

## 2018年度版「現状と課題」発刊のご挨拶

～『今を変えなければ未来は変わらない』～



一般社団法人 日本損害保険代理業協会  
会長 金子 智明

全国の代協会員の皆さま、日頃は各地で様々な代協活動を展開いただき、改めて御礼申し上げます。  
会長就任2年目となりましたが、引き続き全国の代協会員の皆さまとの対話を大事にしながら、全力で取り組んで参ります。何卒よろしくお願いたします。

さて、今年も皆さまのお手元に本冊子をお届けできることになりました。  
本冊子には、日本代協の取り組みへの理解を深めたり、皆さまの代理店経営に役立つ情報や気づきが盛り込まれています。

私たちの業界には様々な課題がありますが、その背景や現状、今後の展望を知ることで、より理解が深まり、今後の経営計画を考える手助けにもなりますので、是非とも一読をお願いしたいと思います。

日本代協の取り組みに関しましては、様々な場面でお話しさせていただく機会もございますので、今回は、今後の私たちの業界の変化に影響を及ぼす3つの要因について考えてみたいと思います。

第一に、“新しい保険募集のルールを導入”です。保険業法改正により、意向把握・確認義務、情報提供義務が法定義務となりました。これらは、お客さまに対する積極的な行為を求めるものですが、義務ですから“できて当然”ということになります。従って、義務のレベルを上回る価値提供を目指し、常に改善を繰り返していくことが大事なポイントになります。正に“品質向上に終わりなし”です。

更に重要なのは、“体制整備義務の導入”です。体制構築のポイントは、“持続的にお客さまをお守りできる代理店であるか”ということですが、お客さまの信頼と支持を得るための組織的な業務運営の要請は、代理店経営の高度化を求めるものであり、従来の代理店のビジネスモデルを大きく変える要因となるでしょう。

二点目は、“金融行政の変化”です。プリンシプル・ベースに基づく「顧客本位の業務運営に関する原則」の登場によって、これからは代理店の創意工夫に基づく競争が始まります。お客さまのニーズは常に変化し、求めるレベルは上がっていきますので、現状維持では意味がありません。いい意味で言えば切磋琢磨ですが、言葉を変えれば“消費者による淘汰の時代”の始まりということです。中途半端な代理店ではこの変化を生き残れないことは明らかです。逆に言えば、それはプロ同士の競争の世界になったということになりますの

で、適度な緊張感を持って努力を積み重ね、経営のステージを引き上げていく必要があります。

第三は、“FinTech や InsurTech というデジタル社会から生まれた新しい動き”によって、保険のあり方が根本から変わる可能性があるということです。これは代理店にとどまらず、金融業界全体の問題でもあります。デジタルの特性ゆえに国を超えて加速度的に進化することが予想されます。どちらかと言えば保険業界はIT活用に疎い人が多いかと思いますが、社会の変化に付いていけないと確実に取り残されてしまいます。業務の効率化を図り、生産性を高めていくために、ITを積極的に活用することが重要だと痛感しています。

こうした構造的な変化が、人口減少・超高齢社会の到来という社会基盤全体の大きな転換とともに進行していきますので、私たちは今まで経験したことのない環境にさらされることになるでしょう。それは、一言で言えば“厳しい環境”ですから、改革を怠れば生き残りが難しくなることは明らかだと思います。

一方で、私たち地域密着の代理店には、地元をよく知るが故の利点があります。具体的には、お客さまを取り巻く“人と人のネットワークを知っている”という点です。それをどう生かすかは代理店の腕の見せどころですが、地域密着とは、こうした人と人のネットワークに入り込むことであり、ネットワーク同士をつなぐ役割を果たせることだと思います。人と人が構成するのが社会である以上、どんな環境になってもこうした役割は必要とされて残っていくのだと思います。後は、それができるか否か、ということでしょう。

簡単なことではありませんが、他にはない独自の能力を磨き、お客から選ばれる付加価値を身に付け、組織一体となって品質向上を図っていけば、自ずと将来の展望は拓けてくると確信しています。

厳しい環境が続きますが、変化にしなやかに対応しながらお客さまの不安に寄り添い、取り除き、あるいは軽減することに本気で取り組むものにとっては、正にチャンス時代の到来です。ようやく保険募集・販売の仕事がプロの仕事になるのです。素人に出来る仕事では社会的地位も認知度も上がりません。厳しい環境の中で努力して次の成長につなげていくからこそ、保険代理店としての達成感や充実感を得られるのだと思います。

但し、勘違いしてはいけないことは、“プロ”と認めるのはお客さまということです。仕事に対するプライドは必要ですが、それは内に秘めるものであり、外に誇示するものではありません。評価は外が決めるものですから、個々の代理店としては、日々のお客さま対応を通じて、評価を頂けるよう、改善と努力を続けることが重要ですし、今できることはそれにつきると思います。そしてそれはやればできることでもあります。

これからの代理店経営は情報収集力と実行力がカギとなりますが、保険会社を跨る業界横断の組織であり、行政等とも直接接点を有する日本代協には多様で正確な情報が集まっています。更に、全国の会員が日々努力する中で生まれた好取組事例も溢れています。日本代協としては、こうした情報を代協会員の皆さまに速やかにお伝えし、代理店経営のお役に立ちたいと考えています。

全国の代協会員の皆さま！ 夢を忘れることなく、共に語らい、汗をかき、熱い思いを持って、明るく、元気に、前向きに、自社と業界全体の発展のために力を尽くしてまいりましょう！

(2018年7月)

## デジタルディスラプションの進展と専門代理店の存在価値

～人のネットワークビジネスの原点に立ち返り顧客を守り抜く組織をつくる～

保険ジャーナリスト / 有限会社 ナカザキ・アンド・カンパニー取締役

Inswatch共同編集人 / 日本代協アドバイザー

中崎 章夫



### ◇人のネットワークビジネスの特徴

保険代理店は、「人のネットワークビジネス」である。代理店とその顧客基盤を考えると、地域特性、顧客特性に応じ、いかにして時間・空間的に綿密な信頼関係を継続的に築いてゆけるかが問われるビジネスモデルである。顧客の要望に応え、的確な問題解決支援を図るため、保険会社の多様なサービスを活用するだけでなく、地域や市場特性に合わせ、専門家や異業種の方々と協力して、独自の形で顧客への相談・支援のネットワークを構築する必要がある。

一方、顧客である個々の方々や各事業体も、孤立して存在するのではなく、家族、親せき、友人、知人、勤務先、得意先、取引先、帰属団体など様々な人のネットワークを有している。ゆえに、顧客からの見込み客の紹介は“顧客の保有する人のネットワーク”の紹介であり、それは顧客の信頼と満足の証に他ならないのである。

このように、代理店と顧客の関係も、実は平板な対一の関係ではなく、信頼関係に基づく多対多の関係、すなわち代理店の人やサービスの独自ネットワークと、顧客側の人のネットワークが多面的に結び付くダイナミックな世界である。この「人のネットワークビジネス」のカギは、顧客の要望に応じ、的確な情報を集め、分類し、それを編集し直して企画提案し、納得・共感・感動が得られるか、新たな独自の付加価値を創れるかという点にある。

その意味では極めてローカルで地域・市場限定的なビジネススタイルであり、保険代理店の特性が地域に密着して存在していることも合点がいく。スモールビジネス、コンパクトビジネスモデルが叫ばれるゆえんは実にここにある。

代理店は、“規模の大きな効率化されたピラミッド型の経営スタイルしか生き残りえない”と根拠のない声高な論を詠知りに唱える方々が後を絶たないが、本当にそうだろうか。質を伴わない量的拡大に走ることは無謀で危険極まりない。むしろ「信頼に根差す人のネットワークビジネス」という代理店事業の核を外さないことが大事で、代理店の社会的役割と使命を明確にし、経営品質の向上を目指す組織づくりの大切さが改めて問われているところでもある。地域・市場の限定マーケットに拘り、顧客との信頼関係を多様かつ縦横に張り巡らす人のネットワークビジネスこそ、代理店経営の真骨頂だと思う。

## ◇革新的ネットワークの新局面が代理店モデルを一変する

全産業的にデジタルディスラプション（デジタル化による既存ビジネスモデルの破壊と創造）が引き起こされているが、これをどれほど自らの代理店ビジネスに即して考えておられるのだろうか？保険業界も「このままではだめだ」と認識し、10年先を見越して危機意識を募らせ、ビジネスの在り方を抜本的に見直すとともに、基盤強化を図る動きが顕著になりつつある。そのインパクトは、当面は限定市場にとどまるだろうが、それはいずれボディブローのようにビジネスの流れを変えていくかもしれない。それゆえ、既存の保険会社がデジタル化の本質を理解し、それを代理店のビジネスに有効に活用してゆくことができるかという点がポイントになってこよう。

デジタル化は、保険代理店のビジネスモデルを一変させかねない。というのも、デジタル化は、従来の垂直的なピラミッド型企業構造を崩壊させ、小規模事業者でも革新的ネットワーク技術を活用し、縦横かつ多様に協力し合って新たな価値や市場創造を可能にする水平型のビジネスモデルを促進する新局面を作り出しつつあるからだ。すなわち、ネットワークの力を活用することで、地域に密着するコンパクトな代理店でも勝ち残れる局面を作り出したのだ。

デジタル化は、その果実として、従来不可能とされてきたような、人と人との直接的かつ開放的で自由な交流や取引を加速し、地域の代理店の結びつき、ネットワーク力をさらに強化する方向を示している。地域に限定された小規模組織であるがゆえに個々の代理店での実現が難しい顧客向けの高次の付加サービスをどのように手に入れるかという観点から、地域は異なっているが、意欲的で志を同じくする他代理店との協力関係の構築について、今一度考えてみる必要があるのではないだろうか。デジタル社会は、各地に分散して展開する代理店同士を、災害時の相互支援や付加価値サービス強化を目的として緩やかに結び付けることを可能にする時代の到来でもある。そのことに早く気づき、活用して、いかに自社の魅力度アップを図れるかがいま問われている。

## ◇静から動へ、顧客像の転換

もう一つ、これからの特徴的新局面として押さえておきたいのが、「顧客像の主客転倒」あるいは「顧客像の転換」が起きつつあることだ。デジタル化の進展に伴い、顧客は単に保険で保護される対象から、デジタル社会化、スマホの普及に伴うシェア経済化（所有から利用へ、余剰資源の有効活用）を背景に、顧客自身が能動的に参画してリスクを分散し合うことでリスク軽減、コスト削減を図ろうという存在に転換していくということだ。自ら安全意識を高め、日常行動に留意することで恩典を得ようという行動が促進されつつあるのだ。

インシュアテック（InsurTech革新的保険情報技術）の流れはそれだ。損保でいうなら事故の未然防止、事業の継続・成長、健康経営、リスクコントロール、日頃からの安全管理・安全マインドの醸成であろうし、生保なら日頃の健康増進、症状回復支援あるいは健康管理など、いずれもリスクマネジメントへの力点強化で一致する。

こうした流れはこれからの保険代理店像も変えていくのは必至だ。保険販売業、事故対応業のスタイルから、予防を基軸とする顧客のお役立ち業、問題解決支援業への転換である。個人分野でいえば総合生活支援業であろうし、法人分野なら企業経営支援業への転換である。

顧客に対する支援業の役割を、今一度、顧客視点から捉え直し、事故の未然防止やロスコントロールという形でより明確に位置づけ直すことであり、端的に言い換えるなら「顧客を守り切る」役割を戦略的に明確化することがカギとなることは間違いない。

## ◇リスクアドバイザーとしての社会的存在価値

昨今は地震や台風、洪水などの大規模自然災害が相次いで生じている。直近では今年の6月末から7月初めにかけて西日本を襲って多大な損害や犠牲をもたらした記録雨（過去に例を見ないような局地的な大雨など）によって大きな被害が各地にもたらされたが、こうした自然災害リスクへの備えの難しさを改めて痛感させられる。日頃から地域の人々にこうしたリスクの存在を認識してもらい、どのような備えが必要か、情報提供を行っていくことが重要だ。国や自治体の取り組みを待つのではなく、地域別に作成されているハザードマップなどを活用し、個々の顧客に向けた具体的かつ意欲的な取り組みが求められている。

社会や自然環境の変化に伴ってもたらされる思わぬリスクにどのように備えていくか、そのためのリスクアドバイザーとして保険代理店を位置付け直すことが必要だ。保険代理店の役割は、保険商品販売業や事故時の対応サービスにとどまっていたのは展望がない。防災、減災、予防という視点も戦略的に織り込んだリスクアドバイザー業という事業モデルに転換していくことが必要になっている。

そのためには、何よりも専門性を身につけなければならない。事故時のサービスももちろん大事だが、これからは事故が起こる前の対応、事故を未然に防止する取り組み、いくなればフロントアンダーライティング、リスクコントロール、あるいは予防に力点を置いた取り組みが一層重要になってくるのではないか。その意味で、最近、リスクマネジメントやBCP（事業継続計画）や健康経営などの分野に果敢にチャレンジする代理店が増加しているのは頼もしい限りである。

このように、時代や社会の要請に応え、専門性を発揮して社会に貢献していくためにも、代理店のビジネスモデルの再構築が求められている。従来の保険販売業・事故対応業の延長戦で明日を考えるのではなく、地域とともに成長していくためには、地域の顧客が求めるもの、望むことが何かを見定めて対応していく必要がある。生活総合支援業、事業経営支援業としてのビジネスモデルの再設定もまさにそこにあるが、そのための備えはできているのだろうか。

## ◇顧客を守り抜く組織へ

これまでの代理店経営の特徴は、地域市場での強い人間関係と営業力のある個人の力が大きくものを言ってきた点にある。その分、属人的な個人プレーでも十分やってこれたということだ。それぞれが独自の人のネットワークを自然体で形作ってきたわけだ。企業という組織体になっても、店主（トップ）のみならず保険募集に当たる担当者の属人的な展開に頼ることが多かった。それが故に、募集従事者が全体的に高齢化してきた今、若年顧客層との接点の薄さが構造的に大きな課題となってきているのである。

改正保険業法の施行以降、経営のガバナンスが問われ、代理店経営者は指導・管理面でのリーダーシップの発揮が求められており、そのための体制整備の構築が求められた。かつての担当者任せの、属人的手法、タコつば型文化を脱して、組織運営の透明性が問われるところとなっており、業務プロセス管理の徹底や情報の共有化も鋭く求められるところとなった。人材養成も、無手勝流の精神論を排し、組織として、論理的・計画的かつ実効性に留意しながら育てていく仕組みが求められる。

こうした中で、チームで顧客を守り抜く態勢を構築することが今後の代理店の存在理由となることは確かだ。繰り返しになるが、これまでの単なる保険商品販売や事故時の対応サービスのみならず、事故を未然に防いだり、アドバイスや付加価値提供を行う、いわゆる顧客支援業への転換こそがこれからの活路となるだろう。

そのためには、顧客接点の多様化が必要であり、属人性を脱却した多様な世代対応型の組織対応力が改めて問われるところとなっている。個々の募集人の能力は素晴らしくとも、顧客との持続的な関係を高めてゆ

くためには、代理店自体も変わらなければならない。顧客の人生や事業経営を守り抜くための仕組みづくりが求められているからだ。

それにはまず、代理店自体のサービス品質を向上させる主体的な取り組みが必要だ。営業第一線で顧客と直接接する担当者のみならず、それを下支えする内務事務スタッフとの顧客に関する情報の共有ならびに営業、事務、損害が一体となった“チームの力で顧客を守り抜く全員参加型の体制整備”が必要だからだ。

組織陣容についても全世代対応型の人材構成が求められる。それは何も単純にスタッフ数を増やせばよいということではない。地域代理店の経営資源は限られるため、体制はコンパクトで無ければならないが、スタッフそれぞれの役割を明確にするとともに、明日をにらんで若手の養成には意を用いてゆくべきだろう。

今後はさらに人材確保が難しい時代に直面するだけに、代理店の組織はできるだけコンパクトを志向した上で、貴重な人材は付加価値の高い分野での活用を心がける必要がある。

その際に、顧客に対する価値と直接は関係ないような、例えば、マニュアルで済む標準化されやすい業務に関しては、様々なソフトウェアやRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）などの新技術を活用して補完していくことは今後の重要な検討事項である。

以上

## 日本代協2018年度通常総会 金融庁保険課長 岡田 大 様ご挨拶(記録)

〈2018年6月14日(木) 11時10分～30分 損保協会大会議室〉

※日本代協総会時の金融庁監督局保険課長 岡田 大 様のご挨拶概要を記録したものです。代理店経営上参考とすべき内容ですので掲載します。

こんにちは、金融庁保険課長の岡田でございます。

日本損害保険代理業協会およびその会員の皆さまにおかれましては、日頃より金融行政に深いご理解を賜りますとともに、保険代理店・募集人に対する教育研修活動をはじめ、保険契約者の保護にご尽力いただいておりますことを承知しております。この場をお借りしまして、改めて敬意と感謝を申し上げます。

本日は総会の機会ということもありまして、一言ご挨拶申し上げます。

### <保険業法改正以降の課題>

先ず改正保険業法の件でございます。改正保険業法は平成26年5月に成立し、平成28年5月に施行され、2年が経ちました。ご承知の通り、保険募集の基本的ルールを創設するとともに、代理店にも体制整備義務を課したものでございます。金融庁及び各財務局では、一昨年10月から12月にかけて全国の100の保険代理店に対してヒアリングを行い、お話を伺いました。このときのテーマは、改正保険業法の実施状況等でした。内容的には、各地域で頑張っておられる保険代理店の皆さまの素晴らしい取り組みをお伺いできたものから、そうしたことも踏まえまして、昨年2月にヒアリング結果を公表いたしましたところでございます。

その後はこうした大々的なヒアリングという形では行っていませんが、代理店の皆さまのお話を伺う機会は色々ありまして、そうした様々な機会を捉えて保険代理店の皆さまのお取り組みや、場合によっては悩み事などについてもお話を伺い、理解に役立っているところでございます。

日本代協の皆さまは、募集実務のスキルアップ研修や代理店・募集人の使命と役割といったカリキュラムで教育研修に取り組んでおられますので、代理店の皆さまの好取組事例等の情報もたくさんお持ちだと思います。こうした他の代理店の参考となるような好事例等につきまして、引き続き情報発信をしていただき、保険募集のより一層の品質向上に努めていただければ有難いと思っております。

### <金融庁検査の状況>

次に、改正保険業法施行後、ヒアリング以外に金融庁と各財務局では検査も実施しています。保険代理店の皆さまは、改正保険業法施行後、体制整備を推し進めて来られたことと思います。しかしながら、日本代協の会員の方ということではありませんが、検査においては残念な事例も見られるところでございます。

一例を申し上げますと、個々の保険募集人が顧客の意向に沿った商品を提案していない、あるいは提案した内容に顧客が納得していないなど、事後的にそうした内容を確認したり、把握することができない事例がありました。また、不適切な募集等の発見の端緒となる早期失効等の発生原因を分析していないとか、募集人の研修について営業拠点長任せになっていて、個々の募集人の研修に過不足が生じているなど、いわゆる基本的な体制が不十分なケースが散見されているところであります。

金融庁および各財務局では、今夏以降の事務年度におきましても、保険代理店への検査は引き続き行っていきたいと思っております。皆様におかれましては、引き続き、保険募集の適切性を確保するために体制整備等に尽力いただきたいと思います。

#### <顧客本位の業務運営の確立と定着>

次に、顧客本位の業務運営の確立と定着の件でございます。保険会社および保険代理店の皆さまは、顧客の真のニーズや利益に適う保険募集の影響を通じて、社会全体として損害保険が持つ不測の事態に備える機能を発揮され、経済成長や一人ひとりの国民生活の安定に貢献することが期待されているところだと思えます。私ども金融庁としましては、引き続き、顧客ニーズや知識、経験、財産、条件に見合った保険商品の提案や販売が行われているか、また、顧客の立場に立った保険商品の説明等が行われているかといった観点で、前向きに保険募集にお取り組みいただくことを期待しております。そして何よりもこれらのことは、単に金融庁が規制やルールを作ったり、顧客本位の業務運営を求めれば済むようなものではなく、現場の募集人の方たちがしっかりと取り組まなければ実現不可能なものでございます。是非ともよろしく願いいたします。

#### <代理店手数料ポイント制度と乗合承認問題>

その他、最近の話題としては、代理店の手数料ポイント制度や乗合承認に対する損保会社の対応が挙げられます。この二つは、基本的に保険会社と代理店における、いわば「民・民間の契約問題」でございます。顧客保護、契約者保護を目的とする保険業法には代手や乗合に関する規定はなく、残念ながら金融庁には直接的な行政権限が及ばない事案でもあります。ただ、保険代理店の皆さまから寄せられる声も聞いておりますので、損害保険各社には伝えて投げかけているところでございます。

地域においてお客さまとの直接の接点を担っていただいているのは皆さま方保険代理店でございます。特に、日本代協会員の皆さまにおかれましては、地域に根差した保険代理店として、保険業界の更なる発展と契約者保護に貢献していただきたいと思いますので、何卒よろしく願いいたします。

最後になりましたが、日本損害保険代理業協会の更なるご発展と会員の皆さま方のご活躍を祈念しまして、私のご挨拶とさせていただきます。本日はありがとうございました。

以上

〈文責：日本代協事務局〉

# 1 日本代協の概要

## ■性 格

本会は、損害保険代理業を代表する社団法人格を有する職業団体である。(略称：日本代協)

本会は、長年にわたり個々の損害保険代理店を正会員とする団体として運営されてきたが、平成21年度の公益法人制度改革を契機に、全国の損害保険代理業協会（通称：代協）が一般社団法人格を取得したことを受けて、組織運営をより適正なものとし、厳しい環境変化に迅速に対応できる機動性を確保するため、正会員資格を「法人となった47都道府県の代協」に変更する組織改革を行った。

日本代協本体は、元々旧民法第34条で認可を受けた社団法人であったが、平成25年4月1日付けで一般社団法人に移行し、現在に至っている。(法人改革の経緯は後段に記載)

なお、本会は、正会員・特別会員・賛助会員の会費で運営されており、各活動は役員・委員がボランティアで行っている。

## ■組 織 目 的

本会は、「損害保険の普及と保険契約者及び一般消費者の利益保護を図るため、損害保険代理店の資質を高め、その業務の適正な運営を確保し、損害保険事業の健全な発展に寄与するとともに、幅広く社会に貢献するための活動を行うこと」を目的としている。(定款第3条)

## ■事 業

本会は、上記組織目的の実現のために、次の事業を行っている。(定款第4条)

- ① 損害保険代理店及び損害保険募集人に対する教育研修事業
- ② 損害保険代理店の制度、業務に関する調査研究及び関係諸機関への提言
- ③ 損害保険の健全な普及に関する啓発、宣伝及び防災運動
- ④ 地球環境の保護、地域社会に貢献するためのボランティア活動
- ⑤ 社員及び賛助会員への情報伝達と相互理解を図るための会報等の発行
- ⑥ 損害保険代理店に関する広報活動
- ⑦ 損害保険代理業に対する支援事業 他、本会の目的を達成するために必要と認めた事項

## ■組織の沿革

- ・昭和15年10月 東京火災保険代理業懇話会創立
- ・昭和18年12月 東京損害保険代理業協会設立
- ・昭和24年2月 全国損害保険代理業協会連絡協議会設立
- ・昭和25年5月 全国損害保険代理業協会連合会設立（全代連）（事務所を丸ビルに置く）
- ・昭和39年12月 大蔵省より社団法人の認可取得（社団法人全国損害保険代理業協会連合会）
- ・昭和55年4月 社団法人日本損害保険代理業協会発足（「日本代協」を商標登録）
- ・平成20年12月 全国47都道府県の損害保険代理業協会が一般社団法人を設立
- ・平成21年8月 正会員資格を47代協に変更する定款変更の認可を取得
- ・平成22年5月 正会員資格変更に伴う理事数削減のための定款変更認可を取得
- ・平成25年3月 4月1日付の一般社団法人への移行認可証受領
- ・平成25年4月 一般社団法人日本損害保険代理業協会の登記完了 現在に至る

## ■運営指針

本会は、「倫理綱領」「募集規範」「反社会的勢力への対応に関する基本方針」を組織運営の倫理的基軸に置き、定款並びに諸規則に基づき運営されている。

## ■会員構成

### (1) 正会員（名簿は巻末に掲載）

全国47都道府県の損害保険代理業協会（代協）に所属する損害保険代理店は12,267店（2018年3月末現在）。損害保険代理店であれば各代協への加入資格に制限はない。日本代協グループとしては、資質の向上・消費者利益の保護を前提とした「プロの保険代理店」の集団を目指している。このため、志高く使命感を持って保険代理業に取り組み、資質向上に対する不断の努力を怠らない代理店は、専業・兼業といった画一的なチャネル区分やその他の属性に囚われることなく、広く仲間を迎えることとしている。

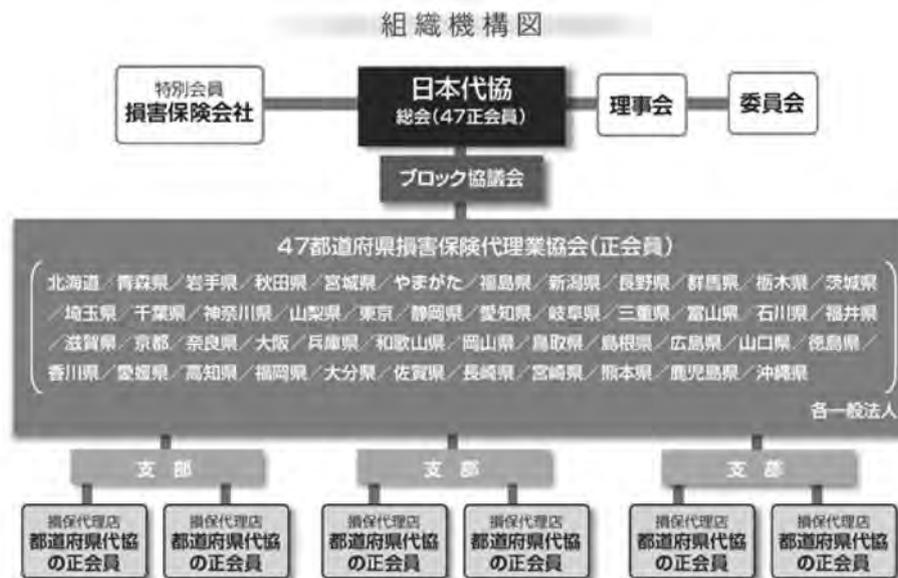
### (2) 特別会員

特別会員は、定款で「一般社団法人日本損害保険協会、損害保険料率算出機構、公益財団法人損害保険事業総合研究所（損保総研）等及びこれらに所属する社員または会員」と定められており、現在は次の14の損害保険会社となっている。〈あいおいニッセイ同和、朝日火災、AIG損保、共栄火災、ジェイアイ傷害、セコム損保、セゾン自動車、損保ジャパン日本興亜、大同火災、東京海上日動、日新火災、三井住友海上、明治安田損保、Chubb損保〉

### (3) 賛助会員

賛助会員は、定款で「本会の目的及び事業に賛同し、本会の事業を賛助または後援する法人、個人」と定められている。現在は、株式会社JCMが会員となっている。

## ■組織機構図



※ブロック協議会：北海道、北東北、南東北、上信越、東関東、南関東、東京、東海、北陸、近畿、阪神、東中国、西中国、四国、九州北、九州南（計16ブロック）

## ■役員

本会は、定款で「理事15名以上30名以内、監事3名以内の役員を置く」と定めている。

2018年7月1日現在の役職名、人数は以下の通りである。(理事18名・監事3名)

- ① 会長（代表理事）：金子智明
- ② 副会長：3名（小平高義、山口史朗、横山健一郎）
- ③ 地域担当理事：6名（丸山邦夫、小俣藤夫、津田文雄、黒石光壽、小澤正志、井上浩一）
- ④ 委員会担当理事：6名（高橋克之、木下幸太郎、小田島綾子、中島克海、野原早織、石川英幸）
- ⑤ 専務理事、常務理事：各1名（野元敏昭、小見隆彦）
- ⑥ 監事：3名（杉本恭三、渡辺眞一、吉川正幸〔公認会計士〕）

その他、名誉会長（岡部繁樹）、顧問（佐藤貞一郎・荻野明廣）、相談役（小出富春）を置いている。

## ■アドバイザー

本会は、会の事業目的に賛同し、専門的見地や多様な視点から会の方向性や事業運営等にアドバイスいただくことを目的として、アドバイザーを委嘱している。現在の布陣は以下の通り。(就任順)

- ・栗山 泰史 様（株式会社 保険教育システム研究所 シニア・フェロー）
- ・中崎 章夫 様（保険ジャーナリスト / Inswatch共同編集人）
- ・日本創倫株式会社 様（代表取締役 山本 秀樹 様・専務取締役 風間 利也 様）
- ・DAVID N. BLAKSLEY 様（損害保険教育コンサルタント・CPCU, CIC, ARM）San Francisco 在住
- ・錦野 裕宗 様（中央総合法律事務所 弁護士）
- ・岩崎 邦彦 様（静岡県立大学 経営情報学部教授 マーケティング）
- ・望月 広愛 様（株式会社 MATコンサルティング 代表取締役 経営コンサルタント）
- ・土川 尚己 様（株式会社 名案企画 代表取締役 代理店経営支援）

## ■活動状況

本会では、損害保険代理業界を代表する団体としての使命感と責任感を持ち、消費者保護の実現と業界の健全な発展を目指して活動を展開している。主な活動は以下の通り。

### (1) 委員会・研究会活動

- ① 企画環境委員会：公平・公正な募集環境整備に向けた調査・研究・提言、金融機関・ディーラー等の保険販売に対するモニタリング、代理店賠償「日本代協新プラン」の加入促進 等
- ② 組織委員会：代協正会員増強運動、各代協・支部の活性化、国民年金基金加入推進 等
- ③ 教育委員会：「損害保険大学課程」の運営・検証・改善、日本代協独自の教育制度の検討・運営、大学教育の推進、各種セミナーの開催、日本代協認定講師育成 等
- ④ CSR委員会：地球環境保護・社会貢献活動の推進、公開講座、グリーン基金の選定、（ぼうさい探検隊、子ども110番の保険代理店、地震保険普及、無保険車追放の推進 等）
- ⑤ 広報委員会：対外広報活動、お客様向け情報紙の発行、“ふうた”の展開、消費者団体との対話 等
- ⑥ ビジョン委員会：代協会員資格のあり方の検討、大規模災害時の代理店の役割の検討 等
- ⑦ 機関紙編集室：「日本代協ニュース」の発行、業界関連情報の配信 等
- ⑧ 活力ある代理店制度等研究会：代理店の活性化に向けた特別会員4社との意見交換、共同研究 等
- ⑨ コンベンションPT：コンベンションのアクションプラン策定・推進・運営 等

## (2) その他各種活動

- ・「全国損害保険代理業国民年金基金」：日本代協が設立母体となって1992年9月1日に認可を取得して創設した職能型の基金であるが、2019年4月に創設される『全国基金』への合流を予定しており、2018年度が独自運営最後の年になる。
- ・「コンベンション」：2011年度から、全国の代協加盟代理店が集い語らう場として毎年11月に東京で開催。式典・基調講演・分科会・業界関係者懇談会等を実施。本年は8回目。
- ・「日本代協政治連盟」：東京都選挙管理委員会届出団体。日本代協の目的実現のために活動しており、表裏一体の関係にあるが、組織としては本会とは全く別個の個人任意加入の団体であり、経費も本会とは完全に分離されている。税制や法律の改正に関しては、損保協会と連携して調査・要望活動を行っている。

## (3) 各種要望・提言

金融庁、損保協会、各保険会社等に対し、様々な機会を捉えて各種要望、提言活動を行っている。公的な会議体等の場で本会が意見陳述や提言を行う機会を得た主なものは以下の通り。なお、行政や損保協会、各保険会社等とは随時頻繁に意見交換、情報連携を行っている。

- ・平成3年 保険審議会臨時委員（会長）
- ・平成6年 大蔵省「保険ブローカー制度懇談会」に参加（会長）
- ・平成7年 大蔵省「地震保険制度懇談会」に出席（副会長）
- ・平成9年 保険審議会・基本問題部会において銀行窓販に対する意見陳述（会長）
- ・平成17年～ 金融庁「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」委員（副会長）
- ・平成18年 政府「郵政民営化委員会」において意見陳述（会長）
- ・平成19年 損保協会「消費者の声諮問会議」に出席（会長）
- ・平成19年 政府「郵政民営化委員会」において意見陳述（会長）
- ・平成19年 金融審議会「保険の基本問題に関するWG」において銀行窓販に関し意見陳述（会長）
- ・平成21年 金融審議会「保険の基本問題に関するWG」に参考人として出席（会長）
- ・平成22年 公正取引委員会に対し優越的地位の濫用に関するパブリック・コメント提出
- ・平成23年5月 「銀行等による保険募集に関する金融庁副大臣ヒアリング」にて意見陳述（会長）
- ・平成24年6月 金融審議会「保険の基本問題に関するWG」実務者委員就任（名誉会長）… 1年間
- ・平成24年9月 損保協会「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するタスクフォース」委員就任（企画環境委員長）… 約1年間
- ・平成24年9月 内閣府に対し「ゆうちょ銀行損害保険募集業務認可申請反対」の意見書提出
- ・平成24年10月 内閣府「第86回郵政民営化委員会」において意見陳述（会長）
- ・平成25年6月 早稲田大学保険規制問題研究所シンポジウムにて意見陳述（会長）
- ・平成26年2月～金融庁保険課において代理店の募集実務に関するプレゼン実施（事務局・会員）
- ・平成27年3月 金融庁に対し改正保険業法の政省令・監督指針に関するパブリック・コメント提出
- ・平成28年5月 公正取引委員会に独禁法対応に関するアンケート提出
- ・平成29年1月 金融庁による代理店直接ヒアリングサポート（経営理念・顧客本位／事務局）
- ・平成29年2月 金融庁において代理店手数料体系・代理店認定時の経営品質指標説明会開催（事務局）
- ・平成29年5月～金融庁による代理店直接ヒアリングサポート（代手体系・乗合制度／事務局）

#### (4) 代理店対象の各種制度の改善

上記(3)の他、代理店を対象とした様々な制度に対して、代理店経営支援の観点から関係各所への改善提案や折衝調整を行い、具体的な成果につなげている。主な事例は以下の通りである。

- ・昭和41年 地震保険制度の創設
- ・昭和48年 ノンマリン代理店制度の改定
- ・昭和53年 国民金融公庫の代理店向け融資の実現
- ・昭和55年 地震保険制度の大幅改定（現行制度のベース）
- ・昭和57年 住宅金融公庫の契約取扱規定の改善
- ・昭和57年 中小企業金融公庫の代理店向け融資の実現
- ・昭和58年 別途保管口座の預金種類に定期預金の追加実現
- ・昭和60年 中小企業信用保険法保証対象業種への指定実現
- ・昭和61年 代理店登録手続きの改善
- ・平成4年 中小企業新技術体化投資促進税制適用業種の指定実現
- ・平成5年 全国損害保険代理業国民年金基金の創設
- ・平成22年 政府「景気対応緊急保証」の対象業種に損害保険代理業の追加実現
- ・平成24年 代理店乗合承認制度の改善（回答方法・期限明示等）
- ・平成25年 消費税簡易課税制度に関する「みなし仕入率」引き下げ時期の繰り延べを実現
- ・平成26年 乗合代理店における推奨販売方針の一つとして「募集人毎指定」の追加を実現
- ・平成29年 金融庁による代理店直接ヒアリングの実現

#### 【参考：公益法人制度改革への対応】

##### ■組織改革の変遷

本会の起源は、昭和15年10月に設立された「東京火災保険代理業懇話会」であるが、法人としてのスタートは、昭和39年12月に大蔵省の認可を受けて設立された「社団法人日本損害保険代理業協会連合会」である。その後、昭和55年4月に現在の「社団法人日本損害保険代理業協会」に改組し（同時に「日本代協」を商標登録）、保険代理業の発展にかける諸先輩の熱い思いと先見性、並びに、会員一体となった弛まぬ努力のお陰で、損害保険代理業界を代表する全国組織の職業団体として歩み続け、現在に至っている。

この間、様々な環境変化に対応しながら活動を続けてきたが、本会の存立根拠となる公益法人制度については、社会環境に合わせて抜本的改革が行われることとなり、平成18年6月2日に公益法人制度改革関連3法が公布され、平成20年12月1日に施行された。

本制度改革により、旧来の公益法人は、一般社団・一般財団法人と公益社団・公益財団法人のいずれかに移行することとなり、公益法人の認定は、公益認定等委員会の意見に基づき内閣府が行うこととなった。

本会としては、時代の要請や環境変化に機敏に対応し、消費者の利益のために活動し続ける保険代理店のプロ集団になる必要があるとの認識の下で、制度改革に一步先んじる形で組織内論議・検討を続けてきた。その結果、日本代協としては、募集人に対する教育・研修事業を柱にして公益認定を得られる可能性があると判断し、組織や事業内容の変更を行うことなく公益社団法人の認定にチャレンジすることとした。

また、これに併せて、長年の懸案となっていた全代協の法人化を実現することとした。法人化実現のために各代協に法人化特別委員会を設けるとともに、日本代協にはフォローアップ小委員会及び法人化推進特別委員会を設置してサポートを行い、全代協足並みを揃えて取り組みを進めた。

## ■全代協の法人化（平成20年12月～平成21年1月）

平成20年4月16日の熊本県代協を皮切りとして各代協の通常総会が開催され、既に中間法人に移行していた群馬県代協<sup>(※)</sup>を除く46代協は、一般社団法人化に係わる次の内容を決議した。

- ・平成20年12月中に一般社団法人の形態で新法人を設立すること
- ・現組織の会員全員が新法人に移行すること
- ・新法人への移行に伴い現組織を解散すること

(※) 群馬県代協については、整備法の規定により、新法施行日付けで自動的に一般社団法人に移行

以後、フォローアップ小委員会が作成した「代協標準定款」並びに「一般社団法人設立のためのマニュアル」に沿って、設立手続きが進められ、平成20年12月1日～翌年1月にかけて、各代協が一般社団法人格を取得した。これにより、本会の長年の悲願であった全代協の法人化が実現し、新たな活動のステージへと歩みを進めることとなった。

## ■会員資格変更の先行実施（平成21年8月）

平成20年の金融庁検査において会員資格変更が未改善事項として指摘を受けていること、また、公益認定の審査状況を踏まえると、まずは現組織において会員資格の変更を行った後、公益認定申請を行うのが望ましいとの判断に至ったため、平成21年6月の総会に「会員資格を変更する定款変更」（正会員を個々の代協会員から法人格を取得した各代協とする変更案）を付議し、承認された。

その後、平成21年8月に金融庁に定款変更を申請し、同25日付で認可を取得した。これを受けて、平成21年10月に正会員資格変更後初の全47代協による臨時総会が開催され、公益認定申請に向けた定款変更案等が審議、承認された。

## ■公益認定申請とその後の状況（平成21年10月～平成22年3月）

臨時総会の決議を受けて準備を進め、平成21年10月20日付で内閣府に対し公益認定申請を行った。

その後、5ヵ月に及ぶ審査中、追加資料提出やヒアリング等にも迅速な対応で応えてきたが、平成22年3月に開かれた予備審査の結果を踏まえ、現状では公益認定の取得は難しいと判断されたため、内閣府の事務局からの示唆も踏まえ、本審査に至る前に申請を取下げ、時機をみて再申請を行うこととした。

長期間に亘る審査期間中、委員会事務局に対し、真摯に、かつ、信念を持って本会の活動の公益性を主張したが、①（当時の時点では）委員会の委員には保険業そのものが有している公益性に対する認識が薄いこと（一般の物品販売と同じであり、保険の募集も車の販売も一緒との認識）、また、②本会が行っている代理店・募集人の教育・資質向上の取り組みが消費者の利益につながるものであることへの理解が不十分であること（消費者への利益が反射的であり、消費者に直接的に利益を及ぼさないとの理由）から、本審査に臨んだとしても公益認定を得る可能性は低いと判断し、「不認定」判定が正式に公表される前に、申請を取り下げたものである。

## ■理事数削減の定款変更（平成22年5月）

公益認定申請を取り下げたため、予定していた定款変更は先延ばしせざるを得ない状況となった。しかしながら、理事総数については、①平成21年8月の会員資格変更認可時に、金融庁から早い段階で新しい会員資格に応じた数に削減するよう求められていたこと、②平成22年度は役員改選期に当たっていたため、6月に開催される臨時総会までには変更認可を取得しておく必要があったこと、から、迅速に適正化を図る必要があった。そのため、平成22年2月に金融庁に対して理事数を「30名以上60名以内」から「15名以上30名以

内」に削減する定款変更申請を行い、平成22年5月10日付で認可を取得した。

### ■一般社団法人への移行

本会としては、平成22年3月に公益認定申請を取り下げた後、その後の審査状況を見ながらしかるべきタイミングで再申請を行う方針としていた。

しかしながら、その後の他団体の審査状況等を踏まえ、再申請を行っても公益認定の取得は難しい状況であると判断された。また、本会のような特例民法法人は、平成25年11月末が移行期限という時間的制約があり、ここで再申請を行うことには大きなリスク<sup>(※)</sup>が伴うことが懸念された。(※再び取り下げとなった場合、即座に臨時総会を開き、その決議を得た上で新たに一般社団法人移行の申請が必要となるため、時間的な面でリスクが大きい)

そのため、まずは一般社団法人に移行した上で事業内容等を再検討し、中長期的な時間軸の中で公益認定申請を行う方が望ましいとの判断に至り、平成24年度の通常総会において一般社団法人移行を停止条件とした定款変更案が承認され、平成24年10月20日付で移行認可の申請を行った。

その後、5ヵ月余りの審査を経て平成25年3月19日付で移行許可証を受領し、同年4月1日付で一般社団法人の登記を行った。

### ■一般社団法人移行後の取り組み

今後、本会としては、一般社団法人として活動を行いながら、引き続き公益認定のチャンスを伺うこととしている。一方で、本会は公益認定を取得するために活動を続けてきたわけではなく、一般社団に移行したとしても本会の理念や目的や事業活動そのものは何ら変更の必要はない。従来通り、募集人の資質向上、防災・減災への取り組み、各種提言、本業を通じた社会貢献活動などを柱として、様々な活動を展開していく方針である。特に、本会の基本的な目的である募集人の資質向上を図る観点から、損害保険大学課程の受講者拡大に向けた取り組みが重要であり、まずは、同課程の安定稼働と制度内容の周知、受講者募集に注力する。

なお、移行認可法人に求められる「公益目的支出計画」の達成については、当初申請時に平成27年度未完了としていたが、若干の積み残しが出たため支出計画を1年延長し、平成28年度の決算をもって計画完了を報告した。今後は内閣府による検査入検も予想されるが、これまで通り適正な業務運営を行っていく。

## 2

# 日本代協の活動状況（2017年度総括・2018年度方針）

## 1 2017年度の活動状況の総括 <2017年度事業報告>

### 1. 要旨

本会は、2017年度（第54期）事業計画に基づいて諸活動を行ってきた。対外的には行政、損保協会、保険会社各社、業界他団体、消費者団体等との情報交換を精力的に重ねた結果、業界におけるポジションを確保することができた。また対内的には会員増強の取り組みや国民年金基金の加入者募集を除いて概ね計画通りに推進することができた。しかしながら、都道府県代協の取り組み状況には濃淡があり、意識・行動のバラツキを是正できていないことは大きな課題であると認識している。

情報と熱が伝わる組織づくりが課題であるが、理事間ではLINEを活用した迅速な情報連携が行われた。各委員会委員、各代協役員間でもメーリングリストやSNSの活用が広がっている。

当年度の特記事項は以下の通りである。

#### ○ 会長交代

2017年6月通常総会の終了の時をもって、岡部繁樹会長が退任し、金子智明副会長が新会長に就任した。

#### ○ 防災・減災に向けた取り組み

九州北部豪雨や日本海側の大雪など自然災害の脅威がさらに広がった年であった。自らも被災しながら地域の被災契約者対応に奮闘した会員の対応状況を収集して情報提供を行うなどにより、防災・減災の取り組みを推進した。

また、防災・減災に関する方針や継続した取り組みが評価され、内閣府の要請を受けて官民共同の組織である「防災経済コンソーシアム」に参画することとなった。参加メンバーは、経団連、日本商工会議所、全銀協など我が国を代表する業界団体であり、日本代協としての存在感を高める一助となった。

#### ○ 改正保険業法対応

前年度に引き続き、環境認識の共有ならびに対応策の周知に努めた。さらに、支援策の充実を図るため、有識者に日本代協アドバイザーを委嘱し、情報連携を進めた。また、金融庁の代理店ヒアリング等に関しても、2016年秋の100店ヒアリング（体制整備の水準・レベル感を提供するための好取組事例収集が目的）、2017年1月の追加5店ヒアリング（地域で経営理念に基づき顧客本位の業務運営を理想的に実践している代理店の事例の共有が目的）に続き、2017年5月末からのヒアリング（代理店手数料体系、乗合対応、組織と体制整備等の実態確認が目的）に積極的に協力し、面談にも同席対応してベストプラクティス及び今後の代理店像、ならびに規模別代理店の実態等を行政側と共有することができた。

#### ○ 会員増強状況

本事業年度の会員数は12,267店（+57店）となった。12,515店（300店の増店）の目標が達成できなかったことは残念であるが、代理店総数が減少する中、6年連続の増店となった。

一方で、諸課題（役割分担と意欲・行動量、事務局体制、会費体系の見直し、収益事業の取り組み等々）が改善されていない代協があり、組織活性化の取り組みは道半ばの状況である。

#### ○ 損害保険大学課程の運営

創設6年目となる損害保険大学課程のコンサルティングコースの受講者募集においては、過去最多となる2,235名の受講者を集めることができた。損保各社の代理店認定制度における絶対要件化も広がるなど制度の周知は進んできているが、受講の動機は代手ポイント確保や認定要件クリアのためという実利が主

であり、「常に知性、知識の研磨に努め、資質を向上させる」ために自主的に学ぶというスタンスには立っていない点が課題である。

#### ○ 全国損害保険代理業国民年金基金の運営

加入者募集は、120ポイントの目標に対して33.5ポイントであった。前年度末時点の現存加入員（掛け金を払っている加入員）数は393名となり、25ある職能型基金の中で最少となった。

#### ○ 代理店賠償責任保険の加入推進

「万が一の時の代理店経営のプロテクター」、「業界横断の代理店の業務品質基準」として本制度の情宣と加入促進を図った結果、2018年3月末の加入率は84.2%（10,334店/12,267店）となり、加入店も対前年度比較で38店増の10,334店となった。

#### ○ コンベンションの開催

11月2日・3日、「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～」をテーマに掲げ、第7回コンベンションを開催した。基調講演「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 生憲氏）、分科会をはじめ、プログラムの内容は総じて好評であった。懇親会も業界の行事として定例化されつつある。

本格的な保険募集改革の時を迎え、厳しい環境の中で積み残した課題はあるが、理事会、各担当委員会で使命感をもって取り組みを進めており、次年度においても「立てた目標を達成する」ために情報と熱が伝わる組織づくりを展開していく。

なお、都道府県代協別では、山梨、熊本、奈良、京都の各代協が三冠王（会員増強、国民年金基金新規加入員獲得、コンサルティングコース受講者募集）を4連覇し、滋賀県代協が2連覇（2014年度と合わせ3度目の獲得）、新たに三重県代協、愛媛県代協が三冠王を獲得した。また、福岡県代協は会員増強目標の14連覇を達成し、組織の強さを内外に示した。

## 2. 事業区分別の概況

<公益目的事業>・・・教育、損害保険普及と消費者保護、地球環境保護・地域社会貢献

#### ○ 代理店・募集人の資質向上への取り組み

- ・2017年4月開講の「損害保険大学課程コンサルティングコース」においては、1,725名の受講者中1,579名が修了した。また、2018年4月開講コースに関しても、損保協会、損保各社と連携し、強力な受講勧奨を展開した結果、2,235名の受講者を集めた。
- ・募集環境の変化に迅速に順応できるよう、当会独自の新たな教育の枠組みとして「日本代協アカデミー」（仮称）の枠組みを次のとおり策定し、試行・一部展開を行った。
  - i 代理店経営の高度化に対応するための「組織力強化研修」メニュー
  - ii 募集人一人ひとりのレベルアップを図るための「基礎教育研修」メニュー
  - iii 収益向上のための「実践的研修」メニュー
- ・海外研修制度PIASは、2017年6月2日から9日までの8日間の日程で、代協会員・非会員・保険会社社員も含め14名が参加して開催された。（第36次・延べ参加者数は732名）。米国代理店のIT活用事例も学べ、プロ意識、情熱、使命感を肌で感じることが出来る貴重な研修となっている。
- ・ブロック・代協・支部セミナーの開催は、延べ324回、参加者数13,684名（前年度287回、13,213名）と前年同様に堅調であるが、未実施代協・支部もあり、取り組みの温度差がみられるため、更なる活性化を働き掛ける必要がある。

## ○ 損害保険の普及と消費者保護に向けた取り組み

- ・ 保険契約者等の利益保護のための募集の公平性の維持を図るため、募集現場の実態把握による不適正募集のデータベース化（2017年度55件累計217件 [2016年度は47件]）を行い、事案の多かったディーラー向けに適正募集の励行に関するチラシを作成し、活用を始めた。収集した事案は必要に応じて金融庁、損保協会、損保各社へ情報提供を行った。
- ・ 代理店賠償の加入勧奨の一環として、Chubb損害保険社による36か所のセミナーを実施した。その他、説明用PPT10分版（企画環境委員会作成）を活用した損保各社の業務連絡会での研修会が奏功し、加入率向上及び会員増強につながった。
- ・ 「代協活動の現状と課題」のサマライズ版PPTを作成し、各地の財務局・財務事務所の担当官との関係構築や人材育成セミナー・支部セミナー等において活用された。
- ・ 消費者団体等との対話活動の推進に関しては、11代協で延べ15回実施し、消費者側109名（前年度132名）、代協側114名（前年度140名）の参加があったが、開催回数、参加人数ともに減少した。
- ・ 2017年度PR企画は、一般消費者、特に「若い世代」に対してのアプローチを第一に考え、コンセプトムービーとアニメの2本立てとした。コンセプトムービーは、あえて保険を題材にせず、人と人の温かな繋がりをストーリーにして知名度のある役者を配役、また挿入歌もiTune storeなどで購入できる仕掛けとした。SNSでの視聴が進むように拡散方法でも工夫を凝らした結果、再生完了数は目標の11万回を大きく上回る42万回を数えた。

## ○ 地球環境保護、地域社会貢献

- ・ 地球環境保全活動に関しては、36代協（前年度41）、1ブロック（前年同）で計76回（前年度82）、延べ2,956名が参加して実施した。地域社会貢献活動に関しては、損保協会との強力な連携も図りながら、ぼうさい探検隊マップコンクール、地震保険普及、無保険車追放の取り組み、自動車盗難対策、高齢者自動車事故防止対策、自転車事故防止対策等の取り組みを推進した。特に、ぼうさい探検隊には代協関連で昨年度を大きく上回る133団体416マップ（前年度83団体323マップ）の応募があり、入賞作品も14点となるなど、今後の更なる拡大が期待される成果となった。また、本会関連で参加した児童2,606名に参加賞（ふうたの反射板）を提供した。
- ・ グリーン基金に関しては、30の応募団体を精査し、合計25団体に対して、計195万円を寄付した。選考を外れた5団体は、自然保護活動の実態が乏しいと判断した1団体、グリーン基金の総枠限度額から総合的判断をした収益の多い4団体であった。
- ・ 「子ども110番の家」を日本代協として追認し、地域の子どもの安全を守るための取り組みとして展開している「子ども110番の保険代理店」の推進に関しては、地域によりバラツキはあるが、一括登録などで登録代理店数は増えてきている。
- ・ 公開講座は、1支部、6代協・5ブロックにて計12回開催、参加者も1,728名となった。また、学校教育への取り組みにおいても、「高校への交通安全出前講座」を4代協で16校・4,323名（前年度8代協で16校・4,255名）に対して実施、損保協会と連携した「大学における損害保険論等の講座」においても4大学（琉球、福島、埼玉、九州）で各代協の会員が講師を務めた。併せて、講師のスキルアップを図るため、10月にプレゼン研修を開催し、受講者7名を日本代協認定講師と位置付けた。（累計31名）

<共益事業>・・・組織力強化、活力ある代理店制度等の構築、代理店賠償、会員への支援・サービス提供

## ○ 組織力強化

昨年度末で12,267店（+52店/入会556店・退会504店）となったが、必達目標として掲げた12,515店

(前年度末会員数+300店)の達成ができなかったことは大変残念である。一方で、「業法改正への対応」、「代理店の賠償責任」などの研修会の開催を始めとする積極的な情報提供により、会員は下より損保各社も以前に比べて協力的になっており、あいおいニッセイ同和+48店、三井住友+26店、AIG損保+23店、日新+16店と二桁増となった。一方で、販売網戦略で次段階の代理店統合を打ち出した大手2社で▲67店(新規入会226店-退会293店)と減少した。ここでも代協による取り組みに大きな濃淡があり、引き続きの課題となった。

#### ○ 活力ある代理店制度等の構築

第1回目は2017年7月19日に開催し、「代手体系の課題と今後の展望」(継続審議案件)ならびに「代理店の乗合問題への対応」をテーマに意見交換を行った。第2回目は2018年2月14日に開催し、「代手ポイント制度」ならびに「ハッピーリタイアメントプラン」に関する論議を行った。

#### ○ 会員への支援・サービス提供

年間8回発行の「日本代協ニュース」にて、タイムリーに取組内容のポイントを伝えた。また、代協活動をまとめた「代協活動の現状と課題」を9月に全会員に配布し、活用を行った。

改正保険業法対応「体制整備の豆知識」、豆知識パートⅡとして「ふうたのワンポイントレッスン」、「代理店Web監査」、「代理店専用ホームページの構築支援」の仕組みを提供したが、体制整備への活用は道半ばであり、課題が残った。なお、M&Aコーディネーター制度に関しては、全国8か所でセミナー・テストのトライアルを実施するなど、制度の構築ができつつある。地域活性化・地方創生の観点から、中小企業経営者に常に寄り添っているプロ代理店が、企業の事業承継や成長戦略の支援を行うことはますます重要となっており、積極的な展開が必要である。

## 2 2018年度の取り組み指針

本年度は、次の項目を主な事業活動とし、組織の力を活かして取り組む。留意点は以下の通り。

- ① 取り組みに際しては、課題毎の背景、理由、目的、具体的な活動方法等を簡潔に整理して明確に伝え、認識の共有化を図る。併せて損保協会、各保険会社、各団体等との関係強化を図り、外部環境を整える。
- ② 定款自治を前提に理事会が運営の主体となる。各会議体の議事録には意見等も付記して論議の透明性を高めるとともに、迅速な配信に努める。

### 1：教育・研修事業

- 「損害保険大学課程」の円滑な運営とカリキュラムの充実、魅力度向上に取り組む
- コンサルティングコースの受講者募集に主体的に取り組む
- 損害保険トータルプランナーの認知度向上を図る
- 日本代協独自の教育体系を構築・展開する

### 2：消費者保護・保険普及

- 各チャネルの保険販売に対するモニタリングを継続する
- 銀行窓販の弊害防止措置の存置、郵便局の保険事業拡大を注視する。
- ディーラーの保険販売対策に対する対応策を提示する。

### 3：地球環境保護・社会貢献活動

- 現在の活動内容を総括し、再構築する
- 統一活動と各代協の独自性を加味した活動に再整理して取り組む
- 地震保険の情宣に努め、普及を図る
- 消費者アンケートを実施し、その結果を品質向上と改善要望につなげる

#### 4：組織力強化

- チャンネル区分に囚われず「プロの志を有した代理店」を代協会員に取り込む
- 2017年度末正会員数+300店を日本代協全体の2018年度の増強目標として取り組む
- 支部・代協・ブロック協議会を通して情報と熱が伝わる組織作りに取り組む
- 国民年金基金の加入者募集に取り組み、円滑な合流を実現する

#### 5：代理店経営支援

- 改正保険業法対応に関し、体制整備を中心に必要な支援策を提供する
- 「活力研」を通して保険会社との対話を継続し、課題解決につなげる
- 代理店賠償の普及に取り組む
- 代理店経営支援策を検討・提供する

#### 6：その他共益関連事業

- 第8回コンベンションを開催する
- 日本代協ホームページの全面的な改定の検討を開始する

## 3 代理店・募集人の資質向上への取り組み

### ■日本代協における教育研修事業の位置付けと基本的な考え方

日本代協の最大の目的は、損害保険の普及と保険契約者の利益保護を図るため、「損害保険代理店の資質を高め、その業務の適切な運営を確保すること」(定款第3条)にある。崇高かつ終わりのない取り組みであるが、全ての代協会員とその募集人は、常に自己啓発、自己研鑽に努めるとともに、様々な研修・セミナーの機会を活用して自らのレベルを向上させ、その成果を日々の業務を通して発揮し、消費者・契約者の信頼に応え続けることが重要である。

特に、平成28年5月29日に施行された改正保険業法は、社会全体の消費者重視の大きな流れの中で、代理店に対してより一層の顧客対応力向上と代理店経営の高度化を求めており、各代協会員は、こうした社会的要請を正面から受けとめ、「お客様の信頼と業務の品質において業界を代表する代理店」になるとともに、保険を活用したリスク対策の「プロ」として社会に認知されることが必要である。

日本代協では、長年にわたり、募集人の教育研修事業を最も重要な業務と位置付け、取り組みを続けている。特に、平成10年度以降は「保険大学校」と「(日本代協)認定保険代理士」の制度運営に注力し、資質の高い募集人の育成に注力してきた。

その後、業界共通の基盤の上に募集人教育・資格認定制度を構築しようとの機運が盛り上がり、損保協会と日本代協で協議を重ねた結果、日本代協の「保険大学校」・「認定保険代理士制度」は、損保協会の「専門試験」と発展的に統合することとなり、平成24年度に業界共通の募集人資格認定制度となる「損害保険大学課程」として新たなスタートを切った。同時に、日本代協はその指定教育機関となり、業界全体の募集人教育を下支えしている。

これに伴い、「認定保険代理士」も、損保協会認定の募集人資格の最高峰である「損害保険トータルプランナー」に生まれ変わることとなり、募集人の資質向上の取り組みは、業界共通の基盤を持つ新たな資格認定制度のステージへ引き継がれることとなった。日本代協の長年にわたる募集人の資質向上に向けた努力が評価され、業界共通の資格認定制度創設という大きな成果につながったものであるが、保険大学校を支えてきた基本精神・理念は何ら変わらずに「損害保険大学課程」に引き継がれている。日本代協としては、「募集人の資質向上こそが業界の信頼の基盤」との信念に基づき、損保協会と力を合せて円滑な制度運営と受講者募集並びに教育プログラムの更なる充実に取り組む方針である。

### ■日本代協が掲げる「目指すべき代理店(募集人)像」

資質向上の目標となる代理店(募集人)のイメージは以下の通りである。

- ① 消費者のニーズ(意向)を的確に捉え、リスクに基づいた最適な商品選択のアドバイスができる  
消費者の状況によっては、保険商品以外の選択肢も提示できる
- ② 約款・規定を熟知し、契約に当たって重要な事項を、正確かつ分かりやすく説明できる
- ③ 契約者へのアフターフォローが確実・迅速にできる(契約の変更・保険金請求手続き支援等)
- ④ 変化に応じた各種情報提供サービスが継続的に実行できる
- ⑤ リスクを回避したり、被害を最小限にとどめるためのアドバイスができる(防災・減災)
- ⑥ 万が一、募集上の誤りがあった場合は、常に自ら責任を負う覚悟と資力を有している

## ■教育研修事業の歴史

教育研修事業は、本会の創立以来最も重要な施策と位置付けられ、組織を挙げて取り組みを進めてきた。歴史的には、昭和40年度より全国規模の「日本代協ブロックセミナー（旧全代連セミナー）」と各代協主催のセミナーから活動が始まり、昭和54年度には初めて外国研修（太平洋保険学校（PIAS））を実施した。昭和56年度には、新たに学校方式による教育活動を導入し、教育事業体系を「セミナー系列」、「外国研修系列」、「学校系列」の三本立てとして拡大・充実を図ってきた。また、平成3年度から新たに「代協人材育成研修会」を新設し、平成8年度からは「新任理事研修」（現在は新任会長オリエンテーション）を実施している。

日本代協ブロックセミナーは、損保協会並びに各損保会社の協賛のもと、毎年ブロック毎に開催してきたが、昭和56年度より開催ブロックを2ヵ所にして拡充を図った。

学校方式による教育活動は、大蔵省の指導ならびに損保協会の後援のもと、昭和56年度より開校（年1場所）し、昭和58年度からは毎年2場所に拡充したが、平成7年度から再び1場所となり、平成9年度の埼玉での開校を最後に、新たに創設された「保険大学校」へと引き継がれることとなった。（この間、通算27回開校・受講者総数10,251名）

外国研修は、PIASに加えて平成9年度に「ヨーロッパ損害保険代理店研修」（EIAS）を実施したが、翌年は最少催行人数を満たさず中止となった。（PIASは継続実施中）

平成10年度からは、損害保険の急激な自由化、規制緩和に対応した教育・研修体制の確立を図るため、教育研修事業を「保険大学校（PIASを含む）」、「人材育成研修会」、「代協セミナー」の三本立てに再構成して実施してきた。

平成24年度からは、業界共通の「損害保険大学課程」がスタートし、日本代協の教育体系も新たなステージを迎えることとなった。また、2018年度からは、日本代協独自の新たな教育の枠組みとして「日本代協アカデミー」を構築し、順次試行・展開する。提供方法については、eラーニングやwebセミナーなどの活用を検討中である。

## ■日本代協の現在の募集人教育体系

### (1) 「保険大学校」（第1期～第14期〔最終〕）

平成10年度に開講した日本代協保険大学校は、平成23年度の第14期で最終期となり、平成24年度以降は「損害保険大学課程」に発展的に引き継がれた。この間の累計受講者数は12,960名となり、累計修了者数は、11,640名となった。

### (2) 「損害保険大学課程」<sup>(次頁注)</sup>

平成24年度に開講した「損害保険大学課程」は、損保協会の中核事業の一つに位置付けられているが、日本代協はその指定教育機関として、業界全体の募集人教育の下支えを行っている。引き続き、制度の安定稼働に注力するとともに、より実践的で有益なプログラムとなるよう今後も損保協会と連携して取り組みを進める。

### (3) 太平洋保険学校（PIAS）

昭和54年度の第1回目から継続的に実施し、2018年度で37次となっている。2017年度から研修の受け入れ先をIEA（米国保険教育協会）からCPCUサンフランシスコ支部に変更している。

損害保険という仕組みは世界共通であるが、その実態は法制・税制・社会保障制度・歴史・文化・消費者の意識等によって大きく異なる面があり、米国の好事例がそのまま日本で使えるわけではない。しかしながら、米国の代理店・募集人の強烈なプロ意識とリスクマネジメントに基づく高い業務レベル、先進的

なITの活用状況を肌で感じる機会は貴重である。また、日常業務を離れて視野を広げ、自分の仕事を見つめ直すことで今後の代理店経営改善の気付きを得る有益な機会にもなるため、若手を中心に積極的な参加が望まれる。

#### (4) 人材育成研修会

本会並びに代協の次代を担うリーダーの育成は極めて重要であり、日本代協では毎年4つのブロック毎に順に開催していく方針としている。

#### (5) 代協・代協支部セミナー

代協・代協支部におけるセミナーは「集い、語らう」代協活動の基本であり、継続的・計画的な開催が何よりも望まれる。

### (※前頁注)「損害保険大学課程」

#### ❖ 「損害保険大学課程」の創設と日本代協との関係

損保協会と日本代協は、「損害保険大学課程」の創設に向けて論議を積み重ね、平成24年7月から業界最高峰の募集人資格認定制度として開講するに至った。業界に先駆けて平成10年度から保険大学校・認定保険代理士制度を創設・運営し、以後着実に拡大を図ってきた多くの本会関係者の努力が認められるとともに、新たな業界共通制度の構築という形で実を結ぶこととなったわけであり、日本代協にとって画期的な成果となった。なお、既存の認定保険代理士の新制度への移行も可能となり、保険大学校を卒業して認定保険代理士となった多くの募集人の努力が新しいステージの中で報われる形となった。

#### ❖ 指定教育機関としての日本代協の役割

「損害保険大学課程」の主催者は損保協会であるが、日本代協はその指定教育機関として、教育プログラムの運営を担っている。主な役割は、以下の通りである。

- 受講申込の受付・受講者の管理・受講料収納
- 教育プログラムの作成、「コンサルティングコース」テキスト等の作成
- セミナーの運営（講師選定・会場手配・事務局業務）
- 通信教育の運営（発送、採点・解説等）
- 受講者からの照会応答対応

また、受講者募集についても、従来の保険大学校での受講者実績をベースに、本会として能動的、主体的に取り組む必要がある。

#### ❖ 本課程の運営状況

##### (1) コンサルティングコース教育プログラムの実施状況

各年度の状況は、下記の通りである。

受講年度(受講料)	受講申込者	受講者	修了者	修了率	受験者	合格者	合格率
2013年度(76,000)	804	798	759	95.1%	750	680	90.7%
2014年度(77,760)	803	780	732	93.8%	745	663	89.0%
2015年度(77,760)	1,210	1,196	1,135	94.9%	1,123	1,075	95.7%
2016年度(77,760)	1,498	1,451	1,361	93.8%	1,322	1,309	99.0%
2017年度(77,760)	1,759	1,725	1,587	92.0%			
2018年度(77,760)	2,235						
2019年度(69,980)	2018年12月1日～2019年2月15日の期間で「受講申込受付」						

なお、2016年4月から、損害保険トータルプランナーの認定更新が始まっている。2016年、2017年、2018年の有効期限到来者は、旧認定保険代理士からの移行者でもあるため、円滑な更新のために教育委員会が中心となって前広な勧奨を行っている。

【参考】 2016年12月末有効期限到来者2,481名中2,275名が合格・更新済（206名は認定切れ）

2017年12月末有効期限到来者3,045名中2,802名が合格・更新済（243名が認定切れ）

2018年12月末有効期限到来者3,189名に対し更新勧奨中

(2) 「損害保険トータルプランナー」「同・プランナー」認定状況

□「損害保険トータルプランナー」：2018年7月1日現在 有効認定者 11,146名（累計 11,936名）

□「損害保険プランナー」：2018年7月1日現在 有効認定者 42,474名（累計 65,057名）

## ■2018年度の教育研修事業計画

### (1) 「損害保険大学課程」の運営

#### ① 指定教育機関としての役割発揮

- ・日本代協は本課程の指定教育機関であり、教育委員会を中心に、損保協会との連携を図りながら制度の企画・改善・運営に当たる。運営に当たっては、教育委員会傘下のプロジェクトチームが主体となり、各代協と連携して進める。
- ・損保協会との「定例合同運営会議」（4半期に1回・年4回損保協会にて開催）における論議を通し、より良いプログラム構築と制度改善を継続的に進める。

#### ② 「損害保険大学課程」受講生の募集推進

- ・「損害保険大学課程」の制度周知や受講者募集に関しては、損保協会と協働し、損保各社と連携して取り組みを進める。併せて、損保各社に対し、本課程取得を代理店認定要件のマスト項目として織り込むよう要望を行う。（損保ジャパン日本興亜、東京海上日動、三井住友海上は織り込み済み）さらに、認定者実数や認定者割合の要件化の導入等についても要望を行う。（あいおいニッセイ同和、損保ジャパン日本興亜が一部織り込み済み）
- ・受講者募集に関しては、日本代協として自主目標を掲げて推進する。（本年度目標 840名）

#### ③ 「損害保険大学課程」の認知度向上の取り組み

「損害保険大学課程」に対する営業第一線の認知度には依然としてバラつきがあるため、損保協会、損保各社と連携を図り、制度の周知徹底に取り組む。併せて、プロ代理店を中心に多くの募集人に積極的なチャレンジを促していく。

### (2) 日本代協アカデミー（日本代協独自の教育制度）の検討・実施

改正保険業法は、社会全体の消費者重視の大きな流れの中で、代理店に対しより一層の顧客対応力向上と経営の高度化を求めており、顧客本位の業務運営の徹底は、代理店の創意工夫を促し、市場原理に基づく顧客本位の競争を求めている。募集人の資質向上と代理店としての経営能力向上は喫緊の課題となっており、日本代協としても新たな教育制度の提供ができないか検討してきた。その結果、以下の三本柱を軸とする「日本代協アカデミー」を構築し、順次試行・展開を行うこととなった。（メニュー提供方法についてはe-ラーニングやWebセミナーの活用を含め効果的な方法を検討していく。）

- |  |
|--|
| I. 代理店経営の高度化に対応するための「組織力強化研修」メニュー <small>（次頁注）</small> |
| II. 募集人一人ひとりのレベルアップを図るための「基礎教育研修」メニュー                  |
| III. 収益向上のための「実践的研修」メニュー                               |

### (前頁注：「組織力強化」を優先テーマとした理由)

代理店も創業者の時代から後継者の時代へと変わり、また、成長市場から成熟市場に移ってきたことと相まって組織力が必須の環境となっている。特に更新契約主体の専業代理店では、事務担当を含めた組織的な活動の成否が業績に大きな影響を及ぼすこととなる。また、改正保険業法が求めている体制整備の構築、PDCAサイクルの定着を図るためには個人の頑張りでは限界があり、組織の力を発揮して組織でお客さまを守り抜く体制を構築することが重要である。(2016年秋の金融庁代理店ヒアリング結果においても、「組織力を発揮し、地域に密着し、顧客本位の業務運営を行い、社員満足を高める仕組みを取り込み、その結果、持続的發展を実現することが重要と指摘されている。」)

そのためには、スーパー営業マンのカリスマ経営者ではなく、組織の力を最大限に発揮させられるマネジメント力をもった経営者とコミュニケーション力に裏打ちされた明るい職場が必要となる。このような観点から、組織力の強化に焦点を当てた研修プログラムを提供していく方針としたものである。

### (3) 人材育成研修会

2018年度は、定期開催分として上信越・東京・近畿・四国の4ブロックで開催する。

### (4) 代協セミナー・代協支部セミナー

全代協会員が定期的に最新情報に触れ、旬のテーマについて意見交換を行う機会を持つために、継続的な教育・研修の機会が必要である。また、こうした取り組みは代協活動の原点でもある。引き続き、各代協で創意工夫を発揮しながら計画的に開催し、会員に対する有益な情報提供に努めていく。

## ■ 「損害保険トータルプランナー」認知度向上の取り組み

### (1) 社会的信認度向上の取り組み

消費者に募集人選択時のメルクマールとして認識してもらうためには「損害保険トータルプランナー」の存在と実力を社会から認めてもらうことが必要である。本年度は、損保協会における取組強化も期待できるが、大事なことは損害保険トータルプランナー自身が日々の活動の中でお客様本位の営業活動を展開することであり、その積み重ねの上に立って信頼度を高めていくことが重要である。

### (2) 「3つの基本行動」の実践

損害保険トータルプランナーが消費者保護及び資質向上に取り組む姿勢を対外的に示すために、下記の「3つの基本行動」を各代協、代協会員において実施する。

- ① 代理店事務所に「損害保険トータルプランナーポスター」並びに「認定証」を掲示する
- ② 募集時に「認定証（ゴールドカード）」を提示する
- ③ 契約者に「チラシ」を手交する（損保協会作成）

なお、損保協会のホームページに掲載されている「損害保険トータルプランナーのいる代理店検索」への登録も漏れなく行い、広く周知に取り組むことが重要である。

### (3) ビジュアル媒体の活用

損害保険トータルプランナーの日々の活動を支援するため、ビジュアル媒体を活用したPR活動を継続して実施する。

2017度は、「感動バズ動画+ふうたアニメ」を作成し、42万回再生（目標10万回再生）を達成した。本年度は、代理店の「地域親密性」をキーワードに、損害保険トータルプランナーが消費者に身近な相談者であることをPRすること目的として、「47都道府県代協別動画」を各地毎にゆかりのある女子アナウンサーを起用して作成し、配信する予定である。