

代理店実在数の推移
(国内会社、外国会社合計)

年度	代理店数	増減数	増減率
1996 (H8)	623,741	147,524	31.0%
1997 (H9)	592,126	-31,615	-5.1%
1998 (H10)	593,872	1,746	0.3%
1999 (H11)	570,919	-22,953	-3.9%
2000 (H12)	509,619	-61,300	-10.7%
2001 (H13)	342,191	-167,428	-32.9%
2002 (H14)	323,139	-19,052	-5.6%
2003 (H15)	305,836	-17,303	-5.4%
2004 (H16)	286,576	-19,260	-6.3%
2005 (H17)	266,753	-19,823	-6.9%
2006 (H18)	253,810	-12,943	-4.9%
2007 (H19)	235,846	-17,964	-7.1%
2008 (H20)	217,864	-17,982	-7.6%
2009 (H21)	207,903	-9,961	-4.6%
2010 (H22)	202,098	-5,805	-2.8%
2011 (H23)	197,005	-5,093	-2.5%
2012 (H24)	194,701	-2,304	-1.2%
2013 (H25)	192,007	-2,694	-1.4%
2014 (H26)	204,990	12,983	6.8%
2015 (H27)	202,148	-2,842	-1.4%
2016 (H28)	196,043	-6,105	-3.0%
2017 (H29)	186,733	-9,310	-4.7%
2018 (H30)	180,319	-6,414	-3.4%
2019 (R1)	172,191	-8,128	-4.5%
2020 (R2)	165,185	-7,006	-4.1%

※ 代理店実在数は1996年度末の623,741店が最大(1995年度末:476,217店、1996年度末:623,741店、対前年度比+147,524店)。これは1996年4月から新保険業法が施行されたことによって生損保の相互参入が認められるようになり、生保営業職員による損保代理店の登録数が増えたものと推測される。

※ 代理店実在数は2001年度に大幅に減少した(2000年度:509,619店、2001年度:342,191店、対前年度比-167,428店)。これは保険業法の改正により、生保会社本体が損保代理店になることが可能となり、それまで個々に登録していた生保営業職員の個人代理店が大量に廃止されたためと推測される。

募集従事者数の推移
(国内会社、外国会社合計)

年度	募集従事者数	増減数	増減率
1996 (H8)	1,181,865	95,601	8.8%
1997 (H9)	1,170,497	-11,368	-1.0%
1998 (H10)	1,180,784	10,287	0.9%
1999 (H11)	1,154,511	-26,273	-2.2%
2000 (H12)	1,145,252	-9,259	-0.8%
2001 (H13)	1,575,195	429,943	37.5%
2002 (H14)	1,642,271	67,076	4.3%
2003 (H15)	1,716,006	73,735	4.5%
2004 (H16)	1,797,510	81,504	4.7%
2005 (H17)	1,873,485	75,975	4.2%
2006 (H18)	1,986,035	112,550	6.0%
2007 (H19)	2,147,461	161,426	8.1%
2008 (H20)	2,154,962	7,501	0.3%
2009 (H21)	2,160,029	5,067	0.2%
2010 (H22)	2,173,600	13,571	0.6%
2011 (H23)	2,139,475	-34,125	-1.6%
2012 (H24)	2,094,250	-45,225	-2.1%
2013 (H25)	2,052,176	-42,074	-2.0%
2014 (H26)	2,063,081	10,905	0.5%
2015 (H27)	2,059,743	-3,338	-0.2%
2016 (H28)	2,064,265	4,522	0.2%
2017 (H29)	2,072,888	8,623	0.4%
2018 (H30)	2,064,308	-8,580	-0.4%
2019 (R1)	2,054,942	-9,366	-0.5%
2020 (R2)	2,040,486	-14,456	-0.7%

※ 募集従事者数は2001年度に大幅に増加した(2000年度:1,145,252人、2001年度:1,575,195人、対前年度比+429,943人)。これは銀行等の金融機関の窓口において保険販売が解禁されたことに伴い、銀行員等が募集従事者になったためと推測される。

専業・副業別、法人・個人別、専属・乗合別 代理店数、扱保険料及び募集従事者数の推移

(単位：店、百万円、人)

	合 計	専業・副業別		法人・個人別		専属・乗合別		
		専 業	副 業	法 人	個 人	専 属	乗 合	
2020	代理店数	165,185	30,409 (18.4%)	134,776 (81.6%)	95,383 (57.7%)	69,802 (42.3%)	127,486 (77.2%)	37,699 (22.8%)
	扱保険料	6,594,559,295	2,615,679,544 (39.7%)	3,978,879,748 (60.3%)	6,264,010,136 (95.0%)	330,549,156 (5.0%)	2,135,644,629 (32.4%)	4,458,914,665 (67.6%)
	募集従事者数	2,040,486	124,601 (6.1%)	1,915,885 (93.9%)	1,942,381 (95.2%)	98,105 (4.8%)	559,936 (27.4%)	1,480,550 (72.6%)
2019	代理店数	172,191	31,748 (18.4%)	140,443 (81.6%)	98,915 (57.4%)	73,276 (42.6%)	131,922 (76.6%)	40,269 (23.4%)
	扱保険料	6,537,772	2,585,818 (39.6%)	3,951,953 (60.4%)	6,166,417 (94.3%)	371,355 (5.7%)	2,191,621 (33.5%)	4,346,150 (66.5%)
	募集従事者数	2,054,942	123,866 (6.0%)	1,931,076 (94.0%)	1,951,282 (95.0%)	103,660 (5.0%)	573,442 (27.9%)	1,481,500 (72.1%)
2018	代理店数	180,319	33,741 (18.7%)	146,578 (81.3%)	102,466 (56.8%)	77,853 (43.2%)	139,179 (77.2%)	41,140 (22.8%)
	扱保険料	6,384,900	2,507,721 (39.3%)	3,877,179 (60.7%)	5,982,984 (93.7%)	401,916 (6.3%)	2,232,593 (35.0%)	4,152,306 (65.0%)
	募集従事者数	2,064,308	123,694 (6.0%)	1,940,614 (94.0%)	1,954,122 (94.7%)	110,186 (5.3%)	624,281 (30.2%)	1,440,027 (69.8%)
2017	代理店数	186,733	35,283 (18.9%)	151,450 (81.1%)	105,215 (56.3%)	81,518 (43.7%)	142,969 (76.6%)	43,764 (23.4%)
	扱保険料	6,123,855	2,385,295 (39.0%)	3,738,560 (61.0%)	5,728,008 (93.5%)	395,847 (6.5%)	2,135,589 (34.9%)	3,988,266 (65.1%)
	募集従事者数	2,072,888	123,885 (6.0%)	1,949,003 (94.0%)	1,957,136 (94.4%)	115,752 (5.6%)	627,859 (30.3%)	1,445,029 (69.7%)
2016	代理店数	196,043	36,778 (18.8%)	159,265 (81.2%)	107,104 (54.6%)	88,939 (45.4%)	148,789 (75.9%)	47,254 (24.1%)
	扱保険料	6,296,849	2,494,600 (39.6%)	3,802,249 (60.4%)	5,818,366 (92.4%)	478,483 (7.6%)	2,181,331 (34.6%)	4,115,518 (65.4%)
	募集従事者数	2,064,265	124,110 (6.0%)	1,940,155 (94.0%)	1,939,485 (94.0%)	124,780 (6.0%)	617,147 (29.9%)	1,447,118 (70.1%)
2015	代理店数	202,148	38,407 (19.0%)	163,741 (81.0%)	108,997 (53.9%)	93,151 (46.1%)	153,236 (75.8%)	48,912 (24.2%)
	扱保険料	6,457,880	2,540,593 (39.3%)	3,917,287 (60.7%)	5,942,376 (92.0%)	515,504 (8.0%)	2,275,917 (35.2%)	4,181,963 (64.8%)
	募集従事者数	2,059,743	124,580 (6.0%)	1,935,163 (94.0%)	1,927,899 (93.6%)	131,844 (6.4%)	635,210 (30.8%)	1,424,533 (69.2%)
2014	代理店数	204,990	38,691 (18.9%)	166,299 (81.1%)	109,844 (53.6%)	95,146 (46.4%)	155,658 (75.9%)	49,332 (24.1%)
	扱保険料	6,322,240	2,491,828 (39.4%)	3,830,412 (60.6%)	5,788,375 (91.6%)	533,865 (8.4%)	2,264,313 (35.8%)	4,057,927 (64.2%)
	募集従事者数	2,063,081	125,083 (6.1%)	1,937,998 (93.9%)	1,925,593 (93.3%)	137,488 (6.7%)	644,233 (31.2%)	1,418,848 (68.8%)
2013	代理店数	192,007	30,235 (15.7%)	161,772 (84.3%)	109,363 (57.0%)	82,644 (43.0%)	138,902 (72.3%)	53,105 (27.7%)
	扱保険料	6,133,144	2,407,596 (39.3%)	3,725,548 (60.7%)	5,596,151 (91.2%)	536,993 (8.8%)	2,151,046 (35.1%)	3,982,098 (64.9%)
	募集従事者数	2,052,176	126,164 (6.1%)	1,926,012 (93.9%)	1,921,383 (93.6%)	130,793 (6.4%)	641,288 (31.2%)	1,410,888 (68.8%)
2012	代理店数	194,701	31,604 (16.2%)	163,097 (83.8%)	109,199 (56.1%)	85,502 (43.9%)	147,603 (75.8%)	47,098 (24.2%)
	扱保険料	5,980,746	2,239,477 (37.4%)	3,741,269 (62.6%)	5,402,430 (90.3%)	578,316 (9.7%)	2,323,862 (38.9%)	3,656,884 (61.1%)
	募集従事者数	2,094,250	125,791 (6.0%)	1,968,459 (94.0%)	1,956,788 (93.4%)	137,462 (6.6%)	677,513 (32.4%)	1,416,737 (67.6%)
2011	代理店数	197,005	33,222 (16.9%)	163,783 (83.1%)	108,744 (55.2%)	88,261 (44.8%)	149,959 (76.1%)	47,046 (23.9%)
	扱保険料	5,878,058	2,301,596 (39.2%)	3,576,462 (60.8%)	5,251,664 (89.3%)	626,394 (10.7%)	2,373,090 (40.4%)	3,504,968 (59.6%)
	募集従事者数	2,139,475	125,397 (5.9%)	2,014,078 (94.1%)	1,995,248 (93.3%)	144,227 (6.7%)	703,319 (32.9%)	1,436,156 (67.1%)

※ 扱保険料は、火災保険、自動車保険および傷害保険の合計額を計上。

都道府県別代理店実在数

(国内会社、外国会社合計)

(単位: 店)

都道府県	2020年度末	2019年度末	2018年度末	2017年度末	2016年度末	2015年度末	2014年度末	2013年度末	2012年度末	2011年度末
北海道	7,592	7,851	8,140	8,391	8,531	8,769	8,943	8,552	8,582	8,724
青森県	2,015	2,066	2,140	2,191	2,226	2,294	2,339	2,232	2,306	2,367
岩手県	1,655	1,710	1,770	1,830	1,920	1,922	1,949	1,924	1,961	1,966
宮城県	3,313	3,455	3,682	3,836	4,005	4,116	4,149	3,932	3,947	3,972
秋田県	1,430	1,461	1,509	1,533	1,574	1,594	1,626	1,584	1,607	1,633
山形県	1,847	1,890	1,956	2,042	2,071	2,110	2,139	2,059	2,051	2,098
福島県	3,047	3,148	3,219	3,281	3,392	3,484	3,508	3,372	3,427	3,521
茨城県	4,721	4,862	5,029	5,195	5,309	5,463	5,595	5,580	5,660	5,684
栃木県	3,053	3,159	3,259	3,350	3,439	3,518	3,594	3,585	3,643	3,704
群馬県	3,356	3,451	3,571	3,697	3,807	3,892	3,933	3,968	4,006	4,030
埼玉県	7,710	7,853	8,123	8,441	8,656	8,935	9,143	8,936	9,103	9,132
千葉県	6,261	6,582	6,895	7,169	7,370	7,624	7,779	7,666	7,787	7,781
東京都	18,347	19,037	19,871	20,496	25,318	26,150	25,684	18,139	18,597	18,938
神奈川県	7,267	7,781	8,176	8,495	8,778	9,125	9,260	8,894	8,974	9,012
新潟県	3,288	3,480	3,597	3,729	3,804	3,938	4,114	4,030	4,103	4,149
山梨県	1,381	1,456	1,513	1,567	1,601	1,663	1,700	1,645	1,660	1,682
長野県	3,193	3,278	3,363	3,443	3,530	3,638	3,732	3,654	3,686	3,704
岐阜県	3,437	3,494	3,579	3,633	3,713	3,762	3,800	3,663	3,747	3,749
静岡県	5,631	5,950	6,234	6,495	6,690	6,903	7,123	6,893	6,952	6,979
愛知県	9,263	9,637	10,113	10,425	10,691	10,979	11,071	10,582	10,688	10,807
三重県	2,744	2,798	2,853	2,946	3,004	3,067	3,108	2,989	3,052	3,081
富山県	1,649	1,693	1,747	1,787	1,849	1,891	1,969	1,934	1,984	1,990
石川県	1,816	1,847	1,936	2,008	2,025	2,076	2,100	2,044	2,052	2,085
福井県	1,217	1,269	1,319	1,365	1,406	1,440	1,488	1,478	1,513	1,504
滋賀県	1,702	1,766	1,839	1,912	1,959	2,009	2,027	1,962	1,987	2,032
京都府	3,139	3,363	3,548	3,710	3,843	4,003	4,075	3,991	4,048	4,017
大阪府	10,085	10,475	11,287	11,863	12,246	12,773	13,103	12,810	13,071	13,398
兵庫県	5,827	6,462	6,748	7,045	7,264	7,471	7,533	7,299	7,496	7,670
奈良県	1,529	1,594	1,657	1,732	1,798	1,846	1,875	1,795	1,819	1,823
和歌山県	1,675	1,757	1,834	1,904	1,950	2,002	2,026	1,949	1,980	1,994
鳥取県	843	858	888	926	962	982	997	1,016	1,020	1,051
島根県	815	853	888	921	957	986	1,014	1,043	1,053	1,053
岡山県	2,879	3,024	3,211	3,299	3,354	3,389	3,453	3,379	3,431	3,429
広島県	3,727	3,998	4,200	4,393	4,487	4,627	4,731	4,614	4,647	4,655
山口県	1,702	1,750	1,858	1,925	1,980	2,054	2,100	2,018	2,048	2,072
徳島県	1,336	1,427	1,496	1,534	1,567	1,635	1,659	1,642	1,662	1,687
香川県	1,439	1,538	1,635	1,689	1,759	1,850	1,864	1,797	1,780	1,820
愛媛県	2,154	2,268	2,339	2,394	2,475	2,577	2,634	2,510	2,548	2,607
高知県	930	995	1,041	1,100	1,139	1,215	1,257	1,212	1,204	1,252
福岡県	6,603	6,954	7,724	8,049	8,300	8,563	8,674	8,122	8,179	8,282
佐賀県	1,232	1,261	1,304	1,337	1,348	1,378	1,392	1,367	1,385	1,403
長崎県	1,905	2,005	2,086	2,153	2,174	2,231	2,293	2,226	2,252	2,266
熊本県	2,858	2,904	3,015	3,120	3,187	3,324	3,363	3,130	3,149	3,166
大分県	1,583	1,638	1,724	1,788	1,848	1,905	1,973	1,928	1,977	2,020
宮崎県	1,551	1,587	1,730	1,776	1,820	1,885	1,924	1,829	1,830	1,837
鹿児島県	2,375	2,488	2,630	2,739	2,817	2,946	3,003	2,910	2,926	3,008
沖縄県	2,063	2,018	2,043	2,079	2,100	2,144	2,174	2,123	2,121	2,171
合計	165,185	172,191	180,319	186,733	196,043	202,148	204,990	192,007	194,701	197,005

2020年度募集形態別元受正味保険料割合表

(国内会社・外国会社40社合計)

区分	元 受 正 味 保 険 料							
	代理店扱(注1)		保険仲立人扱(注2)		直扱(注3)		合計 (百万円)	
	(百万円)	保険料 割合(%)	(百万円)	保険料 割合(%)	(百万円)	保険料 割合(%)		
保険種目								
国内元受	火災	1,713,282	94.8	24,751	1.4	68,303	3.8	1,806,350
	(うち積立型)	19,532	88.2	0	0.0	2,625	11.8	22,157
	海上	104,130	52.0	13,020	6.5	82,904	41.4	200,063
	運送	71,596	95.2	510	0.7	3,065	4.1	75,180
	傷害	850,058	84.2	597	0.1	158,675	15.7	1,009,337
	(うち積立型)	147,367	63.4	4	0.0	85,001	36.6	232,375
	自動車	3,973,587	92.0	600	0.0	345,281	8.0	4,319,474
	自賠責	809,181	99.9	0	0.0	729	0.1	809,914
	新種	1,433,406	87.9	31,260	1.9	166,692	10.2	1,631,366
	(うち積立型)	-507	-	0	-	-6	-	-509
計	8,955,275	90.9	70,754	0.7	825,677	8.4	9,851,721	
外国元受	48,639	97.3	282	0.6	1,055	2.1	49,977	
合計	9,003,917	90.9	71,036	0.7	826,733	8.4	9,901,700	

注1) 国内元受において、「代理店扱」とは、保険業法第276条の登録を受けた損害保険代理店又はその役員若しくは使用人が扱った契約をいう。

注2) 国内元受において、「保険仲立人扱」とは、保険業法第286条の登録を受けた保険仲立人又はその役員若しくは使用人が扱った契約をいう。

注3) 「直扱」には外務員扱を含む。

保険募集チャネル別 代理店数の推移

保険募集チャネル	2020			2019			2018			2017			2016			2015			2014			2013			2012			2011		
	店数	構成比	順位																											
自動車関連業 (自動車販売店、自動車整備工場)	89,400	54.1%	1	91,807	53.3%	1	94,278	52.3%	1	96,578	51.7%	1	98,289	50.1%	1	99,919	49.4%	1	100,975	49.3%	1	100,999	52.6%	1	101,063	51.9%	1	100,979	51.3%	1
専業代理店 (保険商品の販売を専門に行う代理店)	31,092	18.8%	2	32,366	18.8%	2	34,116	18.9%	2	35,401	19.0%	2	40,796	20.8%	2	42,319	20.9%	2	42,936	20.9%	2	29,005	15.1%	2	30,628	15.7%	2	32,391	16.4%	2
不動産業 (賃貸住宅取扱会社、住宅販売会社)	15,599	9.5%	3	17,976	10.4%	3	20,474	11.4%	3	21,992	11.8%	3	23,044	11.8%	3	24,394	12.1%	3	25,226	12.3%	3	25,234	13.1%	3	24,925	12.8%	3	24,405	12.4%	3
卸売・小売業 (自動車関連業を除く)	5,161	3.1%	4	5,100	3.0%	4	5,123	2.9%	4	5,275	2.8%	4	5,400	2.8%	4	5,688	2.8%	4	5,881	2.9%	4	6,110	3.2%	4	6,292	3.2%	4	6,475	3.3%	4
建築・建設業	3,156	1.9%	6	3,387	2.0%	6	3,659	2.0%	5	3,908	2.1%	5	4,043	2.1%	5	4,327	2.2%	5	4,462	2.2%	5	4,568	2.4%	5	4,519	2.3%	5	4,404	2.2%	5
公認会計士、税理士、社会保険労務士等	3,279	2.0%	5	3,411	2.0%	5	3,557	2.0%	6	3,691	2.0%	6	3,774	1.9%	6	3,840	1.9%	6	3,853	1.9%	6	3,888	2.0%	6	4,011	2.1%	6	3,958	2.0%	6
旅行業 (旅行会社、旅行代理店)	1,792	1.1%	7	1,926	1.1%	7	1,998	1.1%	8	2,144	1.1%	7	2,241	1.1%	7	2,298	1.1%	8	2,358	1.1%	7	2,442	1.3%	7	2,619	1.4%	7	2,780	1.4%	7
金融業 (銀行等、銀行等の子会社、生命保険会社、 消費者金融会社)	1,633	1.0%	8	1,830	1.1%	8	2,050	1.1%	7	2,084	1.1%	8	2,217	1.1%	8	2,339	1.2%	7	1,697	0.8%	9	1,736	0.9%	9	1,750	0.9%	9	1,810	0.9%	9
金融業のうち銀行等 (銀行、信用金庫、信用組合、農協)	1,027	(0.6%)	-	1,053	(0.6%)	-	1,085	(0.6%)	-	1,106	(0.6%)	-	1,115	(0.6%)	-	1,127	(0.6%)	-	(1,142)	(0.6%)	-	(1,161)	(0.6%)	-	(1,166)	(0.6%)	-	(1,180)	(0.6%)	-
運輸・通信業	1,463	0.9%	9	1,554	0.9%	9	1,639	0.9%	9	1,718	0.9%	9	1,789	0.9%	9	1,845	0.9%	9	1,954	1.0%	8	2,005	1.1%	8	2,094	1.1%	8	2,158	1.1%	8
その他 (製造業、サービス業等)	12,610	7.6%	-	12,834	7.4%	-	13,425	7.4%	-	13,942	7.5%	-	14,450	7.4%	-	15,179	7.5%	-	15,648	7.6%	-	16,020	8.3%	-	16,800	8.6%	-	17,645	9.0%	-
合計	165,185	100.0%	-	172,191	100.0%	-	180,319	100.0%	-	186,733	100.0%	-	196,043	100.0%	-	202,148	100.0%	-	204,990	100.0%	-	192,007	100.0%	-	194,701	100.0%	-	197,005	100.0%	-
生命保険募集人を兼ねる代理店※	41,058			42,740			44,845			46,203			47,202			48,132			53,392			39,792			40,637			40,426		

※「生命保険募集人を兼ねる代理店」は、上段の保険募集チャネルにおいて生命保険募集人を兼ねている代理店数を表している。

保険募集チャネル別 募集従事者数の推移

保険募集チャネル	2020			2019			2018			2017			2016			2015			2014			2013			2012			2011		
	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位	人数	構成比	順位
自動車関連業 (自動車販売店、自動車整備工場)	561,622	27.5%	2	<u>561,725</u>	<u>27.3%</u>	2	563,701	27.3%	2	559,592	27.0%	2	558,236	27.0%	2	559,708	27.2%	2	561,526	27.2%	2	569,562	27.8%	2	574,069	27.4%	2	589,633	27.6%	2
専業代理店 (保険商品の販売を専門に行う代理店)	334,354	16.4%	3	323,921	15.8%	3	318,864	15.4%	3	316,433	15.3%	3	313,581	15.2%	3	311,667	15.1%	3	314,820	15.3%	3	314,454	15.3%	3	315,381	15.1%	3	319,124	14.9%	3
不動産業 (賃貸住宅取扱会社、住宅販売会社)	119,038	5.8%	5	124,160	6.0%	5	127,023	6.2%	5	127,157	6.1%	5	124,010	6.0%	5	122,339	5.9%	5	120,549	5.8%	5	120,124	5.9%	5	121,382	5.8%	5	123,077	5.7%	5
卸売・小売業 (自動車関連業を除く)	41,350	2.0%	7	38,936	1.9%	7	38,783	1.9%	7	38,202	1.9%	7	37,801	1.8%	7	38,005	1.8%	7	38,313	1.9%	7	39,378	1.9%	7	39,843	1.9%	7	42,069	2.0%	7
建築・建設業	31,776	1.6%	8	32,705	1.6%	8	32,841	1.6%	8	33,280	1.6%	8	32,588	1.6%	8	31,923	1.6%	8	31,491	1.5%	8	31,820	1.5%	8	31,756	1.5%	8	32,827	1.5%	8
公認会計士、税理士、社会保険労務士等	11,645	0.6%	9	12,009	0.6%	9	12,268	0.6%	9	12,706	0.6%	9	12,997	0.6%	9	13,087	0.6%	9	13,362	0.7%	9	14,151	0.7%	9	14,522	0.7%	9	14,963	0.7%	9
旅行業 (旅行会社、旅行代理店)	52,441	2.6%	6	<u>56,052</u>	<u>2.7%</u>	6	55,906	2.7%	6	57,480	2.8%	6	58,730	2.9%	6	58,824	2.9%	6	58,493	2.8%	6	56,154	2.7%	6	57,201	2.7%	6	57,519	2.7%	6
金融業 (銀行等、銀行等の子会社、生命保険会社、 消費者金融会社)	595,591	29.2%	1	<u>601,645</u>	<u>29.3%</u>	1	606,540	29.4%	1	622,558	30.0%	1	624,989	30.3%	1	617,891	30.0%	1	619,339	30.0%	1	596,653	29.1%	1	629,197	30.0%	1	650,408	30.4%	1
金融業のうち銀行等 (銀行、信用金庫、信用組合、農協)	399,047	(19.6%)	-	407,406	(19.8%)	-	412,335	(20.0%)	-	425,157	(20.5%)	-	425,836	(20.6%)	-	426,292	(20.7%)	-	(428,600)	(20.8%)	-	(431,943)	(21.0%)	-	(453,996)	(21.7%)	-	(470,975)	(22.0%)	-
運輸・通信業	187,976	9.2%	4	196,845	9.6%	4	200,808	9.7%	4	195,602	9.4%	4	191,184	9.3%	4	187,590	9.1%	4	184,672	9.0%	4	183,350	8.9%	4	181,062	8.7%	4	175,388	8.2%	4
その他 (製造業、サービス業等)	104,693	5.1%	-	<u>106,944</u>	<u>5.2%</u>	-	107,574	5.2%	-	109,878	5.3%	-	110,149	5.3%	-	118,709	5.8%	-	120,516	5.8%	-	126,530	6.2%	-	129,837	6.2%	-	134,467	6.3%	-
合計	2,040,486	100.0%	-	2,054,942	100.0%	-	2,064,308	100.0%	-	2,072,888	100.0%	-	2,064,265	100.0%	-	2,059,743	100.0%	-	2,063,081	100.0%	-	2,052,176	100.0%	-	2,094,250	100.0%	-	2,139,475	100.0%	-
生命保険募集人を兼ねる募集人※	1,137,931			1,141,862			1,143,984			1,139,904			1,138,536			1,130,662			1,134,226			1,111,826			1,123,679			1,115,618		

※「生命保険募集人を兼ねる募集人」は上段の保険募集チャネルにおいて生命保険募集人を兼ねている募集従事者数を表している。

※ 2019年度の数値に一部誤りがあったため、下線の箇所を2021年7月30日に修正しました。

日本代協事務局 (野元)

○ 「私の避難計画」作成急げ マイ・タイムラインが重要 (21/7/1 日経朝)

- ・ 豪雨や台風に加え、世態ごとに避難計画を決めておく「マイ・タイムライン」が普及していない
「逃げ遅れ」を防ぐために必須の準備であり、自治体の支援が必要
- ・ マイナス情報に背を向ける「正常性バイアス」は「逃げ遅れ」の背景と指摘されており、各自で事前にマイ・タイムラインを作成することが避難に二の足を踏む住民の減少につながると期待されている
- ・ 但し、ハザードマップの表記や避難情報の意味、河川の水位情報の見方などを理解している人は限られ、独力で作ることは簡単ではない
- ・ 自治体の支援は不可欠だが、防災担当者は限られるため、対策にもばらつきあり
専門家は、先ずは行動のきっかけとなる「避難スイッチ」(避難情報など)を決めることが大切。住民を指導できる住民の育成も大事」と指摘
(注 こうした役割を地域の代協会員の皆さまが担えるようになると、「地域のリスクの専門家」としての存在感が出てきますね)

○ ネット振込 手数料下げ 大手銀、新興勢に対抗 (21/7/1 日経朝)

- ・ 10月以降、インターネットバンキングの振込手数料を引き下げ
22年にはスマホを使った割安の送金システムも開始
デジタルを駆使する新興勢の台頭が大手銀を動かした
- ・ 現在利用者は、3万円未満で約200円、3万円以上で300~400円の振込手数料を負担しているが、これを3万円未満で50円、3万円以上で100円引下げ
- ・ 現在3万円未満で117円、3万円以上で162円となっている銀行間送金手数料が40年ぶりに引き下げられ、一律62円になることに伴い、利用者の負担を引き下げる
- ・ 各行は送金などの単純業務は、維持コストがかさむATMからネット取引に誘導したい考え
3メガとりそなどは、割り勘での利用などを想定した「こたら」という小口送金インフラを立ち上げる方向で調整中 10万円以下の個人間送金は無料にすることを検討している銀行もある
- ・ 背景にあるのは、デジタル技術を活用したフィンテック企業の台頭
ペイペイの利用者は4000万人でMUFGの個人口座数に匹敵
欧米では利用者がコスト負担せずに送金できる状況が一般的になりつつある
(注 こうした動きが保険料の口座振替手数料の引き下げにつながることを期待したいと思います)

○ 事故車 飲酒検査義務なし 八街児童死傷事故 (21年7月1 日朝日朝)

- ・ 有償で顧客の荷物を運ぶトラック「緑ナンバー」は、貨物自動車運送事業法に基づき、運行管理者の選任や運転前後の検知器による飲酒検査の義務あり

- ・ 一方、店や企業が自社の荷物を運ぶ「白ナンバー」にはその義務はない。ただし…
 - 白ナンバーの車を 5 台以上使用
 - 定員 11 名以上の車を 1 台以上使用
 - などの一定の条件を満たす場合は道路交通法に基づき「安全運転管理者」を選任し、運転手に点呼等を実施し疲労状況や飲酒の確認をする義務があるが、検知器による検査は義務ではない
- ・ 事故を受けて警察庁は、道交法の義務順守の徹底を都道府県警察に指示

○ 生命保険 一括問い合わせ制度 開始（21 年 7 月 1 日朝日朝）

- ・ 認知症の人増加等に伴い、生保加入の有無や内容が不明になることを想定し、7 月 1 日から生保協会が窓口となる業界統一の問い合わせ制度が開始 認知症の人の家族などの請求手続きを便利に
- ・ 生保協会が加盟 42 社に一括確認 保険金請求の可否も判断 手続きは保険会社と直接実施する 利用できるのは相続人と弁護士らの代理人で、照会 1 回につき 3,000 円の有料サービス 生保協会の HP で手続き
- ・ 高齢化に伴い認知症の人の金融資産管理が問題に その規模は 2030 年に 215 兆円と全体の 10%を占める見通し
- ・ 災害時に限った保険契約の有無の問い合わせ制度は別制度で、引き続き無料で対応

○ MS&AD、あいおいニッセイ同和 保険金支払いシステム統合（21 年 7 月 6 日日経朝）

- ・ 両社は新たな保険金支払いシステムを共同で開発 2025 年度にも一体運用を開始 自賠償を除く全ての個人種目の保険金請求時の書面（署名、押印）を廃止し、業務効率化を図る
- ・ 両社は 2010 年発足時、機能別再編を進めてきたが、契約管理システムは統合済みであり、両社のシステム統合は最終局面に入る 投資額 700 億円 年 100 億円超のコスト削減を見込む
- ・ 7 月 5 日から契約者が SNS 支払い部門と対話できるサービスを提供、スマホ経由で完了できる仕組みを構築 21 年内に自動車、22 年 9 月以降に火災、傷害、新種を新システムに移行

○ 金融庁 「火災保険水災料率に関する有識者懇談会」設置（21 年 6 月 18 日金融庁）

- ・ 損保各社で保険料負担の公平性向上の観点から検討が進む水災リスクに応じた火災保険料の細分化について、負担の公平性と保険の相互扶助性のバランス等について幅広い見地から検討（法人向け契約に続き、住宅向け火災保険にも地域別の水災リスクが織り込まれる方向）
 （委員）大野澄子（弁護士）・清水義彦（群馬大教授）・洲崎博史（京大教授）
 堀田一吉（慶應義塾教授）・家森信善（神戸大教授）・唯根妙子（消費者団体顧問）

○グーグル 日本で金融参入（21 年 7 月 9 日日経朝）

- ・ Pring（プリン・みずほ銀行やメタックスなどが共同出資）を 200 - 300 億円で買収し、2022 年

度目途に国内市場に本格参入

- ・ 先進国の中で日本はキャッシュレス決済の普及が最も遅れており、開拓の余地が大きいと判断
- ・ プリンは銀行口座と紐付け入金する QR コード決済のアプリを手掛けており、手軽さから若者に人気

○ 車もネット販売の時代へ（21年7月6日朝日朝）

- ・ 自動車のインターネット販売が広がっている。手軽に買いたいニーズと国内市場縮小に備えて販売の効率化を図る面もある。来店者は40代～50代、オンラインは20代～30代。新たな顧客開拓につながっている
- ・ ボルボは世界中の新車販売を2030年までに全てオンラインにする。手間を省きたい若者のニーズに応える。国内市場で空白地が多い海外勢は、ネット販売で販路を空白地に広げる
国内ではダイハツが熱心に取り組む 岡山ダイハツでは専用サイトで購入前の手続きを済ませ、納車のみ来店してもらう 通常4時間の接客が10分で済むため、効率化につながっている
- ・ 国内新車販売は、現在960万台でピークの90年比で4割減 販売店は最多だった98年と比べて2割減の14,400店 そこにネット販売という新たなビジネスモデルが流れ込む
- ・ 有識者は、「ネット販売が普及すれば負担が重い販売店網の維持コストを削減できるが、車は高価な商品であり、ネットにどんどん移行するとは考えにくい、ネット営業が進めば社員数が減り、店舗の統廃合は避けられないため、中古車やアフターマーケットなど新車に頼らない稼ぎ口を見つけるしかない」、と話す

○ 自動車保険料 来年2%下げ（21年7月14日日経朝）

- ・ 22年1月から平均で2%引き下げ 安全性能向上で事故率が低下し、収支が改善
21年初めに1%下げており、2年連続の引下げ
- ・ 契約者の平均保険料は73,600円 年1,500円程度の負担減となる
- ・ コロナの影響で進んだテレワークの浸透が今後も続くとして事故減少を一部に織り込んだ会社もあるが、経済活動再開で事故率が再び高まる可能性もあり、慎重に見極める必要あり

○ MS&AD 風水害の損害額 AIで即時算定（21年7月14日日経朝）

- ・ トラクタブル社の技術を活用し、風水害による建物の損害をAIで即時に算定するシステムを導入 修理見積りに活用 業務の効率化を進め、迅速な保険金支払いにつなげる
- ・ 契約者が屋根や壁など屋外の損害箇所をスマホのカメラで撮影して送信すると、損害額を即時に判定 将来的には内部の水漏れなどにも対象を拡大し、小規模破損にも対応
- ・ 当面は台風などの広域損害対象に運営 AI見積もりを人が検証するが、22年度にはAIのみで算定できるようにする

以上

○ **三井住友海上 VR で家屋調査研修 (21/7/14 日経朝)**

- ・ シナモンと共同で地震保険金支払いに必要な家屋損害調査研修用 VR を開発
21 年中に社員 500 人が受講予定
- ・ ゴーグルを着けると地震で損壊した木造平屋が VR 空間に再現され、コントローラーを操作しながら、外部のひびの大きさを測ったり、屋内の損傷をカメラで撮影したりする

○ **日本郵便 「置き配保険」開発 導入 (21/7/16 日経朝)**

- ・ 東京海上日動 (幹事)、三井住友海上、損保ジャパンの共同保険、JP 損保サービス(株)取り扱い
日本郵便との間で事前に合意した荷送人から送付された荷物で、置き配指定された物品が対象
契約者は日本郵便で利用者負担はなし
- ・ 1 事故支払い限度額 1 万円 (送料、税、ポイント含む) で年 2 回限度
保険金請求は WEB から行うが、盗難届の受理番号が必要
置き配盗難に不安を持つ利用者の声に応える

○ **三井住友海上 中小向け保険 AI で自動化 (21/7/19 日経朝)**

- ・ 中小企業向け保険の契約判断を AI で完結させる仕組みを構築 22 年にも国内に導入
米 AI 保険大手ネクスト・インシュアランスと資本業務提携 企業の信用力を自動で分析する
AI 活用でオーダーメイド化し易くなり、保険料の引き下げにつながる可能性も
- ・ ネクストはオンラインで保険申込を行う企業を 1300 業種に分類
入力内容や時間、修正回数、クレーム履歴、ユーザー分布などを分析し、保険料を設定
- ・ ネクストは 2016 年シリコンバレー生まれのユニコーン企業で、創業 5 年で 20 万社、200 億円以上
の収保に拡大 三井住友海上の法人顧客網を活用

○ **あおぞら銀行 全行員にデジタル研修 (21/7/19 日経夕)**

- ・ 全行員約 2,000 人に対し、国認定の「IT パスポート」取得を視野に入れた講習を実施
選抜者約 60 名にはさらに高度な研修を実施し、デジタル技術を活用した新規事業考案を求める
社長・役員用には経営陣専用講座を設ける
銀行業務にデジタル関連知識が不可欠になっており、全行員のデジタル素養を高める

○ **熱海土石流 人工衛星を活用 保険金 現地調査省き早く支払い (21/7/20 朝日朝)**

- ・ 損保各社が人工衛星を活用し、早期支払いにつなげる
東京海上日動は、フィンランドの ICEEYE の人工衛星を利用し、災害から 1 週間で全損 5 件認

定 現地入りする担当者も減らして感染防止に努める

三井住友海上は、ドローンと顧客からの写真を組み合わせ、浸水被害を調べる仕組みを 6 月に整備 あいおいニッセイ同和も同じ仕組みを来年度から活用

損保ジャパンは、契約者が住宅の浸水場所とペットボトルを並べた写真を送付すれば保険金を自動的に見積もるサービスを昨年秋から開始 今回の被害でも契約者に案内している

○ クレジットカード手数料 公取委調査（21/7/22 朝日朝）

- ・ クレジットカード会社間の手数料取引に関する調査を開始
日本では手数料が公開されておらず高止まりしている可能性あり 公開につなげたい意向
 - ・ 消費者が買い物する場合、その店が契約しているカード会社が消費者側のカード会社と異なる場合はカード会社間で手数料が発生 その料率は国際ブランドの標準料率が適用されるのが一般的だが、日本では非公開のため不透明との指摘あり
 - ・ カード会社間の手数料は加盟店手数料の大半を占める 標準料率が開示されれば加盟店が手数料交渉しやすくなり、値下げにつながることも期待できる
 - ・ 公取は 2019 年に「公開が望ましい」と指摘したが、その後も対応が進まないため、再度調査に乗り出す
 - ・ 日本のキャッシュレス化の進展には加盟店手数料の引き下げが課題
- （注 損保のクレカ払いの課題も加盟店手数料の高さであり、公取の動きは歓迎。公開が全体の加盟店手数料引下げにつながることを期待したいと思います）

○ 災害便乗 悪質な修繕勧誘 10 年前の 50 倍に（21/7/22 朝日朝）

- ・ 災害に便乗し、住宅の修理代として保険金を請求する悪質業者が絡むトラブルが多発
熱海市でも不審な業者の情報が寄せられ、市が注意喚起
 - ・ 国民生活センターによると 20 年度の悪質業者関連の相談は 10 年前の 50 倍の 5446 件
被災地域の高齢者が狙われており、台風シーズンが要注意
高額な手数料を請求される、保険金が支払われないのに手数料を取られる事例が目立っている
大手損保では 700 社超の業者リストを持っているが、次々に業者が現れ、いたちごっこの状態
- （注 特定修理業者（悪質業者）は大きな問題です。今や保険金不正請求ビジネスとなっており、警察、消費者庁、自治体、マスコミ等と一体となって排除・撲滅を目指すことが肝要です）

○ あんしん生命とアドバンスクリエイト 包括的な業務提携拡大（21/7/26 保毎）

- ・ 顧客接点の DX を推進するための共同研究を強化
これまで共同で調査した保険募集に関する活動データ等の分析結果を基に、顧客にとって最適な対応やプロセスを導き出し、募集人の営業支援につなげる仕組みを構築する
また、デジタル募集における最適な顧客対応の実現のため、あんしん子会社代理店「東京海上あんしんエージェンシー」でノウハウの共有・高度化を実施するとともに、アドバンスクリエイトが提供する

オンライン面談システム「Dynamic OMO」を試験的に導入・活用して調査分析を行う

○ 巣ごもり需要で中古車価格高騰（21/7/29 朝日朝）

- ・ 卸売価格はこの10年で最高値 新車価格を上回る例も
オークションの平均落札価格は前年同月比で約20%アップの85.9万円
どの車種も品薄状態が続く
- ・ ヤリスクロスやジムニーは新車より中古車が数十万円高い 密を避けるための2台目需要ですぐに
買いたい客が多く、新車の納車が待てない状態に
中古車リースは前年6倍規模になっている会社も
- ・ 新車が出回らない理由は半導体不足 巣ごもり需要が膨らむゲームや家電向けに半導体が優先
供給されており、車に十分回っていない状況は世界的な流れとなっている
ルネサスの火災事故は復旧したが、構造的な半導体不足は解消されておらず、多くの車メーカーは
減産を強いられている
- ・ 中古車価格の上昇は消費者には悩ましいが、扱う企業の業績を後押ししている
東証1部上場のガリバーの母体IDOMの株価は8割以上上昇
関連企業の好業績は当分続くと見られている

○ 三菱UFJ 業種超え連携 スマホ金融で共通基盤（21/7/30 日経朝）

- ・ MUFGが業種を超えた金融連携に乗り出す 大和証券、auカブコム、三菱UFJモルガン、東京
海上HD、ファンズ（フィンテック企業）、三菱UFJ信託など他社を含めた金融サービスをスマホで
一体提供できる共通基盤を構築 年内にもスマホ向けアプリを投入 アプリを通じ、個人顧客が投
信や株式、保険、クラウドファンディングへの応募等ができるようにする
- ・ API（アプリケーションプログラミングインターフェース）連動を使って各社とデータを連携し、利用者が
金融資産を一元管理しやすくする 当初は10社程度が参加し、順次増やしていく方針
MUFGは「脱自前」に舵を切り、モバイル金融普及につなげる
11月から導入される金融サービス仲介業の参入に先行し、他業種連携の枠組を構築する
MUFGの個人3400万口座を土台に、包括提携しているNTTドコモのdポイント（8200万人）、
KDDIなどが参画するPonta（1億人）の利用者を引き込む考え

○ あいおいニッセイ同和 「リトルファミリー少額短期」開業（インシュランス）

- ・ ペット保険の会社を五反田に開業 国内最大級のペットメディアPECOをマーケティングパートナーに
犬や猫の一生を支えるペット保険「わんデイズ・にゃんデイズ」を発売
業界最安の保険料、年間限度額120万円、支払回数無制限、申込から保険金請求までスマホ
で完結

以上

日本代協事務局 (野元)

○ 損保ジャパン ドラレコ特約新規販売停止 (21/8/4 代理店通知)

- ・ 損保ジャパン社では、21年9月以降、ドラレコ特約で契約者に貸与する端末を、パナソニックと開発した新端末に一新するが、世界的な半導体不足のため、新端末製造に必要な半導体が調達できず、十分な生産台数を確保できない見通しとなったことから、ドラレコ特約の新規販売を一時停止することを決定
 - ・ 8月11日以降、募集停止 販売再開時期については別途連絡
- (注 世界的な半導体不足で車の生産も減産を強いられ、中古車価格が上昇しているとの情報をお伝えしたばかりですが、もっと身近なところでこうした事態も生じています。損保ジャパン社としては、新端末切替で攻勢をかける戦略だったと思いますので、一時的な停止とは言え苦渋の決断だと思いますが、モノがない業界と言われる保険業界もサプライチェーンと無縁ではないことを痛感させられます)

○ ソニー生命 170 億円不正送金 (21/8/5 日経朝)

- ・ 海外子会社の再保険会社「SA リンシュアランス」で5月に170億円の不正送金
金融庁、捜査当局に被害届出済み サイバー攻撃ではなく社員が横領目的で関わった可能性

○ 損保 サイバー攻撃専用保険 損害賠償を特約対象に (21/8/5 日経朝)

- ・ 補償の線引きを明確にする国際基準 (英ロイズが世界の保険会社に対し、各種保険について、サイバー攻撃の被害を補償対象にするか段階的に明記するよう要請) に対応し、特約での引き受けを強化 サイバー攻撃の補償が明示されないまま発生する損失を「サイレント・サイバー・リスク」と呼び、保険業界の大きな課題になっているが、これをカバーする動きが世界の保険会社で広がる
サイバー保険の世界的市場規模は20年比2.5倍 (2兆236億円) になる見通し
- ・ 線引きは2段階
第1段階 企業向け賠償責任保険は「第三者への被害は補償しない」と約款に明記
SJ,MS,あいおいNDは10月から、7月に中小企業向けには対応済みのTNは21年度中にも大企業向けも対応
第2段階 その上で、サイバー保険や一部の従来型商品に付帯する特約を用意
”サイバー攻撃で商業施設の防火設備制御システムが誤作動して店内顧客にけがをさせた”、”食品製造業者がハッキングで食品設計書を書き換えられ、本来とは異なる成分を混入させて出荷し購入者に健康被害を生じさせた場合”などに幅広く補償
- ・ 保険料は数%増えることになる セキュリティー認証や不正アクセス検知の仕組みにも費用がかかる
- ・ 損保協会によればサイバー保険加入率は1割程度 海外に比べて意識が低い

日本政府はIPA（独立行政法人情報処理推進機構）と連携し、中小企業のサイバー対策の支援を開始。企業の差し迫ったリスクになっているサイバー攻撃に官民で役割分担しながら対策を講じる。

○ あいおいニッセイ同和 配車アプリ「GO」に出資 事故防ぐ技術開発（21/8/6 日経朝）

- ・ 配車アプリ国内首位のGOを展開するモビリティテクノロジーに76億円を出資し、資本業務提携。自動車保険データと配車情報を融合し事故を未然に防止する仕組みを開発。保険業界は、自動運転の普及を控え、自動車保険の抜本的見直しを迫られている。
- ・ GOは日本交通とDeNaの配車アプリ「MOV」が統合し、20年4月に始動。全国のタクシーの約半分の10万台をネットワークでつないでいる。トヨタ自動車、NTTも資本業務提携し、自動運転の社会実現のカギを握る配車サービスの有力候補となっている。企業価値は1,000億円を超え、ユニコーンの仲間入り（企業価値が0億ドル＝約1,200億円をこえる未上場企業）。
- ・ あいおいニッセイ同和とモビリティ社は先ず事故を未然に防ぐ仕組みを共同で構築。25年度までに自動運転タクシーを使った配車サービスを実用化。完全自動運転をにらんだ保険開発でも連携。

○ 日本の人口 12年連続減少（21/8/5 朝日）

- ・ 今年1月1日時点1億2384万2千人で前年42万8千人減。12年連続で減少。埼玉、千葉、東京、神奈川、沖縄は増加。さいたま市が1万444人増でトップ。増加率では千葉県流山市が2.46%増でトップ。減少率トップは1.4%の秋田県。

○ 天ぷらで滑り客打撲 店側逆転勝訴 東京高裁（21/8/5 朝日）

- ・ スーパーの床に落ちたかぼちゃの天ぷらで足を滑らせひざを打撲したとして、利用者が120万円の賠償を求めた控訴審判決で、東京高裁が「店側に特段の措置をとる法的義務があったとは認められない」として男性の請求を棄却。
- ・ 惣菜売り場は落下物が多い可能性はあるが、レジ通路付近に商品が落ちるのは通常想定しがたいこと、さらに、通路は見通しが良く、混んでいても客が落下物を避けることは困難ではない、として店側の責任を認めず（注 事案の状況によって個別具体的に判断されるということです）。

○ 世界各国 リスキング（学び直し）に投資（21/8/11 日経朝）

- ・ デジタルの進化に伴い事務員、秘書、会計士、工場労働者などが失業する（「技術的失業」）。一方で、データアナリスト、AI技術者、デジタルマーケティング専門職、ITセキュリティ専門職が大量に不足する環境をにらみ、世界各国が成人の学び直しに投資。英国では、大人を対象にデジタル関連の知識を学ぶ「ライフタイム・スキルズ・ギャランティ（生涯技能保障）」という名の専門教育を無料で提供。人材育成を急ぐ。

米国は 11 兆円を投入、韓国、デンマークなどの IT 先進国も公的職業教育プログラムを拡充
「今ある雇用の維持」から「成長分野への労働移動」に舵を切る

- ・ 世界経済フォーラムは 2025 年度までに 8500 万人が技術的失業に追い込まれる一方で、AI 専門職などで 9700 万人の新規雇用が生まれると試算 リスキングにより生産性も 600 兆円以上底上げされると予想

モデルはシンガポール 小規模国家であることを根底において規模ではなく質を重視 一人当たりの生産性向上に政策投入 25,000 種以上の訓練コースや全国民への訓練費支給制度を拡充

- ・ 日本は失業抑制（今ある雇用の維持）に政策の力点が置かれ、先を見越した職業訓練に対する公的支出の GDP 比は主要国で最低 ドイツの 18 分の 1 の水準に過ぎない
デジタル化の遅れや生産性の低さなどの課題の多くは人材投資・教育の遅れに起因
リスキングが日本の今後を左右する重要な課題になっている

○ 旅行大手 店舗 3 割削減（21/8/12 日経朝）

- ・ ネット販売が店舗販売を逆転する構造変化に乗り遅れた既存大手旅行会社は店舗数、人員削減をせざるをえない環境に

JTB 449 あった店舗を 22 年 3 月までに 20%削減

2 万 9 千人の社員を 7200 人減らし、4 分の 3 に

KNT 個人向けの 140 店舗を 100 店あまり削減し、3 分の 1 に

7 千人の社員を 25 年 3 月末までに約 2200 人削減し、3 分の 2 に

20 年度に 1400 人早期退職済み

HIS 258 店舗を既に 163 店舗に削減

- ・ ネットの台頭で対面販売が主力だった各社はコロナ前から地盤沈下 コロナが加速
20 年度はネット 56%、対面 44%となり、対面をネットが逆転 今後この差はさらに拡大する
JTB に次ぐ業界 2 位はじゃらん、3 位は楽天トラベルとなり、外資のエクスペディアも上位に食い込む
大手は財務体質が悪化しており、今後 M&A の対象となる可能性もある
デジタル革新が業界の構造を変えた

○ マイシン がん治療中でも保険提供（21/8/12 日経朝）

- ・ 日生、富国生命、明安生命、三菱商事などが資本・業務提携を行っているオンライン診療サービスのマイシンはがんの治療中でも再発に備えて加入できる保険を 8 月に発売
最新の臨床データをもとに発病の可能性を分析 乳がんなどの再発に補償を提供
従来生保商品の開発に使用されてきた標準生命表や患者調査ではなく、連携する医療機関から得た精密なデータを利用 画一的なリスク分析に頼る生命保険業界の事業モデルに変革を及ぼす
- ・ リスクの精密な把握と、病状に応じた保険料の細かな設定により、安定的に運営できる仕組みを整備

以上

ふうたのワンポイントレッスン Vol. 4 保険募集管理

お疲れ様です。依然としてコロナの感染拡大が止まらず、緊張感漂う日常を送っておられる代協会員の方も多いことと思います。本当にお疲れ様です。ワクチンの円滑で迅速な接種完了が待ち望まれます。

さて、ふうたのワンポイントレッスン No.4 をお送りします。今回は「保険募集管理」です。

保険業法改正により新たな保険募集ルールが法制化され、店主は「保険募集管理規程」（保険会社のルールを準用することが認められていますが、それを自社のルールとして定着させる必要があります。また、自社の PDCA を回すためには保険会社のルールだけでは足りないため、独自ルールの策定を含めたカスタマイズも当然必要になります）を策定して募集人はその規程を遵守し、保険契約者等の利益保護を図る社内体制の構築が求められています。必要なことはあくまでも実態であり、自己点検を行う際には、募集人がルールの本質を理解していることを確認し、実効性を伴う態勢になっているかチェックすることが必要です。以下、順にご説明いたします。

(1) 権限明示

要件：お客様に対し、募集人の権限等を適正に明示等しているか。お客さまに、自らが取り扱える保険会社の範囲等、必要な事項を説明するほか、所属保険会社のために保険契約の締結の代理・媒介を行う立場を誤解させるような表示を行っていないか。特に、単に「公平・中立」との表示を行うなど、「お客さまと所属保険会社との間で中立である」とお客さまに誤解を与える表示等を行っていないか。

点検のポイント：保険業法第 294 条では、保険募集を行おうとするときはあらかじめお客様に対し次に掲げる事項を明らかにしなければならないと規定しています。

- 所属保険会社等の商号、名称または氏名
- 自己が所属保険会社等の代理人として保険契約を締結するか、または保険契約の締結を媒介するかの別
- 募集人の商号、名称または氏名

注意点：代理店監査で募集人ヒヤリングを行うと権限明示について理解が不十分または顧客に口頭説明のみでツールを使用した説明が行われていないケースが散見されます。上記の通り、権限明示は保険業法で定められたミニマムルールであり、説明不十分な場合は法令違反となるので注意が必要です。店主の方は初回面談時の募集の流れをテーマとしたロープレなどを実施し、募集人のプレゼンの実態を把握することが必要です。なお、お奨めは以下の通りです。

- 会社案内を作成し、これに必要な事項を盛り込み、お客さまにもれなく説明しながら提示（手交）できるようにする・・・募集人の方も安心して説明できます
 - 代理店としての標準形（説明手順、使用資料等の統一）をつくり、ロープレ等で徹底する
- 要は、募集人によって説明に粗密が生じないよう、業務品質を統一することです。
これは他の取り組みにおいても同様に大事なポイントになります。

（２）意向把握・確認

要件：意向把握・確認を適切に行なっているか。

点検のポイント：最も重要なポイントです。所定の帳票を用いて、適切に意向把握および意向確認を行い、その内容を記録しているか。また、お客さまの意向に沿った保険提案を行うとともに、意向と契約内容が合致していることを確認し記録しているか、確認します。

注意点①：適正に意向把握・確認を行なったことを所定の帳票に記録して自社で定める書類保管期限ルールにより一定期間保管しなければなりません。代理店実査では保管期限を定めていないケースも散見されます。また、今後のお客様対応に活かすため、成約しなかった契約についても同様に保管し、分析するとワンランク上の取り組みになります。

注意点②：適正にお客様の意向を把握・確認するために、募集人は所定の帳票に当初の意向、意向の変化、最終意向を記録します。店主（もしくは責任者）は契約計上前に意向把握・確認のプロセスが適正に行われているか確認して承認することが必要です。

その場合、単に形式的なチェックでは意味がありません。当初意向と最終意向に変更がない契約ばかりの募集人の場合、適切な意向把握が行われているか特に注意する必要があります。

また、お客さまの意向が具体的に把握できる言葉で記載されているかチェックが必要です（口語体で書くよう指導している代理店もあります）。契約後にお礼を込めて募集人とは別の担当者がお客様に電話を入れて再度意向を確認する、さらには、証券が届いたらその記載内容に沿って改めて契約内容を説明し、契約内容を再確認する等の取り組みを行っている代理店もあります。これらはベスト・プラクティスの一例となります。

上記にも記載しましたが、保険募集管理は募集人によって対応にバラつきが生じる恐れがあるため、代理店内で標準化を図る必要があります。店主は募集管理体制を整備するために自社に合わせた社内ルールを策定し、それが適正に機能しているか、募集人が正しく理解できているかを検証するための仕組み作りが重要です。（次回に続く）

<作成：日本創倫株式会社 専務取締役（SEO）オフィサー事業部長 風間利也>

配信：日本代協事務局

ふうたのワンポイントレッスン Vol.5 比較推奨

お疲れ様です。コロナ感染拡大の終息も見通せないどころか拡大一方で、ますます不透明感が漂っています。何とか乗り切るしかないのですが、まだしばらくは閉塞感が続く状態で、ご苦勞が絶えないことと思います。明けない夜はないとはいいますが、早く明けて欲しいものです。

さて、今回のワンポイントは、保険募集管理の「推奨販売・比較説明」について解説いたします。

保険業法改正による新たな募集ルールとして、複数の保険会社商品を取り扱う乗合代理店は、お客様に対して取扱商品の中から特定の保険会社の商品を選別・推奨して販売する場合（推奨販売）には推奨した商品をどのように選別したのか、または複数の保険会社の商品を提案し、契約内容を実質的に比較する場合（比較説明）は、お客様が自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明することが法制化されています。

また、比較推奨販売方針を社内規程として定め、全ての募集人に周知徹底しなければなりません。生損保兼営の専属代理店においても、生損双方の同種の第三分野商品（がん保険、医療保険等）等を販売する場合には上記の対応が必要となります。

（１）推奨販売

ケース１ お客様意向に沿って比較可能な商品を選別し、商品を推奨する場合（施行規則第 227 条の 2 第 3 項第 4 号ロ）

（説明すべき内容）

候補となる比較可能な対象商品の概要および推奨する理由を説明します。取扱商品の中から、お客様の意向に基づき、比較可能な商品（募集人が把握したお客様の意向に基づき、保険の種別や保障（補償）内容等の商品特性等に基づく商品の絞込みを行った場合には、当該絞込み後の商品）の概要を明示し、お客様の求めに応じて商品内容を説明します。

ケース２ 代理店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合（施行規則第 227 条の 2 第 3 項第 4 号ハ）

（説明すべき内容）

乗合代理店の独自の推奨理由・基準としては、様々な内容が考えられますが、いずれの場合においても、その理由が合理的なものであるとともに、理由が複数ある場合にはその主たる理由をわかりやすく説明する必要があります。また、推奨理由・基準が合理的か否かは個別具体的に

判断することとなりますが、代理店の経営方針に基づいていることについて明確に伝える必要があります。

(2) 比較説明

注意点 複数の保険会社の保険商品を販売する代理店が、お客さまに対し、複数の保険会社の商品を提案し、契約内容を実質的に比較する場合は、お客さまが自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明(以下「比較説明」)します。(保険業法第 294 条、第 294 条の 3、施行規則第 227 条の 2 第 3 項第 4 号、第 227 条の 14、監督指針 II-4-2-9(5))

(説明すべき内容)

比較説明を行う場合、ある特定の商品の有利な部分のみ説明し、当該商品の不利な部分を説明しない等、お客さまが誤解するような説明・表示を行ってはいけません。

特に、お客さまに特定の商品を推奨販売する際、その商品の優位性を示すために他の商品との比較説明を行う場合は、お客さまが契約に際して正確な判断を行えるよう、次のア.およびイ.のような比較に必要な事項を包括的に説明する必要があります。(保険業法第 300 条第 1 項第 6 号、監督指針 II-4-2-2(9)、II-4-2-9(5)(注 2))

ア. 当該他の商品の全体像や特性

イ. 推奨する商品の優位性の根拠

保険のように内容が難しい商品を、比較したり、推奨したりすることは簡単ではなく、しっかりとした体制が必要です。代理店監査で募集人ヒヤリングを行うと、上記のような推奨販売・比較説明について明確に答えられないことが散見されます。

取扱保険会社数が少ない場合でも推奨会社、商品を選別している場合には社内規程で販売方針を定めて、研修などを通じて全ての募集人に周知徹底することが代理店店主には求められます。

募集人が規定や方針を適正に理解し、自分の言葉で説明ができているかを点検、チェックするために、ロープレを行うことをご提案します。

作成 日本創倫株式会社 専務取締役 (SEO) オフィサー 事業部長 風間利也
配信 日本代協事務局

宮崎県代協の取組み:「地域見守り応援隊」に関する協定締結 (社会福祉法人宮崎県社会福祉協議会と協定締結)

地域見守り応援隊とは

民間事業者が、日常の業務の範囲で訪問先の様子が普段と違うなど、何らかの「異変」を察知した場合に市町村窓口へ連絡を入れるなど地域を見守る活動を行う。

通報の判断基準が「外観から見た異変」、「対象者の姿から見た異変」などの区分で例示されている。

活動を実施している業種

宅配便、郵便、宅配食・飲料、生協、生保、銀行、新聞配達、電力会社、置き薬など

下記 URL より、みやざき地域見守り応援隊のガイドブック及びリーフレット等が確認できる。

[地域見守り応援隊 | 地域福祉・福祉の向上 | 宮崎県社会福祉協議会 \(mkensha.or.jp\)](http://mkensha.or.jp)

参考 < 通報の判断基準の例示 >

外観から見た異変

異臭・異音がする状態である。

郵便物や新聞が、ポストに溜まっている状態が続いている。

同じ洗濯物が、干されたままの状態が続いている。

夜なのに、室内の電灯が点いていない状態が続いている。

日中なのに、室内等の電灯が点いている状態が続いている。

雨戸が閉まったままの状態が続いている。

玄関のドアなどが、開いたままの状態が続いている。

通勤・通学用の自転車等が、使用されていない状態が続いている。

お届け物などをいつも手渡す人に、会えない状態が続いている。

庭の手入れやゴミの処理がされていない状態が続いている。

ペットの様子がいつもと異なる。(衰弱している。凶暴化している等)

対象者の姿などから見た異変

倒れていたり、座り込んだまま、呼びかけに応じない状態である。

以前と比べて、歩行をはじめとした動作が不自由になっている。

極端に痩せている、顔色が悪い、生気がない、不自然なアザが見られる。

季節に合わない服装をしている、体や服が異常に汚れている。

同じ話を繰り返す、話を聞こうとしないで一方的に話す。

つじつまの合わない話をする。伝えたばかりのことを忘れる。

無表情で話をしたがらない、ふさぎ込んだ様子である。

緊急連絡先を言いたがらない。

以前と比べて、意思疎通が困難になった。

本人、又は家族の怒鳴り声が聞こえる。

室内から高齢者、女性、子ども等の泣き声や悲鳴が聞こえるが、呼びかけ等に反応がない。

本人、又は部屋全体に尿などの異臭がする。

部屋の中や家の周りが異常にちらかっている。

法外な高額商品や大量の健康食品などが置いてある。

不審な人が出入りしている。

以上

「損害保険に関する連携・協力についての包括連携協定」の締結について

この度、京都市では、一般社団法人 京都損害保険代理業協会、京都府保険代理業協同組合、一般社団法人 日本損害保険協会近畿支部京都損保会と、防災知識の普及啓発、損害保険の加入促進、災害発生時における保険請求手続き等に関する支援を内容とした協定を締結します。

複数の損害保険事業者が加入する業界団体と自治体による損害保険の加入促進を目的とした協定を締結する自治体は、本市が初めてとなります。

つきましては、下記のとおり、協定締結式を行いますので、お知らせします。

記

1 日時

令和3年6月30日（水） 午後3時10分～午後3時30分

2 場所

京都市役所 第2応接室（北庁舎4階）

3 次第

- (1) 出席者紹介
- (2) 経過説明
- (3) 調印
- (4) あいさつ
- (5) 記念撮影

4 出席者

- (1) 一般社団法人 京都損害保険代理業協会
会長 小橋 信彦（こばし のぶよし）氏
理事 小島 正彦（こじま まさひこ）氏
- (2) 京都府保険代理業協同組合
理事長 辻本 完治（つじもと かんじ）氏
- (3) 一般社団法人 日本損害保険協会近畿支部京都損保会
会長 西尾 大樹（にしお だいじゅ）氏
- (4) 京都市
市長 門川 大作
危機管理監 三科 卓巳

5 協定内容

(1) 防災知識の普及・啓発

広報活動等を通じた市民に対する防災知識の普及啓発

(2) 損害保険への加入促進

広報活動等を通じた市民に対する損害保険への加入促進

(3) 損害保険の請求手続き等に関する支援

市民（被災者）による保険請求手続きの支援を目的とした指定避難所への締結相手方職員の派遣，臨時の相談窓口の設置等

<「損害保険に関する連携・協力に関する包括連携協定」の概要>

1 経緯

近年、増加傾向にある水害・土砂災害、頻発する地震による被害が拡大傾向にある。一方、火災補償を目的とした損害保険・共済の加入率と比較して、水害や地震の補償を目的とした損害保険・共済への加入率は低い傾向にある。

<損害保険の加入率（全国平均）※>

火災補償	地震補償	水災補償
82%	66%	49%

※ 内閣府による推計（2015年）

内閣府の検討会（「保険・共済による災害への備えの促進に関する検討会」）においても、被災者生活の再建は各世帯が保険・共済により事前に備えることが重要である、との方針が示されている。

そこで、今後も多発することが想定される自然災害により被災した市民の早期の生活再建に資するため、業界団体と連携し、生活再建を主とした防災知識の普及啓発、損害保険への加入促進に加えて、災害発生時における市民の円滑な損害保険の請求手続きの支援を行うこととした。

2 協定締結機関

一般社団法人 京都損害保険代理業協会	京都府 保険代理業協同組合	一般社団法人 日本損害保険協会 近畿支部京都損保会
<u>設立</u> 2008年12月1日	<u>設立</u> 1996年9月2日	<u>設立</u> 1917年5月29日
<u>会長</u> 小橋 信彦	<u>代表理事(理事長)</u> 辻本 完治	<u>会長</u> 西尾 大樹
<u>所在地</u> 京都市中京区東洞院通御池下 ル笹屋町436番 永和御池ビル601	<u>所在地</u> 京都市上京区丸太町通 黒門東入る藁屋町536-1 元待賢小学校3階	<u>所在地</u> 京都市下京区四条通麩屋町 西入ル立売東町22 京都東京海上日動ビル内
<u>会員数</u> 359店（2021年5月31日）	<u>組合員数</u> 21名（2021年4月30日）	<u>会員会社</u> 29社（2021年6月16日）

3 協定に基づく取組内容（イメージ）

平常時	<ul style="list-style-type: none"> ○ 防災知識の普及啓発 ○ 早期の生活再建に資する水災補償が付帯した地震保険の促進に向けた啓発活動 <p><具体的な取り組み></p> <p>広報媒体（啓発チラシ）の合同作成と配布</p>
災害発生時	<ul style="list-style-type: none"> ○ 市民（被災者）による保険請求手続きの支援 <p><具体的な取り組み></p> <p>指定避難所等への締結相手方職員の派遣、臨時の相談窓口の設置 等</p> <p>※ 協議により、被害の規模に応じた支援内容を決定</p>

社労士診断認証制度オンラインセミナー

2021 年度日本代協企画環境委員会では、以下の理由から、代理店のチャネル間競争力の向上の為に、社労士診断認証制度を積極的に推進していく事になっております。

- 1) 人材を経営資源とする保険代理業において適切な人事労務管理は必要不可欠である。
- 2) お客様に認証取得を推奨する事で、人事労務リスク対策及び保険提案に繋がります。
- 3) 保険代理店として、優秀な人材を採用・育成し、長期的・安定的な雇用に繋がります。
- 4) 認証を受ける事で、働き方改革に対応した企業として信用力が付与されます。
- 5) 上記を実践する事がチャネル間競争力や社会的ステータスの向上に繋がります。

保険代理店として社労士診断認証制度を積極的に推進する事が、顧客本位の業務運営や業界の信用やステータスの更なる向上に繋がるため、積極的に推進して行きましょう。

日 時 : 2021 年 9 月 21 日 (火)

16:00~17:00 (15:30 からウエビナーに入室出来ます)

参加者 : 日本代協理事・各代協役員・全国の企画環境委員

参加費 : 無料

内 容 : 第 1 部 社労士診断認証制度の現状と保険代理店への期待 (5 分)

挨拶 全国社会保険労務士会連合会 会長 大野 実 氏

第 2 部 保険代理店の生き残り作戦 ~社労士診断認証制度のご案内~ (50 分)

講師 全国社会保険労務士会連合会

常任理事・特定社会保険労務士 林 智子 氏

第 3 部 日本代協としての今後の取組について (5 分)

担当 日本代協 企画環境委員長 松本 一成 氏



お申込みは下記の URL または QR コードよりお願い致します。

<https://pro.form-mailer.jp/fms/5b2b509d233639>



お問い合わせ 日本代協事務局 TEL 03-3201-2745

【個人情報のお取り扱いについて】申込書に記載いただきましたお客様の情報は、主催・共催のセミナーや商品・サービスに関するご案内に使用することがあります。

～10月6日(火)15時～17時で開催！～

“中崎アドバイザーに何でも聞いてみよう！<続編>”の巻

お疲れ様です。日本代協事務局です。

7月6日に開催した第2回「オンライン de なんでも相談会」の続編のご案内です。

前回、中崎章夫アドバイザーにご登場いただきましたが、時間切れでご質問に十分お答えすることができませんでした。

そこで、第3回目を続編として、再度、中崎アドバイザーにご担当いただくことにしました。

今回は最初に30分程度ミニセミナーを行い、その上で質疑応答を行いますので、前回より30分長い15時～17時の2時間としました。

代協会員の皆さんは、予約無く自由にアクセスして中崎アドバイザーに質問することができます。

質問が終わっても、そのまま残ってもOK。質問がなくても、どんな感じなのか覗き見だけでもOKです。途中入室、途中退出もOKです。

限られた時間で、500名限定とはなりますが、皆さんのアクセスをお待ちしております。

なお、代理店経営に関するご相談は、「代理店経営サポートデスク」も併せてご活用下さい。粕谷室長が対応いたします。

<TEL: 03-6268-0788(水・木 10時～16時)>

<メール: agsupport@nihondaikyo.or.jp>

開催日時

2021年10月6日(水)15時～17時(14時45分から接続可能です)

実施方法

zoom ウェビナー(500名まで)

質問方法

チャットやQAを使ってご質問をお願いします。

アクセス情報

=====

下記のリンクをクリックしてウェビナーに参加してください：パスコードあり

<https://zoom.us/j/95390689581?pwd=eEVzcTIQNnpXRWdsc3ArZUp2d0pxUT09>

パスコード：576582

=====

2021年10月頃に適用予定の最低賃金

2021年7月14日、中央最低賃金審議会の小委員会で2021年度の最低賃金の引き上げが決定しました。2002年度以降最大の上げ幅となり、全国平均で28円を目安に引き上げられる予定です。目安通りに引き上げられれば、低水準の地域は大幅に最低賃金がアップします。なお、それでも主要先進国の中では低い水準にとどまっており、今後全国加重平均1000円の実現を早期に目指すべきと言われています。

引き上げ後の最低賃金は、以下を予定しています。(現在、厚生労働省より公表されている最低賃金に28円を加算しました。)

適用予定の全国最低賃金一覧

北海道	889	滋賀	896
青森	821	京都	937
岩手	821	大阪	992
宮城	853	兵庫	928
秋田	820	奈良	866
山形	821	和歌山	859
福島	828	鳥取	820
茨城	879	島根	820
栃木	882	岡山	862
群馬	865	広島	899
埼玉	956	山口	857
千葉	953	徳島	824
東京	1,041	香川	848
神奈川	1,040	愛媛	821
新潟	859	高知	820
富山	877	福岡	870
石川	861	佐賀	820
福井	858	長崎	821
山梨	866	熊本	821
長野	877	大分	820
岐阜	880	宮崎	821
静岡	913	鹿児島	821
愛知	955	沖縄	820
三重	902	全国平均額	930

予定通り引き上げられれば、全都道府県の最低賃金が800円以上になります。一律引き上げにより、特に低水準であった700円台の地域の上げ幅は高まります。

<https://solasto-career.com/media/130007/> より抜粋

令和3年8月31日
自動車局整備課

最後にクルマを点検した日、覚えていますか？

～ 9月・10月は「自動車点検整備推進運動」の強化月間です ～

自動車は、使用期間や走行距離に応じて劣化や故障が生じます。不具合や故障等のトラブルを未然に防ぎ、環境に優しいドライブを実現するためには、自動車ユーザーひとりひとりの、点検・整備への意識向上が欠かせません。

このため国土交通省では、自動車関係団体等（別紙1参照）と協力し9月・10月を『自動車点検整備推進運動』強化月間に設定して、全国各地で自動車の点検・整備の重要性を広く周知・啓発してまいります。

【令和3年度「自動車点検整備推進運動」強化月間で取り組む周知・啓発活動】

○ 広報ツールを利用した周知・啓発

全国の自動車関係団体等のご協力のもと、ポスターの貼付やチラシの配布、各地の電光掲示板へのPR画像の掲示等を通して、自動車の点検・整備の重要性に関する周知・啓発を行います（別紙2～5参照）。



電光掲示板への掲示

(写真は令和2年度のもの)



啓発ポスター

○ オンライン記者発表会の開催

お笑い芸人森田哲也（さらば青春の光）さんや一級自動車整備士の方をお迎えして、オンラインによる記者発表会を開催します（YouTubeにて後日配信）。詳細は下記の「自動車点検整備推進協議会HP」をご覧ください。



動画イメージ

○ 特設サイトやYouTubeへのオリジナル動画の掲載

人気キャラクター「吉田勝子」が登場する自動車の点検・整備に関する動画を特設サイトへ掲載するとともに、YouTube動画広告による配信を行います（後日となりますので、詳細は点検整備推進運動特設サイトをご覧ください）。

* 自動車点検整備推進協議会HP

<http://www.tenken-seibi.com>

* 点検整備推進運動特設サイト

<http://www.tenken-seibi.com/tenken2021>

<問い合わせ先>

国土交通省自動車局整備課 藤埴・宮坂・渡部

TEL:03-5253-8111(代表) 内線:42412

新規ノベルティ製品のご案内

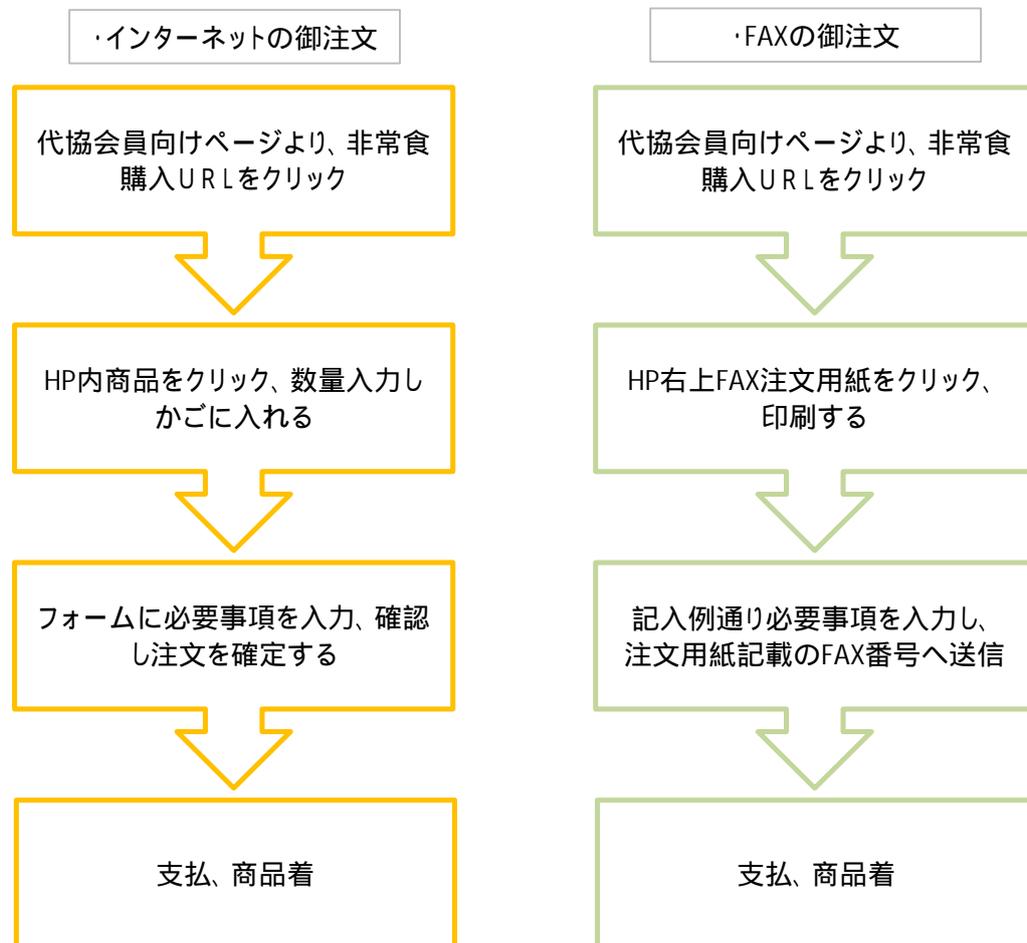
営業活動時の金券の配布の禁止に伴い、非常食をノベルティとして購入することができるように致しました。損害保険も非常食も、お客様の非常時の助けになるものとして親和性の高い商品です。どんな時でもお客様を守るということをアピールしながら、非常食の賞味期限にあわせて訪問するきっかけを作ることができます。ぜひ皆様の営業活動に非常食を活用して頂ければと存じます。

販売概要

製造者:尾西食品株式会社

HP代理店:株式会社CTI情報センター

販売商品:アルファ米その他



〒108-0073東京都港区三田3-4-2いちご聖坂ビル3F
尾西食品株式会社 営業推進部
門馬 悠輔
TEL:03-3452-4020
<http://www.onisifoods.co.jp>

新規ノベルティ商品(尾西の非常食)のご案内

営業活動時の金券の配布の禁止に伴い、非常食をノベルティとして購入することができるように致しました。損害保険も非常食も、お客様の非常時の助けになるものとして親和性の高い商品です。どんな時でもお客様を守るということをアピールしながら、非常食の賞味期限にあわせて訪問するきっかけを作ることできます。ぜひ皆様の営業活動に非常食を活用して頂ければと存じます。

【販売概要】

- ・販売商品: アルファ米その他非常食
- ・製造者: 尾西食品株式会社
- ・販売代理店: 株式会社CTI情報センター

会員向けページ内に非常食販売HPのURLを記載致します。
下記URLにて、代協会員向け特別価格での販売です。

<http://www.starline.co.jp/daikyo/index.html>

【活用方法】

- ・損害保険加入の際の御礼の品として
- ・定期訪問の話のタネとして、保険見直しの御礼の品として
- ・どんな時でもお客様を守るというアピールに
- ・お客様への斡旋販売

【ご購入方法】

HPからの直接購入

手順1	手順2	手順3	手順4	手順5
代協会員向けHP内販売サイトのURLより販売ページへアクセス	商品をクリック、詳細ページより数量を購入しかごに入れる	購入品を全てかごに入れたらかご画面より精算画面へ移動、フォームに必要事項を入力する	内容確認し、注文確定	商品到着、1週間以内に指定方法にて支払又はクレジットカードでの支払い

HP内FAX注文用紙を使用しFAXからの購入

手順1	手順2	手順3	手順4
代協会員向けHP内販売サイトのURLより販売ページへアクセス	サイト内右上バナーよりFAX注文書を印刷	記入例通り必要事項を記入し注文書記載のFAX番号へ送信	商品到着、1週間以内に指定方法にて支払

備蓄はなぜ必要なのか、アルファ米とは何かHPに説明がありますのでご参考にしていただければと存じます。

〒108-0073東京都港区三田3-4-2いちご聖坂ビル3F
尾西食品株式会社 営業推進部
門馬 悠輔
TEL: 03 - 3452 - 4020
<http://www.onisifoods.co.jp>

JCMの買取実例！

このようなお車をご紹介します。

7月度 ご紹介買取金額ランキング

順位	紹介先	年式	車名	買取対象額
1	愛知県	H28	レクサスL S	¥3,330,000
2	熊本県	H26	クラウンマジェスタ	¥2,170,000
3	三重県	H18	BMW (M6 カブリオレ)	¥2,000,000
4	京都府	R3	スペーシアカスタム	¥1,650,000
5	大阪府	H30	ヴェゼル	¥1,500,000
6	愛知県	H30	BMW (1シリーズ)	¥1,350,000
7	京都府	H30	タンク	¥1,350,000
8	京都府	H29	NV350 キャラバン	¥1,200,000
9	愛知県	H29	デミオ	¥850,000
10	奈良県	H30	アルトラパン	¥800,000

通期 ご紹介買取金額ランキング

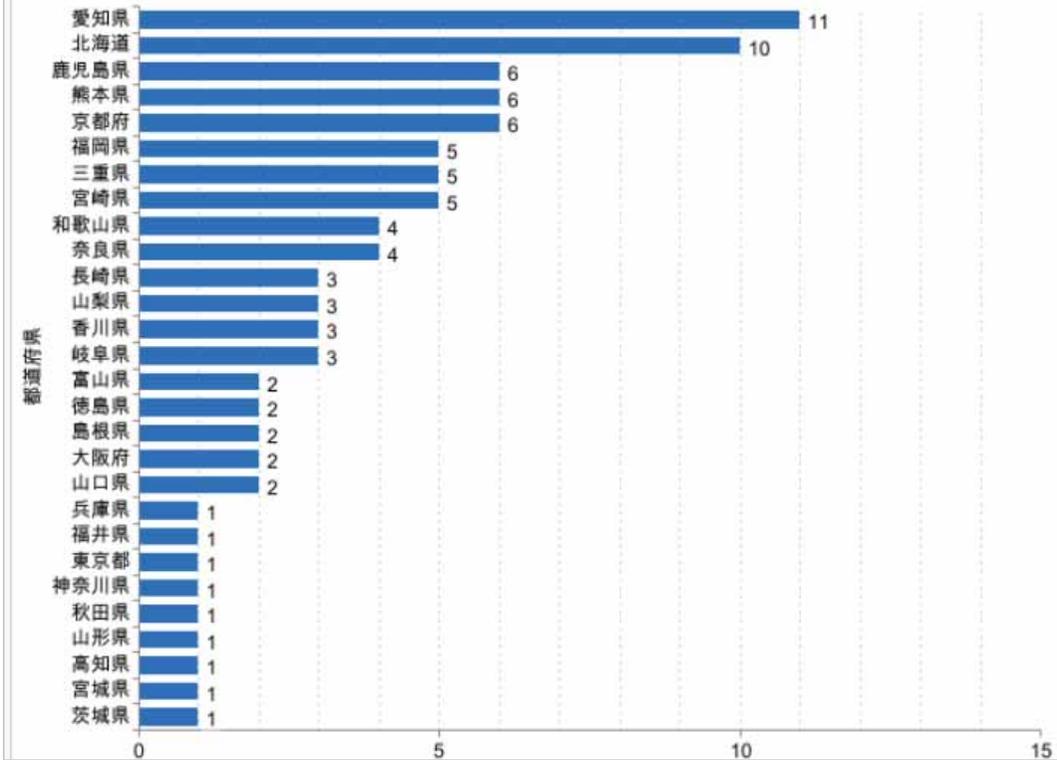
順位	紹介先	年式	車名	買取対象額
1	京都府	R2	セレナ	¥3,450,000
2	愛知県	H28	レクサスL S	¥3,330,000
3	大阪府	R2	スカイラインハイブリッド	¥3,300,000
4	宮崎県	H29	ヴェルファイア	¥3,300,000
5	宮崎県	H30	ハリアーハイブリッド	¥2,800,000
6	奈良県	R1	アルファロメオジュリア	¥2,630,000
7	兵庫県	H30	CR-V	¥2,350,000
8	福岡県	H20	ジャガーXKシリーズ	¥2,200,000
9	滋賀県	R2	プリウス	¥2,180,000
10	熊本県	H26	クラウンマジェスタ	¥2,170,000



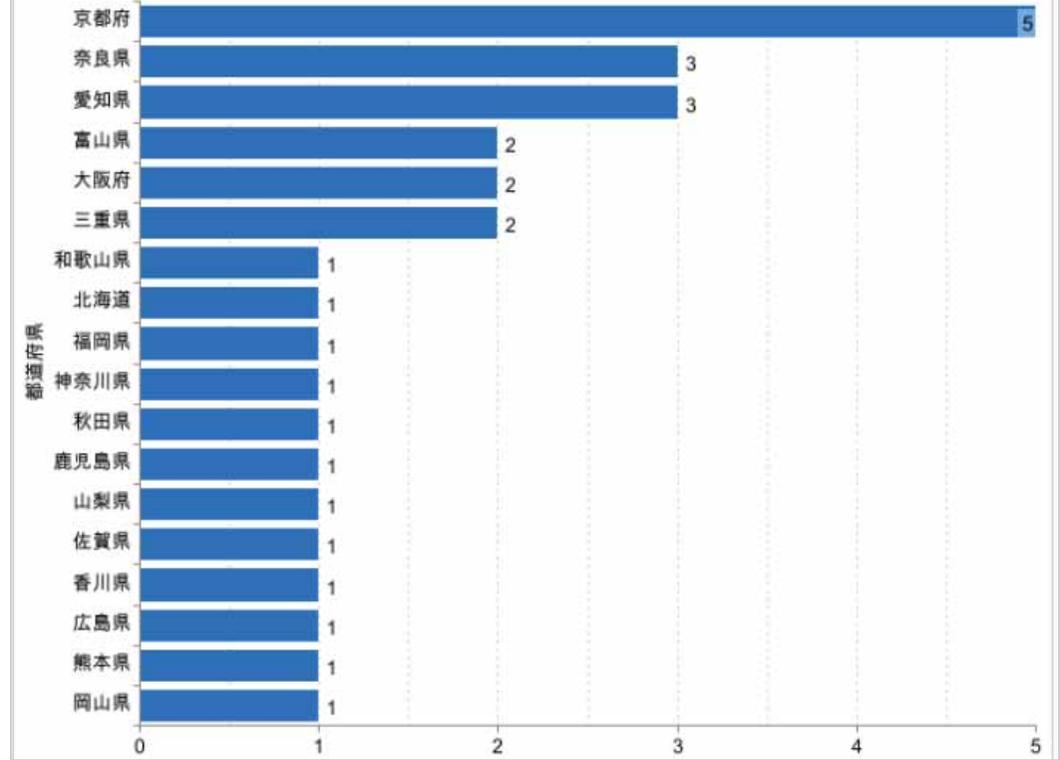
*現物写真撮影の為見えづらい点はご了承ください。

JCM 7月問い合わせ・買取実績

先月の問い合わせ件数 (93件)

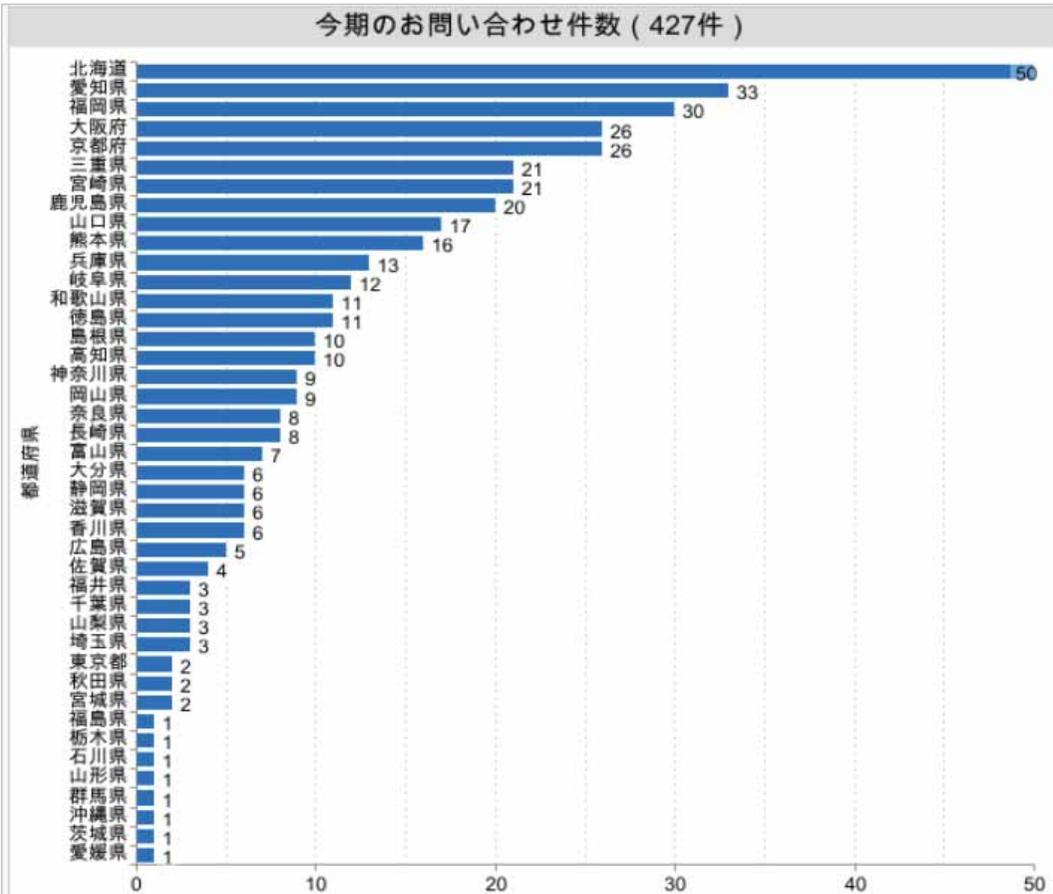


先月の買取件数 (29件)



JCM 通期問い合わせ・買取実績

今期のお問い合わせ件数 (427件)



今期の買取件数 (141件)

