

2024年9月13日  
会長懇談会セミナー

「有識者会議」報告書を受けて、

代理店がこれから進む道を考える!!

日本損害保険代理業協会 アドバイザー

栗山 泰史

栗山 泰史 (くりやま やすし) 兵庫県神戸市 生

(現職) 日本損害保険代理業協会 アドバイザー

他に、日本損害保険協会 シニアフェロー  
日本創倫株式会社 相談役  
日本保険代理業認定協会 (JIACA) 代表副理事  
格付投資情報センター (R & I) 社外監査役  
全国生活協同組合連合会 社外理事  
アニコム損害保険株式会社 社外取締役 等



1975年3月 京都大学法学部卒業  
1975年4月 安田火災海上保険 (現在の損害保険ジャパン) 入社  
2004年4月 損害保険ジャパン 理事  
2007年4月 損害保険ジャパン 常務執行役員  
2009年7月 日本損害保険協会 常務理事  
2013年7月 丸紅セーフネット (株) 常勤監査役  
2018年6月 同上 退任、現在に至る

(主な著書)

保険代理店にとっての「顧客本位の業務運営」(単著) 2018年  
保険募集制度の歴史的転換 - 募集改革の経緯・狙い・展望 (単著) 2017年  
変わり続ける保険事業 - 保険業界の明日を考える (単著) 2017年  
保険販売の新たな地平 - 保険業法改正と募集人規制 (共著) 2016年  
地震保険の理論と実務 (共著) 2018年

# 保険の持つ二つの特性

## 1 . 原価の未確定性

保険を売る時点では、「原価」は「予想値」  
経営に忍び寄る「楽観主義」  
過度の競争  
保険会社の破綻

→ **保険会社の経営**に対する公的規制

## 2 . 情報の非対称性

保険会社の持つ情報と保険契約者の持つ情報の差  
保険契約者の情報が大きい場合 「逆選択」の発生  
保険会社の情報が大きい場合  
消費者の無知につけこんだ募集

→ **保険募集（代理店）**に対する公的規制

保険業法 「保険会社経営 + 保険募集」の規制

## 多くの論点

### ビッグモーター事件とカルテル問題(保険料調整行為)

- ・モーターチャネルにおける「利益相反」をどう捉えるか
- ・保険会社における営業部門と損害調査部門との関係の是正
- ・大規模代理店に対する保険会社の監督はどうあるべきか
- ・「兼業」代理店への規制
- ・過度の「便宜供与」の禁止
- ・政策株式の売却
- ・「企業内代理店」のあり方 …… 「特定契約比率規制」の見直し
- ・「比較推奨販売を行う乗合代理店」の適正化
- ・手数料ポイント制度の在り方 …… 「規模と増収」よりも「業務品質」
- ・過度のトップライン重視 …… 保険会社による「数字の交換」による競争
- ・「総合的収支管理」 …… ある保険の赤字を別の保険の黒字で補てん

## 第二次大戦後の損害保険事業

### 過当競争の弊害

1879年(明治12年) 東京海上保険会社設立

1887年(明治20年) 東京火災保険会社設立

多くの損保会社の誕生 激烈な保険料競争 破綻会社  
料率協定の必要性

1917年(大正6年) **大日本聯合火災保険協会**設立

日本海上保険協会(1920年)、船舶保険協同会  
(1927年設立)と1941年に合体し、

現在の**日本損害保険協会**の源流

### 標準約款の必要性

料率算出における共同行為、消費者の理解

## 第二次大戦後の損害保険事業

損害保険料率算出団体に関する法律(料団法)

「約款」と「料率」の使用義務(1951年)

= 「商品」と「価格」による競争の禁止  
競争の「歪み」

政策株式、便宜供与、企業代理店の創設、「等」

1996年改正前の保険業法における独禁法の取り扱い

全面的適用除外 …… 海上保険・航空保険・自賠責・地震保険

部分的適用除外 …… 共同保険・再保険・約款の作成

共同保険には独禁法の適用なし

## 保険自由化による変化

使用義務の廃止（1998年の保険自由化）

純率アドバイザー

= 「商品」と「価格」による競争の開始  
「歪み」が「慣行」として残った

1996年保険業法の改正

（改正前） 共同保険は、独占禁止法の適用除外

（改正後） 共同保険は、独禁法の対象

ただし、共同保険の必要性は認める

「慣行」は残った

「慣行」 「コンダクト・リスク」

## コンダクト・リスクとは

コンプライアンス・リスク管理に関する検査・監督の考え方と進め方  
(**コンプライアンス・リスク管理基本方針**) 2018年10月15日公表

「**コンダクト・リスク**」(本文11頁 BOX)

「近時、コンダクト・リスクという概念が世界的にも注目を集めはじめている。コンダクト・リスクについては、まだ必ずしも共通した理解が形成されているとは言えないが、リスク管理の枠組みの中で捕捉及び把握されておらず、いわば盲点となっているリスクがないかを意識させることに意義があると考えられる。

そのようなリスクは、**法令として規律が整備されていないものの、**  
社会規範に悖る行為、 商慣習や市場慣行に反する行為、  
利用者の視点の欠如した行為等につながり、  
**結果として企業価値が大きく毀損される場合が少なくない。**

## どのように解決するか

「報告書」の「はじめに」に書いてあること

業界全体に広がっている商慣行、及びそのような慣行が作り出してきた市場環境がこれらの不適切事案の大きな要因となっていたことを踏まえれば、**個社**による対応のみでは不十分であることは明らかである。こうした認識のもと、**日本損害保険協会**においても、業界全体として改善に向けた取組みを進めているが、保険行政を担う**金融庁及び財務局**においても、制度やモニタリングのあり方を改めて点検し、必要に応じて見直していくことが求められる。

「有識者会議」の設置

## どのように解決するか

「報告書」の「おわりに」に書いてあること

法律改正が必要と考えられる論点については、今回の当有識者会議で十分に議論しきれなかった論点も含め、今後、金融審議会の開催も視野に、金融庁を中心に必要な対応が行われることを期待したい。

保険業法の改正

金融審議会

## 「書きぶり」に留意

### 様々な「書きぶり」

- 「確実に解消する必要がある」「解消する必要がある」
- 「することが重要である」「することが重要と考えられる」
- 「措置を講じる必要がある」
- 「対応を検討するべきである」
- 「引き続き検討すべきである」
- 「見直していく必要がある」
- 「充実させるべきである」
- 「といった指摘もある」 … など

## 「書きぶり」の例 (1)

### - 2.代理店手数料ポイント制度

- ・ 仕組みや運用方法に関しては、損害保険会社と保険代理店との間の代理店委託契約に基づき、契約当事者間の協議・合意により決定されている。

「**民生問題**」であることを明示

- ・ **規模や増収面を重視**し、保険募集に係る**顧客本位の業務運営の観点**からみた業務品質を必ずしも適切かつ十分に評価していないきらいがあり、この仕組みが、大規模な保険代理店に業務品質を軽視する不適切な保険募集のインセンティブを与えているおそれがある。

「**規模と増収**」は「**顧客本位の業務運営**」に問題ありとの認識

- ・ 保険代理店自身にその業務品質の向上に向けたインセンティブが働く仕組みを設け、顧客からも、保険代理店の業務品質が確認できるような仕組みとすることが望ましい。
- ・ 「**規模・増収**」に偏ることなく「**業務品質**」を重視する、「**業務品質**」の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化ではなく、顧客にとってのサービス向上に資するものとするを**関係者と議論し、検討していくことが求められる。**

### - 3. 企業内代理店のあり方

- ・ 役職員が保険代理店の業務を代行する慣行について、それが無償かつ継続的に実施されるなど、保険代理店としての実務能力の向上を妨げるものは**確実に解消する必要がある**。
- ・ 日本損害保険協会においては、損害保険会社の役職員による保険代理店の業務の代行を含む便宜供与を解消するためのガイドラインの策定や、損害保険募集人のための資格制度の充実を図るための取組みを**進めるべきである**。
- ・ 特定契約比率規制を見直すことも**必要である**。具体的には、比率の計算にあたって、一部の保険代理店の対象保険種目等を限定する経過措置については、近年の賠償責任保険やサイバー保険等といった新種保険の需要増加等の環境変化も踏まえると、現在の企業向け保険市場の実態に即していないといえることから、**一定の準備期間を確保した上で、早急に撤廃するべきである**。

## 「書きぶり」の例 (3)

### ・その他の論点

#### 1. 特別利益の提供の禁止

- ・ 保険加入を条件に車両価格を値引くなどの行為を行っていた旨の指摘もあるほか、一部の保険代理店においては、保険契約を獲得するために、保険契約者間の公平性を損なうようなサービスが行われているとの指摘もある。これらの行為が特別利益の提供に該当するか否かは、個々の事案ごとに判断されるべきものではあるが、国民の損害保険業界に対する信頼を回復する観点から、保険契約者間の公平性を確保するための対応を検討すべきとの指摘もある。

2024年6月25日公表

## ・はじめに

## ・顧客本位の業務運営の徹底

### 1．大規模代理店に対する指導等の実効性の確保

### 2．代理店手数料ポイント制度

### 3．保険会社による保険代理店等への過度の便宜供与等の制限

( 1 ) 保険代理店等に対する便宜供与の適正化

( 2 ) 保険代理店への出向等の適正化

( 3 ) 入庫紹介の適正化

### 4．乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保

### 5．保険代理店の兼業と保険金等支払管理部門の独立性確保等

- ・ **健全な競争環境の実現**
  - 1 . 競争環境の歪みの是正
    - ( 1 ) **共同保険**のビジネス慣行の適正化
    - ( 2 ) **政策保有株式**の縮減及び**便宜供与**の適正化
  - 2 . 損害保険会社における態勢の確保
    - ( 1 ) 適切な**営業推進態勢**の確保
    - ( 2 ) 適切な**保険引受管理態勢**の確保
  - 3 . **企業内代理店**のあり方

### ・その他の論点

- 1．特別利益の提供の禁止
  - 2．個人の保険契約者に対するリスクマネジメントのインセンティブ付け
  - 3．企業のリスクマネジメント意識の向上
- ・おわりに

# 顧客本位の業務運営の徹底

## 1. 大規模代理店に対する指導等の実効性の確保

- 損保会社による代理店に対する指導等の実効性の確保
- 金融庁・財務局のモニタリング強化
- 第三者による代理店の業務品質の評価の枠組みの検討
- 損保募集人の試験制度や継続教育の高度化・厳格化等
- 態勢整備の厳格化、自主規制機関についての検討

・金融庁及び財務局のモニタリングについて（中略）損害保険会社による保険代理店に対する指導等の状況についても、損害保険会社や保険代理店への立入検査を通じて検証するなど、**金融庁及び財務局によるモニタリングを強化すべき**である。

・損害保険会社による保険代理店に対する指導等を補完する枠組みの構築を検討すべきである  
例えば、保険代理店の業務品質を保険代理店と利害関係のない中立的な第三者が一定の基準に基づいて公正かつ適切に評価する業界共通の枠組み（以下「**第三者評価**」という。）を設けることを検討すべきである。

・日本損害保険協会においては（中略）損害保険募集人の**資格制度の充実**を図るべきである

・大規模な保険代理店に対する**より厳格な態勢整備等を法令上の措置として求めることや、法令上に根拠を持つ自主規制機関等を設立することも視野に入れて検討を継続することが望まれる。**

## < 第三者評価機関と自主規制機関 >

### 第三者評価機関

「保険代理店の業務品質を保険代理店と利害関係のない中立的な第三者が一定の基準に基づいて公正かつ適切に評価する**業界共通の枠組み**（以下「第三者評価」という。）を**設けることを検討すべきである。**」

生保協会「生命保険乗合代理店 業務品質評価運営」

一般社団法人 日本保険代理業認定協会（JIACA）

一般財団法人 保険代理店サービス品質管理機構（JSA-S）

### 自主規制機関

「**法令上に根拠を持つ**自主規制機関等を設立することも視野に入れて**検討を継続することが望まれる。**」

## 2. 代理店手数料ポイント制度

(注) 代理店手数料を算出するための枠組み。一般的に、「規模・増収」「収益性」「業務品質」等で構成される。

- 「規模・増収」に偏ることなく「業務品質」を重視する評価体系への変革
- 「業務品質」の指標を顧客にとってのサービス向上に資するものとする

・仕組みや運用方法に関しては、損害保険会社と保険代理店との間の代理店委託契約に基づき、**契約当事者間の協議・合意により決定**されている。

・**規模や増収面を重視し**、保険募集に係る**顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質**を必ずしも適切かつ十分に評価していないくらいがあり、この仕組みが、大規模な保険代理店に**業務品質を軽視する不適切な保険募集のインセンティブ**を与えているおそれがある。

・保険代理店自身にその業務品質の向上に向けたインセンティブが働く仕組みを設け、顧客からも、**保険代理店の業務品質が確認できるような仕組み**とすることが**望ましい**。こうした観点から、損害保険会社においては、代理店手数料ポイント制度について、

- 「**規模・増収**」に偏ることなく「**業務品質**」を重視する
- 「**業務品質**」の具体的な指標について、**損害保険会社の事務効率化ではなく、顧客にとってのサービス向上に資するもの**とすることを、関係者と議論し、検討していくことが求められる。
- **第三者評価**に係る仕組みにおいて、一定の評価基準が示される場合は、その内容と連動。
- 乗り合っている他の損害保険会社の**手数料ポイントに追随**することで保険代理店における**業務品質の向上に向けたインセンティブ**を阻害することがないようにする
- 特に大規模な保険代理店については、損害保険会社別の**手数料総額等の開示**を行うなどの仕組みを設けることを検討することが望ましい。

### 3. 保険会社による代理店等への過度な便宜供与等の制限

- 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与等の解消
- 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するほか、代理店の自立に向けた動きを阻害する出向等を解消

#### (1) 保険代理店等に対する便宜供与の適正化

・損害保険会社は、保険代理店等からの物品等の購入、保険代理店等への役職員の出向や保険会社に在籍する役職員による保険代理店におけるバックオフィス業務等の代行等、保険代理店等に対して様々な形態での便宜供与を実施している 顧客の適切な商品選択を阻害

・便宜供与のうち、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものを解消する必要がある。具体的には、以下のような性質を有する便宜供与について、全てのケースにおいて確実に解消する必要がある。

- 便宜供与の実績に応じて、保険代理店における保険取引の調整が行われる場合（ニギリ）
- 物品等の販売数量の目標設定や購入数量の割当て等が行われる場合（ノルマ）

・保険代理店等に対する過度の便宜供与を解消するために、まずは、各損害保険会社において、（中略）便宜供与を解消するための社内規程の策定等、実効的な態勢を整備することが重要

・その上で、日本損害保険協会においても、こうした解消すべき便宜供与についての解釈が損害保険会社間で異なることのないよう、明確かつ具体的な基準を含めたガイドラインを策定するとともに、各損害保険会社の取組状況を定期的にフォローアップする仕組みを構築していく必要がある。また、損害保険会社の役職員等からの通報窓口を設置することも重要である。

・金融庁も、業界から取組状況に関する報告を定期的に受けるなど、適切に関与する必要がある

### 3. 保険会社による代理店等への過度な便宜供与等の制限

- 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与等の解消
- 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するほか、代理店の自立に向けた動きを阻害する出向等を解消

#### (2) 保険代理店への出向等の適正化

- ・損害保険会社は、保険代理店に対して一定数の**役職員を出向**させて、保険募集に関する業務等に従事させているケースがある。また、出向以外にも、業界における長年の慣行として、保険会社の役職員が自社に在籍したまま、**保険代理店におけるバックオフィス業務等を代行**するというケースもある。
- ・顧客の適切な商品選択を確保する観点から、**自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもの**のほか、**保険代理店としての自立に向けた動きを阻害するものは解消する必要がある**。
- ・出向等の実績に応じて、保険代理店等における**保険取引の調整が行われるもの**や、保険代理店の業務の**中核的な役割を担う部署への長期にわたる出向等**については、**確実に解消する必要がある**。
- ・「実質的に」自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものとして、例えば、社会通念に照らして、**出向する役職員の人数や出向の期間が適切と認められない場合や、保険代理店から損害保険会社に支払う出向負担金の水準が一般的な慣行に照らして一定程度低い場合**についても、これに該当する出向等は**解消する必要がある**。
- ・加えて、出向先が兼業代理店の場合、**出向後に損害保険会社と利益相反が生じ得る業務に従事する**といった、損害保険会社における利益相反管理の観点から不適切と考えられるケースも想定されるが、こうした出向等についても、**解消する必要がある**

### 3. 保険会社による代理店等への過度な便宜供与等の制限

- 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与等の解消
- 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するほか、代理店の自立に向けた動きを阻害する出向等を解消

#### (2) 保険代理店への出向等の適正化

- ・出向等についても、**各損害保険会社において**、代理店に対する出向等の適切性を確保するための態勢を整備することが重要である。
- ・また、**日本損害保険協会においても**、**解消すべき出向等に係るガイドラインを策定**するとともに、各損害保険会社の取組状況を定期的にフォローアップする仕組みを構築する必要がある。

#### (3) 入庫紹介の適正化

- ・入庫紹介は、顧客へ入庫・修理・支払までの迅速なサービスを提供するなどの観点から、顧客、損害保険会社及び自動車修理工場に**それぞれ利点がある慣行と考えられる**。
- ・保険契約を獲得できることを期待して、顧客の意向や要望を確認することなく、多くの顧客に特定の自動車修理工場を紹介していたことや、**特定の自動車修理工場で不正な修理費の請求**が行われていたにもかかわらず、顧客に対して同自動車修理工場への紹介を継続していたなど、顧客の利益を損ねる不適切な事実が明らかになった。
- ・適切な入庫紹介の実施を確保するにあたり、以下の内容について十分に留意する必要がある。
  - 顧客が自動車修理工場を選択できることに関する顧客への明確な伝達
  - 顧客に自動車修理工場を紹介する際に、原則として複数社を紹介することや、それらを紹介する理由を説明すること（以下、略）

#### 4. 乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保

- 顧客の最善の利益を勘案した比較推奨の確保
- 顧客の保険リテラシー向上の支援（商品選択のガイドブックの作成 等）

・「特定の損害保険会社の事務に精通している」といった本来の理由を隠した説明を行っていたなど、**比較推奨販売に関する規定が不適切に運用されていた**ことも明らかになった。

\* 商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等に基づくことなく、特定の商品を顧客に提示・推奨する場合には、同提示・推奨の理由を分かりやすく説明することが求められている（保険業法施行規則第227条の2第3項第4号八）

・乗合代理店に対して、（中略）顧客等に対する誠実義務の趣旨も踏まえ、**適切な比較推奨販売を行うよう求める必要がある**。その際には、乗合代理店における保険募集の実務や募集形態等を踏まえた上で、様々なケースに応じた保険募集が適切に行われるよう、例えば、以下の点について検討すべきである。

-保険募集人が、顧客に対して比較推奨を行う場合においては、顧客の意向を踏まえ、**顧客の最善の利益を勘案しつつ**、顧客にとって最適と考えられるものを比較又は推奨提案し、比較に係る事項や提案の理由（単に「経営方針」等のみにとどまるのではなく、**顧客の立場に立ち、その顧客にとって提案商品が最適と考えた具体的な理由**）を分かりやすく説明する

-保険募集人の提案する保険商品が、どのような商品群から選定された上で提案されているのかなどについて、顧客に対して、例えば、取り扱う保険商品の範囲、募集手数料に関する情報、乗り合っている保険会社のリスト等の情報を提供する

・**日本損害保険協会においては**、顧客の関心も踏まえつつ、顧客の利益につながるような情報や保険商品選択の参考となる情報等をまとめたガイドブックを作成・配布するなど、保険リテラシーの向上に資する取組みを充実させるべきである。

## 5. 代理店の兼業と保険金等支払管理部門の独立性確保等

- 代理店の兼業による弊害を防止するための措置の実施
- 適切な保険金等支払管理態勢の確保（営業部門からの介入の排除 等）

・多額の収入保険料をもたらす保険代理店に対して、保険金等支払管理態勢が適切に機能せず過大な保険金が支払われた結果、保険契約者において本来必要の無い負担（保険料の増加）が生じていたおそれがある。

・兼業代理店は利益相反が生じ得る事業構造であることを改めて認識する必要がある。（中略）  
保険代理店の兼業自体を禁止するのではなく、兼業に伴う弊害を適切に管理することが合理的である。

- 保険代理店を営む企業において、同企業内における保険契約者等の利益を損ね得る事業を特定した上で、その管理方針を策定・開示すること

- 損害保険会社において、業務委託先である保険代理店を営む企業との関係を踏まえた利益相反に係る管理方針を策定し、その内容をウェブサイト等で公表すること

・適切な保険金等の支払を確保するための措置を講じる必要がある。

- 営業部門と支払管理部門間の不必要な情報連携の防止、営業部門から支払管理部門に対する不当な介入の排除、アジャスター等の専門家の適切な配置や活用

- 板金作業・部品交換等の損害事実に係る証跡の十分な検証等不正な保険金の請求に関する適切な検証態勢の確保

・例えば、約款の支払事由該当性の解釈に争いがあるような事案であるにもかかわらず、支払事由に該当するとして高額の保険金を支払った事案等について、保険会社において同判断に係る妥当性を検証することで、営業部門による支払管理部門に対する不適切な介入をけん制するなどして、保険契約者間の公平性を確保することが重要である。

# 健全な競争環境の実現

## < 保険料調整行為事案の背景 >

・企業向け保険の取扱いが**大手損害保険会社4社に集中**しており、その営業担当者間で接触機会が多かったこと、幹事となる損害保険会社の保険料を基準として組成される**共同保険のビジネス慣行**や、顧客企業との関係において、**政策保有株式や便宜供与**の実績といった保険以外の要素がシェアに影響を及ぼしていること等の環境要因により、営業担当者の適正な競争に対する意欲が減退していた。

・損害保険会社において、（中略）適切な**法令等遵守態勢、営業推進態勢及び保険引受管理態勢**が確保されていなかったことなどにより、独占禁止法等の抵触等リスクが発現しやすい環境にあったが、**経営陣は**、そのリスクを把握しておらず、適切に検討や対応をしていなかった。

・**企業内代理店**が、損害保険会社の代理店である一方で、企業グループに属し、その**立場が構造的に不明確**なものとなっており、一部の事案では、企業内代理店を介した競合他社との競争関係情報のやり取りが発生するなど、独占禁止法の抵触リスクを高めていたおそれがあった。

## < 独占禁止法等に抵触するリスクの低減及び健全な競争環境の実現に向けた取組み >

- 1．競争環境の歪みの是正 …… 共同保険のビジネス慣行、政策保有株式・便宜供与
- 2．損害保険会社における態勢の確保 …… 営業推進態勢、保険引受管理態勢
- 3．企業内代理店のあり方

## 1.競争環境の歪みの是正

- 独占禁止法抵触リスクをはらむ共同保険のビジネス慣行の適正化
- 政策保有株式の縮減及び不適切な便宜供与の解消

### < 共同保険のビジネス慣行の適正化 >

・共同保険組成過程において、営業担当者間で競争関連情報等の情報を交換しやすい状況下で**低い保険料を提示した幹事会社に他の損害保険会社が保険料を合わせるといった従来のビジネス慣行を見直すべき**であり、例えば、シンジケートローンを参考にした方式や、各損害保険会社の保険料を統一せずに共同保険を組成する方式にすることが考えられる。

・このほか、実際には損害保険会社が単独で保険契約を引き受けられるにもかかわらず、便宜供与等の保険以外の要因を背景に、**敢えて共同保険を組成している慣行もあるが、公正な競争環境を確保する観点から、このような慣行は是正されるべき**である。

### < 政策保有株式の縮減及び便宜供与の適正化 >

・政策保有株式や便宜供与の実績が少なからずシェアに影響を及ぼしており、損害保険会社の営業担当者の適正な競争に対する意欲を阻害していたことが明らかとなった。

・公正な競争を阻害する要因となり得るような**政策保有株式の保有や便宜供与は見直していく必要がある**。

・政策保有株式の縮減については、（中略）例えば、本来は政策保有目的で保有しているにもかかわらず、純投資に区分されるなどして、実質的に政策保有株式の保有が継続することのないよう**金融庁が適切にモニタリングすることが重要**である。

・保険代理店等に対する便宜供与については、前述と同様の解消措置を講ずるべきである。

## 2. 損保会社における態勢の確保

- 独占禁止法等を遵守するための適切な法令等遵守態勢の確保
- コンプライアンス上不適切なインセンティブとならない評価体系の策定等、適正な営業推進態勢の確保
- リスクに応じた適切な保険料を提示するための保険引受管理態勢の強化

・営業部門では、以下のようなプレッシャーが強まっていた結果、担当者が、リスクに応じた適切な保険料を提示することが困難になり、保険料調整行為を行うインセンティブが高まっていたことが明らかとなった。

- 損害保険会社の方針としてボトムライン（利益）重視に舵を切る取組みを強化していく中で、保険料の値上げや補償内容の縮小等、顧客企業との交渉の必要性が増し、負担が大きくなっていったこと

- 企業向け保険では、新規契約の割合が小さく、更改契約での脱落を新規契約獲得で挽回しにくい状況にあり、大口契約になるほど、更改契約を落とせないというプレッシャーが強まっていたこと

・損害保険会社においては、コンプライアンス上、不適切なインセンティブとならない評価体系（営業目標、人事・業績評価等）の策定等を通じて、適切な営業推進態勢を構築すべきである。

・リスクに応じた適切な保険料を提示するため、損害保険会社における保険引受管理態勢を一層強化すべきである。適切な採算管理を行う観点から、例えば、損害保険会社は、

- 各商品における適切な単位での収支分析

- 再保険会社からの評価を踏まえたポートフォリオ全体の分析

等を実施することが望ましく、さらに、金融庁においても、各損害保険会社の保険引受管理態勢が適切に確保されているかをモニタリングすることが重要である。

### 3. 企業内代理店のあり方

- 企業内代理店の立場の明確化、情報共有ルールの策定
- 企業内代理店の実務能力の向上（損保会社による指導等の態勢整備、不適切な代行の解消等）
- 企業内代理店の自立の促進（特定契約比率の見直し等）

・企業内代理店は、損害保険会社の代理店である一方、顧客企業と密接な人的・資本的関係を有しており、その**立場が不明確**であるところ、今般の保険料調整行為事案においては、これが独占禁止法の抵触リスクを高める一つの要因となる**おそれがあることが明らかになった**。

・ただし、企業内代理店は、その立場が不明確であるとは言え、人的・資本的関係を踏まえれば、保険契約者である顧客企業の立場に立つものであるとみられることが一般的である。そうした前提のもとで、損害保険会社が顧客企業グループの一員である企業内代理店を適切に指導等することは困難であり、その結果、保険代理店としての実務能力の向上が図られていないのではないか**という指摘もある**。

・企業向け保険市場における**保険仲立人**や他の保険代理店の参入の妨げになり、公正な競争が行われていないなど、企業向け保険市場の競争環境に歪みが生じている**おそれがあるものと考えられる**。

・（企業内代理店は）役割を終えつつある**との指摘もある**。企業内代理店は、保険代理店としての**実務能力を高めるとともに、グループ企業内マーケットへの依存をやめ、自立した保険代理店として、保険仲立人や他の保険代理店と公正な競争を行っていけるようになることが重要であり、これが保険代理店としてのあるべき姿**であることから、それを実現するための環境を整備していくことが重要と考えられる。

### 3. 企業内代理店のあり方

- 企業内代理店の立場の明確化、情報共有ルールの策定
- 企業内代理店の実務能力の向上（損保会社による指導等の態勢整備、不適切な代行の解消等）
- 企業内代理店の自立の促進（特定契約比率の見直し等）

・**企業内代理店を介した情報共有に関する適切なルールを策定**することが重要であり、大手損害保険会社4社は、金融庁に提出した業務改善計画に従って、その取組みを着実に進めるべきである。

・企業向け保険分野における関係者においては、以下の取組みを進める必要がある。

－損害保険会社においては、その**役職員が保険代理店の業務を代行する慣行**について、それが無償かつ継続的に実施されるなど、保険代理店としての実務能力の向上を妨げるものは**確実に解消する必要がある**。また、顧客企業側の立場に立つ企業内代理店であっても、その実務能力の向上のため、**一保険代理店として適切な指導・監督を行う態勢**を改めて整備すべきである。

－損害保険会社による適切な指導・監督によっても、実務能力の向上が図られず、自立も見込めない企業内代理店に対しては、**代理店委託の是非を検証することを含め**、損害保険会社として、企業向け保険市場の健全な競争環境を実現するために、どのような対応が期待されるのかとの観点から、対応を検討するべきである。

・**日本損害保険協会においては**、損害保険会社の役職員による保険代理店の業務の代行を含む便宜供与を解消するための**ガイドラインの策定**や、損害保険募集人のための**資格制度の充実**を図るための取組みを進めるべきである。

### 3. 企業内代理店のあり方

- 企業内代理店の立場の明確化、情報共有ルールの策定
- 企業内代理店の実務能力の向上（損保会社による指導等の態勢整備、不適切な代行の解消等）
- 企業内代理店の自立の促進（特定契約比率の見直し等）

・企業内代理店の自立を促す観点からは、**特定契約比率規制を見直すことも必要である**。具体的には、比率の計算にあたって、一部の保険代理店の対象保険種目等を限定する**経過措置**については、近年の賠償責任保険やサイバー保険等といった新種保険の需要増加等の環境変化も踏まえると、現在の企業向け保険市場の実態に即していないといえることから、**一定の準備期間を確保した上で、早急に撤廃するべきである**。

\* 1996年3月31日以前に登録されたもの等の一定の要件を満たす保険代理店には、特定契約の対象を自動車・火災・傷害保険に限定する**経過措置**が置かれている。

・また、特定契約比率規制の対象となる「**特定者**」の**対象範囲**についても、企業内代理店の実態把握を早急に進め、その影響を分析した上で、例えば、**連結決算の対象となるグループ企業の範囲全体へ拡大するなど**、そのあり方を検討すべきである。

・なお、企業内代理店における実務能力の向上が図られ、一定程度自立が進んだとしても、その立場が不明確であることによる競争環境の歪みは残ることとなる。したがって、こうした歪みを是正する観点から、保険代理店の果たす役割に応じた**手数料体系のあり方**（フィーベースの導入など）についても**検討を続けるべきである**。このほか、企業向け保険市場の更なる発展を図る観点から、**保険仲立人の活用**を促進するための施策もあわせて**検討を続けるべきである**。

## 補 足

企業向け保険市場の更なる発展を図る観点から、保険仲立人の活用を促進するための施策もあわせて検討を続けるべきである。

- \* 「保険仲立人 = 保険ブローカー」を巡る経緯  
1996年の保険業法改正 …… 「国際的整合性」

2016年の保険業法改正

契約者の代理人であることの認定

供託金の減額等の一部の規制緩和

今後の課題

「比較推奨販売を行う乗合代理店」との規制の整合性

「三無権」の問題

保険契約締結権 ・ 告知受領権 ・ 保険料受領権

## その他の論点

1. 特別利益の提供の禁止
2. 個人の保険契約者に対するリスクマネジメントのインセンティブ付け
3. 企業のリスクマネジメント意識の向上

・保険加入を条件に車両価格を値引くなどの行為を行っていた旨の指摘もあるほか、一部の保険代理店においては、保険契約を獲得するために、保険契約者間の公平性を損なうようなサービスが行われているとの指摘もある。これらの行為が特別利益の提供に該当するか否かは、個々の事案ごとに判断されるべきものではあるが、国民の損害保険業界に対する信頼を回復する観点から、**保険契約者間の公平性を確保**するための対応を検討すべきとの指摘もある。

・個人に保険商品を販売する際に、個々の保険契約者に対して、保険契約者自身のリスクマネジメントの向上に資するインセンティブが働くような保険となっているか、という視点での取組みが必要と考えられる。

・企業においては、自らのリスクマネジメントに係る取組みを強化していく必要がある。

・損害保険会社、保険代理店及び保険仲立人においては、リスクマネジメントの高度化に取り組む企業に対して、自らが有するリスクマネジメントや保険商品に係る知見を共有するなどにより、積極的な支援を行っていくことが望まれる。

・高度なリスクマネジメントの態勢を有する企業を対象とする規制の見直し等により、企業のリスクマネジメントに対する意識を高める取組みを検討することも考えられるとの指摘もある。

## 今後の代理店が進む道

### 有識者会議後の展開

ルールベースとプリンシプルベースの組み合わせ

### ルール作りの3つの主体

金融庁（監督指針の改正 ・ 代理店に対する検査の強化）

損保協会（業界としてのガイドライン）

保険会社（個々の会社としてのルール）

- + 「それぞれのレベルでの**プリンシプル**の策定」  
= 自らを移す「鏡」

## 今後の代理店が進む道

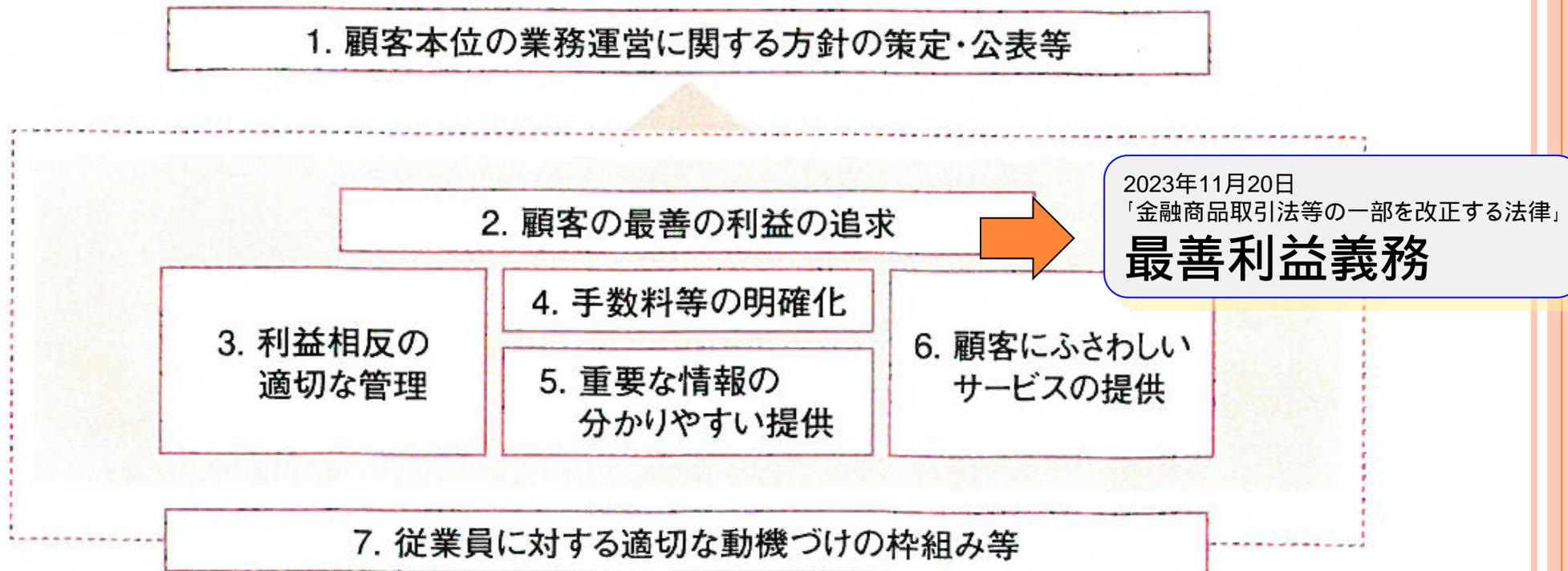
ルールベースでの対応 … 「最低基準検証」  
金融庁による代理店への検査 … 厳格化  
保険会社による代理店監査 … 厳格化  
「第三者評価」への対応（手上げ方式か強制か）  
体制整備義務 … 会社法にも留意  
乗合代理店としての比較推奨販売

プリンシプルベースでの対応  
代理店としての「企業文化」の醸成  
「最善利益義務」の法定

2023年11月20日 「金融商品取引法等の一部を改正する法律」

# プリンシプルベースでの対応 … 「顧客本位の業務運営」

■ 図表1 「顧客本位の業務運営に関する原則」の概要



## 最善利益義務

最終的な受益者たる金融サービスの顧客や年金加入者の最善の利益を勘案しつつ、誠実かつ公正に業務を遂行すべきとする義務

## 今後の代理店が進む道

大規模代理店ではない、便宜供与はない、比較推奨販売を行う  
乗合代理店ではない、企業内代理店ではない

…… 「何か影響はあるのだろうか？」

- ・ 「慣行(コンダクト)」の見直し      保険会社の大変革
  - トップライン偏重の見直し
  - 保険会社による代理店評価の変化
  - チャネル政策の変化
  - 「二重構造問題」
  - 営業社員の変化
- ・ 手数料ポイント制度の見直し
  - 「規模と増収」から「(顧客のための) 業務品質」に
  - … 「業務品質」とは何か？

## まとめ

- 「**慣行**」という「損保業界の常識」は「世の中の非常識」だった。
- その結果、長く続いた「慣行」が「**コンダクトリスク**」に転化した。
- 保険会社は大きく変化する。
  - = 「保険」(商品と料率)そのものの価値による競争の開始  
1998年の保険自由化以来の大変化
- 「企業内代理店」の存在価値そのものが問われている。
  - = 「親会社」と「保険会社」両方からの評価
- **体制整備義務**を中心とするルール遵守は「基礎」として必須
  - = これが不可なら、真剣に「廃業」「事業譲渡」等を検討すべき
- 営業社員との連携で「比較推奨販売を行う乗合代理店」として自立
- どのような「企業文化」(プリンシプル)を構築するか