

Investor Relations

「すべてはお客さまの笑顔のために！！」

第2期中期3カ年計画（2年目を向かえて）

100年続く保険代理店を目指して



2025年1月6日

目次

- ◆ 2. 目次
- ◆ 3. メッセージ
- ◆ 4. 会社概要
- ◆ 8. 会社組織表
- ◆ 10. 現在の組織体制
- ◆ 11. 経営理念・経営ビジョン・行動指針・品質方針・品質目標
- ◆ 14. お客さま本位の業務運営方針
- ◆ 18. 乗合保険会社一覧
- ◆ 20. SWOT分析
- ◆ 22. 前年度の結果報告
- ◆ 26. 2024年度の目標
- ◆ 29. 第2期中期3カ年計画 2024年度の重点施策
- ◆ 38. 第2期中期3カ年計画 修正後 目標
- ◆ 39. コンプライアンス実行計画
- ◆ 42. 2023年度内部監査計画
- ◆ 45. 支部店別営業計画
 - ◆ ・ 静岡支店 ・ 浜松支店 ・ 沼津支店 ・ 兵庫支店
 - ◆ ・ 東京西支店 ・ 神奈川支店 ・ 群馬東毛支店 ・ 岐阜支店
 - ◆ ・ 名古屋緑支店 ・ 岡山支店 ・ 下関支店 ・ 福岡支店
 - ◆ ・ 福岡南支店 ・ 熊本クリエート支店 ・ 駒込支店
 - ◆ ・ 東京東支店 ・ 伊豆支店 ・ 福岡愛宕支社
 - ◆ ・ 東京営業部 ・ 東北営業部 ・ 関西営業部 ・ 九州営業部
- ◆ 68. 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9期が終了、10月から第10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120名、総店舗数は本社を含め23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。

この数年、大規模自然災害が異常なくらいに多発し、保険事故の異常な増加、多額な保険金支払いによる保険料の大幅な上昇等、お客さまを取り巻く環境はさらに厳しさを増しております。また、われわれ代理店にとっても同じで、全国広域型代理店の進出、保険会社直資代理店への統合、厳しい手数料ポイント判定等、厳しい環境となっています。

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、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。

2024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127名 (2024年12月20日現在) 拠点数 全国24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)
- ◆ 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)
- ◆ 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)
- ◆ 福岡愛宕支社 (福岡県福岡市西区愛宕3-5-18)
- ◆ 熊本クリエート支店 (熊本県熊本市中央区帯山7-17-24)
- ◆ 駒込支店 (東京都豊島区駒込1-35-3-204)
- ◆ 東京東支店 (東京都台東区根岸3-1-12 ナビウス根岸参丁目1F)
- ◆ 伊豆支店 (静岡県伊東市玖須美元和田722-364)
- ◆ 八王子支店 (東京都八王子市打越町2001-16 田代ビル2F)
- ◆ 北九州支店 (福岡県北九州市小倉南区東貫1-14-22)
- ◆ 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前1-9-11
大成博多駅前ビル3階)
- ◆ 関西営業部 (大阪府大阪市中央区北久宝寺町4-2-10
東名ビル802) 5

営業拠点

● 全国 24営業拠点

中四国エリア

- 岡山支店
- 下関支店

関西エリア

- 兵庫支店
- 関西営業部

関東エリア

- 東京西支店
- 群馬東毛支店
- 神奈川支店
- 駒込支店
- 東京東支店
- 八王子支店 (2024年11月1日開設)
- 東京営業部

東北エリア

- 東北営業部

九州エリア

- 福岡支店
- 福岡南支店
- 福岡愛宕支社
- 熊本クリエート支店
- 北九州支店 (2024年12月1日開設)
- 九州営業部

中部エリア

- 静岡支店
- 沼津支店
- 浜松支店
- 伊豆支店
- 名古屋緑支店
- 岐阜支店

会社概要Ⅲ

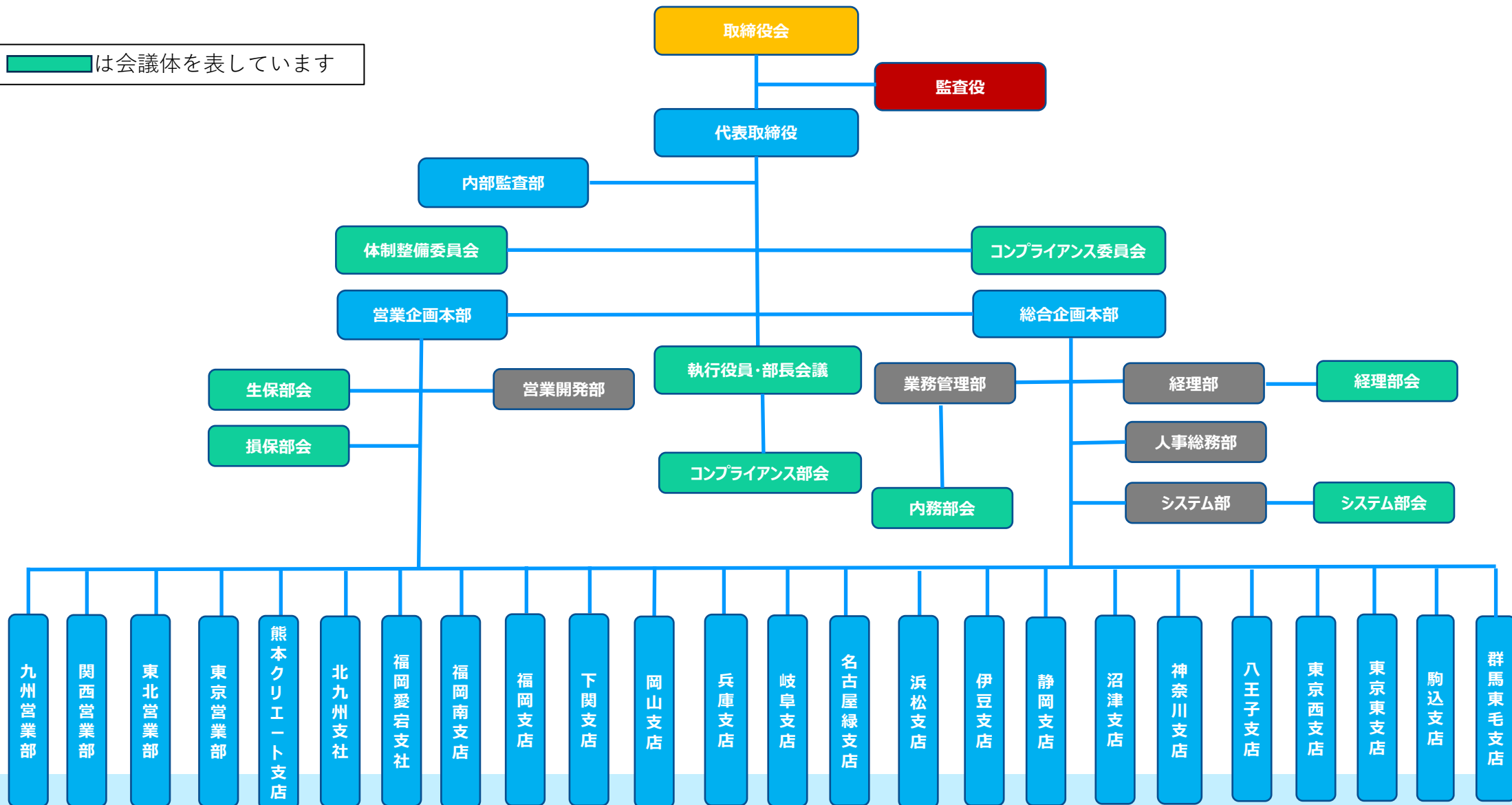
- 資本金：1, 355万円
- 代表者：代表取締役：薩埵 俊夫
- 役員：

取締役	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(東京営業部長)	渡邊 俊介
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・エスキヤリッチ 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

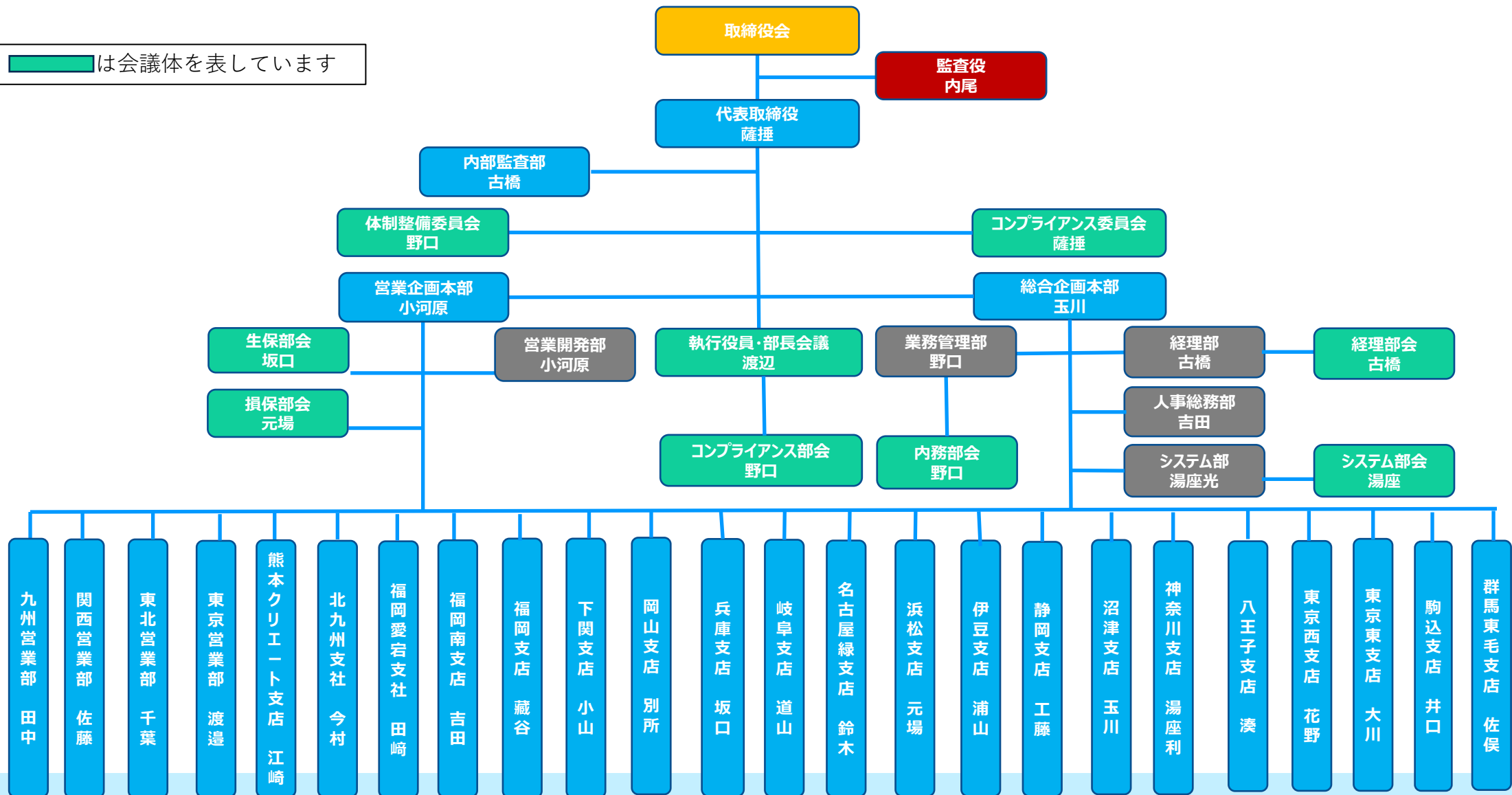
株式会社ほけんの匠 会社組織表 (2025年1月1日)

■ は会議体を表しています



株式会社ほけんの匠 組織責任者 (2025年1月1日)

■ は会議体を表しています



現在の組織体制 (責任者)

	氏名 (役職名)	業務内容	その他 (備考)
内部監査責任者	古橋 雅直 (内部監査部長)	内部監査計画の立案。内部監査の実施、報告書の作成、報告。改善事項の提言およびフォローアップ	
募集管理責任者	野口 潤 (業務管理部長)	保険募集および保険契約の管理。募集マニュアルの作成。	
損保推進責任者	小河原 等 (営業企画本部長)	損保営業活動の統括指導。営業予算の策定・管理。営業戦略および営業施策の企画、立案。	
生保推進責任者	小河原 等 (営業企画本部長)	生保営業活動の統括指導。営業予算の策定・管理。営業戦略および営業施策の企画、立案。	
苦情対応責任者	野口 潤 (業務管理部長)	お客さまの声の対応、分析および管理	
事故対応責任者	小河原 等 (営業企画本部長)	事故経過報告等の実施状況の確認	
コンプライアンス推進責任者	野口 潤 (業務管理部長)	コンプライアンスに係わる施策の企画、立案、点検、管理。コンプライアンスに係わる社員に対する指導、教育、管理。	
個人情報管理責任者	薩埵 俊夫 (代表取締役)	適正な取扱いを確保するための全社的な施策の立案、実施状況の監督、規程の整備、遵守状況の監督、教育・研修等。	

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（2027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

2. 事業規模

- ① 売上：損保保険料 58億円 損保手数料 10.5億円 生命保険 1.5億円
- ③ 社員数 160名

行動指針

- 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。
- 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。
- 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。

お客さま本位の業務運営方針

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、経営戦略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. 障害のあるお客さまに足しては、障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、適切な体制を整備するとともに、必要かつ合理的な配慮を提供するよう努めます。

お客さま本位の業務運営方針

方針および取組み内容

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。

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。

お客さま本位の業務運営方針

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

【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。（年度毎に結果を公表）
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慣習を実施し、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。（年度毎に結果を公表）

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！！



強み (Strength)

- 顧客対応力が高い（丁寧な対応により信頼されている）
- 事故対応力（契約者からの相談対応）
- 特定種目に偏っていない
- 長年地元で培ってきた信頼と人脈
- 知識・スキルがハイレベルな内務社員
- 組織化により意思の統一ができている
- 社員間の協力体制
- 生保専任の社員がいる
- 少人数のため連携が速い

弱み (Weakness)

- 人員不足と高齢化
- 生保販売（損保に偏りすぎ）
- 競争心・向上心・積極性が低い（数字に対する執着心がない）
- デジタル化への対応
- 個人代理店意識が強い（契約の引継ぎができない）
- クロスセルができていない（自動車、火災が主）
- 社員歴が浅い
- 支店としての一体感がない
- 面談率が少ない
- 管理職がプレイヤー
- 法人のリスクコンサル不足

機会 (Opportunity)

- 自然災害に対する顧客の危機意識の高まり
- 非対面募集への対応
- 大型・高品質代理店への期待
- 日常生活でのトラブル増加（あおり運転・自転車事故・強毒性感染症等…）
- 企業リスクの多様化
- 通販を中心とした顧客対応の簡素化
- 世代交代・高齢化社会の対応

脅威 (Threat)

- 募集人の高齢化
- 顧客の高齢化
- 若年層のクルマ離れ
- 保険料の値上げ（自然災害）
- 保険会社の都合による手数料ポイントの変動
- 他大型プロ代理店、金融機関の保険積極販売
- 法人顧客離れ
- 保険会社による直資代理店への誘導

SWOTから導かれること

強み×機会

『お客さまとの接点の強化』（多項目販売）

お客さまとの対話を重視し、常にお客さまの期待を超える対応を徹底
実現のために必要なこと → 高品質で均一なサービスの提供、営業活動・業務プロセスの標準化、組織対応・
全員営業、スキルアップ

強み×脅威

『世代交代への対応』（永続する会社：基盤構築、体制・態勢整備）

お客さまとの末永いお付き合いをモットーに「ライフプランニング」を実践できる体制
実現したいこと→高品質で均一なサービスの提供、営業活動・業務プロセスの標準化、組織対応・全員営業、地
域でのブランド化、スキルアップ

弱み×機会

『保険で迷った・困ったは、ほけんの匠へ』（課題解決業）

お客さまのあらゆるリスク・問題について「トータルリスクコンサルティング」を実践
実現のために必要なこと→リスクマネジメント、ネットワーク、地域でのブランド化、スキルアップ

前年度の結果報告 (1)

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保手数料合計		合計増率	
	店名	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	増率	2022年度		2023年度
	静岡支店	84,048	81,253	96.7%	9,166	10,492	114.5%	93,214	91,745	98.4%
	浜松支店	39,084	39,380	100.8%	16,425	12,576	76.6%	55,510	51,956	93.6%
	沼津支店	44,374	44,633	100.6%	11,020	14,423	130.9%	55,394	59,056	106.6%
	兵庫支店	29,754	31,124	104.6%	28,396	23,393	82.4%	58,150	54,517	93.8%
	東京西支店	35,154	24,705	70.3%	5,746	5,375	93.5%	40,900	30,080	73.5%
	神奈川支店	21,620	20,722	95.8%	2,567	2,127	82.9%	24,187	22,849	94.5%
	群馬東毛支社	18,469	17,631	95.5%	2,939	2,164	73.6%	21,409	19,795	92.5%
	岐阜支店	37,404	36,167	96.7%	2,475	3,164	127.9%	39,879	39,331	98.6%
	名古屋緑支店	19,459	28,193	144.9%	916	889	97.0%	20,375	29,082	142.7%
	岡山支店	20,527	18,752	91.4%	3,238	1,404	43.4%	23,765	20,156	84.8%
	下関支店	14,223	8,738	61.4%	143	494	344.3%	14,367	9,232	64.3%
	東京中央支店 (2022年11月)	11,112	15,116	136.0%	1,073	1,793	167.1%	12,185	16,909	138.8%
	福岡支店 (2023年2月)	28,346	47,787	168.6%	1,606	2,325	144.8%	29,953	50,112	167.3%
	福岡南支店 (2023年6月)	8,100	37,540	463.4%	349	1,464	419.0%	8,500	39,004	461.6%
	熊本クリエート支店 (2024年6月)	0	4,881	-	0	44	-	0	4,925	-
	駒込支店 (2024年7月)	0	3,348	-	0	120	-	0	3,468	-

前年度の結果報告 (2)

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保手数料合計		合計増率
店名	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	
東京東支店 (2024年8月)	0	2,049	-	0	131	-	0	2,180	-
伊豆支店 (2024年9月)	0	0	-	0	0	-	0	0	-
福岡愛宕支社 (2024年3月)	0	2,170	-	0	0	-	0	2,170	-
支店・支社 合計	411,674	464,189	112.8%	86,059	82,378	95.7%	497,788	546,567	109.8%

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保手数料合計		合計増率
店名	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	
東京営業部	92,093	76,610	-	952	634	-	93,046	77,244	-
東北営業部	16,195	19,023		1,012	1,310				
九州営業部	4,874	5,576		330	132				
関西営業部	20,957	27,462		1,257	4,795				
中部営業部	8,700	356		27	0				
営業部 合計	142,819	128,027	89.6%	3,578	6,871	192.0%	146,400	135,898	92.8%

全 店 合 計

単位：千円	損保手数料			生保手数料			生損保手数料合計		合計増率
全 店	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	増率	2022年度	2023年度	
合 計	554,493	592,216	106.8	89,637	89,249	99.6%	644,188	681,465	105.8%

前年度の結果報告 (3)

単位：千円	損保収入保険料			
店名	2021年度	2022年度	2023年度	対前年増率
静岡支店	409,180	372,336	383,503	103.0%
浜松支店	175,015	169,600	175,601	103.5%
沼津支店	204,952	201,239	210,573	104.6%
兵庫支店	131,013	122,639	135,302	110.3%
東京西支店	163,584	108,283	113,217	104.6%
神奈川支店	101,638	91,777	91,342	99.5%
群馬東毛支社	66,788	67,723	71,218	105.2%
岐阜支店	166,518	155,429	160,240	103.1%
名古屋緑支店	135,498	119,867	125,563	104.8%
岡山支店	87,014	82,458	77,691	94.2%
下関支店	69,079	50,722	46,827	92.3%
東京中央支店 (2022年11月)	67,932	45,763	52,360	114.4%
福岡支店 (2023年2月)	216,266	200,976	198,547	98.8%
福岡南支店 (2023年6月)	175,350	163,600	174,496	106.7%
熊本クリエート支店 (2024年6月)	-	75,334	88,236	117.1%
駒込支店 (2024年7月)	-	115,838	107,501	92.8%

前年度の結果報告 (4)

単位：千円	損保収入保険料			
店名	2021年度	2022年度	2023年度	増率
東京東支店 (2024年8月)	-	130,117	111,164	85.4%
伊豆支店 (2024年9月)	-	104,177	100,968	96.9%
福岡愛宕支社 (2024年3月)	-	20,070	18,661	93.0%
修正 (セコム損保)	-	17,934	19,736	110.0%
支店・支社 合計	2,169,837	2,415,882	2,462,746	101.4%
店名	2021年度	2022年度	2023年度	増率
東京営業部	509,152	475,276	387,447	-
東北営業部	71,673	69,501	87,190	
九州営業部	18,600	19,733	23,318	
関西営業部	79,604	91,528	102,132	
営業部 合計	679,029	656,038	600,087	91.5%

全 店 合 計

単位：千円	損保収入保険料			
全 店	2021年度	2022年度	2023年度	増率
合 計	2,848,946	3,071,920	3,062,833	99.7%

2024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
店名	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率		
静岡支店	403,000	105.1%	85,500	105.2%	13,000	123.9%	98,500	107.4%
浜松支店	180,000	102.5%	40,400	102.6%	13,000	103.4%	53,400	102.8%
沼津支店	220,000	104.5%	45,000	100.8%	15,000	104.0%	60,000	101.6%
兵庫支店	145,000	107.2%	32,000	102.8%	24,000	102.6%	56,000	102.7%
東京西支店	130,000	114.8%	25,000	101.2%	5,500	102.3%	30,500	101.4%
神奈川支店	96,000	105.0%	21,500	103.8%	3,000	141.0%	24,500	107.0%
群馬東毛支店	78,340	110.0%	19,500	110.6%	3,000	138.7%	22,500	113.6%
岐阜支店	180,000	112.3%	40,000	109.2%	5,000	158.0%	45,000	113.1%
名古屋緑支店	129,000	102.7%	28,700	101.8%	1,300	146.4	30,000	103.2%
岡山支店	82,000	105.5%	20,000	106.7%	1,700	121.1%	21,700	107.7%
下関支店	50,000	106.8%	13,000	148.8%	2,000	404.9%	15,000	162.5%
福岡支店	150,000	75.5%	30,000	62.8%	2,000	86.0%	32,000	63.9%
福岡南支店	160,000	91.7%	34,400	91.6%	2,000	136.6%	36,400	93.3%
熊本クリエート	83,000	94.1%	15,000	—	1,000	—	16,000	—
駒込支店	110,000	102.3%	23,000	—	1,500	—	24,500	—

2024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
店名	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率		
東京東支店	115,000	103.5%	22,000	—	1,200	—	23,200	—
伊豆支店	106,016	105.0%	21,080	—	1,200	—	22,280	—
福岡愛宕支社	21,000	112.5%	4,000	184.3%	—	—	4,000	184.3%
支店・支社合計	2,438,356	99.0%	520,080	89.3%	95,400	115.8%	615,480	112.6%

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
店名	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率		
東京営業部	390,000	100.7%	77,000	100.5%	1,000	157.7%	78,000	101.0%
東北営業部	91,700	105.2%	20,000	105.1%	2,000	152.7%	22,000	108.2%
関西営業部	107,000	105.0%	29,000	105.6%	5,100	106.4%	34,100	105.0%
九州営業部	30,000	128.7%	6,000	107.6%	300	227.3%	6,300	110.4%
営業部合計	618,700	103.1%	132,000	102.6%	8,400	122.3%	140,400	104.1%

2024年度の目標 (3)

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
	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率	2024年度 目標	増率		
全店								
合計	3,057,056	99.8%	605,000	102.0%	101,400	113.6%	706,400	103.5%

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	2024年度目標	2024年度目標	2024年度目標	
合計	930,000	151,800	41,600	193,400

2024年度全店目標合計

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
全店合計	2024年度目標	2024年度目標	2024年度目標	
合計	3,980,000	756,800	143,000	899,800

第2期中期3力年計画 2024年度 重点施策

2024年度重点施策

2024年度目標値

経営指標（単位:千円）		
売上高	（うち損保）	（うち生保）
8億9,980万円	7億5,680万円	1億4,300万円

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

2024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	全役職員常に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	業務の生産性拡大	営業、内務、それぞれの生産性を上げ、会社全体を底上げする
施策6	財務体質の強化	収入・支出のバランスを計算し、常に収益が上がる体質に改善する
施策7	BCPの本格始動	BCPの必要性を再認識し、適切な運用を行う

重点施策 1

ONEチーム構築計画

KGI

全役職員同じベクトルを向くような体制を作り上げる

No	P / D					C		A		
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を
①	会社理念等の共有	取締役	受持ち営業店訪問時に共有を図る。		内務会議・営業会議・全体会議など最低月一回	経営理念・行動指針・品質方針・品質目標の熟知、暗記	執行役員	社員個人面談	取締役	執行役員MTGを行い、必要性により社員個人MTG
②	人事評価制度の充実	取締役会・人事総務部	執行役員と社員の間で定期的な打ち合わせの場を持ち成果や課題を共有し改善のための行動を促す。		月1回	目標の達成度合い検証	執行役員	3か月毎：社員個人面談（6か月の中間面談）	執行役員	社員のモチベーションを高めるよう不公平感がない成果に応じた報酬とインセンティブの支払い。次年度のクリアな目標と評価基準を設定する。
③	社員教育制度の充実	取締役会・人事総務部	現行のプログラム改善、トレーニング・フォローアップのサイクル導入		随時	資格試験合格	執行役員・人事総務部	社員個人面談	執行役員	個人に合ったプログラム作成
④	社員労務制度の充実	取締役会・人事総務部	働き方の柔軟性を高めたり、休暇制度の充実、福利厚生充実、スキル開発の支援など		随時	生産性の向上・離職率の低下	執行役員・人事総務部	社員個人面談	執行役員	社員とのコミュニケーションを図り、話をしてもらえ環境を構築する。

重点施策（詳細）

重点施策 2

支店網拡大

KGI

代理店リクルート、社員リクルートによる規模拡大（2025年度損保収保50億、支店数35店）

No	P / D					C		A		
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を
①	営業開発会議（支店開発会議）	営業開発部員	報告されたリクルート活動報告書に基づいて発表、取組み先のストックを増やし、定期的に情報提供を行い、その内容を共有する。		毎月	毎月開催の実績	営業開発部長	毎月	営業開発部長	活動報告書及び発表内容を確認し、今後の対応について助言。
②	面談	担当者	訪問・面談を繰り返し当社のメリット、業界の動き等を説明し、今後展望を共有する。		随時	営業開発会議	営業開発部長	毎月	営業開発部長	対象者と面談をし、適合を判断。
③	支店設置	担当者	面談を行い、参画のスケジュール、当社の理念等を納得してもらい、支店を設置する。		随時	営業開発会議	営業開発部長	毎月	営業開発部長	数多く同行し参画を募る。
④	支店社員増員	各支部店長	営業社員、内務社員の採用		随時	営業開発会議	支店担当役員	毎月	支店担当役員	該当者に面談し、適合を判断。
⑤	参画の手引ブラッシュアップ	営業開発部長 業務管理部長	参画代理店が円滑な手続きができるよう関係各所と協力して手引書を作成する		随時	営業開発会議	営業開発部長	毎月	営業開発部長	手引書の内容を確認し、随時修正・加工をしていく。

重点施策（詳細）

重点施策3

システムの運用

KGI

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

No	P / D					C		A		
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を
①	資産管理システムの運用開始	システム部 部長	IT資産管理ツールの導入により、端末の一元管理、USB禁止、端末紛失時の24時間初期化対応などの機能によりセキュリティリスクを下げる。		2025年 1月	毎月	システム部・業務管理部	毎月	システム部・業務管理部	関連する規定の見直し・修正をし、毎月の経営戦略会議で報告・情報の共有により、リスク回避・改善をする。
②	新顧客管理システムの運用	hokan PT システム部 業務管理部	新顧客管理システムhokan運用開始に伴い、全社員がマニュアルに則り運用できるようにする。		随時	毎月	業務管理部 Hokan PT	随時	業務管理部 Hokan PT	データの見える化により、拠点内の課題、募集人の課題を検討、指示する。
③	ITパスポート取得	執行役員以上	ITパスポートの取得。ITに関連する知識を幅広く学習することで、IT機器リテラシーの向上を狙う。		2025年度 目途	随時	執行役員以上	随時	執行役員以上	各自で学び資格を取得。情報リテラシーやセキュリティが必要とされる現在において、同じ認識を持つようにする。
④	Pマーク取得	Pマーク取得プロジェクトチーム	Pマークの取得により、個人情報保護の管理体制が適切であることを対外的に示すことができる。この取得に向け、動く段階で全社員のセキュリティに関して意識改善ができる。		2025年度 目途	随時	Pマーク取得プロジェクトチーム	随時	Pマーク取得プロジェクトチーム・業務管理部	社内規定の見直し・新規作成。外部コンサルへ依頼。

重点施策（詳細）

重点施策 4

新たな人事評価体制を作り上げる

KGI

個々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評価制度を創る

No	P / D					C		A			
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を	どのように
①	人事評価制度の改訂	人事総務部長	2025年度から適用する新制度の策定		4月	支部店長の意見収集	人事担当役員	2025年月	人事総務部長	新制度の周知徹底説明会の実施	
②	現行制度の適切な運用の徹底①	所属長	人事評価シート兼考課シートで設定した目標および課題の実現に向けた動きがなされているかを日々の行動で確認する		毎月	面談	人事総務育部長	半期ごと	所属長	1on1ミーティングによるアドバイスの実施	
③	現行制度の適切な運用の徹底②	所属長	現行の人事制度に基づく、昇格降格の適切な運用		9月	昇格降格等申請	人事総務部長	2024年9月	所属長	1on1ミーティングによる対象者へのフィードバック・アドバイスの実施	

重点施策（詳細）

重点施策 5

業務の生産性拡大

KGI

役職員の業務生産性拡大のため、業務内容・オペレーションを見直す

No	P / D					C		A		
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を
①	現在の業務のチェック	所属長	管下社員の業務内容を個々にヒアリングし、現在の業務内容が見える化する		1月	一覧表作成	担当役員	2月	所属長	それぞれの分野の業務が適切に行われているかを確認する
②	支部店の業務全体のバランスを見直す	所属長	効率がよく、収益性が高くするための業務分担を考える		2月	一覧表作成	担当役員	3月	所属長	社員の個々の能力、適合性を見極め、適切な業務分担票を作成する
③	面談	所属長	人事評価制度の中間面談時に、個々の社員と業務分担について説明、4月より実施		4月	一覧表チェック	担当役員	5月	所属長	社員との面談内容を確認必要であれば業務内容を見直す
④	面談	所属長	人事評価制度の最終面談時に新業務についてできているか確認する		2025年11月	一覧表のチェック	担当役員	2025年11月	所属長 担当役員	人事評価制度にて評価する

重点施策（詳細）

重点施策 5

財務体質の強化

KGI

支部店長の経営参画意識を高め継続的な黒字体質への転換を図る

No	P / D					C		A		
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を
①	売上を伸ばす	支部店長	年度初めに立てたアクションプランを確実に実施し、当年度営業目標を達成する		毎月	増収率	営業企画本部長（含む営業担当役員）	四半期毎	支店長・営業部長	オンラインからビハインドしている場合は、追加施策を策定し実施する
②	（営業部門）経費の見直し	支部店長	節減可能な経費を洗い出し、あらためて支出の可否を判断する		毎月	四半期毎	経理部長	四半期毎	経理部	経費率の改善が図れていない場合、改善指導する
③	（本社管理部門）経費の見直し	本部長・部長	業務全般の見直しを実施し、業務の効率化を図り、節減に務める（固定費全般）		2カ月毎	対前年度比較	総合企画本部長	四半期毎	総合企画本部長	費用対効果が上がらない場合、改善指導する

重点施策（詳細）

重点施策 6

BCPの本格始動

KGI

BCPの必要性を再認識し、適切な運用を行う

No	P / D					C		A			
	テーマ	誰が	何を	どのように	いつ	KPI	誰が	いつ	誰が	何を	どのように
①	BCP再研修	営業企画本部長	作成済みの事業継続計画について所属長に研修を行う		2月	研修会開催参加状況 100%	総合企画本部長	3月	各支部店		管下の社員に研修を実施
②	各支店BCPの策定	所属長	自店のBCPを作成		3月	作成状況 100%	総合企画本部長	4月	社長		各店のBCPを確認し、協議、修正
③	BCP構築	全社員	計画書に基づきハード面、ソフト面の確立		4月	計画構築	総合企画本部長	5月	社長		計画書に基づき確立されているかの検証

第2期 中期3カ年計画 修正後 目標

項目		2023年度 結果	2024年度 目標	2025年度 目標	備考
経営指標 (財務)	売上高	6億8,146万円	8億9,980万円	10億6,700万円	保険代理店業界の編成は、直 資代理店や大規模乗合代理店 への統合が更に加速を早める。 当社も2025年度には50億円の 収保規模をもたないと安定・ 安心した経営を築くことが困 難と考えられる。体制整備の 基礎も構築できつつある状況 で、第2期中期3カ年計画は 拡大路線を歩み、全社員一丸 となってリクルート及び社員 の増員を図っていく。
営業目標 (成績)	損保一般成績	30億6,283万円	39億8,000万円	48億3,000万円	
	損保手数料	5億9,221万円	7億5,680万円	9億1,300万円	
	生保手数料	8,925万円	1億4,300万円	1億5,400万円	
その他	営業拠点数	22	29	34	
	従業員数	120	150	180	
	三者間	2	5	7	

コンプライアンス実行計画

2024年度 コンプライアンスプログラム

	テーマ	主管	対象	内容	時期
1	コンプライアンス全般	業務管理部 人事総務部	全社員	年間研修計画に基づき各部店単位で研修を受講し、理解度確認テストを実施	毎月
			全社員	損保ジャパン社が実施するコンプライアンス研修を受講し、理解度確認テストを実施	8月
			生命保険募集人	生命保険（含む変額保険）継続教育及び公的保険制度の研修及び理解度確認テストを実施	9月
2	業務研修	業務管理部	全社員	意向把握・情報提供および比較・推奨販売に関するルールの遵守状況を確認 ※生保は全件、損保はサンプル点検	毎月
				自己・特定契約及び構成員契約に関するルールに関する理解度確認テストを実施	2月
		内務・コンプライアンス部会 業務管理部 人事総務部	部会担当者・	苦情事案に対する改善策の有効性を検証する	四半期
			全社員	社員より提案されたテーマに基づく研修を実施（たくみ塾）	月1回
3	顧客情報保護	人事総務部 業務管理部 システム部	全社員	個人情報保護に関する研修（理解度確認テストを実施）	5月
			部店長・内務担当者	「個人データ管理台帳」の棚卸	3月及び9月
			全社員	サイバーセキュリティ研修および訓練の実施	5月～6月
4	代理店自己点検	業務管理部	全募集人	「日常管理チェックシート」による自己点検及び「管理者用_日常管理チェックシート」による管理者点検	偶数月
			全部店	「代理店自己点検表」による点検	6月
5	監査指摘事項の改善	業務管理部	全部店	監査指摘事項について、水平的レビューにて各部店の管理状況を確認	適時

2024年度 教育研修計画

	教育研修名	目的	実施方法	対象者	実施予定時期	効果評価予定時期
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	全役職員	毎月	半期毎
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	都度選定	不定期	半期毎
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	全役職員	毎月	半期毎
4	事故対応勉強会	事故対応スキルの習得	ミーティング	全役職員 部門毎実施	隔月	半期毎
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	管理職	3月	9月末
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	全役職員	1月	9月末

内部監査計画

2024年度 内部監査計画

<p style="text-align: center;">1</p>	<p>監査方針</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 経営に資する監査 <ul style="list-style-type: none"> ・ 正確な実態把握及び真因分析による提言の実施 (2) 効率的で質の高い監査 <ul style="list-style-type: none"> ・ オフサイトモニタリングの活用及びリスクベースに基づく監査の実施 (3) 立体的な監査 <ul style="list-style-type: none"> ・ 本社施策の浸透度及び実効性の確認
<p style="text-align: center;">2</p>	<p>主な監査項目</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 保険募集管理態勢 <ul style="list-style-type: none"> ・ 保険募集に係る法令等遵守状況の確認（意向把握義務、情報提供義務及び代理店体制整備義務ほか） (2) 顧客保護等管理態勢 <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客情報等管理状況の確認、お客様の声の収集・分析及び苦情事案に対する再発防止策有効性の確認 (3) 経営管理態勢及び法令等遵守態勢 <ul style="list-style-type: none"> ・ 不祥事件の防止、勤怠・行動管理状況の確認 ・ 業務効率化推進状況の確認 (4) 品質マネジメントシステム（ISO9001）運営態勢 <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス業務（4項目）実施状況の確認
<p style="text-align: center;">3</p>	<p>監査対象部門</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 拠点別監査 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全営業店 (2) テーマ監査 <ul style="list-style-type: none"> ・ リスクベースに基づきテーマ及び監査対象部門を選定

2024年度 内部監査計画

4	監査実施者 (1) 拠点別監査 内部監査部及び外部監査委託先「日本創倫(株)」 (2) テーマ監査 内部監査部 (3) QMS内部監査 内部監査部 (QMS内部監査員)
5	その他 <ul style="list-style-type: none">・新設支店の体制整備状況を確認・サイバーセキュリティ対策の実施状況を確認・BCP体制整備状況を確認

支部店別 2024年度営業計画

◇前年度実績					◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	81,253	91,745	98.4%	手数料（千円）	損保	85,500	98,500	107.4%
	生保	10,492				生保	13,000		
収 保（千円）	損保	383,503	103.0%		収 保（千円）	損保	403,000	105.1%	
◇前年度の振り返り					◇目標達成のための今年度の主な取組み				
<p>目標に対して、損保は未達であり前年割れとなってしまった。生保は目標に対して未達であったが前年実績は上回った。損保の減収は前前年の長期火災を埋めることができなかった。生保は支店全体で取組むことの意識が浸透してきている。双方で目標達成をするよう今年度共有していきます。</p>					<ul style="list-style-type: none"> ：リスクチェックの徹底を図るため指導リーダーを配置。 ：事故対応専任を配置。営業の時間創出。 ：生保専任に生保の取扱いを任せる。担当から繋げる。 ：不適切な募集行為根絶のためコンプラ研修実施。 				




今年度のスローガン

新しい取組に全力チャレンジ！！笑顔で結果をつかもう静岡支店

支部店運営方針

1	業務品質の向上	ISO9001に則った業務の遂行
2	デジタル手続きの推進	大手4社の指数の目標達成
3	生保年間目標達成	毎月最低10件・年間120件以上獲得
4	損保年間目標達成	対前年105%

【2024年度 浜松支店 営業計画書】 《元場 健一》

◇前年度実績					◇当年度目標					
手数料（千円）	損保	39,380	51,955	93.6%		手数料（千円）	損保	損保	40,400	53,000
	生保	12,575					生保	生保	13,000	
収 保（千円）	損保	175,601	103.5%			収 保（千円）	損保	損保	180,000	102.5%
◇前年度の振り返り					◇目標達成のための今年度の主な取組み					
<p>損保は対前年プラスになったが、目標数値には届かず。法人開拓が課題となっており、法人の新規契約が少ないことが原因。 生保は成約件数はほとんど変わらないが、昨年のような大きな相続関係の一時払契約がなかったことが影響した。平準手数料も下がってきていることも影響してしまった。</p>						<p>損保は新規法人開拓を関東自動車共済をドアノックとして新種商品の提案、グッドリビंक友の会の再取組で増収を図る。 生保はリスクチェックサービスを引き続き行ない、損保担当から生保担当へのトスアップ件数増加を図り平準払契約の積み重ねを目指す。相続関連の情報提供も引き続き行っていく。</p>				

今年度のスローガン **伝えることが大事！お客様の笑顔のために情報提供しよう。**

支部店運営方針

1	情報提供・リスクチェック	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様訪問時には何か一つ情報提供すること。 ・リスクチェックサービスからの損保担当者から生保担当者へのトスアップ件数アップ。（生保成約ポリシー数 100件） ・新規法人（社会福祉法人等）への情報提供から新規法人獲得10社。
2	お客様や仲間のために	<ul style="list-style-type: none"> ・まずは自分ではなく相手のことを考える。相手はお客さまであり、会社の仲間。利他の心を持って行動する。 ・自分に現れる結果のすべては、自分の行ないによって生み出されるため、他責ではなく自責だと自覚して行動する。
3	営業社員 1 名採用	営業社員 1 名を採用して生保損保ともに販売できる社員に育てる。異業種からの採用の場合は、出向型研修生を活用。保険会社のエリア型女性社員への声かけで転職を促す。支店長の損保数字を可能な限り移行することを目標とする。

【2024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	44,633	59,056	106.6%
	生保	14,423		
収 保（千円）	損保	210,573	104.6%	

◇前年度の振り返り

損保:前年対比では100%を達成したが目標に対しては未達(99.2%)および重点商品の販売目標についても30%という結果となった。
 生保:前年実績はクリアしたが目標に対しては未達(96.2%)。
 一時払契約については13件で米ドルの高金利と投資ブームに支えられて過去最高の結果を残せた。

◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	45,000	60,000	101.6%
	生保	15,000		
収 保（千円）	損保	220,000	104.5%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

損保：個人・法人の新規顧客獲得、既契約者の多種目販売、提携先への紹介アプローチ。
 生保:連月稼働を達成するために損契約の更改時の面談率をアップさせ、面談したお客様に対して均一的な情報提供を行い生保の契約につなげていく。



今年度のスローガン **総合保険代理店の自覚を持ち、保険のプロとしてお客様本位の販売に努める！**

支店運営方針

1	デジタル化	大手4社のデジタル化目標指標の絶対達成！（各社、品質項目一覧参照） 一月1回の目標管理－記録の大切さを理解し、仕事を翌日に持ち越さない。（システムの完全活用）
2	支店手数料60,000千円	損保：純新規法人獲得10社、純新規収保10,000千円。 生保：連月稼働、全員稼働、軒件数50件、ポリシー100件。
3	自立と覚悟	営業の自立：取り扱い（推奨）商品内容を理解し、お客様本位の業務運営に沿った販売スキルを身に付け、システムを駆使し、行動管理と記録を定着して行う、ワンストップの顧客対応をする。（週1、出来高確認） 事務の自立：取扱商品の全体を理解し、事務作業だけでなく、お客様対応のアフターフォロー、電話募集などの営業フォローも行えるよう、作業効率を上げる行動予定の細分化に努める。 *ワンチームとして自分の仕事へのこだわりを捨てる。（自分がいなくてもまわる体制作り）

【2024年度 兵庫支店 営業計画書】 《坂口 嘉久》

◇前年度実績					◇当年度目標					
手数料（千円）	損保	31,124	54,517	93.8%		手数料（千円）	損保	32,000	56,000	102.7%
	生保	23,393					24,000			
収 保（千円）	損保	135,302	110.3%			収 保（千円）	損保	145,000	107.2%	
◇前年度の振り返り					◇目標達成のための今年度の主な取組み					
<p>損保：収保に関しては110.3%、手数料としては104.6%と好調ではあるものの火災保険等移管契約の継続には難航したこと、法人開拓については人員減少による影響で前半のみの活動しかできていなかった。</p> <p>生保：平準払いの新規契約が少なく一時払いの達成による再契約に頼る形になり大幅な減額となった。</p>					<p>➡</p> <p>損保：自動車整備会社の提携、法人開拓を中心に増収を図る 自動車保険に頼らない営業を心掛ける</p> <p>生保：一時払い商品、及び法人の高額補償へのトライ、被保険者数の増件、変額保険販売により年間獲得件数を増やす。</p>					

今年度のスローガン **Don't give up no matter what（諦めないでどんな時も）**

支路店運営方針

1	生保重点及び年間目標	変額保険を含む全商品、年間件数：150件 一時払い商品：1億 法人高額補償：5件
2	損保重点及び年間目標	法人新規開拓：5社 法人新種・傷害契約件数：10件 自動車・火災 各50件
3	デジタル化及び支店目標	デジタル化：大手4社目標数値の達成 支店目標：神戸支店開設

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	24,705	30,080	73.5%
	生保	5,375		
収 保（千円）	損保	113,217	104.6%	

◇前年度の振り返り

法人開拓2件できたが目標収保には至らなかった
リクルートは0件



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	25,000	30,500	101.4%
	生保	5,500		
収 保（千円）	損保	130,000	114.8%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ① 損保・・・目標達成
- ② 生保・・・目標達成
- ③ 法人開拓の 3件
- ④ リクルート 1件

今年度のスローガン

お客様の希望に沿った提案とアフターフォローの徹底

支部店運営方針

1	増収	<ul style="list-style-type: none"> ① 損保・・・目標達成 ② 生保・・・目標達成 ③ 法人開拓の3件達成
2	デジタル化対応	個々の募集人のデジタル化に対する意識の強化 支店目標の達成（毎月目標管理）
3	業務品質	<ul style="list-style-type: none"> ① お客様本位の業務運営に沿った販売 ② お客様へのアフターフォローと管理 ③ 情報共有と個々のスキルアップ

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	20,722	22,848	94.5%
	生保	2,127		
収 保（千円）	損保	91,342	99.5%	

◇前年度の振り返り

損保：重点商品の販売目標をクリアするも目標手数料を下回る結果となった。大口契約を落としてしまったことやKPIの数字からも火災は95%を下回り、長期の火災契約を落としている事が原因と思われる。
 生保：損保同様の結果となった。原因は、第3分野商品に偏り、第1分野の伸ばせなかった。特に一時払い商品が見込みより大幅に下回る結果となった。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	21,500	24,500	107%
	生保	3,000		
収 保（千円）	損保	96,000	105%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

損保：業種を絞り、新規法人開拓また既存法人への多目販売。提携先の開拓。
 生保：法人また個人の既契約者また新規のお客様への多目販売。既存法人へ、福利厚生提案ならびに従業員を対象としたセミナーを実施。

今年度のスローガン

お客様の安心の先にある目標達成

支部店運営方針

1	情報提供	有益な情報を提供することが、顧客との接触回数の増大につながる、接触回数が増大すれば、RCの機会が増大する、RCの機会が増えれば、提案回数が増える。提案回数が増えれば、多目販売の拡大、そして目標の達成へつながる。 行動目標：①情報提供 600件/年 ②RC件数目標 600件/年 ③多目提案目標 120件/年
2	業務品質の向上	ISOサービス4項目の実施、お客様の声の収集と不満の表明に対する真因分析及びその対策の徹底したPDCAサイクル管理 週一回の営業MTGにおいて、ISOサービス4項目の実施状況の管理、お客様の声の累計数の管理・目標件数の達成に向かう。 ①ISOサービス実施状況： 100パーセンテージ ②お客様の声の収集： 100件/年
3	デジタル化	デジタル手続きにより業務効率化を図り、顧客接触の時間を創出する。また、ペーパーレスにより個人情報の誤送付・混入等による個人情報流出機会の削減を図る。大手4社のデジタル化目標指標の達成。指標に該当する契約を満期リストとは別に作成し、毎週の営業MTGで目標管理を行う。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	17,631	19,794	92.5%
	生保	2,163		
収 保（千円）	損保	71,218	105.2%	

◇前年度の振り返り

損保収保は対前年+5.2%の着地となったが生損合計手数料では-7.5%となってしまった。
要因としては生命保険の販売が思うようにいかなかったことにある。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	19,500	22,500	113.6%
	生保	3,000		
収 保（千円）	損保	78,340	110%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

新規顧客をご紹介いただけるアンテナ店の開拓をする。
昨年度以前に損保新規顧客となっていた方々にRCS等を活用し生命保険の提案を行う。3世帯/月の成約を目標とする。


今年度のスローガン

すべては行動からはじまる・・・

支部店運営方針

- | | | |
|---|----------------|---|
| 1 | 新規契約による増収 | 昨年度以前の新規顧客へRCS等を活用し多種目販売を図る。
既存法人の潜在リスクを洗い出し、リスクカバーのための提案を行う。 |
| 2 | 新規顧客による増収 | あらたな法人開拓への取り組み。
新規顧客（個人・法人）を紹介いただけるアンテナ店の開拓（自動車修理業、不動産業、税理士、社会保険労務士等）。 |
| 3 | 業務デジタル化による品質向上 | ペーパーレス手続きの推進による業務の効率化を図る。
web口振を活用し、印鑑再取り付けなどの無駄な業務を削減する。 |

【2024年度 岐阜支店 営業計画書】 《道山 和生》

◇前年度実績				◇当年度目標										
手数料（千円）	損保	36,167	39,331	98.6%	手数料（千円）	損保	40,000	45,000	114.4%					
	生保	3,164				5,000								
収 保（千円）	損保	160,240	103.1%		収 保（千円）	損保	180,000	112.3%						
◇前年度の振り返り					◇目標達成のための今年度の主な取組み									
<p>【生保】資産形成・相続関係をメインに活動を行い、他支店との協働によって相続関連契約を行うことが出来た等、一定の成約実績があったが資産形成分野にこだわりを持ってしまうこともあり多くの成約実績を残すことが出来なかった【損保】法人契約を中心に活動を行い、福利厚生・労務関係などを中心に行ってきたが商品販売停止や高齢者の車離れの影響が響き減収になっている。</p>										<p>生損保共にお客様のグリップ力強化も含めて情報提供・新規情報入手を中心に行っていきたい。情報提供に関しては従来の保険情報だけでなく資産形成・自然災害・車両購入情報等、季節ごとお客様ごとにそれぞれ情報提供を行い、保険だけでなく関係性を構築していきたいと考える。各社員の行動管理に関しては各週の報告MTGによりお客様の為に何をしてきたのかを確認を行う。</p>				

今年度のスローガン 【面談率強化→提案率・目的を明確化】 お客様の為に我々は何をするのか？

支部店運営方針

1	デジタル契約・早期更新90%	月2回のMTG内でデジタル契約・早期更新契約を各募集人単位で確認。早期更新が遅れている募集人に関してはそれぞれ指導を行い改善を促す。デジタル契約・早期更新率それぞれ90%以上を目指す！！
2	月25件以上情報提供	たくみ通信/自然災害/車両・家屋修理業者の紹介/公的医療/サイバー保険・各種士業との連携etc 保険だけでなく強みを使いお客様とのグリップ力の強化に ☆面談率を増加させるだけでなく→情報提供率・提案率の強化を！！証券回収月3件以上目指す！！
3	面談率の向上/オンライン面談有効化	コロナの影響を受けて面談率の改善を行っているがまだまだコロナ前の状態には戻らないためZOOMや各種保険会社システムを使用して遠方や時間が作りづらいお客様の為にオンライン面談を行い面談だけでなく“見える化”をすすめ、お客様との接点強化づくりに努める。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	28,194	29,082	142.7%
	生保	888		
収 保（千円）	損保	125,563	104.8%	

◇前年度の振り返り

損保は中部営業部との統合により見た目には増収となっているが実質は名古屋緑支店単独では3%の減収となった。
 生保についても前年実績割れとなった。これは決めたことをやらなかったことによる打席数不足から来る当然の結果である。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	28,700	30,000	103.2%
	生保	1,300		
収 保（千円）	損保	129,000	102.7%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

生保：情報提供をPDCAサイクルで検証を行い統一行動として定着させる。重点商品は、がん保険と一時払い終身保険。
 損保：法人の開拓（主に真言宗と社会福祉法人）と既存の深掘り。面談率と早期更改率アップ。契約の長期化を強力に推進。


今年度のスローガン

デジタル、アナログの二刀流で匠ファンを増やす

支部店運営方針

1	デジタルで効率化	各社指標の目標達成。利便性と生産性アップで時間を創出からお客様との接点を増やし増収を図る。
2	お客様と会ってニーズを掴む	面談率を上げる。対面でお話しすることにより電話やメールでは感じ取れないお客様の要望を汲み取る。
3	お客様目線で安心を提供	お客様に寄り添った提案で信頼いただける関係性を構築する。多種目販売と紹介の連鎖。

【2024年度 岡山支店 営業計画書】 《別所 正敏》

◇前年度実績					◇当年度目標					
手数料（千円）	損保	18,752	20,156	84.8%		手数料（千円）	損保	20,000	21,700	107.7%
	生保	1,404					生保	1,700		
収 保（千円）	損保	77,691	94.2%			収 保（千円）	損保	82,000	105.5%	
◇前年度の振り返り						◇目標達成のための今年度の主な取組み				
<p>損保の数字について、かなりの減収となってしまった。もぬけを埋めるだけの新規契約があげられなかった。早期更改についても指標には全く届いていないので新年度の改善が必要に思います。デジタル化の面においては少しずつ改善してこられていることはよかった。</p>						<p>損保はもぬけの穴埋めをしていなければいけないので法人開拓や提携先も増やしていきたい。個人契約新規だけでは昨年度同様になるため単価を意識して取り組みます。生保については稼働を意識したコンスタントな生保販売を心掛け目標達成を目指します。</p>				

今年度のスローガン **今できることを全力で！**

支部店運営方針

1	デジタル化	大手4社のデジタル化目標指標の達成
2	昨対105%達成	損保：法人新規2件 自動車・火災新規20件 生保：連月稼働を目指しコンスタントな生命保険販売の癖付け
3	能力の向上	営業：商品知識を深め、お客様本位の業務運営遂行のための提案販売スキルの向上 内務事務：基本的な保険知識またその周辺知識の習得→ワンストップで対応ができる仕事の幅を増やす

【2024年度 下関支店 営業計画書】 《小山 玲子》


◇前年度実績					◇当年度目標					
手数料（千円）	損保	8,738	9,231	64.3%		手数料（千円）	損保	13,000	15,000	162.5%
	生保	494					生保	2,000		
収 保（千円）	損保	46,827	92.3%			収 保（千円）	損保	50,000	106.8%	
◇前年度の振り返り					➡	◇目標達成のための今年度の主な取組み				
<p>①損保については大口契約者がグループの傘下に入ったため、フリートを始めその他の商品についても落ちとなったが、別の大口火災保険の継続保険料アップがあった。</p> <p>②生保については年度内に予定していた案件が先送りになったため手数料を大きく下回った。</p>						<p>全顧客に対してリスクチェックサービス、または類似の方法でご案内を徹底して実施することで生保、損保の提案につなげて成約を目指す。</p>				

今年度のスローガン **あなたのお客になりたい！ と思ってもらえる代理店を目指す**

支店運営方針

1	デジタル手続きの推進	取扱保険会社のデジタル手続きの目標値を達成する、電話募集からリモート手続きを案内する。
2	リスクチェックサービスの実施	お客様一人一人について、きめ細やかなサービスを心掛け、まさかの時にお役に立てる保険のご提案。
3	営業社員の採用	<p>①増収:営業基盤の確立をし、特に生保での増収を図る。</p> <p>②業務品質向上: 各社の指標目標を毎月精査して、改善を図る。</p> <p>③内務事務:取扱商品の全般を理解し、特に推奨商品についてはパンフレット等は常に新しいものを揃えておくこと。</p>

【2024年度 福岡支店 営業計画書】 《蔵谷 純夫》

◇前年度実績					◇当年度目標					
手数料（千円）	損保	47,787	50,112	167.3%		手数料（千円）	損保	30,000	32,000	63.9%
	生保	2,325					2,000			
収 保（千円）	損保	198,547	98.8%			収 保（千円）	損保	150,000	75.5%	
◇前年度の振り返り						◇目標達成のための今年度の主な取組み				
現在2024/9月末で営業スタッフ1名の退社により現在直接営業のできるスタッフは2名となり大きく収保減の締めくくりとなる。1名5000万収保の設定は守れたとしても支店のボリュームとしては納得できていない状況。						人材確保が第一、現役代理店として活動している方を確保したい。支店内の収保を振り分けて営業力の安定化を図る。				

今年度のスローガン **どこまでも諦めず チャレンジするのみ！！**

支部店運営方針

1	支店の人材確保	永遠のテーマである、人材の確保のためのアンテナを張り常に情報をキャッチする体制を作る。次年度は何としても2名の若手営業社員を確保希望。
2	品質向上の取組	ほけんの匠が設定していく品質向上を基礎として本年度の支店としての品質向上を話し合い、項目設定し実行する。お客様と接する入口と出口はアナログであり途中の作業は効率を考えたデジタル化を推進していく。
3	日々の行動管理	次年度からの記録簿 Hokanの記入 見直し等したい事、しなければならない事を確実にする・・・会議等で特に共有すべきことを連携をする。 営業：1人5000万、500世帯（法人も含む）の目標

【2024年度 福岡南支店 営業計画書】 《吉田 美枝子》

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	37,540	39,004	175.6%
	生保	1,464		
収 保（千円）	損保	174,496	106.7%	

◇前年度の振り返り

火災保険の長期5年契約の満期等、自動車、火災の料率改定に伴い保険料単価upの為増収。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	34,400	36,400	93.3%
	生保	2,000		
収 保（千円）	損保	160,000	91.7%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

前年度2名退職の為、かなりの減収となる見込み、退職者の契約を、全員で75%維持出来るよう対応する。
 増収に付きましては、再度商工会プラン等にて新種開拓に取り組む。

今年度のスローガン

業務品質向上（認定制度達成）全員で取組む

支部店運営方針

1	デジタル手続き （ADスマート・かんたんード）	全契約（新規、更改、異動）に対して可能な限り行う。
2	早期計上90%・ペーパーレス30%	自然破壊、環境問題を踏まえて、お客様に対して丁寧に説明する。
3	お客様ニーズに関するアンケート	お客様ニーズの確認、契約内容等で丁寧な説明をとうし「満足」「どちらかといえば満足」回答割合95%以上達成を目標とする。

【2024年度 熊本クリエート支店 営業計画書】 《江崎 靖彦》

◇前年度実績					◇当年度目標					
手数料（千円）	損保	4,881	4,925	-		手数料（千円）	損保	15,000	16,000	-
	生保	44					生保	1,000		
収 保（千円）	損保	88,236	117.1%			収 保（千円）	損保	83,000	94.1%	
◇前年度の振り返り					➔	◇目標達成のための今年度の主な取組み				
2024年6月からの参画後、体制の変化に対応しきれない点があり反省する点が多くみられました。						前年の長期火災一斉更新の穴をなるべく埋める動きをし、生保の商品の幅が増えた事による販売を推進します。				

今年度のスローガン **お客様に信頼される代理店を目指します。**

支部店運営方針

1	人員の確保	今年度は人員の増強を図り、効率化を目指す。
2	生損保の増収	既存のお客様に乗合代理店になり商品の幅が増えた事を周知徹底し、生損保の増収を目指す。
3		

【2024年度 駒込支店 営業計画書】 《井口 充》

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	3,348	3,468	-
	生保	120		
収 保（千円）	損保	107,501	92.8%	

◇前年度の振り返り

7月～9月の3か月間でしたが少しずつISO9001を基本とした業務の流れにも慣れてまいりました。
 営業につきましては、機械組合の解散などでまだ減収要素も少し残っておりますが峠を越えた暁には増収に転じたいと思います。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	23,000	24,500	-
	生保	1,500		
収 保（千円）	損保	110,000	102.3%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ・個人法人への顧客訪問を増やし生損保の多種目営業に取り組む。
- ・既存顧客である部品組合への新規法人開拓など、関係基盤ができているお客様への営業に取り組む。
- ・業務委託契約を今年度はは5社と契約し紹介運動を推進する。既に1社と契約済みで、もう1社契約を確約済みです。

今年度のスローガン

お客様本位の立場で業務に取り組み、支店を盛り上げる

支部店運営方針

1	営業行動目標	デジタル化も含め、お客様との接点をさらに増やし、要望を漏れなく聞き取り、それに対し商品を的確に勧めていけるよう取り組んでいきます。結果、K P I 継続率95%以上を維持し、増収へ繋げる。
2	数値目標	損保：挙績1億1千確保 生保：新規20件
3	品質向上	デジタル化は勿論、早期継続、D A P 獲得等の推進に取り組み、コンプライアンスについてもさらに順守してまいります。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	2,049	2,180	-
	生保	131		
収 保（千円）	損保	111,164	85.4%	

◇前年度の振り返り

対前年比▲85.4%と大幅な減収となった。主な要因としては
 ① '24.01満期の大口契約の落ち 火災▲14,000千 賠償▲5,300千
 ② 出向型研修生への成績付替え ▲5,000千
 計 ▲24,300千円 が大きく響いた。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	22,000	23,200	-
	生保	1,200		
収 保（千円）	損保	115,000	103.5%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ・ 効率的かつ円滑な業務運営を行うための体制整備
- ・ 体制整備と並行し、次のステップ（営業活動）に向けた具体的な目標設定と、目標達成に向けたメンバー全員の意識共有
- ・ 増収、増益を目指せる人員体制の構築

今年度のスローガン

より効率的な業務運営を図り、更なる高みを目指せる組織体制を整える

支部店運営方針

1	日常業務の効率化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在行っている業務全般を一から見直しし、スムーズかつより効率的な業務運営に向けた取り組みを推進する ・ 役割分担の明確化 ・ システムの有効活用
2	人員体制の整備・増強	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業兼内務事務（最低1名） ・ 保険営業（損保1名・生保1名） ・ 現在ある人的ネットワークの連携強化
3	増収に向けた具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存契約者への複合販売（損・生）の積極提案 ・ 乗合代理店の強みを最大限発揮し、これまで取れなかったご契約をお預かりする ・ 組織に加わってできた様々なネットワーク力を有効活用し、現在所有する同業種団体・組合などへの新規アプローチ

【2024年度 伊豆支店 営業計画書】 《浦山 林》

◇前年度実績				
手数料（千円）	損保	-	-	-
	生保	-		
収 保（千円）	損保	100,968	96.9%	

◇前年度の振り返り



◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	21,080	22,280	-
	生保	1,200		
収 保（千円）	損保	106,016	105.0%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

●損保：1 紹介依頼と複数種目（火災）強化 2 不動産その他業種との提携強化と共同募集開拓。 3 シニア個人代理店との関係構築。 ●生保：1 「既契約」複数社取り扱いを武器に、支店引受契約の見直し。 2 「新規契約」①損保のみ契約で過去引受不可だった方への提案（体況・資産運用・相続・保険料）。共同募集先開拓。法人と資産形成、相続対策は沼津支店の協力により提案強化。

今年度のスローガン

ほけんの匠の文化を理解し同じ方向を向く。ほけんの匠の強みを生かし増収。

支部店運営方針

1	体制の整備	代理店に求められてあるべき姿に近づく。コンプラ順守を目的とした内部統制を正常に機能し続ける。・基幹システム（j-motto,hokan等）の定着、継続的な運用。
2	品質向上の取組	価値提供の強化・デジタル指標を意識した取り組み（らくらく、携帯電話、web証券）。・既存の取り扱い保険会社商品（TN、AD)知識を学びなおす。
3	営業	損保105%増収、生保手数料 現：50万/年→後：120万/年 ・代理店との提携や参画促進（シニア個人代理店） ・損保生保共通 お客様のニーズの掘り起こし ・損保のテーマは法人、生保のテーマは第一分野一時金契約 → 大きな代理店に参画し、「複数社の商品取り扱い」。「知恵と経験を学べる」。2つ強力な武器を最大限に生かしたい。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	2,170	2,170	-
	生保	-		
収 保（千円）	損保	18,661	93.0%	

◇前年度の振り返り

- ・東京海上、CHUBBの更改手続き（見積・申込書作成・計上）に手間取った。
- ・東京海上の事故処理に対して東京海上とうまくコミュニケーションが取れなかった。
- ・匠のルールに慣れるまでは進めなかったいかなかった。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	4,000	4,000	-
	生保	-		
収 保（千円）	損保	21,000	112.5%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ・10名未達団体扱い契約を一般契約に切り替える。
- ・早期更改について、ファーストコンタクトを早める。
- ・hokanの利用を通じて、多種目販売を行う。

今年度のスローガン

心機一転

支部店運営方針

1	業務品質向上	ほけんの匠の業務品質を理解し実践する
2	デジタル化推進	大手4社のデジタル化目標のクリア
3	BCP	九州営業部との連携強化

【2024年度 東京営業部 営業計画書】 《渡邊 俊介》

◇前年度実績				
手数料（千円）	損保	76,610	77,244	83.0%
	生保	634		
収 保（千円）	損保	387,447	81.5%	

◇当年度目標				
手数料（千円）	損保	77,000	78,000	101.0
	生保	1,000		
収 保（千円）	損保	390,000	100.7%	



◇前年度の振り返り

- ・3拠点の営業拠点開設を目標としていたが、2拠点の開設という結果となった。ただし、開設予定先が既に2拠点内定している。
- ・契約募集時のDX化については、全国平均を下回った。郵送募集でのDX化についても一段の工夫を要す。
- ・KPI、移管契約の継続率75%以上について、いずれも未達。郵送募集が中心であるゆえに、TELでのコミュニケーションを強化するべきだが、そこできていない。
- ・コンプライアンス意識は高い。旧東京中央支店統合後も順法意識をウォッチしていく。

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ・会社で掲げているKPI継続率95%をクリアにするために、訪問外交、TEL外交を強化します。
- ・損保各社から提示されているDX指標の目標値をクリアする。
- ・楽天損保の火災保険販売停止（4月より）に伴い、お客様が路頭に迷わないようしっかりフォローし、適正に推奨保険を案内します。
- ・コンプライアンス意識を今以上に高めていきます。
- ・今期は4拠点の営業拠点を開設をします。（三者間スキーム含む）

今年度のスローガン

お客様に対して誠実であれ、仕事に対して真摯であれ

支部店運営方針

1	営業数字・営業収益	ACについては対前年度満期件数は減少するが、KPI継続率95%をクリアし、火災保険の料率改定、自動車保険の改定などの増収要素を鑑みて対前年度実績を上回る。当部、営業部全体で黒字化させる。BCP対策として、納税してでも内部留保する。
2	業務品質向上	デジタル手続き推進チームだけに任せるのではなく、契約案件を扱う社員すべてが取組むよう保険会社の営業担当者と知恵を出し合って実践していく。
3	営業拠点開発	営業拠点開発は、当社の営業大本命施策である。目標を掲げた以上はやり遂げる。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	19,023	20,333	118.2%
	生保	1,310		
収 保（千円）	損保	87,190	125.5%	

◇前年度の振り返り

- ・ 損保契約継続率Upを目標に特に他代理店からの移管契約の継続率Upを目標に取組。
より丁寧なご案内を心掛け特に火災では62.1%から83.4%にUpし増収につながる。
- ・ 生保前年比129.4%。後半積極的な取り組みにより増収。
- ・ デジタル化等の業務品質について、取組となるベースを構築。運用につなげる。
- ・ 新規開拓、営業拠点網の構築について積極的な活動が出来ず。次年度以降の増収案件構築、土業との業務提携取り交わし。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	20,000	22,000	108.2%
	生保	2,000		
収 保（千円）	損保	91,700	105.2%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ・ 前年度取組内容をベースに継続率の維持を図る。
- ・ 情報提供からお客様に必要な特約等の提案実施。
- ・ 早期提案とデジタル化率Upで業務品質の向上。
- ・ 損保契約者への生保提案。情報収集と情報提供で最適なプランの提案。
- ・ 営業拠点網の構築で営業拠点の開設。
- ・ 情報収集から新規案件の提案成約。

今年度のスローガン

お客様に安心・満足・頬笑を。

支部店運営方針

1	業務品質向上	数字のみに特化する事なく、お客様の利益を最大にする為、様々な提案方法の実施を行います。お客様の特性に応じた手続き方法の案内（デジタル化）や早期提案によるお客様検討時間を十分確保致します。
2	業務レベル向上	これまでの業務と異なり新しい業務への取組を行う事でマルチにお客様対応が出来るよう実践していきます。周辺知識の習得からお客様への情報提供を実施致します。
3	当年度目標達成	業務品質向上から創出された時間を業務レベル向上へ繋げ、お客様への最適な提案を行う事で目標達成を目指します。

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	27,462	32,257	145.2
	生保	4,795		
収 保（千円）	損保	102,132	111.6%	

◇前年度の振り返り

- ①更改率・・・自店・移管ともに目標を下回った。継続契約時に工夫が必要である。
- ②クロスセル・・・損保契約の対面時にクロスセルを薦めた結果、1件大型契約を成約することができた。
- ③営業拠点網の拡大・・・支店を開設することができなかった。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	29,000	34,100	105%
	生保	5,100		
収 保（千円）	損保	107,000	105%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

- ①既存顧客に対してのクロスセルを行う。
- ②年度末までに募集人1名の採用・1支店設置を行う。
- ③各保険会社のデジタル化指標の平均以上を達成させる。

今年度のスローガン

小さなことからコツコツと 一歩ずつ前へ

支部店運営方針

1	営業数字の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・既存顧客へのクロスセル（既契約者への多種目販売をすすめる 対前年年間手数料5%増） ・募集人の採用（募集人1名の採用）・支店網の構築（年度末までに1支店の設置）
2	業務品質の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化の推進（各指標を平均以上のレベルまでにもっていく） ・社員一人一人の業務知識を深める（各保険会社の研修に毎月参加する）
3	社会貢献への取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・地域でのボランティア活動への参加 ・顧客へ防災の宣伝を行う（顧客に対して防災情報を提供する）

◇前年度実績

手数料（千円）	損保	5,576	5,707	109.7%
	生保	132		
収 保（千円）	損保	23,318	118.2%	

◇前年度の振り返り

2023年度目標、損保手数料（目標6,000千円）、生保手数料（目標637千円）ともに目標未達となった。到底届かないような数字ではなく少しの工夫と努力で達成できたとも考えられる。損保は更改率を5ポイント程度上乗せ、生保は医療・ガン保険を5件程度獲得できていればそれぞれ目標に届いたと思われ、「あと少し」の努力と意識が不足していた。



◇当年度目標

手数料（千円）	損保	6,000	6,300	110.4%
	生保	300		
収 保（千円）	損保	30,000	128.7%	

◇目標達成のための今年度の主な取組み

継続率を上げるための基本動作の徹底（郵送前の電話案内・対面手続き依頼） クロスセルにより単種目契約者比率を改善。
 リスクチェックによる生保見込客の発掘。

今年度のスローガン

Yes we can !

支部店運営方針

1	仲間づくり	業界の慣習、風習にとらわれず、現在の地位や名誉に固執しない、常にお客様目線の代理店さんのリクルート。 新規開設目標：5拠点
2	デジタル化推進	大手4社のデジタル化目標をクリア 会社全体の平均値よりも高い数値を目指す
3	生命保険推進	損保代理店からの脱却 あらたな取組みの導入

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
2024年 3月	福岡愛宕支社 開設
2024年 5月	東京中央支店を東京営業部に統合
2024年 6月	熊本クリエート支店 開設
2024年 7月	駒込支店 開設
2024年 8月	東京東支店 開設
2024年 9月	伊豆支店 開設
2024年 11月	八王子支店 開設
2024年 12月	北九州支店 開設