

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

2024年3月14日

「顧客第一」で健全な損保産業をめざす代理店有志

1 今年度の要請にあたって

損保業界はいま①大手4社のカルテル、②ビッグモーターの保険金不正請求、さらには③専業代理店に対する「優越的地位の濫用」での公正取引委員会への集団申告と、まさに激動とも言える状況になっています。

現在損保業界が直面している問題の解決のためには、利益至上主義をあらため、「ひとは万人のために 万人はひとりのために」という産業の理念に立ち返る必要があります。しかし、損保各社の経営者が、これらの問題の本質に本当にメスを入れようとしているとは到底思えません。例えば、カルテル問題の再発防止策として打ち出しているのは、独禁法への理解を深めるための社員研修や「他損保社員との接触禁止」など、社員に責めを負わせようとするものばかりです。しかもこれらは、全社「談合」したかのように共通しています。

代理店に直接かかわる「手数料ポイント制度」の公取申告についても、社員に対して「代理店に丁寧に説明するように」と指示するだけで、制度の欠陥についてはなんら触れようとしていません。

私たちは2011年から毎年、損保会社の代理店政策の転換を求め様々な要請を行ってきました。近畿財務局・金融庁のご尽力もあり、乗合拒否や強権的な代理店の統廃合の問題などについては一定の是正が行われています。しかし、この間の不祥事と損保各社の場当たり的な対応は、それではもはや間尺に合わないことを示しています。したがって、健全な損保産業の再生と抜本的な代理店制度改革は喫緊の課題となっています。

こうした状況に鑑み、今年度は、これまで現場から警鐘を鳴らしてきた代理店の立場から、損保業界が直面している三つの問題についてのラディカル（根本的）な問題提起を行いました。そのうえで、私たちにとっての最重要課題である「代理店手数料ポイント制度」の抜本的な改定を求めるという要請内容になっています。例年とは少し異なりますが、ご了承のほどお願い申し上げます。

2 「利益至上主義」は損保事業の任務を放棄する

損害保険の本質的な役割の第一は、生産や消費活動にかかわる偶然な事故による損失を専門的・社会的に集約し、原状回復を可能にする機能・「補償機能」にあります。そしてもう一つの役割が「リスクマネジメント」です。ここにはこういうリスクがある、それを評価すればこれだけの金額となる。このように、社会に存在するリスクを数値化し、それを社会に警告するという役割です。

こうした機能を果たすため、保険会社は多数の保険加入者から「保険料」を受け取り、事故発生時に「保険金」を支払うこととなります。この保険料が「収」、支払保険金が「支」であり、双方が相等しいという「収支相等の原則」があります。そしてこの原則が成り立つように、「大数の法則」に基づいてリスクを的確に把握し、適正な保険料を算定しなければなりません。

そして代理店は、津々浦々にセーフティネットを広げる役割を担っています。

それでは、こうした損害保険の社会的役割に照らして、今回の問題はどうか。深刻なのは、これら全てが損保事業の根幹に抵触する問題だということです。

カルテルは「収支相等の原則」を掘り崩す

「収」（収入保険料）・「支」（支払保険金）が相等しくなければならないという「収支相等の原則」を機能させるためには、まず、適正な保険料を算出しなければなりません。保険料率には3つの原則があります。

- ① 合理的であること
- ② 妥当であること
- ③ 不当に差別的でないこと

ところが、カルテルのように談合で保険料の調整を行うことは、適正な保険料の算出を自ら放棄することになります。カルテルは「危険を数値化し、それを社会に警告」しようとする「リスクマネジメント」の役割を放棄するとともに、「収支相等の原則」をも掘り崩しているのです。

ビッグモーター事件と「補償機能」の劣化

ビッグモーター事件が浮き彫りにしたのは、損害保険の本質的な役割である「補償機能」の劣化と、その業務を担う「損害サービス」部門の軽視です。損保各社は、ビッグモーター事件に見られるように、なりふり構わず収入保険料を拡大するとともに、事業費の削減による高収益化を図ってきました。

自動車保険金支払部門で言えば、損保各社は人件費削減を推し進めるために、①1件ごとの支払処理に人手をかけない、②可能な限り相対的に賃金の低い要員で組織する、③業務を定型化して未熟練者でもただちに“戦力化”できるようにする、などの手法を進めてきました。

事故車の立会調査をやめて写真と見積書で支払う、場合によれば、そもそも審査や協定の作業さえも廃止するというやり方です。その典型が、ビッグモーターや大手ディーラーなどに対して行ってきた「簡易調査」でした。そうすれば、社員や交通事故車両の専門調査員・アジャスターの人員削減が可能になります。

結果、あらゆる損害サービス部門で、適正査定や不正請求事案への対処力が大きく損なわれてきています。

3 損保代理店の社会的役割と「手数料ポイント制度」

「手数料ポイント制度」は募集基盤を掘り崩す

代理店は損害保険契約募集の大半を担っています。2022年度の指標では、損害保険契約の90.5%が代理店扱いとなっています。この点が、社員が直接募集することの多い生命保険業界と異なるところです。保険募集の大半を担う代理店の動向は、損害保険事業の発展にも大きくかかわってきます。日米保険協議が一方的なアメリカの要求どおり決着し、本格的な規制緩和・自由化がスタートしたのは1996年12月です。その後代理店の数は1997年3月末の623,741店から2023年3月末の156,152店へと四分の一に激減しています。

その大きな要因は「代理店手数料ポイント制度」にあります。「手数料ポイント制度」とは、毎回申し上げているように、損保会社が、代理店の「規模と毎年の増収」を柱にポイントを決め、代理店手数料を支払うという仕組みです。そしてこの制度の問題点は、規模が大きくなければ、さらに増収しなければ、ポイントが上がらないことにあります。規模の小さな代理店は、どれだけ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ません。

例えば損保ジャパンの「2023年7月適用手数料体系」を見れば、仮に増収を0とした場合、1年間の収入保険料が10億の代理店の「挙績・増収率ポイント」は95.0ポイントですが、2億の代理店は82.0ポイント、9千万では67.8ポイント、4千万では47.1ポイントにしかありません（他損保基準に換算）。

一方で、「顧客本位の業務運営」を行っているとは到底考えられない、ビッグモーターや大手ディーラー代理店には、常に高い手数料ポイントが付与されています。ディーラー代理店と専業代理店とでは「手数料ポイント体系」自体が異なっているのです。東京海上日動を例にあげれば、「専業代理店」の場合、どんなに規模が大きくても、仮に増収がゼロだとすれば「規模・増収率ポイント」の最高は78.5ポイントです。一方「ディーラー代理店」の場合、同じく増収がゼロでも、最高は102.2ポイントとなります（同社2023年7月適用手数料体系）。

このように手数料ポイント制度には、小規模代理店への差別、そして「専業代理店」冷遇・「ディーラー代理店」優遇といった募集チャンネルでの差別、という二重の差別があります。その結果、中小の専業代理店の経営が困難となり、廃業や統廃合を余儀なくされているのです。

手数料ポイント制度は、損保産業の根幹である募集基盤を掘り崩しています。

「手数料ポイント制度」はセーフティネットを破壊する

保険募集だけではありません。代理店は「補償」機能の発揮のためにも大きな役割を果たしています。この間の大災害では、多くの代理店が、自らが被災しながらも契約者の安否確認と保険金支払いの援助に全力をあげてきました。

大災害では多くの損保会社・社員が現地に赴きますが、津波や火災で跡形もない被災地に行っても、契約者がどこにいるのかまったくわかりません。Aさんはこの避難所に、Bさんはあの避難所にいる、そうした状況がわかるのは地域に密着した代理店だけなのです。

かつて保険業界唯一の日刊紙・保険毎日新聞が、「大きいことは良いことか」というコラムを掲載したことがあります。コラムは次のように述べています。

「昨今は豪雨災害の多くが地方都市や近隣の山間部で発生している。特にそうした地域では高齢者も多く、温もりのあるサポートが欠かせない。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。大きくなくてもいい。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」（2021/10/1 付）

コラム氏が指摘するように大災害では地域に密着した代理店の「サポート」が欠かせないのです。手数料ポイント制度はセーフティネットという損保産業の社会的役割をも阻害しています。

現在、北陸の代理店の皆さんは、能登半島地震の対応に全力を尽くしておられます。もし地域に密着した代理店がこれ以上減らされれば、いったいどうなるでしょうか。地域のセーフティネットは破壊されてしまいます。

4 損保代理店の公正取引委員会への集団申告

2022年1月に関西を中心に結成された「損害保険・代理店手数料ポイント制を考える会」が、手数料ポイント制度は損保会社の代理店に対する「優越的地位の濫用」にあたるとして、昨年7月21日に公正取引委員会へ申告を行いました。

「申告人」は当初の264人から現在300人近くに増えています。現在、公正取引委員会・近畿中国四国事務所で審査中ですが、これだけの規模の集団申告は、公取の担当者曰く「過去に例がない」そうです。

前述のとおり、手数料ポイント制度には様々な問題がありますが、「ポイント制を考える会」および、その弁護団では、大きく以下の2点に問題点を整理しています。1点目は、挙績・増収率等を理由として、ポイントが減額されてしまうことです。2点目は、ポイント制度の内容や加算項目が、毎年のように、代理店の意向を訊く事もなく変更されることです。どちらも、正常な商慣習に照らして不当になされたものであり、優越的地位の濫用に該当すると考えられます。

カルテル問題とビッグモーター事件が、損保会社自らが起こし外部から明るみに出された不祥事であったのに対して、公正取引委員会への集団申告は、手数料ポイント制度に対して業界内から集団で異議を唱えた画期的なものです。

「民・民」の契約であったとしても、法律に抵触する可能性があれば、行政の責任で、あるいは保険会社の良識で、自ら襟を正すべきではないでしょうか。

5 今年度の要請内容—セーフティネットを守り発展させるために現行の「代理店手数料ポイント制度」の抜本的な改定を求めます

昨年度は、(1)「手数料ポイント制度」20年の節目にあたって、あらためて抜本的な制度改定を、(2)火災保険改定で設定された「復旧義務」規定についての見直しを、という二点について要請を行いました。いずれも進展は見られず、今後も改善を求めています。今年度は冒頭述べたとおり、損保業界が直面している三つの問題についてのラディカルな検討の上に立って、引き続き「代理店手数料ポイント制度」の抜本的な改定についての要請を行います。

代理店手数料ポイントは最低が20ポイント、最高が130ポイントです。「20ポイント」イコール「従来の手数料の20%」であることを考えた場合、これが損害保険募集の対価として、はたして妥当と言えるでしょうか。

東京海上日動の委託契約書では、第4条(委託業務の範囲)に「当社は代理店に以下の業務を委託する」と、次の内容が列挙されています(注釈等は省略)。

- ① リスクマネジメント
- ② 保険商品内容の説明ならびに保険料算出に関する業務
- ③ 保険契約の締結の代理ならびに自ら締結を代理した保険契約について契約者からの変更、解除等の申し入れに対する承認の代理に関する業務
- ④ 保険料の領収、保管、精算ならびに返還に関する業務
- ⑤ 保険契約の報告に関する業務
- ⑥ 保険契約の維持ならびに管理に関する業務
- ⑦ 保険事故発生時の状況の確認、通知、相談、助言、保険金請求手続きの援助ならびに事故対応の進展状況の説明に関する業務
- ⑧ 保険契約の媒介。ただし、当社の特別の指示ある場合に限る
- ⑨ その他当社が別に定める業務

これだけの業務を遂行することが代理店に求められているわけです。リスクマネジメントから事故対応まで、契約者との関係では、ほとんどすべての業務が代理店によって完結していると言っても過言ではありません。しかしこの中で、代理店の収入となる「代理店手数料」に反映するのは、契約締結に至った保険契約の保険料に、種目別の基準手数料率と手数料ポイントの割合を乗じた金額のみです。募集行為が契約に結びつかなければ1円の手数料も入りません。

早稲田大学の塚英明教授は委託業務の今日的な特徴・意義について、第一義的には保険会社が「自社業務の省力化・合理化を図ることにある」とし、第二義的には代理店による「保険契約者サービスの拡張を示すもの」と述べています(『保険販売の新たな地平』保険毎日新聞社2016)。

要は、損保会社が効率化を図る一方で、その業務を代理店が肩代わりしている、あるいはさせられているということです。この点も考慮しなければなりません。

小規模であっても、地域に密着し顧客本位で業務を遂行する代理店が、安定して経営できる制度、また、大規模代理店の場合は中長期の経営計画が立てられ、雇用の維持や新規採用が可能となる制度、そして何より、この仕事に誇りをもって働くことができ、若い世代が飛び込んでくるような新たな制度を早急につくり上げる必要があります。そうしなければ、募集網は枯渇してしまいます。

私たちは、「手数料ポイント制度」を是とするわけではありません。しかし、当面の緊急改善策として、小規模代理店が生き残ることが可能となる最低賃金制度のようなガイドライン・「最低保証ポイント」の設定を求めるものです。

21年前、手数料ポイント制度が導入された時の損保各社のポイント設定は、現在のような「規模と増収」によるものではありませんでした。2003年度は、挙績1000万円以上であれば、東京海上(当時)の基礎ポイントは70ポイント、損保ジャパンは75ポイント(他損保基準)でした。当時は、規模の小さな代理店でも努力すれば100ポイントを得ることが可能だったわけです。

現行のポイント制度においても、小規模代理店に手厚い損保会社が存在しています。共栄火災の「2024年度体系のご案内」を見れば挙績が1000万円以上の代理店の基礎ポイントは70ポイントとなっています。このように、小規模であったとしても「顧客本位で頑張る代理店」、「業務能力が優れている代理店」であれば、当たり前の手数料が得られる制度にすべきではないでしょうか。

現在損保各社は、2025年7月実施の「代理店手数料ポイント体系のご案内」を代理店に開示しています。その内容について、東京海上日動は「『業務品質』の確保・向上を通じた取組みをより一層後押しするため、テーブルの見直しを行います」と述べています。しかし、同社のポイントの最低は相変わらず20ポイントです。損保ジャパンも2025年度の体系を「『品質向上』によりポイントが安定する体系へ」としています。しかし、本要請書の3ページに記載した「2023年7月適用手数料体系」と比較すれば、例えば収保4千万の代理店のポイントは47.1ポイントから45.95ポイントに低下しています。

セーフティネットを広げ発展させるという社会的役割を發揮するためには、代理店の安定した経営が不可欠です。私たちは、損保業界が真に顧客本位で健全に発展することを心から願っています。本年も、私たちの要請に真摯に応えていただきますよう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>

大阪市中央区瓦町1-7-1

エスペランサ瓦町4F 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