

ふたのワンポイントレッスン

Vol 1 代理店監査におけるプロ代理店の体制(態勢)整備課題(1)～自店の内部監査～

代協会員の皆さま、お待たせいたしました。体制整備の豆知識の Part7 をお届けします。

今シリーズでは、皆さまが体制(態勢)整備を進める上で少しでもお役にたてるように、代理店監査における課題などを中心としたテーマとして、1年間にわたり毎月配信する予定です。

これまでのシリーズに引き続き、作成は日本創倫株式会社様をお願いしております。

保険代理店の皆さまは、これまで毎年自社内で実施してきた自己点検や内部監査について、「何のために実施しているか」役職員の皆さまが実施する趣旨・目的や内容を理解し、形式的ではなく、適正で実効性のある点検や監査となっているでしょうか。保険検査マニュアルが廃止され、顧客本位の業務運営の浸透に向けて、金融庁の方針はルールベースからプリンシプルベースに移り、保険代理店は内部監査や自己点検により自らを律する時代になってきました。さらに保険業界を取り巻く環境も厳しさを増しており、2022年度はこれまで以上に強固な体制(態勢)整備を構築する必要があります。

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)になるためには、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。

弊社が実施している代理店監査において、プロ代理店が特に体制(態勢)整備ができにくい課題が主に3つあります。

1つは、点検・チェックなどによる自店の内部監査の実施です。

2つ目は、自店の募集人や社員の教育研修です。

そして、3つ目は、日々業務において接する個人情報や個人データの取扱管理です。

今回は、1つ目の内部監査が、なぜ、できにくいのか説明したいと思います。

改正保険業法の下で、実効性のある体制(態勢)整備を構築するには、自己点検や内部監査などによる現状や実態を把握ができる組織体制(担当)が必要です。

なぜなら、法令に適した業務運営ができている保険代理店となっているのか、客観的で適正な点検・チェックによる現状把握ができなければ、今の業務実態で良いのか、変えないといけないのか、経営者も判断することができないと思います。

この現状把握のための点検・チェック(C)により、策定した社内規則(P)は、実態に即した内容となっているか、また、そのルールを社員に周知徹底するために教育研修を実行(D)しているか、自社に課題や問題点がある場合は、是正や改善する計画行動(A)により、たえずPDCAサイクルを回すことで、業務品質が向上していきます。

経営者にとって点検・チェック(C)による現状把握は、必要不可欠な判断材料なのです。

また、「点検」と「監査」には、(1)実施者、(2)実施頻度、(3)実施目的などに大きな違いがあります。

(1)実施者について

「点検」は、担当者などの自部門を自分たちでチェックをするのに対し、「監査」は、監査を受ける該部門以外の方が実施します。

「監査」は、普段自分が所属している部門を自分たちで監査するとチェックが甘くなり、公平性が保たれなくなるのを防ぐため、法令・社内規則等の業務や運営実施者とは別の独立性を有した者が、客観性、専門性を持って監査を行います。

(2)実施頻度について

「点検」は、一般的に 日次や月次など決められた時期に点検項目を確認する日常業務の点検に対して、「監査」は、主に年次の監査計画を立て、あらかじめ実施時期や監査内容を通知する定期監査(予告監査)と日常業務の実態を把握するための無予告監査があります。

どちらも監査目的を持って、実際に社内規則や法令対応が適正、かつ業務規程に従って業務運用しているか否か確認のため実施します。

(3)実施目的(一番の違い)について

「点検」は予防を含み問題点を早期に見つけるために実施するのに対し、「監査」は社内のルールや実施状況、社内の体制を見直すために実施します。

弊社の代理店監査では、被監査部署などにおける募集や内部事務等の課題・問題点の発見・指摘にとどまらず、内部管理態勢の評価や問題点の原因分析および改善のための提言・アドバイスに資料・ツールの提供並びに改善策の進捗状況のフォローアップ等まで行っています。

すべての代理店で、独立した「内部監査部門」による監査が求められるものではありませんが、点検や監査の実効性を高めるためには点検や監査業務を担う「専担者」を配置することは必要です。

また、内部監査の実施体制が整うまでは、専門の独立機関による外部監査を受けるといった対応をとるなど、合理的かつ実効性のある態勢の構築を図る必要があります。

これから生き残れる保険代理店は、経営者が自ら経営判断できる判断材料を把握できる内部監査体制を構築し、顧客本位に業務品質を向上でき代理店経営（ガバナンス）があたり前にできる事業会社（保険代理店）しかないと思われます。

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