

代理店業務品質検討ワーキング・グループ（第13回）議事概要

1. 日時

令和6年7月24日（水） 14:30-15:27

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

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 12 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 35 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) 認定代理店における認知向上への取組みについて
- (2) 認定代理店向けサポート等について
- (3) 今後の検討 WG 運営

5. 配布資料

- (資料 1) 認定代理店における認知向上への取組みについて
- (資料 2) 認定代理店向けサポート等について
- (資料 3) 今後の検討 WG 運営

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) 認定代理店における認知向上への取組みについて
(事務局から資料 1 に沿って説明、意見照会)

(座長)

- 自社が認定代理店であることの顧客への説明について、従業員に浸透させていくための継続的な教育として具体的に取り組んでいることや、あるいは生命保険協会に求めるサポートに関して、ご意見があれば伺いたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 営業活動の際に行う権限明示において、生命保険協会提供の各種ツールを活用して認定代理店であることをお伝えしていくように社内で促しているが、募集人によって活用の度合いには濃淡がある。また、認定代理店の認知度向上に向けては、代理店個社の説明だけでは限界があるので、マスコミ等を活用して広めていただくことも検討いただきたい。あわせて、保険会社も含めて業界全体で本運営について伝えていく必要があると認識している。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 募集人が顧客へ当社の会社案内をする際の説明事項には、認定代理店に関する内容も入っているが、他にも説明する内容が複数あるため、顧客との限られた面談時間の中で認定代理店の説明に多くの時間を割くことができず悩ましいと感じている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 顧客に対し認定代理店であることを説明することは募集時の説明において徹底している。

認知度向上の方策は種々あると思うが、まずは募集人が認定代理店について自信をもって話せるように、経営層から募集人へ日頃から意識づけしていく啓蒙活動が重要であると認識している。また、当社は来店型の保険ショップなので、店舗のサイネージ広告で流せる 30 秒から 1 分程度の動画があると良い。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 自社が認定代理店であることの説明について、社内の各拠点で取組み状況を確認するアンケートを実施したが、募集人ごとに濃淡があるということが分かった。そのため、今後は募集人任せではなく全社をあげて周知徹底していきたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当社 HP や店舗の掲示物に、認定代理店であることを PR する内容の掲載準備を行っている。加えて、募集人から顧客へ説明を上手くできるかが非常に重要なので、並行して従業員への理解促進を図っている。具体的には店長、部長等が参加する会議にて社長自ら、認定代理店の意義について伝えており、社内の意識浸透に向けて長い目線で取り組んでいる。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 社内の理解と顧客の理解の双方が必要と考えている。顧客の理解促進に向けては、保険会社も含め業界全体で業務品質評価運営の認知度向上に取り組んでいただくとともに、当社においても鋭意取り組んでいきたいと考えている。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 自社が認定代理店であることの説明について、当社でも募集人の取組み状況を確認したが、まだ十分ではなかったなので、社内会議の場で意識醸成を図っていききたい。また、自社が認定代理店であることを説明するトークスクリプトを社内で作成した。具体的には顧客との初回面談時に、募集人の名刺に記載している認定マークについて知っているか等を 30 秒～1 分程度で尋ねるもの。この活動を継続していく中で今後、生命保険協会にもスクリプトの内容検討等について協力いただきたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 認定マークについてだが、認定代理店が生命保険と損害保険の両方を取り扱っている場合、あたかも両方とも認定されているように誤解されてしまう恐れがあり、生命保険についての認定であることが分かるような工夫もお願いしたい。

(座長)

- 当会提供ツールの活用が一過性のものになってしまっているというご指摘を複数いただいた。つまるところ、自社が認定代理店であることの説明について、業務品質の観点で高い評価を得られているという点のみに終始しており、認定代理店が持つ価値についての説明は各人の工夫に委ねられてしまっているのではないかと考えている。例えば、災害が発生した場合の保険金請求において、「当社は認定代理店であり、BCP 対策を十分に行っていると認められている。災害に起きても顧客情報等のデータに毀損はなく、保険金の支払対応は問題なく行えるため、ご安心ください」と説明している事例があった。このような、顧客へ認定代理店であることの価値をより具体的に説明いただける話法を作成したいと考えている。
- 話法の構築については、当会が主体で検討を行うよりも、実際に顧客に対峙している認定代理店同士で意見交換を行い、事例共有や課題解決に向けた検討をしていただきたいと考えている。そして、意見交換された内容については、当会から諸ツールで他の認定代理店向けに展開したいと考えている。

(2) 認定代理店向けサポート等について

(事務局から資料2の内容に沿って説明、意見照会)

(座長)

- 前述の認定代理店同士の意見交換会については、参加対象となる認定代理店の方々に興味を持っていただけるものを準備したいと考えている。意見交換を行うテーマや運営の工夫等について、ご意見があれば伺いたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 意見交換会に参加する代理店の営業形態が対面販売か、非対面販売かによって、顧客対応の方法もそれぞれ異なるので、参加する代理店の属性に応じてグループを分けて実施いただきたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 例えば、来店型ショップの募集人という同じ属性のグループで意見交換を行うと、他社の事例を共有いただけることは非常に参考になると思われるので有意義である。また、意見交換会に参加するにあたって、事前の準備で参加者が自ら情報収集を行うことが想定されるので、能動的な活動が見込まれる点でも良い。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 意見交換会を開催する前に、まず認定代理店の募集人向けにアンケートを実施して、事前にアイデアや事例等を集約していただくと、意見交換会も実施しやすいのではないかと思います。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 認定代理店であることを普段から顧客に説明している募集人と、そうではない募集人の成約例等を確認してみてもいかがでしょうか。生命保険協会とも情報共有して、ゆくゆくは募集人同士が自分たちで情報交換できるような仕組みができると良い。

(座長)

- 意見交換会について、当会にて最適な手法を検討の上で開催することには概ね賛同いただけたかと思う。また、意見交換会の運営案についてはWG委員だけでなく、参加対象となる認定代理店の意向も聞くべきだと認識した。

(3) 2024年度検討WG運営

(事務局から資料3に沿って説明、意見照会)

(委員からの発言なし)

(4) その他

(保険業界の直近の動きについて、生命保険会社代表として業務企画部会長から情報共有)

(業務企画部会長)

- 今般、ある乗合代理店に関し、保険会社が便宜供与を行い、結果として比較推奨販売を歪めている懸念がある事例が発生している旨の報道がなされている点は、皆さまご承知のとおり。比較推奨販売に係る体制整備は、当該販売手法を用いた保険募集を行う乗合代理店に対して求められるものだが、当然のこと

ながら、代理店に対して比較推奨販売を歪めうる販売促進策や便宜供与等を実施することは、保険会社として厳に慎むべきものである。この観点から、「保険募集人の体制整備に関するガイドライン」においても、保険会社から乗合代理店に対する比較推奨を歪めるおそれのあるインセンティブ報酬に関して、考え方や具体例を示すとともに、適切な対応を求めている。今後、会員各社における「比較推奨販売を歪めうる販売促進策や便宜供与等」に関する実態把握を進めるとともに、ガイドラインに沿った適切な対応を改めて保険会社各社に求める等、必要な対応を行っていく。生命保険代理店各社様におかれては、生命保険業界において適切な比較推奨販売に向けた取組み・対応を改めて確認・実施していくことについてお含みおきいただくとともに、引き続き適切な募集体制の構築にお取組みいただきたい。

(金融庁)

- 先般公表した『『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』報告書』において、損害保険会社は、顧客の適切な商品選択を確保する観点から、保険代理店等に対する便宜供与のうち、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものを解消する必要があるとされている。顧客が適切な商品選択を行えるようにすることは極めて重要と考えており、そうした観点から、生命保険業界においても、有識者会議の議論も参考にしつつ、自らの商慣習を点検し、必要に応じて見直しを検討して頂くことが望ましいと考える。先ほど業務企画部会長からコメントがあった通り、業界として会員各社の実態把握をはじめ、ガイドラインの趣旨を踏まえた対応を進めていかれるものと認識しており、適切な比較推奨販売に向けて当庁としても適切に関与・対応していく。乗合代理店においても、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」における顧客等に対する誠実義務の趣旨を踏まえ、適切な比較推奨販売の確保に向けて取組んでいくことが重要であり、保険会社に対し、過度な便宜供与を求めることを防止する必要がある。生命保険乗合代理店各社様におかれても、引き続きのお取組をお願いしたい。

以上