

ふうたのワンポイントレッスン

Vol.14 代理店監査におけるプロ代理店の体制（態勢）整備課題（4）
～顧客本位の業務運営の取組み～

体制整備の豆知識の Part7、4 回目は顧客本位の業務運営の取組みについてお届けします。

プロ代理店が改正保険業法のもとで、これからも生き残れる保険事業者（代理店）としては、改正保険業法（ルール）を遵守し、顧客本位の業務運営の原則（監督指針）に沿った、自店の体制（態勢）整備や業務運営を図らねばなりません。

【「顧客本位の業務運営」の取組み】

「金融庁の考え方」

金融庁は、「何が顧客のためになるかを真剣に考え、横並びに陥ることなく、より良い金融商品・サービスの提供を競い合うとの観点から適切に判断されるべき」と考えています。特に、金融事業者による「横並び」の対応について、金融庁は、再三にわたり、釘をさしています。

保険代理店（金融事業者）は、「顧客本位の業務運営に関する原則」を受け入れる以上、各原則（プリンシプル）の趣旨・精神を自ら理解し、これを実践していく上で何が必要かを、自社の置かれた状況（事業、規模、顧客層など）を踏まえて、自分で考える必要があるということです。

金融庁はこうした対応を進める上で次のような行動が求められています。

「保険代理店」において

- （１）顧客本位の業務運営のための経営トップのリーダーシップの発揮
- （２）マネジメント層における業務計画等の策定・実施、フォローアップ
- （３）現場レベルでの実践を通じた浸透、フィードバックなど、それぞれの段階に応じた適切な行動が求められています。

その際、保険代理店は、自らの取組みが実質を伴う形で定着しているか、仮に実質を伴っていないとすれば、どの段階でうまく機能していないのかを分析し、経営トップの責任において改善がなされるべきと考えています。

まず、顧客本位の業務運営のため、保険代理店が実践すべき行為規範として、**原則 2**（顧客の最善の利益の追求）があり、その具体的な中身として**原則 3**（利益相反の適切な管理）、**原則 4**（手数料等の明確化）、**原則 5**（重要な情報の分かりやすい提供）、**原則 6**（顧客にふさわしいサービスの提供）が定められています。これらが、顧客本位の業務運営の中核となるプリンシプルと言えます。

次に、これらのプリンシプルを進めるための枠組み・体制について、より具体的には「経営者のみならず、現場の営業職員まで浸透させる」ものとして、**原則 7**（従業員に対する適切な動機づけの枠組み等）があります。

そして、**原則 1**（顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等）の実現に向け、取組みを「見える化」するものとして、成果指標（KPI）が設けられています。

弊社では、代理店における顧客本位の業務運営に向け「**顧客の声**」に重点を置いて取り組むよう指導しています。お褒めの言葉や苦情などを収集してデータベース化し、経営者は積極的にその状況を常に把握して PDCA サイクルにより、改善していくことが重要で、その取り組み状況は、ウェブサイトで成果指標（KPI）を公表して見える化することが大切です。

「顧客の声の収集方法」

内勤社員は、顧客の声を記録する「顧客の声受付票」等をあらかじめ用意し、顧客から問い合わせがあった際に記録する、一方、外勤社員は、顧客説明対応ファイル等を持たせ、そこに必ず「顧客の声受付票」用紙を入れ、いつでも記録できるように指導しています。また、顧客の声を漏れなく収集しているか意識づけのため、朝礼で必ず顧客の声を報告するルールを設けることを推奨しています。

作成：日本代協アドバイザー 日本創倫株式会社 代表取締役（CEO） 山本 秀樹

配信：日本代協事務局