

認知向上に向けた取組みについて

1. 趣旨

○第 25 回検討 WG にてお示した、2026 年度に検討・実施する認知向上に向けた諸施策をお示します。

2. 2026 年度取組みの全体像

○本運営に関する認知向上に向けた取組みは、これまで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。認定代理店数の拡大や運営内容の高度化が進む一方で、本運営の趣旨や意義については、引き続き幅広い理解の浸透が必要であると認識しております。

○2026 年度もこれまでの取組方針を踏襲しつつ、以下の通り、施策内容のさらなる充実を進めてまいります。

※なお、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。

(1)消費者向け PR 強化【主体：認定代理店・当会】

今後の取組み案	詳細	実施時期
①認定代理店 PR ツールの新規提供	来店、訪問時に当運営を視覚的に PR できるプロモーションツール（卓上のぼり・ステッカー）提供等を検討	下期 (予定)
②募集人向けチラシ・話法の新規提供	募集人が権限明示の際に、認定代理店について端的に説明できるツール（チラシ・話法）提供等を検討	下期 (予定)
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）および情報提供ルール（保つとな話）について、今年度も継続実施	通年
④更新/定期調査における代理店経営陣への協力	調査における経営陣ヒアリング時に認知向上取組（好取組・課題等）について確認、他認定代理店へ共有	通年

①、②消費者向け認定代理店 PR ツールの試験提供について

○消費者向けの認定代理店 PR は、これまで認定代理店による説明等を通じて周知を進めてきましたが、過去に実施したニンダイチャンネルでのご意見等を踏まえると、実際の消費者接点における「自社が認定代理店であること」の伝え方や既存の提供ツールの活用状況は代理店により区々であり、いまだ工夫の余地がある状況です。

○具体的には、「認定代理店であることを消費者に視覚的に伝える手段が限定的である。」や「限られた消費者との面談時間のなかで権限明示等の説明・確認すべき事項が多くあり、その中で認定代理店に関する説明に十分な時間の確保が難しい。」等といったご意見をいただいております。

○上記の課題やご意見等を踏まえて、来店・訪問時に自社が認定代理店であることを消費者に認知してもらうとともに、消費者との面談時において、募集人の説明負荷を軽減し、自社の取組み紹介や PR と併せて説明できる、新たな各種ツールの提供し、「見える PR」と「話す PR」の両面から、消費者向けの認定代理店による説明・PR を後押しすることを検討しております。

ツール	想定チャネル	説明
1. 認定代理店卓上のぼり	来店型	来店型店舗のカウンター、応接スペース等に設置し、認定代理店であることが一目でわかるように PR
2. 認定代理店ステッカー(2 種類)	来店型 /訪販型	募集人が使用する PC・タブレット等に貼付し、面談時等に認定代理店であることを自然に PR
3. オープニングチラシ・話法ツール	来店型 /訪販型	募集人が権限明示の際に、認定代理店について説明するとともに、自社の特に力を入れている取組みを PR できるチラシと、使用の際の話法を記載したツール

【イメージ図】

1. 見えるPR

○来店・訪問時に視覚的にPRすることでお客さまに認知いただく

1 認定代理店
卓上のぼり



2 認定代理店
ステッカー



2. 話すPR

○その後、自社が認定代理店であることを端的に説明

3 オープニングチラシ



※使用イメージ



○当取組みにつきましては、以下のスケジュールにて実施を予定しており、まずは検討 WG 委員（代理店委員）に試験的に提供することを検討しております。試験実施を通じて、その効果・実効性等を集計・整理し、全認定代理店への展開等について、9月検討 WG にてお示しする予定としております。

時期	内容
6月下旬以降	対象検討 WG 委員（代理店委員）へツールを送付
6月～7月	試験実施（日常の来店対応・募集活動等の中で活用）
8月～9月上旬	活用状況、効果、好事例等の集計・整理
9月16日	第27回検討 WG（今後の展開方針）

(2) 認定未取得代理店向け情報発信強化【主体：保険会社・当会】

今後の取組み案	詳細	実施時期
⑤当会による認定未取得代理店向けセミナーの新規開催	認定未取得代理店向けに、当運営の PR、受審勧奨の新規実施を検討（年 2 回程度）	検討中
⑥マスコミへの情報提供の継続強化（広告出稿強化）	経済誌等への広告出稿および掲載内容をもとにした抜き差しチラシの提供による当運営の PR 生活責任層や保険関心層にピンポイントで訴求できるデジタル広告（動画広告・SNS 広告）の実施検討	検討中
⑦分野別達成制度の検討・PR	制度設計・運用の継続検討および周知施策を推進	検討中
⑧受審勧奨ツール等を用いた保険会社による受審勧奨の継続強化	保険会社との連携強化による年間を通じた代理店への情報提供および受審勧奨の実施	通年

以上