

募集代理店の 手数料体系について

2020年5月

マニユライフ生命保険株式会社



1. 理想の募集代理店像

- 「マニユライフの目的」である「お客さまのニーズを第一に考え、的確なアドバイスと解決策をもって、お客さまがご自身の夢や希望を実現するお手伝いをします。」を理解し、常にお客さまに寄り添いお客さまの声に耳を傾けながら業務運営を行っていく募集代理店こそ当社が求める理想の募集代理店像です。
- お客さま中心主義の取り組みを推し進め「顧客本位の業務運営」の実現により増収が図られ、永続的に安定した経営のもと募集代理店が求められる社会的役割を果たすことが重要と考えております。

2. 販売手数料の考え方

- お客さまのニーズに合ったサービスの提供、お客さまへの最善のアドバイスと解決策の提供等、お客さまの利益を最優先した業務運営を募集代理店業務の「質」ととらえ、募集代理店手数料の水準は募集代理店業務の「質」を反映したうえで設定する制度を導入しました。(2019年1月導入済)

- 販売手数料は、次の2つで構成されています。

基礎手数料

保険商品・保険金額・払込期間等により決定する、
全募集代理店一律である手数料

マネジメント手数料

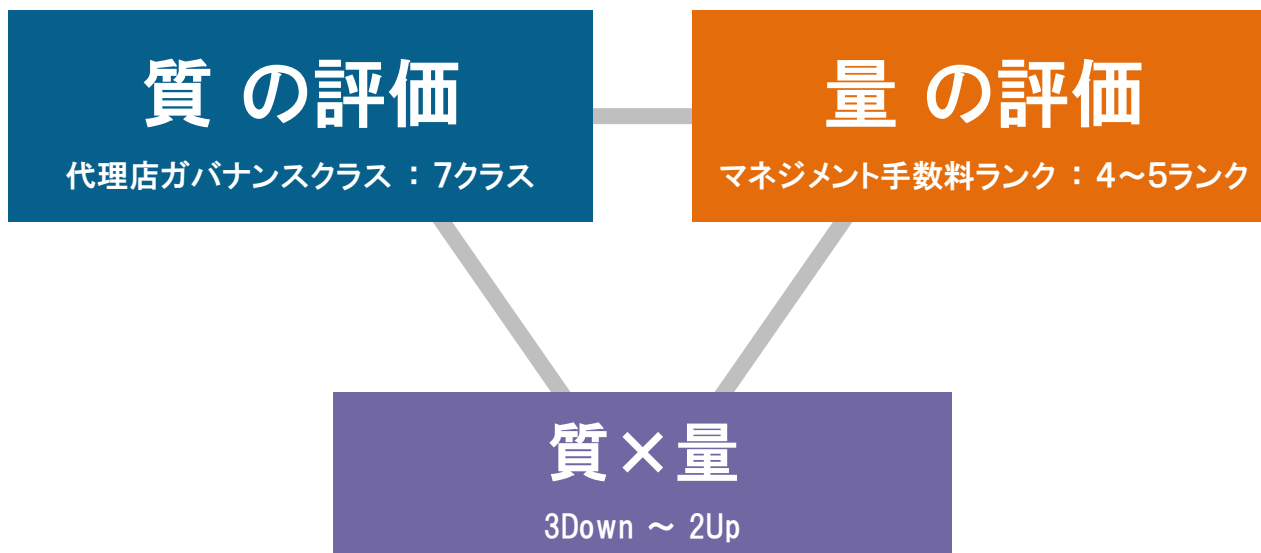
募集代理店の体制整備状況や委託業務(役務やサービス等)に係る
「業務品質」と「販売量」により募集代理店毎に決定する手数料

各々の手数料の用途は、基礎手数料は「募集人報酬等」へ、マネジメント手数料は「態勢構築・業務品質の高度化費用等」を想定したものとなっています。

- なお、販売手数料以外の名目で、販売量に偏重した報酬等はお支払いしておりません。

3. 販売手数料体系

当社の募集代理店に対する販売手数料は、当社が求める理想の募集代理店像に向けた取組みや、募集代理店の態勢構築・業務品質の高度化を促進していただく体系としています。



3. 販売手数料体系(詳細)

質の評価

代理店ガバナンスクラス
7クラス

- ① 「リスクレベル(5分類)」と「リスク対応ランク(6分類)」により「一次判定」を行い、募集代理店における外形上の体制整備状況を判定します。
- ② 「委託業務」「態勢整備」「業務品質」について「二次判定」を行い、募集代理店における実質的な態勢整備状況等を判定します。
- ③ 「一次判定」「二次判定」の結果から「最終判定」を行い、「代理店ガバナンスクラス」を決定します。

量の評価

マネジメント手数料ランク
4~5ランク

- ① 査定期間中における当社保険商品の販売量(調整新契約年換算保険料)により「マネジメント手数料ランク」を決定します。
- ② 「マネジメント手数料ランク」決定にあたっては、「解除契約」「取消契約」を控除し、適切に募集された契約の販売量により決定します。

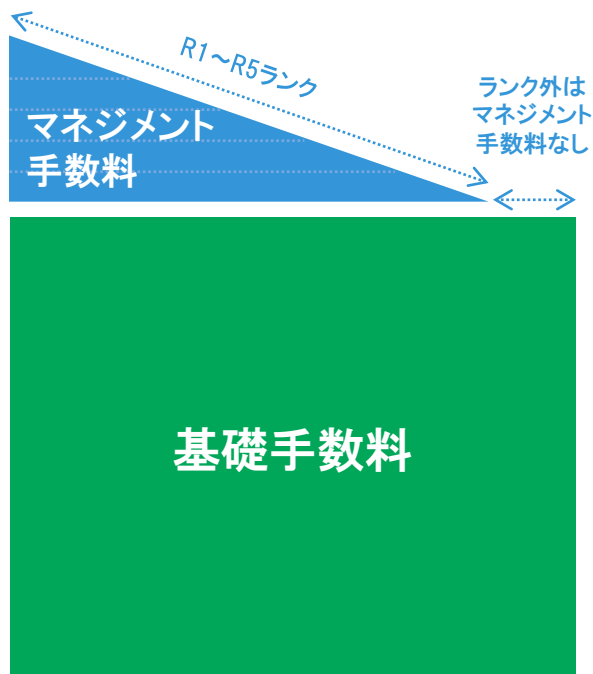
質×量

3Down ~ 2Up

- ① 「代理店ガバナンスクラス」により「マネジメント手数料ランク」を加減評価します。
- ② 加減評価により決定した「マネジメント手数料ランク」による支払率によりマネジメント手数料を支払います。

マネジメント手数料ランクを決定する「代理店ガバナンスクラス」において、標準未満クラスの募集代理店に対しては「代理店ガバナンスクラスアップ活動」による態勢構築・業務品質の高度化に向けた改善活動を促しています。

販売手数料体系 イメージ図



※特定商品の販売量に偏重した報酬等はお支払いいたしません

販売手数料

マネジメント手数料

「質」と「量」により決定

「質」は、一次判定(「リスクレベル」「リスク対応ランク」、二次判定(「委託業務評価」「態勢整備評価」「業務品質評価」)により代理店ガバナンスクラスを決定し、「量」は、販売量により決定します。
この代理店ガバナンスクラス(質)とマネジメント手数料ランク(量)のマトリクスにより「マネジメント手数料」のランク(5ランク又はランク外[マネジメント手数料なし])を決定します。

2019年1月より
導入済

➡ 募集代理店の態勢構築・業務品質の高度化費用等への用途を想定

+

基礎手数料

保険商品・保険金額・払込期間等により決定

全募集代理店共通の手数料率で算出します。

➡ 募集人報酬等への用途を想定

【参考】 マネジメント手数料ランクに応じた支払レート・割合

(①R3のマネジメント手数料を「1」とした場合の他ランクにおけるマネジメント手数料指数、②ランク毎の販売手数料に対するマネジメント手数料割合)

| | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | — |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| ① | 1.576 | 1.288 | 1.000 | 0.712 | 0.423 | 適用なし |
| ② | 14.3% | 12.0% | 9.6% | 7.0% | 4.3% | 0.0% |

※ 代表的な契約加入例(30歳男性)に基づく試算となります。

※ マネジメント手数料ランクは代理店ガバナンスクラスにより加減評価します(3Down~2Up)。
例: R3から3Down ⇒ 「-(適用なし)」 R3から2Up ⇒ 「R1(1.576)」

募集代理店の品質評価区分・評価項目の考え方

2020年度における募集代理店業務の品質評価区分・評価項目の考え方は次のとおりです。

委託業務評価 6項目

当社が募集代理店に委託している業務について評価する項目です。

保険募集業務(新契約販売量基準等)、保険契約の維持管理業務(失効・解約防止業務等)、その他業務(保険業務に係る事務、募集関連行為、個人データ取扱い等)の適切性について評価します。

態勢整備評価 26項目

募集代理店の態勢整備状況について評価する項目です。

体制整備義務全般(募集人への教育・指導、内部監査・点検、顧客情報管理等)、比較推奨販売、意向把握・確認、募集禁止行為、不祥事件、顧客サポート・苦情等対応等に係る態勢整備状況について評価します。

業務品質評価 18項目

募集代理店業務の品質について評価する項目です。

顧客本位の業務運営(方針公表、募集業務の品質高度化、高齢者・障がい者対応、当社サービス案内等)、保有契約の継続率、短期解約契約比率、乗換契約、苦情・不祥事故対応(含む未然防止・再発防止等を含む)等の顧客本位の業務レベルについて評価します。

2020年度における募集代理店業務の品質評価区分・項目及び評価・評定基準は、2019年度のレビュー結果等を踏まえたものとなっております。2019年度のレビュー結果は、P.11～P.12[Appendix]を参照ください。

6. 募集代理店の品質評価区分・評価項目① (2020年度)

委託業務評価 6項目

| | | |
|--------------|---|--|
| 保険募集業務 | 1 | MGA募集代理店委託契約更新規程に定める基準の達成状況を評価します。 |
| 保険契約の維持管理業務 | 2 | 保険金・給付金対応業務、失効・解約防止業務、その他保全・情報提供業務の対応状況を評価します。 |
| その他個別に委託した業務 | 3 | 保険業務に係る事務、募集関連行為、個人データ取扱い等業務の対応状況を評価します。 |
| その他 | 4 | 募集時のコンサルティング、契約後のフォロー等業務の対応状況を評価します。 |
| | 5 | マニユライフ生命のシステム(マニユリンク等)を導入し業務の効率化対応状況を評価します。 |
| | 6 | マニユライフ生命から受領した保管すべき書類等の保管状況を評価します。 |

6. 募集代理店の品質評価区分・評価項目② (2020年度)

態勢整備評価 26項目

| | | |
|-------------------|----|---|
| 保険募集人の体制整備義務全般 | 7 | 役員・使用人の適格性の確保等に関する体制上の不備不足状況を評価します。 |
| | 8 | 法令等の遵守等に係る教育・管理・指導に関する体制整備状況を評価します。 |
| | 9 | 顧客情報管理に関する体制整備状況を評価します。 |
| | 10 | 共同募集に係る留意点に関する体制整備状況を評価します。 |
| | 11 | 募集関連行為従事者に係る留意点に関する体制整備状況を評価します。 |
| | 12 | 誤認防止措置(顧客が誤認するおそれがある表示の禁止)に関する体制整備状況を評価します。 |
| 比較推奨販売(比較説明・推奨販売) | 13 | 比較推奨販売(比較説明・推奨販売)に関する体制整備状況を評価します。 |
| 商号等の使用許諾 | 14 | 商号等の使用許諾に関する体制整備状況を評価します。 |
| 保険募集人指導事業 | 15 | 保険募集人指導事業(フランチャイズ事業等)に関する体制整備状況を評価します。 |
| 意向把握・確認義務 | 16 | 意向の把握・確認義務に関する体制整備状況を評価します。 |
| 禁止行為 | 17 | 禁止行為に関する体制整備状況を評価します。 |
| 不祥事件 | 18 | 不祥事件に関する体制整備状況を評価します。 |
| その他 | 19 | 各種責任者の報告対応状況を評価します。 |
| | 20 | 代申に届出が必要な登録事項の変更等対応状況を評価します。 |
| | 21 | 勧誘方針等の公表対応状況を評価します。 |
| | 22 | 自己契約・特定契約・構成員契約ルール対応状況を評価します。 |
| | 23 | 特定保険契約ルール対応状況を評価します。 |
| | 24 | 法人向け保険の適切な募集対応状況を評価します。 |
| | 25 | 顧客サポート・苦情等対応状況を評価します。 |
| | 26 | 電話による非対面募集(テレマーケティングセールス)に関する確認項目対応状況を評価します。 |
| | 27 | ディスクロージャー資料等の備付対応状況を評価します。 |
| | 28 | 帳簿書類・事業報告書の作成対応状況を評価します。 |
| | 29 | その他法令等遵守対応状況を評価します。 |
| | 30 | 募集人の勤怠及び営業活動管理対応状況を評価します。 |
| | 31 | 代理店独自の懲戒制度等の対応状況を評価します。 |
| | 32 | 「重要事項説明」「顧客情報の適正な取扱い」「委託先管理」「推奨販売・比較説明」「保険募集人指導事業」について健全かつ適切な運営を確保するための態勢(PDCAサイクル)の構築状況を評価します。 |

6. 募集代理店の品質評価区分・評価項目③ (2020年度)

業務品質評価 18項目

| | | |
|------------------|----|---|
| 顧客本位の業務運営 | 33 | 「顧客本位の業務運営に関する原則」に基づく方針等の公表状況を評価します。 |
| | 34 | 「FP技能士」「AFP/CFP」等、募集業務品質高度化のための資格取得を推進しており、全販売従事者の取得状況を評価します。 |
| | 35 | 外貨建保険や変額年金等、運用リスク等がお客さまのご負担となる投資性の強い商品(特定保険契約)の保険募集において、(適合性原則に基づかない等の)不適切行為の有無状況を評価します。 |
| | 36 | 高齢者に対する保険募集において、(高齢者する保険募集ルールを遵守しない等の)不適切行為の有無状況を評価します。 |
| | 37 | 障がい者に対する保険募集において、合理的配慮(来店・訪問時において、障害の特性に応じたコミュニケーション手段[筆談・読み上げなど]で対応すること等)を提供しない等の不適切行為の有無状況を評価します。 |
| | 38 | マニュアル生命既契約者向けサービスの「マイページ登録」「らくらくペイ」「らくらく家族間い合わせサービス」「給付金らくらく請求」等を積極的に案内しており、マニュアル生命既契約数利用状況を評価します。 |
| 保有契約の継続率 | 39 | お客さまへのアフターフォロー対応状況を評価します。 |
| | 40 | お客さまの声の収集・分析等対応状況を評価します。 |
| | 41 | 継続率の状況を評価します。 |
| | 42 | 継続率悪化の要因となっている契約について、個別契約毎にその原因・理由等の確認状況を評価します。 |
| | 43 | 継続率が悪化しないための取組み状況を評価します。 |
| 短期解約契約(6カ月以内の解約) | 44 | 短期解約契約状況を評価します。 |
| | 45 | 短期解約契約について、個別契約毎にその原因・理由等の確認状況を評価します。 |
| | 46 | 短期解約契約の比率が悪化しないための取組み状況を評価します。 |
| 乗換契約 | 47 | 保障見直し等により既契約の解約前提でマニュアル生命新契約を取扱う場合、その旨をマニュアル生命に報告しており「不当な乗換契約」にならないよう適切な対応状況を評価します。 |
| 苦情・不祥事故対応 | 48 | 代理店の瑕疵による苦情・不祥事故が発生しないよう代理店自身において、主体的に体制を整備し未然防止に向けた取組み状況を評価します。 |
| | 49 | 代理店が受付けた苦情又は不祥事故(疑いを含む)は、直ちにマニュアル生命に報告しマニュアル生命の指示又は協力の状況を評価します。 |
| | 50 | 代理店の瑕疵による苦情・不祥事故があった場合、同様の事案が新たに発生しないよう再発防止に向けた取組みの状況を評価します。 |

7. 手数料体系の実効性を高める取組み

当社は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しています。

| 取組み | 内容 |
|-------------------------------------|--|
| ① 募集代理店 自己評価検証 | <ul style="list-style-type: none">募集代理店における自己評価項目に関して、代理店監査等による評価内容の妥当性検証定期モニタリングによる評価内容の妥当性検証検証結果の関連部門への連携、コンプライアンス委員会等への報告 |
| ② 手数料体系 改善体制の構築 (PDCAサイクルの構築) | <ul style="list-style-type: none">「お客さまへの誓い」の振り返り時に手数料体系を見直し、改善等を行い、その結果等について公表する体制(PDCAサイクル)の構築 |
| ③ 募集代理店との 意見交換 | <ul style="list-style-type: none">募集代理店との意見交換を通じて、当社が求める理想の代理店像に向けた取組み及び募集代理店の態勢構築・業務品質の高度化の継続的な促進 |

[Appendix] 2019年度手数料体系レビュー結果①

1. 2019年度代理店ガバナンスクラス判定結果

| 代理店 ガバナンス クラス(*1) | 評価分布割合(*2) | | | | | |
|-------------------------|------------|-------|------|------|------|-------|
| | +2 | +1 | ±0 | -1 | -2 | 判定保留 |
| S | 63.5% | 6.1% | - | - | - | - |
| A | - | 10.9% | 1.9% | 0.1% | - | - |
| B | - | - | 2.4% | 0.3% | - | - |
| C | - | - | - | 1.7% | - | - |
| D | - | - | - | - | 2.6% | - |
| X | - | - | - | - | - | 10.4% |

*1：代理店ガバナンスクラスの特徴

| | |
|---|-----------------------------|
| S | 委託業務、態勢整備、業務品質が水準を大きく上回る代理店 |
| A | 委託業務、態勢整備、業務品質が水準を上回る代理店 |
| B | 委託業務、態勢整備、業務品質が標準的な代理店 |
| C | 委託業務、態勢整備、業務品質が水準を下回る代理店 |
| D | 委託業務、態勢整備、業務品質が水準を大きく下回る代理店 |
| X | 登録期間が短く判定不能な代理店 |

*2：評価基準

| | 委託業務評価 | 態勢整備評価 | 業務品質評価 |
|----|--------|--------------|-------------|
| +2 | 90%以上 | 90%以上 | 90%以上 |
| +1 | 90%以上 | かつ 90%以上 | かつ 70%以上 |
| ±0 | 90%以上 | 80%以上 | 50%以上 |
| -1 | 50%以上 | または 50%以上 | - |
| -2 | 50%未満 | 50%未満 | - |

[Appendix] 2019年度手数料体系レビュー結果②

2. 実効性を高める取組み結果

| 取組項目 | 取組内容 | 取組結果評価 | |
|--------------|------------------|--------|-----------------------------|
| 募集代理店自己評価検証 | 代理店監査による妥当性検証 | △ | 代理店の一部勘違い、誤解等による軽微な齟齬あり(*3) |
| | 定期モニタリングによる妥当性検証 | ○ | 定期モニタリングにおいて特に問題事象なし |
| 手数料体系改善体制の構築 | 役員会等への報告 | ○ | 2020年4月 役員会へ報告済 |
| | ホームページでの公表 | ○ | 2019年4月 ホームページ公表済 |
| 募集代理店との意見交換 | 募集代理店意見の徴収 | × | 徴収した意見の数が少なく分析に至らず(*4) |
| | 募集代理店意見の反映 | ○ | 徴収意見を反映済 |

*3：募集代理店自己評価検証

| 要改善事項 | 改善対応内容 |
|------------------------|--|
| 代理店共通点検項目の一部勘違い、誤解の低減化 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 作業簡素化対応(エクセル仕様) 2. 代理店担当者向けビデオ研修 3. 代理店担当者向け注意喚起メール |
| 業務品質評価項目・基準・方法の見直し | <ol style="list-style-type: none"> 1. 現物評価項目の検討 2. データ評価項目の検討 3. 評価基準の高度化 |

*4：募集代理店との意見交換

| 要改善事項 | 改善対応内容 |
|-------------------------------|--|
| アンケート回答率が低い傾向が捉えられない | <ol style="list-style-type: none"> 1. 募集代理店への説明徹底 募集代理店が納得する制度とするには募集代理店のレビューが不可欠であることの説明を徹底 2. 営業本部との連携対応 アンケート依頼・進捗管理・回収までの綿密な連携 3. 募集代理店向けの問い合わせ窓口等の設置 |
| 中下クラスのアンケート回答率が低い代理店の真意がつかめない | |



Manulife

マニユライフ生命