

**【別紙1】業務品質評価運営の開始に向けてのご意見（照会事項①：運営実施サイクルについて）**

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	更新時の対応負荷（代理店および協会双方）および費用負担（代理店）にもよるが、更新期間が1年というのは品質評価の担保期間としては理想的なサイクルだと思う一方、代理店からは、各種負荷を考えると1年という短い期間で更新しなければ生命保険協会のHP掲載から外れるというのは理解を得難いのではないかと懸念する。
2	生命保険会社	基本的には賛同する。 但し、更新対応の負荷による新規申し込み対応への影響（例えば、新規申し込み代理店の受付数の制限）について留意する必要があると考える。
3	代理店・消費者団体等	PDCAを回すという観点からは、有効期間を1年とする事の合理性は理解できるものの、監査の体力を勘案すれば、22千近くある代理店が極力多く受検申請を行い、認証を受ける事を奨励すべきと考える。監査側の体力を捻出する観点から、有効期間を2年ないし3年とする事も検討の余地があるように思われる。また更新においては、300千円ではなく手続きを簡素化し、より安価な更新料の設定を検討願いたい。 また応募企業が多く、順番待ちの状況になった際には、申請待ち企業を公表するなど企業の取り組み姿勢をアピールできるような配慮をお願いしたい。
4	代理店・消費者団体等	実施サイクルを原則年度単位の1年間とご検討されているとのことだが、以下の点からあらためてご検討いただいたほうが良いのではないかと考える。ご記載いただいている通り、有効期間や運営実施サイクル、更新時の対応については慎重にご検討いただきたい。 ①スケジュールが過密になる可能性 第21回代理店業務品質SG資料1の2. 運営内容でお示しいただいているスケジュールだと、 ・2022年4月に申込開始、9月～調査開始、公表2023年3月、有効期間は2023年度（2023年4月から2024年3月）の1年間有効。 ・継続して2024年度の評価を取得したい場合、2023年4月に申込、9月～調査開始、公表2024年3月 どのような体制（人員数等）で調査されるかにもよるが、生命保険協会・評価を受ける代理店側ともにスケジュールが過密であると感じる。  ②次年度以降の申込代理店増加の可能性 本運営の評価基準を活用して、保険会社からの指導や代理店の自助努力により、各代理店の業務品質が向上し、本運営への申込が増加するといったサイクルを目指す方向かと存ずる。有効期間は申込件数を踏まえて公表と理解したが、決定時に前述をご考慮いただきたい。
5	代理店・消費者団体等	有効期間は複数年の方が良い。有効期間内に業務品質評価基準の内容に変更があった場合は各社が早々に対応することを条件としてはどうか。 理由は、なるべく多くの代理店が調査を受ける機会を得ること望ましく、また代理店の努力によって達成した150項目が1年で劣化することは思えないため。
6	代理店・消費者団体等	実施サイクル、有効期間は1年でよい。更新時はオフサイトで完了出来るようにしないと1年目に審査される対象代理店から増やすことが困難になる可能性がある。 1年目の対象代理店が150-200社として、2年目以降は何社程度を予想するか伺いたい。小規模代理店はいつまでも審査を受ける権利が得られないのではないかと懸念している。
7	代理店・消費者団体等	評価に一定の有効期間を設ける必要性は同意するが、1年ほど短くする必要は感じられない。一度達成した項目を低下させるなどは一般的ではないため3～5年程度（5年更新）の期間で十分ではないか。なお、一方で認定年度によって項目の変更などもあろうかと考えるので、認定年度の明示を義務付けることとすれば期間を長くしてもそれほど支障はないと考える。 また、大幅に項目変更や必須事項の追加などがあった場合に限り、既存認定代理店に追加資料提出を義務付けなどの方法でクリアできると考える。
8	代理店・消費者団体等	「具体的な有効期間は申込数を踏まえ6月に公表」との記載はあるものの、「評価の有効期間は1年」が既定であるという印象を強く与える表現となっているので、「有効期間1年」に対する意見を述べさせていただく。 有効期間を1年とすることには反対である。前提として、可能な限り多くの代理店が評価の対象となるのが望ましいところ、評価機関のキャパシティ面での限界があり、希望してもなかなか評価対象してもらえない代理店が多く発生する懸念されていると理解している。期限1年とした場合、例えば最初の年（期間）に200代理店を評価した場合、2年目に評価が可能となる代理店は、2回目評価となる代理店に費やす時間が少なく済む効果を勘案しても250～300社程度までと考えられる。一方、有効期限が例えば3年であれば、2年目は400社の評価が可能になる。3年目も同様の差が発生するため、数年後に評価対象となっている代理店の数に大きな違いが出ることになることが反対の理由である。有効期間を延ばすことのデメリットは、評価基準の変更が反映されないなど、経年劣化とも言うべき点だと考えられるが、両者のメリット、デメリットを比較した場合、対象代理店の増加効果を選択すべきと考える。なお、評価を希望する代理店が200社に満たない場合などは、期限1年に反対するものではない。
9	代理店・消費者団体等	今回の業務品質項目統一はPDCAサイクルを如何に回しているかの実効性のあるチェックにつながる（形だけでなく実効性のあることのチェックにつながる）と考えているので、有効期間1年は妥当と考える。ただ、全ての項目のチェックを毎年するのではなく更新代理店はPDCAを回したところだけをチェックするなど簡便化（費用も下げるなど）させる必要があると考える。5年間毎年チェックしてPDCAがきちんと回っていることが確認できたら有効期間を3年とかに延長されたら良いのではないかと。

## 【別紙1】業務品質評価運営の開始に向けてのご意見（照会事項②：申込前の自己チェックについて）

No.	回答者	ご意見
1	代理店・消費者団体等	とりあえずの安易な申請を回避する為に、事前の自己チェックを申請条件とする事は、理にかなっていると思われる。事務局側でチェックリストひな形の提供は準備頂けるものと期待する。
2	代理店・消費者団体等	事前チェック対応窓口の設置をお願いしたい。
3	代理店・消費者団体等	現行の内容に同意する。 ただ、全代理店に対して公平に運営するためにも、運営要領発表から、せめて3か月間ぐらいの期間を開けて申込受付が望ましいのではないかと。
4	代理店・消費者団体等	業界全体の業務品質の向上の面からも、効率的な評価運営の面からも、是非、採用すべきと考える。
5	代理店・消費者団体等	自己チェックの上審査に臨むフローで問題ないが、その時点で合格角度が低い代理店は諦める可能性が高いと思料する。その時点で本審査までいかに態勢整備に取り組もうとする代理店を増やせるかが重要。 そのためにも、まずは自己チェックしようという代理店の数を増やすために、啓蒙活動やメリットの訴求も必要であるが、自己チェックする代理店の数を補足するために協会からチェックしやすいシート（ガイドブック的なもの）を作成し、それを無償提供するためにエントリー制として代理店名と数を補足するのはどうか。 その上で合格に向けた態勢整備には何が必要でいくら投資があるかを把握させ、合格達成を諦めさせない（翌年以降に延ばさない）サポートが必要ではないかと。 これを生命保険協会のリソースでやるのか、外部に委託するのも検討してみてはどうか。
6	代理店・消費者団体等	自己チェックシートは生命保険協会で作成し、全ての代理店が自己チェックできるようにするのか。 既にチェックシートを作成している代理店もあるので使用を検討してはどうか。

**【別紙1】業務品質評価運営の開始に向けてのご意見（照会事項③：対応可能な代理店数を超過した場合の調査対象の選定について）**

No.	回答者	ご意見
1	代理店・消費者団体等	募集人の多い順という決め方は、カバー率の観点からも妥当な選び方とは考えるものの、代理店は多種多様な営業形態の代理店が存在する事から、例えば特別枠として「訪問営業型」「通販型」「来店受付型」「法人営業型」等、業態枠を設けたり、最低各都道府県に1社は実施するよう選定する等、募集人の数を基本に置きつつ、多様性にも配慮した決め方が妥当ではないか。現実には、どの会社が応募するのか現段階では読めないのも事実であり、選抜方法に関しては、配慮の要素を記載し、事務局側で総合的に判断してもらえれば良いと考える。
2	代理店・消費者団体等	「業務品質の状況やお客さまの接点の多寡から、調査を行う代理店を選定」「2022年3月31日時点での募集人数の多い順に調査を行う代理店を選定」とあるが、消費者から見て選定に漏れた代理店が不利にならないよう、選定を行う理由を明記いただく必要があるのではないかと考える。 各都道府県から最低1社は選定する、その他の観点から選定するなど、いずれにしても選定から漏れた代理店が納得までできなくとも理解できるものである必要はあると考える。 加えて、選定から漏れた代理店における本運営への意欲および期待感の維持等のためにも選定基準を明記いただくことが必要ではないかと考える。
3	代理店・消費者団体等	今年は募集人数の多い順でよいと思う。翌年以降は前年度に評価をもらえなかった再チャレンジ代理店を優先した方が良いのではないかと考える。
4	代理店・消費者団体等	募集人数の多い順に調査を行う代理店を選定することについて、調査側のリソース等を考えた場合、選定基準を決めなければいけないことは理解できる。但し、「お客さまの接点の多寡」を選定要素に含めるのであれば、募集人数に加え生保乗合保険会社数・前年度年間新契約数（申告ベース）等も考慮すべきと考える。
5	代理店・消費者団体等	募集人の多い順に調査を行なう代理店を選定となると、50名以下の小規模代理店はいつ審査対象に該当出来るか。社員50名以上の代理店が1,000以上あり、仮にそのうち20%の代理店が審査を希望した場合は限りなく審査対象には選ばれる可能性が低いと考えるべきか。
6	代理店・消費者団体等	現行の内容に同意する。 ただ、受験待ちまたは落選代理店のリストの公表はあってもいいと考える。
7	代理店・消費者団体等	募集人数の多い順だけの判断だと、調査対象の形態（営業スタイル）が偏る恐れがある。そこで、営業スタイル「来店型」「訪問型」「WEB型」「通販型」毎に募集人数の多い順などを考慮してはどうか。 例：各スタイルでの募集人数上位3社（Aとする）及びA以外の申し込み代理店の募集人数の多い順など・・・
8	代理店・消費者団体等	「募集人数の多い順」も合理的な基準と考えるが、募集人数と募集件数が比例していない例がある場合、「募集件数の多い順」にも同程度の合理性があるのではないかと考える。
9	代理店・消費者団体等	中小代理店も選定される募集人規模に応じた調整が必要と考えるが如何なものか。
10	代理店・消費者団体等	募集人数、乗合保険会社数、拠点数などを指標とし、重要度に応じて係数を設けてはどうか。 例：（募集人数×1）×（乗合保険会社数×0.5）×（拠点数×0.5）
11	代理店・消費者団体等	「全ての代理店が達成することを目指す」とされているのに選定にあたって募集人数の多い順にとされると、永久に規模の小さい地方の代理店に焦点があたらないし、申込みすら出てこなくなるのではないかと考える。せめて「各地域において募集人数の多い順に」に修正いただき、全ての代理店が対象だという認識を持たせる必要があると考える。 また、申込をして選定されなかった代理店については生命保険協会HPIに代理店名を掲載されるなどの対応をしていただきたい。