

皆さま、お疲れ様です。緊急事態宣言は解除されましたが、ワクチンは未開発ですし、感染自体が収まっているわけではありませんので、皆さまも様々な防御策をとられながら事業を進めておられることと思います。本当にお疲れ様です。

さて、6月19日に、関東財務局が昨年10月から今年2月にかけて61店の専業・兼業の乗合代理店に対して実施した対話結果が公表されました。（＊関東財務局ホームページ：下記リンク先）既に多くの皆さまがご覧になっておられるかと思いますが、どのような印象をお持ちになったのでしょうか。これまでの当局から発出されるレポート類とは異なり、要点を抑えて整理されており、とても身近で分かりやすいと感じた方も多いのではないかと思います。表題は「保険代理店との対話を通じて「見て、聞いて、感じた」こと」となっており、関東財務局が「行政の現場は事務室や会議室だけではない、実際に自分の目で保険募集の現場を見ずして監督ができるのか？」と考えて実施したものです。取組事例も多く紹介されており、今後の代理店経営にとって非常に有益な内容になっています。

◇ <http://kantou.mof.go.jp/kinyuu/pagekthp029000012.html>

全体でPPT18ページ程度の分量であり、簡潔に整理されていますので、是非お目通しいただき、このレポートのメッセージを自社の代理店経営にどう活かしていくか、これからの経営課題として社内で真剣に論議されることをお勧めいたします。

対話の狙いは、「業法改正から3年経過し、保険募集現場はどう変わったのか?」「新たな保険募集のルールがどの程度定着しているか」「体制整備の実効性は保たれているか（検証・改善の実効性）」「どのような顧客本位の取り組みが行われているか」といった点を行政として確認することにあり、監督官の他、金融検査官も動員して119社へのアンケート調査から実施されたものです。（その中の61社を抽出）

対話の結果、「自らの規模や特性に応じた体制を整備している代理店が一定数認められた一方で、法施行後3年が経過するのに一度整備した体制の改善や見直しが十分

に行われていない代理店もあった」とし、その背景として、「保険募集のルールの本質（顧客本位の業務運営）をしっかりと理解していないことから、その後の環境変化に対応した改善が行われていない」と整理しています。

それを踏まえ、ルールの本質をしっかりと理解していれば、時間の経過に伴う状況変化にも柔軟に迅速に対応できるし、それぞれの立場によって解釈や考え方が異なることもないし、規模や特性に応じた適切な体制整備の維持・改善ができる、とのメッセージを送っています。

また、顧客本位の具体的取り組みの観点では、理念の重要性を指摘しており、各代理店の経営理念に込められた本質をしっかりと理解した上でお客さまと向き合えば、信用と信頼に加えて、理念への共感を得ることができると指摘しています。

同時に、保険募集の適切性を確保し、募集品質の維持・向上に資する取り組みが顧客から評価・支持されていたとして、顧客本位の視点に立った品質向上の重要性を呼び掛けています。

そして最後に、代理店に対して、保険会社と契約者をつなぐ役割の発揮を求めており、顧客本位の取り組みを不断の努力で改善・向上させていこうとする代理店に対する期待を「つなぐ=connect」という言葉で表現しています。併せて、ルールの本質を伝えるのは行政の役割とまで記載されており、現場での代理店との対話の中から、顧客本位の取り組みや PDCA の検証・改善のプロセス、その裏にある理念の重要性、代理店の社会的価値への言及、行政自身の役割への言及など、全体を通して形式ではなく実態や実効性を重視した意義あるアプローチが行われており、監督官庁としての財務局の取り組みとして高く評価できる異色の内容になっています。

是非とも本対話結果を参考にしながら、改めて顧客本位の視点に立ってより一層の体制整備に取り組んでいただきますようお願いいたします。

以上

作成：日本創倫株式会社 専務取締役（SE0）オフィサー事業部長 風間利也

配信：日本代協事務局