

## ふたのワンポイントレッスン

### Vol.6 保険募集管理体制（その2）

今回は「保険募集管理体制」その2をテーマにご説明いたします。

昨年来の損保不祥事を受けて金融庁では金融審議会に「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」を設置して業界の正常化に向けて動き出していることはご存知のことと思います。今月13日に第6回の会合が開催されてワーキング・グループ（案）が上程され、いよいよ監督指針および保険業法の改正に向けた動きが加速してきます。報告書（案）を読み解いてみますと大型乗合代理店に対する新たな規制、ルールが主体となっていますが、専業代理店である代協会員の皆さまにとっても他人事ではありません。19日に損保協会会長は自動車ディーラーにおける「拠点テリトリー制」を廃止する考えを示しました。つまりは代理店都合による販売推奨方針は認めないということです。専業代理店においても生保または損保、あるいは両方とも複数社の乗合を行っていると思われます。現在の推奨販売方針が「当社の経営方針による」「取扱件数が多く事務に通じている〇〇社を推奨する」場合には今後の監督指針の動向によっては全面的に見直しを行う必要が出てきます。顧客の最善の利益を提供するために顧客の意向に沿った商品提案を行うことになるので来年度の経営計画の策定に向けて準備することをご提案いたします。

さて、来年は損保業界の正常化に向けた監督官庁ならびに損保協会、損保会社の新たな施策が本格化してくることが想定されますが、保険代理店にとっては法令等を遵守し、適正な保険募集体制を構築して顧客に最善の利益を提供することに変わりはありません。そうは言っても、今までの業務運営のままではいかと言え、今後示される監督指針や改正法令に沿った方針が必要です。顧客の最善の利益提供が法令化されたことにより、顧客保護の方針は益々重要になってきます。そのために代理店経営者の方に必要なマネジメントは募集人の日常行動管理だと考えます。代理店業務はデジタル化が進み、紙文化からペーパーレスの時代になっています。代理店監査で事務所を訪問して経営者や募集人とヒアリングを行うと日常の顧客対応はクラウド等に入力し、記録として残す業務フローが多くなっています。体制整備の考え方で言えば、経営者がルールを策定（Plan）し、募集人が実行（Do）する仕組みが定着してきていますが、顧客対応が適切に行われている（Check）ことを経営者や管理責任者が検証出来ているかといういかがでしょうか。いわゆる「体制整備」から「態勢整備」への進化が出来ているのでしょうか。顧客への最善の利益提供が法令化されたことにより、2016年の保険業法改正により法令化された意向把握・確認や重要事項説明が保険募集を行う上で、一層重要な管理体制が求められることとなります。経営者によっては募集人に対して当日中に顧客対応記録を

入力することを徹底して、翌朝に全募集人が入力した対応記録を点検、チェックされています。このルールをルーティンワークにするためには多忙な経営者にとっては大変だと思いますが、適切な日常の行動管理、指導を行う最適な方法と考えます。

前回は記しましたが、顧客への対応記録を残すことは必須業務であり、意向把握・確認、重要事項説明および比較推奨方針を顧客が理解されたことを漏れなく記録として残す社内ルールの定着が極めて重要な業務運営となります。それは定着するまでは募集人も経営者も大変な労力となりますが、募集人、代理店を守るために必要な業務と考えれば腹落ちするのではないかと考えます。契約締結後に顧客と契約内容に齟齬がありトラブル、クレームとなった場合に証跡やエビデンスとして契約経緯の立証に役立つものと考えます。

損保業界の悪しき慣習であったパンドラの箱が開いたことで、2025年は大きな変革の波が押し寄せてきます。

代理店業務品質の向上が叫ばれていますが、募集人にとっては「募集品質」の向上だと考えると理解しやすいです。顧客に最善の利益を提供するための募集品質を高めるために、自社で出来る保険募集管理体制、自社ルールの策定に是非お取り組みください。

作成：日本代協アドバイザー 日本創倫株式会社  
専務執行役員 事業推進室長(SEO) 風間 利也  
配信：日本代協事務局