

Diamond
WEEKLY

DIAMOND
online



大阪代協東支部

保険業界を取り巻く環境の変化



2025 年7月23日(水)
ダイヤモンド編集部
編集委員 藤田 章夫

自己紹介

藤田章夫 1973年2月15生まれ。51歳。兵庫県神戸市出身
ベンチャー企業を経て、1999年ダイヤモンド社入社。書店営業、取次営業を担当した後、2006年に週刊ダイヤモンド編集部へ異動、保険業界の担当記者となる。途中、電機業界や証券業界も担当しながら、毎年1回の保険特集で執筆。15年に副編集長となり、保険・不動産・ゼネコン・マクロ経済を担当。19年4月から編集委員。同年7月からダイヤモンド・オンラインの連載「ダイヤモンド保険ラボ」をスタート



2005年～不払い問題

大手5社で計12万件に
損保不払い40億円超す

第一生命支払い漏れ

件数	金額(円)
東京海上日動	17,000
損保ジャパン	27,296
三井住友海上	24,000
あいおい損保	29,526
日本興亜損保	22,087

(注)東京海上日動と三井住友海上は概算。東京海上日動の不払い額は調査中で非公表。損保ジャパンは追加支払い見込み総額。あいおいと日本興亜の不払い額は追加支払い済み額。

損害保険会社の保険金不払い問題で、大手5社が過去5年間に保険金不払いをめぐって訴訟を提起している。損害保険会社は、保険金不払いの件数が年々増加している。損害保険会社は、保険金不払いの件数が年々増加している。損害保険会社は、保険金不払いの件数が年々増加している。

2006年12月
「医療保険」に特化



2015年1月
業界メインにシフト



2019年7月
「保険ラボ」スタート



有料化
スタート



保険特集2025「保険 大激変」(本誌は3/17発売)



保険大激変 損保の構造的課題が生保にも飛び火！

+フォロー

- 保険業法、施行規則、監督指針などの改正を控え、今年は正念場を迎える保険業界。今年の保険特集は**改正の【論点整理】**を主眼に
- 大手生損保トップインタビューのほか、はなさく・なないろ・メディケアなどのトップインタビュー。有識者や損保協会のキーマンも



保険会社から代理店への現役出向者5人がぶちまける現場の実態「情報漏洩？やろうと思えばやれた」【覆面座談会】



東京海上日動社長に聞く代理店制度問題の処方箋「出向者引き揚げ」は自立支援とセット、「テリトリー制」は新たなモデルを構築へ



保険会社&乗り合い代理店社員必読！業務が大激変する法改正とルールの中身【論点一覧表付き】



保険業界へ有識者が苦言！「損保の構造的課題は継続議論が必須、比較推奨販売の潜脱は許されない」

本日も話すること

- 1 今回の問題の背景 → 金融庁のスタンス
- 2 法改正・施行規則・監督指針の行方
- 3 監督指針・第一回目のパブコメが混乱中
- 4 比較推奨の監督指針の中身
- 5 手数料ポイント制度が監督指針に
- 6 詳細不明の特定契約比率、適用除外・・・
- 7 損保協会長・MS船曳社長
- 8 代理店の再編第2章がスタート

保険業法の一部改正案・国会成立→26年6月

保険金不正請求事案と保険料調整行為事案の再発防止を図るため、顧客本位の業務運営を徹底し健全な競争環境を実現する観点から、大規模乗合の損害保険代理店及び保険会社等に対する体制整備を強化するとともに、保険契約の締結等に関する禁止行為について、対象となる行為等の範囲を拡大する。

顧客本位の業務運営の徹底（保険金不正請求事案関連）

損害保険代理店に対する体制整備義務の強化

- 損害保険代理店のうち、複数の保険会社の商品を扱う（乗合）形態であって規模が大きい代理店（**特定大規模乗合損害保険代理店**）に対して、**下記の体制整備を義務付け**
 - ・ 自動車修理業などを兼業している場合に、**保険金の支払に不当な影響を及ぼさないよう、兼業業務を適切に監視するための体制整備**
 - ・ （営業所ごとに）**法令等遵守責任者**、（本店等に）その**統括責任者の設置**
 - ・ 苦情の適切かつ迅速な処理のために必要な体制整備
- ※生命保険代理店に対しても、政令において上記と同じ措置を規定する予定

保険会社等に対する体制整備義務の強化

- 保険会社等に対して、自動車修理業などを兼業している特定保険募集人に関連して、**顧客の利益が不当に害されないよう、業務の適切な管理その他の必要な体制整備を義務付け**
- ※内閣府令において、保険金支払管理の適切性確保の観点から、兼業業務に係る損害保険代理店の上記の体制整備状況の監視や、保険金支払管理部门と営業部門の適切な分離等を規定する予定

健全な競争環境の実現（保険料調整行為事案関連）

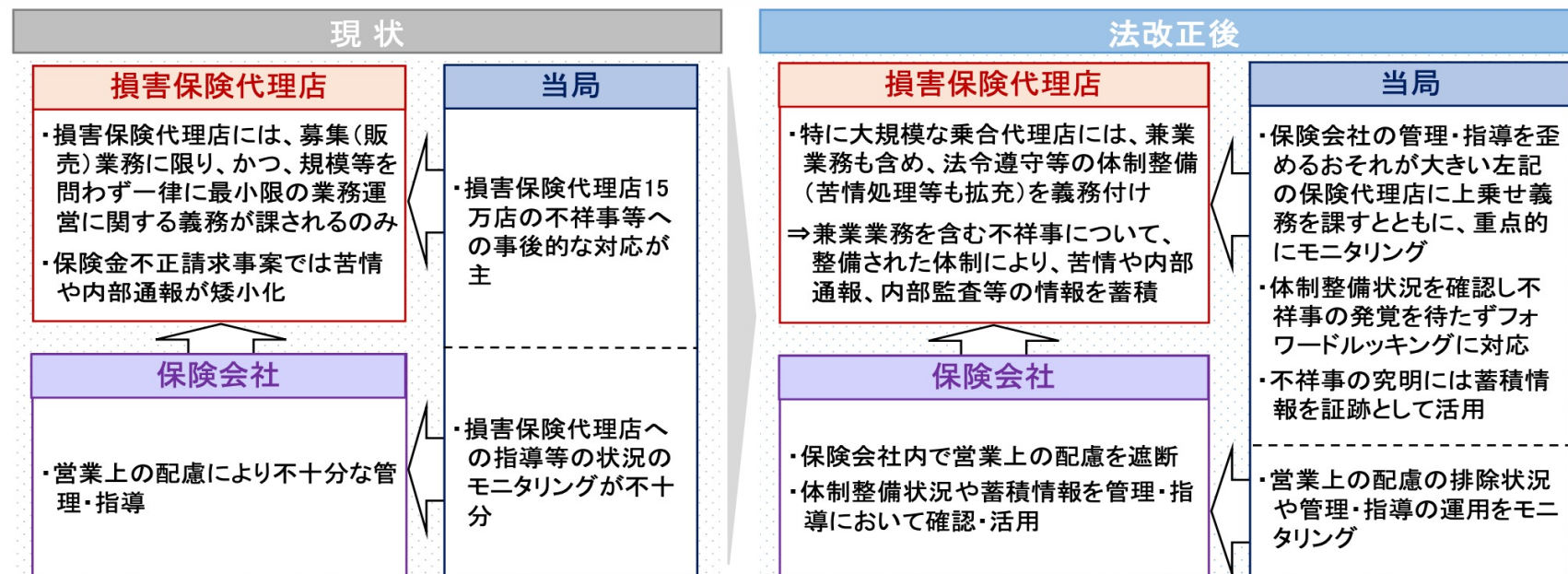
保険会社等から保険契約者等への過度な便宜供与の禁止

- 現行では、保険会社や保険募集人が、
 - ・ 保険契約者又は被保険者に対して [対象]
 - ・ 保険料の割引、割戻しその他特別の利益の提供 [行為]を行うことを禁止しているが、それらに以下を**追加**
- [対象]
- ・ 保険契約者又は被保険者と**密接な関係を有する者**
- ※内閣府令において、保険契約者のグループ会社等を規定する予定
- [行為]
- ・ **取引上の社会通念に照らし相当であると認められない物品の購入や役務の提供**（いわゆる便宜供与）

※その他、販売面での競争促進の観点から、保険仲立人への規制を見直し、供託金の最低金額の引下げ[政令事項]等による規制緩和を図る一方、届出事項を内閣府令により追加可能とする規定を整備（不祥事件に関する届出義務を課す予定）

保険業法の一部改正案

損害保険代理店・保険会社に対する体制整備義務の強化



改正事項

[1] 特に大規模な乗合損害保険代理店(特定大規模乗合損害保険代理店)に対して上乘せ義務を追加

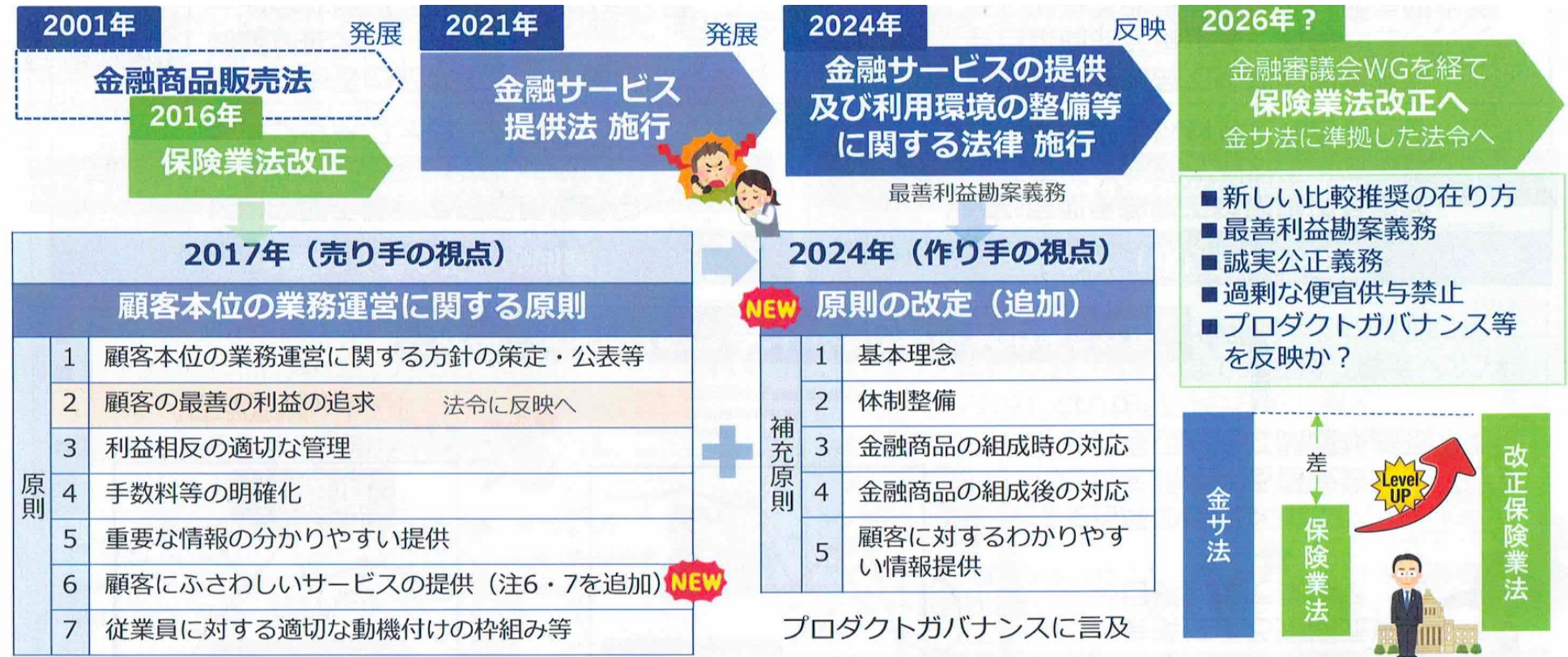
※ 特に大規模な乗合生命保険代理店に対しても、政令において同じ義務を追加する予定

- ・(事務所等ごとに)法令等遵守責任者、(本店等に)統括責任者を設置【改正保険業法第294条の4第1号及び第2号】
 - ・外部からの苦情の適切な処理【改正保険業法第294条の4第3号及び第4号ロ】
－ 上記のほか、内閣府令において、内部通報や内部監査体制の構築を求める予定
- 《更に、当該代理店が、保険金から対価の支払いを受ける業務(修理業等)を兼業する場合》
- ※ 現行の保険業法には、兼業代理店に対して、当該保険金の額の根拠となる修理費の適正性を担保させる規定が無い
 - ・保険金の支払に不当な影響を及ぼさないよう、兼業業務を適切に監視する体制整備義務【改正保険業法第294条の4第4号イ】

[2] 保険会社に対する体制整備義務の強化

- ・兼業代理店の取引により保険会社の顧客の利益が不当に害されることを防止するため、業務の適切な管理その他の必要な体制整備義務【改正保険業法第100条の2の2】
－ 内閣府令において、左記の兼業に係る体制整備を講じているかを確認し疑義がある兼業代理店に対する支払査定厳格化、保険金支払管理部門と営業部門との適切な分離を求める予定
- ※その他、外国保険会社等・保険持株会社についても同様に手当【改正保険業法第193条の2、第271条の21の3】

(参考)FD原則の制定から保険業法改正まで



金融事業者リスト掲載

金融庁の求めるFD宣言の要件を満たし、必要な届出を行うことにより、金融事業者リスト掲載が可能です。この掲載を手数料上の評価ポイントとする保険会社もあります。

総代理店数（2023年）

生命保険	79,677店
損害保険	150,652店

金融事業者リスト(2024/7)

掲載店数	330店
------	------

「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書（案）2024/12/13 より

現在、「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択している**損害保険代理店はわずかにとどまっております**、本ワーキング・グループとして、**多くの損害保険代理店が同原則を採択するように求めています**。



金融庁のスタンス

- 10年前の保険業法改正の後始末
- 再発防止
- ルールメイキング
- パブコメ回答は慎重に
- 代理店より保険会社が問題

2014年の保険業法改正の主な内容

- 保険募集の形態の多様化が進展している状況等を踏まえ、保険募集に係る規制をその実態に即したものとするため、保険募集人の体制整備義務を創設する等の措置を講じたもの。

保険募集の基本的なルールの創設

趣旨

虚偽の説明等、「不適切な行為の禁止」に限定されていた従来の募集規制に加え、顧客ニーズの把握に始まり保険契約の締結に至る募集プロセスの各段階におけるきめ細かな対応の実現に向け、「積極的な顧客対応」を求める募集規制を導入。

改正事項

- 「意向把握義務」の導入（法第294条の2）
⇒ 保険募集の際に、顧客ニーズの把握及び当該ニーズに合った保険プランの提案等を求める。
- 「情報提供義務」の導入（法第294条）
⇒ 保険募集の際に、商品情報など、顧客が保険加入の適否を判断するのに必要な情報の提供を求める。

保険募集人に対する規制の整備

趣旨

独立系の保険代理店の増加等を踏まえ、「保険会社」が監督責任を負う従来の募集人規制に加え、「保険募集人」に対し募集の実態に応じた体制整備を義務付ける規制を導入。

改正事項

- 保険募集人に対する体制整備義務の導入（法第294条の3）
⇒ 複数保険会社の商品の取扱いの有無など、保険募集人の業務の特性や規模に応じて、保険募集人に対して体制整備を求める。
- 大規模な保険募集人に対する帳簿書類等に関する規定の整備（法第303条、304条）
⇒ 募集形態の実態把握が困難な、規模の大きい保険募集人に対して、当局による監督強化の一環として、帳簿書類の作成・保存及び事業報告書の提出を義務付ける。

保険仲立人に係る規制緩和等

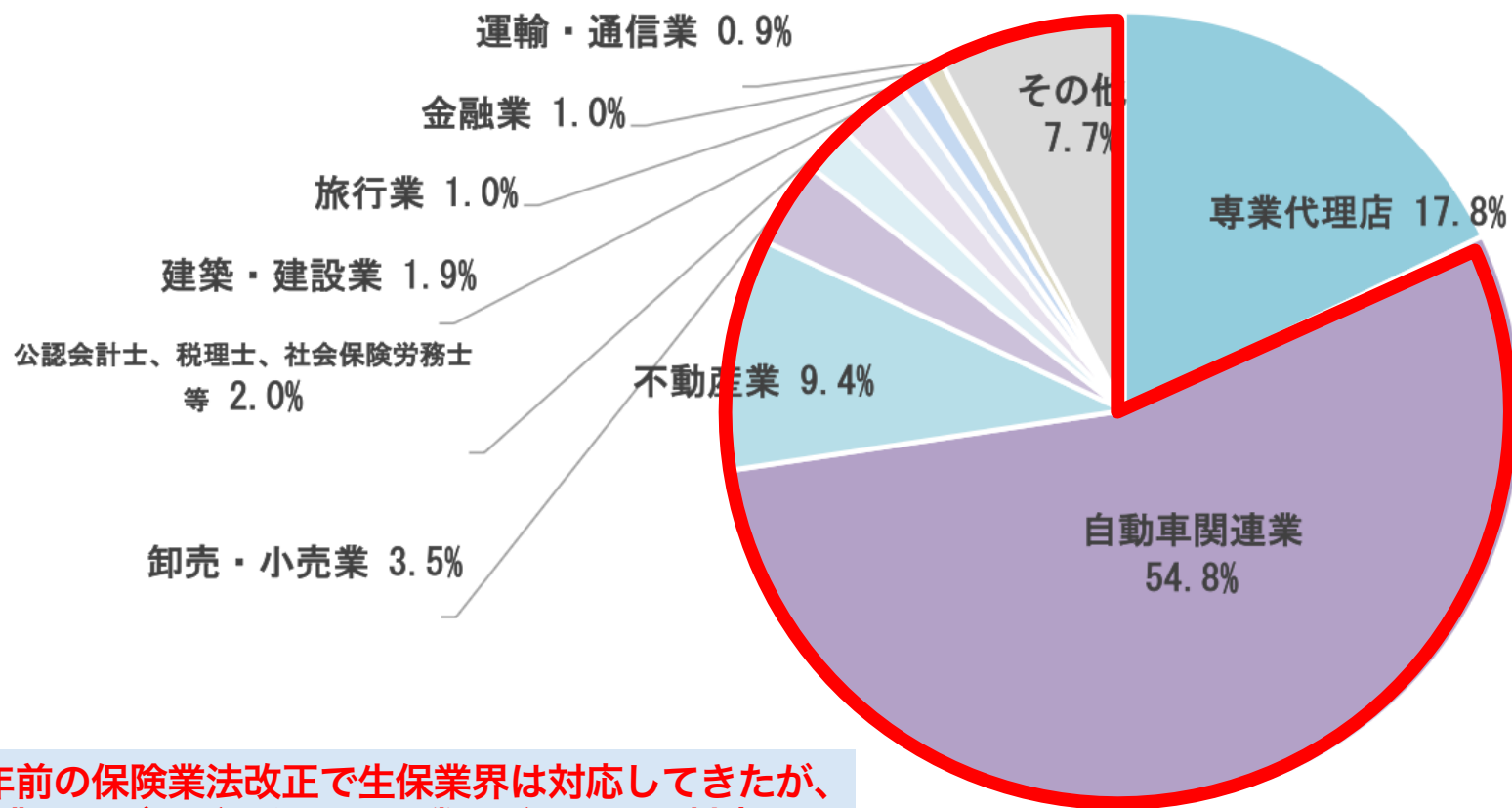
趣旨

顧客保護に配慮しつつ、「保険仲立人」の新規参入や既存業者の活性化を促進できるよう、参入障壁を緩和。

改正事項

- 長期の保険契約の媒介に係る認可制の廃止（法附則第119条）
⇒ 保険仲立人が「保険期間5年以上」の長期保険契約の媒介業務を行う場合に別途求められる当局の「認可」を不要とする。
- 保険仲立人の立場の明確化（法第299条）
⇒ 保険仲立人が「顧客からの委託を受けて」保険契約の媒介を行う者であることを明確化する。
※ その他の参入要件緩和として、保証金の最低金額を引下げ[政令事項、4,000万円→2,000万円]

8割超のノンプロが対象 10年前改正のツケ



10年前の保険業法改正で生保業界は対応してきたが、損保業界はどうだったのか？隣の話として、対応してこなかったのではないか。そのツケを今、払うことになったのではないか。

トヨタモビリティ東京、グッドスピード、ネクステージ

金融当局としては、最大手の兼業代理店に立ち入り検査を行い、業務改善命令を出すことで、今後厳しい姿勢で臨むことを明確にした

金融庁、トヨタ販売などに改善命令 不正請求多数か

自動車 [+ フォローする](#)

2025年1月24日 14:04 (2025年1月24日 18:28更新)

 保存済み



金融庁は24日、[トヨタ自動車](#)の直営販売会社トヨタモビリティ東京（東京・港）と中古車販売大手のグッドスピード（名古屋市）の保険代理店2店に対し、保険業法に基づく業務改善命令を出した。トヨタモビリティには損害保険会社に保険金を不正に請求している事案が多数ある可能性などを指摘した。販売店の当事者意識不足や体制不備の実態が浮かぶ。

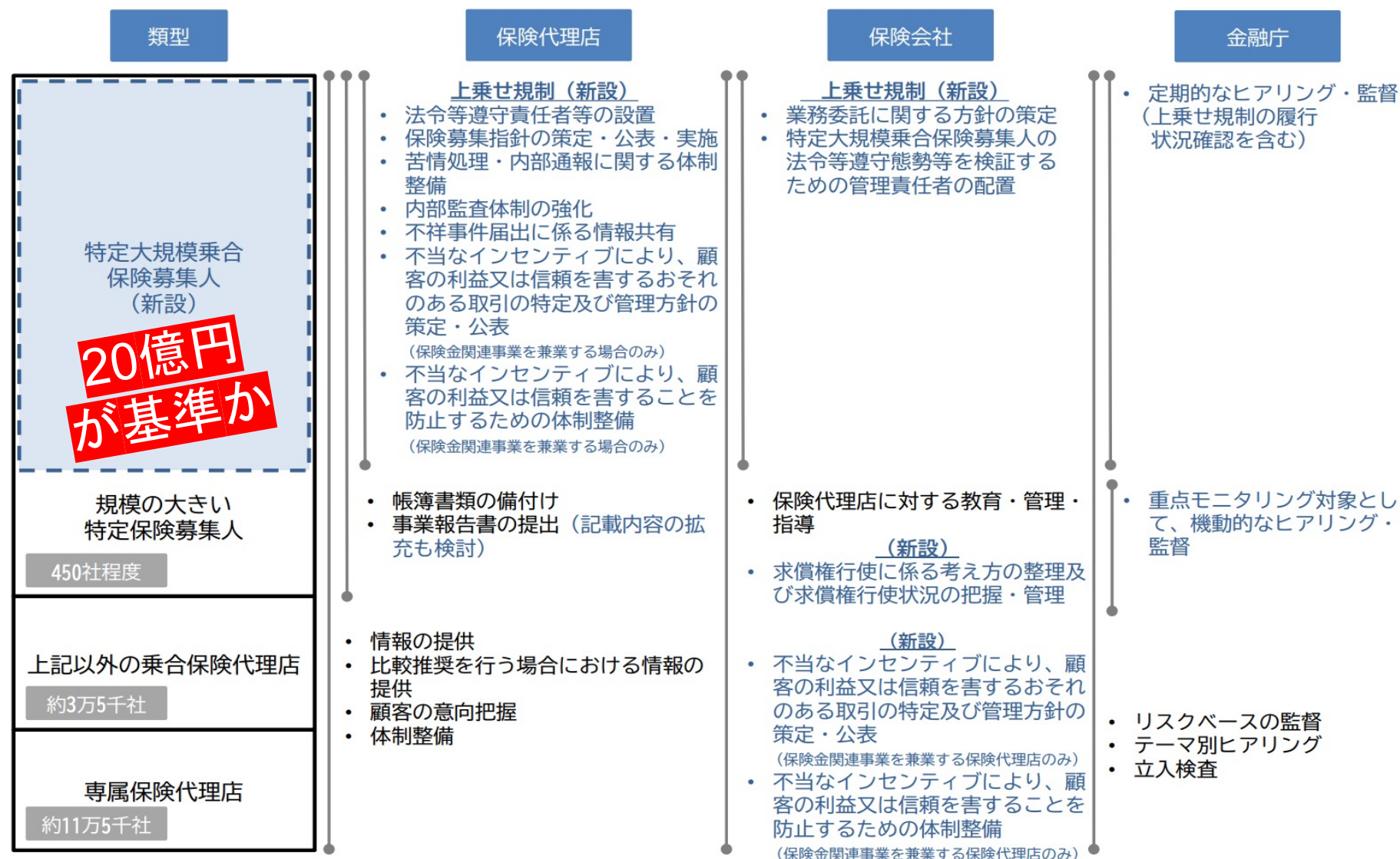


自動車保険めぐり「ネクステージ」に金融庁が立ち入り検査



トヨタ自動車子会社が「抱き合わせ販売」 公取委が警告

大規模乗合代理店への体制整備の強化



(資料)金融庁「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ(第3回)」資料(2024.10.30)

監督指針・第一弾 パブコメに「約600件」の意見

**【早出し】保険ルールの大改正！監督指針・第1弾を徹底解説
(募集管理態勢・便宜供与・政策株)【前編・既存論点編】**

ダイヤモンド編集部 藤田章夫: 編集委員

特集 | 保険 | ダイヤモンド保険ラボ

2025年5月9日 5:00 有料会員限定



ルール改正の詳細が判明！
監督指針の改正・第1弾
既存論点を解説

ダイヤモンド 保険ラボ



監督指針パブコメ: 某生保が生保協会案に異論

イ. 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
上記ア. のほか、保険代理店等に対する便宜供与が過度なものであるか否かについては、当該便宜供与の趣旨・目的のほか、価格・数量・頻度・期間及びその負担者等を総合的に勘案しつつ、当該便宜供与によって生じ得る弊害の内容・程度を考慮し、社会通念に照らして妥当であるかによって判断する。

なお、判断は個別具体的に行われるべきであるが、例えば、以下の行為については、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、過度の便宜供与に該当し得る。

(ア) 保険会社の役職員が、保険代理店等から、他の保険会社の購入実績との比較を提示されるなど黙示の圧力を受けたことを背景として、自社の役職員に対し、数量等の報告やとりまとめを伴う物品の購入をあっせんする行為

(イ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が保険業と関連性の低い役務を提供する形で参加・協力する行為

(ウ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が休日や業務時間外に参加・協力する行為

(エ) 本来は保険代理店等が負担すべき費用を保険会社が負担する行為、又は保険代理店等が自らの責任において行うべき業務に対し保険会社が役務を提供する行為

① 当該出向が、以下の点に照らし、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものではないか。

ア. 特定の保険代理店への出向が、当該保険代理店における出向元保険会社のシェアの拡大等の営業推進として機能するなど、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するものではないか。

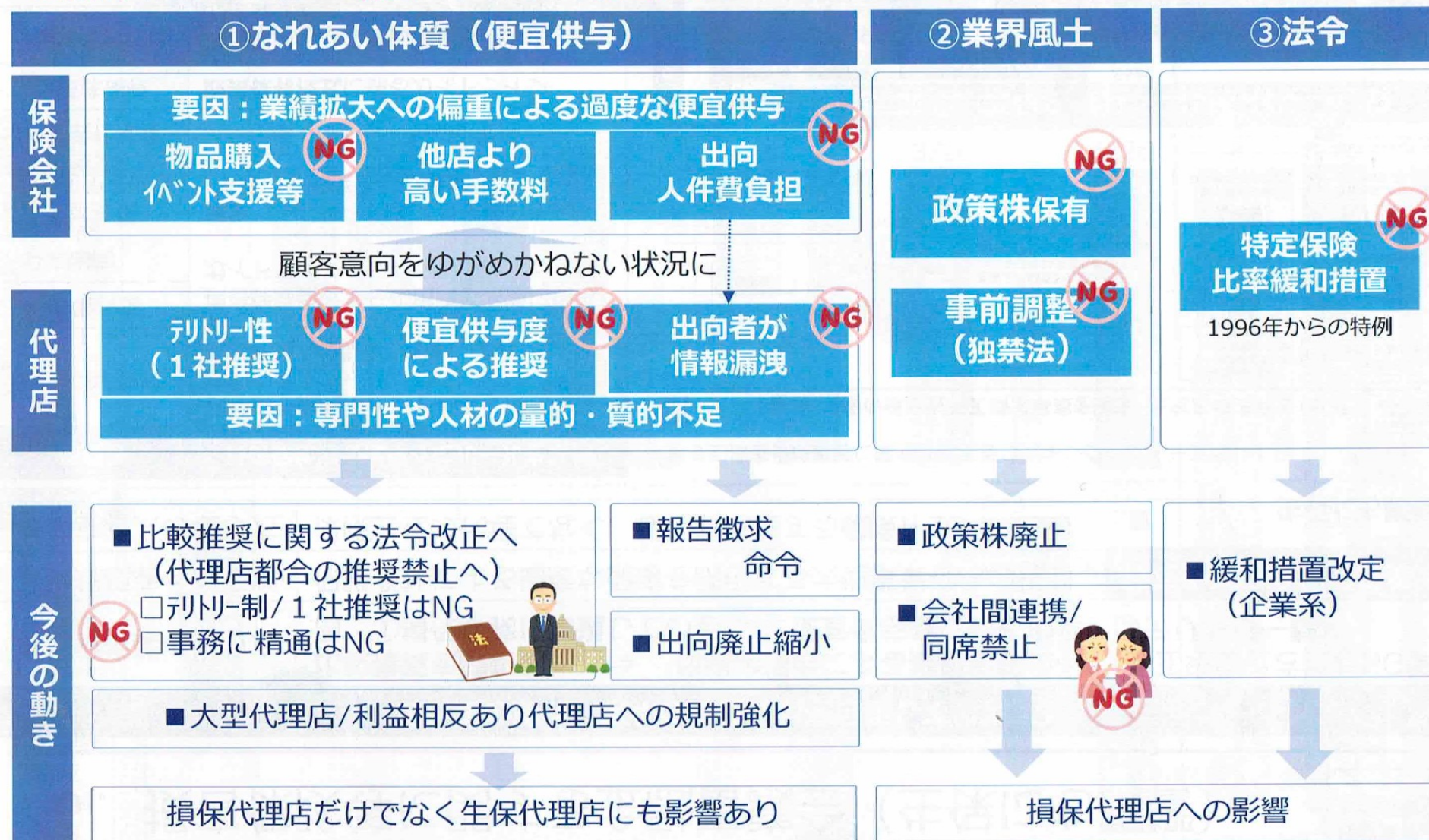
(注4) 例えば、保険代理店に対する出向において、保険代理店が事業を営むために自ら負担すべき人件費や専門人材の育成又は確保に係る費用等を保険会社が肩代わりする場合には、上記のおそれが高くなることに留意する。

イ. 保険募集に直接関与するなど、出向先において従事する業務の内容が、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するものではないか。

(注5) 営業企画部門など、保険募集に直接関与しない部門への出向であっても、保険募集方針の策定や取扱保険商品の選定、保険販売計画の企画・執行、保険募集人への特定商品に係る販売研修などに関与する場合には、出向元保険会社の保険商品を優先的に取扱うなどの弊害が生じうる。そこで、このような業務に関与する場合には、出向先保険代理店に対し、取扱保険商品の選定に係る検討過程の検証や、決定過程に出向者を関与させないなど、不適切な影響を及ぼさないための措置を講じさせる必要がある。

(参考) 損保業界の問題(代理店との関係性)

大規模代理店 & 市場への偏重による過度な便宜供与がいつしか業界風土と化し、顧客意向への歪みを誘発



「顧客の最善利益を勘案する義務」が法制化

2024年11月施行の「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」では、「金融サービスの提供等の業務を行う者に対して、**横断的に、顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に業務を遂行する義務**」が新設された(改正金サ法第2条1項)

II

有識者会議の報告書(適切な比較推奨販売の確保)の抜粋

II. 顧客本位の業務運営の徹底

II. 4. 乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保

保険業法においては、顧客ニーズの多様化や複数の商品を比較して保険への加入を検討するといった消費者行動の変化等を踏まえ、顧客が自らのニーズに合った保険に加入することを確保するため、乗合代理店に対して、顧客の意向等に基づき、複数の保険商品に関する情報提供を通じ、比較推奨販売を行うなどといった適切な保険募集を求めている。

しかしながら、今般の事案においては、3.(1)のとおり、乗合代理店が損害保険会社からの便宜供与の実績等の理由により、同損害保険会社の商品を推奨することを決定しておきながら、顧客に対して「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。

こうした実態を踏まえ、損害保険会社に対して、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するための便宜供与を解消する態勢の整備を求めることに加え、乗合代理店に対して、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」(平成12年法律第101号)における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。

○金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律
第二章 顧客等に対する誠実義務
第二条 金融サービスの提供等に係る業務を行う者は、次項各号に掲げる業務又はこれに付随し、若しくは関連する業務であつて顧客(次項第十四号から第十八号までに掲げる業務又はこれに付随し、若しくは関連する業務を行う場合にあつては加入者、その他政令で定める場合にあつては政令で定める者。以下この項において「顧客等」という。)の保護を確保することが必要と認められるものとして政令で定めるものを行うときは、顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に、その業務を遂行しなければならない。
2 前項の「金融サービスの提供等に係る業務を行う者」とは、次の各号に掲げる業務の区分に応じ、当該各号に定める者という。
一 十九 (略)

●損保問題がきっかけだが、生保業界にも当てはまる。生保はあおりを受けたわけではない。
●もちろん、保険代理店にも適用される。
●本義務違反に対する直接の処分規定はないが、違反があった場合は、保険業法に基づく行政処分の対象になり得る。

(資料)金融庁「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ(第4回)」資料

顧客等に対する誠実義務の導入(改正金サ法)

顧客等に対する誠実義務を果たすためには？

- ① 事業者等が提供できる商品・サービスまたは法令において求められる業務の範囲内で、
- ② 顧客等の属性、商品・サービスの提供を受ける目的、商品・サービスの特性等を総合的に勘案して、顧客等に最も相応しいサービスの内容または提供法となるように業務を遂行することが求められる

顧客等に対する誠実義務違反になり得る事例

以下のような業務運営の態様を総合的に見て、顧客本位でない著しく不適切かつ悪質な業務運営が行われた結果、顧客にふさわしい商品の提案を行っていないような場合

- ① 顧客に適合する複数の商品の中から特定の商品を選択する適切なプロセスを経していない
- ② 利益相反の可能性等の重要な情報をわかりやすく提供していない
- ③ 自らの利益を優先させ、販売会社にメリットのある商品のみ提案している

では、①金融事業者が収益を上げることが否定されるのか？ ②実際に顧客が収益を上げる結果まで求められるのか？ ③業務の遂行には絶対的な水準が求められるのか？

(参考)顧客本位から顧客の最善利益へ

1. 顧客本位

2017

不要・過剰な保険を無理に販売しないこと

①外貨建て保険

②法人保険

②公的保険制度

- ☐ 保険金額が過剰でない（保障額の根拠）
- ☐ 不要な保障でない
- ☐ 顧客に適合している
- ☐ 本来の主旨に沿った販売である



2. 顧客の最善の利益

NEW

2024/11

金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律（顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に、その業務を遂行しなければならない）

- 上記をクリアしたうえで、（業界を超えて）お客さまにとって最善の商品を提案する。
- 最善の利益における「最善」には、複数の「適正な比較」が必要となる（1社、1商品は原則NG）
- 「最善」であることの証として、意向把握シートに「**お客さまが当該商品を選択した理由**」を記載

3. 監督指針の改正

NEW

2024/11

Ⅱ-4-4-1 顧客の最善の利益を勘案した誠実公正義務
（金融サービス提供法第2条）

報告徴求命令	第128条の規定に基づく報告を求める	保険募集人及び保険仲立人についても上記に準じて必要な対応を検討する
業務改善命令	第132条の規定に基づく業務改善命令を発出する等の対応を行う	
業務停止命令	第133条の規定に基づく業務停止命令等の発出も含め、	

(参考)適正販売のステップ(最善利益&適正な記録)



比較推奨販売は「ハ方式廃止」 顧客の最善利益を勘案

顧客の最善利益が法制化されたことを受け、今後は「〇〇損保の商品を扱い慣れているから」「〇〇生命から施策費をもらっているから」という代理店都合による絞り込みは禁止される予定。顧客の意向に沿った絞り込みであることの説明が必要となる予定

「ハ方式」は撤廃へ

乗り合い代理店での比較説明・推奨販売に関する規則

比較説明 イ方式		比較すべき事項を隔たりなく説明 保険料の違いだけでなく、保障・補償範囲の違いについても説明するなど、隔たりなく説明することが必要
推奨 販売	ロ方式 比較推奨	顧客意向に沿って選別し、商品を推奨 顧客の意向に沿って比較可能な商品を選別し、絞り込んで推奨する具体的な理由を説明する
	ハ方式 推奨販売	自社独自の推奨理由・基準に従って商品を選別し、商品を推奨 特定の保険会社との資本関係や事務手続きのしやすさなど、自社独自の推奨理由や基準に従って商品を選別し、商品を推奨する



乗り合い代理店の独自基準で商品を選ぶ「ハ方式」は、**便宜供与の温床**となりかねないため**廃止**へ！

対応の方向性

▼適切な比較推奨販売を確保する観点から、乗合代理店が比較推奨販売を行う場合には、乗合代理店における保険募集の実務や募集形態等も踏まえつつ、以下の対応を求めていく必要あり。

- ・顧客の意向に沿って保険商品を絞り込む
- ・保険商品の絞り込みに当たっては、顧客が重視する項目を丁寧かつ明確に把握した上で、意向に沿って保険商品を選別し、推奨

▼また、こうした対応の実効性を確保するため、乗合代理店においては、顧客に対して商品を提案・推奨する基準や理由を社内規則等に定めるほか、比較推奨販売の実施状況の適切性を確認・検証し、必要に応じて改善に取り組むなど、乗合代理店の規模や業務特性に応じた体制を整備すべき

▼併せて、顧客に対して、乗合代理店と保険会社との関係を示すような情報(例えば、取り扱う保険商品の範囲や所属保険会社等のリスト等)を提供することも考えられる※

※手数料開示を引き続き検討すべきとの指摘あり

保険業法294条(情報提供義務・権限明示)、294条の2(意向把握義務)、294条の3(体制整備義務)が重要

生保協の「消費者アンケート」→ 損保へ、テリ制NG

【質問】 保険代理店は、一般的に複数の保険会社の商品を取り扱っています。保険代理店が、すべての商品を提案することは、消費者にとって負担が大きいと、一般的に、保険代理店が合理的だと考える理由に基づき、予め、商品を絞り込んだうえで提案しています。

その際の「代理店による商品の絞り込みの理由」について、あなたのお考えと近いもの、近くないものについてそれぞれ3つずつ選択ください。

「絞り込みの理由としてあなたのお考えと近い」もの

回答	回答(%)
商品性が最新・優れた特徴を持つ保険会社商品	77.1%
保険料水準がお手頃な保険会社商品	65.4%
お客さまからの人気が高い商品	42.3%
アフターフォローが充実している保険会社商品	36.6%
顧客向けサービスが充実している保険会社商品	30.3%
印象やイメージが良い保険会社商品	15.3%
代理店に経済的メリットがある保険会社商品	6.9%
代理店への協力体制が充実した保険会社商品	6.6%
代理店と関係の深い保険会社商品	6.4%
代理店に募集先の提供がある保険会社商品	6.1%
代理店に人的支援がある保険会社商品	3.7%
代理店に各種支援がある保険会社商品	3.3%

「絞り込みの理由としてあなたのお考えと近くない」もの

回答	回答(%)
代理店に経済的メリットがある保険会社商品	50.7%
代理店に人的支援がある保険会社商品	41.4%
代理店に各種支援がある保険会社商品	38.6%
代理店に募集先提供がある保険会社商品	36.7%
代理店と関係の深い保険会社商品	35.4%
代理店への協力体制が充実した保険会社商品	21.3%
印象やイメージが良い保険会社商品	18.6%
お客さまからの人気が高い保険会社商品	15.4%
顧客向けサービスが充実している保険会社商品	13.4%
アフターフォローが充実している保険会社商品	11.6%
保険料水準がお手頃な保険会社商品	9.3%
商品性が最新・優れた特徴を持つ保険会社商品	7.4%

損保協会の「消費者アンケート」がエビデンス

保険加入に際して重視するもの-自動車保険-

- ✓ 全体では、上位から「アフターフォローの体制」が4割、「商品に付帯されるサービス」が3割半ば。その後、「保険料水準」3割、「加入手続きの利便性」2割と続く。
- ✓ 上記以降は「保険会社のイメージ」「最新の商品の特徴」等と続くが、1割以下と上位項目とは少し差が開いている。
- ✓ 年代別、業態別では、重視する項目にあまり大きな差は見られず、同様の傾向にある。

Q ここからは、前問までで回答いただいた保険種類に、今後、加入すると仮定してお伺いします。複数の商品（保険会社）の中から、ご自身が商品（保険会社）を選択する場合、重視する項目を3つまで選択してください。

3LA



保険加入に際して重視しないもの-自動車保険-

- ✓ 全体では、「代理店への人的・金銭的支援」「代理店へのメリット提供」「保険会社の取組」「代理店に対する教育体制の充実度」等が2割前後で上位から続く。消費者自身には、直接的な関係がない保険会社・代理店まわりの項目が上位を占める。
- ✓ 年代別や業態別で、大きな差はあまり見られない。

Q7S1 複数の商品（保険会社）の中から、ご自身が商品（保険会社）を選択する場合、重視しない項目を3つまで選択してください。



金融庁のスタンス

- これまでやるべきことをやっていなかった。
新たな負担を強いるものではない。
- 保険会社に利便性を損なわないように、
システムの再構築など求めている。
- テリトリー制は10年前のパブコメ（510）が
根拠になっている。八方式廃止で消える。
- ルールの目線を示すと潜脱が起きる。あくまで
プリンシプルベースが基本。
- 保険業法294条でガード

「手数料ポイント制度」で損保代理店とは陰悪に

損保代理店の不満爆発！「手数料ポイント制度」で公正取引委員会に集団申告

ダイヤモンド編集部 藤田章夫：編集委員

経営・戦略 ダイヤモンド保険ラボ

2023.7.24 5:15 有料会員限定



損保代理店、損保会社OBなど約260人が申告人となり、公正取引委員会に「優越的地位の濫用」として申告する事態に(2023年6月30日)

2025年1月に公取から「独禁法上の措置は取らない」と回答



※保険ラボ2023年7月24日配信

【今後の動き】

- 1: 公取はあくまで「これまでの情報では独禁法上の問題とすることは困難」と述べたに過ぎない
- 2: 情勢の変化によって判断も変わるが、認めた際の影響の大きさを懸念か？
- 3: 手数料ポイントの改訂時に保険会社と交渉を継続して行うこと
- 4: できれば団体を組成して団体交渉を

<有識者会議での指摘>

- 損害保険会社は、代理店手数料ポイント制度において、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おそれがあり、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インセンティブを与え、不適切な保険募集を誘引するのではないかといった懸念が生じている。

(資料) 損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議(第2回)事務局資料

代理店手数料ポイントの「監督指針改正案」

Ⅱ-4-2-14 代理店手数料の算出方法

個々の代理店手数料の算出方法については、代理店委託契約に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。

この算出方法について、保険代理店に保険募集に関する業務の健全かつ適正な運営を阻害する不適切なインセンティブを与え、不適切な保険募集を誘引することがないように、以下の点に留意するとともに、これらの潜脱が防止されているか。

なお、代理店への手数料の算出に当たっては、保険募集に関する業務の健全かつ適正な運営を確保する観点から、コンプライアンス上疑義のある事案の発生状況等を考慮しているか。

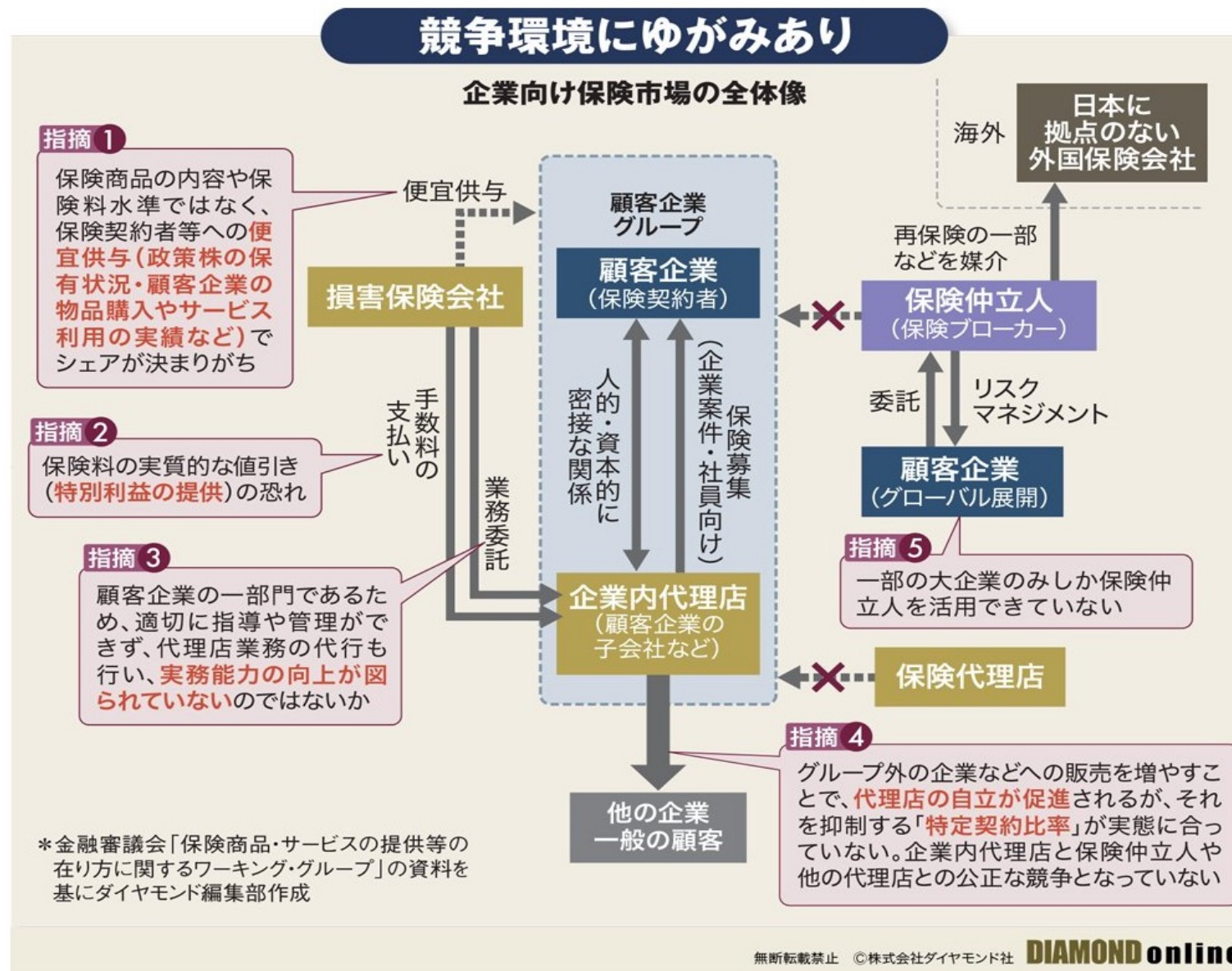
- (1) 損害保険会社による評価項目としては、「規模・増収率」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか。
- (2) 業務品質評価の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化にとどまらず、顧客にとってのサービス向上や法令等遵守に資するものとなっているか。

- (3) 乗合代理店におけるシェアの拡大・維持や、保険代理店の新設や乗合いの承諾を得るなどの営業上の目的で、他の損害保険会社の代理店手数料の割増引率に追随するなどの例外的な運用を行っていないか。

- (4) 業務品質評価割合の考え方を開示しているか。

▼評価項目は「規模・増収」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか
▼業務品質の具体的な指標は、保険会社の事務効率化にとどまらず、顧客のサービス向上や法令遵守に資するものか
▼乗り合いしやすくするために、手数料ポイント制度の例外的な運用を行っていないか（特代手）
▼業務品質評価割合の考え方を開示しているか
▼手数料ポイント制度の設計や個別評価に関して代理店の意見を聴取しているか

詳細不明の特定契約比率、適用除外・・・



損保協会長にMS船曳社長が就任



日本損害保険協会 船曳新会長“法令違反 再発防止を最優先に”

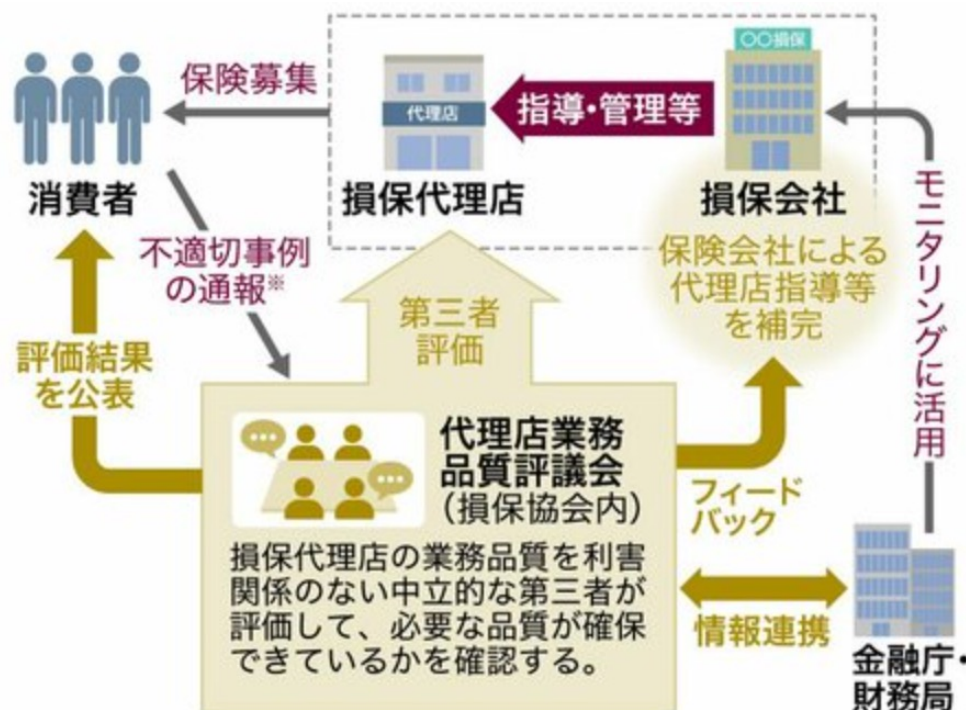
- ▼再発防止のための販売体制の再構築が必要
- ▼第三者評価の実効性
- ▼自己点検チェックシートはかなり大事と強調
- ▼「今後どうやって顧客本位のビジネスを実現するのか？」対話が重要。自らも対話に出向く
- ▼ちゃんと対話しているかのモニタリングも重要
- ▼企業マーケットはリスクマネジメントの仕組みを作り上げていく
- ▼比較推奨は著しく複雑にならないようにして、その上で新たな募集モデルを作らないといけない

代理店の業務品質に関する「第三者評価制度」

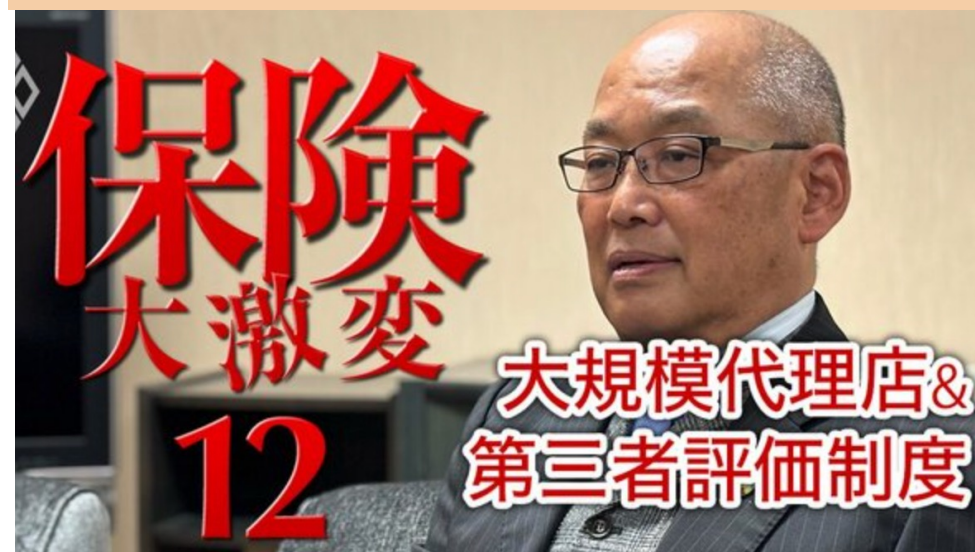
- 代理店の業務品質のうち、顧客本位の業務運営に関する項目について、業界共通の評価基準(項目・指標)を策定。
- 上記策定に関しては、「代理店業務品質評価に関する第三者検討会」が検討を行う。
- 基準策定後は、会員会社や代理店と利害関係のない中立的な第三者である「代理店業務品質評議会(仮称)」が制度運営を行う。

第三者検討会では、以下に取り組んでいく

- 当協会のホームページで検討経過を公表する。
- 上記検討内容に対して、意見受付窓口を常設する。
- 評価指針(評価基準、第三者評価制度の運営等)の最終案に対しては、より広く意見を募集するため、パブリックコメントを実施する。



「モンスター代理店は損保協会に対応する」
「代理店自己点検を高度化する」



保険ブローカーがにわかに活況か

英保険仲介のハウデン、国内代理店を買収 日本市場に本格参入

金融機関

+ フォローする

2025年7月1日 15:31 [会員限定記事]



保存



HOWDEN

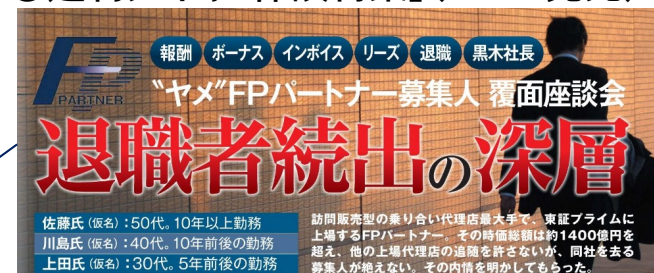
【生保に飛び火】FPPの株価推移

株価7720円／時価総額約1800億円



東証グロース上場:2022年9月
 東証プライム上場:2023年9月
 株価の年初来最高値:3/8=7720円 (約1800億円)
 株価の年初来最安値:8/4=2324円 (約540億円)
 ※カッコ内は時価総額

●週刊ダイヤ「保険特集」(4/22発売)

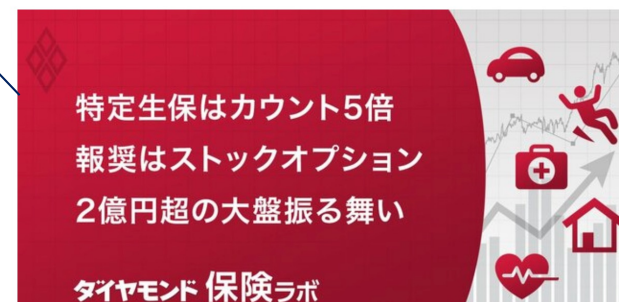


●東洋経済オンライン(6/11配信)



●ダイヤモンド保険ラボ(6/17配信)

乗り合い保険代理店最大手・FPパートナーの社内キャンペーンに透ける、生保会社との「もたれ合い」の構図



FPパートナーに陰り？
 ほけんの窓口とアイリックスが回復基調も

プライム上場記念キャンペーン

総額2億円を超える社内キャンペーン

FPパートナーの「プライム市場上場記念施策」

対象期間	2024年6月1日～12月31日	
保険種目	保険会社	割増評価
医療	アフラック	ANP × 500%
	メディケア、FWD	ANP × 300%
がん	アフラック	ANP × 500%
	SOMPOひまわり、FWD	ANP × 300%
収入保障	SOMPOひまわり、MSあいおい（くらしの応援）	ANP × 500%
	MSあいおい（新収入・新総合）、東京海上あんしん	ANP × 300%
就業不能	アフラック	ANP × 300%
変額保険	東京海上あんしん	ANP × 150%
契約譲受案件		ANP × 150%
担当者不在案件		ANP × 150%

【表彰基準】修正ANP2000万円を達成

順位	ストックオプション
達成者全員	100万円相当

【表彰基準】修正ANPの上位50人

順位	ストックオプション
1位	2000万円相当
2位	1500万円相当
3位	1000万円相当
4～5位	700万円相当
6～10位	500万円相当
11～20位	300万円相当
21～30位	250万円相当
31～50位	200万円相当
合計	1億7900万円相当

【表彰基準】医療・がん・収入保障の修正ANPの上位10人

順位	ストックオプション
1位	1000万円相当
2位	700万円相当
3位	500万円相当
4～5位	400万円相当
6～10位	300万円相当
合計	4500万円相当

※この他にも、月ごとの表彰基準や、採用（面談、新規採用）に関する基準達成でストックオプションを付与

FPPへの便宜供与 比較推奨への疑義

保険会社	広告出稿	プライム上場 キャンペーン	リーズ提供
なないろ	(1億2000万円)	×	
アフラック	9600万円 ※前年も同額	5倍	○
メディケア	5000万円	3倍	○
あんしん	2700万円	3倍	×
ひまわり	1000万円 ※前年5000万円	5倍	×
チューリッヒ	600万円	×	○
あいおい	×	5倍	×
FWD	×	3倍	○
はなさく	×	×	○
オリックス	×	×	○

●なないろ生命

月額1000万円の「業務委託費」

○広告出稿は効果が見込めない

○ソリシタ10人の訪問を止め、2人のリモート担当者を配置

○販売促進や商品研修に関する「役務」をFPPに要求

●アフラック生命

2022年秋にFPP黒木社長から広告出稿の依頼あり。「長年の付き合い。最初にバナー広告を提案」

●ひまわり生命

○2022年秋に「変額保険」の推奨入りを打診、同時に出資も打診、LC退職者のFPPあっせんも

金融庁を怒らせたFPPの質疑応答集(7/18)

Q. 週刊誌の報道に関して、金融庁からはこの件について、何かしらのコンタクトはあったのでしょうか。あったのであれば、どのようなヒアリングを受けたのか教えてください。

A. 当局とは普段からコミュニケーションをとっており、そのなかで記事の内容に関する事実確認についてヒアリングがおこなわれました。6月最終週です。ヒアリングの内容は、主に比較推奨販売についてです。当社は6月19日に適時開示をした販売ポートフォリオのとおり、特定の保険会社に偏った販売事実はありません。また顧客利益を優先した商品選定と販売するための比較推奨販売のプロセスについて説明いたしました。

Q. 「違法性はない」との開示がありましたが、そのような指摘は受けていないということでしょうか。

A. 現時点でヒアリングにおいてそのような指摘は受けておりません。当社は違法性はないと認識しております。 今後も法令を順守し、当局の指導に沿った運営を留意してまいります。

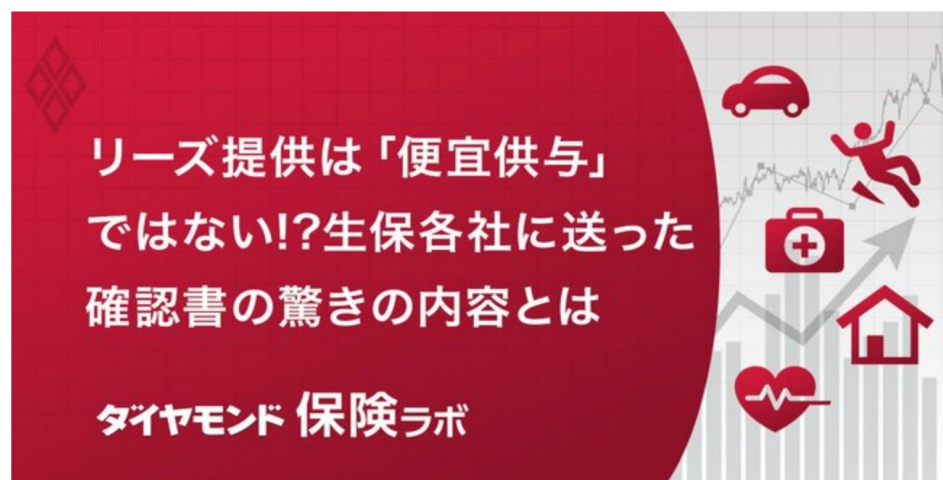
懲りないFPP 金融庁検査 → 結果は・・・

FPパートナー行政処分不可避の情勢、立ち入り検査で 便宜供与の強要や比較推奨の歪みを徹底追求

ダイヤモンド編集部 藤田章夫：編集委員

特集 | 保険 | ダイヤモンド保険ラボ

2024.12.2 5:05 有料会員限定



「甲(生保)が集客活動を実施して収集した見込み顧客の情報を乙(FPP)に提供し、甲の保険商品を販売することを目的として乙に保険募集活動を行わせ、乙の業務対価を甲との共同募集としての取り扱いによる代理店手数料とする施策」(※カッコ内は編集部注)

●広告費等の便宜供与：1線（営業部門）だけでなく、**2線（コンプラ）**、**3線（内部監査）**の関与が必要

●比較推奨を歪めることに本当に気がつかなかったのか？

●推奨理由：主観的ではダメで、**客観性が求められる**

●業務品質支援金：顧客対応の高度化に使われているのか？

●代理点検査：**拠点ごとに体制整備にバラツキがないか？**リスクベースで検査しているか？

●募集人のリクルート：積極的な人材斡旋は職業安定法に抵触の可能性あり。あんしん生命のTCSスキームは2月末で中止。

次の対象は「クリイト」の法人払い、社保潜脱問題か

クリイトが驚異の伸び率

乗り合い代理店の所属人数増加率

順位	代理店名	2024年 人数	対前年 増加数	増加率
1	クリイト	487	322	195.2%
2	ユニバーサルライフ	444	192	76.2%
3	エフケイ	788	217	38.0%
4	R&C	319	84	35.7%
5	ブロードマインド	431	94	27.9%
6	ビルド・バリュー	341	72	26.8%
7	ファイナンシャル アライアンス	1,610	301	23.0%
8	オールワンエージェント	453	84	22.8%
9	アルファコンサルティング	443	82	22.7%
10	KRC	743	133	21.8%
11	Do it プランニング	655	91	16.1%
12	アドバンス・フィナンシャルプランニング	255	32	14.3%
13	FPパートナー	2,800	344	14.0%
14	ファイナンシャル・ジャパン	857	105	14.0%
15	ライフプラザパートナーズ	2,127	253	13.5%
16	グッドウイン	868	98	12.7%
17	FEA	709	80	12.7%
18	ウインライフ	714	78	12.3%
19	東京海上日動あんしんコンサルティング	285	30	11.8%
20	保険ビルド	287	30	11.7%

MERIT

クリイトで働くメリット

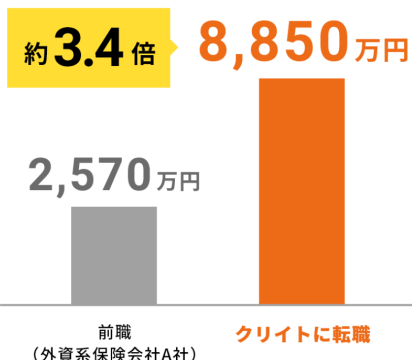


クリイト株式会社

- ・日本トップクラスのコミッション
- ・手数料はすべてオープン
- ・業務の無駄を減らしたフレキシブルな活動
- ・ゼロからの顧客開拓も支援
- ・ボトムアップにより醸成される「働きやすさ」

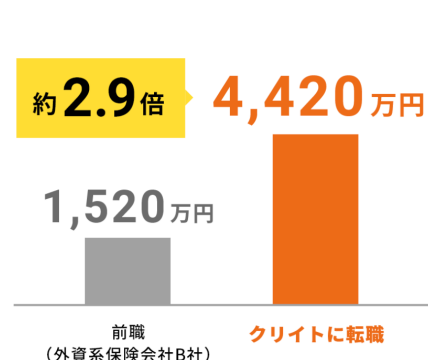
外資系保険会社A社

31歳 男性 / 保険業界歴6年



外資系保険会社B社

35歳 男性 / 保険業界歴5年



M&Aが加速 手数料の法人払いも問題視

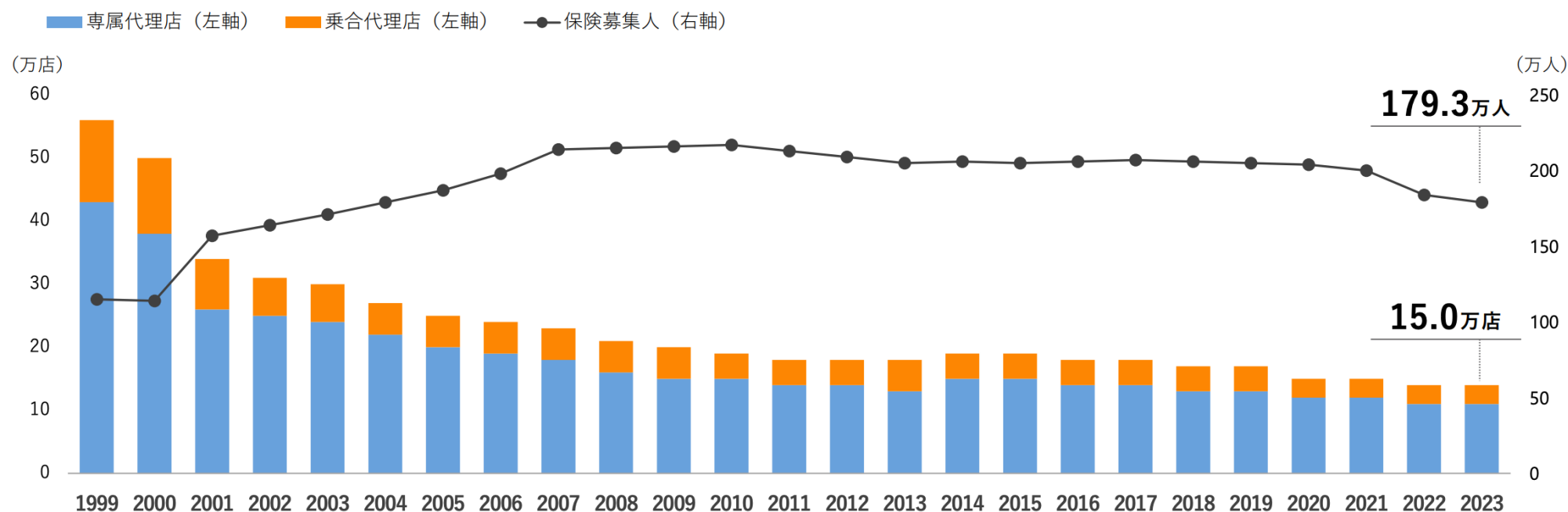
図解
一部の保険ショップに回復の兆し、訪問販売 型で新たなコンプラ問題が浮上
大型保険代理店グループ相関図

[illegible]

損保代理店は年々減少、大型化が進む

- 損害保険代理店数は年々減少
- 保険募集人の人数は横ばいで推移しており、「保険代理店の大型化が進んでいる」と言われている

損害保険代理店数・保険募集人の人数の推移



出所：損害保険協会 代理店統計を基に当社作成

※専属代理店：保険会社1社のみと代理店委託契約を締結して、当該保険会社の商品のみを販売する代理店

※乗合代理店：複数の保険会社と代理店委託契約を締結して、複数の保険会社の商品を取り扱う代理店

(出所) エージェントIR資料

専業代理店にはチャンス到来??

大規模乗合代理店への監督強化

兼業代理店の利益相反に対する
厳格化

乗合代理店における適切な比較
推奨販売

保険会社による本業支援、便宜
供与の厳格化

手数料ポイント制度で品質重視

企業内代理店の在り方の見直し

保険仲立人の活用促進



自動車ディーラー・中古車販売店

- ・「ハ方式廃止」の影響が大きい
- ・一部で専属化の動きあり

保険会社の直資代理店

- ・すでにキャパオーバー？受け入れ困難か
- ・寄せ集めのため募集指導・管理に問題あり

広域代理店（看板掛け替え）

- ・ガバナンスは弱めで、保険会社への貢献低い

企業内代理店

- ・特定契約比率で一部を除き、存続は困難

地場の有力な専業代理店

成長が見込める専業代理店

成長が困難な専業代理店



全体のまとめ

【ルール改正・対策】

- ▼大型、特に兼業代理店にメス
- ▼求められていることはシンプル
「顧客の最善の利益」
「保険会社・代理店の恣意的な販売は許されない」
- ▼体制整備は必須
「意向把握とプロセス管理」
「苦情などをもとにPDCAを回す」

【今後の代理店経営】

- ▼大型・兼業代理店、企業内代理店の逆風を取り込む
- ▼手数料ポイント制度は大して変わらないという前提で経営
- ▼顧客本位、最善利益について社員と話し合い、PDCAを回す
- ▼生命保険や資産運用の提案
- ▼地場代理店としてのブランド化
- ▼保険会社をうまく取り込む
- ▼できなければ、大手・直資の傘下

ご清聴ありがとうございました

株式会社ダイヤモンド社

〒150-8409 東京都渋谷区神宮前6-12-17

Tel:03-5778-7214／Fax:03-5778-6614

ダイヤモンド編集部

編集委員 藤田章夫

a-fujita@diamond.co.jp

090-5319-0512