

2024 年度第 1 回「活力ある代理店制度等研究会」

議事録

日本代協事務局(大谷)

【日 程】2024 年 7 月 30 日 (火) 31 日 (水)

【場 所】日本代協 事務局会議室

【参加者】以下のとおり

D 損保会社

日本代協メンバー・・・11 名

<日本代協>

会 長	小田島 綾子
副会長	小俣 藤夫
副会長	中島 克海
副会長	山中 尚
理事・企画環境委員長	松本 一成
アドバイザー	栗山 泰史

<日本代協事務局>

専務理事	金澤 亨
常務理事	坂 雅夫
企画部長	工藤 琢哉
業務推進部長	出口 雄一
特命部長	大谷 隆

※議事録の略語について

「保」: 保険会社サイドの発言

「ア」: アドバイザーの発言

「代」: 日本代協役員の発言

「事」: 日本代協事務局の発言

※議事録作成上、実際の発言と記載が前後している箇所や同一内容の発言を集約している箇所があります。

1. 小田島会長 挨拶

・先日は7社懇談会に参加いただき代協の事業に関心を持っていただいたこと感謝申し上げます。前回の活力研か

ら 4 ヶ月が経過したが、その間保険会社のルール見直しや有識者会議の開催・レポート公表などがあり保険業界に注がれる視線や空気感が変化しているように感じている。

- ・顧客本位の業務運営の実行に向けて我々代理店は保険会社とともに仕事の中で形にしてお客様から評価していただけるよう努力しているところである。
- ・日本各地では人口や企業が密集する都心もあれば急激な過疎が問題になっている地域があるが、そのような中でも代理店は万一の時の安心を約束できる保険を普及させていく使命がある。人口は減少しても、方法を見出し、成長につなげる。特徴や能力を共存させながら活かす。ダイバーシティ的な考え方はもちろんだが、日本代協も会員が学ぶためにどのような情報提供が必要かを考え続けている。
- ・この活力研は、良い関係性、安定した事業運営を進めるために、より良い対話ができる場にしたいと考えているので本日はよろしくようお願い申し上げます。

2. 活力研の論議テーマ

テーマ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」

テーマ2 : 「業務品質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」

事務局より基本的な課題認識の提示後、参加者の自発的発言に基づき意見交換を行った。

事・今回は「顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質とは何か」「業務品質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」の 2 点をテーマに設定させていただいた。先月の損保協会と金融庁との意見交換会の中でも有識者会議の話題が最初に取り上げられたが、その場でも代理店手数料ポイントについて規模・増収にかかることなく業務品質を重視するべきだとの意見が記されている、と金融庁が提起した論点の一つに挙げられている。しかし手数料ポイント制度もさることながら顧客本位の業務運営とは何かを業界として課題であると考えテーマに設定させていただいた。

- ・論議の切り口としては「代理店の規模」「情報提供に関する評価」「事故対応に関する評価」「お客様の声の評価」の 4 点を挙げさせていただいた。
- ・代理店の規模についてはこれまでの活力研でも取り上げてきたが、今回、活力研に先立って上記テーマについて全国の会員から意見を募集したので、まずは代理店規模について紹介させていただく。
- ・「そもそも品質に規模は関係ないのではないか」「1 社の収保規模は小さくても乗合で全社収保が大きい代理店の方が顧客にとって魅力を感じるのではないか」「収保 3 億の代理店に 5 億まで伸ばせというのは顧客本位の業務運営の観点から見た品質向上に本当につながるのか」「組織型分業代理店あるいは収保の大きさ・増収率はお客様が求める品質とは無関係ではないか」「グループ会社生保の売り上げやシェアは品質評価とは関係ないのではないか」「評価基準全体を各社共通の基準策定が必要ではないか」といった意見が上がっている。

保・前提として会長が述べられたようにルールの見直しや有識者会議を受けてそのように考えていくのかだと思っているので、我々の考え方を整理してお伝えしたい。

- ・ここ数回この会議に参加するたびにお詫びをすることになってしまうこと心苦しく思っているが、昨今も情報漏洩を惹起しており、深く反省している。この点については現在調査中なので詳細については改めてお伝えしたいと思っている。
- ・前回の活力研や有識者会議および会員の皆さまからのご意見でも規模よりも業務品質、募集品質に重きを置いた代理店手数料体系とすべきだとの声が上がっており、皆様の関心が高いと認識している。

- ・業界の業務品質の枠組みは有識者会議でも顧客本位の業務運営を徹底する事、ルールである法令を遵守する事、世の中の常識と乖離がある事(業界慣行)を根本から見直すために抜本改革推進プロジェクトチームを協会として立ち上げ検討している。また、業務品質基準の策定については、第三者の視点を入れたものを作っていくその基準を実効性を持ったものとして運用できる体制を多岐に渡る規模・チャネルを考慮しながらも全ての保険会社、代理店が顧客本位の業務運営を徹底し継続的に実践できる体制作りを検討している。
- ・もう一つは自主規制機関の設立検討が盛り込まれているが、協会として法的強制力を有するものを設立する場合には持続的に機能するように保険業法の改正等を検討していかなければならない。全国 15 万店ある専業代理店の皆様が顧客本位の業務運営、保険業法上の代理店態勢整備をしっかりとでき、PDCAを回していけるような代理店業務品質基準をしっかりと作ることを検討している。業界としていろいろな検討が進んでいるので今後損保協会との動きの中で明らかになってくると思う。
- ・当社個社としての対応については、確定していないところも多いので大きな方向感としてお伝えしたい。金融庁の有識者会議では一点目は、第三者が業界の業務品質を評価する枠組みを設けること、二点目は基準を代手ポイント体系に反映させていくこと、三点目は代理店手数料体系は規模・増収に偏らず業務品質を重視することが提言されており、これを踏まえて我々は代理店さんの業務品質の評価の在り方と代理店手数料ポイントの在り方を検討していくが具体的内容について現段階ではお伝えすることができないことご理解いただきたい。
- ・品質評価の基準については、6 月 25 日に有識者会議の報告書が公表されて 1 か月しか経っていないので今日的なカテゴリーに分けて項目の洗い出しをしている段階である。あくまでも現段階での方向感にはなるが、3 つのカテゴリーに分けて考えることを想定している。一点目は、根本的に法令を遵守しているかどうかであり全ての代理店さんに求めていくものである。二点目は、代理店の皆様が担っている保険募集・契約管理に関わる基本のお客様対応が基本的要素になっていくのではないかと。三点目は、幅広くお客様のニーズに対応できる体制を求めていくといった三層構造とすることが大きな考え方になるのだと思う。
- ・一点目の法令順守について、我々は免許事業であるので保険業法だけでなく、関連法規をしっかりと遵守していただくことがベースになるのだと思う。保険業法上の態勢整備義務だけでなく会社法や商法など一般法令への対応を確認していくことが想定できる。二点目の基本のお客様対応は、募集時の意向把握だけでなく乗合代理店さんにおける比較推奨販売の実践、お客様をとりまくリスクの診断・共有ができていないか、高齢者対応などを想定している。三点目のお客様ニーズへの対応は、お客様の声、特に苦情対応がしっかりとできていないかどうか、不正事案につながる恐れがある事案に対する対応体制ができていないのかを想定している。これらは当たり前のことではあるがお客様対応として求めていきたい。
- ・当社としてこれら基本的要素に加えてより高い品質、より専門性といった観点からもう少し検討していく余地があるのではないかと考えている。例えば NPS に着目したり、広域災害への備えとして顧客情報を広くとらえていく、代理店社内の BCP などが求められるので、資格等の専門性も考える要素になると思う。
- ・現下の状況において当社自身が襟を正してルールを守らなければいけないが、保険業法 1 条の保険契約者の保護の前提となるのが業務の健全かつ適切な運営、保険募集の公正を確保するための要件を充足するのかといった観点となる。
- ・比較推奨における体制の整備やサイバーセキュリティについても今後、監督指針改正等の動きも踏まえて代理店さんにおいても体制整備の見直しが求められていくものと推察されるので、こういった動きを踏まえ評価項目にいかに取り入れていくのかを考えていきたい。
- ・お客様対応について、業法や法律を遵守することは基本的なところではあるが代理店の皆さんが日常的に対応されているお客様対応が適切に行われているかといった観点も必要であるので今後検討していくことに

なると思う。お客様と代理店さんがどのような関係であるのかを個別の商談や会話のやり取りを可視化していくことは難しい事なので、これら进行评估するのは難しいと思っている。お客様との関係性ができていることを前提に対応の強弱があることは認識しているが、一方で業法上の態勢整備義務や監督指針で求められている募集コンプライアンス上の留意事項は守っていかねばならないし、HP 上での情報開示やお客様との面談記録の保管、お客様とのトラブルに対する対応状況を評価していくことになると思う。

・お客様ニーズについては、專業代理店の将来像を策定しており、当社の代理店さんには、お客様・地域社会の「いつも」を支え「いざ」をお守りする、地域になくはならない存在になっていただきたく、これを軸に説明させていただいているが、目指す姿を実現していくものとして今年度代理店認定制度を改定しリニューアルした。その中で、目指す姿「徹底してお客さまの危険の対応を実践できる体制」「お客様のいざをお守りできる高い専門性」「保険プラスアルファとしての価値提供領域への拡大」「持続的な成長性ができる」といった4点を明示している。

代 ・評価基準はチャネル関係なく同じ評価基準にする予定なのか。法令遵守態勢はやっていて当たり前だと思っているので評価に入れるのはどうかと思っているのだが、顧客ニーズへの対応はマーケットが違うし対峙する顧客も違うので一つの物差しでは計り難いと思う。また、代理店認定制度においても会社が求める目指す代理店像とずれている代理店も多くいると思うが、その辺の柔軟性はどのように考えているのか。

保 ・前提としてお伝えした3つの観点については、最終的に固まっているものではないが、法令の解釈はチャネルによって変えるのは考えにくいと思っているので同一基準になるのではないかと。ただチャネルごとに保険を販売するスタイルが違っているので、その違いをどうするのかを今後詰めていきたいと考えている。また、代理店認定制度についての考え方として、求める基準は達成度合いで軽重つけることを想定しているが、代理店さんのビジネススタイルが多岐に渡っている中で一律に型にはめるようなことはせず、加点項目を設置することを考えている。

・一方で認定制度においては一定の規模が備わっていることが前提となっているので総要件は従来と変えてはいない。規模については、代理店さんが事業の中においていわゆる保険募集だけでなく自立して正しく募集できているかといった内部統制を築かなければならないので一定の規模は必要になるのではないかと。当局も一定の規模は必要だと述べている。

ア ・プロ代理店の立場から見ると他チャネルに対する保険会社の優遇が目立っている。その典型がポイント制度であり、他にはディーラーに対する販売協力、企業代理店に対する本業支援などがある。プロ代理店に対して二重構造の解消と言いつつ厳しく対応している一方で、ディーラーや企業代理店に対しては保険会社として多くの社費を投入している。その差がプロチャネルから見れば不満の源泉になっているのではないだろうか。代理店認定制度の改定については、プロ代理店チャネルを単独に取り上げるのではなく、モーターチャネルや企業代理店との比較の中でどう変えるのかを伝えていただけると、今回の不祥事を受けて本当にプロチャネルに対して本気になってきたのだ、と実感できるのではないかと。

保 ・代理店手数料ポイント体系の考え方に差異があったとすると、品質の観点で見るとダブルスタンダードであることはないのだろうと思っているので、同じ基準で評価していく方向になっていくと認識している。

事 ・規模は保険会社自社の規模であって代理店全体の規模ではない事が乗合代理店にとっては大きな違和感がある事ではないか。品質を重視するのであれば少し違うのではないかと。これから検討するのであれば我々代協の意見も取り入れていただきたい。

保 ・今回代協会員さんからいただいた規模に関する意見に対して、現行の代理店手数料規定においては規模と増収率が一定の割合を占めているが、今後品質を軸に考えていくと従来と同じような考え方では整合性が取れなくなるので、先ほど述べた3つの品質評価の考え方による程度規模を入れていくのか、排除していくのかはこれから検討していく。ただ、当社の認定制度については全社の収保を組み入れることは考

えにくい。

代 ・改定する認定制度の規模はどのくらいを考えているのか。

保 ・収保規模はこれまでと同じ品質を伴った 2 億であり、いたずらに規模を上げるものではない。

代 ・社会やお客様からの評価といった意味では代理店全体の規模であるはず。一般の事業であれば消費者からの評価が売上規模になっているが、保険業界では評価されるところが違うところにあるので、歪になっているのではないか。

保 ・今後は規模については別途考えていくことだが、そもそも規模ではなく品質を重視することには変わりはない。複数拠点のある代理店でも、本社の品質は高いが、ある営業所では品質が保てていないようなケースもあるので全体の収保が最適なのかといった観点から品質の考え方は法人単位でみていくことはしっかり管理していかねばならないと思う。

代 ・規模について御社とコミットしているので全体の数字が多くても御社の数字が少なければ認定されないのは当たり前だと思っている。ただ、専門チャンネルに対して特に厳しいことを求めているのではないか。

保 ・専門チャンネルは保険募集を専らに事業として営んでいる代理店さんなので求めるものは高いという事は認識している。

代 ・他チャンネルでは保険期中での切り替えがまだまだ横行しているので、保険会社の専門チャンネルを担当している部署から、しっかり発信していただきたい。

保 ・そのような事例がお客様起点の保険販売かというところではないので、そのような募集実態が事実であれば、業務品質とは何かに立ち返るべきで、しっかりと徹底を図っていく。そのような行為は保険代理店が、お客様起点に立った保険募集・業務運営を適切に行っているか。保険会社としても、お客様の声等を起点に、保険代理店がお客様に不利益となるような保険募集を行っていないか等を確認しながら、時には代理店さんに監督・指導していく責任があると考えている。

代 ・そうすれば、お客様も安心してディーラーで保険が加入できるようになると思う。サービスが付くから保険を期中で切り替えることがないようにチャンネルを超えて統一するべきだと思う。それが企業のカルチャーの問題であれば、そのような代理店は排除していただく必要があるのではないだろうか。

事 ・保険会社も途中で保険を切り替える勉強会を実施しているので、それはやめていただきたい。

ア ・大きな方向として量が質に転嫁するのは事実としてある。欧米の募集チャンネルに比べると日本は研修生出身のプロ代理店が多く、代理店のビジネスモデルを考える場合、規模に大きな課題があるのは見過ごすことができない事実だ。今後は、規模・増収ではなく品質へと移行していくというのだが、保険会社の気骨のようなものとして、今後も規模の重要性は発信し続けなければならないのではないか。ただし、その一方で認定制度上の規模には達していないが地域で圧倒的に顧客に支持されている代理店が多くいることも事実である。そういう代理店に対してどのような評価軸を持って接するのかという視点で制度を作っていくことも必要だと思う。

保 ・これまで保険会社は規模をベースとした代理店手数料体系としていたことで「大規模優遇、小規模冷遇」のような状態になってしまっている。一方、まだ検討段階ではあるが品質について様々な項目を挙げている段階でどの項目に重きを置くかの検討をしているのだが、あまりにも項目が細分化しているのと客観的評価方法が悩ましい問題になっている。小規模ではあるが品質の高い代理店さんを引き上げるべきだ、との意見もあり、品質をどのように客観的に評価していくのか、ましてやそれが手数料ポイントに反映されるとなると安易な決定はできず時間をかけて的確な評価をしていくことを掘り下げていかなければならないと思っている。

- ・定性評価と定量評価の問題があり、代理店さんの取組を評価するには誰が見ても同じ評価にならなければいけない事であり何らかの指標で評価することが重要だと思う。一方でお客様からの評価(NPSスコア)をどのように代理店手数料の項目に入れていくのかを論議しているところである。
- 事 ・今回の論議切り口としてお客様の声の評価を挙げているが、会員からは「お客様の声をベースにした定期的ミーティングが行われているかどうか。保険会社との議事録共有でポイント付与(評価)できるのではないか」といった声がある。
- 保 ・統計的にみるとお客様の推奨度合いは専門チャンネルが他チャンネルに比べて圧倒的に高い評価が出ているので、お客様が保険に求めるものは専門性であり専門代理店さんが応えているのではないかと。友人や同僚にお勧めするといった将来の行動を聞いているのだが、それは信頼・愛着・安心といったロイヤリティを可視化することができるのがNPSの考え方なので、そのスコアが高いという事は信頼感を示す指標と考えてもいいのではないだろうか。つまりお客様への対応レベル・品質の高さを示すものだと思う。お客様起点を考えたときにこのような考え方は取り入れる必要があると思っている。
- 事 ・続いて2つ目の切り口として情報提供に関する評価には会員から「交通安全セミナーの開催」「リスクマネジメント的な情報提供」「中断証明の満期案内」「年齢条件変更管理」など日常的に行っていることが評価されていないので評価されるべきだ、との声が挙がっている。手数料ポイントに入れるかどうかは別として顧客本位の業務運営の中での品質評価として取り入れる必要があるのではないだろうか。
- 代 ・時間投資している代理店は沢山いると思う。未来に対しての投資を行っている代理店が大きくなってきているとも思うので、もう少し促すようになっていかないといけない気がする。また、法令遵守は規模が大きくなればなるほど、難しくなるので、それを避けるために規模を大きくしない代理店もいる。本来は規模を大きくしなければ持続可能なサービス提供はできないし、顧客本位を考えたときには規模が必要になる事は間違いがない。規模が大きくなって評価されなくなると、リスクを負ってまで規模を大きくしようとしなくなるのではないかと。規模に応じたガバナンス体制評価が必要だと思う。
- 代 ・お客様のために色々な価値提供を行う代理店が増えてきているのは事実である。リスクを回避するために一定規模で留めていくことも経営判断だとも思う。
- 保 ・業務品質の領域や情報提供については色々な見方があると思うが、代理店さんのビジネスだけを考えたときに、どこに競争領域があるのかといった観点で考えると、お客様が代理店さんを選ぶといった、選ばれるための仕掛け、仕組みとして情報提供はあると思う。自分たちに何ができてどういう事業者なのか、を広くお客様に知っていただきお客様に選んでいただくことのために、自分たちを認知してもらうことは大事な事ではないか。専門代理店さんは自分のお客様には知ってもらっているのだが、自分のお客様ではないこれからお客様になるだろう人に認知してもらっているかという点と必ずしもそうでないかもしれない。そのギャップを埋めるためにどうやって認知してもらうかに向けてビジネスとして動いていく必要があるのだと思う。
- ・もう一つは、顧客に対するサービスであり、自分たちのお客様になっていただいている人に対してどういう情報を提供できるか、それは契約の後のアフターフォローであったり、シーズナルな情報は皆さんの存在をしっかりアピールできることであり、リスクマネジメントの一環としてお客様にしっかりと認知していただける効果があると思う。こういった領域はとても重要な取り組みだと思っているが、一方で交通安全セミナーなど独自の活動は見えない事が多いので評価しにくい面があったが、今後は認定制度の中に取り入れる仕組みを設けていきたい。
- 事 ・それはチャンネル共通で考えているのか。
- 保 ・兼業代理店は保険以外が本業であるので、例えば自動車整備事業の方が車に関するサービスや情報提供をしたときに加算評価するのと言ったらそれは難しいことであるので、今後チャンネル共通の取組は何か

についても検討していきたい。

- ア・少し補足的な意見を申し上げる。冒頭に、毎回お詫びの言葉から入りますと発言されていたが、いろいろあるからといって総懺悔する必要はないと思う。総懺悔をベースとして保険会社として必要な代理店に対する軸をぶらしてしまうなら、それは代理店にとってむしろマイナスになる。お客様のニーズに対応するうえで、代理店が自らの経営判断としてプラスアルファの部分を付け加えるとすれば、それこそが「顧客本位の業務運営」でいうところのベストプラクティスであり、代理店同士の競争領域に属するものだ。従って、これは保険会社が評価するものではなくお客様が評価するものであり、そこまで手を差し伸べて手数料ポイントに反映しても良いものだろうか。保険会社として、ある代理店のベストプラクティスが他の代理店にも浸透することを狙ってポイント評価するのは理解できるし、顧客にもメリットをもたらすが、代理店の立場からは、他の代理店がやらない方が自社のバリューが高まるという側面もある。保険会社と代理店の関係は何なのか、どこまで代理店の経営に踏み込むのか、基本の部分は押さえておかなければならないと思う。総懺悔することで代理店へのおもねりのようなものが生じ、これが代理店経営への過度の介入につながることで、代理店全体のパワーを下げってしまうことになってはいけないうように感じる。
- 保・専門代理店が目指す姿として我々が考えているのは、お客様が代理店を選ぶ時代になっているからこそ価値提供が一層重要となっており、価値提供の領域が例えば事故対応をしっかりとすることは、お客様が自分の払っている保険料の対価としてみているとすると、仮に10人に1人しか事故を起こさないとすると残りの9人に対する価値提供は何なのだろうか。自分が何に対して価値を感じるのかだと思ふ。皆さん事故に遭いたいとは思っていないので、それに勝る事前のコンサルティングや情報提供のように領域を広げていかなければならないのではないだろうか。という事は、独自取り組みは保険代理店が提供する事業領域の中に入ってくるといった考え方だと思うので、保険プラスアルファの価値提供を専門代理店が目指す姿4つの要素に入れている。競争領域を保険料と事故だけにするのではなく事業領域を広くとらえて、その中で自分たちに何ができるのか、どのような価値を提供していくのが競争の方向性になっていくのではないだろうか。お客様と接点を持つところに競争領域が移ってきていると感じているので、自らのビジネスの定義を変えていくタイミングでもあるのではないか。
- 事・事故頻度は今よりも減っていくはずなので、そこに価値提供を求めても多くの人には価値提供にならないのではないか。業務品質として必要な部分とポイント制度に入れる部分とは結局お客様の評価が得られれば手数料になるのでポイント制度はシンプルにする、といった考えもあるのではないだろうか。
- 代・自分たちの数字を拡大するために様々な投資をすることは自由な競争領域の中で行われている事であり、むしろ法令遵守など基本的な評価項目だけに保険会社の評価は注力して、後は自由に競争する方がシンプルになると思う。
- ア・プロ代理店の将来像を新たに作られているとのことだが、自社の「旗本代理店」に求めるものとしてはそれで良いと思うが、全代理店を対象とする手数料ポイントはそれとは異なる視点で作るべきではないか。例えば全代理店を対象とする手数料ポイントはシンプルなものにして、「旗本代理店」である認定代理店にはポイント以外でのメリットを提供することで応えるという仕組みにすることも考えられる。認定基準と手数料ポイントがリンクしすぎているなら、その点に無理があるような気がしている。
- 保・手数料ポイント制度は代理店委託契約書に基づき全ての代理店さんが対象になるものであるが認定制度は専門チャネルの将来像を目指す代理店さんを評価するものであり、水準や求めるレベル、内容に違いはあり分けて考えている。
- ア・先ほどのご説明で、「一がコンプラ、二がお客様対応、三が顧客ニーズへの対応」という区分があったが、顧客ニーズへの対応は手数料ポイントの対象にはしない方がよいのではないか。一のコンプラはもちろんだが、二の保険募集や契約管理は手数料ポイント制度の対象になっておかしくはない。しかし三の保険プラスアルファの顧客対応ということであれば、FD原則の中でいうベストプラクティスに関わることである。これは手数

料ポイント制度とは別の枠組みで、保険会社としてプロ代理店の将来像という観点で評価する中身と整理していけば上手くまとまるのではないかと。

- 保 ・一方で、高品質な募集を求めているので、誰もができる領域を評価するのではなく認定制度は高い領域を評価しているので階層を整理する必要がある。顧客本位の業務運営の中でお客様のニーズに応えることは事業者として一定対応しなければならない要件だと思う。
- 事 ・高品質の代理店と、そうでない代理店とのポイントが逆転しているところに不満が出ているが、契約が取ればある意味手数料は増えるので、ポイント制度ですべてを評価するのではないとしてしまうということだろうか。細かいことまでポイント制度に入れられないと思う。
- 代 ・金融庁の報告書には品質は保険会社の効率化ではなく、と明確に書かれていたと思うがそのような項目は減らしていくつもりなのか。
- 保 ・記載されている内容は十分認識している。これまでの代理店さんとの意見交換の中で我々が考えている業務品質が本当にお客様にとっての業務品質なのかといった疑問の声をいただいているので、これまで以上に本当にお客様に対する品質に資するものかどうかを検討している。品質を評価するときに我々は申込書の中にある情報しか持っていないので、その中の数値でしかデジタルな評価ができないのが悩ましい。
- 事 ・同じ自動車保険を募集しているのであればチャネルによつての品質評価が違うのはおかしい、と金融庁も考えているようだ。
- ア ・世の中の感覚で行くと、商品の販売は価格競争から出発する。規模が大きければ一件当たりの単価を下げて競争力を高めることが可能になるので、規模が大きければ大きいほど一件当たり手数料は小さくなるはずである。規模が小さいところは、件数が少ないから一件当たり高い手数料をもらわなければいけないので単価は高くなっているはずであるが、保険業界は最終価格が決まっているので、この常識が通用しない。しかし、このような原点の感覚があるので小規模代理店は心の底に不平等感をもってしまっているのではないかと。規模は小さいがお客様から信頼・愛着・安心を得ている代理店は地域にいるわけなので、そのような代理店に手厚い手数料を払う方法があれば、根本的なモヤモヤ感に対する答えになるような気がする。そこに対する解決策が規模・増収だけでなく品質だという枠組みで応えることができるのであればよいのだが……。一方でわが国の保険募集構造を根本から改革するという観点では、欧米に比べて代理店数が非常に多いという事実にも向き合う必要がある。
- 保 ・規模・増収だけでなく価値観は何かを検討するうえで、法令遵守、お客さま対応、お客さまニーズに応えるといったカテゴリーの中ではやはりガバナンスを求めるのではないだろうか。
- 事 ・それであれば、役割分担が必要になるのだから収保規模ではなく社員数のような指標があっても良い気がする。
- 代 ・毎年ポイント制度の見直しが行われているが、特に品質については単年で成果が出るものもあるので数年のスパンでの見直しは考えていないのか。また、これまで項目が固定されていたが保険会社の色が変わってきているように代理店も変わってきているので必須項目と選択項目みたいなものがあったら良いのではないかと。前提として保険会社と代理店との事前打合せが必要ではあるが。
- 代 ・認定制度に関して取得代理店に対して綿密な打ち合わせで代理店の経営に対しても考えてくれるので他社にはない丁寧な対応をしてくれていると感じている。
- 代 ・品質項目の取組理由を説明していただければ納得感が生まれると思う。
- ア ・全体の印象として、しっかり議論されているという印象を受けた。体制整備義務が基本中の基本だという点を押さえたうえでプラスアルファを評価していくというスタンスが理解できた。

3. 小田島会長 閉会挨拶

- ・目指す姿について述べられたが、各保険会社がそれぞれのイメージを出していただけると、そこを目指して代理店も自分の力を磨いて、必要な事を吸収していき保険業界全体の生き生き感が高まると思うので日本代協としても盛り上げていきたいと思う。

以 上