

代理店手数料体系の考え方

2025年4月更新

「生きる」を創る。



アフラック生命保険株式会社

2025年4月

1. はじめに

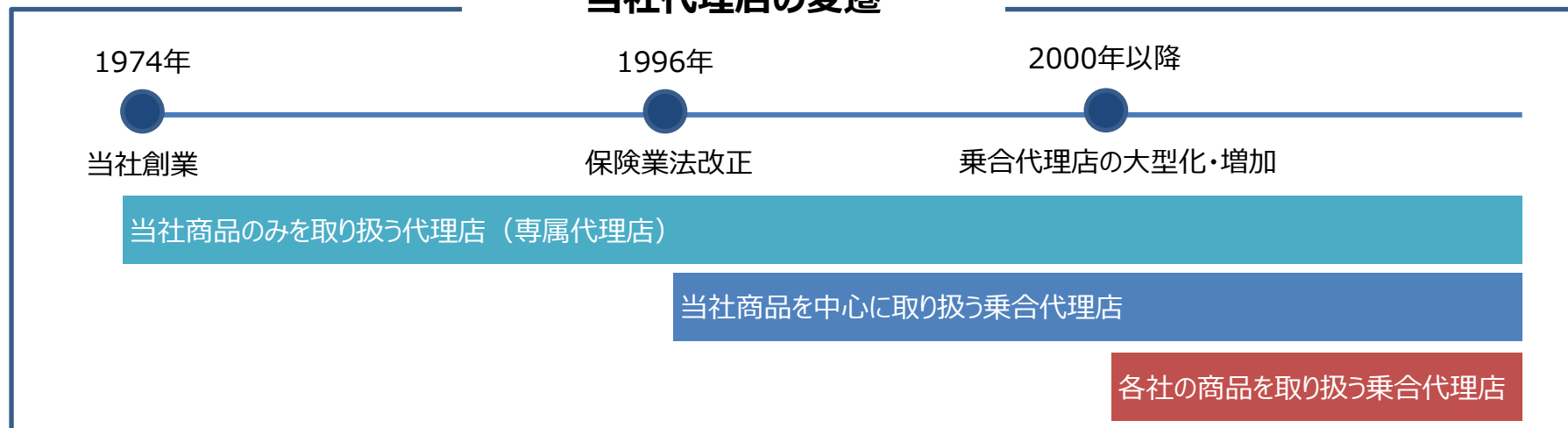
当社は、「がんに苦しむ人々を経済的苦難から救いたい」という想いのもと、1974年に日本で初めてがん保険を提供する保険会社として創業しました。以来、その想いや「The Aflac Way」「企業理念」「ブランドプロミス」に表されるコアバリュー（基本的価値観）に基づき、CSV経営*を実践しています。そして、CSV経営の実践を通じ、ビジネスパートナーである代理店と共に持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指しています。

当社は、創業時から代理店を通じて保険商品をご案内する販売手法を採用し、企業・団体の役職員を主なお客様として、当社商品のみを取り扱う専属代理店と共に大きく成長してきました。その代理店の一部は、保険業法の改正に伴い、企業・団体の福利厚生制度の拡充にあわせ、当社以外の死亡保障や損害保険商品なども取り扱う乗合代理店となりましたが、がん保険・医療保険などについては、「当社商品を中心に取り扱う乗合代理店」として、当社の保険商品をお客様へご案内しています。一方で、2000年以降は、複数の保険会社の商品を比較のうえ、ご案内する「各社の商品を取り扱う乗合代理店」も増えています。

そのため、当社では「当社商品のみを取り扱う代理店（専属代理店）」および「当社商品を中心に取り扱う乗合代理店」と「各社の商品を取り扱う乗合代理店」の成り立ちを背景にしたビジネスモデルの違いを踏まえ、手数料体系を設計しています。

次ページでは、当社の特色の一つである「当社商品を中心に取り扱う乗合代理店」と「各社の商品を取り扱う乗合代理店」の違いについて、ご説明します。

当社代理店の変遷



* CSV経営・・・社会と共有できる価値（Shared Value）を創造（Create）していく企業経営

2. 当社の特色

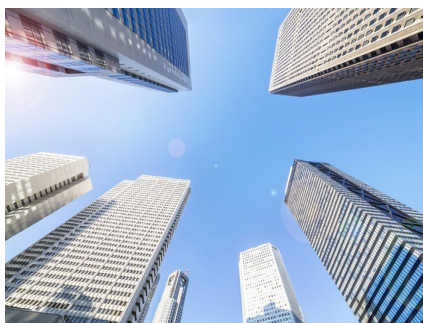
- 乗合代理店のうち、「当社商品を中心に扱う乗合代理店」では、お客様に対して当社商品を推奨商品としてご案内し、お客様のご意向に沿って、当社が提供するノウハウを活用した保険募集を主に行っています*（このような保険募集を「当社商品をあらかじめ選定し推奨する募集」と呼びます）。
- 一方で、「各社の商品を取り扱う乗合代理店」では、お客様に対して、複数の保険会社の商品を比較のうえ、お客様のご意向に沿って、ご案内する保険募集を主に行っています。

「当社商品を中心に扱う乗合代理店」における 「当社商品をあらかじめ選定し推奨する募集」の具体例

以下のように、当社が提供するノウハウを活用し、均質で高品質な保険募集を実施しています。



当社商品のみを取り扱う来店型店舗（「よくわかる！ほけん案内」「アフラックサービスショップ」）における募集



企業・団体の役職員に対して、当該企業・団体の福利厚生制度の一環として当社商品をご案内する募集（団体募集）



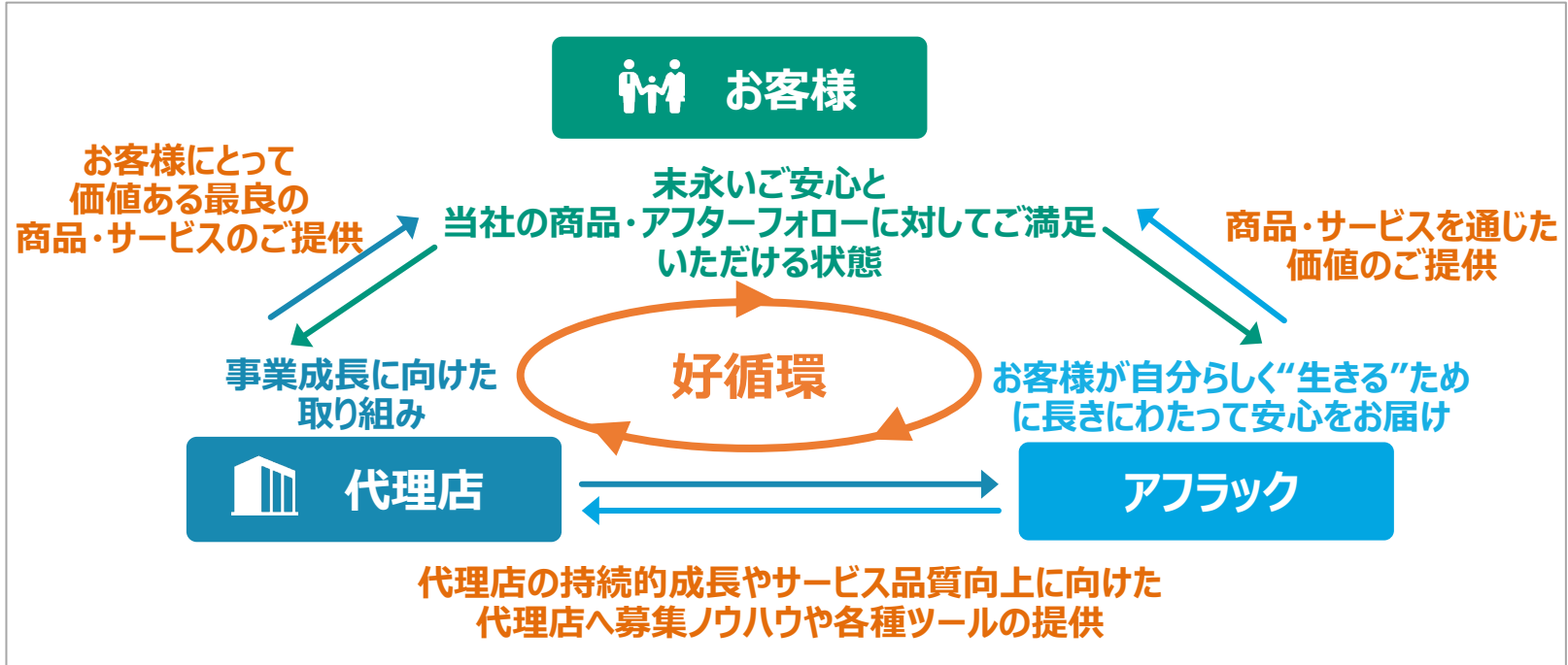
当社のご契約者様に対して、ダイレクトメールや電話で当社商品の保障の見直しをご案内する募集

*お客様のご意向が明確なケースには当社以外の商品をお客様のご意向に沿ってご案内します。

3. 当社および代理店の目指す姿とお客様対応品質の向上にむけた取り組み

当社では、お客様対応品質の向上を通じ、お客様に末永いご安心と当社の商品・アフターフォローにご満足いただけるよう、「お客様にとって価値ある最良の商品・サービス」を提供する代理店を「理想の代理店像」とし、その実現に向けた各種取り組みを行っています。

当社および代理店の目指す姿

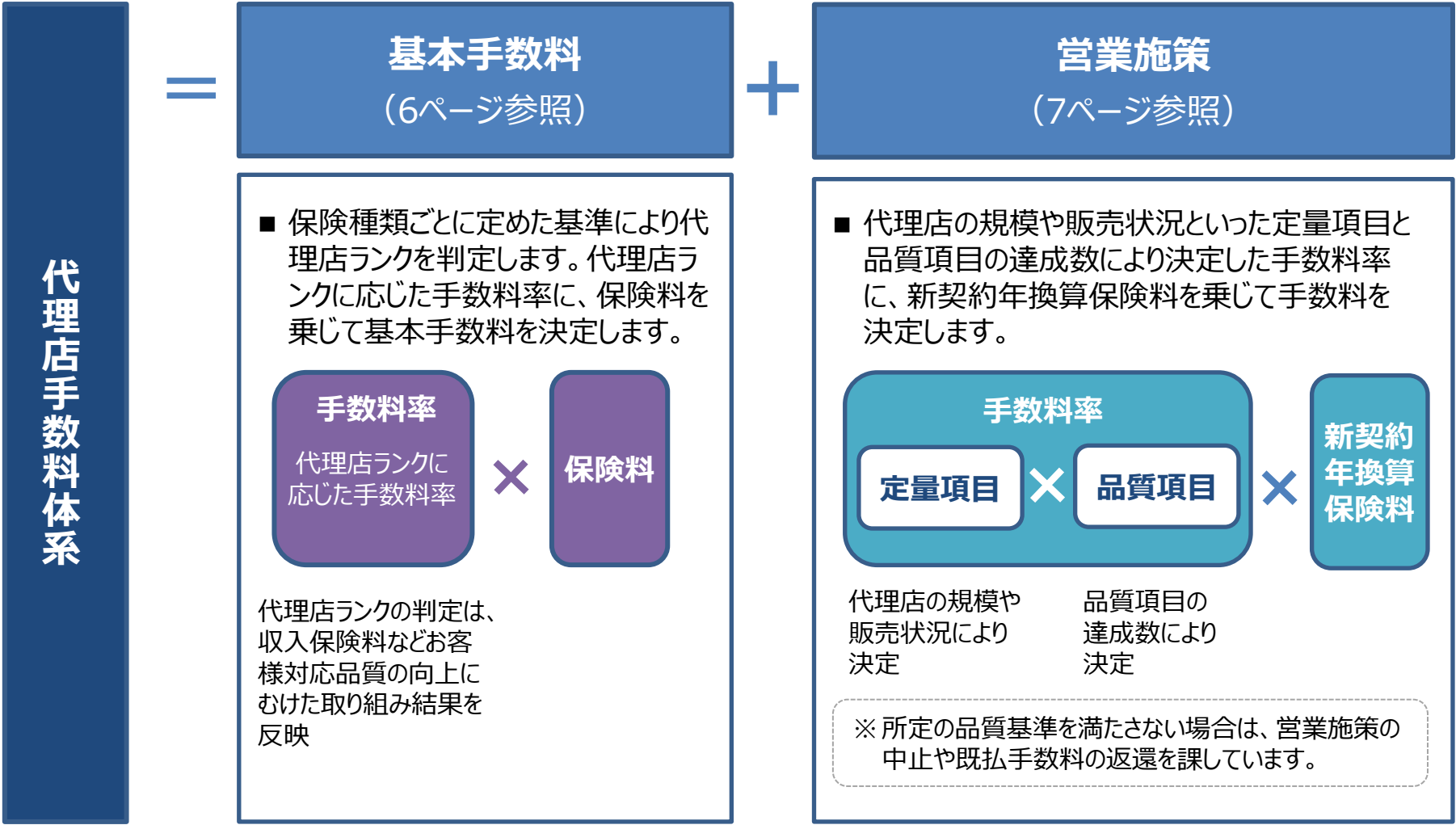


代理店におけるお客様対応品質向上の実現に向けた取り組み

- 「当社商品をあらかじめ選定し推奨する募集」へのノウハウ提供（3ページ参照）
「専属代理店」、「当社商品を中心に扱う乗合代理店」に対して、当社は団体募集等において当社独自のノウハウや資料を提供することで、均質で高品質な保険募集を実施しています。
- 代理店手数料体系における適切な動機づけ（5～9ページ参照）
当社の代理店手数料体系は、「基本手数料」と「営業施策」で構成されています。いずれも、代理店のお客様対応品質の向上にむけた取り組みへの適切な動機づけとなる仕組みとしています。
- 代理店管理プログラムによるモニタリングと指導（12ページ参照）
代理店管理の具体的な実行計画である「代理店管理プログラム」を策定し、継続率などお客様対応品質に係る指標について、一定基準を下回った代理店に対して、定期的なモニタリングとお客様対応品質の向上にむけた指導を実施しています。

4. 代理店手数料体系 — 全体像 —

当社の代理店手数料体系は、「基本手数料」と「営業施策」で構成されています。いずれも、代理店のお客様対応品質の向上にむけた取り組みへの適切な動機づけとなる仕組みとしています。



4. 代理店手数料体系 — 基本手数料について —

- 基本手数料は、「お客様に対する最適な保険商品の推奨・販売や保険契約をご継続中のお客様へのサポートを行う対価」として位置付けています。
- 基本手数料における代理店ランクの判定にあたっては、収入保険料や有効保有口数、継続率といった基準を設定することで、お客様対応品質の向上にむけた取り組み結果を反映する仕組みとしています。
- 代理店ランクに応じた手数料率に、保険料を乗じて基本手数料を決定します。

代理店ランクの判定

保険種類ごとに定めた基準により代理店ランクを判定します。

保険種類	判定基準
がん	年間収入保険料
医療	有効保有口数 過去12ヶ月の新契約年換算保険料
介護	年間収入保険料 過去12ヶ月の新契約年換算保険料
普通死亡	保有契約年換算保険料 直近6ヶ月成立契約件数 24ヶ月継続率 業界共通教育各課程試験の合格

代理店ランク

特別
一種
一般

手数料の決定

代理店ランクに応じた手数料率に、保険料を乗じて基本手数料を決定します。

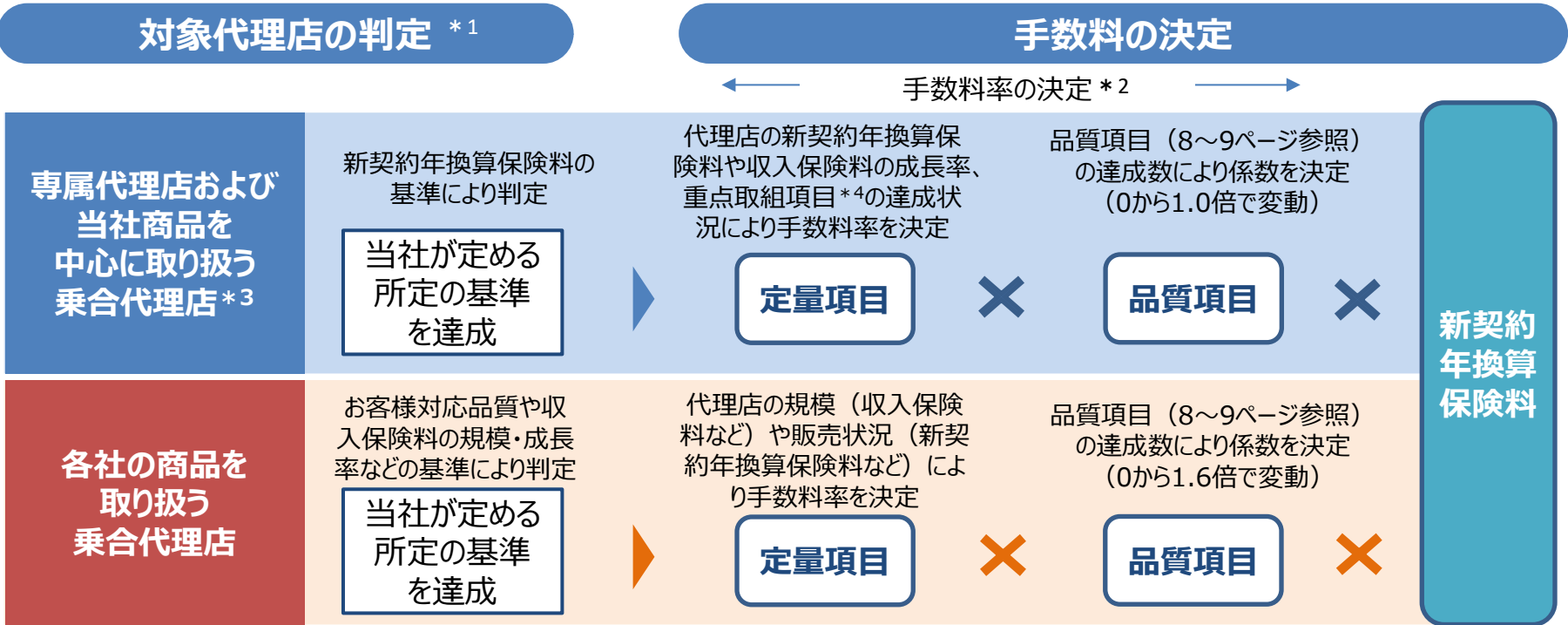
手数料率



保険料

4. 代理店手数料料体系 — 営業施策について —

- 営業施策は、「専属代理店」および「当社商品を中心に扱う乗合代理店」と「各社の商品を取り扱う乗合代理店」、それぞれの代理店のビジネスモデルの違いを踏まえた基準を設け、対象代理店の判定、手数料の決定を行う仕組みとしています。
- 営業施策における手数料率は、代理店の規模や販売状況といった定量項目により決定する手数料率に、品質項目の達成数により変動する係数を乗じて決定します。この手数料率に、新契約年換算保険料を乗じて最終的な手数料を決定します。



*1 対象代理店の判定にあたり、乗合代理店のうち、「当社商品をあらかじめ選定し推奨する募集」を活用した新契約実績の割合が高い乗合代理店を「当社商品を中心に扱う乗合代理店」、それ以外の乗合代理店を「各社の商品を取り扱う乗合代理店」と定めています。これは、当該乗合代理店の取扱保険会社数と、新契約実績における、企業・団体の役職員に対する募集の実績の割合により決定します。

*2 電話募集を主に行う代理店については、電話募集の特性を反映した定量項目と品質項目により手数料率を決定する仕組みとしています。

*3 「専属代理店」および「当社商品を中心に扱う乗合代理店」に対して、お客様対応品質の向上と持続的成長の支援を目的に、当社商品の「当社商品をあらかじめ選定し推奨する募集」に関するノウハウの提供、同募集において、当社が負担すべき費用を、保険料と連動した手数料とは別に支援することがあります。

*4 当社が定めた、本年重点的に取り組むべき事項（「若中年層のお客様からの支持」、「新たな保障領域の拡大」、「新契約デジタルツール利用率」）を設定しています。 7

4. 代理店手数料体系 — 営業施策の品質項目 —

営業施策の品質項目は、代理店のお客様対応品質の向上にむけた取り組みへの適切な動機づけとなるよう、代理店の特性に応じて設定しています。

専属代理店および 当社商品を中心に取り扱う 乗合代理店*	品質項目
	① 13ヶ月継続率
	② 25ヶ月継続率
	③ 不成立率・早期消滅率
	④ 新契約苦情発生率
	⑤ 保有契約苦情発生率
品質項目の達成数により係数を決定（0から1.0倍で変動）	
各社の商品を取り扱う 乗合代理店	品質項目
	① 13ヶ月継続率
	② 新契約苦情発生率
	③ 保有契約苦情発生率
	④ お客様本位の業務運営方針を代理店ホームページにて公表している
	⑤ 新契約デジタルツール利用率
	⑥ 募集人の専門課程試験合格率
	⑦ 健康経営優良法人の認定を取得している
	⑧ 個人情報保護に関する第三者機関による認証制度が付与されている
品質項目の達成数により係数を決定（0から1.6倍で変動）	

* 「専属代理店」および「当社商品を中心に取り扱う乗合代理店」のうち、電話募集を主に行う代理店については、電話募集の特性に応じた品質項目を設定しています。

4. 代理店手数料体系 ― 品質項目の評価の考え方 ―

品質項目は、以下の考え方で評価を行います。

品質項目	評価の考え方	評価の基準
13ヶ月継続率	お客様のご意向に沿った保険募集とアフターフォローを行うことにより、ご契約が継続していることを評価します	一定期間の契約において継続している契約の割合
25ヶ月継続率	お客様のご契約に対するアフターフォローを行うことにより、ご契約が継続していることを評価します	一定期間の契約において継続している契約の割合
不成立率・早期消滅率	お客様のご意向に沿った保険募集とアフターフォローを行うことにより、ご契約が継続していることを評価します	一定期間の新契約件数における不成立・早期消滅契約件数の割合
新契約苦情発生率	適切な新契約募集が行われていることを評価します	一定期間の新契約件数における苦情発生件数の割合
保有契約苦情発生率	適切なアフターフォローが実現されていることを評価します	一定期間の保有件数における苦情発生件数の割合
お客様本位の業務運営方針を代理店ホームページにて公表している	お客様本位の業務運営方針を策定し、代理店ホームページで公表していることを評価します	代理店ホームページでのお客様本位の業務運営方針の公表有無
新契約デジタルツール利用率	当社が提供するデジタル申込システムを活用し、お客様の利便性向上に寄与していることを評価します	当社が提供するデジタル申込システムの活用状況
募集人の専門課程試験合格率	募集人教育に取り組んでいることを評価します	募集人のうち専門課程試験の合格者の割合
健康経営優良法人の認定を取得している	従業員の健康保持・増進に主体的かつ積極的に取り組んでいることを評価します	経済産業省の健康経営優良法人の認定の有無
個人情報保護に関する第三者機関による認証制度が付与されている	お客様の個人情報について、適切な保護措置を講ずる体制が整備されていることを評価します	プライバシーマーク、ISO27001/ISMS認証等の個人情報保護に関する第三者機関による認証の有無

5. 実効性を高めるための取り組み

当社では、当社および代理店の目指す姿の実現に向けて、以下の取り組みを継続して実施することで、お客様対応品質の向上にむけた取り組みの実効性を高めます。

取り組み	内容
営業施策における品質項目評価のフィードバックと改善指導	営業施策の対象となる代理店に対して、品質項目の評価を四半期ごとに行い、代理店の業務管理責任者などへフィードバックを行います。評価の結果、改善が必要な場合には品質向上にむけた指導を行います。
手数料体系の見直しに係るPDCAサイクルの構築	お客様対応品質のさらなる向上にむけた取り組みへの動機づけとなるよう、品質項目の見直しを行うなど、原則年に一度見直しを実施します。

【参考】代理店管理プログラムについて

当社では、代理店管理の実効性を確保するための具体的な実行計画を、代理店管理プログラムとして定めています。

代理店管理プログラムの全体像

