

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（最終年度を向かえて）

100年続く保険代理店を目指して



2025年12月1日

目次

- ◆ 2. 目次
- ◆ 3. メッセージ
- ◆ 4. 会社概要
- ◆ 8. 会社組織表
- ◆ 9. 現在の組織体制
- ◆ 10. 経営理念・経営ビジョン・行動指針・品質方針・品質目標
- ◆ 13. お客さま本位の業務運営方針
- ◆ 18. SWOT分析
- ◆ 20. 第1期～第2期 中期3カ年計画 結果
- ◆ 21. 前年度の結果報告
- ◆ 27. 2025年度の目標
- ◆ 30. 第2期中期3カ年計画 2025年度の重点施策
- ◆ 39. コンプライアンス実行計画
- ◆ 42. 2025年度内部監査計画
- ◆ 45. 支部店別営業計画
- ◆ 72. 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10期が終了、10月から第11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147名、総店舗数は本社を含め27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。

2025年10月1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147名（2025年10月1日現在） 拠点数 全国26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）
- ◆ 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）
- ◆ 葛飾支店（東京都葛飾区金町2-16-6）
- ◆ 鹿児島支店（鹿児島県始良市加治木町朝日町36-2）
- ◆ 東京北支店（東京都足立区島根1-6-11 エクセルマンション104）
- ◆ 市原プラスワン支店（千葉県市原市五所982-1）
- ◆ 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）
- ◆ 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）

営業拠点

● 全国 26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

東北エリア

- 東北営業部

関東エリア

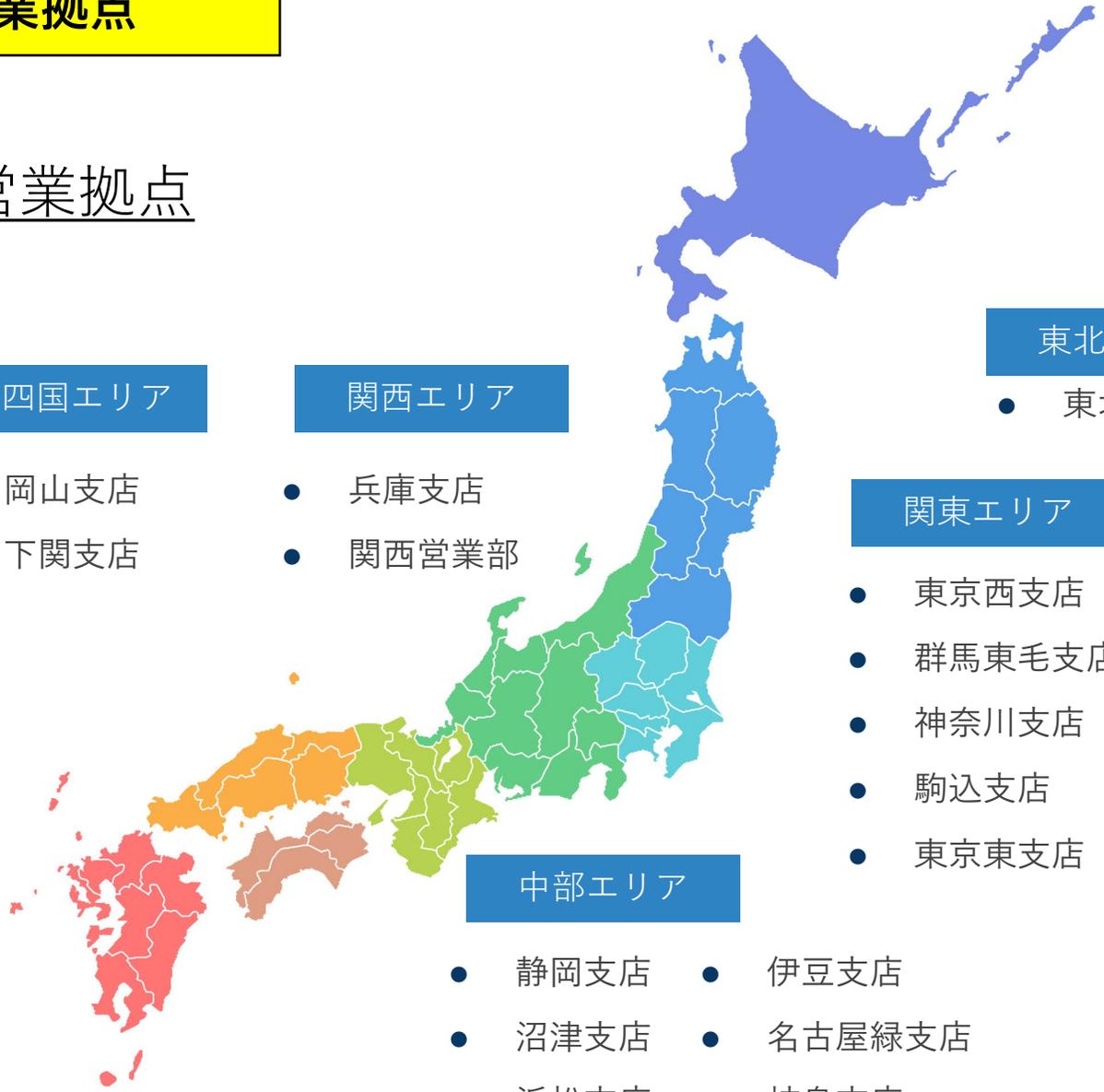
- 東京西支店
- 群馬東毛支店
- 神奈川支店
- 駒込支店
- 東京東支店
- 八王子支店
- 東京営業部
- 葛飾支店
- 東京北支店
- 市原プラスワン支店

九州エリア

- 福岡支店
- 福岡南支店
- 熊本クリエート支店
- 北九州支店
- 鹿児島支店

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

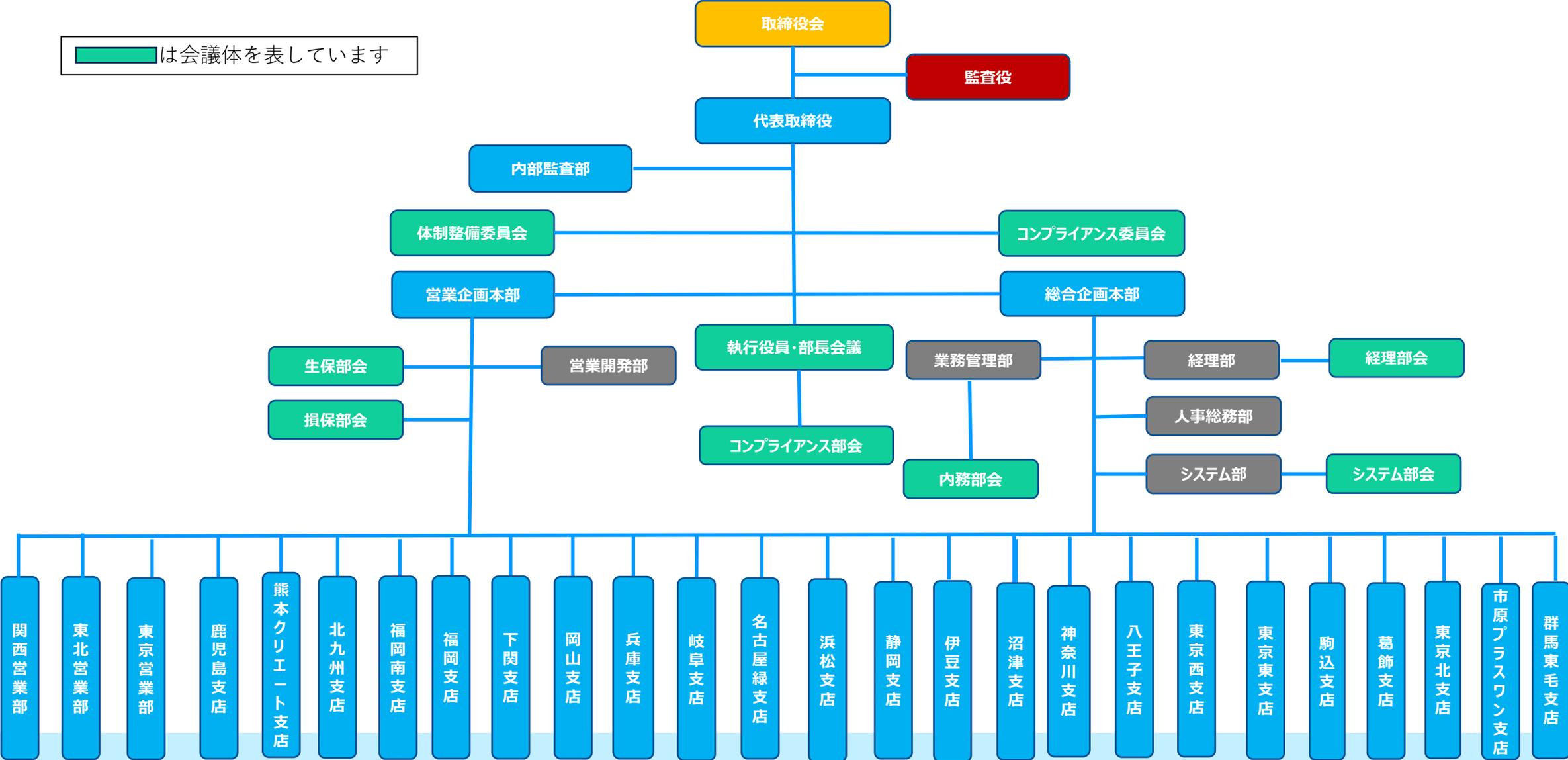
- 資本金：1, 355万円
- 代表者：代表取締役：薩埵 俊夫
- 役員：

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10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	玉川 博己 (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	玉川 博己 (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。	
教育責任者	吉田 晴信 (人事総務部長)	教育方針の策定。法令遵守・コンプライアンス教育。商品スキル・販売スキルの強化。教育効果の測定・改善。人材教育・キャリア形成支援。	
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	玉川 博己 (営業企画本部長)	事故経過報告等の実施状況の確認	
法令等遵守責任者	小河原 等 (総合企画本部長)	法令等の遵守状況のモニタリングと実効性の検証	
個人情報管理責任者	小河原 等 (総合企画本部長)	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を実施し、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研修を実施し、社員のスキルの向上にむけた取り組み状況を確認します。（目標：受講率100%）
4. 生命保険の推奨商品の販売状況について、半期毎に販売商品を集計し、分析すると共に、定期的にサンプル調査を行い、適切な提案が行われているか確認します。（年度毎に結果を公表）

～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）
- システム対応の専任者によるIT機器の一元管理
- 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ます
- 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

機会 (Opportunity)

- 自然災害に対する顧客の危機意識の高まり
- サイバー攻撃対策
- 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

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

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
- サイバー攻撃

SWOTから導かれること

強み×機会

『お客さまとの接点の強化』（多種目販売）

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

第2期中期3力年計画 2025年度 重点施策

2025年度重点施策

2025年度目標値

経営指標（単位:千円）		
売上高	（うち損保）	（うち生保）
10億6,361万円	9億4,774万円	1億1,586万円

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

2025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（詳細）

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	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。
②	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。		2027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。
③	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。		2027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	2026年度から適用する新制度の策定		1月	支部店長の意見収集	人事担当役員	2026年3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	2026年3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		2026年11月	一覧表のチェック	担当役員	2026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・見直し		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

コンプライアンス実行計画

2025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	コンプライアンス研修	人事総務部 業務管理部	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	年12回
				(研修テーマ)	
				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（理解度確認テストを実施）	
				個人情報保護に関する研修（理解度確認テストを実施）	
				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	
				サイバーセキュリティ研修および訓練の実施	
			その他コンプライアンス関連研修と理解度テストの実施		
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				
2	業務研修	コンプライアンス部会	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	半期
		人事総務部	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	業務管理部	部店長・内務担当者	「個人データ管理台帳」の棚卸	4月及び10月
4	業務点検	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
		コンプライアンス部会	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	半期
5	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	(損保) 代理店自己点検シート<業界共通版>、(生保) 募集代理店共通自己点検表 (WEB)による点検	9月
6	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

2025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、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	電話応対、苦情応対、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

2025年度 内部監査計画

3	<p>監査対象部門</p> <p>(1) 拠点別監査及びQMS内部監査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業店及び本社管理部門（原則、3年に1回） ・ 新設営業店（開設後1年経過後に実施） <p>(2) テーマ監査</p> <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
4	<p>監査実施者</p> <p>(1) 拠点別監査 内部監査部（一部、外部監査委託先「日本創倫株」）</p> <p>(2) テーマ監査 内部監査部</p> <p>(3) QMS内部監査 内部監査部及びQMS内部監査人</p>
5	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自社が実施する内部監査に対する評価を「日本創倫株」に依頼 ・ 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

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
2025年 4月	葛飾支店 開設
2025年 6月	鹿児島支店 開設

