

案

代理店業務品質に関する評価指針 (損害保険代理店向け)

本 編

2025年●月

一般社団法人日本損害保険協会

もくじ

I	基本的考え方	4
I-1	代理店の業務品質評価に関する基本的考え方	4
I-2	本指針の位置づけ	5
I-3	本指針の改廃	5
II	評価項目および評価指標	6
II-1	評価項目の構成等	6
II-1-1	評価項目の構成	6
II-1-2	評価指標の考え方	6
II-1-3	代理店に関する基礎的情報	6
II-2	具体的な評価項目および評価指標	7
II-2-1	顧客対応	7
II-2-1-1	法令等遵守・顧客本位の業務運営・顧客最善利益義務	7
II-2-1-2	意向把握・確認義務	7
II-2-1-2-1	意向把握・意向確認	7
II-2-1-2-2	補償重複の防止	8
II-2-1-2-3	契約締結時の同意記録	8
II-2-1-3	情報提供義務	9
II-2-1-3-1	権限明示	9
II-2-1-3-2	重要事項説明	9
II-2-1-3-3	比較推奨販売	10
II-2-1-4	募集時の禁止行為・著しく不適当な行為	11
II-2-1-4-1	保険募集管理全般	11
II-2-1-4-2	保険料の取扱い	12
II-2-1-4-3	保険勧誘時や契約締結時のノベルティ等	12
II-2-1-4-4	団体契約、団体扱・集団扱契約	13
II-2-1-4-5	便宜供与	13
II-2-1-4-6	利益相反管理	14
II-2-1-4-7	自己契約・特定契約	14
II-2-1-4-8	独占禁止法遵守	14
II-2-1-4-9	取引時確認	15
II-2-1-5	高齢者募集	15
II-2-1-6	障がい者募集	15
II-2-1-7	顧客の利便性向上に向けた態勢整備状況	16
II-2-1-8	募集資料等の適切な管理	16
II-2-1-8-1	募集文書	16
II-2-1-8-2	代理店ホームページ	17
II-2-1-9	勧誘方針	17
II-2-1-10	募集人に対する教育・管理・指導	17

II-2-2	アフターフォロー	19
II-2-2-1	契約管理	19
II-2-2-1-1	満期管理	19
II-2-2-1-2	契約保全	19
II-2-2-2	保険事故発生時の対応	19
II-2-2-3	苦情の対応・管理	20
II-2-2-4	更改(継続)率等の把握・分析	20
II-2-3	個人情報保護	21
II-2-3-1	個人情報管理	21
II-2-3-2	個人情報保護に係るシステム面の整備	21
II-2-4	ガバナンス	23
II-2-4-1	コーポレートガバナンスに関する態勢整備	23
II-2-4-1-1	適切な業務(会社)運営	23
II-2-4-1-2	ディスクロージャーの適切な配備	23
II-2-4-1-3	自己点検・内部監査	23
II-2-4-1-4	反社会的勢力に対する業務運営	24
II-2-4-1-5	経営理念・経営計画	24
II-2-4-1-6	社内規則等の策定	24
II-2-4-1-7	業務継続計画(BCP)の策定	25
II-2-4-1-8	規模が大きい特定保険募集人の対応	25
II-2-4-1-9	共同募集を行っている場合の対応	25
II-2-4-1-10	募集関連行為委託等の対応	25
II-2-4-1-11	保険募集人指導事業(フランチャイズ事業等)	26
II-2-4-1-12	テレマーケティングを行っている場合の対応	26
II-2-4-2	コンプライアンス推進に係る態勢整備	27
II-2-4-2-1	募集人の資格取得・管理	27
II-2-4-2-2	代理店登録	27
II-2-4-2-3	募集人届出	27
II-2-4-2-4	不適切事案(含む懸念事項)への対応態勢の整備	28
II-2-4-3	従業員管理・従業員満足度向上に向けた取組み	28
II-3	代理店に関する基礎的情報に関する事項	30
III	代理店業務品質評価制度の運営	31
III-1	総則	31
III-1-1	代理店業務品質評価制度の目的	31
III-1-2	運営組織および体制	31
III-1-3	職員の監督体制等	31
III-1-4	費用負担	31
III-1-5	損保会社の利用申込み	32
III-2	代理店業務品質評議会	33
III-2-1	代理店業務品質評議会	33

Ⅲ-2-2	委員の構成	33
Ⅲ-2-3	開催および議決の方法等	33
Ⅲ-3	業務品質評価運営	34
Ⅲ-3-1	業務品質評価運営の仕組み	34
Ⅲ-3-2	対象代理店	34
Ⅲ-3-3	保険会社および代理店の責務	34
Ⅲ-3-4	自己点検チェックの取組み	34
Ⅲ-3-5	モニタリング調査	35
Ⅲ-3-6	フォローアップ点検・評価	35
Ⅲ-3-6-1	フォローアップ点検の対象	35
Ⅲ-3-6-2	フォローアップ点検の実施方法	35
Ⅲ-3-6-3	フォローアップ点検の評価	35
Ⅲ-3-7	評価結果の取扱い	35
Ⅲ-3-8	異議申立て	35
Ⅲ-3-9	情報連携	35
Ⅲ-4	業務品質の確保・向上に向けた取組み	36
Ⅲ-4-1	PDCAの取組み	36
Ⅲ-4-2	代理店における体制整備	36
Ⅲ-4-2-1	兼業代理店における利益相反管理	36
Ⅲ-4-2-2	乗合代理店における不祥事件等対応	36
Ⅲ-4-3	通報等窓口の設置	36
Ⅳ	社会から信頼される魅力ある損害保険代理業の実現に向けて	37

I 基本的考え方

I-1 代理店の業務品質評価に関する基本的考え方

損害保険業界において、代理店は主要な販売チャネルとして定着しており、その形態(法人・個人の別、専業・兼業の別、および専属・乗合の別)や規模も多種多様となっている。この代理店に関する制度は、わが国の産業・経済の発展・変化とともに、主に家計分野の保険普及と募集秩序維持の観点から幾多の変遷を経て現在に至っているが、その過程の中で、常に、代理店は損保会社からの保険募集に関する業務委託先として、損保会社による指導・管理・評価を受けてきた。

そして、2000年代以降の保険商品や保険料率等の自由化の流れの中で、損保会社間での競争関係や消費者ニーズの変化、また、消費者意識の高まりといった各種の環境要因の変化があり、本来であれば損保会社による代理店指導等もそれらに応じた変化を遂げるべきであったところ、近時の一連の業界問題を通じて明らかになったように、結果として、それが十分でなかったことが露呈した。

このことは、2024年6月25日に金融庁が公表した「『損害保険業の構造的問題と競争のあり方に関する有識者会議』報告書ー我が国保険市場の健全な発展に向けてー」において言及しており、とりわけ「顧客本位の業務運営の徹底」に向けた取組みの1つとして、次の指摘がなされている。

まずは、損害保険会社においては、保険代理店における保険募集の適切性について、代理店監査等を通じて検証し、必要に応じて改善を求めるなど、保険代理店の規模やそれに基づく保険会社の営業面への影響の大きさにかかわらず保険代理店に対する指導等が適切に行われるよう、保険募集管理態勢を再構築し、その実効性を確保するべきである。

また、保険代理店に対する金融庁及び財務局のモニタリングについても、これまでは、人員の制約等により、一部の保険代理店に対するヒアリングや苦情分析にとどまっていたが、今般の事案を踏まえ、損害保険会社による保険代理店に対する指導等の状況についても、損害保険会社や保険代理店への立入検査を通じて検証するなど、金融庁及び財務局によるモニタリングを強化すべきである。

その上で、損害保険会社による保険代理店に対する指導等を補完する枠組みの構築を検討すべきである。例えば、保険代理店の業務品質を保険代理店と利害関係のない中立的な第三者が一定の基準に基づいて公正かつ適切に評価する業界共通の枠組みを設けることを検討すべきである。また、第三者評価を検討するに際しては、それを実効的に機能させる観点から、以下のような点にも留意する必要があるとの指摘もある。

- 特に、損害保険会社による適切な指導等が行われないおそれのある大規模な保険代理店等に対して有効に機能するような仕組みや、それ以外の保険代理店への指導等においても損害保険会社が活用できる評価基準を検討すること
- 評価基準や項目については、評価される側の保険代理店等の関係者を含めて、十分に検討する必要があること

こういった背景を踏まえ、損害保険市場の健全な発展のため、顧客本位の業務運営の徹底の観点で、すべての顧客にとって適切な営業活動が行われるよう、これまで以上に業務品質を重視した顧客目線での代理店評価が実施され、また、その業務品質レベルが継続的に向上していくよう、業界共通の評価基準を策定し、損保会社や代理店と利害関係のない中立的な第三者が評価運営を行う仕組みを構築する。

この業界共通の評価基準は、損保会社間の公正な競争を阻害することがないように十分に留意したうえで、代理店の業務品質のうち顧客本位の業務運営に関する項目・内容に沿って構成し、かつ、最低限必要な業務運営が確保されているかを判定できるようなものとし、また、第三者による評価運営においても、損保会社による代理店指導等を補完する枠組みの中で、顧客本位の業務運営の徹底に資するよう、適切な代理店の業務品質評価を追求していく。

I-2 本指針の位置づけ

本指針は、上記の基本的考え方を踏まえ、代理店の業務品質評価にかかる業界共通の評価基準(評価項目および評価指標)を定めるとともに、当該評価基準に基づいて第三者評価制度を運営することについて定めたものである。

このため、特に評価基準に関しては、損保会社における代理店指導等において活用されることでその実効性向上に資すると考えられるほか、代理店手数料ポイント制度を運用する損保会社にあっては、顧客本位の業務運営を推進する観点から、「規模・増収」に偏ることなく、顧客にとってのサービス向上に資する「代理店の業務品質」を重視した制度とするため、当該損保会社の判断において、評価基準の内容を同ポイント制度における判定基準と連動させることも重要と考えられる。

I-3 本指針の改廃

本指針の改廃は、評議会(Ⅲ-2-1に定める評議会をいう。以下同じ。)の決議による。

なお、改廃にあたっては、軽微なものを除き、あらかじめ監督当局と協議・調整するほか、必要に応じて意見公募の手続きを行うものとする。

II 評価項目および評価指標

II-1 評価項目の構成等

II-1-1 評価項目の構成

評価項目は、法令等遵守に関する事項のほか、法令等に明示の規定がないものであっても、代理店において顧客本位の業務運営ができているかどうかを確認・検証するために必要と認められる事項を含めて整理している。

また、これらの評価項目は、「顧客対応」、「アフターフォロー」、「個人情報保護」、および「ガバナンス」の4つの要素に区分して設定しているほか、各評価項目についての意義については「主な着眼点」として整理している。

II-1-2 評価指標の考え方

評価指標は、各評価項目における「主な着眼点」に照らして標準的に求められる程度(レベル感)を設定するものであり、多種多様なすべての代理店において適合できるよう、その内容は網羅的なものとなる。したがって、実際に評価指標を適用するにあたっては、機械的・画一的な適用となることがないように、代理店の規模や特性(チャネル等)に応じて、実態に即して適切に判定される必要がある。

II-1-3 代理店に関する基礎的情報

評価基準が代理店の規模や特性に応じて適切に適用されるため、また、適切に適用されているかどうかを事後的または客観的に検証できるようにするため、評価項目とは別に、代理店に関する基礎的情報の提供を代理店に求めることとする。

II-2 具体的な評価項目および評価指標

II-2-1 顧客対応

意向把握や比較推奨等の実施すべきこと、および禁止事項の徹底に加え、高齢者・障がい者への丁寧な説明等、募集時の対応を適切に行い、顧客からの信頼を得られる態勢を整備しているか、確認する項目を整理している。

II-2-1-1 法令等遵守・顧客本位の業務運営・顧客最善利益義務

法令等を遵守し、「顧客本位の業務運営」および「顧客最善利益義務」を遂行することで、健全かつ適正な保険募集等を行い、顧客からの信頼が得られる態勢を整備することを目的とする。

II-2-1-1-1 主な着眼点

代理店とその役員、従業員が携わる業務全般において、法令等を遵守し、誠実に「顧客本位の業務運営」「顧客最善利益義務」を遂行しているか。

II-2-1-1-2 評価指標

代理店とその役員、従業員が携わる業務全般の遂行において、法令等の違反や「顧客本位の業務運営」「顧客最善利益義務」に反した行為が確認されないこと。

II-2-1-2 意向把握・確認義務

保険業法等に従い、保険募集を行う際、顧客がどのような補償内容を望んでいるか等、顧客の意向・情報を把握することで、顧客の適切な商品選択を確保することを目的とする。

II-2-1-2-1 意向把握・意向確認

II-2-1-2-1-1 主な着眼点

意向把握・意向確認を適切に行っているか。

II-2-1-2-1-2 評価指標

(1) 募集人は、意向把握・意向確認に関する以下のようなプロセスについて適切に実施している。

ア. 意向を把握し、記録、保存している。

イ. 意向に基づいた商品の提案ならびに意向と提案内容の対応関係の説明、および販売する商品の特性に応じて公的保険制度についての情報提供を行っている。

ウ. 当初意向と最終意向の比較および両者が相違している場合は相違点の確認をしている。

エ. 顧客の最終意向と申込内容の合致の確認(=意向確認)をしている。

(2) 募集人は、顧客の意向に関する以下の情報を把握している。

ア. どのような分野の補償を望んでいるか

イ. 求める主な補償内容

ウ. 保険期間・保険料・保険金額に関する範囲の希望、優先する事項の有無

(3) 募集人は、必ず申込日までに顧客の意向を確認し、意向確認書面等を遅滞なく顧客

に交付するなどの対応を行っている。

- (4) 募集人は、契約後の顧客との接点を通じ、契約内容が意向と合致しているか、意向に変化がないか等を確認し、必要な商品・サービスを提案する取組みを行っている。
- (5) 店主等(代理店主または保険部門の責任者をいう。以下同じ)は、募集人が適切に意向把握・意向確認を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (6) 店主等は、募集人が規定等を理解し、適切に意向把握・意向確認を行っていることを確認している。

II-2-1-2-2 補償重複の防止

II-2-1-2-2-1 主な着眼点

顧客の意向に基づかない補償重複の発生を防止するために適切に対応しているか。

II-2-1-2-2-2 評価指標

- (1) 募集人は、契約手続きの際、顧客が加入しようとしている保険契約(特約を含む)に関して、補償重複の可能性がある補償がセットされている場合には、重要事項説明書やパンフレット等を使用して、補償重複について説明したうえで、他の保険契約の有無を確認している。
- (2) 募集人は、顧客への確認の結果、補償重複の可能性がある他の保険契約があることが判明した場合は、保険料と保険金の関係について明示的に説明を行い、顧客に補償重複について認識・理解いただくようにしている。
- (3) 募集人は、補償重複について顧客に認識・理解いただいたうえで、顧客の意向を確認し、意向に基づいて契約を締結している。
- (4) 募集人は、意向確認の結果、顧客が補償重複を望まない場合は、提案する補償内容の見直しを行うなど適切な対応を行っている。
- (5) 店主等は、募集人が適切に補償重複の発生防止を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (6) 店主等は、募集人が補償重複の発生を防止するための適切な対応を行っていることを確認している。

II-2-1-2-3 契約締結時の同意記録

II-2-1-2-3-1 主な着眼点

契約者本人から適切に同意の記録を取り付けているか。

II-2-1-2-3-2 評価指標

- (1) 募集人は、契約者本人から適切に同意の記録を取り付けており、所属保険会社の規定等に基づくことなく、以下の行為(電話募集や郵送募集、インターネットを活用した手続きの場合は、以下に準ずる行為)を行っていない。
 - ア. 契約者と対面せず、他人名義印または代筆により、勝手に契約申込書・変更手続依頼書等を作成する。
 - イ. 契約者の意向を確認せず、契約締結・更新手続きや契約内容変更手続き(作成契約を含む)を行う。
 - ウ. 契約者からの依頼に基づいて、他人名義印の使用・代筆行為を行う。

- エ. 死亡保険金受取人指定がある場合や健康状態告知がある場合、被保険者本人の同意の記録の取り付けについて、他人名義印の使用・代筆行為を行う。
- (2) 店主等は、募集人が契約者本人から適切に同意の記録を取り付けるための教育・管理・指導を行っている。
- (3) 店主等は、募集人が適切に同意の記録を取り付けるための対応を行っていることを確認している。

II-2-1-3 情報提供義務

保険業法等に従い、顧客に対して契約の締結または加入の適否を判断するために必要な情報を説明することで、顧客の適切な商品選択を確保することを目的とする。

II-2-1-3-1 権限明示

II-2-1-3-1-1 主な着眼点

顧客に対し、募集人の権限等を適正に明示等しているか。

II-2-1-3-1-2 評価指標

- (1) 募集人(店主等が自ら保険募集を行う際も同様)は、顧客に対し、以下を説明している。
- ア. 所属保険会社等の商号、名称または氏名
 - イ. 自己が所属保険会社等の代理人として保険契約を締結するか、または保険契約の締結を媒介するかの別
 - ウ. 募集人の商号、名称または氏名
 - エ. 自らが取り扱える保険会社の範囲(保険会社の数等)
 - オ. 告知受領権の有無
- (2) 募集人は、保険会社の委託を受けた立場でありながら、「公平・中立」といった表示や説明を行うなど、顧客に「保険会社と顧客の間で中立である」と誤認を与えるような行為はしていない。
- (3) 店主等は、募集人が顧客に対し、適正に権限等を明示するための教育・管理・指導を行っている。
- (4) 店主等は、募集人が顧客に対し、適正に権限等を明示していることを確認している。

II-2-1-3-2 重要事項説明

II-2-1-3-2-1 主な着眼点

保険契約の締結または加入の適否を判断するのに必要な情報の提供を、商品の種類や特性等に応じて適正に行い、顧客が正しく理解したことを確認したうえで契約締結しているか。

II-2-1-3-2-2 評価指標

- (1) 募集人は、顧客のニーズに合致した提案を行い、顧客の知識・経験・財産の状況・契約締結時の目的・その他顧客の状況(年齢、障がいの有無等)を踏まえたうえで、契約の内容およびそのリスク等を顧客に対して適切かつ十分に説明している。
- (2) 募集人は、契約締結前に「契約概要」および「注意喚起情報」を記載した「重要事項

説明書」等を顧客に交付している。

- (3) 募集人は、契約締結前に「契約概要」および「注意喚起情報」の書面の交付の際に、少なくとも以下の3項目を口頭にて説明している。
 - ア. 当該書面を確認し、理解することが重要であること
 - イ. 主な免責事由等、顧客にとって特に不利益な情報が記載された部分を確認し、理解することが重要であること
 - ウ. 特に、乗換、転換等の場合は、これらが顧客に不利益になる可能性があること
- (4) 募集人は、契約締結前に「契約概要」および「注意喚起情報」の内容を顧客が理解するための十分な時間を確保している。
- (5) 顧客が申し込もうとする契約について重要な事項を理解いただいたことを十分確認し、そのうえで「重要事項説明書」の受領と「契約概要・注意喚起情報」の説明を受けたことの証として契約申込書への同意の記録を取り付けている。
- (6) 店主等は、募集人が適切に重要事項説明を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (7) 店主等は、募集人が適切に重要事項説明を行っていることを確認している。

II-2-1-3-3 比較推奨販売

II-2-1-3-3-1 主な着眼点

(乗合代理店または損保代理店が生保・少額短期保険の代理店を兼業しており、比較可能な同種の保険商品について推奨販売を行っている場合)顧客等の最善の利益の勘案義務も踏まえ、自己の利益を優先させることなく、推奨理由や比較内容等を適切に説明しているか。

II-2-1-3-3-2 評価指標

- (1) 募集人は、顧客等の最善の利益の勘案義務も踏まえ、自己の利益を優先させることなく、顧客に対して誠実かつ公正に商品を推奨している。
- (2) 募集人は、顧客の意向に沿って商品を選別して提案する場合、その客観的な基準や理由(商品特性や保険料水準等)を説明している。
- (3) 募集人は、自店独自の方針(代理店・募集人側の理由・基準を含む)により特定の商品を提案する場合、その基準や理由等を丁寧に説明している。
 - ※自店独自の方針は、合理的かつ、法令等に抵触しないものとする。
 - ※提案する基準や理由等は、特定の保険会社との資本関係やその他の事務手続・経営方針上の理由に留まることなく、具体的でわかりやすいものとする。
- (4) 募集人は、取扱商品の中から、顧客の意向に基づき比較可能な商品(保険募集人が把握した顧客の意向に基づき、補償内容等の商品特性等に基づく客観的な商品の絞込みを行った場合には、当該絞込み後の商品)を提案する場合、顧客が自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明している。
- (5) 募集人は、比較説明を行う場合、誤認するおそれのある表示や説明を行っていない。
- (6) 募集人は、形式的には客観的な基準・理由等に基づく商品の絞込みや提示・推奨を装いながら、実質的には代理店が受け取る手数料水準の高い商品に誘導するため

に商品の絞込みや提示・推奨を行っていない。

- (7) 店主等は、募集人が適切に比較推奨販売を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (8) 店主等は、募集人が適切に比較推奨販売を行っていることを確認している。

II-2-1-4 募集時の禁止行為・著しく不適当な行為

保険業法等に従って、適正な保険募集管理態勢を確立し、顧客の利益を保護することを目的とする。

II-2-1-4-1 保険募集管理全般

II-2-1-4-1-1 主な着眼点

保険募集を適切に行っており、また、それを管理する体制を構築しているか。

II-2-1-4-1-2 評価指標

- (1) 募集人は、以下の保険募集時の禁止行為、および著しく不適当な行為を行っていない。

【保険契約締結・保険募集に関する禁止行為、著しく不適当な行為例】

- ア. 虚偽の説明、契約者または被保険者の判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項を説明しないこと
- イ. 虚偽の告知を勧めること
- ウ. 事実の告知を妨げること
- エ. 不利益となる事実を告げずに乗換募集を行うこと
- オ. 保険料の割引・割戻し、その他特別の利益の提供を約し、または提供すること
- カ. 過度なサービス品・施策品の顧客への提供
- キ. (代理店が他業を兼業している場合)他業のサービスの割引等の提供
- ク. 誤解を招くおそれのある保険内容の比較説明または表示
- ケ. 将来における配当金の分配等の不確実な事項について断定的判断を示すこと、または確実であると誤解させる恐れのある説明・表示をすること
- コ. 信用または支払能力に関する、客観的事実に基づかない事実・数値の表示(たとえば、保険会社の支払能力等について根拠のない数値等を示して誤解を与えるような説明行為)
- サ. 保険種類・保険会社の誤認を招く行為(たとえば、生損保のセット商品の販売にあたり、生保商品の引受保険会社を説明しない行為)
- シ. 威圧的募集もしくは優越的地位を利用した募集
- ス. 保険契約等に関する事項であって、その判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、誤解させるおそれのあることを告げる、または表示する行為(誹謗・中傷等)

【その他の不適正行為例】

保険金不正請求、契約申込書への代印・代筆、無断契約、作成契約・架空契約、保険金や返戻金の私金払い、電話募集・代理人規定の誤用、契約手続き・契約内容訂正処理の放置・失念、無登録・無届募集、保険契約引受の際の情報交換 など

- (2) 店主等は、募集人が保険募集時の禁止行為、および著しく不適当な行為を行わないよう教育・管理・指導を行っている。
- (3) 店主等は、募集人が保険募集時の禁止行為、および著しく不適当な行為を行っていないか確認している。
- (4) 店主等は、不備・誤りや確認不十分等が発覚した場合、必要に応じて不備の内容や代理店としての対応等を所属保険会社に報告する仕組みを構築している。

II-2-1-4-2 保険料の取扱い

II-2-1-4-2-1 主な着眼点

所属保険会社の規定等に従って、保険料の取扱いおよび管理を適切に行っているか。

II-2-1-4-2-2 評価指標

- (1) 募集人は、保険契約の締結と同時に(分割払保険料については払込期日までに)、保険料の全額を現金、小切手または振込により領収する場合、所属保険会社の規定等に従って適切に取り扱っている。また、正当な理由なく以下の行為を行っていない。
 - ア. 保険料口座振替契約(クレジットカード払契約、払込票払契約、請求書払契約を含む)であるにもかかわらず、手集金を行う。
 - イ. 保険料の振替口座を保険契約者以外の名義の口座とする。
- (2) 募集人は、領収した保険料を他に流用・費消していない。
- (3) 募集人は、契約者に代わって保険料を支払う行為(保険料立替)を行っていない。
- (4) 以下のような保険料の流用・費消を防止するためのフローや仕組みを確立し、適切に管理している。
 - ア. 保険料の保管・精算状況について複数名でチェックする。
 - イ. 保険料領収証の使用状況、保険料保管口座の通帳および収支明細表を確認のうえ、不明瞭な引き出しや入金漏れがないかを定期的に確認する。
 - ウ. 募集人の生活実態や業務実態に注意を要する変調が生じていないかを確認する。
- (5) 代理店全体でキャッシュレス施策に取り組み、現金の取扱いを極小化している。
- (6) 店主等は、募集人が適切に保険料領収を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (7) 店主等は、募集人が適切に保険料領収を行っているかを確認している。

II-2-1-4-3 保険勧誘時や契約締結時のノベルティ等

II-2-1-4-3-1 主な着眼点

顧客へノベルティ等を提供する場合、景品表示法および所属保険会社の定める基準の範囲内で運用しているか。

II-2-1-4-3-2 評価指標

- (1) 募集人は、保険勧誘時や契約締結時のノベルティ提供を行う場合、実質的に保険料の割引や割戻しとみなされるような物品やサービスの提供(特別利益の提供)を行わず、景品表示法および所属保険会社の定める基準の範囲内で運用している。(提供していない場合でも、景品表示法および所属保険会社の定める基準を理解している。)
- (2) 他業を兼業する場合、募集人は、他業の顧客に対して各種のサービスや物品等の提供を行う際に、それらサービス等の費用を保険会社や代理店が実質的に負担して

いないことを確認している。また、顧客への訴求方法等によって、保険契約の締結または保険募集に結びつくことがないことを確認している。

- (3) 店主等は、募集人が適切に保険勧誘時や、契約締結時のノベルティ提供を行うよう教育・管理・指導を行っている。
- (4) 店主等は、募集人が適切に保険勧誘時や、契約締結時のノベルティ提供を行っていることを確認している。

II-2-1-4-4 団体契約、団体扱・集団扱契約

II-2-1-4-4-1 主な着眼点

団体契約、団体扱契約や集団扱契約を引受ける場合、所属保険会社の定める規定等を遵守しているか。

II-2-1-4-4-2 評価指標

- (1) 募集人は、団体契約を締結する場合には、対象とする団体の種類によって、団体類別、団体の適格性、被保険者の範囲(加入資格者)、必要な被保険者数、団体割引適用の可否等について、所属保険会社が定める基準に合致していることを確認している。
- (2) 募集人は、団体扱契約・集団扱契約を締結する場合には、「加入者要件」や「定足数」等について、所属保険会社が定める基準に合致していることを確認している。
- (3) 店主等は、募集人が適切に団体契約、団体扱契約や集団扱契約を引受けるための教育・管理・指導を行っている。
- (4) 店主等は、募集人が適切に団体契約、団体扱契約や集団扱契約を引受けていることを確認している。

II-2-1-4-5 便宜供与

II-2-1-4-5-1 主な着眼点

保険会社からの不適切な便宜供与等の金額・数量等に応じて、顧客に対する推奨商品を決定するといった行為を行っていないか。

II-2-1-4-5-2 評価指標

- (1) 保険会社と代理店・募集人との間において、便宜供与等の金額・数量等に応じて挙績の配分に関して約定する行為(明示的であるかどうかを問わない。)や、代理店・募集人から保険会社に対する物品の販売をはじめとする各種便宜供与に関して達成基準を課す行為(明示的であるかどうかを問わない。)を行っていない。
- (2) 保険会社に対して、一般的な社会通念を超えて本業の物品・サービス等を購入することや購入先として紹介することを求めている。
- (3) 所属保険会社が策定している便宜供与に関する規定等(※)に従って、適切に対応している。

※保険会社社員による代理店業務の代行・保険会社からの出向者派遣・政策保有株式を含む。

- (4) 店主等は、募集人が便宜供与に関し、不適切な行為を行わないよう教育・管理・指導を行っている。
- (5) 店主等は、募集人が便宜供与に関し、不適切な行為を行っていないか確認している。

II-2-1-4-6 利益相反管理

II-2-1-4-6-1 主な着眼点

(他業との間に利益相反が生じ得る兼業代理店の場合)利益相反に係る管理方針を策定・開示し、防止しているか。

II-2-1-4-6-2 評価指標

- (1) 募集人は、利益相反に関する自店の管理方針に基づいて、適切に対応している。
- (2) 店主等は、代理店内における顧客の利益または信頼を損ね得る事業を特定したうえで、その管理方針を策定・開示している。
- (3) 店主等は、利益相反にともなう顧客への弊害を未然に防止するための体制を整備(たとえば、保険金等支払管理部門と営業部門の適切な分離)している。
- (4) 店主等は、募集人が利益相反に関する自店の管理方針を理解し、防止するための教育・管理・指導を行っている。
- (5) 店主等は、募集人が利益相反に関する自店の管理方針を理解し、適切に対応していることを確認している。

II-2-1-4-7 自己契約・特定契約

II-2-1-4-7-1 主な着眼点

自己契約・特定契約の比率を適切に把握し、基準以下となるよう管理しているか。

II-2-1-4-7-2 評価指標

- (1) 募集人は、保険料の割引・割戻し等を目的とした自己契約・特定契約(特定関係法人等を契約者とする契約)の募集を行っていない。また、特定関係法人等の判定を実態に即するものとし、潜脱行為を行っていない。
- (2) 店主等は、自己契約比率・特定契約比率のいずれも50%を超えることのないよう適切に管理している。
- (3) 店主等は、募集人が適切に自己契約・特定契約について対応するための教育・管理・指導を行っている。
- (4) 店主等は、募集人が適切に自己契約・特定契約について対応していることを確認している。

II-2-1-4-8 独占禁止法遵守

II-2-1-4-8-1 主な着眼点

「独占禁止法」を遵守しているか。特に「不当な取引制限の禁止」および「不公正な取引方法の禁止」の観点に留意した対応を行っているか。

II-2-1-4-8-2 評価指標

- (1) 募集人は、「不当な取引制限の禁止」に留意し、保険契約の引受に際して保険会社や代理店同士の接触または情報交換を原則行っていない。また、保険料率に関する情報交換を行っていない。
- (2) 募集人は、「不公正な取引方法の禁止」に留意し、「抱き合わせ販売」や優越的地位の濫用を行っていない。

- (3) 募集人は、所属保険会社が策定している独占禁止法に関する規定等に従って、情報を取扱っている。
- (4) 店主等は、募集人が独占禁止法を遵守するための教育・管理・指導を行っている。
- (5) 店主等は、募集人が独占禁止法を遵守した対応を行っていることを確認している。

II-2-1-4-9 取引時確認

II-2-1-4-9-1 主な着眼点

マネー・ローンダリングやテロ資金供与等への対策のため、犯罪収益移転防止法の趣旨に鑑み、一定の取引を行う際に、本人特定事項等の確認(取引時確認)を行っているか。

II-2-1-4-9-2 評価指標

- (1) 募集人は、一定の契約・取引を行う際に、ただちに取引時確認書を作成し、保険会社に提出している。
- (2) 募集人は、疑わしい取引を発見した場合には、所属保険の規定等に従い、速やかに保険会社へ報告を行っている。
- (3) 店主等は、募集人が適切に取引時確認に関する対応を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (4) 店主等は、募集人が適切に取引時確認に関する対応を行っているか確認している。

II-2-1-5 高齢者募集

顧客が高齢の場合、高齢者(※)の特性に配慮し、募集人がより丁寧な対応を行うことで、顧客を保護することを目的とする。

※より丁寧な対応を行う必要があると考えられる顧客の範囲を、消費者トラブルの件数等を考慮し、70歳以上の顧客とすることが考えられる。

II-2-1-5-1 主な着眼点

高齢者に対して保険募集を行う場合、所属保険会社の定める規定等に留意した対応を行っているか。

II-2-1-5-2 評価指標

- (1) 募集人は、顧客が高齢の場合は、その特性に配慮し、極力、対面で保険募集を行ったうえで、所属保険会社や自店の規定等に従い、より丁寧な対応を行っている。
- (2) 店主等は、募集人が適切に高齢者に対しての募集を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (3) 店主等は、募集人が適切に高齢者に対する募集を行っていることを確認している。
- (4) 店主等は、高齢者の特性を理解するための代理店独自の研修・啓発やトラブル事例の共有を行っている。

II-2-1-6 障がい者募集

顧客が障がいを有する場合、不当な差別的取扱いを行わず、募集人が障がいの状態や性別、年齢に応じた必要かつ合理的な配慮を行うことで、顧客を保護することを目的とする。

II-2-1-6-1 主な着眼点

障がい者に対して保険募集を行う場合、所属保険会社の定める規定等に留意した対応を行っているか。

II-2-1-6-2 評価指標

- (1) 募集人は、顧客が障がい者の場合は、本人がどのような対応を望んでいるのかを丁寧に聞き取ったうえで、合理的な配慮を行いながら柔軟に対応している。また、希望する対応が、正当な理由により実施できない場合、または過重な負担となるため実施が困難であるといった場合には、本人にその理由を説明し、理解を得るよう努めている。
- (2) 店主等は、募集人が適切に障がい者に対しての募集を行うための教育・管理・指導を行っている。特に、代筆・代読や電話リレーサービスへの対応を含む研修等を通じて、対応を徹底している。
- (3) 店主等は、募集人が適切に障がい者に対する募集を行っていることを確認している。
- (4) 店主等は、障がいについて理解を深めるための代理店独自の研修・啓発を行っている。

II-2-1-7 顧客の利便性向上に向けた態勢整備状況

顧客の要望に応じた利便性向上に向けた態勢を整備することを目的とする。

II-2-1-7-1 主な着眼点

顧客の要望に応じた選択肢の提供、インフラ整備など、顧客の利便性向上に向けた対応を行っているか。

II-2-1-7-2 評価指標

- (1) 募集人は、対面・非対面募集の選択肢を顧客に説明し、要望に応じて対応している。
- (2) 店主等は、ペーパーレス申込み対応が可能な電子署名に対応したノートパソコン・タブレット端末を配備している。

II-2-1-8 募集資料等の適切な管理

保険業法等に従い、募集資料等について、顧客に誤認を与えることのないよう適切な運用を行うことを目的とする。

II-2-1-8-1 募集文書

II-2-1-8-1-1 主な着眼点

募集文書を適切に管理・使用・作成しているか。

II-2-1-8-1-2 評価指標

- (1) 代理店事務所に設置している募集文書(パンフレットやチラシ等)や、募集人が携行している募集文書は最新のものとなっている(商品改定前の募集文書が置かれていない)。
※保管分として、顧客の目に触れない場所に旧保険募集文書を保管することは差し支えない。
- (2) 原則として、所属保険会社が作成した最新の汎用募集文書を使用している。また、募集文書を代理店独自に作成・変更する場合は、必ず所属保険会社の事前承認を

受けた使用期限内のものを使用している。

Ⅱ-2-1-8-2 代理店ホームページ

Ⅱ-2-1-8-2-1 主な着眼点

ホームページを適切に作成・運営・管理しているか。

Ⅱ-2-1-8-2-2 評価指標

- (1) 代理店が自ら作成・運営・管理するホームページについて、景品表示法を遵守するとともに、所属保険会社から提供されるチェックリスト等を活用し、代理店情報や商品・付帯サービスの説明等が最新かつ適切な内容となっているか、定期的に点検を行っている。
- (2) ホームページについて、サイバーセキュリティ対策を実施している。

Ⅱ-2-1-9 勧誘方針

金融サービス提供法に従い、勧誘方針について適正に対応することを目的とする。

Ⅱ-2-1-9-1 主な着眼点

金融サービス提供法に基づく勧誘方針を策定・公表しているか。

Ⅱ-2-1-9-2 評価指標

- (1) 代理店自らの名前で勧誘方針を策定し、事務所に掲示する等、公表している。
- (2) ホームページで保険商品の販売等を行っている場合は、ホームページへも掲載している。
- (3) 契約取扱出先(支店等)を設置している場合は、全ての契約取扱出先で掲示している。
- (4) 個人代理店で専用事務所がない場合は、自宅兼事務所に掲示している。

Ⅱ-2-1-10 募集人に対する教育・管理・指導

保険業法等に従い、代理店自らが募集人の教育・管理・指導等を行う態勢を整備することを目的とする。

Ⅱ-2-1-10-1 主な着眼点

店主等は、募集人に対して教育・管理・指導を適切に行っているか。

Ⅱ-2-1-10-2 評価指標

- (1) 所属保険会社が参加必須としている研修等(コンプライアンス研修、商品改定研修、業務連絡会等)に参加し、定期的に自店内で研修を実施するなど、その内容を自店内のすべての募集人に周知徹底している。
- (2) 自店の規模や業務特性に応じ、品質向上に向けた具体的な教育計画を策定のうえ、自店独自の教育・管理・指導を定期的に行っている。
- (3) 研修等は、実施記録や出欠記録を行い、欠席者へのフォローや、理解度の確認(確認テストの実施等)や理解不足の場合のフォローを行っている。
- (4) 募集人だけではなく、申込書の作成等を行う内部事務担当者に対しても、個人情報の取扱い等、必要な事項につき、もれなく教育・管理・指導を行っている。
- (5) 自店の募集人の日々の業務遂行状況を管理・把握するとともに、不備や苦情・トラブル

ル事案等は自店内で共有し、勉強会等の機会を設けている。

- (6) 代理店内で委託保険会社独自教材や官公庁等作成教材等を使用し、公的年金制度に関する研修等を実施している。
- (7) 保険募集に関する専門知識・スキルの修得のため、損害保険トータルプランナーの育成に積極的に関わり、認定者が在籍している。

II-2-2 アフターフォロー

保険契約締結後においても、契約管理や保険事故発生時のアフターフォローに加え、苦情を真摯に受け止めて品質向上に役立てる等、顧客満足度向上に向けた態勢を整備しているか、確認する項目を整理している。

II-2-2-1 契約管理

満期管理や契約保全を適切に行うことで、顧客からの信頼を獲得し、トラブルを未然に防ぐことを目的とする。

II-2-2-1-1 満期管理

II-2-2-1-1-1 主な着眼点

顧客の意向を更新の都度確認し、満期管理を適切に行っているか。

II-2-2-1-1-2 評価指標

- (1) 募集人は、適切な時期に満期案内を行い、継続状況を適切に管理している。特に不継続の場合は、確認相手や理由等について、確認のうえ記録している。
- (2) 募集人は、満期案内の際、前年同条件を前提とせず、顧客の意向を確認し、必要な補償に関する情報提供を行ったうえで契約を行っている。
- (3) 店主等は、募集人が適切に満期管理を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (4) 店主等は、募集人が適切に満期管理を行っていることを確認している。

II-2-2-1-2 契約保全

II-2-2-1-2-1 主な着眼点

手続き漏れ等のミスがないよう契約保全を適切に行っているか。

II-2-2-1-2-2 評価指標

- (1) 募集人は、契約内容変更・解約手続き等の依頼を受けた場合は、放置・失念することなく対応している。
- (2) 店主等は、募集人が適切に契約保全を行うための教育・管理・指導を行っている。
- (3) 店主等は、募集人が適切に契約保全を行っていることを確認している。

II-2-2-2 保険事故発生時の対応

保険事故発生時、早期解決に向け、適切な事故対応を行うことを目的とする。

II-2-2-2-1 主な着眼点

事故対応に関する業務規定等を策定し、「迅速」かつ「丁寧」に対応しているか。

II-2-2-2-2 評価指標

- (1) 募集人は、保険契約の締結時に、事故通知の重要性について、顧客等に十分に説明を行っている。
- (2) 募集人は、自店で定めた規定等に従い、適切に事故対応を行っている。
- (3) 募集人は、事故に関し、保険会社に確認することなく、支払い責任の有無や保険金支払額について回答していない。
- (4) 店主等は、適切な事故対応を行うため、あらかじめ顧客等に周知しておく事項や、顧客等からの事故通知に対する受付の仕方や保険金が支払われるまでのフォローアップ

プの内容を明確に定めておくなど、事故対応に関する業務規定等を策定している。

- (5) 店主等は、募集人が適切な事故対応を行うよう教育・管理・指導を行っている。
- (6) 店主等は、募集人が適切に事故対応を行っていることを確認している。

II-2-2-3 苦情の対応・管理

苦情に対して適切な対応を行い、品質向上に役立てる態勢を整備することを目的とする。

II-2-2-3-1 主な着眼点

苦情の対応・管理を適切に行っているか。

II-2-2-3-2 評価指標

- (1) 苦情の定義および苦情の受付・顧客対応・報告ルートの一連の流れが明文化されている。
- (2) 苦情について申出内容・対応履歴を記録するとともに、対応もれが発生しない態勢(チェックリストや役職者による確認等)を整備している。
- (3) 苦情全件について発生経緯・原因を特定している。
- (4) 苦情について経営層が報告を受け、必要に応じ社内共有化・再発防止策等を実施している。
- (5) 苦情管理に関し、実施すべき事項を募集人に徹底している。
- (6) 苦情を一元的に管理する、営業部門からの独立性を確保した担当部門・担当者が設置されている。
- (7) 意見や要望・感謝の声を含む申出内容を業務改善に活かし、PDCAサイクルを構築している。

II-2-2-4 更改(継続)率等の把握・分析

更改(継続)率等の原因分析を行い、品質向上に役立てる態勢を整備することを目的とする。

II-2-2-4-1 主な着眼点

更改(継続)率や失効・早期解約となった契約を把握・分析し、必要に応じて改善策を実施しているか。

II-2-2-4-2 評価指標

更改(継続)率を定期的に把握・分析し、解約理由・経緯等を踏まえ、必要に応じて改善策を実施し、募集人への教育・管理・指導を行っている。

※保険会社より提供されたデータのほか、代理店独自で算出した更改(継続)率でも可。

II-2-3 個人情報保護

個人情報保護法に則った個人情報の取扱いの徹底に加え、外部からのサイバー攻撃に対する備え等、システム面においても十分な顧客情報管理体制を整備するなど、個人情報取扱事業者として遵守すべき義務を遂行しているか、確認する項目を整理している。

II-2-3-1 個人情報管理

個人情報保護法等に則った個人情報の取扱いを徹底することを目的とする。

II-2-3-1-1 主な着眼点

個人情報保護法等に則り、個人情報を適切に取り扱い、管理しているか。

II-2-3-1-2 評価指標

- (1) 代理店の従業者は、顧客情報の取得・保管・管理等にあたっては、個人情報保護法を遵守し、また、所属保険会社の規定等に従い、適切に対応している。
- (2) 代理店の従業者は、個人情報の漏えい、滅失、毀損等が発生した際の適切な対応を理解し、当該対応を実施している。
- (3) 店主等は、「個人情報保護に関する基本方針」(プライバシーポリシー)を公表(ホームページや店頭への掲示)している。
- (4) 店主等は、従業者が個人情報保護法に則り、また、所属保険会社の規定等に従い、適切に個人情報の取扱いを行うよう教育・管理・指導を行っている。
- (5) 店主等は、従業者が個人情報保護法に則り、また、所属保険会社の規定等に従い、適切に個人情報の取扱いを行っていることを確認している。
- (6) 店主等は、個人情報の漏えい、滅失、毀損等が発生した場合は、ただちに所属保険会社に報告している。
- (7) 店主等は、外部委託先を適切に管理・把握している。

II-2-3-2 個人情報保護に係るシステム面の整備

サイバーセキュリティ対策等、顧客情報保護のためのシステム面の整備を行うことを目的とする。

II-2-3-2-1 主な着眼点

外部からのサイバー攻撃に対するセキュリティ対策など、個人情報保護に係るシステム面の整備を実施しているか。

II-2-3-2-2 評価指標

- (1) 業務利用するパソコン等の機器について以下のようなセキュリティ対策を実施している。
 - ア. 安全性が確保されたネットワーク接続
 - イ. ウイルス対策
 - ウ. 個人情報が含まれるシステムへのアクセス制限
 - エ. ソフトウェアインストールのシステム制御
 - オ. 強固なパスワードの認証設定
 - カ. フリーメールの業務利用の原則禁止 など
- (2) 個人データを含む添付ファイルを社外にメール送信する際に、情報漏えいを防止す

る仕組みがある。

- (3) OS／ソフトウェアの更新状況を本社のシステム担当部門、あるいはシステム担当者が把握・管理する仕組みが整備され、保守サポートが切れたOS／ソフトウェアを使用していない。

II-2-4 ガバナンス

顧客からの信頼向上に向け、PDCAの実施を含めた強固なガバナンスを構築していることに加えて、コンプライアンスの遵守態勢を確認する項目を整理している。

II-2-4-1 コーポレートガバナンスに関する態勢整備

顧客からの信頼を得られる適切なコーポレートガバナンス態勢を整備することを目的とする。

II-2-4-1-1 適切な業務(会社)運営

II-2-4-1-1-1 主な着眼点

(法人代理店の場合)会社法等、各法人の根拠法を遵守しているか。

II-2-4-1-1-2 評価指標

- (1) 会社法第472条に定める休眠会社に該当していない(最後に登記を行ってから12年以上経過していない)。
- (2) 決算報告書(B/S、P/L、株主資本等変動計算書、個別注記表)を作成している。

II-2-4-1-2 ディスクロージャーの適切な配備

II-2-4-1-2-1 主な着眼点

所属保険会社のディスクロージャー資料を適切に配備しているか。

II-2-4-1-2-2 評価指標

顧客より所属保険会社の最新のディスクロージャー資料の開示を求められた際、閲覧できる状態にしている(ディスクロージャー資料が掲載された所属保険会社のホームページを案内する方法も可)。

II-2-4-1-3 自己点検・内部監査

II-2-4-1-3-1 主な着眼点

自己点検や内部監査を実施し、改善策・再発防止策等を策定、実施しているか。

II-2-4-1-3-2 評価指標

- (1) 全拠点が実施する自己点検について定めた規定等があり、責任者を明確に定めたいえで、定期的かつ適切に実施している。
- (2) 自己点検結果に基づき、不備の原因を把握のうえ、改善を図る態勢を整備し、その取組みの証跡を残している。
- (3) 内部監査の実施について定めた規程等があり、責任者を明確に定めたいえで全拠点に対して定期的かつ適切に実施している。
- (4) 内部監査結果および改善策について、経営層へ報告を行っている。
- (5) 営業部門から独立した内部監査を職務とする担当部署(内部監査室等)・担当者を設置している。
- (6) 内部監査等を実施する部門に保険募集に関する法令や保険契約に関する知識等を有する人材を担当として配置している。
- (7) 内部監査担当者・部署の機能発揮状況について、第三者(親会社、顧問弁護士は除

く)による確認を行っている。

Ⅱ-2-4-1-4 反社会的勢力に対する業務運営

Ⅱ-2-4-1-4-1 主な着眼点

反社会的勢力との関係遮断に向けた対応を行っているか。

Ⅱ-2-4-1-4-2 評価指標

- (1) 店主等は、反社会的勢力等との関係遮断に努め、保険契約者、代理店の役員・従業員、業務委託先等(以下、保険契約者等という)が反社会的勢力等に該当する場合の対応方針や所属保険会社の契約引受基準等、所属保険会社の定める規定等を理解のうえ、反社会的勢力等との関係遮断を行う体制を整備し、関係遮断に努めているなど、適切かつ健全に業務を運営している。
- (2) 店主等は、募集人や保険契約者等が反社会的勢力等に該当する(疑義がある場合や判断に迷う場合等を含む)ことが判明した場合や、保険業務に関して反社会的勢力等から不当な要求を受けた等の場合、速やかに所属保険会社に報告・相談するための教育・管理・指導を行っている。また、募集人が適切に報告・相談を行っていることを確認している。

Ⅱ-2-4-1-5 経営理念・経営計画

Ⅱ-2-4-1-5-1 主な着眼点

従業員に経営理念や経営計画を周知徹底し、理解度を確認しているか。

Ⅱ-2-4-1-5-2 評価指標

- (1) 代理店として顧客本位の業務運営を踏まえた経営理念を策定のうえ、従業員へ周知徹底し、定期的に理解度を確認している。
- (2) 代理店としての経営計画(数値のみの販売計画ではなく、代理店の発展に向けた具体的な施策を定めたもの)を策定のうえ、従業員へ周知徹底している。
- (3) 策定した経営計画の進捗管理や総括を実施し、PDCAを構築している。

Ⅱ-2-4-1-6 社内規則等の策定

Ⅱ-2-4-1-6-1 主な着眼点

法令等や所属保険会社が定めた募集ルールに沿って適切に業務運営を行うことを定めた社内規則等を適切に策定し、自店内に提示しているか。

Ⅱ-2-4-1-6-2 評価指標

- (1) 所属保険会社のマニュアル(推奨販売・比較説明、重要事項説明、顧客情報管理、外部委託先管理等の募集関連ルールを規定した「募集コンプライアンスガイド」等)を自店の社内規則と位置付け、全ての所属保険会社分を備え付け、自店内に示している。
- (2) 乗合代理店の場合、所属保険会社のマニュアルを代理店の社内規則と位置付けるとともに、「自店独自の推奨方針(商品を選別する基準や理由等)」を策定し、自店内に示している。
- (3) 自店独自で社内規則を策定している場合、自店の実態や最新の法令等や所属保険

会社の定めた規定等に則して改定され、自店内に示している。

Ⅱ-2-4-1-7 業務継続計画(BCP)の策定

Ⅱ-2-4-1-7-1 主な着眼点

有事における業務継続計画(BCP)を作成し、定期的に訓練を実施しているか。

Ⅱ-2-4-1-7-2 評価指標

- (1) 大規模災害などの発生を想定し、事業の優先順位、提供サービスレベル、復旧目標時期、代替策、発動基準が規定されたBCP計画書を作成し、BCP計画が有効に機能するか定期的に訓練を実施している。
- (2) 訓練の実施結果等を踏まえ、必要に応じて定期的にBCP計画の見直しを行っている。

Ⅱ-2-4-1-8 規模が大きい特定保険募集人の対応

Ⅱ-2-4-1-8-1 主な着眼点

法令に基づき、帳簿書類の備付けおよび事業報告書の作成・提出を適切に行っているか。

Ⅱ-2-4-1-8-2 評価指標

- (1) 法令に基づき、帳簿書類を備付けている。
- (2) 法令に基づき、事業年度ごとに事業報告書を作成し、毎事業年度経過後3か月以内にこれを財務局長等に提出している。

Ⅱ-2-4-1-9 共同募集を行っている場合の対応

Ⅱ-2-4-1-9-1 主な着眼点

共同募集を取り扱う場合、共同募集時の業務範囲を規定し、適切に募集が行われていること等を確認しているか。

Ⅱ-2-4-1-9-2 評価指標

- (1) 共同募集時の業務範囲を規定し、共同募集先と締結した契約書や覚書に定められた業務の範囲で募集が行われていること、募集時に契約者に対し共同募集であることが適切に説明されているか等を確認している。
- (2) 継続的に共同募集を行う全ての共同募集先と共同募集契約書や覚書等が締結され、当該契約書や覚書等に定められた業務の範囲で募集が行われていること等を確認している。

Ⅱ-2-4-1-10 募集関連行為委託等の対応

Ⅱ-2-4-1-10-1 主な着眼点

募集関連行為を第三者に委託等する場合、その従事者が保険募集に該当するような行為におよぶ等、不適切な行為が行われないよう指導等を行っているか。

Ⅱ-2-4-1-10-2 評価指標

- (1) 店主等は、募集関連行為を第三者に委託等する場合、以下のような留意点に基づき、不適切な行為を行わないよう、指導事項を示した文書や適切な態勢整備等の確約を求める文書を交付するなどの教育・管理・指導を行う体制を整備している。

【留意点】

- ア. 保険募集行為または特別利益の提供等の募集規制の潜脱につながる行為を行っていないか。
- イ. 比較サイト等の商品情報の提供を主たる目的としたサービスにおいて、誤った商品説明や特定商品の不適切な評価を行うなど、募集人が募集行為を行う際に顧客の正しい商品理解を妨げるおそれのある行為を行っていないか。
- ウ. 個人情報の第三者への提供に係る顧客同意の取得等の手続を個人情報の保護に関する法律等に基づき、適切に行っているか。
- エ. 支払手数料の設定について、不適切な行為を誘発しないよう、慎重な対応を行っているか。

(2) 遵守状況について定期的なチェックを行い、必要に応じて改善を図っている。

II-2-4-1-11 保険募集人指導事業(フランチャイズ事業等)

II-2-4-1-11-1 主な着眼点

(フランチャイズ代理店の場合)保険募集人指導事業を行う代理店(フランチャイズ代理店等)が他の代理店に商号等の使用を許諾している場合、顧客への誤認を防止するための措置を行っているか。

II-2-4-1-11-2 評価指標

- (1) フランチャイザーなど商号の使用を他の代理店に許諾している代理店の場合、両者が異なる事業者であることや、取り扱う保険商品の品揃えが異なる場合はその相違点を説明するなど、顧客が当該他の代理店と同一の事業を行う者と誤認しないよう指導を行っている。
- (2) フランチャイジーなど他の代理店の商号を使用している代理店の場合、誤認を防止するための措置を講じている。

II-2-4-1-12 テレマーケティングを行っている場合の対応

II-2-4-1-12-1 主な着眼点

ダイレクトマーケティングとして電話等を用いて新規の保険募集・加入勧奨を反復継続して行っている場合、具体的な保険募集方法を定め、適切に教育・管理・指導を行っているか。

II-2-4-1-12-2 評価指標

トラブルの未然防止や早期発見に資する取組みとして、以下の点を踏まえて、体制を整備し、適正に運用している。

- (1) 説明すべき事項を定めたトークスクリプト等を整備のうえ、徹底している。
- (2) 顧客から、今後の電話等を拒否する旨の意向があった場合、以降、電話等はいらないよう徹底している。
- (3) 通話内容を記録・保存している。
- (4) 苦情等の原因を分析のうえ、再発防止策を策定・周知している。
- (5) 保険募集等を行った者以外の者による通話内容の確認(成約に至らなかったものを含む)およびその結果を踏まえた対応を行っている。

II-2-4-2 コンプライアンス推進に係る態勢整備

無登録・無届募集や無資格募集の未然防止に加え、募集人が法令等を遵守し、不適切な行為が行われないよう、適切に管理する態勢を整備することを目的とする。

II-2-4-2-1 募集人の資格取得・管理

II-2-4-2-1-1 着眼点

店主等は、募集人の資格取得状況や資格の有効期限、受講状況を適切に管理しているか。

II-2-4-2-1-2 評価指標

- (1) 店主等は、募集人が損保協会の損保一般試験「基礎単位」「商品単位」や所属保険会社の独自資格・教育等、募集人の役割に応じて必要な資格を取得していることを確認している。
- (2) 店主等は、募集人が損保一般試験の有効期限切れによる無資格募集を招かないよう、損保協会が運営する「募集人・資格情報システム」や所属保険会社のシステム等により、有効期限・次回受験予定年月等を管理し、有効期限の管理を行っている。

II-2-4-2-2 代理店登録

II-2-4-2-2-1 主な着眼点

財務局等に届け出ている代理店登録事項を正しく遅滞なく登録・届出する体制を整備しているか。

II-2-4-2-2-2 評価指標

- (1) 店主等は、財務局等に届け出ている代理店の登録事項が現状と相違ないか定期的に確認するなど、常に最新かつ正確な登録届出情報を管理している。また、登録事項の変更発生時、遅滞なく届出を行っている。

【個人代理店】 店主氏名(注)、事務所所在地、他の業務

【法人代理店】 筆頭者・筆頭者以外の代表者(在籍状況、氏名(注))、商号、事務所名称、事務所所在地、他の業務

(注)旧氏(旧姓)を使用している場合、旧氏(旧姓)についても登録する。

- (2) 店主等は、登録事項の変更発生時、遅滞なく届出を行うため、以下の点を踏まえた体制を整備している。
 - ア. 届出する部署または担当者が決まっている。
 - イ. 届出する部署または担当者に連携する手順が決まっている。 など

II-2-4-2-3 募集人届出

II-2-4-2-3-1 主な着眼点

財務局等に届け出ている募集人が現状と相違ないかを確認し、無届募集を未然防止しているか。

II-2-4-2-3-2 評価指標

- (1) 店主等は、保険募集に従事する役員・募集人として財務局等に届け出ている者が、

実際に保険募集を行っている者と一致しているか確認している。また、氏名(注)に変更が生じた場合、遅滞なく届出を行っている。

(注)旧氏(旧姓)を使用する場合、旧氏(旧姓)を含む

- (2) 財務局等に届け出ている募集人が、募集人としての所定の要件を充足しているか確認している。
- (3) 代表権を有する役員が、役員退任後も引き続き保険募集を行う場合、募集人届出を行っている。
- (4) 法令上、募集人として届け出ることができない者を届け出ていることを確認している。
- (5) 店主等は、無届募集を未然防止するため、以下の点を踏まえた体制を整備している。
 - ア. 届出する部署または担当者が決まっている。
 - イ. 届出する部署または担当者に連携する手順が決まっている。
 - ウ. 社員の入社や転入時等には、募集を開始する前までに募集人届出手続きを完了している。
 - エ. 無届募集は保険業法上の禁止行為であり、募集が可能となるのは財務局等に届出が受理された日(届出日)以降であることを募集人に周知している。
 - オ. 募集人以外の社員に対して、保険募集の定義を理解させ、届出(登録)のない者が募集を行ってはいけないことを教育している。 など

II-2-4-2-4 不適切事案(含む懸念事項)への対応態勢の整備

II-2-4-2-4-1 主な着眼点

法令等遵守に関する責任者・担当部署を設置し、不適切事案への対応等についての確認事項・対応内容・権限を規定しているか。

II-2-4-2-4-2 評価指標

法令等遵守に関する責任者・担当部署を設置し、不適切事案の未然防止策や不適切事案発生時の対応についての確認事項・対応内容・権限を規定している。

II-2-4-3 従業員管理・従業員満足度向上に向けた取組み

法令等に従い、従業員が安心して働くことのできる労働環境等を整備することを目的とする。

II-2-4-3-1 主な着眼点

従業員の労働環境等が整備されているか。

II-2-4-3-2 評価指標

- (1) 時間外労働に関する労使協定(36協定)がある。
- (2) 時間外勤務の上限について目標が設定され、社内に周知されている。
- (3) 就業規則や給与・賃金規程がある。
- (4) 従業員の勤怠状況および活動状況について、本人による申請・管理者による承認・本部による定期的な確認が仕組み化されている。
- (5) 従業員向けの定期健康診断を実施している。
- (6) 人事評価制度、キャリア開発(社員教育)、コミュニケーション活性化等の従業員満足

度向上に向けた取組みを実施している。

Ⅱ－3 代理店に関する基礎的情報に関する事項

業務品質評価が適切に実施され、実効性ある第三者評価制度が運用されるためには、代理店の規模や特性を踏まえた評価基準の適用は不可欠であり、これら代理店に関する基礎的情報を収集する必要がある。

この基礎的情報は、保険業法第304条および保険業法施行規則第238条に基づく事業報告書における報告事項に準拠することとする。

<代理店に関する基礎的情報に関する事項>

- ・ 事業概要
- ・ 保険代理店登録年月日
- ・ 代理申請会社
- ・ 専業・兼業
- ・ 沿革
- ・ 株式基本情報(大株主)
- ・ 役員及び使用人の状況
- ・ 保険募集に係る募集人の給与・報酬の形態
- ・ 会社業績の状況(直近3事業年度分)
- ・ 組織・体制・会議体
- ・ 保険募集人指導事業の実施状況
- ・ 主要販売チャネル
- ・ 主要顧客の属性
- ・ 主要販売チャネルにおける集客方法
- ・ 委託を受けている保険会社数の推移(直近3か年度)
- ・ 取扱保険契約等
- ・ 取扱保険契約の内訳等(直近3か年度)
- ・ 取扱保険商品の販売状況(前年度・当年度)

Ⅲ 代理店業務品質評価制度の運営

Ⅲ-1 総則

Ⅲ-1-1 代理店業務品質評価制度の目的

保険業法上、損保会社は代理店を適切に指導等する必要があり、また、金融庁の「保険会社向けの総合的な監督指針」においても、損保会社は適正な保険募集管理態勢を確立することが求めている。

このように、代理店の指導等は基本的には損保会社が担うべき性質のものと位置付けられるが、一方で、損害保険の募集形態の変化等を背景に、特に規模の大きい代理店などを中心に、損保会社による適切な指導等が行われないうおそれが顕在化したことで、消費者の損害保険業界に対する信頼低下につながっている。

こうした状況に対応するため、顧客本位の業務運営の徹底に向けて、損保会社の代理店指導等を補完する仕組みとして、当該代理店指導等の当事者（損保会社および代理店）と利害関係のない第三者が代理店において最低限必要な業務品質が確保されているかどうかを確認・検証する第三者評価制度として「代理店業務品質評価制度」を実施する。

代理店業務品質評価制度の実施を通じて、損保会社における代理店指導等の実効性を向上させるとともに、業務品質の確保・向上に向けた業界レベルの取組みを通じて消費者からの信頼の回復・向上を目指し、健全かつ持続的に発展可能な魅力ある損害保険募集制度を実現する。

Ⅲ-1-2 運営組織および体制

協会に業務品質評価運営（Ⅲ-3に定める業務品質評価運営をいう。以下同じ。）に関する事務を実施する機関として、●●を置く。また、●●に、当該事務に従事する職員を置く。

（注）「●●」の部分は後日指定する（以下同じ）。

Ⅲ-1-3 職員の監督体制等

●●の職員は、協会の専務理事が任命する。また、●●の職員は、所属長の指示命令を受けて誠実に事務を遂行するほか、そのサービスに関する基準は別に定める。

また、●●の職員および評議会の委員ならびにこれらの職にあった者は、業務品質評価運営に際して知り得た秘密を漏らし、または自己の利益のために使用してはならない。

Ⅲ-1-4 費用負担

業務品質評価運営に要する費用は協会が負担することとし、原則として代理店には請求しない。ただし、業務品質評価運営にあたり必要な手続きを行う場合であって、当該手続きに関して●●が通常負担すべき費用以外の費用を負担した場合は、この限りでない。

（注）協会において、別途、業務品質評価運営にかかる会費基準を定める。

なお、上記ただし書きに該当するために●●が代理店に当該費用を請求しようとするときは、あらかじめ当該代理店に請求金額の見積額を提示し、当該費用の負担について同意を得るものとする。

Ⅲ－１－５ 損保会社の利用申込み

損保会社は、協会の業務品質評価運営を利用する場合は、あらかじめ、協会に対して別に定める利用意思確認書を提出するものとする。

協会は、損保会社から当該確認書の提出を受けた場合には、当該損保会社が業務品質評価運営にかかる義務を履行できないと見込まれるときを除き、その利用申込みを承諾しなければならない。

なお、協会が損保会社の利用申込みを承諾した後、当該損保会社の責めに帰する事情により上記の義務履行の見込みが変化した場合には、協会は、当該損保会社と協議のうえ、必要に応じて利用停止その他の措置を講じることができる。

Ⅲ－2 代理店業務品質評議会

Ⅲ－2－1 代理店業務品質評議会

協会に代理店業務品質評議会(以下「評議会」という。)を置く。

評議会は、協会の理事会から権限委任を受けて、中立的に業務品質評価運営を実施する。

Ⅲ－2－2 委員の構成

評議会の委員は、公益委員(損害保険会社の役職員以外の者である委員のことをいう。以下同じ。)5名および協会の常勤役員2名とし、協会の理事会において選任する。

公益委員の任期は2年とする。ただし、再任を妨げないほか、欠員が生じた場合における後任の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

また、評議会に議長および副議長を置き、いずれの者も公益委員の中から評議会の委員の互選により選任する。なお、議長および副議長の役割は、別に定める。

Ⅲ－2－3 開催および議決の方法等

評議会は、原則として年2回開催するほか、必要に応じて臨時に開催できる。

評議会は、議長がこれを招集し、委員の3分の2以上の出席によって成立する。また、委員は各1個の議決権を有し、出席した委員の過半数をもって議決する。

評議会の議事録は、議長の確認後、公開する。

Ⅲ-3 業務品質評価運営

Ⅲ-3-1 業務品質評価運営の仕組み

業務品質評価運営は、代理店における業務が業界共通の業務品質基準(Ⅱ-2に定める評価項目および評価指標をいう。)に適合したものとなっているかどうかを確認・評価等する一連のプロセスのことである。

具体的には、代理店による自己点検チェックを利用した損保会社による代理店指導等をベースとして、当該代理店指導等が適切に行われぬおそれがある場合については、補完的に協会が第三者評価を実施して損保会社にフィードバックするほか、業務品質評価運営の状況については適時・適切に情報開示し、また、監督当局と適切に情報連携する。

Ⅲ-3-2 対象代理店

業務品質評価運営は、原則として、すべての代理店を対象として実施する。

(注)対象外とすることが妥当と考えられる代理店の有無は要確認。

Ⅲ-3-3 保険会社および代理店の責務

損保会社(乗合代理店の場合の代申会社以外の損保会社を含む)においては、顧客本位の業務運営の徹底に向けて、代理店が実施した自己点検チェックを代理店指導等に活用する。具体的には、損保会社は代理店が実施した自己点検チェックの結果を確認することとし、その際には、単に個々の点検項目ができていないかどうかの確認にとどまることなく、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こととする。

代理店においては、体制整備が自らに課された法令上の義務であり、それを自主的・自律的に推進するPDCAの一環としての自己点検チェックの取組みの意義を改めて認識したうえで、さらに、損保会社における上記の対応も踏まえ、特に顧客本位の業務運営に関して保険会社と認識を十分に共有できるよう、代理店としての意見発信にも自己点検チェックを活用することとする。

協会は、円滑な業務品質評価運営のため、損保会社および代理店に必要な協力等を求めることができる。

Ⅲ-3-4 自己点検チェックの取組み

協会は、毎年度、上記「Ⅱ 評価項目および評価指標」に沿った自己点検チェックにかかるチェックシート(以下「自己点検チェックシート」という。)を作成し、専用の業界システムを通じて代理店に提供する。

代理店においては、少なくとも年度に1度の頻度で自己点検チェックを実施し、その結果等について自己点検チェックシートに必要事項を入力し、専用の業界システムを通じて損保会社に提出するものとする。

損保会社においては、代理店から提出された自己点検チェックシートの内容を確認し、代理店を適宜フォロー・指導等する。

Ⅲ-3-5 モニタリング調査

協会は、業務品質評価運営の状況を確認して必要な対策を講じるため、代理店における自己点検チェックの取組みと保険会社の関与の状況に関して、モニタリング調査を実施する。

Ⅲ-3-6 フォローアップ点検・評価

協会は、損保会社による代理店指導等の実効性向上のために有効かつ必要な範囲において、モニタリング調査に加え、フォローアップ点検・評価を実施する。

Ⅲ-3-6-1 フォローアップ点検の対象

フォローアップ点検の対象は、大規模代理店（保険業法施行規則第236条の2に規定する規模が大きい特定保険募集人をいう。）を中心に、モニタリング調査および通報等窓口（Ⅲ-4-3に定める通報等窓口をいう。）において受け付けた通報等の内容に基づき、リスクベースで抽出する。

Ⅲ-3-6-2 フォローアップ点検の実施方法

フォローアップ点検は、書面または書面と実地の併用により実施する。

フォローアップ点検の実施にあたる●●の職員は、同点検の実効性と公平性を確保するため、当該フォローアップ点検にかかる代理店と資本関係のある損保会社からの出向者でないこと、その他別に定める点検担当者選定基準を満たした者とする。

Ⅲ-3-6-3 フォローアップ点検の評価

フォローアップ点検の評価は、評議会が実施する。

Ⅲ-3-7 評価結果の取扱い

協会は、モニタリング調査およびフォローアップ点検の評価結果について適切に損保会社および代理店にフィードバックするほか、業務品質評価運営の状況等について公表する。

Ⅲ-3-8 異議申立て

保険会社および代理店は、協会に対して評価結果に関する異議申立てを行うことができる。なお、保険会社は、異議申立ての対象となる評価結果にかかる代理店の同意を得たうえでなければ、異議申立てを行うことはできない。

異議申立てにかかる必要な手順等は、別に定める。

Ⅲ-3-9 情報連携

協会は、業務品質評価運営の状況に関して、監督当局と適切に情報連携（評価結果に基づく個別協議を含む）する。

Ⅲ-4 業務品質の確保・向上に向けた取組み

Ⅲ-4-1 PDCAの取組み

評議会は、代理店業務品質評価制度の意義に照らして上記「Ⅱ 評価項目および評価指標」の内容が適切であるかどうかを定期的に検証し、必要に応じてその見直しを行う。

また、評議会は、業務品質評価運営の実施状況を踏まえ、協会の理事会に対して業務改善等の提言を行い、または損保会社や代理店に対して必要な情報提供を行う。

Ⅲ-4-2 代理店における体制整備

代理店は、業務品質評価運営に関し、保険会社または協会との間で窓口となるべき責任者を1名定め、所定の方法により協会に届け出るものとする。

同責任者は、自己の責任において適切に自己点検チェックを実施するほか、当該代理店における顧客本位の業務運営の推進に努めるものとする。

Ⅲ-4-2-1 兼業代理店における利益相反管理

兼業代理店においては、本業と保険募集業務とを併せて営むことに伴う弊害（保険取引にかかる顧客の利益が不当に害されること）を防止するため、利益相反管理方針を定め、適切に業務運営するものとする。

Ⅲ-4-2-2 乗合代理店における不祥事件等対応

乗合代理店において不祥事件等が発生した場合には、乗合代理店の置かれた立場とすべての乗合保険会社の当該代理店に対する指導等の実効性向上の必要性を踏まえ、代理店は、情報の取扱いに留意しつつ、すべての乗合保険会社と適切に当該不祥事件等にかかる対応状況等を共有するものとする。

Ⅲ-4-3 通報等窓口の設置

協会は、業務品質評価運営に関連して、代理店における不適切事例の早期発見・是正および未然防止のための通報等窓口を設置する。

協会は、通報等窓口で受け付けた情報を適切に管理して別に定める手順に沿って対応し、その運用状況については評議会において定期的に確認する。

IV 社会から信頼される魅力ある損害保険代理業の実現に向けて

本指針は、「I-2 本指針の位置づけ」に記載のとおり、代理店の業務品質評価にかかる業界共通の評価基準を定めるとともに、当該評価基準に基づいて第三者評価制度(代理店業務品質評価制度)を運営することについて定めたものであるが、本制度の趣旨は、保険会社による代理店指導の実効性向上を通じた顧客本位の業務運営の徹底であり、そのために保険会社が果たすべき役割は実に大きい。

すなわち、代理店を指導等する立場にある保険会社として、顧客本位の業務運営が十分に実践されなかった原因をどこに見出し、どのようにそれを解消して改善していくかを考えたとき、単に、保険会社から代理店への一方的な価値観の強要になってしまうのであれば、真の意味での顧客本位の業務運営の実現は困難なものとなる。

およそ顧客本位とは、顧客の立場に立つことであり、その意味において、保険会社と代理店は同列の立場にいることになるのだから、両者はビジネスパートナーとしての関係を強化することが相互利益をもたらすものとなる。保険会社と代理店の「対話」は、これを実践する具体的なプロセスの1つとして極めて有効であり、また、業務委託関係の中で発生し得る「対立」を回避することにもつながると考えられる。

まずは、保険会社がこれまでの価値観から脱却して、代理店との対話を通じて顧客本位の業務運営に関する価値観を共有し、代理店は、それに対して現場の目線から必要な主張を行うことができるような、健全な関係構築が期待される。

いずれにしても、本制度が所期の目的に向かって力強く進んでいくために、関係者には制度への十分な理解と積極的な参画が求められ、それが軌道に乗った先には、消費者からの信頼の回復・向上とともに、魅力ある損害保険代理業の実現があるものと願っている。