

資料 2

認定取得後の PR 等についての意見交換

1. 概要

- 第6回検討 WG でお示しのとおり、業務品質評価運営の認知向上の一環として 2022 年度の認定代理店 42 社が「顧客本位の業務運営」に拘って実践している取組みについて代理店の代表者や幹部等にインタビューし、動画を生命保険協会 HP および Youtube に掲載しております。(現在 3 社を掲載済)
- 上記、生命保険協会の取組みに加え、代理店として消費者および社内向けに行っている取組みや工夫について、意見交換を行いたく存じます。
- なお、本日の第7回検討 WG に先立ち、認定取得後の PR 等について 2022 年度の認定代理店に対しアンケートを実施した結果は以下のとおりです。

(1) 認定代理店であることを PR・発信している方法について

認定代理店であることを PR・発信している方法	はい	いいえ
名刺に生命保険乗合代理店業務品質認定マークを掲載	67%	33%
ホームページに認定マークや認定代理店であることを掲載	100%	0%
店舗に認定証等を掲示	62%	38%
店舗にポスター等を掲示	12%	88%
お客さま向けのチラシ等を作成	12%	88%
新聞広告等、メディアを使用して発信	17%	83%
WEB 会議の背景画面に認定マークを表示	7%	93%
(その他取組) ・会社案内パンフレットに記載、もしくは記載予定		4 社
・メールマガジン、ハガキ等で認定代理店である旨を通知		2 社
・お客さまに各種案内の際に、認定代理店であることを必ず説明		2 社
・公式 LINE・Instagram に掲載		1 社

(2) 消費者への PR 等の際に使用するツール等への要望

- ・ポスター、チラシ、シール、ステッカー等 (19 社)
(※優良誤認に留意しつつ、消費者向けに制度概要を含めた内容の要望あり)
- ・紙媒体の広告や Web 広告、テレビ CM 等 (6 社)
- ・認定代理店 MAP の作成 (本社・支店も含め協会 HP に掲載して欲しい)

(3) 認定取得後の対外的な変化

- ・他代理店や保険会社(生・損)、業務提携(人材派遣会社、共同募集等)の問合せが増加 (11 社)
- ・生命保険会社の対応が変化(共通自己点検の代替等) (7 社)
- ・(認定取得について)お客さまからの問合せが増加 (3 社)
- ・採用面談が増加(安心して働くことのできる環境と認識していただいているケースが増えた) (2 社)
- ・特になし (19 社)

(4) 認定取得したことの社内周知に向けた取組みやそのことによる募集人の意識の変化等

〈社内周知に向けた取組み〉

- ・社内報等への掲載 (7 社)
- ・経営会議での発表 (7 社)
- ・社長メッセージで案内 (5 社)
- ・社内研修プログラムへの組み込み (3 社)
- ・全社員の名刺に認定マークを印刷 (2 社)

〈募集人の意識の変化〉

- ・業務品質のさらなる向上を目指そうという姿勢が醸成された (17 社)
- ・認定獲得が、募集人の自信や自覚、モチベーションアップ等につながっている (8 社)

以上