

生保乗合代理店の現状について

一般社団法人 保険代理店協議会

堀井 計



AGENDA

1. 一般社団法人保険代理店協議会の概要
2. 保険見直しを検討する顧客動向について
3. 乗合代理店の課題
4. 乗合代理店の使命

別紙1 保険ショップ来店動機と選択理由(保険の窓口グループ)

別紙2 必要保障額算出ツールの事例(某生命保険会社版)



1. 保険代理店協議会の概要

法人名 一般社団法人保険代理店協議会
設立 平成22年10月01日
住所 東京都渋谷区渋谷2-21-1渋谷ヒカリエ30F
ほけんの窓口グループ事務企画室内
代表 理事長 堀井 計

【会員構成】 全66社

保険代理店	45社
支援事業者	12社
保険会社	9社

【保険代理店協議会の目的】

会員がお客様に対して、永続性を持って最善のサービスを提供することを第一としあわせて保険業界、代理店の成長・発展に寄与する

【沿革】

平成19年02月14日 発起人7名を中心に、第1回会合を行い設立準備を開始。

平成19年10月10日 任意団体 保険代理店協議会設立総会を開催し設立

平成22年10月01日 一般社団法人 保険代理店協議会設立(1月任意団体解散)

【保代協会員が追求するもの】

- ①マーケットの主役はお客様。100%満足される制度設計・商品設計のできる乗合代理店のビジネスモデルを目指す。生保は100人100様であり100%満足できる商品提供ができる。
- ②重要事項、有無責、保険金支払に関する約款説明、金融商品に対する説明といった募集態勢がキチンとできる。
- ③各社の全部の商品を取扱うことから完全な募集行為がコンプライアンスを踏まえ確実に実行できる。
- ④お客様の声が経営の原点でありお客様と保険会社の結節点になり業界に貢献する。

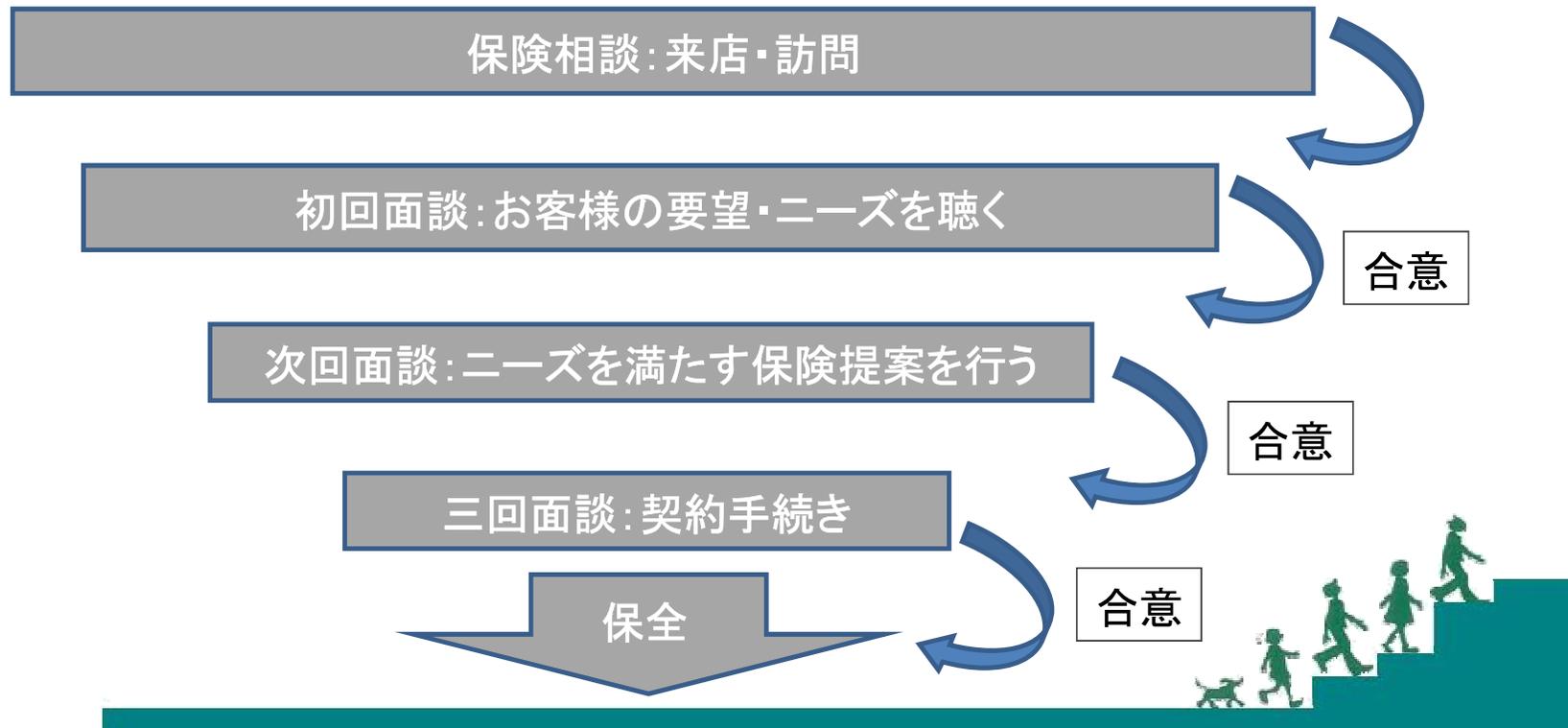


2. 保険見直しを検討する顧客動向について

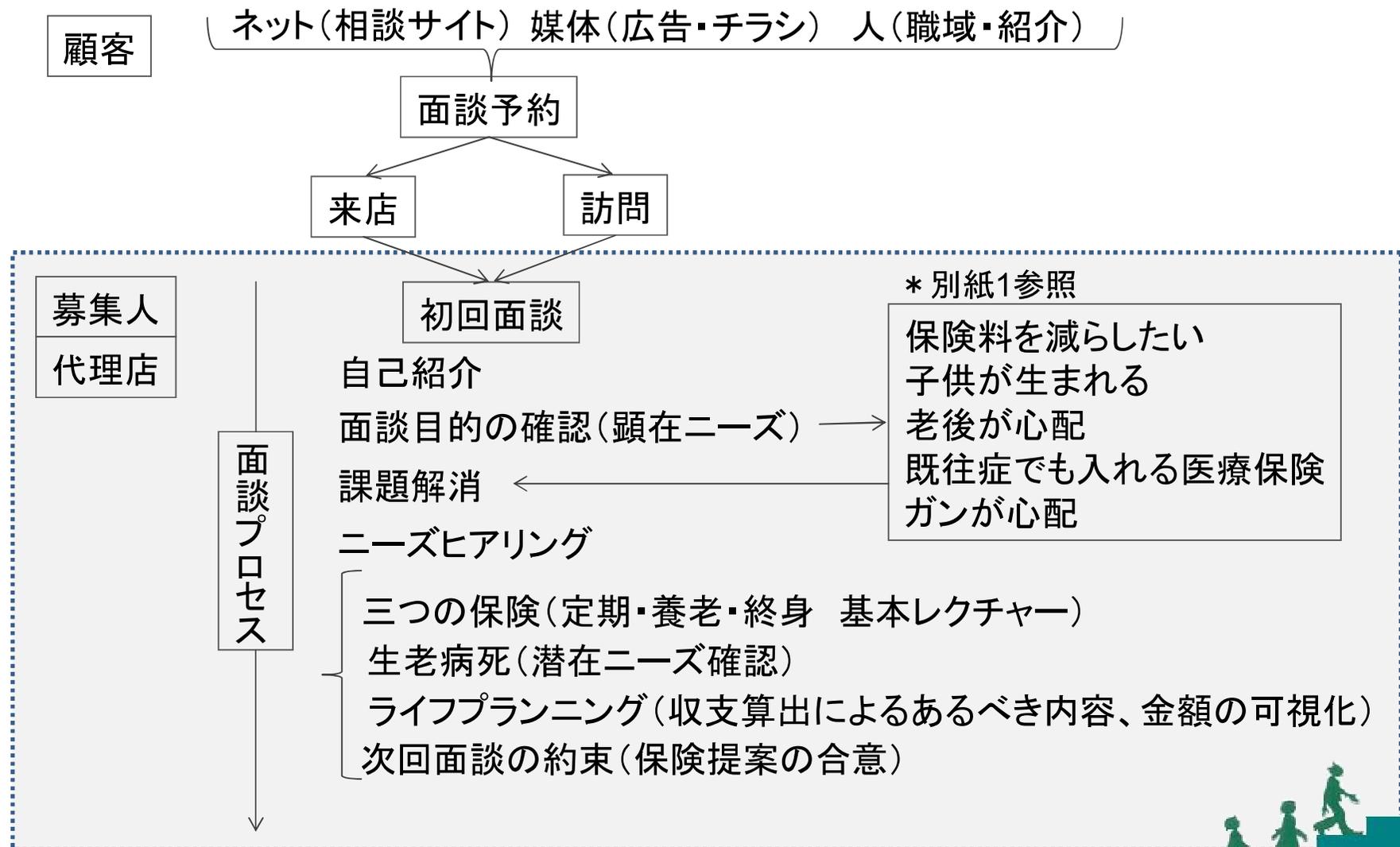
- ① 保険相談のきっかけ
- ② 代理店を選んだ理由
- ③ 立地的な理由

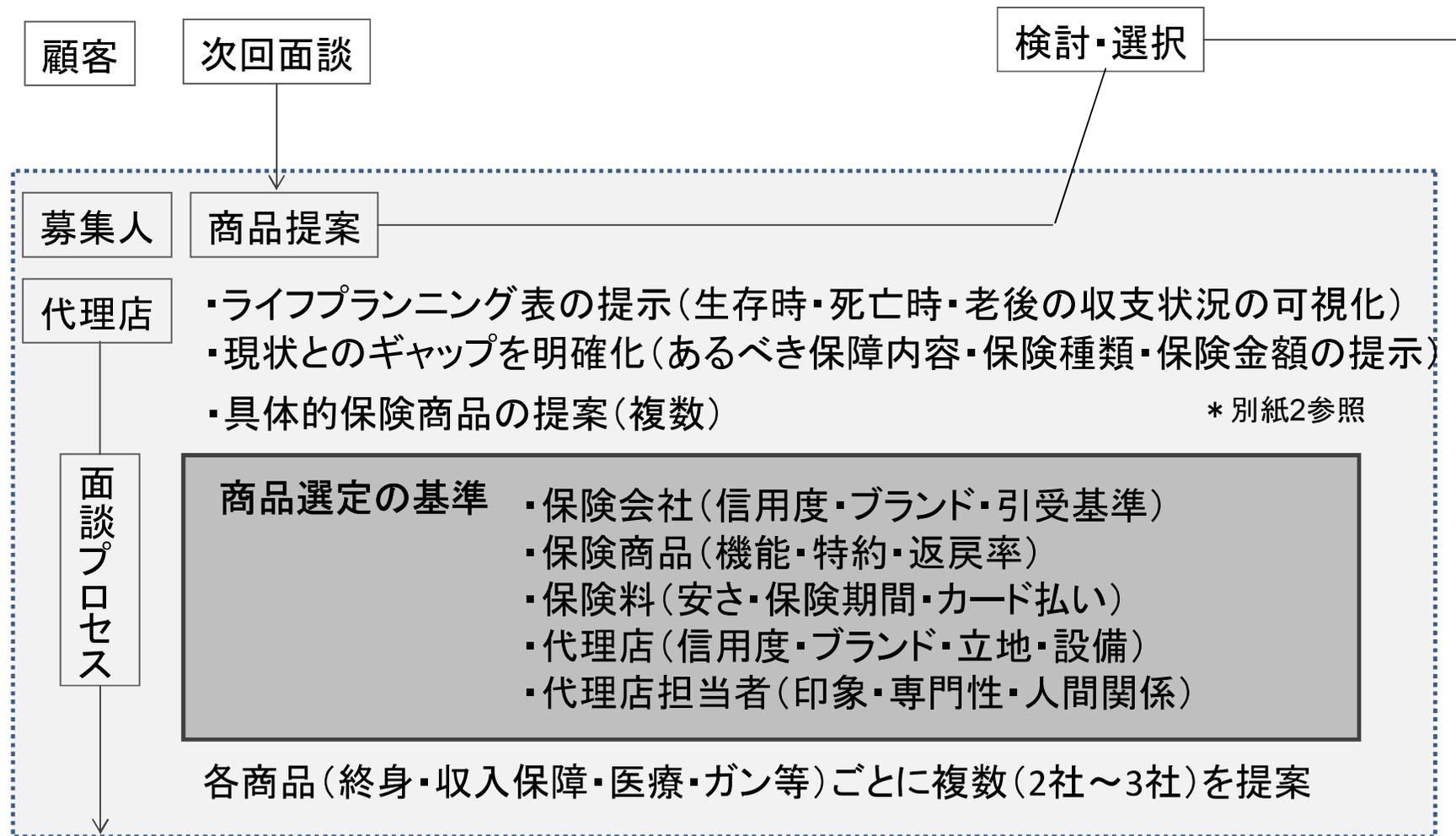
<別紙1参照>

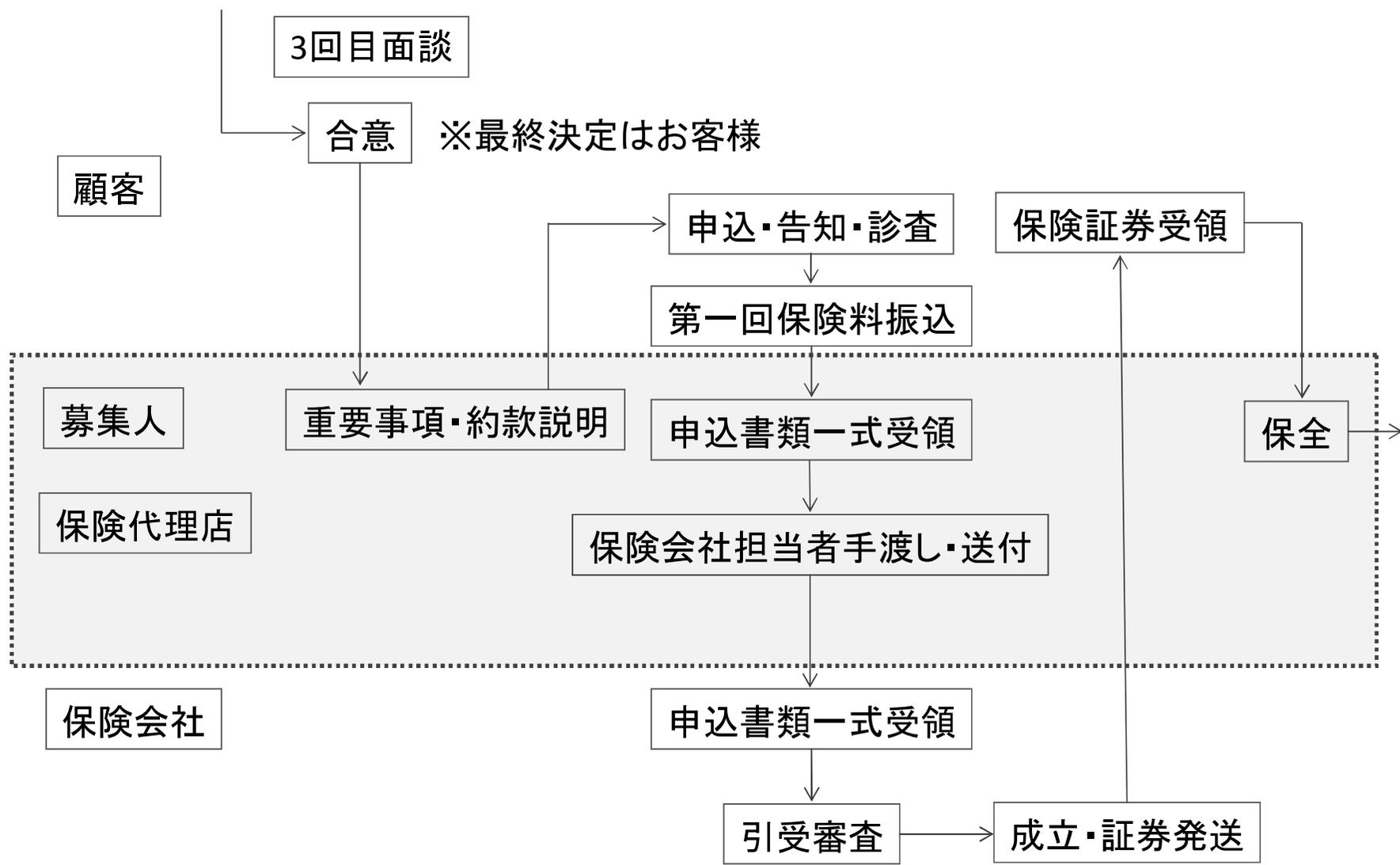
◆ 生命保険募集の一般的フロー



【乗合代理店保険募集フロー】







3. 乗合代理店の課題

◆ 完全な募集態勢の構築 ◆ 教育(研修)の充実 ◆ 内部監査の確立

乗合募集代理店の要件〔生命保険一般過程テキスト〕より

(1) 教育責任者、業務管理責任者の配置

① 教育責任者の役割

生命保険募集人に対する募集・契約維持管理のための知識や技術を付与したり、販売倫理の日常的な教育指導を行い、加えて乗合各社独自の商品知識・契約保全事務などの教育の履修管理等を行う。

② 業務管理責任者

お客さまの情報の厳正な管理、不当な乗換募集の防止及び乗合要件の遵守を主な業務とする。

(2) 生命保険募集人の乗合各社教育の履修

* 当時の記事(大蔵省福田保険部長講演議事録)によれば、生損保商品の選択肢の拡大やクロス・マーケティングの促進のため、保険契約者等の保護に欠けるおそれがない場合に限り、緩和する。これにより**適正な競争促進や代理店の効率化等が図られることを期待。**とあります。



- ・管下募集人に対して、各取扱保険会社の商品、約款、取扱規定等を理解させる
為の教育体制、適正な募集管理体制を構築すること(保険会社、代理店独自研修実施)
- ・各保険会社の方針により指導内容が異なる(判断基準の統一化)
例: 募集文書登録の基準が各社により異なる
- ・保険会社の意向により業務委託契約内容や手数料が変わる(経営課題)



4. 乗合代理店の使命

- ・個々のライフプランニング(生活設計)に基づき、社会保障制度の不足分を補う必要保障額(生存時・死亡時・老後時等)を提示すること。
- ・顧客ニーズに合致した最適な商品の選択肢(複数商品)を提供すること。
- ・顧客の商品選択時における重要事項説明を完璧に行い、十分な理解を得て契約の媒介を行うこと。
- ・契約締結から保険期間満了までの間、保険金支払い等顧客からの申し出による保全手続きを正確かつ迅速に行うこと。
- ・適時、生活・金融・保険・税制等顧客に有益な情報提供を行いながら、顧客フォローを行い、ニーズの変化や新商品販売に伴う最適保障への見直し提案を行うこと。

$$\text{* 健全性の指標} = \frac{\text{保険料収入} \nearrow \cdot \text{継続率} \nearrow \cdot \text{苦情数} \searrow}{\text{監査指摘事項} \searrow \cdot \text{(市場からの評価)}} \cdot \text{(保険会社・金融庁からの評価)}$$



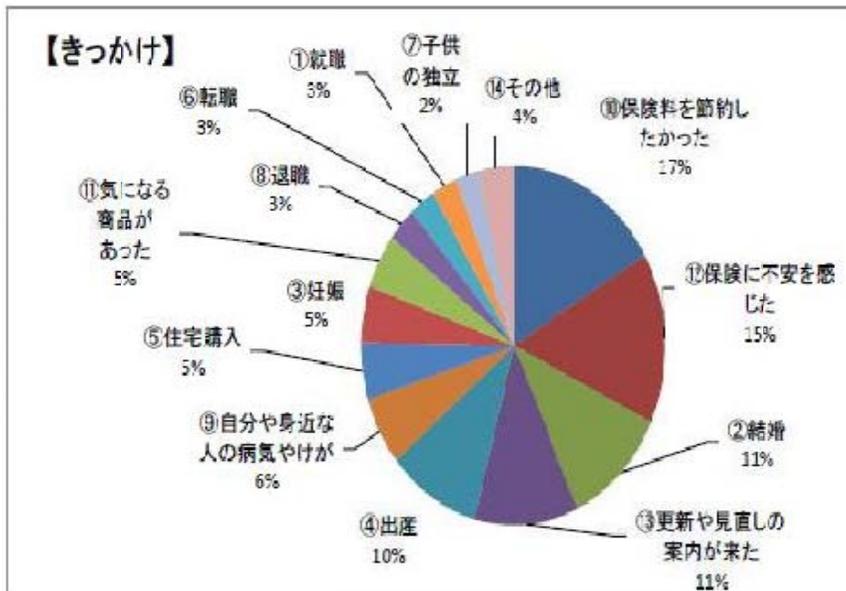
保険ショップ来店動機と選択理由(ほけんの窓口グループ)

別紙1

<< アンケート >>

【相談しようとしたきっかけ】 (複数回答)

	回答数	割合
⑩保険料を節約したかった	29,439	16.7%
⑫保険に不安を感じた	27,064	15.3%
②結婚	19,599	11.1%
⑬更新や見直しの案内が来た	19,599	11.1%
④出産	17,381	9.8%
⑨自分や身近な人の病気やけが	10,806	6.1%
⑤住宅購入	9,048	5.1%
③妊娠	8,974	5.1%
⑪気になる商品があった	8,743	5.0%
⑧退職	5,405	3.1%
⑥転職	4,846	2.7%
①就職	4,760	2.7%
⑦子供の独立	4,288	2.4%
⑭その他	6,642	3.8%



【当社を選んだ理由】 (複数回答)

	回答数	割合
①中立的な意見が聞けるから	73,133	34.7%
②相談が無料だから	43,321	20.6%
③取扱保険会社の数が多いから	30,292	14.4%
④ファイナンシャルプランナーが対応してくれるから	18,444	8.8%
⑤土日も営業しているから	16,657	7.9%
⑨無理な勧誘がないから	13,384	6.4%
⑦自宅以外のところで相談できるから	4,370	2.1%
⑥全国展開しているから	4,142	2.0%
⑧キッズスペースがあるから	1,710	0.8%
⑩その他	5,225	2.5%

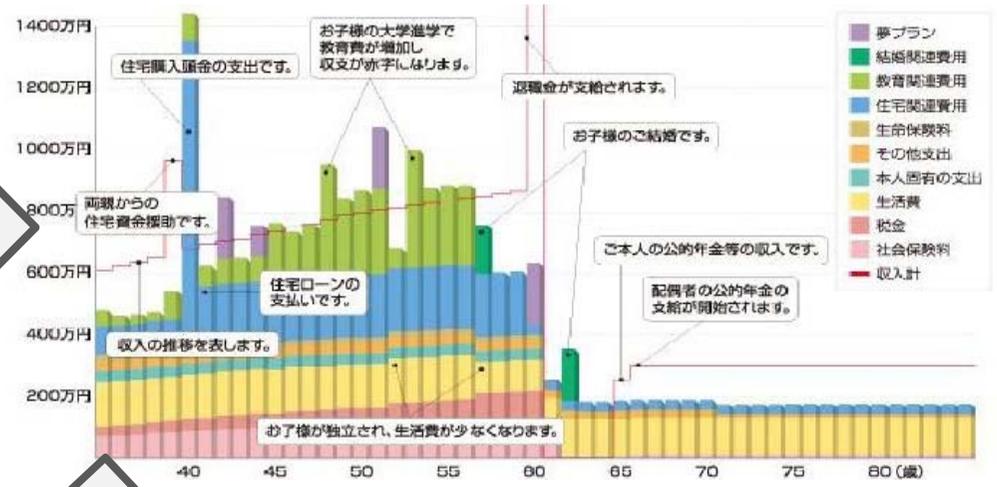
【当社を選んだ立地的な理由】 (複数回答)

	回答数	割合
①自宅の近くだから	56,317	50.2%
④駅近くなどアクセスが良いから	19,152	17.1%
③買い物のついでに寄れるから	16,162	14.4%
⑤駐車場があるから	9,733	8.7%
②職場の近くだから	7,124	6.4%
⑥その他	3,687	3.3%

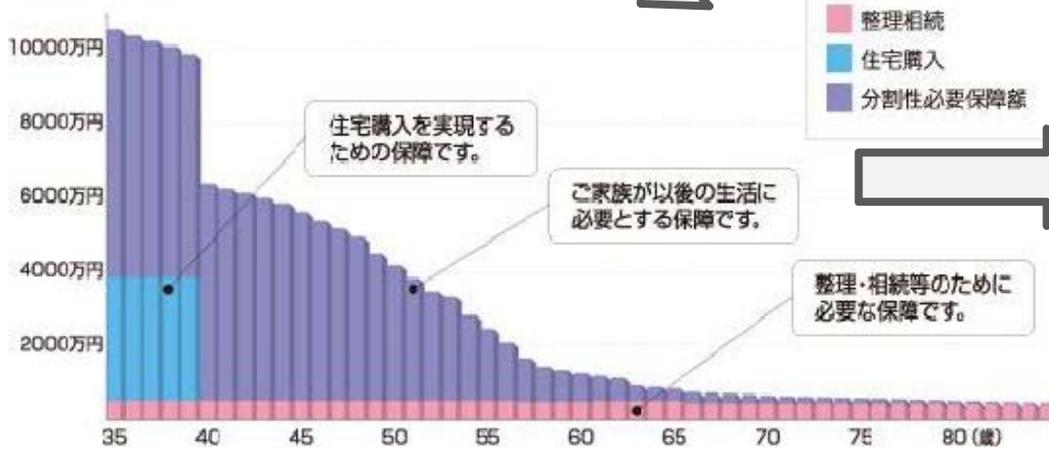
必要保障額算出ツールの事例(某生命保険会社版)

別紙2

ヒアリング項目	
家族構成	ご収入
生活費	貯蓄
住宅関連費	年金
教育プラン	夢プラン



必要保障額グラフ



【生命保険設計例】

