

代協会員専用

「自社の経営理念と活動の見える化！」 代理店ホームページ活用基本ガイド

～ 日本代協推奨「V-HoPe」を活用したホームページの戦力化に向けて～



2021年4月1日



一般社団法人

日本損害保険代理業協会

INDEPENDENT INSURANCE AGENTS OF JAPAN, INC



ホームページの一般的な役割

1. 経営理念とビジョンの明確化
2. ブランディング
3. 社外に対する情報提供
4. 経営者の思いを社員に浸透させる
5. その他の活用方法



1. 経営理念とビジョンの明確化

「経営理念とビジョンの明確化」は企業にとって重要な要素です。そして、それはホームページを作るにあたり、掲載が必要なコンテンツでもあるため、しっかりと向き合うことが重要です。またお客様に対しては、その経営理念をどのように具現化させていくのか示していく必要があります。それができればホームページは及第点と言えます。

「デザインはダサくてもいいの？」
「カッコいい動きをしなくてもいいの？」



これらが経営理念やビジョンを明確化するために必要なものであれば、ぜひ検討すべき「要素」ではあると思います。

「洗練された」・・・などと謳うのであれば、多くのユーザーが「ダサイ」と感じるイメージは変えるべきだと思いませんか？
ただし、扱う商品、ターゲット層、などのデータによって、それらのとらえ方は変わるのだという事もよく理解してください。

また、「カッコいい動き」が使いやすさの助けになるなら、ぜひ取り入れるべきではないでしょうか。このように「要素」は全て経営理念に基づいているべきです。ただしそれは要素のひとつであって「本質」ではなく、どんなに使っている写真や動きが”カッコいい”ホームページでも、中身がスカスカなのは一番カッコ悪いことではないでしょうか。

デザインやシステムにお金をかける前に、もっとしっかりやるべきことは、「経営理念とビジョンの明確化」であり、それに基づくキャッチフレーズや写真選定などの細部にわたるきめ細かな作りこみ対して、しっかり予算や時間をかけていくことなのです。

まずは、経営理念とビジョンを箇条書きでも良いので書き出してみましょう。



2. ブランディング

ブランディングは1の「経営理念とビジョン」を具現化させていく作業といってもいいかもしれません。

そこには「色はこうで」「書体はこうで」「全体の雰囲気はこうで...」という風にどんどん細かいブランドを固めていくためのデザインも浮かんでできませんか
ブランディングは、「今」でなく「未来」をみて、『こうなりたい』という強い気持ちで「ビジョンを達成するため」の強みとなることを忘れないください。

3. 社外に対する情報の提供

なぜ社外に情報を提供するのか？

専門性や実績・信頼性などの視点で自社の強みを分析・整理し、HPの中でもしっかり示すことが出来ることは大変重要です。

SEO 業者の「上位に表示させましょう」という言葉に踊らされるのではなく、自社の強みや特徴をきちんと発信していけば、HPの内容はどんどん育っていき、他社の追随を許さないものになります。だから「競合他社の真似を doing はダメ」とも言えます。（[SEO 「検索エンジン最適化」のこと、検索サイトで自社サイトを上位に表示させること](#)）

もう既にみんなが知っているような情報を追いかけているだけではいけないということです。

HPを使って社外に対して効果的な発信をしていくためにはCMS が便利です。

（[CMS コンテンツマネジメントシステム](#)）

4. 経営者の思いを社員に浸透させる

ホームページの企画・運営はどなたが担当されますか

多くの場合、責任者は社長、でも入稿や更新は社員ではないでしょうか。

ホームページ担当者に、盛り込みたい「ビジョン」「ブランディング」についてしっかり伝えなければ、担当者はカタログから内容を拾ってくるような思いのない作業をしてしまいます。

ところで、自社の会社案内はマーケット目線を持ったディレクターのいる会社で制作したものでしょうか 会社案内を紙ベースで作成する際には、自社のホームページとの連動が重要で、働く社員の生き生きとした姿とメッセージを取り上げていく事も社員のモチベーションアップには効果的です。

普段なかなか語り合えないことや思いを原稿を通じて伝えたり、「君はどう思う？」
「君ならどうする？」と投げかけながら、たくさんディスカッションする場としても活用していただきたい思います。

そして一番大切なのは、「社員が代表者(店主)の気持ちをしっかり理解し、それをホームページに落とし込んだり、次の戦略に繋げていける土壌をつくること」なのではないでしょうか。

そういう社員研修の場としてもホームページは最高のステージであり、その取り組みをしっかりと評価していく制度も必要です。

5. その他の活用方法

急速に進んだ非対面での営業やサポートに、皆さんの会社は対応できているでしょうか。この機会に「分かる人がやってくれる」という状況大きく変えていきましょう。

- ホームページですぐ予約が取れる
- ホームページですぐ相談ができる
- ホームページにたくさん情報が開示されている
- ホームページからメルマガに登録できる
- ホームページからすぐ資料を請求できる
- ホームページからすぐ購入できる



どうでしょうか？どの業種でもすぐに必要となるサービスではないでしょうか。

不便なホームページはただのカatalogにすぎません。

ホームページはツールのひとつですが、ひとつひとつ中身を丁寧に考えて、ユーザーの目線で、サービスの提供をしていくことが必要です。

しっかりと作りこまれたホームページができれば、新規顧客の獲得にとどまらず、既存の顧客にも広く活用いただけるサービスが提供できるようになります。

代理店のホームページに 求められる5つの機能

1. 自社の存在価値を明確にするページがある
2. 地域の安心、安全のプラットフォームとなるコンテンツがある
3. ブランディング形成のために活用できる
4. マーケティング（自社の求める顧客像）につなげる導線になる
5. 顧客本位の業務運営（BCP・お客様の声・FD宣言）を告知する



1. 自社の存在価値を明確にするページがある

保険商品の場合、同じ保険会社であれば同一の商品を複数の代理店が提供しています。家を購入するときと同じで、商品そのものが同じであれば『この会社をお願いしたい』と思って頂ける『存在価値』のようなものがないと、選んではいただけません。

自分たちが他社と何が違うのか、しっかりとアピールできるようなコンテンツを持つことはとても大切です。

例えば社員研修についてはどのような形をとっているのか、

どんな資格を持っているのか、

どんな人物像を社員として求めているか。

色々なコンテンツで、それらをアピールできることを知っておきたいものです。



2. 地域の安心、安全のプラットフォームとなるコンテンツがある

きっとみなさんの会社は「〇社さんがこのエリアにいてくれて助かるな」と思われたり、「〇社さんなら知っているだろう」と頼りにされていると思います。ホームページを活用すれば、もっとたくさんのお客様の期待にも応えていけるとおもいませんか

街の清掃活動などに貢献したり、「かけこみ110」になっていたり、

すでに実践していることを報告することはとても大切です。

また、その報告が犯罪の抑止力になることもあります。さらには、

活動するだけでなく、それらを啓発するような地域のリーダーになれるはずです。



3. ブランディング形成のために活用できる



ブランディングは、平たく言えば、お客様の自社に対するイメージや価値を共通のものにし、それを高めていくことだと思います。

ホームページでは、「ロゴ」や「スライド」「動画」など視覚的な訴求力を持つコンテンツを活用しながら、ブランディングを形成していくことができます。

4. マーケティング（自社の求める顧客像）につなげる導線になる

ホームページを作るに当たっては、ターゲットを定めたり、そのターゲットにアクセスしてもらって、どのようなゴールに辿り着いて欲しいのかをまず決めておくことが重要です。

そのゴールへは複数の道筋があります。

例えば、気軽に加入できる商品への導線と、じっくり考えて時間をかけて選んで欲しいような商品の導線では、見せ方や加入方法も変わってくるはずです。

どちらも大事な顧客には違いありませんが、自社で拡大していきたいお客様層へのマーケティングはどれにあたるのか、またすでにご加入いただいているお客様へのその後のフォローとして最適なのか。

様々なことを分析して、次につなげていかななくてはなりません。それには「分析」が必要ですが、そもそもデータがなければ始まらないのです。ホームページは、そうした生のデータを見ることが出来るツールとなりますので、大切にしたい媒体です。

5. 顧客本位の業務運営（BCP・お客様の声・FD宣言）を告知する

ホームページは社会に開かれた企業の顔であり、自社の姿を「見える化」することが重要です。ページ構成も工夫が必要です。

代理店BCPのホームページの策定目的 = 自社の過去・現在・未来の姿を投影する

顧客本位目標 FD宣言・KPI

常に顧客に向き合い
顧客に寄り添う姿勢

保険契約者と保険会社を
「繋ぐ」(Connect) 存在

お客さまにできること、
必要なことは何なのか



より質の高いサービスを
提供できるように体制を
整備すること

将来にわたってお客さま
を守る = 成長戦略・事業承継

どんな時でもお客さま
を守る！ = 強い使命感
地域・社会に貢献

お客さまに
安心を提供

最適な保険提案、事故対
応を通じて、最高の安心
と満足を提供する

BCP目標

緊急時の意識と行動



平常時の意識と行動

日本代協推奨HP V-HoPeの活用事例

1. 経営理念のビジュアル化（動画による会社紹介）
2. 社員の個性の発信とお客様との共感を得る取り組み
3. オリジナルブログの活用
4. 代理店BCP取り組みの開示とお客様への支援
5. 新型コロナ感染症対策と自社内罹患者発生の際の告知

(V-HoPeからの情報提供です)



1. 経営理念のビジュアル化（動画による会社紹介）

経営理念は経営者の熱い想いを文章化したものです。しかしながら、社外のお客様に、秘められた気持ちを文字から得ていただくことはなかなか難しいものです。そこで、最近では短時間の動画で経営者のメッセージを伝えていくケースが増えてきています。スマホなどの携帯電話機器のカメラ機能の精度も上がり、youtube等の活用場面も増えてきているので、まさに今風の「想いの伝達方法」といえます。動画は15秒、30秒、60秒とテレビのCMと同じ長さでの活用が有効です。まずは自社で動画を撮影していただき、V-HoPeでは15秒の編集と掲載方法のサポートをいたします。

2. 社員の個性の発信と共感を得る取り組み

社員の構成は様々で、新人からベテランの域にはいる方まで、年代も多様性に富んでいるかもしれませんね。社員の皆様が普段から感じていることや大切にしていること、そして人柄があらわれるようなコンテンツを持っていることがホームページの強みでもあります。ちょっと強面の部長の好きな食べ物や趣味、座右の銘、そういったものから話がはずむことがあります。

V-HoPeでホームページを作っている時、「この代理店の方に会ってみたいな」と思うような原稿に出会うこともあります。

すごく良い方ばかりの代理店の皆様を思い浮かべながら、「この雰囲気をもっともホームページで伝えよう」と制作側も日々頑張っています。

皆様の本当の姿を伝えられたら、今伝わっていないことがもっともお客様に伝わっていくはずだと思います。

3. オリジナルブログの活用

V-HoPeの「お知らせ機能」は会社全体から発信するインフォメーションですが、「ブログ機能」は3頁に記載の「ブランディング」にも必要なツールとして用意しています。

現在汎用ひな形30本、オリジナルテーマで10本提供できます。

ブログですのでカテゴリーも可能ですし、それぞれの専門性を生かした記事を重ねていくことで、他社との差別化が必ず図れるものとなっています。

この「ブログ機能」はオプションとなりますが、メルマガと連動させることも可能なため、情報を必要としているユーザーへ（既存顧客以外にも）提供の巾を広げて行くことができます。

4.代理店BCP取り組みの開示とお客様への支援

V-HoPeの基本機能として、自然災害発生時に備えるための安否確認方法や避難場所・避難所、各種関連先の連絡先、備蓄品のガイドを掲載しています。

お客様の防災・減災意識は、「保険ありき」のコミュニケーションではなく、地域の安心・安全のための仲間としての双方向のコミュニケーションをとることで向上につながります。

また、代理店自身が、策定したBCPの考え方や方針を開示することは、「いつでもどこでも頼りにできる存在」としての認知度の向上にもなります。

地域のハザードマップ（洪水・津波。土砂崩れなど）は、国土交通省のポータルサイト「重ねるハザードマップ」と「わが町ハザードマップ」で簡単に確認することができることも告知しましょう。

地震に関しては、30年以内に発生する確率、電気・ガス・水道などのライフライン復旧日数を損保協会の「地震10秒診断」で確認することもできますので、併せてサイトの案内をすることをお勧めいたします。



<https://www.jishin-hoken.jp/10sec-sim/>

5.新型コロナ感染症対策と自社内罹患者発生の際の告知

ホームページですぐに告知が出来るようにV-Hopeでは会員専用のひな型を用意しています。事前に自社サイトの「お知らせ」に用意しておき、（普段は表示されませんが）必要な時にはすぐに表示される仕組みをご用意しています。

最新News

HOME ▶ 最新News ▶ 保護中: 見本2 【お知らせ】当社における〇〇感染者発生について

保護中: 見本2 【お知らせ】当社における〇〇感染者発生について

投稿日: 2021年3月24日 | 最終更新日時: 2021年3月24日

このコンテンツはパスワードで保護されています。閲覧するには以下にパスワードを入力してください。

パスワード:

← 見本1 【お知らせ】緊急事態宣言発令に伴う当社業務運営について

自社ホームページ掲載文面サンプル

2021年 月 日

お客さま各位

保険サービス

代表取締役社長

【お知らせ】当社における 感染者発生について

平素は当社業務に関しまして格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、当社（ 支店 住所）に勤務する当社社員 名が、 に感染していることが 月 日に判明しました。本件を受けまして、当社は感染拡大防止の観点から、本日時点で以下の対応を保健所等と連携の上で、実施しております。

- ・ 支店については 月 日まで閉鎖とさせていただきます。
該当社員の最終出社から14日を目安とします。
- ・ 該当社員の行動履歴の確認と濃厚接触者を特定します。
濃厚接触者については保健所、保険会社と連携して特定します。
- ・ 濃厚接触者については14日間の自宅待機を指示し、経過観察します。
- ・ 支店の店舗について消毒作業を実施します。

なお、濃厚接触者に該当しない 支社社員につきましては、今後の感染拡大を防止する目的で店舗閉鎖期間中は在宅勤務とし、お客さまとの対面でのやり取り等が発生しない形での業務継続をさせていただきます。また、当社の全社員に対して毎朝の検温と健康状態の把握を行い、発熱（37.5）がある場合には出社を禁止し自宅待機といたします。

【当社（ 支店）の営業態勢について】

以下のとおり感染防止を最優先とした業務運営とさせていただきます。

- ・ 店舗の閉鎖に伴い、 支店の業務は 支店で代替して業務を継続します。
- ・ お客さまとの対面での面談を控え、基本的に電話・郵送でご対応させていただきます。

【お客さまへのお知らせ】

- ・ 今回の事態に対しまして損害保険会社では、お客さまに不利益がないようにご契約の手続き・保険料のお支払いを猶予する特別措置を実施しています。当社の都合により満期日までにお手続きができなかった場合、満期契約と同じ内容にて補償されることとなりますので、ご安心ください。

【当社へのお問い合わせ】

保険サービス 支店

〒××× - ×××× ××県××市××町× - × - ×

電話番号 ××× - ×××× - ××××（担当 ）

E-mail abc123@ag.xx.co.jp

【保険会社連絡先】

損害保険株式会社 支店 支社

〒××× - ×××× ××県××市××町× - × - ×

電話番号 ×× - ×× - ×× FAX×× - ×× - ××

上記サンプルは日本代協版BCP策定簡単ガイド（感染症版編）に掲載済（P38）役職員が新型コロナ感染症に罹患した会員が自社HPに掲載した文面を参考にして汎用化したサンプルもあります。

必要な方には日本代協「代理店経営サポートデスク」から個別提供いたします。

代理店HPに関するQ & A



Q 1.自分で編集できるページはありますか？

システムに関連する箇所以外は基本的に文言変更や画像の追加や編集が可能です。また、編集することで元データが壊れないかと心配される方もいますが、常に前段階への修復は可能です。

Q 2.会社のロゴを作ってもらえますか？

無料でご提供できる簡易的なものから、ブランディングを視野に入れた有料での制作も可能です。

会社ロゴは自社の経営理念や経営ビジョンをコンパクトにしたものです。

従って、理念とビジョンを踏まえた自社のキャッチフレーズを考えることも大切です。

Q 3.トップページに商品バナーを貼ってもらえますか？

基本的はどこにでも設置が可能で、デザインカスタマイズが必要となる個所の場合は都度お見積りとなります。

Q 4.お問い合わせの項目は変更できますか？

有料にはなりますが、安価であり、1項目1,000円～で変更可能です。

Q 5.メールマガジンはできますか？

オプションで機能の追加が可能です。

また、P9-3掲載の通りブログのひな形も準備しています。

Q 6.画像を差替えてもらえますか？

軽微な作業であれば無料の場合もあります。

なお、HP開設時には自社で撮影した写真データをご準備ください。

Q 7.他のサーバーにあるドメインを使えますか？

可能ですが、どのサーバー会社も動作保証をしていませんのでご注意ください。

Q 8.有料SSLの設定代行をしてもらえますか？

有料で設定代行可能です。（サーバー会社の代行システムよりやや安価）

Q 9.作成の操作を遠隔でサポートしてもらえますか？

オプションでお申込みいただけます。

Q10.ホームページ用の似顔絵を描いてもらえますか？

色々なテイストでの制作が可能です。

一般的には証明写真のように顔を中心にするのが多いのですが、全身や半身などの制作もできます。 外注となりますので費用は別途ご確認下さい。

Q11.メールの設定をお願いできますか？

遠隔での設定で1アカウント2000円程度となります。

Q12.メールアドレスは何個つくれますか？

V-HoPeが利用している「さくらインターネット」では制限を設けておりません。情報セキュリティの観点からアドレスの共用はお勧めしていません。

Q13.サーバーへの申し込み方がわかりませんか？

電話でのサポートや、代行のお申込みサービスがあります。

Q14.ホームページ制作は何から始めたらよいですか？

まずはいろいろなホームページを見て、こんなホームページを作りたいと思ったなどのポイントや理由をまとめてください。

上記内容をお伝えいただく事で御社に即したアドバイスができます。

例えば、シンプルプランであればコンテンツが用意されているので、自社の事務所や近隣風景などの写真を集めるところから始めてみてはいかがでしょうか。

Q15.どのプランを選べばいいかわかりませんか？

迷ったらV-HoPeに電話をしてください。御社の実情と照らしてご提案させていただきます。

代理店ホームページの制作実績は230社以上ありますので、実例に基づきガイドいたします。

Q16.代理店A社のようなホームページは作れますか？

良いところは参考にして、そこに自社ならではのカラーを付加していきましょう。オリジナリティーがないと自社の強みや個性を磨き上げていくことはできません。

Q17.スライドの個所を動画にできますか？

オプションで可能です。(P9-1参照)

Q18.アクセス解析のデータ提供はありますか？

オプションで可能です。

簡易的なものであれば、サーバーからご自身で見えることも可能です。

Q19.閲覧数増加のSEO対策はしてもらえますか？

オプションで可能です。

閲覧数を増加させるためには、SEOではなくSEM が必要です。その中で必要なSEO対策をしていきます。(SEM:「検索エンジンマーケティング」のこと。ユーザーを集積し、ログ解析、効果測定等のツールを活用して効果検証を行う一連の流れ)

Q20.損保クラウドとの連携はできますか？

オプションで可能です。利用方法のレクチャーと有料サポートも可能です。

詳細はP16をご覧ください。

V-HoPeの3つの支援

1. 損保クラウドへの移行サポート
2. Zoomによるオンライン個別相談
3. Zoomによるユーザー同士の情報共有



1. 損保クラウドへの移行サポート

損保クラウドの個別プラン・ハイブリッドプランに対してサポートします。

① **個別プラン** (使用中の独自ドメインを変更せずに損保クラウドを利用)

現在利用中の独自ドメインやメールアドレスを変更しないで、代理店のDNSレコードやメールなどの初期設定をサポートします。

② **ハイブリッドプラン** (使用中の独自ドメインを移管して損保クラウドを利用)

DNSサービス事業者・ドメイン登録事業者のNTTコミュニケーションズへの移管手続きをサポートします。

(損保クラウドの初期設定や運用はNTTコミュニケーションズが行います)

2. Zoomによるオンライン個別相談

オンラインセミナーなどでポピュラーになったZoomを使って、ホームページの運営に関する疑問、セキュリティ、メール設定の仕方などをFace to Faceで個別に相談に応じます。

- 例) ・ 損保クラウドのプランはどれにすべきか
・ 損保クラウド(個別プラン)の設定でやり方がわからない
・ お客様の予約システムをHPにつくりたい
・ メール設定がうまくいかない
・ SEO対策はどうしたらいいか etc

3. Zoomによるユーザー同士の情報共有

Zoomでは、Web会議の主催者はアカウントが必要ですが、IDを持たないユーザーでも会議に参加できることが最大のメリットです。

その点、参加者全員がアカウントを持つ必要があるSkype、Microsoft Teams、LINEなどと異なります。 [Skypeは招待での会議も可能です。](#)

そのZoomの特性を活かして、仲間同士で情報交換、勉強会、各分野の専門家によるセミナーの開催など、幅広く情報共有する手助けをします。



日本代協推奨「保険代理店ホームページ」



「保険代理店」専用 ホームページを制作します。



しかも! (ホームページ制作)

シンプルプラン
10,000円~

ブログ付きプラン
20,000円~

オリジナルプラン
30,000円~

※シンプルプランのホームページ制作費/年、
サーバー登録管理料(契約者・ドメイン設定)、
ホームページ利用料(毎年更新)、ホームページ
コンプライアンス検証料別途

やさしく
プラスワン Softly+1

「やさしくプラスワン」が
選ばれる理由!!

「やさしくプラスワン (Softly+1)」は、保険代理店専用のホームページを作成、提供する Web サイトです。

メリット 1

業界に精通してるからできる
「保険代理店専用」ホームページ

保険代理店専用のホームページを安心して依頼できます。募集文書申請の事前チェックや、コンプライアンスチェックなど幅広く対応。制作した後も安心運営できます。



※コンプライアンスチェックが完了したホームページにはこのマークが表示されます。(検証料別途)

メリット 2

低価格でホームページが
作成・運営できる理由。

独自開発されたテンプレートを使用することにより、低価格でのサービス提供が可能に!更に、サーバー会社とお客さまが直接契約することにより中間マージン大幅カット。言葉の変更などはマニュアルにより自分で簡単に変更できます。



わずらわしい申し込みや登録、設定はおまかせください! わかりやすい動画マニュアルで変更・更新もサポート!

メリット 3

お客さまとの
コミュニケーションツールに!

24時間、お役に立つ地域情報や保険商品をご案内!お客さまに興味のある内容でブログを情報発信できます。保険代理店の情報発信・提供で存在をアピール!



ホームページは24時間働く「営業マン」!



お気軽にお問い合わせください

V-HoPe 株式会社 (フイホープ株式会社)

TEL 03-3520-9954 (受付時間 平日 10:00~17:00)

〒104-0054

東京都中央区勝どき3-15-3

詳しくはWebをご覧ください▶

<https://softlyone.com>



代理店経営サポートデスク

電話相談日は毎週水曜と木曜の2日間！
代理店ホームページのリニューアル・新期開設の
アドバイスも相談業務に追加となります。

<相談内容例>

1. 策定済みの自社ホームページを情報発信目線で見直しをしたい
2. 日本代協推奨のホームページ「V-HoPe」の導入相談をしたい
3. 自社ホームページのオリジナル化を考えたい（イラスト・ブログ掲載など）

相談に際しては、相談内容と現在使用中のホームページURLを記載して下記のメールアドレスに送信してください。

サポートデスクにて事前に掲載内容を確認の上でアドバイスを行います。

<送信先メールアドレス>

agsupport@nihondaikyo.or.jp（担当 粕谷）



初版制作：2021年4月1日

発行元 一般社団法人日本損害保険代理業協会

企画協力 株式会社粕谷企画
制作協力 V-HoPe株式会社

