

Pliant

じゅうじん

柔軟成長企業

2019年度

経営計画書



保険事業部
権限委譲



Ver.3.0 最終提言

個の時代
個の成長
個の集合体へ



当経営計画書には、企業機密情報、ならびに、個人情報が含まれています。
取り扱いには十分ご注意ください。

2019年6月27日
プライアント株式会社 代表取締役社長 橋口久

社長、12の約束

プライアント株式会社 代表取締役社長 橋口 久

私 橋口久は、プライアント株式会社の社長として、会社経営に関する全ての責任を負いながら、社員の皆さんが物心両面の幸福の追及ができるよう、経営理念を高め続け、理念経営に邁進します。会社の成長は、全て社長の器で決まります。社長の器が成長しなければ、社員は離れ、お客様も離れていくことを十分肝に銘じ、社員の皆さんに下記の12の約束をいたします。

会社は人間成長の学校

会社を人間成長の場とし、社員の皆さんが当社で働くことで、皆さんの人生の幸福に大きく寄与する仕組みをつくりたい。学んだことがすぐに実践できる場にもします。

ES 第一主義

これまで「お客様第一主義」が社長の決意にありましたが、今年度からはES（従業員満足）第一主義へと転換します。CS（顧客満足）はESから生まれます。

率先垂範

経営指針に沿った働き方・生き方を率先垂範し、社員の皆さんの「人間成長・人生幸福」を醸成できる職場づくりの陣頭指揮を執ります。

意なく、必なく 固なく、我なし

四つを絶ちます。「私欲を貪る心をもたない」「全てのことを決めた通りにしよう」と無理をしない。「固執する心をもたない」「独りよがりにならない」

原理原則に則った思想

精度の高い意思決定を行うため、自然の摂理に背かず、原理原則に則ったぶれない信念を持ち続けます。

飽くなき自己研鑽

精度の高い意思決定を行うため、常に学びと実践を繰り返し、自己研鑽に努めます。自己研鑽した学びと気づきはすぐに会社で実践します。

仕事の報酬は仕事

仕事の報酬はお金ではなく、仕事の報酬は仕事であることを忘れません。ワーカホリックになる意ではなく、仕事に邪念を入れないための思想です。もちろん遊ぶときは思いっきり遊びます！

100年先を見据えた承継

3・4代目への事業承継ではなく、世代を越えた事業継続の視点で共有環境をつくりたい。100年先も人間の正しい思想に変わりはないはず。今の時代に真理に満ちた企業をつくりたい。

感情で仕事をしない

感情で仕事をせず、常にニュートラルな精神で社員に接します。よって、社員のミスにも必ず復活のチャンスを与えます。但し、金銭的問題とコンプライアンス問題は私も含め一発退場です。

社長の責任

会社で起こる良いことは社員の皆さんのおかげ、会社で起こる悪いことは、仕組みづくりができていない社長の責任です。

三つの目的

「よい会社をつくる」「よい経営者になる」「よい経営環境をつくる」この三つの目的を坂の上の雲とし、日々精進します。

健康増進企業

社員の皆さんが健康でイキイキと働ける健康増進施策を立てます。有給休暇は、2018年7月より入社半年後の正社員は一律20日間を支給します。また有給消化推進も対策を講じます。

令和の働き方①

会社が雇用を守る時代から 会社、そして、社員自らが 自分の雇用を守る時代へ

「人・本・旅」で自分の雇用を守れ

「知識×考える力」が美味しい人生であり、
教養であり、リテラシーであり、イノベーションである

昭和は令和で生き残れない

製 造業が経済を牽引する国の成長は、人口×生産性で表せます。よって、一定の生産性があれば、人口が多い国の方が成長力が高くなります。戦後の日本はラッキーな星回りでした。製造業が世界の主流だった戦後、先進国の中で人口が1億人を超えていたのは、アメリカと日本だけだったのです。戦後の日本は、爆発した人口と、日本人の勤勉さによる高い生産性で、一気に世界経済の

主役に躍り出ました。高度経済成長期です。しかし、その当時の成功体験と働き方、そして労働への価値観（仕事観）が、現代の日本人に染み付いてしまっています。バブルが崩壊後、「失われた25年」と呼ばれ低迷してしまった日本経済の背景には、高度経済成長期に染み付いた昭和の製造業の働き方や仕事観の呪縛があったのではないのでしょうか。

ま た、当社でも、特に保険事業部は、昭和の働き方や仕事観が残り、それが成長の足かせになってはいないのでしょうか。立命館アジア太平洋大学の出口学長の講演を糸口に、当社に存在する

呪縛を探していきましょう。

別 府にある立命館アジア太平洋大学の学長は、元ライフネット生命の創業者である出口治明氏。出口学長は、これからの生き方をこう説いています。

出口治明が説く
「これからの時代を生き抜く力」

こ れはいつもこういう話をしているんですけど、ある出版社があって、AとBという社員がいる。Aは朝8時から夜10時まで働いている。パソコンの



橋口 久
代表取締役社長

前にしがみついているわけですが、編集者がパソコンとにらめっこしててもあんまりええ本でけへん。Bは10時に来る。来たらすぐスタバでだべってる。6時になつたら四条河原町や祇園に飲みに行つて帰つてきやへん。でも、いろんな人アドバイスもらっているんで、いろんなアイデアをもらい面白い本を出す。2、3冊ベストセラーになる。みなさんがこの出版社の社長だったら、どっちの編集者を評価して給与を上げますか。これがたとえばシャープやソニーのカラオケレディ工場だったらどうですか。Aの前のコンベアは8時〜10時まで動いていっばいできる。Bの前のコンベアは10時に動いたと思ったらスタバストップ。で、6時にはもう動かへん。わかりますよね。**製** 造業の工場モデルが社会を引っ張っているときは、力が強い男性が長時間労働することが向いているんですよ。だから配偶者控除とか三号被保険者とかいうアメを制度的に与え、「寿退社」

とか「三歳児神話」というデータラメをでっち上げて、専業主婦をつくり、分業を進めてきたことが日本の高度成長が上手くいった理由なんですよ。しかも製造業は世界的に見たら、製造業で働く人の大卒比率はだいたい40パーセントを切りまです。勉強する必要なんかありません、極論すれば。素直で我慢強く、協調性があったら空気を読めれば製造業は発達することができます。日本の製造業は宝だと思います。生産性が高い。でも、GDPでみればもう4分の1を切ってるんですよ。

これからはGAFAYやユニコーンに象徴されるような、アメリカ・中

「メシ・風呂・寝る」から 「人・本・旅」の生活へ

国で起こってるようなサービス産業でメシ食っていくしかないんです。サービス産業の従業員のグローバルな大卒比率は90パーセントを超えます。勉強をしなればアイデアは生まれません。わかりますよね。サービス産業は大学院卒が圧倒的に多い業種です。今までの日本は「院卒なんか使えへん」とかいつてむしる敬遠してきたので。これは、日本の特質でもなんでもない。日本は企業で教育するか

ら、そんなもん嘘に決まっていますよね。長時間労働して教育なんかできるはずがない。「院卒なんか使えない」と言っていたのは、製造業の工場モデルだったからですよ。わかりますよね。だから、これからは「メシ・風呂・寝る」ではなく、やっぱり徹底的に勉強して「人・本・旅」の生活に切り替えなければいけない。たくさんの人に会い、たくさん本を読み、たくさんいるところに行つて頭を刺激されなければアイデアは出ないんですよ。イノベーションも起こらない。だから、日本のいちばんの問題は、長時間労働をやめて、はよ帰つて勉強せなあかんといいことですよ。

は、自分が選んだ職業でいいパフォーマンスをあげる蓋然性が高いからです。さらに、大学院にはまったく行かない。企業に入ったら長時間労働で「メシ・風呂・寝る」でいつ勉強するんですか」という話で、日本は低学歴国で、まったくマネジメント層が勉強していないということが経済低迷の主因ですよ。

ブルが崩壊してからこの25年間、日本は2000時間働いて平均成長率は1パーセント。ヨーロッパは1300時間で平均2パーセント。どっちがいいかという話ですよ。ちなみに、物事の比較は「apple to apple」です。べきで、世界一の経済大国で人口が増え続ける国はアメリカ以外歴史上皆無です。石油も世界一です。資源もあり人口も増える経済大国というのは、過去の歴史上例をみません。ヨーロッパの覇権国はポルトガル・スペイン・ネーデルランド・イングランド、それからアメリカですが、残りの4か国はぜんぶ資源もなければ人口も減ってきた国です。アメリカは異常な国です。日本はヨーロッパと比べるとはるかに示唆に富む結果が得られると思います。ですから、これからの課題は、勉強しなければいけない。それが「リカレント」と文科省も言い出した大きい要因ですよ。



立命館アジア太平洋大学 出口治明 学長
(ライフネット生命株式会社創業者)

講演は、2018年7月7日、国立京都国際会館で開催された「あすか会議」第5部分科会「歴史に学ぶ テクノバート時代を生き抜く力」から引用

日本は先進国の中では稀にみる低学歴国です。まず、大学進学率がめちゃ低い。52パーセントです。OECDの平均は62パーセントあるので、大学に2割以上行く人が少ない。行つてまったく勉強しない。これは学生が悪いんじゃない、企業が悪いんですよ。成績採用しないからです。だって、面談で「クラブ活動やアルバイトでリーダーシップとった経験しゃべってごらん」とか、そんなアホな面談やって誰が勉強するかという話ですよ。グローバルな企業はぜんぶ成績採用です。なぜか。自分で選んだ大学でいいパフォーマンスをあげた学生

は、自分が選んだ職業でいいパフォーマンスをあげる蓋然性が高いからです。さらに、大学院にはまったく行かない。企業に入ったら長時間労働で「メシ・風呂・寝る」でいつ勉強するんですか」という話で、日本は低学歴国で、まったくマネジメント層が勉強していないということが経済低迷の主因ですよ。

も うひとつ、サービス産業のユーザーは全世界どんな統計とつても6、7割は女性です。日本経済を支えていると自負している50・60のおじさんに「女性の欲しいものがわかる」と自信もって言える人、挙手を。でしよう？つまり、先進国はぜんぶ需給のミスマッチを抱えているわけです。どう対応しているか。それがクオータ制です。女性役員が4割ないと上場を取り消す」という

法律に象徴されるクオータ制は、貧しくなるか成長するかという2択の中で需給のミスマッチを防ぐ手段です。よね。日本政府はそこまで根性がないので、「女性が輝く社会」という文学的表現に留めていますが、女性が輝くためには男性がはよ帰って介護・育児・家事をシェアする以外の方法はないので、二重の意味で長時間労働は意味がないですよ。

あ る若者に会いました。大学を卒業して超有名な日本を代表する企業に入った。で、毎晩9時頃まで仕事していた。大きい部門なんで、そのあと代わりばんこに飲みに連れていかれた。「社会人ってこんなもんかな」と思って1年間、生活した。正月にふるさとに帰って、何もすることがなかったんでぼんやりと自分を見つめてみたら1ミリも成長してない自分に気がついたので、正月休み明けに会社へ行って上司に「もう残業しません。飲みにも行きません。勉強します。自分を成長させたいから」と言って、彼はそのグループで最年少で課長になりました。大学へ行かへん、勉強しやへん、遅うまで働いて同じ人と飲んで。賢くなるはずがありませんよ。

イ ノベーションの話に移ります。めちゃ簡単な話です。「おいしいご

「知識×考える力」が自分の人生を美味しくする

「はん」と「まずいごはん」で、どっちを食べたいですかという質問です。おいしいごはんを因数分解したらどうなりますか。いちばん簡単な因数分解は、いろんな材料を集めて上手に調理する。次の質問です。「おいしい人生」と「まずい人生」、どっち送りたいですか。おいしい人生を因数分解してください。料理と同じで、「いろんな材料を集める」ということが「知識」ですよ。で、「上手に調理する」が「自分の頭で、自分の言葉で考える力」です。「知識×考える力」がおいしい人生であり、教養であり、リテラシーであり、イノベーションと聞いていいです。

こ れもみんなよく知ってますよ。ね。早稲田の入山先生とかがしょっちゅう言ってますし、アメリカの学者も全員言ってますが、既存知を組み合わせたときに、既存知どうしの間が遠ければ遠いほど面白い発想が生まれるということとはみんな知っていますよ。これがダイバーシティです。できるだけいろんなことを知っている人が集まったほうが、アイデアが出やすい。それは既存知と既存

存知の間の距離が遠いからです。だから、同じ会社の人と仕事したあと飲みに行ったらどうなるかといえば、アイデアは生まれへん。カラオケに行ってもだいたい「最後はやっぱりあの部長の歌で締めましょう」とか言ってみんなが勝手に部長の歌を入れて、「やっぱり盛り上がりましたね。最後はこれで締めなきゃ」とか言って楽しく帰るわけですが、楽しいかもしれないませんが、ここには発見は何ひとつないですよ。初めての人とカラオケに行ったら、まったく知らん歌を聴いて「こんな歌、歌うたらモテるかな」と思っでちよつと勉強してみようかと思う。これ、脳が刺激されるからです。だから、イノベーションを産もうと思ったら2つの理由が必要です。ダイバーシティが必要。それから、自分の頭で自分の言葉で考える力が必要です。

だ から、みなさんはできるだけダイバーシティあふれる環境に自らをおいて、それから「人・本・旅」で徹底的に考える力を鍛えないと。これが僕のメッセージです。「既存知×考える力」しかイノベーションは生まれない。テクノロジーは道具です。道具は必死に考えれば練習すれば身に付きます。

し かがでしたか。出口学長の講演にもあるように、昭和の製造業的な



人 × 本 × 旅

令和は、個の時代の幕開け

生き方、仕事のやり方は、現代では通用しません。真面目に会社に出社し、毎日与えられた仕事をこなしていれば、少なからず生活に困らなかつた昭和はもう過去なのです。これまでの、「国、社会の船、そして会社の船に乗っていれば、その船の中で何をしても目的地や、妥協できるある程度場所まで辿り着ける時代」は終焉を迎えているのです。

私は、2年前から「個の時代」の到来を提唱してきました。護送船団で運ばれる時代は終わり、個の努力と能力が、個の将来にダイレクトに影響を及ぼすと。だからこそ、一人一人が学んで柔軟成長しましょうと呼び掛けてきました。そして、予想通り（当然のごとく）、この2年間で、社会全体が個の時代へと大きく変遷していきました。

プライアントはサービス業です。国内、海外の保険も、コーヒーショップの飲食も製造業ではありません。しかし、昭和の製造業的な仕事をしないでしょう。出口学長の出版社の話。

AとBという社員がいる。Aは朝8時に来て夜10時まで働いている。パソコンの前にしがみついているわけですが、編集者がパソコンとにらめっこしてもあんまりええ本でけへん。Bは10時に来る。来たらずぐスタバでだべってる。6時になったら四条河原町や祇園に飲みに行つて帰つてきやへん。でも、いろんな人にアドバイスもらつているんで、いろんなアイデアをもらい面白い本を出す。2、3冊ベストセラーになる。

当社のコア事業である保険事業部は、ここ数年低迷しています。実績は毎年3月末に及第点まで帳尻を合わせる事ができても、その前の11か月は非常に厳しい状況が、毎年判を押ししたように続いています。私は、保険事業部のこの状況が、出版社のA君の働き方と重なります。A君の働き方は幾つかに分類でき、それが保険事業部の社員さんの日常の一部に当てはまると考えています。そして、それらが、保険事業部の低迷の要因の一つである「一生懸命しているのに実績に繋がらない」に直結していると考えています。

A君の働き方を分類し保険事業部の働き方にリンクさせると、

(1) 長時間労働型（長時間労働するが、損保生保の売上が、費やした時間に比例しない）
(2) 独りよがり型（周囲の助言や支援を求めず、組織で動かない）
(3) こだわらない型（実績を上げる意味が自分の中で腑に落ちていないため、数字にこだわることがなく、締切前でも焦ることがない）
(4) 会社の方針に参画しない型（文字通りであるが、仕事の時間内外で業界の動向や世の中の動きを勉強していないため、会社方針が腑に落ちず、よって方針に従えない）
保険事業部の社員さんはどう思われますか。

当社は、中小企業です。その保険事業部が漕いでいる船も小舟です。小舟が荒海の大海原を航海していることを想像してください。

小舟でも、目指す場所は決まっています。私たちは、羅針盤、つまり経営計画書（以後、「羅針盤」）があるからです。私たちは2009年からこの羅針盤で航海を進めてきました。2009年以降に入社された社員

さんは、この羅針盤がなければ縁がなかった皆さんです。また、2009年以前からいらつしやる社員さんも、羅針盤が示す方向に賛同・参画されてきたからこそ、当社の船に乗ってオールを漕ぎ続けていただいています。「いやいや、羅針盤があつてもなくてもプライアントに入社していたさ」「羅針盤の存在は自分に取つてそんなに大きくないよ」

そう思われる方もいらつしやるかも知れません。しかし、私は、断言できます。会社の羅針盤があれば、社員の皆さんのご縁はありませんでした。2009年に羅針盤を持ち始めてからの10年間の社員さんを含めた全てのご縁、その90%は、羅針盤なしには出会わなかつたと言えるでしょう。つまり、羅針盤がある限り、出会い、縁は全て、偶然ではなく必然なのです。

事業を切り口に考えてみてください。大海原を羅針盤なく航海していたら、HTCのオープンはありませんでした。当然、HTCのスタッフやお客様とのご縁もありません。今年度からのベータのふるさと納税もなく、飲食を通して全国の方々のご縁が生まれること

もありませんでした。藤田さんのご縁も、羅針盤に3年計画で雇用をする」と記載したからこそです。中国進出は5年計画の3年目で実現しました。羅針盤がなければ、海を越えた張さん、劉さんとのご縁ありませんでした。今年度から提携強化した上海と東京でのご縁は、2017年度からの10年ビジョン「世界に気づきを与える企業」を掲げ行動した成果です。

このように、「プライアント全体で考えれば、「前向きな誤差」はありながらも、羅針盤に定めた方向性に真っ直ぐ進んでいます。しかし、細かく見ていくと、4つある部署の中で、保険事業部だけが蛇行しながら進んでいます。経営者目線では、総務部、HTC事業部、国際事業部は、概ね真っ直ぐ進んでいます。この差は何でしょうか。

私は、「ベンチャー」の事業部が「老舗」の事業部違いだと考えています。他の3部署はベンチャー、保険事業部が老舗です。ベンチャーは創業ですの

える言えないの序列が蔓延っています。よって、老舗の事業部の社員さんが、ベンチャーの事業部に転籍すれば、その人もベンチャー気質で仕事ができるでしょう。反対に、現在HTCの事業部に所属している社員さんが、老舗の保険事業部に転籍すれば、それまでの勢いが失われてしまう可能性があります。また、HTCの事業部や他の事業部も、20年も経てば立派な老舗の事業部となり、現在保険事業部が抱える課題と同じものを共有することになるでしょう。つまりは、誰しもがぶち当たる壁なのです。

しかし、保険事業部の蛇行は、もう止めなければなりません。今年度からは、私は仏の心で鬼のごとく厳しく保険事業部と対峙していきます。出版社A君の行動からリンクできる上記(1)から(4)の言動を矯正していきます。もう時間がないからです。会社の経営、時代の変化、社内の世代交代など、会社はこれ以上仏でいることはできません。出版社のB君は一見不真面目に見えますが、会社の目的地をしっかりと共有し、自分の限界を知り、周囲を巻き込む必要性が分かっている人です。このような人材は、目的地までの推進力となります。たくさんの人と会い、多くの本を読み、旅に出て、見たことのない景色、感じた

ことのない環境に身をおいてください。人、本、旅を通して、今までの得てきたものを全て「放下」して、保険事業部を次世代を見据えたベンチャー事業部へとリセットしていきましょう。誰しもがB君になれる資質を持ち合わせているのです。要は自分の世界の中だけのこだわり、こだわりすぎないこと。

令和の時代、A君のままであれば、会社からも社会からも捨てられてしまします。取り残されるではありません。捨てられてしまうのです。昭和の時代、A君のような存在は、いわゆる「窓際族」と呼ばれるカテゴリーへと入っていきました。窓際族は、窓から外に追い出されず定年まで窓際にいることができました。本人は不本意だったかもしれませんが、会社にはまだ居場所が残されていたのです。しかし、令和の時代、窓際の席を準備してくれる会社なんてどこにもありません。

会社だけが雇用を守る時代は終わつたのです。これからは、会社と社員の皆さんそれぞれが自分の雇用を守る時代が到来しているのです。令和の時代を生き抜く覚悟を決めてください。

今年の5月13日、トヨタ自動車の豊田章男社長は、日本自動車工業会の会長会見で、「雇用を続ける企業などへのインセンティブがもう少し出ないと、なかなか終身雇用を守っていくのは難しい局面に入ってきた」と話しました。背景にあるのは、グローバルでのコスト競争の厳しさ。国境や業種を越える競争が激しくなるなか、雇用慣行の見直しが唱えられています。これまでのやり方では生き残れないという危機感の現れです。堀江貴文氏は豊田社長の話を「何をいまさら(もうその時代は当の昔に來ていた)」と評しています。

当社の社員の皆さんにとっても、これは対岸の火事ではありません。これは、トヨタがとか、ある会社がとかの話ではなく、日本社会全体の変化だからです。当社にも、同じ地域の他の中小企業にも当然影響が出てきます。

昭和のA君から令和のB君へ。新しい時代をより楽しく生き抜くには、それなりの覚悟が必要なのです。A君の部分を持つ社員の皆さん、本日もって覚悟を決めてください。覚悟を決めた方は、私個人も、会社も全力で応援します。以上、私からの最終警鐘でした。

令和の働き方②

保険事業部

エンパワーメント!

責任は橋口が執る。よって、仕事は大胆に!

今年度より、保険事業部のエンパワーメントを実施します。

【エンパワーメント】

仕事の達成度や目標については伝えるが、仕事の方法自体は部下に自由に考察させる。仕事に対する自由な裁量を与えることで現場の自主性を高め、部下のモチベーションが発揮されやすい環境を整える。

エンパワーメントは、「権限委譲」と微妙に違います。権限委譲は、

「はじめに仕事の方法や手順、仕事に対する考え方について部下に教える。このように上司のコントロール下で実務経験をこなしていく中で、徐々に仕事全体を任せていく」ことを言い、エンパワーメントの方が権限委譲と比べて、部下に与えられる裁量の幅が広い試みです。単なる権限の委譲に留まらず、権限を与える



橋口からエンパワーメントを受ける
保険事業部メンバー

ことで、部署、そして部下の潜在能力を最大限に発揮させるという点がエンパワーメントの特徴です。

エンパワーメントの実践手順

(1) 目標設定に対する合意を得る

初めに必要となるのが、エンパワーメントに対する共通認識の形成です。

- ・今回設定する目標が、潜在能力の発揮を前提とした、現状のままでは達成困難なものであること。
- ・目標の達成基準を上司と部下の間で共有していること。
- ・目標を達成することに対する価値を人が自覚していること。

(2) 経営方針、経営戦略、組織としての方向性の公開と権限の委譲

これらの重要な情報を公開することは部

下を信頼している態度を示すとともに、権限の委譲に伴い部下が企業の方針と異なるベクトルの行動を取ることを防止する役割があります。

また、権限を委譲する際にはその裁量範囲を明確に規定しておく必要があります。権限委譲を曖昧な線引きで行ってしまうと、後々のトラブルの元になりかねません。部下が自らに与えられた裁量の範囲について理解しているか、入念に確認します。

(3) 失敗を恐れないチャレンジ精神に溢れた風土の構築

エンパワーメントを推奨するということ、社員の自己判断を尊重するという点でもあります。当然、目標達成ができず、失敗するケースが出てくるのが予想されます。

ここで重要なのが、失敗を許容する職場環境を整えることです。部下が失敗をした場合には上司がしっかりとカバーする体制を整え、組織全体で新たな目標に挑む手助けをすることが、その企業にエンパワーメントを定着させる上で重要なことです。

2019 年度 プライアント株式会社

経営指針

経営指針書の大切さ 3

成り行き任せのその日暮らしではダメ・経営指針書は会社のバイブル

経営指針の構成 4

経営指針書（旧計画書）と共に成長・ぶれない経営には訳がある

第 19 期経営計画 6

10 年ビジョン・経営方針・経営計画



経営指針書の大切さ

成り行き任せのその日暮らしではダメ

経営指針書は
会社のバイブル

会社がより善く成長していくためには、「経営理念」、「ビジョン」、「ミッション」、「経営方針」、「経営計画」の5つが必要です。この5つを総称して「経営指針」と呼びます。

経営理念とは、企業の目的・目指す姿であり、経営にあたっての価値判断の基準となる根本的な考え方を明示するものです。

2016年6月、当社は経営理念を「柔軟成長企業」と刷新しました。この経験理念は、2つの柱をどちらも兼ね備えたものです。会社としての柔軟成長、そして会社を構成する各社員の柔軟成長です。柔軟成長とは、社名のプライアントである芯のあるしなやかさを意味しますが、柔軟成長の根幹にあるのは、人間力の醸成です。

かつて日本経営品質審査員でもあった、株式会社能力開発センター代表取締役の田中典生氏は、人間力について次のように語っています。

* * *

組織の習慣Ⅱ「社風」とは、個々の習慣の集まりです。なので、個々の人間形成をして、「人間力」を上げていかなければ企業風土は変わりません。人間力とは3つのポイントで考えましょう。

人間力Ⅱ主体性×進歩性×協調性

【主体性】

やる気をもって仕事に取り組む。前向きな思いで遂行する。

【進歩性】

その仕事に必要な能力を身につける。学びを活かして新しいことを行う。

【協調性】

一緒に仕事をしたいと思える人柄になる。

* * *

会社は社会人が成長できる貴重な環境です。「大人の学校」とも言えます。人間力を磨き、柔軟成長を続けるから、仕事を通じた当社社員としての満



足度を上げ、それをお客様へ伝播していくてください。

ビジジョンとは、経営理念を追及していく過程における自社の理想的な未来像（ありたい姿）を具体的に書きあらわしたものです。当社では、10年ビジョンを策定しています。

経営方針とは、この10年ビジョンの実現を目指して中期（3～5年）

の目標を示し、それに到達するための道筋を示したものです（今年度から従来の「経営基本方針」からより具体的な内容にアップグレードされた「経営方針」が生まれました）。

経営計画とは、設定された経営基本方針に基づき、それを達成するための手段、方策、手順（いつ、誰が、どのように）を具体的に策定するものです。

航海図を手に進めていくのと、今船首から見えるものだけを情報に船を進めていくのには、3年後、5年後、10年後に雲泥の差が出ます。そしてもちろん、今後の働きやすさにも影響します。当社の経営理念、ビジョン、経営方針、経営計画、そして社員の皆さんの個人目標が1つとなった経営指針が当社の航海図。そして、経営計画発表会が新しい航海の出航日です。社員の皆さん一人ひとりが航海図を手に「プライアント号」に乗り込むことで、皆さんの船は大きく帆を張り、目的地へ向け真っ直ぐ進んでいきます。

経営指針書（計画書）を作成し始めたときから、経営指針書は皆さんのバイブルであると伝えてきました。当社の指針書は、何度も読んで理解を深めてもらうよう作成されています。これがバイブルと称している理由です。指針書は、常に身近な存在にしてください。

経営指針の構成

経営理念

柔軟成長企業

たゆまぬ学びと実践で
強くなやかに成長した自己と企業を
お客様と地域社会に還元します



経営指針は、上記のピラミッドのよう
に、経営理念、10年ビジョン、
ミッション、経営方針、経営計画の集合
体です。

経営理念は、2015年までの有限
会社プライアント保険時代まで掲
げていた「安心をシンプルに 安心を活
力に」から、2016年に現在の経営理
念「柔軟成長企業」へと刷新されました。
2016年より保険事業だけではなく、
飲食業も展開し始めたことから刷新しま
した。経営理念は、会社の成長によって
進化します。

経営計画書という呼び方も、今年度
からは**経営指針書**と呼びます。こ
れは、長崎県中小企業家同友会を含めた
全国道府県の中小企業家同友会による
協議体である中小企業家同友会全国協議
会（中同協）が推奨する呼称に做ったも
のです。しかしそれだけではなく、これ
までの当社の経営計画書は、上記のピラ
ミッドの一番下の経営計画を中心に作成
されていたものであり、近年になってよ
うやくピラミッドの頂点の経営理念から
5段目の経営計画まで軸が通ったパイプ
ルになってきた、これも当社の成長の現
れによる呼称の変更とも言えます。

今年度は総務部のミッションも加わ
り、当社の経営指針はますます強
固なものとなってきています。

2027年10年ビジョン（2019年度3年目）

世界に気づきを与える企業

当社の10年ビジョンである「世界に気づきを与える企業」。3年目となる今年度は、さらに世界に近づく1年となります。2019年4月から、パートナー企業であった宜安（北京）保険經紀有限公司（以下、「宜安」と）2つのプロジェクトが動き出しました。社長の橋口が宜安本体の副社長としてマネジメントに参画したこと、そして、宜安が東京に持つ日本進出中国系企業向け保険代理店、A-ONE 保険サービス株式会社との代理店分担の業務提携をしたことです。ここで勘違いをしていただきたくないのは、これは多角化ではなく、コア事業の進化であるということ。佐世保のコア事業を通して培った「資産」にこそ、次なる成長戦略の種があります。

新 国際事業部（宜安大連）ミッション

知行合一 伴君宜安

今年度、国際事業部に新しいミッションが誕生しました。「知行合一」は、中国明代の儒学者、王陽明がおこなった「陽明学」の命題のひとつ。王陽明は、読書のみによって理に到達することはできないとして、仕事や日常生活の中での実践を通して心に理を求める実践儒学「陽明学」をおこしました。「知行合一」とは、「知識と実践は一体である。知識があっても実践をしなければ、それは本当の『知』とは言えず、知識に実践が伴ったものが本当の『知』である」という考え方です。「伴君宜安」は、「宜安はあなたに寄り添う」という意。国際事業部（宜安大連）は、実践を伴った知識でお客様に寄り添い、大連で事業の社会的使命を果たします。

保険事業部ミッション

安心をシンプルに 安心を活力に

HTC mission statement

We aim to create an American style coffee shop
where customers can enjoy good food and drink in a relaxed,
comfortable and at-home atmosphere.

Pliant

第 19 期経営計画

10年ビジョン（3年目）・・・・・・・・・・7

市場の変化を読みながら夢を見る・10年ビジョンは未来へのかけ橋

経営方針（中期経営目標）・・・・・・・・・・11

10年ビジョンを踏まえた、中期のあるべき姿と目標、到達するための道筋

経営計画（中期）・・・・・・・・・・15

経営方針（中期経営目標）実現のための具体策

経営計画（単年度）・・・・・・・・・・18

10年ビジョン、中期経営目標実現のために、今年度何をするか



2018年度忘年会（2018年12月）

10年ビジョン

経営理念に基づいて「こうありたい」という姿、自分たちの将来ありたい姿を魅力的な目標像として構想し鮮明に描くことで、目指すべき長期の基本的な方向性や、やるべきことが自ずと明瞭になり、意欲は高まり、組織は共同体として自律的に動き始めることができます。

では、なぜ10年なのでしょう。10年という期間は、単年度計画や中期経営計画で設定される3年から5年の期間とは異なる次元の期間です。中期経営計画の3年から5年の計画を考えようとすると、現状の積み上げをする発想に至りがちですが、**10年から逆算した中期経営計画**、**そして単年度経営計画は、夢を叶えるた**

経営指針の「ビジョン」の定義は、「経営理念を波及していく過程における自社の理想的な未来（ありたい姿）を具体的に書きあらわしたものです。」

「夢」「使命が実現した姿」の意味として使われます。人間には、将来を展望し理想をもつて、その実現のために工夫をすることができると能力があります。

10年ビジョンとは

めの現実的な計画となり、中期経営計画と単年度経営計画の中身が大きく変わってきます。だからこそ、まず10年先のビジョンからたて始めるのです。

10年で世界は変わる 変わる世界に 受け身になるな

過去を振り返ってみましょう。10年ひと昔と言いますが、この直近の10年でも、私たちの身の回りでは「パラダイムシフト（ある時代の支配的な概念が転換すること）と表現できる事象が散見されます。例えば、「市場の国際化」「配送の短時間化」などの経営環境も大きく変わり、消費者の商品やサービスに対する価値観も大きく変化しています。「固定電話での連絡が携帯電話に」「ファクスからメールに」「現金払いから電子マネーに」などと技術革新が大きく進んでいます。「当然のこと」とされていたことが、劇的に変化しており、そのスピードはますます加速されていくでしょう。

変 変わる世界に受け身になってはいけません。時代を変えるのは私たち人間です。よって、クライアントの社員

の皆さんも、新時代を築くポテンシャル

は平等に持っているのです。

10年ビジョンは 「おとな子供」に なっていく

市場の変化を予測しながら10年ビジョンをつくるわけですが、**「実際に必ず「夢を見ること」が大切です。大人として原理原則、自然の摂理に沿いながらも、「できるわけがない」「そんなの非現実的だ」と笑われるくらいに子供っぽい夢でなければなりません。鳥になりたいと夢見たライト兄弟は飛行機を製造しました。手の中にコンピューターを持つ夢を見たステイブ・ジョブズは、iPhoneを開発しました。おとな子供が未来をつくります。」**

市 場の変化を予測しながら10年ビジョンをつくるわけですが、その



10年ビジョンに求められるもの

1. 理念に基づく、組織の高い理想を映し出し、ロマンに溢れている。
2. 組織の個性や独自能力が反映されている。
3. 社会や市場の変化を創造的に捉え、適合している。
4. 目的と方向性が明瞭で、誰にでもわかりやすい。
5. 人々に熱意ややる気を奮い起こさせる。

この10年ビジョンが達成された時に、何が具現化するのか、社会はどう変わるのか、人々に何をもたらすのかなど、使命や価値や背景などの意義付けが必要です。

プライアント株式会社

10年ビジョン（2017年策定・2019年度改訂版）

2027年10年ビジョン（2019年度3年目）

世界に気づきを与える企業

当社の10年ビジョンである「世界に気づきを与える企業」。3年目となる今年度は、さらに世界に近づく1年となります。2019年4月から、パートナー企業であった宜安（北京）保険經紀有限公司（以下、「宜安」と）2つのプロジェクトが動き出しました。社長の橋口が宜安本体の副社長としてマネジメントに参画したこと、そして、宜安が東京に持つ日本進出中国系企業向け保険代理店、A-ONE 保険サービス株式会社との代理店分担の業務提携をしたことです。ここで勘違いをしていただきたくないのは、これは多角化ではなく、コア事業の進化であるということ。佐世保のコア事業を通して培った「資産」にこそ、次なる成長戦略の種があります。

はじめに
10年ビジョン
を実現させる
ために

「コア事業の進化こそ持続成長の鍵」

どんな事業にも寿命がある。それがコア事業なら企業の存続も危うくなる。しかし新規事業も大きな戦略転換も、その成功確率は意外と低い。そこでカギとなるのは、コア事業を進化させることである。コア事業を通して培った「隠れた資産」にこそ、次なる成長戦略のタネがある。

(1) 企業を成長させるには、コア事業を進化させる必要があるが、コア事業を「継続しながら」、一方でコア事業を再定義し、根本的に変える必要がある。避けるべきは、コア事業の深堀をせずに、次世代の急成長市場の激戦に参入したり、運を頼りに大化けしそうな技術を買ったり、事業転換を目的とした大型買収すること。無策は愚の骨頂である。

(2) 隠れた資産 (Hidden Asset) が成長の鍵である。隠れた資産には3種類あり、①から③の順で、成功率が高い。

隠れた資産① 事業基盤。ノンコア事業、孤立した製品、未開拓の周辺事業、コアをサポートする機能などが該当。

隠れた資産② 顧客インサイト。活用されていない顧客データ、特別なアクセスルートや信頼、隠れた顧客セグメントなどが該当。

隠れた資産③ ケイパビリティ(能力)。本社や各事業のノンコア、またコアだが活用されていない能力が該当。

なぜ会社が10年ビジョンを策定するか？
回答を厳しい言葉で言えば、
現状維持の思想では、会社は10年後存在しないから。

個の時代となっている今、現状維持の思想と行動では、個人自身が現在の環境に存在していないかもしれません。存在していたとしても、現在の環境より劣悪となっているでしょう。会社も個人も同じなのです。

①ビジョン策定のため2017年度に行った 10年後の市場予測と未来事業定義

10年後の市場

人口減少でもグローバル社会・保険の仕事は専門的に

- ・今後、佐世保市の人口は、10年ごとに約3万人の人口減となり、2027年には、現在の25万人から約22万人となる。
- ・佐世保市は国際色豊かになり、流動人口は増加している。
- ・近隣の福岡市はさらに活気を増し、日本の西海岸として、東アジアにおいて、米国のサンフランシスコやロスアンゼルスのような機能を果たす。
- ・中国やアセアン諸国は成長し続け、日系企業、特に中小企業経営も、対中国を筆頭にボーダレスになる。
- ・現在の保険代理店は大きく淘汰される。理由は、現在の保険代理店の高齢化や後継者不足を理由に、統廃合が進むため。

保険代理店数（2015年までは日本損害保険協会データ）

1996年：623,741店

2000年：509,619店

2001年：342,191店

2015年：202,148店

2027年：150,000店以下（橋口久予想）

- ・金融監督庁が、保険会社に対し、一社専属代理店の縛りをなくすよう指導が始まる。
- ・複数の保険会社を取扱う乗合代理店が増加する。
- ・保険代理業の専門性が問われる。リスクマネジメント（国内外）とファイナルプランニング（資産運用を含む）が、世間の当然となる。
- ・AIとIoTの進化でインシュアテックが進み、保険代理店を介さない保険商品が続々と開発される。
- ・AIとIoTの進化で、人間ができることの地図が変わる。

“Most people overestimate what they can do in one year and underestimate what they can do in ten years.”

— Bill Gates

ほとんどの人は
1年でできることを
過大評価し、
10年でできることを
過小評価する

- Bill Gates

未来事業定義

10年後の市場予測を踏まえたプライアンの事業定義

- ・「企業と事業を取り巻くリスクを可視化させ、事業展開を支援」
- ・「個人・家族の資産を守り、個人・家族の夢の実現をサポート」
- ・「AIにできず、人間にしかできないサービスに対し専門性を高める」
- ・「どんな事業体ともコラボレーションできるカフェ事業で、他事業者に付加価値を提供」
- ・「身軽なスタートアップマインドと撤退マインド」

② 2017年に策定した2027年10年ビジョンの具体的目標を2019年に赤字で改定

2027年10年ビジョン 世界に気づきを与える企業

2027年の 業種業態 (8年後)



2018年度改訂版「コア事業の進化こそ持続成長の鍵」

2017年度に策定した2027年の10年ビジョンをベースに、2019年の現在は、8年後の目指す姿を再確認。昨年度記載分と比較して変化があるものは赤字で記載。

国内保険代理業

8年後には3つの可能性がある。

- ①損保ジャパン日本興亜の専属代理店として長崎県最大規模
- ②独立系乗合代理店（10年以内に一社専属がマストでなくなった場合）
- ③上記2つ（会社を分社化し、専属（本社佐世保）と乗合（本社福岡）を経営）
- ⑤事業拠点は、長崎県に3店、福岡県に1店、**東京に1店**

・中国保険ブローカー支援事業

現在のパートナー宜安（北京）保険經紀有限公司と協業を継続し、市場を拡大。

- ・大連の人員は8人体制（プロデューサー3名、CSR4名、経理1名）
- ・**当社から宜安上海へ日本人出向者2名（プロデューサー）**

・飲食業（コーヒーショップ）

- ・**ベーグルの全国販売（インタビュー販売と全国店舗販売）**
 - 2019年4月からのふるさと納税を機に、ベーグルの全国販売を本格化。
- ・佐世保市内に独立系3店出店
- ・他の事業体とのコラボレーションショップを全国に20店出店
 - コラボレーションの事業体は、来店型のショップを設置する金融業、自動車販売業、医療機関、サービス業など。コラボレーション企業店舗の一角にコーヒーショップを併設させ、来店客導線の支援をする。
- ・中国**大連**に2店展開（**或いは、日系飲食店とのコラボ出店**）
 - 2018年度は、上海の日系飲食店がHTCのベーグルに着目したこともあり（飲食店側の出店計画がなくなり破断）、地域は大連に限らずとする。

・新規事業

本業の進化に伴う二次影響から生まれるビジネスのチャンスに注意を払い、機を逃すことなく挑戦する。例えば、以下の3つのアイデア。

- ①自動車保険の減収対策で、自動運転のカーシェアリング業に進出
- ②ライフタイムよりオンデマンドの保険商品の品需要が高まることにより、代理店でマーケットを掴み、そこからオンデマンド商品を保険会社と開発
- ③中国が米国のようにトレンドを生み出す国となり、中国のよい商品やサービスを日本へ輸入（マクドナルドやセブンイレブンの発想）

・社内ベンチャーの創出

8年後は、社内でスタートアップを支援できる体制を整える。

2027年
8年後の
売上金額

本業の国内保険代理業は県内最大規模に

- ・国内保険代理業
売上高：30億円（損保収入保険料&生保有規模 | 保険商品を仕入とした場合）
売上総利益：5億円
－現在は、売上高：5億9千万円（売上総利益：9千5百万円）
- ・中国保険ブローカー支援業（大連）
売上総利益：5千万円
- ・飲食業（コーヒーショップ関連）
売上高：4千万円（売上総利益：2千3百万円）
- ・社内スタートアップ（起業後3年以内）
売上高：3千万円

2027年
8年後の
社員像

主体性と連帯で利他ができる社員の集合体へ

- ・環境の変化
現在の社員は+10年、年齢を重ねる。よって、現在の社員は幹部となり、経営に参画し、10年間で入社した社員の指導、共育を行う。
- ・社員数
保険事業部：30名（うち、障がいのある方の正規雇用3名）+ AIロボット3名
大連事務所：8名（うち、日本人2名）
宜安上海：1名
飲食業：日本20名（正社員4名・アルバイト16名）・中国スタッフ8名
- ・要員計画
2019年4月より隔年で新卒採用を再開。事業規模に合わせて随時中途採用を行う。
合併による増員は慎重に検討する。

2027年
8年後の
経営陣

事業承継の基礎固めの10年とする

- ・橋口久
2027年には54歳。経営理念を共有でき、やる気と実績がある者は、この10年で幹部候補として指導し、事業を任せる。最初は橋口久が代表権を執るが、その後は実力次第で代表権を譲る。
 - ・国内保険代理業は、3・4代目の後継者候補が固まり、次の10年（2037年）までに、取締役社長として事業承継する。橋口久は代表取締役会長。
 - ・中国保険ブローカー支援業は、中国で法人を設立し、~~日本人総経理（社長）を据える~~。橋口久は**董事長（会長）**（橋口が宜安本体の経営に参画するため、**新法人の設立は不要**）
 - ・飲食業も分社化し、取締役社長を据える。
 - ・社内スタートアップには積極的に投資する。
- ・橋口美佐子
2027年には80歳。取締役会長として在職。継続してエクセレントプランナー表彰を受け、エクセレントプランナー表彰日本国内最年長記録を樹立。
- ・永田香織
2027年には52歳。常務取締役から専務取締役に昇格し、保険事業部長を後任へ。



2027年の橋口久

③ 2017 - 2018年の2年間で 日本の西海岸の中小企業が世界に与えた影響

世界に気づきを与える企業

10年ビジョンは10年後に達成するものではない

【保険事業部】

宜安との関係強化

中

国の保険ブローカーである、宜安（北京）保険經紀有限公司との関係が更に強化されました。

① 宜安（北京）保険經紀

有限公司との関係強化

宜安（北京）保険經紀有限公司は、中国国営の保険会社、中国人民保険（集団）公司日本事務所の代表であった裴漫玉董事長が、住友商事などの日系企業の資本参加を得て、2004年に設立しました。中国に進出した日系企業向けに企業保険を媒介する中外合資の保険ブローカーとしては、中国最大手です。

当社は、2013年より宜安と協業し、主に大連地区に進出した日系企業の企業保険媒介サービスに従事していました。2018年の年末に、社長の橋口が裴漫玉董事長から、宜安本体のマネジメントに参画してほしいと要請があり、2019年4月より、橋口が、宜安の副社長（副総経理）に就任しました。副社長としての橋口のミッション

は、宜安本体の日本側での営業の統括。中国に現地法人を持つ東京の大企業や、そのような企業を国内で顧客とする大手保険代理店を開拓し、中国の現地法人の保険契約を日本国内から開拓する組織営業の統括です。



宜安の本部が入る上海・金虹橋国際センター

② A-ONE 保険

センターとの代理店分担

A | ONE 保険センター株式会社は、宜安が東京に持つ、日本国内の保険代理店です。東京を始め、日本に進出した中国系企業向けに、日本の企業保険を提供しています。佐世保市内では、保険代理店の合併などが進みませんが、進まないか

らといって、何も市場開拓をしないままでは、保険事業部の事業価値を進化させることを怠ることになりません。マクロ的な意味での事業価値は常に進化させなければなりません。

その中で、A-ONE 保険センターから声がかかりました。A-ONE 保険センターでも社長を務める宜安の裴漫玉董事長は、当社の、長崎における38年の保険代理店経営を高く評価し、代理店分担を希望したと話されています。今後、具体的には、A-ONE 保険センターが扱う損保ジャパン日本興亜の保険契約の全てを代理店分担します。代理店分担を通して、当社は、保険代理業のノウハウを提供し、また、今年度中に、都内で大規模災害が発生した場合のBCP対策を構築する計画です。

③ 総合的なメリット

当 社社員が東京や中国で保険の業務に携わることができるよう可能性が大きくなります。新たに人材さいようをする際にも、キャリアパスの選択肢として明示することもでき、会社を自己成長の舞台としていただく上で、会社の魅力の幅が広がります。

経営方針

経営方針とは

経営方針とは、10年ビジョンの実現を目指して、中期（3～5年）の「あるべき姿」を目標とし、「それに到達するための道筋」を示すものです。

経営 営計画の策定においては、10年ビジョン実現の課題を①今後の事業展開、②働きがいのある企業づくり、③企業の社会的責任（CSR）、④数値目標の4点から、中期（3～5年）の「あるべき姿」と「目標」として示します。

経営方針を検討するにあたっての視点

経営 方針を考える上で、プライアンプトがどのような会社を目指すか、その企業像をイメージする必要があるとす。

① 自立型企業を目指す

保険会社に頼りきった保険代理店では、10年ビジョンは達成できません。商品、サービス、技術において、当社ならではの付加価値を持つことが必要で、中

長期的には、アメリカの独立系保険代理店のような手数料交渉権を持つスタイルをとっていくことが望ましいでしょう。そのためには、保険会社も一置くような、高い業務品質と、数多くのお客様を抱える企業を目指さなければなりません。

② 社員の自発性が発揮できる企業を目指す

プライアンプトに指示待ち社員は必要ありません。それは、会社が必要であるかないかのレベルではなく、これからの時代、指示待ちスタイルでは、一個人が時代の波を乗り越えられないからです。社員一人ひとりが、個性と創造性を自発的に発揮する職場環境を構築するためには、まず、社員の皆さんの将来設計と当社を目指す方向性を合致させることが必要です。

そこで今年度は、「適材適所」と「個人のビジョン」をテーマに、個人面談を重ねてきました。個人で10年ビジョンを考えることは難しかったかもしれませんが、自身の将来設計は、自身の社内での自発性の発揮に大きく関与します。プライアンプトが成長すれば自らの人生を豊かにできるという展望を持つことで、社員の皆さんにも働きがいややりがいが生まれ、その力を発揮します。そのためにも、会社は社員の皆さんが

安心して働ける環境をつくるよう尽力します。雇用と生活を守り、安心安全な労働環境を整備して、社員の皆さんの将来の生活設計ができる仕組みを構築、随時刷新していきます。

③ 経営者と社員が互いに頼れ合う関係を構築する

社内で互いに頼れ合う関係を築くには、社風を高めていくことが大切です。そのためには、立場は関係なく、共に学び共に育つ環境が一番です。共に学び共に育つていけば、変化の速い時代にも適合し、加えて、新しい時代を築いていきます。それが、当社に共通した生活の基盤を置きながら、個々のビジョンを実現するための最短距離となります。

④ 地域との関わりを大切に

当社は、佐世保市を中心とした地域社会の中で生かされ、育てられてきた存在です。大連のオフィスも同様、大連の社内の中で生かされ、育てられています。よって、当社は設置された事業所のそれぞれの地域経済繁栄のために、社会的使命を果たすことが期待されています。

⑤ 長期持続する企業を目指す

短期間の実績がどれほど良くても、それが持続せず、一時的なものに終わってしまつては意味がありません。私たちは、「金儲け」をしている事業体ではありません。「企業は社会の公器」である故に、

安心して働ける環境をつくるよう尽力します。雇用と生活を守り、安心安全な労働環境を整備して、社員の皆さんの将来の生活設計ができる仕組みを構築、随時刷新していきます。



松下幸之助

「社会の公器」としての企業

公器：公のもの、社会全体のもの

「企業は、社会と繁栄を共にする」
(小笠原英司)

「自分のところだけ儲けたらそれでいい
と思う会社は社会に害を流す」
(松下幸之助)

保険事業部 経営方針検討ワークシート

10年ビジョン

将来のありたい姿

- ・世界に気づきを与える企業

現状認識

1. 時代の流れ（情勢認識）

- ・人口減少と少子高齢化
2016年時点での日本の総人口は1億2693人。このうち、65歳以上の高齢者は27%。2017年時点での佐世保市の人口に65歳以上が占める割合は30%であるため、全国的に見ても佐世保市は高齢化が進行。2018年4月1日に働き方改革関連法が施行され、サラリーマンの副業・兼業が本格的に解禁に。政府主導で副業が推進される背景には、人口減少と高齢化がある。人口は2055年は1億人を切ると予測。
- ・国民皆保険制度や年金制度
財政赤字により、国民皆保険制度や年金制度の維持が困難になる可能性も。
- ・デジタルとアナログのレイヤー化
融合だけではなく、人にしかできないことが強調され、アナログの魅力が再認識される。
- ・質と量の保険代理店
質と量2つを兼ね備えた保険代理店が求められる。良心的でも量が伴わない保険代理店は経営は継続できるかもしれないが、収入が乏しくなり、事業承継できない。
- ・インシュアテック
AIとIoTの進化で、販売チャンネルが多様化する。
専門性が求められる保険業界
物売りからの脱却とリスクマネジメントやファイナンシャルプランニングなどソリューション型ビジネスとなる。
- ・国際化（多文化共生社会）
東京を中心に外国人、及び、日本に進出している海外企業も増加。外国人向けサービスや、事故の相手が日本語を話せない外国人になる確率も増えてくる。
- ・新しい価値
保険商品は全て出尽くしたと誤解してはいけない。時代が変われば、必ずこれまでなかったリスクが生まれ、そのリスクに対して保険商品が生まれる。

2. 顧客は何を望んでいるか

- ・ストレスフリー
手のひらの中で完結するワンストップサービスの機能が、スマホの便利さを爆発的に普及させた。よって、今後はさらに生活スタイルの効率化が顧客の基準となる。
- ・アナログ
デジタルとの融合と進行して、レイヤー化が進み、今後はより深い人との絆を求め合う時代となる。人との出会いも多様化し、個人の生活圏が地球規模となり、地球の裏側からアナログな人情を求める時代となる。

3. わが事業部の歴史（誇れる伝統）

- ・創業1981年の中堅老舗
創業38年はまだ老舗ではないが、日本の保険代理店の歴史から、10年後は老舗と呼んでもおかしくないだろう。現在は中堅の老舗、老舗予備軍といったところか。
- ・歴史を大切にす会社
当社の宝は、経営指針書に記載されている沿革である。「先人たちの汗と涙があったからこそ、今の私たちの喜びがあり、今の私たちは、未来のクライアントのために礎を築く先人である」ことを大切にしている。
- ・損保ジャパン日本興亜代理店として長崎県下の実績と品質
保険会社主催の表彰制度には、入賞は当然として取り組み、創業以来高い実績をあげている。また、カイゼンや電話対応コンクールなど、同業他社がやり始める前から着手。

4. 保険事業部の持ち味

- ・社員の人柄
柔和な社員で構成。また、お客様のためにとことん尽くす体質。よってお客様評価が高い。
- ・組織
アメリカの保険代理店・保険ブローカーの組織を参考に、保険コンサルタント（プロデューサー）とCSRが連携した組織を早くから着手。徹底できていないのが悩み。
- ・事故対応課
社員の兼務であるが、事故対応課を設置。設置したことで、事故対応の標準化と事故対応課の集約（一元管理）を図ることができる。
- ・ISO 9001
業務品質の指針。周知徹底されると、理想的で増収できる顧客対応に繋がる。原石。
- ・生命保険販売
売上の30%を占める。現在は属人的な販売（売上）となっているが、ノウハウを共有し、後継者を作る。

保険事業部の あるべき姿 事業展開の方向

5. どの分野で仕事をするか（隣接異業種も視野に）

- ・佐世保の保険代理業（廃業予定の代理店をM&Aし、市内中央に事務所設立）
- ・東京の保険代理店と提携（BCP対策を絡めた代理店分担）
- ・在日外資系企業向け保険の販売
- ・高齢者が集う場所を設置（引退した募集人と引退した顧客が集える場所）

6. 当社ならではの特徴をどう生かすか

- ・エンパワーメントとフォローアップ！

7. その為の体制づくり

- ・保険コンサルタント課とお客サービス課の連携
既存の主力事業が伸びるためには、足元にある当該課題をクリアする必要がある。
- ・保険事業部で自分に変革を起こせない社員は、今にこだわらない覚悟を決めるしかない。

総務部 経営方針検討ワークシート

10年ビジョン

将来のありたい姿

- ・世界に気づきを与える企業

現状認識

保険事業部で記載した
もの重複するものは割愛

1. 時代の流れ（情勢認識）

- ・ 個の時代
会社を舞台として社員の個の成長を促す必要性。
- ・ 働き方改革
働き方改革は、本来「改革」ではない。改革には抵抗勢力がつきもの。タピオカミルクティーのようなブームと捉えると良い。新しく働き方ブーム。助成金もブームを支援。
- ・ 有給休暇（と振替休暇）の積極的取得
「10日以上有給休暇が付与された労働者に対し、5日分について会社が有給休暇を取得させる義務を負う」法改正
- ・ 就業規則
最新の法改正に対応した、社員の意見も組み込んだ就業規則。
- ・ 人手不足と人材の一極集中
若者を地域に残す、UIJターンの地域で活躍できる会社づくり。

2. 顧客は何を望んでいるか

- ・ 総務部の一番の顧客は社員
職場環境の良さや、働きやすさ。

3. わが総務部の歴史（誇れる伝統）

- ・ いち早い総務部の設置
保険代理業をコア事業とする企業には珍しく、いち早く総務部を設置（2013年）。
- ・ 障がいのある方雇用
同様に、保険代理業をコア事業とする企業で、障がいのある方の雇用をする企業は極めて珍しい。総務部が日々工夫をしながら、個が伸びる環境を構築している。

4. 総務部の持ち味

- ・ 社員の人柄
柔和な社員で構成。やるべきことをきちんとこなしながらも、創造力豊か。接客においても、お客様評価が高い。
- ・ 経営陣の強力なサポーター
文字通り強力なサポーターとして、会社経営に係る処務を高いレベルでこなす。
- ・ 社内美化
社内清掃は毎日半日かけて丁寧に行う。その結果、築8年の社屋も未だ綺麗である。

総務部の
あるべき姿
事業展開の方向

5. どの分野で仕事をするか（隣接異業種も視野に）

- ・飽くなき ES の向上（働き方改革ブームの推進、社内環境システムの整備）
- ・若者のインターンや採用の窓口
- ・コア事業を進化させていくので、総務部も進化し続ける必要がある

6. 当社ならではの特徴をどう生かすか

- ・総務部の業務遂行能力の高さを、総務部の（社風ならぬ）部風に

7. その為の体制づくり

- ・工程表を作り、優先順位とともに、1つ1つ実績を上げていく

HTC 事業部（HAPPY TRAILS COFFEE） 経営方針検討ワークシート

10年ビジョン

将来のありたい姿

- ・世界に気づきを与える企業

現状認識

保険事業部で記載した
もの重複するものは割愛

1. 時代の流れ（情勢認識）

- ・コーヒーショップやカフェが生活の一部へ
今から20年前、スターバックスは全国わずか52店だった。
- ・トレンド
チェーンコーヒーショップやロースタリー系のコーヒーショップは根を生やしたビジネスができているが、個人経営の喫茶店やカフェなどは（佐世保）でも閉店が続いている。
- ・環境問題
ストローなどのプラスチック製品など、環境に対応したプロモーションが活発。
- ・シェアオフィス
都内のシェアオフィスのシェアスペースは、まるでカフェの空間。カフェやコーヒーショップは居心地が良く、生産性も上がることを立証している。
- ・コラボレーションのショップがトレンド
ディーラーやハウスメーカーとのコラボレーション出店や、一般客ではなく、企業の福利厚生の一環で出店するコーヒーショップが増加。
- ・低価格帯のコーヒー市場
ドトールなどが属する低価格のコーヒー市場を取り巻く環境は今後より厳しくなる。コンビニの美味しくて安井コーヒーとの競争に巻き込まれてしまったのが理由だ。
- ・イトイン併設のコンビニ
大きな脅威となりうる。イトインを備えたコンビニは増えてはいるが、まだまだ数は少ない。裏を返せば、イトイン設置店舗を増やせる余地が大きいということだ。コンビニは全国に55,000店以上もあり、計り知れない潜在能力を持っているといえる。コンビニは無人で、イトインスペースが有人のモデルが出てくるかもしれない。

2. 顧客は何を望んでいるか

- ・味
いくら居心地が良くても、水だけを出しては集客にならない。必ず味とラインナップは顧客が最初に望むものだ。
- ・居心地の良い空間と付加価値
コーヒーを求める人であれば、コンビニやマクドナルドで済ます(安くて美味しいので)。しかし、そこを敢えて車を運転して来店していただくお客様は味だけを求めているのではない。
- ・生産性
おしゃべりの時間だけではなく、仕事や勉強など、ある一定以上の生産性が上がる環境を求めている。例えば、BGM もうるさすぎず、静かすぎず。
- ・ローカライゼーション
人間は画一的なものに飽きてくる。画一的なコーヒーショップを経験した顧客は、次はローカライズされたコーヒーショップに特別さを求めるようになる。

3. わが HTC 事業部の歴史 (誇れる伝統)

- ・アメリカ人女性創業者 ジル・パターソン
NY のカフェ & コーヒーハウスでマネージャー経験があり、アウトドアと自転車に造詣が深い女性が創業したことは、HTC の大きな強みである。
- ・アメリカのレシピを日本人の好みに合わせてカスタマイズ
メニューのほとんどが、創業者ジルが開発、或いは監修したものである。また、ジル不在の中でも、創業者の想いを継承しながら、日本人スタッフだけで新メニューを開発。その味も HTC らしさがきちんと入っていることも、また別の大きな強みとなっている。
- ・2011年に保険ショップと併設
開店前からコラボレーション前提で開店計画をしていたが、順調に8年目を迎えた。
- ・2019年4月からはベーグルの全国販売開始 (ふるさと納税返礼品)

4. HTC 事業部の持ち味

- ・コンセプト
アメリカ、アウトドア、ローカル、カフェではなくコーヒーショップへのこだわりは二日本でも珍しいコンセプトである。
- ・スタッフの愚直さ
スタッフ全員が愚直である。お客様に対しても当然だが、レシピを始め、店内清掃など、2011年からの創業者の習慣を守ろうとしている。
- ・スタッフからも顧客からも愛される HTC
様々な要因があるが、経営的に一番こだわっている見えない底にあるのは、創業以来、流行に流されず、創業時の想いを今でも守っているからだろう。
- ・失敗は成功の母
名物のチーズケーキも、ベーグルも大きな失敗から生まれたものだった。ピンチをチャンスに変える社風が HTC にはある。

HTC 事業部の
あるべき姿
事業展開の方向

5. どの分野で仕事をするか（隣接異業種も視野に）

- ・ベーグルの推進販売（佐世保市内、全国通販など）
- ・アウトドアイベントへの出店（認知度UP・レッドブル方式）
- ・佐世保市内に2号店、県内外にコラボ店の出店計画（2020年）

6. 当社ならではの特徴をどう生かすか

- ・HTCのブランド、創業者のジル・パターソンを効果的に活用

7. その為の体制づくり

- ・工程表を作り、優先順位とともに、1つ1つ実績を上げていく
- ・ペーパーのマニュアルと動画マニュアルを年度内に仕上げる
- ・イベントや出店などのリサーチを十分に行う

国際事業部 経営方針検討ワークシート

10年ビジョン

将来のありたい姿

- ・世界に気づきを与える企業

現状認識

保険事業部で記載した
もの重複するものは割愛

1. 時代の流れ（情勢認識）

- ・大連の在留邦人数
2013年の6039人をピークに、年々減少傾向。2017年は初めて5000人を割り、4840人へ。
- ・大企業日系企業数
2017年度の外務省の統計では、大連の日系企業数は、1550社で、上海、バンコクに次ぎ、世界第3位。4位は香港で1378社、5位はシンガポールの1199社。しかし、大連の企業数が対前年比7%減と、世界上位20都市の中で、一番減少している。
- ・大連経済
昨今、大連の日系企業数が減少している背景には、(1) 輸出加工拠点としての位置付けが低下していること、(2) 中国の他の都市に比べて経済成長率が高くないこと、(3) 大連を含む東北地域の販売市場が小さいため、内販を狙う新規の進出が振るわないこと、(4) 上海を含む長江デルタ地域や広東省周辺の珠江デルタ地域に比べて、大連を含む東北3省は国有企業の割合が依然として高く、また、東北3省にはイノベーション関連企業が少ないため、新規のビジネスを探すのが難しい、といったことなどが考えられる。
- ・中国経済
日本の報道では色々言われているが、13億人の国である。経済はアメリカ同様分厚い。例えばバブルが崩壊しても、アメリカ、日本同様きちんと復活もできる国。

2. 顧客は何を望んでいるか

- ・信頼、豊富な知識、迅速な対応、人員、日本語対応力、保険会社との交渉力

3. わが国際事業部の歴史（誇れる伝統）

- ・2013年に進出し、必ず市場はあると不退転の決意で開拓してきた気概
- ・劉金平が入社してからの宜安大連の新時代
- ・小さなオフィスでも、張が結婚、妊娠、出産し、出産育児休暇後に復職したこと

4. 国際事業部の持ち味

- ・スタッフの真面目さとバイタリティー
スタッフ全員がベンチャー気質。常に前向きで、勢いと安定と双方を備えている。
- ・保険ブローカー業の強み
宜安が保険ブローカーであることは、大連で事業をする上で大きな強みである。
- ・提携企業との優良なパートナーシップ
提携企業の宜安とは強い関係で結ばれており、2019年度は、社長の橋口が、宜安本体の副社長と、宜安が東京に持つ国内保険代理店の副社長の招聘があった。今後も、宜安とは密な提携関係を構築していく。

国際事業部の あるべき姿 事業展開の方向

5. どの分野で仕事をするか（隣接異業種も視野に）

- ・大連での継続事業
人脈拡大、開発区営業強化、セミナー開催、医療保険注力
- ・宜安が持つ日本国内保険代理店との業務提携
代理店分担をし、日本に進出した中国系企業の保険斡旋を進める。
- ・中国の宜安本体との連携
橋口が副社長として経営に参画しているが、実績次第では、今後は社長として招聘したい意向を伝えられている。また、保険事業部の社員で希望者がいれば、上海を始めとした宜安本体の保険ブローカー業に出向者を出すことも可能となる。

6. 当社ならではの特徴をどう生かすか

- ・（大連）宜安東京の日本からの営業を通して、大連地区の販路拡大
- ・プライアント保険事業部のノウハウを宜安に提供

7. その為の体制づくり

- ・（大連）顧客データベースの構築
- ・（大連）社内環境整備
- ・（大連）1名営業職を採用（2019年末～2020年4月）
- ・（大連）上海事業本部にて営業研修実施
- ・保険事業部のエンパワーメント

プライアント株式会社 経営方針

10年ビジョンを実現するために

事業展開の方向

コア事業の拡大と二次派生事業の展開

【コア事業（既存事業）の拡大】

・保険代理業・中国保険ブローカー支援業・コーヒーショップ関連事業

【二次派生事業の展開】

・中国保険ブローカー経営・セミナー業・メディア・執筆・貿易業・外国人向け事業

中期経営目標と目標達成のための道筋

保険代理業

エンパワーメントにより、自主性と創造力を爆発させ、保険コンサルタント課とお客サービス課の連携再構築し組織の底上げを図る。

A-ONE 保険センターとの連携強化で A-ONE の運営と顧客の発展の一翼となる。

総務部

「働き方改革」を社内でブームにし、自然な形で ES の向上に努める。

経営陣とともに、若者が社内で活躍できる仕組みづくりに携わる。

HTC事業部

ふるさと納税を皮切りに、ベーグルの佐世保市内の小売店や全国通販を手掛ける。

フランチャイズマニュアル作成し、佐世保市内中心部に直営店を

1店舗開店。異業種とのコラボでは、フランチャイズマニュアルを武器に

FC 2件契約（全て3年計画）。異業種コラボ FC は、5年目に10店増を目指す。

中国保険ブローカー支援業

大連では年度末までに1名雇用し業務強化。宜安本体の経営参画し、関係強化。

数値上の目標

保険業（国内・中国）

3年計画・5年計画では、それぞれ10年ビジョンの売上高、売上総利益、人員の1/3、1/2の数値を目標とする。総務部の要員計画もそれに準じる。

HTC事業部

3年計画・5年計画では、それぞれ10年ビジョンの売上高、売上総利益、人員の1/3、1/2の数値を目標とする。

企業の社会的責任

思想の流布

松下幸之助翁の思想を会社全体に浸透させる。利他の心を持ち、社会の歯車であり続けることが、ひいては自分の人生に帰ってくる。

ボランティア活動の推奨

有給消化制度を刷新し、有給日数を増やす。取得においては、単に旅行や休息のためだけでなく、ボランティア活動への活用を奨励する。

働きがいある会社づくり

人間尊重の経営

社員の人生を愛する。

ES 第一主義

CSは社員がリーダーシップを取り、その分会社はESに力を入れる。

社員共育

社内外で学びの機会を増やし、学んで即実践を奨励。

就業規則の透明化と進化

社員と共に就業規則を刷新していく。

10年ビジョンから逆算・逆算で考えていきこのページまでは、中期的な方針まで考えました

次のページからは事業部別に中期と単年度で具体的な計画を立てていきます（数値は社員のみ別紙）

全員経営で Pliant NOW

常に注目される西海岸に Since 2015



保険事業

2018年-2020年 (今年度2年目/3年計画)

保険事業部新体制で成長

保 險事業部が目指している組織が実現しない理由は、「令和の働き方①」にある通りです。根本的に、会社の方向性に参画し、数字に責任を持った業務をする覚悟を決めてください。

保 險事業部の体制をより現実的に、分かりやすくするために、組織図を刷新しました。新しい組織図には、それぞれ2つの施策と背景(メッセージ)があります。

ま ず、CSRが管制塔であるという事です。組織図には、CSRが保険コンサルタント課より上にきています。鶴飼の鶴匠と鶴の関係です。CSRは、保険コンサルタント課のアシスタントではないことを明確にした組織図です。組織図は、指示命令系統を表します。CSRはしっかりと管理をしてください。

次 に、保険コンサルタント課の組織図です。課長、主任、リーダーなどの職位を撤廃しました。実態上の動き方は変わりませんが、保険コンサルタントが数字に責任を持つてる仕組みにしました。外資系生命保険会社と違うのは、評価と連動した固定給であるということです。

人 員は、初年度の計画通り、今期1名CSRに増員予定です。

保険事業

2019年-2021年 (今年度1年目/3年計画)

エンパワーメントで成長

エ ンパワーメントを推進する過程において、多くの場合、社員はストレッチテーマ(背伸びをしないと達成する事が出来ない目標)が掲げられることになります。このため、メンバーは実現困難とされる高難度の課題に対して、様々な試行錯誤を重ねながら自分自身で意思決定を行うこととなります。自らが考えながら業務に取り組むプロセスを経験することで、個人の能力が飛躍的に高まり、個々のリーダーシップを醸成させることが期待できます。

ま た、ビジネスの世界では高度情報化社会が進み、知識集約型の産業構造が主流となりつつあります。企業価値を高めつつ、業績を上げていくためには、社員ひとりひとりの発想やひらめきを集約させ、チームとしての能力を最大限に発揮できるようにしていくことが重要なポイントとなります。上司の指示をおおぐことなく、メンバーひとりひとりが自身で考え、判断できる力が向上することから、迅速な意思決定が行えるようになることが期待できます。迅速な意思決定は顧客満足度を高める要素となり、結果的に企業の競争力向上につながります。保険はコア事業です。覚悟しましょう。

新卒、UIJターン採用計画

この中期経営計画の3年間で、総務部は2名の増員(全て新卒採用)をする予定でした。今年度田中さんという素晴らしい人材をお迎えできましたので、残り2年でもう1名を採用予定とします。

昨年度は、新卒採用にこだわりましたが、中期経営計画2年目の今年からは、UIJターンも含めた範囲からの募集とします。

また、平均年齢が高い社内において、若い力の素晴らしさを実感し、今後の若者採用の基盤を作るために、今期夏からインターン生を今年で受け入れる体制と職場環境を整備します。

インターン受入には、全ての社員が関わります。インターンシップを通じ、会社の魅力や仕事の面白みを体験してもらうことで就職への興味を喚起したり、インターン応募者を採用候補者とし、母集団形成を行う狙いもあります。

他にも、インターンシップには、受け入れを通して、社内の雰囲気が変わり、社員に刺激を与えて活気が生まれることも期待できます。経営陣と総務部を中心に、積極的に若い力を社内に注入します。楽しみにしてください。

多店舗展開とコンサル業

中期経営目標にあるように、HTCでは、多店舗展開と、当社のビジネスモデルでもある、異業種とコーヒーショップのコラボの开店コンサルに着手します。

多店舗展開は、3年以内に佐世保市内中心部(栄町・常磐町エリア)に直営店舗を1店出店予定でしたが、今後、更に情報収集しながら進めていきます。

コンサル業とは、当社の来店型保険ショップとコーヒーショップのコラボのビジネスモデルを商品化し、全国で同様のコラボを希望する保険代理店、土業、IT系オフィスなどへ開店指導をするものでした。早速県内で打診が1件出ています。昨年度から着手しているマニユアル作成を進め、今年度のマニユアル完成を目指します。当社は開業以来7年のノウハウを持ち、大手コーヒーショップが行う同種サービスと比較しても、安価な料金で対応することができ、棲み分けが可能です。導入店には、HTCのFCとあっていただきます。

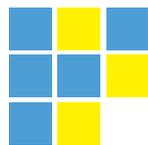
初年度策定した目標は変わらず、3年目には2件のFC店加盟を目指します。

宜安との更なる連携強化

大連オフィス課題は人手不昨年度策定した中国事業の3年計画「ニッチ商品開発で弾みを」は、今年度からの3年計画に組み入れま

昨年度から中国のパートナー企業である宜安本体との連携が強化されています。よって、昨年度の「ニッチ商品開発」も、元は大連での開発を前提にしていたのですが、宜安本体(上海)との連携で商品開発できるか検討します。

しかしながら、新しい3年計画は、商品開発が中心ではなく、宜安本体との連携強化が目的です。まず、現在の提携業務で実績を上げることが大前提ですが、実績が上がれば、A-ONE保険センターの代理店分担も大きく入り、同時に、橋口が宜安本体の社長に就任する可能性があります。そうなれば、佐世保で培ってきたコア事業が更に進化し、これからの国際化社会において、それこそニッチな領域(ブルーオーシャン)でビジネスを展開できます。しかし、実績を上げることができなければ、A-ONE保険センターからの分担も橋口の社長就任もありません。外資系企業ですので、シビアな経営判断となります。



保険事業部

保険コンサルタント課 お客様サービス課（CSR）事故対応課



損保ジャパン日本興亜 MVP 表彰式にて、損保ジャパン
日本興亜の西澤社長とプライアント社長の橋口

今 年度の保険事業部のテーマは「エンパワーメント」。戦術の策定などには事業部の裁量を持たせた権限委譲です。実は、他の事業部は全てエンパワーメントでやっています。ベンチャー系の部署だったからです。老舗の事業部が今年度どうベンチャー気質を出せるか。期待しています。

保 険コンサルタント課は、職位の評価を変えました。ぜひ数字にこだわり、事業部を発展させてください。

エンパワーメント!

保険事業部ミッション

安心をシンプルに 安心を活力に

【共通行動】

- ・常にお客様のことを考えて、必ず、個（点）と面（チーム・会社）でお客様に安心・安全・満足を提供する
- ・ISO9001の目標、手順書に則った業務スキルを遵守する
- ・高い倫理観を持ち、法令・会社規定を遵守する
- ・何事も主体性と連帯感を持って、利他の心で取り組む
- ・目標指標を「他人事ではなく、自分ごと」とする

保険コンサルタント課

【2019年度・活動計画】

- ・満期3か月前のヒアリングを習慣化させる
- ・CSRがお客様とスムーズな手続きができるように準備する
- ・常に情報共有の発信と受信を心掛ける
- ・目標の数字にこだわり、必ず達成する
- ・社外活動を充実させ広い視野を持つ

もちろん今年も三冠王

三冠王が一大目標ではありません。年度の最低目標です。今年度からは3冠を達成するために日々のリズムが崩れることのないよう余裕を持って取り組みます。

お客様との時間を楽しむ

特に面会できた際には保険のことから保険以外のことまで、あらゆる話ができたらいいですね。藤田さんのように「自分の笑顔を見せよう」を心がけましょう。

あらゆる分野で広く学ぶ

総務からも様々な研修の案内はありますが、自らも積極的に情報収集し自身の成長のために日々研鑽を積みましょ

事業部門別単年度計画

お客様サービス課 (CSR)

【2019年度・活動計画】

- ・担当者のお客様への感謝の想いを共有し、担当者と同様またはそれ以上の想いで対応する。
- ・常に担当者とのコミュニケーションを密に取り、手続きのスケジュールを守る。
- ・電話対応では常に笑声、来店・訪問時には常に笑顔
- ・書類係においては各分野のスペシャリストを目指す。
- ・手順書の満期更改分野を確立させる。

満期更改においては CSRが管制塔

満期手続きスタートの一覧表作成から手続き終了時のキントーン入力・帳票管理まではCSRが管理、指示します。責任持ってどンドン発言・行動してください。

プロフェッショナルの 継続的な育成

書類係においては、その分野のプロフェッショナルとして順調に成長しています。今後も商品知識・事務知識を深く深く身に付けていきたいと思いません。

お客様の信頼は CSRがカギ

担当者のお客様は担当者を信頼していただいています。そこへ頼りになるCSRが現れると、それがプライアントへの信頼につながります。実際それができる人が集まっています。

事故対応課

【2019年度・活動計画】

- ・事故対応手順を確立・周知する (ISO の手順書に準じる)
- ・事故対応課が管制塔となった各担当者が抱える事故進捗状況の把握
- ・サービスセンターとの円滑なコミュニケーションを目的とした LINE の活用推進
- ・速やかな保険金支払を実現する損害調査サポート
- ・経験豊富な先輩社員の助言が聞ける環境の構築



損保ジャパン日本興亜

2019 年度目標
収入保険料

2.8 億

2018年度は、退職者が出たため、約4千万円のマイナスが発生しました。今年度は、佐世保で2千万円純増、A-ONE 保険センターとの代理店分担で1千万円純増、合計3千万円の純増で、2020年度、自力で(余裕で)3億円に達するための下準備をします。



損保ジャパン日本興亜
ひまわり生命

2019 年度目標
修正後 ANP

5.4 千万 + α

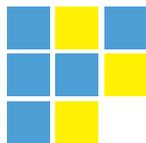
2018年度2期連続エクセレントプランナー入賞した橋口会長に頼らない活動をし、実績を上げることが今期の目標です。ひまわり生命は、橋口社長2400万円、保険事業部で3000万円のANPを目標とします。保険事業部は各個人目標の進捗を徹底してください。

第一生命

2019 年度目標
正味新契約高 S

5 億 + α

DL も DL 販売に強い橋口会長に頼らない活動をし、実績を上げることが今期の目標です。5億円の内訳は、橋口社長2億円、保険事業部で3億円のSを目標とします(ANP換算と並行して計算します)。保険事業部は各個人目標の進捗を徹底してください。



総務部

総務課・経理

総務部ミッション

ES（従業員満足）なくしてCS（顧客満足）なし！

【共通行動】

- ・全員が物心両面の幸福を実感できる職場環境を目指す
- ・2019年度の各社員の10年ビジョンがさらに充実していることを目標とする
- ・ESの向上により、他部署がCSの向上に繋がり、結果、自社経営を含め三方よしとなることを目指す

総務課

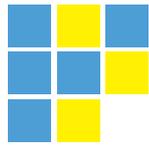
【2019年度・活動計画】

- ①有給休暇の積極取得（有給繰越ゼロへ：正社員は、昨年度より入社6ヶ月で20日支給）年間149日休み
 - ・お誕生日休暇・家族誕生日・（結婚）記念日・入社日などを6月に1年分決定。
 - ・10日は毎年6月（今年は初年度なので7月）に指定。
 - ・30日以上有給休暇が残っている従業員は、+5日の15日指定。
 - ・ボランティアの情報共有（市政だより、新聞、情報誌などより得たボランティア情報を、随時情報を発信）
- ②誕生日祝いイベントを復活
- ③チャットワーク代行サービス導入
 - ・全社会議時のコアタイム、会議を社内全員の一齐休憩を目的に導入希望。
 - ・会議中や社員が休憩している間の電話対応を代行してくれるサービス。
- ⑤ESの向上を目指して
 - ・社員満足度アンケートの定期実施
 - ・社内「カイゼン」の再スタート！（カイゼンリーダー田中さん）
- ⑥インターン生・新卒社員の受入れの窓口業務
- ⑦就業規則の改定
- ⑧サイボウズガルーンからオフィス10への移行
 - ・今年度上半期中に実施。
- ⑨社内文書のアップデート
- ⑩社員同士の懇親会補助制度
- ⑪早帰りの日の策定

経理

【2019年度・徹底行動】

- ・記録する
- ・分析する
- ・助言する・提案する
- ・高い倫理観を持ち、コンプライアンスを遵守する



HTC事業部

総務課・経理

HTC事業部ミッション

We aim to create an American style coffee shop where customers can enjoy good food and drink in a relaxed, comfortable and at-home atmosphere.

【基本行動】

- ・ 創業者の想いを一人ひとりが継承する
- ・ 雇用形態を問わず、不利な立地でもいかにお客様に来ていただき満足していただけるか、常に考える
- ・ コーヒーのプロになる・研鑽を続ける
- ・ 業務の標準化を徹底する・個性は標準化の上に乗る、その個性は爆発させる
- ・ HTC事業部は保険事業部のぶら下がりではない、社内でも誇りをもって堂々と
- ・ 衛生管理には十分に気をつける
- ・ バッドニュースファースト（飲食業は小さなクラックが瞬間に崩壊を生む）

HTC事業部

【2019年度・活動計画】

- ・ ①ベーグルの推進販売
- ・ ふるさと納税のPR促進、させボックスやHTC店頭にて（俵ヶ浦野菜のベーグル含む）販売ルートを確認
- ②アウトドアイベントへの出店
 - ・ 「ツール・ド・ちゃんぽん IN 長崎伊王島」やトレイルランニングイベントなどと交渉
- ③ HTCオープン8周年記念イベント、または記念ドリンクやフードの提供
- ④オリジナルスリーブ作成
 - ・ お持ち帰り用HOTスリーブ（地元の作家さんとコラボを検討）
- ⑤ 2020年出店計画
 - ・ 長崎県下で希望されている事業所様とMTGからスタート
- ⑥ 環境問題に配慮した経営（プラスチック製ストローや調理用使い捨て手袋などを見直す）



職場対抗看板女子コンテストに出場



「月刊はなはな」の表紙に



佐世保アメリカンベーグル
(ニューヨークスタイル)

米国人女性が佐世保で創業したコーヒーショップで人気のベーグルが、市内俵ヶ浦半島のお野菜とコラボ、大地の恵みとNYスタイルの良感をお楽しみください。

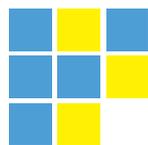
400pt 佐世保アメリカンベーグル
(ニューヨークスタイル)

数量限定 10,000円

※ご注文は佐世保市俵ヶ浦半島の「HAPPY TRAILS COFFEE」にてのみ受付可能となります。

HAPPY TRAILS COFFEE(ハッピートレイルズコーヒー) ☎0956-28-2425

ふるさと納税返礼品「佐世保アメリカンベーグル」



国際事業部

宜安（北京）保険經紀有限公司 大連支部（当社大連オフィス）

新 国際事業部（宜安大連）ミッション

知行合一 伴君宜安

今年度、国際事業部に新しいミッションが誕生しました。「知行合一」は、中国明代の儒学者、王陽明がおこした「陽明学」の命題のひとつ。王陽明は、読書のみによって理に到達することはできないとして、仕事や日常生活の中での実践を通して心に理を求める実践儒学「陽明学」をおこしました。「知行合一」とは、「知識と実践は一体である。知識があっても実践をしなければ、それは本当の『知』とは言えず、知識に実践が伴ったものが本当の『知』である」という考え方です。「伴君宜安」は、「宜安はあなたに寄り添う」という意。国際事業部（宜安大連）は、実践を伴った知識でお客様に寄り添い、大連で事業の社会的使命を果たします。

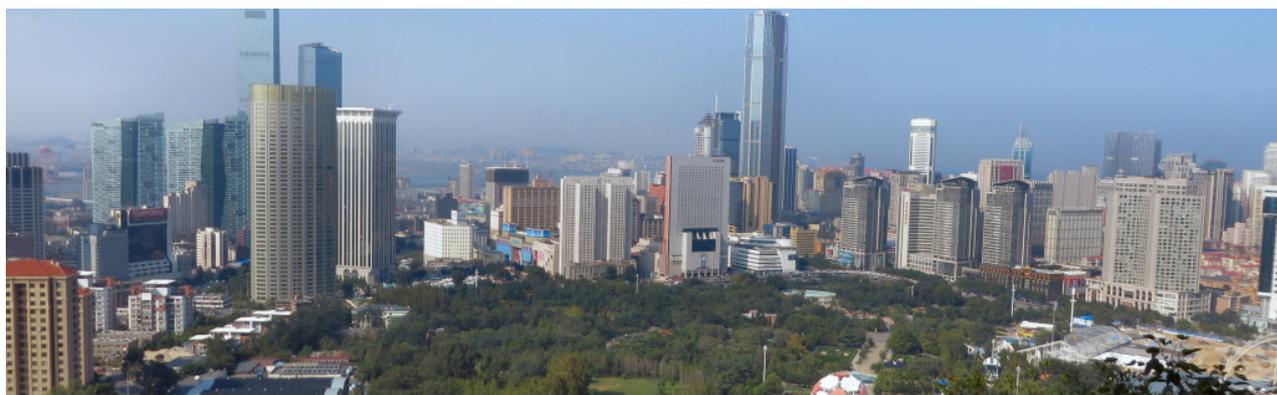
【共通行動】

- ・高い倫理観と「和の心」を持った言動
- ・保険ブローカーとしての高いプライドとプロフェッショナリズム、凛とした姿勢
- ・ベンチャー的発想を持った冷静かつ恐れ知らずの集団（成功するまで継続する粘り強さ）

中国保険ブローカー支援業

【2019年度・活動計画】

- ・張社員と劉社員の継続教育（宜安上海でのトレーニング・N保険協力講座）
- ・劉社員の人脈形成（商工会議所や他団体）
- ・経済開発区に絞り込んだ営業
- ・セミナーの共同開催
- ・顧客データベースの構築
- ・N保険からの顧客アウトソーシング枠拡大
- ・宜安東京、上海本部と協力し、仕組み営業で実績を上げる
- ・収入保険料120万RMBを必達



宜安（北京）保険經紀有限公司 / A-ONE 保険センター株式会社

宜安（北京）保険經紀有限公司

【2019年度・活動計画】

活動拠点：主に都内

活動内容：都内にある企業への営業管理

- ・大企業保険事業部 中国の現地法人に対し、海外保険手配（グローバルプログラム）の提案
- ・大手国内保険代理店 大手保険代理店が国内で抱える大企業の中国現地法人へのアプローチ
- ・国内保険ブローカー 同上
- ・再保険会社設立関連
- ・各種セミナー
- ・宜安上海勤務者のリクルートメント

A-ONE 保険センター株式会社

【2019年度・活動計画】

活動拠点：主に都内

活動内容：保険代理店マネジメント（営業管理）

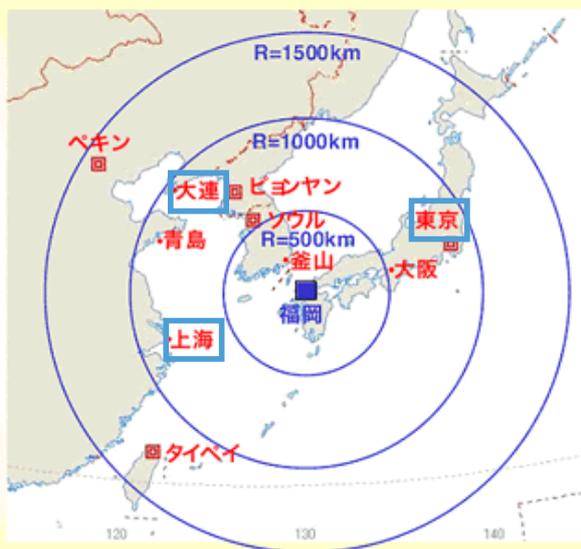
都内を中心に、日本に進出している中国系企業への営業活動（代理店分担部分）

- ・中国大手企業への保険提案
- ・東京支店を持つ中国系銀行との連携
- ・日本進出支援機関との連携
- ・各種セミナー

目標：新規損害保険収入保険料 2 千万円獲得

活動拠点は全て福岡から 飛行機で 1.5 時間圏内

アジアの主要都市と九州



順位	都市名	日系企業 (拠点) 数	前年比
1	上海	10,043	△ 0.4
2	バンコク	1,935	84.3
3	大連	1,550	△ 7.0
4	香港	1,378	0.1
5	シンガポール	1,199	5.1
6	北京	984	△ 2.4
7	青島	974	2.1
8	ロサンゼルス都市圏	832	9.9
9	ホーチミン	801	12.5
10	天津	691	△ 2.7
11	マニラ都市圏	641	0.6
12	台北	614	3.4
13	蘇州	604	0
14	ニューヨーク都市圏	567	0.9
15	広州	523	0.2
16	ウランバートル	495	32
17	シカゴ都市圏	487	0.2
18	大口ロンドン市	472	△ 1.9
19	グルガオン(インド)	439	15.2
20	アトランタ都市圏	436	2.3

世界都市別日系企業（拠点）数、上位 20 位

2017 年 10 月 1 日時点

ソース：外務省「海外在留邦人数調査統計（平成 30 年版）」

プライアントは、たくさんの人で紡がれています



星和台の自宅で開業したばかりの
橋口損害保険時代

1981



ホテルサンルートで開催された
記念すべき第1回経営計画発表会

2010



現在のフラッグスに会場を移し
たが最初は小会議室だった

2011

先人たちの汗と涙があったからこそ
今の私たちの喜びがあり

今の私たちは、未来のプライアントのために礎を築く先人

変化 個人代理店から個の束へ

2006年

2月 有限会社プライアント保険へ社名変更

4月 ◇力武保険事務所を委託合併

力武豊喜入社

力武真理子入社

4月 橋口久損保ジャパン後継者実習コース入社

8月 ◇森塚不動産有限会社保険部門を譲渡合併

2007年

1月 山本保険事務所を合併

山本春実入社（現・保険事業部）

1月 愛のための保険事務所を合併

池山大吾入社（現・保険事業部部）

4月 西牟田修子入社（現・保険事業部部）

10月 橋口久入社（現・代表取締役社長）

2008年

2月 力武豊喜、力武真理子契約満了

2009年

1月 ◇サトウ総合保険を委託合併

佐藤アキ子入社

1月 ◇カーショップリバーサイド 保険部門を譲渡合併

3月 ◇北陽を譲渡合併

7月 自動車・バイク満期更新キャンペーン開始

創造 保険屋繁盛期

1979年

10月 橋口美佐子（現・取締役会長）が安田火災
海上株式会社研修生入社

1981年

1月 母体となる橋口損害保険創業

1998年

9月 橋口保険事務所へ社名変更

佐世保市日野町70-4に移転

2000年

4月 橋口香織入社（現・取締役）

2001年

10月 橋口東入社

2002年

2月 法人化し、有限会社橋口保険事務所へ社名変更

6月 富永裕恵入社

2003年

2月 ◇グッドワンを譲渡合併

2004年

1月 ◇田中損害保険事務所を譲渡合併

プ ラ イ ア ン ト の 歩 み ・ 沿 革

- 4月 佐世保商工会議所加盟
- 5月 2012年度会社案内作成(以降毎年作成)
- 5月 社員就業規則・社員給与規則大幅改定
- 6月 2012年度経営計画発表会をグランドベルズにて開催
- 6月 日野支店2階に会議室造作
- 6月 「第51回電話応対コンクール」出場(一次審査通過7名)
- 8月 中村菜里香ニュージーランド留学の為退社
- 10月 2013年3月新卒学生採用募集開始(リクナビ2013)
- 11月 長崎県虹の原特別支援学校主催「2012年度就労ガイダンスセミナー」にて、橋口久と藤田起直が講演
- 11月 シルバータクシー安全運転講習会開催11月サガハイマツト・サポーターズ事業所登録
- 12月 ◇アパルティ株式会社保険部門を譲渡合併
- 12月 保険ショップでTポイントサービス開始
- 12月 長崎短期大学より金イエスルがインターン開始
- 2013年
 - 1月 「ほけんの「ほ」の字から学べる基礎講座・生命保険セミナー」開催
 - 1月 来店型保険ショップHPリニューアル
 - 2月 「障がい者雇用フェスタ」のパネリストとして橋口久が出席
 - 2月 保険ショップ単月来店者数が過去最高の135名を記録
 - 3月 金イエスルが就労ビザ取得
 - 3月 佐藤アキ子契約満了
 - 3月 特級ASP認定
 - 3月 2012年度中核代理店ライジングJ賞入賞
 - 3月 組織編制(営業部→保険コンサルタント部へ統合、国際事業部新設)
 - 4月 金イエスル入社
- 2013年
 - 4月 2013年エクセレントスター会員認定
 - 5月 ニュースレター「ほっとプレス」創刊
 - 6月 2013年度経営計画発表会を九十九島観光ホテルにて開催
 - 6月 「第52回電話応対コンクール」出場(一次審査通過3名)
 - 8月 損保ジャパン次世代WGメンバーに橋口久が選出(全国の損保ジャパン・日本興亜損保専属代理店の中で10名中の1名)
 - 9月 金丸昌代入社
 - 10月 宜安(北京)保険經紀有限公司と協業で大連支部設立

- 9月 無料保険相談開始(プロボノ活動)
- 9月 タウン誌「ライフさせぼ」に広告掲載開始
- 10月 ◇安田総合保険サービスを委託合併
井上正弘入社(現・保険事業部)
- 2010年
 - 3月 S-ASPランクI認定
 - 3月 「ご来店ありがとうキャンペーン」開始

社風 保険屋から保険代理業を営む —中小企業を目指す

- 2010年
 - 4月 永田大介入社(現・保険事業部)
 - 7月 第1回目となる経営計画発表会をホテルホテルサンルート佐世保にて開催
 - 7月 「第49回電話応対コンクール」出場(一次審査通過6名)
 - 8月 ◇白浦総合保険事務所を委託合併
白浦義則入社
 - 9月 2010年度エクセレントスター会員認定
- 2011年
 - 3月 S-ASPランクII認定
 - 3月 2010年度中核代理店ライジングJ賞入賞
 - 4月 ◇古賀利宏を委託合併
古賀利宏入社(現・保険事業部)
 - 4月 日野町1828-49に日野支店開設
 - 4月 2011年度エクセレントスター会員認定
 - 6月 2011年度経営計画発表会を九十九島観光ホテルにて開催
 - 6月 2010年度中核代理店ライジングJ賞入賞
 - 6月 来店型ほけんショッププライアント試験営業
 - 6月 「第50回電話応対コンクール」出場(一次審査通過7名)
 - 7月 来店型ほけんショッププライアント開店
 - 9月 白浦義則さん世界
 - 11月 長崎県虹の原特別支援学校より藤田起直短期職場実習
- 2012年
 - 1月 損保ジャパン久留米支店にて、保険代理店の事業承継を演題に橋口美佐子と橋口久が講演
 - 2月 保険ショップ単月来店者数100名超達成
 - 3月 S-ASPランクII認定
 - 3月 平成23年度中核代理店ライジングJ賞入賞
 - 3月 藤田起直トリアル雇用入社(現・総務部)
 - 4月 中村菜里香入社
 - 4月 2013年エクセレントスター会員認定
 - 4月 I I A B日本協会加盟

プ ラ イ ア ン ト の 歩 み ・ 沿 革

- 9月 長崎県中小企業家同友会佐世保支部主催の経営指針策定セミナーで橋口久が講師「経営計画・戦略実習」
- 10月 金丸昌代退社
- 11月 ニュースレター「ほっとプレス」第3号発行
- 11月 長崎県中小企業家同友会諫早支部にて橋口久が経営体験発表「経営計画書の実践報告」
- 11月 「長崎県北地区就労促進フォーラム in 佐世保 2014」にて橋口久と藤田起直が講演
- 11月 経済同志会シープクラブで橋口久が講演「中小企業における障がいのある方の雇用の現状について」
- 11月 橋口美佐子が「ひまわり生命2014年度上半期エクセレントプランナー表彰」入賞
- 2015年
- 2月 富永裕恵退社
- 2月 ローソン悦子退社
- 2月 顧問社労士事務所吉木労務管理事務所と契約
- 2月 田島和絵入社（現総務部）
- 3月 さくらタクシー（大村市）安全運転講習会開催
- 4月 プライアント株式会社へ社名変更
- 4月 橋口久が代表取締役社長就任
- 4月 橋口美佐子が取締役会長就任
- 4月 HAPPY TRAILS COFFEE を経営統合
- 4月 古賀利宏が業務委託契約より正社員登用
- 4月 井上正弘が業務委託契約より三者間スキーム
- 4月 ジル・パターソン入社（現・取締役HTC事業部長）
- 4月 しんわタクシー（諫早市）安全運転講習会開催
- 4月 ながさきプレス社刊「ながさき家づくりの本 Vol.16」の住宅ローンに関する記事を古賀利宏が監修
- 4月 橋口美佐子が「ひまわり生命2014年度下半期エクセレントプランナー表彰」入賞
- 5月 吉田美紀入社
- 5月 中国大連市の大連和僑会にて橋口久が講演「中国における企業保険を通したリスクマネジメントと保険ブローカーの活用法」
- 6月 西村将宜入社（現・保険事業部）
- 6月 吉木育美入社（現・保険事業部）
- 6月 保険事業部設立（保険コンサルタント部とお客様サービス部を統合・保険コンサルタント部は保険コンサルタント課、お客様サービス部はお客様サービス課へ）
- 6月 後継者幹部育成事業部設立
- 6月 住宅ローン事業部（準備室）設立
- 6月 2015年度経営計画発表会を九十九島ホ

- 2013年
- 10月 2014年3月新卒学生採用募集開始（リクナビ2014）
- 11月 損保ジャパン本社 CFT 来社
- 12月 岡恵入社
- 2014年
- 1月 韓国大手保険代理店プライムアセット釜山訪問
- 1月 大連和僑会現WAOJE大連）入会
- 1月 損保ジャパン顧客アンケートモニター店に選出（全国の損保ジャパン・日本興亜損保専属代理店の中で3社中の1社）
- 3月 2013年度中核代理店ラジソング賞入賞
- 3月 山本春実定年退職
- 3月 損保ジャパン本社 CFT 来社
- 4月 遠藤和希入社
- 4月 ローソン悦子入社
- 4月 ながさきプレス社刊「ながさき家づくりの本 Vol.15」の住宅ローンに関する記事を古賀利宏が監修
- 4月 ◇佐世保卸団地協同組合保険部門を吸収合併
- 4月 組織編制（お客様サービス部（CSR）新設）
- 5月 ◇有限会社ラッキー商事保険部門協業合併
- 5月 山本春実定年再雇用（現・保険事業部）
- 5月 岡恵退社

発展 5年間の下積みを経て、企業発展「第1ステージ」へ

- 2014年
- 6月 企業保険マイスター育成制度参加対象代理店に選出（全国の損保ジャパン、日本興亜損保専属代理店の中で30社中の1社）
- 6月 2014年度経営計画発表会を九十九島観光ホテルにて開催
- 6月 損保ジャパンひまわり生命の「2013年度全国トップ代理店表彰」入賞
- 7月 2013年度中核代理店ラジソング賞入賞
- 7月 2013年度第一生命販売代理店年間表彰入賞
- 8月 第1回プライアントMG開催
- 8月 ハウステンボス佐世保ロータリークラブ入会
- 8月 ハウステンボス佐世保ロータリークラブにて橋口久が卓話「中国における保険ブローカービジネス」
- 8月 長崎県中小企業家同友会長崎出島地区会で橋口久が経営体験発表「経営三種の神器」

プ ラ イ ア ン ト の 歩 み ・ 沿 革

- 所」登録
- 4月 ながさきプレス社刊「ながさき家づくりの本 Vol.17」の住宅ローンに関する記事を古賀利宏が監修
- 4月 2015年度の第一生命の販売実績で損保ジャパン日本興亜で第一生命を販売する代理店の中で、九州1位（432社中）、全国6位（3149社中）が確定
- 4月 橋口美佐子が「ひまわり生命2015年度下半期エクセレントプランナー表彰」入賞
- 4月 退勤管理をタイムカードから ALSOK 警備システムを利用した非接触カードリーダーへ
- 4月 HTCがアメプロで「Happy Trails Coffee スタッフブログ」をスタート
- 4月 2016年度熊本地震による被災者支援のため、HTCが募金活動「HTC「がんばろう九州プロジェクト」を開始
- 5月 社内役職名称廃止(互いを～さんと呼び合う)
- 5月 後継者幹部育成事業部を企業内大学であるプライアント大学のプログラムとして改組
- 5月 J S A 中核会長崎支部佐世保分会長に橋口久が就任
- 5月 ハウステンボス佐世保ロータリークラブにて橋口久が卓話「しくじり先生俺みたいになるな!!～事業承継にまつわる私&弊社のしくじり～」
- 6月 テレビ佐世保にてHTCのスムーズーと募金活動「がんばろう九州プロジェクト」を原田麻衣が紹介
- 6月 佐世保市倫理法人会のモーニングセミナーにて橋口久が講話「天職は地職～天職は天にあらず 天職は自分の足元にあり～」
- 6月 2016年度経営計画発表会を九十九島 ホテル & リゾート フラッグスにて開催
- 6月 新経理想念・新ビジョンを発表
- 6月 株式会社長崎地研安全大会にて、橋口久が講習「労働災害保険について～会社を守るのは社員の皆様！」
- 6月 ニコット・サービス有限会社四半期会議にて、橋口久が講演「事業展開・事業発展～次世代の収益は、今の強みを糧にする～」
- 6月 S A S R B O ラテアート選手権に、HTCより原田、長岡、坂口が出演
- 6月 保険コンサルタント課で iPad を導入
- 6月 米本有里入社（HTC事業部アルバイト）
- 6月 損保ジャパンひまわり生命の「2015年度全国トップ代理店表彰」入賞

- テル & リゾート フラッグスにて開催
- 6月 テレビ佐世保にてHTCの新作スムーズーを原田麻衣が紹介
- 6月 損保ジャパンひまわり生命の「2014年度全国トップ代理店表彰」入賞
- 7月 2014年度損保ジャパン日本興亜MVP入賞
- 7月 2014年度第一生命販売代理店年間表彰入賞
- 7月 長崎留学生支援センター主催の「留學生活用に関する交流会 留学生に活躍の場を！」で橋口久がパネリスト
- 7月 長崎新聞日曜版「とととて」誌面でHTCのアメリカンチーズケーキが紹介
- 7月 雑誌「ながさきプレス」でHTCが紹介
- 7月 「大島トライアスロン」出場（スイム：永田亮子さん、バイク：橋口久、ラン：古賀利宏）
- 8月 情報誌「99view 8月号」で、橋口久が上海で活躍する佐世保出身のラーメン店オーナーのインタビュー記事を寄稿
- 8月 吉田美紀が宜安（北京）保険經紀有限公司を通して中国就労ビザ取得
- 9月 ホームページリニューアル
- 10月 長崎県中小企業家同友会佐世保支部主催の経営指針策定セミナーで橋口久が講師「経営指針」
- 10月 長崎県立佐世保高等技術専門校 OA ビジネス科3年瀬田楓恋さんを職場体験実習受入
- 11月 橋口美佐子が「ひまわり生命20155年度上半期エクセレントプランナー表彰」入賞
- 11月 佐世保特別支援学校高等部2年、山口大輝君を短期職場体験実習受入れ
- 11月 大連にて開催された「地方銀行合同ビジネス商談会」に出席（橋口久・吉田美紀）
- 12月 佐世保特別支援学校より下津浦君を短期職場体験実習受入れ
- 12月 長崎県手をつなぐ育成会主催の「地域をつなぐ推進会議」にて藤田起直が講演
- 12月 長岡綾乃入社
- 2016年
- 1月 長崎留学生支援センター主催の「海外人才活用セミナー」で橋口久と金イエスルが講演
- 2月 IIBAJ 主催の第32回ベストプラクティス・セミナー in 福岡にて橋口久が事例報告
- 3月 大連和僑会の3月例会にて橋口久が講演「現場任せの保険契約は日系企業の落とし穴 経営陣が知っておくべき中国での企業保険」
- 3月 佐世保市において、「女性活躍応援宣言事業

プ ラ イ ア ン ト の 歩 み ・ 沿 革

- 4月 2016年度の第一生命の販売実績で損保ジャパン日本興亜で第一生命を販売する代理店の中で、九州2位(419社中)、全国9位(3017社中)が確定
- 4月 橋口美佐子が「ひまわり生命2016年度下半期エクセレントプランナー表彰」入賞
- 4月 中村恒太入社(HTC事業部アルバイト)
- 4月 中村あすか入社(HTC事業部アルバイト)
- 4月 迫田隆行入社(HTC事業部)
- 4月 Facebookページを開設
- 4月 長岡綾乃退社
- 5月 テレビ佐世保にてHTC新作ベールサンドイッチを紹介
- 5月 佐賀県多久市で開催されたマウンテンバイクレース「QMXシリーズ#1多久」エキスパートクラスで、迫田隆行が第2位入賞
- 5月 損保ジャパン日本興亜の「2016年度九州MVP入賞
- 5月 米本有里退社
- 6月 大阪市にある株式会社甲南保険センターを橋口久、永田(香)、金、吉木が先進地視察
- 6月 2017年度第17期経営計画発表会を九十九島ホテル&リゾート フラッグスにて開催
- 6月 吉田美紀退社
- 6月 ハート陽花退社
- 6月 損保ジャパンひまわり生命の「2016年度全国トップ代理店表彰」入賞
- 7月 損保ジャパン日本興亜の「JSA中核会&MVP2016」に入賞
- 7月 2016年度第一生命販売代理店年間表彰入賞
- 9月 劉金平入社(国際事業部)
- 9月 社内コミュニケーションツールとしてチャットワークを採用
- 10月 「第24回経営フォーラム2017in長崎」第2分科会にて、橋口久が講演「作って、使って、進化する経営指針」
- 11月 HTCが週末のみ午前11時から開店開始
- 11月 橋口久が、西研究所公認「MGインストラクター」の仮免取得
- 11月 池山大吾と古賀利宏が「リスク診断士」の資格取得

- 7月 2015年度第一生命販売代理店年間表彰式(ホテルオークラ東京ベイ)にて、橋口久が代理店代表講演
 - 7月 損保ジャパン日本興亜の「JSA中核会&MVP2015」に入賞
 - 7月 ISO9001の認定登録に向けて、品質管理責任者の金イエスルを中心に準備開始
 - 7月 ながさき女性活躍推進協議会にて、「女性活躍推宣言」を登録
 - 8月 中国大連の経営者団体「無涯塾」にて、橋口久がリスクマネジメントセミナーを開催
 - 8月 HTC開店5周年記念インハウスイベント開催(ゲスト:サンディトリップ)
 - 8月 保険ショップとHTCの壁を造作し、HTCのスペースを拡大
 - 9月 西海国立公園九十九島ビジターセンターにて、永田大介が保険セミナー開催
 - 11月 ◇オートメイク今里の保険部門を吸収合併
 - 11月 橋口美佐子が「ひまわり生命2016年度上半期エクセレントプランナー表彰」に入賞
 - 12月 壱岐市で開催された壱岐市障害者地域自立支援協議会主催の「平成28年度障がい者雇用推進セミナー」にて橋口久と藤田起直が講演
- 2017年
- 2月 福岡県で開催された「第1回九州沖縄エリア青年経営者合同例会」第3分科会にて、橋口久が経営体験発表「作って・使って・進化する経営指針」
 - 2月 坂口綾子退社
 - 2月 ハート陽花入社(HTC事業部アルバイト)
 - 3月 ISO9001認証取得
 - 3月 「ならでわ3月号」でHTCのキッシュを紹介
 - 3月 「させぼ通信」でHTCのベールサンドイッチを紹介

挑戦 企業発展「第2ステージ」へ 個の時代・個の成長・個の集合体

- 2017年
- 4月 SOMPOビジネスソリューションズのPAコンサル導入開始(人事制度(給与・評価)構築プログラム)
 - 4月 損保ジャパン日本興亜長崎支店が表彰する「長崎支店代理店オブザイヤー2016」第一生命部門・ひまわり生命部門各1位

プ ラ イ ア ン ト の 歩 み ・ 沿 革

- 8月 HTC が、クレジットカード支払い対応開始
- 8月 フラッグスにて開催された看板女子コンテストに HTC のマイがエントリー
- 9月 NBC 長崎放送の情報番組「あっぷる」で HTC が紹介
- 10月 熊本県で開催された「セキアヒルズカップマウンテンバイク2時間耐久レース春大会」にて、HTC 事業部のタカが3位
- 12月 情報誌99VIEW の「イッテミテ Cafe」のコーナーで、HTC が紹介
- 2019年
 - 1月 橋口久が、長崎県新聞元旦号 TOP インタビューに掲載
 - 1月 フラッグスにて開催された看板女子コンテストに HTC のマイとあすかがエントリー
 - 1月 ニュースレター「プライアント新聞」発刊
 - 2月 HTC が情報誌月刊はなはな2月号の表紙に
 - 3月 橋口と総務部藤田が、ハウステンボス佐世保ロータリークラブで卓話
 - 3月 古賀利宏退職
 - 4月 田中三奈入社（総務部）
 - 4月 亀澤李音入社（HTC 事業部アルバイト）
 - 4月 橋口が、宜安（北京）保険經紀有限公司の副総経理に就任
 - 4月 橋口が、A-ONE 保険センター株式会社の取締役副社長に就任
 - 4月 HTC のベーグルが「佐世保アメリカンベーグル」として佐世保市のふるさと納税返礼品として販売開始
 - 5月 米国ニューヨークで開催された自転車ロードレースGFNYワールドチャンピオンシップ・ニューヨークシティの女子部門で、ジル・パターソンが世界1位
 - 5月 熊本県で開催された「セキアヒルズカップマウンテンバイク2時間耐久レース春大会」にて、HTC 事業部のタカが優勝
 - 4月 橋口が、社会福祉法人宮共生会主催「第1回ごちゃマーケット」パネルディスカッションのコーディネーターを務める。
 - 6月 損保ジャパンひまわり生命の「2018年度全国トップ代理店表彰」入賞
 - 6月 総務部藤田の取り組みが、NIB 長崎国際テレビの「news every.」で放送

- 11月 株式会社智翔館「第10回夢大学」にて、橋口久が講義「心の地図を広げる、重ね合う～Uターン・うつ・将来・覚悟」
- 2018年
 - 1月 中小企業家同友会全国協議会発行の「中小企業家しんぶん（2018年1月25日号）「着眼着手」コーナーで橋口久が紹介
 - 1月 長崎県立大学新聞227号にてHTCが紹介
 - 2月 ハウステンボス佐世保ロータリークラブにて、橋口久が卓話「企業のリスクマネジメント／従業員のマイカー通勤管理」
 - 2月 コピー機・複合機を入れ替え
 - 2月 公式Facebookページです、社員が持ち回りで記事執筆開始
 - 2月 長崎新聞日曜版「ととって（2月18日号）にて、HTC が紹介
 - 4月 橋口美佐子が「ひまわり生命2017年度下半期エクセレントプランナー表彰」入賞
 - 4月 ジャパネットたかた会社見学
 - 5月 十八銀行グループの株式会社長崎経済研究所が発行する「ながさき経済5月号」の「県内留学生の就職と卒業後の活躍事例」のレポート内で、当社の外国人雇用の取り組みが紹介
 - 5月 米国ニューヨークで開催された自転車ロードレースGFNYワールドチャンピオンシップ・ニューヨークシティの女子部門で、ジル・パターソンが世界2位
 - 6月 損保ジャパンひまわり生命の「2017年度全国トップ代理店表彰」入賞
 - 6月 金イエスル退社
 - 6月 2018年度第18期経営計画発表会を九十九島ホテル&リゾート フラッグスにて開催
 - 6月 洗車サービス「まごころ洗車隊」がNHK「おはよう九州・沖縄」で特集され、当社の社有車洗車の状況が放送
 - 7月 損保ジャパン日本興亜の「MVP2017」に入賞
 - 7月 2016年度第一生命販売代理店年間表彰入賞
 - 8月 谷佳奈美入社（HTC 事業部アルバイト）
 - 8月 川崎瑞歩入社（HTC 事業部アルバイト）
 - 8月 橋口久が、社会福祉法人宮共生会幹部社員研修講師

革・沿・み・歩・の・ト・ア・イ・ラ・プ

社名と経営理念 はじめてものがたり

プライアントの社名は、2005年の秋、東京都練馬区中村橋2丁目アパートで生まれました。

新社名を依頼したのは、当時有限会社橋口保険事務所の社長であった橋口美佐子（現会長）。2006年4月の力武保険事務所吸収合併を前に、橋口がつかない社名で新メンバーを迎え入れたい橋口会長の想いが依頼の背景にありました。

依頼を受けたのは、現社長の橋口久。当時住んでいた中村橋のアパートで、社名を考えました。当初は、安全に関するギリシヤ神話の神様の名前も検討しましたが、なかなかしっくりきません。そこで、改めて社名変更の経緯を考えました。

橋口会長が入った頃の損害保険業界は男性社会と言われ、今では女性差別にも取られかねない不当な待遇を受けたこともありました。しかし、安田火災研修生同期で全国トップ卒業をしたことを皮切りに、保険会社の社長賞を毎年獲得するなど、男性社会の中で活躍。結果、男性の同業者を合併するまで成長しました。

男性社会の中で勝ち残った橋口会長の強みは何だったか。橋口社長は、橋口会

長の「芯の強い女性らしさ」、つまり、「竹のようなしなやかさ」があったからに違いないと確信しました。

プライアントは英語の形容詞で「しなやかな」という意味を持ちます。

「橋口保険事務所がなくなっても、橋口会長の生き方を会社に残し、そして後から続く仲間と継承したい」

そう考えた橋口社長は、橋口会長に新社名を打診し、会長もプライアントという新社名に承諾しました。つまり、社名変更当時は、「橋口会長IIプライアント」だったのです。

左のページの資料は、2005年の当時、橋口社長が前職在職中に東京から橋口会長宛に送った新社名提案のメールです。ストーリーを感じてください。

経営理念の「柔靱（じゅうじん）成長企業」も、プライアントの社名誕生と同じルーツを持ちます。

柔靱とは、文字通り、しなやかで強い様。これからは、全事業部を通して、しなやかで強い人材、そしてその集合体である企業へと成長する歩みを始めます。

橋口会長の生き方の継承し、たゆまぬ学びと実践を通して、社員一人ひとりが「プライアント」となり、お客様、そして地域の皆様へ自己と企業の成長を還元します。

皆さんの柔靱な成長に期待します。

プライアントの コーポレートロゴ

Pliant

2015年7月4日、有限会社プライアント保険はHAPPY TRAILS COFFEEを経営統合し、「プライアント株式会社」が誕生しました。

同時に、新しいコーポレートロゴも刷新されました。

コーポレートロゴとシヨットロゴともに、コーポレートカラーはサックスブルーを採用しました。

サックスブルーはご覧の通り淡い青色で、クールさ（落ち着き）と穏やかさを併せ持つ「幅のある」色。つまり強さと柔らかさを持つ、現在のプライアントの社風を上手に表現

してくれる色であると言えます。

デザインは2011年にHAPPY TRAILS COFFEEのロゴをデザインした有坂洋一氏（ラングエージ代表・神奈川県横浜市）。有坂氏は、「トヨタネッツ」「中京大学」「新光証券」などのコーポレートロゴを手掛ける他、保険関係でも第一生命の「PライイトWAY」「サクセスWAY」のブランドロゴ、日本損害保険協会の「損害保険ブランド」「損害保険トータルプランナー」のシンボルマークなどを生み出しています。



有坂洋一氏

Pliant Brand Guidelines April 2015

●コーポレートロゴ

●コーポレイトタイプ

●コーポレイトカラー

●指定フォント

●色

●その他

●グラフィック

●Pliant

●Pliant

●Pliant

●Pliant

社名誕生秘話

今から12年半前の2005年11月、東京から1通のメールが佐世保に届きました。プライアントの社名は、このメールから始まりました。翌年の2006年に、有限会社橋口保険事務所は、有限会社プライアント保険に社名変更。当社の強みである「ぶれない経営」は、このメールからも読み取ることができます。

1 / 3 ページ

2 / 3

(有)橋口保険事務所

送信者: "Hisashi Hashiguchi" <hashiguchihisashi@gnac.jp>
宛先: <sh-22@ag.sompo-japan.co.jp>
送信日時: 2005年11月16日 14:21
件名: 社名について

お元気ですか。
社名についていろいろと考えました。
いい名前がなかなか出てきませんでしたが、
「言葉」を考えるよりも、そこにたずさわる人々をベースに考え、
そこから何かを派生させてみようという
原点に戻って考え直してみました。

ここからは社名に至るまでの考えの経緯、
とりあえずまとめきれないので経緯を全部書きます。

うーん、力武さん・・・。
力武さんの「力」は英語ではパワーだけど、
「力」のある「武士」、つまり「武士の力」というのはそれこそ豪腕な力というよりも
その精神力や立ち振る舞いの方が大切のような気がする。

↓
↓
「武士道」調べてみる。「君に忠、親に孝、自らを節すること厳しく、下位の者に仁慈を以てし、
敵には憐みをかけ、私欲を忌み、公正を尊び、富貴よりも名譽を以て貴しとす態度・・・」
これを何か一つの言葉で表せないだろうか・・・。

↓
↓
ちょうど日経新聞の「私の履歴書」には仲代達也が登場。毎日連載されている。
彼は剣豪ものの映画によく登場していた。その連載の中で、歌舞伎役者の中村なんとか
と紋陣痛で意見が衝突し殴り合いの喧嘩になったという場面がでてきた。
中村は向かってきた者から切れはいい、米の手の掌順を褒えながら切っていけばいいんだよという
言葉に仲代が反論したためだ。
私はそのことを思い出して、侍が剣を振る様子を想像した。

↓
↓
刀も竹刀も振るとなる。腕もそう。ひいては体も同じ。
しならないまっすぐの堅い棒、腕、体は武士道の対極にある。
『しなる-振る-』ってことだよなあ・・・。
刀や竹刀は力があるほど(能力があるほど)、『しなる』・・・『しなる』っていい言葉だなあ。

↓
↓
竹刀から連想し、竹を想像する。
竹がしなるのは雨が降り、風が吹き、嵐が舞うとき。
そんな時竹はしなりながらそれに耐えている。
そして雨、風、嵐が収まれば、元の通りにまっすぐに立つ。

↓
↓
『しなる』かあ・・・。『しなる』の派生語で『しなやか』という言葉があるなあ。
刀も竹刀も振るとなる。腕もそう。ひいては体も同じ。と思ったけど、
腕、体、そして精神は『しなる』というより『しなやか』だよなあ・・・。
力武さんも美佐さんもお客さんに接するときは『しなやか』。
どんなお客さんにも『しなやか』な保険人なのではないだろうか。
私は人と接する仕事はサービス業だと考える。
いまの教育の仕事も学生に喜んでもらうのが仕事。
保険の仕事もサービス業として取り組みたいと思っている。

『しなやか』なサービスというのは仕事の基本なのではないだろうか。

↓
↓
http://www.goo.ne.jp/の国語辞書で『しなやか』を調べてみると、

『しなやか』
(1)柔軟で、弾力に富んでいるさま。よくしなうさま。
「～な指」「～にたわむ」
(2)動作・態度に角張ったところがなく、なよやかなさま。たおやかに優美なさま。
「～な歩み」「～な物腰」

↓
↓
http://www.goo.ne.jp/の和英辞書で『しなやか』を調べてみると

『しなやか』
～な pliant; flexible; supple; lithic; (しとやかな)graceful; elegant.
～に flexibly; pliantly; (しとやかに)gracefully.
～な竹 pliant bamboo.
考え方が～だ be flexible in thinking.

↓
↓
ここまでは今まで考えていた『しなやか』に最も近いのは
Pliant(プライアント)だろう。
↓
↓
プライアント・・・耳慣れない言葉だが、難しもなく発音もしやすい。
そして企業としての気品もある。
『プライアント保険』
↓
↓
『有限会社プライアント保険』
『Pliant Insurance Inc.』
・・・うん、いいと思う。

↓
↓
『竹が強い雨風でもしななって折れないのと同じように、
どんな事故、災害が起きても、お客様が安全に、安心して生活できる
環境づくりのお手伝いをする。
また、お客様に対しては物腰柔らかく誠心誠意尽くしていく』
↓
↓
企業は例え中小企業でもお客様相手の商売であれば、「ブランディング-Branding-」、つまり
企業をブランド化していかなければなりません。

↓
↓
これまでは美佐さんだったら、一人でしていたので美佐さん自身がブランドだった。
力武さんにとっても同様、力武さん自身がブランド。
そのときに美佐さんの会社が「ABC保険事務所」でも、
力武さんの会社が「いろは保険事務所」でも会社名は2の次だったと思います。
どしてか。
それはお客様は皆美佐さんのABC保険、「力武さんのいろは保険」だと思っていたからです。
「保険のタカセ」さんはいいい例です。
高瀬さん自身がブランドだったからこそ、そのような名前がOKだったのです。

↓
↓
しかし今後は「ABC保険の美佐さん」、「いろは保険の力武さん」と
お客様、特に新規のお客様は見るようになります。
「美佐さんってどういう人?」よりも「ABC保険ってどういう会社?」。

2005/11/16

2005/11/16

3 / 3 ページ

また将来私たちの会社に新入社員が入ればなおいっそうのことです。
そのときに「ABC保険」、「いろは保険」がブランドにならなければいけないのです。

そのブランド作りはもちろん、その会社で働く人間の言動、態度、行動によっても作られますが、
会社名のイメージ、印象も大事な要素となります。
大企業が企業名も商品名(車、シャンプーなんでも)ブランディングしているのは、
なにも大企業だからということではありません。
お客様の対してのブランディングの大切さを知っているからです。
特に将来インターネットが保険業界でも台頭し、顔を見なくても保険に入る人が増える、
そんな時代がきたときは(もうきて?)、会社名の印象は重要です。

今回の『プライアント保険』は、合併後の新会社をブランディングする上では
いいスタートが切れる名前だと思います。
パンフ、会社案内、ロゴイメージが湧いてきます。

お客様に何と云う意味なの?と聞かれても『しなやか』『しなる』の意味から入ってはいけ
必ず共感頂けるでしょう。
だってそれは「わたしたちはお客様のために仕事をしています」という意味なのですから。

『プライアント保険』、一度みなさんでご検討ください。
バランス的にはこんな感じになります(字体は後日検討)。
アメリカ人の友人に聞いても英語の「Pliant Insurance」も変な名前英語名にはならないようです。

有限会社 プライアント保険 Pliant Insurance Inc.

あ、事務所はまだそのまま、小さくていいです。
でも事務職員は制服(ベスト、スカートまたはパンツ)を購入提案します。
職員はブラウスだけ自分で準備すればいいので、
忙しい朝の準備も軽減されます。
また事務所の雰囲気も、家庭的な雰囲気の中に制服があると「しまり」を感じ、
印象もいいでしょう。

以上、ご連絡の程お待ちしております。

久保



メールを送った2005年当時の橋口社長(出張先のバン
グラデシュの首都・ダッカにて)



橋口 美佐子
取締役会長

会社が
雇用を守る時代から
会社、そして、社員自らが
雇用を守る時代へ

様々な人と会い
多くの本を読み
旅をして見たことのない景色に触れる
そうして
自らの雇用を守り
自らの雇用を輝かせる

HTC 事業部



パターソン
創業者



田島 和絵



原田 麻衣



迫田 隆行



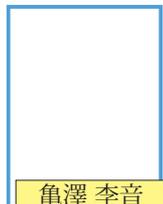
中村 あすか



谷 佳奈美



川崎 瑞歩



亀澤 李音

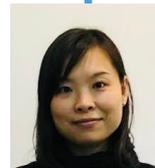
国際事業部

宜安（北京）保険經紀有限公司



橋口 久
副総経理（副社長）

宜安（北京）保険經紀有限公司 大連支部

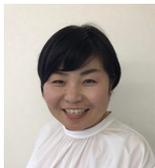


劉 金平
営業部 部長



張 俏妮
管理部 部長

新生カイゼンチーム 2019



田中 三奈
リーダー



吉木 育美

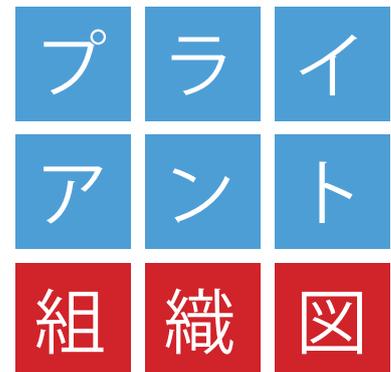


西村 将宜

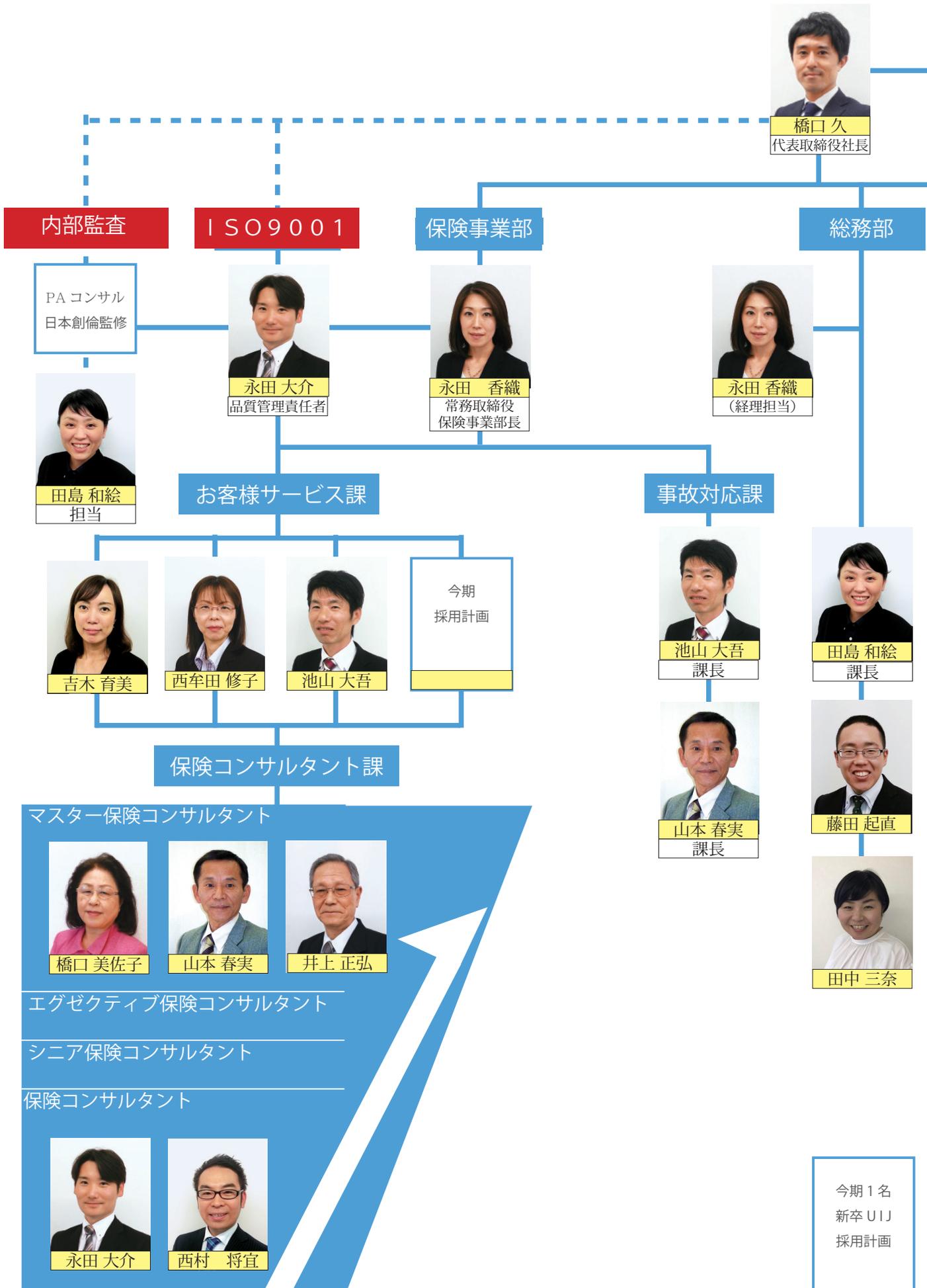
今期 CSR
採用予定者

2016 年 5 月から社内役職名廃止

組織図を肌感覚で理解した上での「～さん」付けは
当社の組織運営で強みとなる



2019年7月1日組織改正分



今年度該当者なし

基準年月日	2019/6/27	氏名	生年月日	年齢(歳)	業界入年月日	次年度表彰対象	表彰対象基準	次年度表彰対象
						永年キャリア表彰 永年勤続表彰	入社年月日	当社勤続年数
1		井上正弘			1976/6/1	43年0ヶ月	2009/10/1	9年8ヶ月
2		橋口美佐子			1979/10/1	39年8ヶ月	1981/1/1	38年5ヶ月
3		山本春美			1995/6/1	24年0ヶ月	2007/1/1	12年5ヶ月
4		橋口香織					2000/4/1	19年2ヶ月
5		池山大吾			2003/4/1	16年2ヶ月	2007/1/1	12年5ヶ月
6		西牟田修子			2006/4/1	13年2ヶ月	2007/4/1	12年2ヶ月
7		橋口久			2006/4/1	13年2ヶ月	2007/10/1	11年8ヶ月
8					修正	11年8ヶ月		
9		永田大介					2010/4/1	9年2ヶ月
10		藤田起直					2012/3/12	7年3ヶ月
11		田島和絵					2015/2/2	4年4ヶ月
12		西村将宣					2015/6/1	4年0ヶ月
13		吉木育美			1995/11/1		2015/6/4	4年0ヶ月
14					修正	11年5ヶ月		
15		劉金平					2017/9/1	1年9ヶ月
16		田中三奈					2019/4/18	0年2ヶ月
17		バターソンジル			2011/8/17	7年10ヶ月	2015/4/1	4年2ヶ月
18		原田麻衣			2014/12/20	4年6ヶ月	2015/4/1	4年2ヶ月
19		迫田隆行					2017/4/1	2年2ヶ月
20		中村あすか					2017/4/1	2年2ヶ月
21		谷佳奈美					2018/8/10	0年10ヶ月
22		川崎瑞歩					2018/8/19	0年10ヶ月
23		亀澤李音					2019/5/1	0年1ヶ月
平均年齢					37.91			

慶弔・罹災休暇・慶弔見舞金内規

第 1 条 (目的)

この規定は、プライアント株式会社に勤務する社員およびその家族に慶弔がありまたは罹災にあったときの慶弔・罹災休暇および慶弔金・見舞金等の支給基準について定めたものである。

第 2 条 (支給事由)

慶弔・罹災休暇の該当事由および慶弔金・見舞金の支給基準は以下の各号に該当する場合とする。

- 本人の結婚 (慶弔休暇・結婚祝金)
- 家族の結婚 (結婚祝金)
- 本人または配偶者の出産 (慶弔休暇・出産祝金)
- 本人の業務上の事故等による死亡 (給付金・弔慰金)
- 本人の業務外の事由による死亡 (給付金・弔慰金)
- 家族の死亡 (慶弔休暇・弔慰金)
- 本人の住居が被災したとき (罹災・被災休暇・被災見舞金)
- その他必要と認めたとき

第 3 条 (届出義務)

社員またはその関係者がこの内規により慶弔・罹災休暇を取得し、併せて慶弔金・見舞金を受けようとするときは、事前にその事実を証明する書類等を添付し、会社に届け出ることを要する。

第 4 条 (支給資格)

この内規の適用は、原則として正社員に限るものとし、嘱託、パートタイマーおよびアルバイトには適用しない。

第 5 条 (慶弔休暇)

慶弔休暇は社員就業規則第 4 1 条 (特別休暇) とし、社員が次の各号のいずれかに該当する場合において、それぞれに定める日数の休暇を取得することができる。

本人の結婚	3 日
配偶者の出産	2 日
父母、配偶者、子の死亡	3 日
同居の祖父母、兄弟姉妹の死亡	2 日
別居の祖父母、兄弟姉妹、又は配偶者の父母	2 日
祖父母、兄弟、姉妹の死亡	
その他、前各号に準じ、会社が認めたもの	1 日

2 慶弔休暇を請求するとき派、事前に会社の承認を受けなければならない。

3 慶弔休暇は、社員就業規則第 9 条 (試用期間) の社員については適用しない。

4 第 1 項の父母には養父母、継父母を含み、子には養子、継子を含むものとする。

5 慶弔休暇を取得できる親族の範囲および日数は第 1 項に定める範囲・日数とするが、生活の状況、同居の有無、移動距離等を考慮し取り扱うことがある。この場合において、適用の可否については社長が判断する。

第 6 条（罹災休暇）

罹災・被災休暇は社員が各号のいずれかに該当する場合、罹災休暇を取得することができる。

地震・自然災害等により罹災し住居が損壊したとき
火事・事故等により罹災し住居が損壊したとき

2 罹災休暇の日数は、損壊の程度、回復までの期間等を考慮し、会社と被災社員との話し合いの上決定する。

第 7 条（休暇中の賃金）

第 5 条および第 6 条の慶弔休暇および罹災休暇中の賃金は無給とする。

第 8 条（結婚祝金）

社員および子が結婚したときは以下の各号の基準に基づき、結婚祝金を支給する。

勤続 1 年未満の社員

本人の結婚	10,000円	子の結婚	10,000円
勤続 1 年以上 3 年未満の社員			

本人の結婚	20,000円	子の結婚	10,000円
勤続 3 年以上の社員			

本人の結婚	50,000円	子の結婚	30,000円
-------	---------	------	---------

第 9 条（出産祝金）

社員またはその配偶者が出産したときは、祝金として 10,000 円を支給する。

第 10 条（給付金および弔慰金）

社員が業務上の事由により負傷し、疾病にかかり又は障害となったときは労働基準法および労働者災害補償保険法の保険給付の他下記の基準に基づき給付金、あるいは弔慰金を支払う。

業務上の疾病、負傷等により通院した場合

通院日数×1日あたりの金額（3,000円） 15,000円限度
業務上の疾病、負傷および業務外による疾病、負傷等により入院した場合

入院 7 日未満内	5,000円
-----------	--------

入院 7 日以上 14 日未満	10,000円
-----------------	---------

入院 14 日以上 30 日未満	20,000円
------------------	---------

入院 30 日以上	30,000円
-----------	---------

業務上の疾病、負傷等により後遺障害を負った場合

規定の金額による後遺障害補償金

業務上の疾病、負傷等により死亡した場合

勤続 5 年未満の社員	50,000円
-------------	---------

勤続 5 年以上 10 年未満の社員	70,000円
--------------------	---------

100,000円

勤続 10 以上の社員

第11条（家族の死亡）

社員の家族の死亡については、以下の各号の基準に基づき弔慰金を支給する。

配偶者の死亡の場合	30,000円
子、父母、同居の父母の死亡の場合	30,000円
血族の兄弟姉妹、同居の祖父母の死亡の場合	10,000円

合

第12条（供花等）

配偶者、子、父母、同居の父母が死亡したときは、供花を供える。

供花の金額の限度は、20,000円とする。

第13条（被災見舞金等）

社員が居住する建物が風水害・地震災害（含む地震火災）にあった場合については、以下の基準に基づき災害見舞金を支給する。

家屋の倒壊*・焼失*・流水・床上浸水・地盤より45cm超の床下浸水の場合 30,000円

家屋の倒壊・焼失については、地震保険損害認定基準の全損および半損を上記支給対象とする。

第14条（その他の慶弔見舞金）

慶弔見舞金の支給範囲・支給額は第8条より第13条を基準とするが、生活の状況、により会社が支給の必要のあると認めた場合には、慶弔見舞金を支給することがある。この場合において、支給の可否、支給額については社長が判断する。

附 則

この内規は2010年6月1日より実施する。

2015年4月1日社名変更（有限会社プライアント保険→プライアント株式会社）

監修：吉木社会保険労務士事務所

Pliant

