

代理店業務品質のあり方等に関するスタディーグループ（第2回）議事概要

1. 日時

令和2年7月22日（水） 14：30～16：00

2. 場所

日本交通協会会議室

※新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、当初予定の会議室から変更

3. 出席者

座長

一般社団法人生命保険協会

委員

イオン保険サービス株式会社

株式会社ニュートン・フィナンシャル・コンサルティング

ほけんの窓口グループ株式会社

株式会社保険ステーション

株式会社カカコム・インシュアランス

株式会社ソニックジャパン

株式会社グライブ

F I C パートナーズ株式会社

ファイナンシャルアライアンス株式会社

エフピーサポート株式会社

株式会社アイリックコーポレーション

株式会社アドバンスクリエイト

R & C 株式会社

[保険代理店 13 社]

一般社団法人保険乗合代理店協会

一般社団法人保険健全化推進機構 結心会

公益社団法人全国消費生活相談員協会

[社団法人 3 団体]

生命保険協会会員会社

[生命保険会社 39 社]

オブザーバー

アンダーソン・毛利・友常法律事務所(生命保険協会顧問弁護士)

金融庁

(イロハ順)

4. 議題

- (1) 今後の進め方
- (2) 既存の業務品質項目についての代理店や消費者団体の意見確認

5. 配布資料

- (資料1) [今後の進め方について](#)
- (資料2) [生命保険会社検討・業務品質項目 \(案\)](#)
- (資料3) [現状認識について \(概要\)](#)
- (資料4) [現状認識について \(具体項目\)](#)

6. 議事等 (○座長、●代理店 (代理店団体、消費者団体) 委員、■生命保険会社委員)

(1) 今後の進め方の確認

(座長から資料1・2の内容に沿って確認)

(委員からの発言なし)

(2) 既存の業務品質項目についての代理店や消費者団体の意見確認

(座長から資料3・4の内容に沿って確認)

- ペーパーレスは業務品質というよりは生命保険会社の事務効率化を評価しているものではないかと考える。乗合代理店ではお客様が複数の生命保険会社に同時加入する場合があります、その際にはペーパーレスの方が煩雑な手続きになる。実際にあった事例だが、小さいお子様を連れてご家族にペーパーレスの手続きに時間がかかったために、途中で加入を取りやめられたことがあった。お客様本位とは言えない面があるのではないかと思います。
- ペーパーレスを進めることは、不備が少なくなったり、成立が早くなったり、事前の引受査定が可能になる等、お客様にとってプラスの面はあると考える。一方でペーパーレスの活用で負担となる面もあることも事実だと思う。したがって、ペーパーレス活用の利便性をお客様に感じてもらう工夫をしているかどうかという点について、評価してはどうかと思う。
- ペーパーレスについて、高齢者の方や障害のある方等を含め、パソコンの操作が難しいケースも想定されるので、その点を考慮した項目の設定が必要かと思う。
- ペーパーレスについて、早期成立等、メリットはあると思うが、複数加入時等、

煩雑な面があるので、よりお客様に利便性を感じてもらえるような環境整備を進めてもらいたい。

- 共通している業務品質評価項目が少ないため、生命保険会社・代理店が目指すべき方向性にブレが生じる懸念があると思っている。ブレをなくすためには、代理店の全業態で共通する項目や業態別の項目を設定する等、新しい取組をするべきではないかと考えている。中長期的な業界全体の業務品質の発展のためには、リソースやシステム開発等の負荷をかけても実施すべきことだと考えている。
- 継続率について、生命保険各社で概念が異なるので揃えていただきたいと思う。一方で、FD宣言の策定については、各社の特徴や各社の考えがある領域なので、あまり揃えすぎるべきではないと思う。代理店の規模によっても異なると思うので、慎重に検討する必要があると思う。
- 業務品質評価項目が生命保険各社で異なるため、生命保険各社が定めたそれぞれの指標を全て包括する形で代理店の募集人に対する教育や評価制度の構築を自社で行わざるを得ない状況である。そのため乗り合っている生命保険会社が多いほど対応負荷が高く、また募集人にとっても複雑になってしまっている。業務品質評価項目について、各生命保険会社間の考えが一致すると、代理店の負荷感や募集人が感じる複雑さが解消されるのではないかと。
- 生命保険各社で業務品質を評価する項目が異なるため、管理負荷や仕事量が膨大になっている。また、評価項目のデータ提供タイミングや連携される仕様も異なるのが実情。難しいかもしれないが、生命保険各社で揃えていただくと仕事が進めやすい。
- 資料3の1ページに記載の通り生命保険会社1社のみ導入している業務品質評価項目が33項目もあり、この状況は改善しなければならないと思う。このスタディーグループでは「お客様から選ばれる代理店になるためにどうするのか」ということを根本として考えるべきだと思うので、何故この業務品質評価項目が必要なのかを、お客様にもわかるようにするべきだと思う。従って、わかりやすさの観点からも、共通項目を増やすことで現在よりも評価項目数を絞り、そこに生命保険会社が各社で個別に設定する項目をいくつか追加するといった方式が良いように思う。
- 生命保険会社毎で評価項目や報告・提出方法が異なり、その対応のために時間をとられ、お客様とのコミュニケーションの時間が少なくなっていると感じている。業務品質向上のために様々な項目・取組をやらないといけないと思うが、効率化や運営のしやすさといった観点で検討することも必要だと考える。

- 近年は高齢のお客様も増えている。高齢のお客様は、ペーパーレスだと契約した実感がないとおっしゃる方もいる。また、募集人も高齢となっており、その面でもペーパーレス活用が難しいことがある。
- 代理店としてもデジタル化は大いに賛成であり進めていかなければならないと考えている。ただし、例えば、ペーパーレス化であれば、高齢者やパソコンの操作が不慣れな方が一部いらっしゃるのも事実である。したがって各項目の求める水準をどこに置くのかがポイントだと思う。何が正しい答えなのか非常に難しいとは認識しているが、改めて検討する必要があるのではないかと思う。
- 生命保険各社の業務品質評価項目、基準・査定期間等が異なるため、募集人への教育・指導・管理が非常に難しいと感じている。
- お客様が抱えている不安や将来のご希望を丁寧にお聞きすることや、信頼いただける接客態度等、当たり前前のことを当たり前前に実施しないと、お客様に安心・安全を提供できないのではないかと思っている。こうした「顧客対応」以前のお客さまを理解するという募集人のマインドとスキルの両方について、代理店がどのように教育・管理・指導を行っているかを評価する、何らかの指標があっても良いのではないかと思う。お客様に信頼いただけるような対応こそが、お客様が求めている代理店のあり方なのではないかと考えている。
- 業務品質評価項目は募集人にとってわかりやすく具体的にイメージできる項目であることが重要だと考える。評価項目が形式的にならず、日々の実践を通じて募集人自身の適切な行動に結び付くようになることが望ましいと考える。
- ガバナンス・個人情報保護については当然できていなければならない事項だと思うが、報道等されている通り世の中の大企業でも様々な問題が生じている現状を思えば、意識を常に持つという観点から、業務品質評価項目の中にあっただほうが良いかと思う。
- お客様が商品選択するために、生命保険会社が提供する多数の商品からお客様目線で商品を選ぶ支援をするのが、代理店の役割だと考えている。たとえ生命保険会社の利益に反する場合があっても、生命保険会社ではなく顧客の目線に立って業務品質評価項目を検討する必要があると思う。
- 乗合生命保険会社数や拠点数のみを評価対象としていることには違和感がある。重要なことは乗合生命保険会社数や募集人数を増やしたことに對して、きちんと管理する体制

ができていのかどうかであり、その体制整備状況を評価の対象にすべきではないかと思っている。代理店の内部監査の内容の策定プロセスやその実施状況、またお客様の声が募集人数の多寡を問わず、経営ラインも含めた代理店社内へのフィードバックがどのようになっているのか等が、評価できるような項目であるべきだと思う。

- 自保険会社のマイページ（契約者専用Webサイト）に登録したお客様の数を評価項目としている生命保険会社がある。しかし、マイページ等の仕組みは本来強要するものではなくお客様にとって利便性の高いものが自然と活用されていくものだと思う。お客様が使いたいと思うべきものを作り上げていくことが肝要。また、お客様が複数の生命保険会社とご契約されていることもよくあるが、生命保険会社によってマイページの有無にばらつきがあり、これもお客様へのマイページの登録勧奨の妨げになる。
- 評価項目として、顧客が代理店に期待しているものという観点では合致しているものの、評価の方法について課題があるのではないかという項目がある。例えば、個人情報の管理について、マニュアルの有無や、体制が整備されているかどうかということが現在は評価の焦点になっている。そこからもう少し踏み込んで、どのように管理しているのかや、具体的な工夫等で代理店を評価する仕組みがあつたら良いのではないかと考える。FD方針の策定についても同様で、策定することに焦点を当てるのではなく、KPIを設定し、それをどのように向上・改善させているのかについても評価できれば良いと思う。定量的には評価しづらいとは思いますが、生命保険会社各社の目で定性的な評価をしていただければ良いと思う。
- お客様本位の業務運営の推進に向けた共通事項としてFD宣言があり、お客様に取組を宣言した上で、それをいかに実行し、KPIを向上・改善させるかということが重要だと考えている。このことと業務品質を高めることが乖離してはいけないと思う。この前提において、お客様目線で設定したKPI項目が、たとえばペーパーレス化率や自社システム活用率であった場合、お客様の納得感は得られないのではないかとと思われる。こうした視点で検討を進めていくことで、業務品質としてふさわしい評価項目の答えは割と絞られてくるのではないかと考えている。また、FD宣言は代理店各社が決めていくものではあると思うが、お客様の満足度向上や資格等、生命保険業界として一定程度共通したFD宣言の内容に基づき、代理店が評価されるような方向性が良いのではないかとと思う。
- 本日は、既存の業務品質評価項目について具体的な課題点・ご指摘をいただいた。様々なご意見に共通していることとして「お客様が代理店に対して期待するもの」という観点から見てどうか、という点で再考すべきということであったと感じた。

- また、具体的な項目改善に向けて貴重なご提案をいただいたと認識している。参考とさせていただき、業務品質のあり方についての調査・研究を進めていく。

- なお、第1回のスタディーグループについて、ホームページを通じた意見が1件あったが、スタディーグループでは議論の対象外となる意見だった。引き続き、協会ホームページで一般消費者も含めて意見募集することに加え、スタディーグループに参加していない代理店からも意見を収集する機会を設ける予定としている。いただいた意見についてはスタディーグループの場で共有させていただく。

以上