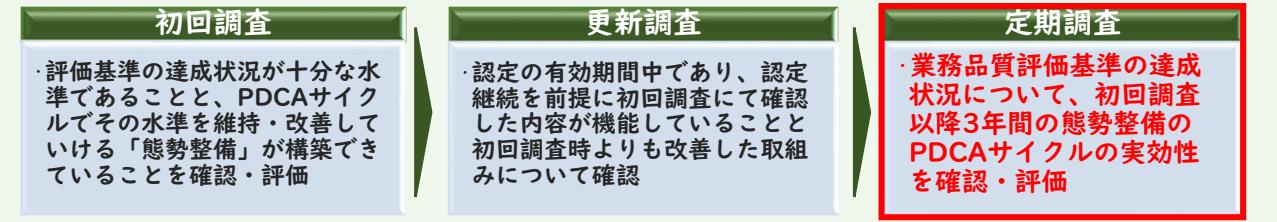


I. 業界動向

★9月18日、第14回「代理店業務品質検討WG」を開催！
2025年度開始予定の定期調査を中心に議論いただきました。
資料、議事概要は [生保協会HP](#) に掲載

定期調査の基本的な考え方

○初回調査、更新調査、定期調査それぞれの位置づけについて以下の通りお示しました。



定期調査の運営方針（事務局案）

○上記の考え方にに基づきオフサイト調査、オンサイト調査について以下の通り検討しております。

1) オフサイト調査（書面等でのやりとり）

- 各設問に対する達成状況の申告および確認方法
- ・初回調査同様、全設問について申告（定期調査用評価申告シートおよび各設問における証拠資料を提出）
- ・また、一部の設問（下表）については初回調査以降、最大過去3年分の証拠資料等を提出

対象設問

- ① **研修・教育関連の設問** (No. [3](#), [13](#), [17](#), [26](#), [30](#), [34](#), [46](#), [66](#), [79](#), [98](#))
対象代理店：過年度の調査において「複数年に跨って研修内容を網羅」と回答した代理店
- ② 「定期的な実施」を求めるなど、**社内ルールの定着を特に確認したい設問** (No. [77](#), [89](#), [134](#), [177](#))
対象代理店：全代理店

2) オンサイト調査（現地での確認）

- 営業拠点等に所属する募集人へのヒアリング実施（1～2名）
- ・評価基準に関する社内ルールの定着状況についてヒアリング（15～30分程度/1人）
- Webによるオンサイト調査の実施について
- ・実地によるオンサイト調査を原則としつつ、調査に支障のない場合には、受審代理店および協会の合意のもとWebによるオンサイト調査も可能

- ✓事務局案について、WGでは委員の皆さまに概ね賛同いただきました。
- ✓別メールでご案内の通り、**認定代理店の皆さまへも評価運営・定期調査についてアンケートを実施いたします（10/11（金）回答メ切）。**

★いただいたご意見等を踏まえて、業務品質評価基準の見直し案、業務品質調査運営の変更点については11月開催予定の第15回検討WGで提示予定です。

II. 認定代理店チャンネルについて

認定代理店だけの新コミュニティ / **認定代理店チャンネル「ニンダイチャンネル」を開催！**

- ・2024年9月4日（水）～9月6日（金）に、「ニンダイチャンネル」を15回実施し、約45店、約80名にご参加頂きました！当運営について、多くの皆さまにご賛同いただきありがとうございます。
- ・各回で共有された好事例や解決策等の詳細は、次ページ以降をご確認ください！



III. 協会からのお知らせ

重要！ 自社で個人情報漏えい等、不適切な事案が「発生した場合」、また、「おそれのある事案が発生した場合」は**遅滞なく**、生命保険協会に報告をお願いします！

【生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領】(抜粋)

本件は9月17日にメールにてご連絡しております。

<代理店の義務>
(略)

○当運営を利用する期間中に以下の事項が生じた場合、その事項を速やかに生保協会に報告すること（通知義務）。代理店業務品質調査G宛に書面（メール等を含む）にて通知してください。

・業務品質評価基準（基本項目）の達否に影響する、またはそのおそれのある事案

<通知いただく事案例>

○保険会社からの出向者が出向元に機密情報や個人情報を流出させた・・・

○募集人個人の行う副業・兼業に関して、会社が把握していない副業・兼業によりお客さまのトラブルとなった・・・

○「顧客本位の業務運営」に反する事案（または疑いのある事案）が発生した・・・

✓不適切な事案が発生した際には自ら適切な対応を図られることと存じます。その際に認定代理店として適切な対応となっているかということについては、生命保険協会としても業務品質評価基準に照らし確認するサポートを行います。当報告はそのサポートのための第一報とご理解いただければ幸甚に存じます。

✓判断に迷う場合はまず、当会までご相談ください。

大好評 ✓9月11日（水）に北海道にて、保険乗合代理店協会と当会共同で、保険会社の営業担当者向けに「保険会社に求めるサポートについてのセミナー」を開催！全国で計5回開催いたします！

日時（※1）	会場（※2）	定員	日時（※1）	会場（※2）	定員
9/11（水）	札幌	済	11/19（火）	大阪	80人
10/8（火）	東京	120人	12/5（木）	福岡	90人
10/22（火）	名古屋	80人			

（※1）いずれも15時～17時
（※2）名古屋・福岡はWeb同時開催

詳細はこちら！

「ニンダイチャンネル」サマリー



開催の様子は、生命保険協会公式YouTubeで公開中！是非ご覧ください！



1. 開催趣旨・テーマ

- 認定代理店が抱える課題に対し、解決策の共有や、好事例などを情報交換し、**認定代理店として更にレベルアップいただくことを目的に、「認定代理店だけ」**の交流の場として、「ニンダイチャンネル」を開催いたしました。
- 初回は、以下の2テーマで実施！

実施テーマ

- (1) 「認定代理店」であることのお客さまへの説明話法、説明の工夫
- (2) 「認定代理店」であることの従業員への教育および徹底の工夫



★ ご参加いただいたみなさまから、こんな反応をいただきました！★

- ✓ 「認定代理店同士繋がりを持てる**非常に有難い機会**だった。次回も開催してほしい！」
- ✓ 「**お互い同じ課題**を持っていることが確認できた！」
- ✓ 「他社の事例は参考になり、**改めて認定取得当初の熱い思いがこみ上げてきた**」

2. 皆さまからご提案された解決策や好事例

テーマ(1)：「認定代理店」であることのお客さまへの説明話法、説明の工夫

課題

1. 募集フローに組み込み、説明を必須化

✓ 「認定代理店」の説明は募集人の任意としており、説明していない募集人が多いのではないか…



解決策

お客さまに説明する「**保険商品のご案内にあたって**」※に「認定代理店であること」を掲載。
併せて説明することをルール化。

※権限明示やプライバシーポリシー等

2. 自社の強みや情勢を評価基準の「4象限」※と組み合わせ

✓ 募集人が、当制度について腹落ちしていないため、お客さまへの説明に躊躇している…
(上手く説明ができない…)

4象限の中で、**自社の強みや特徴にあった象限を組み合わせ**て説明。
昨今の情勢や行政の動向と4象限を組み合わせて説明。

※顧客対応、アフターフォロー、個人情報保護、ガバナンス

3. お客さまアンケートで効果測定

✓ 募集人が、お客さまに、どの程度説明しているか分からない…
✓ お客さまの反応が分からない…

お客さまアンケートの中に「認定代理店」に関する項目を追加。担当募集人からの説明有無や反応等をヒアリング。

テーマ(2)：「認定代理店」であることの従業員への教育および徹底の工夫

課題

1. まずは新入社員から！新入社員研修で必須のプログラムに

従業員に当制度がまだ十分に浸透しておらず、お客さまへの説明に抵抗が…



解決策

粘り強い研修・教育が必要という声が上がってありました！

新入社員研修時に「認定代理店制度やその価値」について研修を導入。



2. 評価申告シートを従業員に開示

従業員が当制度の必要性や「どのような項目で認定されたか」理解できていない



新人には、話しやすく、浸透もしやすいといった声もありました

評価申告シートや評価基準をいくつか抜粋し、研修時に説明。「なぜこの項目が、業務を行う上で求められているのか」について理解を深める。

3. e-ラーニングで理解度テストの実施

従業員が、当制度をどの程度理解できているのか分からない

e-ラーニング等で「業務品質評価運営」に関する**理解度テストを実施。**

3. 協会からのご提案

上記のように、ニンダイチャンネルでは様々な解決策が提案されました。PDCAの観点から、以下の3点について、ご参考にしてみてください！

教育・研修の徹底

- 継続的に、従業員への教育・研修を繰り返し実施すること
- これにより、当制度についての理解を深めていただくこと

★一度だけの研修では浸透されない為、**繰り返し実施することが重要！**

募集フローへ組み込み

- 「保険商品のご案内にあたって」などの説明等、募集フローに組み込むこと
- 「認定代理店であること」の説明をルール化し、必ず説明すること

★お客さまからの質問にも答えられるように、**簡単なQA等も準備！**

お客さまへの説明

- お客さまへ「認定代理店であること」について説明するシンプルで、分かりやすい話法を2~3つ程度準備

★従業員が「**自分の言葉**」として自信を持って説明できることが重要！

お客さまへの話法集については、次ページで提供！ご活用ください。

1分以内！
すぐ使える 「認定代理店」であること

お客さまへの話法集



ニンダイチャンネルで
参加された皆さまから
共有された話法をご紹介します！

1 「保険商品のご案内にあたって」※とセットでご説明

※権限明示やプライバシーポリシー等

- ・当社は、●社の生命保険会社と募集委託契約を締結しており、保険契約締結の媒介を行います。
- ・個人情報の利用目的／勧誘方針は、「●●●～…」です。
- ・これらの方針等をしっかり遵守していることについては、第三者機関である生命保険協会から「認定代理店」として評価されているんです！



「保険商品のご案内にあたって」の際、**自社の理念とセット**で「認定代理店であること」をご説明すると、**よりお客さまにご理解いただきやすい**といった声も！

2 希少価値を利用してPR

- ・当社をお選びいただきありがとうございます。
- ・当社は、生命保険協会から業務品質において所定の基準を達成していると評価された「認定代理店」です。
- ・「認定代理店」は、対象代理店1.6万社のうち、全国で83代理店(0.5%)だけなんです！



希少性をお伝えすることで、「**すごいね！安心できるね！**」と喜んでいただけただけの代理店が多数！**まずは、お客さまに安心いただければ合格**



3 認定代理店を例えてご説明

・こちらの保マークはご存じですか？このマークは生命保険協会の「認定代理店」しか使えないマークなんです！



以下のような具体例を加えると、お客さまに理解されやすかったといったご意見もあり、参加者に共有されました。

「レストランで例えると、●●ガイドや●●名店に掲載されているような、生命保険乗合代理店です」 など...

4 【ご加入～お支払】まで「認定代理店」として、しっかりサポートする態勢があることを4象限に絡めて様々なシーンでご説明

協会提供チラシ、または独自のチラシを使って、4象限のうち**自社に合った・強みである象限にフォーカス**してご説明



I. 顧客対応

・当社のご提案の商品が「お客さまのご意向に沿った商品提案になっているか」について、管理部門の担当者が検証し、確認する態勢を整えております。このことについて生命保険協会からお墨付きをいただいているんですよ。

II. アフターフォロー

・ご加入後の手続きについて、様々なご不安がありますよね。
・当社では、複数の保険会社にご加入いただいているお客さまでも、**万一の際はスムーズに対応できるように、社内ルールをしっかりと定めており、「ご加入後のお客さまをお守りする態勢」**について、生命保険協会のお墨付きも受けています！

III. 個人情報保護

・お客さまの大切な個人情報の取り扱いにおいて、当社では、**徹底した従業員研修を実施しており、生命保険協会が定めた約20(※)の基準も達成しております**のでご安心ください。(※)基本項目のみ

IV. ガバナンス

・最近、大雨や地震等の災害に関するニュースが多くて心配ですよね。
・当社はそういった災害時であっても、「**お客さま優先の対応**」ができる態勢を整えております。例えば、スムーズな給付金のご請求や、お客さまデータの保存等について、生命保険協会からお墨付きを受けているのでご安心いただけますよ。

～こんな好事例も共有されました～



“アフターフォロー（給付金請求対応など）時にしっかりと、且つ迅速に対応した後に、認定代理店であることを併せて説明すると、**更に安心感**を示され、**結果としてご家族をご紹介いただいた**”

各認定代理店では、様々な工夫を行いながら、お客さまへ「認定代理店であること」をお伝えしていることが分かりました。是非、これらの話法を参考にご覧ください！

