

募集代理店手数料体系の 考え方について

2019年6月

 大樹生命保険株式会社

I.	募集代理店手数料の考え方	P.	3		
II.	募集代理店手数料体系の全体像	P.	4		
III.	評価項目解説	1.	代理店種別	P.	5
		2.	品質ランク	P.	6
IV.	品質ランクの構成	P.	12		
V.	実効性を高める取組	P.	13		

I. 代理店手数料の考え方

当社が募集代理店に求める理想像

- ▶ 当社は、「まごころと感謝の気持をもって、常に契約者に対する最善の奉仕に徹する」という経営理念に則り、お客さまが真に求める生命保険商品・付帯サービスを提供し、お客さまに対する長期にわたる保障責任を全うし続けるため、あらゆる業務運営においてお客さま本位で行動するよう努めることを、「お客さま本位の業務運営」の方針としています。
- また、CSR経営宣言においては、役職員一人ひとりが企業人としての自覚と責任を持ち、法令・社会規範の遵守、適切なリスク管理、適時適切な情報開示を通じて、社会の信頼に応える公正・透明な企業経営を行うことを掲げています。
- したがって、当社が保険募集等を委託している代理店（以下、募集代理店といいます）においても、当社商品の販売やアフターフォローにおいて、募集代理店自身はその理念に共感し、自律的にその理念を実現する姿を理想像としています。

2019年度募集代理店手数料規程の改定

- ▶ 当社は、上記の理想像の安定的な実現に向け、募集代理店に支払う手数料（以下、「募集代理店手数料」といいます）に関して、2019年4月に募集代理店手数料規程の改定を実施いたしました。
- 上記の当社「お客さま本位の業務運営」方針にもとづき、募集代理店における「お客さま本位の業務運営」に対する取組みや、それを実現するための体制整備状況を適切に評価する趣旨から、募集代理店の「コンサルティングやアフターフォローの状況」、「募集代理店自身の経営管理体制の整備状況」等の観点を含めた評価を行う体系としています。

Ⅱ. 代理店手数料体系の全体像

- 当社の募集代理店手数料は、募集代理店における「お客さま本位の業務運営」に対する取組や、それを実現するための体制整備状況を適切に評価することで、募集代理店の取組みやその態勢の高度化を後押しする体系となっています。
- なお、当社には、募集代理店手数料のほかに当社の特定商品の販売量に偏った上乘せ報酬等の支払いはありません。

<代理店手数料体系イメージ>

【実収保険料】



【基本手数料率】

構成内容

保険商品
保険金額、保険料
手数料支払方式
保険料払込期間
等



募集量評価

【代理店種別】

4ランク

[T-I
T-II
T-III
T-IV]



品質評価

【品質ランク】

5ランク

[S+・S・A・B・C]



【募集代理店手数料】

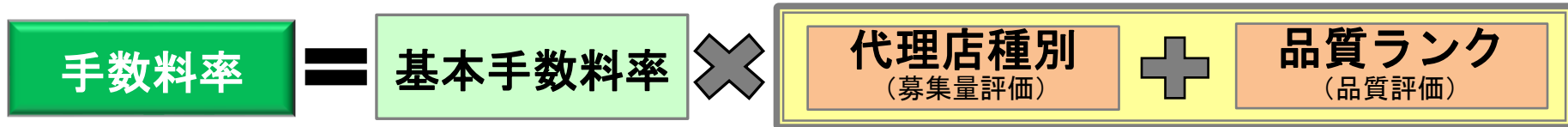
手数料支払い方式

[5年L字型
10年L字型
フラット型]

Ⅲ. 評価項目解説

1. 代理店種別

▶ 当社の募集代理店手数料は、募集量を評価する「代理店種別」による掛け率と、品質を評価する「品質ランク」による掛け率の合計を、「基本手数料率」に乗じて手数料を算出する体系としています。



1. 代理店種別

■ 募集代理店における査定期間中の当社商品に係る「募集量（新契約年換算保険料）」で査定し、その結果で「代理店種別」を判定します。

査定時期

・ 年1回、毎年5月
(4月～翌年3月を査定期間とし、翌年5月～翌々年4月に新代理店種別を適用)

<代理店種別 査定基準>

代理店種別	新契約 年換算保険料
T-I	1,000万円以上
T-II	600万円以上
T-III	200万円以上
T-IV	200万円未満

2. 品質ランク

■ご契約の継続状況に加え、募集・お客さま管理体制や代理店としての経営管理体制の整備状況等を評価する項目として品質ランクを新設しました。

評価項目		評価の意味合い
①	継続率	●ご加入から1カ年、2カ年経過時点でのご契約の継続状況を判定・評価することで、ご加入時点のお客さまニーズにもとづいた保険販売がなされているかを事後的に評価
②	共通自己点検	●コンプライアンス・内部管理に関する品質および取組結果を評価することで、法令・社会規範の遵守、適切なリスク管理、適時適切な情報開示を通じて、社会の信頼に応える公正・透明な企業経営を行う」という当社のCSR経営宣言に沿い、お客さまにとって最適なサービスをご提供いただける体制となっているかを評価
③	方針提示	●募集代理店における「お客さま本位の業務運営」に対する取組を推進する観点から、募集代理店の「お客さま本位の業務運営に関する方針」の策定・掲示状況を評価
④	組織・陣容	●募集代理店自身で掲げた「お客さま本位の業務運営に関する方針」を実効的に経営へ反映するための組織体制が整備されているかを評価 ●当項目は募集人※100名以上在籍の大型代理店のみ評価判定を実施

※1 募集人とは、大樹生命にて「募集人登録」されている人のことを指します。

Ⅲ. 評価項目解説

2. 品質ランク (2) 基準の概要

- 品質ランクは、当社として募集代理店に最低限目指していただきたい水準（標準ランク）である「A」を中心とし、「S+」～「C」の5段階のランクで評価を行います。
- ランク要件はいずれも「かつ」要件としています。

査定時期

- ・年1回、毎年5月
(4月～翌年3月を査定期間とし、翌年5月～翌々年4月に新品質ランクを適用)

		継続率		共通 自己点検	方針提示	組織・陣容	注	
		13ヶ月目	25ヶ月目					
		P.8参照						P.9参照
品質 ランク	S+	92%	かつ	87%	お客さま 本位体制 策定・掲示	お客さま本位 推進組織設置	募集人※1100名以上の 場合に限る	
	S							未解決 不備なし
	A							
	B	90%	かつ	85%				
	C	Bランク要件のうち、いずれかの項目が未達成の場合						

※1 募集人とは、大樹生命にて「募集人登録」されている人のことを指します。

■募集代理店のコンサルティングやアフターフォローの状況を、13ヶ月目および25ヶ月目における契約の継続状況で判定します。

査定基準

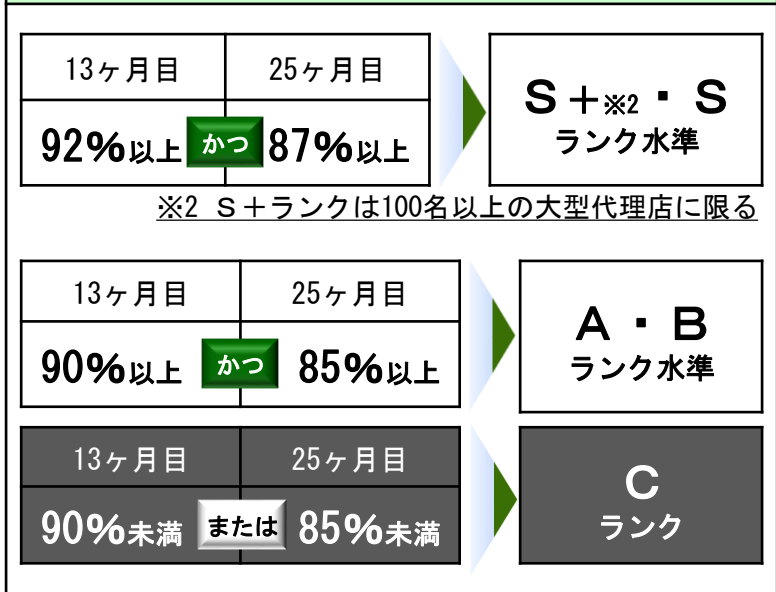
- ・13ヶ月目が「92%以上」かつ25ヶ月目が「87%以上」の場合は「S+・Sランク」水準と判定
- ・13ヶ月目が「90%以上」かつ25ヶ月目が「85%以上」の場合は「A・Bランク」水準と判定
- ・13ヶ月目が「90%未満」もしくは25ヶ月目が「85%未満」の場合は「Cランク」水準と判定

継続率の算出方法

$$\text{継続率} = \frac{\text{分母に含まれる契約のうち 該当の月数※1時点での 保有保険料残高の総額}}{\text{査定対象期間に該当の月数が 到来する新契約の保有保険料 元高の総額}} \times 100\%$$

※1 該当の月数とは13ヶ月目もしくは25ヶ月目を指します。

判定水準

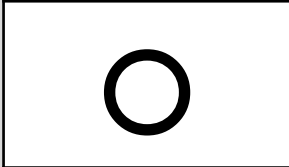
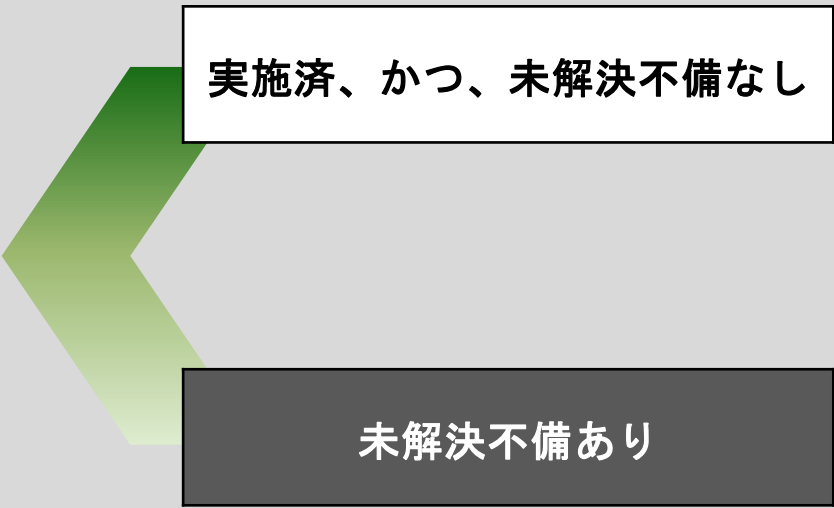
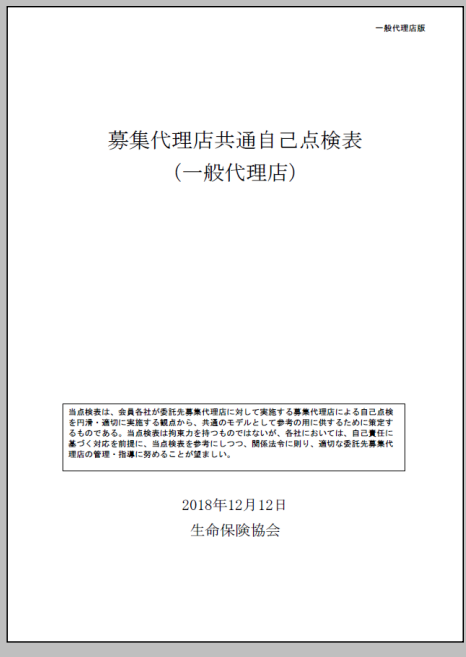


- 募集代理店のコンプライアンス・内部管理に関する品質および取組結果を評価します。
- 生保協会の「募集代理店共通自己点検表（一般代理店）」を用いた代理店自己点検を実施し、検知した不備について、全て解決されているかで判定します。

査定基準

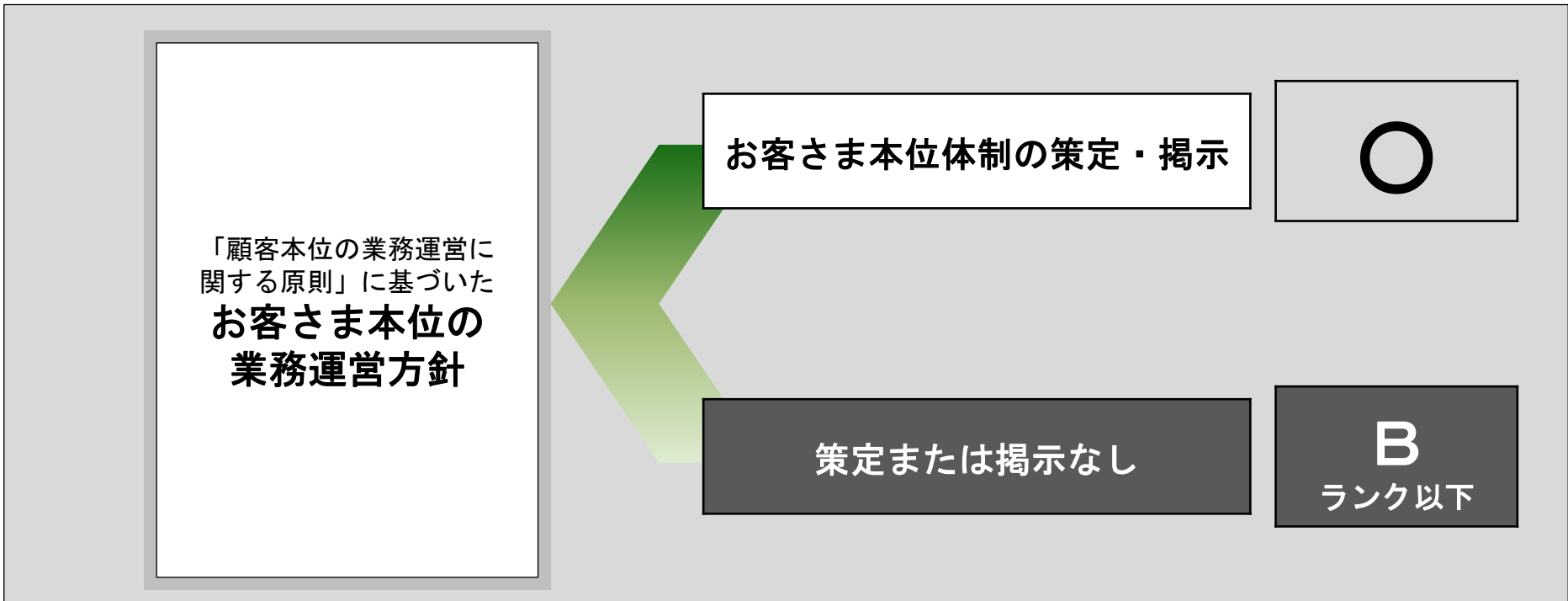
- ・ 「実施済、かつ、未解決不備なし」の場合“○”と判定
- ・ 未解決項目がある場合は「Cランク」と判定

募集代理店共通自己点検表
（一般代理店）



- 「お客さま本位の業務運営」に対する取組や、それを実現するための体制整備状況等を評価するため、募集代理店における「お客さま本位の業務運営に関する方針の策定・提示」を評価します。
- 募集代理店が金融庁より公表されている「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し、取組方針を策定し、掲示しているかをもって判定します。

査定基準	<ul style="list-style-type: none"> ・ 策定した方針が募集代理店事務所に掲示されている場合 “○” と判定（募集代理店のホームページ等への掲載も可） ・ 方針を策定していない、または策定した方針を募集代理店の事務所内やホームページ等に掲示していない場合は「Bランク以下」と判定
------	---



■募集代理店が、策定した「お客さま本位の業務運営に関する方針」を実行し、PDCAを回して実効的に経営へ反映していくための組織を設置しているかをもって評価します。

■当項目は多くの募集人に対し教育等を徹底する体制を設けているかを評価する観点で設定しているため、大型代理店（募集人※1100名以上）のみ適用します。

※1 募集人とは、大樹生命にて「募集人登録」されている人のことを指します。

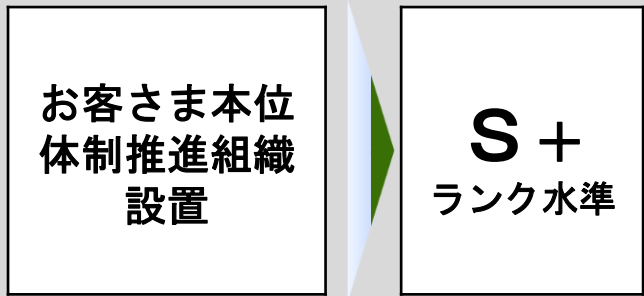
査定基準	・組織図等を確認し、「お客さま本位体制推進組織」が設置されていれば「S+ランク」水準と判定
-------------	---

<「お客さま本位体制推進組織」の考え方>

- 自社の募集人に対し、保険募集や金融業務に関する専門知識の教育を行う組織
- 保険契約や保険募集に関する業務の内容に関する教育指導を行う組織
- お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性のある取引）を適切に把握・管理するための業務を行っている組織
- お客さまから寄せられたご意見、ご要望、ご不満等を「お客さまの声」として収集・分析している部門また、社内で共有することで業務運営への反映を促す業務を行っている組織
- 自社の内部監査、コンプライアンス管理、情報セキュリティ管理等を実施する組織
- お客さま本位体制に関する宣言を踏まえた、報酬・業績評価体系を策定する業務を行っている組織

<組織例>

営業教育部、コンプライアンス統括部、お客さまサービス部、
監査部、情報資産管理室 等



IV. 品質ランクの構成

- 手数料率は「基本手数料率」・「代理店種別」・「品質ランク」の3つの項目で構成されます。
- 「代理店種別」によって定まる割合と「品質ランク」によって定まる割合は募集代理店ごとに異なりますが、「品質ランク」によって定まる割合が25%程度となる募集代理店が大半となる想定です。
- また、標準的な水準である「A」の掛け率を1とした場合、「S+」～「C」までの各品質ランクの掛け率の比率は、保険商品によって最大1.25～0.25の差異が生じます。

手数料率



基本手数料率



代理店種別
(募集量評価)



品質ランク
(品質評価)

品質ランク「A」の掛け率を1とした
場合の各ランクの比率

品質ランク	比率
S+	1.25
S	1.15
A (標準)	1.00
B	0.50
C	0.25

※保険商品によって異なります。

V. 実効性を高める取組み

■当社は、今般の募集代理店手数料体系の見直しの実効性を高めるため、次の取組みを実施いたします。

取組み		概要
①	品質評価に係る 妥当性の検証	•品質評価のうち募集代理店からの報告内容によるものについては、 サンプル調査等を実施し 、評価の妥当性を検証する
②	経営層の参加する会 議への報告	•当社の募集代理店教育・指導に係る取組内容・結果について、 経営層の参加する会議へ報告し 、今後の当社取組みへ反映す
③	振り返りの実施、 ならびに募集代理店 との共有	•当社の募集代理店教育・指導に係る取組内容・結果について、「お客さま本位の業務運営」を鑑みた振り返りを実施する •品質ランク分布や好取組事例等を当社の募集代理店向け資料に掲載のうえ配布する等、募集代理店と情報共有する
④	募集代理店との 意見交換を通じた、 「お客さま本位の 業務運営」の推進	•募集代理店との意見交換を実施し、当社や募集代理店における「お客さま本位の業務運営」を推進する