自己点検チェック・代理店手数料・比較推奨に関する代理店の意識と提言

5割が募集人の教育・管理・指導を既に実施と回答するも、標準化に課題の声も

2026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」（下）

DATA FILE

大阪代協（隼田智貴会長）は、全会員を対象に「全会員アンケートを通じて見えてきた『会員の思い』―自己点検チェック・代理店手数料・比較推奨に関する代理店の意識と提言―」調査（回答：516名）を行い、10月1日にその結果を公表した。同アンケートでは一人ひとりの忌憚のない「代理店の声」も取り上げている。今回はその中から、「比較推奨」（〈乗合代理店の募集人教育〉〈証跡と検証〉〈意向確認項目〉）に関する質問から得た回答（一部抜粋）を紹介する。

なお、詳細は（https://www.osakadaikyo.or.jp/info/25452）。

提示・推奨する基準等の社内規定について対応済み約41％

専属の約13％が「知らなかった」

同種の第三分野商品の意向に沿った販売で

■比較推奨

1. 生保・損保それぞれ専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品を販売する際は、代理店による勝手な推奨は不可であり、お客様の意向に沿って販売する必要があることを知っていたか？（専属）

86・7％が「知っている」と回答。一方、「知らなかった」は13・3％いる＝図1。

2. 比較推奨販売を行うにあたっては、代理店の受け取る手数料水準の高さを理由に、商品の提示推奨を行ったり、代理店の都合による誘導が禁止されていることを知っていたか（乗合）

93％が「知っている」と回答。「知らなかった」は5・7％となった。

「商売をしている以上、より高い手数料の会社に契約をもっていくのは当たり前のこと」といった意見もあった。

3. 比較推奨販売の際に、顧客に提示・推奨する基準や理由等について、社内規則に規定することが必要だが、対応状況は？（乗合）

「対応済みである」が40・8％、「現在作成中」（39・9％）を含めると約8割が対応済みもしくは対応中としている＝図2。

また、募集人の教育・管理・指導については「既に実施している」が50・9％、「実施方法を策定中」が32・7％＝図3。

「現在も教育を実施している」が、募集人の標準化に課題を感じている」声も。

4. 比較推奨販売の前提となる、顧客の意向確認について「顧客が特に重視する意向」として何項目を確認しているか？（乗合）

「現在検討中」が41・2％で最も多く、以下「6～10項目」（22・8％）、「5項目以下」（21・1％）と続く＝図4。

図1．〈比較推奨：基本ルール〉
生保・損保それぞれ専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品を販売する際は、代理店による勝手な推奨は不可であり、お客様の意向に沿って販売する必要があることを知っていましたか（専属）

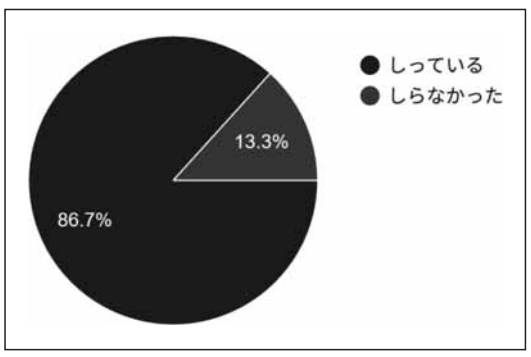


図2．〈比較推奨の社内規則〉
比較推奨販売の際に、顧客に提示・推奨する基準や理由等について、社内規則に規定することが必要です。対応状況はいかがですか（乗合）

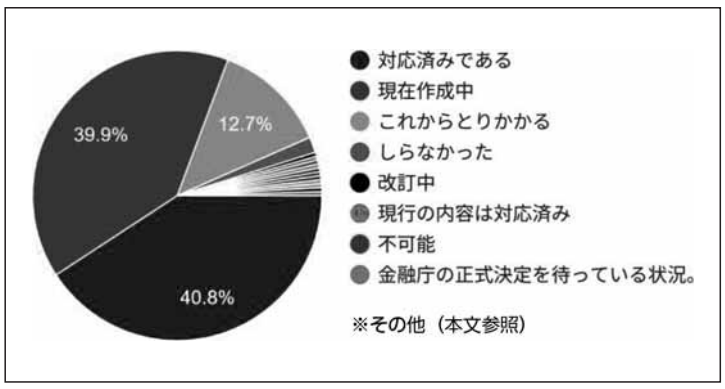


図3．〈乗合代理店の募集人教育〉
上記の社内規定を踏まえ、適切な比較推奨販売を行うために募集人の教育・管理・指導が求められています。実地状況はいかがですか（乗合）

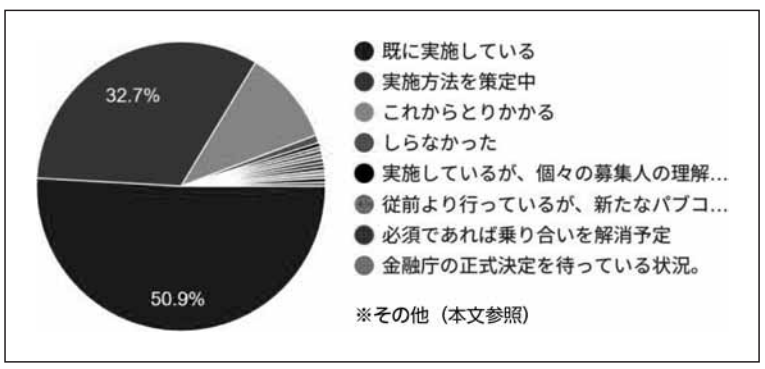


図4．〈意向確認項目〉
比較推奨の前提となる、顧客の意向確認について「顧客が特に重視する意向」として何項目を確認していますか。または確認する予定ですか（乗合）

