

## 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— 2020年3月12日

「顧客第一」で健全な損保産業をめざす代理店有志

2011年から9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てきました。「災害列島日本」で損保産業はどうあるべきなのか、そして代理店政策はどう改善されるべきなのか、問題は山積しています。

### 1 昨年度の要請内容

昨年度要請の概要です。

第一に、代理店手数料ポイント制度の抜本的改善です。金融庁の申し入れを受けて損保各社は、2020年7月より手数料体系を、「規模・増収」一辺倒から「品質」重視へと改定するといっています。私たちは、本当に言葉通りの改善が図られたのかどうか、代理店ごとにシミュレーションを行い、その内容を具体的に検証していきたいと考えています。金融庁・近畿財務局におかれましても、あらためて代理店ヒアリング等によって、同様の検証をお願いいたします。

第二に、代理店委託契約書の問題です。一方的な保険会社と代理店の関係がつくられている背景に「代理店委託契約書」の問題があります。三井住友海上の「代理店委託契約書」を見れば、その第8条にはつぎのように規定されています。

「会社は、代理店の実態に応じ、別に定めるところに従って、代理店の格付その他の代理店区分等（以下「代理店の格付等」という。）を決定する」

代理店はひとつの「企業」であり、損保会社とは別の独立した「事業体」です。それを、勝手に保険会社が「格付」する。こんな一方的な契約書があるでしょうか。早急に抜本的な改定を求めます。

### 2 昨年度要請以降の動き

昨年度要請を行った三井住友海上の「格付」という不適切な文言については国会でも議論され、三井住友海上は2020年4月から是正することを明らかにしました。三井住友海上が「見直す」ことについては、金融庁の迅速な対応も含め画期的なことです。

また、2019年11月7日の財政金融委員会では、大門実紀史議員がコンビニの問題と併せ、損保会社の代理店に対する優越的地位の濫用について公正取引委員会と議論を交わしました。

公正取引委員会が述べた優越的地位の濫用は以下の3点です。

- ① 不利益な取引の条件を設定すること
- ② 契約の変更によって不利益を与えること
- ③ 不利益なことを実際に行うこと

①は、契約に不利益な内容が入っていることです。東京海上日動の委託契約書には次の条文があります。

「当社（註：保険会社）と甲（註；代理店）との間の信頼関係が、著しく損なわれた場合」、「何時でも本契約を解除することができる」

すなわち、損保会社が信頼関係を失ったと判断したら、即契約を解除できるという条項です。大手損保では、代理店の乗合を拒否するための脅しに使ったり、乗合を強行した場合にこの条項を盾にして一方的に契約解除を行ったりしてきました。

東京海上日動は2020年4月1日付で委託契約書を改定し、上記の文言を削除することとしました。これも、国会の質疑を受けてのものであり、大きな前進です。しかし、問題は一部の不適切な言葉だけではありません。委託契約書の別途規定である手数料ポイントの一方的な変更も、独禁法に違反する「優越的地位の濫用」であり、損保会社の姿勢そのものを問い直す必要があります。

2019年11月22日には、「災害列島日本」で社会的役割を果たそうと「第3回損保代理店院内集会」が開催され、全国から代理店・損保関係者106人が参加しました。西田昌司・参院議員（自民）、本田太郎・衆院議員（自民）、大塚耕平・参院議員（国民民主）、末松義規・衆院議員（立憲民主）、串田誠一・衆院議員（日本維新の会）、清水忠史・衆院議員（共産）、大門実紀史・参院議員（共産）にご挨拶いただき、階猛・衆院議員（無所属）も出席されました。

金融庁・横尾光輔保険課長に金融行政のご報告をいただき、保険課の担当官お二人とともに最後まで代理店の声に耳を傾けてくださいました。また、国会議員秘書12名と報道記者を合わせ、総勢134名の参加となりました。

### 3 今年度要請

こうした到達を踏まえ、今年度は

- (1) 代理店手数料ポイント制度の抜本的改善
- (2) 代理店の一方的な再編・淘汰の問題
- (3) 災害対応に係る損害サービス部門の軽視の問題

について要請いたします。

## (1)代理店手数料ポイント制度の抜本的改善

2020年7月実施の手数料ポイントにつき、規模・増収を2019年度と同じ水準とみなしてシミュレーションし、2019年度のポイントと比較していただくアンケートを実施いたしました。

回答いただいた代理店は101店でした。コメントのみ、2019年度のみ記入という代理店もおられ、手数料ポイントのシミュレーションを行っていただいた代理店は70店です（別添資料参照。損保ジャパン日本興亜のポイントは他社の2倍ですが、他の損保会社に合わせて換算し直しています）。

その特徴は以下のとおりです。

第一は、71%もの代理店のポイントが2019年度より下がっていることです。現状維持が10%、上昇している代理店は19%でした。

第二は、規模別に見た場合です。規模に関係なく、どの層の代理店もポイントは減少傾向にあります。

第三は、規模別平均ポイントです。3億以上の代理店はかろうじて100ポイントを超えています。一方5000万以下の代理店の平均は72.3ポイントです。

第四は、保険会社別の傾向です。三メガ損保とその他に分けると、その他損保会社のほうがポイントが高く、かつ上昇していることがわかります。

限られたサンプルではありますが、今回のアンケート結果は、大手損保の2020年度改定が多くの代理店の声に応えたものではないということを示しています。

私たちは引き続き

- ① 後継者を育成できる安定した経営が実現できる内容に
  - ② 消費者ニーズに合致し、セーフティネットを守るという損保代理店の社会的役割を守り発展させられるものへ
- 抜本的な改善を求めていきたいと思えます。

なお、近畿財務局が行なった2019年11月12日付の代理店アンケートでは「代理店手数料ポイントについて、保険会社から具体的な理由等の説明もなく大幅に下げられたことがありますか。ある場合は具体的な内容、時期、保険会社名、経緯等お伝えください」という項目があります。大変踏み込んだ内容だと思います。この結果はぜひ開示していただくようお願いいたします。

## (2)代理店の一方的な再編・淘汰の問題

損保ジャパン日本興亜が、小規模代理店に対し

- ① 事務員を含め3名以上にするなど、会社が決めた基準を全てクリアする
  - ② 大型代理店の募集人になる
  - ③ 直資代理店の使用人になる
- のいずれかの結論を出すよう迫っています。

しかもある支社では、「金融庁から行政処分を受ける可能性があり、経営リスクになりかねません」「委託している当社の監督責任にも繋がる事案になるため早急の対策を求めます」と、金融庁の処分をちらつかせて3月末までに結論を出させるといふ、考えられないやり方を行っていました。

これについては、当該の代理店より私たちに相談があり、大門実紀史参議院議員から金融庁と損保ジャパン日本興亜に連絡し実態調査を求めました。結果、損保ジャパン日本興亜は2月14日に全社員向けの緊急衛星放送を行い、佐藤副社長が「今般、取組の趣旨とは異なるた対応により、代理店からの苦情・トラブルにつながる事案が発生しました」「営業店だけの責任ではなく、会社全体として受け止める必要があります」と反省の弁を述べました。

しかし、同社はこの間、「Channel Innovation～Growth（成長）～」(良質な販売網の確立に向けた取組み方針)の名の下に、代理店の統廃合・解約を重点課題として取組んできました。その方針遂行の過程で生じた問題であり、今回の事案は氷山の一角だと考えざるをえません。

同社の施策は、独禁法違反の優越的地位の濫用であり、金融庁や保険業法を錦の御旗に一方向的に代理店の選別・淘汰を図ろうとするものです。

また、統廃合で苦しんでいるのは損保ジャパン日本興亜の代理店だけではありません。各社共通した施策が行われています。廃店を余儀なくされる代理店のその先には契約者がいます。「顧客本位の業務運営」にも反するこうした代理店政策の撤回を強く求めます。

### (3) 災害対応に係る損害サービス部門の軽視の問題

東京海上ホールディングス傘下の日新火災では、営業の責任者が自動車事故の支払い決済を行う「サービス支店」という機構になっています。そして昨年、とうとう、東京本社や大阪から損害サービスを専門に担当する「部店」が無くなってしまいました。“日新火災の損害サービスは不採算部門だ”という考えがもしあるとしたら、東京海上ホールディングスには損保産業の社会的役割の認識が欠如していると言わなければなりません。

しかし、損害サービス部門の軽視は東京海上ホールディングスだけにとどまりません。

前述の損保ジャパン日本興亜は、「2019年度保サ部門の収益拡大に向けた取組」(19/05/27)で、保険金サービス部門には「生産性」「専門性」「品質」の3つのミッションがあるが、近年の「品質」にフォーカスした取組みの結果「専門性」「生産性」の優先順位が劣後した状況になっているとし、これからは価値基準を変革して、3つのミッションのうち「生産性」に重点を置くと述べています。

同社の金融持ち株会社、SOMPO ホールディングスの櫻田謙吾社長は、昨年 4 月、経済同友会の代表幹事に就任しました。はじめて財界の代表を輩出した損保会社が、大災害が相次ぐこの時期に、損害サービスの「品質」よりも「生産性」に重点を置くという方針に転換したわけです。

大災害の被災状況をどう受け止めるのか。「災害列島日本」で国民・消費者が損害保険に求めるものは何なのか。その中で損保会社・社員や代理店の思いはどこにあるのか。それらすべてを顧みないものだとおぼろげに言わなければなりません。

東京海上ホールディングスや SOMPO ホールディングスに見られる損害サービス部門の軽視は、金融庁の掲げる「フィデューシャリー・デューティー」の方針にも逆行するものであり、見過ごすことはできません。

#### 4 「災害列島日本」で社会的役割を果たす

一昨年より日本列島は大災害に見舞われています。2018 年 1 年間の風水災での保険金支払いは 1 兆 6 千億円となっています。これは前年 2017 年の 8.4 倍に上る史上最大規模のものでした。昨年は台風 15 号、19 号が関東、甲信越、東北地方に甚大な被害をもたらし、さらに、台風の爪痕が残る被災地を猛烈な雨が襲いました。2019 年度の支払い額も 1 兆円を超える見込みです。

損害保険は社会のセーフティネットの一つです。いま損保業界に求められているのは、何よりセーフティネットを守り広げるといふ「社会的責任」をしっかりと果たすことです。損害保険の本質的な役割である「補償機能」の発揮のために、代理店も大きな役割を果たしています。その役割をしっかりと果たすことと安定した経営を実現することは車の両輪です。どちらも欠かすことはできません。

この間の金融庁・近畿財務局のご尽力に感謝申し上げますとともに、本年も、私たちの要請に真摯に答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ひ申し上げます。

<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