

代理店業務品質検討ワーキング・グループ（第6回）議事概要

1. 日時

令和5年5月17日（水） 14:30-16:00

2. 場所

生命保険協会特別会議室（※）

（※）ウェブ会議システム Zoom を用いて開催

3. 出席者

座長

一般社団法人生命保険協会

委員

R & C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

イオン保険サービス株式会社

エフピーサポート株式会社

株式会社カカクコム・インシュアランス

株式会社グライブ

株式会社ソニックジャパン

株式会社ニュートン・フィナンシャル・コンサルティング

ファイナンシャルアライアンス株式会社

F I C パートナーズ株式会社

株式会社保険ステーション

ほけんの窓口グループ株式会社

[保険代理店 13 社]

公益社団法人全国消費生活相談員協会

一般社団法人保険健全化推進機構 結心会

一般社団法人保険乗合代理店協会

[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・友常法律事務所外国法共同事業(生命保険協会顧問弁護士)

金融庁

(五十音順) (ウェブ会議システム Zoom から出席)

4. 議題

- (1) 2023 年度業務品質調査の申込状況と追加募集について
- (2) シンボルマークの名称について
- (3) 現状を踏まえた意見交換

5. 配布資料

- ・(資料1) 2023 年度業務品質調査の申込状況について
- ・(資料2) 2023 年度業務品質調査の追加募集について
- ・(資料3) シンボルマークの名称について
- ・(資料4) 現状を踏まえた意見交換

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)

議事に先立ち、ウェブ会議システム Zoom により、出席者の音声および映像が即時に他の出席者に伝わり、適時的確な意見表明が互いにできる仕組みとなっていることを確認した。

また、議事に先立ち、各社選出の委員に変更があったことについて委員名簿にて確認した。

- (1) 2023 年度業務品質調査の申込状況と追加募集について
(座長から資料 1, 2 の内容に沿って確認)

(生命保険会社委員)

- 2023 年度業務品質調査に申込んだものの、受審を取り下げた代理店について理由を把握しているのか。

- 3 月 31 日までに申込みいただいた代理店に対しては、利用料の振込期日の前に個別で説明会を実施、受審意思の最終確認を行っている。
その中で、受審を取り下げると申し出た代理店については理由をヒアリングしている。
追加募集の開始に伴い、受審を取り下げた代理店に個別で対応することも今後検討する。

- (2) シンボルマークの名称について
(座長から資料 3 の内容に沿って確認)
(委員からの発言なし)

(3) 現状を踏まえた意見交換

(座長から資料4の内容に沿って確認)

- 2022年度の認定代理店の公表や2023年度調査申込状況、日々の業務遂行の中での気づきについて、意見交換を行いたい。
頂いたご意見は2023年度のWGでの検討事項などに活かしていく。

2023年度業務品質調査の申込状況について

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- (私の所属する代理店団体では、) 昨年度より代理店向けのセミナーを複数回行い調査の受審勸奨を行っており、その際は、申込みに前向きな反応を示す代理店が多かった。そのため、申込数を増やす余地がまだあると考える。やはり当運営の理念・目的等についてご理解いただくことが重要であると感じている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 募集人数40名程度の認定代理店にもヒアリングしたが、評価項目を満たすために電子機器やシステムの新規導入が必要となったケースにおいても、人数が少ないからこそ費用も十数万円程度とそれほど掛からないとのことであった。
多額の費用負担を連想する代理店に対し、認定代理店の実際の事例を発信することが重要であると考えている。

認定代理店における社内への周知について

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 認定代理店はシンボルマークを利用することができるので、自社が運営する店舗で看板を掲示し、お客さまに信頼される代理店であることをPRしたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 社内向けには、社内報への掲載に加え、店長会議・経営会議等で周知した。
一方、お客さまへのPRについては検討を行っている段階である。

生命保険会社が行う当運営の周知について

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 生命保険協会が周知に向けた取り組みを継続することは大前提として、生命保険会社各社が当運営の理念や目的について周知を行うことで当運営の認知も一層向上すると考える。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 昨年度、保険乗合代理店協会でご当運営に関する代理店セミナーを5大都市で実施したが、十分な理解に至っていない代理店もまだ一定数あるという印象。先程のご意見でもあったが、日々代理店を訪問する生命保険会社の営業担当者が当運営について熱意をもって代理店に伝えていくことを期待したい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 説明を受ける代理店側の感覚としては、生命保険会社の営業担当者により、当運営に対する理解が区々であるという印象である。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当社は約30名の小規模代理店であるが、苦勞して認定代理店となったことが、今後業界の中でどのように評価されていくのか、お客さまにどのように伝えていくのかが今後の課題であると認識している。
例えば、こういったことについても、生命保険会社の担当者と相談しながら諸施策を検討できるようになってくると、より生命保険会社と代理店とで一体感を持って顧客本位の業務運営に向かっているのではないだろうか。
そのためにも生命保険会社の担当者にも当運営について一層高いレベルでの理解と代理店への指導を期待したいと考える。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 生命保険会社の営業担当者への周知・理解をさらに進めるためには、生命保険会社の経営層等から営業担当者へ本運営の意義・重要性を発信いただくことが重要と考える。

(生命保険会社代表)

- 各生命保険会社も「顧客本位の業務運営の推進」の観点から、当運営についても各生命保険会社の営業担当者への理解促進や、営業担当者を通じた代理店への受審勧奨に取り組んでいるところであり、本日より実施する追加募集についても引き続き受審勧奨に協力していく。
全ての生命保険会社の営業担当者が高い視座で取組むことは一朝一夕でできることではないが、だからこそ、本日いただいたご意見も踏まえながら継続的に取り組んでいきたいと考える。
貴重なご意見をいただき感謝申し上げます。

生命保険会社による業務品質評価の活用について

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 業務品質評価結果をもって募集代理店共通自己点検表の提出の代替とする取組みの拡がりを期待したい。業務品質評価で認定を受けた場合は、募集代理店共通自己点検表の(すべての委託元生命保険会社への)提出を省略できることになれば、代理店の事務負荷が大きく軽減され、申込みへの関心もより高まるのではないか。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 生命保険会社によっては、募集代理店共通自己点検表の共通点検項目に加えて各社独自の点検項目を設けて点検依頼されることもある。例えば、こうした独自の点検項目に相当する内容を代理店業務品質評価基準に盛り込むことができれば、さらに業務品質評価結果の活用が進み、かつ、代理店側の事務負荷も軽減されるので、検討してほしい。
例えば 3 社が三様の個社の項目を設けるより、代理店業務品質評価基準の項目が 3 つ増える方が、代理店側のトータルの事務負荷は低い。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 各生命保険会社による代理店監査の監査項目についても、代理店業務品質評価基準に取り入れることが出来れば、同様の効果が得られるのではないかと思う。

評価の在り方について

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 現行は、業務品質評価基準における基本項目の達成判定は「○」か「×」となっている。
この点が申込みを躊躇している要因であるならば、幅のある点数評価に変更することも検討してはどうか。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 点数評価が導入されれば、認定がとれなかった代理店や申込をしていない代理店だけでなく、認定代理店もより高みを目指すモチベーションになるのではないか。
改善に向けた P D C A を繰り返すことにより、業界全体の業務品質を向上していくことが重要と考えている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 事業報告書等の提出が法定されているような、いわゆる大規模代理店は調査を受審すべきと思っている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 点数化は飲食店の検索・評価アプリなどでもすでに消費者が慣れ親しんでいる形式であり、認定代理店が消費者に認知を得ていくということにおいても、有効なのではないか。

その他、代理店業務品質の高度化に向けた認識等

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 代理店業務品質評価基準のアフターフォローに関する設問においては、お客さまの契約内容を管理し最新の情報を保つ体制等が問われており、乗合代理店では、各生命保険会社横断的にすべての契約を管理する必要がある。
一方で、乗合代理店単位で一元的に顧客情報を管理する業界共通のシステムはなく、共同ゲートウェイなど各代理店の個々対応によってデータを取得し、お客さまのアフターフォローを行っている状況であり効率化が課題。
乗合代理店に対するデータ提供の在り方については、生命保険会社も含め生命保険業界全体で横断的な議論が必要と考える。生命保険会社と目指すべき将来像を一緒に検討しながら、少しずつでも進めていければと考えている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 例えば、未納については各生命保険会社から提供される基準もルールも異なっている現状であり、一人のお客様に複数の生命保険会社の商品を提供している立場としては、こういったことが将来的に整備されていくと、代理店が顧客本位の業務運営を促進していくより大きなサポートになると考える。

消費者代表委員コメント

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当運営は、消費者が代理店を選定する際に役立つものであると感じている。マスコミの関心も非常に高く、消費者にも徐々に浸透していくことを期待したいし、おそらく、認定代理店にとっても良い宣伝になるだろう。
全体的にみれば、まだ参画している代理店の数は多いというものではなく、この点、一層の取組みを期待したいと思う。
消費者にとって、シンボルマークがある代理店は、安心して生命保険の相談ができる代理店であるという環境を一緒に目指していきたい。

以上