

損害保険代理店品質評価基準への対応方針

大阪損害代理店業協会
中央支部 会員勉強会資料

2025年9月

GLOBAL
ASSURANCE

本日の勉強会の目的と構成

01

業界環境の変化を理解する

第三者評価制度の導入背景と今後の展開について詳しく解説します。2025年のトライアル運用から2026年4月の本格運用までのロードマップを共有し、代理店経営への影響を明確にします。

03

保険会社別の対応方針を比較検討する

東京海上日動、損保ジャパン、あいおいニッセイ同和、三井住友海上など主要保険会社の自己点検後の対応方針の違いについて情報共有します。

02

品質評価基準の内容を把握する

損害保険協会が示した共通の品質評価基準について、法令遵守・顧客本位・意向把握など5つの柱を中心に具体的な要求事項を整理します。

04

意見交換

具体的な実務対応について意見交換します。

業界環境の変化:なぜ今、品質評価が求められるのか

損害保険業界は現在、大きな転換期を迎えています。従来の代理店に対する社会的要請が高まり、より透明性の高い業務運営と顧客本位の姿勢が強く求められるようになりました。

この背景には、金融庁による保険募集の適正化に関する検査・監督の強化、消費者保護の観点からの規制見直し、デジタル化の進展による顧客の期待値向上などがあります。特に、不適切な募集行為や顧客への説明不足による苦情・紛争の増加を受け、業界全体での自主的な品質向上への取り組みが不可欠となっています。

損害保険協会は、これらの課題に対応するため、代理店の業務品質を客観的に評価し、継続的な改善を促進する仕組みとして第三者評価制度の導入を決定しました。この制度により、代理店は自己点検を通じて業務の現状を把握し、保険会社との対話を通じて改善点を明確にし、持続可能な経営基盤の構築を目指すことになります。

【保険業法に基づく業務改善命令】

23年11月ビッグモーター、25年1月(株)トヨタモビリティ東京、(株)グッドスピード、25年8月(株)FPパートナー、(株)ネクステージ

【企業向け保険の「カルテル疑惑」】

23年12月 大手損害保険4社

【保険会社による情報漏洩】

東京海上日動 23年5月:送信メールデータが流出、24年5月:乗合代理店と保険会社間で顧客情報が不適切に共有、24年8月:FPパートナー派遣社員による他社契約情報持ち出し、
25年2月:三菱UFJ銀行への出向者による情報漏洩 25年3月業務改善命令

損保ジャパン 23年4月:コールセンター業務委託社員による不正持ち出し、24年11月:サイバー攻撃による委託先の外部事業者から顧客情報流出、25年3月:業務改善命令

三井住友 24年5月:乗合代理店と保険会社間で他社顧客情報が不適切に共有、24年8月:保険代理店への出向者による顧客情報の不正取得、25年3月:業務改善命令

業界環境の変化：なぜ今、品質評価が求められるのか

「損害保険業の構造的問題と競争の在り方に関する有識者会議」(有識者会議)

主催 金融庁 1, 大規模代理店に対する指導 2, 保険代理店への便宜供与・出向 3, 兼業代理店の利益相反
4, 営業部門から支払い部門への圧力 5, 共同保険のあり方 6, 企業内代理店のあり方

「代理店業務品質評価に関する第三者検討会」(第三者検討会) 第三者評価制度を新たに運用

主催 損保協会 1, 全損保共通の評価指針を策定し、代理店が自己点検を行う
2, 自己点検結果をもとに保険会社が定期的監査を行い対話を行う
3, 第三者組織が問題のある代理店の実態調査を行い、結果と当局と連携
すべての代理店が対象となり、手数料ポイントや金融庁の監督とも連動する仕組み

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」(保険ワーキング・グループ)

主催 金融庁 1, 大規模代理店に対する規制の強化 2, 乗合代理店の比較推奨ルールの変更 3, 代理店管理の強化
4, 保険仲立人の活用推進 5, 契約者グループや代理店への便宜供与の禁止 6, 企業内代理店の特定比率規制
26年6月頃に保険業法改正が施行予定

上記会議に金融庁からの要請で日本代協がオブザーブ参加

第三者評価制度の本格運用に向けたスケジュール

2024年

準備期間として、各保険会社が独自の対応方針を策定・公表。代理店向けの説明会や研修を実施し、制度への理解促進を図っています。

2026年4月

本格運用開始。全代理店を対象とした品質評価制度が正式にスタートし、継続的な業務改善サイクルが確立されます。

1

2

3

2025年(現在)

トライアル運用開始。実際の自己点検と評議会の設置により、制度の実効性を検証します。年内には制度の改定も予定されています。

このスケジュールに沿って、代理店は段階的に体制整備を進める必要があります。特に2025年のトライアル期間は、本格運用に向けた重要な準備期間として位置づけられており、この期間中の取り組み状況が2026年以降の評価に大きく影響する可能性があります。

手数料ポイント制度と品質評価の関係

従来の手数料ポイント制度は、主に販売実績や契約継続率などの数量的指標に基づいて代理店を評価してきました。しかし、品質評価制度の導入により、これらの指標に加えて業務プロセスの適切性や顧客満足度などの質的側面も重要な評価要素となります。

この変化により、代理店は単純な販売活動だけでなく、適切な意向把握、丁寧な商品説明、継続的なアフターフォローなど、顧客本位の業務運営を徹底する必要があります。結果として、手数料ポイントの算定方法も見直しが予想され、品質評価の結果が手数料体系に反映される仕組みが構築される可能性があります。



品質評価基準とは: 5つの評価軸



法令等遵守・顧客本位

保険業法をはじめとする関連法令の遵守状況と、顧客の利益を最優先とした業務運営体制の確立が評価されます。



意向把握・情報提供

顧客のニーズを適切に把握し、必要十分な商品情報を提供する能力と体制が評価の対象となります。



禁止行為の防止

特別利益の提供や不適切な募集行為など、法令で禁止されている行為の防止体制の整備状況が評価されます。



保険料取扱い

保険料の適切な収納・送金体制、顧客資金の分別管理など、金銭管理の適正性が評価されます。



便宜供与の禁止

顧客や保険会社に対する不適切な便宜供与の防止体制と、公正な取引関係の維持が評価されます。

法令等遵守・顧客本位の具体的要求事項

法令等遵守・顧客本位の評価項目では、代理店が保険業法、金融商品取引法、個人情報保護法などの関連法令を正しく理解し、日常業務に適切に反映しているかが問われます。単に法令を知っているだけでなく、実際の募集活動や契約手続きにおいて法令遵守が徹底されているかが重要な評価ポイントとなります。

顧客本位の業務運営については、顧客の最善の利益を追求する姿勢が業務プロセス全体に組み込まれているかが評価されます。これには、商品選択における中立性の確保、手数料開示の透明性、苦情処理体制の整備、継続的な顧客フォロー体制などが含まれます。

具体的な評価項目としては、内部管理体制の整備状況、研修・教育の実施状況、業務マニュアルの整備と運用状況、監査・点検体制の構築状況などが挙げられます。これらの項目について、形式的な整備だけでなく、実質的な運用が行われているかが厳格に評価されることになります。

意向把握・情報提供プロセスの標準化



ヒアリング

顧客の現在の保険加入状況、リスク認識、予算、家族構成などを体系的に聞き取り、真のニーズを把握します。



商品比較

複数の商品・プランを客観的に比較し、顧客のニーズに最適な選択肢を提示します。比較根拠を明確に説明することが重要です。



合意形成

提案内容について顧客の理解と同意を得て、契約に至るプロセスを適切に管理し、必要な書面による確認を実施します。

意向把握・情報提供プロセスでは、形式的な手続きの履行だけでなく、顧客との実質的なコミュニケーションが重視されます。特に、顧客の真のニーズを引き出すヒアリング技術、複数商品の特徴を分かりやすく説明する提案力、顧客の理解度を確認しながら進める合意形成能力が評価の重要なポイントとなります。

自己点検制度の仕組みと実施方法

代理店用チェックリスト

- ・選択式から選択式及び記述式に変更(全65項目)
- ・ 組織体制・内部管理(約15項目)
- ・ 募集プロセス・顧客対応(約20項目)
- ・ 契約管理・アフターフォロー(約10項目)
- ・ 金銭管理・コンプライアンス(約12項目)
- ・ 教育・研修体制(約8項目)

募集人用チェックリスト

- ・ 基礎知識・商品理解(約18項目)
- ・ 募集スキル・顧客対応(約22項目)
- ・ 法令遵守・倫理規範(約15項目)



主要保険会社の自己点検後対応方針比較:意見交換

比較項目	東京海上日動(TM)	損保ジャパン(SJ)	あいおいニッセイ同和(AD)	三井住友海上(MS)
点検対象	全代理店	全代理店(統括含む)	損保挙績5,000万円以上 (2026年以降は全代理店)	同左(2026年以降は全代理店)
点検ツール	業界共通チェックシート (Excel)	業界共通チェックシート (Excel)	業界共通チェックシート＋ 独自項目	業界共通チェックシート＋ 独自項目
必須項目	不適切な便宜供与、利益 相反、個人情報管理など	同左	同左 苦情対応、募集文書管理	同左 苦情対応、募集文書管理
点検実施者	店主・保険責任者	店主・保険責任者	店主・募集人	店主・募集人 契約取扱責任者
点検結果の提出	原則不要(希望者のみ)	原則不要(希望者のみ)	提出必須(代理店用のみ)	提出必須(代理店用のみ)
点検後の対応	必要に応じて「対話」	改善状況確認シート作成	フィードバック＋改善＋ 再確認	フィードバック＋改善＋ 再確認＋証跡保管
フィードバック方法	担当者との相談	担当者からの助言	課支社からのフィードバック (12月末まで)	同左＋「対話」の継続実施 を推奨
改善支援	自主対応中心	教育支援あり	改善計画＋教育支援	改善計画＋教育＋システ ム整備＋証跡管理
特徴的な点検項目	顧客本位・社内規則	勧誘方針・事故対応	募集文書・苦情対応	テレマーケティング・内部監 査・通話確認・反社対応な ど網羅的

東京海上日動の分業モデル戦略

東京海上日動は、代理店の業務効率化と品質向上を両立させるため、自己点検結果ならびに対話を踏まえて『スタンダード（自立層）』『分業モデル（一部未充足）』『コンプライアンス未充足』の3区分に分けて対話を進めていく。
新たに導入される、『分業モデル』は、代理店の業務を専門性に応じて分担し、各業務に特化したスペシャリストを育成することで、全体的な業務品質の向上を図ります。

具体的には、新規開拓、契約手続き、継続管理、事故対応、アフターフォローなど、業務プロセスを細分化し、それぞれに保険会社のグループ会社が業務を一部担うことで、代理店の担当者が専門分野に集中できるため、より深い知識とスキルを身につけることができ、顧客に対してより高品質なサービスを提供できるようになります。

また、分業モデルの導入により、業務の標準化と効率化が進み、人材育成コストの削減や業務プロセスの見える化も実現されます。東京海上日動では、この分業モデルを代理店の競争力強化の重要な戦略として位置づけており、今後もサポート体制の充実を図る予定です。

損保ジャパンの対話重視アプローチ



損保ジャパンは、自己点検結果に基づく「対話」を重視したアプローチを採用しています。単に点検結果を確認するだけでなく、代理店との継続的な対話を通じて、潜在的な課題を早期に発見し、迅速な改善策を講じることを重視しています。

この対話プロセスでは、代理店の業務状況や経営課題を詳細にヒアリングし、個別の状況に応じたカスタマイズされた改善提案を行います。また、代理店側の意見や要望も積極的に取り入れ、双方向のコミュニケーションを通じて、実効性の高い改善計画を策定します。

特に重要なのは、形式的な対話ではなく、代理店の実際の業務改善につながる建設的な議論を行うことです。そのため、損保ジャパンでは、対話を担当する職員の研修にも力を入れており、代理店の課題を的確に把握し、適切な改善提案ができる人材の育成を進めています。

三井住友海上・あいおいニッセイ同和の合併準備体制

合併に向けた統合準備

2つの会社が合併を控えているため、品質評価制度の対応方針についても統合を前提とした検討が進められています。現在は各社独自の方針を維持しつつ、将来的な統合を見据えた準備を行っています。

ZOOM対話の積極活用

合併準備期間中の効率的な代理店対応として、オンラインでの対話を基本とする方針を採用しています。これにより、地理的制約を超えて効率的な対話を実現し、合併後の統一された対応体制への移行を準備しています。

システム統合の準備

合併後の代理店管理システムの統合に向けて、品質評価制度に関するデータ管理や報告体制の標準化を進めています。両社のベストプラクティスを融合した新しい管理体制の構築を目指しています。

MS&ADホールディングスの包括的支援戦略

MS&ADホールディングスは、グループ全体の総合力を活かした包括的な代理店支援戦略を展開しています。品質評価制度への対応においても、単体保険会社では提供できない幅広いサポートメニューを用意し、代理店の多様なニーズに応えています。

特に重視しているのは「丁寧な対話による実態把握」です。表面的な数値や書面だけでは見えない代理店の実際の業務状況や課題を、時間をかけた対話を通じて深く理解し、根本的な改善策を提案することを重視しています。この approach により、代理店との信頼関係を深め、持続可能な改善を実現しています。

また、グループ内の各社が持つノウハウやベストプラクティスを横断的に活用し、代理店の業務改善に役立てています。例えば、三井住友海上の教育プログラムとあいおいニッセイ同和のデジタル化支援を組み合わせた統合的な支援メニューなど、グループシナジーを最大限に活用したサービスを提供しています。

AIG損保の認定制度による品質管理



基礎研修の実施

代理店・募集人向けの体系的な基礎研修プログラムを実施し、保険商品の知識、募集スキル、コンプライアンス意識の向上を図ります。



品質評価の実施

独自の品質評価基準に基づき、代理店の業務品質を定期的に評価し、客観的な指標による現状把握を行います。



認定制度の運用

評価結果に基づき、一定の品質水準を満たした代理店・募集人に対して認定を付与し、継続的な品質向上のモチベーションを提供します。

AIG損保の認定制度は、代理店の品質向上を目的とした包括的なプログラムです。単に評価を行うだけでなく、研修・指導・認定のサイクルを通じて、代理店の継続的な成長を支援しています。

代理店側の実務対応について(意見交換)

第1四半期

前年度の総括と新年度方針の策定
基本体制の見直しと改善計画の立案

第2四半期

改善計画の実行状況確認中間評価
と軌道修正の実施

第3四半期

上半期の総合評価下半期に向けた
戦略の再検討

第4四半期

年度総括と次年度準備保険会社と
の年次対話の実施



四半期サイクルでの運用により、課題の早期発見と迅速な改善が可能となります。各四半期で明確な目標を設定し、継続的なPDCAサイクルを回すことが成功の鍵となります。

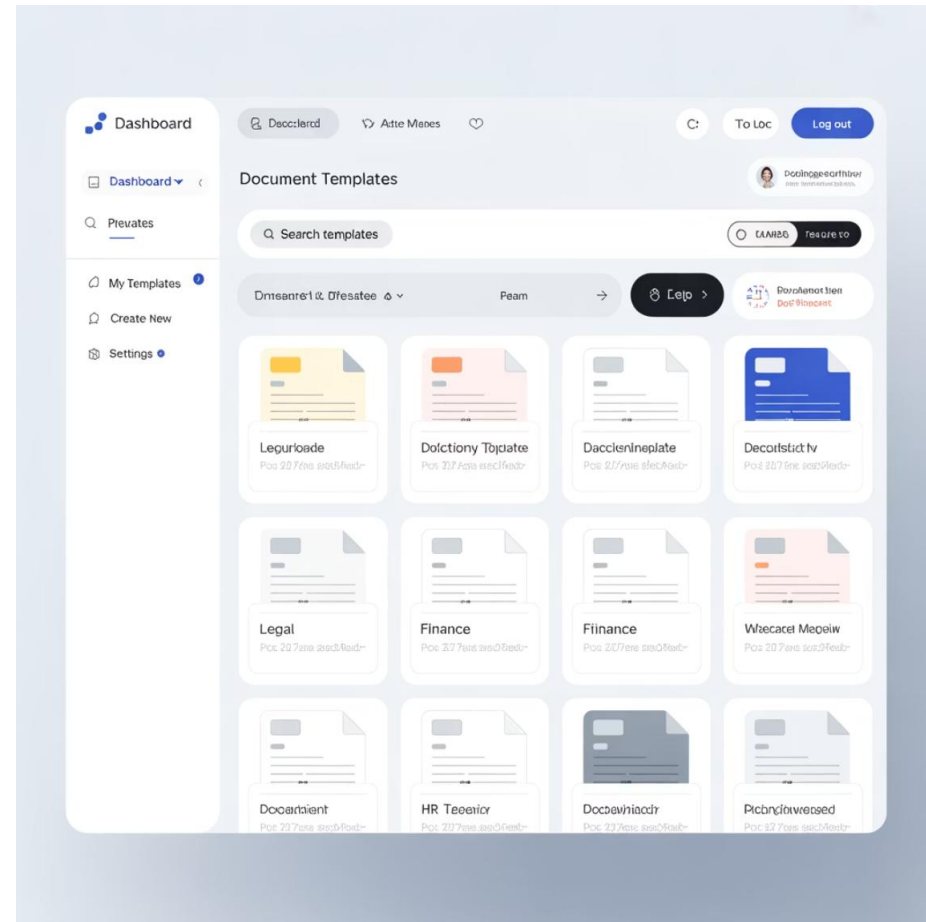
代理店側の実務対応（証跡管理のテンプレート化と標準化）

必須管理書類の標準化

- ・ 顧客面談記録シート
- ・ 商品比較提案書
- ・ 重要事項説明確認書
- ・ 契約同意書
- ・ アフターフォロー記録
- ・ 苦情・相談対応記録
- ・ 研修受講記録
- ・ 内部監査チェックシート

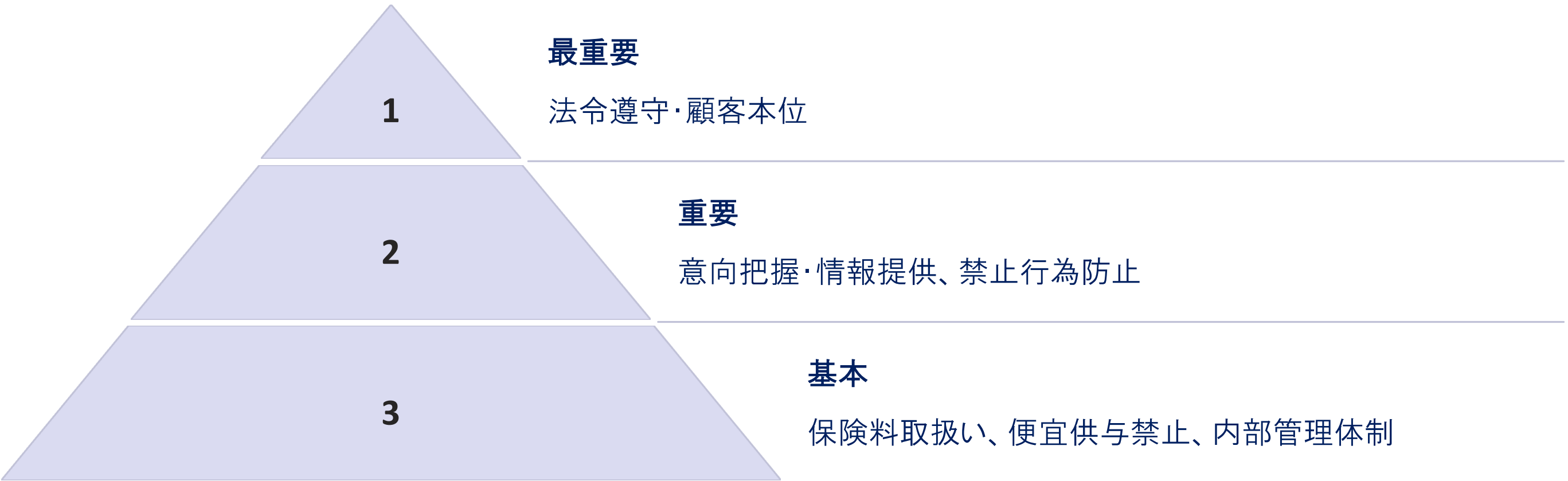
デジタル化のメリット

- ・ 検索・参照の効率化
- ・ データの一元管理
- ・ バックアップの自動化
- ・ 監査対応の迅速化



証跡管理のテンプレート化により、業務の標準化と効率化を同時に実現できます。特に重要なのは、形式的な記録ではなく、実際の業務改善に活用できる質の高い記録を残すことです。

代理店の実務対応（重点監査領域と対応準備）



品質評価では、特に上位の項目について厳格な評価が行われる予定です。代理店は、これらの領域について優先的に体制整備と改善活動を実施する必要があります。

最重要領域である法令遵守・顧客本位については、代理店の経営理念から日常業務まで一貫した取り組みが求められます。単に形式的な体制を整備するだけでなく、実際の業務プロセスに顧客本位の考え方が根付いているかが評価のポイントとなります。

まとめ：品質評価制度への戦略的対応

制度理解の重要性

品質評価制度は単なる規制対応ではなく、代理店の競争力強化と持続可能な経営基盤構築のための重要な機会として捉える必要があります。

保険会社との連携

各保険会社の対応方針の違いを理解し、それぞれの特徴を活かした効果的な対話と改善活動を実施することが成功の鍵となります。

継続的改善の実践

四半期サイクルでのPDCA運用により、形式的な対応ではなく、実質的な業務改善を継続的に実現し、顧客満足度の向上を図ります。

品質評価制度の導入は、損害保険業界全体の信頼性向上と代理店チャネルの競争力強化を目的としています。代理店の皆様には、この制度を前向きに捉え、自社の業務品質向上と顧客満足度向上のための貴重な機会として活用していただきたいと考えています。

今後も、業界動向や各保険会社の対応状況について継続的に情報収集を行い、会員の皆様に有益な情報提供を続けてまいります。ご質問やご相談がございましたら、いつでもお声かけください。