

乗合代理店における 業務品質評価運営について

1. 目的及び概要	P. 2
2. 実施時期	P. 3
3. 対象代理店	P. 4
(1) 対象代理店	
(2) 選定方法	
4. 活動内容	P. 7
(1) 代理店に対する調査	
(2) 評価付け	
(3) 公表	
(4) 保険会社への連携	
5. 評価基準	P. 13
6. 今後の取り組み	P. 14
(1) P D C Aサイクル	
(2) その他、業務品質向上に向けた取り組み	

業務品質評価運営について

1. 目的及び概要

【目的】

ア.代理店の業務品質について、実態も含めた消費者目線の評価を行うことで、

代理店の業務品質向上を図ること

イ.代理店の業務品質評価を公表することで、**消費者**が代理店を選択するにあたって

有用となる情報を提供すること

ウ.共通の業務品質評価基準に基づく業務品質評価を生命保険会社各社が共有することで、

各社が行う業務品質評価について高度化・効率化を図ること

【概要】

生命保険会社



各社に結果を共有

生保協会



代理店を選択するにあたって
有用な情報を提供

消費者

生命保険代理店



生命保険代理店
を対象

- 1 評価基準の策定
- 2 訪問による実態調査と、
結果の公表

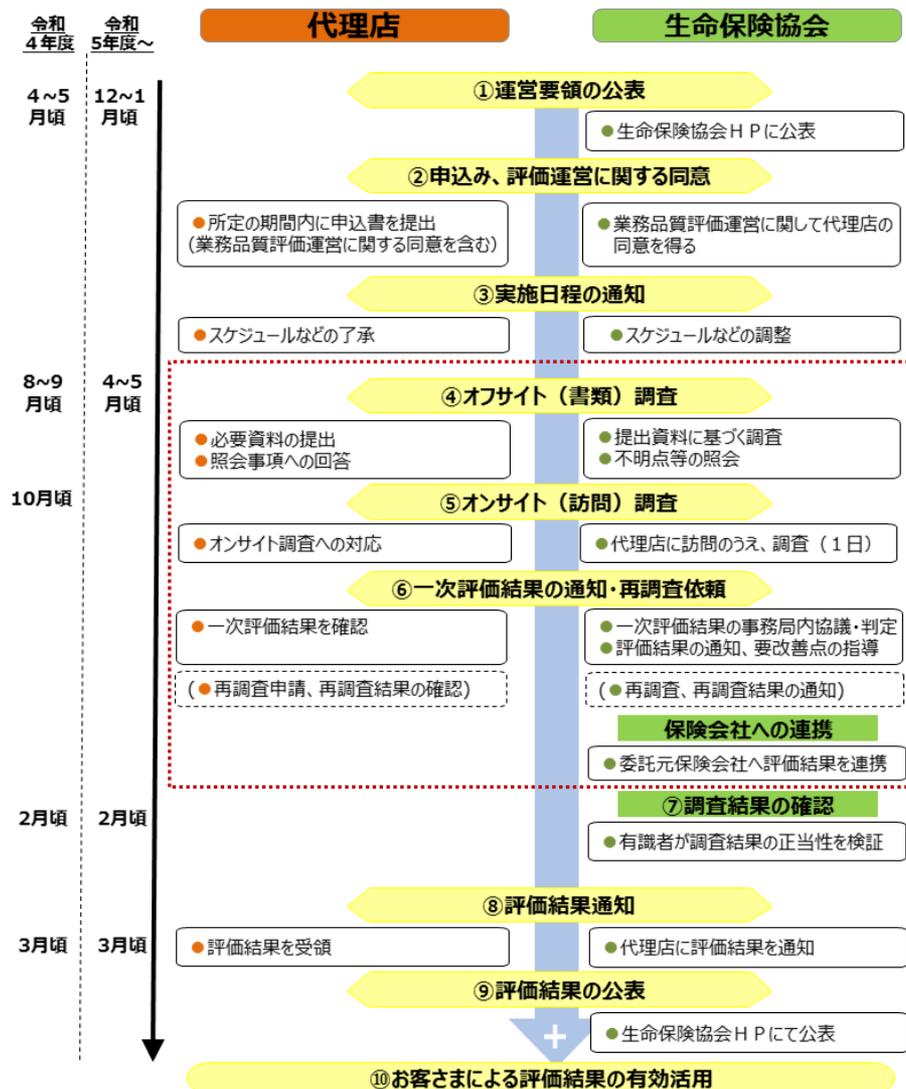
業務品質評価運営について

2. 実施時期

- ✓ 令和4年度より開始する。
(訪問による実態調査の開始時期は令和4年度下期以降を予定。)
- ✓ 原則、毎年1回、右記「調査申込みから結果公表までの標準的なフロー」に沿って、運営を行う。

■ 標準的な運営のフロー案

※状況に応じて、時期が多少前後することも想定されます。



3. 対象代理店

(1) 対象代理店

- ✓ 対象代理店は、生保乗合代理店のうち、本運営を希望する代理店とする。
- ✓ 但し、個人代理店、金融機関代理店、金融機関関係代理店、日本郵政グループは、規模や特性が大きく異なるため評価対象外とする。
- ✓ 調査の対象は、年間150社～200社とする。なお、運営初年度については、下期から運営を開始となり、調査期間が短くなるため年間100社が上限となる。

(2) 選定方法

- ✓ 生保協会HP等を通じ、原則、年1回、本運営参加のための申込機会を設け、希望する代理店は、申込を行う。
- ✓ 申込み代理店が200社を超えた場合、業務品質や顧客接点の多寡などの観点からスクリーニングを行い、調査の対象を決定する。この場合、その旨を、生保協会HPに公表する。
- ✓ なお、本運営の申し込みにあたっては、代理店に対し30万円の負担を求める。

3. 対象代理店

<考え方>

- ・代理店業務品質 S G では「中小代理店も含め、可能な限り多くの代理店を対象にするべき。」といった意見や「リソースの関係もあるので、大規模代理店を中心に進め、徐々に対象代理店の拡大を検討してはどうか。」といった意見があった。
- ・上記意見を踏まえ、中小代理店であっても、生保乗合代理店であれば、本運営を希望できることとする。もっとも、調査対象数に関しては、リソース（年間150～200社程度）との関係があるため、本運営を希望する代理店がリソースを大きく超えた場合、業務品質や顧客接点の多寡などの観点からスクリーニングを行う（具体的には、業務品質に係る自己チェックを求め、当該チェックの状況や募集人数などを考慮し選定することを検討。）。
- ・なお、金融機関代理店のように規模や特性が大きく異なる生保代理店については、対象外とする（生保乗合代理店のうち、個人代理店、金融機関代理店、金融機関関係代理店、日本郵政グループを除いた数は、1.6万社程度）。
- ・また、代理店業務品質 S G では、「対象外となった代理店が不利益を被らないようにする必要がある」との意見もあった。
- ・上記意見を踏まえ、調査対象の絞り込みを行う場合は、その旨を生保協会 H P に合わせて表示することとする。

<代理店業務品質 S G での主な意見>

- ・国内にある保険代理店全ては困難であったとしても、可能な限り多くの代理店を対象とすべき。例えば、代理店の規模に応じて評価基準や調査の方法について、大規模および申出があった代理店はオフサイト調査+オンサイト調査、その他一定の規模の代理店に関してはオフサイト調査とするなど、検討が必要。
- ・大規模代理店を先行的に進めていくことは理解するが、大規模以外の代理店も参画できるようにすべき。
- ・希望した代理店のリストなど、代理店が消費者から「なぜ評価を受けないのか」と質問された際に、「参加の意向を示しており順番待ちである」などと答えられる環境であると、より公平ではないか。
- ・対象外となった代理店やエントリーしない代理店が、募集活動上で不利益を被ることのないよう注意を払う必要がある。

業務品質評価運営について

(参考) ニーズ調査結果

※総回答：233（乗合代理店のみカウント）

	回答数	代理店業務品質評価運営への興味・関心								「30万円～」の費用負担の是非について					
		大いに興味あり		やや興味あり		あまり興味がない		全く興味がない		賛成		反対		その他	
		数	占率	数	占率	数	占率	数	占率	数	占率	数	占率	数	占率
募集人数100名以上	39	29	74.4%	10	25.6%	0	0.0%	0	0.0%	16	41.0%	4	10.3%	19	48.7%
乗合10社以上	36	26	72.2%	10	27.8%	0	0.0%	0	0.0%	15	41.7%	3	8.3%	18	50.0%
乗合10社未満	3	3	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%
募集人数50名以上	18	9	50.0%	7	38.9%	1	5.6%	1	5.6%	7	38.9%	4	22.2%	7	38.9%
乗合10社以上	14	8	57.1%	5	35.7%	0	0.0%	1	7.1%	7	50.0%	1	7.1%	6	42.9%
乗合10社未満	4	1	25.0%	2	50.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	75.0%	1	25.0%
募集人数10名以上	67	21	31.3%	35	52.2%	10	14.9%	1	1.5%	16	23.9%	28	41.8%	23	34.3%
乗合10社以上	48	19	39.6%	25	52.1%	4	8.3%	0	0.0%	11	22.9%	17	35.4%	20	41.7%
乗合10社未満	19	2	10.5%	10	52.6%	6	31.6%	1	5.3%	5	26.3%	11	57.9%	3	15.8%
募集人数10名未満	109	21	19.3%	51	46.8%	32	29.4%	5	4.6%	21	19.3%	69	63.3%	19	17.4%
乗合10社以上	30	6	20.0%	15	50.0%	9	30.0%	0	0.0%	7	23.3%	18	60.0%	5	16.7%
乗合10社未満	79	15	19.0%	36	45.6%	23	29.1%	5	6.3%	14	17.7%	51	64.6%	14	17.7%
合計	233	80	34.3%	103	44.2%	43	18.5%	7	3.0%	60	25.8%	105	45.1%	68	29.2%

※総回答233のうち、「大いに興味あり」「やや興味あり」の代理店は、183（78.5%）。
とりわけ、大規模代理店の興味が高く、「大いに興味あり」の代理店が29（74.4%）に及び、「あまり興味がない」「全く興味がない」との回答はゼロ。

4. 活動内容

(1) 代理店に対する調査

- ✓ オフサイト（書面）調査を行ったうえで、オンサイト（訪問）調査を実施する。
- ✓ 調査を行うにあたっては、予め評価運営に係る同意を求める。
- ✓ 調査後、一次評価結果を通知し、不服がある代理店は再調査を依頼することができる。

4. 活動内容

(2) 評価付け

- ✓ 本運営では、各項目の達成状況や代理店の取組について評価を行う。
- ✓ 評価付けについて、運営開始から当面は、①「基本項目」全てを達成している代理店と②「基本項目」に未達がある代理店の2段階で区分し、①に対し行う。公表の際には、評価付けと合わせて各項目の達成状況や代理店の取り組みを記載する。
- ✓ 将来的には、「応用項目」の達成状況等を踏まえながら、複数段階の評価付けを検討する。

<考え方>

- ・代理店業務品質SGでは「基本項目」全てを達成していることを条件とすることについて、「代理店の規模等によっては、全項目の達成を求めることが困難ではないか」との意見もあったが、これまで議論してきた「基本項目」の重要性や、本運営を希望する代理店は業務品質向上に向けた取組が一定進んでいることを考慮し、本運営を希望する代理店に対しては、「基本項目」全て達成することを求めることとする。
- ・複数段階の評価付けは、本運営を開始し、代理店に対する調査の精度を上げたうえで、改めて検討を行う。

<代理店業務品質SGでの主な意見>

- ・顧客目線で考えた場合、基本項目については、少数であれば達成できていなくとも問題ないと評価することは困難。
- ・評価付けについて、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な対応が必要。
- ・業務品質評価基準は、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ことが重要。
- ・2段階区分では、評価付けが形式的なものにとどまり、業務品質が向上しない可能性がある。
- ・2段階区分では、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。

4. 活動内容

(3) 公表

- ✓ 生保協会のホームページでは、評価付けの結果、①「基本項目」全てを達成している代理店を公表し、②「基本項目」に未達がある代理店は公表を行わない。
- ✓ なお、公表にあたっては、消費者に有用な情報となるよう代理店の取組などを記載し、合わせて、消費者に誤解を与えないよう以下の点に留意し、補足する。
 - ① 個別の従業員の接客や店舗でのサービス内容、財務の健全性を評価するものではないこと
 - ② 公表されていない代理店の業務品質が直ちに低いものではないこと
 - ③ 希望代理店が超過し、全ての代理店に対して調査できない場合はその旨

<考え方>

- ・代理店業務品質 S G では「消費者に対しわかりやすく公表すべき」との意見があった一方、「消費者に誤解を与えないよう公表には注意が必要」との意見があった。
- ・上記意見を踏まえ、代理店名等の公表にあたっては、消費者が代理店を選択するにあたって有用となる情報をわかりやすく表示するとともに、消費者に誤解を与えないための留意事項を合わせて、表示することとする。

<代理店業務品質 S G での主な意見>

- ・顧客本位の業務運営としてお客様にとってあるべき姿を追求した形として、今回の評価付けの公表がある。お客様にとってわかりやすい表現となるよう工夫が必要。
- ・「顧客にとって分かりやすく、有益な内容であること」、「評価対象となっていない代理店との公平性の観点」については、十分に議論すべきである。
- ・業務品質評価運営を希望したが評価を受けられない代理店への配慮が必要である。
- ・どのような項目がどの程度充足できているかなどを示すことに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。

業務品質評価運営について

(参考) 公表イメージ

代理店名

ABCライフコンサル

代表者 : 代理店 太郎

本社住所 : 東京都千代田区丸の内●-●-●ABCビル3階

電話番号 : 03-●●●●-●●●●

要素	業務品質評価項目	達成状況
I. 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態勢整備	●●%
	(2)募集人（営業社員）に対する教育	●●%
II. アフターフォロー	(3)アフターフォロー時の顧客対応態勢	●●%
	(4)お客さまの声管理態勢整備	●●%
	(5)顧客・契約情報管理	●●%
III. 個人情報保護	(6)保険契約の継続状況	●●%
	(7)個人情報保護に係る態勢整備・業務運営	●●%
IV. ガバナンス (企業統治)	(8)コーポレートガバナンス（企業統治）に関する態勢整備業務運営	●●%
	(9)コンプライアンス推進態勢	●●%
	(10)不適正事案（含む懸念事項）への対応	●●%
	(11)従業員管理	●●%

1. 代理店の基本情報

- ・首都圏を中心に40店舗を展開している。
- ・取扱生命保険数：25社（202●年●月現在）
- ・保険商品の比較推奨提案においては、比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿った保険契約の選別を行い、保険契約を提案。

・経営理念・方針

- 基本情報を掲載**
- (1) 安心をご提供する暮らしを手助けする
お客さまのライフステージに応じた最適な保険商品をご案内することで、お客さまに安心をご提供し、お客さまやご家族の人生が豊かになるよう手助けをする。
- (2) 思いやりの心を大切に、関わる人に喜びと感動を与える
お客様をはじめ関わる人との心のふれあいを大切にすることで、相手に喜びを与え、関わりを持った人のみならず自分自身も幸せになる。

2. 代理店が特に力を入れている取組み

(代理店から報告いただいた3点について掲載)

- ・従業員に対しビジネスマナー向上に力を入れており、コンプライアンス研修では常にビジネスマナー教育を取り入れている。
- ・お客さまからの声を毎月従業員に周知する機会を設け、周知を徹底している。
代理店から報告いただいた内容を掲載
- ・社内システムを活用し、従業員の意見（新しいアイデアから内部通報まで幅広く）を集める仕組みを構築している。

業務品質評価運営について

(参考) 公表イメージ (生保協会HP)



よくあるご質問

サイトマップ

文字サイズ

標準

拡大

SEARCH



English

協会のご案内

協会の取組み

会員会社の情報

ニュースリリース
統計資料・刊行物

生命保険のご相談
(契約照会制度)

業界共通試験

■ 2022年度代理店業務品質評価結果

2022年度に業務品質の調査を行った乗合法人代理店で、一定水準に達していた乗合法人代理店は次の通りです。

代理店名	総合評価	評価報告レポート	代理店HPのURL
ABCライフコンサルティング	一定の評価項目を充足	評価報告レポート.pdf	https://www.ABC
BCDジャパン	一定の評価項目を充足	評価報告レポート.pdf	https://www.BCD
...

<業務品質評価基準>

- 当調査は、2社以上の保険会社を取り扱っている乗合法人代理店全●●●●社（202●年●月末時点）のうち調査を希望した代理店が対象となっております。（規模や特性が大きく異なるため個人代理店、金融機関代理店、金融機関関係代理店、日本郵政グループは評価対象外としております）
2022年度は、●●●代理店に調査を申込みいただき、●●●代理店について調査を実施しました。その中で、業務品質評価が一定水準に達していると判断した●●●代理店について掲載しております。したがって、全代理店に対して当調査を実施しているわけではなく、また調査を実施した代理店全店の評価結果を掲載しているものでもございません。
- 当評価は202●/●～202●/●の間に、各代理店に対して調査を行った時点の業務品質状況をもって判定しているものである。調査後の取組み等は反映していない点、ご留意願います。
- 消費者・代理店・生命保険会社が参加する代理店業務品質SGでの議論を受け、代理店業務品質審査会にて定めているものでございます。
※代理店全体としての態勢整備状況等を評価しているものであり、個別の従業員の接客の良さや店舗でのサービス内容、財務の健全性について評価したものではありません。
※代理店業務品質SGでの議論や業務品質評価基準の詳細については、生命保険協会ホームページ（URLを記載）をご確認ください。
- 202●年度に評価項目の充足状況を確認したものであり、将来に亘って当該評価結果を保証するものではありません。
- なお、「一定の評価項目を充足」とは、業務品質評価項目のうち必須項目について、●●以上充足していることを確認できたことを指します。

<その他>

- お客さまと掲載代理店との間のトラブルについて、当協会では一切の責任を負いかねます。上記評価結果はあくまで参考情報としてご活用ください。

4. 活動内容

(4) 保険会社への連携

- ✓ 対象代理店の調査結果は、委託元保険会社に連携を行う。
- ✓ また、連携を受け、委託元保険会社は、調査結果を ①個別代理店に対する指導・管理、②業務品質評価の高度化・効率化 の参考として活用する。

5. 評価基準

(1) 評価基準（概要）（詳細は別紙参照）

- ✓ 評価軸に応じた評価基準を複数設定し、幅広い視点で代理店の取組み状況を評価（「顧客対応」「アフターフォロー」「個人情報保護」「ガバナンス」の4つの評価軸を設定し、合計210項目設定）。
- ✓ 評価基準毎に客観的な判定基準と判定に活用する証跡資料を設定。
- ✓ 「基本項目」「応用項目」と項目に評価段階を設け、代理店の取組段階を明確化。

<評価基準策定プロセス>

- ・生保会社・代理店・消費者代表が参加した代理店業務品質S Gにて1年以上の期間をかけて議論を進め、その結果は都度生命保険協会のホームページに公表し、意見公募を実施。
- ・また、代理店業務品質S G委員の所属する代理店の協力を仰ぎ、評価基準が実態を評価しうるもの・消費者の視点から見て公平な基準であることを検証するトライアルを実施。

(2) 評価基準の見直し

- ✓ 今後の法令・指針・協会ガイドライン改正やその時々求められる顧客本位の取組みを反映させるため、毎年、基準の妥当性の確認を行い、必要に応じて見直しを行う。
- ✓ 代理店業務品質検討WGにて、代理店代表・消費者代表・生命保険会社代表にて、業務品質評価基準の内容の妥当性について議論の上、代理店業務品質審査会（仮）にて決定する。

6. 今後の取り組み

(1) PDCAサイクル

- ✓ 本運営については、原則、年1回振り返りを行い、改善に向けて取り組む。
(対象代理店の考え方や代理店に対する調査・評価付けの在り方などを含む。)
- ✓ 振り返りにあたっては、①～⑤の数値等を継続的に注視していく。
 - ① 申込代理店数
 - ② 調査代理店数
 - ③ 再調査依頼数
 - ④ 評価付獲得代理店数
 - ⑤ 評価結果登載HPの閲覧数

(2) その他、業務品質向上に向けた取り組み

- ✓ 本運営に限らず、代理店全体の業務品質向上に向けた取り組みとして、本運営を踏まえた「募集代理店共通自己点検表」の改訂を検討する。
- ✓ また、生保各社は本運営を各社の業務品質評価の高度化・効率化の参考とする。