

<KPCスローガン>

繋ごう**伝統**、そして未来へ前進！ KPC ～仲間と歩む **深化と進化**～

2025年度共栄プロクラブ事業計画

共栄プロクラブ本部事務局
(共栄火災 営業統括部)

1. 共栄プロクラブの理念

- 共栄プロクラブの理念を基本とした事業運営を行っていきます。

第2条(目的)

本クラブは、業界競争に勝ち抜きお客様から選ばれるプロ代理店として地域に密着した保険の普及活動を通して社会貢献を果すとともに、会員の保険事業の拡大・安定を図ることを目的に研修活動を中心とした組織活動を展開し、共栄火災海上保険株式会社(以下、共栄火災という。)とフコクしんらい生命保険株式会社(以下、フコクしんらい生命という。)との相互繁栄を目指す。

第3条(事業)

本クラブは、前条の目的を達成するために、次の事業を行う。

- (1) 各種研修活動
- (2) 各種販売促進活動
- (3) 経験交流や情報提供などの支援活動
- (4) 会員の事業拡大・安定に資するための研究・調査
- (5) その他

第4条(会員)

会員は共栄火災の代理店で共栄プロクラブの趣旨および共栄火災の会社政策・方針・理念に賛同し、研修活動や組織体運営に積極的に参加するとともに、スキルアップ・体制整備等に前向きに取組み、自立ならびに事業拡大を目指す代理店で、運営細則に定める共栄プロクラブの加入条件を満たすとともに、本部において入会を認められた代理店とする。

プロ代理店の定義

以下の項目を極め、現状に甘んずることなく、常にお客様からの信頼を勝ち得る努力を絶やさぬ代理店。

<事業>

永続的な事業。

・事業の継続はお客様のため。そして従業員・家族のため、何時いかなる時でも安定した収入を確保している。

<信頼の裏付けとなるスキル>

付加価値を提供できるスキル。

・保険に限らない知識を付加価値としてお客様に提供している。
※スキルとは知識を有効に活用できる能力。

<モチベーション>

飽くことを知らない探究心。

・明確な目標を持ち、新しいことにチャレンジしている。

<社会貢献>

地域から愛される。

・保険に限らず、地域社会との交流を通じて、常に身近な存在として貢献している。

2. 活動方針「基本コンセプト：KPCネクスト30」

- 2018年度に、共栄プロクラブは誕生20周年を迎え、30周年に向けてさらなる発展を全会員が目指します。
- 次の10年に向けた基本コンセプトである「KPCネクスト30」に基づき、KPC組織の永続的な発展に向けて取組みを策定します。

基本コンセプト「KPCネクスト30」

取組み内容

①事業量拡大

- ・ 主力商品である自動車保険新規推進。お客様のニーズに合った自動車保険の特約推進
- ・ 中小企業マーケット開拓。業務災害・商売の達人を中心とした新種提案
- ・ 募集者向け提案書「KYOEI's STRONG POINT」の活用による強みの明確化→他社奪取推進
- ・ 火災保険安心補償提案（リスク割引活用による他社奪取・地震・家財・水災未付保補償・休業補償提案）
- ・ 研修生「業容拡大コース」の活用による基盤拡大

②会員拡大

- ・ 会員拡大運動500の推進
- ・ 研修生「新プロコース」を活用した次世代プロ専門代理店の育成

③高齢化による後継者対策・事業承継

- ・ 事業承継に関する研修の開催、研修メニューの提供
- ・ 研修生「後継者養成コース」の活用

④体制整備

- ・ 2026年度から運用される「代理店業務品質評価制度」に備えた体制構築に向けた取組み
- ・ 顧客本位の業務運営に関する取組方針（FD宣言）の策定に向けた取組み
- ・ KPCネットワークの立上げ
- ・ BCP策定および事業継続力強化計画認定
- ・ 共栄火災マイページ推進
- ・ 代理店ホームページの作成
- ・ デジタル等を活用した事務効率化（フリート更改支援システム代理店提供、ネット口座振替、ダイレクト計上、デイリー精算、ペーパーレス手続き）
- ・ 代理店事業計画策定による戦略的営業推進と個人能力に頼らない組織づくり

New!

目指していく方向性

お客様

- 中小企業マーケットへのリスクマネジメント
- 新規顧客マーケットの拡大
- 既存顧客のグリップ強化
- 社会貢献・地域貢献
- 事務効率化による顧客対応力アップ

代理店組織

- 顧客本位の業務運営
- 多種目販売・生損併売（クロスセル）
- 後継者対策・人材採用・育成
- デジタル等を活用した事務効率化
- 事業継続計画（BCP）
- 地域貢献、組織作り、SDGs

3. 2025年度 共栄プロクラブスローガン・基本方針

事業計画策定に向けたアンケートの結果、87.5%の方が「現在のスローガンのままが好ましい」と回答されました。
アンケートの結果をもとに、2025年度も現在と同じスローガンを提示いたします。

1. スローガン案（2025年度）

繋ごう伝統、
そして未来へ前進！ KPC
～仲間と歩む 深化と進化～

＜アンケートよりいただいたご意見＞

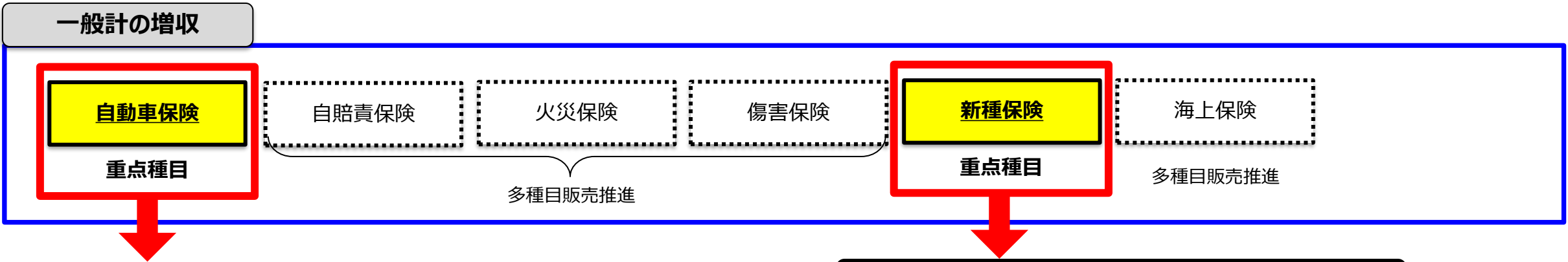
- 会長ごと作成するのが良い。
- 大変かと思いますが、複数案を準備いただき選択できれば。
- 現在のスローガンでもよいが、池田会長の思いがあるのならば組み入れた新しいスローガンの設定も良いと思う。
- 事前に3か年統一スローガン等としていなければスローガンは変更したほうが望ましいと思われます。ただし現スローガンは秀逸で無理やり変える必要はないと考えます。変えない理由を探したほうが良いと思います。

2. 基本方針

- (1) 共栄プロクラブの全会員が組織の理念を理解し、共栄火災との強いパートナーシップを発揮しながら、組織事業量の拡大を目指し、共栄プロクラブの存在感を高める。
- (2) 共栄プロクラブが未来へ向けて永続的に発展し続けるために、常に高い目標に挑戦し続ける。
- (3) 新たな仲間を増やし、会員同士の相互研鑽をしながら、成長を続ける組織を目指す。
- (4) 研修活動の実践によるスキルアップにより品質を高め、お客様に安心と安全を提供し、地域や社会に貢献するべく保険の普及を図る。

販促活動計画

共栄プロクラブ事業量拡大



自動車保険の増収・保有維持

国内新車販売 2024年は前年割れ

- 2024年の国内新車販売は前年比7%減の約442万台で、2年ぶりのマイナスとなっています。認証不正問題でダイハツ、トヨタ、マツダが生産停止としたことが大きく影響しています。
- 今後について自販連では「法規制への対応が進んでいることや新車の投入効果もあり、年末にかけて販売が回復していくのではないかとみています。
- 自動車保険は共栄プロクラブにおける収益の柱であり、引き続き保険料の増収および保有台数の維持を目指します。

<2024年度3月末 共栄プロクラブ自動車NF計実績>

保険料：約129億円、増率：+3.7%

★一般計に占める割合：43.4%
(件数：約17万9千件)

新種保険（中小企業マーケット開拓）の増収

新種保険の潜在市場 約6,820億円！！

- 中小企業は全国に約336万社あり、新たなリスクに対する新種保険のマーケットの潜在性も大きいと考えられ、その規模は約6,820億円に上ります（出所：経済センサス－活動調査）。
- 収益性の高い「その他新種」にて増収を確保して、自動車保険に次ぐ収益の柱を構築していくため、引き続き、新種保険の増収を目指します。

<2024年度3月末 共栄プロクラブ新種計実績>

保険料：約30億円、増率：+9.5%

★一般計に占める割合：10.0%

自動車保険の取組み

<新規推進>

- 募集者向け提案書「KYOEI's Strong Point」によって共栄火災商品の強みを再確認いただき、さらなる新規獲得を目指します。
- 免許返納等による解約のマイナスを新規でカバーし、現状の保有維持を目指します。
- 既存法人顧客への多種目推進、および中小企業マーケット開拓（白地開拓）において、お客様に見直し提案を行いフリート新規契約の獲得を目指します。

<継続推進>

- お客様のニーズに合った補償のグレードアップ提案を取り組みます。

共栄火災「ノンフリート契約」の強み

①	充実の割引制度 ◎ 20等級かつ無事故の優良契約者には長期優良契約割引を適用！ ◎ ノンフリート多数契約割引は適用範囲が広く、様々な契約形態に対応！
②	分かりやすい契約方法 ◎ 契約時に使用目的（日常レジャー・通勤通学・業務）を問いません！
③	ニーズに応える補償・サービス ◎ 対物超過修理費用補償特約の対象は「相手財物全般」・「支払限度額100万円」！ ◎ あおり運転が社会問題化したことを受け、人身傷害の補償を拡大！ ◎ 弁護士費用等補償特約は、1台への付帯で全車両カバー！ ◎ 利便性の高い代車費用補償の支払保険金算出方法！ ◎ 事故発生時にお客さまの満足度を高める「ALSOK現場急行サービス」！ ◎ 雪道スタックまでも対応する充実のロードサービス！ ◎ 助っ人くん・ワイドで宿泊費用や帰宅費用も充実サポート！

共栄火災「フリート契約」の強み

①	各種保険料軽減プランが充実 ◎ 運転者の範囲を限定する特約のセットで保険料を軽減化！ ◎ 安全運転の取組みを支援する割引制度！
②	補償内容・ロードサービスが高水準 ◎ 弁護士費用補償特約は明細1台のセットで全車両カバー！ ◎ 大型車の車両搬送等費用100万円まで補償！
③	安全防災支援が高水準 ◎ 共栄火災の優良割引率（全国平均）は63.0%！ ◎ 充実した安全防災支援が事故防止・保険金削減に貢献！

新種保険の取組み

- <新規推進>
- 業務災害補償保険・商売の達人に加え、2025年4月から販売開始となる全中会「ビジネス総合保険制度」を中心とした提案活動を行い、さらなる新規獲得を目指します。
 - 2024年度に引き続き、中小企業マーケット開拓セミナーを開催し、中小企業マーケット開拓に必要な商品知識・周辺知識・法律関係等を学び、第2の収益の柱となるように新たなビジネスモデルの構築に取り組めます。
- <継続推進>
- 使用者賠・雇用慣行賠・サイバーリスクの補償追加、労災総合から業務災害への切替など、お客様のニーズに合った補償のグレードアップ提案を取り組みます。

共栄火災「全中会業務災害補償保険」の強み

①	低廉な保険料を実現 ◎業種を問わず、売上高1億円以下に価格優位性あり！
②	豊富な販売支援策を用意 ◎専用パンフレット・チラシなどに加え、協同組合向けWEBセミナーも用意！
③	特色あるマーケットの提供が可能 ◎協同組合・共同組織諸団体との深い関係から全国会員を開拓！

共栄火災「商売の達人」の強み

①	1枚の申込書・1枚の証券で 様々なリスクを包括補償 ◎事業者を取り巻くさまざまな賠償責任リスクや各種費用を包括補償！ ◎契約手続きや保険料算出が簡単！
②	保険料割引制度が充実 ◎継続契約より、事故がなかった場合には保険料を軽減！ ◎リスクに応じた割引制度！
③	豊富な販売支援ツールを用意 ◎専用パンフレットは業種別のチラシに加え、リスク対策サイトを用意！

5. 事業量目標

一般計事業量目標（種目別）

			① 2024年度 実績	② 2025年度 大口増減	③ 2025年度 基礎数字 (①＋②)
自 動 車	ノンフリ	新 規	1,335,782		1,335,782
		継続・他	11,600,923		11,600,923
		計	12,936,705	0	12,936,705
	フリート	新 規	331,520		331,520
		継続・他	3,158,062		3,158,062
		計	3,489,582	0	3,489,582
	計		16,426,288	0	16,426,288
自 賠 責			950,203		950,203
火 災	一般火災	新 規	276,518		276,518
		継続・他	3,288,932		3,288,932
		計	3,565,450	0	3,565,450
	長火一括	新 規	169,133		169,133
		継続・他	1,775,205		1,775,205
		計	1,944,338	0	1,944,338
	長火分割	新 規	232,330		232,330
		継続・他	2,308,318		2,308,318
		計	2,540,649	0	2,540,649
	長期火災計		4,484,987	0	4,484,987
傷 害 新 種	傷 害	新 規	96,226		96,226
		継続・他	891,389		891,389
		計	987,615	0	987,615
	新 種	新 規	361,408		361,408
		継続・他	2,636,052	▲ 158,330	2,477,722
		計	2,997,460	▲ 158,330	2,839,130
海 上 計			421,121		421,121
一 般 計			29,833,123	▲ 158,330	29,674,793

(単位：千円)

④ 目標増率	⑤ 2025年度 事業量目標（案）	⑥ 目標増収額 (⑥－③)
1.1%	1,351,000	15,218
2.8%	11,930,600	329,677
2.7%	13,281,600	344,895
5.2%	348,800	17,280
1.5%	3,204,200	46,138
1.8%	3,553,000	63,418
2.5%	16,834,600	408,312
▲1.3%	937,600	▲ 12,603
5.6%	292,000	15,482
3.7%	3,412,000	123,068
3.9%	3,704,000	138,550
5.7%	178,800	9,667
3.1%	1,830,800	55,595
3.4%	2,009,600	65,262
6.7%	247,900	15,570
2.0%	2,354,200	45,882
2.4%	2,602,100	61,451
2.8%	4,611,700	126,713
3.5%	99,600	3,374
0.0%	891,700	311
0.4%	991,300	3,685
2.6%	370,700	9,292
8.2%	2,680,000	202,278
7.5%	3,050,700	211,570
0.3%	422,200	1,079
3.0%	30,552,100	877,307

KPC目標増率は
会社増率＋0.1%とします
※会社増率：2.9%（暫定）

なお、4月30日の常務会にて
会社増率は2.6%となりましたので、
KPC目標増率は2.7%となります。

一般計

●共栄プロクラブ計

【保険料】一般計：305億52,100千円 増率3.0% 増収額：+8億77,307千円

＜種目毎の内訳＞ (単位：千円)

種目	事業量目標（案）	策定根拠
ノンフリート	13,281,600	前年実績の維持＋料率改定効果＋他社奪取による新規維持＋特約付帯推進（継続での増収）＋会員拡大による増収
フリート	3,553,000	前年実績の維持＋料率改定効果＋会員拡大による増収
自賠償	937,600	前年実績の維持＋会員拡大による増収－改定影響
一般火災	3,704,000	前年実績の維持＋料率改定効果＋会員拡大による増収
長期火災	4,611,700	前年実績の維持＋料率改定効果＋会員拡大による増収
傷害	991,300	前年実績の維持＋参考純率改定＋会員拡大による増収
新種	3,050,700	前年実績の維持＋中小企業マーケット推進（全中会「ビジネス総合保険制度」新規参入等）＋会員拡大による増収
海上	422,200	前年実績の維持＋会員拡大による増収

＜参考＞一般計 増率推移 (単位：千円)

年度	実績	前年実績	対前年 増収額	増率	備考
2021年度	27,242,952	27,231,836	11,116	0.0%	
2022年度	28,091,449	27,253,904	837,545	3.1%	長火一括年換算導入
2023年度	28,596,262	27,638,144	958,118	3.5%	
2024年度	29,833,123	27,903,441	1,929,682	6.9%	

自動車ノンフリート計【保険料】

●共栄プロクラブ計
【保険料】ノンフリート計:132億81,600千円 増率:2.7% 増収額: + 3億44,895千円

	基礎数字	増率	事業量目標	策定根拠
自動車 N F 新規	1,355,782千円	1.1%	1,351,000千円	前年実績の維持 + 料率改定効果 + 他社奪取による新規獲得 + 会員拡大による増収
自動車 N F 継続	11,600,923千円	2.8%	11,930,600千円	継続契約の確保 + 料率改定効果 + 補償アップ提案(特約付帯推進) + 会員拡大による増収
合計	12,936,705千円	2.7%	13,281,600千円	

増収額 : + 3億44,895千円

施策目標額（既存会員） : 299,741千円
会員拡大による増収額 : 45,192千円
※施策目標額（既存会員）には料率改定効果を含みます。

<参考> 自動車NF計 増率推移 (単位 : 千円、%)

	新規			継続・他			計		
	当年実績	前年実績	増率	当年実績	前年実績	増率	当年実績	前年実績	増率
2021年度	1,212,190	1,257,563	▲ 3.6	11,153,653	11,048,746	0.9	12,365,843	12,306,309	0.5
2022年度	1,210,458	1,295,259	▲ 6.5	11,319,260	11,171,841	1.3	12,529,718	12,467,100	0.5
2023年度	1,263,328	1,244,637	1.5	11,497,008	11,272,314	2.0	12,760,336	12,516,951	1.9
2024年度	1,335,782	1,273,528	4.9	11,600,923	11,203,973	3.5	12,936,705	12,477,501	3.7

自動車NF計 施策目標額

【自動車NF計 目標増率】 2.7%

【代車費用に関する特約の推進について】

- 昨年度に引き続き、補償範囲の広い「代車費用補償特約」を優先しておすすめします。
- 「車両搬送時代車費用補償特約」を付帯されているお客様には、「代車費用補償特約」への切替をおすすめします。
- 低廉な保険料を希望されるお客様には、車両搬送時に限定した補償であることをご理解いただき、「車両搬送時代車費用補償特約」を付帯します。

<車両搬送時代車費用補償特約と代車費用補償特約の違い>

対象:○ 対象外:×

特約名称	補償範囲					ALSOK 現場急行サービス	基準日額
	レッカー搬送あり		レッカー搬送なし		盗難		
	事故	故障損害・走行障害	事故	故障損害・走行障害			
車両搬送時代車費用補償特約	○	○	×	×	○	×	5,000円
代車費用補償特約	○	○	○	×	○	○ (KAPくるまるのみ)	5,000円 7,000円 10,000円 15,000円

※ミラーが故障により開かなくなる等、法令により走行が禁じられた状態で自力走行不能となった場合は、代車費用補償特約の対象となります。

【目標付帯率について】

- 代車費用補償特約の目標付帯率を「30.3%」とし、車両搬送時代車費用補償特約と併せ、代車費用に関する特約付帯率「72.0%」を目指します。

	① 当年付帯率 (3月末)	③ 2025年度 目標付帯率	④(③-①) 増減	(参考) 2024年度 目標付帯率
車両搬送時代車費用特約	41.7%	41.7%	0.0%	33.0%
代車費用特約	26.3%	30.3%	4.0%	30.0%

自動車NF計 施策目標額

【自動車NF計 目標増率】 2.7%

＜施策目標額＞

- 共栄プロクラブにおける収益の柱である自動車NF増収に向けて、前年新規の維持および特約付帯推進による単価アップ（継続での増収）に取り組み、**58,500千円**を施策目標額とします。

【自動車NF新規 施策目標額】 前年新規の維持（他社奪取による新規獲得）
【自動車NF継続 施策目標額】 58,500千円 **【5特約目標合計付帯率：154.0%】**

（単位：件、千円）

	① 当年付帯率 (3月末)	② 前年付帯率 (3月末)	(参考) 2024年度 目標付帯率	③ 2025年度 目標付帯率	④(③-①) 増減	⑤ 2024年度 自動車NF(台数) (3月末)	⑥(④×⑤) 2025年度 目標付帯増件数	⑦ 単価	⑧(⑥×⑦) 施策目標額
車両搬送時代車費用特約	41.7%	32.7%	33.0%	41.7%	0.0%	NF計 178,734件	0	1.9	0
代車費用特約	26.3%	24.1%	30.0%	30.3%	4.0%		7,149	7.1	50,760
弁護士費用特約	48.0%	47.1%	48.0%	48.5%	0.5%		894	3.7	3,271
日常生活個人賠特約	26.7%	26.4%	27.0%	27.5%	0.8%	くるまる計	1,128	1.8	2,030
自転車傷害特約	5.3%	5.4%	6.0%	6.0%	0.7%	140,994件	987	2.5	2,477
			144.0%	154.0%			10,158		58,539

＜各特約の付帯率算出上の分母＞

- ・ 車両搬送時代車費用補償特約：NF計
- ・ 代車費用補償特約：NF計
- ・ 弁護士費用等補償特約：NF計
- ・ 日常生活個人賠償責任補償特約：くるまる
- ・ 自転車傷害補償特約：くるまる

新種計【保険料】

●共栄プロクラブ計
【保険料】新種計:30億50,700千円 増率:7.5% 増収額: + 2億11,570千円

	基礎数字	増率	事業量目標	策定根拠
新種新規	361,408千円	2.6%	370,700千円	前年実績の維持 + 中小企業マーケット推進 + 会員拡大による増収
新種継続	2,477,722千円	8.2%	2,680,000千円	継続契約の確保 + 補償アップ提案 + 会員拡大による増収
合計	2,839,130千円	7.5%	3,050,700千円	

➡ 増収額 : +2億11,570千円

施策目標額（既存会員）：191,800千円
会員拡大による増収：19,793千円

<参考> 新種計 増率推移

	新規			継続・他			計		
	当年実績	前年実績	増率	当年実績	前年実績	増率	当年実績	前年実績	増率
2021年度	286,979	357,527	▲ 19.7	2,366,716	2,149,990	10.1	2,653,695	2,507,517	5.8
2022年度	339,852	319,964	6.2	2,447,595	2,360,702	3.7	2,787,447	2,680,666	4.0
2023年度	361,292	345,866	4.5	2,477,343	2,396,960	3.4	2,838,635	2,742,826	3.5
2024年度	361,408	370,793	▲ 2.5	2,636,052	2,365,561	11.4	2,997,460	2,736,354	9.5

新種計 施策目標額

【新種計 目標増率】 7.5%

【新規】業務災害・商売の達人 提案活動の取組み

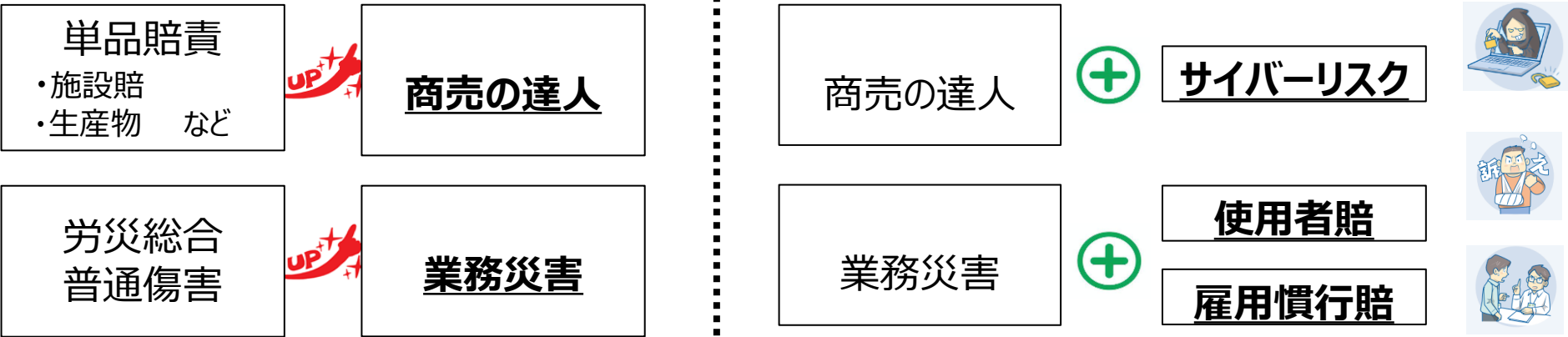
1会員あたり1,100千円の新規獲得を目標に取り組みます。(単位：千円、件)

	1会員当たり新規目標			② 会員数 (3月末)	2025年度目標
	A 1件当たり 平均保険料	B 新規件数 目標	①1会員当たり 新規目標 (A×B)		新規目標額 (①×②)
業務災害補償保険（全中会制度を含む）	190	2	380	337	128,060
商売の達人（全中会制度「ビジネス総合保険制度」を含む）	180	4	720		242,640
合計	-	6	1,100		370,700

【継続】補償拡大推進の取組み

継続契約の確保と補償拡大の推進により、前年実績の約90%確保を目指します。

【補償拡大の推進例】



生保個人新規計

- 共栄プロクラブ計（X30）：会員数×800千円
- 会員：1会員当たり 800千円

※生保委託の無い準会員数を除きます。

※事業量目標達成に向けて、生保稼働率のアップを目指します。

6. 会員拡大 ～会員拡大運動500～

- 目標会員数「500会員」は、2024年4月の第30回理事会において、達成時期を「2030年度」に見直しました。
- 2024年度は各支部＋1会員を目標としましたが、2023年度末に17会員が退会となり、4月入会と期中入会をあわせても、3月始において342会員となり、2024年度の360会員には▲18会員となっています。
- 引き続き新たな入会見込み先発掘に向けて、代理店様のご紹介をお願いいたします。

【支部別目標会員数】

(※2023年度の2024年1月末の会員数をベースにしています)

支部名	2023 年度※	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度	2030 年度	2023年度 対比
(本店)	5	5	5	5	5	5	5	5	0
京浜	29	30	31	32	33	34	35	36	7
中央	20	21	22	23	24	25	26	26	6
東関東	16	17	18	19	20	21	22	24	8
甲信	12	13	14	15	16	17	18	19	7
北海道	25	26	27	28	29	30	31	32	7
東北	22	23	24	25	26	27	28	29	7
北東北	15	16	17	19	21	23	25	26	11
富山	12	13	14	16	18	20	22	23	11
北陸	16	17	18	19	20	21	22	24	8
静岡	15	16	18	20	22	23	24	25	10
中京	22	23	24	25	26	27	28	30	8
大阪	17	18	20	22	23	25	27	28	11
神戸	12	13	14	15	16	17	18	20	8
関西	13	14	15	16	17	18	19	21	8
中国	28	29	30	31	32	33	34	34	6
四国	19	20	22	23	25	26	28	30	11
九州	30	31	34	36	38	41	44	46	16
南九州	14	15	16	17	18	19	20	22	8
合計	342	360	383	406	429	452	476	500	158
前年対比		+18	+23	+23	+23	+23	+24	+24	

【2024年度目標対比】

2024年度始 会員数	2024年度 期中入会	2025年3月 始会員数	対2024年度 目標
5		5	0
28	6	34	4
18	1	19	▲ 2
16	1	17	0
12	1	13	0
24		24	▲ 2
22		22	▲ 1
14		14	▲ 2
12		12	▲ 1
15		15	▲ 2
15		15	▲ 1
18		18	▲ 5
17	1	18	0
12		12	▲ 1
13	1	14	0
28		28	▲ 1
18		18	▲ 2
29	1	30	▲ 1
14		14	▲ 1
330	12	342	▲ 18

研修活動計画

7. 2025年度研修体系

- 2025年度の研修体系は以下の通り提示します。

研修体系全体概要

1. 本部研修の実施

- ・ 経営理念・経営計画・事業計画策定等の経営力・組織力アップ研修および中小企業マーケット開拓研修 等
- 中小企業マーケット開拓セミナー（新種保険を中心として年4回実施）
- 未来塾（外部講師による経験談を踏まえた取組み紹介等として、年1回実施）

2. 支部研修の実施

- ・ BCP策定、お客様接点強化、業界動向、周辺知識習得、商品知識向上、事務スキルアップ、生損クロスセル等の販売力アップ 等

3. 募集人のスキルアップ支援

- ・ 損害保険トータルプランナー資格取得を目指した損害保険大学課程コンサルティングコース受講料補助、通信研修の受講料補助

4. 特級代理店セミナーに協賛した研修実施

- ・ 研修プログラム・研修講師の検討



魅力的な代理店づくり、人財育成

高齢化に向けて

- 10年後（2034年度）のKPC会員の代理店主平均年齢は、下表のとおり「69.0歳」となっています。
- 共栄火災では、「お客様本位の業務運営方針」に基づき、代理店における適切な業務運営のための体制整備への指導・支援に取り組んでおり、その1つとして事業承継・受皿対策の支援を行っております。
- 共栄プロクラブとしても、組織の永続的な発展および後継者対策・事業承継について取組みを行い、研修生制度（後継者養成コース・業容拡大コース）の戦略的活用による後継者育成、また、支部研修メニューには、事業承継をテーマとした本部推奨外部講師メニューを掲載します。

10年後の店主平均年齢

支部	店主年齢平均 (2024年度始時点)	10年後の 店主年齢平均 (2034年度始時点)
本店	62.2	72.2
京浜	58.7	68.7
中央	58.5	68.5
東関東	57.9	67.9
甲信	53.5	63.5
北海道	59.0	69.0
東北	59.1	69.1
北東北	66.4	76.4
富山	56.3	66.3
北陸	59.5	69.5
静岡	57.5	67.5
中京	60.6	70.6
大阪	61.2	71.2
神戸	58.6	68.6
関西	61.6	71.6
中国	57.3	67.3
四国	61.2	71.2
九州	56.3	66.3
南九州	60.2	70.2
合計 (除く本店)	59.0	69.0

・10年後の店主平均年齢はこのまま推移すると69.0歳になります。
・現状のままで世代交代が進むことは想定されますが、KPCとしての支援策を引き続き検討していきます。

事業承継対策の基本ガイド

- 2021年7月に事業承継の方向性について検討を開始いただく際の支援ツールとして「事業承継対策の基本ガイド」をリリースしています。
- お客さまへの安心の提供、従業員の雇用維持、代理店事業を継続・発展させていくために、次世代へスムーズに「事業承継」を進めることが求められています。事業承継の方向性について検討を開始される際にはぜひ本ツールをご活用ください。
- ツールの詳細やご提供については、営業店までお申し付けください。



研修生制度の戦略的活用

- 大手社の直資代理店使用人化や合併・廃業（M&A）施策に不満を持つ他社代理店（使用人）の選定
- 損保マーケットを多く持つ方々の研修生採用（※）
- 研修期間終了後のさらなる育成による代理店事業規模拡大

※採用にあたっては保有マーケット規模・増収見込・年齢等の採用基準がございますので、事前に営業店へご相談ください。

体制整備支援に向けた研修メニュー

本部研修

●未来塾＜2024年度 講師＞
のぞみ総合法律事務所 パートナー弁護士 吉田 桂公 氏



●未来塾＜2025年度 講師候補（案）＞
講師の選定については、8月の研修部会にてカリキュラムを議論のうえ決定します。

ご意見・ご感想（未来塾アンケートより）

- 講師の歯切れも良く聞きやすかったです。代理店としてどうしていけば良いか、今後も情報提供をお願いしたい。
- 待った無しの制度改革に対して、如何に対応すべきか、また、向き合う姿勢を的確に表現していただき非常に参考となりました。
- 「最善利益義務」という言葉が非常に残りました。顧客の立場に立って保険を推進してきましたが、今後さらに業務の向上に向けて取り組まなければならないと思いました。
- 真のお困りごとを捉えることの大切さ、とても納得しました。取り組みを前向きに捉えるという言葉、しっかりと心に留めておこうと思います。

支部研修

講師	テーマ
社会保険労務士すずき事務所 鈴木 かおり	保険業法改正をふまえ～保険代理店経営に求められる労務管理とは
森・濱田松本法律事務所 足立 格	保険募集規制の最新動向 ・改正保険業法と改正保険監督指針～保険商品・販売における新規制の重要ポイント～
NPO法人 日本リスクマネジャー & コンサルタント協会 松本 一成	保険業界におけるリスクマネジメントの必要性と対応～顧客本位の業務運営と法人マーケットでの強み構築～
のぞみ総合法律事務所 吉田 桂公	最近の金融庁の方針等を踏まえた保険代理店の態勢整備の進め方

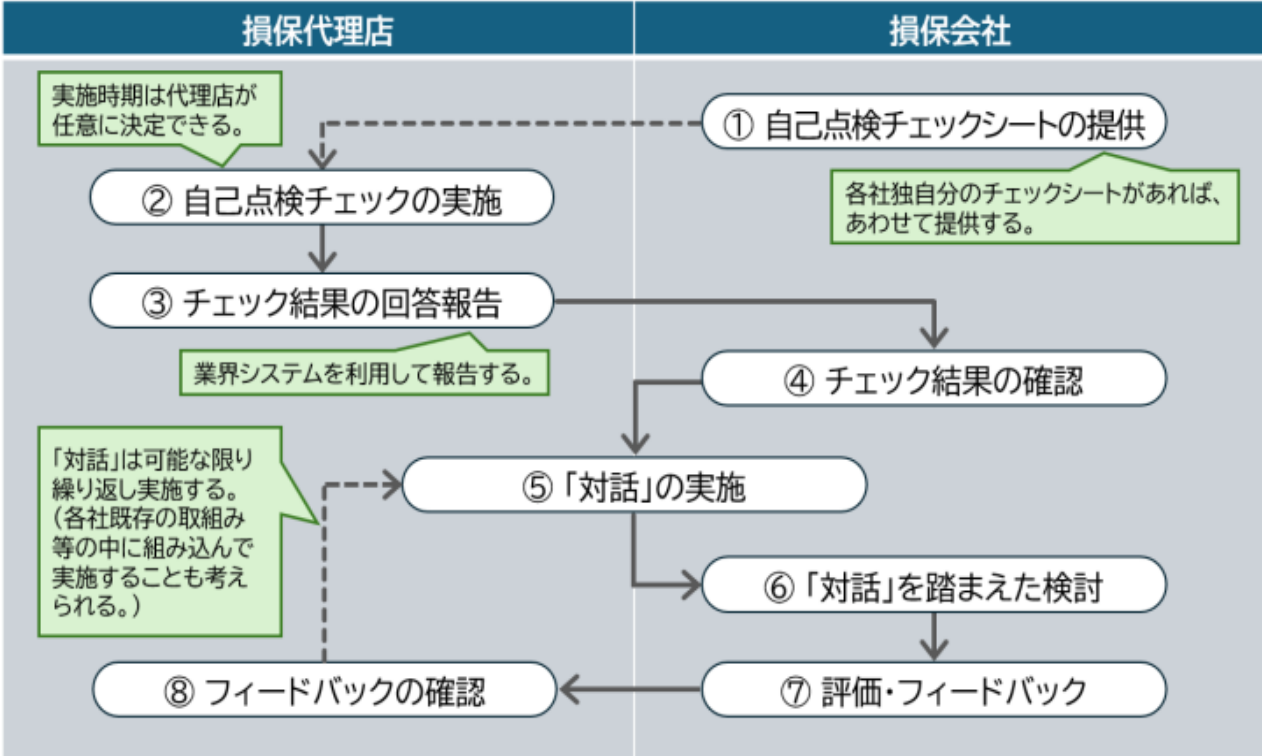
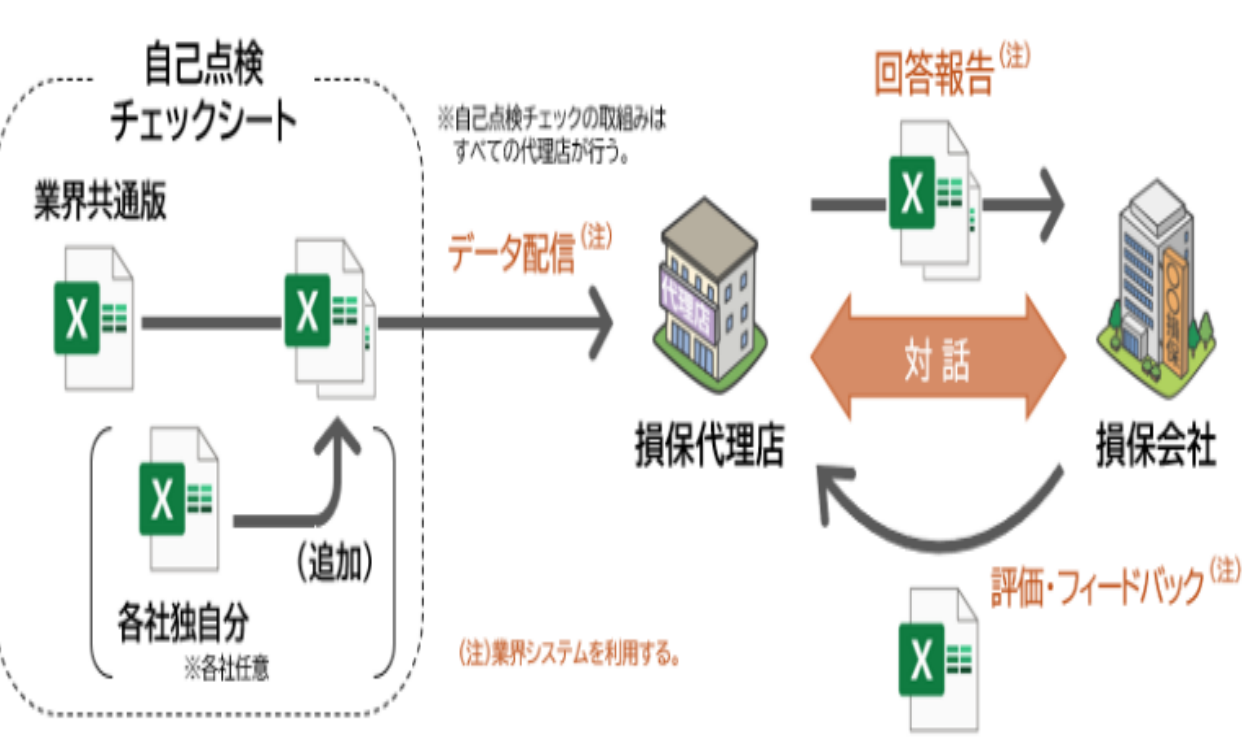
※詳細は、別冊研修体系を参照

その他

➤ BCPマニュアル・ツール・動画・ホームページ作成支援

代理店業務品質評価制度とは？

- 顧客本位の業務運営の徹底の観点で、すべての顧客にとって適切な営業活動が行われるよう策定される予定の、「業界共通」の評価基準です。
- 2025年3月末時点の制度イメージ図は以下の通りです。（『自己点検チェックの取組み』の手引き」より抜粋）



※業界システムは2026年度の本格運用開始に向けて開発予定です。

代理店業務品質評価制度とは？

- 対象代理店は以下の通り、すべての代理店が対象となる予定です。
(代理店業務品質評価に関する第三者検討会（第1回）資料より抜粋)

対象代理店	評価基準	評価の主体	備考
大規模代理店 （保険業法施行規則 236条の2に規定 する規模が大きい 特定保険募集人）	共通基準 （「評価指針」 に基づく運用）	評議会 （第三者機関）	✓ オフサイト評価を中心としつつ、 より厳格な体制整備等が求められる 代理店（要件は別途整理）については オンサイト評価を実施する。 ✓ 対象先は、大規模代理店を中心に、 自己点検チェック結果や外部等からの 情報提供に基づいて、リスクベースで 抽出する（大規模代理店に限定しない）。
すべての代理店 ◆自己点検チェック（既存 の取組み）を求める。 ◆この実効性向上のため、 新たに業界システムを 構築して管理する。		保険会社	✓ 代理店による自己点検チェック結果を 保険会社が確認し、指導等に役立てる。 ✓ 損保協会でも自己点検チェック結果を フォローアップし、第三者評価の制度 運営に活用する。

代理店業務品質評価制度とは？

- 2026年度から本格運用予定であり、「代理店業務品質に関する評価指針」が公開された状況です。

検討状況

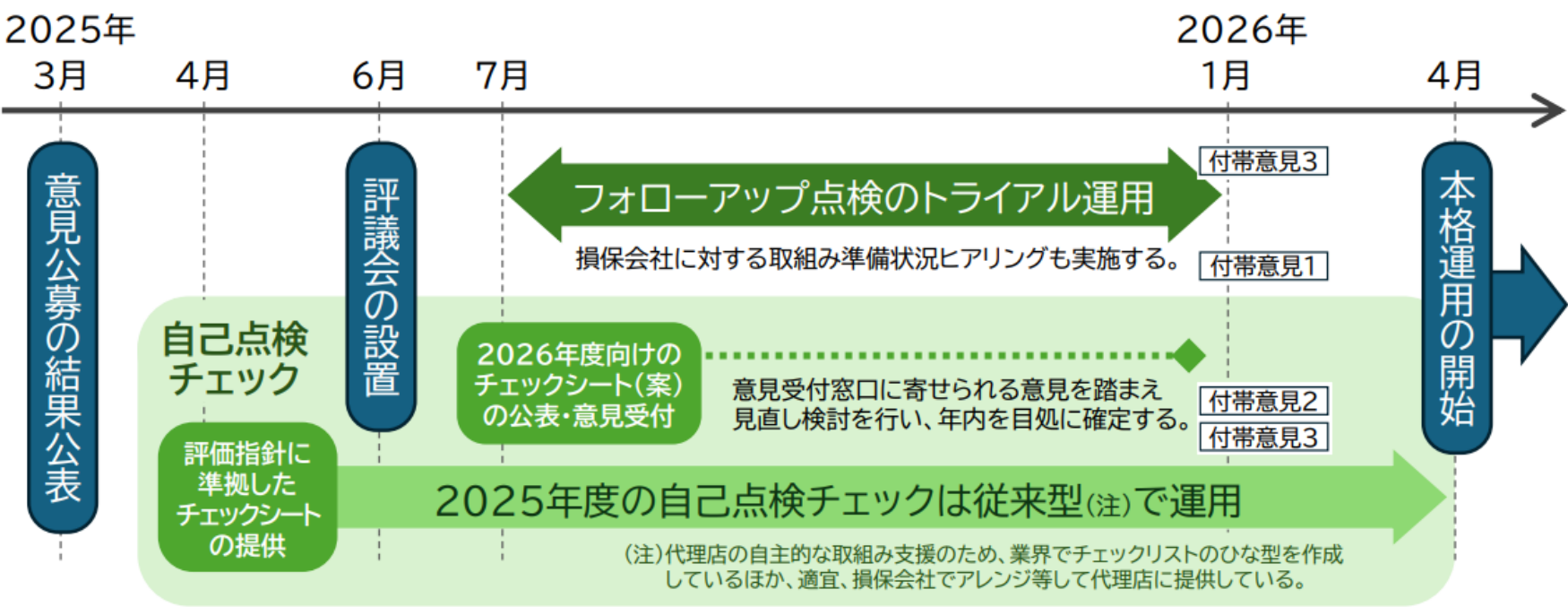
年月	回数	主な検討内容
2024年9月	第1回(9月25日)	評価制度の全体像(評価基準・制度運営の概要)の検討
2024年10月	第2回(10月21日)	評価基準の検討(項目の確定、指標の検討①)
2024年11月	第3回(11月13日)	評価基準の検討(指標の検討②、その他)
2024年12月	第4回(12月9日)	「評価指針」案の取りまとめ
2025年1月	パブリックコメント	「評価指針」案に関するパブリックコメント実施
2025年1月	第5回(1月30日)	損保会社の代理店指導等の実効性向上に向けた取組みについて
2025年3月	第6回(3月3日)	パブリックコメントを踏まえ「評価指針を確定」
2025年3月	指針等公開(3月28日)	「代理店業務品質に関する評価指針」等を公開
2025年7月～ 2026年1月	フォローアップ点検のトライアル運用	
2026年4月～	本格運用予定	

- 現時点で確定しているものではなく、今後の決定事項に対応して、適宜情報発信・研修実施を検討していきます。

代理店業務品質評価制度とは？

● 今後の対応スケジュールイメージは以下の通りです。（代理店業務品質評価に関する第三者検討会（第6回）資料より抜粋）

- ◆ 「代理店業務品質に関する評価指針」に基づく業務品質評価運営は、2026年度からの本格運用を予定している。
- ◆ 2025年度は、第三者検討会の付帯意見（別紙）に沿って、主に次の対応を行う。
 - ー 2025年6月を目処に代理店業務品質評議会を設置して、制度運営に関する実務的事項を整備するとともに、損保会社の取組み準備状況を確認する。（「付帯意見1」関係）
 - ー トライアル運用の状況等を踏まえ、評価指針について必要な改定を行う。（「付帯意見3」関係）



11. 顧客本位の業務運営に関する取組方針（FD宣言）策定の取組み

FD宣言とは？

④体制整備

- 平成29年に金融庁が発表した「**顧客本位の業務運営に関する原則**」において、「顧客本位の業務運営に関する方針」の策定・公表等について以下のように記載されています。

原則1.金融事業者は、**顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表**するとともに、当該方針に係る**取組状況を定期的に公表**すべきである。
当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。

業界情勢

- 2022年12月「金融審議会 市場制度ワーキング・グループ 顧客本位タスクフォース中間報告」にて、『「原則」（※「顧客本位の業務運営に関する原則」）を採択していない、あるいは、**方針（※顧客本位の業務運営に関する取組方針、FD宣言）**等を公表していない金融事業者も多く存在しており、取組みは「道半ば」の状況にある』とされています。
- また、2024年11月1日に施行された「金融商品取引法等の一部を改正する法律」にて、金融サービスを提供する事業者に対して、横断的に顧客等の最善の利益を勘案しつつ顧客等に対して誠実かつ公正に業務を遂行する義務（**= 最善利益義務**）が新設されました。

※フィデューシャリーデューティー・・・顧客本位の業務運営

金融事業者リスト

- FD宣言を公表した金融事業者は、金融庁HPの「金融事業者リスト」に掲載を希望することができます。リストのリンクは以下の通りです。
<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

④体制整備

FD宣言を策定する目的

顧客の最善利益を実現する

- FD宣言で定めた行動を徹底し、顧客の最善の利益の実現を目指します。
- 顧客の最善利益を常に考え、定期的に策定内容を見直します。

自社が大切にしたいことを明確にする

- 顧客目線、従業員目線で自社の取組方針を考えることで、自社の価値観を明確にします。
- 業界全体の画一的な指標を目指すのではなく、独自の方針を策定することで、自社の原点に立ち返ります。

従業員の目指す先を示す

- 顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定することで、従業員が目指すべき姿も明確に示します。
- 顧客本位の業務運営を行っている従業員を表彰する等、従業員の取組を促進します。

お客様から選ばれる代理店となる

- 顧客の最善利益を実現することで、顧客へ貢献し、感謝され、選ばれる代理店を目指します。
- 最善利益義務の遵守を前向きに捉え、代理店としての価値の向上を図ります。

共栄プロクラブにおけるFD宣言の取組み

- 共栄プロクラブでは、「お客様から選ばれるプロ代理店として地域に密着した保険の普及活動を通して社会貢献を果すとともに、会員の保険事業の拡大・安定を図ること」を目的に掲げています。
- **昨今の業界情勢を踏まえ、「顧客の最善の利益」を実現するため、共栄プロクラブ会員の「FD宣言」策定・公表を支援いたします。**

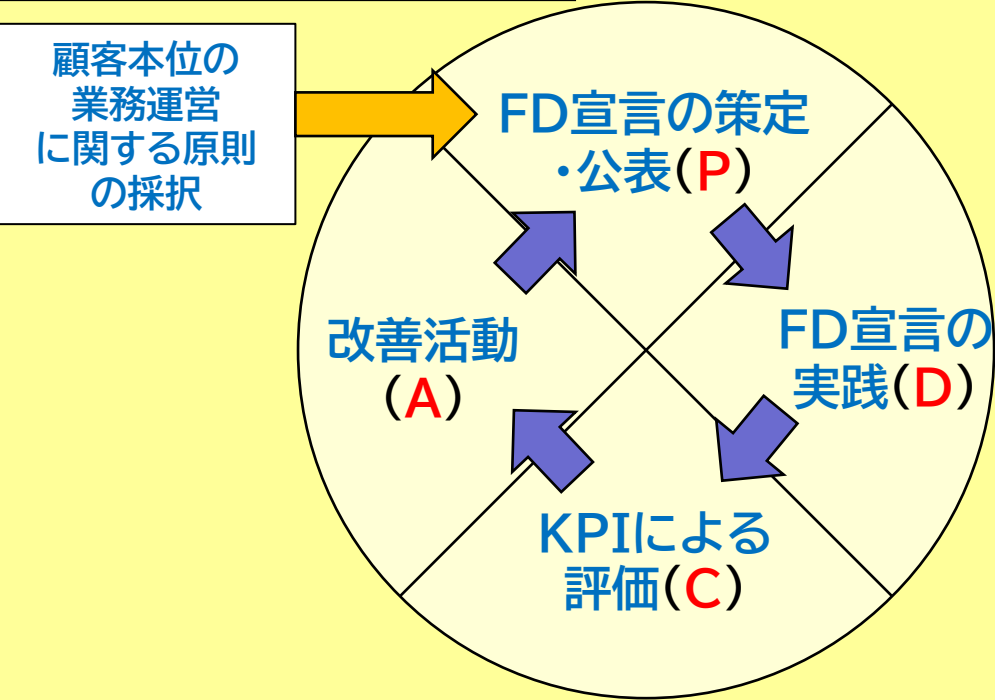
④体制整備

FD宣言の推進方法

＜保険代理店がFD宣言を推進するための4ステップ＞

- ①「顧客本位の業務運営に関する原則」に示される7つの原則について、実施有無を検討します。
- 原則1.顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等
原則2.顧客の最善の利益の追求
原則3.利益相反の適切な管理
原則4.手数料等の明確化
原則5.重要な情報の分かりやすい提供
原則6.顧客にふさわしいサービスの提供
原則7.従業員に対する適切な動機づけの枠組み等
- ②実施する原則について、対応方針を記載します。
- ③実施しない原則について、その理由や代替策を記載します。
- ④策定したFD宣言を公表します。

＜FD宣言策定後のPDCAサイクル＞



宣言後はPDCAサイクルを回し、FD宣言の実行性を高めていきます。

FD宣言に向けた支援

- FD宣言を公表した会員のニュースを発信し、FD宣言に込めた思いや、どのように考えたか等、参考情報を共有します。

FD宣言（イメージ）

④体制整備

例①
【方針1】お客様の目線に立ったシンプルでわかりやすい情報提供
自然災害の増加、社会情勢の変化などお客様はさまざまなリスクに囲まれています。保険だけではすべてのリスクをカバーすることはできません。しかし、リスクを知る事で事前の対策はできます。私たちはすべてのお客様の声に耳を傾け、お客様が気づいていないリスクなどがあれば必要に応じて保険に限らず情報提供とアドバイスを行います。可能な限り専門用語は使わずに「誰でも理解できる」をモットーとした説明を心がけます。 これによりお客様の支持をいただき、持続的に安定した顧客サービスを実現してまいります。
【方針2】お客様の意向にあった保険商品の提供
お客様の意向を傾聴し、最適な保険商品をパンフレットや見積書を使用して補償内容や特約をわかりやすく丁寧に説明します。 お客様に商品内容をご提案する際は“重要事項説明書”を交付し「契約概要」および「注意喚起情報」をわかりやすく丁寧に説明します。
【方針3】お客様との利益相反の排除について
お客様のご意向を最優先とし、代理店の都合(手数料が高い)による商品提案を行いません。また、保険会社のキャンペーンやインセンティブ等に左右されるような販売・推奨もいたしません。 適切に保険商品の提案を実施しているか検証するため、定期的に内務によるサンプルチェックを行い、上記が徹底されているかを検証してまいります。
【方針4】お客様の声を活かした取組みの実施
当社はお客様のご要望に、誠実かつ迅速にお応えするとともに、お客様の声を真摯にとらえ、業務運営の改善に努めてまいります。現状に満足することなく、改善すべき点があれば速やかに改善し、謙虚にお客様の声に耳を傾け、皆さまから必要とされる保険代理店を目指します。
【方針5】お客様本位の業務運営の浸透
上記4つの方針をすべてのスタッフが共有しスムーズに実践できるよう従業員教育を徹底します。対応するスタッフによってサービスの品質が変わる事がないよう定期的にスタッフの習熟度のチェックを行います。
【KPI指標】ファイナンシャルプランナー・損害保険トータルプランナー取得者数●名、契約者数●名 (対前年●名)、年間セミナー実施回数●回

例②
1.お客様に最適の保険商品の提供
お客様を取り巻く危険は様々です。様々なリスクからお客様を守る保険商品を設計するため、法人のお客様には、「リスクコンサルティング」の手法で、個人のお客様には「意向の把握」を通して、そのリスクを知り、お客様に最もふさわしい保険商品を提供します。
2.お客様への情報の提供
保険商品に関する重要な情報を分かり易く説明します。特に、お客様にとって不利益となる事項（保険金を支払えない場合など）については、丁寧な説明をします。また、高齢のお客様には、保険商品についての誤解が生じることがないように、分かり易く説明します。
3.お客様の声の尊重
苦情や要望として寄せられた「お客様の声」を真摯に受け止め、原因分析と再発防止策を全員で共有し、社員の業務能力の向上に努めていきます。
4.お客様の利益を尊重
当社の利益のためにお客様の利益を不当に害することがないように業務運営を行います。当社は保険商品をお客様にお勧めするにあたっては、保険会社から受け取る代理店手数料の多寡に影響されることなく、お客様のニーズに合った商品をお勧めします。
5.お客様第一の実現
お客様第一を実現するため、お客様のニーズを把握し、ニーズに合った商品を提供できるよう、従業員に対し、教育・研修を実施、充実します。
【KPI指標】お客様アンケート回答率10%、満足度9pt以上、タブレット手続率95%以上、早期更改率90%以上、事故対応窓口割合99%以上

※ 顧客本位の業務運営を実現するためには、「独自性」と「具体性」のあるFD宣言を策定することが重要です。あくまでイメージを掴んでいただくための参考情報です。

事業継続力強化計画認定 支部別認定会員数(2025年3月末)

- 「BCP策定」および「事業継続力強化計画認定制度」に向けた取組みを継続実施します。
- 2025年3月末時点での認定は157会員となりました。
- 2025年度は、「事業継続力強化計画認定制度」の制度対象外となる代理店を除いた全会員が認定取得を目指します。「BCP策定」は年間販促運動の「業務運営指標」の一つとして推進する予定です。

ロゴマーク



各ツール



支部	KPC会員数	認定会員数	取得率
京浜	34	15	44.1%
中央	19	6	31.6%
東関東	17	12	70.6%
甲信	13	8	61.5%
北海道	24	11	45.8%
東北	22	10	45.5%
北東北	14	3	21.4%
富山	12	5	41.7%
北陸	15	6	40.0%
静岡	15	3	20.0%
中京	18	5	27.8%
大阪	18	6	33.3%
神戸	12	2	16.7%
関西	14	2	14.3%
中国	28	20	71.4%
四国	18	7	38.9%
九州	30	29	96.7%
南九州	14	7	50.0%
総計	337	157	46.6%

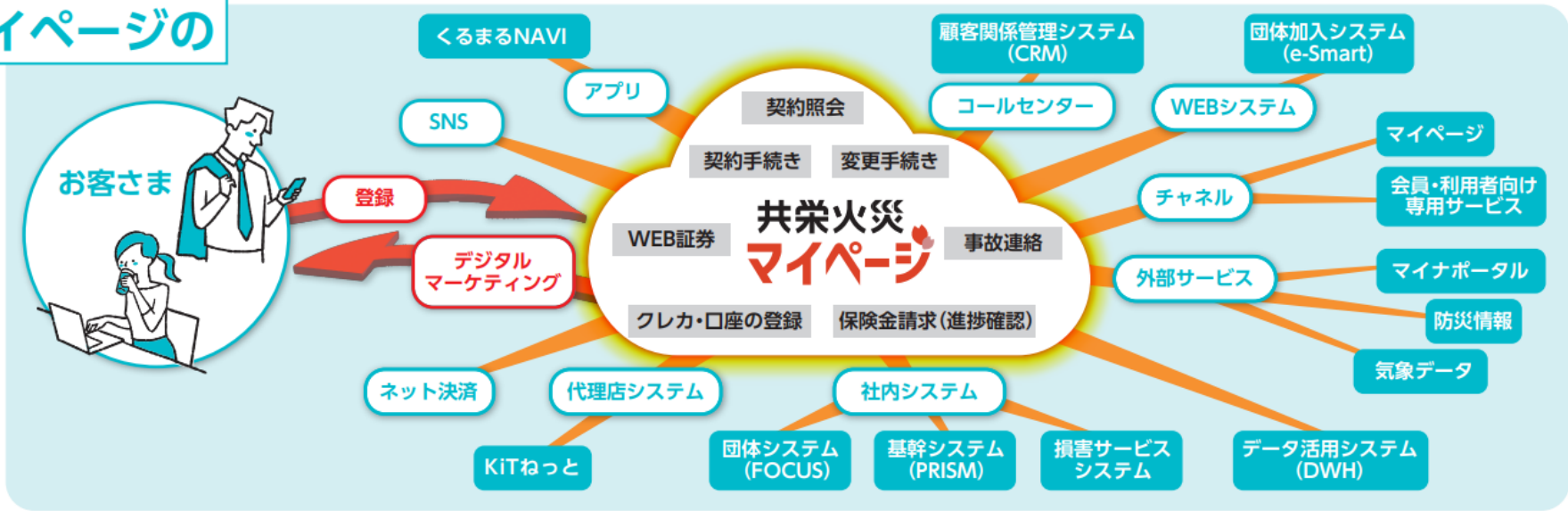
KPCネットワーク

- 2025年度、加盟代理店が有事により事業休止となった際に、他の加盟代理店が代行してお客様のご契約の手続きや事故のサポートを行う連携型BCP、「KPCネットワーク」の立上げを実施します。
- スケジュールは以下を予定しています。（別冊資料④KPCネットワークのご案内より抜粋）



共栄火災マイページの
目指す姿

マイページの利用促進とお客さま情報の蓄積を通じて、マイページを起点とした総合的なサービスの提供を目指しています。



— 将来的には、マイページでこんなに便利に —



これからを見据えて今から登録者を増やすことが大切です！

マイページの
登録者が
増えると…

皆さまの事務負荷の軽減はもとより、お客さま（特に若年層）との接点強化による販路拡大や、マイページの情報を活用した効果的な保険営業（デジタルマーケティング）が可能となります。お客さま自らがマイページ上で手続きを行う回数も増え、これによって募集者の皆さまの事務効率がさらに向上します！

マイページの開発スケジュール



2025年度は第3期開発として、火災保険（個人用火災総合保険）に係る機能をリリースします。
2015年10月に保険期間を最長10年とする商品改定を行いましたので、2025年を皮切りに契約の満期を順次迎えます。いわゆる「大量満期課題」と言われるものになり、更改契約にかかる事務処理がこれまでに比べ増大することになります。特に長期契約の保有件数が多い場合は、代理店事務作業への影響が大きくなります。
マイページ契約手続き機能を活用することで、代理店計上については自動計上となり、また、紙申込書の配布・回収・計上といった事務作業も軽減されるものと考えます。

<火災リリース予定>

- 契約詳細照会……………2025年11月
- 契約手続き……………2025年11月
- 異動（住所・電話番号変更）…2026年5月
- 事故受付……………2026年5月

2025年度もマイページ登録・契約手続きに関する「お客様向けキャンペーン（抽選で賞品贈呈）」を自動車保険・火災保険ともに実施する予定です。

代理店ホームページの意義

ホームページの役割

- 取引を開始する会社の存在・事業内容等を調べる時
- 就職活動時に調べる時
- 商品内容を調べる時

様々な情報収集の場所
若い世代が特に顕著！！

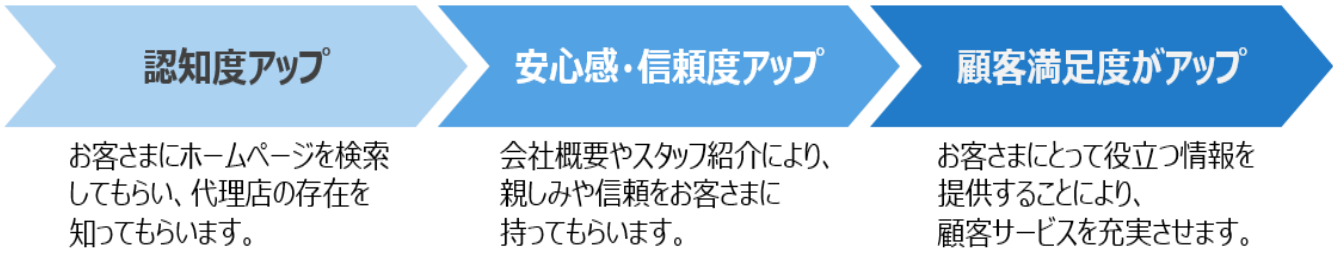
⇒H Pで情報収集する際に、その会社が出てこないと・・・
「契約をしてもよいのか、取引を始めて良いのか不安になる・・・」



ホームページを通して、自社の考えや理念・最新の動向を丁寧に発信していくことは、結果的にお客様からの信頼獲得につながります！



多くの企業がホームページを開設し、自社の情報を開示することで、安心感・信頼度を高めています。



▶ SDGs宣言書をホームページに掲載・発信することで、SDGsの取組みを広く周知することもできます！

- 「Kyoei Safe Water For Childrenプロジェクト※」については、共栄プロクラブでは20周年記念事業から取り組んでいます。
※自動車保険NF1件につき、36～45リットルの水を浄化する浄水剤を途上国へ送る、共栄火災の社会貢献活動
- 本取り組みについてアピールし、チラシ等を活用したお客様接点強化にも活用願います。
- また、共栄プロクラブで掲げる「共栄プロクラブの理念」では、「保険に限らず、地域社会との交流を通じて、常に身近な存在として貢献している」ことをプロ代理店である定義の1つに掲げています。
- 共栄プロクラブの理念に基づくとともに、社会貢献活動への取り組みを通じた他代理店との差別化・付加価値の提供を目指して、共栄プロクラブ会員の「SDGs宣言」を引き続き支援します。
- 「SDGs宣言」の発信は、「代理店ホームページへの掲載」を推奨しています。

代理店がSDGsに取り組む主なメリット

①取引先との良好な関係

SDGsに取り組むことで顧客が安心して取引することができ、取引先からの信頼も得られます。

②企業イメージの向上

SDGsへの取り組みを外部に発信することで代理店のイメージ向上に繋がり、商品・サービスを選択してもらえる機会が増えます。

③新たな事業機会の獲得

SDGsは世界共通の考えで、国や業種を問わず連携が可能です。自社の強みが新たなビジネスチャンスを生み出す機会にも繋がります。

④人材の確保

SDGsへの取り組みで代理店のイメージや労働環境が向上することにより、従業員の離職率が減少し、入社希望者の増加も期待できます。



Kyoei Safe Water For Childrenプロジェクトチラシ



日本ユニセフ協会からの感謝状授与

年間スケジュール

38

[illegible]

【参考】活動方針「KPCネクスト30」取り組み年表

歴史年表（実施内容）

事業年度	ネクスト30	①事業量拡大	②会員拡大	③後継者対策・事業継承	④体制整備	その他
		<コンセプト> ●自動車N Fの増収 ●特約付帯による単価アップ対策 ●お客様接点強化 ●中小企業対策 ●既存顧客への未補償分野提案	<コンセプト> ●他社代理店紹介による仲間づくりの取り組み ●研修生制度を活用した次世代プロ専業代理店の育成 ●会員数目標の事業量目標化	<コンセプト> ●事業継承に関する研修・講習の開催、研修メニューの提供	<コンセプト> ●体制整備義務・意向把握義務・情報提供義務対応、内部管理体制の構築 ●代理店事業計画策定による戦略的営業推進と個人能力に頼らない組織づくり	
2019年度	—	・車なし代車特約付帯運動 ・中小企業マーケット新規提案活動を第3四半期CPで実施 ・生保：推奨商品チラシを第3四半期に配布	・2019年度：350会員目標（2020年1月時点で334会員到達）		・経営者向け研修会での営業手法および経営研修（保険ネットワークセンター）	
2020年度	—	・自動車保険と共に収益の柱となる保険種目の確立 ・中小企業マーケットを中心とした新種保険の推進	・2020年度：380会員目標	・研修生「後継者養成コース」制度を活用した後継者対策	・KPC向けBCPの導入（事業継続力強化計画認定制度の支援） ・大規模災害時の代理店による事故取次業務 ・デイリー精算による事務効率化	
2021年度	—	・自動車N Fの増収 ・中小企業マーケットを中心とした新種保険の推進 ・withコロナafterコロナの保険の見直し	・2021年度：360会員目標 ※目標会員数の見直し		・オンライン等を活用した事務効率化（デイリー精算・AI-OCRの活用等）	
2022年度	—	・自動車N Fの増収 ・中小企業マーケットを中心とした新種保険の推進	・2022年度：390会員目標		・オンライン等を活用した事務効率化（ネット口座振替）	
2023年度	—	・自動車N Fの増収 ・中小企業マーケットを中心とした新種保険の推進	・2023年度：406会員目標		・SDGsへの取り組み ・代理店HPの推進	
2024年度	—	・自動車N Fの増収 ・中小企業マーケットを中心とした新種保険の推進	・2024年度：360会員目標 ※目標会員数の見直し （2030年度に500会員）		・共栄火災マイページの推進	
2025年度	—	・自動車N Fの増収 ・中小企業マーケットを中心とした新種保険の推進	・2025年度：383会員目標		・「代理店業務品質評価」に備えた体制構築 ・「FD宣言」の策定 ・KPCネットワークの立上げ	
【参考】2026～27年度	未定					・健康経営の導入 ・ISOの取得 ・地域コミュニティとの繋がり強化 ・人財の採用、教育
2028年度	30周年記念					

