

Investor Relations

「すべてはお客さまの笑顔のために！！」

100年続く保険代理店を目指して



2023年11月22日

目次

- ◆ 2. 目次
- ◆ 3. メッセージ
- ◆ 4～7. 会社概要
- ◆ 8. 経営理念・経営ビジョン
- ◆ 11～14. お客さま本位の業務運営方針
- ◆ 15～16. 乗合保険会社一覧
- ◆ 17. 第1期中期3ヵ年計画 結果
- ◆ 18～19. 前年度の結果
- ◆ 20. 2023年度の目標
- ◆ 21. 2023年度の重点施策
- ◆ 22. 2023年度コンプライアンス実行計画
- ◆ 23. 2023年度内部監査計画
- ◆ 24～. 支部店別営業計画
 - ・静岡支店 ・浜松支店 ・沼津支店 ・兵庫支店
 - ・神奈川支店 ・東京西支店 ・群馬東毛支店 ・岐阜支店
 - ・名古屋緑支店 ・岡山支店 ・下関支店 ・東京中央支店
 - ・福岡支店 ・福岡南支店 ・東京営業部 ・東北営業部
 - ・関西営業部 ・九州営業部
- ◆ 44. 当社の沿革

メッセージ

当社は2016年7月に創業し、この9月で第8期が終了、10月から第9期目に突入いたしました。設立当初から「100年続く代理店を目指して」を合言葉に、つまり100年先までお客さまに安心をお届けできる事業型代理店を目指し、役職員一丸となって日々奮闘しております。現在の社員数は113名、総店舗数は本社を含め19店舗となり、成長を続けています。

昨年度に引き続き「お客さま本位の業務運営」「事業継続力強化計画の再認定」「ISO9001の再認証」「役職員の教育研修の充実」「デジタル化の推進強化」を行い、企業として着実な成長を目指してまいります。

コロナウィルスは終息を迎えておりますが、大規模自然災害の多発、少子高齢化・人口の減少等、我々を取り巻く環境はさらに厳しさを増しております。そのコロナ渦における経験を活かし、デジタル化を強く推進し、新たな全国規模代理店の手本となるような支店展開を図り、増収増益を達成したいと強く願っています。

お客さまに選ばれ続ける代理店・募集人に我々はなるためには、これまで以上にお客さまの声に耳を傾け、お客さまと真摯に向き合い、さらに質の高いサービスを提供し続ける「真のプロ代理店」にならなければなりません。

この事業計画は、今後当社が何を目指し、どのような代理店になるべきかを策定したものです。我々はお客さまの「安心」「安全」をまもり、「地域と一体となって発展する」ことを改めてお約束をいたします。

そして私は、お客さまはもちろん、社員の皆さんやご家族の皆さまの幸せのために、先頭に立って本事業計画の実現に邁進することを誓います。

全員で夢を語り、夢を実現したいと思っています。一緒に頑張りましょう。

2023年9月30日

株式会社ほけんの匠

代表取締役 薩埵 俊夫

会社概要 |

2016年10月

「100年続く代理店」

を合言葉に、お客さまにこれまで以上に

きめ細やかな対応ができる

「株式会社ほけんの匠」を作り上げました。

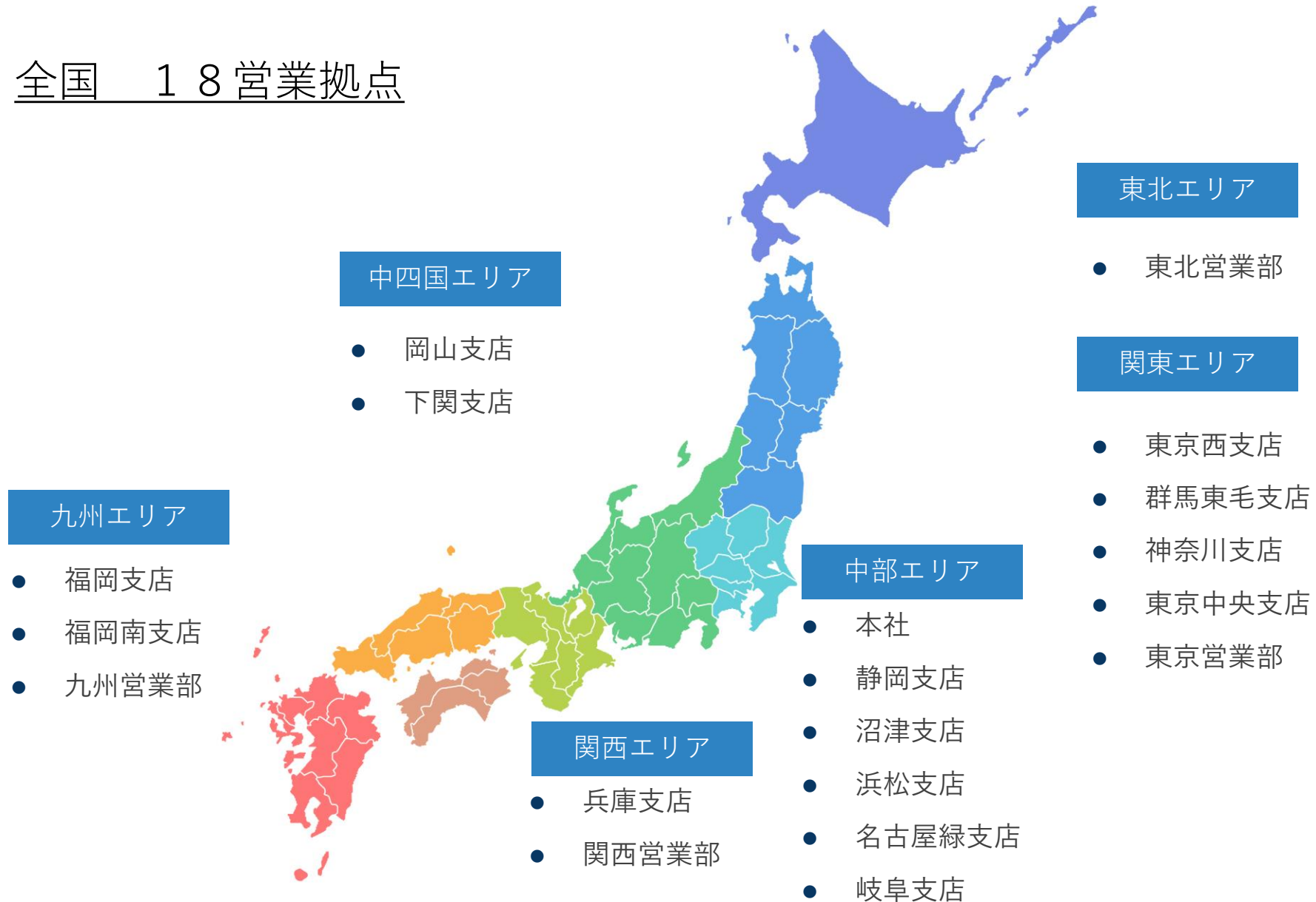
会社概要 II

- スタッフ 社員 113名 (2023年10月1日現在)
- 拠点 全国 18拠点
- 本社 (静岡県静岡市葵区五番町6-7 3階)

- ◆ 静岡支店 (静岡県静岡市葵区五番町6-7 2階)
- ◆ 浜松支店 (静岡県磐田市二之宮1807-2)
- ◆ 沼津支店 (静岡県沼津市中沢田385 BMビル204号)
- ◆ 兵庫支店 (兵庫県高砂市曾根町2162-1)
- ◆ 群馬東毛支店 (群馬県太田市下浜田町140-1
FLOTビル2階)
- ◆ 神奈川支店 (神奈川県平塚市根坂間218-7
湘公ビル203号)
- ◆ 東京西支店 (東京都昭島市松原町5-18-4)
- ◆ 岐阜支店 (岐阜県岐阜市則武中1-25-3)
- ◆ 名古屋緑支店 (愛知県名古屋市緑区砂田1-311)
東名ビル802)
- ◆ 岡山支店 (岡山県岡山市中区海吉1441-1)
- ◆ 下関支店 (山口県下関市豊北町滝部887-2)
- ◆ 東京中央支店 (東京都中央区日本橋室町4-2-10 坂田ビル7階)
- ◆ 福岡支店 (福岡県福岡市博多区博多駅前2-4-12 6F)
- ◆ 福岡南支店 (福岡県福岡市南区横手1-10-14 3階)
- ◆ 東京営業部 (東京都中央区日本橋室町4-2-10 坂田ビル7階)
- ◆ 東北営業部 (宮城県仙台市青葉区本町1-5-28
カーニープレイス仙台駅前通り502)
- ◆ 九州営業部 (福岡県福岡市博多区博多駅東1-9-11
大成博多駅東ビル3階)
- ◆ 関西営業部 (大阪府大阪市中央区北久宝寺町4-2-10)

営業拠点

- 全国 18営業拠点



会社概要Ⅲ

資本金	1, 3 5 5 万円		
代表者	代表取締役	薩埵	俊夫
役員	取締役社長補佐	小河原	等
	取締役（浜松支店長）	元場	健一
	取締役（沼津支店長）	玉川	博己
	取締役（兵庫支店長）	坂口	嘉久
	取締役	鈴木	靖子
	監査役	内尾	博

- アドバイザー：日本創倫株式会社
- 顧問先：栗田勇法律事務所 日吉明大労務管理事務所
- 社会保険労務士法人エス・エスキャリッチ 岡村雅裕税理士事務所
- 所属団体：日本損害保険代理業協会 静岡県損害保険代理業協会
結心会 保険乗合代理店協会 静岡県保険代理業協同組合

経営理念

- 私たちは、お客さまに最善のサービスを提供します。
- ネットワークを展開し、地域社会とともに成長します。
- 自立と自律を尊重し、保険業の未来に貢献します。

経営ビジョン

3年後（2026年9月末）の当社の姿

1. 各支店地域NO. 1の総合保険代理店
 - ① サービス品質
 - ・ 最高水準の契約募集品質・顧客対応を備えている
 - ② 組織体制
 - ・ 体制整備、人材育成制度・働きやすい環境が整備されている
 - ③ 社会への貢献
 - ・ SDGsに鑑み地球環境保護に貢献するためのペーパーレス化（デジタル化）
 - ・ 働き方改革による女性活躍支援を図る取組み
 - ・ 地域が主催する社会貢献活動の積極的な参加
2. 事業規模
 - ① 売上：損保保険料 50億円 損保手数料 11億円 生命保険 4億円
 - ② 社員数 160名

行動指針

- 一 私たちの喜びは「お客様の笑顔」であり、その笑顔を私たちの原動力として常に質の高いサービスを提供します。
- 一 お客様の目線と立場で常に行動し、お客様の「安心」「安全」をまもり地域と一体となって発展を図ります。
- 一 公共的責任を認識し、「自分で立つ」「自分で律する」ことを使命として、すべての行動においてコンプライアンスを遵守し、保険業の未来に貢献します。

品質方針

「100年先までお客さまに信頼される保険代理店」になるために、全社員が「お客さまへ均質なサービスの提供」を実践します。

品質目標

ISO9001の仕組みを活用し「保険代理店事業の質の向上」および「お客さま満足度の向上」を推進します。

ほけんの匠は、経営理念に則り、100年先までお客様に信頼され続ける保険代理店を目指して、「お客さま本位の業務運営」に努めます。

方針および取組み内容

1 【本位の業務運営を推進するための取組み】

私たちほけんの匠は、お客さまの笑顔を私たちの喜びとして、その笑顔を原動力として、常に質の高いサービスを提供します。

1. 国際基準であるISO9001「品質マネジメントシステム」の仕組みを活用、維持し、「保険代理店事業の質の向上」および「お客さま満足度の向上」に努めます。
2. コンプライアンス部会を開催し、保険募集に係る課題等を共有し、コンプライアンスリスクの早期発見ならびに防止に努め、執行役員・部長会議および取締役会への報告を行い、適切な業務運営を推進します。

2 【お客さまの要望に沿った保険提案とサービスの提供】

お客さまを取り巻くリスクの分析やコンサルティング活動等を通じて、お客さまの意向と実情に沿った商品の説明および提供に努めます。

1. お客さまへの保険商品のご提案に際しては、当社の勧誘方針および販売方針に則り、適切な保険募集を実施し、顧客管理システムにその内容を記録します。
2. 市場リスクに伴う商品の販売にあたっては、商品およびリスクの内容について、お客さまが理解するまで丁寧な説明に努めます。
3. お客さまに対し、意向把握、推奨販売、情報提供、意向確認等が適切に行われ、お客さまに不利益等が発生していないか確認するため、顧客管理システムを活用し検証します。
4. ご高齢のお客さまに対しては、分かりやすい言葉で丁寧に説明し、ご親族の同席や複数回の募集機会を設けるなど、きめ細やかな対応を実施します。
5. 特定保険商品（外貨建て保険や変額保険等）のご案内にあたっては、お客さまが負担すべき手数料や費用等が発生する場合には、保険会社の作成した資料に基づき、適切な説明に努めます。

方針および取組み内容

3 【お客さまに質の高いサービスを提供するための社員教育および評価の取組み】

お客さまに最適な保険商品および良質な保険サービスを提供するため、本方針の浸透に向けた社員教育を実施し、お客さまの最善の利益の追求に努めます。

1. お客さまのニーズの多様化を踏まえ、損保部会および生保部会等において、保険商品知識および専門的な金融知識に関する研修を実施し、社員のスキルの向上に努めます。
2. 業務品質の向上を目的としてコンプライアンスプログラムを策定し、各種研修を継続的に実施します。
3. お客さまに質の高いサービスを提供するため、募集品質を重視した人事評価制度を導入し、人材育成に努めます。

4 【お客さまの声を経営に活かすための取組み】

お客さまからのご意見ご要望等については、執行役員・部長会議および取締役会で情報を共有し、苦情については直ちに改善し、経営活動、業務品質の向上ならびにお客さま満足度の向上に活かします。

1. お客さまの声（苦情、ご意見、ご相談、お褒め・感謝の言葉等）については、毎月、執行役員・部長会議および取締役会にて情報を共有し、苦情については再発防止策を構築したうえで、業務改善に努めます。
2. お客さまから寄せられた苦情案件については、策定された再発防止策の有効性について、内務部会およびコンプライアンス部会にて検証します。

方針および取組み内容

5 【お客さまへのアフターフォローの取組み】

お客さまから末永く信頼される代理店として、ご契約いただいた後も、定期的なご連絡を心がけ、お客さまのお役に立てるよう業務に努めます。

1. 事故や災害に遭われたお客さまに対しては、お客さまの立場で親身になって、ご相談やアドバイス等のサポートに努めます。
2. 長期契約等のお客さまに対しては、ご契約内容確認のためのご連絡を定期的 to 実施し、各種リスクに関する助言等を行います。

6 【利益相反の適切な管理の取組み】

保険代理店としての公共的責任を認識し、すべての行動においてコンプライアンスを遵守し、経営理念に基づき推奨商品を選定し、お客さまに最善の商品とサービスを提供します。

1. お客さまに最適な保険商品と良質な保険サービスを提供するにあたり、丁寧かつ十分なヒアリングを行い、ご意向に沿った商品をお勧めし、お客さまの状況やご意見等に関連のない理由に基づいて、ご提供する商品を決定することはありません。
2. 推奨商品の選定にあたっては、損保部会、生保部会において審議し、取締役会で承認された保険会社もしくは保険商品を推奨し販売します。特に生命保険については、商品特性、補償内容、保険料水準、付帯サービス、お客さまから寄せられる声などを踏まえ、お勧めする商品を選定します。
3. 推奨商品の販売状況については、半期毎に検証し、利益相反の適切な管理に努めます。

【お客さま本位の業務運営方針】におけるK P I（重要業績評価指数）

お客さま本位の業務運営方針に基づく取り組みについて、進捗状況について数値化できるものは定量的に把握し、その取り組みをより推進するため、K P Iを以下のとおり設定しました。

1. 営業店で受け付ける「お客さまの声（苦情、ご意見、ご相談、お褒め・感謝の言葉等）」および当社独自で実施する「お客さまアンケート」を集約・分析し、お客さまに対し、分かりやすく丁寧に説明し、ご意向に沿った商品をお勧めできているかを確認します。
2. 損害保険の更改率と生命保険の継続率を分析し、当社が提供するサービス等について、お客さまに満足していただけているか検証します。
 - (1) 損害保険において、個人の自動車保険および火災保険の更改率を分析し、末永く信頼される代理店としての評価を得ているか確認します。（目標：更改率95%）
 - (2) 生命保険においては、契約日から13か月、25か月、37か月目の継続率を分析し、適切な意向把握、推奨販売、情報提供、意向確認により、最適な保険商品が提供できているか、無理なご契約をお勧めしていないか確認します。（目標：13か月目の継続率100%）
3. お客さまに最適な保険商品および良質な保険サービスを提供するため、保険商品知識および専門的な金融知識に関する研修を実施し、社員のスキルの向上にむけた取り組み状況を確認します。（目標：受講率100%）
4. 生命保険の推奨商品の販売状況について、半期毎に販売商品を集計し、分析すると共に、定期的にサンプル調査を行い、適切な提案が行われているか確認します。

お客さまに満足いただける保険商品を取り揃えています

損害保険

SOMPO 損保ジャパン	TOKIO MARINE NICHIDO 東京海上日動	MS&AD 三井住友海上	MS&AD あいおいニッセイ同和損保	Rakuten 楽天損保	SECOM セコム損害保険株式会社	AIG AIG損保
CHUBB®	共栄火災	日新火災				

生命保険

NISSAY 日本生命	MS&AD 三井住友海上あいおい生命	SOMPO ひまわり生命	TOKIO MARINE NICHIDO 東京海上日動あんしん生命	ソニー生命	Gibraltar ジブラルタ生命	AXA アクサ生命保険株式会社
MetLife メットライフ生命	ORIX オリックス生命	NN エヌエヌ生命	FWD insurance	はなさく生命	Manulife マニユライフ生命	

少額短期保険

ミカタ少額短期保険 株式会社	Universal Small-claims and Short-term Insurance ユニバーサル少額短期保険株式会社
----------------	---

～当社の発展は皆さまの発展～

保険会社さま、関係者さま
相互信頼関係なくして、発展はできません！！



第1期 中期3カ年計画 結果

項目		2020年度 結果	2021年度 結果	2022年度 結果	総評
経営指標 (財務)	売上高	5億3,852万円	5億9,121万円	6億4,414万円	<p>売上高は生損保の合計で若干であったが目標に達成することができなかった。</p> <p>料率改定や長期保険の改定等の影響を受け既存の支店・営業部で苦戦。新たに3支店が加わったが、目標達成に至らなかった。法人を中心とした新規取引先の増大と参画代理店の開発、募集人のリクルートが急務。</p> <p>目標であった営業拠点20店には及ばなかったものの、営業社員数は目標に達成した。一人一人の生産性を上げ、売り上げ拡大を目指す。営業拠点数の増大は当社の柱のため、全社員で取り組んでいく。</p>
	営業目標 (成績)	損保一般成績	19億4,000万円	23億6,700万円	
損保手数料		4億9,297万円	5億2,408万円	5億5,450万円	
生保手数料		4,538万円	6,713万円	8,964万円	
その他	営業拠点数	14	15	18	
	従業員数 (営業社員)	59	57	74	
	従業員数 (事務社員)	33	36	39	
	三者間	0	1	1	

前年度の結果報告 (1)

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保合計		合計増率
	2021年度	2022年度	増率	2021年度	2022年度	増率	2021年度	2022年度	
店名									
静岡支店	84,284	84,048	99.7	9,265	9,166	98.9	93,548	93,214	99.6
浜松支店	40,181	39,084	97.3	14,503	16,425	113.3	54,684	55,510	101.5
沼津支店	47,043	44,374	94.3	7,778	11,020	141.7	54,821	55,394	101.0
兵庫支店	32,135	29,754	92.6	17,267	28,396	164.5	49,402	58,150	117.7
東京西支店	40,693	35,154	86.4	3,782	5,746	151.9	44,476	40,900	92.0
神奈川支店	21,986	21,620	98.3	2,230	2,567	115.1	24,216	24,187	99.9
群馬東毛支社	18,437	18,469	100.2	3,027	2,939	97.1	21,464	21,409	99.7
岐阜支店	38,212	37,404	97.9	2,940	2,475	84.2	41,152	39,879	96.9
名古屋緑支店	21,766	19,459	89.4	630	916	145.4	22,396	20,375	91.0
岡山支店	20,615	20,527	99.6	2,591	3,238	125.0	23,206	23,765	102.4
下関支店	5,061	14,223	281.0	69	143	206.4	5,130	14,367	280.0
東京中央支店 (2022年11月)	—	11,112	—	—	1,073	—	—	12,185	—
福岡支店 (2023年2月)	—	28,346	—	—	1,606	—	—	29,953	—
福岡南支店 (2023年6月)	—	8,100	—	—	349	—	—	8,500	—
支店合計	370,413	411,674	111.1	64,082	86,059	132.8	434,495.	497,788	114.6

前年度の結果報告 (2)

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保合計		合計増率
営業部名	2021年度	2022年度	増率	2021年度	2022年度	増率	2021年度	2022年度	
東京営業部	111,870	92,093	-	1,316	952	-	113,185	93,046	-
東北営業部	17,737	16,195		725	1,012		18,462	17,208	
九州営業部	4,461	4,874		297	330		4,758	5,204	
関西営業部	9,263	20,957		23	1,257		9,287	22,215	
中部営業部	10,339	8,700		689	27		11,028	8,727	
営業部 合計	153,670	142,819	92.9	3,050	3,578	117.3	156,720	146,400	93.4

全 店 合 計

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保合計		合計増率
全 店	2021年度	2022年度	増率	2021年度	2022年度	増率	2021年度	2022年度	
合 計	524,083	554,493	105.8	67,132	89,637	133.5	591,215	644,130	109.0

2023年度の目標 (1)

単位：千円	損保収保		損保手数料		生保手数料		生損保 目標手数料 合計	目標 手数料 増率
	2023年度 目標	増率	2023年度 目標	増率	2023年度 目標	増率		
静岡支店	420,000	113.4	87,000	103.5	13,000	141.8	100,000	107.3
浜松支店	174,000	103.0	40,000	102.3	16,500	100.5	56,500	101.8
沼津支店	220,000	109.9	45,000	101.4	15,000	136.1	60,000	108.3
兵庫支店	135,000	110.1	33,000	110.9	29,000	102.1	62,000	106.6
東京西支店	70,000	57.0	20,000	56.9	5,000	87.0	25,000	61.1
神奈川支店	94,800	103.9	22,500	104.1	3,000	116.9	25,500	105.4
群馬東毛支店	67,500	108.4	20,000	108.3	3,200	108.9	23,200	108.4
岐阜支店	200,000	128.9	40,000	106.9	5,000	202.0	45,000	112.8
名古屋緑支店	125,000	102.1	20,000	102.8	1,300	141.9	21,300	104.5
岡山支店	84,000	102.0	21,000	102.3	3,500	108.1	24,500	103.1
下関支店	50,000	98.4	12,500	87.8	2,000	139.9	14,500	100.9
東京中央支店	105,485	138.7	18,460	166.1	3,590	334.5	22,050	181.0
福岡支店	220,000	107.2	48,000	169.3	2,700	168.1	50,700	169.3
福岡南支店	172,000	104.0	35,000	432.1	1,500	429.8	36,500	431.9
支店合計	2,137,785	106.8	462,460	112.3	104,290	121.2	566,750	113.9

2023年度の目標 (2)

単位：千円	損保収保		損保手数料		生保手数料		生損保 目標手数料 合計	目標 手数料 増率
	2023年度 目標	増率	2023年度 目標	増率	2023年度 目標	増率		
東京営業部	493,500	101.0	93,000	101.0	1,000	105.0	94,000	101.0
東北営業部	95,000	134.5	22,000	135.8	2,000	197.6	24,000	139.5
関西営業部	80,000	103.0	33,000	157.4	3,000	238.7	36,000	162.0
九州営業部	23,000	123.1	6,000	123.1	637	193.0	6,637	127.5
合 計	691,500	101.8	154,000	107.8	6,637	185.4	160,637	109.7

全店合計

単位：千円	損保収保		損保手数料		生保手数料		生損保 目標手数料 合計	目標 手数料 増率
	2023年度 目標	増率	2023年度 目標	増率	2023年度 目標	増率		
全店								
合 計	2,829,285	105.6	616,460	111.2	110,927	123.4	727,387	112.9

新規参画代理店見込み

単位：千円	損保収保	損保手数料	生保手数料	生損保手数料 合計
新規参画	2023年度目標	2023年度目標	2023年度目標	
合 計	640,000	120,000	30,000	150,000

2023年度重点施策

2023年度目標値

経営指標（単位:千円）		
売上高	（うち損保）	（うち生保）
7億6,000万円	6億2,000万円	1億4,000万円

業務品質

お客様の声	自動車継続率	火災更改率	生保13ヵ月継続率	携帯電話番号入力率	自動車・火災 早期更改率	Web約款化率 (自動車・火災)
収集分析	95.0%以上	95.0%以上	100%	90.0%以上	95.0%以上	90.0%以上

2023年度重点施策

	項目	KGIと取組施策
施策1	ONEチーム構築計画	全役職員同じベクトルを向く体制を作り上げる
施策2	支店網拡大	代理店リクルート、社員リクルートによる規模拡大
施策3	システムの運用	生産性の改善・セキュリティリスクを下げる・ITリテラシーの向上
施策4	新たな人事評価体制を作り上げる	個人の頑張りがより処遇に反映しやすい、公平感・納得感のある新人事制度を創る
施策5	社員教育部門の運用	役職員の資質向上のため、独自教育研修プログラムを進化させる
施策6	BCPの本格始動	BCPの必要性を再認識し、適切な運用を行う

2023年度 コンプライアンス実行計画

コンプライアンスプログラム			教育研修計画			
	テーマ	主管		教育研修名	目的	実施方法
1	コンプライアンス全般	業務管理部 人事教育部	1	コンプライアンス研修	コンプライアンスの周知徹底 (募集ルール、情報セキュリティ、安全 運転他)	研修 理解度テスト
2	業務研修	業務管理部	2	保険会社主催研修	商品知識・販売スキル・事務処理能力・システム対応 力等の習得	研修 理解度テスト
		内務・コンプライアンス部会 業務管理部 人事教育部	3	社内勉強会	営業力・業務知識・周辺知識の強化	ミーティング
3	顧客情報保護	人事教育部 業務管理部	4	事故対応勉強会	事故対応スキルの習得	ミーティング
4	代理店自己点検	業務管理部	5	マネージャー研修	支店長、営業部長など、管理職に必要なマネジメント 力の習得	ミーティング
5	監査指摘事項の 改善	業務管理部	6	接遇力強化研修	電話対応、苦情対応、接客力などの向上	研修 理解度テスト

2023年度 内部監査計画

1	2023年度内部監査重点実施事項事項 (1) 保険募集業務について、健全かつ適切な運営ができていないか検証する。 (2) ISO9001「品質マネジメントシステム」の運用が定着しているか検証する。特に、新設営業店への定着度を検証する。 (3) 営業店に対し、リスクベースに基づくテーマ監査を実施する。
2	主な監査項目 (1) 保険募集に係る法令等の遵守状況（意向確認・情報提供義務ほか） (2) 内務事務に係る管理態勢の状況（個人情報管理態勢ほか） (3) 保険業務に係る知識（金融商品知識を含む）向上に向けた取組み状況 (4) ISO9001における募集人の力量管理（7.2, 7.3）と保険サービスの運用状況
3	監査対象部門 (1) 拠点別監査 (2) テーマ監査～リスクベースに基づきテーマを選定する。 ・リスクベースに基づき監査対象部門を選定する。
4	監査実施者 (1) 拠点別監査 外部監査先 (2) テーマ監査 内部監査部 (3) ISO9001 内部監査部
5	その他 ・サイバーセキュリティ対策の実施状況を確認する。 ・BCP体制整備状況を確認する。

《支部店別 営業計画》

【2023年度 静岡支店 営業計画書】 《工藤 晃弘》

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	84,048	93,214		手数料（千円）	87,000	100,000	
	生保	9,166			生保	13,000		
収 保（千円）	損保	370,443			収 保（千円）	損保	420,000	
◇前年度の振り返り				➡	◇今年度の主な取組み			
<p>前年度は目標を立てたが未達となった。営業への周知の徹底が行き届いておらず、また、管理することも不十分であった。今年度は満期一覧を使用したMTGで共有し取組みしていきます。</p>					<ul style="list-style-type: none"> ：リスクチェックサービスを徹底的に使用する。ロープレの実施。 ：お客様のフック掛けのための生損保の研修会の実施。（簡単に話せるよう） ：不適性な取扱いをなくすためコンプラ研修の実施 			

今年度のスローガン **基本に帰ってお客様に選ばれる支店になる**

目標設定

1	生保重点商品	資産形成のための商品選択・誰でも取り組める第3分野の商品
2	生保重点商品 年間件数目標	第3分野100件・資産形成商品20件
3	損保重点商品	法人パック商品（ビジ総・超ビジ等）・所得補償
4	損保重点商品 年間件数目標	法人パック商品30件・所得補償100件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	若手社員1名雇用・目標達成時社員ボーナス支給・不適性契約の撲滅（コンプラ研修）

【2023年度 浜松支店 営業計画書】 《元場 健一》

◇前年度実績			
手数料（千円）	損保	39,084	55,510
	生保	16,425	
収 保（千円）	損保	168,863	

◇前年度の振り返り

損保は法人開拓ができず、また長期火災のカラを埋められなかったことが原因で目標に届かず。
 生保は一時払手数料が5,800千円、法人940千円があったことで目標達成できた。



◇当年度目標			
手数料（千円）	損保	40,000	56,500
	生保	16,500	
収 保（千円）	損保	174,000	

◇今年度の主な取組み

中央会・全税協等を活用した継続的な法人開拓。
 法人開拓について定例会議で経過確認。
 相続セミナー・リスクチェック・資産形成等
 支店全員で生保アプローチ件数アップを図る。

今年度のスローガン

お客様のために声かけ（情報提供等） 継続！

目標設定

1	生保重点商品	貯蓄系保険（一時払を含む）
2	生保重点商品 年間件数目標	35件
3	損保重点商品	新種保険
4	損保重点商品 年間件数目標	15件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	未取引新規法人獲得 10件

【2023年度 沼津支店 営業計画書】 《玉川 博己》

◇前年度実績			
手数料（千円）	損保	44,374	55,394
	生保	11,020	
収 保（千円）	損保	200116	

◇前年度の振り返り

損保実績は昨年の94%と大きく沈み、その分を生保の契約を伸ばすことで補う計画をしていた為、昨年の101%の増収結果となった。損保の減収分は従業員のリクルートで埋める計画であったが、1件もできなかったところが損保減収の要因であった。生保は前年からの貯金と、生保提案のスキルアップを手掛けてきたことより、ベースアップができたことにより141%の増収となった。



◇当年度目標			
手数料（千円）	損保	45,000	60,000
	生保	15,000	
収 保（千円）	損保	220,000	

◇今年度の主な取組み

【損害保険】

- ・法人開拓—企業提携を進める。法人リスクチェックにより、新規法人、既存法人、いずれも総合的な囲い込みを図る。
- ・個人代理店のリクルートで社員の増員を図る。

【生命保険】

- ・年間契約件数—100ポリシー。がん保険のご提案から他種目販売につなげる。生保既契約者の見直し提案を組織的に行う。

今年度のスローガン お客様とトゥギャザーしようぜ！沼津支店バリュープロポジション（価値提供）！

目標設定

1	生保重点商品	がん保険
2	生保重点商品 年間件数目標	40件
3	損保重点商品	総合賠償責任保険
4	損保重点商品 年間件数目標	20件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	従業員増員営業2名、事務1名

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	29,754	58,150
	生保	28,396	
収 保（千円）	損保	122,670	122,670

◇前年度の振り返り

損害保険：火災保険長期契約の穴埋めを法人契約新規で補おうとしたが、既存法人契約の自然減等の要因が重なり売り上げが伸びなかった。結果、収保でも6.9%、手数料でも7.4%ダウンとなってしまった。絶対的な新規契約数の欠如が問題である。

生命保険：契約数は100件には届かなかったが、一時払い契約の販売が好調でもあり、かつ変額保険の販売も功を奏して、結果165%という大幅増になった。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	33,000	60,000
	生保	29,000	
収 保（千円）	損保	135,000	135,000

◇今年度の主な取組み

損害保険：法人開拓を前面に押し出し増収を図る。賠償を中心に未開拓部門で増収を狙う。特に新市場の開拓を行い、新たな顧客とマーケットを模索する。

生命保険：現顧客のクロスセルは従来通りマストとし、相続・資産運用面の相談案件も増やす努力をする。

規模拡大：神戸支店の開設

今年度のスローガン

お客様のために努力し、諦めない行動を！

目標設定

1	生保重点商品	変額保険を含む全商品、法人高額補償
2	生保重点商品 年間件数目標	100件
3	損保重点商品	法人新種・傷害保険
4	損保重点商品 年間件数目標	年間50件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	神戸支店開設

【2023年度 東京西支店 営業計画書】 《花野 義晴》

◇前年度実績			
手数料（千円）	損保	35,154	40,900
	生保	5,747	
収 保（千円）	損保	122,771	
◇前年度の振り返り			
生命保険は生保専門の募集人の頑張りがあり、実績を上回ったが、目標に対しては及ばなかった。損害保険では主力の募集人が脱退、また長期火災のモヌケが多く、目標に対して大幅減となった。即戦力の募集人を獲得が課題である。			



◇当年度目標			
手数料（千円）	損保	20,000	25,000
	生保	5,000	
収 保（千円）	損保	70,000	
◇今年度の主な取組み			
リスクチェックサービスにより、クロスセルを徹底的に行い、新規保険料に結び付ける。法人開拓により、新規契約の獲得。新規募集人のリクルートを精力的に行い、100年続く代理店を目指す。			

今年度のスローガン

目標達成！

目標設定

1	生保重点商品	がん・医療
2	生保重点商品 年間件数目標	各30件
3	損保重点商品	事業総合
4	損保重点商品 年間件数目標	5件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	リスクチェックサービス（毎月20件）からの増収

【2023年度 神奈川支店 営業計画書】 《湯座 利史》

◇前年度実績			
手数料（千円）	損保	21,620	24,187
	生保	2,567	
収 保（千円）	損保	91,226	

◇前年度の振り返り

お客様の声の収集は、目標達成できたが、目標手数料、目標損保収保、リスクチェックサービスを活用した多種目販売件数、新種保険の提案からの新規法人開拓件数は、目標未達であった。



◇当年度目標			
手数料（千円）	損保	22,500	25,500
	生保	3,000	
収 保（千円）	損保	94,800	

◇今年度の主な取組み

新規のアタックリストの活用、見込み契約リストを支店内で共有して、計画的に数字を構築する。また、支店内のベクトルを併せて、掲げた目標を必ずやり遂げる。

今年度のスローガン

お客様の笑顔とともに目標達成

目標設定

1	生保重点商品	がん保険
2	生保重点商品 年間件数目標	15件
3	損保重点商品	企業火災保険
4	損保重点商品 年間件数目標	10件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	お客様の声100件

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	18,469	21,408
	生保	2,939	
収 保（千円）	損保	62,298	

◇前年度の振り返り

既契約者からの目立った継続落ちはなかったが、新規契約の獲得があまり振るわず昨年実績に及ばなかった。
今年度は新規契約獲得に力をいれたい。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	20,000	23,200
	生保	3,200	
収 保（千円）	損保	67,500	

◇今年度の主な取組み

損保は既存法人への多種目販売、また紹介提携先の開拓を行い増収を図る。
生保はがん保険からの他生命保険へのクロスセルを展開する。また相続対策にてのご提案を積極的に行う。

今年度のスローガン

新たなことへの挑戦

目標設定

1	生保重点商品	がん保険
2	生保重点商品 年間件数目標	12件
3	損保重点商品	火災保険
4	損保重点商品 年間件数目標	30件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	新規、紹介提携先の開拓

【2023年度 岐阜支店 営業計画書】 《道山 和生》

◇前年度実績			
手数料（千円）	損保	37,404	39,879
	生保	2,475	
収 保（千円）	損保		

◇当年度目標			
手数料（千円）	損保	40,000	45,000
	生保	5,000	
収 保（千円）	損保	200,000	



◇前年度の振り返り

昨年度は提携自動車修理工場との委託契約解除などのマイナスの要因が重なった。その対策として、商工会との連携や生保資産形成提案等を行ったが補うことができず大きく減収してしまった。新たな試みとして契約者への資産形成提案を行い社員の意識・知識の幅が広がった。また人材採用活動を通じて【新はつらつ職場づくり宣言】を行い、岐阜県労働局から認定を受ける等、新たな取り組みによる成果があがった。

◇今年度の主な取組み

昨年度から引き続き、お客さまへの資産形成商品の提案を行っていききたい。総合保険代理店として生損保険だけでなく、お客様に対して情報提供・御規提案を行っていく。取り組みとしては、法人顧客への福利厚生を視野に入れアプローチ手法を各自社員の強みを活かしながらペアアテンドを図り、支店全体で守っていく体制を整える。また、行政書士との連携を行い、行政書士業務・遺言書作成からの遺産相続対策を行い、土業関係者との連携を図っていく。

今年度のスローガン

保険屋からの脱却!!

目標設定

1	生保重点商品	資産形成商品：変額保険・外貨建て保険・一時払い保険
2	生保重点商品 年間件数目標	資産形成商品10件・一時払い商品10件
3	損保重点商品	法人事業活動包括保険：休業補償・労災の上乗せ・賠償等
4	損保重点商品 年間件数目標	新規開拓8法人/損保挙績2,000万円
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）90%
6	支店独自目標	保険を通じて保険だけでない強みを/土業との連携・異業種経営者との連携・法人福利厚生等


【2023年度 名古屋緑支店 営業計画書】 《鈴木隆士》

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	19,459	20,375	手数料（千円）	損保	20,000	21,300	
	生保	916			生保	1,300		
収 保（千円）	損保	122,389		収 保（千円）	損保	125,000		
◇前年度の振り返り				◇今年度の主な取組み				
<p>生保は目標を達成できたが、損保の目標を設定する際の甘さから長期火災の実績をカバーできず減収という結果となった。長期契約の実績に対しては、何でカバーをして、そのためにはこういった動きが必要であるかの計画ができていなかったことが原因。</p>				➡	<p>動きを変えることで増収に繋げる。早期更改と面談率を上げ、自動車・火災の長期化を推進する。情報提供、リスクチェックと並行し、契約保全や事故対応の側面からもお客様に信頼いただけるよう取り組む。</p>			

今年度のスローガン **言ってみる 聞いてみる やってみる！**

目標設定

1	生保重点商品	がん保険
2	生保重点商品 年間件数目標	15件
3	損保重点商品	法人契約（火災・新種）
4	損保重点商品 年間件数目標	10件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	複数種目化20件

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	20,527	23,765	手数料（千円）	損保	21,000	24,500	
	生保	3,238			生保	3,500		
収 保（千円）	損保	87,014		収 保（千円）	損保	9000		
◇前年度の振り返り					◇今年度の主な取組み			
<p>損保収保は前年度の長期火災保険の影響から目標に対して若干ショートしたが、生保の新規契約で補えたことで、目標に対してプラスの結果となった。</p>					<p>損保は、新種保険からの法人開拓(既契約法人のクロスセル)への取組みを行う。生保ではきめ細かな継続的な営業を行い、次年度手数料の積み上げをしていく。</p>			

今年度のスローガン

すべてはお客様の笑顔のために！

目標設定

1	生保重点商品	医療・ガン等(メディカル系商品)
2	生保重点商品 年間件数目標	12件以上 『月1件でも生保営業』の心がけを
3	損保重点商品	新種保険(法人・個人事業者)
4	損保重点商品 年間件数目標	5件以上
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標 (品質項目一覧 参照)
6	支店独自目標	リクルート(代理店または営業社員)

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	14,224	14,367	手数料（千円）	損保	12,500	14,500	
	生保	143			生保	2,000		
収 保（千円）	損保	50,802		収 保（千円）	損保	50,000		
◇前年度の振り返り					◇今年度の主な取組み			
大口契約者の長期復活があったが、募集人の離脱により契約減となり減収した。					損保の長期の穴を埋めるべく生命保険の緩和型医療や逡増定期に力を入れて取り組む。			

今年度のスローガン

すべてはお客様のために！！

目標設定

1	生保重点商品	緩和型医療 逡増定期
2	生保重点商品 年間件数目標	緩和型医療 20件 逡増定期 5件
3	損保重点商品	日新火災働けない保険 20件 新種 5件
4	損保重点商品 年間件数目標	日新火災働けない保険 20件 新種 5件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	顧客に下関支店独自のコミュニケーションツールを配布する

【2023年度 東京中央支店 営業計画書】 《宮城 学》 (2022年11月1日参画)

◇前年度実績			
手数料 (千円)	損保	11,112	12,185
	生保	1,073	
収 保 (千円)	損保	76,054	

◇当年度目標			
手数料 (千円)	損保	18,460	22,050
	生保	3,590	
収 保 (千円)	損保	105,485	



◇前年度の振り返り

専属からの参画であったが、複数保険会社の提案を行い、他損保での新規契約が毎月成約することができた。
 また、生保では乗り合いメリットを生かし5件契約することができた。
 乗り合い代理店になったことをお客さまに周知することにより、新たな情報も得ることができた。
 引き続き情報収取、新たな提案を積極的に行い、成約に結び付けていく。

◇今年度の主な取組み

大きな長期保険の復活を取りこぼさないよう対応する。
 昨年度の情報収集により大型案件、他代理店からの移行等ほど収集した情報を活用し契約獲得を行う。
 情報収集を日々意識して営業し、特に生保は4半期1件の契約獲得を目指す。
 不動産業などの提携先業者を増やし、新規契約獲得を行う。
 損保既存顧客へのリスクチェックサービスを活用したクロスセルを行う。
 デジタル化取組み推進

今年度のスローガン

日々情報収集

目標設定

1	生保重点商品	長期平準定期保険、変額保険、外貨建保険、就労不能保険
2	生保重点商品 年間件数目標	長期平準定期 3件、その他 1 2 件 (月 1 件)
3	損保重点商品	新種 火災
4	損保重点商品 年間件数目標	新種 火災 100件
5	デジタル化	大手 4 社 デジタル化目標指標 (品質項目一覧 参照)
6	支店独自目標	乗り合い代理店のスキームになれる。提携不動産業者 (年3件)、提携損保代理店 (年2件)

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料 (千円)	損保	28,346	29,953	手数料 (千円)	損保	48,000	50,700	
	生保	1,606			生保	2,700		
収 保 (千円)	損保	205,129		収 保 (千円)	損保	220,000		
◇前年度の振り返り					◇今年度の主な取組み			
<p>コロナの影響で大口契約の子供会の取組みが減少した。 募集人減員による戦力ダウンで新規契約の獲得が少なかった。</p>					<p>新しい人材の募集。それに伴い戦力をアップし募集網を拡大する。</p>			

今年度のスローガン

仕事は心、事業は数字

目標設定

1	生保重点商品	医療保険・ガン・収入補償 (第三分野)
2	生保重点商品 年間件数目標	20件
3	損保重点商品	損保新規契約 (保険期間1年以上のカードあり契約のみ)
4	損保重点商品 年間件数目標	150件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標 (品質項目一覧 参照)
6	支店独自目標	人員増

【2023年度 福岡南支店 営業計画書】 《吉田 美枝子》 (2023年6月1日参画)

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料 (千円)	損保	8,100	8,450	手数料 (千円)	損保	35,000	36,500	
	生保	349			生保	1,500		
収 保 (千円)	損保	165,396		収 保 (千円)	損保	172,000		
◇前年度の振り返り					◇今年度の主な取組み			
高齢募集人が多数占めており、契約に対する執着力が不足していた。					損保顧客への生保の声掛けを精力的に行い、顧客とのパイプを太くして、実績確保を目指す。			

今年度のスローガン

時を読み 時の風を感じ 時風の流を読む

目標設定

1	生保重点商品	医療保険
2	生保重点商品 年間件数目標	10件以上
3	損保重点商品	ビジネスマスター他
4	損保重点商品 年間件数目標	30件以上
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標 (品質項目一覧 参照)
6	支店独自目標	若手社員の採用

◇前年度実績				➡	◇当年度目標			
手数料（千円）	損保	92,093	93,045		手数料（千円）	損保	93,000	94,000
	生保	952				生保	1,000	
収 保（千円）	損保	488,569			収 保（千円）	損保	493,500	
◇前年度の振り返り				◇今年度の主な取組み				
<ul style="list-style-type: none"> ・期の後半より、一人々々の業務分担を明白にしてリクルート営業、DX化推進、契約の保全、内務事務関係の強化体制を組むことができ、今期に効果が期待できる。 ・訪問外交の頻度を上げて生損保のクロスセルによる新規契約獲得計画だったが、訪問外交の頻度が上がらず、ほとんど成果が見られなかった。 ・拠点開設目標2店を目標としていたが、結果として1店しかできなかった。 				<ul style="list-style-type: none"> ・営業に関しては、拠点開設、代理店業務提携を最優先営業と位置づけて3拠点の開設を行う。+アルファとして、募集人リクルート、業務提携の取組みも行う。 ・契約募集に関するDX化について、全社平均の上を目指す。 ・KPI 95%以上の継続率クリア、移管契約の継続率を75%以上の必達。 ・コンプライアンスの意識をさらに高め、不祥事案が発生しないよう管理・監督・指導研修を励行する。 				

今年度のスローガン

『臥薪嘗胆』、お客様には真摯な姿勢で！

目標設定

1	生保重点商品	ガン・医療 / 資産形成（含む相続対策）
2	生保重点商品 年間件数目標	ガン・医療（8件・300千円） / 資産形成（2件・700千円）
3	損保重点商品	火災
4	損保重点商品 年間件数目標	新規200件 / 15,000千円
5	デジタル化	すべての項目において全社平均の上をクリアする
6	支店独自目標	自分自身の担っている役割を十分認識し、言い訳をしない責任感ある集団になる。

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	16,196	17,208	手数料（千円）	損保	22,000	24,000	
	生保	1,012			生保	2,000		
収 保（千円）	損保	70,640		収 保（千円）	損保	95,000		
◇前年度の振り返り				◇今年度の主な取組み				
<ul style="list-style-type: none"> 満期返戻型火災保険の切替成約率は66.2%から71.1%に上昇。ただし上記案件数減少に伴う手数料減を他取組でカバーがしきれなかった。 目標KPIとなる継続率95%の達成について、自動車保険は97.2%でクリア火災保険はで90.3%で未達であった。 営業拠点網の構築について積極的な活動が出来なかった。 					<ul style="list-style-type: none"> 営業拠点網の構築 デジタル化各社指標を目標に、社員一人一人のスキルUPを行う。 KPIとなる継続率のUPし、目標をクリアする。 新規マーケット（損保・生保）の開発を行い、成約に結び付け、売り上げ目標を達成させる。 			

今年度のスローガン

→change・challenge・chance← 積極的な取組で最高の提案を

目標設定

1	生保重点商品	第三分野商品
2	生保重点商品 年間件数目標	16件
3	損保重点商品	法人顧客それぞれの特質に応じた商品
4	損保重点商品 年間件数目標	40件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	これまでの営業手法にとらわれず、様々な営業手法にチャレンジする。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	20,958	22,215
	生保	1,257	
収 保（千円）	損保	77,633	

◇前年度の振り返り

（できなかったこと）

- ・支店開発ができなかった。
- ・個人種目の多種目販売ができなかった。

（できたこと）

- ・新たな募集人2名を採用することができた。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	33,000	36,000
	生保	3,000	
収 保（千円）	損保	80,000	

◇今年度の主な取組み

①損保

- ・自店契約 継続率95%以上 移管契約 継続率75%以上。

②生保

- ・損保顧客に生保のクロスセルを行う。

③営業拠点網の拡大

今年度のスローガン

SECOND DASH

目標設定

1	生保重点商品	がん保険
2	生保重点商品 年間件数目標	20件
3	損保重点商品	新種保険
4	損保重点商品 年間件数目標	10件
5	デジタル化	大手4社 平均以上の数値を目指します
6	支店独自目標	関西営業部を黒字化する

【2023年度 九州営業部 営業計画書】 《田中 貴則》

◇前年度実績				◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	4,874	5,204		手数料（千円）	損保	6,000	6,637
	生保	330			生保	637		
収 保（千円）	損保	18,680			収 保（千円）	損保	23,000	



◇前年度の振り返り

損保実績については、移管契約の継続率が55.5%と低調に終わる（継続率90.4%）。特殊要因があるものの移管契約の継続率向上の具体的な策を実行することができなかった。生保実績については、成約件数に応じたアプローチ件数となっており、絶対数が不足していた。

◇今年度の主な取組み

- ・ 損保
継続率95%の達成。（移管契約の継続率75%）
- ・ 生保
資産形成商品（外貨・変額）の挑戦
- ・ 支店開発
新支店設置 4店（支店・業務継承プラン・三者間スキーム）

今年度のスローガン Making new friends

目標設定

1	生保重点商品	医療・がん（資産形成商品）
2	生保重点商品 年間件数目標	5件
3	損保重点商品	働けないときの保険（日新火災）
4	損保重点商品 年間件数目標	6件
5	デジタル化	大手4社 デジタル化目標指標（品質項目一覧 参照）
6	支店独自目標	新規支店の設置4店

当社の沿革

時 期	内 容
2016年 7月	株式会社ほけんの匠を設立
2016年 10月	ベストワン（現静岡支店）、保険ステーション（現浜松支店）、MSネット（現沼津支店）が統合し営業開始
2016年 10月	清水支社 開設
2017年 10月	兵庫支店、群馬支店 開設
2018年 4月	神奈川支店 開設
2018年 4月	名古屋支店 開設
2018年 5月	東京西支店 開設
2018年 6月	千葉支店 開設
2018年 10月	清水支社を静岡支店に統合
2018年 11月	群馬東毛支社 開設
2019年 6月	岐阜支店 開設
2019年 10月	名古屋中央支店、名古屋緑支店 開設
2020年 1月	群馬東毛支社を群馬東毛支店に格上げ
2020年 3月	名古屋支店を名古屋中央支店に統合
2020年 5月	群馬支店 閉鎖
2020年 7月	名古屋中央支店 閉鎖
2020年 8月	東京営業部 開設

時 期	内 容
2021年 1月	千葉支店 閉鎖
2021年 2月	東北営業部 開設
2021年 4月	岡山支店 開設
2021年 5月	九州営業部 開設
2021年 7月	関西営業部 開設
2022年 4月	下関支店 開設
2022年 11月	東京中央支店 開設
2023年 2月	福岡支店 開設
2023年 6月	福岡南支店 開設