

【提出締切日 2024年7月19日(金)】

日本代協事務局・金澤 様

E-mail: kanazawa@nihondaikyo.or.jp

提出日 2024年7月19日

「活力研」論議テーマに関する意見

代協名	大阪代協			
意見者	代協における役職 (あれば)	相談役	氏名	山中 昭平
内容	<p><u>(1)顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質とは何か</u></p> <p>業務品質とは、お客様に適切なサービスをタイムリーに提供すること。下記のようなおもてに現れない代理店の努力こそ品質として評価されるべきである。</p> <p>①保険会社が案内しない「自動車保険中断証明書」の満期通知を、中断有効期間中、毎年お客様にご案内を作成・送付している。</p> <p>②保険会社の異動承認書におけるその他異動の表示がお客様にとって非常に分かりにくい。代理店が補足資料を作成し、お客様に分かり易い内容でお届けしている。</p> <p>③保険会社が頻繁に変更を行う、約款・特約条項の変遷を確実に把握し、お客様に適切な説明を行っている。</p> <p><u>(2)上記の評価基準や項目を、どのように代理店手数料ポイント制度に組み込んでいくか</u></p> <p>代理店の品質は、第一義的にお客様が評価するべきであり、お客様が代理店を評価する仕組みづくりが保険業界にとって重要な課題である。</p> <p>保険会社内部に関しても、営業部門のみによる評価だけでなく、損害サービス部門による代理店の評価も手数料ポイントに加えるべきではないか。</p>			

【提出締切日 2024年7月19日(金)】

日本代協事務局・金澤 様

E-mail: kanazawa@nihondaikyo.or.jp

提出日 2024年7月19日

「活力研」論議テーマに関する意見

代協名	大阪代協			
意見者	代協における役職 (あれば)	副会長	氏名	隼田 智貴
内容	<p><u>(1)顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質とは何か</u></p> <p>顧客本位の業務運営の観点から見た業務品質の本質的な部分は、代理店がお客様に責任を持ち、より安心していただける保険募集を行うために、備えておかなければならない客観的な品質と考えています。即ち、下記のような項目が品質として評価されるべきだと思います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ISOのような、客観的な品質評価基準のクリア ◆定期的な外部監査機関とのPDCAの実施 (含むBCP、セキュリティ、情報管理、募集人教育) ◆損害保険トータルプランナー資格者の割合 (継続教育の在り方等改善余地はあるものの) ◆安定的な収益を確保している決算内容(含む適切な納税) ◆従業員の定着状況(含む福利厚生制度の充実) ◆コンプライアンスに基づいた会社経営(含む社会保険) ◆代理店賠償責任保険への加入 <p>これらは、お客様の視点からみた普遍的な価値であり、保険会社の思惑で毎年変化したり無くなったりするような項目ではありません。</p> <p>一方、これまでの保険会社の代理店手数料ポイント制度では、保険会社の思惑がポイント化され、お客様への視点が欠けていると強く感じています。</p> <p>早期更改、各種DX、ドラレコ、車両・車検・修理の紹介等は特にその傾向が強く現れています。代理店は、ポイントを得るためにどうしてもお客様に無理を強いる場面が生じ、悩ましく感じています。</p>			

しかしながら、保険会社の思惑の中には、自社のコストダウンに寄与する項目が含まれているので、これは「代理店の業務品質」とは別に、「保険会社への協力・貢献」に対する評価として項目の存続は検討の余地があります。項目によってはポイント化ではなく、フィーや表彰制度の活用も考えるべきと考えます。

ただし、本来の品質以外の部分についての、項目・レベル感は、保険会社と代理店とがしっかりと話し合いを行い、納得感を持って取組むことが大前提です。

以前から言われてきましたが、顧客本位の業務運営については、保険会社と代理店の考え方、認識にギャップが生じていることが根本的な課題です。両者が腹を割って話し合える環境づくりが最も重要だと感じています。

活力研では、保険会社に対し、代理店の声や思いに真摯に耳を傾けるよう是非ともお伝えいただきますようお願いいたします。

(2) 上記の評価基準や項目を、どのように代理店手数料ポイント制度に組み込んでいくか

一定規模以上の代理店では、(1)で申し上げた代理店経営の品質を、客観的に評価できる仕組みが不可欠です。保険会社の社員の質や目線は様々なので、保険会社が判断する仕組みではまた失敗すると思えます。

損保協会が行うのか、損保協会が指定する第三者評価機関に委ねるのか、何らかの客観性を伴った評価、認定に基づいて各保険会社が代理店の品質を評価し、手数料に反映させることが望ましいと考えます。この評価については、どの保険会社からみても共通の品質評価となり、各社が同じ手数料ポイントを付与すべきです。

乗合代理店においては、手数料ポイントの差に伴う比較推奨販売の歪みが是正され、より顧客本位の業務運営実現に近づくものと考えます。

【提出締切日 2024年7月19日(金)】

日本代協事務局・金澤 様

E-mail: kanazawa@nihondaikyo.or.jp

提出日 2024年7月19日

「活力研」論議テーマに関する意見

代協名	大阪代協			
意見者	代協における役職 (あれば)	組織委員長	氏名	守屋 仁志
内容	<p>(1)顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質とは何か</p> <p>(2)上記の評価基準や項目を、どのように代理店手数料ポイント制度に組み込んでいくか</p> <p>ここでは「代理店手数料ポイントや評価のあり方」について意見を述べさせていただきます。</p> <p>■業務品質と営業施策を区分して評価して欲しい 保険会社が言う品質の中には、往々にして営業施策が持ち込まれています（ドラレコや生保販売）。 業務品質と営業施策の区分については、お客様との直接の接点を持つ代理店・募集人と真摯に対話をいただき検討して欲しい。</p> <p>■乗合代理店の評価方法 乗合代理店は、各保険会社の挙績に応じて手数料ポイントが大きく異なり、正直、会社存続のために高い手数料の保険会社商品を推奨する傾向が否定できません。この問題を是正するためにも、各社共通の品質評価基準の策定し、共通の手数料ポイント化を強く希望します。</p> <p>■品質に関わる研修等の共通化 乗合代理店が、コンプライアンス等基本的な研修を各社毎に行うことは非常に重複感があります。品質に関わる基本的な研修は共通化を図る、または日本代協アカデミーのコンテンツ利用で代替できるようにして欲しい。</p> <p>■品質基準の厳格適用</p>			

	<p>代理店という仕事の将来を考えるのであれば、品質に注目が集まるこの機会に、一定の品質評価基準を（徐々に引き上げを図る）段階的に設定し、チャンネルを問わずそのレベルに届かない代理店には、手数料に差をつけるのではなく、任意付保種目の保険を取り扱わせない道筋をつくるべきではないかと考えます。</p>
--	---

【提出締切日 2024年7月19日(金)】

日本代協事務局・金澤 行

E-mail: kanazawa@nihondaikyo.or.jp

提出日 2024年7月16日

「活力研」論議テーマに関する意見

代協名	大阪代協 京阪支部			
質問者	代協における役職 (あれば)	なし	氏名	樋本 有伸
内容	<p>※(1)(2)いずれか一方だけのご記載でも結構です。</p> <p><u>(1)顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質とは何か</u></p> <p>業務品質とは保険業法をはじめ各種関連法規の主旨を踏まえた、顧客満足を上させるための組織マネジメントと考える。具体的には ISO9001の規格構成に準拠する。また ISO のマネジメント規格は、利害関係のない認証機関が認証することで客観性、公平性が担保される。</p> <p>そもそも第三者の立場でない損保協会が規模や特性の異なる個々の代理店に対して画一的な項目を定める事や、認証をする事に矛盾がある。損保協会の役割は、規格を構成するために参考となる保険業法や関連法規の主旨や事例サンプルを例示する程度に留まると考える。蛇足ながら、キャッシュレス比率や早期更改率などは、保険会社目線のただの事務指標であり、業務品質とは言えない。</p> <p><u>(2)上記の評価基準や項目を、どのように代理店手数料ポイント制度に組み込んでいくか</u></p> <p>そもそも手数料は商品別基準手数料で支払うべきである。付け加えるなら募集の対価である手数料を業務品質と連動させる事に無理がある。言うまでもなく業務品質とは顧客満足を上げるための取り組みであり、その結果が売上となる。売上と業務品質とは同列にあるものではなく、並列であり、両輪のような存在だと考える。また、保険会社都合の業務については(早稲田大学大塚教授は「サービスの拡張業務」と表現)は、手数料ではなく、フィー(サービスの対価)として支払うべきである。</p>			

【提出締切日 2024年7月19日(金)】

日本代協事務局・金澤 様

E-mail: kanazawa@nihondaikyo.or.jp

提出日 2024年7月19日

「活力研」論議テーマに関する意見

代協名	大阪代協			
意見者	代協における役職 (あれば)	会長	氏名	新谷 香代子
内容	<p><u>(1)顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質とは何か</u></p> <p>当代協では、毎年会員を対象にしたアンケートを実施しています。今年度は、「お客様へのサービス向上につながる業務品質について」をひとつのテーマとして、現場でお客様に接している代理店・募集人の声・思いを集約し、提言をまとめたいと考えています。</p> <ul style="list-style-type: none">■ このテーマに関する質問事項と回答選択肢は別紙のとおりです■ 7月19日から8月10日までを回答機関とし、9月中の集約を予定しています。 <p><u>(2)上記の評価基準や項目を、どのように代理店手数料ポイント制度に組み込んでいくか</u></p> <p>非常に難しい事ですが、代理店の品質はお客様視点で捉えると、普遍的な価値のほずであり、保険会社個社単位で判断するべき問題ではないと考えます。</p> <p>保険会社施策への貢献度ではなく、価値を享受すべき当のお客様が「寄り添ってもらえる」と評価できる仕組み、を業界として構築し、代理店の評価に加えることがとても重要だと思います。</p> <p>これにより代理店の品質に対する競争が促され、より顧客本位の業務運営に近づくのではないのでしょうか。</p> <p>個社毎の小さな単位でもの事を考えると、結局既存の枠組みから抜け出せず、お客様を起点とした考え方への方向転換は難しいのではないのでしょうか。</p>			

セクション3：お客様へのサービス向上につながる業務品質について（その1）募集品質の評価

金融庁有識者会議では、チャンネル・規模に関わらない代理店の品質評価基準の策定、またそれらは、顧客本位の募集を後押しする代理店手数料ポイント制度と連動させるべきである、という報告がなされました。代理店から見て、次の項目は評価基準としてふさわしいでしょうか？、また手数料ポイントとして評価されるべきでしょうか？ご意見をお聞かせください。このセクションでは「募集品質の評価」についてお尋ねします。

1. お客様の感謝・お褒めの評価数（比率）	お客様の評価であり代理店の品質そのものである
	代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
1-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
2. お客様からの苦情・お叱りの評価数（比率）	お客様の評価であり代理店の品質そのものである
	代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
2-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
3. 事務ミス・意向確認不足による契約訂正発生件数（比率）	事務の精度は基本であり代理店の品質として評価されるべき
	代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
3-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
4. 複数保険会社商品の比較推奨販売の可否	お客様の選択肢が広がるので評価されるべき
	保険会社が乗合を認めないので評価になじまない
	乗合と専属でお客様に対するサービスに格差は生じない
	わからない
4-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
5. 損害保険トータルプランナー資格者割合	代理店の研鑽の結果であり品質として評価されるべき
	代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
5-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
6. 事故対応へ積極的に関与を行っている	明確なお客様サービスであり代理店の品質として評価されるべき
	代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
6-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
7. ペーパーレス（デジタル）手続き率	早く確実な契約形態であり代理店の品質として評価されるべき
	お客様へのサービスに関係なく代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
7-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
8. 4週間前早期更改率	お客様の安心ためであり代理店の品質として評価されるべき
	お客様へのサービスに関係なく代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
8-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
9. 満期日前保険証券お届け率	お客様の安心ためであり代理店の品質として評価されるべき
	お客様へのサービスに関係なく代理店の品質評価にはなじまない
	わからない
9-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
10. クレジットカード支払い率	お客様の希望への対応であり代理店の品質として評価されるべき
	お客様には選択肢として提案するが率の高さと品質は無関係である
	クレカ利用手数料が高額かつ代理店負担なのでお客様に提案できない
	わからない
10-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載

セクション4：お客様へのサービス向上につながる業務品質について（その2）お客さまへの新しい価値の提案

金融庁有識者会議では、チャンネル・規模に関わらない代理店の品質評価基準の策定、またそれらは、顧客本位の募集を後押しする代理店手数料ポイント制度と連動させるべきである、という報告がなされました。代理店から見て、次の項目は評価基準としてふさわしいでしょうか？、また手数料ポイントとして評価されるべきでしょうか？ご意見をお聞かせください。このセクションでは「**お客様への新しい価値の提案**」についてお尋ねします。

1. ドラレコ特約付帯率	お客様への価値提供であり代理店の品質として評価されるべき
	お客様へメリットの説明、提案は行うが率の高さと代理店の品質は無関係である
	わからない
1-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
2. Web証券比率	お客様へのサービス向上に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様へメリットの説明、提案は行うが率の高さと代理店の品質は無関係である
	わからない
2-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
3. 多項目（火新生保を含めたコンサルティング）販売	お客様へのサービス向上に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様へのサービスには関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
3-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載

セクション5：お客様へのサービス向上につながる業務品質について（その3）お客さまが安心できる体制整備

金融庁有識者会議では、チャンネル・規模に関わらない代理店の品質評価基準の策定、またそれらは、顧客本位の募集を後押しする代理店手数料ポイント制度と連動させるべきである、という報告がなされました。代理店から見て、次の項目は評価基準としてふさわしいでしょうか？、また手数料ポイントとして評価されるべきでしょうか？ご意見をお聞かせください。このセクションでは「**お客様が安心できる体制整備**」についてお尋ねします。

1. 法人化および複数募集人がいてお客様担当の代替が可能	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
1-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
2. 代理店としての募集人教育研修プログラムを作り実践している	募集人教育はお客様へのサービス向上に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	募集人教育はお客様へのサービスと関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
2-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
3. 一定のサイバーセキュリティ対策を行っている	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
3-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
4. 実行性ある個人・顧客情報管理対策が確保できている	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
4-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
5. 自社のBCPを作成し実効性が確保できている	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
5-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
6. 内部または外部による監査を実施し、自社ルールの順守・実効性を確認している	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
6-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
7. 代理店賠償に加入している	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
7-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載
8. Web上に自社のHPを作成し、自社の取り組み状況を公表している	お客様の安心に繋がり代理店の品質として評価されるべき
	お客様の安心とは関係なく代理店の品質評価になじまない
	わからない
8-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）	任意記載