

# 第14回グリーン購入大賞 大賞受賞団体事例発表

## 損保ジャパンとサプライチェーン(代理店組織)による 「グリーン購入推進」と「グリーンコンシューマーの育成」

2012年10月19日

株式会社損害保険ジャパン

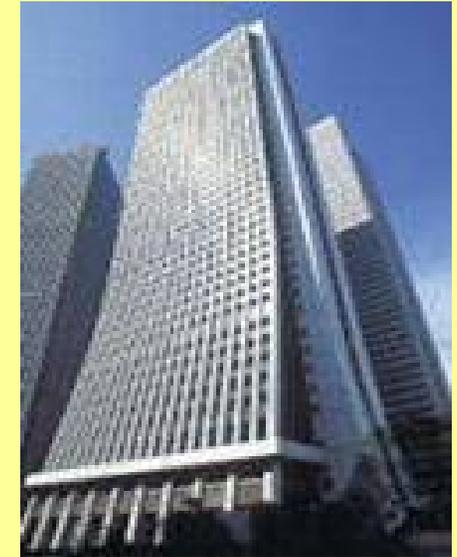
J - SA

AIRジャパン



2012年(平成24年)3月31日現在

創業	: 1888年(明治21年)10月
資本金	: 700億円
正味収入保険料	: 12,811億円
本社所在地	: 〒160-8338 東京都新宿区西新宿1-26-1
代表電話番号	: 03-3349-3111
URL	: <a href="http://www.sompo-japan.co.jp">http://www.sompo-japan.co.jp</a>
社員数	: 18,270名
代理店数	: 44,113店
営業網	: 国内517か所*1、海外172都市(28か国)*2
損害ネットワーク	: 全国280か所



\*1 2012年7月1日現在

\*2 2012年4月1日現在

※2010年 日本興亜損保と経営統合し、NKSJホールディングスの一員に  
2014年上期 損害保険ジャパン日本興亜株式会社へ

## <NKSJグループ経営理念> (抜粋)

- ・お客さま視点ですべての価値判断を行います。
- ・お客さまに最高品質のサービスをご提供し、社会に貢献します。

## <NKSJグループCSR基本方針> (抜粋)

以下を自らの事業活動に組み込みながら、企業としての社会的責任を果たしていきます。

- ・気候変動や生物多様性などの環境問題
- ・人権やダイバーシティ
- ・地域社会への配慮

## 代理店組織の概要

### 【J - S A】



- ・損保ジャパンの  
専属プロフェッショナル代理店の  
全国組織
- ・会員数:2,025店(12年7月末)

### 【AIRジャパン】



- ・自動車整備事業者を対象とする  
兼業代理店の全国組織
- ・会員数:3,548店(12年7月末)

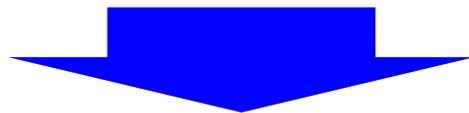
**約590万人の顧客**

＜AIRジャパン環境宣言(2008年4月1日制定)＞(抜粋)

- ①AIRジャパンの社会的責務は、低炭素社会、自然環境保全、循環型経済社会の構築と考えています。
- ②自動車環境に与える影響を低減するとともに、地域環境の環境保全に役立つ社会貢献活動へ積極的に寄与することを宣言します。

# 損保ジャパングループのCSRのあゆみ

- ◆1992年 地球環境室設置
- ◆1997年 環境マネジメントシステム(ISO14001認証)取得  
**(日本の金融機関では最も早い取得)**
- ◆1998年 環境レポート発行  
**(日本の金融機関では最も早い取得)**
- ◆2003年 事務用品一括購入システムを損保ジャパン全店に導入
- ◆2008年 代理店組織(J-SA、AIRジャパン)で事務用品一括購入システムを導入  
**(第10回グリーン購入大賞 「審査員奨励賞」受賞)**



- ◆2012年  
**第14回グリーン購入大賞 「大賞(協働プロジェクト部門)」受賞**

# コンセプトから定着化に向けた取り組み

## コンセプトから定着へ

◆2008年度 グリーン購入大賞「審査員奨励賞」受賞

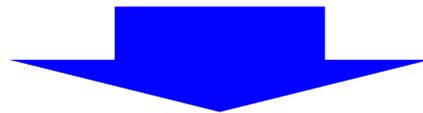


◆2008年度 環境省から「エコ・ファースト企業」認定

損保ジャパンの約束(抜粋)

4. 循環型経済社会、持続可能な社会の構築のため、  
グリーン購入を推進します。

先進的な取り組みとして、保険代理店の主要な全国組織(J-SA、AIRジャパン)と連携し、  
(株)損害保険ジャパン自社の活動の輪を保険代理店まで広げてグリーン購入を推進し、国内金融機関として初めてバリューチェーン全体の体制を構築しました。

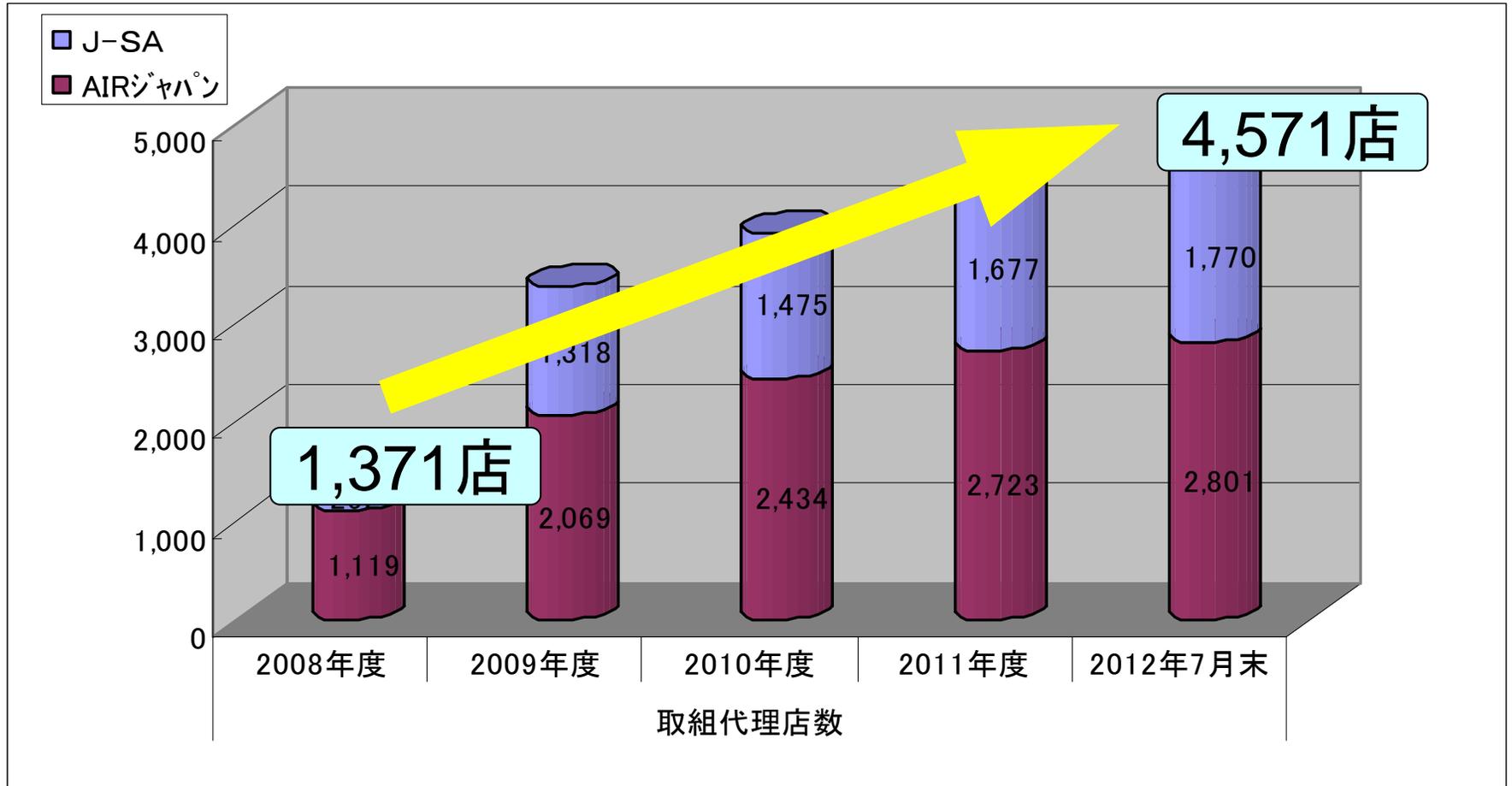


◆2012年度 グリーン購入活動の定着とさらなる進化

# グリーン購入の取り組み状況(結果)

## J-SA・AIR日本の取り組み①

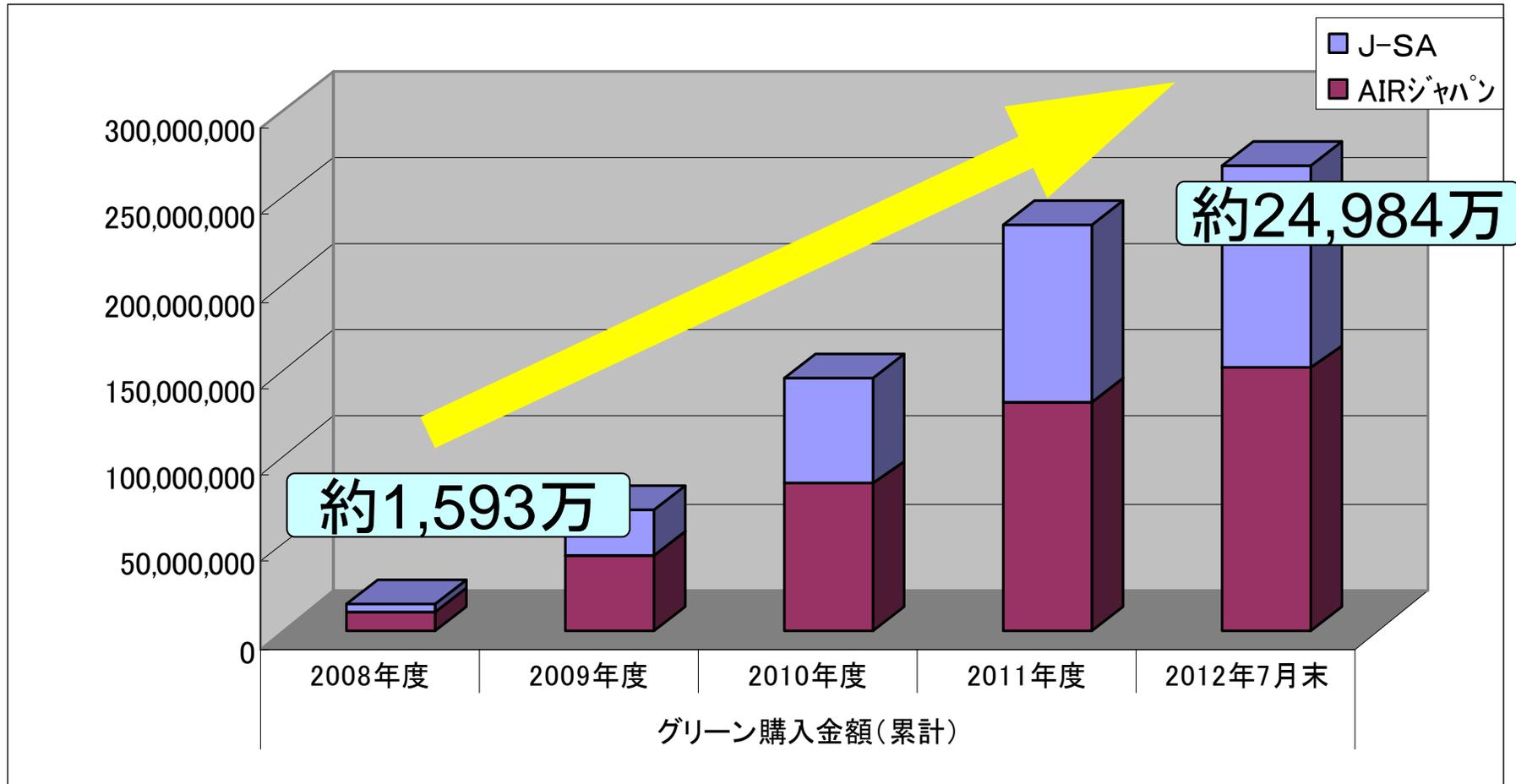
### 【システム登録代理店数の推移】



# グリーン購入の取り組み状況(結果)

## J-SA・AIRジャパンの取り組み②

### 【グリーン購入金額の推移】



# グリーン購入の拡大に向けた課題と対応策

## 推進体制の構築

- ◆代理店両組織への理解浸透のために、「グリーン購入会員数割合」を目標として掲げ、**年間の組織表彰制度指標へ組み込み**  
⇒ **全会員がグリーン購入に取り組む体制を構築**

## 理解不足への対応

- ◆理解促進ツールの作成  
(**グリーン購入マンガ、三角POP、ポスター、ステッカー、シールを作成**)
- ◆代理店組織の会員誌を活用した好取組事例の共有化
- ◆低稼働支店の代理店組織向けに個別研修を実施  
⇒ **グリーン購入の理解促進に役立った！**

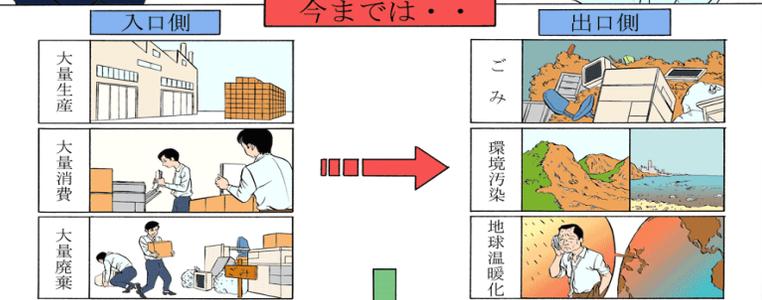
# グリーン購入の普及促進に向けた取り組み【ツール】

## グリーン購入マンガ

**グリーン購入とは？**

グリーン購入って何？

環境問題を『入口』から解決する手段よ！  
**JSA, AIR** ジャパンの皆様と一緒に取り組んでいきたいと思っています！



**グリーン購入基本原則**

- ① 必要性的考慮 (Necessity consideration)
- ② リサイクルが容易なもの (Easy to recycle)
- ③ 環境を考えている事業者から製品やサービスを購入 (Purchase from environmentally conscious companies)
- ④ 環境情報の入手・活用 (Acquisition and utilization of environmental information)

**環境に配慮した購入への転換**

様々な環境問題の発生要因を根本的に解決することにつながる取組がグリーン購入です！

全国の、**JSA, AIR** ジャパンの会員一人一人が各地で取り組む事で地球温暖化防止の芽は確実に伸びていきます。

そうだったのか!! 今年は削減目標もあってお客様もCO2削減に関心を持つ人が多くなっているよね

**三位一体の取組によるグリーン購入**

グリーン購入大賞の審査員奨励賞を2008年10月に受賞してるの！

あら？ 始まっているのよ！

グリーン購入の仕組みは大体分かったけど・・・僕は、何から手を付けて行けばいいのかな？

受賞理由は、損保ジャパンが自社のグリーン購入活動を国内金融機関として初めて代理店組織 (**JSA, AIR** ジャパン) まで広げて推進する仕組みを作った事と、両組織会員約5500社のお客様590万人に対するグリーン購入の全国各地での発信力を評価されたからよ。

へえー！ そうなんだ

今後は損保ジャパン **JSA, AIR** ジャパン 三位一体で「**ウィズカウネット**」を使ってグリーン購入活動の推進をして行くって事だね

あつ！ エコファースト宣言の中にグリーン購入の推進も入ってる

2008年11月には損保ジャパンが環境大臣にエコファースト宣言をしているの！

これからは、グリーン購入を推進している会社から保険を買ったり、整備や車検を受けようという人が増えてくると思うわ！

だから！

僕達は、地域のグリーン購入の発信拠点になる事でお客様から評価される時代になるんだね！

地球温暖化が年々、進行しているのは僕達も肌身に感じているからなあー

# グリーン購入の普及促進に向けた取り組み【事例】

お客さまからも、  
グリーン購入について  
「素晴らしい！」との  
お声をいただいています！

株式会社 みさち商会



マンガを  
パウチして  
ブック化

# グリーン購入の普及促進に向けた取り組み【ツール】

## グリーン購入ポスター



## グリーン購入三角POP



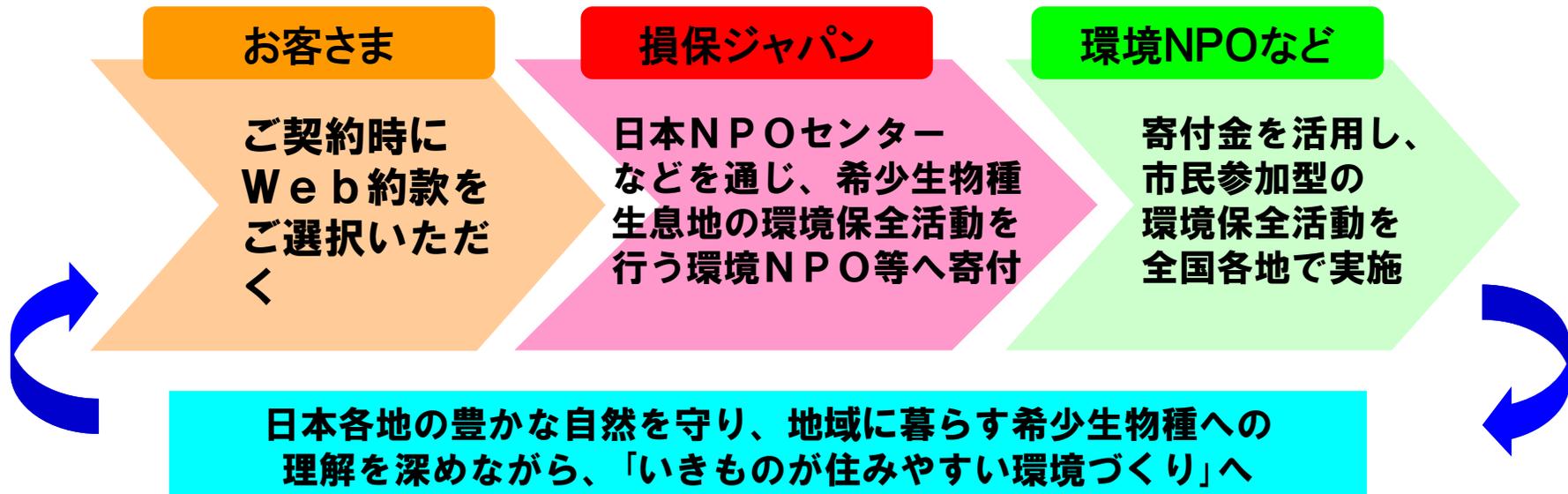
## グリーン購入ステッカー



会員企業内でも、  
グリーン購入に  
力を入れています♪

# グリーン購入の波及効果

## 【SAVE JAPAN プロジェクト】



◆ 開始1年でWeb約款率は60%以上

◆ 全国で90を超えるNPOとの協働

◆ 年間に100回を超えるイベント開催

◆ 年間参加者は5,000名を超える見込み

参加者に「環境問題への気付き」を持っていただく

⇒ 環境に配慮した行動の実践



SAVE JAPAN 高知イベントの様子<sup>12</sup>

# 社外からの評価

◆ サプライチェーン(代理店組織)を通じた取り組み  
⇒ 代理店組織(地域の中小企業や個人)を巻き込んだ取り組み

◆ WBCSDの好取組事例集に掲載  
⇒ 金融機関でのサプライチェーンを通じた取り組みは、  
世界的にも珍しく、2011年に作成された「Consumption & value chain」での  
好取組事例集に、日本企業の事例として唯一掲載

**WBCSD**  
(持続可能な発展のための経済人会議)  
環境と持続可能な発展に関し、  
産業界におけるリーダーシップを  
発揮し、活発な議論と政策提言を行う  
世界の企業トップによる 連合体組織

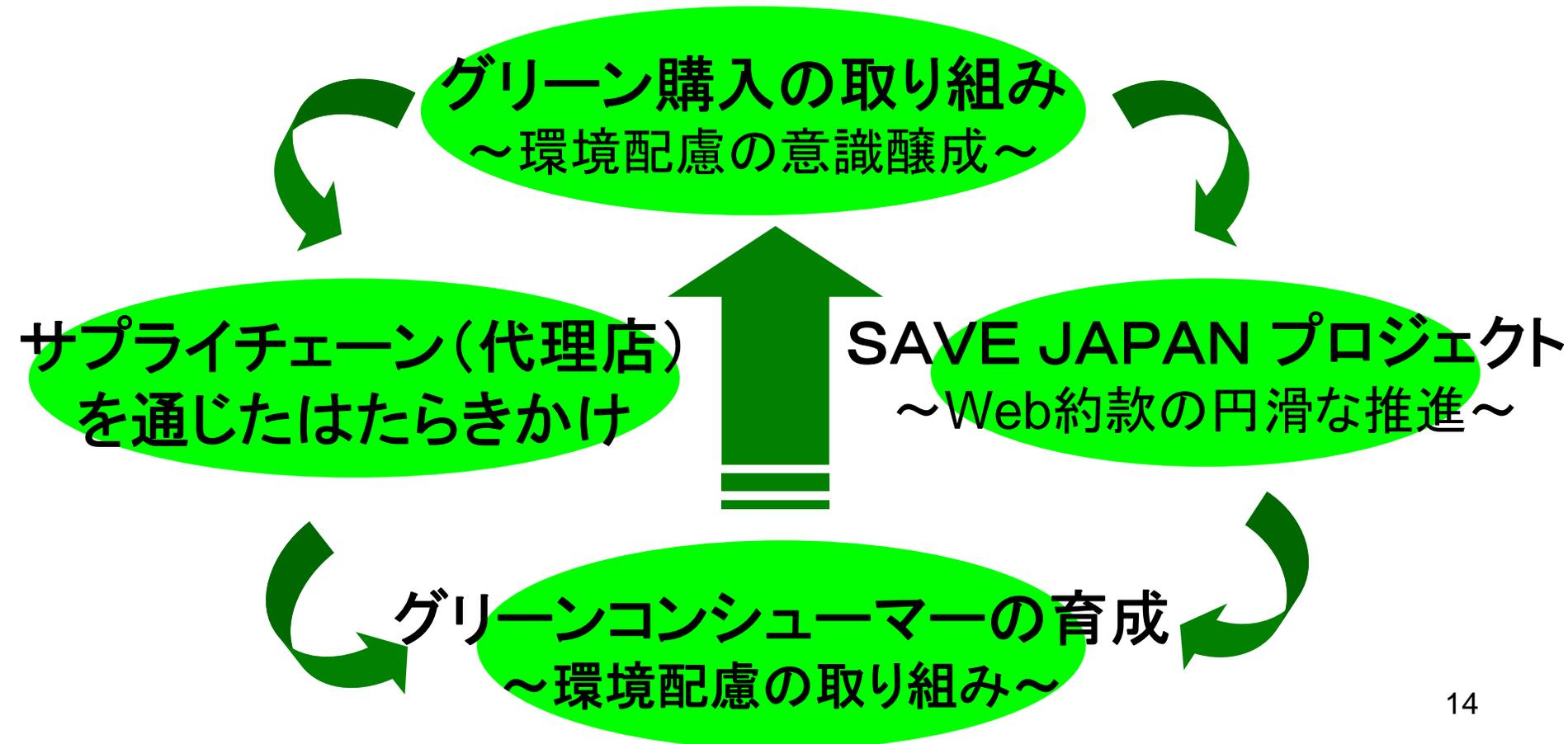


「Consumption & value chain」の13  
好取組事例集

# 「グリーン購入」を起点とした「良」のサイクル

## ◆事業活動での他社差別化・信頼度アップ

「グリーン購入の取り組み」⇒「他社との差別化」⇒「信頼度アップ」  
⇒「お客さまに選ばれる代理店・保険会社」へ



# 今後の展開

2014年上期を目処に、損保ジャパンと日本興亜が合併し「損保ジャパン日本興亜」が誕生

## 新会社「損保ジャパン日本興亜」の5つの挑戦(戦略目標)

- (1) お客さま評価日本一／No. 1への挑戦
- (2) 社員人材力・代理店魅力度日本一／No. 1への挑戦
- (3) シンプル・スピード日本一／No. 1への挑戦
- (4) 業界トップレベルの事業効率・収益性への挑戦
- (5) CSR・環境リーディングカンパニーへの挑戦**



代理店組織も一つになって、環境への取り組みを  
続けていきます！！

お客さま評価日本一の会社へ