

【別紙2】業務品質評価基準の改定（案）に関するご意見（照会事項⑤：シートの体裁等に関するご意見等）

No.	回答者	シートの体裁変更 賛成／反対	ご意見該当項目	ご意見
1	生命保険会社	全てに賛成		
2	生命保険会社	全てに賛成		
3	生命保険会社	全てに賛成		
4	生命保険会社	全てに賛成		
5	生命保険会社	全てに賛成		
6	生命保険会社	全てに賛成		
7	生命保険会社	全てに賛成		
8	生命保険会社	全てに賛成		
9	生命保険会社	全てに賛成		
10	生命保険会社	全てに賛成		
11	生命保険会社	全てに賛成		
12	生命保険会社	全てに賛成	業務品質評価基準の改定（案）全般ご意見	<p>○本見直し等の実態を踏まえたものであり、検証トライアル対象であった「保険販売を主とする一定規模の代理店」を前提とするのであれば賛成。（記載の対応方針に賛成）</p> <p>○生命保険募集人への教育・指導は、一義的に保険会社に責任・義務があるものの、一定規模以上かつ比較推奨販売を基本とする多数の乗合をしている大規模代理店が自ら態勢整備を行うことは、代理店・保険会社のいずれにとっても効果的・効率的に品質向上に取り組むことができるため、本評価の意義は非常に大きいと認識している。</p> <p>○一方、「8万店の全代理店」を前提とした場合、特性は様々であり、例えば、「本業に付随する業務として生命保険代理店を兼業する場合」「数名程度の超小規模代理店の場合」など、現時点で十分に考慮できていない面もあると認識している。</p> <p>○こうした代理店では本業に基づく各種態勢整備や代理店特性を踏まえた保険会社からの手厚いサポート等を通じて適切な品質を確保している部分も大きく、必ずしも自立的な対応を想定した本評価項目のみで評価することが適切ではない面もあると考えられる。</p> <p>○今後、検討・協議を深めていく事項であると認識しているが、将来的な代理店への拡大を前提とするのであれば、さらに詳細な代理店特性を想定した達成水準やP・D・C・A設定の妥当性を検討する必要があると考える。こうした検討がなされずに、特性の異なる代理店が同一の基準で評価された結果が公表されれば、消費者へのミスリードとなるケースも発生する可能性があることに留意が必要と考えられる。</p>
13	生命保険会社	全てに賛成		
14	生命保険会社	全てに賛成	③「P・D」「C・A」に関する文言修正について	「C・A」の見直し案は「任意対応項目」となっているが、「好取組項目」などとしてはいかがか。
15	生命保険会社	全てに賛成		
16	生命保険会社	全てに賛成		
17	生命保険会社	全てに賛成		
18	生命保険会社	全てに賛成		
19	生命保険会社	全てに賛成		
20	生命保険会社	全てに賛成		
21	生命保険会社	全てに賛成	業務品質評価基準の改定（案）全般ご意見	現時点で特段意見はない。ただ仮に、今後において、評価基準のハードルが意図せず下がってしまうようなことが判明した場合は、柔軟に修正を検討することが大切と考えられる。
22	生命保険会社	全てに賛成		
23	生命保険会社	全てに賛成		
24	生命保険会社	全てに賛成		
25	生命保険会社	全てに賛成		
26	生命保険会社	全てに賛成		
27	生命保険会社	全てに賛成		
28	生命保険会社	全てに賛成		
29	生命保険会社	全てに賛成		
30	生命保険会社	全てに賛成		
31	生命保険会社	全てに賛成		
32	生命保険会社	全てに賛成		
33	生命保険会社	全てに賛成		
34	生命保険会社	全てに賛成		
35	生命保険会社	全てに賛成		
36	生命保険会社	全てに賛成		
37	生命保険会社	全てに賛成		

No.	回答者	シートの体裁変更 に賛成/反対	ご意見該当項目	ご意見
38	生命保険会社	全てに賛成		
39	生命保険会社	全てに賛成		
40	生命保険会社	全てに賛成		
41	生命保険会社	全てに賛成		
42	生命保険会社	全てに賛成		
43	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
44	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
45	代理店・消費者団体等	一部反対	②業務品質評価項目・ 評価の視点の 見直しについて	評価の視点について、以下のとおりご検討いただきたい。 a)顧客対応の見直し案の①～⑩についての順番がより適切かと思料する。 ⑩→①勧誘方針・お客さま本位の業務運営に係る方針 ①→②意向把握・確認義務 ③→③情報提供義務（比較推奨販売） ②→④情報提供義務（重要事項説明） ⑦→⑤お客さまの利便性向上に向けた態勢整備状況 ⑥→⑥高齢者募集ルール ⑤→⑦特定保険契約募集に関するルール ④→⑧募集時の禁止行為・著しく不適切な行為 ⑨→⑨募集資料等の適切な管理 ⑧→⑩早期消滅 b)現行の「（１３）②お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取組み」は、「意向把握・確認義務」だけとは限らないため集約せず、独立したままとすることが適切かと思料する。 c)「（３１）①コンプライアンス推進」及び「（３０）⑦企業としての健全性」は、企業経営における前提事項であると考えており、独立した評価の視点として存置すべきではないかと思料する。
46	代理店・消費者団体等	全てに賛成	③「P・D」「C・A」に 関する文言修正について	「P・D」「C・A」については、変更される認識でよいか。
47	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
48	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
49	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
50	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
51	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
52	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
53	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
54	代理店・消費者団体等	一部反対	③「P・D」「C・A」に 関する文言修正について	P・Dが「必須」であり、C・Aが「任意」という概念は、そもそも、これまで一度も提示、議論されたことが無いと記憶しており、少なくとも弊社の認識とは異なっているため、反対とさせていただきます。 （第16回SGでの質問へのご回答も、「位置付けは未定であって、今後の議論による」との趣旨と理解している。） また、「呼称」のみでなく、「必須・基本的な取組事項」と「必須ではない取組事項」に大きく2分すること自体、結果として多くの代理店で定量的な差が付かないような評価方法とすることを前提としていると思われるので、反対とさせていただきます。 ご提示の方針では、ほぼ全ての代理店が達成可能な低い水準に設定した項目群のみを定量評価の対象とし、結果として、社名または屋号が公表される代理店はほぼ全て「一定の項目を充足」という表示となると理解している。 代理店ごとの特徴が定性的に付記されるとしても、消費者がそれによって代理店の信頼性等を評価することは非常に困難と考えられ、多大な労力と費用を掛けて行った業務品質評価が、少なくとも消費者の選考の参考とするという観点からは、意味の少ないものになる可能性が高いと考える。消費者にとって最も分かり易いのは、間違いなく点数化だと思われるので、2段階評価（しかも評価無し代理店が非公表）ではなく、得点自体を公表すべきと考える。また、保険販売業界の地位向上の観点からも、関係者が目指すべき姿を共有し、不足を埋めていく努力は必要不可欠と考えるので、そのインセンティブとしての観点からも定量評価が望ましいと考える。代理店規模の大小に係わらず、あまりに自信が無い代理店は評価を希望しなければ済むことであり、点数公表方式を選択することで、「P・D」と「C・A」の区分けや、達成基準を理想形から掛け離れた低い水準に設定することの是非の議論からも解放されるのではないかと。少なくとも、この重要な論点については、各委員の皆様による議論が必要と考える。
55	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
56	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
57	代理店・消費者団体等	全てに賛成		
58	代理店・消費者団体等	全てに賛成		

**【別紙2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項⑥：評価付けの流れについて）**

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・代理店の業務品質評価は（3）「代理店が評価結果について不服がある場合には一定期間の間に異議申立てを実施（受け付け後調査）」において異議申し立てがない場合でも、（4）「実態調査を行う専門組織とは独立した組織（後述の審査会）にて、評価結果の内容を確認、確定」において評価結果が変わることがある、という認識で正しいか。</li> <li>・一般公表の前に、代理店において指摘事項の改善が行われていたとしても、評価確定した時点の結果が公表されるという認識で正しいか。</li> <li>・上記のように、評価確定時期と一般公表時期にタイムラグがある場合、公表時においては代理店の業務品質評価が必ずしも正しい姿を現しているとは限らない、という懸念があると思われる。</li> </ul>
2	生命保険会社	エントリーされる代理店全てを評価対象とする（できる）のであれば異論ない。
3	生命保険会社	評価運営主体と代理店の間で丁寧なコミュニケーションを取りながら進めることは重要であり、（1）「実態調査結果を基に一次評価付け」-（4）「実態調査を行う専門組織とは独立した組織（後述の審査会）にて、評価結果の内容を確認、確定」については必要なプロセスだと考えるが、現状では、実査を希望する代理店数と評価運営主体の実査対応可能数が想定できない部分があるため、実運用の状況に応じて柔軟に対応が必要と考える。
4	代理店・消費者団体等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実態調査を実施する専門組織および評価結果の内容を確認・確定する審査会の組成方針（人員構成の方針等）を一般公表していただくことにより、消費者からの信頼性が高まるものと思料する。</li> <li>・（2）「代理店に対して評価結果の詳細（業務品質評価基準毎の判定結果の全量）を実態調査後速やかにフィードバック、代理店と生命保険協会で評価結果のすり合わせ（認識相違がないか等）」を実施に関し、評価結果のすり合わせとあるが、評価結果の事実誤認がないか代理店と生命保険協会で確認するという趣旨であれば、すり合わせとの表現は評価結果を調整するとの誤解を招きかねないため言葉を削除いただきたい。</li> </ul>
5	代理店・消費者団体等	（6）「実情に合わない業務品質評価基準となっていないか、毎年業務品質評価基準を見直し」について、毎年同じ代理店を評価する場合、プロジェクトチームの人数等を考えると他の代理店へモニタリングを行うのが物理的に難しいと思われる。毎年の各保険会社の代理店点検等を利用して、よりたくさんの代理店のモニタリングをしないと不公平ではないかと考える。
6	代理店・消費者団体等	特に意見はないが、実運営が複雑になりそうで、実現可能かどうか心配になる。
7	代理店・消費者団体等	年に一度の業務品質評価基準見直しのサイクルで果たしてお客様からの信頼を得られるのか。スピード感を持っての対応が必要な時もあると考える。（新設、廃止、見直し等）
8	代理店・消費者団体等	発信元に権限を与える意味で審査会が必要なことは理解できるが、実務のわからない学者、弁護士等で最終評価付けの妥当性、正当性を検証できるとは考えにくいと思う。結果、形骸化して、消費者から形だけで実がない審査会との指摘につながる可能性があると考え。保険代理店、保険会社が納得する人選と毎年の入れ替えによってリフレッシュさが求められる審査会になることを希望する。

**【別紙2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項⑦：評価付けの方策について）**

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	各評価方法が実際の業務品質向上に強く繋がっていくことを目的とし、検証トライアル等により具体的な内容を詰めている段階であると認識している。よって現時点、何段階とするのが適切なのか等、難しい判断かとも思うので、まずは2段階運営としつつ、実際の運営を経て適宜、見直していく方向性が良いのではないかと考える。 *あわせて、本取組みと実際の業務品質向上の相関なり関連性をどのように検証していくのかも整理していけば良いとも考える。
2	生命保険会社	各代理店に、より高い品質を目指していただくためには、充足率（もしくは点数等）を公開することがインセンティブになると思うので、「当分の間」は短い方がよいかと思う。（誤った捉え方をされて風評被害等が生じないよう、公表方法について考慮は必要であるが。）「当分の間」がどの程度の期間をイメージしているのか、今後お示しいただければと思う。また、「一定以上」について、トライアル結果を踏まえて、どの程度の水準をイメージしているのか、今後お示しいただければと思う。運営上、当初は案のようにされることには賛成する。
3	生命保険会社	本評価付けは消費者が代理店を選ぶひとつの基準であることを考えると、当初から段階別の評価が実現できれば良いと考える。なお、複数段階の評価付けの例の中で、「①ほぼ全ての評価項目を充足」、「②多くの評価項目を充足」の取得要件として、「③を複数年度にわたり取得していること」を設定とあるが、単年度の評価で良いのではと考える。
4	生命保険会社	一旦「評価付けなし」と評価された代理店が、実態を改善し再点検を要望したとしても、次回の点検までは「評価付けなし」評価による一般公表されない状態が継続するという認識で正しいか。
5	生命保険会社	当面の間の暫定措置である旨の記載、および、以降変更があることを付記することが望ましいのではないかと。特に評価付なしとなった場合に、全く評価されなかった場合と混同される可能性がある。
6	生命保険会社	・ 運営開始から当分の間、複数段階の評価付けは実施せず、初年度以降の結果等を基に評価付けについて精査していく方向性に賛成。評価結果の具体的な活用方法がまだ明確ではない状況であり、SGの代理店委員以外も含めた一定数の評価実績を積み上げた後に、複数段階の評価付けの必要性について慎重に検討することが望ましいと考えるため。 ・ 「評価付けを獲得」の基準について、トライアル結果のP・D項目達成（全体平均84%）を踏まえると、80%-85%程度の達成を条件とすることを想定しているのか。 ・ 「評価付けを獲得」の基準について、区分・評価項目毎の達成状況も含めて検討するのがよいのではないかと。「全体で〇〇%以上」とするのか、もしくは「全体で〇〇%以上かつ評価区分ごとに〇〇%以上」のような形で閾値を置かについても検討が必要と考える。評価付けの判定方法が複雑すぎるのは好ましくないと考えられるが、全体で〇〇%以上とした場合、ある特定の評価区分が著しく達成していないのに、「評価付けを獲得」と評価されることもありえるため、評価区分ごとの達成状況のバランスも考慮したほうがよいと考えるため。
7	代理店・消費者団体等	運営開始時点においては上記での運用が良いかと思うが、運用における検証も平行して行い、基準等をより精査の上、各評価項目の充足度合いについて現状の「P・D要件を満たしている」のか、「C・A要件も満たしている」のか、その内容や手法など代理店によってその充足度合いが異なると考えられるため、一定数のC・A要件を満たす場合は「優良代理店」などといった評価付け等を検討すべきと考える。
8	代理店・消費者団体等	現状想定する2段階運用とした場合、一般消費者にとって各代理店の取り組みの差異を理解しにくいのではないかと考えており、どの程度、あるいはどのような項目は充足できているかなどを示すとともに、審査会の所見等があるとより代理店ごとの特性が理解いただけるのではないかと史料する。 また、想定以上にエントリーがなされた場合、評価付けの対象代理店から漏れてしまうことも考えられるため、エントリーし、評価付けを得たいと考えていた代理店についてはその名称を公表すべきであると考える。
9	代理店・消費者団体等	評価付けが無い場合、必要な改善点が見えるようご指導をお願いします。
10	代理店・消費者団体等	2段階運用について、消費者の乗合代理店品質選択基準2択では今回のSGを長い年月かけて議論しているが、結果として取組みが形式的になり業務品質が向上しない可能性があると思う。実質的な業務品質の優劣を評価することで取組み意識向上が期待できる、3～5段階で運用開始できるよう議論を深めるべきと考える。 一般公表内容について、幅広い年齢層が見る前提で考えた場合、テキストの部分をできる限り少なくして各項目に対して☆マーク等の定量値で表示したほうが消費者の判断基準として受け入れ易いと考える。
11	代理店・消費者団体等	評価の段階は、最初は3段階ぐらいで、最終的には、投信等を評価しているR&I（格付投資情報センター）のように5段階（SS・S・A・B・C）くらいあった方が、世間的にはわかりやすいのではと考える。
12	代理店・消費者団体等	当面の運営であれば、そこで検証・修正していけばよいと考える。
13	代理店・消費者団体等	反対とさせていただきます。ご提示の方針では、ほぼ全ての代理店が達成可能な低い水準に設定した項目群のみを定量評価の対象とし、結果として、社名または屋号が公表される代理店はほぼ全て「一定の項目を充足」という表示となると理解している。 代理店ごとの特徴が定性的に付記されるとしても、消費者がそれによって代理店の信頼性等を評価することは非常に困難と考えられ、多大な労力と費用を掛けて行った業務品質評価が、少なくとも消費者の選考の参考とするという観点からは、意味の少ないものになる可能性が高いと考える。消費者にとって最も分かり易いのは、間違いなく点数化だと思われるので、2段階評価（しかも評価無し代理店が非公表）ではなく、得点自体を公表すべきと考える。また、保険販売業界の地位向上の観点からも、関係者が目指すべき姿を共有し、不足を埋めていく努力は必要不可欠と考えるので、そのインセンティブとしての観点からも定量評価が望ましいと考える。代理店規模の大小に係わらず、あまりに自信が無い代理店は評価を希望しなければ済むことであり、点数公表方式を選択することで、「P・D」と「C・A」の区分けや、達成基準を理想形から掛け離れた低い水準に設定することの是非の議論からも解放されるのではないかと。少なくとも、この重要な論点については、各委員の皆様による議論が必要と考える。 「総合評価」は、全代理店一律で「一定の評価項目を充足」とするのではなく、得点など定量評価とすべきと考える。 「総合評価」について、状況を全て理解している代理店に対して「一定の評価項目を充足」「評価付けなし」などとしてもあまり意味が無いと思われるので、得点など定量評価とした方が分かり易いのではないかと。
14	代理店・消費者団体等	P A（必須項目）は○か×かで評価するのはやむなし（妥当）。 C Aでは段階的評価による採点の上で、格付けが行われるようにすればどうか。

## 【別紙2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項⑧：「一般公表内容」について）

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本的な内容には賛同。</li> <li>・今後、検討・協議を深めていく事項であると認識しているが、将来的な対象の拡大を想定した場合、「兼業代理店」や「数名程度の超小規模代理店」などより幅広い代理店の特性も踏まえたうえで、消費者に対する予期せぬ印象付けや誤解を生むことがないかについて慎重に検討する必要があると考える。</li> </ul>
2	生命保険会社	代理店を正確に特定するために、評価シートや公表資料には代理店の正式名称（財務局に届けているもの）と登録番号を記載した方が良いと考える。「評価付けなし」の代理店を公表することや評価を受けた代理店の点数を明らかにする方が、消費者にとって分かりやすいと考える。
3	生命保険会社	照会事項⑥、⑦にコメントしたように、評価～公表までタイムラグが発生することが想定されるため、公表のタイミングは年複数回（評価確定後に随時）が望ましいのではないかと料する。
4	生命保険会社	例えば、基本情報にどのような項目を入れるのか、代理店の特性によって記載が変わるものと、一定のフォーマットを維持するものに分けるなど、記載がバラバラにならない工夫が必要ではないか。
5	生命保険会社	協会のHPに掲載される一般公表の内容が、より消費者に広く認識されるようメディアを活用する等、公表内容の周知については検討が必要と考えている。
6	生命保険会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般公表については、消費者の誤認に繋がるリスクを精査したうえで、継続して慎重に検討することが必要だと考える。</li> <li>・評価実績がまだ積みあがっておらず、評価実施後に代理店が評価結果に合致した運営が継続されているか等の事後評価が無い中で、現段階では一般公表することについての消費者へのリスクがどの程度あるのか正確に評価できない状況であると考えている。</li> <li>・対象代理店数がどの程度になるか分からないため、現段階で公表に係る全ての論点について詳細を定めることは困難であると承知しているものの、「現在想定している運営案で実運用が可能か、公表期間、評価結果の更新頻度、公表後に仮に不祥事等が発覚した場合の対応、公表内容についての顧客からの問い合わせへの対応等」を議論できる状況になった際に、公表による消費者へのリスクや評価運営主体や対象代理店に及ぶ可能性のあるリスク等も含めて整理して、再度精緻な運用案を検討することが望ましいと考える。</li> </ul>
7	代理店・消費者団体等	評価シートにおける「代理店が特に力を入れている取り組み」や「特筆すべき事項」など、定性的な評価部分に関しては、対象の代理店と十分な意見交換等を行った上での記載が必要と考える。また、SG時にもご意見としてあったが、評価項目の記載などを貴協会・保険会社・保険代理店等業界関係者が使用する文言ではなく、可能な限り消費者に分かりやすい記載とする必要があると考える。合わせて、個別の代理店の一般公表事項に掲載するか、全体としての注記事項として記載するかは検討が必要かと思うが、各項目の定義や評価基準、さらに、何故その評価項目を充足することで品質が良い代理店であると言えるかの説明が必要であると考えている。
8	代理店・消費者団体等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公表内容においては、申し出があった代理店の数（公表イメージでの「同意いただいた・・・」に該当と理解した）と、実際に実施した数、そのうち一定項目の充足が確認できた数、を公表いただければと思う。</li> <li>また、照会事項⑥に回答のとおり、審査会等の組成方針もあわせて公表いただきたい。</li> <li>・照会事項⑦に回答のとおり、「【総合評価】一定の評価項目を充足」としてHP等にて表示された場合、代理店毎の取り組み状況がお客さまに分かりにくいのではないかと考えている。どの程度、あるいはどのような項目は充足できているかなどを示すとともに、審査会の所見等があるとより代理店ごとの特性が理解いただけるのではないかと料する。</li> <li>・一般公開に向けて、専門用語等に関し平易な表現に直す等理解しやすい表現に見直す必要があるものと考えている。</li> </ul>
9	代理店・消費者団体等	生命保険協会のHPや、週刊ダイヤモンド等の雑誌などの公表もありがたいが、日経新聞等への全面広告もインパクトがあるのではないかと料する。
10	代理店・消費者団体等	代理店の総合評価公表に於ける充足状況につき、どのような表現で表示したらよいか、皆さんと議論を進めたいと思っている。
11	代理店・消費者団体等	特筆すべき事項に、地域社会に如何に寄り添っているかも加筆いただければと思う。保険業界全体が地域共創、SDGsに取り組んでいる以上、保険代理店もそれぞれの地域社会に根を下ろすべき貢献をすべきで、実際にシングルマザーの雇用促進、子ども食堂の運営、高齢者支援、子育てママ支援等々の活動をしている点は、保険代理店業務としてではなく、真にお客様に寄り添う行動から発したものであると考えるので、実のある取組として特筆事項に追加していただければと思う。こうした取り組みこそ消費者が求めていることであり代理店の品質の一つであると考えている。

**【別紙2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項⑨：「代理店へのフィードバック内容」について）**

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	各代理店に相対評価（順位）や評価分布をフィードバックすることは、より高い品質を目指すインセンティブになると思うのでフィードバックしてはいいか。
2	生命保険会社	以下の情報を追加することで、より有益なフィードバックとなると考える。 ①基準の達成や品質の向上に向けたアドバイス ②参考情報として、関連する法令やガイドラインの記載
3	生命保険会社	・「取り組み強化を期待する点」もしくは「改善を期待する点」も記載するのはどうか。取り組みが不十分な点を指摘するという主旨ではなく、評価対象代理店に対して、評価機関の目線で捉えた良い面・悪い面の両方をフィードバックすることが、評価後の業務品質を高めるための取組に繋がっていくと考えられるため必要な情報だと考える。 ・達成合計数を点数として追記してはどうか。一概に点数合計だけで優劣が評価されるものではないものの、フィードバック時の参考指標となり分かりやすいため。
4	代理店・消費者団体等	代理店に対するフィードバックにおいては、代理店毎の絶対評価に加えて、評価を受けた代理店全体の各評価項目の充足状況についてもお示しいただくことで、代理店における顧客本位の業務運営の改善がさらに進むものと思料する。
5	代理店・消費者団体等	「代理店へのフィードバック」には意見は特にないが、各保険会社にも各代理店の状況をフィードバックして共有した方がよいのではと考える。
6	代理店・消費者団体等	事務的内容だけでなく、関東財務局発信の「保険代理店との対話を通じて見て、聞いて、感じたこと」的なコメントが添えられても良いのではないかと考える。実際にヒヤリングされて肌で感じられたことを代理店は聞きたいと思う。文字にすることは差し控えたいということであれば公評として一言添えることができるように制度として作っていただきたいと思う。

## 【別紙2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項⑩：その他のご意見）

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	全般的な取組みには賛同。一方で、全8万店存在する様々な特性をもつ代理店（兼業代理店や数名程度の超小規模代理店等）への影響を現時点では十分に把握できない面もあると認識している。今後、検討・協議を深めていく事項であると認識しているが、例えば、当初から積極的なエントリーの旗振りや幅広い内容の公表などを行うと、消費者に対して予期せぬ印象付けや誤解を生む可能性がある。したがって、今後、一定期間運用する中で影響やバランス等を見極めつつ、評価項目や運営方法のP D C Aを回す中で検討・協議を深め、徐々に対象代理店の拡大など取組みを拡充していくことが望ましいと考える。なお、オープンエントリー制とする場合も、「消費者接点が多く、比較推奨を前提とした大規模代理店」など、まずは本評価運営を行う意義の大きい代理店を優先することで知見を深めていくことが望ましいと考える。
2	生命保険会社	照会事項④(評価申告シートの変更内容全般について)や⑦(評価付けの方策について)に関連するが、各評価項目「P・D（必須対応項目）」「C・A（任意対応項目）」と2段階の評価付けの関連性を整理していけば、全体像も見え、わかりやすさも確保できるのではないかと考える。 *例えば、「P・D（必須対応項目）」を充足すれば、主に顧客対応の観点からは十分な対応が図られている（規模に因りにくい）。また、その補強材料として顧客満足度等と関連付ける等
3	生命保険会社	第8回代理店業務品質S G資料4(H P公表)にて、「WEB特化代理店など、明確に特性が異なる代理店等については、その特性の違いを含めて評価できるように検討したい。」との対応案が示されている。今回トライアルでの特性に応じた差異の検証では、<訪問販売中心>・<来店販売中心>での達成状況の差異をお示しされているが、WEB特化代理店等明確に特性が異なる代理店への評価方法に関しては引き続き検討していただきたい。
4	生命保険会社	公正でわかりやすい評価基準とすべく、もし仮に、評価の判断に迷うような事案が今後に判明した場合には、今までと同様に、議論、検証によって引き続き修正を検討していくことが重要と考える。保険会社へ評価結果のデータ連携時には、代理店を正確に特定するために、エクセルなどの一覧データで、かつ保険会社でデータ活用出来るよう代理店登録番号や正式名称、登録住所などが入った状態での提供を希望する。また、評価付けされた代理店全ての評価結果が生命保険会社に連携されるのではなく、委託している代理店の評価結果が提供されることを希望する。
5	生命保険会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本制度の運営に関して、保険会社が費用負担する場合は、社内での予算編成等の都合もあるので、早い段階で情報提供いただきたい。</li> <li>・評価情報の取得に際して、保険会社が費用負担をする場合、代理店毎に差が発生しないような運営を希望する。</li> <li>・可能であれば、代理店登録をしていない代理店の評価結果（フィードバック内容と同レベル）を確認できるような運用を希望する（新規委託時における代理店の体制整備状況の確認のため）</li> <li>・フランチャイズ展開をしている代理店において、フランチャイザーとフランチャイジーの点検・評価は個別になされるという認識で正しいか。この場合、フランチャイジーがフランチャイザーと同等の評価を受けていると誤認されないような配慮が必要であると思われる。</li> <li>・公表後に当該代理店が廃業した場合、不祥事件等に利用されないようにするため、情報は随時削除されるべきと思路する。</li> <li>・公表後に当該代理店が合併した場合、公表内容はどのような対応が行われるか。（合併等のあり方や、評価を受けているか否かによって変わってくると思われるが）</li> <li>・公表後に当該代理店による不祥事件等が発覚した場合、公表内容の取扱いはいどのようなようになるか。</li> <li>・交通費等の実費相当を代理店に負担いただく、ということについては、遠方にあるような代理店であっても、（実費のものではなく）一定の枠に収まる額を負担いただく想定という認識で正しいか。</li> </ul>
6	生命保険会社	「別紙9」について、エントリーされる代理店全てを評価対象とする（できる）のであれば異論ない。
7	生命保険会社	評価項目や、一般公表のあり方については、引き続き慎重な検討が必要と考える。
8	代理店・消費者団体等	評価基準に充足しなかった項目について、ただ充足しなかった、という結果だけではなく、充足している他代理店の好取組事例の共有などを行うべきであると考えている。
9	代理店・消費者団体等	本運営は各代理店に対して一方的に評価を下すことが趣旨ではなく、各社の業務品質が向上し顧客本位の業務運営の実践度を高めることに目的があると理解している。各保険会社におかれましては、本検証項目を代理店指導に活用していただき、結果として評価付けが見込まれる代理店に本運営への参加をご推薦いただくような運用が実現されることを希望する。また、小規模代理店との記載があるが、小規模代理店や大規模代理店の定義を明確にさせていただくことも必要であると思われる。
10	代理店・消費者団体等	SGにて代理店（ハード部分）の体制整備はかなり進むものと思う。とはいえ、募集人（ソフト部分）が変わらなくては、成功とはいえないと思う。生命保険業界の将来のため、協会と保険会社との協力の上、継続的な募集人教育システムの構築を望む。 また、働き方改革及びコロナ禍における在宅業務において、保険代理店として可能な体制整備条件につきましても、考慮頂くようよろしくお願いしたい。
11	代理店・消費者団体等	この業務品質評価基準を考えるに、代理店の淘汰が目的でなく、業務品質の優劣を評価する方法へブラッシュアップしていくというのが目的であろう。そう考えた時に年間150-200代理店について対応できるリソースを確保というだけでは本来の趣旨は叶わないのではないかと危惧する。したがって第16回代理店業務品質S Gの資料3(H P公表)「1.全体像」については問題視している。具体的には募集人数50名以上の代理店が1,132店もあり、少なくともその代理店に対して対応できるものにしないと本来の目的である業務品質の優劣を客観的に査定し、それを各保険会社の業務品質査定に反映させていくことは出来ないのではないかと思路する。上記の事から限られたリソースの中で数多くの代理店に対する査定をどのように行なうのかについては再検討が必要と感じている。
12	代理店・消費者団体等	中小代理店にかなり配慮した内容に整理されていると見受けられる。P Dは必須という前提であれば今回は妥当であると思うが、中小代理店はコスト負担が厳しいという実情は理解できるものの、募集品質を担保するための投資（システムや人）は一定程度は企業としてすべきであり、経営内容（販管費率等）を共有していない中で、「コスト負担が厳しい」という定性的な返答からは妥当かどうかの判断ができない。項目の中で（例えば147）最低限のシステム投資等が必要な場合はPDに入れてもいいのではないかと検討（継続的に）していく必要を感じる。 また、PDが必須である場合、一律同じ評価となるため（特徴PR以外は）、大規模代理店は差別化され自社PRになるという感覚が薄れるのではないかと。そういう意味ではC A（目標項目？）での品質の差別化を早期に行うか、参考項目（任意項目）として開示するかを検討してみるのも一考の余地はあるのではないかと。 前回の口頭で申し上げたが、審査できるキャパ的に評価を受ける代理店数が限られる（大型代理店中心）のであれば、エントリー（有料で審査を委託する代理店）した代理店名も公表してあげるべき。その上で業界一丸となり、エントリー数を増やすことに注力してはどうか（エントリー数のKPIを設定する。年1000代理店とか、5年で8割の乗合代理店とか）
13	代理店・消費者団体等	今回の取組は、規模間の代理店の質の格差、都会と地方の代理店の質の統一につながる素晴らしい取り組みだと考える。この質の向上の取組を保険業界をあげて取り組むチャンスであることを代理店に如何にして知らしめるかがポイントだと思う。協会でガイドラインを出されただけでは代理店の腑に落ちることはないと思う。丁寧な説明、腑に落ちるまでの指導等を如何にするかが課題かと考える。