

「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
—我が国保険市場の健全な発展に向けて—

2024 年 6 月 25 日

I. はじめに.....	3
II. 顧客本位の業務運営の徹底.....	5
1. 大規模代理店に対する指導等の実効性の確保.....	5
2. 代理店手数料ポイント制度.....	7
3. 保険会社による保険代理店等への過度の便宜供与等の制限.....	8
(1) 保険代理店等に対する便宜供与の適正化.....	8
(2) 保険代理店への出向等の適正化.....	9
(3) 入庫紹介の適正化.....	10
4. 乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保.....	11
5. 保険代理店の兼業と保険金等支払管理部門の独立性確保等.....	12
III. 健全な競争環境の実現.....	14
1. 競争環境の歪みの是正.....	14
(1) 共同保険のビジネス慣行の適正化.....	14
(2) 政策保有株式の縮減及び便宜供与の適正化.....	15
2. 損害保険会社における態勢の確保.....	16
(1) 適切な営業推進態勢の確保.....	16
(2) 適切な保険引受管理態勢の確保.....	17
3. 企業内代理店のあり方.....	17
IV. その他の論点.....	20
1. 特別利益の提供の禁止.....	20
2. 個人の保険契約者に対するリスクマネジメントのインセンティブ付け.....	20
3. 企業のリスクマネジメント意識の向上.....	20
V. おわりに.....	22

「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」

メンバー等名簿

(第4回会議(2024年6月7日)現在)

座長	洲崎 博史	同志社大学大学院司法研究科教授
メンバー	大村 由紀子	弁護士(三浦法律事務所)
	金岡 京子	東京海洋大学理事・副学長
	嶋寺 基	弁護士(大江橋法律事務所)
	滝沢 明子	デロイト・トーマツ・コンサルティング合同会社 執行役員
	中出 哲	早稲田大学商学学術院教授
	永沢 裕美子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会代表理事副会長
	増山 啓	三菱重工業株式会社事業支援総括部 事業リスク管理部リスクマネージャー
	山下 徹哉	京都大学大学院法学研究科教授

オブザーバー 日本損害保険協会、外国損害保険協会、生命保険協会、
日本損害保険代理業協会、消費者庁、経済産業省、国土交通省

(敬称略・五十音順)

I. はじめに

一般に、損害保険は「一定の偶然の事故によって生ずることのある損害をてん補する」、すなわち、国民生活の安定や国民経済の健全な発展に不可欠な経済的補償機能を提供するものであり、損害保険会社は、こうした機能を適切かつ安定的に発揮する極めて重要な社会的役割を担っている。損害保険会社がこうした極めて重要な社会的役割を将来にわたって適切に果たしていくためには、損害保険会社自身が適切なガバナンス機能を備え、財務の健全性を持続的に確保できるようリスク管理を行うことはもとより、商品開発・募集・保全・支払の各場面において、保険契約者等の保護や顧客本位の業務運営を徹底することにより、国民からの信頼を得ることが求められる。

しかしながら、今般の度重なる不祥事により、損害保険業界に対する国民の信頼が大きく損なわれた。

保険金不正請求事案は、中古車販売店、自動車修理工場及び保険代理店を兼業していた株式会社ビッグモーターが、自動車修理工場として不正行為を行い、保険金を過大に請求していたという事実にとどまらない問題を提起した。一部の損害保険会社においては、保険代理店としての同社による保険契約の取扱件数等を過度に重視していたことから、不適切な査定簡略化や入庫紹介を行い、同社の不正請求を助長させていたほか、保険代理店としての同社に対する損害保険会社による実効的な教育・管理・指導（以下「指導等」という。）が実質的に機能していなかった。

保険料調整行為事案は、共同保険の組成過程において、複数の損害保険会社が入札前に保険料の事前調整を行うといった、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（昭和22年法律第54号）（以下「独占禁止法」という。）に抵触するおそれのある行為が幅広く行われていたものである。こうした不適切行為が行われた理由としては、単に損害保険会社や保険代理店において独占禁止法の知識が不足していたことのみならず、国内外で火災保険料が上昇する中で、経営陣からトップラインの維持とボトムラインの改善を同時に求められるなど、損害保険会社の営業担当者に対して強いプレッシャーが存在していたことや、政策保有株式や便宜供与といった保険以外の要因で共同保険の幹事やシェアが決まっていたこと等も認められている。

金融庁及び財務局は、これらの事案に対し、法令に基づき、業務改善命令等の一連の行政対応を行ってきた^{1,2}。業務改善命令の対象となった損害保険会社から、それぞれの事案に対応する業務改善計画が提出されたところ、現在、金融庁において、同計画の実施状況についてモニタリングが行われている。

¹ ビッグモーター社に対する損害保険代理店としての登録取消し (https://lfb.mof.go.jp/kantou/kinyuu/pagekt_cnt_20231120001.html) 及び損保ジャパン及びSOMPOホールディングスに対する業務改善命令 (<https://www.fsa.go.jp/news/r5/hoken/20240125/20240125.html>)

² 大手損害保険会社4社に対する業務改善命令 (<https://www.fsa.go.jp/news/r5/hoken/20231226/20231226.html>)

業務改善命令の対象となった損害保険会社において必要な対応が行われるべきことは当然であるが、業界全体に広がっている商慣行、及びそのような慣行が作り出してきた市場環境がこれらの不適切事案の大きな要因となっていたことを踏まえれば、個社による対応のみでは不十分であることは明らかである。こうした認識のもと、一般社団法人日本損害保険協会（以下「日本損害保険協会」という。）においても、業界全体として改善に向けた取り組みを進めているが、保険行政を担う金融庁及び財務局においても、制度やモニタリングのあり方を改めて点検し、必要に応じて見直していくことが求められる。

このような状況のもと、2024年3月から6月にかけて、「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」（以下「有識者会議」という。）を開催し、保険金不正請求事案及び保険料調整行為事案の真因等を踏まえ、顧客本位の業務運営の徹底や健全な競争環境の実現、ひいては我が国保険市場の健全な発展に向けた必要な取り組みについて、幅広く議論を行ってきた。

本報告書は、これまでの当有識者会議における有識者から提示された主な意見を整理し、公表するものである。

Ⅱ．顧客本位の業務運営の徹底

今般の保険金不正請求事案の背景には、以下の要因があったことが認められている。

- ・ 損害保険会社においては、多額の保険料収入をもたらす大規模乗合代理店に対する指導・管理・けん制機能が十分に働いておらず、大規模乗合代理店において、適正な保険募集管理態勢が整備されていないなど、大規模乗合代理店の業務品質が向上していなかった。
- ・ 代理店手数料ポイント制度について、規模や増収面を重視し、保険募集に係る顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質を必ずしも適切かつ十分に評価していないきらいがあった。
- ・ 損害保険会社の営業部門が、乗合代理店に便宜供与³を積極的に行い、同代理店がその見返りとして、顧客に対し同保険会社の商品を優先的に推奨するなどした結果、顧客の適切な商品選択が歪められていた。
- ・ 保険代理店が、保険金から役務の対価等の支払いを受ける事業（自動車修理工場等）を兼業しており、さらに、その大規模性が損害保険会社への影響力の源泉であることにより⁴、損害保険会社が、同事業における不正な修理費の請求に対して保険金の支払を許すといった、査定の簡略化を行っていた。

こうした要素が相互に関連し、損害保険会社や保険代理店において、顧客の利益よりも自社の利益を優先させた結果、不適切な保険募集が行われるなど、顧客本位の業務運営が実現されなかった。これらを踏まえ、顧客本位の業務運営の徹底に向けた取組みとして、以下の5つを柱として整理した。

1. 大規模代理店に対する指導等の実効性の確保

保険業法においては、保険会社に対して、保険募集の委託先である保険代理店を適切に指導等することを求めるとともに、保険代理店に対しても、保険募集の業務に関する態勢整備を求めている。また、「保険会社向けの総合的な監督指針」（以下「監督指針」という。）においては、適正な保険募集管理態勢を確立するため、保険代理店における内部監査や保険会社による代理店監査等を通じた保険募集の適切性の事後的な検証及び必要に応じた改善を求めている。

しかしながら、今般の事案では、損害保険会社が自社に大きな収益をもたらす一部の大規模な保険代理店との関係が悪化することによる営業面への影響を懸念するあまり、こうした保険代理店に対して、適切に指導等を行っておらず、そのような保険代理店の業務品質の向上が図られなかったことが、違法又は不適切な募集行為が多数認められる一因とな

³ 第2回事務局説明資料における「本業支援等」について、本報告書においては「便宜供与」という。

⁴ 他方、中小規模の自動車修理工場を兼業している保険代理店に対しては、事故により損傷した自動車の修理費用を算出する際に参照する工賃単価等を低く抑えられており、不公平な扱いがされていた、との指摘もある。

った。

こうした実態を踏まえ、まずは、損害保険会社においては、保険代理店における保険募集の適切性について、代理店監査等を通じて検証し、必要に応じて改善を求めるなど、保険代理店の規模やそれに基づく保険会社の営業面への影響の大きさにかかわらず保険代理店に対する指導等が適切に行われるよう、保険募集管理態勢を再構築し、その実効性を確保すべきである。

また、保険代理店に対する金融庁及び財務局のモニタリングについても、これまでは、人員の制約等により、一部の保険代理店に対するヒアリングや苦情分析にとどまっていたが、今般の事案を踏まえ、損害保険会社による保険代理店に対する指導等の状況についても、損害保険会社や保険代理店への立入検査を通じて検証するなど、金融庁及び財務局によるモニタリングを強化⁵ ⁶すべきである。

その上で、損害保険会社による保険代理店に対する指導等を補完する枠組みの構築を検討すべきである。例えば、保険代理店の業務品質を保険代理店と利害関係のない中立的な第三者が一定の基準に基づいて公正かつ適切に評価する業界共通の枠組み（以下「第三者評価」という。）を設けることを検討すべきである。また、第三者評価を検討するに際しては、それを実効的に機能させる観点から、以下のような点にも留意する必要があるとの指摘もある。

- 特に、損害保険会社による適切な指導等が行われないおそれのある大規模な保険代理店等に対して有効に機能するような仕組みや、それ以外の保険代理店への指導等においても損害保険会社が活用できる評価基準を検討すること⁷
- 評価基準や項目については、評価される側の保険代理店等の関係者を含めて、十分に検討する必要があること

加えて、日本損害保険協会においては、現在、同協会が実施している損害保険募集人の試験制度や継続教育をより高度化・厳格化するなど、損害保険募集人の資格制度の充実を図るべきである⁸。

さらに、保険募集人の募集品質の一層の向上を図る観点から、大規模な保険代理店に対するより厳格な態勢整備等を法令上の措置として求めることや、法令上に根拠を持つ自主

⁵ IMF による日本に対する金融セクター評価プログラムにおいては、金融庁に対し、保険監督に適切な人的リソースを配置し、立入検査を通常の監督プロセスの一部として実施すべきであること、及び大規模代理店等に対しては直接的な監督を行うなど、保険代理店等に対するリスクベースの監督業務のプロセスを開発すべきであること、との指摘もある。

⁶ 金融庁及び財務局において、保険会社及び代理店へのモニタリング強化のために必要な人員増強を行うべきである、との指摘もある。

⁷ 一般社団法人生命保険協会が運営する代理店業務品質評価運営は、業務品質をより向上させていくということに主眼が置かれているのに対し、今般の事案を踏まえた、保険代理店に対する第三者評価は、保険代理店としての業務品質の確保を求めるべき点に違いがある、といった指摘もある。

⁸ 損害保険募集人は、リスクの洗い出し・評価、リスクコントロール（回避・低減）、そして残余リスクに対する移転手段としての保険提案といったリスクマネジメントフレームワークを実践し、顧客のリスクマネージャーのような役割を果たしていくべき、との指摘もある。

規制機関等を設立することも視野に入れて検討を継続することが望まれる。

2. 代理店手数料ポイント制度

代理店手数料ポイント制度は、大手を中心とした損害保険会社が保険代理店に支払う代理店手数料を算出するために導入している枠組みであり、その仕組みや運用方法に関しては、損害保険会社と保険代理店との間の代理店委託契約に基づき、契約当事者間の協議・合意により決定されている。

こうした中、損害保険会社が、代理店手数料ポイント制度において、規模や増収面を重視し、保険募集に係る顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質を必ずしも適切かつ十分に評価していないきらいがあり、この仕組みが、大規模な保険代理店に業務品質を軽視する不適切な保険募集のインセンティブを与えているおそれがある。

今般の事案においても、

- 特定の損害保険会社において、登録取消要件に該当するような深刻な問題を抱えていた保険代理店に対し、獲得可能なポイントの上限値が他の販売チャネルよりも高くなるディーラーに準じた取扱いとしており、さらに、規模・増収の状況を中心的な判定要素とすることで高いポイントを適用していた
- また、同代理店に乗り合っていた他の損害保険会社においても、上記の損害保険会社の水準に手数料ポイントを揃える運用により、追隨しているケースがあったことが明らかになった。

そこで、代理店手数料ポイント制度については、保険市場の健全な発展という観点から、保険代理店自身にその業務品質の向上に向けたインセンティブが働く仕組みを設け、顧客からも、保険代理店の業務品質が確認できるような仕組みとすることが望ましい。

こうした観点から、損害保険会社においては、代理店手数料ポイント制度について、

- 「規模・増収」に偏ることなく「業務品質」を重視する
- 「業務品質」の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化ではなく、顧客にとってのサービス向上に資するものとする⁹

ことを、関係者と議論し、検討していくことが求められる。その際、代理店手数料ポイントの適切性確保に向けた動きを加速させるため、

- 前述の第三者評価に係る仕組みにおいて、一定の評価基準が示される場合は、その内容と連動させる
- 乗り合っている他の損害保険会社の手数料ポイントに追隨することで保険代理店における業務品質の向上に向けたインセンティブを阻害することがないようにする
- 損害保険会社において業務品質評価についての考え方を開示することや、保険代理店

⁹ 苦情や不祥事件届出等がどの程度発生しているのかということは反映されてしかるべき、といった指摘もある。

においても、特に大規模な保険代理店については、損害保険会社別の手数料総額等の開示を行う¹⁰

などの仕組みを設けることを検討することが望ましい。

3. 保険会社による保険代理店等への過度の便宜供与等の制限

(1) 保険代理店等に対する便宜供与の適正化

現在、損害保険会社は、保険代理店等¹¹からの物品等の購入、保険代理店等への役職員の出向や保険会社に在籍する役職員による保険代理店におけるバックオフィス業務等の代行等、保険代理店等に対して様々な形態での便宜供与を実施しているケースがある。

今般の事案では、損害保険会社が保険代理店に対して便宜供与を積極的に行い、同代理店が、その見返りとして、顧客に対して同保険会社の保険商品を優先的に推奨することによって、顧客の適切な商品選択が阻害され得ることが明らかになった¹²。

このため、損害保険会社は、顧客の適切な商品選択を確保する観点から、保険代理店等に対する便宜供与のうち、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものを解消する必要がある。具体的には、以下のような性質を有する便宜供与について、全てのケースにおいて確実に解消する必要がある¹³。

- 便宜供与の実績に応じて、保険代理店における保険取引の調整が行われる場合（ニギリ）
- 保険代理店等から物品等の販売数量の目標設定や購入数量の割当て等が行われる場合（ノルマ）

また、上記の類型に該当しない保険代理店等に対する便宜供与であっても、その価格、数量、頻度等の要素を総合的に勘案した上で、「実質的に」自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものについては、解消する必要がある。この該当性は、個々の事案ごとに判断されるべきものではあるが、例えば、具体的には、以下のような行為が該当するものと考えられる。

- 明示的なノルマはないものの、他の保険会社の購入実績との比較を提示されるなど暗黙の購入圧力を背景として、数量等の報告やとりまとめを伴う物品等の購入等を

¹⁰ 業務品質の評価割合を開示して市場の評価を受けることが考えられる。ただし、保険会社と保険代理店との報酬に関わる問題で、開示が適切でない場合、もしくは市場による評価が働かない場合は、金融庁及び財務局による保険会社のモニタリングにおいて、手数料ポイントにおける業務品質の評価割合に十分留意すべき、との指摘もある。

¹¹ 同代理店と人的又は資本的に密接な関係を有する者（親会社等）や主要な取引先を含む。

¹² 企業向け保険においても、便宜供与等の保険以外の要素が、例えば、共同保険のシェア等に影響を及ぼす場合があり、これにより、より良い保険契約の内容を提示することでシェアの獲得・拡大を目指すという、適正な競争に対する損害保険会社の営業担当者の意欲が損なわれたことが、保険料調整行為事案の一因になったとも考えられる。

¹³ 現在の監督指針においては、便宜供与について、特定の保険代理店に対するものが過度となれば、過当競争の弊害を招きかねないものとして、保険会社にこれを防止するための措置を講じることを求めている。

損害保険会社の役職員等が斡旋する行為

- 保険代理店が主催するイベント等において、損害保険会社の役職員等が保険業と関連性の低い役務を提供するかたちで参加・協力する行為
- 保険代理店が主催するイベント等において、損害保険会社の役職員等が休日や業務時間外に参加・協力する行為
- 本来は保険代理店等が負担すべき費用・業務を損害保険会社が負担する行為

こうした保険代理店等に対する過度の便宜供与を解消するために、まずは、各損害保険会社において、顧客の適切な商品選択を阻害し得る便宜供与を解消するための社内規程の策定等、実効的な態勢を整備することが重要である。

その上で、日本損害保険協会においても、こうした解消すべき便宜供与についての解釈が損害保険会社間で異なることのないよう、明確かつ具体的な基準を含めたガイドラインを策定するとともに、各損害保険会社の取組状況を定期的にフォローアップする仕組みを構築していく必要がある。また、この仕組みの実効性を確保する観点から、損害保険会社の役職員等からの通報窓口を設置することも重要である。

こうした業界を中心とする取組みを進めるにあたっては、金融庁も、業界から取組状況に関する報告を定期的に受けるなど、適切に関与する必要がある。

（２）保険代理店への出向等の適正化

現在、損害保険会社は、保険代理店に対して一定数の役職員を出向させて、保険募集に関する業務等に従事させているケースがある。また、出向以外にも、業界における長年の慣行として、保険会社の役職員が自社に在籍したまま、保険代理店におけるバックオフィス業務¹⁴等を代行するというケースもある。

これらの保険代理店への出向や保険代理店の業務の代行（以下「出向等」という。）については、保険代理店の業務品質の向上や顧客ニーズの発掘による商品開発への貢献等、保険代理店と損害保険会社の双方にとって利点があるとも考えられるが、他の便宜供与と同様に、それが過度なものであれば、顧客の適切な商品選択が阻害されるおそれがある。

したがって、損害保険会社から保険代理店への出向等についても、上記の趣旨に留意しつつ、顧客の適切な商品選択を確保する観点から、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもののほか、保険代理店としての自立に向けた動きを阻害するものは解消する必要がある。

¹⁴ 例えば、保険料の試算、保険契約に係る申込書の作成及び契約者からの照会対応等が含まれる。

具体的には、出向等以外の便宜供与と同様に、その出向等の実績に応じて、保険代理店等における保険取引の調整が行われるものや、保険代理店の業務の中核的な役割¹⁵を担う部署への長期にわたる出向等については、確実に解消する必要がある。

また、「実質的に」自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものとして、例えば、社会通念に照らして、出向する役職員の人数や出向の期間が適切と認められない場合や、保険代理店から損害保険会社に支払う出向負担金の水準が一般的な慣行に照らして一定程度低い場合についても、これに該当する出向等は解消する必要がある。

加えて、出向先が兼業代理店の場合、出向後に損害保険会社と利益相反が生じ得る業務に従事するといった、損害保険会社における利益相反管理の観点から不適切と考えられるケースも想定されるが、こうした出向等についても、解消する必要がある。

なお、出向等についても、その他の便宜供与と同様に、各損害保険会社において、代理店に対する出向等の適切性を確保するための態勢を整備することが重要である。また、日本損害保険協会においても、解消すべき出向等に係るガイドラインを策定するとともに、各損害保険会社の取組状況を定期的にフォローアップする仕組みを構築する必要がある。

（３）入庫紹介の適正化

損害保険会社は、顧客から自動車事故発生との連絡を受けた際、その顧客に自動車修理工場を紹介している（以下「入庫紹介」という。）。この入庫紹介は、顧客へ入庫・修理・支払までの迅速なサービスを提供するなどの観点から、顧客、損害保険会社及び自動車修理工場にそれぞれ利点がある慣行と考えられる。

他方、今般の事案では、損害保険会社が、入庫紹介の見返りとして、自動車修理工場を兼業する保険代理店を介して保険契約を獲得できることを期待して、顧客の意向や要望を確認することなく、多くの顧客に特定の自動車修理工場を紹介していたことや、特定の自動車修理工場で不正な修理費の請求が行われていたにもかかわらず、顧客に対して同自動車修理工場への紹介を継続していたなど、顧客の利益を損ねる不適切な事実が明らかになった。

このため、顧客本位の業務運営を徹底する観点から、損害保険会社において、適切な入庫紹介の実施を確保するにあたり、以下の内容について十分に留意する必要がある。

- 顧客が自動車修理工場を選択できることに関する顧客への明確な伝達

¹⁵ 営業企画や法令等遵守態勢の整備に係る業務等が該当する、との指摘もある。

- 顧客に自動車修理工場を紹介する際に、原則として複数社を紹介することや、それらを紹介する理由を説明すること
- 顧客に紹介する自動車修理工場の業務の適切性や品質を定期的に検証するとともに、入庫紹介を受けた顧客の意見等も踏まえた、入庫紹介の適切性を確認するための態勢の整備

なお、客観的な要素に基づく、顧客のニーズに沿った自動車修理工場の紹介を実現するという観点からは、各損害保険会社が、実際に自動車修理工場のサービスを利用した顧客による評価等を集約したデータベースを用いて、顧客に最適な自動車修理工場を紹介するシステムを構築するといった対応も考えられる、との指摘もある。

4. 乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保

保険業法においては、顧客ニーズの多様化や複数の商品を比較して保険への加入を検討するといった消費者行動の変化等を踏まえ、顧客が自らのニーズに合った保険に加入することを確保するため、乗合代理店に対して、顧客の意向等に基づき、複数の保険商品に関する情報提供を通じ、比較推奨販売を行うなどといった適切な保険募集を求めている。

しかしながら、今般の事案においては、3.(1)のとおり、乗合代理店が損害保険会社からの便宜供与の実績等の理由により、同損害保険会社の商品を推奨することを決定しておきながら、顧客に対して「特定の損害保険会社の事務に精通している」といった本来の理由¹⁶を隠した説明を行っていたなど、比較推奨販売に関する規定が不適切に運用されていたことも明らかになった。

こうした実態を踏まえ、損害保険会社に対して、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するための便宜供与を解消する態勢の整備を求めることに加え、乗合代理店に対して、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」(平成12年法律第101号)における顧客等に対する誠実義務の趣旨も踏まえ、適切な比較推奨販売を行うよう求める必要がある。

その際には、乗合代理店における保険募集の実務や募集形態等を踏まえた上で、様々なケースに応じた保険募集が適切に行われるよう、例えば、以下の点について検討すべきである。

- 保険募集人が、顧客に対して比較推奨を行う場合においては、顧客の意向を踏まえ、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客にとって最適と考えられるものを比較又は推奨提案し、比較に係る事項や提案の理由(単に「経営方針」等のみにとどまるのではな

¹⁶ 商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等に基づくことなく、特定の商品を顧客に提示・推奨する場合には、同提示・推奨の理由を分かりやすく説明することが求められている(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ)。

く、顧客の立場に立ち、その顧客にとって提案商品が最適と考えた具体的な理由）を分かりやすく説明する

- 保険募集人の提案する保険商品が、どのような商品群から選定された上で提案されているのかなどについて、顧客に対して、例えば、取り扱う保険商品の範囲、募集手数料に関する情報、乗り合っている保険会社のリスト等の情報を提供する

また、自動車保険について、顧客がその補償内容を十分に理解することは難しいといった指摘もある。このため、日本損害保険協会においては、顧客の関心も踏まえつつ、顧客の利益につながるような情報や保険商品選択の参考となる情報等をまとめたガイドブックを作成・配布するなど、保険リテラシーの向上に資する取組みを充実させるべきである。

5. 保険代理店の兼業と保険金等支払管理部門の独立性確保等

今般の事案では、保険代理店において、自動車修理工場等を兼業することで、損害保険会社に対して過大な修理費等を請求するインセンティブが生じていたことに加え、損害保険会社においては、営業偏重のスタンスが社内に浸透していたことが明らかとなった。これにより、損害保険会社において、多額の収入保険料をもたらす保険代理店に対して、保険金等支払管理態勢が適切に機能せず、過大な保険金が支払われた結果、保険契約者において本来必要の無い負担（保険料の増加）が生じていたおそれがある。

兼業代理店がその兼業という立場を利用して自らの利益を得るために顧客の利益を損なうことは許されるべきものではなく、また、兼業代理店はこのような利益相反が生じ得る事業構造であることを改めて認識する必要がある。今後、こうした事案の再発を防ぐとの観点からは、保険代理店の兼業を禁止することも考えられないではないが、それによって、顧客の利便性や自動車事故に係る被害者救済機能の低下といった弊害が生じ得ることを鑑みれば、保険代理店の兼業自体を禁止するのではなく、兼業に伴う弊害を適切に管理することが合理的である。したがって、損害保険会社及び保険代理店において、以下のような、兼業に伴う弊害を防止するための措置を講じる必要がある。

- 保険代理店を営む企業において、同企業内における保険契約者等の利益を損ね得る事業を特定した上で、その管理方針を策定・開示すること
- 損害保険会社において、業務委託先である保険代理店を営む企業との関係を踏まえた利益相反に係る管理方針を策定し、その内容をウェブサイト等で公表すること

また、前述のとおり、損害保険会社における保険金等支払管理態勢の整備は、過大な保険金の支払の未然防止に資することから、損害保険会社において、迅速な支払の重要性にも十分に留意しつつ、以下のような、適切な保険金等の支払を確保するための措置を講じ

る必要がある¹⁷。

- 営業部門と支払管理部門間の不必要な情報連携の防止、営業部門から支払管理部門に対する不当な介入の排除、アジャスター等の専門家の適切な配置や活用
- 板金作業・部品交換等の損害事実に係る証拠の十分な検証等不正な保険金の請求に関する適切な検証態勢の確保

加えて、損害保険会社における適切な保険金等支払管理態勢の構築に関しては、

- 近年、保険会社が経営の効率化を進める中で、支払管理部門がコストカットによる削減対象になりやすい
- 過去の不払事案の対応を経て、早期の保険金の支払を重視する観点から、支払の正当性に疑義が残る事案であっても、保険金を支払っているおそれがある

といった指摘もある。

そのため、例えば、約款の支払事由該当性の解釈に争いがあるような事案であるにもかかわらず、支払事由に該当するとして高額の保険金を支払った事案等について、保険会社において同判断に係る妥当性を検証することで、営業部門による支払管理部門に対する不適切な介入をけん制するなどして、保険契約者間の公平性を確保することが重要である。

¹⁷ 中長期的な取組みとして、保険金支払査定において AI を利用するなどして客観化を図ることにより、支払管理部門に対する営業部門の影響を排除すべき、といった指摘もある。

Ⅲ．健全な競争環境の実現

今般の保険料調整行為事案の背景には、以下の要因が認められている。

- ・ 企業向け保険市場において、企業向け保険の取扱いが大手損害保険会社4社に集中しており、その営業担当者間で接触機会が多かったこと、幹事となる損害保険会社の保険料を基準として組成される共同保険のビジネス慣行や、顧客企業との関係において、政策保有株式や便宜供与の実績といった保険以外の要素がシェアに影響を及ぼしていること等の環境要因により、営業担当者の適正な競争に対する意欲が減退していた。
- ・ 損害保険会社において、役職員や保険代理店等に対する独占禁止法等に関する教育等が不足していたのみならず、適切な法令等遵守態勢、営業推進態勢及び保険引受管理態勢が確保されていなかったことなどにより、独占禁止法等の抵触等リスクが発現しやすい環境にあったが、経営陣は、そのリスクを把握しておらず、適切に検討や対応をしていなかった。
- ・ 企業内代理店が、損害保険会社の代理店である一方で、企業グループに属し、その立場が構造的に不明確なものとなっており、一部の事案では、企業内代理店を介した競合他社との競争関係情報のやり取りが発生するなど、独占禁止法の抵触リスクを高めていたおそれがあった。

こうした要素が相互に影響した結果、損害保険会社の営業担当者が、保険商品や保険サービス自体で適正に競争を行うよりも、保険料水準やシェアを維持するため、競争を避け、事前に保険料等を調整したケースがみられた。このような観点から、独占禁止法等に抵触するリスクの低減及び健全な競争環境の実現に向けた取組みは、以下の3つの柱に整理される。

1．競争環境の歪みの是正

（1）共同保険のビジネス慣行の適正化

共同保険とは、一つの契約に対し複数の保険会社が共同して引受を行う保険契約形態であり、実務上は、複数の保険会社が引受の意思を示した際、顧客企業が各損害保険会社から提示される引受条件や応札価格を検討し、その中から入札価格等の契約条件並びに幹事会社及び非幹事会社を決定した上で、幹事会社及び非幹事会社に対して引受割合を提示し、共同で引き受けるよう要請することが一般的である。

今般の事案においては、共同保険組成過程において、損害保険会社が損害調査を入札前に共同で実施するといった慣行や前述の環境要因により、損害保険会社の営業担当者が、保険料水準やシェアを維持するために競争を避け、保険料調整行為を行っていたことが明らかとなった。

このため、損害保険会社においては、企業向け保険市場の参加者等とともに、独占禁

止法抵触リスクを低減する観点から、共同保険組成過程において、営業担当者間で競争関連情報等の情報を交換しやすい状況下で、低い保険料を提示した幹事会社に他の損害保険会社が保険料を合わせるといった従来のビジネス慣行を見直すべきであり、例えば、シンジケートローン^{18, 19}を参考にした方式や、各損害保険会社の保険料を統一せずに共同保険を組成する方式にすることが考えられる²⁰。

このほか、実際には損害保険会社が単独で保険契約を引き受けられるにもかかわらず、便宜供与等の保険以外の要因を背景に、敢えて共同保険を組成している慣行もあるが、公正な競争環境を確保する観点から、このような慣行は是正されるべきである。

（２）政策保有株式の縮減及び便宜供与の適正化

前述のとおり、今般の事案では、企業向け保険の入札等において、政策保有株式や便宜供与の実績が少なからずシェアに影響を及ぼしており、損害保険会社の営業担当者の適正な競争に対する意欲を阻害していたことが明らかとなった。

保険市場において、公正な競争を阻害する要因となり得るような政策保有株式の保有や便宜供与は見直していく必要がある。

政策保有株式の縮減については、大手損害保険会社４社から、政策保有株式の縮減に向けた業務改善計画が提出されているが、今後、金融庁として同計画をフォローアップする必要があるところ、その際には、例えば、本来は政策保有目的で保有しているにもかかわらず、純投資に区分されるなどして、実質的に政策保有株式の保有が継続することのないよう、金融庁が適切にモニタリングすることが重要である。

また、保険代理店等に対する便宜供与については、前述のとおり、公正な競争環境を確保する観点からも、Ⅱ３（１）及び（２）記載の保険代理店等に対する便宜供与と同様の解消措置を講ずるべきである。

¹⁸ 顧客企業が、アレンジャーとの間で保険料・引受限度額等を一定の幅の中で合意しつつ、アレンジャーに対して具体的な共同保険の組成を委託するもの。アレンジャーと参加保険会社との間で秘密保持契約を締結した上で、アレンジャーが参加保険会社に対し顧客企業が承諾した情報のみを提供しつつ、参加保険会社の引受可能なシェアを考慮しながら、各損害保険会社と交渉して共同保険を組成する。また、参加保険会社各社の引受可能シェアの合計が100%に満たない場合には、アレンジャーは、全体の契約内容条件について、顧客企業と再交渉することもある。

¹⁹ 同方式を参考にするにあたっては、アレンジャーの主体、アレンジャーフィーの有無、適正なアレンジャーフィーの設定方法及びアレンジャーが各損害保険会社に対して情報共有する範囲・方法等を検討することが望ましいとの指摘もある。

²⁰ このほか、保険仲立人又は保険代理店が、顧客から委託を受け又は代理して、全体の保険引受金額を数段階の階層に分けた上で、各損害保険会社が各階層部分を引き受けるレイヤー方式を活用することも考えられる。

2. 損害保険会社における態勢の確保

今般の事案では、前述のとおり、損害保険会社において、従業員や保険代理店等に対する独占禁止法等に関する教育等が不足していたのみならず、コンプライアンス部門や内部監査部門等のけん制機能が働いていなかったことが明らかとなった。

損害保険会社の経営陣においては、ビジネスモデル・経営戦略を検討する際には、損害保険業が国民の信頼を前提に成り立っていることを踏まえ、コンプライアンス・リスクやコンダクト・リスクは当然として、その社会的責任をより一層自覚し、あらゆるリスクについて幅広く検討する必要がある。特に、今般の事案を踏まえれば、損害保険会社や保険代理店においては、独占禁止法等を遵守するための適切な法令等遵守態勢を確立し、その実効性を確保することに加え、以下（１）及び（２）の点についても適切に対応すべきである。

さらに、損害保険会社では、近年の自然災害の頻発・激甚化を受け、企業向け保険市場における火災保険の赤字が継続する一方で、自動車保険を含むその他の保険種目の黒字で全体の利益を確保しており、こうした状況が損害保険会社の営業推進態勢や保険引受管理態勢に影響を与えてきたと考えられるところ、損害保険会社のビジネスモデルの持続可能性の確保等の観点から、こうした状況を是正していく方策も引き続き検討すべきである。

（１）適切な営業推進態勢の確保

今般の事案では、近年の自然災害の頻発・激甚化を受け、火災保険の赤字が常態化する中、営業部門では、以下のようなプレッシャーが強まっていた結果、各損害保険会社の営業担当者が、リスクに応じた適切な保険料を提示することが困難になり、保険料調整行為を行うインセンティブが高まっていたことが明らかとなった。

- 損害保険会社の方針としてボトムライン（利益）重視に舵を切る又は向上させる取組みを強化していく中で、保険料の値上げや補償内容の縮小等、顧客企業との交渉の必要性が増し、負担が大きくなっていたこと
- 企業向け保険では、新規契約の割合が小さく、更改契約での脱落を新規契約獲得で挽回しにくい状況にあり、大口契約になるほど、更改契約を落とせないというプレッシャーが年々強まっていたこと

このため、損害保険会社においては、コンプライアンス上、不適切なインセンティブとならない評価体系（営業目標、人事・業績評価等）の策定等を通じて、適切な営業推進態勢を構築すべきである。さらに、経営陣においても自社の営業推進態勢が適切に確保されているか、検証するべきとの指摘もある。

（２）適切な保険引受管理態勢の確保

損害保険会社においては、前述のような営業部門におけるプレッシャーが高まる状況であっても、リスクに応じた適切な保険料を提示するため、損害保険会社における保険引受管理態勢を一層強化すべきである。

事後的に利益が確定するという損害保険契約の性質に鑑みると、ボトムラインに基づく評価は難しいものの、適切な採算管理を行う観点から、例えば、損害保険会社は、

- 各商品における適切な単位での収支分析
- 再保険会社からの評価を踏まえたポートフォリオ全体の分析

等を実施することが望ましく、さらに、金融庁においても、各損害保険会社の保険引受管理態勢が適切に確保されているかをモニタリングすることが重要である。

３．企業内代理店のあり方

企業内代理店²¹は、損害保険会社の代理店である一方、顧客企業と密接な人的・資本的関係を有しており、その立場が不明確であるところ、今般の保険料調整行為事案においては、これが独占禁止法の抵触リスクを高める一つの要因となるおそれがあることが明らかになった。

ただし、企業内代理店は、その立場が不明確であるとは言え、人的・資本的関係を踏まえれば、保険契約者である顧客企業の立場に立つものであるとみられることが一般的である。そうした前提のもとで、損害保険会社が顧客企業グループの一員である企業内代理店を適切に指導等することは困難であり、その結果、保険代理店としての実務能力の向上が図られていないのではないかという指摘もある。

本来、こうした実務能力の乏しい保険代理店は、公正な競争環境のもとでは淘汰されていくのが自然である。しかしながら、そうした保険代理店であっても、グループ企業等への保険募集を行ってさえいれば、損害保険会社から一定の手数料収入を安定的に得られ、保険代理店として存続していけるのが実態である。その結果、企業向け保険市場における保険仲立人や他の保険代理店の参入の妨げになり、公正な競争が行われていないなど、企業向け保険市場の競争環境に歪みが生じているおそれがあるものと考えられる。

企業内代理店は、戦前からの損害保険市場における効率的な保険募集の実現に一定の役割を果たしてきたが、損害保険市場を巡る環境が大きく変わる中で、その役割を終えつつあるとの指摘もある。企業内代理店は、保険代理店としての実務能力を高めるとともに、グループ企業内マーケットへの依存をやめ、自立した保険代理店として、保険仲立人や他

²¹ 多くの国内企業において、こうした保険代理店が設置されていると見られるが、その役割や規模、組織形態は多様であり、各損害保険会社での定義も区々となっており、その分類・整理が統一されていない。

の保険代理店と公正な競争を行っていけるようになることが重要であり、これが保険代理店としてのあるべき姿であることから、それを実現するための環境を整備していくことが重要と考えられる²²。

他方、企業グループ外への保険募集を拡大させる方針を掲げるなど、その自立を図ろうとする強い意志を持つ企業内代理店も存在することにも留意する必要がある、関係者と緊密に連携しながら、その取組みを適切に進めていくことが重要である。

こうした考え方にに基づき、まずは、今般の事案の再発防止の観点から、企業内代理店の立場を明確化した上で、企業内代理店を介した情報共有に関する適切なルールを策定することが重要であり、大手損害保険会社4社は、金融庁に提出した業務改善計画に従って、その取組みを着実に進めるべきである。

その上で、企業内代理店の自立を促し、企業向け保険市場における公正な競争環境を確保する観点から、企業向け保険分野における関係者においては、以下の取組みを進める必要がある。

損害保険会社においては、その役職員が保険代理店の業務を代行する慣行について、それが無償かつ継続的に実施されるなど、保険代理店としての実務能力の向上を妨げるものは確実に解消する必要がある。また、顧客企業側の立場に立つ企業内代理店であっても、その実務能力の向上のため、一保険代理店として適切な指導・監督を行う態勢を改めて整備すべきである²³。

損害保険会社による適切な指導・監督によっても、実務能力の向上が図られず、自立も見込めない企業内代理店に対しては、代理店委託の是非を検証することを含め、損害保険会社として、企業向け保険市場の健全な競争環境を実現するために、どのような対応が期待されるのかとの観点から、対応を検討するべきである。

日本損害保険協会においては、前述のとおり、損害保険会社の役職員による保険代理店の業務の代行を含む便宜供与を解消するためのガイドラインの策定や、損害保険募集人のための資格制度の充実を図るための取組みを進めるべきである。

さらに、企業内代理店の自立を促す観点からは、特定契約比率規制²⁴を見直すことも必

²² 損害保険会社から企業内代理店に支払われる手数料について、保険料の増加が手数料の増加につながる報酬体系を見直し、企業内代理店が果たした役割に応じた金額を設定できるようにすることが、企業内代理店の双方代理問題を解消する一助となる、との指摘もある。

²³ 具体的には、保険代理店における保険募集の適切性について、内部監査や代理店監査等による検証や、必要に応じて改善を求めるなど。また、損害保険会社による保険代理店に対する指導等を補完的する枠組みも活用していくことが考えられる。

²⁴ 監督指針において、保険代理店に対し、保険料の実質的な割引等を防止するとともに、保険代理店としての自立を促す観点から、特定契約（保険代理店が、自らと人的又は資本的に密接な関係を有する者を保険契約者又は被保険者とする保険契約）を一定程度の割合に

要である。具体的には、比率の計算にあたって、一部の保険代理店の対象保険種目等を限定する経過措置²⁵については、近年の賠償責任保険やサイバー保険等といった新種保険の需要増加等の環境変化も踏まえると、現在の企業向け保険市場の実態に即していないといえることから、一定の準備期間を確保した上で、早急に撤廃すべきである。また、特定契約比率規制の対象となる「特定者」²⁶の対象範囲についても、企業内代理店の実態把握を早急に進め、その影響を分析した上で、例えば、連結決算の対象となるグループ企業の範囲全体へ拡大するなど、そのあり方を検討すべきである。

なお、企業内代理店における実務能力の向上が図られ、一定程度自立が進んだとしても、その立場が不明確であることによる競争環境の歪みは残ることとなる。したがって、こうした歪みを是正する観点から、保険代理店の果たす役割に応じた手数料体系のあり方²⁷についても検討を続けるべきである。このほか、企業向け保険市場の更なる発展を図る観点から、保険仲立人の活用を促進するための施策²⁸もあわせて検討を続けるべきである。

抑制することを求めるもの。損害保険会社は保険代理店における同規制の遵守状況を確認することとしている。

²⁵ 1996年3月31日以前に登録されたもの等の一定の要件を満たす保険代理店には、特定契約の対象を自動車・火災・傷害保険に限定する経過措置が置かれている。

²⁶ 保険代理店と役職員の兼務関係がある法人や保険代理店への出資比率が30%を超えるなどの要件を満たす者。

²⁷ 保険代理店や保険仲立人といった保険仲介者に支払われる手数料体系について、役務に応じた（フィーベースの）報酬体系とすることを検討してはどうか、との指摘もある。

²⁸ 保険仲立人は、監督指針上、保険会社から保険契約の締結の媒介に関する手数料等の報酬を受け取るものとなっている（監督指針V-4-4(1)）が、保険仲立人の活用を促進する観点から、このような規定は見直すべきではないか、との指摘もある。

IV. その他の論点

1. 特別利益の提供の禁止

保険業法においては、保険会社又は保険募集人等が、保険契約の締結又は保険募集に関し、保険契約者又は被保険者に対して、保険料の割引、割戻し、その他特別の利益の提供を行うことは保険契約者間の公平性等の観点から禁止されており、各種サービスや物品の提供にあたっては、これに留意する必要がある。

しかしながら、今般の事案においては、保険加入を条件に車両価格を値引くなどの行為を行っていた旨の指摘もあるほか、一部の保険代理店においては、保険契約を獲得するために、保険契約者間の公平性を損なうようなサービスが行われているとの指摘もある。

これらの行為が特別利益の提供に該当するか否かは、個々の事案ごとに判断されるべきものではあるが、国民の損害保険業界に対する信頼を回復する観点から、保険契約者間の公平性を確保するための対応を検討すべきとの指摘もある。

2. 個人の保険契約者に対するリスクマネジメントのインセンティブ付け

個人に保険商品を販売する際に、個々の保険契約者に対して、保険契約者自身のリスクマネジメントの向上に資するインセンティブが働くような保険となっているか、という視点での取組みが必要と考えられる。

例えば、自動車保険について、少額事故の場合に保険金請求をしないという判断をする契約者が相応に存在するが、これは、事故による損害額の大きさにかかわらず、3等級下がるという業界ルールがその大きな要因となっていることが考えられる²⁹。少額事故であれば免責とする、という選択肢を保険募集時に示すと同時に、前述の業界ルールを変更し、保険料に損害額の多寡という視点を入れることで、保険契約者自身のリスクマネジメントの向上に資する³⁰、との指摘もある。

3. 企業のリスクマネジメント意識の向上

近年、株主構成や事業リスクが多様化するなど、日本企業を取り巻く経営環境が大きく変化する中で、企業による主体的なリスクマネジメントの重要性が高まっている。し

²⁹ 個人向けの火災保険等には等級制度すら存在せず、このことも保険契約者のリスクマネジメントの向上が図られない一因であるとの指摘もある。

³⁰ 現行の、支払保険金の額にかかわらず、事故歴によってのみ保険料が決まる仕組みを、例えば、支払保険金の額の多寡に応じて等級ダウン率を変える仕組みに改めることなどが考えられる。

かしながら、こうした環境変化が進む中であっても、日本企業におけるリスクマネジメントの取組みは漸進的な変化にとどまっているとの指摘³¹もある。企業においては、こうした指摘も踏まえ、自らのリスクマネジメントに係る取組みを強化していく必要がある。

その際、保険はリスクマネジメントの重要な手段の一つであるところ、その活用にあたっては、リスクマネジメントサイクルの実践、すなわち自社のリスクを網羅的に洗い出して評価をした上で、リスク回避・低減策を行い、その残余リスクに対するリスク移転の手段として、各企業のリスクアペタイト、財務体力を考慮して適切な保険商品を購入すべきであるが、自社の事業の変化に応じて、その付保範囲等を定期的に見直していくことも肝要である。また、保険商品を適切に選択しないと、事故発生時に適切な損害のてん補が受けられないこととなり、保険の付保範囲の適切性等をめぐり、企業の経営層が株主から経営責任を問われるような事態に発展しかねないことにも留意する必要がある。

損害保険会社、保険代理店及び保険仲立人においては、リスクマネジメントの高度化に取り組む企業に対して、自らが有するリスクマネジメントや保険商品に係る知見を共有するなどにより、積極的な支援を行っていくことが望まれる。

さらに、損害保険会社が不適切な便宜供与等ではなく、企業にとって良質な商品を提供することで、企業のリスクマネジメントに貢献することが期待されるのは当然のこととして、その一方で、高度なリスクマネジメントの態勢を有する企業を対象とする規制の見直し等により、企業のリスクマネジメントに対する意識を高める取組みを検討することも考えられるとの指摘もある。

³¹ 慶應義塾大学商学部教授 柳瀬典由「日本企業のリスクマネジメントに関する実態調査」(<https://sites.google.com/keio.jp/erm/>)

V. おわりに

保険金不正請求事案や保険料調整行為事案の真因となった課題を解決し、損害保険業界において顧客本位の業務運営が徹底され、また健全な競争環境を実現するために、これまでの当有識者会議における議論を踏まえ、直ちに実現可能なものについては速やかに実施に向けた作業が進められること、更なる調査・分析が必要なものについては関係者において速やかに調査等が行われることを求めたい。

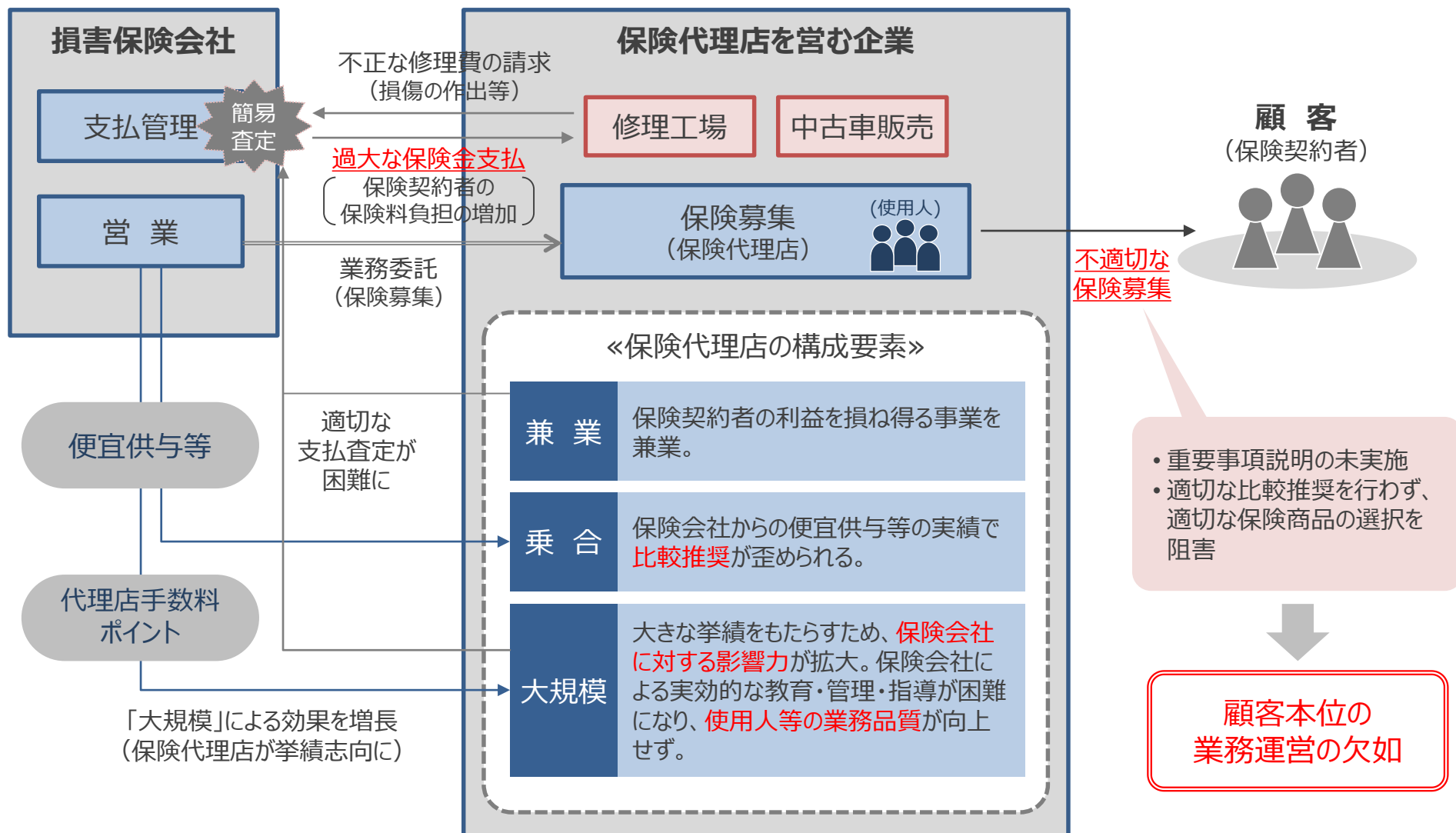
さらに、法律改正が必要と考えられる論点については、今回の当有識者会議で十分に議論しきれなかった論点も含め、今後、金融審議会の開催も視野に、金融庁を中心に必要な対応が行われることを期待したい。

今後、当有識者会議の議論や将来実施される制度やモニタリングのあり方についての見直しを踏まえ、損害保険業界全体として業務改善のための不断の取り組みが行われるとともに、損害保険業界のみならず金融庁、財務局、保険契約者及び企業等を含むステークホルダー全体への影響を注視しながら PDCA を適切に実施することで、必要に応じ追加的な措置を検討していくべきである。

こうした取り組みを通じて、損害保険会社自身が適切なガバナンス機能を発揮し、保険契約者等の保護や顧客本位の業務運営を徹底することで、国民からの信頼を早急に回復するとともに、健全な競争環境を実現し、保険市場全体が持続的に発展することで、我が国の損害保険が国民生活の安定・経済の発展に貢献することを、強く期待したい。

(参考 1) 保険金不正請求事案で認められた課題

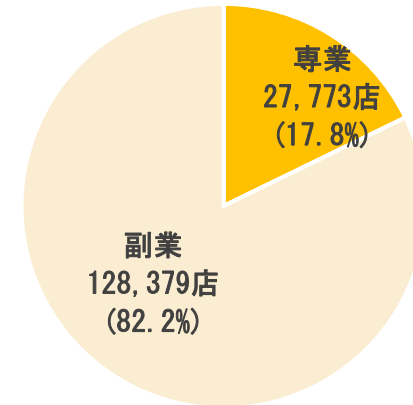
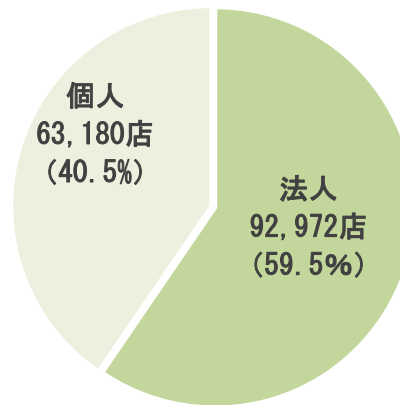
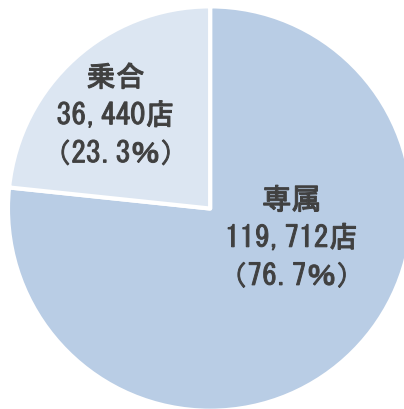
＜今般の保険金不正請求事案に関する各種の課題の関係性＞



(参考2) 損害保険代理店の兼業・専業の別、兼業の場合の業種別データ

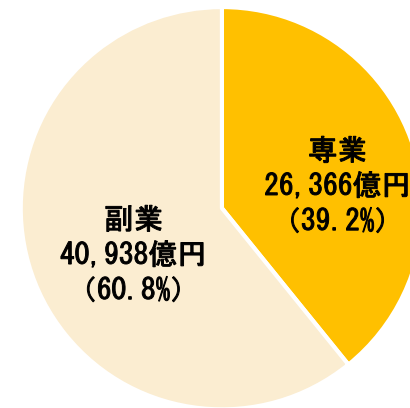
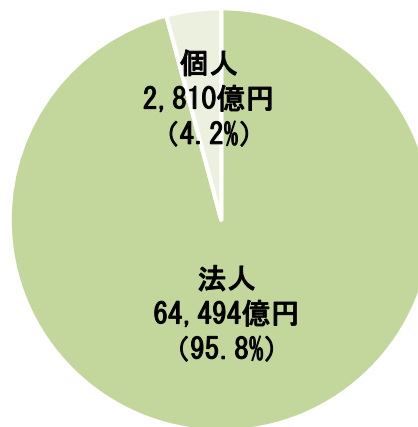
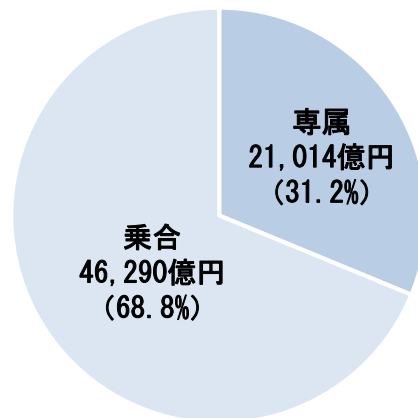
損害保険代理店数及びその内訳

▶ 損害保険代理店数：15万6,152店（2022年度末）



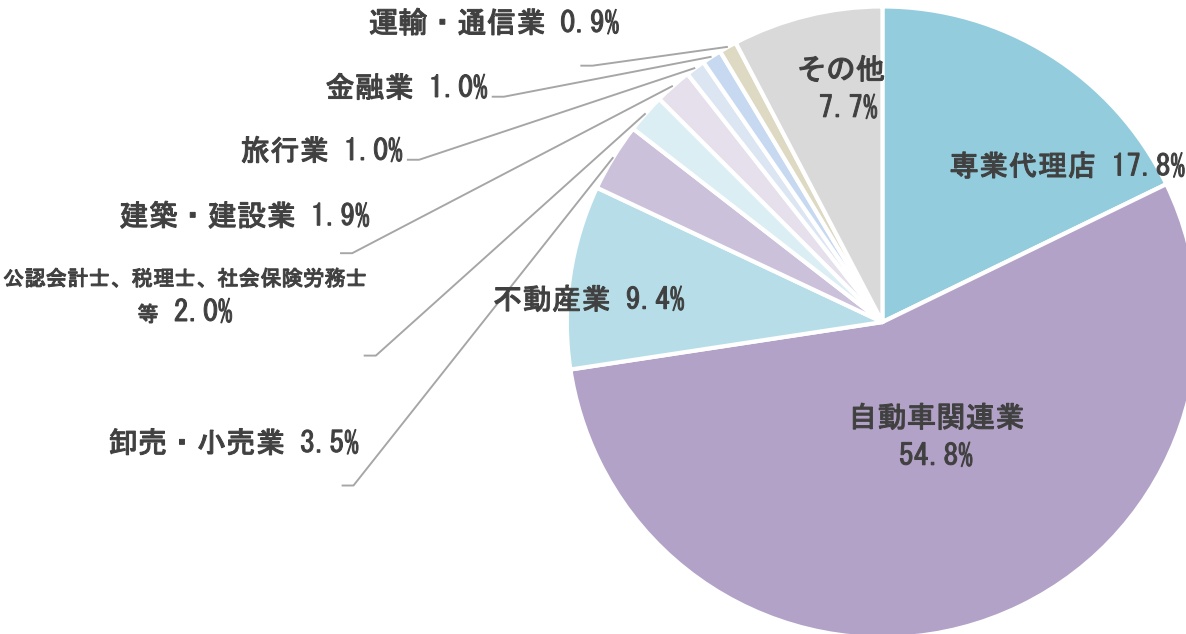
損害保険取扱保険料及びその内訳

▶ 損害保険取扱保険料：67,305億円（2022年度末）



(参考2) 損害保険代理店の兼業・専業の別、兼業の場合の業種別データ

チャネル別の構成比



参考 損害保険が契約できるお店・場所について (2023年3月末現在)

損害保険契約ができるお店・場所の種類	店数	構成比
保険商品の販売を専門に行う代理店(専業代理店)	27,838	17.8%
自動車関連業(自動車販売店、自動車整備工場)	85,521	54.8%
不動産業(賃貸住宅取扱会社、住宅販売会社)	14,719	9.4%
卸売・小売業(自動車関連業を除く)	5,472	3.5%
公認会計士、税理士、社会保険労務士等	3,091	2.0%
建築・建設業	2,936	1.9%
旅行業(旅行会社、旅行代理店)	1,602	1.0%
金融業(銀行等、銀行等の子会社、生命保険会社、消費者金融会社)	1,572	1.0%
うち銀行等(銀行、信用金庫、信用組合、農協)	(1,000)	(0.6%)
運輸・通信業	1,374	0.9%
その他(製造業、サービス業等)	12,027	7.7%

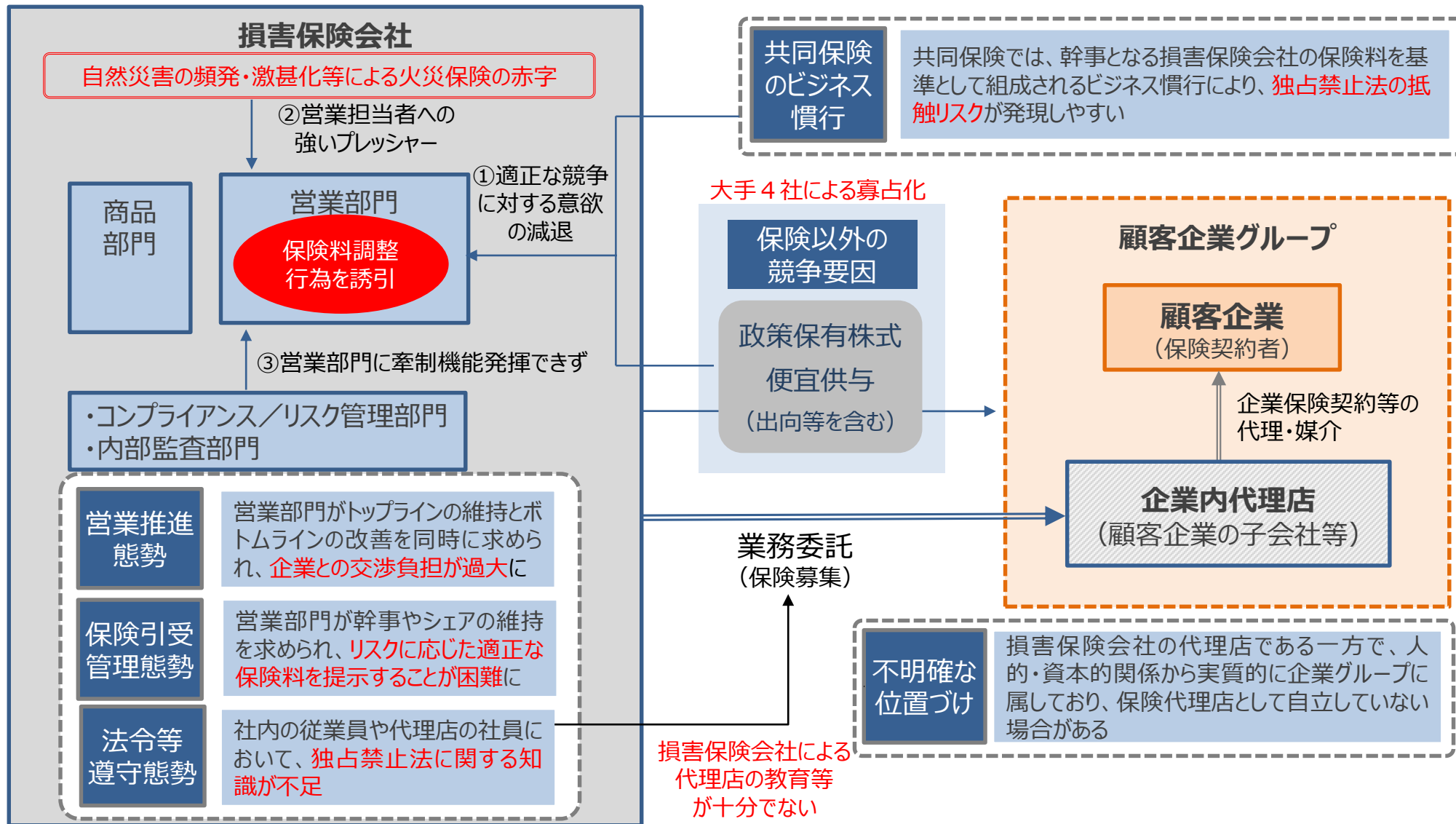
合計 156,152 100.0%

(注1) 「2022年度末 代理店数の内訳」図中の専業代理店数(27,773店)と、上記表中の専業代理店数(27,838店)が異なっている。これは、「代理店数の内訳」と「チャネル別の構成比」の統計において、損害保険と生命保険の両方を販売している代理店の計上方法(専業または副業の区分)が異なっていることが理由。

(注2) 専業代理店以外の代理店の場合は、その代理店の業務に関連する保険商品のみを取り扱っている場合がある。

(参考3) 保険料調整行為事案で認められた課題

＜今般の保険料調整行為事案に関する各種の論点の関係性＞



企業保険市場構造のゆがみ

(参考4) 企業内代理店をめぐる構造

