

代理店業務品質評価に関する第三者検討会(第1回)議事概要

一般社団法人日本損害保険協会

1. 日時

2024年9月25日(水) 10時00分～11時35分

2. 場所

損保会館16階 理事会室

3. 出席者

[座長] 嶋寺座長

[委員] 古笛委員、中出委員、永沢委員、唯根委員

[オブザーバー] 金融庁、一般社団法人日本損害保険代理業協会

4. 議題

(1) 第三者評価制度の全体像(案)について

(2) 「代理店業務品質に関する評価指針」の骨子(案)について

5. 配付資料

(資料1) 代理店業務品質評価に関する第三者検討会 委員名簿

(資料2) 金融庁「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」報告書(2024年6月25日)

(資料3) 代理店の業務品質に関する第三者評価制度について【事務局提案資料】

(資料4) 「代理店業務品質に関する評価指針(損害保険代理店向け)」(骨子案)【事務局提案資料】

6. 議事等

(1) 開会

嶋寺座長から、開会宣言があった。続いて、損保協会大知専務理事から、第1回検討会の開催にあたり挨拶があった。

(2) 委員紹介、運営方法の確認

嶋寺座長から、委員の紹介および運営方法の確認があった。

(3) 第三者評価制度の全体像(案)について

事務局から、資料3「代理店の業務品質に関する第三者評価制度について」に沿って説明があった後、意見交換を行った。各委員の意見要旨は次のとおり。

●方向性は賛成。

●損保協会が客観性を担保したうえで、運営していく必要がある。

●評価基準については、大規模代理店のみとすることは弊害が大きいと考える。初期段階で対象を大規模代理店に限定することは理解できるが、顧客にとって保険会社と代理店

は一体の関係にあるので、中小規模代理店も評価対象としたらよい。

- 実効性を確保する施策についても、今後、議論を深めていきたい。

- 方向性は賛成。
- 損保協会での制度運営について、6月までの金融庁の有識者会議での問題意識とも齟齬はない。本来、代理店指導は保険会社が責任をもって行うべきところ、大規模代理店の場合は有効に機能しないケースがあることが問題とされた。保険会社では指導が行き届かないような代理店については、損保協会で第三者の目線を入れながら評価していくという考え方と理解している。
- 保険会社の指導を実効性あるものとするためにも、第三者評価に委ねて終わりということではなく、この仕組みを保険会社での継続的な代理店指導に活用していく必要がある。
- 大規模代理店に特有の問題があると思うので、まずはその部分を検討の対象としつつ、中小規模代理店であっても顧客本位の業務運営の観点で改善が必要となる部分があるため、リスクベースで評価の対象を広く捉えたらよい。議論の出発点としては、大規模代理店を想定しながら体制や取組み等について検討し、目標としては代理店全体、損保業界全体のレベルアップ・信頼向上につなげたい。
- 実効性に関して、特に乗合代理店は代申会社だけではなく、すべての保険会社が適切に代理店を指導していく必要がある。評価基準を日々の代理店指導に活用したり、通報窓口を活用したりして、改善に繋げてもらいたい。

- 他の委員と認識は同じ。
- 全体として、規制や枠組みが強化されることで代理店ビジネスの魅力が低下するのは問題と感じている。諸外国の状況を見ると、イギリスでは、個人分野はネット取引に移行しており、企業分野はブローカーが活躍しているため、代理店チャネルは厳しいのが現状。ドイツやフランスでも同様の傾向が窺える。代理店は、地域に根差し消費者とも近い関係にある存在であるため、わが国に定着した保険販売チャネルとして、消費者との関係を維持し、信頼あるものとしていく必要がある。今回の制度づくりが、代理店制度をこれからの時代に向けてより良いものとなるようにしていきたい。
- 実効性に関しても、今後議論していきたい。
- 評価基準については様々なレベル、つまり最低限の基準からプラスアルファの基準まで各種の「幅」も考えられ、制度運営については工夫が必要。代理店の規模にかかわらず全体に共通するものが多いとは思いますが、専属・小規模代理店については保険会社が指導することが大前提であり、乗合・兼業・大規模代理店については伝統的な枠組みでの指導では難しく、特有の事情もあるということであれば、評価運営のみでは難しい部分は、当局と連携することが重要。そういった観点では評価機関はフィルタリングの機能を果たすべきであり、問題の仕分けや分析を通じて第三者的に問題指摘等を行い、その後は保険会社や行政で対応していくのがよい。

- 有識者会議を通じて初めて損害保険の構造的問題に接し、驚き残念に思った。顧客本位の業務運営の原則の基礎になっているフィデューシャリー・デューティーという概念は資産形成の分野で形成されてきたものであり、そのままでは損害保険業界にはフィットしないのではないかと感じている。損害保険業界として、一連の問題も踏まえ、保険業としての顧客本位の業務運営の共通認識を形成してもらいたい。

- (顧客本位の業務運営の中で重要とされているのが顧客への誠実義務や顧客との利益相反の回避であるところ、保険業においても)、兼業代理店や乗合代理店においては特にこの問題が生じることが、有識者会議を通じてわかった。代理店評価において、利益相反の防止という観点を踏まえた検討が重要に思う。
- 損保協会での制度運営については賛同。代理店は登録制であるが、これだけ店数があると当局の監督も及びにくいのではないか。そう考えると、大規模代理店を中心に、リスクベースで中小規模代理店も対象としたり、過度のコストが利用者や国民にかからないよう業界で工夫して運営していただきたい。
- 生保の業務品質評価運営は、優れた代理店がお金を払って、優れているという認定をもらう仕組みであるのに対し、今回の損保の場合は、品質の劣る代理店を市場から排除し、損害保険市場の健全な発展と利用者保護を図ることを目的としている。そのため、今度の損保の検討と生保の場合とは似て非なるものと心すべき。こちらでは、最低限満たすべきミニマム基準(ルール)を定め、絶対にクリアしていただくことを主眼とすべき。よって、規模に関係なく、全ての代理店を対象とすべきである。もっとも、品質の向上は各社で競っていただきたい。その部分はシンプルとして自主的な取り組みである。
- 損保代理店について、消費者には実態が分かりづらい部分がある。特に兼業代理店では、本業の商品・サービスに付随して保険に入るといった程度の感覚で、消費者にとって、代理店のあるべき姿というのが明確になっていないのではないか。そういった観点で、第三者評価の仕組みは賛同。
- 評価対象について、まず大規模代理店からというのは理解するが、多くの消費者が実際にかかわるのはそれ以外の代理店ということであれば、ぜひ中小規模代理店も対象としてもらいたい。
- 通報窓口については、消費者は、代理店のどのような行為が不適切なのかといったことも理解が浸透していないので、分かりやすい、苦情を言いやすい仕組みとすることが望ましい。結果公表も工夫が必要。
- 代理店と顧客のトラブルに接して感じる事として、代理店と保険会社の関係において、特に乗合代理店では、本業に伴って保険も売ってもらっているという構図から、保険会社の代理店指導の意識が乏しいのではないか。
- また、多くの消費者には、ビッグモーターの問題は自分たちには関係ないことのように見えているかも知れないが、最終的にはすべての契約者に影響する問題であるということを認識してもらうことも必要。
- これだけマスコミが騒いでいる中で、消費者相談の窓口に損保会社に対する消費者の苦情が多数寄せられているかという点必ずしもそうではない印象。ビッグモーターの問題は、結果的に保険料の値上げという形で消費者にツケが回ることに、消費者が気づいていないからではないか。消費者に損害保険の仕組みが十分理解されていないということの表れであり、消費者教育・金融商品教育の不足を感じた。
- 一般論として、近年、生損保への苦情の中に、代理店の勧誘が相当性を欠くという指摘を見かけるようになった。公正・公平(フェア)であることについての国民の感覚が厳しくなっているのではないか。そうした変化に対する、損害保険業界や代理店業界の感度が低いのではないか。

- 評価結果の公表に関連して、一例として、ノベルティのあり方などについても開示してはどうか。何かをもらえるから良い商品ということではないことを消費者も理解することが、健全な保険商品を育てるためには必要。どこからノベルティの原資が出ているか等の仕組みを消費者が理解することが、健全な保険を育む一助になるのではないか。
- 評価指針をまとめるにあたっては、顧客本位の考え方をどう捉えるかが極めて重要。顧客の心理には、保険の中身よりも、保険料が安いのか、ノベルティがあった方が良いかもあるかも知れないが、競争は公正・妥当なものでなくてはならない。保険以外の要素での競争となってしまうと、結果として保険市場が害されることになる。
- 取引の透明性を確保しつつ、保険の中身を勉強して、必要なアドバイスができる募集人が評価されるような評価基準とし、それをを用いて代理店指導等に活用していくことが必要。
- 消費者からのカスタマーハラスメントもある。苦情についても、消費者が保険商品をしつかり理解できていないところに起因する部分もある。そういったギャップを埋めていくことも課題。
- 消費者の目線については、現状で損保代理店が非常に多くの苦情を受けているかという点、必ずしもそうではない。大変真面目に取り組んでいる代理店もある。ただし、そもそも代理店が何をしてくれるのか、消費者が分かっていない点があるというのも事実。不適切事案等の通報制度の前提ともなるが、代理店としてあるべき姿を示すことが必要となってくるのではないか。
- 仕組みづくりにあたっては、問題の未然防止という視点が重要。苦情が発生していなければよい、お客様が求めているからよいということではなく、問題となる事象を未然に防止するために有効に機能するものであることが重要。いざ問題が起きた時には業界全体が大きく信頼を失ってしまう。その未然防止に第三者評価が役に立つようにしたい。
- ビッグモーターやカルテルの問題は、代理店制度や代理店全体に共通する問題としてではなく、兼業・乗合代理店という文脈で出てきているものである。本業での厳しい競争を背景に、兼業である保険における利益相反の問題が顕在化した。企業代理店については、保険会社と企業との間で利益相反の狭間にあるとも言える。一連の問題の多くは、代理店制度の中で利益相反をどのように管理していくかの問題ではないか。
- 比較推奨も同様であり、兼業・乗合を制限するというのではなく、適切に維持するためどういった工夫をするかが重要。
- まじめに一所懸命やっている代理店が不利益を被らない制度とすることが重要である。

(4)「代理店業務品質に関する評価指針」の骨子(案)について

事務局から、資料4「『代理店業務品質に関する評価指針(損害保険代理店向け)』(骨子案)」に沿って説明があった後、意見交換を行った。各委員の意見要旨は次のとおり。

- 「顧客本位」というのは実に難しい。ノベルティをくれたり、保険金を多く支払ってくれたりするのが良いかという点とそうではない。保険金が過剰に支払われれば、結果として保険料の値上がりにもつながり、長期的には顧客本位にはならない。こういった考え方は必ずしも浸透しておらず、保険の教育は十分に進んでいないと感じる。

- 評価指針の作成を通じて、顧客本位とは何か、社会にとって良い保険とは何か、見つめ直す機会になるとよい。社会に還元できるように、広くオープンな仕組みとしていきたい。
- 顧客本位を保険の分野でどう考えるか、これまで十分整理しきれていなかったのではないか。何でもかんでも目の前の顧客に有利に取り計らうということではない。保険は集団的な仕組みであり、保険制度の維持のためには適正な保険金支払が必要。顧客本位について正しいメッセージを伝えられる評価制度としたい。
- 代理店指導という募集規制が頭をよぎるが、保険業法を守ることだけが代理店の業務品質ではない。有識者会議では便宜供与についても話題となった。便宜供与に関しては保険業法に明示的な規制はないが、これが行き過ぎると比較推奨を歪め、顧客の不利益を引き起こすことになる。そういった観点も含め、評価指針に適切に盛り込んでいくことが必要。
- 保険業法以外にも、独禁法をはじめ、遵守すべき法令は多数ある。さらに、兼業代理店については、それぞれの業界における法規制の違反が保険の顧客に影響することを意識することも重要。
- 骨子案には色々な論点が網羅的に記載されている印象。全体としてはコンプライアンスマニュアル的に映るが、業務品質を評価するといった場合にはプラスアルファが必要ではないか。
- お客様のためには最低限のルールを守っていますということではなく、ブローカーにおけるベストアドバイス義務のような、本来、代理店が求められているようなレベルを目指すのではないか。
- 代理店の規模・特性はさまざまであり、一律の基準設定は難しいと感じる。規模に応じた適切な仕組みや、特に兼業・乗合代理店については特有のリスクがあるため、より細かなルールづくりが必要ではないか。
- 評価に関連して、保険の勉強、税制・社会保険等の周辺知識は重要。弁護士や公認会計士と同様に、代理店・募集人がプロフェッショナルとして評価される職業になるよう、レベルアップできる評価制度としたい。
- 顧客本位の業務運営については、論議・検討を深めていくことが必要。目の前の顧客に寄り添うことばかりではなく、保険のあるべき契約者という意味での顧客を育てる視点もあつた方がよい。消費者教育が適切にできるということも、プロとして求められる資質ではないか。
- また、業界に寄せられている苦情等を分析して評価制度にも活用してもいいのではないか。
- 評価指針の中に「アフターフォロー」の観点が掲げられていることについて、消費者も、新規契約の際は契約内容に関心が高くても、契約更改に際しては徐々に関心も薄れていくことがあり、こうした部分を適切に対応してもらえればトラブルも減るのではないかと感じた。
- 評価制度の運営に際しては、結果公表や通報窓口の運用上の留意を含め、第三者による手続きの限界も意識する必要がある。繰り返しになるが、当局との連携が重要と感じ

る。

- この制度は損保協会が主体となって運営するものとなるが、評価制度のみで完結するものではなく、現状の代理店指導が形骸化している事実を真摯に受け止め、保険会社も自身の問題と受け止めて制度に関与することが重要。
- 保険会社が代理店との関係性を見直すきっかけや、営業現場を変えるきっかけとして活用してもらいたい。

(5)閉会

嶋寺座長から、閉会宣言があった。

以 上