

「代理店業務品質に関する評価指針(損害保険代理店向け)」(案)に対する 意見概要および意見への考え方等

一般社団法人日本損害保険協会

1. 総評

昨年12月20日から本年1月20日の間で意見公募を実施した、第三者による代理店業務品質評価に関する制度運営の手引きとなる「代理店業務品質に関する評価指針(損害保険代理店向け)」(以下「評価指針」)案等に関連して、64の法人・個人から247の意見等が寄せられました。

(1) 意見等の概要

お寄せいただいた意見等の内容および内訳は、概略次のとおりです。

項目	件数	主な内容
「評価指針」案に対するもの	208件	—
制度全般に関するもの	39件	制度導入への評価や期待の声の一方、実効性等に懸念を示す声が寄せられました。
評価項目および評価指針に関するもの	84件	記載内容や具体的な取扱いへの質問のほか、基準の明確化や追加・見直し等に関する意見がありました。
自己点検チェックの取組みに関するもの	12件	取組み方法の確認や質問、特に乗合代理店の場合におけるチェックや対話の負担感等に関する意見がありました。
評価運営に関するもの	47件	代理店業務品質評議会や運営組織の中立性の確保、損保会社の制度利用必須化、フォローアップ点検の対象、結果公表や通報制度のあり方等に関する意見がありました。
その他評価基準に関連するもの	26件	比較推奨販売、便宜供与、募集人教育・資質向上、保険会社社員の教育、企業内代理店に関する意見がありました。
上記以外のもの	39件	保険会社における顧客本位の業務運営のあり方、代理店政策、代理店手数料関係に対する声が寄せられました。

(2) 意見を踏まえた対応方向性と評価指針等の主な修正点

- ① 寄せられた意見を踏まえ、評価指針等について一部見直しを行った上、予定どおり2026年度からの本格運用に向けて、2025年度はトライアル運用を実施します。
- ② 中立的な制度運営を確保するとともに、適切な周知取組みのほか、損保会社のフォローアップやトライアル運用等を踏まえた制度の見直し改善を通じて、確実な制度定着を目指します。
- ③ 評価指針について、記載内容の明確化等の観点から所要の見直しを行うとともに、評価指針に沿って具体的な点検を実施するための「自己点検チェックシート」を作成しました。

なお、本チェックシートは2025年度用のトライアル運用版であり、2026年度向けのチェックシートは2025年夏頃を目処に公表し、改めて意見受付を実施します。

また、代理店における実効的な自己点検チェックの取組みに資するため、代理店向けのチェックシートに加え、募集人向けのチェックシートを作成しました。

- ④ 通報等窓口の受付対象について、情報提供者は消費者・代理店のほか損保会社を含めることとし、広く損害保険に関する不適切事例(疑義事例を含む。)の通報に対応することとします。

※本通報制度は、情報提供者の保護にも十分配慮しつつ、代理店業務品質評議会(第三者機関)において中立的に運営してまいります。

2. 評価指針案に対する意見概要および意見への考え方

(1) 制度全般に関するもの

- 制度導入に際しての保険会社に対する意見・要望等(意見No.1～6)に関しては、第三者検討会の付帯意見(2024年12月9日付)について、今後設置される代理店業務品質評議会において適切にフォローアップし、それらの状況も情報開示してまいります。

＜参考＞「代理店業務品質に関する評価指針(損害保険代理店向け)」案に関する付帯意見

1. 損保会社においては、本制度の導入に至った経緯および趣旨を十分に認識したうえで、その円滑な導入に向けて組織レベルでの取組みを検討し、実行する必要があること。
 2. 特に、真の意味での顧客本位の業務運営の実践に向けては、保険会社と代理店での対話を繰り返すことが重要であること。
 3. 損保協会においては、トライアル運用において、保険会社と代理店の実情を把握したうえで、それら状況を踏まえた実効的な制度構築に向けて、評価指針の内容を充実させること。
- 制度全般に関するご意見(意見No.7～11)についても、「付帯意見3」のとおり、実効的な制度構築・運営に向けて、継続的に評価指針の見直し・改善を行ってまいります。制度導入に向けては、特に、本制度の趣旨が保険会社や代理店に正しく理解されることが重要と考えており、適切な周知等に努めてまいります。

また、本制度と損害保険分野における自主規制のあり方の整理との関連については、当協会としては、金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」における議論等も踏まえ、まずは本制度の確実な定着に取り組んでまいります。

- 制度運営に関するご意見(意見No.12～20)では、業務品質に関して、評価指針に示した方向性と保険会社の取組み方向性が一致しない可能性に対する懸念(不安や不信、負担等)を認識しており、業務品質評価運営(代理店における業務が業界共通の業務品質基準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)の中で、代理店業務品質評議会として適切に対処していくこととします。

なお、本制度は「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」として創設するものですが、その目指すべきところは最低限の業務品質の達成に留まることなく、顧客本位の業務運営に資するよう、適切な代理店の業務品質評価を追求することとしています。

- 2025年度のトライアル運用(意見No.21～23)については、主に「自己点検チェックの取組みに関するもの」と「フォローアップ点検に関するもの」の2種類を予定しています。
- 代理店手数料ポイント制度との連動(意見No.24～32)については、代理店業務品質評価制度は、代理店において最低限必要な業務運営が確保されているかを判定するための業界共通の業務品質基準を定め、損保各社においても同基準を代理店指導等に活用できるようにすることを主目的の1つとしており、ここで言う「代理店手数料ポイント制度との連動」とは、「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」を重視したものとなるよう、損保各社が独自に代理店手数料を算出するための要素の中に、同基準の考え方や価値観が取り込まれることを期待するものであって、その方法や程度に関しては、代理店手数料の性質も踏まえ、損保各社にて判断・決定されるべきものと考えます。

なお、上記は代理店手数料ポイント制度を運用しない損保会社についても同様と考えられます。

- 代理店と保険会社とのビジネスパートナーの関係構築に関するご意見(意見No.33～35)については、「付帯意見2」の趣旨に沿って有効な対話が実践されるよう、代理店業務品質評議会としても、保険会社および代理店に対して必要な働きかけを行ってまいります。
- 有識者会議報告書における「顧客からも、保険代理店の業務品質が確認できるような仕組みとす

ることが望ましい」との提言と本制度との関係に関するご意見(意見No.36)について、当該記載は第三者評価ではなく代理店手数料ポイント制度に関するものと認識していますが、業務品質評価運営においても、公正な制度運営と適切な情報開示等を通じて、消費者からの信頼の回復・向上を目指してまいります。

- 実効的な制度構築に向けたご意見(意見No.37および38)については、寄せられるご意見等を踏まえ、実効性とフィージビリティとのバランスを取りつつ、確実な制度定着を図ってまいりたいと考えております。
- 評価指針のクレジット(意見No.39)については、今後、代理店業務品質評議会を正式に設置後、評価指針についても同評議会の管理へと移行した際に手当てします。

No.	具体的な意見等
① 保険会社に対する意見・要望等	
1	第三者評価制度の導入は大いに賛成であり、もっと早く導入すべきであったと思う。 代理店に対する保険会社の指導は形骸化しており、実効性を高めるためには大規模代理店に限定せず、無作為に抽出して第三者機関による評価を実施すべきと考える。当職は保険会社からの出向者であるが、顧客情報漏えいや特定の保険会社への利益誘導などとは一切無関係であり、このようなことがあると色眼鏡で見られる懸念があり、はなはだ不本意である。 今回の件でも保険会社の営業担当からは何の情報共有もなく、本当に今回の問題を自身の問題として認識しているのかも疑問に感じる。まずは第三者機関による評価基準、指針などを各保険会社に明示し、保険会社自身が代理店に対する指導状況を自己チェックさせるべきと考える。 2016年の業法改正時に代理店に大きな義務が課され、保険会社はそれを背景に、自らの代理店指導の不十分さの隠れ蓑にしている。この機会に、代理店のみならず、保険会社の体質改善する(保険会社が自らの行動を省みる)好機としてもらいたい。
2	今回の保険金不正請求事案は保険会社による代理店の指導・管理・教育の問題としているが、一部の大規模代理店の犯罪行為と損保会社の体質が引き起こした問題と考えている。この問題は、一部の大規模代理店による犯罪行為は言語道断であるが、保険会社の人事制度や評価制度が大きく関わっている。もし、保険会社において「顧客本位の業務運営の推進」や代理店に正しいPDCAサイクルを運営させることが社員の評価につながるなら、社員は当然そのように行動するはずで、今回のようなことは起きなかったはずである。保険会社に自ら不正に加担したいと思う社員はいないが、自身の処遇に対する不安から正しい報告や意見具申ができない業界特有の風習のようなものがあり、そのことが犯罪行為を見て見ぬふりをし、経営陣の誤った判断に対してNOと言えないことにつながった。 上記の問題を直視せずして保険会社と代理店が顧客本位について議論したとしても、かみ合わない議論に終始するだけである。まず保険会社は「顧客本位の業務運営」を行う社員を正に評価する体制を築いた上で第三者評価機関を設立すべきである。
3	今回の問題の発端は、一部モーター代理店の保険金不正請求と保険会社によるカルテルと理解している。多くは保険会社の責任であることを、評価制度導入にあたり明確にし、保険会社にその意識を持たせる必要がある。第三者検討会でも多くの委員から「損害保険会社が真剣に取り組まなければならない」「まずは保険会社の認識、取り組みが重要である」「代理店よりも損保会社に大きな問題があったということをよく理解し、忘れることのないようにしていただきたい」との意見がある。制度導入にあたり、損保各社の社長名でコメントを出してはどうか。
4	今回の評価指針案について、専門の比較的中小規模な代理店にとっては、「利益相反管理」「推奨販売」「特別利益の提供の禁止」の再整備、「顧客本位の業務運営」「代理店業務品質評価制度の運営」が新設された他は、今までも保険会社からの管理・指導により実

No.	具体的な意見等
	践してきた内容が多く含まれる。もちろん専門の我々代理店も業務品質を遵守することが命題であり、専門で損害保険を取り扱うものとして、自分のお客様を守る事に重きを置いた、顧客本位の視点に乗っ取り守っていくべきものであると再認識していかなければならないのも事実である。 ただ、全てとは言えないが、大規模な自動車ディーラーや大規模中古車販売店、企業系列代理店、金融系代理店、不動産系代理店等に対し、悪く言えば保険会社の収保割合と収保増を人質にされた保険会社が、適正な管理・指導・教育が出来ない状態にあり、それに伴った様々な便宜供与を行ってきた事が、昨年来の損害保険会社の信頼を失墜させた要因である事は、有識者会議・第三者検討会においても論議された通りであると思う。専門で保険募集を行う中小規模の代理店にとっても、これらの募集活動全般に亘った業務品質を実践するには、体制整備を整える為にかなり時間と準備、日々の活動についても保険会社の指導・教育により、注意を払って募集活動・代理店運営を行わなければならない事でもあると感じる。このような内容を、有識者会議の中でも認識されている通り、昨年来からの問題が噴出してきた兼業の大規模収保代理店に対して各保険会社が正しいことを指導・管理・教育する事が本当に出来るのか。 これまで当たり前と考えられてきた、大きな代理店と保険会社の関係性が、保険業界と一般社会とのズレを生じさせたものであり、今更ながら代理店業務品質遵守の管理、指導、実践を遂行できるのか。長年保険業界に身をおいてきた代理店としては昔ながらの慣習を断ち切り、実効性が確保できるのかを疑問に思うところでもある。 また、今回の様に業界において何か問題が発生した時には、まず保険会社が手をつけてくるところは、中小規模の専門代理店に対して実行性を求め指導していた。実行しやすいところに手をつけ、言うことを聞く代理店を指導する事によって問題の解決策として、表向きでは指導管理を完遂したとなされていた事は、長年同じような事を繰り返し行われるのを見続けてきた専門代理店から見たら疑問に思うと共に問題であったと感じる。
5	現実の代理店と保険会社の関係性については、損保協会としても充分把握されている事と思うが、保険会社の指導については、自立した代理店を目指していかなければならないとの考えから、とてもきめ細やかな指導・育成が行われているとは、我々代理店から見てもその様には思えない。コロナ以降の傾向として業務連絡会の開催についても、ウェブでの開催が基本となり、一方的な連絡業務が行われるだけであり、細部の確認については行えない状態である。また商品の改訂、事務の流れ等の改定や通知についても一方的なお知らせにおいて完結したと考えているようで、担当支社との連携についてはメールが基本であり細部の商品についての確認、引受に関する打ち合わせがすぐにできなく、即応性のない状態が続いている。それどころか、担当課支社への電話による問合せは極力控えるような内容の話を常日頃聞かされているのが実情である。 実際の担当課支社、担当者にも違いがあるものの、保険会社との十分な話し合いができないような体制が基本となりつつあり、代理店とのコミュニケーションに保険会社が人、物のコスト、事務ロードをかけないようにする方針が顕著となっている。それが故に「募集コンプライアンスガイド 追補版」が出た際にも、保険会社システムの「お知らせ機能」に通知されているだけで、保険会社の担当課支社や営業担当者から、具体的な説明・指導は無かったのが実情である。 付帯意見の「2. 特に、真の意味での顧客本位の業務運営の実践に向けては、保険会社と代理店での対話を繰り返すことが重要である事。」については、代理店としても非常に求めている事でもあり、損害保険業の信頼を取り戻す為に重要な要素であると認識している。 現在の代理店と保険会社の問題として根底にあるものは、①保険会社からの一方的な代理店委託契約の状態(民間と民間との契約ではあるが適正なものか)、②毎年変動する手数料ポイント制度(現状では、基準手数料の100%以上のポイントを受ける為には、保険会社が各社認定制度を設けている特定の代理店(代理店総数の数%の代理店)になる事でしか達成できない。認定基準はあるものの実態は不明瞭であり、極端な言い方をすれば、保険会社のいう事を聞く代理店のみ選別している状態である。)、③現在の消費者

No.	具体的な意見等
	物価上昇の中、一方的な代理店手数料体系の中で従来からの手数料収入が減少している代理店が殆どである(安定的に保険募集に従事する事が難しくなっている状況と、新たな募集人を採用することが難しくなっているのが多くの代理店の実情)、④代理店は、保険会社が求める代理店像の特定の代理店(高品質と称する代理店)に近づける為、法人化、専用事務所の使用、専用事務員の採用、等々、求められることは多岐に亘った。またそれに付随したコストは、当然増加するばかりであるが、特定の代理店となる基準は年々変更され、不明瞭な認定基準の適用により、高品質代理店から外れる代理店が多数発生している。しかし一旦設置した法人代理店体制は簡単に変更できず、手数料ポイントの減少、新商品発売時には旧商品との比較で手数料率が下がり続けている事もあり、代理店運営が成り立たなくなっている所も存在している状態である。保険会社の意図的な代理店政策ではないかとも感じている。 これらの、代理店制度自体の根本的な問題点を改善していく事が、永続的、安定的な顧客本位の代理店業務品質の実践と損害保険業の信頼回復に繋がっていくのではないかと感じる。
6	昨年末の報告書に「付帯意見」が付いた。有識者の方々は「保険会社がまず変わるべき」「もっと保険会社と代理店が会話をすべき」と意見した。さて、どのような形で会話するのだろうか。弱者である専業プロ代理店との会話は実現するのだろうか。これも、甚だ疑問である。ずっとこの業界の慣習に疑問を抱いていた。ここで変わらなないと、もう信頼は本当に失墜し未来なき業界と下ってしまう。損害保険会社のみなさんが「人としての倫理観、道徳観」を取り戻すべきである。 まずは、本気で「公平公正な競争環境」を構築すべき。競争が生まれれば、自然と視線は「顧客」に向けられる。他社よりも「良い商品」「よりよいサービス」「付加価値」を提供しないと選択されなくなる。今まで、損害保険会社は「競争」してこなかった。「保険料もほぼ同じ」「商品内容もほぼ同じ」「保険料改定も同じ時期に同じ内容」、我々専業プロ代理店は他店との差別化を図る為、付加価値向上に努めている。10年後、損害保険業界が生まれ変わっていることを期待している。
② 制度全般	
7	代理店業務品質評価は、保険会社が寄り合って作成した損保協会の案を専門家が少し修正したくらいでは何も変わらないのではないかと感じる。そもそも業務品質を問うのに各社統一の具体的な基準が何一つ含まれていない。既に保険会社からは今後の代理店手数料体系が決定事項として代理店に示されているが、口座振替ペーパーレス登録率、ドラレコ特約付保率、地震保険付保率、デジタルでの事故登録率など、それがどのように顧客本位の業務運営と関係するのか疑問と数値項目が当たり前に含まれている。 今一度、代理店業務品質にふさわしい項目が何か、現在各社が業務品質と言っているものが本当に業務品質なのか、個別具体的に話し合い、今後こういった項目はダメだと示す必要があると思う。もっと踏み込んだ議論をお願いしたい。
8	今回の評価指針策定は時間もなく大変な作業と考える。3月に決定されたとしても、来年等適当な時期に適宜また意見をとり入れ見直しを随時計るべきと考える。 損保協会として金融庁の意見を聞きながら代理店に求める目的、指針を段階的なもので良いので明示し、また今回の評価指針がどの段階のものであるかも表記してもらえると、代理店および保険会社が評価指針の目的についてより理解できると考える。保険の目的は、安心かつ安全で持続可能な社会の実現と、経済および国民生活の安定と向上に資する相互扶助制度を円滑に運営することである。そして代理店の目的は、上記目的のため、①保険契約加入推進・加入率の向上を図る。②適正な契約の推進と適正な説明により顧客へのリスクの周知を図り安心感も生む。③普段よりリスク回避やリスク軽減のための啓発活動を行う。④事故等トラブル時顧客と保険会社との間でコミュニケーションの円滑化を図る。⑤大災害時顧客の早期復旧のため相談に応える。⑥社会的使命として顧客や地域の相談窓口になる。と考える。②～⑥は保険のファンすなわちリピーターを増やし①につながると考えている。今回の評価指針では③～⑤を指標としてあらわすことは

No.	具体的な意見等
	難しいと思うが、表せずにいるままにしまい、この基準が手数料ポイントに連動するなら、社会的インフラとして自覚している代理店と保険を単なる商品として販売している代理店が同等のポイントになってしまうのは、保険契約が単なる経済行為になってしまうのではないかと危惧する。⑥まで行っている代理店は、BCPはもちろん大災害時や普段でも地域貢献活動ができるような準備をしている。 専業代理店と副業代理店は、それぞれ別の基準にしてもよいと考える。そのような意味でも、普通基準と上級基準を作成して最低限普通基準のクリアを求めたらと思う。ただ、ミニマム基準として普通基準だけを作成すると、違った方向の上級基準が保険会社ごとに作成されてしまい、上記趣旨から反し顧客本位ではない方向に行ってしまうことは危惧している。
9	第三者検討会について「大学教授、弁護士及び消費者団体を構成メンバーとする」とあるが、そのメンバーの中に代理店の日常や現場を理解している方がいるのだろうか。実際のお客様とのやり取りや業務の詳細を理解している方に議論いただかないと、全く実態にそぐわない内容となってしまうのではないかと。現場の代表などを選出する等、人選の検討と公開を希望する。
10	兼業大型代理店の代理店指導問題において代理店が保険会社よりも立場が強いパワーバランスが問題の一因とされているが、現実には、多くの場合、保険会社の優越的地位を利用した手数料率の極端な引下げ等が対話の余地なく一方的に行われるなど対等の関係ではない。協会は保険会社と代理店が同列の立場でビジネスパートナーとしての関係を強化できる様に金融庁を補完する立場として保険会社に対して関係の在り方見直しのためのガイドライン作りやモニタリングを行うことを求める。また、本制度が保険会社都合による管理強化につながるもの、および代理店の自主・独立性を阻害するものとならない様注意すべきである。 最低限必要な業務運営の確保は顧客からすれば当然であり品質の評価以前の問題である。また求められる顧客本位の品質は個人と法人では大きく異なり汎用的な基準を作ることに無理があるため、個人保険と企業保険を明確に区別して基準を作ることを求める。 乗合代理店の立場から、保険会社によって業務品質に関する考え方・規定にばらつきがあり対応が困難であるため、協会はばらつきを無くすようガイドライン作成や苦情・異議申立制度の整備などを通じて保険会社に働きかけることを求める。例えば、代理店業務品質評価の名を借りて、どの社にも対応できる汎用的な仕組みやシステムを整備している乗合代理店に、特定の保険会社固有の施策やシステムの利用を押し付け、かえって業務品質を低下させるといったことが散見されており、そのような事態が悪化することが懸念される。 協会は保険会社と代理店から見た第三者とは見なしにくいと思われる。評議会は協会から独立性をもたらす予定であるようだが、委員は代理店側からも人選する等さらに中立性を高める必要があると考える。
11	保険WG報告書で、「損害保険分野において自主規制機関を直ちに設置すべき状況にはないと考えられる。その上で、有識者会議や本WGにおける検討結果を踏まえた制度・監督面での対応や、日本損害保険協会による第三者評価や教育・研修活動の高度化等の取組の効果を当面は見極めることとし、その効果を検証した上で、損害保険分野における自主規制機関の要否を改めて検討すべきである」との記載がある。貴協会案は当該WGにおける上述の「第三者評価の取組」の位置付けか。貴協会案に「あらかじめ監督当局と協議・調整するほか…」とあるが、既に金融庁が承諾したと言う認識で合っているか。この取組は将来、金融庁が自主規制機関を別に設置するまでの一時的な取組と認識している。「特定大規模乗合保険募集人」としての管理と、貴協会が実施する管理が併存して両方の管理下となることはないかと認識している。この運営を貴協会はどのように位置づけているのか教示願いたい。
③ 制度運営	

No.	具体的な意見等
12	保険会社が自社の代理店の業務品質を共通の評価基準で評価することとしているが、利害関係がある以上、忖度が排除されることはなく、基準をクリアするためのスキルがつくだけである。証券仲介業の監査は外部委託監査で全く忖度がない厳しい監査が実施されている。損保協会が各社から出資を募り、監査機関を立ち上げて運用するようなスキームを作らなければ、この業界は近いうちにお客様から見放されてしまう。 FDの本質からすれば、ディーラーのテリトリー制も代理店都合の保険商品選定等も許容されるはずがないにも関わらず、保険会社と代理店との関係性を勘案し、当時、金融庁がFD宣言を策定したことが業法改正を骨抜きにしている。今般の制度が有効性を発揮するかどうか運用にかかっていると思う。
13	第三者機関のポイントは第三者機関がどこまでの権限を持つかである。何のペナルティ等の権限も持たない第三者機関設立は無意味であり、業務の重複を生むだけである。評価基準一覧に記載されている項目に目新しいものはなく、現状求められている体制整備とほぼ同一のものである。また、有識者会議報告書の業種別データ(参考2)が示している代理店比率のうち、専業代理店の一部、自動車関連の一部、金融代理店および企業代理店の一部を除いた約9割は体制整備の概念が皆無であり、ガバナンスといえ、保険会社からのひな形をそのまま規定としている状況である。 第三者機関設立を本当に意味あるものにするのであれば、各社基準を廃止して業界共通基準とした上で監査権限を第三者機関に移譲すべきである。いずれにしても評価指針案は実効性が極めて不透明と言わざるを得ない(自己点検チェック主体では問題の解決にならない)。
14	長年、損害保険代理店業を行うものとして、代理店業務品質評議会が実際どのように実効性を持って行われるのか、どのように運営されるのかについては、保険会社がこれまでの慣例をどう打ち破るのが重要であると感じている。
15	代理店に対する損害保険会社による教育・管理・指導が実質的に機能していなかったとあるが、代理店は、従来から保険会社より法令遵守、情報保護、契約事務、事故時サポート等について継続的・定期的に点検・指導を受けてきた。さらに、2016年の保険業法改正を機に、金融庁の監督指針に応じた意向把握義務、情報提供義務、高齢者・障害者対応、苦情対応態勢の整備、内部監査の実施やお客さま本位の業務運営に向けての指導・管理が強化され、保険会社はこれらへの代理店の取り組み度合いを業務品質として、代理店の格付けや手数料の多寡にかかわる代理店ポイントに反映されることもあり、各代理店はこの変化に対応し、品質向上に向け自律的に態勢整備に力を注ぎ、多くの時間・コストを割いてきている。主要保険会社4社と一部の代理店が起こした不祥事(保険会社のトップライン重視の営業方針に端を発した者、犯罪に近い代理店の保険金詐欺行為を看過)によりそのような取り組みが評価されず、真摯にお客さまの信頼に応えるため努力してきた多くの代理店が、屋根の上にさらに屋根をかけるような規制により業務品質の管理に人・コスト・手間を上乗せされることは、負担が重くなるだけで、本当にお客さまと損保業界の信頼関係の醸成に繋がるのか疑問を感じている。 保社定期点検及び監査、保社認定検査、代理店内部監査、保社及び代理店の定期的なコンプライアンス研修等現行の運用との重複項目が多く、業務効率化が求められる現在、合理的にこれら既存の運用を活かすことを考えていただきたい。 また、『代理店業務品質評価基準一覧』を基に保険会社がこういった指導を行うかを危惧している。新設される第三者による評価基準は損保会社の手数料ポイント制度との連動も想定とのことであるが、であれば、「まだ検討中のお客さまに早期更改を勧める」、「高齢者等苦手意識のあるお客さまにデジタル手続きを勧める」、「紙証券を手元におきたいというお客さまにペーパーレス証券を勧める」「事故防止に有効と代理店ポイント指標に位置づけテレマ商品を勧める」など、『評価指針』の文末にある従来の「保険会社から代理店への一方的な価値観の強要」のような評価基準は排除され、真の意味で顧客本位につなげられる評価基準に是正されるよう、保険会社へも代理店と同じレベルで意識改革を促す等、くれぐれも代理店のみに労力や負荷がかかる結果とならないよう、客観的

No.	具体的な意見等
	に評価ができ、有意義で実効性のある評価制度及び運用をお願いしたい。
16	「第三者評価を補完的に実施」とあり、他にも損保会社が主体となるような記載が見受けられる。建前としては理解できるが、今般の損保会社と代理店の不適切な関係(当事者間では適正に是正できなかった)を是正するためにも、損保協会(品質評議会)が積極的・主体的に関与することが適切であると考ええる。
17	直接顧客と接する代理店は少なからず顧客本位の業務運営を日常的に念頭におき、創意工夫しようと努めている。保険会社が求めている品質と代理店が顧客へ提供しようとする品質の温度差があるのが現実ではないかと考える。しかし第三者評価制度導入により、保険会社と代理店が高次元の品質を提供するためのビジネスパートナーとして双方向向上していくことにより、高次元の顧客本位の業務運営が可能になるはずであると考ええる。またそのための第三者評価制度であって欲しいと切望する。
18	有識者会議報告書の提言を受けて、日本損害保険協会が「代理店業務品質に関する評価指針」(案)を策定したことは、業界共通の代理店業務品質評価が明確化されるという観点から、損害保険代理店として歓迎する。 金融審議会の保険WG報告書において、「真に適正と考えられる企業内代理店」を「特定契約比率規制の適用除外」の対象とすべきとする提言があり、代理店手数料適正化の要件の取組みとして「保険代理店の業務品質に関する第三者評価制度を早急に構築」することが示されている。今回、日本損害保険協会が策定した「代理店業務品質に関する評価指針」(案)は、上記を踏まえて発表されたことに相違ないと考えられるが、現時点では「同一である」旨の表明はなされていない。損害保険代理店それぞれの目指す方向性を明確化させるためにも、一刻も早い金融庁および日本損害保険協会双方による「金融庁が示した当該評価制度を策定・運営するのは日本損害保険協会である」という一本化の発表が必要である。 日本損害保険協会の「評価指針」(案)が、「顧客対応」「アフターフォロー」「個人情報保護」「ガバナンス」の4区分を重視している点には賛同する。特に、代理店のコーポレートガバナンスやコンプライアンスの態勢整備を評価項目としている点は大いに評価、期待したい。 一方で、現在、各損害保険会社が代理店に提示している「代理店手数料ポイント」の評価基準においては、各社一様に「代理店の品質に重きを置く」としながらも、強化を推奨する評価項目には「保険料キャッシュレス払率」「LINE事故報告数」「モバイル手続き活用数」「代理店システム計上割合」「自動車保険のドライブレコーダー特約付帯率」などが多くあり、保険会社の収益性や利便性への貢献に重きが置かれている印象が否めず、本来の「顧客本位」からはかけ離れていると感じる。日本損害保険協会と保険会社がそれぞれ重視する評価基準に大きな乖離が生じることは、代理店が目指す方向性を著しく惑わせる。当社としては日本損害保険協会のベーシックな評価基準が正当であると考えるので、ダブルスタンダードとならないよう、各保険会社の代理店手数料ポイント体系の見直しに協会として大きな指導力を発揮して欲しい。
19	本件の評価基準の内容については特段の違和感があるものではなく、概ね賛成するところである。一方でとりわけ重要なことは、その運用であると考ええる。本件評価基準は「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」としていくとのことだが、その判定の運用について着眼点・評価指標を踏まえて具体的にどのように運用していくか、については丁寧に検討いただきたい。例えば、代理店が会社方針として着眼点・評価指標を充足する内容を定めていたとしても、実務において個々の募集人が何らかの理由によりその方針に沿った対応を行っていなかったケースがあり得るものと想定する。しかしながら、理由の如何を問わず会社方針に沿った対応ができていない事案の発生があることをもって評価の充足・未充足の判定を行う運用としていくのか、もしくは、そうした事案の発生をできるだけ防止するための代理店の態勢整備上の PDCA の実効性や改善状況を見ていくのか、この両者には運用上大きな違いがあるものとする(会社として法令違反状態を是認しているようなケースは当然論外である)。

No.	具体的な意見等
	本件評価指針を「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」にしていく観点では、原則的には顧客本位の業務運営を徹底していくための代理店としての態勢整備の実効性や改善状況を評価していくべきものであると考えるが、今後の評価の運用については代理店関係者の声もよく踏まえた上で丁寧な検討をお願いしたい。
20	今回のパブコメをもって最終確定という形とするのではなく、今後も、しばらくは柔軟に、そして不断の改定を継続して実施することを提案したい。当該評価指針は、特に大規模な保険代理店にあっては、その影響力の大きさから適切な指導等が行われたいおそれがあるとして、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として、創設しているものと認識している。一方で、最低基準を目指すとした結果、評価内容がどの代理店でも当たり前のように達成できる可能性がある内容となってしまう、大規模な代理店への牽制や指導を補完するという当初の目的が十分に果たせるのかは疑問が残る。さらに、個社による代理店手数料ポイント制度への評価として取り込むとしても、当該評価指標内容をもって定量的に差をつけることは難しい。そのため、今後、実際の運用を行い、有効性を見極めながら、不断の改定を継続して実施して欲しい。
④ トライアル運用	
21	2025年度のトライアル運用を通じて所要の見直し検討を実施する予定とのことであるが、その検討に際しては是非代理店も参加させてもらいたい。
22	2025年度実施予定のトライアル運用に際し、試行対象とする代理店の選定をはじめ、透明性のある試行実施、各代理店等との定期的な意見交換等を実施願いたい。試行期間における各代理店の業務品質向上や、代理店の実情をふまえた本制度の本質的役割高度化にも資するものと思料。今般の業界で起きた諸問題を踏まえて、当社としても、内部管理体制強化に向けて運営体制の見直し・強化を実施してきている。
23	2025年度トライアル運用実施先は全代理店が対象か。業界全体の信頼回復に向けた取り組みをうたうのであれば、まずは今回の問題発生の原因となった「大規模兼業代理店」・「大規模乗合代理店」(特に、自動車ディーラー・金融機関別働隊、企業別働隊)への代理店業務品質評議会による「第三者評価」調査を実施し、実態・問題点を把握の上、本格運用を検討すべきと考える。協会では保険会社の大規模代理店への忖度により適切な管理・指導が機能していなかった問題点を認識されているのであれば、本運営方法では今までと何も変わらないと考える。
⑤ 代理店手数料ポイント制度との連動	
24	本指針案では、代理店手数料ポイント制度を運用する損保会社に対して「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」としている。 しかしながら、この記述だけでは連動の程度や方法が不明確であり、代理店業務品質評価と代理店手数料制度の連動をより明確に規定し、その実効性を担保する仕組みを構築すべきと考える。 また、本指針案では、協会による第三者評価の実施が盛り込まれている。この取り組みを評価するが、第三者評価の実効性を確保するためには、協会において損保各社の代理店手数料ポイント制度についても審査等を行うことを要望する。あわせて、審査結果の公表方法についても、より具体的な指針を示すべきと考える。
25	代理店が、お客様の下で保険商品を選択する際、「顧客の最善の利益を勘案した比較推奨の確保」を図っていることが、各保険会社が代理店手数料を決定する際の評価に反映するように、制度設計してもらいたい。また、「業務品質の向上」と言うとき、その「業務品質」の中味が「損害保険会社の事務効率化のみに終始」することのないよう、実効力の

No.	具体的な意見等
	ある制度設計をお願いしたい。 有識者会議報告書の公表以来、各保険会社は「業務品質」への拘りを言うが、その中味は損害保険会社の事務効率化のみに終始しており、顧客にとってのサービス向上に資するものとする視点にかけているのではないかと、そのことを関係者と議論して検討していく姿勢にかけているのではないかと疑問を感じる。「業務品質」の本質を「顧客本位の業務運営の徹底」とする方向づけを、制度としてどのように実現して行こうとしているのか、疑問に感じている。 第三者検討会における評価指針案に関する付帯意見では「2. 特に真の意味での顧客本位の業務運営の実践に向けては、保険会社と代理店の対話を繰り返すことが重要であること」とあるが、その対話の中味を、実効力ある制度とするための提言を、第三者検討会の委員に期待している。
26	評価基準内容を保険会社のポイント制度に連動(保険会社判断)させることについて、乗合代理店の場合、保険会社各社のポイント制度の業務品質に関する項目および基準が統一されていないと対応が困難であるので統一されるべきである。
27	「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。」とあるが、代理店手数料ポイント制度を運用しない損保会社の当代理店業務品質評価制度の位置付けについて協会としてどのように考えられているか教えていただきたい。また、協会として『「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』として有効に機能し得る割合(「規模・増収」:「代理店の業務品質」)について一定の目安を持っているのであれば教えていただきたい。
28	有識者会議以降、損害保険各社において「規模・増収」に偏ることなく「業務品質」を重視する代理店手数料ポイント制度(以下代手制度)の検討が進められている。現在その過渡期にあり、保険代理店は、同制度の変更次第によっては売上面で大きな影響を受けることになるが、未だ先々の見通しが見えない「不安定」な状態にある。この過渡期において、損害保険代理店が事業を安定的に継続していくためには、本「代理店業務品質に関する評価指針」案の各項目の充足に向けた取り組みを行うことと同時に、各保険会社が定める代手制度の取り組み項目も合わせて追求する必要がある。しかしながら、それらの双方の項目で連動する点はまだ必ずしも多くないことが実状であり、この双方の項目の取り組みの実践は、代理店にとって実務負担の増大につながる懸念が存在するものと考えられる。 指針の位置づけとして、「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」としているが、本件は、損害保険代理店の事業の持続可能性を確保していくためにも、比較推奨販売の問題同様、非常に重要な課題であると考えられる。損保協会には、評価指針と代手制度の連動ができるだけ早期に実現されるよう、会員各社の損害保険会社と十分に連携を図っていただくことをお願いしたい。
29	「第三者評価は、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・検証する評価運営とする。」とあるが、当該位置づけで手数料ポイント制度と連動させるかは慎重に検討すべき。ミニмумラインとして設定し、且つ代理店手数料ポイント制度で各保険会社が設定する場合、「全ての代理店に共通した基準設定が困難であること」「ミニмумライン(最低限)を手数料ポイントとして評価することの是非」等、検討が必要。また項目によっては各保険会社で既に評価している項目もあり、重複評価等が発生する可能性もある。
30	原文)評価基準は、第三者評価での評価基準となるほか、損保会社における代理店指

No.	具体的な意見等
	導等において活用(代理店手数料ポイント制度への評価基準との連動を含む。)される想定。 修正案)評価基準は、第三者評価での評価基準となるほか、損保会社における代理店指導等において活用される想定。将来的には、保険会社の代理店手数料ポイント制度における品質評価との連動にも期待。 評価基準が代理店指導等において活用されることは想定できるが、現在の評価基準案の内容では、代理店手数料ポイントに活用することを想定することが難しい。したがって代理店手数料ポイント制度との連動は、代理店指導の活用とは異なるレベル感の記載とすべき。さらに付言すると、品質評価との「連動」という事象が、どういう意味合いを指しているのかも、不明確ではある。
31	「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。」という表現は改めるべき。 現時点では、評価基準は「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」するものとされている中で、当該最低限の業務品質確保を、代理店ポイント制度において積極的に評価すべき業務品質を有しているものとするに連動させることは困難。また、客観性が確保できない「自己チェック」を、代理店手数料ポイントに反映させることは同じく困難。「最低限必要な業務品質が確保されていることを確認するための基準」と「代理店ポイント制度への反映に足る基準」とは、乖離が大きく、かつ、基準を満たしているかをどう客観的に担保していくかという観点に留意が必要。仮に代理店手数料ポイントに反映させ得る業務品質基準を作成するのであれば、優れた業務品質を有していると評価できる明確な基準を作成したうえで、代理店の品質を客観的に担保することができる仕組みを講じる必要がある。もしくは、たとえば基準における「評価項目」を『参考に』各社が代理店ポイント制度を設計することを推奨するといったライトな建付けとすることも考えられる。
32	貴協会案の項目未達・未充足の場合は、代理店手数料制度における判定基準と連動することが重要との記載があるが、既に保険会社と合意が取れているということか。
⑥ ビジネスパートナーの関係構築	
33	本指針案では、保険会社と代理店がビジネスパートナーとしての関係を強化し、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することの重要性が述べられており、この点を高く評価する。この対話を実効性あるものとするため、手数料体系や評価制度に関する建設的な対話を促進し、より透明性の高い制度設計を進めることを要望する。
34	「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」について、「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。」「保険会社がこれまでの価値観から脱却して(中略)代理店は、それに対して現場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。」とあるが、まさにその通りと強く実感する。この点をどのように実現していくか、その実現方法・検証方法を開示してもらいたい。
35	「保険会社と代理店は同列の立場にいるのだから、両社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」というのはその通りであるが、現実的に保険会社は都合よく代理店に施策(自社のドラレコ設置など)を押し付ける傾向にあり、手数料率の一方的な変更はその典型である。そのようなことを無くすべく、協会は保険会社の対応に対する苦情・異議申立ての整備を行うべきと考える。
⑦ その他	
36	有識者会議報告書には「健全な保険業界の発展のためには、一般消費者が、保険代理店の業務品質実態を確認できるような仕組みが望ましい」とあるが、評価指針では、この点をどのように実現されるか。業務品質とは本来お客様のためのものであり、お客様が代理店を選択する際の判断基準となる必要があると考える。また、保険会社が行う評価

No.	具体的な意見等
	に対してオープンな視点が入らないと、これまで同様、保険会社にとって都合の良い評価が行われてしまうのではないかと懸念する。
37	店数では大きな割合を占めるであろう、兼業・小規模(募集人1名～数名程度)代理店への対応想定が不十分であり、このまま全代理店への自己点検および対話を行おうとすると現場が回らず、結果として代理店自己点検の実効性に課題を残す懸念がある。保険会社自身が変革すべく最優先課題として取組むことの認識はあり、顧客に対する募集行為面においては大きな差異は要しないものの、例えばガバナンス項目においては募集人10名未満は対象外とするなど大胆な割り切りも視野に論議を重ねる必要があるのではないかと。 複数の保険会社が現状、自己点検の内容を確認する位置付けでの会社による点検(監査)を3年に1度としている中、対話を全代理店と毎年実施しかつ実効性を高めるためには、項目の濃淡のみならず対象代理店の濃淡も必要と思料する。
38	制度運営については、損害保険会社の代理店指導の実務に影響があることから、日本損害保険協会の加盟社以外の各社に対しても検討段階からの情報を随時開示いただきたい。また、より実効的な制度構築及び運営のために、日本損害保険協会の加盟社以外の損害保険会社から意見も聞いていただきたい。
39	現時点では、クレジットは、損保協会ではなく、第三者検討会であるべきではないか。評価基準を作成する主体が第三者検討会なのであれば、現時点ではクレジットは第三者検討会であるべき。Ⅳのコメント記載も、損保協会が発するメッセージとしては違和感。一方、将来的に損保協会が第三者評価機関になる場合には、損保協会のクレジットとすることはあり得る。

(2) 評価項目および評価指標に関するもの

<評価指針「Ⅱ－1 評価項目の構成等」関係>

- 評価項目の構成に関するご意見(意見No.40～42)については、現状、まずは本制度を検討・導入する契機となった事象を踏まえた評価項目の設定や優先順位づけ等が必要と認識していますが、お寄せいただいた内容を含め、トライアル運用その他で充実を図ってまいります。
- 評価指標の考え方(特に、規模や特性に応じた評価)に関するご意見(意見No.43～45)については、代理店に関する基礎的情報を参考にしつつ、あくまで実態に即して適用判断されることを想定しています。具体的には、自己点検チェックの取組みにおいては、代理店と保険会社の対話等を通じて相互認識が図られ、また、フォローアップ点検においては、代理店、保険会社および第三者機関の3者で認識の擦り合わせが行われることが期待されます。
今後、お寄せいただいた内容を含め、トライアル運用も踏まえて考え方を整理してまいります。
- 代理店に関する基礎的情報(意見No.46)については、自己点検チェックシートにてご提供いただくことを想定しています。なお、当該情報は乗合会社で共有されるため、必要以上の情報が共有されないよう、対象とする事項について見直しを行いました。
- 基準の明確化・定量化に関するご意見(意見No.47～52)については、実際の取組みにおいて使用される「自己点検チェックシート」に、可能な範囲で反映させていくこととします(評価指針には普遍的な内容を記載し、自己点検チェックシートにて実務的な対応を行うイメージ)。
また、定量的な評価指標の設定に関しては、客観性や簡易的といった利便の一方で、必ずしも万能なものとは言い切れず、とりわけ、代理店の規模や特性のみならず損保会社におけるビジネスモデルの違い等も考慮すると、少なくとも当初は限定的な取扱いとすることが妥当と考えられます。なお、この場合でも、個別の損保会社において、たとえば定性・定量の双方を組み合わせて評

価を行うといった工夫までを否定するものではなく、真の意味での顧客本位の実現につながるものであって、関係者において合理的と認識され得るものであれば、十分に有効と思われます。

- 特定契約比率規制の見直し(意見№53)については、今後の法改正等の動向を踏まえ、本制度においても必要な措置を検討してまいります。
- 「評価基準一覧」の備考欄における「新規項目」の表記(意見№54)については、ご意見のとおり、厳密な意味では「新規」と位置付けられるものではありませんが、欄外注書きのとおり、「従前の自己点検チェックリストから新たに追加した項目」を明示することで、利用いただく方の視認性を高めることとしているものです。

No.	具体的な意見等
① 評価項目の構成	
40	多種多様なすべての代理店において適合できる評価項目とあるが、総じてリテールビジネスを想定した評価項目となっており、コマーシャル特に大企業顧客の場合には適合しない評価項目が多く含まれている。
41	「品質項目」は、項目区分は業務プロセスに加え、以下に区分し重みづけ(メリ・ハリ)を明示すること。代理店、保険会社にとって、なぜこの項目の業務品質を確認検証しないといけないのか(目的・狙い)を判りやすく解説する。 (a)法令遵守・ガバナンス<統制環境/体制>(共通) (b)代理店業務の個別領域<統制活動/行動結果>(募集・事故対応など)(共通) なお、上記のうち、重要項目(一連の問題で認識された課題)を明示する。 (c)高度化要素(各社固有部分)、専門性人材、コンサルティングなど)
42	個人情報保護／情報セキュリティの確保、独占禁止法の遵守といった領域は、今日の顧客本位の業務運営を実現して行くうえで、代理店・保険会社ともに業務品質を構成する重要事項であるとの共通認識に立つことが必要。今後明確化されることになる「自己点検チェックシート」には、これらの項目において、「ルールの遵守」および「ルールの実践に向けた代理店教育体制および実施状況」について明記することが必要。
② 評価指標の考え方	
43	「代理店の規模や特性を踏まえた評価基準の適用」とあるが、規模や特性の判断軸について明確化してもらいたい。規模や特性について、代理店に関する基礎的情報として「事業報告書における報告事項に準拠する」とあるが、事業報告書の報告事項だけをもって規模や特性が判断されるということか(当該内容で規模や特性を客観的に判断できるのか)。
44	各評価項目は、多種多様な全ての代理店に適合すべく、標準的に求められる程度(レベル感)とあるが、顧客本位の業務運営に向けて基本的な評価指標(意向把握、募集管理、比較推奨等)は、代理店の規模の大小に関わる問題ではない。業界全体の業務品質向上を目指してベストプラクティスを求め、具体的な好事例を見出し、横展開すべきではないか。一方、チャネル毎に顧客特性に合った個別の評価指標(共同募集、特定保険契約等)や代理店の規模に応じた管理指標(内部管理、人材教育、資格取得等)などは代理店の特性に合わせて画一的でなくても良いと思われる。
45	第4回検討会においても、委員から「直近の保険WGの議論の中では、企業向け保険を扱う代理店に必要な業務品質に関しても第三者評価制度に期待されているが、企業向け保険と個人向け保険とは位置づけがかなり異なる。まずは個人向けを中心に、意見公募で寄せられる意見も踏まえて準備を進め、並行して企業向け保険の問題も別枠で検討していく余地があると感じている。これらの動きは第三者検討会や第三者評価制度に対する金融庁の期待が非常に現れているところだと思う。」とのコメントが表明されておられるとおり、代理店の主要マーケット(企業分野・個人分野)を踏まえた評価項目とする運用

No.	具体的な意見等
	が必要と考えている。代理店の規模・特性を考慮しない一律の評価項目による運用は、企業向け保険の募集状況の改善には貢献せず、適正な評価にはならないと考える。 損害保険会社各社による代理店手数料体系も同様の状況であり、今次一部の保険会社から開示されている2026年7月適用手数料体系においても個人分野主体の品質評価項目がメインとなっており、その評価により企業分野種目も含めて手数料率が定まり、企業分野への習熟・高度化などが図られていない状況となっている。業務品質評価においても、企業分野商品の顧客から見た視点から評価項目を設けるべきと考える。
③ 代理店に関する基礎的情報	
46	基礎的情報はどのタイミングで損保協会へ提供するのか。(自己点検の都度?)損保協会を通じ、全ての情報が所属保険会社へ提供されるのか。
④ 基準の明確化・定量化	
47	評価基準は、生保協会の認定制度と異なり、すべての損保代理店に適用される最低限必要な業務運営の基準とのことであるが、主な着眼点や評価指標だけでは具体的に分からない箇所もあるため、できる限り分かりやすい表現で着眼点等を明記したり、各評価項目の具体事例を明記してもらいたい。
48	評価項目の中には法令への準拠に関する項目もあれば、業務品質やお客様本位に関する項目もあると感じており、判別しやすいよう明確化してもらいたい。
49	「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、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。」とあるが、予め「判定ガイドライン」のようなものを作成、開示する予定はあるか?
50	生命保険協会の業務品質評価運営では「業務品質評価基準ガイドライン」が示されている。同様のガイドラインをできるだけ詳しく示してもらいたい。また、保険会社によって評価がバラツカないように、可能な限り定量的な基準を設けてもらいたい。
51	代理店の業務品質評価は、定性・定量の双方で評価すること。代理店における体制整備(仕組み)は、結果として顧客本位の業務運営(お客様からの苦情や不祥事件・事務ミス等の品質改善)に繋げていく必要がある。「代理店による自己点検」「保険会社による代理店監査」の形骸化を回避するため、品質評価は、①法令遵守・ガバナンス(仕組み)の整備状況のみならず、その結果で表れる②代理店業務(個別項目)の取組結果(活動)も加味して、適切性・有効性を検証すること。 なお損保各社で指標の共通化(ガイドラインによる定義付け)は行っていないため、例えば、以下の工夫等により、実効性確保に努める必要がある。 > 乗合代理店においては、全て或いは主たる取引損保会社の定量指標を参照し、取組結果を検証する。 > 損保会社は、各項目のリスクチェックに有効な自社の定量指標があればそれを参照し、取組結果を検証する。 > 第三者評価は、代理店による自己点検(結果)・損保会社(各社)による代理店監査(客観的事実・データ)を参照し、体制整備状況や業務遂行状況を検証する。 また評価者による判定バラツキを解消する観点からは、各項目において定性評価(○×/対話)のみならず、定量評価も活用すること。特に、②代理店業務の個別領域(募集、事務等)は、経年変化<動的>することから、定量指標を参照して評価・検証すること。 <「顧客本位の業務運営」の観点で有効とされる「定量指標」(例)> 【契約取消・是正・遡及訂正の件数】意向把握・意向確認等が不十分により錯誤無効等の不適正契約の発生していないか。 【試算・申込書作成/代理店計上完結率】代理店・募集人が試算・申込書作成を自立して業務を行っているか(社員代行(不適切な役務提供)と疑われることがないか)。 なお当該業務は、お客様への提案・コンサルティング活動の基礎となる業務であり、代理店・募集人にとっての重要業務とされる。

No.	具体的な意見等
	【保険会社への保険料精算の遅延件数】適切に保険料管理(含、回払保険料等の債権管理)をしているか(お客様への保険開始に支障が生じること、費消・流用等が疑われていることがないか)。 【満期日前証券到着率】お客様が保険開始前に付保内容が適切かどうかを確認いただく時間を十分確保しているか。 【早期更新割合】代理店・募集人にて適切に満期管理しているか(お客様が更新(保険始期前)に付保内容を確認いただく時間を十分確保しているか)。 【苦情発生率】お客様からの苦情等は一定の範囲にあるか(お客様からの苦情等が多い場合は、適切な顧客対応が確保されているかを確認する必要がある)。 【事故受付率】事故対応(事故受付、経過報告、終了通知等)は、適切におこなわれているか。 【各種の教育研修実施状況(e-learning 受講状況や資格取得等)】募集人教育・資格者管理が適切に行われているか。 など
52	チェック項目において、定量的な充足基準を明確化すべきではないか。どのようなことを行っていれば、「適切に」行っていると評価できるのか等、定量的な充足基準を定めなければ、代理店の自己点検における公平な評価が難しいものとする。
⑤ その他	
53	本指針は有識者会議報告書を踏まえて作成されているが、その後、金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」が報告書を出している。その中の特定契約比率規制の見直しにおいて、規制の適用除外の要件として、「一定の態勢整備」と「手数料の適正化」が挙げられている。ルール化された場合には、これらの項目も業務品質評価指針にも盛り込まれモニタリングされると考えてよい。
54	評価基準一覧の備考欄の「新規項目」は削除するか表現を改めるべき。代理店業務品質評価基準は、初めて作成されるものであるにも関わらず、「新規項目」と記載する趣旨が不明。

<評価指針「Ⅱ－２ 具体的な評価項目および評価指標」関係>

- 銀行代理業を営む損保代理店における弊害防止措置(意見No.55)については、保険業法施行規則第234条(保険契約の締結又は保険募集に関する禁止行為)第1項第18号および第19号への対応等に関して、トライアル運用等を通じて実態を確認した上で、記載の追記を行います。
- ご意見No.56については、主として高度化に資する項目・内容として、具体的にどのような記載の拡充等が適切であるかといった観点から、引き続き検討を行ってまいります。
- ロス率の管理(意見No.57)について、ご意見のような意義を有すると考えられる一方で、たとえば危険の逆選択にもつながりかねない点で常に顧客本位の業務運営に資するものとは言い切れないため、慎重な取扱いが必要と考えます。

No.	具体的な意見等
55	銀行代理業を行っている損保代理店に課せられる弊害防止措置についての記載が不足しているのではないかと。
56	「評価基準一覧【2025 年度版】」(案)についての意見は下記の通り。 > 保険商品やサービスの提案力の項目を追加して欲しい。 > 事故対応力(特に火災や新種)の評価項目を「顧客満足度」にまで拡充して欲しい。 > 情報セキュリティ、システムセキュリティ対応の項目を追加して欲しい。 > 特に法人契約における代理店の専門性を評価して欲しい。 > できるだけ早いタイミングで、各評価項目の数値化を明示して欲しい。

No.	具体的な意見等
57	保険金不正請求事案の発生について、評価基準の中に「ロス率」を折り込むことを提案させていただきたい。結局、保険料をかき集めて規模拡大(収入保険料)をしても「ロス率」の基準がないために保険金不正請求が発生する。保険会社が保険金を支払うので、募集代理店はいくら保険金請求しても腹が痛まないでどんどんエスカレートしていく。これが、年間保険料を1億集めても、保険金支払いで70%以上払えば代理店手数料など差し引いたら保険会社も成り立たない。「ロス率」を評価基準に入れることで、不良契約の排除や契約者の資質も考えるようになり不正請求は減るだろう。例えば、ロス率10%以下・30%以下といったパーセンテージに応じて代理店を評価する(手数料ポイントなどにも反映)があれば皆、考えて運営していくのではないかと。まだまだ保険会社は増収ベースが基本となっており、顧客本位・業務品質とはなんぞや？が理解できていない。

<評価指針「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」関係>

- 本項目では、法令等遵守全般の態勢整備に関する状況を確認することとしており、単に法令違反行為の有無の確認ではなく、代理店としての組織的な取組みについて点検されることを想定しています(法令違反行為が発生していないことと態勢整備ができていることとは、必ずしも一致するとは限らないと考えられます)。

No.	具体的な意見等
58	法令違反、顧客本位の業務運営、最善利益義務に反した行為とは、具体的にどのような行為を指すのか。
59	「顧客本位の業務運営」・「顧客最善利益義務」に反した行為に関して、当社では各種法令を遵守する体制として専門組織を設置するとともに、役員、役職者、社員に対する階層別コンプライアンス研修を定期的に実施している。また、全社ベースで組織横断的な業務品質改善PDCA会議を実施し、顧客本位の業務運営と顧客最善利益義務の履行を実務的に確認している。評価指標においては、単に法令違反行為の有無を確認するのではなく、組織的に法令遵守を履行する体制整備及び運用がなされているかを判定する指標にすべきではないか。
60	技術・気候変動・社会情勢の変動の激しさから、企業を取り巻くリスクが年々複雑化し、高度化している。その状況に備えている現在の日本企業をとりまくリスクに対して、適切に提案できる能力、その実績を図る評価指標が必要と考えらる。例えば日本企業が感じる重要なリスクをカバーする保険の取扱実績の評価指標として「D&O、環境汚染賠償、サイバー保険、PL、取引信用保険、火災保険(工場物件)、フリート契約、E&O、GLTD等の保険商品について複数契約(者)の取扱い(例えば3契約者以上)があること、または一定金額以上の保険料取扱いがあること」が考えられる。これらの保険商品取扱いがゼロ又は単数の場合は、概して保険会社が顧客(契約者)対応・募集業務のほとんどを行わずにはいられず、代理店としての適正な役務を果たせていない場合が多いと考えられる。また、保険価額、リスク算定をできる能力を図る(企業分野の適正契約の維持実績)ことも企業分野保険を取り扱う代理店にとっては非常に重要であり、具体的には「簡易評価鑑定、(平場)鑑定、サーバイを行った契約の件数が一定以上あること」等を勧告してはどうか。

<評価指針「Ⅱ-2-1-2 意向把握・確認義務」関係>

- 個々の取引における具体的な対応に関しては、基本的には所属保険会社のルール等に準拠していることが必要であり、その上で、代理店としての取組み状況(実務や実態に応じた追加的な対応等)について点検されることを想定しています。
- ご意見No.61について、「公的保険制度についての情報提供」や「どのような分野の補償を望んで

いるか」に関しては、当協会の「募集コンプライアンスガイド(2024年2月版)」の該当項目(「2-2 意向把握、商品の選定、商品説明および重要事項説明」)をご参照ください。

- 「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」の意図(意見No.61および62)に関しては、意向把握・確認義務における基本姿勢と考えられ、決してすべての顧客に一律の対応を求めるものではありませんが、たとえば既契約を更新(更改)、契約内容を一部変更する場合を含め、適切な対応が求められます。また、ご意見No.63にあるような取組みも有効と考えられます。
- 社内規定等への明文化(意見No.64)について、自己点検チェックシートにおける設問に反映いたします。

No.	具体的な意見等
61	(1)は生保業界を参考にされているように思うが、公的保険制度についての情報提供とはどのようなシーンを想定されているか、損保は商品が多く、種目ごとに特殊性があり、個人・法人、種目・種類ごとにどのようなプロセスを記録・保存する必要があるのか具体例を明示していただきたい。 (2)ア. 顧客の意向「分野」とは、何を指すのか。 (4)契約後の顧客との接点を通じて契約内容が意向と合致・意向に変化がないか確認し必要な提案をとあるが、どのような機会で行うことを想定しているか。契約期間、契約内容、契約種目が異なるすべての顧客に一律このような対応を取り、その対応履歴を記録・保存しておく必要があるということか。評価指針にすることは現実的でないように思われる。顧客は、保険の知識・情報を持っていない方が少なくないため、期間・保険料・保険金額は、募集人からの情報で把握し、意向が固まってくる。このようなケースでは特に希望・要望なしで良いか。
62	「(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。」とあるが、これは長期契約でなくとも契約後いずれかの時期において顧客との接点を作り記載事項の取組みを行わない限り代理店業務品質評価制度の指標を充足していないと評価されるのか。代理店業務品質評価制度が「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」という位置づけにすれば、非常に厳しい評価基準であり再考を求めたい。
63	「契約者本人から適切に同意の記録を取り付けているか。」に関して、当社では、契約者本人の適切な同意を確認すべく、引受セルフチェックシート(保険の目的の詳細確認、保険会社切り替え時の補償の差異等)、システムによる記録化を実施している。単なる契約時の行為確認だけではなく、チェックシートやシステム記録化など実態的な管理も評価指標に入れるべきと思料する。
64	本項目については、社内規定等で明文化されており従業員がいつでも閲覧可能な状態になっているか、ということも基準として明示してはいかがか。

<評価指針「Ⅱ-2-1-2-3 契約締結時の同意記録」関係>

- 個々の取引における具体的な対応に関しては、基本的には所属保険会社のルール等に準拠していることが必要であり、その上で、代理店としての取組み状況(実務や実態に応じた追加的な対応等)について点検されることを想定しています。
- 意見No.66の後段のご意見については、代理店として、そのような行為が行われていないことをどのように検証しているか、といった観点を含めて点検されることを想定しています。

No.	具体的な意見等
65	契約締結時の同意記録について、「同意の記録を取り付けているか」とあるのはどういう意味か。当然ながら代筆等の業法違反になるような行為は行っておらず、保険会社の所定ルールに則って手続きをしている。当社の場合、契約手続きをした際には社内システムに対応記録を残すルールにしているが、このような対応で足りると考えてよいのか。
66	契約締結時の同意の記録とは、別途同意書を取り付ける等の必要はなく、申込書・変更手続き依頼書・同意書・告知書などへの署名・押印の取付け、本人に記入していただくことを指しているか。 (1)ア・イ・ウ・エは、不法行為、不祥事にあたり、このような行為は代理店として失格であり、自己点検チェックシートでチェックする評価項目とすべきではないと考える。そもそも事実をきちんと回答するのか疑問に思われる(他の項目にも同様のものあり)。

<評価指針「Ⅱ－２－１－３ 情報提供義務」関係>

- 社内規定等への明文化(意見No.67)について、自己点検チェックシートにおける設問に反映いたします。

No.	具体的な意見等
67	本項目については、社内規定等で明文化されており従業員がいつでも閲覧可能な状態になっているか、ということも基準として明示してはいかがか。

<評価指針「Ⅱ－２－１－３－１ 権限明示」関係>

- ご意見を踏まえ、分かりやすさの観点から当協会の「募集コンプライアンスガイド(2024年2月版)」における当該項目(「2－1 募集人の権限等に関する説明」と表記を揃えることとします。

No.	具体的な意見等
68	柱書が「権限明示」となっているが、これは名乗りルールが法定化された当時の表現で、現在は法294条等では「情報の提供」となっている。表現は合わせる方が理解しやすいと考えるがどうか。別の意図があるならご教示願いたい。なお、評価指針(Ⅱ 評価項目および評価指標)の記述は元資料の記述を踏襲しているが、本制度の発足に当たり最適な記述か、見直しをする必要があると考える。

<評価指針「Ⅱ－２－１－３－２ 重要事項説明」関係>

- 「十分な時間を確保」の考え方を含め、当協会の「募集コンプライアンスガイド(2024年2月版)」の該当項目(「2－2－5 重要事項説明(情報提供)」)をご参照ください。

No.	具体的な意見等
69	「(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。」とあるが、「十分な時間を確保していない。」と評価される場合の典型例(不適切な事例)を複数教えていただきたい。

<評価指針「Ⅱ－２－１－３－３ 比較推奨販売」関係>

- 比較推奨販売に関しては、当協会の「募集コンプライアンスガイド 追補版(2024年12月改定)」の該当項目(「2－2 推奨販売」)において、有識者会議報告書や金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」での議論等を踏まえた現時点における基本的な考え方を整理

していますので、同ガイドをご参照ください。

なお、当該内容は、今後の法改正等の動向を踏まえ適宜見直しを行うとともに、本評価指針についても必要な手当てを行う予定です。

- 意見No.70について、「損保代理店」の意味するところは専属代理店ですが、他の表記との関係も踏まえ、記載の見直しを行いました。
- 「自己の範囲」の明確化(意見No.72)について、ここで言う「自己」とは、募集人個人だけでなく代理店を含むことはもとより、さらには顧客または顧客等の最善の利益の勘案義務との関係性において実質的な観点から判断されるべきものと考えられます。

No.	具体的な意見等
70	「乗合代理店または損保代理店」の「損保代理店」は専属代理店を指すのか。独自方針は、合理的かつ法令等に抵触せず、資本関係・事務手続き・経営方針に留まることなくあるが、問題となる事例、望ましい事例を示していただきたい。
71	「顧客の意向を丁寧に確認したうえで、顧客の意向に沿って商品の推奨を行い、かつ、推奨理由や比較内容等を適切に説明しているか。」に関して、評価指標には、単なる行為確認だけではなく、募集管理ルール・規定の整備状況を、また、ハ方式(比較推奨販売)に関する客観的な基準・理由のモニタリングなど、透明性の確保及び対外的な説明責任を担保する体制が構築されているかを勘案すべきと思料する。
72	「(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。」とあるが、法人代理店の場合、必ずしも保険募集人自らの利益と関係ない場合もある。自己の範囲が明確になるよう記載を工夫してはどうか。 ※(3)では「代理店・募集人」と書き分けている。
73	企業分野においては、顧客は一定のリスクマネジメントスキル≡保険知識を有しており、一般顧客に合わせた比較推奨・説明義務については、監督指針でも留意することが記載されている。しかしながら、この「留意」について、代理店が企業分野で募集活動をする上でのこれらのガイドライン及びルールについては、現状何もなく、一般個人向けのこれら方針を有していることを企業内代理店の自立している評価のポイントとして扱うことはそぐわないのではないか。
74	「(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」とあり、比較推奨販売において、自店独自の方針による保険会社、商品の絞り込みが可能であるという考え方が前提になっている。今後、保険業法施行規則が改正される方向性と聞いているが、その場合にはこの評価指標も改定されるのか。
75	自店独自の方針により、特定の商品を提案する場合については、※において、「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」とされており、従前の監督指針の記載から一歩進んだものとなっている。今後の取組みとして、「代理店業務品質に関する評価指針(案)」等に鑑み、代理店側による創意工夫によるところが大きいものとは考えるが、「具体的でわかりやすいもの」とは現時点でどのような内容を想定しているのか、いくつかご例示頂きたい。また、現在自店独自の方針により、特定の商品を提案している代理店において、対応できていないところも少なくないと考えられ、一定の準備期間が必要と考えるがどうか。
76	比較推奨販売の評価指標として、「※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。」等とある。金融審議会損保WG報告書では、「留意事項等については、今後、監督指針等において可能な限り明確化」との記載があり、今後、自店独自の方針は存在しなくなる方向と理解しているがどうか。

<評価指針「Ⅱ－２－１－４ 募集時の禁止行為・著しく不適当な行為」関係>

- 社内規定等への明文化(意見No.77)について、自己点検チェックシートにおける設問に反映いたします。

No.	具体的な意見等
77	本項目については、社内規定等で明文化されており従業員がいつでも閲覧可能な状態になっているか、ということも基準として明示してはいかがか。

<評価指針「Ⅱ－２－１－４－１ 保険募集管理全般」関係>

- いわゆる社員代行(意見No.78)については、「Ⅱ－２－１－４－５ 便宜供与(不適切な便宜供与の禁止)」の項目で具体的に点検されることを想定しています。
- 不備・誤りや確認不十分等が発覚した場合の「所属保険会社に報告する仕組み」(意見No.79)については、ここでは実際にそれら報告を行っているかどうかを点検する趣旨に改めることとし、記載の見直しを行いました。

No.	具体的な意見等
78	保険募集管理全般(Ⅱ－２－１－４－１)の【その他不適正行為例】にある「保険会社社員による代理店業務の代行」について、次のような実態が見受けられる。 > 生保プロ代理店の数多い募集人の中には、見積り・申込書作成を保険会社社員に依存している。 > 金融機関代理店の中には、多くの保険会社の見積りを提示する際、保険会社社員に見積り作成を依頼している。 これらの行為を明確に不適切な募集行為としていくことが、代理店の品質向上、保険会社との不適切な関係の排除につながると思うので、評価指針に明示してはどうか。
79	(4)所属保険会社に報告する仕組みとは、どのようなものを想定されているか。

<評価指針「Ⅱ－２－１－４－２ 保険料の取扱い」関係>

- 乗合代理店の場合において、所属保険会社ごとに取扱いが異なる運用等については、基本的にはそれぞれの所属保険会社の定めるルールや基準に従っていただく必要があります。
- キャッシュレスに関するご意見(意見No.80)について、キャッシュレス施策の取組みは顧客のニーズに合わせた対応体制を念頭に置いており、顧客に対してキャッシュレスを強要する趣旨ではありません。

No.	具体的な意見等
80	「所属保険会社の規定等に従って適切に管理」「キャッシュレス施策の取り組み」とあるが、乗合代理店の場合、保険会社によって規定や基準が異なるので対応が複雑で困難となっている。また、振込をキャッシュレスの対象外として扱う保険会社が数社存在しており、企業顧客の場合、振込以外の支払方法は難しく、企業顧客に適合しない評価項目であると考えます。
81	所属保険会社の規定等に従ってとあるが、乗合会社が多数の場合は、代申会社の規定等に従えばよいのか。業界で規程・基準を統一することはできないのか。

<評価指針「Ⅱ－２－１－４－３ 保険勧誘時や契約締結時のノベルティ等」関係>

- 特別利益の提供の禁止に関しては、当協会の「募集コンプライアンスガイド 追補版(2024年12月改定)」の該当項目(「2-3 特別利益の提供の禁止」)において、有識者会議報告書や金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」での議論等を踏まえた現時点における基本的な考え方を整理していますので、同ガイドをご参照ください。

なお、本項目の見出しについて、同ガイドにおける当該項目と表記を揃えることとします。

- 乗合代理店の場合において、所属保険会社ごとに取扱いが異なる運用等については、基本的にはそれぞれの所属保険会社の定めるルールや基準に従っていただく必要があります。

No.	具体的な意見等
82	保険勧誘時や契約締結時のノベルティ等(Ⅱ-2-1-4-3)について、ディーラー代理店等による、保険加入の際の修理保証のサービスや本業商品の値引きを明確に「特別の利益の提供」として排除すべく、評価指標に記載する必要があると思う。
83	「所属保険会社の定める基準の範囲内で運用」とあるが、乗合代理店の場合、保険会社によって規定や基準が異なるので対応が複雑で困難となっている。

<評価指針「Ⅱ-2-1-4-5 便宜供与」関係>

- いわゆる社員代行の取扱いに関しては、有識者会議報告書を踏まえ、まずは「不適切な便宜供与の禁止」の趣旨に沿って整理していますが、ご意見にあるような、特に企業内代理店を中心とした代理店の自立促進や代理店手数料の適正化の観点を含む業務品質のあり方に関しては、金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」での議論等を踏まえ、今後、それらの実態も踏まえつつ必要な検討を行ってまいります。

なお、本項目の見出しについて、当協会の「募集コンプライアンスガイド 追補版(2024年12月改定)」の該当項目(「2-4 代理店に対する不適切な便宜供与の禁止」)と表記を揃えることとします。

No.	具体的な意見等
84	「保険会社の担当者が同行しなくてもお客様へ商品説明ができる」という評価項目があっても良いと考える。企業分野と個人分野では補償内容が大きく異なるため、商品説明に関する態勢整備についても当然ながら違いがあること、保険会社担当者が常時同行する代理店とそうでない代理店について現状手数料率などに差異がないことは、代理店の品質向上・体制整備の意欲を削ぐのではないかと考える。
85	「保険募集等の自立化」は、業界課題(重要項目)とすること。企業代理店等による「代理店業務の自立化」・乗合代理店等による「顧客最善義務に反する比較推奨を歪めかねない行為」の課題が確認された。保険会社の指導においては、「便宜供与」は、a. 本業協力(物品調達・広告出稿、政策株保有、過度なインセンティブ等)と、b. (金融審議会における論議内容も踏まえ)役務提供(教育指導等の範疇を超えた不適切な役務提供等(出向者派遣・社員代行))の類型にて評価すること。具体的には、定量指標(例:代理店による試算・申込書作成率、契約計上率等)を用いて、「保険募集等(事務・事故対応を含む)」の自立度を検証し、品質評価による代手ポイントに反映することにより、「役務に見合った対価」の相当性を確保する。なお、顧客本位の業務運営を実現していくためには、本指標は個人・法人問わず見ていくことが不可欠だと考える。

<評価指針「Ⅱ-2-1-4-6 利益相反管理」関係>

- 利益相反管理に関しては、当協会の「募集コンプライアンスガイド 追補版(2024年12月改定)」の該当項目(「2-5 利益相反管理」)において、有識者会議報告書や金融審議会「損害保険業等

に関する制度等ワーキング・グループ」での議論等を踏まえた現時点における基本的な考え方を整理していますので、同ガイドをご参照ください。

No.	具体的な意見等
86	例えば「利益相反」に関しては、「他業との間に利益相反が生じ得る兼業代理店の場合」と限定的な表記であるが、本評価においては、必要最低限として表記された観点において確認することでよいのか。
87	利益相反が生じ得る兼業代理店に該当するか否かの判断は何を基準として行えば良いか。兼業代理店であっても保険取引にかかる顧客の利害が不当に害されることが考えにくい場合(業種等から)でも利益相反管理方針は必要か。

<評価指針「Ⅱ-2-1-4-7 自己契約・特定契約」関係>

- 自己契約・特定契約の管理(意見No.88)については、法令等で定められた計算基準に則り、所属保険会社の定めるルールや基準に従って管理いただく必要があります。
- 「保険会社向けの総合的な監督指針」において改善指導の基準として定められている30%の取扱い(意見No.89)については、ご意見を踏まえ記載を追記しました。

No.	具体的な意見等
88	主な着眼点として「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に管理しているか」とあるが、どの程度の管理を想定しているか。代理店のみで数字を集計・算出して管理する事は難しいと考えている。
89	現在、特定契約比率は、乗合各社から年に1度データを提供してもらい、合算して比率を管理しているため、(1)で潜脱行為を行っていないとあるが、判定を実態と異なるものと偽る事自体が考えられない。(2)に50%を超えないよう適切に管理とあるが、今後は、常時代理店が自己管理し、随時把握しておく必要があるのか。また、まずは、30%を超えないように管理ではないのか。

<評価指針「Ⅱ-2-1-4-8 独占禁止法遵守」関係>

- 保険契約の引受に際しての情報交換等に関する文言へのご意見について、原案の記載では意図が伝わらないため、記載の見直しを行いました。

No.	具体的な意見等
90	保険契約の引受に際して、保険会社や代理店と接触または情報交換を原則行っていないとあるが、共保、代理店分担による引き受けをせざるを得ないケースは多く、保険料率を含め情報交換は必要となる。取引制限に抵触する行為に厳格な指導・監視を保社が行うことで良いのではないのか。
91	「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。」とあるが、意図が不明確である。 (注)主語が「募集人」で、述語が「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」となるが、分解すると「保険会社と接触または情報交換を原則行っていない」「代理店同士の接触または情報交換を原則行っていない」と読める。 保険会社と接触または情報交換を行わずに、保険契約の引受け実務を遂行することは不可能に思える。「原則」に込められた意味があるのであればそれも含めて意図するところを明らかにしていただきたい。また、後段では、だれとだれの間の「保険料率に関する

No.	具体的な意見等
	情報交換」を禁止しているのか明確でない。

<評価指針「Ⅱ－２－１－５ 高齢者募集」関係>

- 本内容は、当協会の「高齢者に対する保険募集のガイドライン」に準拠したのですが、別途、所属保険会社または代理店において、より適切と考えられるルールや基準がある場合は、その内容に従っていただく必要があります。

No.	具体的な意見等
92	より丁寧な対応が70歳以上とすることが考えられるとあるが、標準的な対応は何歳以上を想定しているのか。従来は年齢でなく60代でも顧客の状況により対応と指導されている。

<評価指針「Ⅱ－２－１－７ 顧客の利便性向上に向けた態勢整備状況」関係>

- 所属保険会社における体制整備対応に影響を受ける部分に関しては、保険会社との対話の機会のほか、必要に応じて、当該所属保険会社と取扱い等を協議いただければと思います。

No.	具体的な意見等
93	ペーパーレス申込み対応に関しては、保険会社の体制整備対応に大きく影響を受けるのではないかと。

<評価指針「Ⅱ－２－１－10 募集人に対する教育・管理・指導」関係>

- 「公的年金制度」の表記(意見No.94)については、「公的保険制度」に記載を修正しました。
- 損害保険トータルプランナーの認定取得(意見No.94)については、「評価基準一覧」において高度化要素として位置づけており、自己点検チェックシートにおいても同様の取扱いとします。
- 教育・研修を把握・管理する各種指標に関するご意見(意見No.95～97)については、「評価指標の考え方」(意見No.43～45)と同様に、今後、お寄せいただいた内容を含め、トライアル運用も踏まえて考え方を整理してまいります。

No.	具体的な意見等
94	「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。」とあるが、公的保険制度の中で特に「公的年金制度」に関する研修等のみを評価指標とし「公的医療保険制度」や「公的介護保険制度」を対象としていない理由を教えてください。 「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取り組み、認定者が在籍している。」とあるが、「Ⅰ－１ 代理店の業務品質評価に関する基本的考え方」に「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」とある。「すべての代理店を対象」とすることも合わせ、当評価指標の採用との関係についての考えを示していただきたい。
95	代理店内における研修の種類と開催実績(参加者数・内容等も含める)を判定基準として考慮すべきと考える。例えば、主要種目の商品研修、コンプライアンス教育、特殊リスク(補償)への対応教育、のような項目を基準としてはどうか。

No.	具体的な意見等
96	業務品質基準一覧(案)の1(10)について、教育・管理・指導、に続けて、研修(年一回以上のコンプライアンス研修の実施等)を追記してはいかがか。また、高度化要素として、個人情報保護、独禁法、反社、AMLを明記してはいかがか。
97	募集人単位の知識・スキルの習得・実践を評価する項目を追記した方が良いのではないか(例えば「代理店で委託している種目の資格を全募集人が取得済」「コンプラ研修を全募集人が履修できている」等)。保険会社別に募集人別の研修受講管理を行うことの難易度が高いため、第三者の評価制度の仕組みの中で、募集人ごとの研修等の管理を運用できればなお良いものとする。

<評価指針「Ⅱ-2-2-1-1 満期管理」関係>

- 個々の取引における具体的な対応に関しては、基本的には所属保険会社のルール等に準拠していることが必要であり、その上で、代理店としての取組み状況(実務や実態に応じた追加的な対応等)について点検されることを想定しています。

No.	具体的な意見等
98	満期管理について、「特に」として、「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」とあるが、満期管理の方法は保険会社および代理店各社のビジネスモデルにおいて多様なものであり、例えばWEBでの募集をメインとしている保険会社および代理店においては、上記記載の通り「確認・記録」することまでは難しいものであることから、本制度の趣旨を鑑みると、画一的な指標ではなく、「継続状況を適切に管理」するための、あくまで例示の一つ、と考えるがどうか。
99	(2)の「顧客の意向を確認し」とは具体的にはどんな方法が望ましいか。昨今の更新手続きは、WEB手続きにより、お勧めプラン・前年同条件を提示したうえで検討いただく形が主流になりつつあり、電話やメールでの対話なしで完結する事が多い。

<評価指針「Ⅱ-2-2-2 保険事故発生時の対応」関係>

- 社内規則等は実務に即して必要かつ妥当なものが作成される必要があると考えます。一般論として、「対応フローや方法が異なる」という事情があれば、それらについて個別の業務規定が策定されているかどうかは別として、代理店における体制整備として必要なルール等が明文化されていることが望ましいと考えられます。

No.	具体的な意見等
100	事故対応に関する業務規定を策定し、とあるが、自動車、火災、傷害、新種など種目によって細かな点で対応フローや方法が異なる。すべてを個別に策定する必要があるか。

<評価指針「Ⅱ-2-2-3 苦情の対応・管理」関係>

- 苦情を含むお客様の声への対応については、その分類や取扱いに関して、基本的に所属保険会社の定めるルールや基準に従っていただく必要があります。
 なお、「契約者(顧客)の明らかな誤認に基づくもの」であっても当該誤認に至った要因は様々と考えられます。貴社においてはそれらを含めて「苦情として登録するルールとしている」とのことであり、そのような取扱いとしていることの意義を踏まえ、顧客本位の業務運営の観点から適切に対処されることが期待されます。

No.	具体的な意見等
101	「(3)苦情全件について発生経緯・原因を特定している。」とあるが、保険代理店が受ける苦情には保険会社に対する苦情も相当数存在する。また、契約者(顧客)の明らかな誤認に基づくものもあるが、弊社ではいずれの場合も「苦情」として登録するルールとしている。よって、これらについては保険会社に連携することや契約者(顧客)の誤解・誤認を解くことで足り、必ずしも文字通り苦情全件について発生経緯・原因を特定することを要求するものではないと理解して良いか。

<評価指針「Ⅱ-2-3-1 個人情報管理」関係>

- 弊害防止措置(意見No.102)と適正な個人情報の取扱い・管理とは、必ずしも同列に取り扱われる性質のものではないと考えられます。
- 所属保険会社のルールや基準よりも厳格な運用(意見No.103)については、代理店における社内規則等の遵守の観点で、引き続きご対応ください。
- 外部委託先の管理(意見No.104)について、基本的にご意見のとおりと考えますが、別途、所属保険会社のルールや基準がある場合には、それらに従っていただく必要があります。

No.	具体的な意見等
102	個人情報管理について、金融機関代理店においては、親会社である金融機関から取引情報を入手し契約を拡大している。圧力募集禁止の観点も踏まえ、情報の遮断を評価指標に入れるべきではないか。
103	「(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。」とあるが、保険会社規定(ルール)より保険代理店の規定(ルール)が厳格な場合においては、当該保険代理店の規定(ルール)に遵うという理解で良いか。 例)保険会社ルールでは個人情報の種類による郵送手段を明示的に規定していないケースが存在し、要配慮個人情報でも普通郵便で可としているが、弊社では要配慮個人情報は「極秘」扱いであることから簡易書留による郵送を社内規定(ルール)とし、従業者にこれを遵守させている。
104	「(7)店主等は、外部委託先を適切に管理・把握している。」とは、金融分野ガイドライン第10条に基づく内容と理解すれば良いか。すなわち、委託先における個人データ等に対する安全管理措置の実施を確保すべく、定期的又は随時に委託先における委託契約上の安全管理措置等の遵守状況を確認するとともに、当該契約内容が遵守されていない場合には、委託先が当該契約内容を遵守するよう監督しなければならない。

<評価指針「Ⅱ-2-4-1-3 自己点検・内部監査」関係>

- 本項目は、自己点検や内部監査のあり方についての基本的な考え方を示したものであり、単に外形的な要件が整っていれば十分ということでもなく、反対に、代理店の規模・特性に応じてこれらと同等の効果が期待される組織的な対応がされていれば、必ずしもすべての取組みが求められるものでもありません。
なお、「評価基準一覧」においては「内部監査部門の設置等」は高度化要素と位置付けているほか、自己点検チェックシートにおいても、代理店として標準的に求められる体制整備の観点から要素を限定して設問として設定しています。
- 上記を前提として、内部監査担当者・部署の機能発揮状況を確認するべき「第三者(親会社、顧問弁護士は除く)」については、所属保険会社は基本的にこれに含まれないと考えられますが、現時点では、「第三者」について統一的な要件や基準を設定することは予定していません。

No.	具体的な意見等
105	「(3)自己点検・内部監査」の対象代理店が、「共通」となっているが、内部監査の実施まですべての代理店に求められるのか。それとも規模特性に応じて「自己点検」ないし「自己点検プラス内部監査」を実施すればよいのか。内部監査の実施まで全ての代理店に求められるとすると、実際に対応できる代理店は極めて少なく、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・検証するという趣旨から大きく逸脱すると考える。
106	「(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と全拠点に対して定期的かつ適切に実施している。」とあるが、「定期的」とは、必ずしも「1回／年」と解釈するものではなく、当該代理店の規模(部門や拠点数)、特性に基づき実効性を確保することが可能な範囲で「1回／複数年」としても差し支えないか確認したい。特定大規模乗合保険募集人であっても営業部門に2線も含めた全部門の監査を1年間で実施することは監査リソースの制約もあり負担が大きい。この点、配慮いただきたい。 ※今回の損保業界における不祥事件では保険会社の「内部統制システムの不備及びコンプライアンス体制の機能不全」という評価もされている。弊社では、こういった評価も踏まえ1線だけでなく2線の内部管理態勢についても3線(内部監査部)による監査を行っており、1年間で全部門の監査を行うことはリソース的に過大な負担となる。
107	「(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」とあるが、この評価指針は「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」ことが目的と理解しており、「営業部門から独立した内部監査室等」を中小規模の代理店を含めた全ての代理店に最低限求めるのは現実的になじまないと考える。この点は中小規模の代理店としてどのように考えるべきか。 なお、別紙2(代理店業務品質評価基準一覧)では「内部監査部門の設置等」は「高度化要素」の欄に記載されている。このように「最低限必要な業務品質」と位置付けられている評価指針に「高度化要素」を混在させて記載するのは混乱を招くため別記載が望ましいと考える。この評価指針が代理店業務品質の全てにおける大原則となるのであれば、できる限りシンプルで分かりやすい内容としてもらいたい。
108	「(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。」に関して、内部監査の公正性、実効性については第三者機能を活用する方法だけでなく、例えば、金融機関での経営管理経験豊富な人材を社外取締役・社外監査役として起用の上、これらの社外役員が、内部監査機能への牽制を図る仕組みが導入されているモデルも、目指すべき枠組みとして明記すべきではないか。
109	「(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。」とあるが、これは内部監査協会(IIA)がいう外部評価が求められているという理解で良いか。この理解が正しい場合、①外部評価をすべての保険代理店に求めるのか、②実施頻度等、③要求レベル、を具体的に示していただきたい。
110	「(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」とあるが、ここに記載されている「第三者」とは具体的にどういう立場の人を指しているのか、例示願いたい。
111	「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」とあるが、ここで言う「確認」とは、具体的に、誰がどのように行うことを想定しているのか。
112	内部監査の機能発揮状況、発揮状況の第三者による確認とあるが、第三者とは、保険会社は含まれるか、含まれないのであれば、どのような機関・組織を想定しているか。
113	「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・顧問弁護士を除く)による確認をおこなっている」について、どのような行為をもって「確認」とするのかの具体的に教示願いたい。ここで言う第三者の属性・信頼性・有効性は問わないのか。損保会社、協会・評議会が指定した組織・企業なのか。当該第三者をどのような組織・企業をイメ

No.	具体的な意見等
	ーじしているか具体的に考え方を教示願いたい。 第三者の確認を問うのであれば、最初からモニタリング調査やフォローアップ調査は不要ではないか。かかる費用の負担は代理店か。代理店は金融庁・保険会社が示す適切な運営の遂行に向け、体制を整備して取り組んでいる。コストもかかることもある。代理店を管理する金融庁・保険会社が代理店の業務遂行状況の確認をおこなうべきところ、代理店負担で代理店が任意に選んだ「第三者」による「確認」を評価項目とするのであれば、「確認」の適正性に懸念があるのではないか。本確認は毎年の第三者による確認をイメージしているのか。

<評価指針「Ⅱ－２－４－１－４ 反社会的勢力に対する業務運営」関係>

- 個々の取引における具体的な対応に関しては、基本的には所属保険会社のルール等に準拠していることが必要であり、その上で、代理店としての取組み状況(実務や実態に応じた追加的な対応等)について点検されることを想定しています。

No.	具体的な意見等
114	反社会勢力との関係遮断を行う体制とは、どのような体制を指すのか。具体的に明示していただきたい。
115	主な着眼点として「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。」となっているが、具体的な判定基準・内容(現時点での想定)について明示していただきたい。具体的には、損保各社が保有され、反社チェックに利用されている「反社会的勢力DB等(以下「反社DB」という)」は、一般的な代理店には開示されていないのではないか。代理店が反社DBを保持することまでを求めているのか。この項目は保険契約募集時における代理店の具体的な実務対応としてどこまでを想定されているのかが判断できない。 現行、保険会社からの指導は、反社と知りつつ契約することなどを禁じられてはいるが、反社判定に必要な反社DBの使用については、特段の準備をするような指導を受けていない。代理店業務に照らすと、保険会社によるが、保険設計書・申込書作成時のシステムチェックによる対応(エラーがかかりそれ以上は作業不能)、契約成立後の保険会社事後確認結果による満期時謝絶対応等を行っているが、それらを適切に実施することで、評価項目を充足しているのか。代理店業務・実務に照らし、具体的にイメージできるよう、詳細開示をお願いしたい。
116	反社会勢力チェック、サンクションスクリーニング、AML/CFTの確認については、本来的に、各保険会社及び代理店はこれらのチェック体制を法令やガイドライン等に基づき整備することが求められている。そこで、取引時確認として1(4)⑨へ反社会勢力チェック、サンクションスクリーニングも追記すること、あるいは、態勢整備として4(2)に、反社会勢力チェック、サンクションスクリーニング、AML/CFTの整備が適切になされているかを追記、乃至は高度化要素に追記することはいかがか。

<評価指針「Ⅱ－２－４－１－５ 経営理念・経営計画」関係>

- ご意見の趣旨が明らかではありませんが、従業員に経営理念や経営計画を周知徹底することは、一般的に従業員満足度を高める等の有益な効果をもたらす取組みと考えられます。

No.	具体的な意見等
117	「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」とあるが、経営計画の詳細な内容の開示まで求められるべきではないと考える。

<評価指針「Ⅱ－２－４－１－７ 業務継続計画(BCP)の策定」関係>

- 業務継続計画(BCP)に関する定期的な訓練について、一概にどのようなレベルであることが求められるかをお示しすることは困難ですが、一般的には、当該訓練を行う目的が明確化されており、訓練の実施後、その目的に照らした振り返りや評価が行われ、適宜改善等が検討・実行されるような状態が望ましいと考えられます。

No.	具体的な意見等
118	業務継続計画(BCP)の策定について、当社は広域代理店であり、BCPについては「本社用」と「拠点用」を策定している。「定期的に訓練を実施しているか」とあるが、具体的にどのようなレベルの対応を求めているか。

<評価指針「Ⅱ－２－４－１－９ 共同募集を行っている場合の対応」関係>

- 一般的に共同募集とは、代理店が、他の代理店等と同一契約を共同取扱いすることをいうものと考えられます。「単なる代理店分担」の意味するところが明らかではありませんが、少なくとも顧客である契約者において、自身の契約が複数の代理店等との共同取扱いであることを覚知し得るものであれば、共同募集として取扱うことが相当と考えられます。

No.	具体的な意見等
119	共同募集の定義を確認したい(単なる代理店分担も共同募集に該当するのか)。全ての代理店分担が共同募集に求められるものと同じ対応が必要となると、対応が困難なケースがある。
120	当社において共同募集は生命保険のみ取扱いをしている。損害保険における共同募集の定義を明確にしていきたい。ここで示されている共同募集は契約書や覚書等で双方の役割分担を明確にしている場合を指しており、単なる代理店分担契約は含まれないという理解でよいかを確認させていただきたい。
121	「(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。」とあるが、「共同募集」の貴協会における統一的な定義や規定を明示させていただきたい。

<評価指針「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」関係>

- 個々の取引における具体的な対応に関しては、基本的には所属保険会社のルール等に準拠していることが必要であり、その上で、代理店としての取組み状況(実務や実態に応じた追加的な対応等)について点検されることを想定しています。

No.	具体的な意見等
122	当社は団体契約・団体扱契約など主として既に当社に何らかの契約がある個人のお客さまに対して丁寧に説明・手続きをするためのトークスクリプトも定め継続契約手続きなど電話等での保険募集を実施している。ここに記載のダイレクトマーケティングの範囲はどこまでを指しているのかを確認させていただきたい。例えば、未取引先における純新規提案だけでなく、既存先の保険満期継続手続の際のクロスセルや第三分野保険における最新化提案まで含むのかを明確化すべきである。

<評価指針「Ⅱ－２－４－３ 従業員管理・従業員満足度向上に向けた取組み」関係>

- ご意見ありがとうございます。適正な労働環境の確保を含め、代理店の職業魅力の向上は損害保険業界の健全な発展と一体の関係にあるものと考えます。

No.	具体的な意見等
123	労働環境の整備に関する具体的な評価指標として、36協定や就業規則等が挙げられていることは極めて妥当である。これらは規模の大小にかかわらず、すべての代理店において対応を求められるのが当たり前であり、代理店の職業魅力を高めるためにも必須の事項である。

(3) 自己点検チェックの取組みに関するもの

- 自己点検チェックの取組みに関するご意見(意見No.124～127)について、自己点検の正確性や客観性は、およそ自己点検の主体者たる代理店の倫理観に依拠するものと考えられます。この点、保険会社との「対話」を通じた気付きの機会や保険会社からのフィードバックを通じて、認識や価値観が共有され、そこに存在する可能性のあるギャップを埋めるための相互協力が発生することで顧客本位の業務運営が推進されることが期待されます。
このような観点から、自己点検チェックの取組みの目的に照らせば、自己評価が「十分にできている(改善すべきものがない)」となることが常に望ましいとは限らないと言えます。
- 自己点検チェックや保険会社との「対話」の負担感・重複感に感ずるご意見(意見No.128～130)について、チェックシートおよびチェック結果の保険会社との共有に関しては、共通フォーマットや業界システムの活用等を通じて、代理店および保険会社の負担軽減に努めてまいります。
また、「対話」についても、代理店と保険会社との間の適切な緊張関係の下、乗合代理店にあっては合理的な範囲で代申会社と非代申会社で対話の濃淡を設ける等、負担や重複の回避に向けた工夫が講じられることが期待されます。
- チェックシートに関するご意見(意見No.131～133)については、今回、2025年度用のトライアル版を作成しており、今後、2025年夏頃を目処に2026年度向けのチェックシート案を公表予定ですので、引き続き、ご意見等をお寄せください。
- 従業員向けのチェックシート(意見No.134)については、ご意見を踏まえて作成・公表します。
- 自己点検チェックの位置づけに関するご意見(意見No.135)について、自己点検チェックと第三者評価(フォローアップ点検)は別々のものであることはご意見のとおりですが、本制度においてそれらは決して「関連しない」ものではなく、フォローアップ点検は、代理店による自己点検チェックとそれに対する保険会社の評価との間で見解の相違が生じ得る部分を中心に実施することを想定しているため、基点となる自己点検チェックについて「制度の基礎的部分に位置づける」としているものです。

No.	具体的な意見等
① 自己点検チェックの取組み	
124	自己点検チェックシートで例示されている設問を踏まえると、3択による自己評価で「①十分にできている(改善すべきものはない)」と回答できる項目は極めて限定的になるのではないかと。特に、法令への準拠に関する項目以外では大なり小なり「より良い体制・態勢に向けて改善余地がある」と認識している代理店が多いのではないかと。(お客様本位の業務運営の実践や業務品質の向上に真摯に取り組んでいる代理店ほど改善意識が高いが故に「改善すべきものはない」と自己評価しないのではないかと。)
125	自己点検チェックシートがどのような内容か不明であるが、自己点検チェックの正確性・客観性は、どのようにして担保するのか。すべての代理店が保険会社(乗合会社全て)

No.	具体的な意見等
	に提出して、提出を受けた保険会社が内容をチェックし、各社ごとに問題があれば指導して行くということか。乗合代理店の場合、全ての損保に提出して指導が異なる場合にはどのように対応すればよいのか。適切な指導が行われない恐れがある場合は、協会が第三者評価を実施し保険会社にフィードバックするとあるが、協会が適切でなく指導を行わない恐れがあると、何を基準に判断するのか。具体的には、どのような状況で、どのように把握しようと考えられているのか。 なるべく早期に「自己点検チェックシート」がどのようなものか公開してもらいたい。別紙2をベースにしたものになるかと想定するが、チェック項目にYES・NOの回答だけでよいのか、対応・実施状況を詳細に回答することになるのか。
126	自己点検チェックの仕組み、モニタリング調査において、まずは代理店が自己点検チェックを行うことが起点となっている。自己点検の客観性をどう担保するのか。第三者がチェックする等の仕組みはあるか。自己点検チェックシートは損保会社に提出されるが、損保会社が自己点検の内容の客観性を判断するのか。保険会社は点検の結果、当該代理店が「第三者評価を実施すべき対象代理店」と判断した場合は、当該代理店に対して「フォローアップ点検・評価」の実施の指示をすることができることを明記すべきである。 専門の業務システムで行う業務範囲が見えない。Ⅲ－3－4で述べている各業務とシステム運用(この業務でこのシステムメニュー(機能)を使って何を実施する)の関係を示す「フローチャート」が欲しい。また、Ⅲ－3－5で協会がモニタリングを行うことになっているが、モニタリングの対象代理店を選定するための情報をどのようにして入手するのか。
127	「金融機関の創意工夫を引き出すことで全体として高い金融サービスを図る」ことは極めて重要と思料。当社でも、様々なチャレンジを通じ、高度化要素について収集、実践しており、今後も引き続き取り組んでいく所存。また、協会においては各代理店での高度化要素の具体的事例を蓄積すべく、自己点検チェックシートでは「標準的に求められる程度」のレベルだけでなく、各代理店で取り組んでいる高度化要素についても回答を求め、集約すべきではないか。
② 負担感・重複感	
128	規模や特性の判断や評価項目の判断・解釈に迷った際は、あくまで代理店で判断することによいのか、もしくは所属保険会社と対話を行い判断する必要があるのか。判断や解釈に迷った場合に限らず、乗合代理店においてすべての所属保険会社と都度、対話を行うことは難しいと感じている。
129	保険会社と乗合代理店の対話は、当該業務品質基準を基に非幹事保険会社も積極的に実施することが今後期待され、かつ、基本的には自己点検チェックシートは当該業務品質基準がベースとなるとされている。そうすると、乗合代理店については、幹事会社、非幹事会社間で自己点検チェックシートや当該業務品質基準のチェック項目の重複も想定され、保険会社間の役割分担や対話頻度等によっては、保険会社、代理店双方にとって負荷が増え、延いては対話の形骸化に繋がる懸念も考えうる。
130	自己点検チェックの取組みは、2023年度末15万社ある損保代理店に対して、損保協会新システムを活用して、損保会社経由で損保協会に連携すると理解している。その上で、「適切に行われないおそれがある場合に補完的に損保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」と記載がある。 今回、自己点検チェックシートを記述式にしたことは評価できるが、逆に「適切に行われないおそれがある場合」の検出が、機械的に出来ないおそれが予想されるが、どのような手立てをお考えか？損保会社の自己点検チェックの実施時期は各代理店毎年1回と思うが、15万社ある損保代理店の実施時期の平準化等の工夫は、どのようにお考えか？自己点検チェックシートについて、生保協会と協議して、「生・損保兼営代理店向けの自己点検チェックシート」を策定・実施してはどうか？保険業界としての信頼回復や保険代理店の理解促進やロード軽減に大いに貢献するものと思料する。

No.	具体的な意見等
③ チェックシート	
131	自己点検チェックシートは記述中心となっているが、評価項目によっては選択中心でも事足りる項目もあるのでないか。
132	生命保険協会は〇×式の回答。今回の見本では記述式となっており、代理店の負担が大きい。簡素化して〇×式等を導入するべき。
133	機械的・画一的な適用となることがないように、とあるが、自己点検チェックシートは規模やチャネルにより異なるのか。
④ その他	
134	自己点検チェックの取組みとして専用の業界システムを通じて代理店に提供するとなっているが、代理店では、各従業員の自己点検結果を元に代理店としての自己点検を実施するので、従業員向けのチェックシートも提供してもらいたい。また、従業員向けのチェックシートについても回答集約できる仕組みの構築も検討してもらいたい。
135	「代理店の自己点検チェックを第三者評価制度の基礎的部分に位置づける」の表現は削除すべき。自己点検チェックは、どこまでいっても自己点検であることから、「第三者」による評価行為とは関連しない。利害関係のない第三者が代理店を評価する「第三者評価」と、第三者の視点も入れて業界共通の評価基準を作成する話は、峻別するべきである。「第三者評価制度」のワーディングの使い方には十分留意いただきたい。

(4) 評価運営に関するもの

- 代理店業務品質評議会に関するご意見(意見No.136～143)について、中立的な運営に向けた具体的な措置としては、同評議会は、保険会社と代理店の双方と利害関係のない第三者を中心とした委員構成とし、当協会の理事会から権限委任を受けて、業界団体機能から独立して業務品質評価運営を行います。

このモデルは、保険業法に基づく金融ADR制度(金融分野における裁判外紛争解決制度)への対応として、2010年10月に当協会内に設置した「そんぽADRセンター」における対応を参考にしており、第三者委員は外部有識者としつつ、当事者からの意見聴取に加え、専門的な知見等が必要な場合には専門家の助言を求める等により、実効的な運営を確保しています。

なお、同評議会は当協会内の組織(会議体)であり、同評議会として実施する業務品質評価運営を外部委託することはありません。

- 評価運営組織に関するご意見(意見No.144～150)について、まず、この評価運営組織は、代理店業務品質評議会の事務局の役割を担うとともに、(事務局組織としての)当協会の組織の一部を構成します。また、評価運営組織には当協会の職員(専任者)を配置するほか、損保会社からの出向者等の受入れも想定していますが、これらの者は、いずれも同評議会の事務局としての職務を担います(「所属長」は、同組織の責任者のこと)。

なお、「事務」の用語づかいに関しては、「反復継続して行われる事務」を「業務」と捉えた上で、業務品質評価運営において必要なあらゆる事象に対応できるように表現しているもので、「業務」と質的な差異はありません。

その他、「協会」の用語づかいについて見直しを行いました。

- 費用負担に関するご意見(意見No.151および152)について、代理店業務品質評価制度の運営にかかる費用の負担として、代理店から会費等を徴収することは想定していませんが、部分的に代理店に受益性が認められ得るもの(具体的には、代理店・募集人に課せられた体制整備義務の一環として実施する自己点検チェックの取組みに要する費用等)に関しては、広く代理店・募集人に

負担いただいて運営している損保代理店試験の事業収入から賄うことも考えられ、今後、損保会社の会費負担方法と併せて検討してまいります。

また、例外的に代理店に請求することを意図している「通常負担すべき費用以外の費用」とは、たとえば、フォローアップ点検の過程において、代理店からの希望によって何らかの委託費用(調査料等)が発生することがある場合に、当該費用を第三者機関が負担することが他の事例と比較して公平な取扱いとならないようなケースなどが考えられます。

いずれにしても、代理店の受益負担要素を含め、公正な運営に十分留意してまいります。

- 制度利用会社に関するご意見(意見No.153～158)について、本制度は法的に義務化されたものではないほか、当協会の会員以外の損保会社の利用も想定していることや、代理店制度によらない保険販売を行っている損保会社もあることから、制度利用申込に基づく意思確認を行うこととしているものです。当協会としては、制度の実効性向上の観点から、関係するすべての損保会社に対して、本制度の利用を働きかけてまいります。

なお、仮に、制度の利用申込を行っていない損保会社の所属代理店に関する通報等が発生した場合には、当該損保会社への通知に代えて、監督当局に情報連携することが考えられます。

その他、制度の利用申込みとの関係を踏まえ、「損保会社」の用語づかいを見直しました。

- フォローアップ点検に関するご意見(意見No.159～173)について、フォローアップ点検の対象代理店は、必ずしも大規模代理店に限定されるものではなく(大規模代理店であれば必ず対象とするというものでもありません)、自己点検チェックの取り組み状況に関するモニタリング調査や、通報等窓口寄せられる情報等を分析・活用して抽出を行い、代理店業務品質評議会において必要性や優先度を踏まえて選定する想定です。その際、当該代理店に対して保険会社が適切な指導等を行うことができる状況にあるかどうかといった観点も、たとえば当該損保会社に対するヒアリング等を通じて確認することが考えられます。

その上で、フォローアップ点検は対象代理店ごとにすべての評価項目について点検・評価を行うものではなく、保険会社による実効的な指導等が困難な局面(たとえば保険会社と代理店の間で評価に関する見解相違が想定される項目等)を中心に実施することを予定しており、このため、点検結果についても、総体としての代理店に関する評価とはならない想定です。なお、フォローアップ点検において確認された改善事項等に関するトレースについては、基本的には保険会社と代理店との間で実施されると考えられます。

なお、ご意見No.165にある「保険会社からの委託」の関係については、損保会社からの制度利用申込手続き等に関連して、改めて整理することとします。

- 結果公表に関するご意見(意見No.174および175)について、現時点、具体的にどのような情報を公表するかは整理はできていませんが、お寄せいただいた内容も踏まえ、まずは制度の確実な定着に向けて、制度全体としての運営・機能状況を適切に開示することを第一義とし、個別事案の公表は慎重に取扱いつつ、状況を踏まえて適宜拡大等していくこととします。
- 通報等窓口に関するご意見(意見No.176～178)について、第5回検討会(2025年1月30日開催)での検討のとおり、情報提供者(通報者)の範囲に代理店や損保会社を含めるほか、通報等の対象も「代理店または損保会社における損害保険に関する不適切事例(疑義事例を含む。)」とする方向です。

また、通報等窓口の運用ルールは、詳細を検討・整理した後に改めて公表等する予定ですが、一般論として、通報者を特定できる情報を伏せた上、被通報対象者(保険会社)に通知して事実確認および対応結果等の回答を求めるほか、当該回答の内容については定期的に代理店業務品質評議会を確認することを予定しています。

- 代理店における体制整備に関して、窓口責任者の設置に関するご意見(意見No.179および180)

については、新たに制度化される見込みの法令等遵守責任者等との関係整理は、今後、それらが具体的に法定される過程において検討することとします。

「兼業代理店における利益相反管理」に関するご意見(意見No.181)については、利益管理方針の策定主体は個々の代理店(兼業代理店)であり、その内容の適切性や妥当性についても、まずは代理店自身で判断されることが基本と考えられます。その上で、たとえば何らかの事情変更や保険会社との対話を通じた気づき等があった際には、必要に応じて見直し改定を検討いただくことが考えられます。

「乗合代理店における不祥事件等対応」に関するご意見(意見No.182)については、情報の共有方法や取扱いにおける留意事項に関しては、今後、具体的な実務を検討・整理した上で、改めてお示しする予定です。なお、「不祥事件等」の用語づかいは、「保険会社向けの総合的な監督指針」(金融庁)の「Ⅲ－２－１６ 不祥事件等に対する監督上の対応」を参照したのですが、不祥事件に該当するか否かの保険会社ごとの判断基準の差異に関する問題を含め、適宜、業界として検討することとします。

No.	具体的な意見等
① 代理店業務品質評議会	
136	第三者機関の中立性につき、保険会社の関係者をオブザーバーのような形で参加させることがないよう、徹底いただきたい。
137	「評議会の委員は公益委員5名と協会の常勤役員2名」とあるが、公益委員は保険会社のOBになる可能性が高いがこの場合、保険会社の代理店監査部門による代理店監査と実質変わらなくなるのではないかと。また保険会社と代理店の中立性の観点から評議会の委員は代理店側から選出されるべきではないかと。
138	損保協会内に「代理店業務品質評議会」が創設されるようだ。果たして、「中立的な第三者が公正かつ適正に評価できる」機関となりうるのだろうか。損害保険協会は「保険会社の集まり」であり、この協会内で運営する機関が完全なる第三者機関とはなり得ないと思われる。評議会のメンバーの選定は厳格に実施し、また、保険会社OBや損害保険協会の職員が運営に携わることをしない仕組みを作る必要があると感じる。議事録になんども「潜脱行為」という言葉が出てきた。有識者の方々が、保険会社を「性悪説」で見ていることに同感する。このままでは、また「潜脱行為」が繰り返されることとなると危惧する。
139	全体を通して「利害関係のない第三者」による評価や指導という趣旨の表現が散見されるが、具体的にどのような方を想定しているのか、代理店の実務を知らない知識のみのような方であれば、適正な評価や指導を行えるのか、この制度案の実効性に不安を感じる。
140	代理店業務品質評価を所管する組織として「代理店業務品質評議会」が記載されているが、これは貴会内の組織で、第三者に業務委託等をするものでないと理解して良いか。一部の業務でも外部にアウトソーシングする場合、例えば、営利を目的とする団体へのアウトソーシングであれば「公正」「中立」の担保に懸念がある。
141	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)5名および協会の常勤役員2名とあるが、損害保険代理店の出身者や役職員も対象とするか、オブザーバー参加した方が、業務品質の改善や向上に向けた実体的な評価、施策立案が進むと思料する。
142	今後、日本損害保険協会内に設置する「代理店業務品質評議会」は、損害保険の実務(現場業務)に精通した委員で構成されることを強く望む。
143	委員の中に損害保険会社OBが含まれるのか。含まれる場合、中立的・公正な運営が確保するための対策はどのようにするのか。

No.	具体的な意見等
② 評価運営組織	
144	「協会に運営実施機関を置く」とあるが、保険会社を会員とし、多くの保険会社出身者が在籍する協会は当事者と利害関係のない第三者とは見なしにくいと思われる。
145	「●●に、当該事務に従事する職員を置く。」「●●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。」とあるが、所属長とは●●のトップを指すのか。また、事務職員は、負担の大きな重責を担う仕事を担当する。他の業務との兼任でなく専任者とすべきであるとする。
146	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。」とあるが、評議会と●●の所属長とはどんな関係になるのか。
147	業務品質評価運営の規定では、「協会」が主語になっているが、この協会、評議会および所属上長の関係はどうなるのか。評議会が協会(事務組織含む)の業務運営を内部監査する組織形態に見える。評議会の役割と権限を具体的に記述するのが適切である。また、Ⅲ-2-3で規定している議決は何を議決するのかご教示願いたい。
148	「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」とあるが、●●の職員は損保会社からの出向者を想定しているのか。「公正」「中立」の視点を確保するためには、損保会社からの出向者の比率は一定以下にすべきと考える。
149	単に「協会」とのみ記載することは避けるべき。何協会が行う行為なのか明らかではないので、正式名称で記載する、凡例を作るなどの配慮が必要。
150	「協会に業務品質評価運営に関する事務を実施する機関として、●●を置く」と記載されている。●●は、「事務」を実施する機関と記載されているが、損保会社から連携された損保代理店の自己点検チェックを検証・チェックする、損保会社にフィードバックする、モニタリング調査を実施する、フォローアップ点検を実施する機関ではないのか？単純に「事務」とは、かなり相違があると思うが、いかがか？この評価制度を実効性のあるものにするための最重要項目は、職員の代理店監査に関する知見、適性、選出、人数規模、評価マニュアルの策定、評価基準マニュアルの策定、職員の評価目線合わせなどが非常に重要だと思う。内内で検討中だと思うが、損保業界の信頼回復のためにもこの点についても早めに公表されたいか？
③ 費用負担	
151	「原則として代理店には請求しない」とあるが、保険会社と代理店の中立性の観点から代理店側にも一定の費用負担を求めるべきではないか。
152	費用は協会負担、代理店には請求しないとあるが、ただし書きにある通常負担すべき費用以外の費用とは、具体的にどのようなものを想定しているのか。イメージできないので教えていただきたい。業務品質評価運営にかかる会費基準を定める、とあるがここでいう会費とはどのようなものか。(代理店から会費を徴収するのか？)
④ 制度利用会社	
153	「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。」とあるが、「業務品質評価運営」を利用しない損害保険会社を容認するのか。一方、「Ⅲ-3-2 対象代理店」では「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。」とある。仮に「業務品質評価運営」を利用しない保険会社が存在したとして、その専属代理店と「業務品質評価運営」の関係はどうなるのか教えていただきたい。
154	本取組みを利用しない保険会社が出ることは想定しているのか。
155	利用申込みをしない保険会社所属の代理店について、通報等窓口にリスクベースが高

No.	具体的な意見等
	い通報が発生した場合、どのように対応するのか。
156	損保会社が申し込むのは一定理解できるが、申し込まない損保会社がいた場合は、放置・免罪されると読める。損保会社の申し込みを義務化したらいかがか？また、申し込んだ損保会社は、損保代理店をどのように選定するかルール等を明記されたらいかがか？
157	日本損害保険協会の加盟社以外の損害保険会社も制度利用可能という理解でよい。また、その運営に関しては、何らかの費用負担等が発生するか。
158	「保険会社の責務」とあるが、当該制度を活用する対象保険会社を申告制とするのであれば、本文中で「業務品質評価運営を利用する保険会社は」などとすべき。
⑤ フォローアップ点検	
159	協会は、モニタリング調査を実施するとあるが全代理店を対象に定期的に行うのか。
160	業務品質評価を浸透させるには、一定規模以上の多くの代理店(例えば、過半数以上)を評価してはじめて業界品質評価基準になると考えるが、何年程度で対応でき以降の更新をどうするか、など、方向性やスケジュール感はどうか。生保の業務品質評価は、認定に高額のコストを要し、認定数も少ないことから業界全体に普及した品質保証の仕組みであるとは考えられない。
161	業務品質を評価した代理店であっても、顧客本位に悖るような募集をしていて通報等窓口への苦情が発生している場合、評価を撤回して強い指導をすることはあるか。法令違反に至らなくても、コンダクトリスク懸念があれば、業界の自浄作用として強い指導が望ましいと考える。生保の業務品質評価済の代理店では、顧客本位に悖る代理店が散見されるようであるが、認定取り消しになっていないと仄聞する。
162	「モニタリングに加えてフォローアップ点検・評価を実施する。」とあるが、この「評価」とはどのようなものか。点数が付くのか、あるいは合格・不合格(充足、不十分)の判定を行うのか。異議申し立てとの関係で「意義申し立ての妥当性」の判断基準が求められることから合格、不合格の判定は必要になるはずである。 (注)「評価」は評価結果を正確に評価対象者に伝え、評価対象者は不合格指摘事項については是正・改善するサイクルを回すことにより評価の目的は達成できる。 仮に不合格(不十分)にする場合、WG報告書Ⅱ-1-(3)で設置される統括責任者、法令等遵守責任者の役割・責任(資格試験で認定)との関係を言及すべきである。また、Ⅲ-4-2で定める窓口責任者との役割・責任分担を明確に記載すべきである。是正すべき案件があった場合、保険会社、代理店には、是正計画の提出を求め、その後のトレースを行うべきである。
163	「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。」とあるが、一般社団法人外国損害保険協会の会員保険会社も同じ位置付けで対応すると理解して良いか。
164	保険会社による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、第三者評価を実施するとある。どうやって協会は代理店指導等が適切に行われぬと判断するのかを知りたい。今までも同様の点検が保険会社で行われていたにもかかわらず、代理店への指導ができていなかったことを考えると、協会が保険会社評価・指導をどのように確認するのか具体策を聞きたい。 保険会社社員は、経験年数等様々で点検レベルは一定ではないと考える(これだけの項目について正しい知識を持ち、公平に評価、改善策を提案できる社員は少ないと思われる)。代理店による自己点検チェック結果の評価・指導を行う損害保険会社担当者について、協会はどのような人材を想定しているのか。保険会社へ一定のレベルの人材を指定する等あるのか。
165	そもそも、本来、代理店の管理は保険会社がおこなうべきと考えるが、本運営は保険会社から委託があったものなのか(保険会社の出向者がモニタリング調査をおこなうとの

No.	具体的な意見等
	書きぶりからそのように読める)。
166	当社は多くの損保会社の委託がある大規模代理店であるが、協会がおこなうフォローアップ点検(モニタリング調査結果及び通報等窓口において受け付けた事案)は無料且つ、代理店と資本関係のない保険会社からの出向者によるとある。点検をおこなう当社委託損保会社からの出向者による点検では、現在、指摘されている委託損保会社による機能不発揮の自己点検運営と差異はなく、代理店への忖度は払拭できず、問題解消にはならないと世間から見られるのではないかと。本運営について中立な点検の担保について考え方を教示願いたい。
167	「当該代理店指導が適正に行われない恐れがある場合」とは、誰がどのような基準に基づき判定するのか。
168	フォローアップ点検の対象は、当面必要性の高い兼業大型代理店、企業代理店に絞るべきではないか。
169	フォローアップ点検・評価をどのように、どのタイミングで実施する予定か。なぜ大規模代理店だけに限定するのか、問題のある代理店は規模に関係なく、すり抜けてしまうのではないかと。実際に適正な業務から逸脱しているケースは小規模な機関代理店にも数多くあると思われる。何も業務を行わず保険知識も乏しいにも関わらず共同募集と称して代理店分担に非幹事で参入してくる代理店が多く存在する。
170	制度運営について、大規模代理店を中心に自己点検チェックや、モニタリング調査、外部等からの通報内容に基づきリスクベースで抽出、より具体的に抽出されるリスクとはどのようなものを想定されているか。
171	通報等を起点にリスクベースで抽出するという対象の選定方法とする場合、表面的な形骸化した自己点検で実態と異なる評価がなされ、また通報などが無い代理店に対しては、モニタリング調査、フォローアップ点検を実施しないことになると思料するが、そうした真に問題がある対象が選定から漏れるリスクがあるのではないかと危惧する。数が限定されている大規模代理店に対しては、自己点検の形骸化などのチェックの観点などを踏まえ、すべての大規模代理店に対し一定期間ごとにモニタリング調査を実施すべきではないか。
172	対象代理店をリスクベースで広げていくと対象代理店数が拡大し、評議会での第三者評価自体にも影響がでてくることが懸念される。既に検討の範囲には入っているかと思われるが、「代理店のリスクベース抽出」の考え方および「最低限必要な業務品質の確保」の内容等についても今後より明確化されることを希望する。
173	大規模代理店は、代理店としての影響力も大きく、相応の社会的な責任を有しているものと考えられ、本評価指針においてフォローアップの対象とする点については賛同する。しかしながら、業務品質上の問題を改善することができない大規模代理店の中には、フォローアップを逃れる意図で分社化等の手段により大規模代理店に該当しない代理店に転じる方法を模索する代理店が出てくる可能性も想定される。また、大規模代理店に所属し、業務品質上の問題を抱える募集人の中には、大規模代理店に所属することに見切りをつけて、フォローアップの対象とならない中小規模の他の代理店に転籍することで自らの業務品質を改善することなく業務の継続を模索するようなケースが発生することも想定される。これらのように巧みにフォローアップの対象となることを避けることで結果的に業界としてフォローアップの対象とならない代理店が増加し、結果として業務品質が向上していかない事態が生じるとするならばやはり問題であると考え。大規模代理店のフォローアップは賛同するところであるが、現在も代理店の圧倒的大多数は中小規模の事業者であり、損害保険代理店業界の品質向上を進めていくためにも、リスクベースでの抽出にとどまらず、順次フォローアップ対象について範囲を拡大していく運用についても是非検討していただきたい。

No.	具体的な意見等
⑥ 結果公表	
174	代理店の業務品質評価運営状況について、総括的な状況の報告に加えて、個社別の内容も開示するか否か。Ⅲ－３－１では「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ない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」とあるが、代理店に対して個別の格付的な評価を行い、業務品質向上の競争原理を働かせることも重要ではないか。
175	業務品質評価運営の状況等について公表することが定められているが、評価結果の公表は、代理店業界の品質向上にとって有意義であると思われる。業務品質において深刻な問題のある代理店については、やはりしかるべき対応が必要であり、そうした評価が公表されるようになることは、業界の健全な発展にとっても望ましいことであり、概ね賛同するものである。 一方、評価の公表は代理店にとっては、その内容次第で、顧客や取引保険会社等からの信頼の低下につながり得るものであり、品質向上に向けて懸命な取り組みをしている代理店にとっても、ケースによってはその経営に一定の影響を受ける場合もあり得るように思われる。本件の評価については異議申し立てができるものとされているものの、そもそも本件の運用について評価者と被評価者の目線が合わないような事態が生じることは望ましくなく、評価の公表が代理店経営に影響をもたらす得るものであることを踏まえ、本件の評価については、代理店の実務に精通した評価者によって適切に運用される体制を構築いただけるよう十分に検討いただきたい(本意見は、評価結果の公表について反対する趣旨ではないことを念のため付記する)。
⑦ 通報等窓口	
176	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となっているが、この通報等は、消費者からだけでなく代理店からの通報も受け付けてもらいたい。実際には消費者は何が不適切事例なのか分からないことが多く、取引のある代理店に相談して不適切と判明するケースが少なくない考える。
177	これだけ業務品質の問題で、昨今大きな問題となっている中、また7月には有識者会議を受けて、募集コンプライアンスガイドの追補版が発行されているにもかかわらず、また従来から、ディーラーや大規模中古車販売店に対し不正募集行為を無くす様、注意喚起文書を送付する等の取り組みを行ってきたにも拘らず、いまだに昨年 12 月外車販売ディーラーではあるが、担当者より「保険を切り替えてくれれば、下取り価格を上乗せさせてもらうという」内容から、お客様から1年だけ保険をディーラーに付け替えさせてほしいとの連絡が入ってきた。昨年来 1 年以上も経過している中、各保険会社の指導・管理は果たしてどうなっていたのか。業務品質評価指針が出るまでは、何も関係ないとでも考えていたのだろうか。 業務品質評価に関する指針が発行される前であったとしても、代理店に求めるところは基本的に変わらないものであり、指導・管理がすでに行われていないとおかしいのではないか。このような状態が続いている状況では、「保険会社の常識と一般社会の常識とのズレ」が是正されているとは考えられない。問題が発覚したビッグモーター等だけの話ととらえているのだろうか。SNS上では、ビッグモーター問題と同様の事案がかなり多くのディーラーにも潜在するとの内容もすでに多数発信され、実際に金融庁の立ち入り検査が入ったことも報道されている。 そのような意味でも、通報窓口の設置については、表には出てきていない、コンプライアンス違反がまだまだ多数潜在している状況であり、募集現場で数多く遭遇する、専業代理店にも広く情報の収集・通報窓口を開いていただかないと、今後も不適正な業務品質で顧客から信頼を失うような保険会社の実態と大規模代理店の募集実態が改善されていくとは到底考えられないと思われる。
178	通報等窓口とは、内部通報制度のような仕組みで、対象となる通報者は代理店の募集

No.	具体的な意見等
	人個人を想定されているか。受付けた通報の真偽等の確認、代理店への是正指導はどこが対応するか。虚偽の通報だった場合、当該代理店に報告するのか。
⑧ 代理店における体制整備	
179	同責任者は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があるが、「率先して実施する」の表現が適切であると考ええる。
180	代理店における体制整備として、責任者の設置や損保協会への届け出が義務付けられているが、現時点で当該義務は保険業法上具体的にない認識。このような義務を設けるのであれば、監督指針にそれをサポートする記載をいただけるよう、オブザーバーの金融庁に働きかけてはどうか。
181	兼業代理店における利益相反管理について規定しているが、利益相反管理方針の内容の適切性、妥当性を誰がどのように判断するのか。
182	「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。」とあるが、共有方法ならびに個人情報や機密情報の取扱いに関する具体的手順を明示していただきたい。また「不祥事件等」の定義についても明示していただきたい。 なお、本件対象を「不祥事件」ではなく「不祥事件等」とした理由についても教えていただきたい。ご承知の通り『金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書』において「保険会社が保険代理店に係る不祥事件届出書を当局に提出した場合、同保険代理店自身が、同不祥事件届出書に係る情報を他の所属保険会社等に通知すること」を課すことが適切であるとしつつ、その脚注「10」で「保険代理店に係る不祥事件については、保険会社ごとに不祥事件に該当するか否かの判断基準に差異が見られるところ、不祥事件の届出制度の実効性を確保するためには、保険会社において恣意的な判断がなされないような仕組みを検討することも重要であるとの指摘もある。」との記述がある。「不祥事件等」とすることによって、殊更、当指摘にある懸念を増すことに繋がらないか。

(5) その他

- 評価基準に関連して寄せられた、比較推奨販売に関するご意見(意見No.183～190)や便宜供与に関するご意見(意見No.191～194)については、それぞれ、業界の各種ガイドラインの見直し検討にあたっての参考とさせていただきます。
- 募集人教育・資質向上に関するご意見(意見No.195～197)について、現在、損保一般試験の高度化・厳格化や継続教育制度の実現、また、金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書を踏まえた法令等遵守責任者の資格の創設に向けた検討を進めており、損害保険トータルプランナーの魅力度向上とともに、募集人教育等のさらなる充実に取り組んでまいります。
- 保険会社社員の教育に関するご意見(意見No.198および199)については、自己点検チェックの取組みを基点とした保険会社と代理店の「対話」にあたっては、まず、保険会社の社員教育が必要であるとの意見が、第5回検討会(2025年1月30日開催)で出されました。
2025年度のトライアル運用を通じて、保険会社においても、代理店と接する社員が求められるスキルが改めて認識され、適切な社員教育等が進むことが期待されます。
- 企業内代理店に関するご意見(意見No.200～203)については、第4回検討会(2024年12月9日開催)での意見も踏まえ、まずは個人分野を中心に制度づくりを進めつつ、並行して、健全な競

争環境の実現の観点から、必要な検討を行ってまいります。

＜参考＞第4回検討会 議事概要(抜粋)

直近の保険WGの議論の中では、企業向け保険を扱う代理店に必要な業務品質に関しても第三者評価制度に期待されているが、企業向け保険と個人向け保険とは位置づけがかなり異なる。まずは個人向けを中心に、意見公募で寄せられる意見も踏まえて準備を進め、並行して企業向け保険の問題も別枠で検討していく余地があると感じている。これらの動きは第三者検討会や第三者評価制度に対する金融庁の期待が非常に現れているところだと思う。この制度が実効性あるものになっていくかどうかは、将来の規制のあり方を考えていくうえでの重要な要素になってくるため、関係者には自分事として受け止めていただき、当然負担も多々あると思うが、業界全体のために資する制度ということでご理解いただきたい。

- その他、意見No.204～208のご意見についても、当協会における各種取組みの検討に際して、適宜、参考意見として活用させていただきます。

No.	具体的な意見等
① 比較推奨販売	
183	比較推奨販売について、当社は複数拠点のディーラーであるが、以前はテリトリー制ではなく、乗合会社の商品を自由に取り扱っていた。その結果、募集人が扱うメイン損保はあるものの、お客様の要望等に応じて商品推奨していたが、募集人の力量により、知識やシステム操作に偏りが出てしまっていた。すべての募集人が乗合会社の商品やシステムを熟知するのは不可能であり、保険会社の営業担当が来て1件の契約を競うような乱立状態が続いていた。 こうした状況で、営業推進と体制整備の両方の観点で高い募集品質を目指すため、2023年10月からテリトリー制(1拠点1損保制)に移行した。なお、お客様の意向などがあればそれに沿った契約対応をしており、お客様の同意に基づいてテリトリー内への変更を勧めている。その結果、たとえば次のとおり、営業成績や体制整備の観点からも改善が見られている。 ＞1損保会社の知識だけで良いのでミスが減り、商品勉強会なども開催しやすい。 ＞損保会社とのコミュニケーションが取りやすくなった。 ＞お客様は損保会社を選択しているのではなく、販売員を選択しているため、どの損保会社の商品を選択するかについてこだわりは少ない。 ＞営業推進管理が格段にやりやすくなった。 ＞損保担当の拠点管理が効率的になった。 ＞実際に業績は向上している。 損保協会長は「テリトリー制の廃止」を言っているが、当社としてはせっかく良くなってきた業務内容を著しく後退させることになりかねないと危惧している。また、テリトリー制の背景と言われる本業支援(車両購入や車検入庫の実績を考慮してその店の担当を決定する)などの実態は、ビュックモーターなど一部における特殊な事例であり、現実には当社や近隣販社などでも聞いたこともなく、正しい実態とは言えない。 結論、テリトリー制の廃止については強く反対する。もっとテリトリー制のメリットを検証していただき、決して顧客の選択や自由を阻害しているものではないことを現場レベルの意見として受け止めてもらいたい。
184	比較推奨販売について、過去の取引の多寡を根拠として方針とすることは好ましくないとのことで、どのようなことが方針として好ましいのかガイドラインを示すべきである。(商品内容としてパンフレットや約款等で公表されていることのみが基準となるのか保険金支払い体制等代理店として業務上知り得る立場にあるが一般には公表されないことも基準となり得るのか等) また、適宜見直されるべきものではあるものの、キャンペーン等に適合させる目的のみで基準を変更することについては予め規制すべきである。

No.	具体的な意見等
185	保険会社はAPIを開放して代理店が比較出来るシステム開発に協力して欲しい。比較販売が出来ない理由は、代理店手数料ポイントと比較システムがないからである。
186	弊社は専属代理店であり、比較販売については現在のところ問題視していないが、私の知る乗合代理店は、保険会社間で事故の損害データの共有のない新種保険については、損害率が上がり、保険料を上げざるを得ない契約については、違う保険会社で申し込む。損害率が上がると他社へ乗り換えさせる傾向が散見していると確信している。 比較販売におけるイ方式・ロ方式・ハ方式など推奨規制を見直す前に、保険代理店の第一次選択の目が問われると思うので、新種保険に関しても損害状況など保険会社間でデータのやり取りが出来るなどの対策や代理店内で付け回し契約のチェックが出来る体制造りを希望する。
187	比較推奨と募集文書は表裏一体の関係にある。現状、各社の保険商品を比較し、顧客理解を深めるためには、文書での比較が必須。保険会社での募集文書取得には、時間と手間がかかる。協会での共通フォーマットの作成や、保険会社の迅速な承認等の措置が必須と考える。
188	現在、比較推奨は代理店の義務とされているが、実務上、代理店が各社商品の比較を行おうとすると保険会社各社の募集文書審査を通さざるを得ず、契約者が具体的に比較を求めた際に、顧客に対する商品比較ができない。特に企業分野の保険は商品の改善スピード、特約の種類、補償の範囲が異なる等、顧客(契約者)ニーズが高い反面、保険会社からは簡易に募集文書の承認(了解)は得られず、実質的に法の求める比較ができていない。募集文書審査の考え方を保険会社として整理し、代理店が自身の責任において比較文書を作成することを許容していただく必要があると考える。
189	代理店が顧客本位の視点で整理した、合理的で法令に準拠している自店独自の推奨理由や基準を定めている場合には、当該推奨理由や基準を尊重し、「必ずしもすべての商品を提案する必要はない」との「但し書き」を追加することを強く提案する。 争点となっている比較推奨販売において、大規模代理店は殆ど乗合であり、多様な商品を取り扱っている。各保険会社の商品は基本大同小異であり、比較推奨販売を所謂「ロ方式」にするとすると、細かな説明をするために多大な時間を要し、現役世代の多忙な契約者の場合、実務に耐えられない。斯かる実態を無視して「ロ方式」を一律適用させようとすると、情報量が多すぎることで、顧客が迷い、最適な選択を妨げるという弊害が懸念される。また、初期意向を踏まえた商品の絞り込みは、ロで言うほど簡単ではないことも申し添える。 上記「但し書き」は、顧客利益を損なうことなく、効率的かつ実務的な商品提案を可能にするための柔軟性を確保するためにも必要不可欠と考える。
190	比較推奨販売についても、評価指針は顧客等の最善の利益の勘案義務を踏まえたものになっており、概ね賛同するところである。 今般公表された保険WG報告書において、比較推奨販売について様々な提言がなされているが、一口に「乗合代理店」と言っても様々な代理店がある中で、いわゆる「ハ方式」が一律禁止された場合、これに伴って発生する保険募集実務の負荷の拡大が懸念される所であり、業界における重要な課題であると考え。保険募集実務の負荷の拡大は、採算の悪化など代理店経営に悪影響を及ぼす可能性があり、長期にわたって顧客の契約を預かるゆえに求められる保険代理店の持続可能性を左右する懸念もある。実際、既に一部の代理店においては一定の乗合保険会社の削除を検討していたり、実際に削除を行うなどの動きも見られている。仮に、乗合代理店が乗合数を減少させたり、専属代理店に転じることが進むようであれば、顧客の自由な商品選択の幅が狭まってしまうことになり、これは必ずしも望ましいことではない。 また、比較推奨販売について、これまでの損害保険会社による代理店指導は必ずしも十分なものではなかったと考える。保険会社にとって、乗合代理店に対する比較推奨販売についての指導は、自社商品の販売機会の減少につながる「リスク」を内包しているも

No.	具体的な意見等
	のであり、立場として指導が難しいということが実状であったと考える。今後も保険会社に対しては、その立場ゆえに、比較推奨販売の指導については十分な期待を寄せることは難しいのではないかと考える。そのため、第三者、とりわけ損保協会や損害保険代理業協会等が、比較推奨販売についての知見を深め、業界全体の適切な浸透に向けて期待される役割は大きいものとする。 以上の観点より、比較推奨販売の新たな規制の詳細やそれに沿った品質評価の運用のあり方、さらには代理店への指導のあり方と業界の適切な浸透については、業界全体の重要課題であることから、今後も代理店関係者の様々な声を踏まえて丁寧な検討を続けていきたいと考える。
② 便宜供与	
191	保険契約書類の作成を保険会社が代行することを禁止すべきである(保険会社にて作成しなければならない特殊契約は別)。保険契約書類は代理店が作成するという当たり前のことが出来ない若しくは書類作成が面倒な代理店が多く見受けられ、保険会社が代理店の日常業務を手伝うことが当たり前に行われている。 昨今の大型代理店化は表面的には効率化に見えるが、実態としては代理店の能力不足を保険会社が補う構図となっている。手数料ポイント目的の大型化では保険会社の省力化につながらない。一方、保険会社が代理店業務の代行を禁止すれば、能力不足の代理店の淘汰が進み、保険会社の経営効率化に寄与すると考える。
192	申込書を募集人が作成していない実態がある。保険会社の担当が作成し、募集人はそれを受け取り、内容も理解しないままお客様から署名・押印を取り付けている。こういったケースは、入札案件やサイバー保険等の新しい商品、代理店店主が高齢者の場合、保険会社の公務部の案件に多い。
193	当社は規模こそ小さいが、業務品質に関して、また、顧客の最善の利益の追求に関しては、自信を持って経営している。商品を理解せず、保険会社任せで申込書を作成して横柄な態度をとっている同業代理店には幻滅している。また、悪しき慣習に甘えて悪いことを悪いと正そうとしない保険会社にも不安を感じている。営高き業界にしたい、金融業を引っ張っていく業界にしたい、そんな想いが日に日に強くなっている。
194	便宜供与に応じてとあるが、そもそも便宜供与を求めて良いのか。保険会社が求めに応じて良いのか。矛盾を感じる。適度な便宜供与、過度なもの、基準がなく自己判断が難しいのではないかと。また、親会社への便宜供与など間接的なものは非該当か。
③ 募集人教育・資質向上	
195	消費者により良いサービスを提供する上で大きな問題となっているのは募集人の高齢化である。このため、より厳しい募集人資格の資格更新制度を設ける必要があると考える。5年より短期で、かつ試験も高度化する必要がある。自賠責のみ取り扱う代理店も同様である。業界として定年制を設けることも検討してはどうか。 社会から尊敬され魅力的な仕事になるには、一定のハードルを設けて品質を確保する仕組みを作る必要がある。デジタル手続にも大きな問題が潜んでいる。IT機器(主にタブレット)を使って契約内容や重要事項を説明した上で契約手続を行うもので、本来、手続は本人が直接「クリックやタップ」して最終意思表示するが、電話(口頭)のみで意思確認を行い、あたかも対面でIT機器を使って手続したかのようにして、実際には訪問せず手続を完了させている。こうして最終確認を募集人がクリック(タップ)しているケースもあり、代印・署名の代筆にあたる行為と考える。
196	募集人自身もプロフェッショナル意識を高め、より高い専門知識を身に着けることも必要である。ならば資格制度も、保険知識的なものだけでなく周辺知識の習得活用のための資格制度やより高いコンプライアンス意識定着のための資格制度も必要ではないかと考える。

No.	具体的な意見等
197	当社でも社員の大多数が損保大学試験に合格しているが、現時点では損害保険トータルプランナーの資格認定を継続的に維持するメリットを感じない。損害保険トータルプランナーの地位向上や実質的なプロ化に向けて、資格取得の実質的な難易度の引き上げ（現在は他の金融資格試験に比べて難易度がかなり低く、実務経験も2年で可）、協会による定期的な研修の実施、資格保有者に対する専門プログラムの提供、損保業務の健全な発展に向けた情報発信などを検討いただきたい。
④ 保険会社社員の教育	
198	社員のレベル(特に営業マナーや代理店対応の姿勢)がピンキリである。小規模代理店を大切にするという姿勢が感じられない。
199	各資料は今回の制度を保険会社が活用し、代理店指導に活かしていくための取組みにつき記載されているものと理解しているが、代理店指導に当たるべき保険会社社員への指導・教育につき記載がない。 本制度で指導あるいは対話をすべきとされている保険会社社員が、保険業法、ガイドラインはもちろんコンプライアンスマニュアルさえ、十分理解していないのでは？と疑われるケースが珍しくない。今回問題の独禁法、利益相反、金融サービス提供法、FD、顧客本位の業務運営さらには個人情報保護法など保険を取り巻く法令、ルールに関しその内容及び趣旨の理解が不十分な社員が多いように思われる。 今回、保険募集人の資格制度の高度化もテーマに上がっているが、一方で指導すべき保険会社社員には現状、何の資格制度もなく専門的な知識の取得も義務付けられていない。ついては保険会社の役員・管理職を含め全役職員に保険代理店を指導するに足る、より高度なレベルの資格制度を設け高度で専門的な知識の取得・更新を義務付けることを提案する。
⑤ 企業内代理店	
200	大規模の企業内代理店が、本来の営業力以上に大規模になれる理由の一つに、その企業(およびグループ企業)の従業員向けの団体扱い契約や団体契約の存在がある。これらの保険は大規模な企業グループになれば一般の消費者ではあり得ない割引が行われている。そういった構図は企業への還元にはほかならない。
201	公平公正な競争環境に関して、損害保険代理店は構造的に主に、①企業内代理店、②ディーラー代理店、③専業プロ代理店、の3つのチャンネルに区分されると思う。それぞれに立場が違い、募集環境も異なっている。 今回の「保険料調整行為カルテル問題」及び「保険金不正請求問題」は、上記①、②のチャンネル代理店で問題となった。理由は明確であり①、②に関しては扱う保険料等により保険会社への代理店の影響力が過大であり保険会社として「指導・管理」が行われなかった。また、出向や便宜供与も行われたことがこの問題の根源となった。 我々③専業プロ代理店は真摯に業務品質に取組、徹底した保険会社の「指導・管理」の元、業務運営を実施してきた。経済的にも政治的にも弱者である我々専業プロ代理店は、保険会社に手数料ポイントという圧力をかけられながら売り上げを増やしていくのにもかかわらず手数料ポイントは下げられ矛盾も指摘できず辛酸を舐め、経営を圧迫され募集人の生活が不安定になった。苦肉の策で、規模を大きくするため(手数料ポイントを上げるため)専業プロ代理店同士の望まない合併吸収が進むものの、経営方針等の問題で離合集散が続き、お客様にも不安を与えた。それでも、保険会社の専業プロ代理店に向けての影響力は強大で、不満すらいえない状況だった。 今回の「ワーキング・グループ」及び「第三者検討会」の議事録及び報告書を見て愕然とした。これだけ専業プロ代理店は保険会社に虐げられながら、①企業内代理店及び②ディーラー代理店は保険会社に依存し、自立できず業務品質が向上してないのにもかかわらず、手数料ポイントは保険会社同士で併せ過大な手数料を受領していた事実で怒りと落胆を覚えた。今回、指針が出たがこの指針が果たして正確に運用されるのか甚だ疑問である。

No.	具体的な意見等
	疑問点は、企業内代理店に関して、「適用除外」が設けられたこと。果たして、「適用除外」をだれが評価するのか、おそらくほとんどの企業内代理店が自立もせず、業務品質も向上しないまま潜脱行為が行われ「適用除外」となり何ら変わらぬ構造が残ることになると思う。また、企業内代理店の手数料ポイントの開示を求める。我々の手数料ポイント制度は開示されている。過去にどのような形で手数料が運用されていたのか、今後本当に適切に業務品質が評価され手数料ポイントが決まるのか、是非、開示させて欲しい。おそらく驚くべき問題が発覚すると思う。
202	専業企業代理店と兼業企業代理店を区別なく同じように取り扱うべきではないと考える。同規制の目的である「保険料の実質的な割引・割戻しの防止」「損害保険代理店の自立の促進」の観点では、保険を専業とする企業代理店と保険を副業とする兼業企業代理店では大きな違いがある。専業企業代理店は秘匿性の高いグループ企業の情報を適切に管理しながら専門的な知見によりグループ企業のビジネスに貢献することがその存在意義となっているのに対し、兼業代理店は本業に付随する保険リスクを本業顧客を中心に取り扱い、募集人の実務能力や代理店としての業務品質に大きな差異がある。また、本業を有する兼業企業代理店は便宜供与のリスクやそれにより比較推奨販売体制をゆがめるリスクの程度も大きく、両者は区別して取り扱うべきと考える。
203	企業内代理店に関する規制の再構築については、大規模企業代理店間においても、企業内代理店とそれ以外では基本的な違いがあり、この点にも十分な配慮や考察が必要と考える。多くの企業内代理店はグループ会社の従業員の福利厚生(安心と安全の提供)を第一に考えており、ノルマや出来高による処遇の差異を設けるような人事評価制度にはなっていないと思う。また、企業内代理店は、親会社からコンプライアンス遵守の徹底を強く求められており、そのためのガバナンス体制の構築を行っている点で、基本的な違いがあると思う。
⑥ その他	
204	住宅産業(大手ハウスメーカー)が火災保険の住宅購入者割引と称して保険料割引を実施しており、代理店が競争の土俵にもあがれない状況になっている。顧客に対する特別利益の提供にあたる行為であり、撤廃して欲しい。また、自動車ディーラーが保険加入を前提に物品やサービスによる実質的な割引をしている。顧客に対する特別利益の提供にあたる行為であり、撤廃して欲しい。
205	重要事項説明については2つ問題があり、重要事項説明自体を見直すことが必要だと考える。 1つ目は重要事項説明書の内容が多過ぎるということ。紙でお客様に渡してあとでご自分でじっくり読み返していただくのは、まだ良いと考えるが、電子手続きが増えている昨今の状況では、タブレット端末等の画面では見難いことと、全てに目を通そうとすると1時間以上は時間がかかると考える。(3)のア、イ、ウは、特に重要であると思われることがピックアップされているが、この観点を踏まえれば、そもそも重要事項の内容はもっと凝縮するべきと考える。 2つ目は、「(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。」は、何をもちて店主等は適切な説明と判断するかという点。判断がユーザー任せになっていて、言い換えれば自己責任であり無責任であると考え。このようなことから、重要事項説明と言いつつ、どこが重要か分からなくなるような重要事項説明自体を見直すことが大事だと考える。
206	損害保険の募集は生命保険募集と違い保有契約件数が圧倒的に多く、また顧客と面談しながらの補償内容作成・決定が行われることも多く、特約の種類についても多岐にわたるものである。現場でお客様と対面で確認しながら申込書・タブレットを使用している募集や電話募集・電子署名・メール募集など、手続方法も多岐にわたり行われることから、今以上の意向把握・確認の方法、同意記録としての残し方については出来るだけシステムチツ

No.	具体的な意見等
	クに簡便な方法で行えるものを各保険会社には構築してもらいたい。もちろん、勝手募集等は論外ではあるが、業界で問題が発生した時にいつも改定される内容は、通常の事が出来てない者に合わせた基準となり、複雑な形式となる事が多かった。 従前より顧客本位の業務品質を心掛け保険募集を行ってきた専業代理店としては、保険募集時の意向把握・確認・同意記録の改定が、さらなる業務の煩雑さと作業の多さにも適応できるものとしていただきたい。
207	ペーパーレス申込みについては、元受各社の事務手続きが書類ベースであるものが多く、システム化も画一的でないという構造的な課題がある。お客さま意向に応えるべく幅広い商品選択の上、申込手続きができるべきであるが当社のお客さま属性からも該当商品自体が少なく、元受各社の事務手続きやシステム等が画一的ではないため活用しきれない。乗合代理店がお客さまへ丁寧かつ効率的に保険募集ができるよう基本的項目の統一的なシステム等を構築するよう元受各社に対して主導すべきである。
208	今次発生している各種問題を踏まえると、代理店の業務運営が「損保会社本位の業務運営になっていないか」をチェックする必要もあるのではないかと。また、それをチェックすることが、損保会社の指導等ではなく、第三者評価を行う大きな意義と考えられないか。例えば、「損保会社から過度な便宜供与はないか」「代理店の本業に対する損保会社の過度な支援はないか」等、損保協会が公表している各種ガイドラインに沿った運用がなされているかを、保険会社だけではなく、代理店からもその実行状況をフォローアップ(モニタリング)する必要はないだろうか。

3. その他関連して寄せられた意見等(代理店の声)

- 今回の意見公募では、評価指針案に対するもの以外にも多数のご意見が寄せられました。
- 具体的には、顧客本位の業務運営について、代理店が保険会社に対して感じていること(意見No.209～221)や損保会社の代理店政策に関するもの(意見No.222～224)、代理店手数料に関するもの(意見No.225～237)、その他日常の代理店業務において感じていること(意見No.238～247)などで、以下に、それらを原文に近い状態(一部、個人や企業を特定できる可能性のある情報等を加工してあります。)で掲載、紹介しております。
- なお、これらのご意見の中には、損保各社の経営判断に関わる内容も含まれている等の事情から、第三者検討会で議論することが困難なものも多くあり、したがって個別のご意見に対してコメントすることは控えさせていただきますが、いずれも貴重なご意見として受け止めております。

No.	具体的な意見等
① 顧客本位の業務運営について	
209	現在、保険会社が言う代理店品質とは、保険会社の都合(コスト削減)を主目的としたものであり、必ずしも消費者目線ではない。この点は本当に見直す必要がある。また、代理店評価は、今なお保険会社が売りたい商品を売らせるための仕組みとなっており、それが代理店手数料にも大きく影響していることには疑問を感じている。
210	保険料の取扱いについて、保険会社は現金払いの取扱いを縮小しキャッシュレスの方法を口座引落としやクレカ払いのみならずコンビニ払いや請求書払いやコード決済などに拡大している一方で、お客様には一定の現金払いニーズが存在しており、これを拒絶することは法令に抵触するおそれがあることを保険会社は認識しているのか。場合によってはお客様ニーズと保険会社方針との板挟みになった募集人が、領収証を発行することなく現金を預かり、お客様自身で支払手続きすべき方法での決済を代行するような不祥事が発生するリスクはないか。行きすぎた保険会社方針によって寧ろ法令違反リスクが高まっていることがないかも点検すべきである。

No.	具体的な意見等
	業務品質に関しては、お客様の意向によらず現金を取り扱わなかったり、それによってお客様が保険料振込先や送金額を誤るなどして未収無責になったりなど、代理店の責めに帰さない保険会社の都合によって発生する苦情については保険会社自身が対応することとし、苦情を取り次いだ代理店の評価に反映させないようにすべきである。
211	現在の保険会社による代理店評価の仕組みは、保険会社の効率性と利益追求を中心に設計されており、次のような問題点があり、真にお客様第一の理念に基づいているとは言い難い。 (1)保険会社の指導不足と不均衡な適用 保険会社は代理店に対して厳しいコンプライアンス基準を適用しているが、大規模兼業代理店や特定チャネル(自動車ディーラーや金融機関代理店など)には同等の基準を徹底せず、不正募集や利益相反を招く構造的な問題を放置している。これらは保険会社の管理責任の不備によるものであり、結果として発生した不祥事を一般の代理店にも同様の評価基準で押し付けることは不当である。 (2)お客様第一を損なう効率化の優先 現在の手数料基準における品質評価は、保険会社の効率性を重視したペーパーレス、ネット口振、キャッシュレスなどの事務プロセスを代理店に強制している。しかし、これらは高齢のお客様や特殊なニーズを持つ顧客にとって必ずしも適切ではなく、お客様本位のサービス提供を妨げる要因となっている。お客様の声に寄り添う柔軟な対応が求められる一方で、現場の代理店は保険会社の一方的な指導に従わざるを得ない状況に置かれている。 (3)手数料ポイント制度の問題 代理店手数料ポイント制度が、代理店の収益構造と経営方針を制約し、保険会社の利益至上主義を助長している。代理店が顧客に対して公正かつ誠実な募集活動を行う一方で、保険会社がノルマや効率性を優先し、代理店に過剰な負担を強いている現状は、顧客満足度の低下や代理店との信頼関係の損壊につながっている。 (4)代理店の対等性の欠如 保険会社と代理店の関係は、上下関係が色濃く残っており、ビジネスパートナーとして対等な取引関係とは程遠い状況である。保険会社が代理店を「指導」という一方的な姿勢ではなく、相互に敬意を払い、顧客の利益を最優先に考えた対等なパートナーシップの構築が必要である。 【改善への提言】 >顧客第一を最優先とした品質評価基準の再構築 保険会社の効率化を優先した基準ではなく、顧客ニーズに寄り添った柔軟な対応を可能にする仕組みが求められる。 >不正を行った保険会社および代理店への厳正な対応 不祥事の原因となった特定の代理店や保険会社に対しては、法令遵守の徹底と再発防止策を厳格に適用し、一般の代理店に負担を転嫁しない制度運用を求める。 >手数料ポイント制度の見直し 手数料ポイントが代理店間での不正や競争の過熱を引き起こす背景を改善するため、透明性と公平性のある制度設計を協会主導で進めるべきである。 >保険会社と代理店の対等な関係の構築 指導という上下関係ではなく、ビジネスパートナーとしての対等な立場で取引を行い、共に顧客第一の理念を実現することが、業界全体の信頼回復に繋がると考える。業界が本質的な正常化を遂げるためには、保険会社が利益至上主義を脱却し、顧客満足度を軸に据えた業務運営へと転換することが不可欠である。その実現には代理店と保険会社の相互理解と協力が不可欠であると考ええる。
212	評価基準について、保険会社が何を評価するのか代理店にとって不明瞭である。実際、保険会社間の競争によって収保、収益、リスク減が目標となり、契約者に迷惑がかかっている。これはすべて保険会社が蒔いた種ではないか。これまでの不祥事は氷山の一角であり、日本各地で、表に出ない代理店委託契約の問題を抱えている。

No.	具体的な意見等
213	有識者会議報告書の「業務品質を軽視する不適切な保険募集のインセンティブ」について、現在、保険会社から代理店に示されている業務品質は、保険料のキャッシュレス、DXによるペーパーレス手続きのほぼ100%推奨など、到底顧客を見た政策ではなく、多様性が認められる現代において「保険会社都合の募集方式に顧客を合わせることが業務品質の向上」といった内容であり、多いに疑問である。また、募集人はどんなにかっこつけても利益率の高いものを販売するのは当然ではないか(とは言えそれだけではない顧客のために保険をご提案することもあるが)。代理店手数料を保険会社に定めさせる現在の方式が問題であり、この問題を解決したいのであれば代理店手数料を引いた卸値を代理店に開示し、代理店がその利益を自身で考えて顧客に提供をしていく方式に変えればよい。 業務品質を向上して健全な適正な募集活動となるためには、募集人が安心した生活を送れないことには始まらない。その意味でも、手数料率に差が出ていること自体が大きな問題であり、手数料率を代理店の規模とは関係なく昔のように一律にするか、保険の卸値を保険会社が決め代理店に利益を乗せる権利を付与するしかないと思う。
214	有識者会議報告書の概要に主な提言内容の中に、顧客本位の業務運営の徹底とあるが、顧客と直接接していない保険会社や有識者が考える事自体、顧客本位制度は全くナンセンスだと思う。私は代理店になって以来、保険会社に対してお客様第一の品質項目は、保険会社都合の保険会社本位に立った政策であると常日ごろ思っており、機会があれば保険会社との面談においても意見具申をしたが、まるで改善されない状況である。今回の有識者会議報告書においても金融庁や保険会社サイドに立った制度であって、顧客本位とは思えない。 有識者会議が開催され、約一年近くになるが、お客様の声を聞き取る活動がされていないように思う。この意見公募においても、保険会社から多くの業務連絡と同じ扱いで配信されているだけで担当からの案内もない状態である。密室での会議で決められたような内容に感じる。
215	そもそも、お客様の要望は、千差万別で一律に決められるものではないと思っている。現在、私が扱う保険会社においての品質項目については、クレカ払い率・デジタル手続き率・エコ保険証化率・口振ペーパーレス計上率など効率を重視した政策が多く見られる。効率を重視して、人件費を抑える事は、保険料削減につながるとも考えるが、保険の異動及び解約等の手続きの簡素化を図り、複雑な事務処理を減らす方が人件費を抑えて保険料削減に直結するのではと考える。またレンタカー費用特約セット率・ドライブレコーダー付き保険セット率等については一部の必要なお客様には勧めるものの、セット率でお客様満足度を図るものではないと思う。
216	私の考える顧客本位の業務運営について一番大切に考える事は事故が起こった際の事故対応及び保険金支払いに関することである。よって私は、契約手続き(入口)より保険金お支払い(出口)が大切と考えている。しかし、BMの件が取り立たされてからは不要と思うような調査があるように感じる事がある。 ある一例では調査会社による対応で「まるで犯罪者のような取り調べ」と感じられるお客様もいた。私もそのお客様の事故対応で保険会社に協力出来ればと色々奔走したが、私の提出資料や聴き取りは活用されない状況だった。私もお客様も不満が残る事案だった。契約に関する苦情は代理店、支払いの査定はアジャスターなど鑑定会社任せのお客様からの火の粉を浴びない体制は保険会社が顧客本位の業務体制は構築出来ないと思う。
217	代理店業務品質に関する評価とは、どこまで顧客本位の業務運営を行っている代理店であるかを評価するものだ認識している。保険会社が公表している顧客本位の業務運営の方針と実際の現場での実態はかけ離れており、我々代理店には理解しがたい事例が多々ある。数ある評価項目の中で、実績・増収と全く関係ない項目はごく一部のもの(損害率・損害率改善、資格・体制など)だろう。多くは、規模・増収、そして保険会社に手間をかけず、いかに貢献するかに関する項目となっている。また、規模・増収に関わりのない

No.	具体的な意見等
	項目であっても、顧客本位の業務運営ではなく、保険会社本位の業務運営を行っているか否かによって判定されている。資格・体制については、顧客本位の業務運営の原則2にある「高度の専門性」に該当すると考えるが、手数料ポイントに占める割合はごくわずかである。 保険会社が言う代理店に求める品質という部分は、代理店としていかに保険会社に貢献するかという点で評価される。そしてこれは、保険会社の為の項目であり、顧客の方を向いた品質ではない。例えば他の保険会社のように証券を発行しない代わりに保険料を安くする等の選択肢があれば理解できる。保険代理店は保険会社に貢献しなければならないので、品質ではなく貢献ポイントとする方がすっきりすると思う。貢献ポイントとして評価されるのであれば、理解する保険代理店はいるだろう。 保険会社が代理店を評価する際、保険会社の求める業務品質(いかに保険会社に手間をかけないか)を評価項目に入れることは理解できるが、規模・増収に関わらず評価をするべきだ。また、代理店は第三者検討会における骨子案にある評価指針のように評価されるべきで、そこに規模・増収は関係ない。
218	今回のテーマである「業務品質(顧客本位の業務運営)」について、弊社の設立以来徹底して高い水準を維持してきた。それにも関わらず、ディーラー等一部の代理店と保険会社の社員の不祥事により、「保険代理店が顧客本位の業務運営が出来ていない」と一括りにされ評価されるのは心外である。弊社のみならず、プロ代理店の方々は常に高い業務品質を維持しており、当たり前「顧客本位の業務運営」を実施している。その為、保険代理店と一括りにするのではなく、チャンネル毎に正しい評価をしていただきたい。 また現状は、本来保険代理店に指導・教育する立場にある保険会社が「保険会社本位の業務運営」を行っており、「顧客」と「代理店」を軽視している。保険会社が「保険会社本位の業務運営」を行っている事が全ての問題の根源と考える。まずは保険会社が「真に顧客本位の業務運営」を実施するような体制にならない限り、ディーラー等の問題のある代理店を指導・教育できるはずがない。そのような諸悪の根源である保険会社が代理店を評価しているのは、正しい評価がされず悔しい思いばかりが募るので、是非、中立公正な立場にある第三者にて代理店の品質を評価してもらいたい。また、品質とは下記のような保険会社都合のものではなく「真に顧客本位」での評価(例:クレームの件数、契約者アンケートの満足度、損害率、満期日前証券作成率など)をしてもらいたい。 (1)web保険証券について 契約者のご希望に沿うサービスを提供するという意味で、証券を「紙」か「web」か選択してもらうという事はとても良いことであるが、web保険証券の選択率によって代理店手数料を決めるのは間違っていると思う。それをしてしまうと、手数料欲しさに本来希望しない契約者にも「web保険証券」を選択させる代理店を生み出す事に繋がる。また、現在火災保険料が年々右肩上がりである為、保険料を固定させる為に10年長期や5年長期の火災保険の契約を希望される方も多くいるが、契約者が高齢の場合、証券が「web」では相続した親族がログイン出来ず、どここの保険会社でどんな契約があるのか把握できないというトラブルが生じている。それにも関わらず、保険会社は自社の紙と郵送代を削減したいという「保険会社本位」により、代理店に対して一定の%をクリアすれば手数料をUPすると人參をばら下げ、web保険証券を推進するよう指導してくる。選択権は常に契約者にあり、強制するような事態を招くようなルールは厳に慎むべきである。選択率を目標値として設定し、代理店手数料を決めるルールのどこが「顧客本位の業務運営」なのだろうか？ (2)フリート契約者に「車検証(自動車検査証記録事項)」ではなく「確認書」の提出を強制した件 自動車保険のフリート契約において、所有者確認の資料としては「車検証(自動車検査証記録事項)」が最も証明能力が強く、それ以上の物は存在しない。その為、弊社ではフリート契約時には申込書に「車検証(自動車検査証記録事項)」を添付し保険会社に提出していた。しかし昨年、保険会社が「車検証(自動車検査証記録事項)」は受け取らないと勝手にルール変更した。理由は、「車検証(自動車検査証記録事項)」と申込書の内容が合って

No.	具体的な意見等
	いるかを確認する業務を人件費削減の為に辞める事にした為との事。代わりに、契約者に「確認書」という新たな書類に、申込書の所有者は車検証上の所有者で間違いありませんと署名させる事になった。そして、その「確認書」を申込書に添付し提出しろとの事。万が一、申告内容に誤りがあった場合には署名した契約者とその書類を提出した代理店の責任になるそうである。保険会社が人件費を削減する為のルール変更は「保険会社本位」でしかなく、代わりに確認する業務とその責任を契約者様と代理店に押し付けるとは、あまりに身勝手である。このルール変更のどこが「顧客本位の業務運営」なのだろうか？また、ルールを決めるのは保険会社であり、勝手なルール変更であっても代理店は従う義務があると。従わなければ業務委託契約書違反になると脅されている。 (3)事故時の査定の杜撰さ ビッグモーターのような事があったにも関わらず、相変わらず事故車両の損害箇所を正確に調べることなく修理工場の言いなりの金額で保険金支払いがされている。代理店から査定の杜撰さを指摘し、損害調査のやり直しを依頼しても、代理店が査定に口を出すとは業務委託契約書違反で契約を切ると、これまた脅される。査定に対する過剰な口出しではなく、誤った判断の指摘なのであるが、保険会社の査定は所長も部長も事なかれ主義なのか一向に改善しようとはしない。また、修理期間代車についても修理工場への対応と同じく、狎れ合いのせいかレンタカー会社の請求通りの金額での保険金支払がされており、日数確認等を全くしていない。明らかに修理内容に比べ代車利用日数が長く不自然であった為、代理店から契約者に借りた日と返却した日を確認したところ実際はレンタカー会社の請求日数の半分しか借りていなかった事が判明した。そういった不正請求・水増し請求を防止するのが査定の担っている役割と思うがビッグモーターの事件発覚後も保険会社は何も改善していない。保険会社いわく、改善できない理由は査定する能力のある社員がいないからとのことである。人員不足により社員を教育する社員もおらず、請求が来たら支払うという作業のみで手一杯であり、査定することまでを社員に求めたら退社されてしまう為出来ないとの事。こんな呆れた言い訳をする保険会社が代理店に対して指導・教育など出来るのだろうか？まずは保険会社の腐敗した体制を改善するのが先決である。 (4)保険会社の自社だけに都合の良いペーパーレス化 保険会社から代理店や契約者への資料はデータにて提供されるが、代理店から保険会社への提出資料はデータNGで紙による提出を強要される。強要の理由はデータで提出されても保険会社の社内体制が対応しておらず管理しきれない為との事。しかし、保険会社は自社の紙代と郵送コストは削減したい為、渡す資料はどんどんデータ化しており、受け入れる方は代理店や契約者に「紙＋印刷代＋郵送代」を負担させて紙での提出を強要している。高齢化社会の為、デジタルパンフレットやチラシでは理解出来ない契約者も多くいらっしゃるにも関わらず保険会社からはデータでの提供のみ。仕方なく各代理店が自社の経費にて紙に出力し高齢な契約者に適宜対応している。ペーパーレス化は時代の流れではある為、その取り組みは理解するが、それならば受け入れる方もペーパーレス化するべきである。この保険会社の自己中心的なやり方のどこが「顧客本位の業務運営」なのだろうか？ (5)申込書の計上遅延と保険証券の発送遅延 一昔前までは契約の計上業務は全て保険会社が担っていたが、現在は代理店が契約の80%以上を計上している。代理店で計上した場合には、翌日に契約者宛に証券が発送される。しかし、代理店では計上できない特殊な契約の場合には、保険会社での計上となるが、現在保険会社は計上業務を自社で行っておらず外部委託している為、異常な程時間を要する。先にも述べた通り、書類をデータではなく紙で郵送している為「契約者→代理店→保険会社の営業店→保険会社内での回送→外注先」とたらい回し状態であり、また昨今の郵便事情悪化もあり契約者宛に証券が発送されるまでに1ヶ月かかる事もある。外部委託に変更した理由は、計上業務をしていた社内の人員を削減し、人件費を削減し、経営状況を改善したい為だそうだが、契約者に対するサービスの質は大幅に下がっている。これのどこが「顧客本位の業務運営」なのだろうか？「自社本位の業務運営」でしか

No.	具体的な意見等
	ないと思う。 これらは例示に過ぎず、保険会社の呆れた所業はまだまだ沢山あるが、現在の保険会社は何かの言葉の前に「顧客本位」とただ付けているだけであり、その中身は「自社本位」のものばかりである。そのような会社が代理店を正しく評価できるはずがない。代理店への指導・教育を考える前に、保険会社への指導教育を徹底していただきたい。保険会社が「真に顧客本位の業務運営」に変われば、おのずと代理店も変わっていく。しかし、逆は起こり得ない。弊社のような専業代理店が保険会社との狎れ合いやにぎりなど一切せずに日々お客様の為にと真面目に業務を遂行していても保険会社が腐敗してはどのようにならない。保険会社が腐ったミカンのままでは代理店もどんどん腐敗していく。 今回の件もまた、「代理店への指導・教育」という部分を保険会社が自社に都合良く解釈し、代理店や契約者に対して権力を振りかざし、自社本位ばかりの業務運営を押し付けるような勘違いした暴走が始まらない事を祈っている。
219	損害保険業界の度重なる不祥事はまさに「顧客本位」を無視した結果である。「顧客本位」の考え方について、弊社では自利利他の精神で、お客様を自分自身と考え親身の損害保険アドバイザーとしてリスクマネジメントを行っている。お客様を様々なリスクから守るにはお客様の全ての状況を把握しなければならない。この状況の実態はお客様自身も全てを把握していないことが多く、対話を重ねて確認していく。そしてさらに対話を重ねて損害保険の重要性を理解して頂くようご提案している。この作業には膨大な労力、知識、お客様への思いが必要である。これには損害保険商品だけでなく、トータルな知識も必要で、最も重要なのは、お客様が理解をして頂けるように言葉を変えながら細かく対話し続けることである。損害保険会社も、お客様はもちろん代理店に対して十分な説明、対話をして頂きたいと思う。 このような中で損害保険会社の代理店への評価基準は、増収率・事故率やシステム稼働率・新商品の販売等が挙げられる。損害保険会社は、生産性向上による分業化により保険会社システムでの一方的な発信のみで個々の作業の本来の意味を理解せずに行っているケースが多く、きちんとした対話ができている。対話(意見交換)を行えば不備やミスが軽減でき、顧客満足度を上げる対応ができると考える。また、損害保険は複雑でわかりづらいものである。お客様に理解をして頂くには、よりシンプルな商品開発ならびにご説明が必要である。システムも同じである。利用する現場の者を第一に考え、扱いやすいものへの改善が必要である。人口減少の中どの企業も人員が足りず、生産性ばかりを重視しているようであるが、本来の目的を見失ってはいけない。保険会社の営業担当者も会社と代理店に挟まれながら大変な現場を円滑に機能させるよう苦勞をしていると思う。 我々代理店や損害保険会社は、損害保険を扱うプロとして使命感をもって損害保険の普及をしていかねばならない。損害保険に携わる全ての方が手を取り合って対話をし、できない理由を言訳するのではなく、できる可能性を模索して業界の信頼回復に努めていければと思う。
220	一連の不祥事(保険金不正請求事案、保険料調整行為)を踏まえて、旧弊にメスを入れて「顧客本位の業務運営の徹底」のため、保険募集管理の体制整備を進めていくことに異論はない。斯かる不正事案の有無にかかわらず、自律的に顧客本位の業務運営を進めていく必要があり、それが弊社の存在意義であり、使命と考えている。
221	付帯意見の概要は概ね私が日頃言っていることである。 全国の多くの代理店については申し上げるまでも無く「お客様第一」でお客さまのご意見を伺いながら、お客様に最適の保険をご案内している。事故・災害が起これば土日もお客さまのために多くの代理店が活動している。お客さまとの日頃の関係も概ね良好である。然るに、ごく一部の利益優先の営業を行っている代理店、またそのような営業を行い営業数字を上げている代理店を厚遇し自社の数字(自分の成績を上げている営業)を伸ばしている保険会社が問題視されている訳で、あたかも「代理店＝保険会社＝一蓮托生で厳しく指導管理して行く必要がある」という風潮は謹んでいただきたいと思う。

No.	具体的な意見等
	保険会社の提供している代理店手数料ポイントについては、初期の目的から離れ「良い代理店＝保険会社の毎年コロコロ変わる営業施策に文句を言わず従う代理店」となっている。「お客様第一主義」の標語など何十年前から保険会社は掲げながら。実際は「自社第一」あるいは前記のとおり「自社(保険会社)の指示に従って稼ぐ代理店第一」になっている。基本に戻り「お客様第一＝お客様の立場にたったの営業」をすべきと思う。多くの代理店はおお客様の立場に立って丁寧な営業をしたいが、早期更改が第一で、お客様には余計なことを考える時間を与えず、満期までまだ一か月以上前に継続手続きをさせている。また保険料はこれまで口座振替で何の問題もなく行われている契約者に無理にでもクレカ払いを推奨している保険会社もある。いずれも代理店手数料ポイント(代理店手数料)に直結するので、やむを得ず保険会社に協力している代理店も多い。 今般問題視されているのはBM社を始めとした自動車チャネルの代理店が多いが、金融機関代理店の圧力募集は目に余るものがある。「融資」「持ち株」「(契約者への)銀行からの出向」の圧力は一般代理店(契約者自身も)には太刀打ちできない。当社でも某優良契約者の契約(保険料約1億円)がある日突然「来月から〇〇代理店(金融機関系代理店)にします」と通達され代理店変更されたことがある。ぜひ正しい保険営業、お客様第一の営業が出来るよう、皆様のご協力ご支援をお願いしたい。
② 代理店政策	
222	2016年の業法改正では、金融庁は代理店の再委託禁止を打ち出し、当時その制度自体をやめた代理店も出たが、その後、三者間スキームという逃げ道が用意され、結局形を変えた再委託が今も続けられている。大規模代理店はこの形態を利用して大型化し、保険会社に圧力をかけてきた。代理店も、インセンティブ的報酬制度ではなく、一般の会社のような固定給制度を採用している代理店を評価すべきではないか。
223	同じ保険会社なのにも関わらず、ディーラーチャネルでしか販売できない長期自動車保険、ハウスメーカーでしか使えない割引、大規模代理店しか販売できない水災不担保の火災保険(水災の危険のない住宅に水災を担保する火災保険を販売する事は、全く顧客本位の業務運営ではない)、地域によってプロ代理店が販売できない地震拡張担保は不当であると考え。高度の資格、商品知識を持った代理店であれば、チャネルや規模に関わらず販売できるようにするべきだ。保険会社から不当な扱いを受けた時の通報等窓口も早急に設置すべきと考える。保険会社から代理店が受けている不当な対応はたくさんある。保険会社内にも代理店が不当な扱いを受けた際の独立した通報窓口を作りたいと思う。 この10年ほどは、特に規模が大きいことが正しく、規模が小さいことが悪である風潮である。保険代理店(募集人)は地域に根差し、お客様に長く寄り添い、お客様の家庭環境・経済状況・コミュニティを把握したうえでお付き合いをしていくものである。それによって、保険代理店からお客様に自動車保険の年令条件変更や、特約の追加・削除の提案、生命保険のプランニング等お客様の最善の利益につながる活動ができる。保険商品を提案・販売するだけでなく、様々な問題の相談相手にもなる。災害や事故が起これば、お客様と真っ先に対応するのは我々保険代理店(募集人)である。 保険会社の評価項目にはないし、評価する事も難しいが、土・日・祝だろうと、夜間だろうと、顧客対応を行っている。これらを実践している代理店こそ顧客本位の業務運営かつ高品質な代理店なのではないか。そこに代理店の業績規模は関係ない。
224	「損保代理店に対する損保会社による教育・管理が、実質的に機能しておらず、顧客本意の業務運営が実現できていなかった」とあるが、これまで損保会社の行ってきた経営戦略が失敗したのではないのか。代理店の大型化やポイント制度による手数料の大幅カットは、代理店への圧力の最たるものである。ビッグモーターの一件は、代理店が知ることのできない損保会社の裏側が明るみになり、不正とはいえ反対に感謝している次第である。 大きな利益に大きな損失あり。顧客も多様化しているのだから、その対応として代理店自身の身を守るうえでも品質管理は重要なことと考えるが、その前に損保会社側が襟

No.	具体的な意見等
	を正し、正しい心で経営に取り組んでいただければ、不正は減り代理店の質も上がるのでは無いか。損保会社の圧力と疑問に思う点は、代理店手数料のポイント制度による手数料カット、決済手数料の代理店負担、生保のノルマを達成しなければ資格剥奪、顧客アンケートの豪華景品、大物芸能人を起用したCM、暴言、大手自動車メーカーに味方する不正処理、など。今後損保業界の意識が改善されて、正しい方向へ進んでいくことを期待している。代理店と損保会社が対話の場を持ち、バランスのとれた関係である為に、損保協会に苦情、疑問等の受付窓口を設置していただきたいと強く願っている。
③ 代理店手数料関係	
225	代理店手数料の仕組みが顧客のためになっていない。規模コストも分かるが、105ポイント～20ポイントと5倍も差があるのはおかしい。小規模代理店の方がきめ細かな対応やフォローをしているはずである。
226	乗合・多店舗大型代理店に対する保険会社の手数料優遇措置も是正する必要がある。ここには保険会社と代理店の業務の二重構造が存在している。また、代理店手数料を全社で合わせるといったことも行われている。
227	特代手の制度では、業務品質に関わらず、収保が多いというだけで最高位の代理店ポイント(手数料)が付いている。こういったケースは、多店舗型の代理店に多くみられる。
228	昨今の保険会社及び大規模代理店の不祥事は、通常規模(収入保険料5千万～3億円程度)の代理店で地元根付いた営業をしている代理店にとっては全く関係の無い世界である。現状一番の問題点は、保険会社が一方的に手数料ポイント制度を押しつけ、規模ありき増収ありきの代理店を優遇した点だと考える。また、乗合代理店に対する代理店手数料についても相当の問題がある。各保険会社が乗合代理店に対して代申会社の手数料ポイントに合わせる条件は、一定規模かつ増収率・増収保険料となっている。たとえば、乗合保険会社について、対前年5%増収かつ200万円増収をクリアしなければ代申会社と同等の手数料ポイントとならない。 本来、顧客本位の業務運営を求めるのであれば、保険商品自体の優位性(補償内容や保険料)を判断して顧客へ提案する必要があるが、代申と非代申とで手数料ポイントが乖離することで、手数料収入にも大きく影響してしまい、当社規模の代理店では致命的な差額となることで顧客本位の業務運営が困難となってしまう。なお、現状、各社が代申会社の手数料ポイントに合わせることで自体をなくし、乗合代理店に対しても各社の基準で決定した手数料ポイントを適用する流れとなっている。このままでは、多くの乗合代理店は顧客本位の運営など不可能である。 通常、代理店への監査・点検等は代申会社が行い、また業務品質や規模・成長性等も含めて代申会社の手数料ポイントが決定する。顧客本位の業務運営のためには、乗合会社が別途各社の基準で手数料ポイントを決定するのではなく、代申会社の責任のもとに決定した手数料ポイントに無条件で合わせることが必須である。
229	物価が上昇しており、最低保険料・最低代理店手数料の基準を上げて欲しい。また、代理店手数料に物価上昇率を反映して欲しい。
230	顧客本位の業務運営では原則4に手数料の明確化があり、「金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。」とされている。一方、保険会社によってはチャネルごとに7つの手数料体系があり、それを一切公開していないため、不祥事が起きたような特定チャネルに対する手数料による過度な便宜供与が発生する状態である。 保険会社が真摯に顧客本位の業務運営に向き合うのであれば、そこから見直すべきと考える。各社の手数料体系がすべて公表されれば、自ずと批判にさらされ、良識あるものに変わらと思う。
231	現状、損保各社の代理店手数料体系および代理店手数料ポイント制度は、原則として

No.	具体的な意見等
	非公開であり、透明性に欠けている。これは、代理店業務品質評価制度の実効性を損なう可能性がある。代理店手数料体系と代理店手数料ポイントを、少なくとも代理店に対する評価として開示すべきと考える。さらに、一般消費者に対しても一定の開示を行うことで、業界全体の透明性と信頼性の向上につながると考える。
232	過去の国会答弁で、地域で頑張っている中小代理店は、ポイント制がない頃に比べて経営が大変苦しくなっていることについて、「丁寧にヒアリングしたい」とのことだった。実際、代理店手数料は半減している。自動車保険では、自賠責保険の手数料は若干の値上がりがあるが、任意保険の手数料は22年前に比べて半減しており、正当な根拠に乏しい。これは、圧倒的優位の立場にある損保会社が代理店への報酬支払いを渋っていることにほかならない。また、プロ代理店は、同じ仕事量にも関わらずモーター代理店の半分の手数料となっており、同一労働、同一賃金の人権を著しく侵害している。手数料ポイントによっては最低賃金との比較でも問題になりうるレベルの劣悪さとなっている。 損保会社は、半公共的・半公益的であるがゆえに、監督当局の保護を受けて儲かるべくして儲かるようになっているにも関わらず、会社独自の手数料ポイントを設定し、思いのままに代理店への報酬をカットしている。代理店に対して損保会社は、デジタル化やドラレコ契約の比率など、損保会社の方針に従わなければ手数料を減らす懲罰手段を取っている。代理店経営を維持するためには最低補償が必要である。
233	「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。」とされ、「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」としている。代理店手数料の判定基準は、評価される側の代理店の関係者も含めて検討されると考えて良いか。
234	手数料制度は保険会社個社毎の案件であることは理解するが、「代理店手数料のあるべき姿とは？」という議論をされなかったのは残念に感じた。そもそも2016年以前に生命保険業界で起こった顧客利益よりも手数料や報奨金を重視した商品販売も、歪んだ手数料制度が引き起こしたものであった。損保についても同様で、(損保の手数料は経年で比較しても専ら下げ方向であったが)保険会社都合でポイントを付加しているため、個々の代理店の顧客本位の業務運営を阻害する要因となる蓋然性が高い。保険会社から押し付けられた同様の仕組みを維持する限り、それぞれの代理店の独自性を発揮した顧客利益(＝業務品質)の提供に繋がらないことを最初に添えておく。 手数料ポイント制度を顧客サービス向上に資する「代理店の業務品質」を重視するとの事であるが、例としてある損保会社の2026年7月適用の手数料体系の項目をみると、事務所の有無、ホームページの更新頻度、保険会社提供のサービスの利用件数、契約保有件数の増加率やドラレコの付帯率などをはじめ、損保協会が示した評価基準(案)を自己都合で拡大解釈したおよそ業務品質とは言い難い項目や、従来からあった事務指標の焼き直しをした項目が数多くある。業務品質項目を充足すれば総額で手数料ポイントは下がらないと言うかもしれないが、保険会社都合の業務品質項目で従来のポイントまで補完することは不可能であり、その結果、現在よりもポイントが下がる事にも到底同意できない。例示した手数料ポイントの割り振りは、従来のポイントからさらに引き下げるための瞞着に過ぎない。 損保協会がいくら評価指針(案)を示し、代理店がその指針に沿った体制整備を行ったとしても、例示した会社のように曲解された運用をされると、一連の問題を引き起こした真因解決には程遠くなる。業務品質を重視した手数料ポイントと言いながら、その本質は旧態依然としたままであると言わざるを得ない。 そもそも規模×増収テーブルはその仕組みに問題がある。今までも規模×増収テーブルにおいて同ポイントを維持するためには、年々増収(現実的には無理な増収率)でなければ、同じポイントを維持できない仕組みとなっていた。裏を返すと、対前年で比較した場合に同じ規模であるならポイントは下げられ続けてきた。言うまでもなく保険料が増減すれば、それに比例して手数料は増減するものであり、増減した割合にさらにポイントで加減する事こそが保険会社の売上ご都合主義の現れである。仮に規模×増収で手数料

No.	具体的な意見等
	ポイントを区分するのであれば、増収を廃止し、規模のみにすべきである。 本来、手数料は販売した保険に対する対価であり、そもそもの手数料率で支払うべきだと考えるが、仮に規模で代理店を分けるのならば、先の場合のように簡便な売上に応じた区分し、そこにベースとなるポイントを付与し、そこに損保協会が示した業務品質項目を個社都合で拡大解釈することなく、その本質を個々の代理店毎に照らし合わせて評価を行い、それを加算する方式が望ましいと考える。
235	独占禁止法の中身を見ると、「代理店と保険会社の関係性」は整合性があるものか疑問に思う。保険会社からの一方的な代理店委託契約書、代理店手数料規定等、排除行為や、支配的行為、優越的地位の乱用等が散見され代理店運営に常に大きな影響を与えていると感じる。現在の状況は損害保険販売で乗り合う事において、保険会社からの抵抗、妨害は顕著に行われている。また代理店手数料のポイント制度において専属か乗合代理店かによってポイントが変わる様になっており、乗合の場合手数料ポイントが下げられる制度がほとんどとなっている。他方で大規模な乗合のディーラーや大規模代理店は業務品質を遵守せず、昨今損害保険業界の信頼を損なうような問題を起こしている代理店であっても、到底中小規模の代理店では獲得し得ない様な「特別代理店手数料率」の享受を受ける等、便宜供与が多岐に亘り行われてきたことも事実であり、従前より業務品質に重きを置いて募集活動を行っている、中小規模の専業代理店から見て様々な事が納得できない部分でもあった。 顧客本位で最善の保険を提供する為には、専業の中小規模の代理店であっても、一社専属ではなく顧客の為に保険会社を選択していく事が、保険会社の商品開発、損害サービス体制の改善に繋がり、保険会社同士の競争原理が働く事による、本当の意味での「顧客本位の保険提供」を行うことが出来るのではないだろうか。保険自由化以降、各保険会社の保険商品、保険種類、保険料、引受規定、特約、損害サービス、細かい所での制約(免責金額等) 各保険会社が違いを出している中、消費者目線での選択が出来ること、市場の競争原理に基づき希望する全ての代理店が、補償に応じて何処の会社の保険商品でも販売できる状況、となれば顧客本位の損害保険業となり業界全体の信頼回復・真の保険自由化への礎になって行くのではないかと考える。
236	私の取り扱う保険会社においては、手数料ポイント制度が毎年毎年変更されることで、近い将来の手数料も把握出来ない状況である。手数料ポイントを決めるのは、保険会社で良いとは思いますが、5年先10年先が見えるような手数料ポイント制度にしてもらうことを切に望む。
237	今回、損害保険協会は「規模増収」に偏重することなく「業務品質」を重視した代理店手数料ポイント制度とすると保険会社との共同声明を発信した。ただ、現場はなににも変わっていない。いや、変わろうともしていない。現場の保険会社の営業担当者は今でも「今月までに何件、〇〇百万お願いします」「あと〇〇百万増収しないと次の手数料ポイントに影響しますよ」と脅してくる。中には乗合代理店に対して「あちらの保険会社の増収は達成されているので、3月まではうちの商品を販売してください」と顧客不在の自己都合で増収を求めてくる。企業内代理店及びディーラー代理店に果たして業務品質を重視したポイント制度が適用されるか甚だ疑問である。おそらく、影響力のある代理店の猛反発にあらうことだろう。
④ その他	
238	ガバナンスやコンプライアンス管理を徹底するため一人支店は禁止されていたが、コロナ以降、出勤せずにオンライン管理でも良しとされている。そして実態は規模拡大のため一人代理店を吸収し、管理もしていない。中には東京の代理店に所属して沖縄に住んでいる人もいる。このような状態が今後も許されるのか。 企業内代理店がグループ会社の取引先へ営業に行けば圧力募集になりかねない。例えば、日本郵政がゆうパックの配達を依頼している運送会社へ保険の営業に行けば、その企業は断れない。顧客は自由に代理店を選ばず、顧客本位とはならない。また、組合が保

No.	具体的な意見等
	険代理店をやっているが、融資をしたり優越的な立場の中で代理店をやること自体、平等性を欠いているのではないか。そもそも自己特定比率ルールがきちんと運営されていないこと自体おかしい。 また、個人情報を過失ではなく故意に漏洩している大型代理店が存続し続けている。規模が大きければ何でも許されるということか。金融庁から最初は厳しい意見が出されても、その後必ず逃げ道が用意され、正直者がバカを見るようなことが続いてきた。今後ともそうならないことを期待している。
239	独占禁止法遵守について、主には複数の保険会社と内通することによって保険料の価格拘束を試みることが規制の対象と考えられるが、例えば、保険会社自身の引受方針(傷害保険単種目での飛び込み契約は原則引き受けない、自動車保険の対人賠償のみは引き受けない等のアンダーライティングの観点)がある場合の抱き合わせ販売など、優越的地位の濫用にならないのかガイドラインを示すべきである。 個人情報管理について、一連の保険会社による不正の中で、保険会社からの代理店出向者が顧客の同意を得ずに代理店の顧客情報を所属保険会社と共有したことが明らかになっている。今後は原則、募集業務に直接関わる出向者を出さないとのことであるが、代理店の体制整備以前の問題として、保険会社自身が個人情報管理に甘いのではないかという疑念がある。外部への意図しない漏洩よりも内部での取扱いの杜撰さに課題があり、業界全体の問題として取り組むべきである。
240	全国型の代理店は、結局、確定申告する個人事業主を増やしているだけである。社員化を業界全体で目指したのではなかったのか。社会保険に加入しない人を増殖しており、そのため年金を満足に貰えないことで、いつまでも募集人を止められない高齢化を助長している。代理店が社会保険料を負担しても経営していけるような手数料水準にして欲しい。そして、このような個人事業主の寄せ集めの大規模代理店を規制対象とすればよい。 スモールリペアのような、ルール(景品法)を破っていなければ、他の代理店へ悪影響を与えるような仕組みでも構わない、保険会社の営業担当の売上をあげれば何しても構わないという風潮を是正して欲しい。 代理店が保険制度の設計ミス(抜け道)を発見した場合に、相談できる専用窓口を作って欲しい。(フリートのデメ逃れの相談を各所にしたが、規定が変わるまで2年かかった。) フリート契約とノンフリート契約とをマッチング出来る仕組みを作って欲しい。フリートに入れてないノンフリート契約はたくさんあり、制度が崩壊している。 企業代理店のバーター契約を監視する仕組みを作って欲しい。昔から保険会社の社員が調整して特定比率を下げてると思う。また、企業代理店が元企業・大学へ寄付(実質的な値引き)しているケースがある。 損保商品にも媒介契約を増やして欲しい。代理契約でなくても構わないと感じる(集金業務を代理店に押し付けないで欲しい)。
241	契約を計上すると「契約データ」となり、契約者の存在は消える(「契約データ」には、ITシステム、スマートフォン、デジタル手続き等々の複雑な情報が付加され、代理店は消化不良で対応不能となる)。損保会社は、膨大なIT投資、人的資源を投入しているが、代理店を地ならしして活用させる組織力はなく、笛吹けど踊らず、大半が未使用、ガラクタ状態になっている。このような損保会社の方針が、顧客最善利益義務、意向確認に逆作用に働いている。IT化の流れで、短時間・効率化が優先的評価となり、丁寧な意向確認はできず、むしろ顧客の意向確認を軽視した業務品質が評価されることにつながっている。
242	お客様管理について、重複契約の管理、情報管理、個人情報保護は保険会社は代理店任せにしているが、保険会社はシステム投資を行って代理店に提供すべきである。また、高齢者に対する募集も代理店にとってコストがかかっており、保険会社が本当に丁寧に募集をする気があるのであれば、代理店手数料を上乗せするなどの措置を講ずるべきである。 大規模代理店による不祥事の温床になった自賠責保険の問題がどこにも触れられて

No.	具体的な意見等
	いない(意向把握も対象外)。乗合代理店の場合、契約者にどこの保険会社を選択したいか意向を聞くべきである。保険会社が自賠責保険を奪い合う構造自体が異常であり、早期に改善すべき問題である(改善できなければいずれ不祥事ににつながる恐れがある)。
243	保険会社の代理店管理については、大型代理店(収保1億円以上)の方が小型代理店(収保1億円以下)に比べ管理態勢が緩く目が届いていない。大型代理店に対しては様々な忖度が生じ、一般に理解されない企業風土がある。一方、小型代理店は、コンプライアンスはもとより代理店委託契約により厳しく管理されている。手数料も、小型代理店は大型代理店の1/2程度しか払ってもらえない。こうして保険会社は代理店の大型化へと仕向けている。かつて、昭和60年代はこのような体制ではなく、資格取得による手数料体系で、規模の大小関係なく手数料が支払われていた。大型でも小型でも、顧客に対する姿勢は変わらない。フリーランス契約は保険会社の一方的契約である。 第三者による評価指針の策定は賛成である。そして、違反については、実態把握を通じて厳しいペナルティを課すべきである。保険会社は、小型代理店に対しては厳しいが、大型代理店に対しては社員制度や勤務型代理店(ぶらさがり代理店)など代理店としてのチェック機能を確立していない。専任の担当者を設ける必要がある。
244	この評価指針をはじめ金融庁の有識者会議の参加者に疑問を感じる。まったく保険販売の現場を分らない(当然保険会社社員も分かっていない)学者達の意見を集約しても意味が全くないと思う。 有識者会議報告書ではビッグモーター社に関する問題を記載しているが、他のディーラーでも行われているものであり、事実を歪曲した報告はいかかなものかと思う。また、兼業代理店である不動産業者においても似たような事象が発生している。対処療法だけでは問題解決しないと思うが、有識者会議の出席者は全く保険会社の現場を分かっていないのではないかと思います。この問題を解決するには、まず、自賠責保険を自賠税として自動車販売会社が代理店を行う理由を無くすことではないか。 また、報告書の「こうした要素が相互に関連し、損害保険会社や保険代理店において、顧客の利益よりも自社の利益を優先させた結果、不適切な保険募集が行われるなど、顧客本位の業務運営が実現されなかった」の記載は、あまりにも稚拙な文章でとても有識者の発言とは思えない。本当に有識者の発言なのか(損保協会が書き加えたのではないか)。そもそも談合の問題も兼業代理店と言う制度が問題となったことが原因ではないか。問題の根源はビッグモーターと同様に兼業を廃止すべきである。そのような制度になかった行政の問題であり、そもそもの行政指導が間違っていたことを顧みるべきである。 募集人の資格制度の充実化に関しては、募集人に対して試験を行うことにはあまり賛成しないが、そもそも保険会社の社員自体が自社商品も分からないような知識レベルであることを有識者は知っているのだろうか。まずは保険会社の社員のレベルを上げることが急務であり、あわせてディーラーや修理工場などに対しても保険使用案件の修理等を行う場合には資格を取得させるなどすべきではないか。 過度な便宜供与に関して、このような事実はずっと昔からあったものである。本件は営業協力である車両購入や持ち株も想定していると思うが、通常の商売の取引として保険会社(メーカー)が代理店(販売店)に便宜供与を行うことは普通ではないか。商売とはギブ&テイクであり、そのような営業協力がなければ単純にその販売商品の利益率で販売商品を選ぶのではないか。そうではなく純粋に商品選びで販売するのであれば、保険会社が代理店に提供する知識レベルの高さが決定要因となるが、現在の保険会社の社員のレベルは低く、代理店の方が知識レベルが高いという事実を、有識者は知らないのではないか。 今の保険行政のあり方を変えるため、以下を提言する。 > 今までの金融庁の行政が間違っていたことをきっちりと表明すること。間違っていたのは「兼業代理店を認めてしまったこと」である。 > 業務品質の言葉を使用するのであれば「まずは保険会社社員のレベルを上げさせる」こと。そのためには保険会社社員にも保険資格を取得させること。

No.	具体的な意見等
	> 保険支払いの適正化に取り組みたいのであれば「修理工場に資格を取らせる」こと。 > 代理店手数料を適正化したいのであれば「卸値を代理店に開示し代理店が手数料＝利益率を考えるようにする」こと。
245	私自身の周囲で見聞きしてきた事例を幾つか並べながら、損保業界が抱えている問題とその解決策を考察してきたが、そもそもこうした問題が噴出してきた背景に何があるのかを改めて考えてみた。すると、行き着くところ「本体による無理な効率化」が原因なのでは？と考えるに至った。 一方的で強引な代理店手数料の押しつけによる大型代理店への統合促進策は、ひとえに保険会社本体社員の配置を軽減化し、本体での収益性を確保できると見込める施策であるし、保険会社本体の推進策に名を借りた一方的な代理店手数料ポイント配分も、自社商品の一律的な採用によって合理化へとシフトできるメリットがあり、ペーパーレス・デジタル化の流れも、契約者各々の意向とはかけ離れたスピード感をもって推進され、ここにも代理店ポイントへの反映という形を用いながら、代理店への締め付けを行使しているので、代理店自身が余程の矜持をもって対処しない限り（目先の収入に惑わされない姿勢を堅持しなければ）、顧客意向とは裏腹の営業施策へと誘導しかねない要素を孕んでいるのである。 一方で、一部の大型代理店に対する忖度や融通、脱法行為への甘い対応は、なぜ起きたのだろうか？これらは『業績主義への偏重』に他ならないと考える。業界内でのシェア争いは以前から凄まじいものがあり、ディーラー拠点の奪い合いが高じて、相手ディーラーからは足元を見透かされ、融通の利かせ合い、過剰サービスへと発展してきたことは火を見るよりも明らかである。同じく中古車販売業界にあっても同様の関係性が生まれており、大型代理店に正論で物申せない環境を自らが作ってきたと言える。幹事会社からの陥落や拠点を他社に奪われることを恐れるあまり、「相手代理店の意向を十分に聞き入れる」ことこそが担当課所の命題であり、会社全体としても不文律として見逃されてきた歴史があるように思われる。 同じように、大型契約での料率引き下げや、特定関係先への社員出向配置、営業支援といった、陰に陽に尽くそうとする特別利益の提供は目を覆うものがある。加えて、本体での営業担当者の著しい低年齢化も挙げられる。かつては代理店への指導、相談業務に当たってきた有能な者たちを、直営の代理店へと出向させ組織強化を図る一方で、その後任には新人や事務職からの転籍で賄う「間に合わせ」のような施策が何年も続くうちに、知見を持つ社員が激減し、上席を含めいざという時の内部対応力までが劣化してきている状態にある。専属代理店に対する彼らの主業務は各代理店への「業績管理」および本体からの「通達連絡」程度に限られるといっても過言ではない。これらも所謂、「本体での無理な効率化」が原因で起きていると推測する。「相手に物申せない社員」と、「スキルの備わっていない社員」で、はたして組織は回るのだろうか？また、取引先の大企業には料率を含めて最大限の奉仕をする一方、一般契約者への料率はどうか？近年、種々の災害やリスクの増加を受けて、料率が上昇傾向にあるのは致し方ないものの、適正な範囲での改定なのだろうか？総体での収益確保だけであって、保険本来の「薄く広く」に根差しているのだろうか、と疑問に思う。自動車関連事業での多くの保険不正事案をみるにつけ、その帳尻を一般契約者に付け替えている、という誹りを免れないのではないか、と考える。業界が抱えてきた「収支を度外視した『業績主義への偏重』」は、既に時代性を失っており、「健全性」こそがその物差しになる事を念じてやまない。 最後に、大型代理店や乗合代理店のすべてが悪行を重ねているわけでも、また中小代理店がすべて善行をはたしているというつもりもない。ただ言えることは、われわれ中小の代理店では一度不正事案が発覚すれば、即この市場からの退場を勧告されるという事実があるという事である。昨今の記事をみる中で、ビッグモーター社以外に「取り潰し」となった大型代理店があったのだろうか？結局は当該代理店を担当する保険会社やその担当者に至るまで、大きなダメージも受けずに過ぎていく悪習慣がそこそこにあるのではないかと弱体化している本体組織の早急な立て直しと共に、規模偏重（本体でのシェア争いと代理店の統合化）の見直しこそがその第一歩と考えるところである。自分自身の

No.	具体的な意見等
	生活を賭けてまで悪事に手を染める人間がどれ程いるだろうか？適正な保険引き受けと正しい検査のしくみさえ構築されれば、さして難しい問題の解決ではないように思われる。
246	損保業界に入り1年後に殆どの自動車業者が保険金不正請求をしていることを知った。自動車業者が自動車保険を売っているのだから利益相反となり当たり前である。損害保険の有識者の皆様は当然知っていたことなのではないかと思う。自動車業者が自動車保険を売れる国は殆ど無いようだ。無法状態になるのは当然で当時の関係者は学歴があって優秀な方ばかりのはずなのに想像力がなさすぎる。不正が簡単に出来てしまう仕組みがおかしい。 専業代理店は保険しか売っていないので特別利益の提供が難しく兼業代理店は特別利益の提供が簡単に行われている。ここも修理しておきますから自動車保険もお願いしますと言われたら断りにくい。保険業法に抵触する自動車ディーラーで自動車保険加入が条件の安心保証等々も専業代理店では提供出来ない。動物病院に依るペット保険金詐欺も10年前に事件になっているが事件化されていない保険金詐欺はどれ位あるのだろうか。様々な業界で保険に依る不正が行われている。 兼業代理店も大問題であるが副業保険会社に依る本業会社の為の不正も大問題である。お客様の財産を把握している預貯金業者の保険販売も大問題である。様々な業界での安易な生命保険や傷害保険の販売も大問題である。企業内代理店も優越的地位の濫用となり大問題である。これらは損害保険業を大きく歪めている。 片手間で保険を売っている兼業代理店の契約は複雑な損害保険に依る説明不足と理解不足で以前大問題になった保険金の不払いとも言える保険金請求が少なく損害率が低く保険会社にとっては都合が良い。真面目な専業代理店は説明責任を果たしておりお客様にも丁寧に確認しており損害率が高くなり手間も掛かり保険会社の扱いは酷い。保険の自由化に伴って専業代理店を脅迫し代理店委託契約書を差し替えさせ独占禁止法違反である優越的地位の濫用に依り保険会社にとって都合の良い代理店手数料ポイント制度で殆どの専業代理店の手数料を下げ旧ビッグモーターの様な不良代理店の手数料を上げている。 自動車業界から保険金をばったくらわれているのを見て見ぬふりをしている損害保険会社は損害率が高くなれば節穴の金融庁を説得し保険料を上げ一番不利益を被っていらっしゃるの国民であるお客様である。国民を守らなければいけない国はこんなことを許して良いのだろうか。規制をいくら厳しくしても行政負担が膨大できりがなく根本原因が無くならないならば不正はいつまでたっても無くならない。海外と同じ様に日本も兼業代理店は禁止すべきである。損害保険は性質上、性悪説に則った仕組みにすべきである。海外では当たり前のことである。 想像力のある方であれば兼業代理店はあり得ない。保険金不正請求は保険金詐欺であり保険業界では他の不正に比べ極めて罪が重く重罪である。簡単ではないだろうが勇気をもって断行するしか不正請求を無くすことは出来ない。
247	今回の勤務型募集人への情報漏えい再発防止について、急な変更となり、統括代理店として今まで通りの対応ができるのか非常に不安な状況に追い込まれている。なぜ、このような対応になるのか？どういった意図があるのか？保険会社に対して不信感しかない。支社と代理店の距離が遠くなりつつあり、このまま突き進んでいくと特定の代理店のみが必要とされ他の代理店は不要であるとの現実をつきつけられているように感じている。

以 上