

代理店業務品質検討ワーキング・グループ（第10回）議事概要

1. 日時

令和6年1月17日（水） 14:30-15:30

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]

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

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 41 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) 2024年度業務品質評価運営について
- (2) インターネットアンケート調査結果と各種ツールの作成について
- (3) 今後の検討WGについて

5. 配布資料

- ・ (資料1) 2024年度業務品質評価運営について
- ・ (資料2) インターネットアンケート調査結果と各種ツールの作成について
- ・ (資料3) 今後の検討WGについて
- ・ (別紙1) 2024年度業務品質評価運営の主な変更点
- ・ (別紙2) 2024年度業務品質評価基準一覧(案)
- ・ (別紙3) 2024年度業務品質評価基準一覧(案)新旧対比表
- ・ (別紙4) 2024年度評価基準見直し追加変更案についてに関する意見照会結果等
- ・ (別紙5) 2024年度業務品質評価基準ガイドラインの追加見直し内容
- ・ (別紙6) 2024年度生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領案
- ・ (別紙7) 2024年度生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領案(新旧対比表)
- ・ (別紙8) 代理店業務品質評価業務規程(新旧対照表)
- ・ (別紙9) 3分動画
- ・ (別紙10) 認定代理店説明チラシ
- ・ (別紙11) 「認定代理店」素材データ
- ・ (別紙12) バーチャル背景(案)
- ・ (別紙13) 「認定代理店」に関するインターネットアンケート調査結果

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、□金融庁)
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。

- (1) 2024年度業務品質評価運営について
(座長から資料1・別紙1～8の内容に沿って確認)
(委員からの発言なし)

- (2) インターネットアンケート調査結果と各種ツールの作成について
(座長から資料2・別紙9～13の内容に沿って確認)

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- インターネットアンケート調査については非常に興味深く拝見した。同調査は今後も継続的に行っていただきたい。「認定代理店」であることをお客さまに伝えることが、代理店選びの一つの要素となり得ることについて、今回のインターネットアンケート調査結果を社内で共有することで、社員の納得感を得ることができた。
- 一般消費者の認知度等を測るうえで、継続的に調査を行っていくことは有効だと考えている。引き続き検討していきたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当社では名刺等で既に認定マークを活用させていただいているが、お客さまや社員も含めまだまだ浸透していない印象がある。今般ご提示いただいた「3分動画」や「各種チラシ」は、非常に有難く、お客さまとの会話には勿論、特に社員教育への活用が有効であると感じた。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当社では、お客さまに店頭で着座していただいている間に会社概要・募集方針等を説明する3分程度の動画を放映し、視聴いただいている。その中に「認定代理店」であることをPRする動画を組み入れることも検討していきたい。
- 動画をお客さまにご覧いただいた際の反応等はいかがか。
- お客さまからは特段、ご不満の声等はいいただいていない。お客さまに均質のサービスを提供するという目的で会社を挙げて行っている取組みであり、社内の徹底を進めているところである。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 動画の使い方等、「認定代理店」であることをどのようにお客さまにお伝えしていくかを社内で検討している。当社では、各店舗にデジタルサイネージを設置しているため、動画を放映するといった方法も検討していきたい。

(3) 今後の検討WG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)

(4) その他

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 今年度は、地方を含め10か所の当団体の代理店会合で、業務品質評価運営に関するPR活動を実施した。特に、まだ認定代理店がない地域の代理店に対しては、当団体に所属している認定代理店を紹介し、具体的な相談に乗っていただいている。業務品質評価運営をPRするには、地道な声掛けと認定代理店からの直接的なアドバイスは有効と感じている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当団体でも、セミナーや定例会でのPR活動を実施しており、引き続き、継続していきたい。その中での実感としては、業界内で代理店の認知度を上げる更なる取組みが必要ということである。また、特に規模の小さい代理店に多い印象だが、業務品質調査を受審する段階ではないと感じている代理店をどうキャッチアップしていくかが大事であり、そういった代理店に対するアプローチ方法を検討していく必要がある。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 代理店の態勢整備の重要性について、平成26年の保険業法改正以前から設立している代理店とそれ以降に設立している代理店で態勢整備に関する意識の差があるように感じる。また、生命保険会社の担当社員の方においても比較的若い営業の方には同様の印象。生命保険会社には、あらためて自社職員に業務品質向上につながる態勢整備の必要性について教育を徹底いただくとともに、代理店に対して業務品質調査の受審勧奨等をしていただく際に、併せて態勢整備の重要性等について深みをもって伝えていただければ、更に生命保険業界一体となった運営に繋がると思う。

- 貴重なご意見として承る。

以上