

【資料2】業務品質評価項目（代理店等委員意見反映版）に対するご意見（項目・視点について）

No.	項目区分	項目No.	項目	評価の視点	ご意見区分	ご意見詳細
1	顧客対応	1	お客さまニーズに合致した提案の実施に向けた募集に関する体制整備	配慮が必要な方への募集対応	(視点)追加	「配慮が必要な方への募集対応」については、募集人教育の観点で重要であることはもちろんであるが、本来的には代理店の態勢整備項目であるため、修正案No1内にも追加することが望ましいと考える。
2	顧客対応	1	お客さまニーズに合致した提案の実施に向けた募集に関する体制整備	早期消滅率	概念精緻化が必要	各社データにより評価する項目は、今後各社で統一する必要があるのか、更なる議論が必要と考える。
3	顧客対応	1・2	お客さまニーズに合致した提案の実施に向けた募集に関する体制整備・募集人教育	自己・特定契約および構成員ルール	区分変更	「No1」「No.2」よりも、「No3.コーポレートガバナンス」内に含まれるほうが適切かと考える。（法令・ルール等の最低限の取り組みであり、各社の代理店検査・点検での評価・管理・指導に委ねることが望ましいと考えられるため。）
4	ガバナンス	6	従業員管理	従業員満足度向上に向けた取組み	削除	顧客本位の業務運営の推進とは、直接的につながらないのではないかと考える。
5	アフターフォロー	13	継続率	適切な水準の確保	従来概念での評価	継続率を「代理店毎の顧客の継続加入状況」で確認するもの（保険会社乗換の場合は継続と判定）としているが、この場合、代理店報酬の乗換戻入が発生しないため、顧客本位でない不適切な乗換を助長する懸念が否定しきれないこと、保険会社個社による適正なデータ取得が困難であること等の課題がある。趣旨は理解できるものの、継続率については、従来どおり保険会社乗換は継続と判定しないものに変更することが望ましいと考える。
6	アフターフォロー	13	継続率	適切な水準の確保	従来概念での評価	現状の整理においては、「評価項目（案）」よりも「評価の視点（案）」に組み込みするほうが望ましいと考える。 継続率について概念や定義について各社間で異なることは認識しているものの、当該指標は、保険会社の提供している商品を募集人が新契約時に正しく説明し、お客様に十分にご理解いただいたうえで加入いただいているか、継続的なアフターフォローを実施できているか等を契約単位で定量的に図る指標として有用であると考えます。
7	アフターフォロー	13	継続率	適切な水準の確保	従来概念での評価	各保険会社が長期契約をベースにした経営を行っていることを踏まえると、お客様の保険料負担の公平性に課題が生じるのではないかと考える。
8	アフターフォロー	13	継続率	適切な水準の確保	概念の精緻化が必要	「代理店毎の顧客の継続加入状況（e x . 保険会社乗り換えの場合は継続と判定）が捕捉可能である場合に」について、 ・代理店毎に継続率を捕捉可能な仕組みについて、具体的なイメージがあれば、ご教示いただきたい。 ・「e x . 保険会社乗り換えの場合は継続と判定」につきましては、短期間や繰り返しの乗り換えの場合も含まれる可能性があることから、お客さま保護の観点もふまえた定義も必要と考える。
9	アフターフォロー	13	継続率	適切な水準の確保	概念の精緻化が必要	継続率の評価の視点として、「適切な水準の確保」と記載いただいている。定性的、定量的の両面からの評価が考えられますが、定量的な評価とする場合は、具体的な数値基準を設定したほうが良いと考える。また、保険会社が変わった場合は「継続」と判断するご提案となっておりますが、顧客本位でない不適切な乗換（引受保険会社変更）をどのように排除するか等の課題を検討する必要がありますと考える。
10	アフターフォロー	13	継続率	適切な水準の確保	概念の精緻化が必要	各社データにより評価する項目は、今後各社で統一する必要があるのか、更なる議論が必要と考える。合わせて、継続率は各保険会社によって異なることになると思うが、同じ代理店でありながら保険会社ごとに評価が相違することになることについて、更なる検討が必要と考える。
11	-	-	ペーパーレス率		(項目)追加	ペーパーレス申込は、申込時の不備減少・保険契約の早期成立等に資する取り組みであり、代理店の顧客利便性向上に対する取り組みを評価する項目として加えるべきと考える。
12	-	-	ペーパーレス率		(項目)追加	ペーパーレス手続きにより、「お客様に『ご契約にあたって大切なこと』を漏れなくご理解・ご確認頂くことや、お客様の正しい意向確認が出来る品質向上の仕組みを推進していること」を評価する。 不備が少ない、事前査定が可能というお客様メリットに加え、取組によって、顧客本位の業務運営の推進に資するものとする。また、環境保護や地球温暖化といった社会的な要請に対しても、保険業界全体として応えていく必要があるのではないかと考える。
13	-	-	ペーパーレス率		(項目)追加	当社ビジネスモデルとして、ローコストオペレーションを実現しつつ、顧客利便性の向上（不備の減少、成立までの日数の短期化）をいかに図るかが根幹に置かれているので、選択項目として追加を検討いただきたい。 (Ex.ペーパーレス申込率（50%以上など）例えば会社が指定する商品のみでも可。)
14	-	-	ペーパーレス率		(項目)追加	ペーパーレス率について、新型コロナウィルス感染拡大を機に、非対面募集については、保険業界としても伸展させていくことが必要と考える。ペーパーレス手続きは、非対面募集における重要な募集プロセスであり、上記観点での整理（存置か削除か）も必要かと考える。
15	-	-	ペーパーレス率		(項目)追加	ペーパーレス手続きは複数申込時にメリットを感じられないケースがある等の理由から削除とされているが、手続完了後の不備対応等も勘案すれば、紙による手続きよりも顧客の利便性は総じて高いと考えられる。顧客の満足度向上に寄与するものであること、保険業務のデジタル化という時代の要請を踏まえれば、この時点で削除が適切か検討する余地があるのではないかと考える。
16	-	-	ペーパーレス率		(項目)追加	ペーパーレス率について、ペーパーレス手続きによるお客さまメリットと現状の課題が示されている。それに関連し、業務品質評価の観点から「お客さまの属性やニーズに合致した申込手続き等を適切な方法を選別しお客さまに提供・実施されているか」は、顧客対応における「評価の視点」として適合するものとする。よって、このお客さまメリットにつながる評価の視点について、その必要性を含め検討・整理されることが望ましいと考える。
17	-	-	電子的な申込手続きに関する態勢の整備		(項目)追加	評価案：『お客さまのご意向に応じて、電子的な申込ができる体制や募集人教育が実施され、適切に対応できる態勢が準備されていること。』 「ペーパーレス率」について、現状は制度的な制約からすべてのお客さまが利便性を感じられる環境下でない状況（複数申し込み時等）にあることから、今回のご提案から除外されたことと承知している。一方、ペーパーレス手続きによるお客さまメリット（不備が少ない、事前査定が可能等）があることも、ご理解いただいている認識である。したがって、お客さまのペーパーレス手続き（電子的な申込手続き）のご意向、ニーズに応えられる体制（手続きに必要な機器、募集人教育の実施等）が準備されているか、否かといった観点を評価基準に加えていただくことを、改めてご検討いただきたい。
18	-	-	保有純増		(項目)追加	新契約（販売件数、年換算保険料）のボリュームによってランクを設けることは適切とは思わないが、新契約獲得と保有契約のアフターフォローがバランスよく行われることが当社にとっての理想の代理店像と考えるため、保有純増（件数、年換算保険料等）による評価基準を設定を検討いただきたい。

【資料2】業務品質評価項目（代理店等委員意見反映版）に対するご意見（評価基準・評価方法について等、その他のご意見）

NO.	ご意見
1	業務品質評価項目（代理店等委員意見反映版）における「評価項目」「評価の視点」全般について必要項目が網羅されていると感じ、現時点では妥当と考えている。諸項目において今後検討される中で適切な評価基準が設定できない場合は、当該項目を評価項目から外すことも検討される可能性があると思うので、現時点においては、「評価項目」「評価の視点」を幅広く捉えることが良いと考えている。
2	「評価項目」「評価の視点」に基づく評価をするための代理店情報が自己申告に基づく場合においては、自己評価の妥当性をどのように検証するかについて更なる検討が必要と思われる。
3	「評価基準」に基づく具体的な評価の算出方法（例えば、合計で80点だからAにする等）についても、共通化する等については、更なる検討が必要と思われる。
4	「お客さまニーズに合致した提案の実施に向けた募集に関する態勢整備」の項目において、評価基準の一つに不当な乗換契約に関する基準を入れてはどうか。（乗換時の不利益事項説明を徹底し、募集人都合の乗換を誘導していないか等）
5	「重大事故等への対応」の項目における評価基準の「代理店賠償責任保険に加入する」取り組みが、よりお客様の期待に応える取り組みとして適しているか等、更なる検討が必要と思う。
6	「法令上必要な業務運営の実施にかかる項目」や「全ての代理店が当然実施すべき項目（募集代理店共通自己点検表と類似する項目）」については、これらは業務品質が高い代理店の前提条件となるものであると考えられるため、仮に評価の視点（案）・評価基準として設定する場合には、基本達成基準もしくは減点評価的要素として活用する等が望ましいと考えられる。ただし共通自己点検項目と類似する項目の中でも、代理店毎の個別取り組み状況の深度を適切な形で定性的に評価することができる場合には、加点点評価として活用する等の検討が可能であると考えられるため、今後、評価基準の検討を進める際にはこれらの項目が顧客本位の業務運営に取り組んでいることを反映・評価できる内容であるかの視点が重要であると考えられる。
7	評価項目の設定や評価基準の今後の検討においては、代理店の規模や属性の違いを配慮したうえで公平・公正な評価となることを考慮した検討が必要であると認識している。一方で規模や属性によって、業務品質項目や基準が異なる場合においては、それによりお客さまが代理店に期待するものとのギャップが生じないか等の観点も重要であり、業務品質項目の位置付けや各代理店への導入時における影響を慎重に検討する必要がある。
8	当社は委託先代理店を公平・公正に評価することに配慮し、定性的な項目を一部導入しつつ、定量化が可能かという視点で業務品質項目の設定および評価を実施している。現状で整理されている評価項目（案）や評価の視点（案）の考え方のものを否定するわけではないが、定性的な判断が必要とならう項目については、実務運用上で適切な定性評価が可能か否か、それによる保険会社・代理店双方の評価への納得性、各種事務負担への影響等の視点については、特に重視して検討が実施されるべきである。
9	ペーパーレス率については、複数社同時申込時や機械操作に慣れないお客様等の対応時において課題があることは承知しているが、一方で当該項目を評価項目と設定することにより各代理店においてデジタル活用を意識いただいたことが、募集活動のデジタル化を推進する一要因となったことは事実であると認識している。ペーパーレス率に限らず、環境変化や時代の要請にあわせて各代理店の顧客本位の業務運営の取り組みを前に進めることに寄与すると考えられる項目については、適宜、業務品質項目に追加、もしくは評価項目・基準の見直しをする等、保険会社・代理店双方が柔軟に対応するスタンスが肝要であると考えられる。
10	<p>「評価項目」並びに「評価の視点」については、現時点において削除・概念変更の要請はございませんが、以下の点が考慮される必要があると考える。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 評価項目の選定について：各社の課題認識に応じた、各社の創意工夫や自主的な取り組みを許すものとなっているか 2) 評価の前提となるデータについて：評価の前提となるデータは、代理店や保険会社が簡易かつ継続的に取得可能なものとなっているか 3) 代理店の規模や属性の違いについて：評価は、代理店の規模や属性の違いにより、有利・不利が生じることがないものとなるよう、公平な視点となっているか
11	評価基準・判定方法、代理店の規模・属性の違い、業務品質評価の運用・徹底という、評価項目の拘束性や活用方法が定まっていない中で議論をしていることから、実運用を検討する段階において委員（代理店や保険会社）の想定と異なることや、実態にそぐわない場合は、評価項目・評価の視点について見直しの必要性が生じるのではないかと考える。
12	契約者の意向把握状況などの定性項目の評価手法、協会としての評価の活用方法、代理店への適用範囲、今後のスケジュール等について、イメージがあればご教示いただきたい。
13	現在検討している評価項目、評価基準について、活用方法によって変更等が生じる可能性があるとの認識でよいか。
14	これから議論される事項と思うが、現在挙がっている評価項目について、「どのように評価するか」「評価した結果をどのように反映するか」「導入スケジュールはどのようになるか」など、実際の運用に関しては、リソース等の問題もあるので、ご相談いただきたい。
15	業務品質評価（項目・基準等）について、最終的に確定したのち、実際に運用開始するにあたっては各社におけるシステム対応にかかる期間が一定程度必要になる（と考えられる）点を許容いただきたい。
16	評価基準については、顧客本位の業務運営に資する、目指す代理店像を各保険会社が定めており、各社が判断すべきものとする。独占禁止法に抵触しないとも言い切れないため、慎重な検討が必要であり、本案は、代理店さんの規模・特性によっては、品質評価項目として馴染まないものもあるため、「規模の大きい特定保険募集人」のような代理店を対象とすべきではないかと考える。
17	コーポレートガバナンスに関する態勢整備を評価する1項目として、「ディスクロージャー資料の代理店内備え置きを行っているか」を評価基準イメージとして記載いただいている。ディスクロージャー資料は、お客さまからのご要望に応じて、いつでも閲覧できる状況にあることが、代理店に求められていると考える。また、今後は、ディスクロージャー資料の媒体も、紙面・冊子のみならず、電子ファイルでの保管が増えいていくと考える。上記のことから、評価基準のイメージを「ディスクロージャー資料を代理店において、いつでも顧客要望に応じて、閲覧、提示できる態勢が整備されているか」に変更してはどうか。
18	「ガバナンスに関する体制整備・業務運営」項目における「業務継続計画(BCP)の策定」「従業員への経営方針・企業理念等の周知徹底」「企業としての健全性」について、評価の視点として導入することに異存はないが、代理店の規模（大規模・小規模）や属性（専業・兼業）によって評価上の有利・不利が生じることのないような対応が必要と史料。今後の評価基準や代理店の規模・属性の違いについての議論において、検討を深める必要があると考える。
19	「お客さまニーズに合致した提案の実施に向けた募集に関する体制整備」項目における「勧誘方針・顧客本位の業務運営に係る方針」や、ガバナンス全般の評価基準について、規模の大きい代理店をイメージした評価基準のように見受けられる。中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
20	<p>自社も代理店も、インターネットを介した販売を中心に展開しているため、人を介在させるオペレーションを極力少なくすることを前提としたビジネスモデルとなっている。今回ご提示いただいた60を越える項目のうち、対面募集および人が介在することを前提とする項目も数多くみられるため、当社の代理店すべてに一律な項目で評価を実施するのは困難なケースが多いと史料。以下の対応が可能となるようご検討いただきたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回のSGの議論により共通化された項目の中から、保険会社が自社のビジネスモデルに最適なものを選ぶ方式にしたいこと。（自由に選択できる方式が望ましい） ・明らかに販売チャネルによって違うものを区分していただくこと。（自由選択方式が難しい場合） <p>ー例えば、ショップを中心とする代理店のみを該当とする評価項目、訪問販売を中心とする代理店のみを該当とする評価項目、インターネットを中心とする代理店のみを該当とする評価項目、など。</p>
21	態勢を評価する項目が多いこと等から、評価実務の適切な運用ができるかという不安がある。評価基準は可能な限り定量化できることが望ましく、今後の議論で解消していけるとよいと考える。
22	今後、具体的に検討されると思うが、すべての代理店への適用を前提とした場合、評価基準や評価方法は統一的で妥当性のある内容が求められるものと認識している。そのうえで、代理店の規模や業態などを十分に考慮し、実現性や事務負担等の観点も含め、評価基準や評価方法の検討を進めていくことが肝要であると考えられる。