

I. 2025年度の業務品質評価運営

重要! 業務品質評価基準・業務品質評価運営要領の見直し、定期調査における募集人ヒアリング等について第15回検討WG（11月20日開催）にて議論しました。

※追加事項について、12月4日に第16回検討WGを書面にて開催しております

★来年度調査に関わる重要な事項となりますので、ご確認ください★

重要! 業務品質評価基準の見直し（案）

※いずれも検討中の案

★2025年度基準に以下の4問を**新設予定**です。
（その他に設問の統合・分離、表現の見直し等あり）

基本項目：1設問新設

区分	詳細
顧客対応	Webサイト等の掲載情報について、適正性の確保・維持に取り組んでいる

応用項目：3設問新設

区分	詳細
顧客対応	公的保険制度に関する情報提供を踏まえた保険募集の実施状況について、担当募集人以外による定期的な検証・確認を行う態勢（お客さま対応記録の検証等）を整備している
アフターフォロー	高齢者・障がい者等への合理的配慮の提供を志向した特筆しうる取り組みを行っている （来店型店舗のバリアフリー化等設備改修、電話リレーサービス等外部サービス導入・利用など）
個人情報保護	サイバー攻撃を受けた際のコンティンジェンシープランを策定し、プランが有効に機能するか定期的に見直している

上記新設予定の設問の他、設問の統合、分離、表現の見直しを16設問実施。
2025年度の設問数は **196設問**（基本135、応用61）となる予定です。
※詳細については、以下のリンク先よりご確認ください!

WG資料、議事概要は [こちらから](#)



重要! 定期調査における募集人ヒアリング（案）

★オンサイト調査時の募集人ヒアリングについて以下の通り検討中です。

項目	詳細
目的	代理店ルールの募集人への周知・教育および実務運営状況等の確認（オフサイト調査およびオンサイト調査を補完する位置づけ）
対象募集人	・代理店の規模・特性に関わらず、 原則2名 ・対象募集人は、代理店とコミュニケーションをとりつつ選定
内容	・業務品質評価基準を意識しつつも、ヒアリング対象の方に伝わる表現で実施 ・「 業務品質評価基準の理念に沿った顧客本位の対応をしているか 」という視点で評価
結果の活用	・原則として、ヒアリング結果だけで認定を否認することはありません。

これまでの議論を踏まえて、**2025年度運営に向けた基準等の最終案**を1月開催予定の第17回検討WGで提示予定です。

II. 消費者アンケートの実施

● 消費者アンケートの実施



目的

「**消費者が保険乗合代理店に期待すること**」を明らかにし、当運営の更なる改善につなげることを目的に、消費者アンケートを実施いたします!

概要

1月6日（月）～1月19日（日）まで実施予定!

アンケートに回答いただいた方の中から抽選で**500名に500円のAmazonギフト**をプレゼントします!

ご協力のほどお願いいたします!

III. 新ツールのご提供

● 新ツール：30秒動画およびチラシの提供

- ・お客さまへ短時間で認定代理店について説明できる30秒動画とチラシを作成しました!
- ・店頭サイネージでの再生やお客さまとの面談時に是非ご活用ください!

チラシ



30秒動画



30秒動画は [こちらから](#)



12月18日のメールをご確認ください!

ニンダイチャンネル実施概要



「第2回ニンダイチャンネル」を開催！

認定代理店だけの交流の場として、

- ・12月2日～12月6日にニンダイチャンネルを開催！認定代理店44社から61名の方にご参加いただき、全13回のディスカッションを実施いたしました！
- ・各回で共有された好事例をご紹介します！

～～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！～～

- ☑ 「他社の取組みを聞ける非常に貴重かつ有意義な時間だった！」
- ☑ 「認定取得までの苦労やその後の課題を共有できて良かった！」
- ☑ 「次回開催を希望します！」



1. 実施テーマ

以下の3テーマで実施！

- (1) 認定取得後の態勢整備取組み状況(2025年度定期調査を見据え)
- (2) 応用項目の取組みについて
- (3) 認定代理店であることのお客さま説明・従業員教育 ← 共通テーマ

2. フィードバック

- (1) 「認定取得後の態勢整備取組み状況(2025年度定期調査を見据え)」

社内のPDCAサイクル構築

- ・部署再編や担当者異動もあるため、**各部署の部長等に対して**業務品質評価運営の概要、過年度の回答、ガイドラインにおける**前年度からの変更点の共有を事前に行っている。**



(ほけんの窓ログroup 高木さま)

態勢整備に向けた社内教育

- ・業務品質調査に関する情報をいくつかピックアップしながら、保険会社による共有事項や自社による事例などを加え、A4で1枚の「ワンポイントレッスン」という資料を作成し、**従業員への教育教材として活用**している。



(アイリック 斉藤さま)

(2) 応用項目の取組みについて

能動的なアフターフォロー

- ・お客さまアンケートを紙媒体で実施していたが、回答数が増えなかったためQRコードを活用した**ウェブ媒体に変更**したところ**回答数が年間約100件から1,200件程に飛躍的に上昇。**



(エフケイ 西部さま)



全社協力体制の構築

- ・社内で応用項目を推進するにあたって本社の限られたメンバーだけでなく、**全国会議で未達項目について共有**するとともに、**社内インフラ(イントラネット)を活用しながら全社を巻き込んで取り組んでいる。**



(トータルサービスプランナーズネット 太田さま)

共通テーマ(3) 認定代理店であることのお客さま説明・従業員教育

募集人への浸透に向けて

- ・活動記録等が不十分な募集人に対して、「**これができないと認定代理店として認められない**」と呼びかけることで、**認定代理店の一員であることの自覚を持たせる**ようにしている。



(フィナンシャルエージェンシー 小野さま)

- ・権限明示の際に**お客さまに認定代理店の説明**を行うことについて**拠点長会議の都度、実施状況を確認して徹底**を図っている。



(マネースマート 神谷さま)

- ・自社で実施している**顧客向けアンケート**に、「**当社が認定代理店であることを知っているか**」という項目を追加。認知度を把握するとともに、お客さまが知っていて募集人が知らないということがないように、社内周知の徹底に活用している。

36%のお客さまが「知っている」と回答



(グローバルアイディアル 秋重さま)