

消費者に信頼される代理店を目指して

# 日本代協の取組みと提言

金融審議会保険WGプレゼン資料

平成21年3月3日

社団法人 日本損害保険代理業協会  
会長 荻野 明廣

# [目次] <本日お伝えしたいこと>

日本代協の概要	(P.3)
日本代協の事業	
(1) 代理店・募集人に対する教育・研修	
「日本代協保険大学」の運営	(P.4)
-2 「日本代協保険大学」の受講者数推移	(P.5)
-3/4/5 保険大学のカリキュラム《1・2・3》	(P.6-8)
「日本代協認定保険代理士」の認定	(P.9)
-2 認定保険代理士数の推移	(P.10)
(2) 損害保険普及に関する啓発・宣伝活動	(P.11)
(3) 消費者・保険契約者の利益を守るための調査・研究	
および提言活動	(P.12)
日本代協からの提言 = 消費者・保険契約者の利益保護のために	
提言    保険募集現場における消費者に理解しやすい	
仕組みづくりについて	(P.13)
提言    乗合代理店の普及促進	(P.14)
提言    「認定保険代理士」への公的資格付与	(P.15-17)
[添付参考資料リスト]	(P.18L)

# 日本代協の概要

## 設立

- ・ 昭和23年（1948年）2月設立
- ・ 昭和39年（1964年）12月大蔵省より社団法人の認可取得

## 目的

- ・ 「損害保険代理店」を会員とする団体で、以下を目的として全国で活動を行っている
- ・ 損害保険の普及と保険契約者の利益保護
- ・ 損害保険代理店・募集人の資質の向上
- ・ 損害保険事業の健全な発展

## 組織

- ・ 本部と全国47都道府県の損害保険代理業協会（単位代協）により構成されている（平成20年12月1日付 公益法人制度改革関連法施行に合わせ、全単位代協は一般社団法人を設立、法人格を取得済み）

## 会員数

- ・ 11,693 店（平成21年2月18日現在）

# 日本代協の事業

## (1)代理店・募集人に対する教育・研修

### 「日本代協保険大学」の運営

「日本代協保険大学」とは・・・**環境変化の中で、消費者に信頼される保険代理店になるための高度な水準の募集人教育システム**

◇開 講：平成10年10月スタート（現在、第12期生募集中）

⇒ 平成20年10月までに10,126人が受講

◇研修期間：2年

◇単 位：全国16ブロックで実施するセミナーと通信教育で  
計60単位＋海外研修（5単位）

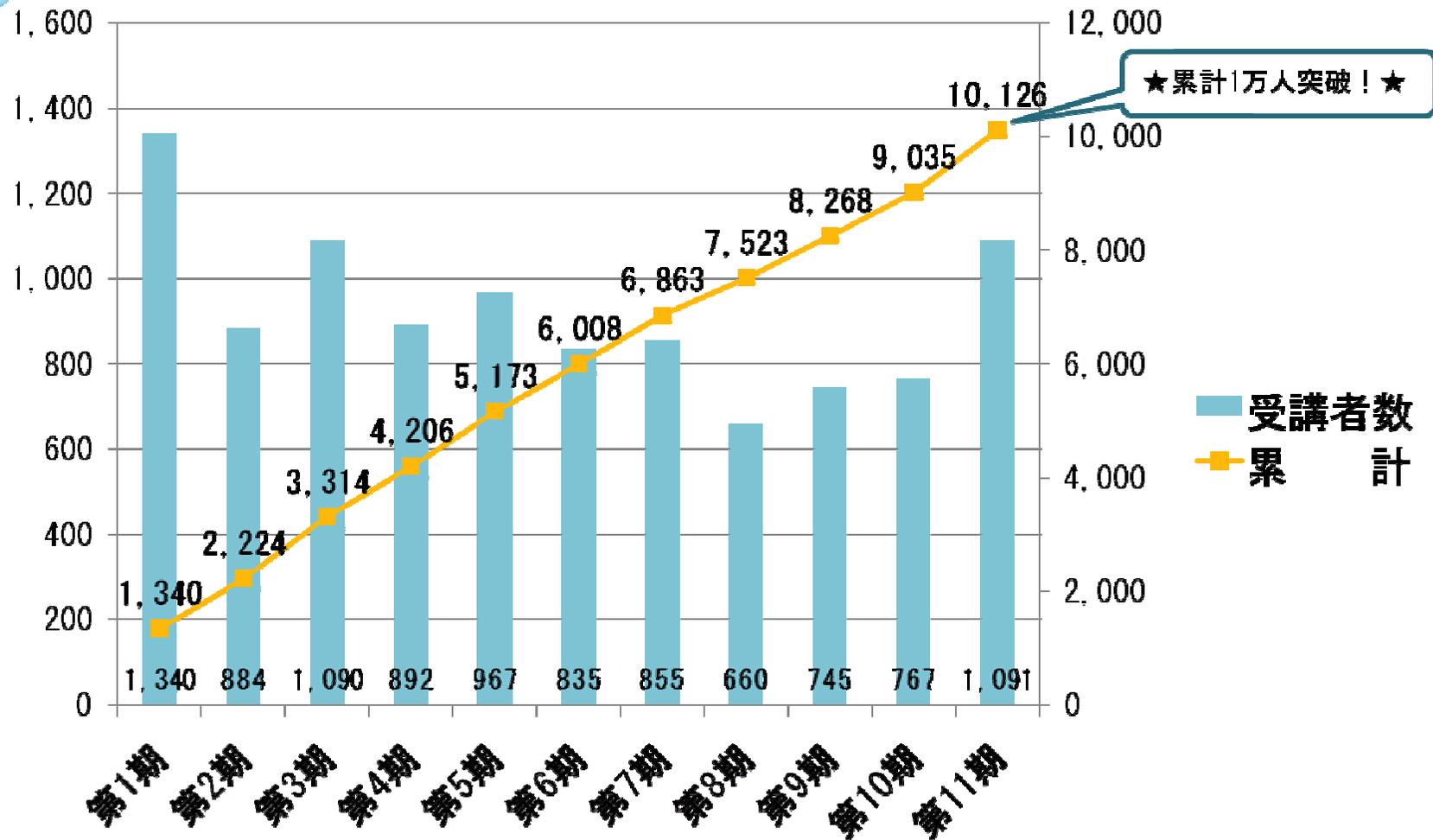
平成22年度開講分から必修・準必修・専門の各コースで構成する  
新カリキュラムに改定予定 / E-ラーニングも導入

◇修了条件：合計50単位以上の修得

⇒ 「日本代協認定保険代理士」の第一関門通過 !!

## -2 日本代協保険大学の受講者数推移

〈平成10年度第1期以降の受講者数 単位：人〉



## -3 保険大学のカリキュラム《1：必修コース》

平成22年度開講の新カリキュラム

保険概論  
(3科目)

保険概論  
保険業界の概要  
日本代協の歴史と活動

代理店・募集  
人の使命と役割  
(6科目)

代理店・募集人の使命と役割 / 委託契約書  
保険募集活動に関する法律知識  
保険募集活動のコンプライアンス  
職業倫理  
地球環境問題に関する知識  
ビジネスマナーと人権問題

契約実務  
知識と演習  
(6科目)

リスクマネジメントの基礎知識  
保険契約と保険約款  
火災保険の実務知識  
火災保険の評価と鑑定  
自動車保険の契約実務知識と演習  
生命保険・第三分野保険の実務知識と演習

代理店経営  
(2科目)

代理店経営の理念と実務 / 経営管理  
代理店のマーケティングと販売戦略

## -4 保険大学のカリキュラム《2：準必修コース》

関連法規と  
税務  
(4科目)

契約と商取引に関する法律知識  
民法に関する法律知識  
税務の基本知識  
保険に関する税務知識

関連知識  
(3科目)

かんぽ・共済・少額短期保険の知識  
金融に関する知識  
社会保障に関する知識

\* 準必修コースは上記7科目のうち  
5科目の単位取得が必要



## -5 保険大学のカリキュラム《3：専門コース》

A：リスクマネジメントと  
FP  
(5科目)

リスクマネジメントの高度な基礎知識  
企業のリスクマネジメントに必要な知識  
リスクマネジメントのケーススタディ・1  
リスクマネジメントのケーススタディ・2  
ファイナンシャル・プランニングの知識と実践

B：企業経営  
(5科目)

企業経営の理念と手法  
企業経営と雇用・労働に関する法律知識  
企業会計と財務に関する知識  
企業の人的資源育成と教育・労務管理の知識  
企業のマーケティングと販売戦略の知識

C：リスクから  
見た商品の事例研究  
(5科目)

保険約款の共通事項の研究  
主な保険商品の約款研究  
主な商品の保険金請求事例の研究  
特殊な商品の約款と保険金請求事例研究  
その他のリスクと賠償事例の研究

D：海外研修

米国保険教育協会(IEA)における研修 [米国PIAS研修]  
平成20年度までに通算28回実施

# 日本代協認定保険代理士の認定

顧客・消費者に、信頼と安心を  
与える専門家であること

保険会社と円滑な取引を行い、  
信頼関係にある者

認定保険代理士とは・・・

同業者からも高い評価を得られ  
る者

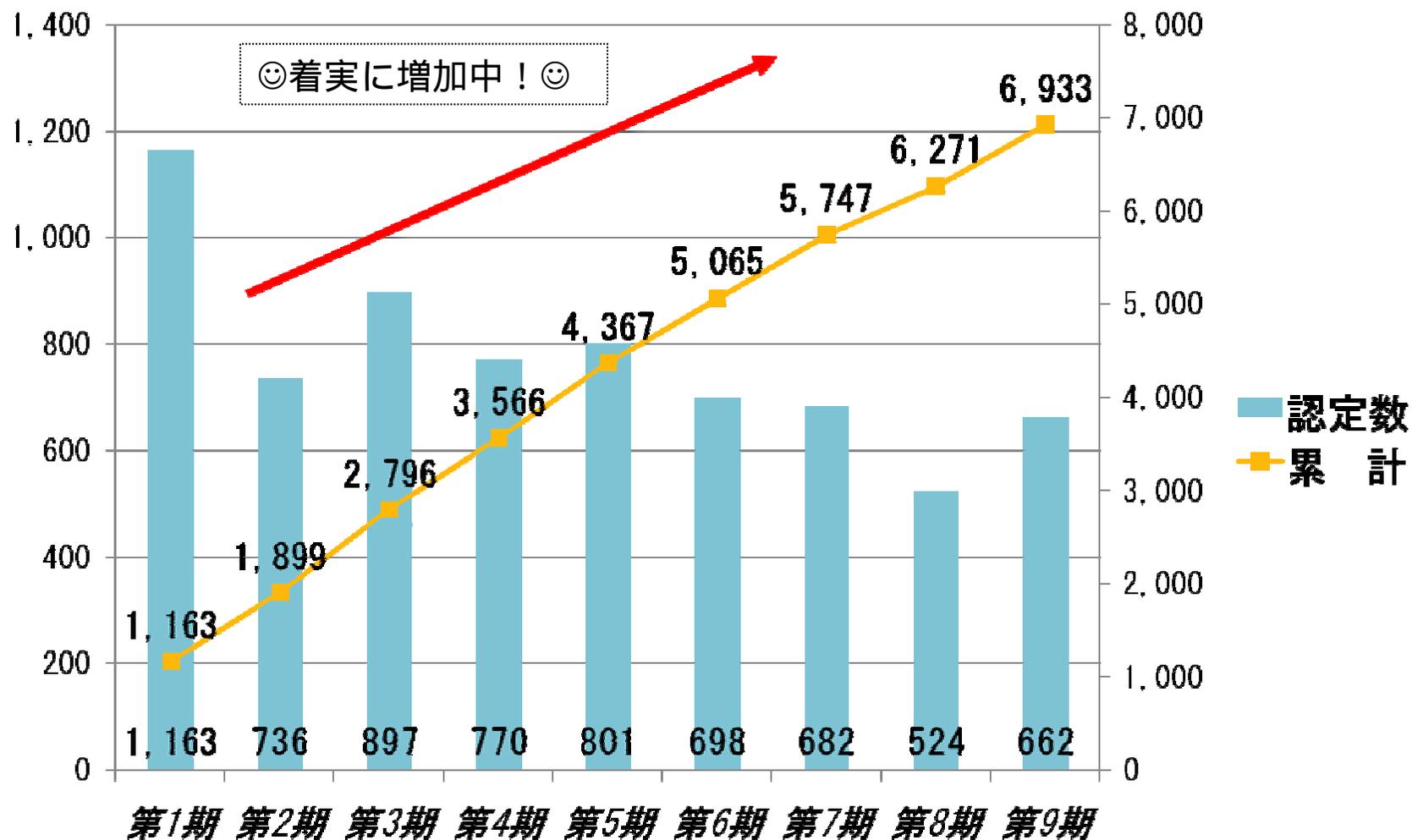
自ら高度な専門家としてたゆまぬ  
努力をし続ける者

## [概要]

- ◇ 平成12年度からスタート
- ◇ 対象者：損害保険代理店の募集従事者  
(保険会社社員も対象とする改定を予定)
- ◇ 認定基準：下記の全てを充足していること
  - ・ 日本代協保険大学を修了し、所定の試験に合格したもの
  - ・ 損害保険代理店に所属している3年以上の募集実務経験者
  - ・ 単位代協（各都道府県協会）会長の推薦並びに保険会社の確認
- ◇ 更新制：3年毎に研修受講・試験合格要 ← 発足当初から導入

## -2 認定保険代理士数の推移

〈平成10年度第1期からの認定数推移：単位 人〉



## (2) 損害保険普及に関する啓発・宣伝活動

消費者団体との  
対話活動

- ・ 消費者生活センター等との懇談会を毎年全国各地で開催

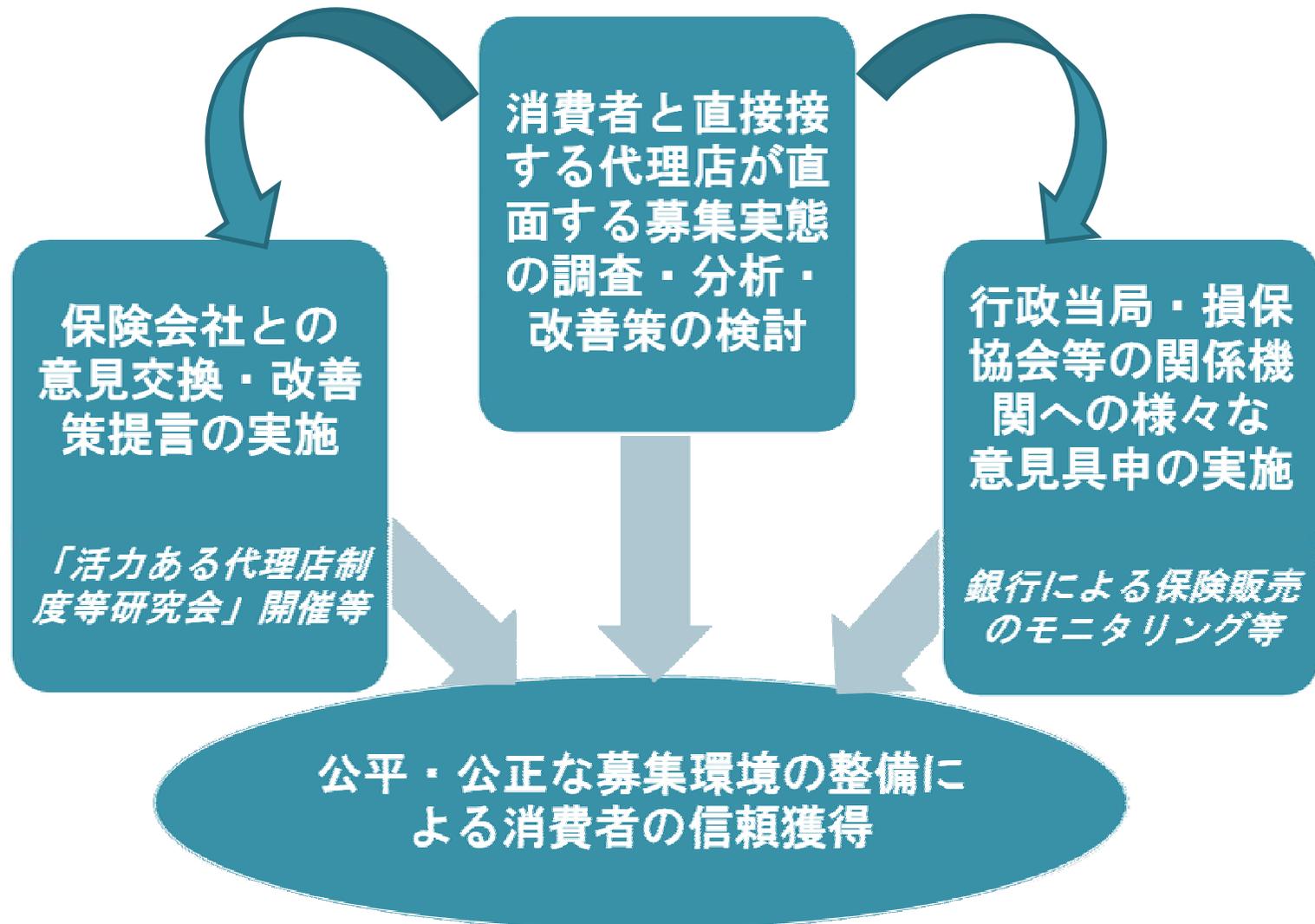
交通安全・防災  
等の啓発活動

- ・ 自動車盗難防止
- ・ 無保険車追放
- ・ 地震保険普及 等

消費者向けの  
情報提供

- ・ HP (保険用語の解説、代理店の役割…)
- ・ 「お客様向け情報紙」の発行

### ( 3 ) 消費者・保険契約者の利益を守るための調査・研究・提言活動



## 提言：保険募集現場における 消費者に理解しやすい仕組みづくりについて

- ◆意向確認書類と契約関連書類が混在しており、その他注意喚起情報や重要事項説明資料等、消費者に説明を要する書類が多く、募集人は説明の際に的が絞れず消費者は理解を妨げられている面がある。
- ◆商品説明には相応の時間を要するが、全ての消費者がそれを許容するわけでもなく、募集人は個々の消費者のニーズとの間で困惑している実態もある。
- ◆新販売勧誘ルールの趣旨が必ずしも消費者に正しく理解されておらず、確認書にサインをすることが契約者にとって不利になると思い込んでいる人もいる。

◆募集現場の適正化のための各種ルールと、現実の消費者ニーズとの狭間に改めて目を向け、形式に流れることなく、実効性のあるルールとする必要がある。

- ◎消費者向け各種書類の整理・統合を行ない、契約者への説明は保険会社作成のパンフレットに集約して行うことができるようにすることが望ましい。  
⇒現在各社のパンフレットは、工夫され、分かりやすい内容に改善されつつある
- ◎意向確認については確認項目の簡素化・平易化、各社確認項目の統一、確認書類と申込書の一体化を行い、より消費者に理解しやすい仕組みとする必要がある。

## 提言：乗合代理店制度の普及促進

◆我が国の保険販売チャネルは、「専属代理店」「乗合代理店」「保険仲立人」「保険会社直扱」で構成されており、代理店扱いが全体の93%を占めている。

◆平成19年度末現在の専属・乗合別代理店構成比は以下の通りとなっている。

◎専属代理店：182,641店（店数割合77.4%・保険料構成比43.4%）

◎乗合代理店：53,205店（同22.6%・同56.6%） 出典：損保協会FACT BOOK 2008/HP

◆商品・保険料の多様化の中で、消費者はよりニーズに適した商品の提供を望んでおり、複数の商品の中から選択して加入したいとの要望も強いが、実態は代理店に勧められるままに受動的に加入していることも多く、情報提供が十分に行われているとは言えない面もある。

◆今後、比較情報提供の促進の観点から、乗合代理店の育成が益々重要になると思われるが、実際に乗合代理店として活動するためには既存保険会社の事前承認が必要となり、現実にはハードルが高い。

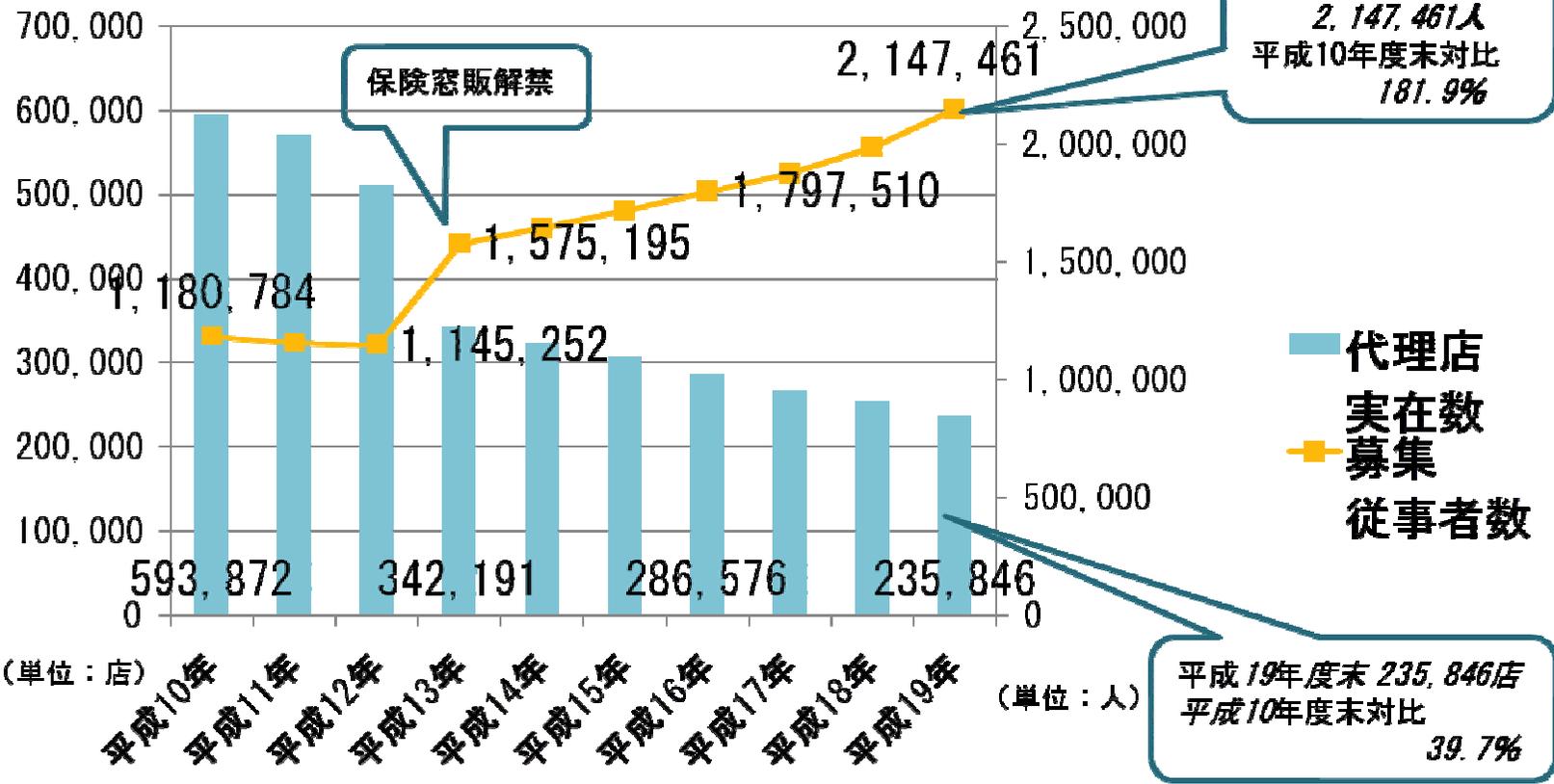
◎消費者の利便性向上のために、保険会社と代理店との関係を見直し、乗合代理店の一層の普及を図るための方策を検討する必要がある。

◎具体的には、既存保険会社（現委任契約の本人）との信頼関係の維持を前提にした上で、合理的理由が認められる乗合については速やかに実現できるような仕組みに改善する必要がある。

# 提言：「認定保険代理士」への公的資格付与

大きな変化が・・・

〈過去10年間の代理店実在数・募集従事者数推移〉



出典：日本損害保険協会 FACT BOOK 2008

## 提言 -2 「認定保険代理士」への公的資格付与

- ◆損害保険代理店は平成19年度末で約24万店。統合による大型化等により平成10年度末対比約4割にまで減少。一方、募集人は金融機関や郵便局の保険販売が解禁されたこと等もあり、平成10年度末対比で約2倍の215万人にまで増加している。
- ◆一募集人当り世帯数は約30軒となっており、数の面では、いわば誰でも保険募集人になれるような状態になっている。
- ◆商品が共通の時代には、販売チャネルの利便性で選択を行ってきた消費者が、自由化に伴う商品・サービスの多様化の中で、信頼して相談できる窓口を求めている。⇒「保険を選ぶ前に代理店を選ぶ」



- ◆多品種の商品を取扱う損害保険の場合、商品がどれだけ簡素化されても、個々の消費者のニーズやリスクに応じた商品選択の的確なアドバイス並びに契約内容の変更や事故対応等のアフターサービスが不可欠であり、消費者は質の高い代理店・募集人を必要としている。（そのような代理店・募集人を増やす必要がある。）
- ◆損害保険代理店は規模も業態も様々で、個々の募集人の資質も消費者からは見えにくいため、215万人の中から識別できるメルクマールが必要である。

## 提言 -3 「認定保険代理士」への公的資格付与

理想の代理店  
とは・・・

約款を熟知し、商品説明  
が正確に行える

万が一、募集上の誤りが自身  
にあった場合は、常に責任を  
負う覚悟で業務を行う

消費者のニーズを的確に捉え  
ベストな商品選択アドバイス  
ができる

変化に応じた  
各種情報提供サービスが  
実行できる

契約者へのアフターフォロー  
が確実・迅速にできる  
(契約内容の維持管理・保険金請求手続きの  
サポート)

「認定保険代理士」に国家資格を含めた公的資格を付与し、質の高い募集人を消費者から見えやすくするとともに、その数を増やして質と量の好循環を図り、合わせて募集人の資質と社会的地位を向上させて、消費者・保険契約者に対する質の高いサービス提供を促す仕組みを構築することが必要である。

## [添付参考資料リスト]

日本代協組織案内パンフレット

「保険を選ぶ前に代理店を選ぶ、という考え方」

日本代協保険大学募集要項

(第12期 平成21年10月開講分)

日本代協認定保険代理士制度のご案内(小冊子)



ご静聴ありがとうございました