・内容確認	募集・保全	● 更改申込書を作成し、内容を確認する。
募集・契約締結	募集・保全	● 契約者等の意図しないところで継続漏れが生じないように、契約更改を実施する。
保険料等の集金・領収証の発行	募集・保全	● 保険料等を集金し、領収証を発行する。