お客様の視点から見た代理店手数料ポイント制度

55.4%が代理店賠責加入の手数料への反映を望む

2023年度実施　大阪代協

全会員アンケートを通じて見えてきた「会員の思い」（中）

DATA FILE

大阪代協（新谷香代子会長）は、7月20日～8月10日の期間、全会員（843店）を対象に「全会員アンケートを通じて見えてきた『会員の思い』―お客様からの視点から見た代理店手数料ポイント制度―」調査（回答総数511件）を行い、10月1日にその結果を公表した。2回目の今回は、「顧客本位の業務運営と代理店手数料ポイント制度の関係」について、制度の中で何らかの評価を加えれば、より一層顧客本位の業務運営が浸透するのではないかと、会員にいくつかの取組みについて質問したその回答、感想等を紹介する。

代手制度の中で評価加えれば顧客本位の業務運営は一層浸透へ

事故防止・削減サービス提供

安全・安心の社会構築が課題

現制度は理想とは真逆

■手数料ポイント制度とお客様のための代理店の取組み

1. 募集人の育成・教育

今回のアンケートでは、選択のみであり背景までは見えないが、結果は「手数料に反映させてほしいと思う」が46・0%ある一方、「反映させる必要はない」との回答も21・3%あった＝図1。

何を持って評価するのか？は大変難しい問題だが、例として既に採用されている、損害保険大学課程コンサルティングコース資格者に関して、SJ社、TN社、MS社、AD社は、いずれも一定規模以上の認定代理店について同資格が勘案対象になっており、小規模や乗合低シェアの代理店は対象にしていない。

認定代理店以外にも範囲を拡大し、保険代理店の募集人育成・教育への努力を下支えする評価を加えた方が、保険業界としての顧客本位の業務運営の観点からは好ましいのではないか。

2. 高齢者対応・障がい者対応

高齢者や障がい者対応に関して、「手数料に反映させてほしいと思う」が38・7%、「反映させる必要はない」が36%と拮抗している。

現状では、制度上における勘案は無いと思われるが、全てのお客様に優しい保険業界を作るために乗合低シェアの代理店は対象にしていない。

認定代理店以外にも範囲を拡大し、保険代理店の募集人育成・教育への努力を下支えする評価を加えた方が、保険業界としての顧客本位の業務運営の観点からは好ましいのではないか。

3. サイバーセキュリティ対策

既に代手制度の中で評価している保険会社も多く見られるが、「手数料に反映させてほしいと思う」が47・0%とほぼ半数占めた。既に反映しているという認識は1割程度にとどまった＝図2。

評価に加えていない保険会社は是非採用を検討いただき、既に導入している保険会社は丁寧な説明が必要だと思われる。

4. 公的保険説明対応

2022年度から対応を求められており、お客様のライフプラン作成、信頼獲得のために、日常から取り組んでいる会員が多数存在する様子が伺える。「代理店手数料に反映させてほしいと思う」は40・3%だが、基本的には生保関連の対応であり、損保の代手制度上で取り上げる事項ではなさそうだ。

5. お客様の意向確認のための独自取組み

改正保険業法で意向把握が義務付けられ、お客様とのつながりやコンサルティングは、まさに代理店としての強みを発揮する場面である。

個々の代理店においてはさまざまな工夫をしてお客様の意向確認に取り組んでいるものと思われ、「手数料に反映させてほしいと思う」との回答が42・3%ある＝図3。優れた取組みにスポットを当てることで、ノウハウの共有が進み、お客様本位の業務運営が一層浸透するのではないか。

6. お客様の声の収集とPDCAの実践

「手数料に反映させてほしいと思う」が38・7%である一方、「反映させる必要はない」とする回答が32・3%となった。代手制度では、お客様のアンケートを取り入れている保険会社があるが、この取組みは代理店内の仕組みとして定着させる視点が重要である。

7. ハザードマップを活用したリスク情報提供

自然災害に対するハザードマップの情報提供は非常に大事な取組みである。評価に関係なく情報提供は必要だが、「手数料に反映させてほしいと思う」が42・5%、「反映させる必要はない」が35・4%となった。

8. リスクマネジメントサービスの提供

リスクマネジメントサービスの提供は、代理店としての業務の根幹と言える。「手数料に反映させてほしいと思う」は49・9%と高いが、保険代理店が取り組むべきリスクマネジメントサービスとは何か、ノウハウをいかにして身につけるのか、保険業界としてはまだ確立されていないように思われる。

9. 事故防止・削減に向けたサービスの提供

誰もが安全で安心して生活できる社会の構築は、保険業界が一丸となって実現に向けて取り組む最大の社会課題である。「手数料に反映させてほしいと思う」との回答は57・7%と非常に高くなった＝図4。

個々のお客様や中小企業に向けては保険代理店が中心となって、保険会社のノウハウも利用しつつ地道に取り組んでいる。代理店が事故削減に努めた結果、減収し手数料ポイントが下がるような、理想とは真逆の現在の制度は、少なくとも改善してほしいと考える。

10. ジギョケイの取得・BCPの策定

激甚化する自然災害、切迫する大規模地震リスクなどへの解決方法として、中小企業庁は、国策として事業継続力強化計画認定制度（ジギョケイ）を推進し、BCP策定を強く進めている。しかし、BCP策定済みと回答した代理店経営者は45・0%にとどまる。

ジギョケイは、代理店評価の上で、保険会社の認定代理店の一部で要件となっているが、代理店、その先の中小企業のお客様への浸透を考えるのであれば、もう少し踏み込んだ評価があっても良いのではないか。

11. 代理店賠償責任保険の加入

保険業法283条では「代理店のお客様への損害は保険会社が責任を負う」となっているが、昨今は同条2項の三を根拠に保険会社が自社の責任を認めない事例が増加している。

「手数料に反映してほしいと思う」回答は55・4%に上っている＝図5。もし、保険代理店の賠償資力が不足していたら、お客様は誰に賠償を求めれば良いのか。代理店賠償責任保険の加入、もしくは賠償資力の有無について保険会社はしっかりと確認しておくべきだと考える。

図1．募集人の育成・教育

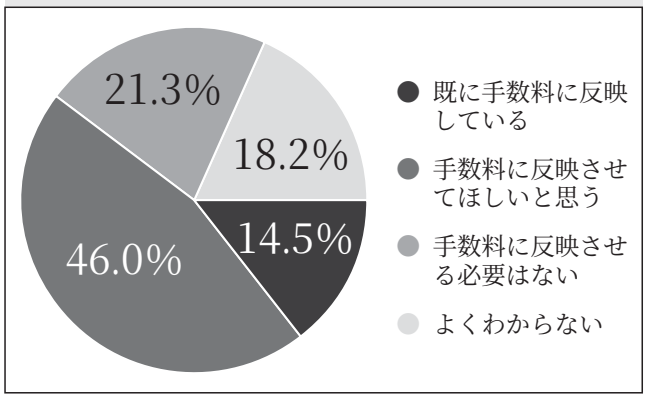

図2．サイバーセキュリティ対策

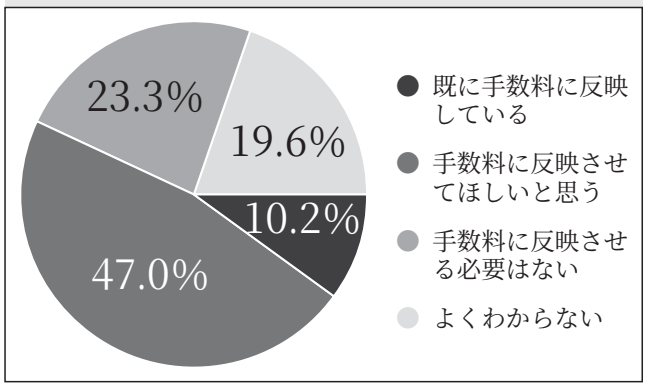

図3．お客様の意向確認のための独自取組み

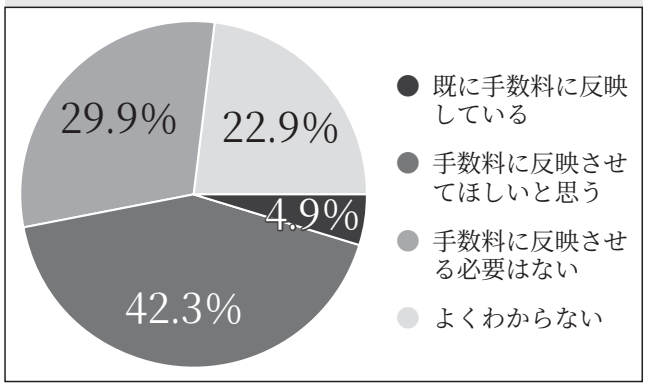

図4．事故防止・削減に向けたサービスの提供

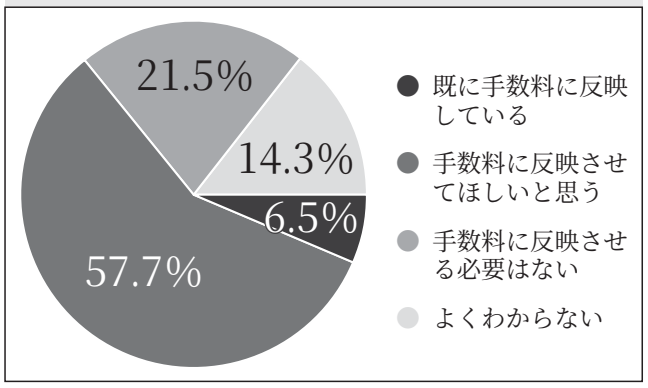
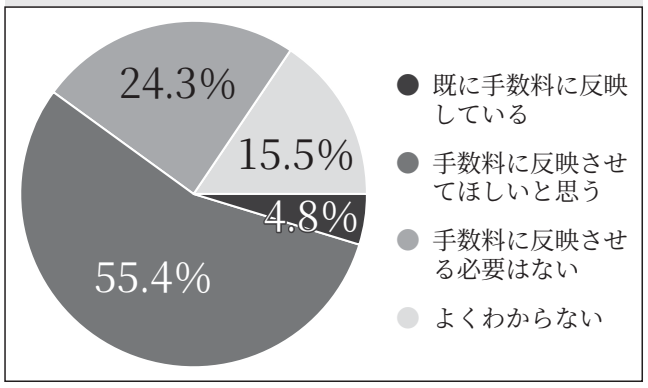
図5．代理店賠償責任保険の加入