

募集品質向上は代理店手数料とどう連動するのか



DO YOU AGREE?

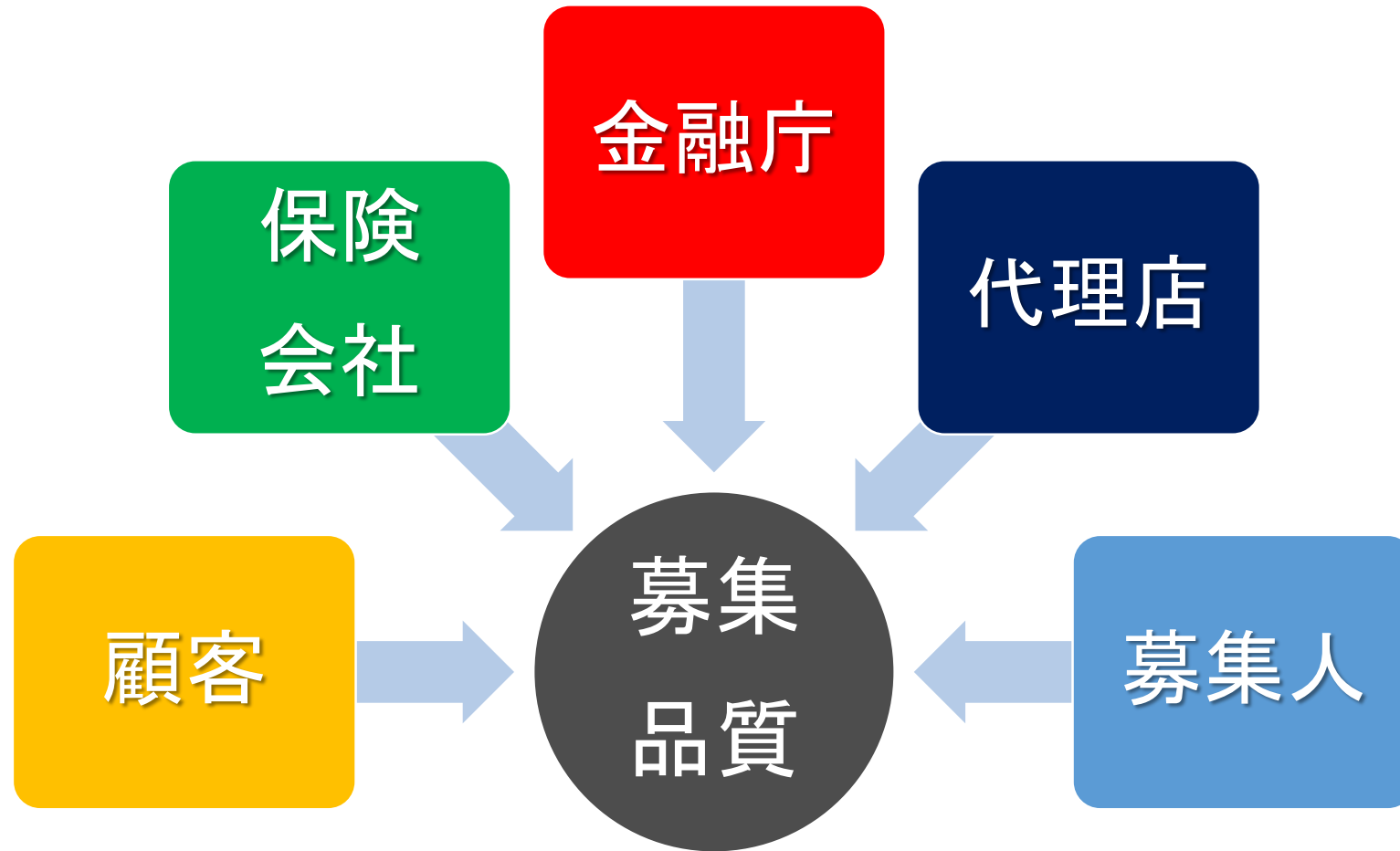
**もう量(規模・販売量)だけで
手数料率が上がる時代ではない。**

**自社の「募集品質」を向上させないと
手数料が下がる時代になった。**

AGENDA

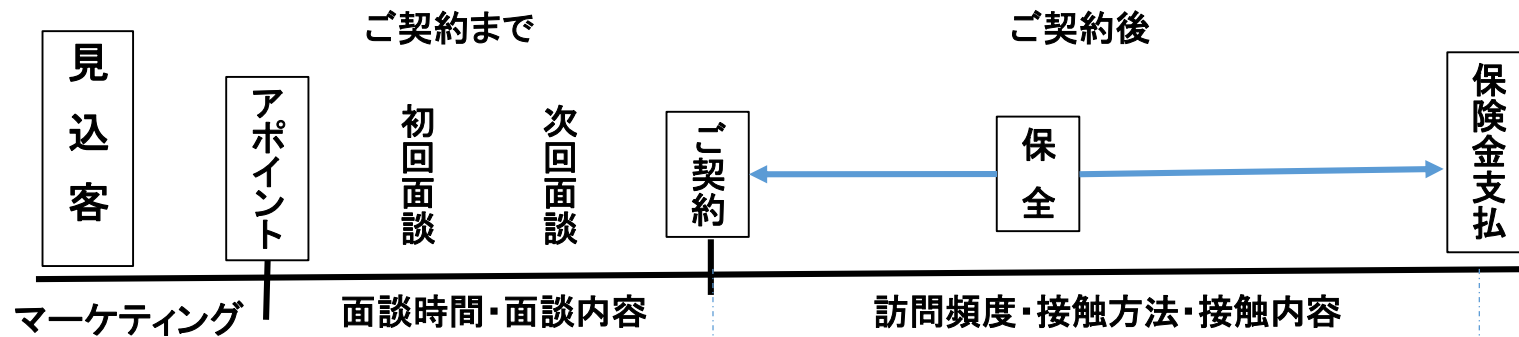
1. **そもそも募集品質とは何か？（各々の立ち位置からその定義を共有する）**
2. **募集品質を上げるということは即ち何に取り組むことなのか？**
3. **具体的に何をどう向上させたら手数料率が上がるのか？**
（金融庁の言う顧客にきちんと説明可能な合理的な手数料とは何か）
4. **まとめ：乗合代理店業界を健全化していくために必要なこと**

1. そもそも募集品質とは何か？(各々の立ち位置からその定義を共有する)

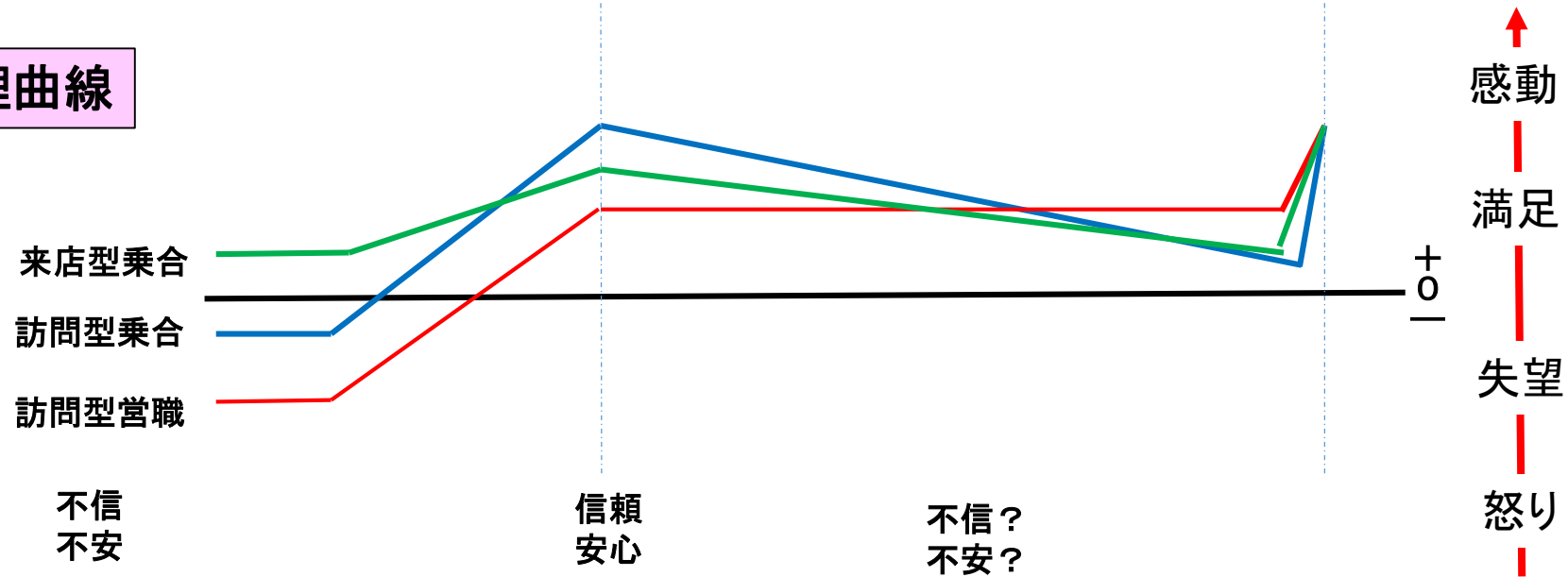


募集品質の範囲(時間軸)と尺度(定量化)を考察する

顧客満足ポイント



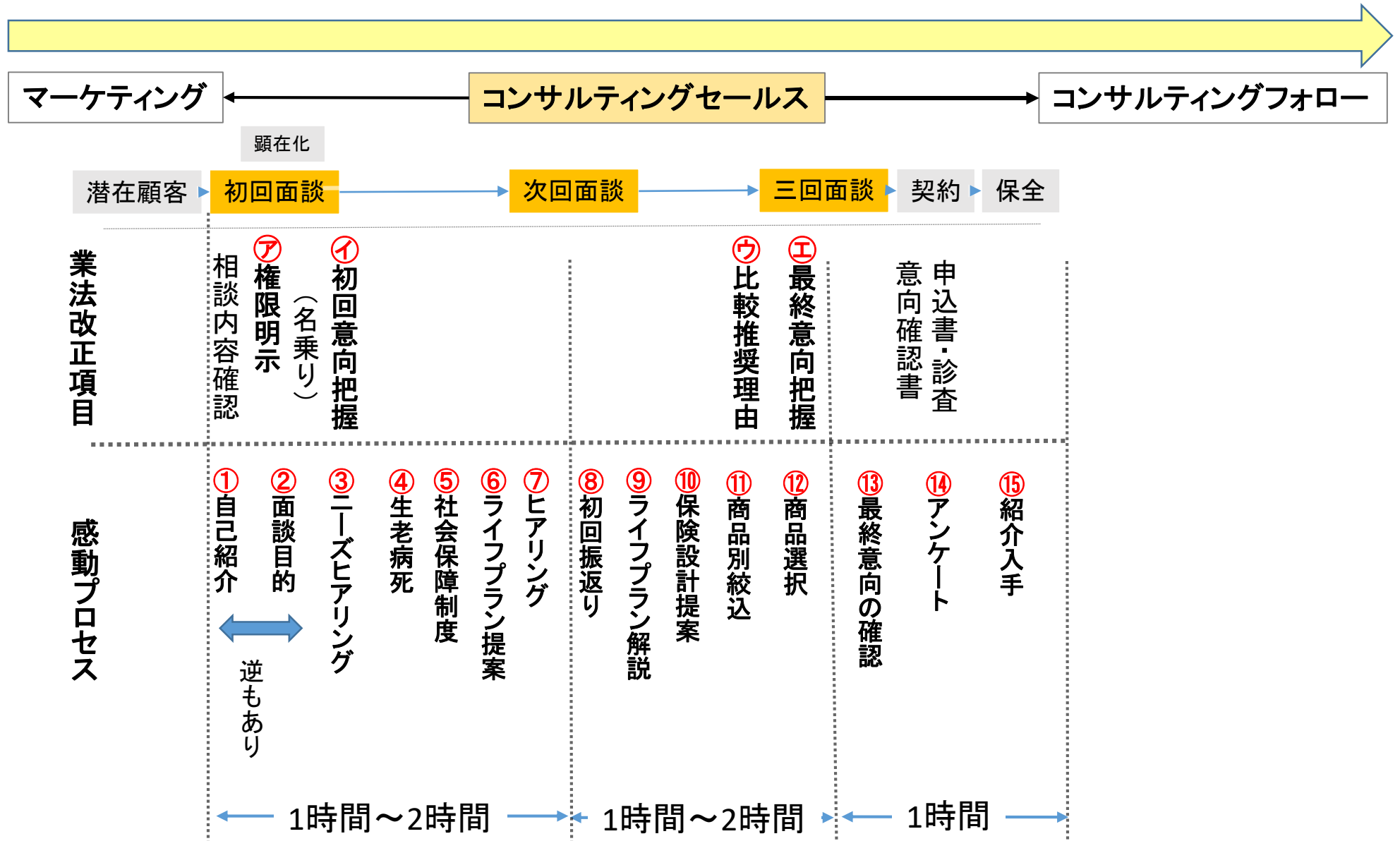
顧客心理曲線



契約時友人知人に勧めたい?

契約後友人知人に勧めたい?

募集プロセスを可視化してみると(顧客満足向上プロセス)



「募集品質」の整理

金融庁の募集品質とは

保険会社の募集品質とは

保険代理店の募集品質とは

保険募集人の募集品質とは

顧客の募集品質とは

共有

基本原則はプリンシプルベース

BUT

ある程度ここが揃わないと納得感のある募集活動ができないのではない
か。

保険会社個社ごとに募集品質の定義が異なるのであれば、「乗合代理店も個社の募集品質」を定める必要があるのではないか。ただ、その定義と各保険会社の定義が異なれば手数料との連動性は無くなるので、それにより比較推奨商品が変わる？（独自のFD宣言の策定と実行）

[生命保険協会]

今事務年度の保険分野に関するモニタリングについて

(1) 顧客本位の業務運営

② 一般乗合代理店に対するインセンティブ報酬

② 一般乗合代理店に対するインセンティブ報酬

- 昨年、金融レポート等において、「代理店手数料は顧客にもきちんと説明可能な合理的なものであるべき」との指摘を行ったところ。
- その後の生命保険各社へのモニタリングでは、その問いかけに対して、代理店手数料の評価に業務品質を取り入れた見直しを行うなど前向きに取り組む会社があった。
- さらに、各社の顧客本位の業務運営方針等に基づく取組みの中で、代理店手数料の支払いに関する考え方や、その考え方に基づく手数料見直しの方向性について、わかりやすい内容で公表する社もあり、代理店手数料開示に向けた検討を行っている会社も認められた。
- しかし、そのような会社でも、他社の動向を見つつ検討したいとして、他社に先行して代理店手数料を適正化することに躊躇する声がある状況も把握。
- 顧客に合理的に説明できる代理店手数料の実現に向けて、各社は、顧客本位の業務運営の下、横並びではなく独自に代理店手数料の見直しや開示の取組みを進めていくことが望ましい。
- このため、金融庁としては、今事務年度においても、各社が前向きにこれらの取組みを進めていけるように、各社の取組み内容を把握し、その好事例をフィードバックすることで、各社の取組みを後押しするなど、引き続き対話を行っていきたい。

2. 募集品質を上げる(手数料を上げる)ということは即ち何に取り組むことなのか？

1. 募集品質と業務品質

- ①体制整備の質(社保潜脱含む)は手数料と連動すべきか
- ②募集人の質(募集品質)と代理店の質(業務品質)は両輪か

- ・顧客にとって素晴らしいサービスを提供する優秀な募集人が実質フルタイムで働きながら社保の潜脱をしている場合の評価は？
- ・継続率は高い代理店ではあるが内部監査が行われていない代理店の評価は？

3. 具体的に何をどう向上させたら手数料率が上がるのか？

(金融庁の言う顧客にきちんと説明可能な合理的な手数料とは何か)

1. 量と質の配分は

2. 継続率以外に納得感を持って定量化できる指標はあるか

<事例>

- ①ペーパーレス
- ②不備率
- ③クレーム(苦情)率
- ④クーリングオフ率
- ⑤ライフプランニング率
- ⑥顧客満足度調査評点
- ⑦検査指摘事項評点
- ⑧FD宣言 & KPI
- ⑨早期失効 & 早期解約
等々

これだけある各社の手数料に連動する品質項目(2018.10.31現在)

～保険会社ごとの品質の認識が違くと代理店は比較推奨が歪められないか～

- ①FD宣言の策定・公表
- ②KPIの策定・公表
- ③"HP掲載
(勧誘方針・個人情報保護宣言等)"
- ④共同GW(生保会社システム)
- ⑤店舗数/募集人数
- ⑥ペーパーレス率(法人契約除く)
- ⑦募集人向研修(継続教育以外)
- ⑧募管・監査/コンプラ部門独立設置
- ⑨教育部門独立設置
- ⑩UL確認コール率
- ⑪失効解約率
- ⑫成立率(法人契約除く)
- ⑬早期(初期)消滅率
- ⑭申込書不備率
- ⑮(修正)保有ANP
- ⑯(修正)新契約ANP
- ⑰新契約ANP伸展率
- ⑱IQA24
- ⑲IQA60
- ⑳MOF13・25・37
- ㉑稼働率(法人単位)
- ㉒保有資格(TLC・SLC・AFP)
- ㉓証券発送迄の日数
- ㉔代理請求特約付保率
- ㉕親族連絡先登録率
- ㉖口振未入率
- ㉗お客様の声交換会参加
- ㉘苦情発生率
- ㉙苦情対応態勢と社内規定策定での遵守
- ㉚意向把握・確認の社内規定遵守
- ㉛比較推奨販売の社内規定遵守
- ㉜顧客説明・情報提供の社内規定遵守
- ㉝高齢化募集の社内規定遵守
- ㉞アフターフォローの社内規定遵守
- ㉟顧客情報管理態勢

まとめ：乗合代理店業界を健全化していくために必要なこと

1. 保険代理店は手数料収入で経営が成り立っている
 - ①下がる前提での代理店経営をどうするか
 - ②下がらないための募集品質向上と一定以上の規模の適正バランスは
2. 代理店手数料の顧客に説明できる合理的な手数料とは
どんな制度でどのくらいが妥当なのか
3. 若者が夢を持って働ける職業にするために