

事務局提案資料

# 代理店指導等の実効性向上 に向けた取組み

～保険会社の制度活用を促す施策～

2024年12月9日

# 1. 保険会社の意識変化の必要性

これまでの第1回から第3回までの検討会では、保険会社の本制度への取組み姿勢や代理店指導の現状について、各委員から、次の意見・指摘があった。

- 今回の制度は、保険会社がしっかりと活用していくことが重要であり、まずは各保険会社がこの制度の意義をよく理解し、活用していくことが基本。
- この制度は損保協会が主体となって運営するものとなるが、評価制度のみで完結するものではなく、現状の代理店指導が形骸化している事実を真摯に受け止め、保険会社も自身の問題と受け止めて制度に関与することが重要。
- 代理店と保険会社の関係において、特に兼業代理店では、本業に伴って保険も売ってもらっているという構図から、保険会社の代理店指導の意識が乏しいのではないか。
- 保険会社の指導を実効性あるものとするためにも、第三者評価に委ねて終わりということではなく、この仕組みを保険会社での継続的な代理店指導に活用していく必要がある。
- 制度の実効性を確保するためには、各社が会社を挙げて活用に取り組む必要がある。
- 保険会社としても、個社の利益を超えて、現状を変えるために、覚悟を持ってこの制度を活用していく必要がある。

一連の問題事案は、保険会社において、実効的な代理店指導ができていなかったことに原因があることを強く認識し、まずは保険会社が意識を変え、業界一丸となって改革を進めることが重要である。

こうした問題意識に沿って、保険会社における本制度の活用を促すための具体的な施策案を、以下のとおり整理した。

## (1) 自己点検チェックの取組み

自己点検チェックシートの見直し(5項目)

- ① 評価項目・チェック内容の濃淡づけ
- ② 日常業務における取組み内容の確認
- ③ 改善取組みの確認等
- ④ 好取組み事例の収集
- ⑤ 保険会社による指導等の状況の確認

## (2) 保険会社との対話の実施等

保険会社との対話の実施、周知ツールの作成、制度説明会の開催

## (3) 職業倫理の高揚に向けた取組み

損害保険募集に関する「モデル倫理コード」の作成

## 2. 具体的な施策 ①自己点検チェックの取組み

### ➤ 自己点検チェックシートの見直し

既存の自己点検チェックの取組みについて、形式的なものにとどまり、形骸化しているという問題認識のもと、第2回検討会では、次のとおり自己点検チェックの取組み方向性を確認している。

- 自己点検チェックは、引き続き、代理店における体制整備に関するPDCAを主体的・自律的に推進するためのツールの1つとしつつ、今後は、顧客本位の業務運営の検証材料として、**保険会社(乗合代理店の場合の非代申会社を含む)の代理店指導等においても活用する。**
- 保険会社の代理店指導等においては、単に個々の点検項目ができているかどうかの確認に留まることなく、それらの意義や真の意味での顧客本位の実現・実践に向けて、**代理店との対話を可能な限り繰り返す。**

そして、第3回検討会では「保険会社のフォロー・指導等に繋がっていくような自己点検チェックでないと意味がない」などの意見等があり、具体的な見直し項目を整理した。

### (1) 評価項目・チェック内容の濃淡づけ

第3回検討会での意見等

- 量が多くて肝心なところが薄れてしまうことが懸念されるので、濃淡が必要ではないか。
- ✓ 評価基準のうち**特に重要と考えられる評価項目を特定し、他の項目とチェック内容に濃淡をつける。**なお、どの評価項目を重要なものとするかは、毎年、見直し検討する。

## 2. 具体的な施策 ①自己点検チェックの取組み

### (2) 日常業務における取組み内容の確認

第3回検討会での意見等

- 具体的に何をしているのかの説明を求めることが望ましい。
- 現状を確認したり、どのような事例があったのかを掘り下げて確認したり、それらを通じて見直しや改善をするきっかけにしたりするということではなければ、チェックシートの意味がない。
- 対話の材料になるようなことを書いてもらう必要がある。具体的にどのような取組みを行っているかといったことが記入され、保険会社はその内容をもとに、代理店と対話をしてさらに深掘りをしていくといった形で活用できるようなチェックシートにする必要がある。

- ✓ 保険会社と代理店との対話につながる材料となるよう、**日常業務における取組み内容を確認するため、特に重要な評価項目については記述式での回答を求めることとする。**

### (3) 改善取組みの確認等

第3回検討会での意見等

- 「できている・できていない」という形では「できている」といった回答になってしまい、PDCAを回していくことが難しい。現状について改善すべき点を記入してもらい、自身で認識してもらおうといったことが重要。
- 自己点検チェックが実態と合っているかについて、代理店と保険会社だけではなく、第三者の目線をどういった形で入れるのかという点も考える必要がある。

- ✓ より前向きな回答を促すため、**前回チェック時からの改善取組みの内容や、改善要否(要改善の場合はその内容)を確認する設問を設定する。**

## 2. 具体的な施策 ①自己点検チェックの取組み

### (4) 好取組み事例の収集

第3回検討会での意見等

- 優れた取組みや参考となるものについても情報収集して、ベストプラクティスを他の代理店にも伝えていくようにするとよい。
- 代理店における良い取組みについてもフィードバックを行うことが重要と考える。
- 工夫していることがあれば、そういった内容も第三者評価機関として情報収集できるとよいのではないか。

✓ 改善取組みに加え、**好取組み事例を収集し、他の代理店の参考となるよう情報提供する。**

### (5) 保険会社による指導等の状況の確認

第3回検討会での意見等

- 代理店を評価する場合には、保険会社の代理店指導の状況についても確認する必要がある。
- 保険会社によって代理店指導に濃淡があるのではないか。これまでの代理店指導のあり方について何らかの形で検証し、実効性を向上させる必要がある。
- 保険会社がどのように代理店を指導しているかに関して、保険会社に対するヒアリング等も実施する必要がある。

- ✓ **保険会社による指導等の状況について、代理店の認識を確認する設問を設定する。**
- ✓ 代理店からの回答を第三者機関として確認した結果、必要があると判断した場合には、保険会社に対するヒアリング等も実施する。

### ➤ 保険会社との対話の実施

「制度については、保険会社ごとだけでなく、保険会社の中でも部門によって受け止め方に濃淡があるように見受けられる」との指摘もあり、円滑な制度導入に向けて、保険会社の制度理解のばらつきを補正するとともに、各社における取組みを支援するため、保険会社との対話を実施している。これまでの実施状況(事務局所感)は次のとおりであり、有益な取組みであるため、継続実施する。

- 個社単位に対話することで、各社の事情や理解・興味に応じたやり取りができた。
- 部門を越えて関係者が集まって質疑応答する機会となったことで、共通理解が深まった。
- 会社ごとに、制度の理解・受け止めに大きな乖離があることが認識できた。
- 多くの会社は検討に着手したばかりであり、今後も疑問点などが出てくることが予想される。
- 特に各社判断に委ねられる事項などは、集合形式よりも個別の方が実効的な支援がしやすい。

### ➤ 周知ツールの作成、制度説明会の開催

制度の概要が固まった段階(意見公募手続きの完了時を目安)や、運用の詳細がまとまった段階(「評価指針」の様式・参考資料編が確定した時点)では、保険会社・代理店向けの周知ツールを作成する。また、2025年秋ごろを目途に、保険会社向けの制度説明会を開催する。

### ➤ モデル倫理コードの検討

「顧客本位の業務運営」に関して、これまでの当検討会では次のような意見があり、評価指針の作成と併せて検討・整理する必要性を認識している。

- 評価指針をまとめるにあたっては、顧客本位の考え方をどう捉えるかが極めて重要。
- 評価指針の作成を通じて、顧客本位とは何か、社会にとって良い保険とは何か、見つめ直す機会になるとよい。
- 顧客本位を保険の分野でどう考えるか、これまで十分整理しきれていなかったのではないかと。顧客本位について正しいメッセージを伝えられる評価制度としたい。
- 顧客本位の業務運営については、論議・検討を深めていくことが必要。目の前の顧客に寄り添うことばかりではなく、保険のあるべき契約者という意味での顧客を育てる視点もあつた方がよい。消費者教育が適切にできるということも、プロとして求められる資質ではないか。
- 損害保険業界として、一連の問題も踏まえ、保険業としての顧客本位の業務運営の共通認識を形成してもらいたい。

このため、「顧客本位」の考え方を広く業界関係者に浸透させる具体策として、たとえば、**損害保険募集に関して「モデル倫理コード」の作成**を検討することとしてはどうか。

その場合、損保協会では、モデル倫理コードに基づいて職業倫理に関する教材コンテンツを作成し、保険会社および代理店向けに教育・研修することとしてはどうか。

#### ■ 企業保険と個人向け保険の区別

- ✓ 前回の当検討会では、企業保険の領域と個人向け保険の領域とでは保護すべき利益が異なるため、たとえば、企業分野を対象とする代理店は専門性の観点、個人分野を対象とする代理店は消費者保護の観点といったように、自己点検チェックシートを区分してはどうか、という意見があった。
- ✓ 自己点検チェックのイメージとしては上記の方向性としつつ、次のような事情も踏まえ、どのような方策が考えられるか、トライアル運用等を通じて引き続き検討していく。
  - 企業保険と個人向け保険の双方を取り扱う代理店における実務上の負荷を考慮する必要がある。
  - 企業保険の中にも様々なものがあり、代理店の実態を確認する必要がある。
  - 保険会社では代理店ごとに相応の管理態勢としていることを前提にすれば、代理店との対話の中で、必要なコミュニケーションが図られることが期待される。

#### ■ リスクベースでの対象代理店の抽出

- ✓ 評価対象は、「大規模代理店を中心としつつリスクベースで中小代理店も抽出する」こととしている。
- ✓ 一方で、現在、金融審議会の「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」では大規模代理店に関する上乘せ規制のあり方が検討されており、本制度も、損保会社や監督当局の取組み等と効果的・効率的に整合したものであることが望まれる。
- ✓ このため、制度のコンセプトは当初どおりとしつつ、リスクベースで真に対象とすべき代理店を抽出できるような運用を、引き続き検討していく。