

第 10 回日本代協コンベンション中止対応関連

## 代協会員懇談会 (2020)

< 質問事項と回答・解説 >

2020 年 12 月 9 日

一般社団法人 日本損害保険代理業協会

## 【 目 次 】

= Q の後に A を記載 ( Q2・3・4 は A をまとめて記載 ) =

### ○ 代理店手数料

- Q 1 「代理店手数料ポイントについて」 ( 東京代協 ) ..... P 2・3
- Q 2 「保険会社による一方的な商品別代手率の変更について」 ( 大阪代協 ) ..... P 8
- Q 3 「火災保険・個人賠償責任保険の手数料率変更に関して」 ( 京都代協 ) ..... P 9
- Q 4 「火災保険の代理店手数料率引き下げについて」 ( 奈良県代協 ) ..... P 10

### ○ 代理店経営指導

- Q 5 「代理店経営指導等について」 ( 東京代協 ) ..... P 14
- Q 6 「代理店の高齢化～継承対策について」 ( 東京代協 ) ..... P 17

### ○ 募集の公平性

- Q 7 「自動車保険、スモールリペアについて」 ( 奈良県代協 ) ..... P 20

### ○ 代理店負担の手数料

- Q 8 「口座振替手数料及び印紙代負担の在り方について」 ( 東京代協 ) ..... P 25

【Q1】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	東京代協			
質問者	役職	理事	氏名	藤田 徹
テーマ	代理店手数料ポイントについて			
内容	<p>代理店手数料ポイントが導入されてから相当の期間が過ぎました。最近では保険会社によって考え方が大きく違うのを感じています。</p> <p>1．代理店手数料ポイントは代理店にとってこれから先1年間の収入に関わる重大事項です。また最近では過去1年間のポイントを基準に翌年は加減される会社もありますので、今年妥協してしまうと翌々年以降にも影響してしまいます。</p> <p>2．然るに手数料ポイントについては保険会社の統括部(営業推進部とか)が決めて営業部に指示を出し、営業部は指示を受けて代理店に伝えてくれるだけで、代理店が「なぜこのような項目があるのか 等質問しても「統括部の指示なので何故かと聞かれても分かりません」というようなことも多いのが現状です。代理店にとっては納得感がありません。</p> <p>3．また会社によってはどんどん項目が増えてきて代理店に説明に来る営業担当者の負担も大きくなっています。翌年度の代理店手数料ポイントは概ね5～6月に開示されますがこの期間、営業担当者は本業以外にこの仕事が増えて大きな負担となっています。</p> <p>代理店手数料ポイントはシンプルにすること、毎年変更はしないことが必要と思います。併せて代理店の意見も反映させていくべくコミュニケーションを図っていくことが大切と思います。</p> <p>4．手数料ポイントは優良代理店には大きなポイントを与えて、代理店に前向きな営業活動を推進させるべく指針となることが求められていると思います。然るに最近のポイント内容には保険会社の恣意的と思えるような項目があります。特に感じるのが「クレジットカード払件数」の導入です。</p> <p>当社の場合、キャッシュレス率は概ね95～96%です。キャッシュレスに出来ない契約はそれなりの理由がありますのでほぼ限界に近い状況です。</p> <p>キャッシュレス契約の内訳は口座振替と払込票が半々です。</p> <p>クレジットカード払にすると振替不能が無くなり、保険会社にはメリットがあるかと思いますが当社では振替不能契約は皆無なので、当社にとってメリットは殆どありません。</p>			

<p>ん。</p> <p>クレジットカード払いの契約を増やそうとしたら</p> <p>( 1 ) これまで口座振替だったような契約をわざわざ止めていただいて、クレジットカード払にしていきたいと思います。これは一体何のためにする必要があるのでしょうか</p> <p>( 2 ) また口座振替の手数料は 1 件 6 0 ~ 7 0 円程度かと思いますが、クレジットカード払では保険料の 3 ~ 3 . 5 % 程度の手数料が必要です。</p> <p>保険料 100,000 円とした場合 3,000 円程度の手数料となります。</p> <p>代理店手数料が 18% としたら 3 % 引かれたら 15% ということになります。</p> <p>不祥事でも起こしたかのような手数料カット割合です。</p> <p>クレジットカード払を積極的に導入している代理店は本当に優良代理店なのでしょうか</p> <p>( 3 ) 生保会社ではクレジットカード払の手数料は保険会社負担です。</p> <p>損保会社と生保会社では考え方が違うのは何故が分かりません。</p> <p>代理店手数料ポイントについては個々の保険会社と代理店間の問題とされていますが、個々の代理店では折衝できることは限られています。</p> <p>代協はこれら代理店の声を集約して保険会社との折衝を積極的に行っていくことが求められているのではないのでしょうか。</p>
--

A 1 【事前質問に対する回答・説明】

Q1	代理店手数料ポイント	東京代協
----	------------	------

- ご意見有難うございます。
- 代手ポイントは、保険会社と代理店の相対による個別合意を防ぐ一定の透明性のある仕組みですが（注1）、その本質は成功報酬であるため、ともすると保険会社による恣意的な運用になりがちな面があります。

（注1 代手相対合意となると大手の企業・乗合・ディーラー・銀行代理店など、保険会社の立場が相対的に弱いところに代手ファンドが集中し、地域の小規模代理店は極めて厳しい立場に追い込まれることが想定されます）

日本代協としては、代手ポイント制度の有効性は認めた上で、顧客本位の取り組みを後押しするために代理店の業務品質をバランスよく評価でき、経営努力を怠らず持続的成長を目指す代理店にとって納得感があることが必要であると考え、活力研を通して継続的に意見交換を行っており（注2）、今後も継続してまいります。

（注2 これまで論議内容は開催の都度配信している議事録や「代協活動の現状と課題」を参照ください）

- 以下、具体的に指摘いただいた点について回答いたします。

保険会社の社員が規定や制度の背景、ルールを説明できない

- ・ この点は代手に限らず、業法改正や顧客本位の業務運営の原則、コンプライアンスルール、代理店認定制度などに関しても同様であり、日本代協としても保険会社に指摘をするとともに損保労連とも定例の意見交換を通して課題認識を共有しています。
- ・ 保険会社も問題意識を持っており、社員向け資料に背景や理由を詳しく盛り込んだり、社員向けに説明セミナーを新たに開催する等の改善は行われていますが、必ずしもルールの本質が浸透し、

活きたルール運用になっているとは言えない状況もあります。また、現場の社員に余裕がなく、代理店に丁寧に説明する時間が取れないという現実的な問題もあります。

- ・ 何をするにしても表面的な理解では形式に流れ、本来の目的は達成できないことになり、結果として形骸化してしまいます。あくまでも重要なことはルールの本質を把握したうえでの実態の確保であり、ご指摘の点は引き続き具体的な事案に基づき、問題指摘と改善要請を行ってまいります。

代手ポイントをシンプルにすること

- ・ 日本の保険代理店が全て自立・自律した業務品質の高い一定規模以上のプロ代理店だけで占められるようになれば、欧米のように規模・損害率・増収率だけで判定するようなことも含め、現状とは全く違う体系も考えられますが、現段階では規模も品質も業態も様々な代理店が混在しており、お客さま対応レベルも様々なため、一定の品質基準を設けて顧客対応レベルを上げよう（高いレベルで均質化していこう）としているのが実態です。

・ また、保険会社は自社の代理店を自社が求める”望ましい代理店像”に近づけようとするため、代手ポイント制度には各社の営業戦略が強く反映する面があります。従って、個社別に体系のあり方は異なっているのが実態です。現状ではメガ損保の中では三井住友海上社が一番細かい基準設定になっており、東京海上日動社は相対的にシンプルな構成になっていますが（どちらがいいとかいう話ではありませんが）、日本代協では毎年各社の代手ポイント制度の比較表を作成・開示し、こうした相違を各社に認識してもらい、見直しの視点としてもらうよう取り組んでいます。

- ・ いずれにしても代手ポイント制度は各社が安易に自社の戦略実現の手段として使ってくるのが想定されますので、常にウォッチを行い、問題とを感じる点があれば活力研などの場で論議を続けてまいります。

改定頻度

- ・ これについては過去の活力研論議を踏まえ、現在、大手社は基本的に3年サイクルでの改定になっており、中小社ではそれ以上の期間据え置いているところもあります。（法改正に伴う改定や指標の細かな改定は除きます）また、改定の際には、影響が大きい指標の激変緩和措置を設けるなど、一定の対応を行っている実態はあります。

- ・ 社会環境の変化や代理店の構造自体の変化、指標に盛り込んで目指したゴールの達成度合い等に伴い、代手ポイント制度の内容も変化することは当然ですが、専業代理店にとって代手は収益の全てであり、安定的な経営や先行投資のためには頻繁な改定は望ましくないため、今後も最低限 3 年据え置きを前提にウオッチを続けます。
- ・ なお、本題とはずれませんが、顧客本位の業務運営と代理店経営の安定化の観点から、生保代手については売上リンク一辺倒の過度なインセンティブ報酬は廃止し、平準払を選択することが望ましいと考えます。

#### クレジットカード払いの指標化

- ・ 国が音頭をとるキャッシュレス化の流れの中で、銀行口座振替に加え、クレジットカード払や QR コード決済（これもクレカ払いの一形態）も拡大していく方向にあります。特にクレジットカード払に関しては、日本代協が 2018 年度に静岡県立大学岩崎邦彦研究室と合同で行った「全国消費者アンケート調査」において、今後の保険料の支払い方の希望を聞いたところ、年齢別に差はありますが、口座振替などの他の支払い方に有意な差をつけてクレジットカード払を希望する消費者が一番多かったという結果もあります。（年齢別に口座振替は 20 代の 23.5%～60 代以上の 32.5%であったのに対し、クレカ払は 20 代 44.5%～60 代 51.5%という結果で、全体では銀行口座振替希望は 25%、クレカ払希望は 53.8%となり、消費者の利用意向が最も高いという結果がでています）
- ・ 今後の方向感としては、業界を挙げてクレカ払が利用しやすい環境を整えることが必要ですが、その場合の問題点となるのがご指摘の加盟店手数料であり、商品価格全体に一定の割合の手数料がかかるので代理店にとっては大きな負担となります。いくら顧客本位とは言え、取り扱う代理店にとっても利用しやすい仕組みにならないとウインウインの関係にはならないので、大きな課題であると認識しています。損保協会としても認識は同じであり、クレカ払いが浸透していない損保業界の潜在市場拡大をバーゲニングパワーにして引き下げを実現してもらおう強く要望していきます。

（交渉相手はクレカ各社となりますが、キャッシュレス拡大を一大チャンスととらえるクレジットカード業界は強気な姿勢であると聞いており、今後の展望は不透明な状況です。引き続き情報連携に務め

ます)

なお、2012年9月に日本代協が損保協会に提言した自賠責保険へのクレカ払い導入要望については、その後積極的に検討が行われており、金融庁のサポートもあって実現の方向に進んでいる模様です。なお、一番の課題は、クレカの加盟店手数料ですが、日本代協としては「低額・定額」を要望し、損保協会・金融庁に伝えています。(希望はゼロ円、許容範囲は100円 数百円程度) 「定額」が実現するためには独禁法をクリアする必要があり、現在、公正取引委員会との折衝が続いている模様です。

- ・ なお、現在、代手ポイント制度においてクレカ払の比率を指標に織り込んでいるのは、主要7社のうち、三井住友海上社と損保ジャパン社です。MSは「業務ランク判定」の項目として、Qマーク認定で自動車+火災の5%以上、HGA認定で8%以上、SJ社は5%~10%以上のランク内で1Pから2Pの加点を行う方式になっており、前記アンケート結果を踏まえると、この程度の水準であれば”過度な設定”とまでは言えない水準ではないかと考えますが、「保険料の支払い方」は契約者が決める項目ですので、基本的には「キャッシュレス比率」で見ると(それも100%基準は設定しない)ことが望ましいと考えます。この点は両社に個別に提言したいと考えます。

#### 生保と損保の手数料負担の違い

- ・ 生保と損保の商品性の違いからくる「代理(損保代理店)」と「媒介(生保募集人)」の契約形態の違いです。代理の場合は、「契約締結権」「保険料領収権」「告知受領権」(以上、代理人の「3権」といいます)が損保代理店に付与されるため、その裏表の関係で保険料領収にかかる費用は代理店負担になります。
- ・ 一方、生保はこうした権利が募集人にはなく保険料領収権は保険会社だけが持ちますので、その徴収に要する費用も保険会社負担となります。損保系生保もこうした法的整理に基づき、委託契約書で保険会社負担としています。

(以上)



【Q2】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	大 阪 代 協			
質問者	役職	会長	氏 名	山中 尚
テーマ	保険会社による一方的な商品別代手率の変更について			
内 容	<p>昨今、各保険会社が商品改定を機に、代理店に対し、書面等による通知を行うことで一方的に商品別代手率を変更する動きが見られます。</p> <p>代理店手数料率は、私たち代理店が会社組織を運営し、社員が家族を養って行く源であり、保険会社と代理店の委託関係のまさに根幹をなしています。</p> <p>これまでも、代協として代理店手数料ポイント制度について種々の問題点を指摘して参りましたが、そのポイントを乗じる基となる商品別代手率を、このような形で軽々に変更が加えられることは極めて由々しき事態であり、保険会社の代理店に対するあまりに心無い対応であると考えます。</p> <p>代理店が努力を重ね、手数料ポイントを獲得したとしても、なんの相談も無く商品別代手率が下げられるのであれば、我々の努力は全く報われないことになり、これまでの代理店手数料体系が根底から崩されてしまうこともあり得ると考えます。</p> <p>【質問】</p> <p>このような保険会社による、有無を言わさない一方的な商品別代手率の変更は、保険会社と代理店の委託関係において法的に問題は無いのでしょうか。</p> <p>【質問】</p> <p>我々代協として、このような動きに歯止めをかける必要があると存じますが、本件に対する日本代協としての考えをお聞かせ下さい。</p>			

【Q3】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	京 都 代 協			
質問者	役職	会長	氏 名	小橋 信彦
テーマ	火災保険・個人賠償責任保険の手数料率変更に関して			
内 容	<p>自然災害、自転車交通事故が多発する近年、損害率の高い一部の商品（築年数10年もしくは15年以上の火災保険契約・個人賠償責任保険）の基本手数料率を通知という対応で一方的に下げるのは我々代理店としてどの様に受け止めればいいのか。</p> <p>2年連続で自然災害が原因とされる保険金は1兆円を超えています。今後、大規模な自然災害が増えていく状況において、更に基本手数料が下がっていくと想定されます。また、全国的に自転車保険の加入義務が条例で制定される背景や火災保険の不正請求が簡単に出来る旨の方法をインターネット上で頻繁に目にする事も支払増加の原因として考えられます。</p> <p>このような状況の中、代理店において最大の要である手数料率変更を通知で済ませてしまう保険会社の考え方、行動はいかがなものか。疑問に残るこの状況について日本代協はどのようにお考えでしょうか。</p> <p>更に各都道府県代協が自転車保険の普及に取り込んできた事、消費者センターと不正請求に関して連携を取っている事等が損保協会へ、そして各代協の活動が保険会社へ伝わっているのかも今回の件で疑問が残ります。</p>			

【Q4】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	奈良県代協			
質問者	役職	専務理事	氏名	藤井 高德
テーマ	火災保険の代理店手数料率引き下げについて			
内容	<p>令和3年1月に火災保険が改定されるに伴って、ほぼ全保険会社で「代理店手数料率」の変更が発表されている。</p> <p>大体は「築年数が10年15年以上経過している建物」の手数料率についてである。</p> <p>その対象はほぼ我々「プロ代理店」が保有している火災保険の大半であるにも関わらず、保険会社のほうからは、あえてその事に触れることもなく「改定マニュアル」を渡されるのみである。</p> <p>今後もそのように一方通行的な通達で他の商品も同じような手法で改定されてしまうのかと考えると我々の立場はそんな軽いものなのか。などと考えてしまう。</p> <p>話題は変わるが、「大型台風の損害請求代行」業者の訪問営業や露骨なインターネット広告も後を絶たない。廻っては全契約者に後々「保険料改定」という形で負担が増えてしまう事なので、何等かの規制を掛けられないものなのではないでしょうか。</p>			

Q2 ~ 4	商品別基準代手の引下げ	奈良・京都・大阪
--------	-------------	----------

- ご意見有難うございます。Q2、Q3、Q4 は同趣旨ですので、ここでまとめて回答いたします。  
 本件、代理店にとって大きな懸念事項であり、頭では状況は理解したとしても納得できにくい問題ですので、ご質問は当然のことと考えます。  
 一方で、結論的に申し上げれば、本件対応の法的問題点を指摘することは難しいと考えざるをえないことが現実ですが、ビジネスとしての対応には課題があるため、大手損保 4 社の担当役員・部長に対し改善を求めます。以下、その理由と解説です。

○ 【法的問題】

- ・ 委託契約書上の条文を見ると、各社若干の相違はありますが、概ね以下の内容の規定があり、本的には事前通知を前提として、経済情勢などを踏まえた変更の背景に合理性があるのであれば、期間途中であっても手数料規定を変更することは可能となっています。
- ・ 今回の変更の理由は、火災にしても傷害にしても損害率悪化による保険料引き上げを抑制するために付加率の約半分を占める商品別の基準代手率を引き下げようというものです。また、料率改定により代手実額自体はほぼ維持されることを前提にしていますので、社会常識からみても違和感はない、契約者から見れば当たり前、と見做されると考えておく必要があると思います。（弁護士意見）

（例 東京海上日動社委託契約書第 8 条）

当社は、代理店手数料に関し、本契約に定める事項その他必要な事項について、代理店手数料規定を定め、対象となる保険契約の始期日前に代理店に通知する。

（省略）

3 . 当社は、翌年度の代理店手数料規定を通知する前であっても、保険種類の追加、経済情勢の変動その他により必要と認められる場合には、あらかじめ代理店に通知することにより、代理店手数料規定を変更できる。

ただし、変更部分の効力は、変更通知日以降、始期または当社が別に定める始期応当日を迎える保険契約について効力を有する。（注 1）

(注1 過去ネットライフ生命が期間途中で手数料規定を変更し、引き下げを行ったことがあり、かつそれを通知日前に遡及適用したケースが裁判で争われましたが、判決では変更自体は有効とした上で遡及適用部分が信義則違反としたケースがあります)

・ そもそも代理店委託契約は、当事者間の信頼関係の存在を前提にした継続的な取引契約であります。(有期契約を自動継続していく仕立てになっています)それ故に、時間の経過とともに変わっていく社会環境や経済情勢の中で、委託契約の取り決め自体が未来永劫全く変わらない内容で続くと考えられることには無理があるため、環境変化に応じて取引条件も見直されることが想定されています。

(上記規定もそのような考えを反映したものです・一般的に他の同種契約も同じです)従って、通知により変更を求めること自体の法的な問題は、突き詰めても行き詰ることになってしまいます。

・ では代理店はどうか、ということになりますが、委託契約における当事者間の関係は対等であり、保険会社からでも代理店からでも解約できることが大きな特徴です。従って、保険会社が戦略上変更が必要として改定を求めても、代理店がそれにどうしても納得できない場合は、代理店としては今後の信頼関係を維持できないことにもなりますので、契約自体を解約し、取引先を変えるという選択をすることになります。(勿論、これは契約上の法的な話であり、お客さま対応上、簡単に選択できる道ではありません。また、仮にそうする場合は周到な事前準備 = 契約者対応、個人情報対応、委託保険会社の選択と条件調整など = と覚悟が必要であることは言うまでもありませんが、選択肢としてはある、ということです)

#### ○ 【ビジネスの問題】

- ・ 上記を踏まえると、本件はビジネスの問題と捉え、保険会社に「やり方」の改善を強く求めることが次善の策になると考えます。
- ・ 代理店にとって代手は唯一の収益源であり、その条件設定には極めて敏感であることは当然です。今回の基準代手率の引き下げは、そういう立場にいる代理店との取引条件を悪くするわけですから(この場合、条件自体の水準引き下げですから、保険料も上がるため代手実額は維持されるからいいでしょう とい話ではありません)、思いの籠っていない紙を配布して終わり、という対応

ではなく、「背景を客観的に数値を交えて丁寧に説明し、頭を下げて頼む」くらいの真摯な姿勢で納得してもらえるよう努力すべきであり、それがビジネスを行うものの礼儀であると考えます。

この先の国内市場のお客さま対応において、引き続き損保各社が代理店を主力販売基盤と位置付けるなら、冷徹な対応ではなく、相手の立場に立った人として思いや共感を感じられる対応を行って欲しいと思います。また、付加率は社費と代手で構成されますので、代手を削減する前に、社費削減でどのような努力をしてきたか、今もしているかについても具体的な数値を掲げて説明する必要があると思います。

併せて、こうした環境変化を踏まえて、代理店として事業の維持・発展のために取りうる戦略や具体的実行課題についても、ひざ詰めで論議に参画し、サポートして欲しいと思います。

- ・ 日本代協としては、こうした認識の下で、金子会長自ら大手 4 社の地域営業担当役員・部長に代理店対応上の「やり方」の改善を求めてまいります。（あいおいニッセイ同和社済・東京海上日動予定済・他は日程調整中）

（以上）

【Q5】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	東京代協			
質問者	役職	理事	氏名	藤田 徹
テーマ	代理店経営指導等について			
内容	<p>各保険会社では代理店のレベルアップを図るべく、色々な制度を導入してきています。</p> <p>然るにこれらの指導内容は然るべくマニュアル・指標に沿って行われるだけなので、実際の代理店のレベルアップにどれだけ役立っているのか疑問のところもあります。</p> <p>例えば 就業規則はありますか 経営理念はありますか 決算書を見せてください 毎月会議はやってますか～議事録はありますか etc.</p> <p>あまりにも当たり前で研修生を卒業して初めて法人化したレベルと、創業100年になるかという代理店を同じマニュアルで指導していくのは無理があると思います。</p> <p>また大企業のサラリーマンと従業員10人～100人の、それなりの歴史のあるプロ代理店では考え方、目指すものが違うのは致し方ないと思います。</p> <p>コンプライアンスの観点からの指導は保険会社主導で致し方ないところもありますが、経営指導はもっと別の視点や手法でしていただけるようにならないものかと感じています。</p>			

A5 【事前質問に対する回答・説明】

Q 5	代理店経営指導等	東京代協
-----	----------	------

- ご意見有難うございます。
  
- 代理店の課題は歴史や規模、置かれている現状、目指すビジョン等から様々であり、経営支援に関しては、個別対応が中心となることはご指摘の通りです。各保険会社においても、一定層以上の代理店に対しては、経営支援担当の専門職を配置し、個別に課題解決の支援を行っていること承知しています。その他の代理店に対しては、担当営業部門が経営支援を行う役割を担っていますが、代理店経営のスーパーバイザーでありプロデューサーであるべき社員の支援力にはバラつきがあり、均質で効果的なサポートが必ずしも実行できていない面があると感じています。

この点は保険会社も認識しており、営業体制の再構築に伴う社員の役割の高度化に合わせて社員教育等で補強していくものと思われませんが、日本代協としても必要な支援策を洗い出し、「代理店経営サポートデスク」を中心に提供していく方針です。会員の皆さまで具体的な支援策の希望がありましたらサポートデスクまでお寄せください。

- 一方で、コンプライアンスは経営戦略やビジネスモデルと表裏一体の関係にある最も重要な規範であり、保険会社としても指導内容に強く留意していると思いますが、実際の取り組みは、画一的・形式的な面があることは日本代協でも認識しております。どのような代理店か、には関係なく、求められているルールは一つであり、ミニマム（最低限の規範）でもありますので、画一的なことにも一定の合理性はあると考えます。しかしながらご指摘の通り、画一的＝形式的であっては何の意味もありません。代理店の現場は、人と人との関係の中で作り上げていくものですから、絵に描いたようにシナリオ通り進むことの方がまれであり、だからこそ、大事なことは形式ではなく実態の確保であると考えます。従って、今後は、このルールは何のためにあるのか 目的は何か 取組みの効果はでているのか 検証方法は 何を改善するか ...といった形でルールの本質を理解した上で、組織として



の実効性を確保する取り組みが主体にすべきと考えており、そうであればルールにも価値が出てくると  
思います。

- なお、代理店は事業者でありますので、自社の経営のあり方は自社で決める必要があります。  
保険会社は共通する課題に対する支援メニューを用意していますが、自社の実態に応じてこうしたメニューの中から選んで活用する、また、保険会社に必要な支援策の開発・提供を依頼する、あるいは、日本代協や商工会議所、中小企業診断士などの専門事業者が提供しているメニューから自社に最適なものを選択する等、代理店自身の取り組みを進める必要があり、求められているのは、代理店自身の企業としての「自立」と「自律」ではないかと考えます。

(以上)

【Q6】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	東京代協			
質問者	役職	理事	氏名	藤田 徹
テーマ	代理店の高齢化～継承対策について			
内容	<p>大正～昭和にかけて創業した歴史のある代理店には店主の年齢が高齢化してきています。</p> <p>保険会社はそれらの代理店の受け皿として保険会社主導の代理店を準備して、代理店店主・社員ごと吸収していく方向にあるのかと思います。</p> <p>これはある意味仕方のない方向でもありますが、一部の地域では必ずしも上手くいっておらず、契約がどんどん満期落ちしているような状況も聞き及びます。</p> <p>50年～100年ずっとご契約してきていただいたお客様が縁も所縁もない代理店に移管されてお客様にはまことにお気の毒なことでもあります。</p> <p>保険会社主導で出来ることは限りがあると思います。</p> <p>このような場合、代協のしかるべき窓口で代理店の立場を尊重しながら対応していくことは難しいでしょうか</p> <p>最近では商工会議所・商工会等で中小企業の事業継承に積極的に支援・相談等もしています。代協としても何らかの支援をいただければと思います。</p>			

## A 6 【事前質問に対する回答・説明】

Q 6	代理店の高齢化～継承対策	東京代協
-----	--------------	------

- ご意見有難うございます。ご指摘の点は重要な課題であると認識しています。
  
- 先ず、代理店の経営は経営者自身が覚悟を持って戦略と計画を考え、実行するものであり、保険会社に言われる前に、あるいは、言われるまでもなく、進めるべきものであると考えます。
  - 一方で、業法改正による体制整備の要請、顧客本位の業務運営の浸透と定着、内部監査機能の強化、デジタルの加速度的進化への対応など、代理店を取り巻く環境が大きく変わり、求められる課題も高度化・複雑化していきますので、日本代協としても現場の視点で、必要な支援策を投入していく方針です。
  - ご質問の高齢化対応や継承対策は、多くの専業代理店の過大であり、日本代協としても、保険会社施策を補完する形で、リタイアメントプランの事例提供や事業承継に係る会員支援施策を強化し、併せて、「代理店経営サポートデスク」にて個別相談に対応していく方針です。
  
- 事業承継・リタイアメントプランに係る現在の取り組み、今後の計画は以下の通りです。
  - ・ リタイアメントプランの好取組事例の収集・検討・提供（検討・提供は今後の課題）
  - ・ 日本代協アカデミーの情報コンテンツとして配信（アーカイブあり）…視聴下さい
  - ・ 「プロ代理店における事業継承の課題と対策」（20年10月データ版の冊子で提供）
  - ・ 「戦略的代理店合併の基本ガイド」（20年12月データ版の冊子で提供）
  - ・ 「代理店合併 Q&A」の提供（個別相談の際に該当項目のQAを提供）  
（現在103項目のQAあり・ご質問の労務関係についても12項目の照会事例について、社会保険労務士との相談結果を踏まえた日本代協版の回答は用意済み・必要あれば「代理店経営サポートデスク」までご連絡下さい）
  - ・ 「代理店経営未来塾（仮称）」の開講の検討（21年度施策予定・後継者育成コース）
  - ・ 日本代協アカデミーの中での好取組事例の動画による紹介（21年度施策予定）
  - ・ 日本 M&A センターの事業承継コンサル会社「Batonz」との提携（顧客企業の経営支援が狙いであるが、代理店自身も活用できる）（18年1月開始）
  
- リタイアメントや事業承継に係る代理店の課題は様々であり、個別性が強いいため、引き続き「代理店経営サポートデスク」（「代理店経営相談コーナー」）で電話による直接相談を含め、個別支援を行ってまいります。

- なお、会社によって戦略の違いから支援体制にバラつきはありますが、**専門代理店支援部署**や**専門ノウハウを有したグループ会社**があり、**合併、事業承継、高齢募集人対応、リタイアメントプラン**などの**具体的支援**を行っています。サポート内容をご確認の上、活用下さい。

(以上)

【Q7】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	奈良県代協			
質問者	役職	専務理事	氏名	藤井 高德
テーマ	自動車保険、スモールリペアについて			
内容	<p>これは、ある一会員様からの投稿です。スモールリペアについては過去に議論は尽くしたと、一蹴されるかもしれませんが、「代協」に期待を寄せる一会員の声ということで、あえて原文で投稿します。以下ご意見。</p> <p>昨今の自動車ディーラーの営業マンによる自動車保険の販売について 上記のスモールリペア(各ディーラーにより内容は違う)を全面にだした保険営業が目に見え余るように思う。実際に私は3～5件契約を奪われた。</p> <p>保険会社も、このスモールリペア専用の「自動車保険パンフレット」をディーラーに提供している事もあり「特定代理店への利益供与」とも取れる。</p> <p>公平な募集環境とはとても思えないので 日本代協から保険会社への是正、縮小、廃止を求めてもらえないか。</p> <p>以上、原文のまま。</p>			

## A 7 【事前質問に対する回答・説明】

Q 7	自動車保険、スモールリペア	奈良県代協
-----	---------------	-------

- ご意見有難うございます。
  
- 本件は、一般代理店にとっては競争上不公平と感じることは当然であり、日本代協としても過去何度も同じ案件を複数の弁護士に持ち込み、金融庁や保険会社とも論議を行ってきた事案ですが、当局の法的整理は下記の通りであり、「特別利益の提供」当たると解釈することは難しいというのが現実です。これを踏まえ、地域の代理店としては戦場を変えてお客さまから見た自社の価値提供のあり方を再構築することが必要であると考えます。
  
- 「特別利益の提供」の法的整理
  - ・ 業法 300 条 1 項 5 号では、保険会社・代理店（募集人）を名宛人として、「保険料の割引・割り戻し、その他特別の利益の提供」を禁止しています。これは、過当競争を排除して保険商品の認可制度を守るためです。（それが結果的に契約者保護につながるからです）
  - ・ ここでポイントとなるのは、提供されるものが、金銭なのか、物・サービスなのかの相違です。
    - 金銭であれば 1 円の割引でも業法違反となります。認可性の趣旨に反するからです。
    - 物・サービスの場合は、商品認可性への影響はないため、“社会通念上相当な範囲内”であれば提供可ということになります。一例がノベルティであり、損保業界では一般的に 1 契約 1500 円程度の物品であれば「特別な利益」には当たらないと慣例的に見做されており、実際にその水準で長年運用されています。“社会通念上妥当な範囲内”の水準については、民間事業者が法の趣旨に基づき、自ら判断すべきことであり、当局が見解を示すことはありませんが、ノベルティ競争は回避したいのが業界の共通認識であり、業界の慣例、慣習が一定の目安になって各社のルールに反映されています。

- ・ スモールリペアは「修理サービス」という役務を提供してもらえ、地位あるいは権利でありますので、の金銭には当たらず、の物・サービスの場合の判断基準、すなわち”社会的相当性の範囲内”か否かがポイントになります。
- ・ この点は過去金融庁においても当方の問題提起を受け、修理という役務の提供のための単価を保険会社に確認していますが、いずれも 1500 円を大きく下回っていた（ 1 ）模様であり、当局見解においても、スモールリペアは過度なサービス提供（ 2 ）でない限り、業法上の問題はないされており、これが前記の公式的な見解になっています。平たく言えば、ノベルティの範囲内ということになります。

（ 1 提供主体であるディーラーやメーカーが社資金を拠出して約定履行保証保険を付帯しており、この保険料算定基準がいずれも 1 台当たり 1500 円を大きく下回っていた模様です）

（ 2 概 3 万円の範囲内でも年間複数利用可、他の整備工場で修理後に修理代金を金銭で後払い、電子機器が付帯された高額な部品の取り換えサービスなど、実質的な金銭提供や 1 台当たり 1500 円程度の水準を大きく超える場合は問題となりえます）

- なお、顧客への物品・サービスの提供に関しては、一般的には景表法（景品等表示に関する法律）が適用され、一般事業者はこの範囲内で業務を行っていますが、ここでは取引価格の 10 分の 2 までの物品・サービスの提供が認められています。このため、保険業界は、業法 300 条 1 項 5 号の制限と景表法の制限を受ける二重規制になっています。有識者（学者、弁護士等）の中には、二重規制を排し、景表法の規制に一本化すべき（ 3 ）との強い主張もありますが、金融庁としては、ルールの目的や趣旨が異なるため、現時点で本枠組みを見直す = 業法を改正する = 意向はない模様です。

（ 3 景表法で取引価格の 2 割まで可ということになりますので、景品競争のような状態になれば、保険商品では代手分のファンドが吹き飛ぶことになります。従って、日本代協としても現行の二重規制の維持を求めています。ただし、そもそもの前提となる商品認可性が廃止されて全商品自由料率の世界になればこうした主張も難しくなるおそれはありますが、現状では認可制も含め、見直しの動きはありませんし、保険会社も家計商品に関しては現行の認可性維持が大方針だと思われま

すので、あくまでも”将来的な課題になりえる可能性がある”という程度の位置づけです)

○ 保険会社による専用パンフ提供の問題

- ・ 監督指針（ -4-2-2(17) ア）において、「拳績を志向するあまり…特定の代理店等に対する過度の便宜供与」は防止する措置を講じるよう保険会社に要請しています。（便宜供与自体を禁止しているわけではなく、「過度」という用語でその程度を問うている形です）
- ・ 本規制は、特定の代理店を獲得するための保険会社間の過当競争発生を防止するために設けられていると解されています。（顧客不在の競争は結果としてコストの増加を招き、顧客本位に反する）
- ・ 本件の場合、便宜供与にあたるか、過度と言えるか、が判断のポイントになります。 については、特定代理店用のパンフを作成していますので、便宜供与であることは明らかです。
- ・ については、規制の趣旨からすると、便宜供与の程度や当該代理店の貢献度等から、便宜供与自体に合理的理由があるか、という点を総合的に判断することになります。過去の判断事例を見ると、パンフ作成費の負担額が社会通念上妥当な額であり（一般的な印刷費として認容される額）、当該代理店の業績や会社施策への貢献度が高く、それ故に一定保険会社が費用負担を行ったとしても保険会社にとって相応の利益が見込まれる等の事情がある場合は、「過度」にはあたらないとされており、こうした事例から見ると、本件を「過度」の便宜供与とみなすのは困難ではないかと思われます。

○ 「ディーラー等の業者以外の代理店が同様のサービスを提供できるか」

- ・ 結論的には、代理店自体が役務の提供主体となりえず、仕組みの構築が難しいこと、また、仮にそこをクリアしたとしても提供主体でない代理店が約定履行保証保険を手配することは現実的に非常に難しく、引受保険会社もないと思われます。
- ・ また、選択提供はできませんので、例えば、@1,000 円としても 500 台を対象とすれば年間 50 万円の費用負担が必要になりますので、費用対効果の観点からどうか、という問題もあります。
- ・ こうした状況を踏まえると、一般代理店としては、自動車を取り巻くサービスをトータルで提供しようとするディーラーと同じ土俵（＝自動車を軸にしたバリューチェーン）で戦うよりも、顧客から見た時の



自社の存在価値が発揮できる場を作って顧客を囲い込む方が有効ではないかと考えます。それぞれお考えはあるところですが、すなわち、クルマという単品のリスクではなく、顧客（個人・企業）を取り巻くリスクの総体を把握し、リスクの回避・減少・保有と移転（保険やデリバティブ）をアドバイスしながら顧客全体の不安解消に貢献する、少し格好よく言い換えれば、保険契約手続き代行業からリスクマネジメント業への転換を図り、リスクの専門家としての価値・役割を発揮することで、コストも含めたお客様のリスク管理を最適化し、個々のライフサイクルに応じた豊かな人生に貢献する、ということではないかと考えます。

- ・ 見方を変えると、スモールリペアがあることを理由に当該ディーラーで車を買った人が全てディーラーで保険契約をしているわけではありませんので、なぜディーラー以外の代理店を選択しているのかという「買う方の視点」で自社の価値を見直し、強化することが重要ではないかと考えます。

（以上）

【Q8】

「代協会員懇談会」質問事項等事前報告書

代協名	東 京 代 協			
質問者	役職	理事	氏 名	藤田 徹
テーマ	口座振替手数料及び印紙代負担の在り方について			
内 容	<p>掲記については大阪代協・佐野様（ 下記東京代協事務局注 ）からのご質問及び回答については尤もと存じます。</p> <p>本件は弁護士も交えて代協の意見をまとめ、保険会社との折衝をしていくことが必要と思います。</p> <p>（ ）令和元年度の代協会員懇談会事前質問 Q2 に掲載の大阪代協・佐野様のご質問を念頭に。</p>			

A8 【事前質問に対する回答・説明】

Q 8	口座振替手数料・印紙代負担のあり方	東京代協
-----	-------------------	------

○ ご意見有難うございます。以下、ご回答します。

【口座振替手数料】

○ キャッシュレスがメインとなる中で銀行口座振替契約が多数を占めることになり、代理店の負担も増していることから不満は大きいと認識していますが（注1）、委託契約書上は「代理店負担」と明記されており、双方合意の上で成立している以上、現状の取り扱いが法的に問題であると主張することは難しい状況です。従って、本件は取引に関わる「ビジネス」の問題として交渉していくこととなります。

（注1 振替手数料は保険会社と銀行間の相対の交渉で決まり、結果に従うしかないのも納得感がない理由です。また、今後低金利を背景として収益が悪化している各銀行は、預金口座管理料の導入を行うなど、様々な手数料引き上げを目論むものと思われますので、保険会社に対する注意喚起が必要です）

○ 日本代協としては、委託委託契約書には「代理店から保険会社へ保険料精算を行う場合の振込手数料は会社負担」と明記されていることから、口座振替は保険料の領収と精算が同時に行われていると見做し、その費用は双方で応分の負担（具体的には折半）とするのが妥当ではないかと長年にわたり保険会社に対して要望を続けています。

しかしながら、保険会社は委託契約書上の規定の他、保険会社自体が口座振替に関して金融機関に支払っている接続料等のコストが増大していることなどを背景として（注2）、要望に応じられる環境にはないとしているのが現実です。どこか1社でも応じれば打開策も見いだせる機会になるので探ってきましたが、唯一会社負担としてきたA社が契約書に従い代理店負担に切り替えるなど、今のところ突破口は見いだせていないのが現実です。

（注2 保険会社によっ異なっていると思いますが、一契約当たりの保険会社コストは代理店負担額以上になっている模様です。保険会社もこうしたコスト負担はできる限り最小限に抑え込みたい意向であり、今後は共闘戦略もあり得ると考えます）

- 日本代協としては、デジタル化の進展の中で、こうした手数料がどこでどう動くか分かりませんので、今後も上記要望を繰り返し行っていく方針ですが、もう一つの展望として、デジタルの活用による口座振替以外の低コストな保険料領収の仕組みの開発を探る（働きかける）ことがあり、野村総研などの IT コンサルからの情報収集を継続します。（現状では未だ有益なアイデアは出ていません）
- なお、クレジットカード払いの加盟店手数料が大幅に引き下げられれば、解決策の一つになりますが、現状キャッシュレス化を背景にクレカ業界は強気な姿勢と言われており、ここでの道筋も見通せていないのが現状です。

【コンビニ払いの印紙代の負担者】

- 印紙代は委託契約書上、「保険会社負担」と明記されており、法的にも保険会社負担と解されています。しかしながら、コンビニ払については その金額が代理店に転化されている実態があり、問題だと認識しています。保険会社の対応も分かれており、あいおい、共栄、AIG、チャブは保険会社負担としていますが、それ以外の会社はコンビニに支払う手数料に印紙代をオンして代理店に請求しており、改善を求める必要があります。
- こうした認識の下で、日本代協としては、代理店負担としている会社とその改善を求めます。  
（現在、メガ損保 1 社に取扱いの法的見解を求めているところです）

（以上）