

## 1. 業界動向

①代理店業務品質検討ワーキング・グループ(以下「WG」)が開催され、「定期調査」に関する議論がありました。

- 「WG」は、全生保会社(41社)+代理店・消費者の代表(13社、3団体)が代理店業務品質評価運営について検討を行う、代理店業務品質審査会傘下の組織です。金融庁もオブザーバーとして参加されています。
  - 5月15日の第12回WGでは、「定期調査※」についての議論などが行われました。
- ※「定期調査」：生保協会が認定代理店に認定取得後から3年毎に実施する調査です。運営要領上、定期調査は初回調査と「同様」としています。

WG委員からの主な意見をご紹介します。

<WG委員からの主な意見>

- 業務品質を担保するうえでは、初回調査なみの調査を実施すべきではないか。
- 評価結果の有効期間(調査サイクル)は3年間で特段違和感がないのではないか。
- オンサイト調査は「品質確保」という視点から省略すべきではないのではないか。但し、オンサイトの方法は検討の余地があるのではないか。
- 調査の利用料はオンサイト調査の実態に併せ検討してはどうか。

(生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領より抜粋)

年数	調査の種類	評価結果の有効期間
1年目(22年度)	初回調査	3年間
2年目(23年度)	更新調査	
3年目(24年度)	更新調査	
4年目(25年度)	定期調査	3年間
5年目(26年度)	更新調査	
6年目(27年度)	更新調査	
7年目(28年度)	定期調査	

- 「定期調査」については、2025年度の運用開始に向け、今後の「WG」にて検討を進めていくことになります。
- 当日の資料、議事概要は、他の議題(「2024年度業務品質調査申込状況」「新規提供ツール」「保険本来の趣旨を逸脱するような募集活動」)も含め、[生保協会HP](#)にてご覧頂けます。



## ②損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議

- 損害保険業における、昨今の保険金不正請求問題及び保険料調整行為問題を受け、3/26に開催された第1回有識者会議でも、**生保協会の業務品質評価運営の取組みを参考にしてはどうか**という趣旨の発言がありました。



★本運営は世間からの注目を集め高く評価いただいている運営となります★

## 2. 認定代理店によるお客さまへのアプローチをご紹介します！

2024年3月に全認定代理店に「お客さまへのアプローチ」についてお聞きしましたので、そのうちの一部をご紹介します。

### チラシを活用

- 視認性の高いチラシ・ポスターを自社で作成し、**自社の経営理念と合わせてご説明**
- 店舗相談ブースで、生保協会提供チラシを**透明な盾に入れて設置したり、デスクマットの下にはさんで**ご説明



ソニックジャパン 様



パプレ 様



アイリックコーポレーション 様



マーベリック 様

### 募集プロセスに組み込み

- お客さまとの初回面談時に使用する「権限明示」などの募集ツールに、生保協会提供チラシを追加し、**一連の募集手続きの中で説明することをルール化**
- 勧誘方針や個人情報保護方針等の**必携書類に生保協会提供チラシを加えて、募集人が案内**


クリイト 様  
マーベリック 様

### 広告・CM


- 地元のタウン誌(発行部数約16万部)に**広告掲載**
- TVのCM(北海道のテレビ局)にて**自社の紹介のなかで、認定代理店であることをご説明**

LPF仙台 様  
グッドウイン 様

一方、ヒアリングの中でこのようなご意見も頂いています・・・



認定代理店であることをお客さまにアピールしていく良い方法はないかなあ？



募集を担当しているスタッフに教育していく良い方法はないかなあ？

このようなことにどのように対応しているか、認定代理店への取材などを通じて、次号以降でお伝えしていきます。楽しみに！

「業務品質評価基準(基本項目)の達否に影響する、またはそのおそれのある事象」が発生した場合は、運営要領上の<認定代理店の義務>に基づき、速やかに生保協会に報告してください。