

資料 4

諸施策について

1. 趣旨

○2026 年度に検討を行う諸施策についてお示します。

2. 認知向上に向けた取り組み

○本運営に関する認知向上に向けた取り組みは、①「消費者向け」、②「認定未取得代理店向け」を中心に実施してまいりました。

○今般、認知向上に向けた取り組みについて、改めて考え方および今後の取り組み等についてお示します。

(1) 現在までの取り組み

①「消費者向け」の取り組み

○「消費者向け」の認知向上に関する取り組みは、認定代理店自らが顧客対応（来店/訪問）時に説明、または自社ホームページ等、その他媒体で積極的に発信していくことを基本的な取り組み方針として運営してまいりました。

○当会はその支援・サポートとして、認定代理店が主体的に PR を行うことのできる各種ツール（チラシ・動画等）の提供や、他認定代理店の取り組みを参考にする取り組み（情報交換会、情報提供ツール）等を行ってまいりました。

対象	主体	今までの実施事項
①消費者向け	認定代理店	<p><認定代理店自らが行う取り組み></p> <p>①お客さま来店時や募集人訪問時における当運営の説明 （名刺への保マーク印字、チラシを使用した PR 等）</p> <p>②自社ホームページ上の PR 等</p> <p><当会の認定代理店向け支援・サポート></p> <p>③各種ツール提供（説明チラシ、ポスター素材データ、バーチャル背景）</p> <p>④認定代理店説明動画の提供・協会 HP 掲載（30 秒動画等）</p> <p>⑤認定代理店同士の意見交換会（ニンダイチャンネル運営） （認定代理店であることの従業員教育・顧客説明についてディスカッション）</p> <p>* その他、協会からの各種情報提供も実施（X・メルマガによる告知等）</p>

②「認定未取得代理店向け」の取り組み

○「認定未取得代理店向け」の認知向上に関する取り組みは、保険会社が代理店訪問時に本運営に関する各種情報提供を行うことを前提に、本運営の概要を掲載した「評価運営リーフレット」や受審勸奨ツールである「保 News」等を提供してまいりました。

○また、毎年度末に翌年度受審に向けた受審勸奨を保険会社、当会が協力して行っております。

対象	主体	今までの実施事項
②認定未取得 代理店向け	保険会社 協会	<協会・保険会社による受審勸奨> ①受審勸奨ツール、評価運営リーフレットを用いた保険会社による受審勸奨 ②評価運営概要動画の作成、協会 HP への掲載 ③保険会社ソリシター向けセミナー共催 (24 年度：(一社) 保険乗合代理店協会様と共催にて開催。計 900 名参加)

(2) 2026 年度の取り組み方針 (案)

○これまでの取り組み方針を踏襲しつつ、①「消費者向け」、②「認定未取得代理店向け」のそれぞれに対し、更なる認知向上の取り組みを推進する諸施策を検討してまいります。

対象	主体	今後の取り組み (案)
①消費者向け	認定代理店 (当会)	<認定代理店・当会との協業による PR 強化> ① プロモーションツールの新規提供 ⇒来店・訪問時に当運営を伝える補助ツールを提供、営業現場 PR 支援 ② 募集人向けオープニング話法ツール (チラシ) の新規提供 ⇒認定代理店について募集人が顧客へ説明できる話法およびツールを提供 ③ 認定代理店同士の情報交換会の実施、情報提供ツールの継続強化 ⇒情報交換会 (ニンダイチャンネル) の継続実施、結果の共有 ④ 更新/定期調査における、代理店経営陣への新規協力要請 ⇒経営陣へのヒアリング時に、認知向上取り組み状況 (好取り組み・課題等) について確認、他認定代理店に好取り組みとして共有
②認定未取得 代理店向け	保険会社 当会	<認定未取得代理店への情報発信強化> ① 当会による (認定未取得) 代理店向けセミナーの新規開催 ⇒新規実施検討。年 2 回程度での実施検討 ② マスコミへの情報提供の継続強化 ⇒経済紙等への広告出稿等を検討 ③ 分野別達成制度 (2027 年度開始検討) の新規 PR ⇒2026 年度制度設計。2027 年度より開始にて検討 ④ 受審勸奨ツール等を用いた保険会社による受審勸奨の継続強化 ⇒年間を通じた情報提供、受審勸奨を検討

※本運営は、乗合保険代理店のうち個人代理店や金融機関(関係)代理店は調査受審の対象外としているため、優良誤認の防止等に留意し、適切な運営・内容を検討してまいります。

○その他の取り組みとして、保険会社管理部門、コンプライアンス部門担当者の本運営の理解促進を目的としたセミナー開催や当会調査員と保険会社管理部門との情報交換会の開催等も検討していきたいと考えております。

3. 「分野別達成制度」の導入に向けたトライアル調査の実施報告

○11 月実施の第 22 回検討 WG でお示した、新規検討項目「分野別達成制度」のトライアル調査の状況についてお示します。

(1) 本取り組みの趣旨・目的

○調査受審代理店の裾野拡大、および代理店の調査対応負荷の緩和を目的に 2027 年度開始に向け「分野別達成制度（※）」を検討しております。

(※) 保険代理店として消費者との接点に直結する「顧客対応」・「アフターフォロー」について初年度の受審を必須とし、当会にて「達成」の判定が出た翌年度以降に残りの「個人情報保護」・「ガバナンス」を受審。4 つの要素が全て「達成」と判定された翌年度から「認定代理店」として任命する制度

(2) トライアル調査の状況

○2026 年度中の制度設計に向け、2025 年 11 月～2026 年 2 月に 5 代理店を対象にトライアル調査を実施しました。その結果は以下のとおりです。

① トライアル調査概要

【調査期間】2025 年 11 月 25 日～2026 年 2 月 16 日

【調査要員】1 代理店あたり 2 名の当会調査員が担当

【調査内容】全 4 分野のうち、「顧客対応」「アフターフォロー」の 2 分野の評価基準を判定

【調査方法】オフサイト調査およびオンサイト調査

② 実施代理店

代理店名	募集人規模	過去の受審歴
A 社	10 名未満	2023 未達成
B 社	100 名以上	2024 未達成
C 社	10 名以上 50 名未満	2024 受審取下げ
D 社	10 名以上 50 名未満	2024 受審取下げ
E 社（※）	50 名以上 100 名未満	2023 申込取下げ

(※) 当会より代理店へ初回質問を送付後、当社より現業との並行対応が困難かつ顧客管理システム等の抜本的な見直しが必要と判明したため辞退申出。

③ 実施結果

○調査完了の 4 代理店、全て「未達成」となった。

(未達成の主な要因としては、トライアル案内からは調査受審までの準備期間が代理店側で不足していたこともあり、調査期間中の対応が困難であったもの。)

④ トライアル運用での気付き

○代理店におけるシステム未導入や管理部門等が組織化されていない状況でも、チャレンジしやすい環境を提供することが可能であり、態勢整備向上に意欲のある代理店に対し、調査を通じたアドバイス等が可能。

- 4 分野で実施するスケジュールの中で 2 分野を限定して調査するため、当会・代理店相互に調査対応に対する時間的余裕が生まれ、一つひとつの設問に対して相互理解が進み、より丁寧に気づき・改善等の示唆を提供可能。
- 分野を限定することで、代理店として、どの分野のどの内容から優先的に整備すべきか分かりやすく、段階を追って受審できるので、態勢整備を継続的に取り組むきっかけとなる。
- オンサイト調査時の調査受審代理店に対するヒアリング結果は以下のとおり。

ヒアリング項目	ヒアリング結果
①調査スケジュール（※）	4 分野では担当部署や要員数の関係で対応困難であるが、 <u>2 分野に限定</u> にすることで調査を受審し易いとの回答。
②トライアル対象外の 2 分野 （個人情報保護・ガバナンス） の課題	「顧客対応」・「アフターフォロー」分野に関連する評価基準が「ガバナンス」分野にもあることから、 <u>次年度以降に対応する残りの 2 分野を受審するための事前準備として社内での合意形成が得られ、態勢整備の時間を確保</u> できるとの回答。
③分野別達成制度の受審希望	<u>実際に分野別達成制度が導入された場合に受審を希望する代理店は 2 社</u> 、一方で、トライアル運用実施代理店は全て過去に調査受審していることから、2026 年度に初回調査受審（4 分野の同時受審）を希望した代理店が 2 社あった。

（※）トライアル調査案内から調査受審までの期間が短かったことを考慮し、今回のトライアルでの調査日程は 4 分野を調査する従来の調査日程と同じスケジュールで実施
（実際に分野別達成制度を導入した際の当該調査の日程・スケジュール等は今後検討いたします。）

（3）今後の検討事項

- 2026 年度の制度設計に向け、検討すべき事項を以下のとおり整理。今後、検討WGを通じ検討してまいります。

<当会側>

- 初年度は 2 分野（顧客対応・アフターフォロー）が調査対象となるが、次年度以降は残る 2 分野（個人情報保護・ガバナンス）の調査も行う可能性があるため、スケジュール・運用・管理等の検討が必要。
- 実際に運用する場合、初年度の 2 分野に対する更新調査のためのスケジュール・運用・管理等の工数の確保等を検討する必要がある。

<代理店側>

- 調査受審にあたって、調査自体は 2 分野となるが他分野の関連設問も確認しておくなど、4 分野を同時に実施する初回調査同様に、事前準備が重要である点を認識いただく必要がある。
- 分野別達成制度とはいえ、調査受審にあたっては経営陣の関与や全社一丸となって取り組むことが重要であることを事前に説明し、認識いただく必要がある。

4. 代理店業務品質調査のシステム化検討

○2027 年 4 月カットオーバーにて現在検討を進めております「業務品質調査のシステム化」の状況について、以下のとおり、お示します。

(1) システム化の趣旨・目的

- 認定代理店の増加に伴い、審査会・WG 委員から当会調査員のリソース不足を懸念するご意見をいただいております。
- また、来年度の運営厳格化により、代理店および当会調査員の業務負荷が今後一層増加する見込みです。
- これらを踏まえ、代理店・当会調査員双方の業務効率化を目的に、調査業務のシステム化を進める方針です。

	課題意識	解決策
①調査実務	<ul style="list-style-type: none"> ・Excel 形式の評価申告シートは視認性が低く、使い勝手に改善の余地がある ・入力が Excel 形式でのハンド作業が中心のため、作業負荷が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・評価申告シートを新システムに搭載 (UI/UX の改善) ・AI が調査実務作業を一定サポート
②資料管理	<ul style="list-style-type: none"> ・資料提出～受領のプロセスが分散している 	<ul style="list-style-type: none"> ・新システム上で資料提出～受領まで一元管理

○上記解決策により新たに創出した時間は、代理店とのコミュニケーション強化・運営の高度化へ活用します。

(2) ユーザー検証の実施について

- 代理店・当会調査員双方にとってより使いやすい画面・操作性を実現するため、ユーザー検証を実施し、丁寧に構築を進めてまいります。
- 一部の検討 WG 代理店委員および認定代理店に、実際の画面操作（詳細説明入力や証跡アップロード等）をお願いしたいと考えており、いただいたご意見は、適宜本開発に反映してまいります。
- 画面操作のお願いは 2026 年 12 月前後を予定しており、詳細は決まり次第、改めてご案内いたします。

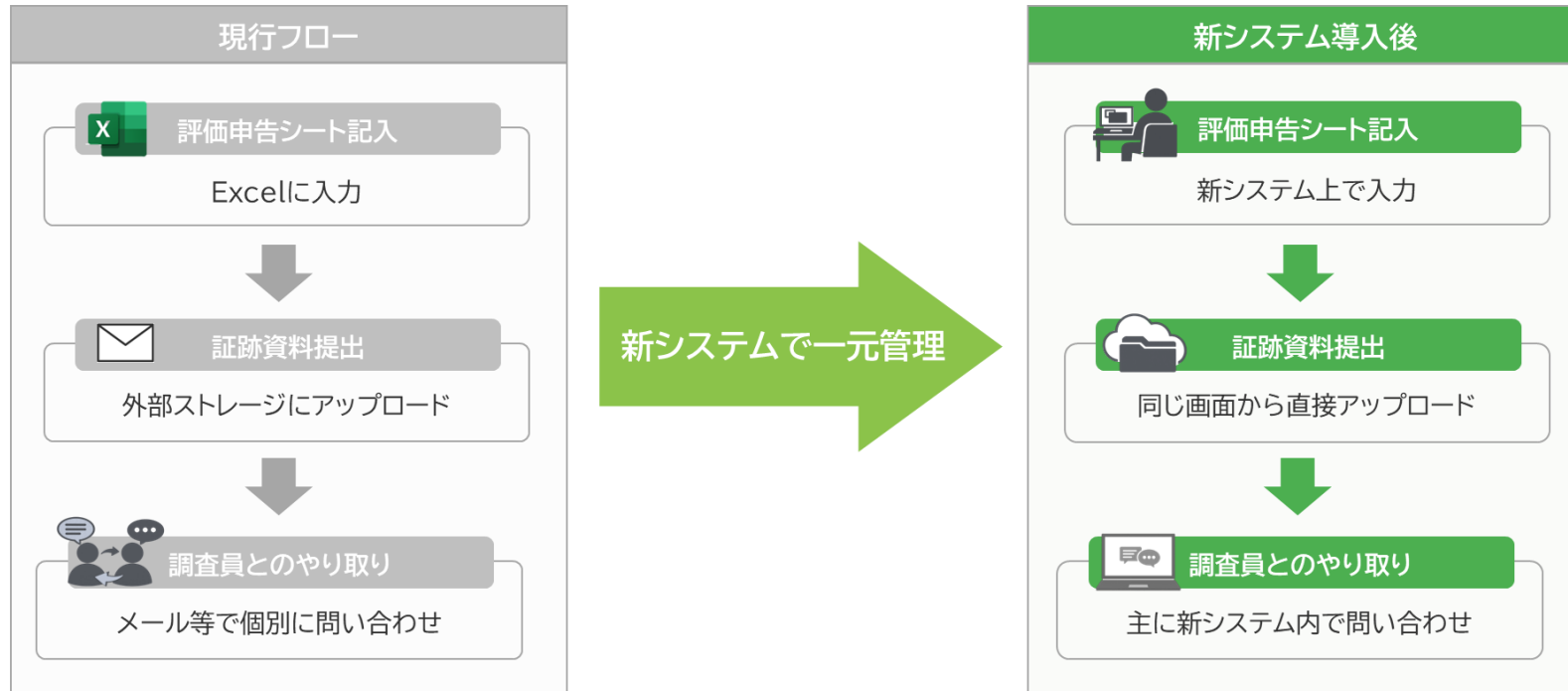
①ユーザー検証の概要

- ・評価申告シート入力や証跡資料の格納など、主要な操作を中心にご確認いただく予定です。
- ・システム画面（Web）を実際に操作いただき、見やすさ・操作性に関するご意見を伺います。

②全体スケジュール



調査業務のシステム化イメージ



稼働前に、新システムの操作性をご確認いただくユーザー検証を予定しています。

以上