

## 損保産業が真に「社会的役割」をはたせるように

—代理店の立場から訴えます— 2017年3月16日

### 「顧客第一」で健全な損保産業をめざす代理店有志

この6年間、私たちは「代理店の立場から訴えます」という要請文書を提出し、ご回答いただくようお願いしてきました。2016年度の要請内容は「損保代理店手数料ポイント制度の抜本的な改善を求める」というものでした。

#### 1 昨年度の要請内容

##### 「手数料ポイント制度」の問題点

かつて代理店手数料は、一定の基準を満たす代理店の場合一律でした。ところがここに手数料ポイント制度が導入されました。その手数料ポイントが60の代理店の場合、代理店手数料は従来の60%となる仕組みです。

この制度の問題点は、どんなに業務能力が高かったとしても、規模が大きくなければ、かつ大幅に増収しなければ、ポイントが上がらないことにあります。代理店の生活の問題だけではありません。現在、損害保険契約の90%以上が代理店扱いとなっています。損保代理店は、地域のセーフティネットの役割をも担っているのです。その社会的役割を阻害することになります。

##### 消費者ニーズに反する「手数料ポイント制度」の改善を

現在の代理店手数料制度は、2003年4月からスタートしました。その際、金融監督庁（当時）は、「代理店手数料の設定方法は、基本的には、損保会社と代理店が、自由競争の中で、消費者のニーズに対応しつつ、主体的に決めるべき事項」と述べていました。しかし、この制度のどこに「消費者ニーズ」があるのでしょうか。元損保ジャパン常務執行役員の栗山泰史氏は、この制度は「保険会社主導の動きであった点に特色があり」「消費者のためというよりも保険会社が効率化のために進めた変革」（保険毎日新聞、2016年2月12日）と述べています。

2016年5月29日から、新保険業法が施行されます。手数料ポイント制度は、顧客重視という保険業法改正の趣旨には合致しません。ポイントは保険会社の定めた基準によって一方的に決められ、そこに顧客重視という発想はまったく見られないからです。

私たちの要求の基本は、規模が小さくとも、業務知識や能力のある代理店には、代理店業務を安定的に行いうる水準のポイントを与えるべきだということです。手数料ポイント制度のせいで、地域に密着したすぐれた代理店がやっつけられないとなれば、結局、そのしわ寄せは契約者に行きます。

私たちは、安定的な経営と社会的役割の発揮のために、現行制度の抜本的な改善を求めるものです。

## 2 近畿財務局からのご回答

近畿財務局、金融監督第三課の上席調査官からは、今回の「提言」についてはきちんと受けとめ、金融庁の担当者に報告する旨のご回答をいただきました。

以下、質疑応答の内容です。

### 「手数料ポイント制度」は消費者問題

出席した「代理店プロジェクト代表」は、「手数料ポイント制度は各社の経営判断である」という近畿財務局の見解に対して次のとおり反論しました。

損害保険募集の90%以上を代理店が行っている。そして、大半の契約者が、保険会社ではなく代理店を選んで契約を行っている。手数料ポイント制度のせいで、地域に密着したすぐれた代理店がやっていけないとなれば、結局、そのしわ寄せは契約者、つまり消費者に行くことになる。だから、この問題は損保会社の単なる政策の問題ではない。消費者問題だ。

### 金融庁の責任

また、金融庁の責任についても言及しました。

この制度には金融庁が大きく関わっている。制度導入時、金融監督庁（当時）は「代理店手数料の設定方法は、基本的には、損保会社と代理店が、自由競争の中で、消費者のニーズに対応しつつ、主体的に決めるべき事項」だと言っていた。しかし、手数料決定に代理店の自主性や主体性などかけらもない。また、この制度のどこに「消費者ニーズ」があるのか。代理店の損害率でポイントが決められる、これこそ消費者ニーズに反しているのではないか。この制度は、当初金融（監督）庁が想定していた趣旨には沿っていない。だとすれば、改善するよう指導すべきではないか。あるいはやめさせるべきではないか。

### 改正保険業法の趣旨とは合致しない

さらに、後継者育成、改正保険業法との関連で次のように述べました。

代理店に若い社員を入れないといけない。いろんな先行投資も必要だ。しかし、収入保険料が去年に比べて減ったから手数料下げますということで、はたして未来永劫代理店経営ができるのだろうかと不安を感じている。

手数料ポイント制度と改正保険業法についても一度考えてもらいたい。新たな意向把握など業法改正に伴って代理店のやるべき仕事が増えてくる。こうした顧客重視という保険業法の趣旨と手数料ポイント制度がはたして合っているかどうか、金融庁を含め関係先にぜひ伝えてほしい。

### 金融庁指導の視点は「契約者重視」

代理店代表の発言を受け、調査官からは以下のとおりご回答がありました。

「お客さまが必要とする保険がお客さまの手元に届くということ、これが一番大事なことです。その点で、保険会社、また募集人さんがどうなのかという目線で我々はやっているところです。今回、お客さまの手元にお客さまの欲する保険が届くようにするためには、代理店手数料ポイント制度のこういうところがおかしいのではないか、という提言を具体的にいただきましたので、我々の方としても受けとめさせていただいて、金融庁の保険会社指導を主に行っている担当の者に、“こういう実態だというご意見がある”ということをお伝えさせていただきます」

最後に代理店代表は、この問題の本質が消費者マターであり、金融庁マターであることをあらためて強調し、金融庁の責任での抜本的な改善を求めました。それに対し、近畿財務局調査官から、「“手数料ポイント制度はそもそも金融庁の問題だ”というご意見もあることも踏まえ、金融庁には伝えさせていただきます」とのご回答がありました。

### 3 今年度要請—今の政策は改正保険業法の精神に合致しているのか

#### 改正保険業法の趣旨

保険業法が、「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ずる必要がある」との理由で、2014年（平成26年）に改正され、2016年（平成28年）5月29日に施行されました。

改正保険業法のポイントとしては、①顧客の意向把握義務、情報提供義務といった保険募集の基本ルールの新設、②従来保険会社にのみ義務付けられていた募集体制整備を保険募集人にも拡大するといった管理監督体制の拡充、があげられます。代理店の義務が法定化され、代理店が金融庁の直接の監督下に入るということになります。

直接的には保険の募集に従事する代理店がその規制の対象となるわけですが、その目的は、「顧客第一」の保険募集であり、そのための「代理店の自立」ということです。もちろん私たち代理店には、契約者に信頼され安心を与える質の高い代理店に成長することが求められています。したがって、真に代理店自立の方向に進むのであれば私たちに異存はありません。「何よりも契約者のために」というのは「代理店プロジェクト」発足以来の基本理念でもあります。

#### 契約者を蔑ろにする「事故あり等級制度」の廃止を

それでは今、損保業界は改正保険業法の方向に進んでいるでしょうか。

これまでも明らかにしてきたように「顧客第一」に反する最大のものが「事故あり等級制度」です。事故が発生し保険を使った場合、通常は3年間事故あり等級という別テーブルに移行します。結果、保険料が大幅に上がります。したがって、車両保険の場合、単独事故で10万円ほどの損害であれば、代理店はその後の保険料大幅アップのために、保険を使わないように説明し請求を取り下げてもらふこととなります。契約者からは当然「何のための保険や」という声が上がっています。

この制度は、保険会社の損害サービスに従事する社員に対しても深刻な問題を投げかけています。比較的軽微な人身事故で相手が自転車や歩行者の場合、契約者から自賠責内での解決を求められることが多くなったといいます。任意保険会社が示談しても、その内容が自賠責の範囲であれば任意保険を使わなかったことになり、保険料が上がらないからです。そうすると担当者は、たとえば領収書のないタクシー代を支払う場合、契約者に自己負担する気があるかどうかを確認しなければならない、といったことが起こってきます。被害者との対応に加え、契約者の意向も忖度しなければならなくなるのです。それ以上に、無理やり自賠責内で解決するために支払いを抑えるといった事態になれば、今度は被害者保護の立場に反することになってしまいます。どこから見ても「顧客第一」の精神には逆行しています。

この制度の一日も早い廃止を求めます。

### **「顧客第一」・「代理店自立」に反する手数料ポイント制度の改善を**

代理店施策はどうでしょう。改正保険業法のおりになっているでしょうか。はたして「顧客第一」は貫かれているでしょうか。

昨年2月19日、私たち「代理店プロジェクト」は「改正保険業法施行の今あらためて『代理店手数料ポイント制度』を考える」と題したシンポジウムを開催しました。その目的は、「手数料ポイント制度は、保険業法改正の趣旨には合致しない。ポイントは保険会社の定めた基準によって一方的に決められる。そこに顧客重視という発想はまったく見られない。だから抜本的な改善を求める」というものでした。この制度は14年前の発足当時から、「消費者のニーズに合ったサービス」を提供するため、という謳い文句とは程遠い内容のものでした。

代理店の「自立」との関係はどうでしょう。損保各社の代理店施策は「自立」をサポートするものになっているでしょうか。残念ながら、保険会社から押し付けられる施策をこなし、ポイントをあげるために汲々とせざるをえないのが実情です。安定した経営、顧客に視点をおいた経営を行うことはなかなか困難となっています。

損害保険大手3グループは2016年9月中間連結決算で最終増益を確保しています。東京海上ホールディングスとSOMPOホールディングスは最終利益が過去最高となっています。自然災害の被害に対する保険金の支払いが減少したことなどがその要因として挙げられていますが、徹底した効率化政策も寄与していると考えられます。損保ジャパン日本興亜は、決算概況で「事業費を適切にコントロール」していることを挙げています。

代理店では、手数料ポイント制度によるプロ代理店の手数料ダウンが進行する一方、保険会社の効率化によって削減された業務が代理店に肩代わりさせられています。また、他社乗り合いの拒否、自由な合併の拒否など、保険会社への一層の従属化が図られ自立した経営がますます困難になってきています。

改正保険業法の趣旨である「顧客第一」・「代理店の自立」に則った政策の遂行を求めます。

#### 4 私たちの立場とお願い

私たちは、それぞれの企業・産業には固有の「社会的役割」があり、その「役割」をしっかりと果たすことこそが、第一義的な「企業の社会的責任」であると考えています。したがって、いま損保産業に求められる「社会的役割」とは一体何か、その役割を果たす上で現在の代理店政策はどうか、といった視点でものごとを考えたいと思っています。

金融庁の元大臣亀井静香氏も、かつて報道機関に対するブリーフィングで、「全国に保険代理店が存在しているが・・・代理店の方々は特定郵便局と同じように、地域社会を守る役割を果たしている。そのことを十分に考えていきたい」と発言されました。

プロ代理店は、常に契約者・顧客との接点にいます。そして、顧客の立場に立って毎日の業務を行っています。損保各社の代理店政策が、真に顧客の立場にたったものかどうか、肌で感じています。だからこそ、これらの問題に対して声をあげ続けたいと考えています。

前記の要請に真摯にこたえていただきますよう心よりお願いする次第です。どうかよろしくお願い申し上げます。

<連絡先>

大阪市中央区道修町3-3-10

日宝道修町ビル3F 大阪損保革新懇気付

「顧客第一」で健全な損保産業をめざす代理店有志

電話：06-6232-1095

Mail: ossnpksk@gmail.com