

説明資料

金融庁 監督局 保険課

乗合代理店にかかる実態調査の結果

I. 実態調査の概要

1. 調査の目的

保険代理店において、近年、保険の募集方法や事業形態等の多様化や大規模化が進展していること等を踏まえ、大規模な乗合代理店における保険商品の販売実績や業務運営態勢等を把握する。

2. 調査対象先

当庁において選定^(注)した乗合代理店 478 社（生保代理店 204 社、損保代理店 299 社。うち生損兼営であって生命保険及び損害保険の両方とも調査対象となった代理店 25 社）。

(注) 調査対象先の選定方法

- ① 当庁から生命保険会社及び損害保険会社各社に対して、銀行等代理店を除く乗合代理店のうち、平成 23 年度における新契約件数（損保代理店については「取扱契約件数」。以下同様）上位の代理店（生保代理店 200 店、損保代理店 500 店）について、新契約件数、保険料及び苦情件数等にかかるリストの提出を依頼。
- ② これらの代理店について名寄せを行った上で、新契約件数の多い代理店を中心に、専業・兼業の別、保険料や苦情件数のほか、地域的な分散等を考慮して対象先を選定。

3. 調査方法

調査対象先に当庁指定のアンケート調査票を配付し、各財務局を通じて、電子メール又は F A X 等により調査票を回収。

4. 調査実施時期

平成 24 年 9 月～11 月

5. 調査項目

- ① 代理店の概要（平成 23 年度末時点）
- ② 募集人の状況（過去 3 カ年度分）
- ③ 財務状況等（過去 3 カ年度分）
- ④ 商品別の販売状況（過去 3 カ年度分）
- ⑤ 経営戦略
- ⑥ 経営上の課題
- ⑦ 業務委託、業務提携の状況
- ⑧ 顧客への推奨商品の選定方法
- ⑨ 顧客の開拓方法
- ⑩ コンプライアンス態勢
- ⑪ 顧客（個人）情報管理態勢
- ⑫ 苦情処理態勢

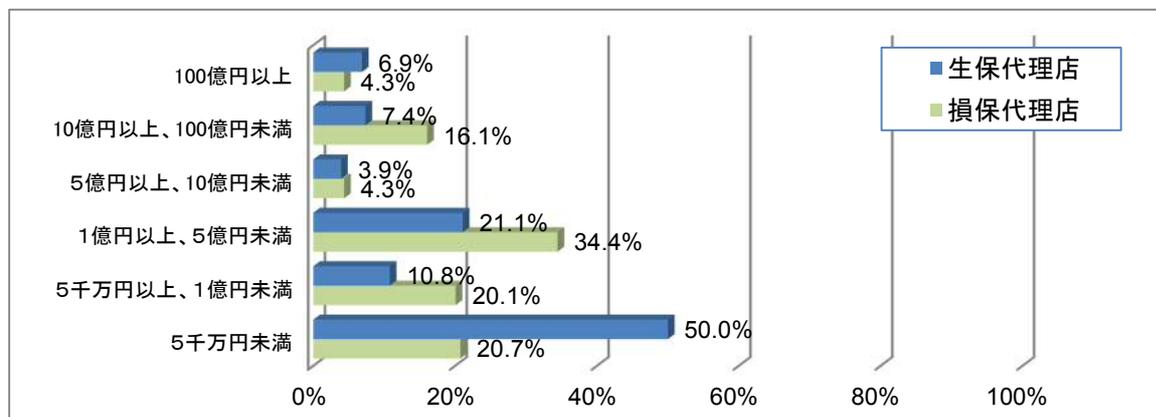
6. その他

- ・ 生命保険及び損害保険の両方の保険募集を行っている場合であっても、生命保険又は損害保険に係る内容に限定して回答するよう求めた。
- ・ 上記 5. ①～④については、原則、各年度末時点（又は各年度）の回答を求めたが、代理店が把握可能な日（又は期間）での回答でも可とした。

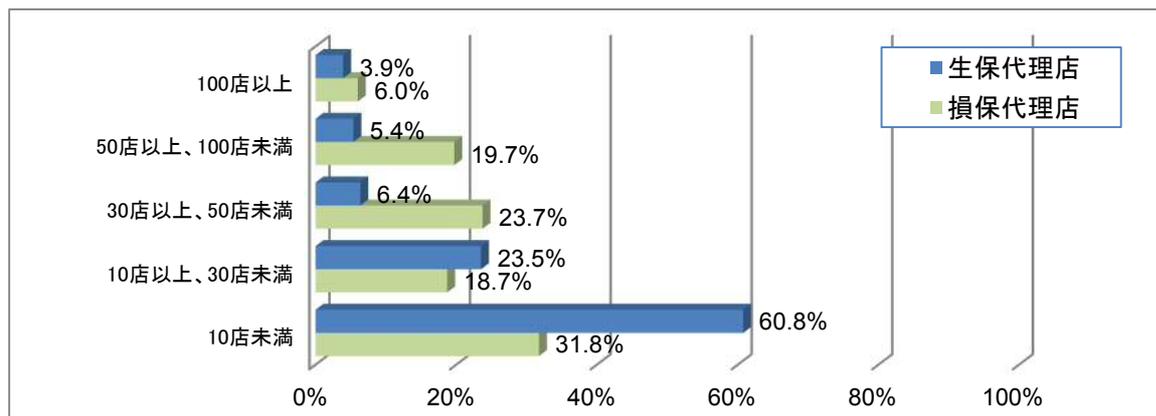
II. 調査結果の概要

1. 代理店の概要（平成23年度末時点）

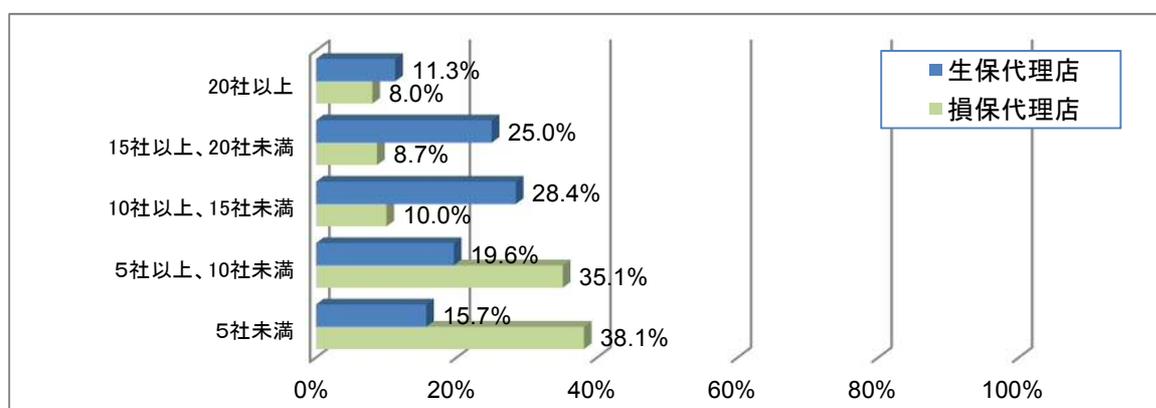
【資本金】



【支店等の数】

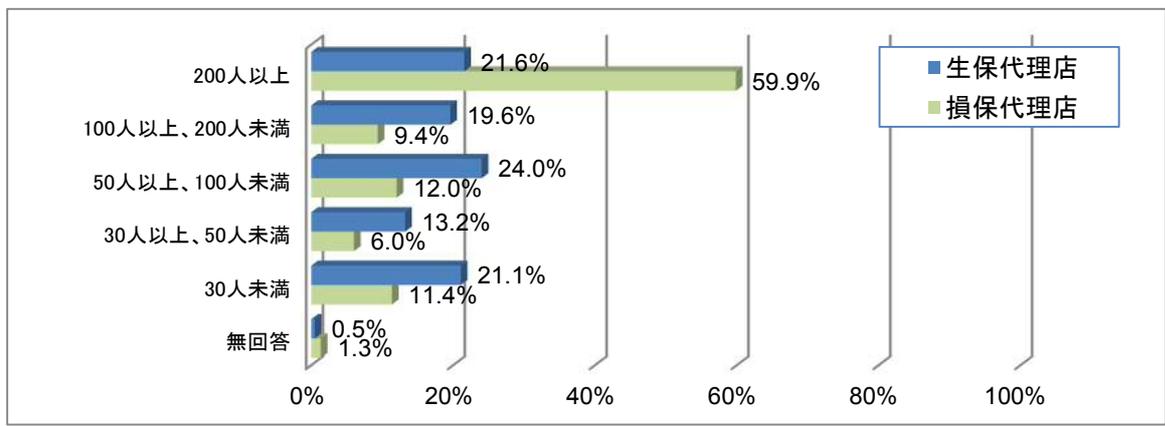


【所属保険会社の数】



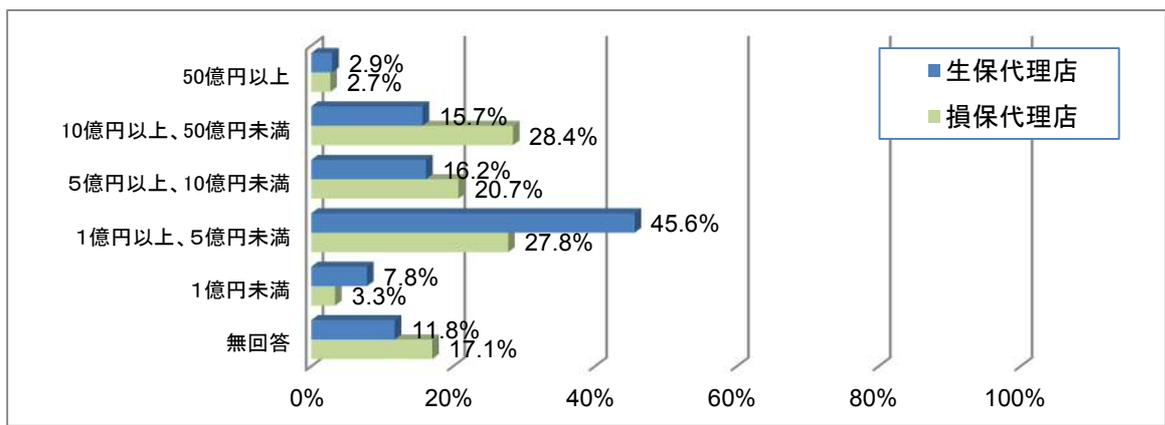
2. 募集人の状況（平成23年度末時点）

【募集人の数】

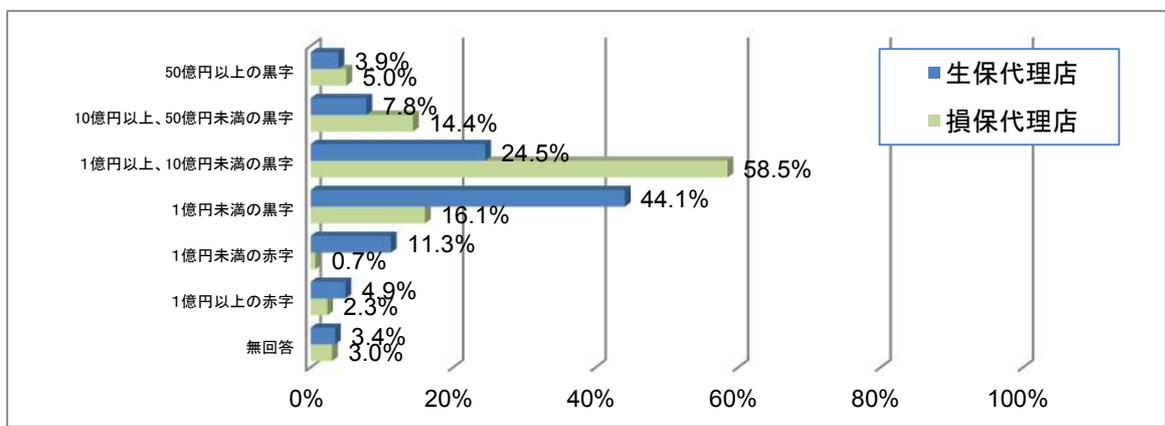


3. 財務状況等（平成23年度）

【売上高（保険募集関係）】



【当期純利益（兼業部門含む）】



4. 商品別の販売状況（平成23年度）

（注）有効回答のうち、日本郵便㈱を除いた代理店について算出。

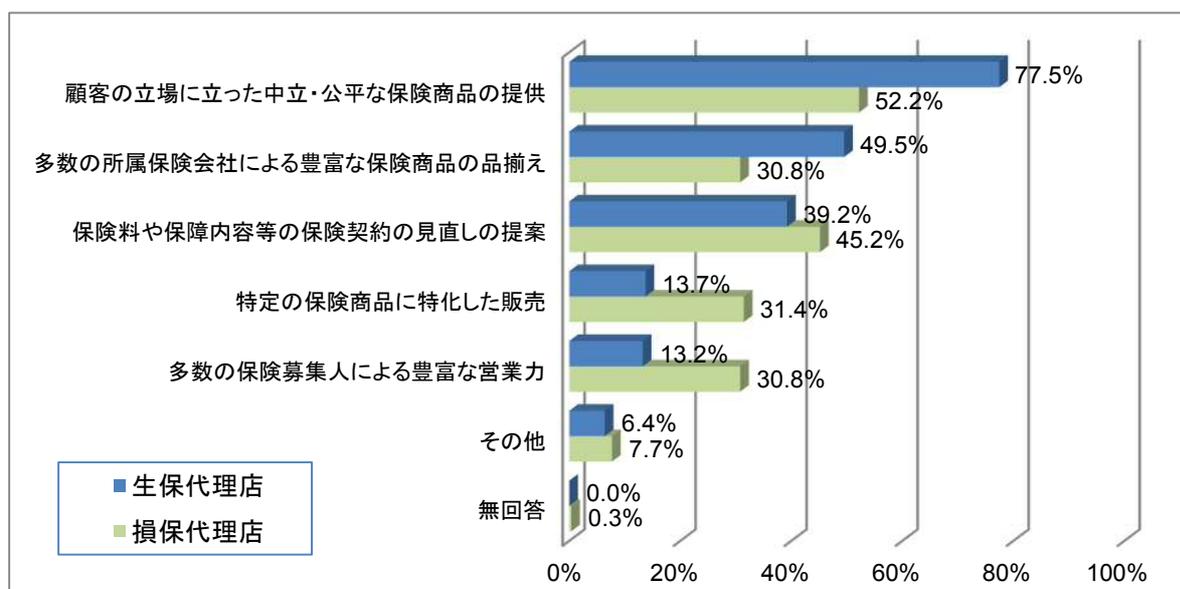
【新契約件数（各社平均）】

	生保代理店	損保代理店
販売上位5商品の件数（A）	4,250	63,670
全商品の件数（a）	7,651	77,192
（A）／（a）	55.5%	82.5%

5. 経営戦略

【設問】経営戦略と合致するもの（主な2つ）を選択してください。

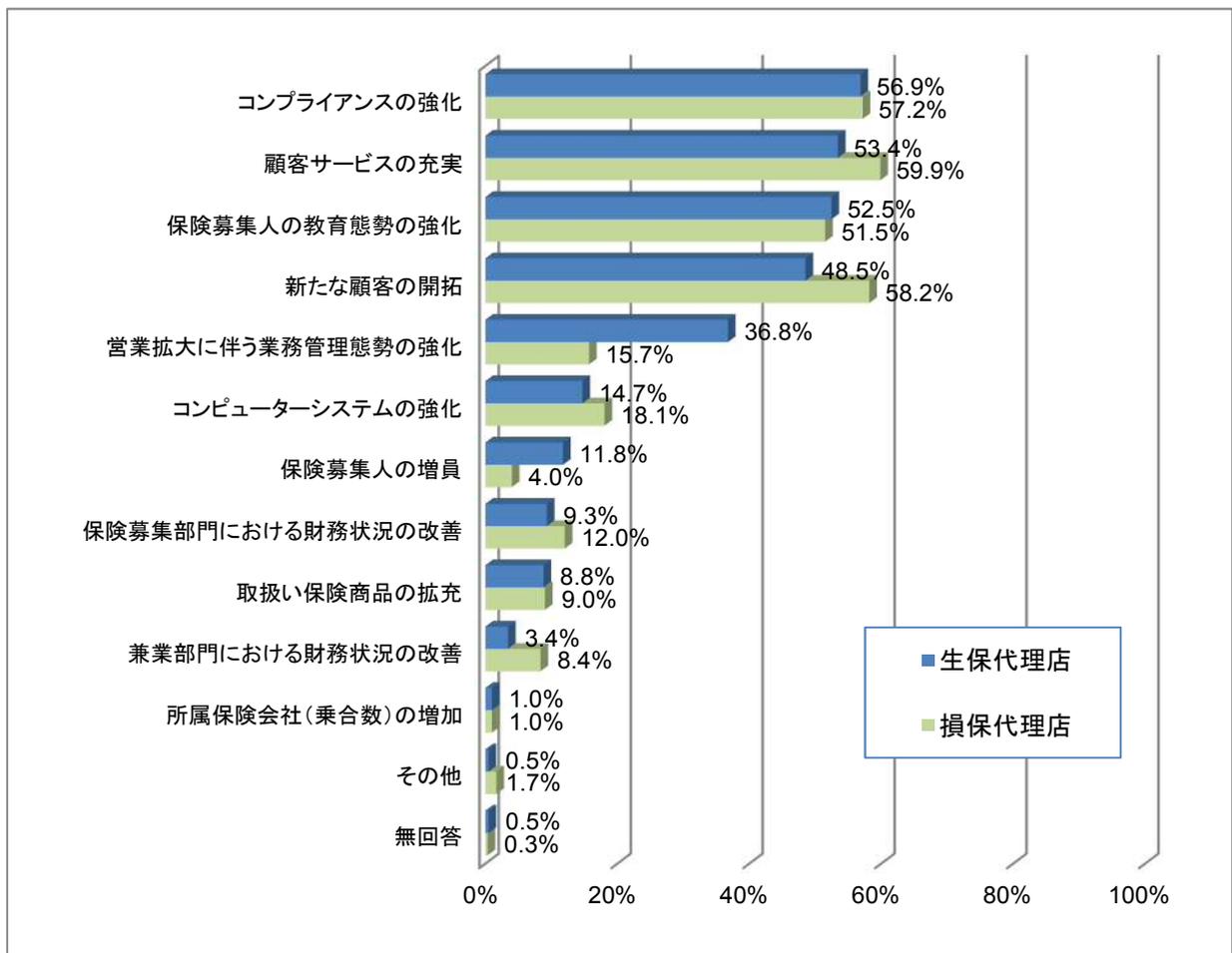
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「顧客の立場に立った中立・公平な保険商品の提供」と回答した代理店の割合は、50%を超えた。
- 「多数の所属保険会社による豊富な保険商品の品揃え」と回答した代理店の割合は、損保代理店（30.8%）に比して、生保代理店（49.5%）の方が高かった。
- 「特定の保険商品に特化した販売」と回答した代理店の割合は、生保代理店（13.7%）に比して、損保代理店（31.4%）の方が高かった。
- 「その他」としては、「保険ショップの展開」「顧客満足度の重視」といった回答が見られた。



6. 経営上の課題

【設問】 経営上の課題と合致するもの（主な3つ）を選択してください。

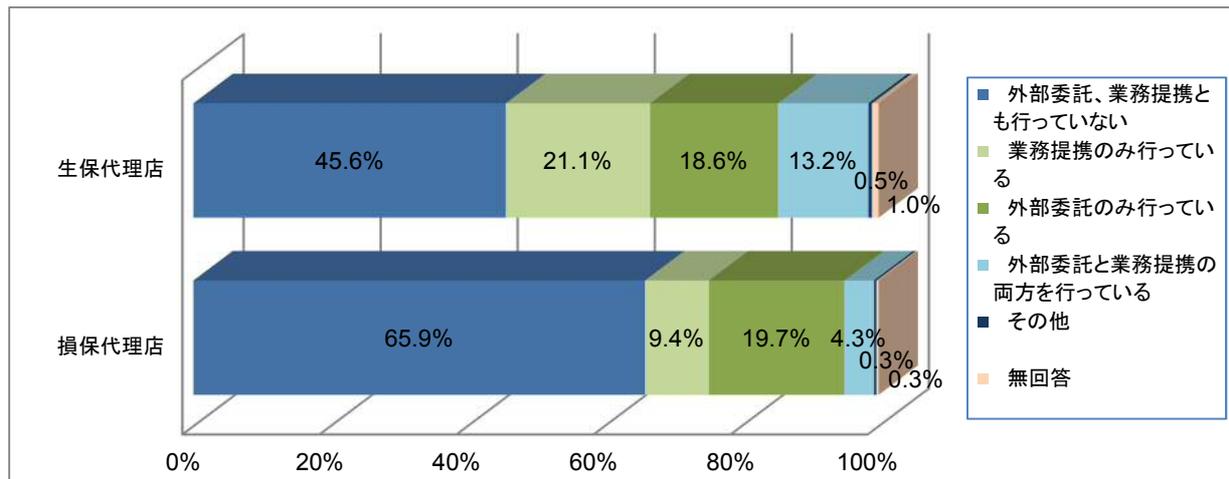
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「コンプライアンスの強化」「顧客サービスの充実」「保険募集人の教育態勢の強化」と回答した代理店の割合は、50%を超えた。
- 「営業拡大に伴う業務管理態勢の強化」と回答した代理店の割合は、損保代理店（15.7%）に比して、生保代理店（36.8%）の方が高かった。



7. 業務委託、業務提携の状況

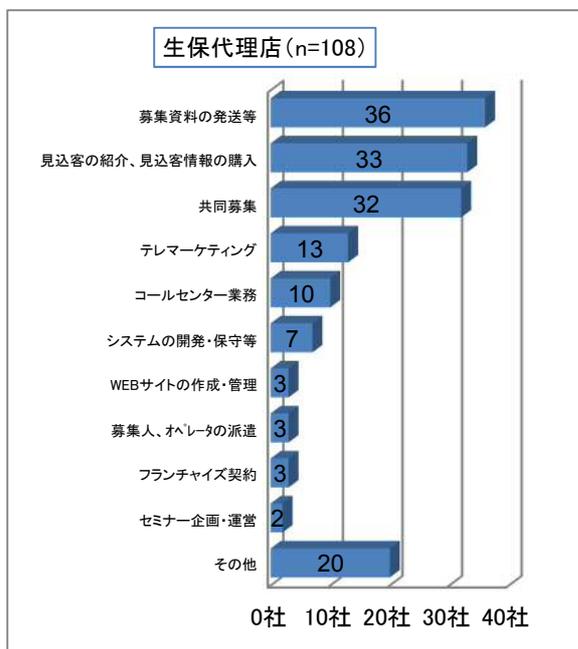
【設問①】 保険募集関連業務の外部委託又は業務提携について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店については、「外部委託又は業務提携のどちらか」又は「両方を行っている」と回答した代理店の割合は、52.9%であった。
- 損保代理店については、「外部委託、業務提携の両方とも行っていない」と回答した代理店の割合は、65.9%であった。



【設問②】 外部委託又は業務提携を行っている場合は、主な委託又は提携業務の内容を記載してください。（複数回答可）

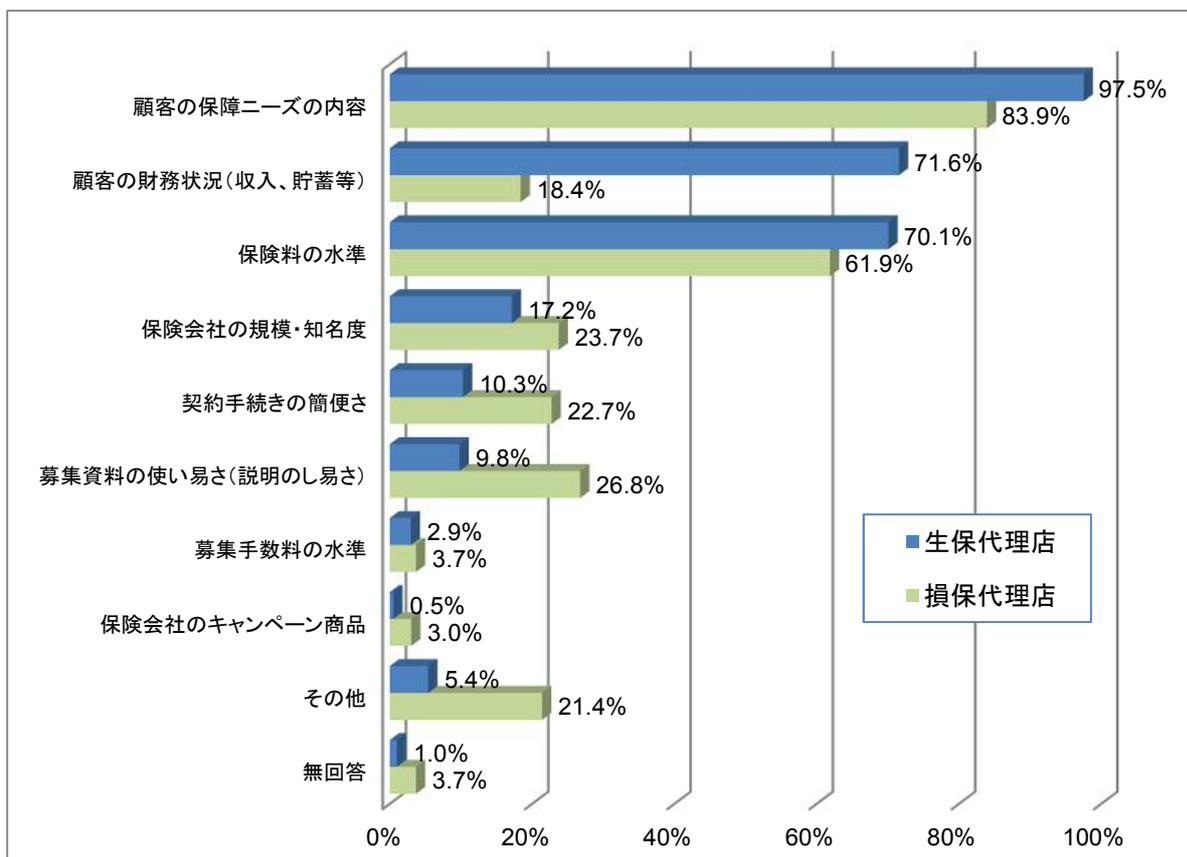
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「募集資料の発送等」を内容とする委託等が多く見られた。
- 生保代理店については、「見込客の紹介、見込客情報の購入」「共同募集」を内容とする委託等についても相対的に多く見られた。



8. 顧客への推奨商品の選定方法

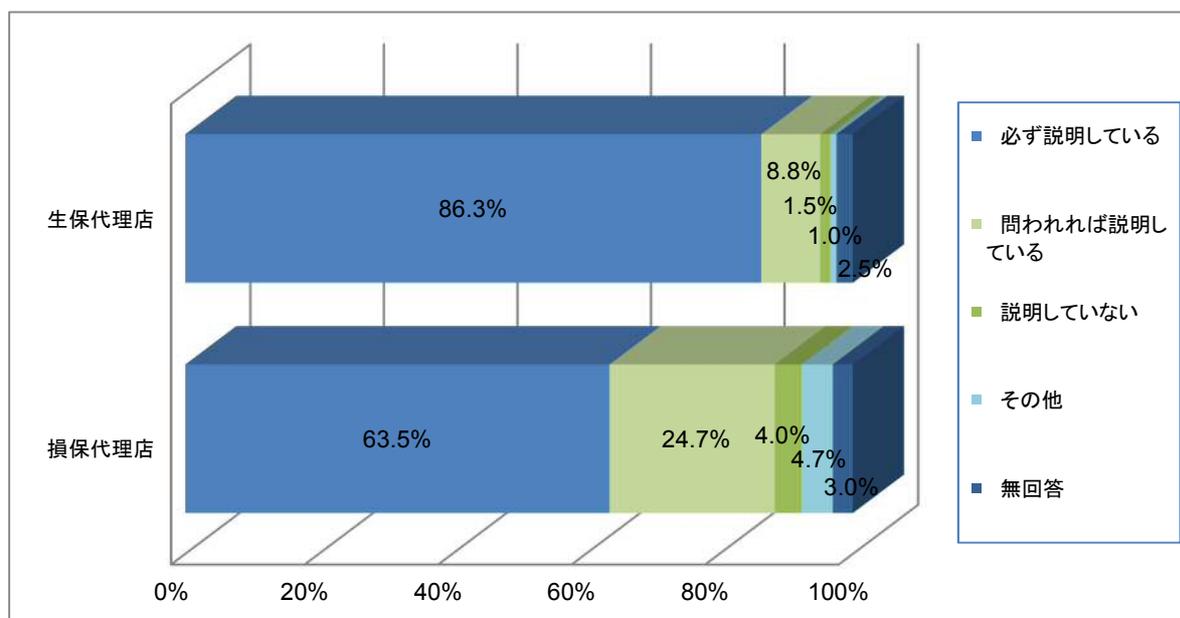
【設問①】 同じ保険種類で複数の保険会社の商品を取扱っている場合、取扱っている商品の中から顧客への推奨商品を選定する際に特に考慮している点（主な3つ）を選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「顧客の保障ニーズの内容」「保険料の水準」と回答した代理店の割合が高く、特に、生保代理店については、「顧客の保障ニーズの内容」と回答した代理店の割合は、97.5%であった。
- 「顧客の財務状況」と回答した代理店の割合は、損保代理店（18.4%）に比して、生保代理店（71.6%）の方が高かった。
- 「契約手続きの簡便さ」「募集資料の使い易さ（説明のし易さ）」と回答した代理店の割合は、生保代理店に比して、損保代理店の方が高かった。
- 「その他」としては、「特定の保険会社の商品を優先」といった回答が見られた。



【設問②】 推奨理由を顧客へ説明していますか。

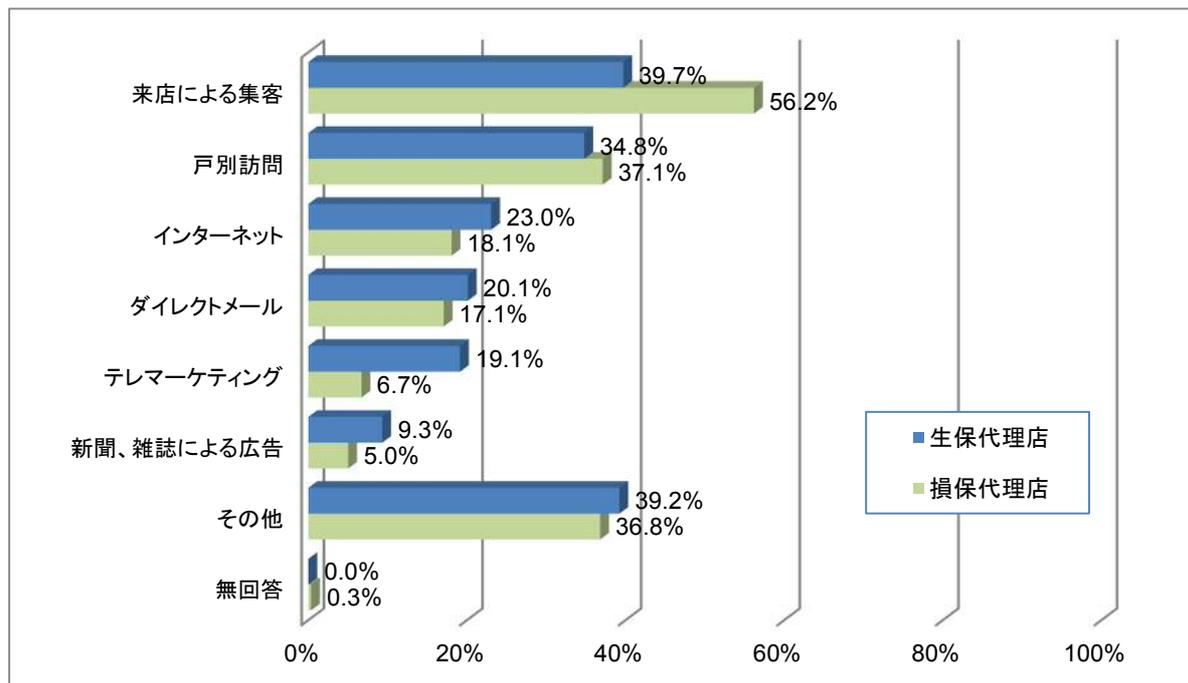
- 生保代理店については、「必ず説明している」と回答した代理店の割合は、86.3%であった。
- 損保代理店については、「必ず説明している」と回答した代理店の割合は、63.5%であった一方、「問われれば説明している」と回答した代理店の割合は、24.7%であった。
- 「その他」としては、「募集資料等に記載している」「特定の保険商品のみ扱っているため説明の必要がない」といった回答が見られた。



9. 顧客の開拓方法

【設問】顧客の開拓方法として、該当するもの（主な2つ）を選択してください。

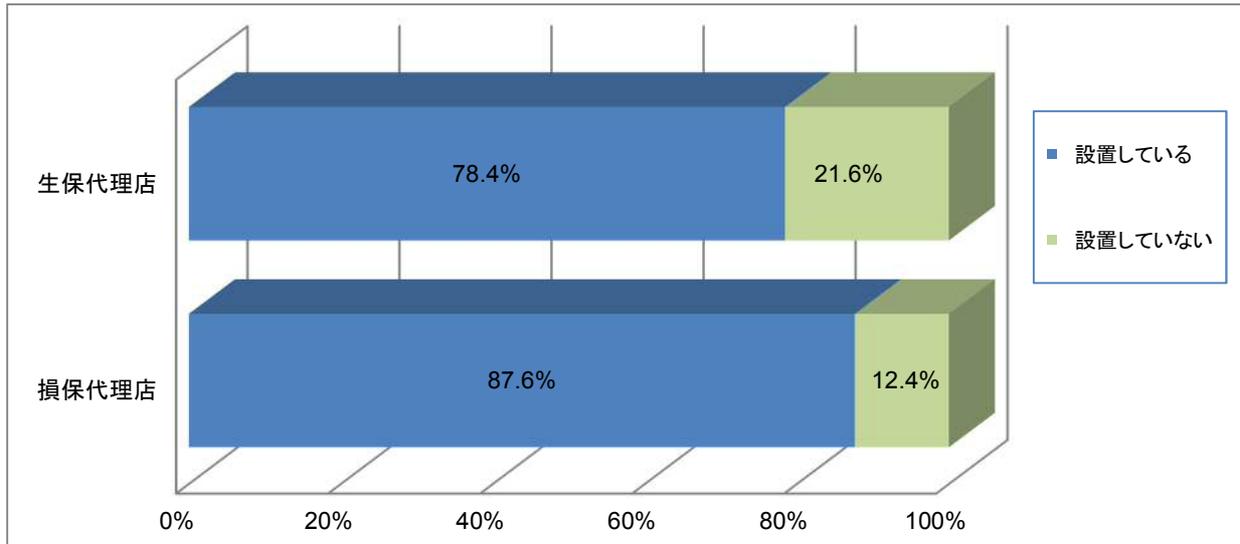
- 「来店による集客」と回答した代理店の割合は、生保代理店（39.7%）に比して、損保代理店（56.2%）の方が高かった。
- 「テレマーケティング」と回答した代理店の割合は、損保代理店（6.7%）に比して、生保代理店（19.1%）の方が高かった。
- 「その他」としては、「既契約者等からの紹介」「職域営業」「保険相談会・セミナーの開催」「兼業業務の顧客への提案」といった回答が見られた。



10. コンプライアンス態勢

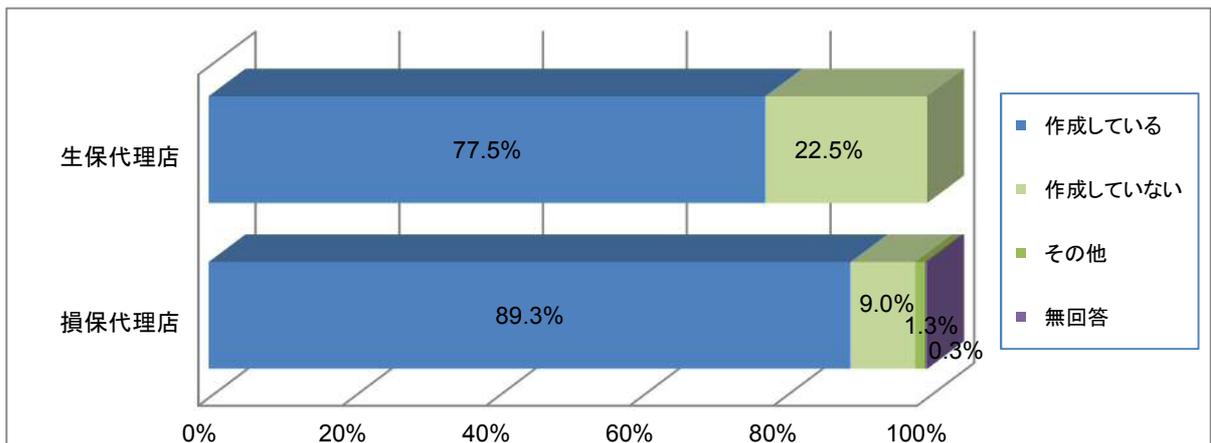
【設問①】 コンプライアンスに関する所管部署を設置していますか。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「設置している」と回答した代理店の割合が高かった一方、「設置していない」と回答した代理店の割合は、損保代理店（12.4%）に比して、生保代理店（21.6%）の方が高かった。
- 「設置していない」と回答した代理店の中には、「責任者は配置している」としている代理店が多く見られた。



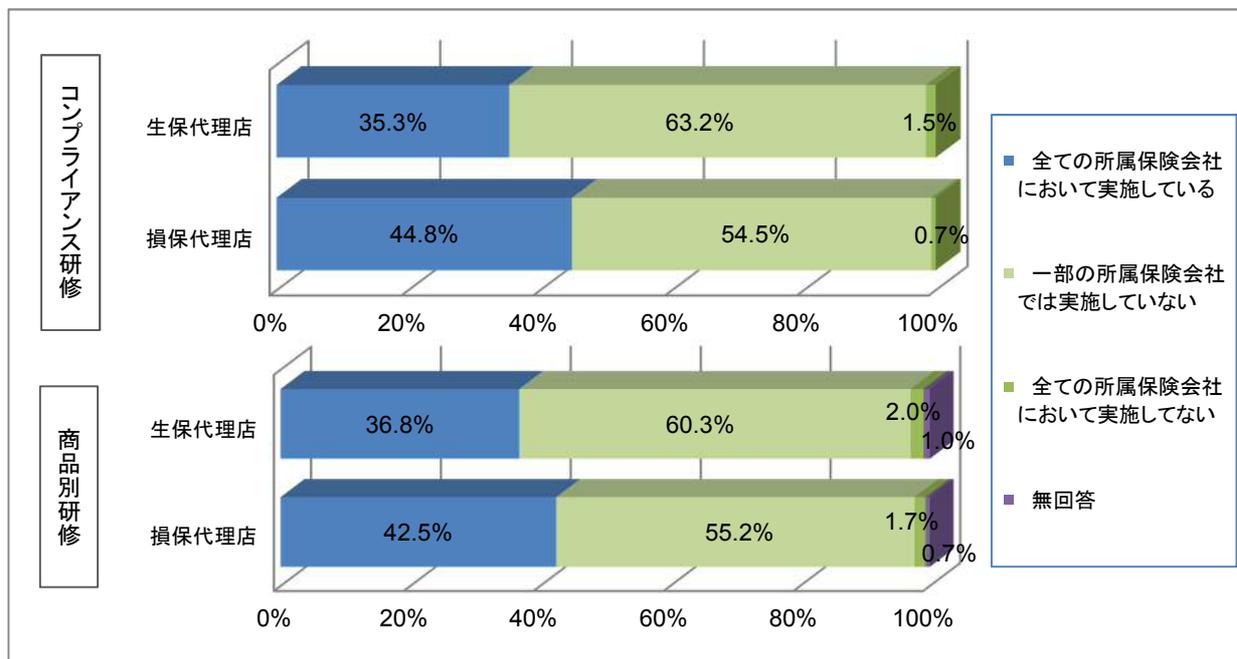
【設問②】 コンプライアンスに関する内部規程やマニュアルを作成していますか。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「作成している」と回答した代理店の割合が高かった一方、「作成していない」と回答した代理店の割合は、損保代理店（9.0%）に比して、生保代理店（22.5%）の方が高かった。
- 「作成していない」と回答した代理店の中には、「所属保険会社のマニュアル等を使用している」としている代理店が多く見られた。



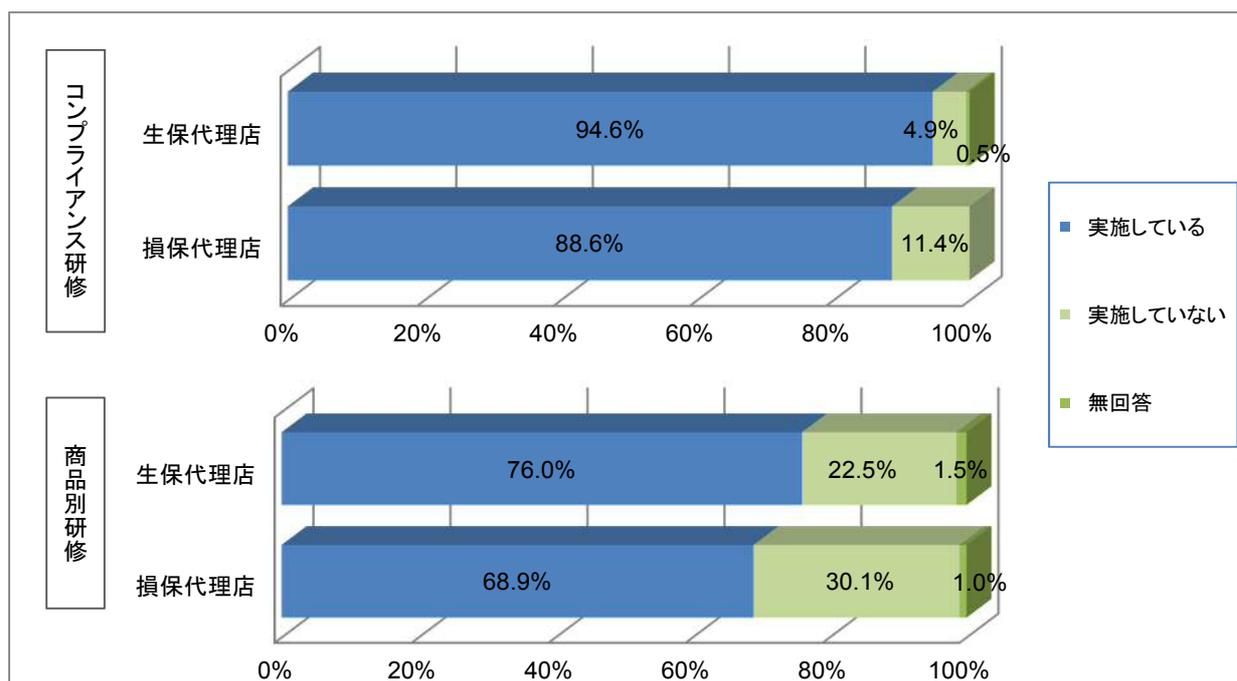
【設問③】 所属保険会社によるコンプライアンス研修及び商品別研修の実施状況について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、コンプライアンス研修及び商品別研修について、「一部の所属保険会社では実施していない」と回答した代理店の割合は、50%を超えた。



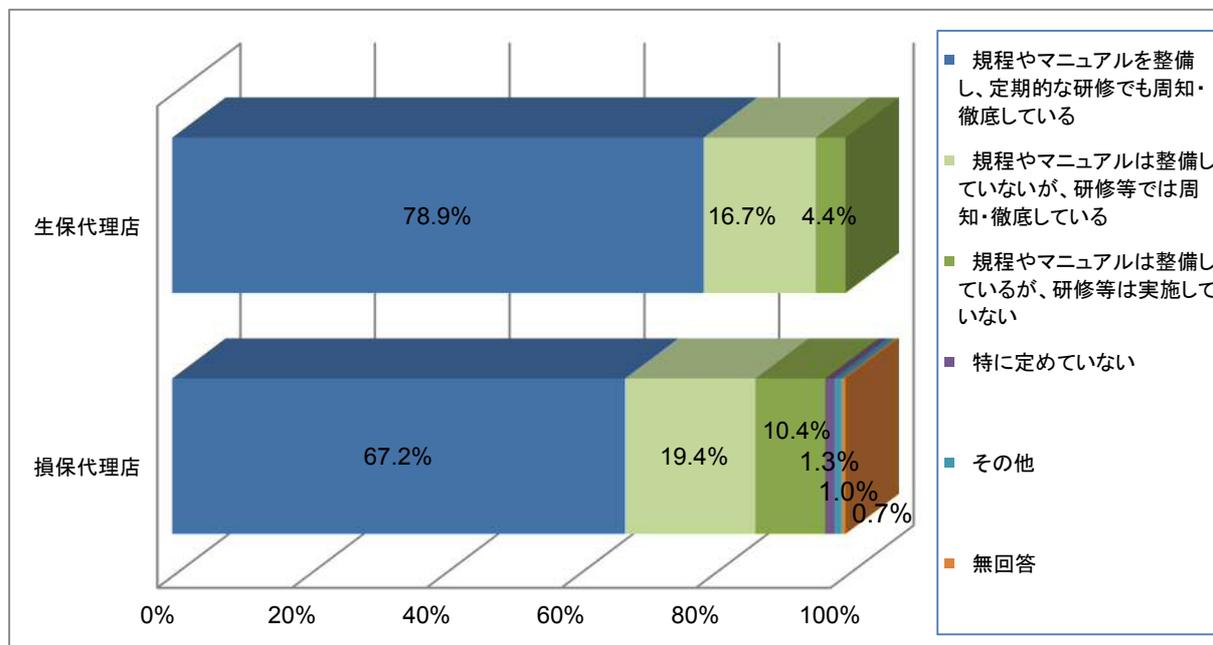
【設問④】 代理店独自のコンプライアンス研修、商品別研修を実施していますか。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、コンプライアンス研修を「実施している」と回答した代理店の割合は、約90%であった一方、商品別研修を「実施している」と回答した代理店の割合は、約70%であった。



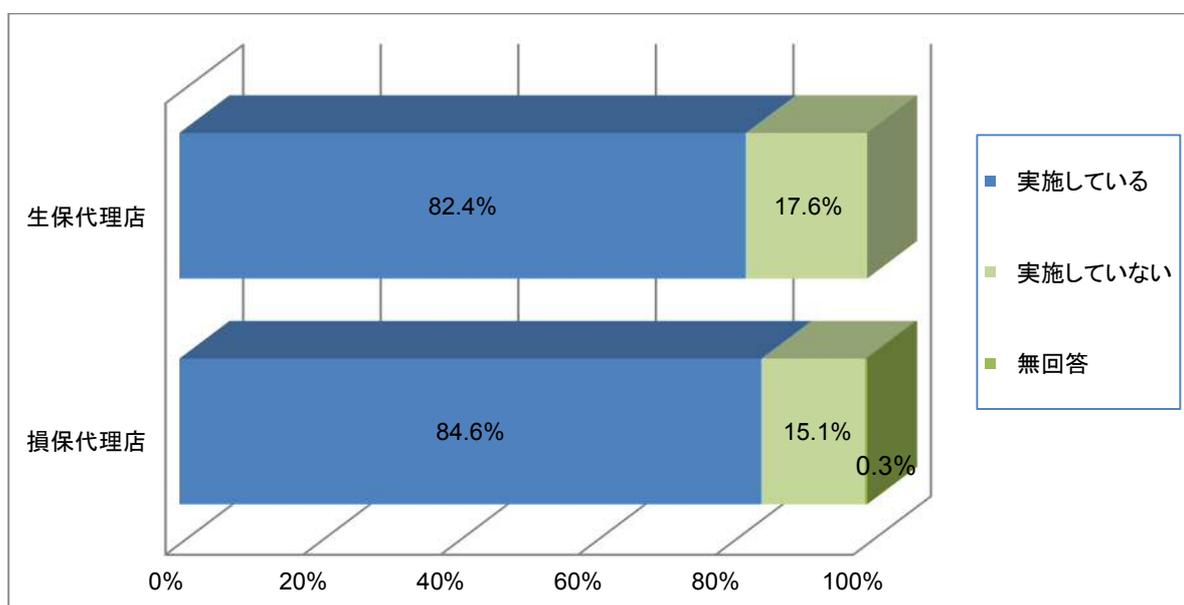
【設問⑤】不適切な募集行為が発覚した際の社内での報告ルールの整備状況について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「規程やマニュアルを整備し、定期的な研修でも周知・徹底している」と回答した代理店の割合は、約70%であり、「規程やマニュアルの整備」又は「研修等での周知・徹底」を含めると、ほぼ100%であった。



【設問⑥】代理店独自の内部監査を実施していますか。

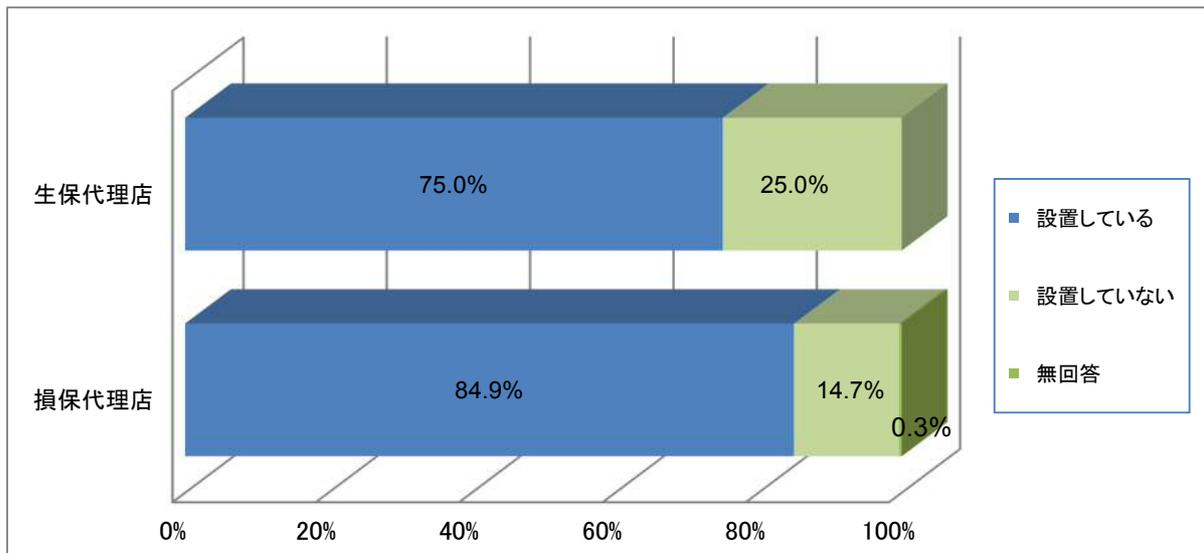
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「実施している」と回答した代理店の割合が高かった一方、「実施していない」と回答した代理店の割合は、生保代理店は17.6%、損保代理店は15.1%であった。



11. 顧客（個人）情報管理態勢

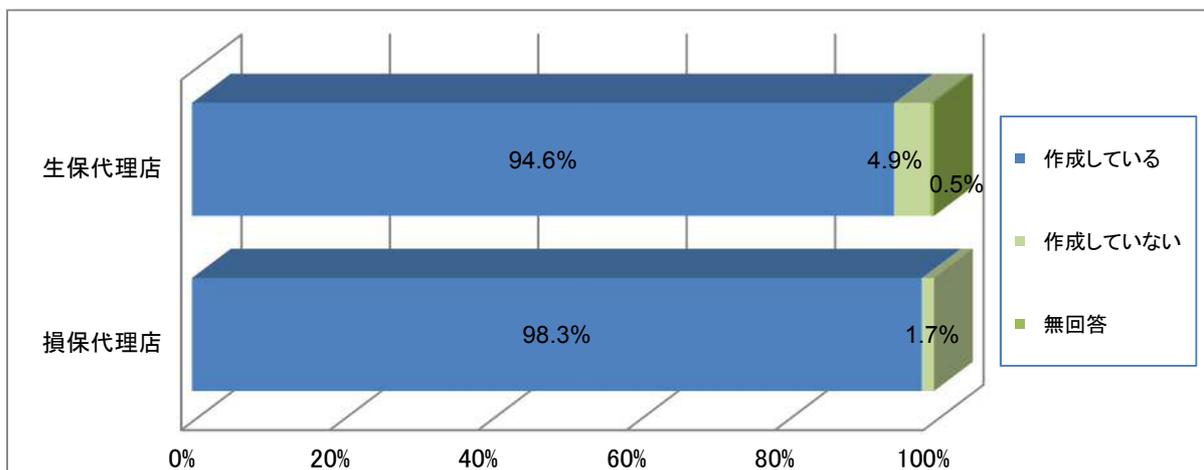
【設問①】顧客（個人）情報の管理に関する所管部署を設置していますか。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「設置している」と回答した代理店の割合が高かった一方、「設置していない」と回答した代理店の割合は、損保代理店（14.7%）に比して、生保代理店（25.0%）の方が高かった。
- 「設置していない」と回答した代理店の中には、「責任者は配置している」としている代理店が多く見られた。



【設問②】顧客（個人）情報管理に関する内部規程やマニュアルを作成していますか。

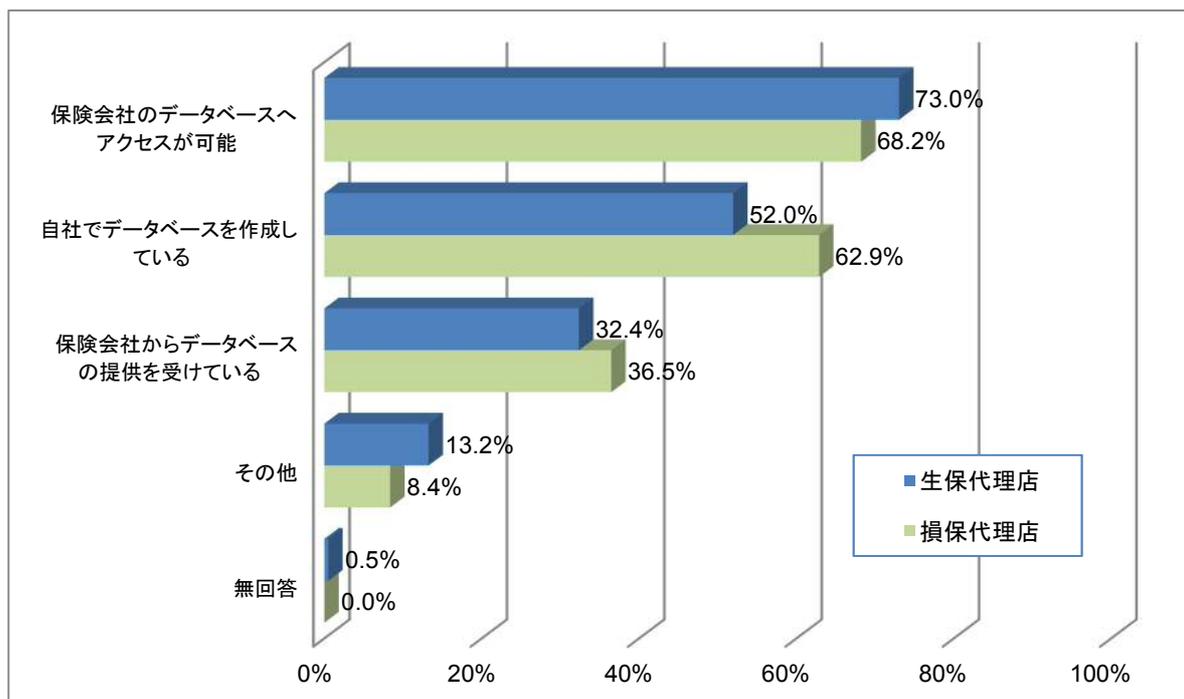
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「作成している」と回答した代理店の割合は、90%を超えた。
- 「作成していない」と回答した代理店の中には、「所属保険会社のマニュアル等を使用している」としている代理店が多く見られた。



【設問③】顧客（個人）情報のデータベースを作成又は利用していますか。

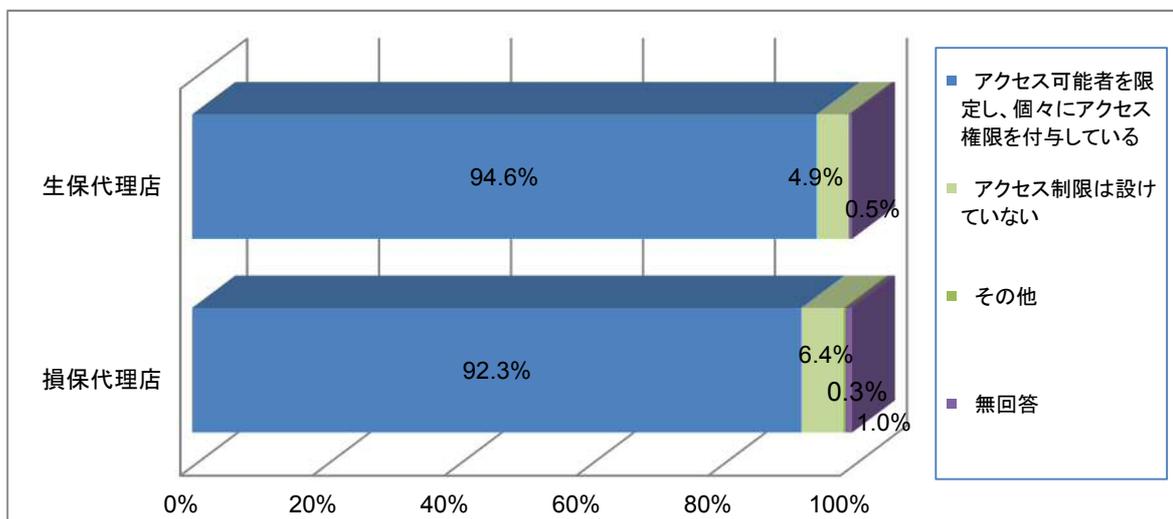
（複数選択可）

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「保険会社のデータベースへアクセスが可能」と回答した代理店の割合は、約70%であった一方、データベースへのアクセスの可否又は提供の有無にかかわらず、「自社でデータベースを作成している」と回答した代理店の割合は、生保代理店は52.0%、損保代理店は62.9%であった。
- 「その他」としては、「親会社（兼業業務）のシステムを利用」との回答が見られた。



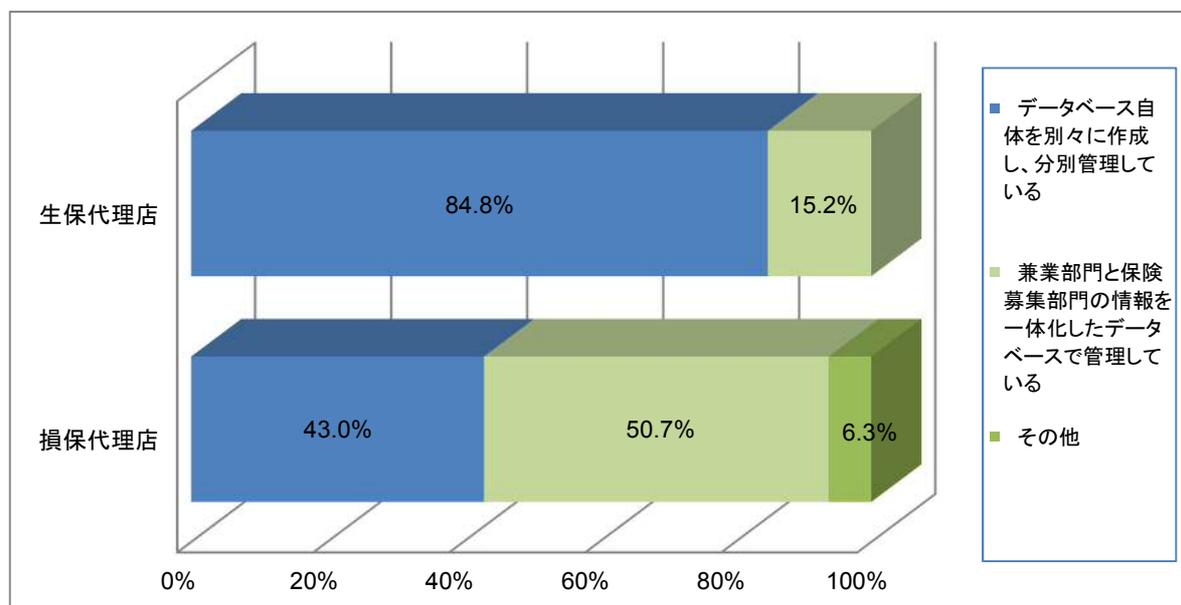
【設問④】データベースを作成・利用している場合のアクセス制限等について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「アクセス可能者を限定し、個々にアクセス権限を付与している」と回答した代理店の割合は、90%を超えた。



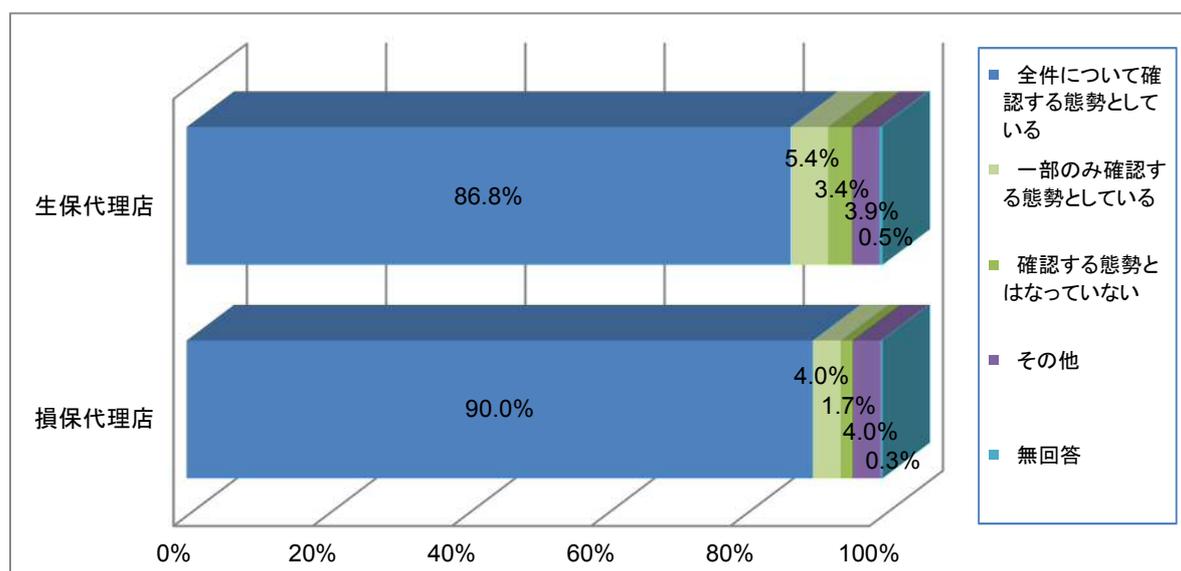
【設問⑤】（兼業代理店の場合）兼業部門と保険募集部門の顧客（個人）情報の管理方法について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店については、「データベース自体を別々に作成し、分別管理している」と回答した代理店の割合は、84.8%であった。
- 損保代理店については、「兼業部門と保険募集部門の情報を一体化したデータベースで管理している」と回答した代理店の割合は、50.7%であった。



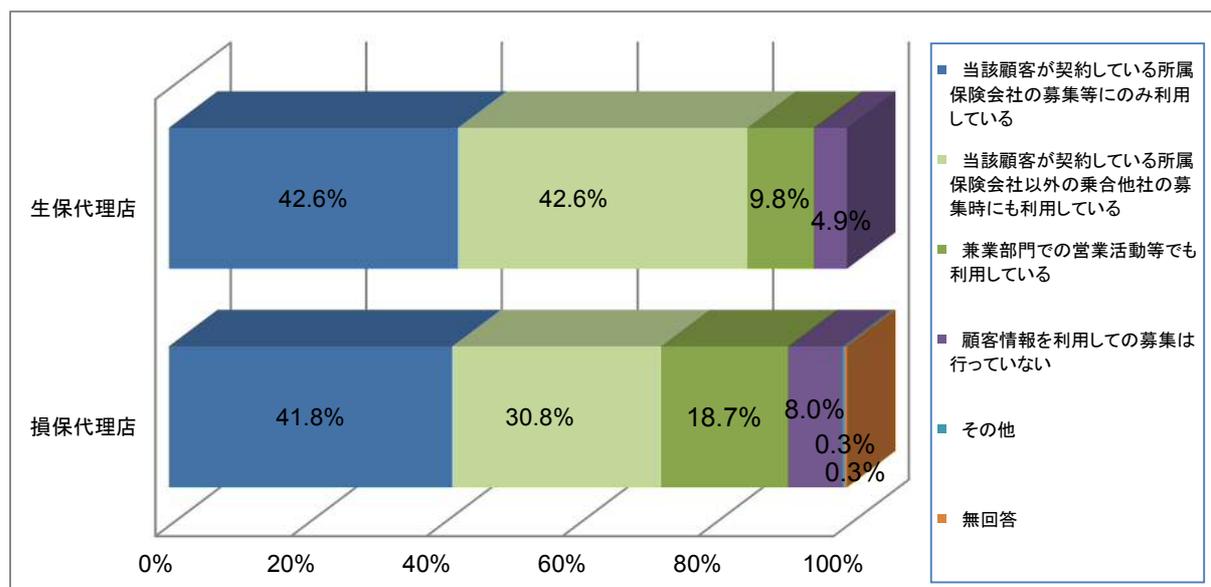
【設問⑥】顧客（個人）情報の利用に関する顧客からの事前同意の取得状況を確認する態勢として、該当するものを選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「全件について確認する態勢としている」と回答した代理店の割合は、85%を超えた。
- 「その他」としては、「事前同意をとっている」のみ回答した代理店も見られた。



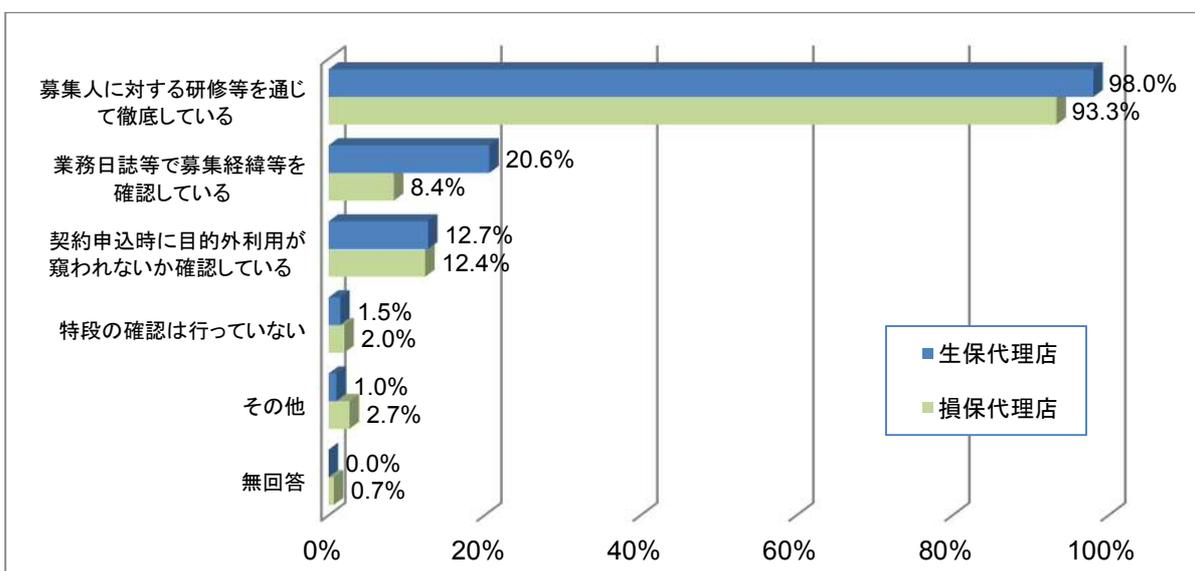
【設問⑦】顧客（個人）情報の利用状況について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「当該顧客が契約している所属保険会社の募集等」のみ利用している」と回答した代理店の割合は、約 40%であった。
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「当該顧客が契約している所属保険会社以外の乗合他社の募集時にも利用している」及び「兼業部門での営業活動等でも利用している」と回答した代理店の割合は、約 50%であった。
- 「兼業部門での営業活動等でも利用している」と回答した代理店の割合は、生保代理店（9.8%）に比して、損保代理店（18.7%）の方が高かった。



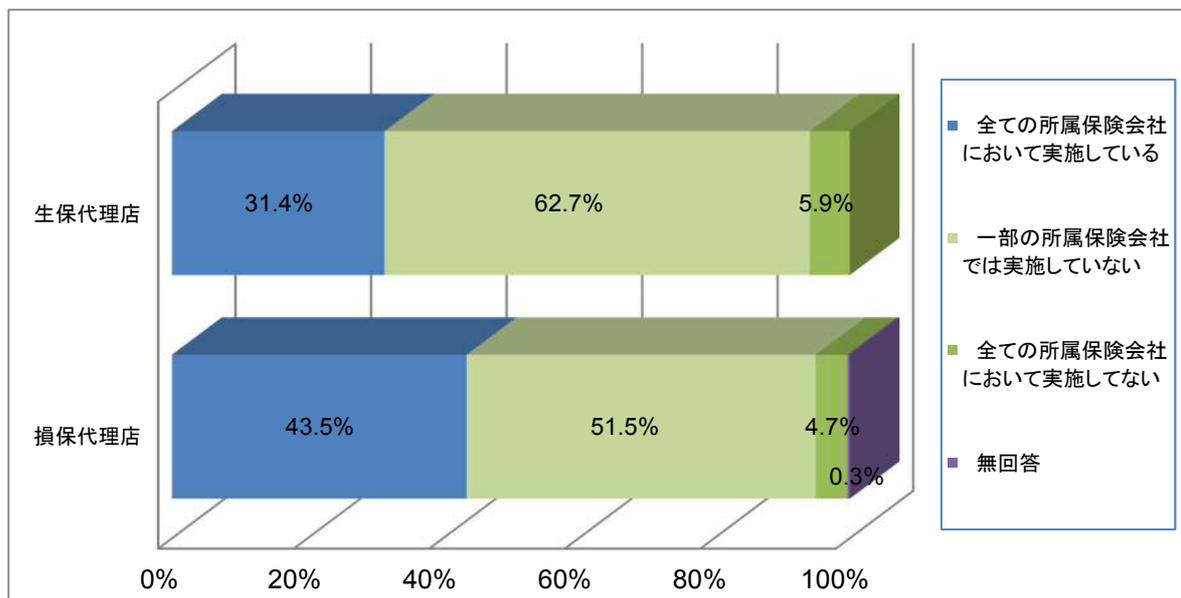
【設問⑧】顧客（個人）情報の目的外利用の防止体制として、該当するものを選択してください。（複数選択可）

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「募集人に対する研修等を通じて徹底している」と回答した代理店の割合が、90%を超えた。



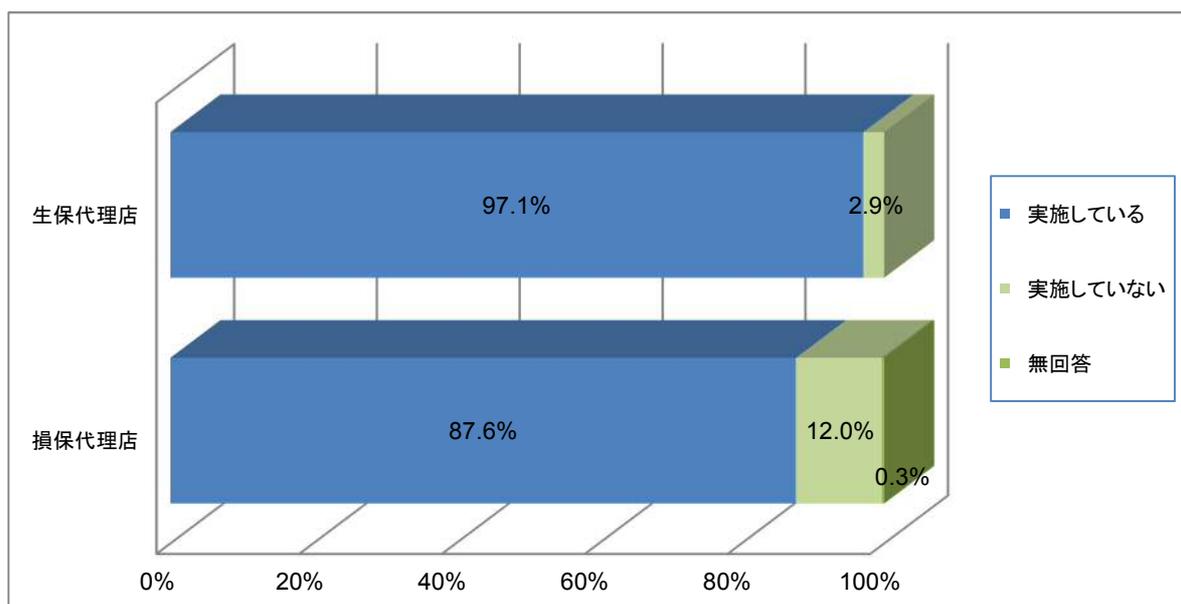
【設問⑨】 所属保険会社による顧客（個人）情報管理に関する研修の実施状況について、該当するものを選択してください。

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「一部の所属保険会社では実施していない」と回答した代理店の割合は、50%を超えた。



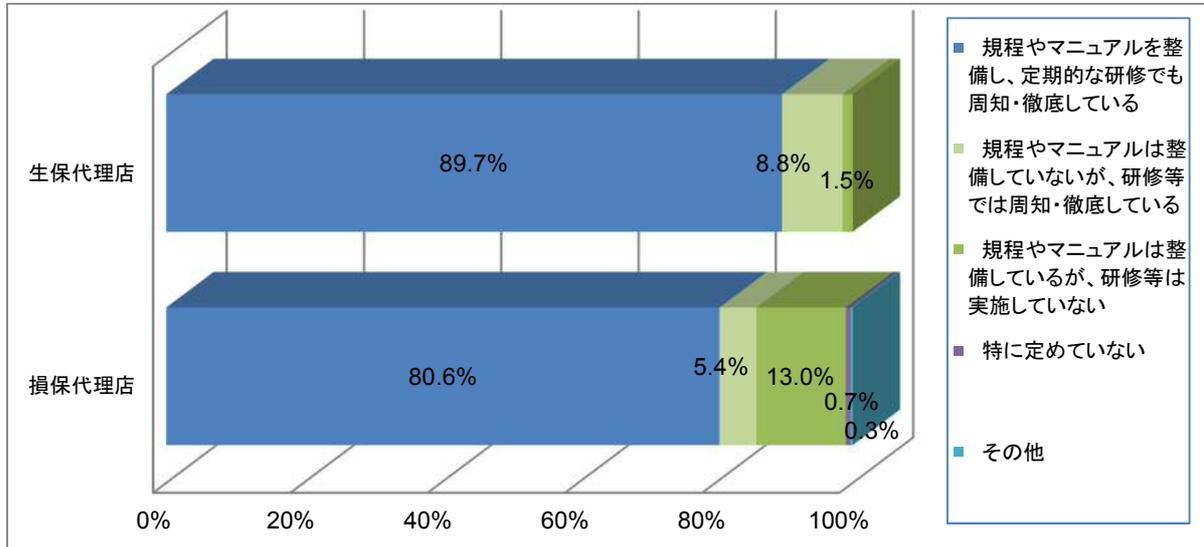
【設問⑩】 代理店独自の顧客（個人）情報管理に関する研修を実施していますか。

- 生保代理店については、「実施している」と回答した代理店の割合は、97.1%であった。
- 損保代理店については、「実施している」と回答した代理店の割合は、87.6%であった一方、「実施していない」と回答した代理店の割合は、12.0%であった。



【設問⑪】顧客（個人）情報の漏えい事故が発覚した際の社内での報告ルールの整備状況について、該当するものを選択してください。

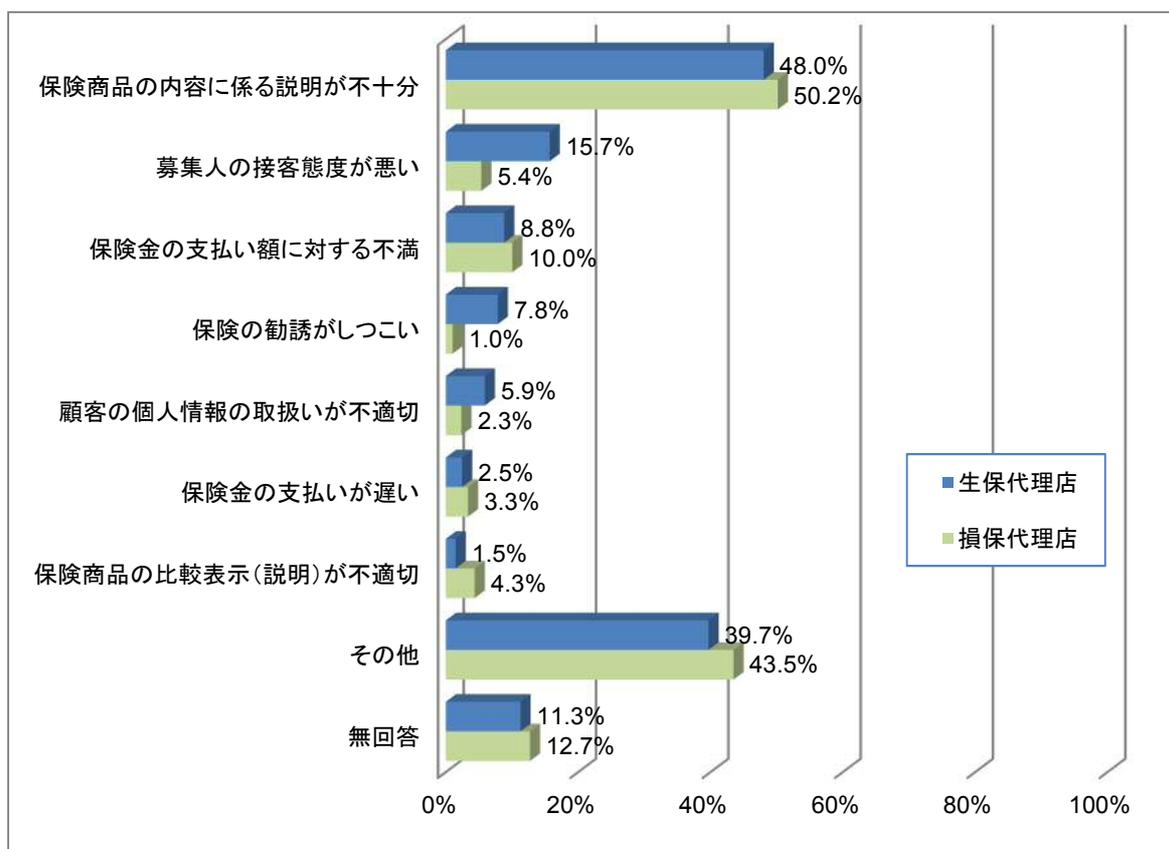
- 生保代理店及び損保代理店ともに、「規程やマニュアルを整備し、定期的な研修でも周知・徹底している」と回答した代理店の割合は、約 80%であり、「規程やマニュアルの整備」又は「研修等での周知・徹底」を含めると、ほぼ 100%であった。



12. 苦情処理態勢

【設問①】 過去1年間の苦情のうち、多く見られるものを選択してください。
(複数選択可)

- 生保代理店及び損保代理店ともに、「保険商品の内容に係る説明が不十分」と回答した代理店の割合は、約50%であった。
- 「その他」としては、「手続きが面倒である」「対応が遅い」「職員の事務手続きミスに起因するもの」「保険料値上げへの不満」といった回答が見られた。



【設問②】受け付けた苦情の代理店内及び所属保険会社への報告体制について、該当するものを選択してください。

- 「全件を記録し、社内の所管部へ報告。併せて所属保険会社へも報告している」と回答した代理店の割合は、生保代理店は48.5%、損保代理店は40.1%であった。
- 「重要な苦情は所属保険会社へも報告している」又は「重要な苦情のみ記録し、社内の所管部へ報告。併せて所属保険会社へも報告している」と回答した代理店の割合は、生保代理店は47.5%、損保代理店は53.9%であった。

