

事務局説明資料

2024年4月25日



金融庁

Financial Services Agency, the Japanese Government

目次

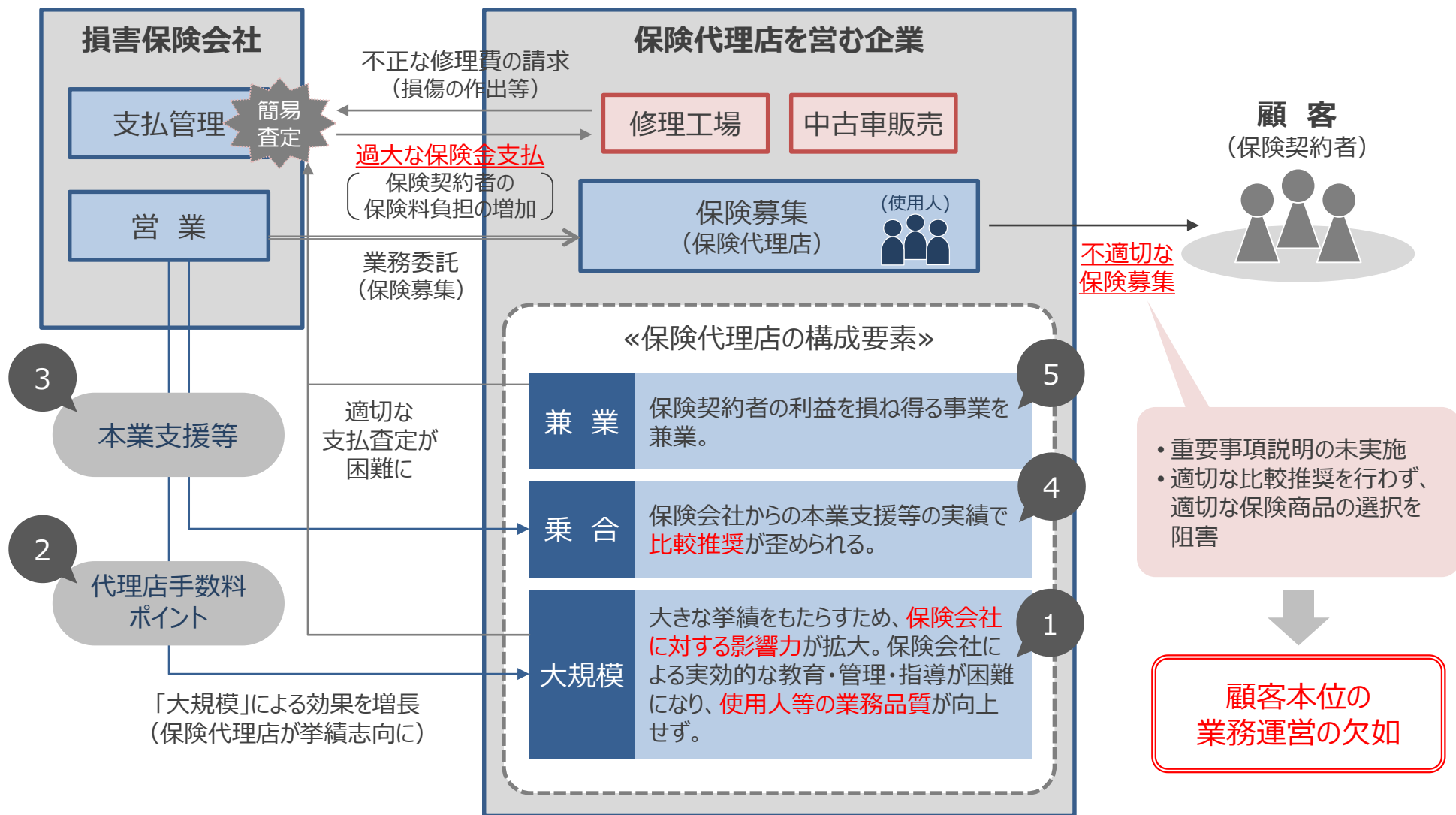
I. 保険金不正請求事案で認められた課題

相関図.....	2
----------	---

II. 課題への対応策

1. 大規模代理店に対する監督.....	3
2. 代理店手数料ポイント制度.....	5
3. 保険代理店に対する本業支援等.....	7
4. 乗合代理店による比較推奨等.....	14
5. 保険代理店の兼業・保険金等支払管理.....	15

<今般の保険金不正請求事案に関する各種の課題の関係性>



1. 大規模代理店に対する監督

問題の背景・真因

- 保険業法では、①保険会社に対して、保険募集人に対する適切な教育・管理・指導を求めるとともに、②保険募集人に対して、保険募集の業務に関する体制整備を求めている。また、保険代理店に対しては、監督指針において、保険募集に従事する使用人に対して適切な教育・管理・指導を行うよう求めている。
- しかし、今般の事案では、特定の保険代理店において適正な保険募集を行うための体制が整備されていなかったほか、損害保険会社による当該代理店に対する適切な教育・管理・指導も行われていなかったことが明らかになった。また、当局は、保険代理店に対してヒアリングや苦情分析等を中心としたモニタリングを行うにとどまっており、上記のような実態を十分に把握できていなかった。
- その結果、そうした保険代理店においては、募集品質の向上が図られず、顧客に対して網羅的な重要事項の説明を行っていないなど不適切な募集行為が多数認められており、保険契約者等の保護の観点から重大な問題が生じていた。
- この背景として、損害保険業界においては、保険代理店に販路を大きく依存しているため、大きな収益をもたらす一部の大規模な保険代理店の影響力が非常に大きくなる場合があるという問題がある。こうした場合においては、仮に、そうした保険代理店に対して損害保険会社が教育・管理・指導を実施しようとしても、保険代理店からの反発や、それによる販売シェアの低下等といった営業面への影響が懸念されることから、必要な教育・管理・指導が行えないといった状況に陥ることが考えられる。

〔参考〕近年、大規模なプラットフォームが保険代理店として保険募集事業に参入する事例も見られるが、このような動きが進むと、損害保険会社による保険代理店への教育・管理・指導が一層困難になるとの指摘もある。
- また、大手を中心とした損害保険会社が導入している代理店手数料ポイント制度は、業務品質の伴わない大規模な保険代理店に高いポイントを付与していた状況を鑑みると、規模や増収面を重視し、業務品質を適切かつ十分に評価していないおそれがある。この仕組みが大規模な保険代理店に対して業務品質を軽視する不適切なインセンティブを与えていたおそれもあり、その結果として、不適切な保険募集を誘引するといった懸念が生じている。

1. 大規模代理店に対する監督

ご議論いただきたい事項

- 損害保険会社においては、営業面への影響等を懸念して大規模な保険代理店に対する適切な教育・管理・指導が十分に行えないなどといった状況に陥る懸念があることなどから、そうした利害関係のない第三者としての立場から保険代理店の業務品質を公正かつ適切に評価する仕組みが必要と考えられるか。
- これまでの当局による保険代理店に対する検査・監督については、人員の制約などもあり、一部の保険代理店に対するヒアリングや苦情分析などにとどまっていた。このため、今般の事案を踏まえ、他のリソースや情報等を活用するなどといった効果的なモニタリング手法を検討することが考えられるか。
- 例えば、中立的な立場の第三者が、損害保険会社に代わり、保険代理店の保険募集に関する体制整備の状況等を評価・公表するとともに、詳細な評価結果を損害保険会社へ連携し、必要に応じその内容を当局へ共有することによって、当局のモニタリングに活用することが考えられるか。その際、生命保険業界で実施されている第三者評価制度も参考とすることも考えられるか。
- さらに、損害保険会社による、保険募集人に対する適切な教育・管理・指導を確保する観点から、現在、日本損害保険協会が実施している損害保険募集人の試験制度や継続教育について、どのような改善が図られることが望ましいと考えられるか。
- その他、大規模な保険代理店への実効的な監督を行っていくためにどのような対応が考えられるか。

[参考] 生命保険協会においては、2022年4月より、同協会内に保険代理店の品質評価を行う、研究者、弁護士、消費者団体の関係者で構成される第三者の会議体「代理店業務品質評価審査会」を設置し、そこで策定された「代理店業務品質評価基準」に基づき、保険代理店の評価を実施した上で、その結果を公表するなどの取組みが行われている。



2. 代理店手数料ポイント制度

代理店手数料ポイント制度とは

- 代理店手数料ポイント制度は、大手を中心とした損害保険会社が損害保険代理店に支払う代理店手数料を算出するために導入している制度であり、その仕組みや運用方法に関しては、損害保険会社と損害保険代理店の間における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。
- 代理店手数料ポイントの評価体系は、一般的に、「規模・増収率」、「収益性」、「業務品質」といった観点から評価される構成になっており、当該評価に基づき付与されるポイントの多寡によって代理店手数料の金額は変動する。

<一般的な代理店手数料の計算例>

$$\text{代理店手数料} = \text{保険料} \times \text{商品別手数料率} (\%) \times \text{代理店手数料ポイント}$$

(※) 自動車、火災、傷害等の保険種目別に手数料率を設定



代理店手数料ポイントにおける評価体系のイメージ

規模・増収率	収益性	業務品質	適用ポイント
<ul style="list-style-type: none"> ・ 拳績の規模と増収率に応じてポイントを加算 (現状、全体の手数料ポイントに占める拳績の規模や増収率による評価割合は、高い傾向にある) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売シェアや損害率などに応じてポイントを加算 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 募集や事務処理等における顧客対応やコンプライアンス等の問題の発生有無、各社の認定資格取得状況等を評価してポイントを加算 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各評価ポイントの合算値を適用 ・ ポイントの適用によって、手数料の金額は、例えば、110ポイントであれば1.1倍に、90ポイントであれば0.9倍になる。

2. 代理店手数料ポイント制度

問題の背景・真因

- 代理店手数料ポイント制度は、代理店手数料の自由化に伴い、2003年4月より、各損害保険会社が独自に導入したものであり、その仕組みや運用方法については、民間間の交渉によって決定されるものである。
- 金融庁としては、代理店手数料ポイント制度について、これまで、損害保険会社に対し、当該制度の設計や適用の在り方が一方的にならないよう損害保険代理店の意見をしっかり聴取する等、丁寧な対応に努めるよう促すとともに、顧客本位の業務運営の観点から、代理店手数料ポイントに対する業務品質の反映などについても、損害保険代理店からの声も踏まえた対応を求めてきたところ。
- しかしながら、今般の事案では、特定の損害保険会社が登録取消要件に該当するような問題を抱えていたビッグモーター社に対して、獲得可能なポイントの上限値が他の販売チャネルよりも高くなるディーラーに準じた取扱いとしており、更に規模・増収の状況を中心的な判定要素として高いポイントを適用していたことが明らかになった。また、同社に乗り合っていた他の保険会社においても、当該損害保険会社の水準に手数料ポイントを揃える運用により、追随しているケースも見られた。
- 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。

ご議論いただきたい事項

- 代理店手数料ポイント制度において、損害保険代理店の規模や業績評価に偏ることなく、業務品質を適正に評価し、その結果を重視することが重要であり、損害保険会社に対し、そうした対応を促すためにどのような方策が考えられるか。
- 業務品質に係る評価においては、どのような内容が評価されるべきと考えるか。

問題の背景・真因

- 現在、保険会社は、保険代理店等〔注1〕からの物品等の購入や、保険代理店等への職員の出向など、保険代理店に対して様々な形態での本業支援等（便宜供与）を実施している〔注2〕。
 - 〔注1〕当該保険代理店と人的又は資本的に密接な関係を有する者（親会社等）を含む。
 - 〔注2〕損害保険会社が保険代理店に対して実施している主な便宜供与の具体的内容は次頁の通り。
- 現行の保険会社向けの総合的な監督指針においては、こうした便宜供与について、特定の保険代理店に対するものが過度となれば、過当競争の弊害を招きかねないものとして、保険会社に適切な管理を求めている（保険会社向けの総合的な監督指針Ⅱ-4-2-2(17)③ア）。
- 他方、現在の保険業法上、乗合代理店は保険募集時に顧客に対して複数の保険商品を比較推奨することなどが求められているが、今般の事案では、損害保険会社が乗合代理店に対して積極的な便宜供与を行い、当該代理店が、その見返りとして、顧客に対して当該保険会社の商品を優先的に推奨すれば、顧客の適切な商品選択が阻害されるおそれがあることが明らかになった〔注3〕〔注4〕〔注5〕。
 - 〔注3〕（大規模）乗合代理店の影響力が高まる中で、損害保険会社がこうした乗合代理店を適切に教育・管理・指導できておらず、乗合代理店からの便宜供与の要望を受け入れざるをえない状況にもなっていたとの指摘もある。
 - 〔注4〕損害保険会社としては、本来、新しい商品・サービスの開発や経営の効率化等に充てられるべきリソースが保険代理店に対する便宜供与に充てられることで、保険契約者等が、本来享受できていたはずの便益（新しい商品・サービスの利用や保険料の低下等）を享受できておらず、顧客本位の業務運営が疎かになっているとの指摘もある。
 - 〔注5〕現在の日本の自動車保険市場においては、各社の商品・サービスの差別化が進んでおらず、多くの乗合代理店では、商品の内容ではなく、損害保険会社による便宜供与の実績に応じて、顧客に優先的に提示・推奨する保険商品を決定する傾向があるとの指摘もある。
- また、企業向けの保険でも、便宜供与等の保険契約の内容以外の要素が、例えば、顧客が決定する共同保険のシェア等に影響を及ぼす場合があり、これにより、より良い保険条件を提示することでシェア獲得・拡大を目指すという適正な競争に対する損害保険会社の営業担当者の意欲が損なわれたことが保険料調整行為等事案の一因になったとも考えられる。

便宜供与の主な形態・事例

① 損害保険会社が保険代理店等から物品等を購入・賃借

- ✓ 代理店（自動車関連業を兼業）から社用車の購入、レンタカー、車検受検、給油
- ✓ 代理店等から自社の支店・営業所のためのオフィスを賃借
- ✓ 代理店等から自社のオフィスの什器・備品を購入
- ✓ 企業内代理店の親会社から複合機等を購入
- ✓ 代理店等から社員転勤時の引越サービスや賃貸住宅手配サービスを購入
- ✓ 代理店等からゴルフ・スポーツクラブ・ホテル等の会員権や観戦チケットを購入
- ✓ 社員が代理店等から物品等（ワイン、スーツ、ケーキ、宝くじ、旅行チケット、健康器具、新聞購読等）を購入

② 損害保険会社が保険代理店等へ物品等を販売・賃貸

- ✓ 保険会社が保有するオフィスを代理店等へ貸与
- ✓ 保険会社の会議室等を代理店等の会議開催等のために貸与
- ✓ 保険会社の社屋の一部を代理店（自動車関連業を兼業）に自動車展示会の会場として貸与
- ✓ 代理店向けの備品の供与

③ 損害保険会社が保険代理店等へ顧客等を紹介

- ✓ 契約者等が事故等を起こした際、代理店（自動車修理業を兼業）を紹介
- ✓ 顧客や自社の社員、取引先等が自動車を購入する際、代理店（自動車関連業を兼業）を紹介
- ✓ 代理店等から要請を受け、自社の社員等に対して、物品等の購入を斡旋

④ 損害保険会社が保険代理店等へ役務を提供

- ✓ 代理店主催イベントへの協力（保険勧誘ブースでの対応支援、イベントのビラ配り等）
- ✓ 保険会社社員による代理店への店舗新規開店時の代理店業務全般に関する一時的な支援
- ✓ 保険会社が保有する土地の情報や取引先等の土地の情報を収集し、代理店等へ情報提供
- ✓ 代理店への保険募集業務に関するシステムの構築支援
- ✓ 代理店（自動車関連業を兼業）専用の照会受付コールセンターを設置（一般には実施していない休日対応を実施）
- ✓ 保険会社が提携する外部のコンサルタントや社内のコンサルタントによる保険業に関するコンサルティングの提供
- ✓ 代理店における保険募集のためのパンフレット等の印刷・提供

⑤ 損害保険会社が保険代理店等から役務を受領

- ✓ 代理店（自動車関連業を兼業）と役員車の運転手派遣契約を締結
- ✓ 代理店（建設業を兼業）へ自社ビルの建替え工事等を発注
- ✓ 代理店（広告業を兼業）と広告契約を締結

⑥ 損害保険会社が保険代理店等へ金銭供与・費用負担

- ✓ 代理店等が主催するイベント等に対する協賛金の支払い
- ✓ 特定の市場における販路開拓・コスト削減・販促効果を目的とする保険募集システム開発の費用や商標使用料等の拠出
- ✓ 代理店の保険募集に関する広告費用を負担（代理店が保険募集をする業界団体の機関紙等への広告費用、代理店の店舗に設置するのぼり等の製作費用、代理店Webサイトに保険会社バナー広告を設置する費用等）

ご議論いただきたい事項

- 保険会社による保険代理店に対する便宜供与については、特定の保険代理店に対する過当競争の弊害の防止という観点のみならず、顧客の適切な商品選択の機会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を防止することが考えられるか。

〔参考〕企業保険の分野においては、便宜供与等の保険契約条件以外の要素に左右されず、企業が自らのリスク特定に応じた適切な保険契約を締結できるよう、リスクマネジメントに対する意識を高めていくことも重要との指摘もある。

- 具体的には、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する、保険代理店等に対する以下の形態の便宜供与を防止することが考えられるか。また、保険代理店に対しては、保険会社にこうした便宜供与を求めることのないよう当局から求めることが考えられるか。

- 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）
- 保険代理店等から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）

- 上記以外のものであっても、便宜供与の価格、数量、頻度等の要素を総合的に勘案した上で、「実質的に」自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引すると考えられるものは、防止することが考えられるか。

〔例〕① 明示的なノルマはないものの、他の保険会社の購入実績との比較を提示されるなど暗黙の購入圧力を背景として、数量等の報告やとりまとめを伴う物品等の購入等を斡旋する行為

② 保険代理店が主催等するイベント等において、保険会社の社員等が保険業と関連性の低い役務を提供するかたちで参加・協力する行為

③ 保険代理店が主催等するイベント等において、保険会社の社員等が休日や業務時間外に参加・協力する行為

④ 本来は保険代理店等が負担すべき費用（特定の保険代理店の独断によるシステムの開発・運用費用など）を負担する行為など

- また、今後、防止すべき便宜供与に係る具体的な判断基準を策定した上で、具体的な態勢整備の内容を含めた各社の取組状況について、定期的にフォローアップする仕組みを構築することを、業界全体に対して求めていくことが重要であるが、その他に上記の各種対応の実効性を高めるため、どのような対応が考えられるか。
- その他、保険代理店に対する便宜供与について、留意しておくべき事項はあるか。

過度の便宜供与に係る考え方

一般的な社会通念に則して
妥当な範囲の便宜供与

「実質的に」自社の保険商品の優先的な
取り扱いを誘引する便宜供与

自社の保険商品の優先的な
取り扱いを誘引する便宜供与

具体例：優先的な取り扱いの裏づけのある便宜供与、
ノルマのある便宜供与、
実施しない場合に他の保険会社との関係で不利
益な取扱いを受ける（示唆のある）便宜供与

防
止

便宜供与の種類

- 代理店等*1からの物品等の購入・賃借
- 代理店等からの役務の受領
- 代理店等への物品等の販売・貸与
- 代理店等への役務の提供
- 代理店等への職員の出向等*2
- 代理店等への顧客等の紹介
- 代理店等への金銭供与・費用負担
- その他、代理店等への利益・便益の提供

「実質的に」に係る該当性の判断要素

- 一般的な社会通念
- 価格・経済的価値の妥当性
- 費用分担の妥当性
- 数量・規模の妥当性
- 頻度・期間の妥当性

*1 当該保険代理店と人的又は資本的に密接な関係を有する者（親会社等）を含む。

*2 保険代理店における保険募集に関連する業務を保険会社の役職員が行う場合（社員代行）を含む。

問題の背景・真因

- 現在、損害保険会社は、保険代理店等に多くの社員を出向させている。保険会社から保険代理店への出向は、一般に、①保険代理店の業務品質の向上に資するほか、②保険会社にとっても、現場における顧客のニーズを発掘することで新しい商品・サービスの開発に活かせるなど、保険代理店と保険会社の双方にとって利点があるものと考えられる。

〔参考〕 保険代理店に出向する社員の多くは、保険代理店における保険募集に関する業務（保険代理店の社員に対する自社の保険商品の説明、募集関連システムの操作方法の教育、法令等遵守に関する教育、内部監査等）に従事している。

- また、業界における長年の慣行として、「出向」以外にも、保険会社の社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「社員代行」という形態の役務の提供がなされているケースがある〔注6〕。

〔注6〕 現在の監督指針上、募集面に関する社員代行（保険会社の役職員が実質的な保険募集を行い、その保険契約を保険代理店の扱いとする等の行為）は不適切な保険募集の端緒になり得る行為として、その把握・管理等適正な措置が求められている（指針Ⅱ-4-2-1(4)②ア（ア））。

- 他方、保険会社から保険代理店への出向等についても、それが過度なものであれば、他の便宜供与と同様に、顧客の適切な商品選択が阻害されるおそれがある。

〔参考〕 大手損害保険会社に対するアンケート調査（2023年3月末時点）の概要

- 出向者数は約2,370人（4社合計）、出向先は約1,520社（4社累計）。
- 出向先の内訳（社数ベース）は、保険代理店75%（うち自動車関連業36%）、金融機関3%、一般事業会社10%。
- 同一の保険代理店等に対する出向者の人数を見ると、2人以内が全体の67%（人数ベース）を占めるが、10人以上出向させているケースも8%存在。
- 同一の保険代理店等に対する出向者の期間を見ると、2年以内が全体の76%（人数ベース）を占めるが、5年以上出向させているケースも5%存在。

ご議論いただきたい事項

- 今般の事案を契機として、保険会社から保険代理店への出向や社員代行についても、保険業界における適正な競争を促進する観点から、保険代理店における業務品質の向上等という、その本来の目的に留意しつつも、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する過度のものは防止することが考えられるか。
- 具体的には、その他の便宜供与と同様に、その出向等の実績に応じて、保険代理店における保険取引の調整が行われる場合等は、これを防止することが考えられるか。
- また、出向先が兼業代理店の場合、出向後に保険会社と利益相反が生じ得る業務に従事する可能性も考えられるが、保険会社における利益相反管理の観点から、これも防止することが考えられるか。
- この他、「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、以下の場合に該当する出向についても防止することが考えられるか。
 1. 社会通念に照らし、出向の人数・期間が適切と認められない場合
 2. 保険代理店から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、一定程度低い場合
- また、保険代理店への社員代行については、無料かつ継続的に実施するなど、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する、保険代理店の自立化に向けた動きを阻害するおそれがあるものについては、防止することが考えられるか。
- なお、出向等についても、その他の便宜供与と同様に、防止すべき出向等に係る該当性の判断に関する具体的な基準を策定した上で、各社の具体的な態勢整備の内容を含めた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ことを、業界全体に対して求めていくことが考えられるか。
- その他、保険代理店に対する出向や社員代行について、留意しておくべき事項はあるか。

問題の背景・真因

- 損害保険会社は、顧客から自動車事故発生の連絡を受けた際、その顧客に修理工場を紹介している（入庫紹介）。この入庫紹介は、顧客へ入庫・修理・支払までの迅速な損害サービスを提供する観点から、顧客・損害保険会社・修理工場にそれぞれメリットがある慣行であると考えられる。
- 他方、今般の事案では、損害保険会社による入庫紹介の際、
 - ・ その見返りとして修理工場を兼業する保険代理店からの契約獲得を優先し、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修理工場を紹介していたほか、
 - ・ 特定の修理工場で不正な修理費の請求が行われていたにも関わらず、顧客に対して当該修理工場への紹介を継続していたなど、自社の利益を優先するあまり、顧客の利益を損ねていたことが明らかになった。

ご議論いただきたい事項

- そのため、顧客本位の業務運営を徹底する観点からは、損害保険協会における取組み^{〔注7〕}に加えて、例えば、以下のような取組みを、更に実施することが考えられるか。
 - 顧客が修理工場を選択できることを明確に告げる
 - 顧客に修理工場を紹介する際は、原則として複数社を紹介するとともに、それらを紹介する理由を説明する
 - 顧客に紹介する修理工場の業務の適切性や品質を定期的に検証するとともに、入庫紹介を受けた顧客の意見等も踏まえ、その入庫紹介の適切性を確認するための態勢を整備する

〔注7〕 昨年11月30日、損害保険協会は「損害保険の保険金支払いに関するガイドライン」を改定し、顧客に対して修理工場を紹介するにあたり、以下の取組みを新たに実施することとしている。

- ・ 修理工場を紹介する際は、保険金支払部門と関連部門が密接に連携の上、顧客の意向や要望を優先した紹介となるような態勢を整備
- ・ 定期的に業者（修理工場）の業務状況等を確認することを通じた紹介先としての適切性の確認 等

ご議論いただきたい事項

※ 問題の背景・真因については、P.7を参照。

- 乗合代理店が適切に比較推奨販売を行う態勢を整備する観点から、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する本業支援等を防止するほか、「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（平成十二年法律第一百一号）」の規定^{〔注8〕}も踏まえ、以下のような対応が考えられるか。

〔注8〕 金融サービスの提供等に係る業務を行う者（保険募集人を含む）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とされている。

➤ 保険募集人による適切な比較推奨が可能となる態勢整備の確保

- ① 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または推奨提案し、比較に係る事項や提案の理由（単に「経営方針」等のみにとどめるのではなく、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）等を分かりやすく説明することが求められることを明確化。
- ② 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うえで提案されているのか等について、顧客に対し情報提供。

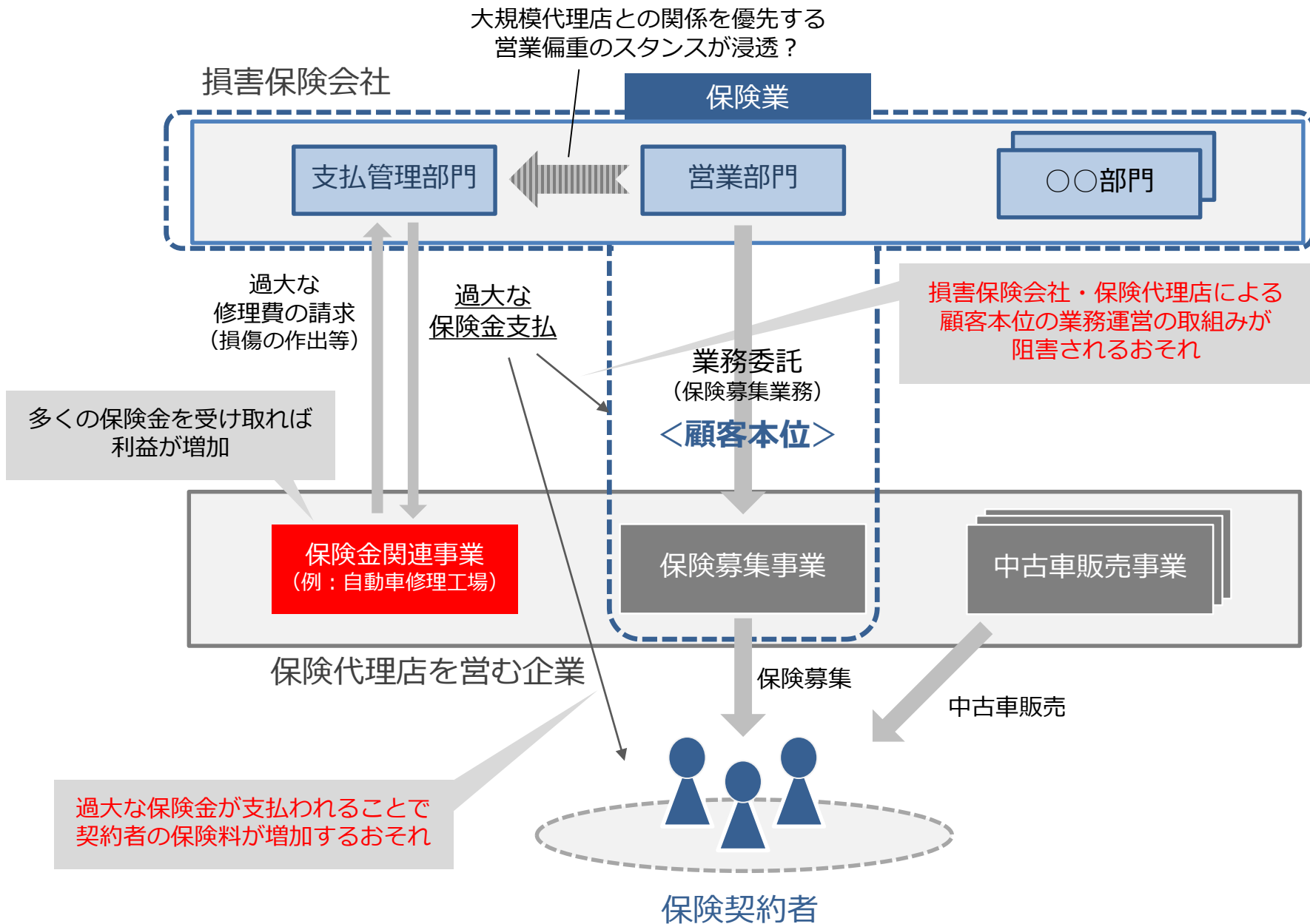
〔例〕 取り扱う保険商品の範囲、募集手数料に関する情報、乗り合っている保険会社のリスト など

- 顧客が保険契約への加入を検討するに当たり、自らの意向に適した商品を選択できるよう、自動車保険を選ぶ際のポイント等について分かりやすく記載されたガイドブック等を、損害保険協会等において、作成・配布することが考えられるか。また、その際には、ガイドブック等においてどのような情報を顧客に提供することが有益と考えられるか。

問題の背景・真因

- 一般に、自動車修理工場など本業に付随した保険金の支払いを受けることで利益を得られる事業（以下、便宜上「保険金関連事業」という）を営む者には、保険会社に対して過大な修理費等の請求を行うインセンティブが働く場合がある。他方、現在の監督指針では、保険会社に対して適切な保険金等支払管理態勢の構築を求めており、これが適切に機能していれば、仮に自動車修理工場等から過大な修理費等の請求を受けたとしても、自社ひいては保険契約者に本来必要のない負担が生じることを防ぐ観点から、過大な保険金の支払いは未然に防止されるはずである。
- しかしながら、今般の事案では、保険代理店が保険金関連事業を兼業しており、かつ、当該代理店が大規模な収益をもたらすなど、損害保険会社にとって影響力の大きい存在であったことから、損害保険会社において、過大な保険金を支払うことによる短期的な損失を甘受しても当該代理店との長期的な関係維持を優先するといった営業偏重のスタンスが、支払管理部門を含めた社内に浸透していたことで、保険金等支払管理態勢が適切に機能しなくなっていた。
- そのため、過大な保険金の支払いであることを認識しながらも、その保険金を支払ってしまうことで、保険契約者にとって、保険料の増加というかたちで、本来必要ない負担が生じていたおそれがあり、ひいては、損害保険会社や保険代理店における顧客本位の業務運営が阻害されていたものと考えられる。

5. 保険代理店の兼業・保険金等支払管理



ご議論いただきたい事項

- 前回会議における議論を踏まえると、顧客における利便性や自動車事故に係る被害者救済機能の低下といった弊害を鑑みれば、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重要であるところ、例えば、保険代理店及び保険会社の双方において、以下のような態勢の整備を求めることが考えられるか。
 - 保険代理店：企業内における保険契約者の利益を損ね得る事業の特定や、その管理方針の策定・開示
 - 保険会社：現在の監督指針において保険会社に求められている「利益相反管理」は同一金融グループ内の企業を対象としているが、今般の事案では、保険代理店が保険契約者の利益や顧客本位の業務運営を損ね得る事業を兼業する可能性があることが明らかになったことから、こうした代理店との関係も踏まえた利益相反管理に係る方針をウェブサイト等で公表すること
- 保険金関連事業を兼業する保険代理店が過大な修理費等を請求するインセンティブを持っていたとしても、保険会社における保険金等支払管理態勢が適切に機能していれば、過大な保険金が支払われることはないと考えられることから、こうした不正な請求に適切に対応できるよう、例えば、以下のような対応を保険会社に求めることが考えられるか。
 - 適切な保険金等支払管理態勢の確保（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など）
 - 不正な請求に関する適切な検証態勢の確保（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など）
- 保険会社における保険金の支払管理を巡っては、近年、①保険会社が経営の効率化を進める中、支払管理部門のコストは削減対象になりやすい、②不払いを防止するとともに、早期の支払いを重視する観点から、支払いの正当性に疑問が残る事案でも支払ってしまうことがある、といった指摘もある。こうした点も踏まえ、保険会社の適切な保険金等支払管理態勢を整備する観点から、どのような対応が考えられるか。

参考資料

2024年4月25日



金融庁

Financial Services Agency, the Japanese Government

目次

(参考資料)

① メンバーの主な意見.....	2
② 保険募集人の区分と監督の枠組み.....	5
③ 代理店手数料ポイント制度における業務品質の例.....	7
④ 米国（ニューヨーク州）とドイツの関連制度.....	8

メンバーの主な意見

〔全体〕

- ・ 保険は「情報の非対称性」が大きい分野であり、損害保険会社や保険代理店による公正な業務運営に対する「信頼」に基づく部分が多い、今般の事案は損害保険会社等への信頼を大きく揺るがすもの。
- ・ 保険は社会のインフラであり、何かあった際の救済という側面だけでなく、特に企業においては、保険に加入することによって前に進んでいくことができる側面もある。保険は個人や企業の発展に強く結びついており、保険制度の健全な発展は日本社会にとって非常に重要。

〔大規模乗合代理店・募集人の品質〕

- ・ 損害保険会社と大規模乗合代理店の力関係が逆転しており、大規模乗合代理店に対する損害保険会社の適切な教育・管理・指導が困難になっている。
- ・ 大規模乗合代理店を適切に評価する観点から、生命保険協会の「代理店業務品質評価運営」の仕組みも参考にしながら、中立的な立場の第三者が保険代理店の業務品質を評価する仕組みを設けるべき。その評価結果を金融庁にも共有すれば、金融庁のモニタリングの効率化に資するのではないか。
- ・ 保険代理店や使用人が不適切な保険募集行為を行った場合は、資格試験の「再受験」だけではなく、登録抹消等の厳しい対応も検討するべき。

〔保険会社の保険金等支払管理〕

- ・ 支払管理態勢の強化は重要であり、営業部門における不適切な介入を排除するような取組みが必要。
- ・ 損害保険会社において支払査定のコストを削る事例がある。保険金の支払査定業務は保険事業の根幹であり、リソース配分の意識も変えていく必要。契約者保護や迅速な保険金支払は極めて重要だが、適正な金額の保険金を支払うことも同様に重要。

〔代理店手数料ポイント制度〕

- ・ 現在の損害保険会社の代理店手数料ポイントは、保険代理店の規模・増収面を重視しているが、顧客本位の業務品質が評価される仕組みに変えていくべきではないか。
- ・ 保険業における「業務品質」の内容についてよく議論すべきではないか。
- ・ 保険代理店の業務品質評価については、顧客満足度や苦情の少なさなど、顧客目線での業務品質を適切に評価できる項目を設定する必要。

〔乗合代理店における比較推奨〕

- ・ 保険業法上の意向把握義務や、改正金サ法に基づく誠実義務を考慮すると、顧客利益に反する形で自分の利益を優先してはならないという義務を保険会社・代理店は負っているとみるべきであり、そうした観点から適切な措置を取っていく必要。
- ・ 一般的な消費者から見ると、保険商品は非常に複雑であるため、説明されてもよく分からないところがある。保険を選ぶ際にどのような点に留意すべきかなどについての情報提供が充実される必要があるのではないか。

〔保険代理店の兼業〕

- ・ 保険代理店の兼業を禁止すれば、顧客の利便性を大きく損なうとともに、無保険車の増加により、社会全体の自動車事故に対する被害者救済の機能が低下する。保険代理店の兼業自体を禁止するのではなく、その兼業に伴う利益相反を適切に管理する方法を検討することが重要ではないか。

〔本業支援等〕

- ・ 自社の商品を優先的に取り扱ってもらう目的での本業支援は、保険代理店における比較推奨を歪め得るため、そうした目的の下での本業支援は一律に認められるべきではない。契約者（企業）に対する本業支援は特別利益の提供といった観点も考慮されるべき。事業者側からみても守るべきと思われる枠組みを設定する必要。
- ・ 本業支援等を一律に禁止することは難しいが、利益供与や他の契約者にとって不利益となるようなものは望ましくないため、協会でガイドライン等を作ることも一案。
- ・ 企業（被保険者）に対する本業支援や出向は、企業側が求めている面もあり、適正な競争を保険会社に促すことができていない。
- ・ 保険業界や金融庁だけの問題ではなく、経済界全体で検討する必要。
- ・ 保険代理店への出向は、保険代理店側の専門知識等を高めるため一定程度は必要だが、本業支援は顧客目線でメリットになり得ないため、特定のもののみ例外的に認めるといったことにしてはどうか。

〔共同保険〕

- 企業の立場としては、共同保険の仕組み自体は有用。共同保険の慣行を見直すにあたっては、適正な競争環境を実現することはもちろん重要であるが、企業側の保険金請求手続きの際の事務負担も考慮すべき。
- 金融庁の調査結果をみると、不適切と認識しながらも保険料調整行為を実施している者もいるため、単に独禁法等に関する知識不足が要因ではないと思われ、然るべき措置の導入など、行動のインセンティブを変える仕組みとすべき。

〔企業内代理店〕

- 企業内代理店は、企業の子会社である一方で、損害保険会社の保険代理店であるため、立ち位置が不明確。保険代理店といっても様々あり、同じ枠組みを当てはめるべきかということも含め、研究が必要。
- プロラタ方式の手数料は仕組みとして利益相反を内包している可能性。また、サービスの提供範囲が国内にとどまる企業内代理店は、海外売上比率が上がっている企業側のニーズには応えられていないのではないか。

〔その他〕

- （保険会社が大規模乗合代理店を監督することは現実的でないことに加え、）当局が全ての代理店を見ることは人員や予算の観点からも困難であるところ、自主規制団体の設置も念頭に、より実効性のある枠組みを検討することも一案か。
- 特別な利益の提供に関し、消費者の目から見たときにフェアではないと感じるものが増えてきている。損害保険業界における顧客本位の業務運営の取組みを徹底するため、損害保険版のFD原則を策定し、特に大規模乗合代理店に採択をしてもらってはどうか。
- 企業のリスクマネジメントの意識を向上させる方策も重要。そのため、規制緩和等により企業に対しリスクマネジメント推進のインセンティブを与えることも考えられるか。

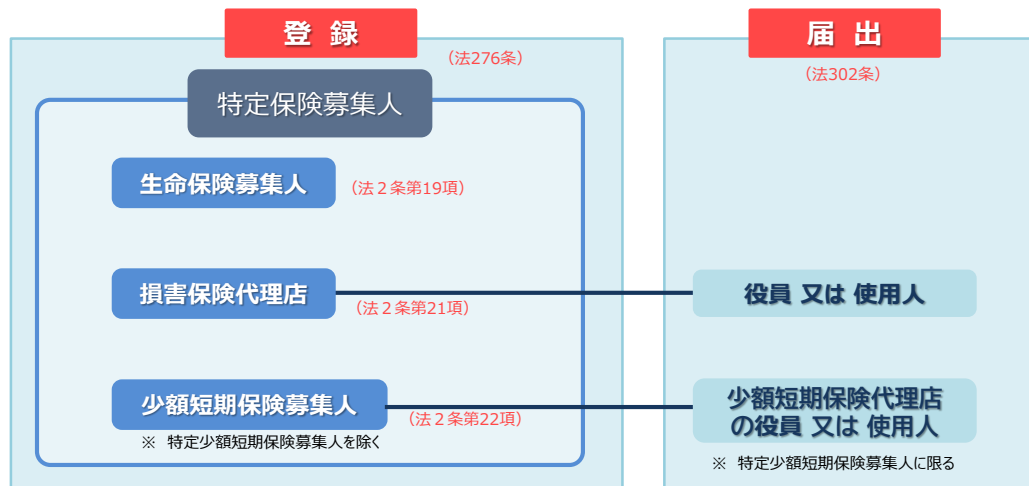
保険募集人の区分と監督の枠組み

- 保険業法においては、保険募集の制限（保険業法275条）として、「**保険募集人**」及び「**保険仲立人**」以外の者が**保険募集を行うことを禁止し、保険募集人及び保険仲立人に対し「登録」（法276条・法286条）又は「届出」（法302条）を求め、同法に基づく監督対象としている。**
- これらの**監督対象に対しては、体制整備義務（法294条の3）などの法令上の義務や、保険契約の締結等に関する禁止行為（法300条）を課しているほか、立入検査（法305条）や業務改善命令（法306条）、登録取消（法307条）などの監督上の措置が規定されている。**

保険募集人

(法2条第19条～第23項)

生命保険募集人：生命保険会社の営業職員、生命保険代理店、当該代理店の役員又は使用人
 損害保険募集人：損害保険会社の役員又は使用人、損害保険代理店、当該代理店の役員又は使用人
 少額短期保険募集人：少額短期保険業者の役員又は使用人、少額短期保険代理店、当該代理店の役員又は使用人



保険仲立人

(法2条第25項)

(生命保険募集人・損害保険募集人・少額短期保険募集人以外の者)

役員又は使用人

法令上の義務

- **登録義務** (法276条、法286条) 保険仲立人は、「業務を的確に遂行するに足りる能力を有しない者」に該当する場合、登録を拒否される。
- **情報提供義務** (法294条)
- **意向把握・確認義務** (法294条の2)
- **体制整備義務** (法294条の3) 比較推奨販売に係る体制整備に関して、「二以上の所属保険会社等を有する場合」（**乗合代理店**）として規定。
- **使用人届出** (法302条) 損害保険代理店、少額短期保険募集人又は保険仲立人が対象
- **帳簿書類の備付け★** (法303条) 規模が大きい**特定保険募集人**が対象
所属保険会社等の数が15以上、又は、当該事業年度において2以上の所属生命保険会社等から受けた手数料報酬その他の対価の額の総額が10億円以上であるもの。
- **事業報告書の提出★** (法304条) ...

監督上の措置

- **立入検査／報告徴求★** (法305条)
- **業務改善命令★** (法306条)
- **登録取消★** (法307条)

禁止行為

- **保険契約の締結等に関する禁止行為** (法300条)

虚偽説明、重要事項不告知、不当な乗換募集行為、誤解を招く比較表示等の禁止 等

青字

監督対象

赤字

監督上の規制

★: 特定保険募集人又は保険仲立人が対象

保険業法 (平成七年法律第百五号)

(定義)

第二条 この法律において「保険業」とは、人の生存又は死亡に関し一定額の保険金を支払うことを約し保険料を收受する保険、一定の偶然の事故によって生ずることのある損害をてん補することを約し保険料を收受する保険その他の保険で、第三条第四項各号又は第五項各号に掲げるものの引受けを行う事業（次に掲げるものを除く。）をいう。

2～19 (略)

20 この法律において「損害保険募集人」とは、損害保険会社（外国損害保険会社等を含む。次項において同じ。）の役員若しくは使用人、損害保険代理店又はその役員若しくは使用人をいう。

21 この法律において「損害保険代理店」とは、損害保険会社の委託を受け、又は当該委託を受けた者の再委託を受けて、その損害保険会社のために保険契約の締結の代理又は媒介を行う者（法人でない社団又は財団で代表者又は管理人の定めのあるものを含む。）で、その損害保険会社の役員又は使用人でないものをいう。

22 (略)

23 この法律において「保険募集人」とは、生命保険募集人、損害保険募集人又は少額短期保険募集人をいう。

24～42 (略)

(役員又は使用人の届出)

第三百二条 損害保険代理店、少額短期保険募集人又は保険仲立人は、その役員又は使用人（少額短期保険募集人の役員又は使用人にあつては、特定少額短期保険募集人に限る。）に保険募集を行わせようとするときは、その者の氏名及び生年月日を内閣総理大臣に届け出なければならない。届け出た事項について変更を生じたとき、又は届出に係る役員若しくは使用人が保険募集を行わないこととなったとき、若しくはこれらの者が死亡したときも、同様とする。

業務品質評価の具体例

分類	評価項目例
経営品質	<ul style="list-style-type: none">➤ PDCA運営、BCP策定等の状況➤ 情報セキュリティー体制
募集品質	<ul style="list-style-type: none">➤ 早期更新率➤ 満期日前証券作成率➤ 携帯電話番号取得契約率➤ デジタル手続き率➤ 保険約款・保険証券のペーパーレス率➤ 口座振替ペーパーレス率➤ 契約者専用ページ登録率➤ 損保大学専門コースの合格者数
事故対応品質	<ul style="list-style-type: none">➤ 代理店事故受付割合➤ 事故対応関連資格者数➤ ドラレコ特約付帯率

米国（ニューヨーク州）とドイツの関連制度

	米国（ニューヨーク州）	ドイツ
保険代理店の兼業	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ニューヨーク州保険法（第2101条） <ul style="list-style-type: none"> ・ 以下に掲げる者は保険代理店となることができない。 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 権原保険会社（不動産取引に際しての情報が不正確であった場合にその損害を補償する保険）の代理人及びその他の代表者 ✓ 印刷出品物または電子マスメディアでの広告に携わる者（州内に存在する等のリスクを保証する保険を販売、勧誘又は交渉しない者）等 ※自動車販売業者・修理業者による保険代理店の兼業を禁止規制はない。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ドイツ保険事業競争基準（12） <ul style="list-style-type: none"> ・ 弁護士、法律顧問、税理士、監査人等が保険仲介業者として就業することを禁止 ※自動車販売業者・修理業者による保険代理店の兼業を禁止する規制はない。
情報提供義務	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ニューヨーク州規則集（NYCRR30.3等） <ul style="list-style-type: none"> ・ 保険プロデューサー（保険代理店や保険ブローカー等で保険募集に関わる者の総称。）に対し、以下の事項を顧客に説明することを義務付け。 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 保険プロデューサーの役割の説明 ✓ 保険プロデューサーが販売保険会社等から報酬を受領するかどうか 等 ✓ （さらに顧客に求められた場合において、）報酬の詳細 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ドイツ保険契約法（VVG60～62等） <ul style="list-style-type: none"> ・ 保険仲介業者（保険代理店、保険ブローカーの総称。）に対し、以下の事項を義務付け。 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客の属性及び置かれている状況に照らして助言を行うこと ✓ その助言の根拠や保険契約者の要望・保険の必要性について、保険契約締結前の記録を作成すること ✓ 記録した情報について保険契約締結前に顧客に明確かつ分かりやすい内容で提供すること

（注）保険業法においては、比較・推奨販売に係る情報提供の拡充を、手数料の多寡が乗合代理店の推奨を歪める可能性があることに鑑み、それにより顧客利益が害されることのないようにするための法的対応の一つとしている。
 今回の米独の制度調査において、日本の比較推奨義務に相当する規制は、確認できなかった。

（出所）株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所「『米独における保険募集にかかる規制に関する調査』結果」

米国（ニューヨーク州）とドイツの関連制度

	米国（ニューヨーク州）	ドイツ
不公正なインセンティブの禁止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ニューヨーク州保険法（第322条）等 <ul style="list-style-type: none"> • 保険会社、保険代理店及び査定人は、自動車修理事業を紹介するための費用を間接的にも直接的にも請求または受領してはならない。紹介料には現金のみならず、現金同等物の支払いを受けることも含まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ドイツ保険事業競争基準（11） <ul style="list-style-type: none"> • 保険契約者及び保険会社双方の代理による利益相反の観点から、保険ブローカーと保険代理店契約の兼業を禁止 ➤ 保険仲介業者との協力及び販売におけるリスク管理に関する通達（B.VII：ドイツ保険監督局の通達） <ul style="list-style-type: none"> • 保険商品の募集に係る手数料（営業報酬・インセンティブ）に対して、顧客の最善の利益のために行動するという保険会社又は保険代理店の義務に矛盾を生じさせるようなインセンティブを禁止 (例えば、販売目標の達成度に応じた賞与やインセンティブの設定を禁止し、代わりに解約率等のサービス品質に関わる目標を設定すべき、としている。) • 商品の仲介手数料を抑え、保険代理店が手数料の多寡に影響されることなく、類似する商品を販売できるようにしなければならない旨を規定
募集人等への継続教育	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ニューヨーク州保険法（第2132条） <ul style="list-style-type: none"> • 保険募集のライセンス保有者に対し、2年ごとの更新が必要となる旨を規定。ライセンスの更新には、保険法等にかかる継続教育が必要となる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ドイツ貿易規制法第34d条(9)第2項及びドイツ保険監督法第48条(2)に基づく追加研修の提供義務に関する質問と回答 <ul style="list-style-type: none"> • 保険仲介業者に対し、保険募集のライセンス維持のため、年間15時間の追加研修が必要となる旨を規定。