



まだ誰も知らない安心を、ともに。

損害保険業界の変革と求められる代理店の姿

～地域・社会へ貢献しお客さまから選ばれ続ける代理店へ～

2026年6月

第1章：損害保険業界の情勢

- (1) 損害保険業界を取り巻く情勢
- (2) 法改正の背景
- (3) 各種ルールの改正動向
- (4) 監督指針改正の概要
- (5) 今後の改正事項（参考）

第2章：法改正を受けて求められる代理店の内部管理態勢

- (1) 代理店に求められること
- (2) 継続的なPDCAサイクルの循環
- (3) PDCAサイクルを構築するための組織体制
- (4) 規模・特性別の経営管理体制イメージ
- (5) 各組織におけるPDCAの実践例
- (6) 品質・体制評価制度の新設・概要
- (7) モーター代理店の皆さまにとっての活用イメージ
- (8) モーター代理店の皆さまに実現いただきたいこと
- (9) 代理店業継続へ向けた体制整備支援

第1章：損害保険業界の情勢

2023年以降、兼業代理店での「保険金不正請求」「体制整備義務違反」といった法令違反が立て続けに顕在化したことで、代理店・保険会社の適切な業務運営の確保について、当局を中心に論議・検討されました

【事案①】保険金不正請求(ビックモーター問題)

- 自動車関連事業を兼業する損保代理店において、修理車両の車体に損傷を新たに作出し修理範囲を拡大する等により保険金を水増し請求する不適切行為が組織的に反復・継続し発生していたことが発覚
- 適正な保険募集を確保するための代理店の体制整備義務の放棄、また保険会社による実効的な教育・管理・指導が実質的に機能していなかったことが真因と考えられている

【事案②】体制整備義務違反(自動車販売会社への業務改善命令)

- 自動車関連事業を兼業する複数の損保代理店において、経営管理態勢・保険募集管理態勢等について体制整備義務違反を認定
- 保険募集に係る法令等への理解不十分や、保険募集管理部門の役割・責任・権限等が適切に定められていないこと、また保険募集人の教育・管理・指導を行う体制が構築されていないことが主な指摘事項

金融庁による処分内容は、保険金不正請求に関するものに留まらず、
兼業代理店としての保険募集全般に関する厳しい処分内容となっております

2022年

2023年

2024年

2025年～

● 保険料調整問題

大手損保4社で独占禁止法が
禁じるカルテルに抵触する不適切な行為

※① 23/12 金融庁業務改善命令

23/12

①業務改善命令

24/1

②業務改善命令

24/3

有識者会議

24/6

有識者会議報告書

24/9

金融審議会

24/12

金融審議会報告書

25/3

③業務改善命令

25/5

改正保険業法成立

25/8

監督指針の改正

● 保険金不正請求問題

中古車販売会社による不適切な保険金不正請求

※② 24/1

SJ・SJホールディングスに金融庁業務改善命令

● 個人情報漏えい

代理店による弊社の保険契約情報漏えい、ならびに
代理店出向中の弊社社員による他損保社の
お客様情報の不正取得および不正利用が発覚



2024年 有識者会議・金融審議会

指摘事項

代理店の内部管理態勢の脆弱性

競争環境の歪み

代理店と保険会社の二重構造

保険会社の監督・指導・管理不足

2025年5月30日 保険業法改正案が成立

リスクマネジメント商品として
損害保険の本来の価値をお客さまへ提供

お客さま本位の業務運営の徹底

健全な競争環境の実現

■ 2026年度

[illegible]

➤ 2025年8月28日より適用開始

主な項目	規制の主な観点
① 募集管理態勢	・ 営業上の忖度なく、リスクベースでの実効性ある指導・監査等の徹底
② 情報漏えい対策	・ Need to Know原則 (情報アクセス権は業務遂行上必要な範囲に限定すべきとの原則)に基づいた適切な情報管理態勢の構築
③ 代理店等への便宜供与	・ 代理店(代理店のグループ企業・主要取引先等を含む)への過度な便宜供与の防止
④ 代理店への出向	・ 不適切な代理店出向の防止
⑤ 代理店手数料ポイント	・ 「業務品質」を重視した評価、営業上の目的で他社手数料に追随するなどの「例外的な運用」の禁止
⑥ 政策保有株式の縮減	・ 早期縮減方針の策定や、純投資との区別の考え方の開示
⑦ 仲立人の規制緩和	・ 企業分野の保険契約に限り、仲立人が顧客にも手数料を請求できるよう規制を緩和

① 募集管理態勢

- 保険会社には、代理店に対し、**営業面への影響の大きさに関わらず**、十分に実効性ある教育・管理・指導・監査等が求められる（リスクベースに応じた対応）

代理店に求められること

2026年度の本格運用に向け、代理店の**自主・自立した自己点検の完全実施と定着**

改正を踏まえた業界の動き

日本損害保険協会による
「**代理店業務品質評価制度**」の構築

中立的な第三者が公正かつ適正に評価

業界共通の評価基準の策定(自己点検チェック)

第三者機関による公正な評価・公表は代理店の差別化を促し、お客さまが代理店を選ぶ際の重要な指標となりうる

② 情報漏えい対策

- 保険会社には、顧客等の情報について、個人情報保護法やガイドライン等の遵守に加え、「Need to Know原則(※)」に沿った適切な情報管理態勢が求められる

Need to Know原則(※)とは

顧客等に関する情報へのアクセス及び利用は、業務遂行上の必要性のある役職員に限定されるべきとの原則

保険代理店・募集人においても「金融事業者」として、より高いレベルでの対策・管理が必要

③代理店等への便宜供与

- 旧監督指針での制限は厳格・明確ではなかったが、今回の改正では保険会社による代理店等(募集人・代理店のグループ企業・主要取引先等を含む)への**過度の便宜供与を防止**するためルールが明確化

改正により厳格化されたこと

保険会社による代理店等への過度の便宜供与

代理店による
「過度の便宜供与を求めること・受け入れること」の防止

「過度の便宜供与」とは

特定の保険会社の保険商品の
優先的な取扱いを誘引する便宜供与

「**実質的に**」特定の保険会社の保険商品の
優先的な取扱いを誘引する便宜供与

「実質的に」の判断基準

- * 目的・価格・数量・頻度・期間で総合的に勘案
- * 社会通念に照らして妥当であるか

規制対象となりうる具体例

- ・ 保険取引の調整・約定する“ニギリ” や 達成基準を課す“ノルマ”
- ・ 物品購入あつ旋 (Ex.本業支援のための不必要な物品購入 等)
- ・ 保険会社の物品等の販売・貸与(Ex.保険会社の会議室等を代理店に貸与)
- ・ 保険会社社員による社員代行(Ex. **提案書・見積書作成・契約者対応などの委託業務の代行** 等)
- ・ **契約者への恒常的な同行支援**(Ex.大型団体に対する各拠点の説明代行 等)
- ・ **代理店の主体的関与がない反復・継続的な教育・管理・指導の実施**
(Ex.保険会社主導(主催)による定例の勉強会実施 等)

③代理店等への便宜供与

代理店に求められること

「過度の便宜供与を求めること・受け入れること」を防止するための自己の規模・特性に応じた態勢整備

態勢整備の例

「自らの業務内容が過度の便宜供与に該当するか否か」募集人が判断するための基準となる社内規則等の規定

社内規則の遵守の確認および防止に向けた募集人への教育・管理・指導

自己点検・モニタリングの実施

比較推奨販売への影響等の実態把握

課題に対する適切な解消措置実施の指示

当局から代理店に対してのオフサイトモニタリング等も実施予定であり、
実効性を確保した態勢整備が必須

損保協会による通報窓口の設置

各損害保険会社間での過度の便宜供与に関する解釈のばらつきを抑制し、
保険代理店等に対する便宜供与の適正化を図ることを目的として、損保協会が通報窓口を設置
⇒ 保険会社同士のみでなく、一般顧客や代理店からの通報も今後対象となる可能性あり

④代理店への出向

- 代理店への出向には、過度の便宜供与と同様にお客さまの適切な商品選択を阻害するおそれだけでなく、**特有の弊害を生じさせるおそれ**があることから、不適切な出向についての防止が求められる

特有の弊害の観点

顧客の適切な商品選択
の機会の確保

情報漏えい対策

代理店の自立

利益相反管理

禁止・防止となる具体例

- ✓ 出向がシェア拡大や専業の条件など営業推進として機能
- ✓ 出向先の業務内容が保険募集に直接関与(直接関与しない場合でも業務内容により適切な措置が必要)
- ✓ 顧客情報の出向元への情報共有(Ex.兼業代理店において本業の顧客情報 等)
- ✓ 教育・指導・体制整備支援の範疇を超える出向(Ex.中核的役割を担う部署への長期出向 等)
- ✓ 利益相反管理の観点から不適切な出向 (Ex.保険金請求に関わる部門に従事する 等)

⑤代理店手数料

- 保険会社には、代理店手数料の算出方法(手数料ポイント)について**規模・増収率に偏ることなく業務品質を重視し、不適切なインセンティブ与え、不適切な保険募集を誘引しないことが求められる**

お客さま本位の提案・募集人教育体制の構築が必須

⑥政策保有株式の縮減

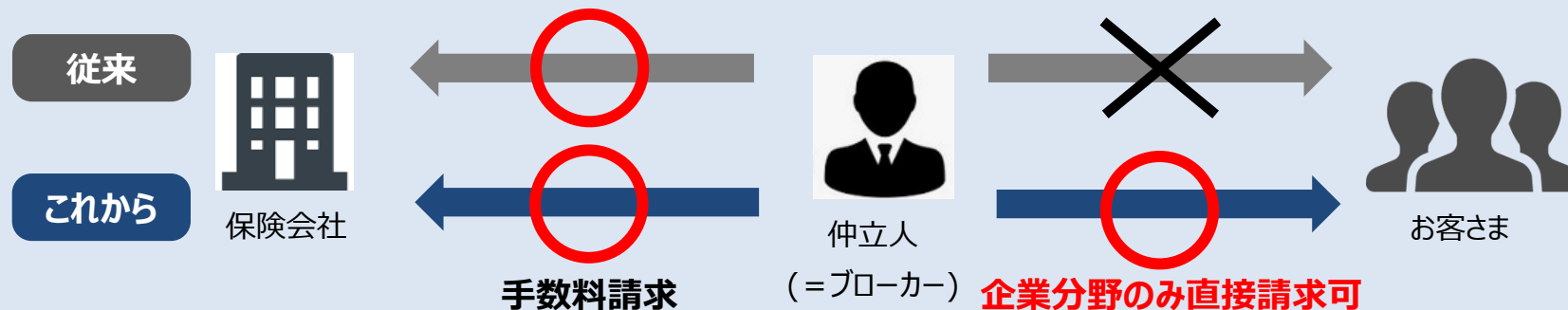
- 保険会社には、**公正競争を阻害する要因となりうる**政策保有株式の縮減などが求められる
- 政策保有株式は**早期に縮減する方針の策定**が求められおり、特に**上場株式**については**明確な年限を定めて縮減**する方針が求められる

グループ内株式の縮小により、競争が激化
お客さまへの提案力や専門性を強化し、お客さまに「選ばれる」体制の構築が必要

⑦仲立人(ブローカー)の規制緩和

- 仲立人の規制緩和として、**企業分野の保険に限り、媒介手数料を直接お客さまに請求することが可能に**
- 従来の保険会社のみへの手数料請求に加え、お客さまのみやお客さま・保険会社双方への請求も選択可能

手数料の全額を保険会社に請求し、顧客に請求してはならないルール



規制緩和による仲立人の拡大により、競争環境が拡大が見込まれる
代理店もより専門性・リスクコンサル力を高め、仲立人との差別化を図ることが必要

全体像（ご参考）

主な項目	対応主体	規制の主な観点	施行時期
① 特定大規模乗合代理店	保/代	・ 一定規模を超える乗合代理店において、体制整備義務を強化	26年 6月1日
② 事業報告書様式見直し	代理店	・ 一定規模を超える代理店において提出する「事業報告書」の記載項目拡充	
③ 兼業代理店対策	保/代	・ 保険金関連事業を兼業する代理店(自動車修理業等)への管理強化	
④ 契約者等への便宜供与	保/代	・ 特別利益提供の禁止範囲拡大や、受け手の対象にグループ企業を追加	
⑤ 仲立人(不詳事件届出)	仲立人	・ 仲立人において不祥事件の届出が義務化	
⑥ 比較推奨販売の適正化	代理店	・ 顧客意向の把握の徹底など	順次 (未定)
⑦ 仲立人(海外直接付保)	—	・ 外国の保険業者と直接契約を締結する場合に仲立人の関与が可能	
⑧ 保険金等支払管理態勢	保険会社	・ 保険金等支払管理態勢の強化を中心に、代理店の兼業・規模等に応じて規制が強化	
⑨ 営業推進態勢	保険会社	・ 不適切なインセンティブとならない営業評価(営業目標・人事評価等)	
⑩ 仲立人(代理店との協業)	代/仲立人	・ 仲立人と代理店の同一契約の共同取扱い可能	
⑪ 共保ビジネス慣行	保/代	・ 単独で引き受けられるにも関わらず、共同保険を提案する慣行の取扱いの検討	
⑫ 保険引受管理態勢	保険会社	・ 企業向け商品の商品開発管理態勢などについて、当局のモニタリングが高度化	
⑬ 特定契約比率規制	代理店	・ 旧基準の廃止、特定者の範囲拡大、規制の適用除外の検討	

特定大規模乗合代理店

- 代理店のうち、**一定の規模を超える乗合代理店(生保代理店も含む)には、体制整備の強化(より一層の自立化)**が求められる
(現行規制でも全ての代理店について規模・特性に応じて主体的・自立的な体制整備が求められている)

対象基準

各損保社から受領する
手数料等の総額が一定以上であること

- 損保のみ：20億円以上
- 損生兼営：損保10億円以上かつ生保
含めて総額20億円以上

施行日(26年6月1日)から見て、
「直前の事業年度」に上記基準に該当した場合、施行日から規制が適用

体制整備

対
応
事
項

営業所・事務所ごとに法令等遵守責任者を設置

本店(主たる事務所)に法令遵守等責任者を
指示する統括責任者を設置

苦情管理体制・内部管理態勢の整備

＜保険金関連事業を兼業している場合＞

顧客利益が害されることを防止する措置

保険金請求に関する苦情受付体制等

金融庁による代理店への重点的なモニタリングも想定されており、
規模・特性に応じた主体的・自立的な体制整備がより一層重要視される

兼業特定保険募集人、保険金等支払管理態勢の強化

- 保険金等支払管理態勢の強化を中心に、代理店の兼業・規模等に応じて規制が強化

兼業（自動車の修理業務を行っている代理店） + 特定大規模乗合代理店 への主な対策

- **保険金支払に不当影響を及ぼす業務を特定、代理店内に監視のための責任者の設置、社内規則等の整備。**方針策定・公表、記録
- 自動車修理業務(保険金請求に関わるもの)について、苦情処理・内部監査・内部通報の責任者・社内規則等の整備
- **自動車の損傷状況・修理内容など見積額の適切性に係る証跡を記録・保存**（求めに応じて保険会社に証跡を提出）

★特大代や自動車修理業に関わらず、**全ての兼業代理店**(保険金を原資として対価を得る業務を行うもの)において、規模・特性に応じ、**上記に準じた態勢整備**がなされることが望ましい

保険金等支払管理態勢の主な強化（全般／特定大規模に限らず）

- ✓ 「支払管理部門」「支払部門」における、**営業部門からの不適切な介入の牽制・排除**
- ✓ 請求者や代理店等からの不適切な介入に影響されことなく判断。**介入事例の明確化や、介入時の対応要領の整備・周知徹底**
- ✓ 不正請求事案防止のため、関係書類等（場合により保険事故に係る証跡を含む）の十分な検証を行う態勢整備

兼業（自動車の修理業務を行っている代理店）への主な対策

- ✓ 支払・営業部門の適切な分離など支払いに関する公正・適切な実施の確保。**方針の策定・概要の公表・記録の保存**
- ✓ 現場SCに対する、本社支払管理部門からの牽制 など

兼業 + 特定大規模乗合代理店 への主な対策

- ✓ 代理店における、兼業業務が保険金支払に不当影響を及ぼすことの防止態勢、苦情受付、内部監査、内部通報の状況を監視するための態勢整備
- ✓ 上記監視により、**適切性に疑義が生じた場合には、保険金支払査定の厳格化**

代理店
への規制

保険会社
への規制

比較推奨販売の適正化

- 現在の方式(ハ方式)は廃止、乗合代理店は顧客への誠実公正義務の下、顧客の最善利益を勘案しつつ適切な比較推奨販売が求められる

現在の比較推奨販売方式

販売方法	【イ方式】比較説明	推奨販売	
		【ロ方式】 顧客意向に沿って商品を選別して推奨	【ハ方式】 代理店独自の推奨理由・基準で推奨
提示商品	A社 B社 C社	A社 B社	A社
顧客への説明 (例)	A～C社の商品の中で、 比較すべき事項を偏りなく説明	意向に沿う商品候補は▲▲の理由で A・B社の商品となり、それぞれの概要 は～。その内■■の理由でAを推奨し ます。 ※商品特性や保険料水準等の客観的基 準や理由等について説明を行う必要がある	廃止 代理店同時の理由・基準で推奨 Ex)「経営方針のため」、「事務に精通 しているから」等 ※但し、虚偽説明・法令等に抵触するもの はNG

【ロ方式】についての規制は大幅に強化

詳細は次ページへ

□：推奨販売（保険契約を選別し、提示・推奨）

- 比較可能な同種の保険契約の中から、**顧客の意向に沿って**保険契約を選別し、提示・推奨しようとする場合は、規制の趣旨を踏まえた上で、保険募集実務や募集形態等に応じて、以下の事項を説明
- 事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する必要にも留意

(a) 顧客の意向に沿って保険契約を選別し、保険契約を提示・推奨する場合

提示・推奨する保険契約の「概要」を説明
また「顧客の求めに応じて」契約内容や提示・推奨する基準・理由等を説明

保険契約を選別

募集人や代理店の都合によることなく、合理的かつ具体性を有する基準・理由等を説明



それ以外の保険契約もある旨及び「顧客の求めに応じて」それらの契約の概要または内容を説明する旨を説明

(b) 顧客の意向が不明確な場合

保険契約の選別にあたり、顧客が特に重視すると考えられる事項の例示等、可能な限り顧客意向を把握

乗合代理店においては「顧客意向」に基づき、保険会社・商品の絞り込み等を行う必要があり、また「顧客意向」の確認・把握の記録や証跡等が必要

特定契約比率規制

- 代理店の自立等を促進し、独禁法抵触リスクを高める企業内代理店の不明確な立場を解消するため、**特定契約比率規制の見直し**が図られる予定(3年程度の準備期間あり)

見直し概要

比率の計算に関する経過措置(※)の撤廃
(一定の準備期間(3年程度)を確保)

**新種保険・自賠責保険等が
特定契約比率規制の対象**となる可能性あり

「特定者」の範囲を、
連結決算の対象となる**グループ企業の範囲全体へ拡大**

特定契約の比率を下げるために、
グループ外への保険募集がより重要化

他方、一定要件をみたす代理店には、
特定契約比率規制自体の「適用除外」を検討

例外的対応として、適用除外の**態勢整備要件、
手数料適正化要件**などが設けられる予定

※経過措置

- 経過措置(1)：分母・分子の対象契約は、自動車・火災・傷害とする（＝新種や自賠責等は分母・分子にカウントしない）
経過措置(2)：分子は「最大特定者」のみに係る保険料とする（＝2番目以降に保険料が高い特定者はカウントしない）

**企業内代理店は人的・資本的關係に依拠せず、
戦略を考え、保険価値の届け方を創造していくことが重要**

第2章：法改正をうけて目指す代理店の内部管理態勢

大原則

お客さま本位の業務運営 (顧客最善利益の追求)

法改正を踏まえ、より一層代理店に求められること

金融事業者としての責任と品質向上の重要性の理解

保険業法含む
金融関連法令の遵守

法令遵守管理

情報管理態勢の確立

ITリスク管理

プリンシプルベース
でのアプローチ

経営管理・ガバナンス

品質・実効性・適切性を確保する
実効性あるPDCAサイクルの構築
(= 3線管理機能の発揮)

実効性のある自立した組織の構築

代理店内での
募集人の教育・指導
体制確立

募集人教育管理

定期的な業務評価・
改善の仕組み確立

監査機能

適切な保険商品選択機会の創出

お客さまニーズの
正確な把握

顧客保護管理

公正な保険商品
の提案

保険募集管理

- 実効性のあるPDCAサイクルを実施するためには、まず**現状の評価（Check）**から始め、**改善（Act）**を行った上で**計画（Plan）**を立て、**実行（Do）**する一連の流れを循環させることが重要
- **3線管理機能の発揮**により実効性のある**現状の評価（Check）**を実現

起点

Check : 自己点検等の監査を通じた実態の把握

- ・代理店態勢整備における自己点検
- ・内部監査の実施

Do : 適切な教育・管理・指導

- ・募集人への研修・教育の実践、周知徹底
- ・社内規定を順守した適切な保険募集

Act : 改善に向けた態勢整備

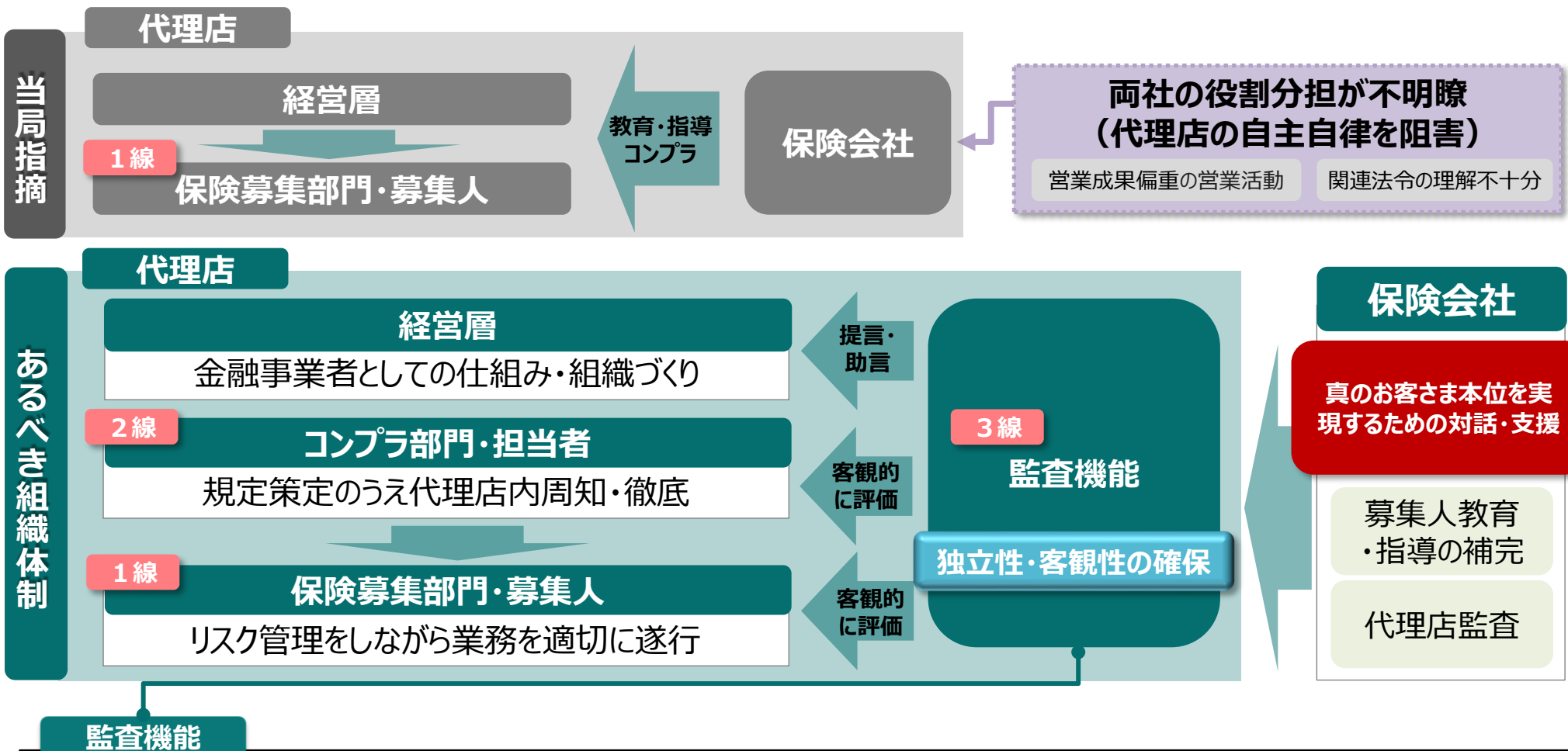
- ・お客さまからの苦情や不備の原因分析
- ・改善策の検討、実施

Plan : 社内規則等の策定

- ・代理店独自の募集マニュアルの策定
- ・募集人教育プログラムの策定

C (Check)から始めるPDCAサイクル

- 実効性のあるPDCAサイクルを構築するための代理店内で完結できる組織づくり（3線管理体制の構築）



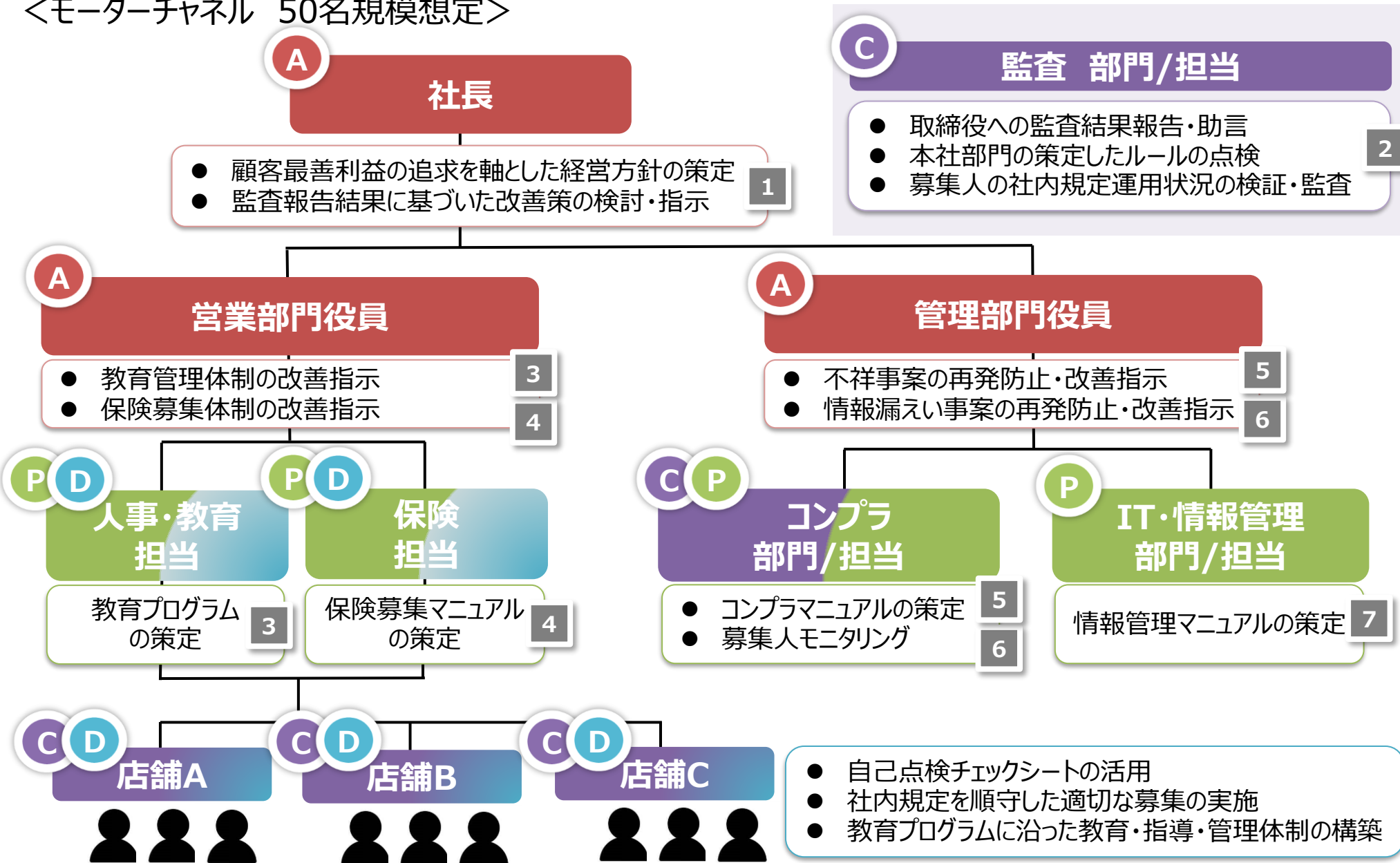
- ・代理店の規模・特性によっては代理店内に内部監査部を設置せず、外部への委託や1線2線の中で監査機能(チェック機能)を兼ねることも可
(例：A支店(被監査対象)をB支店(監査実施者)が互いに監査するクロス監査や、支店がない場合は業務執行とリスク管理・監査の役割を業務手順書に明記し、募集人同士のダブルチェック体制を導入 等)
- ・形態に関わらず、**監査機能が被監査対象から影響を受けず(＝独立性の確保)、適切に機能(＝客観性の確保)することが重要**

- 組織・体制は規模・特性にプリンシプルベースで検討
- 顧客本位の業務運営の実現に向け、専門性を持った役割分担が重要

カテゴリ		1	2	3	4	5	6	7
		経営管理・ガバナンス	監査機能	募集人 教育管理	保険募集 管理	顧客保護 管理	法令遵守 管理	ITリスク管理
10名 程度	責任者	店主(経営者)						
	担当者	店主(経営者)		保険・教育担当		コンプラ・IT担当		
50名 程度	責任者	店主(経営者)		保険・教育担当役員		コンプラ・IT担当役員		
	担当者	経営企画 担当	内部監査 担当※	教育担当	保険担当	コンプラ・業務品質担当		IT担当
100 名 以上	責任者	店主(経営者)		教育担当 役員	保険担当 役員	コンプラ・業務品質担当 役員		IT担当 役員
	担当者	経営企画部	内部監査部	募集教育 管理部	保険管理部	業務品質 向上部	コンプラ部	IT部

※内部監査担当については募集従事者・他部門と兼任せず独立性を確保

<モーターチャネル 50名規模想定>



- 業法改正などの環境変化を踏まえ、当社は『品質・体制評価制度』を新設します。
- 本制度と連動した販売モデルは、特にモーター代理店の皆さまに活用を検討いただきたい内容となります。

品質・体制評価制度と新たな販売モデルの概要

あいおいニッセイ同和損保
MS&AD INSURANCE GROUP

品質・体制評価制度の詳細は、専用の提案書をご参照ください。

- 『品質・体制評価制度』は、業界共通の基準に加え、当社固有基準を追加した独自の評価制度です。
- 特に、『分業型』は兼業代理店の募集品質向上や、代理店業務の効率化を実現するモデルとなります。

■ 品質・体制評価制度のイメージ

	品質 評価制度	求める品質・体制基準	対象 代理店	分類	代理店区分(モデル)	
当社 固有	A基準 A+基準	持続的に高いレベルで お客さま対応を行う ための当社独自の 高い品質・体制基準 地域戦略の 牽引役として の体制・役割	エントリー制 ※P.11参照	発展型 	エグゼクティブ プロ代理店や大型の 兼業代理店 ※乗合問わず	エグゼクティブPro AS、地域トップクラスの 専業の代理店 ※Pro=プロフェッショナル
	B基準	代理店業務の遂行に関わる 標準的な基準	すべての 代理店		分業型 	スタンダード 標準的な品質・体制基準を充足できるすべての代理店 ※乗合問わず
業界 共通	C基準	関係法令遵守の観点で求められる 最低限の基準				プロモーション(媒介) 体制整備・保険募集業務の効率化を志向する兼業代理店

- 発展型/分業型モデルは全代理店が高い募集品質を実現し、お客さま本位を実践することを目的とします。
- モーター代理店にとっては以下のような側面もあるため、貴社の特性に応じた販売モデルを選択ください。

■ モーター代理店における発展型/分業型の活用イメージ

分類	代理店区分(モデル)	求められる 品質項目	募集における 代理店の業務	代理店 手数料	モーター代理店の 規模・特性に応じた考え方
発展型 	〔A基準〕 エグゼクティブ 専業 兼業	多い 業界共通 + 当社固有	多い 代理店による 自己完結	高い 品質に応じた 代手ポイント	収益事業として保険手数料の拡大を 目指す代理店に検討いただきたいモデル
	〔B基準〕 スタンダード 専業 兼業				
分業型 	〔B基準〕 スタンダード(協業) 専業 兼業	少ない 業界共通 項目の一部	少ない 当社と分業	低い 分業割合に 応じた手数料	募集などの代理店業務の高品質・効率化を 目指す代理店に検討いただきたいモデル
	〔C基準〕 プロモーション(媒介) 専業 兼業				



Point!

B基準以上を充足するモーター代理店であっても、プロモーション(媒介)を選択することが可能です。

- お客さまの安心・安全なカーライフを支える企業として、自動車保険の取り扱いは必須
- 今後も保険代理店業務を行うためにも、『適切な保険募集を遂行できる体制の整備』および、『適切な本業サービスの提供』を通じた、“お客さま本位”を実現するため、継続的な取り組みが必要

モーター代理店に求められること

体制整備義務の強化

比較説明・推奨販売への規制※

※乗合代理店のみ対象

適切な保険金支払体制の構築

適切な保険募集を遂行できる体制の整備

- ・代理店業務/募集人教育の自己完結
- ・内部管理体制の強化
- ・お客さま本位の募集体制構築
- ・顧客意向に沿った比較説明・推奨販売

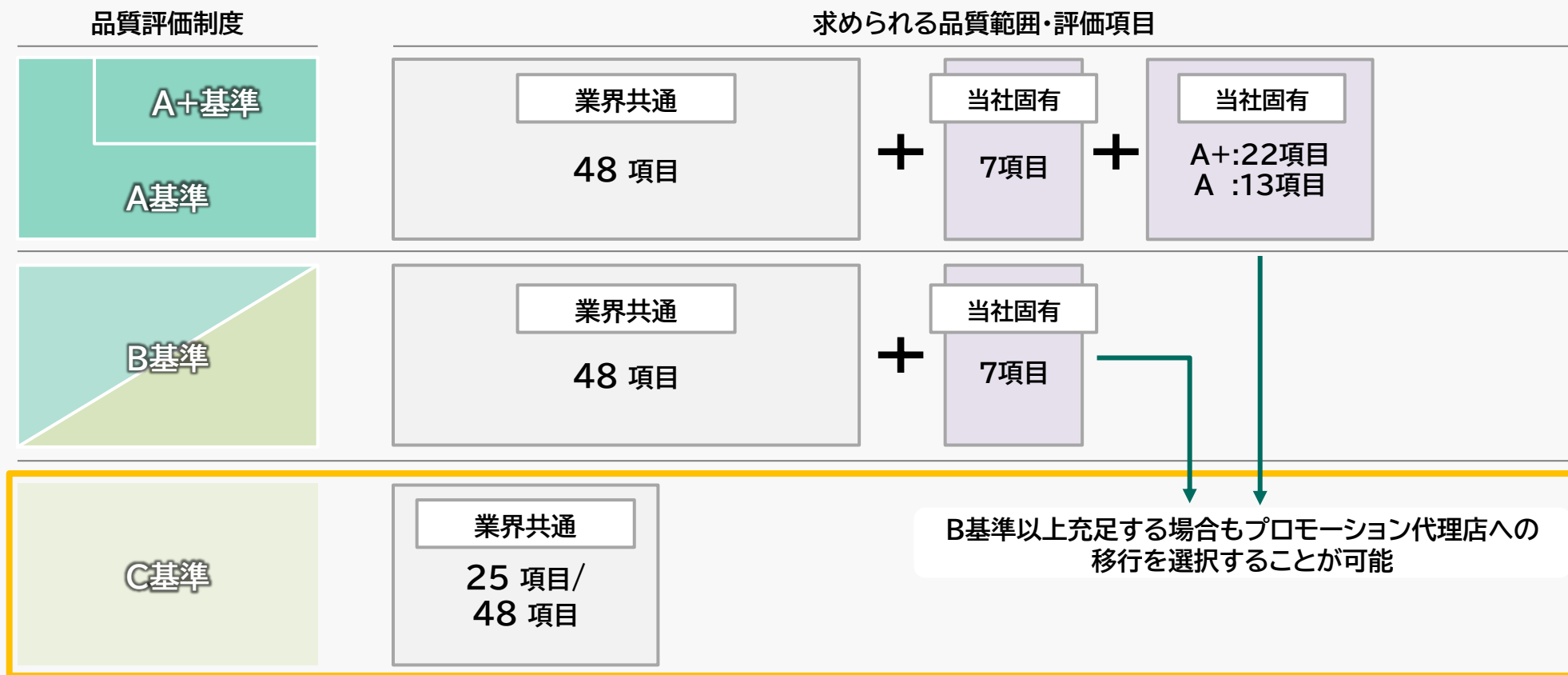
適切な本業サービスの提供

- ・整備の透明性確保
- ・適切な保険金請求
(利益相反管理)

保険/本業の両面から、“お客さま本位”実現への取り組みが求められます

- 自己点検チェックシートを「顧客対応」「アフターフォロー」「個人情報保護」「ガバナンス」項目ごとに整理し、業界共通と会社独自の評価項目により、A～Cの基準に分類しました。
- 各基準で、求められる評価項目の数が異なるため、貴社の実態に合わせた目標基準を設定してください。

■ 各基準毎に代理店に求める品質



Point!

C基準は、関係法令遵守の観点で求められる最低限の項目に限定しています。

- 貴社が目指す基準に応じて、代理店体制整備の各種支援策をご用意しております。
- まずは土台となるC基準を達成し、貴社が目指す姿に応じてB基準以上の達成にも取り組みをお願いします。

■ 当社が提供する体制整備支援策

C基準

代理店業務品質評価制度を踏まえた体制整備強化への主体取り組みを支援

① 各種方針・規定策定

- 代理店内規定・マニュアル策定の手引き
- 各種規定・マニュアルのひな形提供

リリース済み

② 募集人教育

- スキルアッププログラム(商品・事務・コンプラ)
- 自己点検チェックシート 教育支援パッケージ

リリース済み

③ 利益相反管理対策

リリース済み

- 利益相反管理規定 策定の手引き
- 研修コンテンツ(コンプライアンス意識向上研修 / 自動車修理コンプライアンスニュース)
- 自動車修理“見える化”認定制度(鈑金修理の透明性確保を認定・公開)

B基準

代理店業務品質評価制度の完全充足と代理店業務の自律化支援

① 顧客の利便性向上に向けた態勢整備

- デジタル手続き推進研修

リリース済み

② 事故対応力の向上

- 代理店に求める事故対応力強化研修

リリース済み

DX



④ 自己点検

リリース済み

- 自己点検ロードマップ(改善課題を整理するツール)
- 活用ツール集(改善に活用できるツール・マニュアルを営業店より提供)



A基準

高い品質・体制基準を充足する発展型志向層への支援

① 収益改善取り組み

リリース済み

- ロスコントロールのノウハウ提供

② 内部監査

リリース済み

- 内部監査部門設置および3線管理体制構築の手引き

改正業法施行にむけ、対応コンテンツは順次拡充予定です

お客さまから “選ばれつつづける” 体制を構築し
“ともに” 地域・社会へ貢献していきたい