

大阪損保革新懇ニュース

大阪損保革新懇事務局
大阪府中央区瓦町1-7-1
エスペランサ瓦町ビル4F
TEL:06-6232-1095

損保代理店シンポジウムに全国から115名

5月27日、エルおおさか南ホールで、損保代理店シンポジウムが開催されました。北海道、九州のほか全国各地の損保代理店経営者など115名が参加しました。

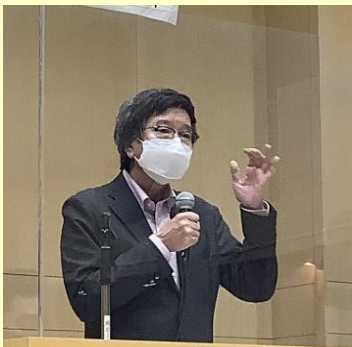
松浦章世話人の基調報告、大門実紀史参議院議員による国会報告に続いて、代理店経営者3名がパネリストとして発言を行いました。会場の参加者8人からも発言がありました。

松浦世話人がまとめを行い、引き続き声をあげ全国に私たちの運動を広げようと呼びかけました。

ご挨拶・国会報告(要旨)

大門実紀史さん

参議院議員<財政金融委員会>



参議院議員の大門実紀史でございます。国会の報告を兼ねてご挨拶をさせていただきます。今年3月16日に参議院の財政金融委員会で11回目の質問をいたしました。この質問は、金融担当大臣が

麻生さんから鈴木俊一さんへ変わったということで、鈴木大臣に今までのことを引き継いでもらうということが主眼でした。

なぜ金融庁が協力的なのか

なぜ金融庁がこの問題に協力的なのか。金融庁の方針の基本に「顧客本位の業務運営」というのがあります。「フィデューシャリーデューティ」という言い方しますが、金融機関は自分たちの利益ばかり追いかけてるんじゃない、お客さんのことをちゃんと考えないと将来がない、という非常に明快な方針です。それがベースにあるんですね。

それと、もちろんみなさんの声ですね。ずっと、私が国会で取り上げる前から声を上げておられたということがあります。そして、当時の金融庁・監督局長の遠藤さん、後の金融庁長官ですね、長いこと一緒にいろんな仕事やってきた。麻生大臣もそうですね。そういう人間関係もあったと思います。あと他党の議員もこの問題で協力してくれています。

この5年間の国会質問と到達

国会質問の皮切りは「手数料ポイント制度」でした。金融庁が大手損保を呼んでヒアリングを行った。代理店の方々からもヒアリングを行い、実態がどうなってるかを把握してくれた。そして、現場の代理店の立場に立った「金融庁の見解」というのを出してくれたんですね。これは大変大きな影響がありました。要するに、規模とか増収だけで代理店を判断するべきじゃない。地域の代理店の役割をちゃんと評価すべきだ、という「見解」だったんです。

乗り合い拒否については、まあ今もいろいろやってるかもわかりませんが、公然とひどいことはできなくなりました。委託契約書の問題も、かなりひどいんで指摘したらやってくれたわけです。

現在の金融庁ですが、鈴木大臣のスタンスは、やっぱり地域の代理店の役割をきちんと把握していくべきだというものです。麻生さんよりも丁寧に、「引き続き保険会社による代理店管理運営の実態に注視して、必要に応じてしっかりと対応してまいります」とはっきり言ってくれました。

「優越的地位の濫用」の実態を明らかにする

3月16日の質問では、栗田監督局長がこういう答弁をしております。

「我々といたしましては、損害保険会社、代理店、双方からよくお話を伺いして、あるべき姿を目指していきたいというふうに考えております」

役所の答弁、官僚の答弁で、ここまで普通言いません。ですから、私はその答弁に対して「信頼してるんで考えて次の手を出してほしい」ということにとどめております。

最後に大臣も、「今までの5年間の積み上げというものがあります。まだ残っている課題もあるとするならば、その解決に向けてしっかりと対応してまいりたい」と、ここまで言ってくれました。

手数料ポイント制は、大手損保にとっては代理店支配あるいは統合の戦略的手段でありますし、利益の源泉でありますから、そう簡単には改善しようとはいたしません。したがって、独禁法違反の「優越的地位の濫用」に当たるかどうか公正取引委員会への申し立て、あるいは裁判というような大きな取り組みにしなければならない。それが一つの柱ですね。

ただ、それを待ってるわけにはいきませんので、二つ目に、金融庁にどこまで何をしてもらおうかということです。損保会社と代理店の間の「優越的地位

の濫用」が起こらないような「ガイドライン」を出してくれば、現場で使えることになります。

現場と政治を結び付けて

これは、今までより高いステージのたたかい、取り組みになります。腕力が必要です。まず必要なのはみなさん自身の取り組みですね。もう一つは政治の力です。みなさんと地域で結びついてる議員をもう1人2人、与党・自民党も含めてつくってほしい。これは超党派の問題なんですね。もっともっと他党にオルグ、アプローチをしていただきたい。

このシンポジウム皮切りに、次のステージに進むような取り組みをお願いし、私の国会報告とさせていただきます。ともに頑張りましょう。

基調報告(要旨)

松浦章さん 大阪損保革新懇世話人

兵庫県立大学客員研究員（経済学博士）



損保代理店シンポジウムは、2年ぶり8回目の開催となります。

この間損保各社は、代理店の自立性をまったく無視した施策を、くり返してきました。その最たるものが、

乗り合い拒否や一方的な委託契約解除であり、代理店の淘汰・再編です。しかし、現場と国会とをつないだことで、大きな変化が生まれました。

大門実紀史参議院議員が

代理店問題で11回の国会質問

大門実紀史・参議院議員は、今年3月16日、代理店問題で11回目の質問を行い、鈴木俊一金融担当大臣は、次のように答弁しました。

「損害保険代理店は、損害保険会社と地域の顧客をつなぐ役割を担っておりまして、地域に密着し、顧客が持つニーズをくみ取ってニーズに沿った保険商品を販売する重要な担い手であると認識いたします。・・引き続き保険会社による代理店管理運営の実態を注視し、必要に応じてしっかりと対応してまいりたいと思います」

金融担当大臣が、代理店の役割と現状をここまで認識し発言しているわけですから、代理店自らが保険会社に対してもっとものを言い、改善を求めていく必要があります。

「手数料ポイント制度」で

顧客に目を向けた安定した経営が困難に

「代理店手数料ポイント制度」は規模の小さな代理店にとってみれば、地域に密着し、顧客本位で、業務能力が高かったとしても、当たり前の手数料を得ることができないという、最悪のシステムです。

例えば、損保ジャパンの「2023年7月適用代理店手数料体系のご案内」を見れば、増収を0とした場合、実績10億円以上の代理店の「実績・増収率ポイント」は95・0ポイントですが、1億円以上は81・5ポイント、5千万以上は67・8ポイント、3千万以上では47・1ポイントにしかありません（他社基準に換算）。ここに「品質ポイント」等が加算されるわけですが、簡単ではありません。

では、規模の大きな代理店はこの制度に賛成なのか。決してそうではありません。規模が大きければ大きいほど、増収は大変です。そしてポイントがわずかでもダウンすれば、実額が大きいですから、雇用などに影響が出てきます。「手数料ポイントに経営が振り回されている」、「本来業務に支障が出ている」という声も、大型代理店から寄せられています。

ポイントを上げるために汲々とせざるを得ない、顧客に視点を置いた経営が困難だという指摘です。

セーフティネットの社会的役割が果たせない

損保各社は現在、3月16日に発生した「福島地震」の対応に全力を尽くしています。事故受付件数は26万件を超え2016年の熊本地震の受付件数を既に上回っています。

昨年10月1日の保険毎日新聞に、「大きいことはいいことか」というコラムがありました。コラム氏は、「防災・減災の観点からも、被災者に寄り添う代理店の価値は高い。小さくなくてもいい。小粒でも、ピリリと対応の効いた代理店の存在は、この国の重要なセーフティネットである点を忘れてはならない」と述べました。

現在の代理店数は165,185店です。しかし、そのうち専業代理店は31,092店、全体の18.8%にすぎません。損保産業が「補償機能」を発揮するためにも、契約者に「安心」を与える、かけがえのない存在である専業代理店の価値を、「手数料ポイント」で置き去りにしてはなりません。



パネリストの発言(要旨)

沖田徳明さん(福岡)

(株)ネクストステージ代表取締役社長

東京海上日動・博多支社の問題について報告します。

2018年7月に赴任してきた支社長が来店しました。私の代理店は従業員8人で、東京海上と損保ジャパン、生保8社を取り扱っている会社です。一言目に言われたのが「沖田さん、研修生を終えてすぐ乗合をさせてあげたんだから、東京海上ファーストで今後やってください」でした。「できません」と言いましたら「研修生あがりだろ？研修生なのに、東京海上ファーストができないとかそういう人間はいない」と言われました。私は、自分独自の経営判断のもとやっていくと伝えて面談を終えました。

その後私の代理店にはあまり話は来ませんでした。専属代理店の統廃合を片づけた後に、乗合代理店にかかるという方針だったようです。ただ、福岡県代協副会長という任にあたっていたので、東京海上日動の代協会員から次のような声が



「手数料ポイント制度」は独禁法違反

公正取引委員会は昨年6月、携帯電話大手3社が、代理店を営業成績に応じてランク付けし、支払う手数料を増減する仕組みが、「優越的地位の濫用」を招くと指摘しました。まさに損保と同様の内容です。

日本は法治国家です。「民・民」の契約であったとしても、それが法律に抵触するのであれば、行政の責任で、あるいは保険会社の良識に基づき、自主的な判断で、自ら襟を正すべきです。

公正な関係を求める声は全国に

今年1月、関西を中心に「手数料ポイント制を考える会」が結成されました。扱保険会社や思想信条を問わず、広く会員を募る。公取への申し立て等、社会的に運動を広げるといいます。

Facebookには「損害保険代理店問題を考える会」というグループがあります。発足当初、メンバーは20人でしたが、現在1500人を超えています。

さらに全国の代理店に、損保の仲間に、そして広く社会に、発信していきましょう。

あがってきました。以下ご紹介いたします。

- ・会社主導の事業計画は、3年で保険契約を5億にこなさい、というものでした。それがノルマのようになり、できないと怒られる。誰のために仕事をしてるのかというような環境が続きました。
- ・2年目になって、事業計画通りできないと、「保険会社と代理店で計画を立てたものを破ったので、あなたは経営能力がない。なので他の代理店に行くべきだ」といった攻撃が始まりました。
- ・合併先は東京海上日動が決める訳です。それを断ると、合併する側の代理店と合併される側の代理店に向かって、双方の誹謗中傷を始めました。そして会社の意に染まない合併を阻止する。
- ・代理店の大口顧客に支社長が出向いて、「いま御社の担当代理店は合併の対象となっている。今のうちに他の代理店に変わりませんか」と直接言う、ということもありました。

博多支社は統廃合のモデルケースになってたんです。実際、北九州や佐賀にも広がってました。

大門さんの力を得て何とか止めることができました。私もこれまで革新懇とかまったく知りませんでした。今後はいろんなところで発言していかなければと考えています。

樋本有伸さん(大阪)

(株) 中井保険事務所代表取締役

今年、立ち上げた「損害保険・代理店手数料ポイント制を考える会」の世話役をしています。

これまでは別の組織で、数十年にわたってある保険会社へ様々な提言を行ってきました。口座振替手数料やコンビニ払の代理店負担の問題、委託契約書の条文の改善等々です。中心はやっぱり手数料ポイント制度です。

いま手数料ポイント算定基準に「業務品質」があります。保険会社は、業務品質に自分たちのやってほしいこと、例えば、その保険会社のドライブレコーダーを売ること、グループ会社の生命保険を販売すること、などを織り込むことで代理店をコントロールしています。来年度、東京海上日動の手数料ポイント体系ご案内には、携帯電話、メールの取得率もポイントに反映するとされています。これらのデータを使って、代理店に断りなく直接お客様にショートメールを送っています。

毎年改善要求を行ってきましたが、抜本的な改善には至っていません。ポイント制度の問題は、特定の保険会社だけの問題ではないんですね。

そこで、今年の1月1日に、「損害保険・代理店手数料ポイント制を考える会」を立ち上げました。現在、正会員・準会員合計で140名が参加されています。最終的な目標として、ポイント制度の問題点を公正取引委員会に申し立てることを考えています。9月16日には、ここ「エルおおさか」でオープンセミナーを開催する予定です。

私の長男は18歳で大学生です。後を継ぎたいといっても今の状態だったら「やめときなさい」と答えます。将来働くかもしれない若い世代のためにも、我々が行動を起こすべきです。「天は自ら助くるものを助く」との言葉もあります。行動しなければ何も変わりません。

本日、全国各地から集まっておられると聞いています。「こういう会があるよ」とぜひご紹介ください。一人ではなかなかできなくても、志を同じくする者が集まれば、大きなことができるのではと確信します。



安井義幸さん(京都)

保険デザインパートナーズ(株) 代表取締役

一昨日、京都代協会長職を拝命しました。

私は2000年1月に日本火災の研修生になりました。その後独立して法人化し、現在は損保11社乗合でやっています。



1社専属ではお客さんを守れないと思いました。最初の乗合は日新火災とエース損保(現Chubb)です。保険会社は認めてくれません。それで「勝手乗合」をしました。日本興亜は「売上は下げないと約束して欲しい。そうであれば黙認する」と。

一年後に三井住友海上です。売り上げ伸ばして約束守ったのに認めてくれない。また「勝手乗合」しました。すると支店長が「一度ならずも二度までも勝手乗合しやがって」と大激怒。でもね、保険会社の社員は転勤するんです。転勤したらもうリセットですよ。その後、損保4社と乗合し、オリックス生命に乗合申請しました。そしたら「代申変えてください」とお願いされて代申が日新火災になりました。

乗合して何が起こったか。手数料ポイントに予算があるんですね。代申社のポイントいくらですか？みたいなメールが来ます。真面目にやったらポイントは合わせてくれるんですが、売り上げが立たない会社も出てきます。「それって代理店のせい？比較して、商品が悪いから売れへん」って僕は思ってるんですね。去年27ポイントって言ってきた会社がありました。もう付き合いは終わったなあと思ったんですが、勝手に75ポイントまで上げてきました。下げすぎたら売れへんと。勝手ですよ。

あと、保険会社に言いたいことをいくつか。

複数の保険会社と乗合をしたならば、手数料の高いところに全社合わせて欲しいんです。そうでないと良い商品を提供できない。

保険会社の業務を代理店にかなりシフトしてる。じゃあ何で「基準手数料」上がらへんと思うわけです。今は逆ですよ、下がってる。

顧客満足を達成するためには、代理店満足が必要です。保険会社がそういう意識にならない限り、僕はこの業界は変わらないと思います。

