

# 乗合代理店向け手数料体系の考え方

2024年4月更新

「生きる」を創る。



アフラック生命保険株式会社

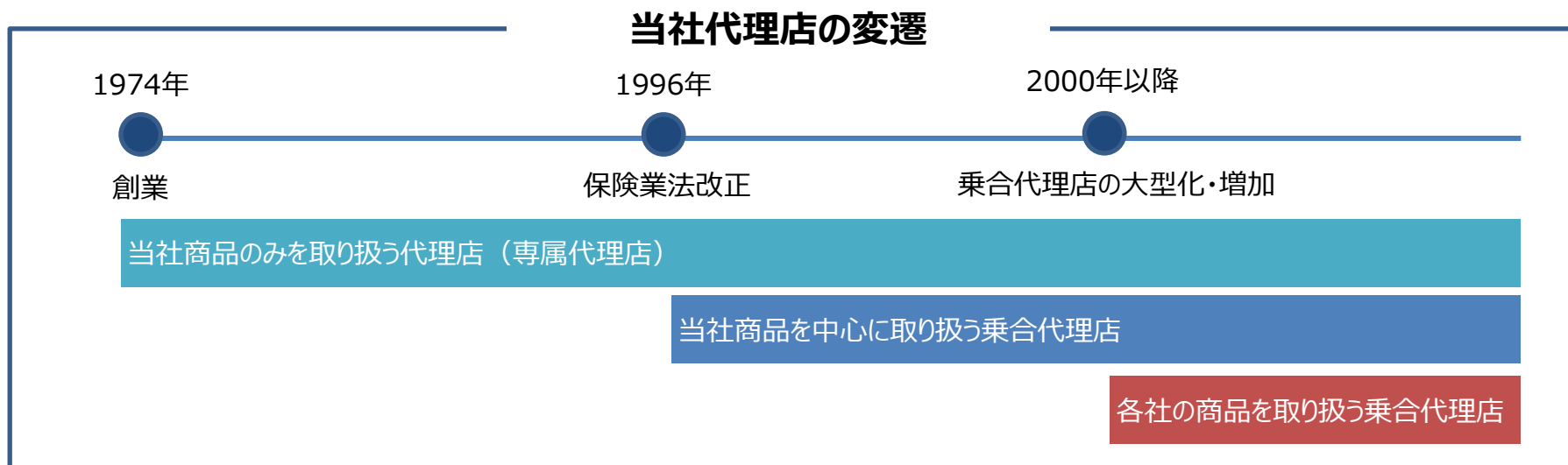
2024年4月

# 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。

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。



\* 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

- 前述のとおり、当社の乗合代理店の中では、「当社商品を中心に取り扱う乗合代理店」の割合が高く、そのことが当社の特色の一つとなっています。この乗合代理店では、お客様に対して当社商品のみを推奨商品としてご案内し、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「一社推奨の募集」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、ご案内する保険募集を主に行っています。

### 「当社商品を中心に取り扱う乗合代理店」における「一社推奨の募集」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



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

# 3. 当社の理想の代理店像とお客様対応品質の向上にむけた取り組み

- 当社では、「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」とでは、乗合代理店としての特性が異なるため、それぞれについて理想の代理店像を掲げています。
- また、それぞれの理想の代理店像の実現に向けて、お客様対応品質の向上にむけた取り組みを行っています。

理想の代理店像

## 当社商品を中心に扱う乗合代理店

当社のコアバリュー（基本的価値観）に共感し、「お客様にとって価値ある最良の商品・サービス」を提供するために、当社が提供するノウハウを活用し、当社と一体となってお客様対応品質の向上にむけた取り組みを行い、持続的成長を志向する代理店

## 各社の商品を取り扱う乗合代理店

「お客様にとって価値ある最良の商品・サービス」を提供するために、適正な保険募集プロセスを自立して構築し、お客様対応品質の向上にむけた取り組みを行う代理店

お客様対応品質の向上にむけた取り組み

**「一社推奨の募集」の実施**（3ページ参照）  
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。

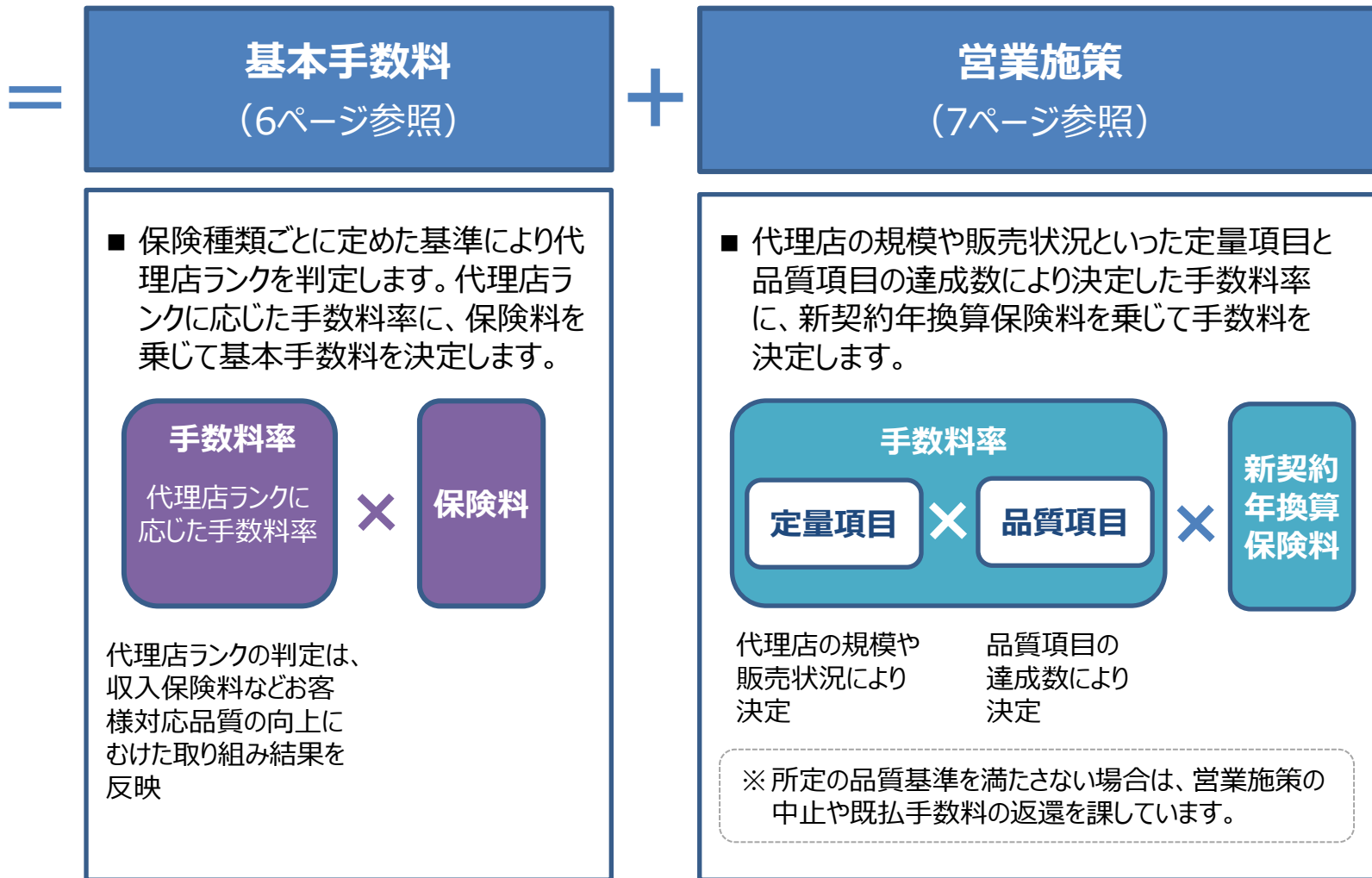
**乗合代理店の手数料体系における適切な動機づけ**（5～10ページ参照）  
当社の乗合代理店の手数料体系は、「基本手数料」と「営業施策」とで構成されています。いずれも、乗合代理店のお客様対応品質の向上にむけた取り組みへの適切な動機づけとなる仕組みとしています。

**代理店管理プログラムによるモニタリングと指導**（13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. 乗合代理店の手数料体系 — 全体像 —

当社の乗合代理店の手数料体系は、「基本手数料」と「営業施策」とで構成されています。いずれも、乗合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。

## 乗合代理店の手数料体系



## 4. 乗合代理店の手数料体系 — 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. 乗合代理店の手数料体系 — 営業施策について —

- 営業施策は、「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」それぞれの理想の代理店像の実現を目的に実施しています。それぞれの代理店の特性や理想の代理店像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。

### 対象代理店の判定 \*1

お客様対応品質や収入保険料の規模・成長率などの基準により判定

当社商品を中心に扱う乗合代理店

当社が定める所定の基準を達成

各社の商品を取り扱う乗合代理店

当社が定める所定の基準を達成

定量項目



品質項目



定量項目



品質項目



新契約年換算保険料

### 手数料の決定

手数料率の決定 \*2

代理店の規模（収入保険料など）や販売状況（新契約年換算保険料など）により手数料率を決定

品質項目（8～10ページ参照）の達成数により係数を決定（0から1.6倍で変動）

\*1 対象代理店の判定にあたり、「一社推奨の募集」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と当社のご契約者様に対する募集の実績の割合により決定します。

\*2 「当社商品を中心に扱う乗合代理店」のうち、電話募集を主に行う乗合代理店については、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。

## 4. 乗合代理店の手数料体系 — 営業施策の品質項目 —

- 乗合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、乗合代理店の特性に応じた品質項目を設定しています。
- 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）します。

分類	品質項目	当社商品を中心に取り扱う乗合代理店	各社の商品を取り扱う乗合代理店
顧客対応	① よりそネット（ご契約者様専用サイト）の登録率	●	
	② デジタル申込率	●	●
	③ オンライン保険相談を実施する体制を構築し、活用されている	●	
	④ 給付金デジタル請求サービス利用率	●	
	⑤ 証券電子化率	●	
	⑥ お客様本位の業務運営方針を代理店HPにて公表している	●	●
	⑦ お客様本位の業務運営について社内啓発を実施している		●
	⑧ 新規契約苦情発生率	●	●
	⑨ 募集人の専門課程試験合格率	●	●
	⑩ 若中年層のお客様からの支持を得られている	●	
	⑪ 新たなお客様と保障領域を拡大している	●	
行動規範	⑫ 当社が定める代理店行動規範の社内啓発を実施している	●	
アフターフォロー	⑬ 13ヶ月継続率	●	●
	⑭ 13~25ヶ月継続率	●	
	⑮ 保有契約苦情発生率	●	●
	⑯ 旧タイプがん保険の最新化率	●	
ガバナンス	⑰ 健康経営優良法人の認定を取得している	●	●
	⑱ 募集品質向上を目的とした部門が主体となり社内研修等を実施している		●
個人情報管理	⑲ 個人情報保護体制を確立している	●	●

※ 「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乗合代理店については、電話募集の特性に応じた品質項目を設定しています。



## 4. 乗合代理店の手数料体系 — 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（次ページに続きます）。

分類	品質項目	評価の考え方	評価の基準
顧客対応	① よりそネット（ご契約者様専用サイト）の登録率	よりそネット（ご契約者様専用サイト）をお客様に推奨し、お客様利便性の向上に寄与していることを評価します	よりそネット（ご契約者様専用サイト）の登録状況
	② デジタル申込率	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
	③ オンライン保険相談を実施する体制を構築し、活用されている	オンライン（リモート）での保険相談を実施する体制を構築し、活用されていることを評価します	オンライン相談システム等の活用状況
	④ 給付金デジタル請求サービス利用率	給付金請求手続きをデジタル化し、お客様の利便性向上に寄与していることを評価します	デジタル請求が可能な手続きにおける、デジタル請求を利用した割合
	⑤ 証券電子化率	証券を電子化することで、環境にも配慮（ペーパーレス）した取り組みとなり、かつ一定数のお客様のご要望に応えることを評価します	電子証券を選択した割合
	⑥ お客様本位の業務運営方針を策定し、代理店HPで公表している	お客様本位の業務運営方針を策定し、代理店HPで公表していることを評価します	代理店HPでのお客様本位の業務運営方針の公表有無
	⑦ お客様本位の業務運営について社内啓発を実施している	お客様本位の業務運営の実効性を高めるために、社内啓発を実施していることを評価します	お客様本位の業務運営に関する社内啓発の実施の有無
	⑧ 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
	⑨ 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
	⑩ 若中年層のお客様からの支持を得られている	様々なライフイベントの変化を迎える若中年層のお客様に対して、ニーズを的確に捉えた提案ができていることを評価します	若中年層の新契約件数の前年同期比
	⑪ 新たなお客様と保障領域を拡大している	お客様目線で不足している保障領域を充足し、総合保障提案を実現していることを評価します	保有件数におけるアフラック既契約と異なる保障領域の新契約件数（白地契約を含む）の割合

## 4. 乗合代理店の手数料体系 — 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。

分類	品質項目	評価の考え方	評価の基準
行動規範	⑫ 当社が定める代理店行動規範の社内啓発を実施している	当社とコアバリュー（基本的価値観）を共有していることを評価します	当社が定める代理店行動規範に関するe-learningの受講状況
アフターフォロー	⑬ 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
	⑭ 13～25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
	⑮ 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
	⑯ 旧タイプがん保険の最新化率	ご契約を継続しているお客様に対して、最新のがん保障を提供していることを評価します	がん既契約者に対する保障の最新化の割合
ガバナンス	⑰ 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
	⑱ 募集品質向上を目的とした部門が主体となり社内研修等を実施している	募集品質向上を目的とした、内部監査、コンプライアンス部門、営業教育部門等が主体となって研修等を実施していることを評価します	代理店からの組織図と研修等の証跡を提出
個人情報管理	⑲ 個人情報保護体制を確立している	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	一般財団法人日本情報経済社会推進協会のプライバシーマーク、ISO27001/ISMS認証、当社が独自に設けた資格等の取得の有無

## 5. 代理店手数料以外の代理店支援

- 当社では、「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「一社推奨の募集」に関するノウハウの提供をはじめ、代理店指導や教育・研修などの代理店支援を行っています。
- このほか、当社商品の「一社推奨の募集」において、代理店の支出する費用の一部を、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。このような代理店支援の具体例として、来店型店舗「よくわかる！ほけん案内」を出店する場合の支援があります。

### 代理店支援の具体例

- 当社では、「身近な場所で手軽に保険の相談をしたい」というお客様のご要望にお応えするため、来店型店舗として「よくわかる！ほけん案内」を展開しており、対面による保険相談や給付金請求のお手続きなど、保険全般に関するサービスを提供しています。
- 当社では、代理店が来店型店舗「よくわかる！ほけん案内」の出店を行う場合、以下の支援を行っています。
  - コンサルティングスキルやがん・医療に関する知識、商品知識習得のためのオリジナル研修の提供
  - 店舗経営ノウハウの習得をめざす特別支援プログラムの提供
  - 当社指定の店舗工事、看板や什器設置費用の一部負担
  - 業務上必要な情報支援システムなどの導入



## 6. 実効性を高めるための取り組み

当社では、理想の代理店像の実現に向けて、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

