

7-1

業界関連法規の動向①

〈代理店の雇用動向と社会保険の取り扱い〉

■雇用動向を巡る所管官庁の動向

委託型募集人の適正化に伴い、対象となる募集人が雇用に移行する場合、労働関係法規が全面適用されるため、全国の労働基準監督署（労基署）や年金事務所で代理店の雇用動向を注視する動きが広がっている。

特に、委託型募集人の適正化期限が終了した2015年4月以降は、労基署や年金事務所^(※)による実態把握や代理店訪問が行なわれており、厚生年金加入を含め労働関係法規への適正な対応が強く求められている。

※保険業界の監督官庁は金融庁であるが、労働関係法規は厚生労働省の所管であり、就業規則や雇用契約書の調査は労働基準監督署、社会保険料の支払い実態の調査は年金事務所に調査権限がある。従って、労基署の関心は年金事務所にも共有される。また、労基署の調査に対しては、税務署と同じく入検企業に対して協力義務が課せられている。

年金事務所等が代理店の雇用動向に関心を持つのは、かねてから雇用に伴う社会保険の整備について代理店の曲解や認識誤りが少なからず散見されており、監督官庁として問題視していたからとされている。とりわけ多いのが、社会保険料の支払額を圧縮させようとするもので、例えば、雇用する募集人の給与体系を固定給と歩合給（事業所得）に分け、歩合給に対する社会保険料の支払いを逃れようとするケースや、募集人の労働時間がフルタイムであるにも関わらず、社会保険料の支払い対象外となる週数回勤務のパート形態で形式的に雇用契約を交わすケースなどが指摘されている。

いうまでもなく社会保険料の課税対象は、「報酬の総額（全額）」（健康保険法第3条5項）であり、歩合給等名称の如何を問わず、報酬の一部を対象から除外するのは違法となる。（受給者が事業所得として経理処理する場合も同じ）また、労働法は労働者を守るための法規であり、雇用契約よりも労働時間の実態が優先するため、雇用契約上パート勤務だと言っても実態がフルタイムなら、社会保険の加入義務者となる。つまり、パート勤務として雇用契約を交わす場合は、それを示す労働記録の管理と代理店による労働実態の把握が求められることになる。

この問題は、委託型募集人の雇用への移行のケースに限った話ではない。元々雇用であったとしても、厚生年金等の適切な手続きが行われていなければ問題は同じであり、早急に対処する必要がある。なお、加入逃れを指摘された場合、過去2年間分の保険料が追徴されることに留意する必要がある。

■労働基準監督署の動向

委託型募集人の適正化後の状況については、全国の労基署も強い関心を寄せており、各地で順次実態調査が行われている。調査項目は、就業規則、労働条件の明示、労働時間、残業時間、休日勤務、休暇所得、最低賃金、労働保険加入状況等多岐にわたるが、代理店としてはまずは自主点検により実態を把握し、労働関係法規に抵触するような事項があれば、速やかに改善を図ることが必要である。

<参考：「厚生年金、加入逃れ阻止」>

新聞報道（2014年7月4日日経）によれば、政府は厚生年金に加入していない中小零細企業約80万社^(※)を2015年度から特定し、加入させる方針を固めたとのこと。国税庁が保有する企業情報（所得税の源泉徴収データ）を使って対象企業を割出し、日本年金機構が加入を求めていく。（※源泉徴収実施事業所250万ヵ所、厚生年金加入事業所170万ヵ所、未加入80万ヵ所、未加入従業員200万人と推計）

■年金事務所による調査の内容

2015年10月5日のマイナンバー導入に伴い、各法人に固有の番号（法人番号）が設定されたことによって、時間を要していた社会保険未加入事業者の特定が一気に進み、年金事務所による健康保険・厚生年金保険加入実態調査も全国で順次実施されている。（健康保険法第198条第1項・厚生年金保険法第100条第1項に基づく調査）調査は、未加入事業者のみならず、既加入事業者に対しても適正加入の確認の観点から実施されており、年金事務所への呼び出しが行われている。（日時指定だが変更は可能。場所は管轄の年金事務所会議室。事業主本人の出頭が原則だが、代理者＝社会保険労務士等＝でも可。）

<持参を求められる資料は以下の通り>

- ① 労働者名簿・雇用契約書
- ② 賃金台帳または賃金支給明細書（用意できない場合は個人別所得税源泉徴収書）
- ③ 出勤簿またはタイムカード
- ④ 源泉所得税領収証書（所得税徴収高計算書控の直近分）
- ⑤ 社会保険関係の各種決定通知書の事業所控分（被保険者資格取得届、算定基礎届、月額変更届、賞与支払届の決定通知書）
- ⑥ 就業規則（労働協約）および給与規定
- ⑦ 事業所名・所在地ゴム印、社印、代表者印（持ち出し可能な場合）
- ⑧ 呼び出し通知書（受付で提示）

<参考：「国税庁のデータ、毎月チェック」>

2017年6月8日の日経新聞によれば、同年秋から毎月、国税庁から厚生労働省と日本年金機構に対し、源泉徴収している企業のデータを提供することが報道されている。（現在は年2回）また、これに先立ち、同年7月から、企業が新規事業認可を自治体などに申請する場合、厚生年金の加入状況を調査する対象業種も拡大している。現在の建設・運送業に加えて飲食、理容、社会福祉事務所なども対象とし、未加入の場合は厚労省に通報する制度が導入されている。

■厚労省・金融庁連名要請文の発出

2017年3月28日には、厚生労働省（年金局事業管理課）と金融庁（監督局保険課）連名で損保協会に対し、「厚生年金保険法等に基づく届出の適正化の徹底について」という要請文^(注)が出されており、未加入の「逃げ得」は許さない国の方針が示されている。厚生年金等への適正加入は待ったなしの状況であることを認識し、万一未対応のケースがあれば、一刻も早い対応が必要である。（注：本章末添付／全国社会保険労務士会連合会から提供）

なお、「厚生年金・健康保険の被保険者となるべきもの」は以下の通りである。

- (1) **正規社員**：雇用期間の定めがなく、常用的に勤務する者（常用勤務者）を指す。勤務時間等がどのような定めになっていても厚生年金等の被保険者として取り扱う必要あり
- (2) **有期雇用職員**：雇用契約や勤務時間に関する規定に基づき、1週間の所定労働時間および1月の所定労働日数が常用勤務者の4分の3以上である者
- (3) **短時間勤務者**：勤務時間および勤務日数が常用勤務者の4分の3未満であっても、次の要件全てを満たす場合は、2016年10月以降、短時間労働者として厚生年金等の被保険者に該当するので注意が必要
 - ① 特定適用事業所に雇用されていること特定適用事業所とは、同一事業主（法人番号が同一）の適用事業所の被保険者数（短時間労働者を

除き、共済組合員を含む)の合計が、1年で6カ月以上、500人を超えることが見込まれる事業所がこれに該当する。

② 次の5つの要件を全て満たすこと

ア) 週の所定労働時間が20時間以上であること

イ) 雇用期間が1年以上見込まれること

ウ) 賃金の月額が8.8万円以上であること

エ) 学生でないこと

オ) 常時501人以上の企業(特定適用事業所)に勤めていること

(注) 就業規則や雇用契約書等で定められた所定勤務時間、所定労働日数、所定労働時間等が(2)、(3)の基準未満である者であっても、実際の労働時間が連続する2月において当該基準以上となった場合で同様の状態が続くと見込まれる場合も対象

なお、保険募集は保険代理店の指揮監督で労働に従事する時間となることに留意が必要

■法人企業としての代理店のあり方

法人形態の代理店という事業体が、社会的責任を担う企業として認識されるかどうかをチェックする目は、金融庁だけではなく、厚生労働省(年金事務所・労基署)等の他官庁やマスコミ、消費者団体等各方面に存在する。従って、企業運営において法制度の抜け道探しは通用しないことを認識し、規模の大小に関わらず、企業としての「あり姿」において、どこに出ても恥ずかしくない会社をつくる必要がある。

社会保険未加入の法人は、いわばブラック企業であり、オフィシャルな求人もできない。社会と調和しない存在であり、改善点があれば、社会保険労務士等の専門家と相談しながら正攻法で対応する必要がある。

また、社員の福利厚生は、法律の定めだからやるという次元の話ではない。社員が安心して働ける環境を構築することによる人材確保や社員満足の向上による生産性向上、更にはお客様満足度向上のカギとなる取り組みであることを認識し、経営者としての責任を持って主体的に対応していくことが重要である。

【参考】サイバー法人台帳ROBINS

ROBINSは、JIDEC(一般財団法人日本情報経済推進協会)が運営する企業情報データベースである。インターネット空間上における信頼性の高い企業情報を「誰でも」「どこでも」「簡単に(無料で)」見ることができる。掲載されている企業情報は、企業自らが申告した情報を社会保険労務士などの第三者が確認し、「本物」と認めたもののみを提供している。いわば「ホワイト企業」のお墨付きを与える信頼の証であり、社会保険等についても適正加入が証明されているため、ブラック企業を警戒する就職予定者や取引先にとって有益な情報源となっている。

■日本代協の方針・支援策

日本代協では、「全国社会保険労務士会連合会」と提携し、全国ネットで対応できる「総合労働相談所」による対面相談(0570-064-794にTEL・対面相談は事前予約制・一部電話相談も可)やセミナー講師の派遣、個別相談の受付等の支援策を用意し、各代協並びに代協会員に活用できるようにしている。

脱法や潜脱を避けるためにも専門家の助言を得ることが必要であり、今後も団体間の連携強化を図り、適正加入を徹底していく。併せて、各保険会社に対しても代理店認定要件への組み入れを要請し、適正加入以外にありえない環境に整えていく方針である。

年管管発 0328 第 5 号
金 監 第 632 号
平成 29 年 3 月 28 日

一般社団法人 日本損害保険協会 御中

厚生労働省年金局事業管理課

金融庁監督局保険課

厚生年金保険法等に基づく届出の適正化の徹底について

平素より、社会保険及び金融行政について、ご理解とご協力を賜り御礼申し上げます。

さて、平成 28 年 10 月 1 日より、厚生年金保険法及び健康保険法（以下「厚生年金法等」という。）の改正により、厚生年金保険及び健康保険（以下「厚生年金等」という。）の適用を受ける従業員の範囲が拡大され、短時間労働者であっても、事業規模が 501 人以上の従業員を雇用する事業所の従業員は厚生年金保険等に加入させる取扱いとなりました。

また、平成 26 年 1 月 16 日付金監第 63 号「保険募集に係る再委託の禁止について」により、保険業法第 275 条第 3 項に規定する再委託の禁止に抵触するおそれのある者や使用人の要件を満たさないおそれのある者を保険代理店使用人として登録・届出を行っているような実態については、平成 27 年 3 月 31 日までに適正化するよう求められたことから、適正化の対象となった保険代理店においては、該当する使用人を雇用するなどの対応が行われたところです。

これらを踏まえ、今般、厚生労働省においては、厚生年金保険法等に基づく届出に係る留意事項をまとめましたので、貴協会の会員各社に対し、所属保険代理店において、保険業法はもとより、法令等遵守の観点から、適切な厚生年金等に関する諸手続きや届出が行われるよう周知をお願いいたします。

記

1. 厚生年金等の被保険者になる者

保険代理店における使用人の雇用にあたっては、次のいずれの雇用契約に該当するか確認し、厚生年金等の被保険者となるべき者であるかどうか、適切に雇用管理してください。

(1) 正規社員

雇用期間の定めがなく、常用的に勤務をする者（以下「常用勤務者」という。）をいいます。この場合、勤務時間がどのような定めであっても厚生年金等の被保険者として取り扱う必要があります。

(2) 有期雇用職員

雇用契約や勤務時間に関する規定に基づき、1週間の所定勤務時間および1月の所定労働日数が常用勤務者の4分の3以上である方が該当します。

(3) 短時間勤務者

勤務時間及び勤務日数が常用雇用者の4分の3未満であっても、次の要件全てを満たす方については、平成28年10月以降、短時間労働者として厚生年金等の被保険者に該当することとなりましたので、取扱いについて注意いただけますようお願いいたします。

①特定適用事業所に雇用されていること

特定適用事業所とは、同一事業主（法人番号が同一）の適用事業所の被保険者数（短時間労働者を除き、共済組合員を含む）の合計が、1年で6ヶ月以上、500人を超えることが見込まれる事業所が該当します。

②次の5つの要件を全て満たすこと

ア) 週の所定労働時間が20時間以上であること

イ) 雇用期間が1年以上見込まれること

ウ) 賃金の月額が8.8万円以上であること

エ) 学生でないこと

オ) 常時501人以上の企業（特定適用事業所）に勤めていること

(注) 就業規則や雇用契約書等で定められた所定勤務時間、所定労働日数、所定労働時間等が(2)、(3)の基準未満である者であっても、実際の労働時間が連続する2月において当該基準以上となった場合で同様の状態が続くと見込まれる場合は対象となります。

なお、保険会社向けの総合的な監督指針Ⅱ-4-2-1(3)①エでは、保険代理店使用人は、保険代理店の指揮監督・命令のもとで保険募集を行う者としていることから、保険募集は保険代理店の指揮監督で労働に従事する時間となることに留意が必要です。

2. 標準報酬の対象となる報酬について

報酬とは、賃金、給与、手当などの名称を問わず、労働の対償としてうけるすべてのものをいいます。

保険代理店使用人に対する報酬の中で特に注意すべき点として、契約件数等実績に応じて支払われる報酬は、保険代理店と使用人との間の委託契約が禁じられている観点から、標準報酬の対象となる報酬に含まれることとなります。この取扱いに齟齬が生じることのないよう、適正な取扱いをお願いいたします。

3. 本件に関する照会先

本件に関して不明な点は、管轄の年金事務所へお問い合わせください。

以上

■長時間労働につながる商慣習の見直し

今、日本社会は人口動態の構造変化やデジタル化の進展の中で、100年に一度といってもいい転換期を迎えている。そうした環境変化の中で、他の先進国と比べて大きく見劣りしているわが国の労働生産性の向上と働く環境の改善による多様な人材が活躍できる社会の構築が課題となっており、政府としても、国をあげて「働き方改革」を進めていることはご承知の通りである。

「働き方改革」の大きな課題である長時間労働は、損保業界においても長年課題として取り上げられてきた^(注1)が、保険会社・代理店ともに大きな改善は図られていないのが実態である。また、この問題は、保険流通制度の構造上、保険会社と代理店との間の長年の商慣習^(注2)が原因になっていることも多く、両者が一体となって取り組むことが不可欠の課題でもある。更には、契約者対応が疎かになることはないよう、保険会社と代理店で役割分担を行って補完しあうとともに、契約者自身の理解も得ながら進めていく必要がある。

(注1：) 保険会社⇒代理店：時間外の電話、至急業務依頼 など

代理店⇒保険会社：休日の事故相談、自動車保険の試算依頼 など

(注2：) 商慣習とは、取引先との間の商取引において、過去から当たり前のようにやっている対応が習慣化したものをいう。

こうした認識のもとで、日本代協と損害保険労働組合連合会（損保労連）の両方で協議を重ねた結果、「相手の働き方に配慮する」との考えを前提に、日々の行動を主体的に見直していく必要があるとの認識で一致し、その理念を共同宣言^(後掲)として締結し、2018年8月に公表したものである。

今後は、「相手の働き方に配慮する」との考えを代協会員並びにその従業員一人ひとりが共有し、保険会社社員のみならず、同僚や取引業者等、あらゆる取引先（相手）の働き方への配慮につながる主体的で具体的な取り組みを行っていく必要がある。答えは常に現場にあるので、代協会員としても担当の保険会社社員や支社長等とも意見交換の上で、両社の社員がともに生き活きと働ける思いやりあふれる職場環境の構築に向けて能動的に見直しを進める必要がある。

なお、本共同宣言については、経緯、内容、進め方等について、保険会社経営サイドにも認知されており、保険会社の労・使と外部委託先でもある代理店が一体となって進めていくことが重要である。

日本代協としては、今回の共同宣言締結を「長時間労働につながる商慣習の見直し」に向けた今後の取り組み強化につなげていく方針である。

【参考】

◇ 生保業界：2017年12月21日付「働き方改革に向けた生保産業労使共同宣言」

◇ 経済団体：2017年9月22日付「長時間労働につながる商慣行の是正に向けた共同宣言」

長時間労働につながる商慣習の見直しに向けた共同宣言

- 超少子高齢化に伴う人口減少やグローバル化、デジタル化の急速な進展など、取り巻く環境が大きく変化しつつあるなか、多様な人材がより一層活躍できる社会の実現に向けた「働き方改革」への関心が高まっています。
- 「働き方改革」の大きな課題とされている長時間労働は、保険会社・保険代理店双方にみられる課題であり、損保グループ産業が今後も魅力ある産業であり続けるためには、課題解消に向けた取り組みを深化させていく必要があります。
- そのためには、保険会社と保険代理店との間にある長時間労働につながる商慣習を、両者が一体となって見直していくことが不可欠です。
- われわれは、こうした認識を共有したうえで、消費者や取引先の理解を得ながら、下記のような取り組みを各現場で実践していくことを通じ、長時間労働につながる商慣習を見直し、ひいては、損保グループ産業で働く誰もが「働きがい」「ゆとり・豊かさ」「自負・誇り」を実感できる職場環境を整備し、安心・安全な社会の実現に貢献していくことを宣言します。

- 自らが関係法令や社内のワークルールを遵守することに加え、相手が違反しないよう配慮する。
- 相手の営業時間外や休日における電話や打合せなどは控える。
- 各種業務の依頼にあたっては、適切な期日を設定するよう配慮する。
- 自らが対応すべき業務を相手に依頼することを控える。

2018年7月

損害保険労働組合連合会
一般社団法人 日本損害保険代理業協会

〈民法改正動向（債権法）〉

■改正民法成立・施行

消費者保護の理念を盛り込んだ「民法の一部を改正する法律案」が2020年4月1日から施行される。今回の改正は、いわゆる債権法に関わるものであり、現在の民法財産編が制定・交付された明治29年以来約120年ぶりの改正となった。近年の経済環境や社会生活等の大きな変化に対応させるための大改定である。

施行日以降の取引について、改正後の民法が適用されるのが原則となるが、民法は、契約、取引など市民の日常生活に深くかかわる基本的な法律であり、改正の影響は多方面に及ぶことが想定される。従って、代理店としても業務上の必要性は勿論のこと、契約者へのアドバイスという観点から概要を把握し、改正内容を理解しておく必要がある。

■改正民法の主な内容

＜約款の位置づけの明確化＞

現行民法には約款に関する明確な規定はないが、携帯電話や各種保険等の契約において、消費者サイドが約款を読まずに契約し、企業側とトラブルになるケースがある。

こうした課題を解決するために、約款について「不特定多数の人を対象に画一的に行う取引の内容を示した文書」（多数の相手方との契約の締結を予定して予め準備される契約条項の総体であって、それらの契約の内容を画一的に定めることを目的として使用するもの）」と定義し、①当事者間で定型約款を契約の内容とする旨の合意をしたときや、②その旨を予め顧客に「表示」して取引を行ったときは、消費者が約款の内容を理解していなくても個別の条項について合意をしたものとみなし、有効とされることになった。

一方で、約款の内容が「相手方の利益を一方的に害する場合は合意しなかったものとみなすとされており、消費者保護が図られた。

また、定型約款を事業者が一方的に変更する場合は、①変更が顧客の一般の利益に適合する場合や、②変更が契約の目的に反せず、かつ、変更に係る諸事情に照らして合理的な場合に限って認められることになった。さらに、顧客にとって必ずしも利益とされない変更については、事前にインターネット等で周知^(注)することが必要とされた。（注：約款中に「当社都合で変更することがあります」と記載してあっても一方的に変更できるわけではない。）

＜法定金利の引き下げ＞

損害賠償の利率に適用される法定利率も変更となる。法定利率とは、契約で金利を定めない場合や支払い遅延の場合に支払う遅延損害金の算定などに用いられる金利であるが、旧民法は5%に固定されていた。

今回の改正で、この金利を3%に引き下げ、その後3年ごとに市場金利を参考にしながら1%単位で見直す変動制が導入された。

これにより、長期金利の指標となる新発10年物国債の利回りとの大幅なかい離を改善し、市場環境に則した金利の適用が期待される。

一方で、損保業界としては、対人事故の際の保険金などに影響（支払額の増加）が出てくることが想定される。

<認知症の高齢者などが結んだ契約は無効>

交通事故や認知症などにより意思能力（判断能力）を有しない人が結んだ法律行為は無効であることは、判例等で認められており、確立したルールである。更に、高齢化社会の急速な進展に伴い、重要性が増しているが、民法にはその旨を定めた規定がなかったため、今回無効とすることを法律上で明記した。

<消滅時効の統一>

旧民法では、一般的な債権の消滅時効（注：一定期間の経過により債権等の財産権が消滅する制度）は「権利行使できる年から10年」と定められていたが、職業別に様々な「短期消滅時効」というものが定められていた。

- ・ 飲食店の飲み食い代金 : 1年間
- ・ 動産のレンタル代金 : 1年間
- ・ 小売業の商品代金や弁護士報酬 : 2年間
- ・ 医療費や工事代金 : 3年間
- ・ 年金・地代・利息・賃借料などの商取引債権 : 5年間 など

しかしながら、相手の職業によって消滅時効が異なることを理解することは難しく、トラブルの元にもなりかねないため、改正民法では職業別の短期消滅時効は廃止され、原則「5年」（ケースによっては最長10年^(注)）に改正された。

[債権の発生] ⇒ [債権者が権利行使できることを知った日から5年間の間に権利行使しなかった場合は時効成立] ⇒ または [権利を行使できる時から10年間行使しない時は時効成立] となる。

(注：債権者自身が、自分が権利行使できることを知らない場合＝債権者に返済金を過払いしたが、過払いの時点では返還を求める権利を有することを知らなかった＝については、権利を行使することができる時から「10年」で時効となる。)

<保証人の保護の強化>

① 極度額のない個人の根保証契約は無効：

民法の規定では、一部を除いて保証人が負担する限度額を定めておらず、保証人が想定外の弁済を求められることもあり得るため、改正民法では、個人保証の場合には、債務の内容に関わらず、事前に極度額（保証人が支払責任を負う上限金額）を定める^(注)こととされ、保証人の保護が図られることとなった。(注：これにより、包括根保証は不可となり、保証額には必ず上限を定めることとなった。)

② 公証人による保証意思確認の手続きを新設：

会社や個人である事業主が融資を受ける場合に、当該事業に関与していない親戚や友人などの第三者が安易に保証人になってしまい、結果的に予想もしなかった多額の金銭の支払を迫られる事態が依然として生じている。

改正民法では、第三者が保証人になる場合、保証契約締結前1ヵ月以内に公正証書を作成して保証人になる意思を明らかにすることとされた。但し、主たる債務者と一定の関係があるもの（取締役、従業員でもある配偶者等^(注)）は第三者とはせず、連帯保証人になることができるとされた。

(注：以下の通り)

- ☛ 主債務者が「法人」の場合：その法人の理事、取締役、執行役や議決権の過半数を有する株主等
- ☛ 主債務者が「個人」の場合：共同で事業を行っている事業者や主債務者の事業に現に従事している主債務者の配偶者

<敷金の原則返還>

マンションの賃貸等の場合、家賃の数か月分の「敷金」が必要になることが多いが、退去時に返還されなかったり、敷金以上の原状回復費用を請求される等、トラブルが多く発生している。

一方で、旧民法には敷金に関する規定がないため、改正民法では、下記の通り、敷金を明確に定義し^(注)、併せて借主には退去時の返還義務を定めた。

(注：敷金とは「賃料債務その他の賃貸借に基づいて生じる賃借人と賃貸人に対する金銭債務を担保する目的で、賃借人が賃貸人に交付する金銭」とされた。関西圏で適用されている「保証金」もこれに含まれることになる。)

① 敷金：賃貸借が終了して賃貸物の返還を受けたときに、貸主は賃料などの債務の未払分を差し引いた残額を返還しなければならない、と定められた。

② 賃貸借の借主：賃借人は「賃貸物を受け取った後に生じた損傷^(注1)がある場合において、賃貸借が終了したときは、その損傷の原状回復義務を負う。

(注1：たばこのヤニ、ペットによる柱等のキズ など)

ただし、「その損傷が賃借人の責めに帰すことができない事由によるもの^(注2)であるときは、この限りでない」と定められ、原状回復義務の内容が明確化された。

(注2：通常の使用および収益によって生じた賃貸物の通常損耗並びに賃借物の経年変化＝家具の設置による床やカーペットのへこみ、日照などの自然現象によるクロスの変色、壁等の画鋸、ピン等の穴 など)

<欠陥商品の売り手の責任の明確化>

購入した商品に欠陥が見つかった場合（商品が破損していたり、契約とは異なる商品が届いた場合等）、これまでは売り手に対して契約解除か、その商品がもたらした損害の賠償を求めるしか策がなかったが、改正民法により、売り手に修理・交換・代金減額などを求める選択肢が追加された。

■成人年齢の引き下げ（20歳→18歳）

2018年3月13日付けで成人年齢を現行の20歳から18歳に引き下げる改正民法が成立し、2022年4月1日に施行されることとなった。1876年の太政官布告以来140年以上続く「大人」の定義が変わり、既に18歳以上に引き下げられた選挙権年齢と合わせ、若者の社会参画を促すこととなる。女性が結婚できる年齢は16歳から18歳に引き上げ、男女ともに18歳になる。親の同意なく契約した場合に原則取り消せる規定は、18歳、19歳の場合には適用されなくなる。

なお、健康被害やギャンブル依存症への懸念から、飲酒・喫煙・競輪・競馬などは現在の20歳が維持されることとなった。

また、付帯決議で、2年以内に若年消費者を保護する措置を講じるよう政府に求めており、知識や経験、判断力が不足している消費者を不当に勧誘し締結した契約を取り消せる権利の創設などが検討されている。マルチ商法など、若年成人の判断力不足に乗じて契約を締結させる行為を行政処分の対象とすることも検討される予定である。一方で、養育費を支払う対象年齢には連動させず、未成熟であれば養育費の支払義務があることを明記することになっている。

■基本的な考え方

東日本大震災以降、日本国内では、適正な競争を前提としつつも業界として共通化・標準化を進めた方が消費者利便につながることであれば、協調・協力して取り組んでいく動きが加速している。特に、新興国との低価格競争を強いられる製造業では、徹底的なコスト削減が求められており、物流や商品供給の場面で様々な共同取り組みが行われている。

損保業界においても、一連の震災対応において、損保協会が業界としての共同取り組みをけん引したことで保険金の早期支払いが実現したことを受け、業界横断的な取り組みの重要性が再認識されている。

また、足元を見れば、保険業界は、少子化・超高齢社会の到来という社会構造の大きな変化の中にあり、市場の縮小に備えざるをえない状況にある。併せて、ダイレクトの進展などに伴い、消費者の価格選好が強まる中で、各保険会社は社費の削減が重要な課題となっている。

自由化により各社の独自性が発揮されることは消費者にとって望ましいし、それが自由化の狙いでもあるが、保険会社間の競争が加速する中で、本来独禁法や職業倫理上の問題もないような分野まで必要以上に競争を拡大させた結果、業界全体で高コスト体質に陥るとともに、商品の複雑化によってかえって消費者の理解を妨げてしまったとすれば本末転倒である。

「競争のための競争」に奔走して「誰のための、何のための競争なのか」が分からなくなっている実態はないだろうか。また、乗合代理店では、“各保険会社が何でも競争する”ことで事務処理や内部管理体制の煩雑化を招き、生産性を阻害する要因になっているとの不満の声は大きい。

こうした状況を踏まえると、共通化・標準化を図ることで契約者にメリットが生じるものについては、消費者無視のこだわりや根拠なき前例踏襲主義を捨て、10年後、20年後を睨みつつ今から改善に取り組むことが必要なのではないだろうか。

日本代協としては、こうした認識の下で、「各社間の相違が消費者のデメリットになっていること、現場で困る原因になっていること、業界全体で無駄なコストを生んでいること」を洗い出して改善要望としてまとめ、損保労連とも連携しながら、損保協会の検討に活かしてもらう方針である。

■検討の視点

共通化・標準化の検討に際して必要な視点は、以下の3点である。

- ① 契約者にとっての分かりやすさ、利便性の向上（トラブル、不信、無用なロードの抑制）
- ② 代理店・募集人の業務効率化（顧客対応時間の確保・生産性向上）
- ③ 保険会社のコスト削減（収益改善、保険料引き上げ抑制）

また、こうした課題は検討を進めれば進めるほど、システムやコストの壁に阻まれ、「総論賛成、各論反対」になることが想定されるが、業界全体の向かうべき大きな方向感を共有した上で、出来る限り具体的に事案を洗い出し、時間をかけずに実行できるものから長期店視点に立って検討するものまで、時間軸を伸ばして検討する必要がある。

■損保協会の取り組み

(1) 第6次中期計画（2012年度～2014年度）

損保協会においては、2012年度から3年間の第6次中期基本計画の重点課題として「共通化・標準化の推進による消費者利便の向上と業務効率化」を掲げ、「共通化・標準化推進PT」を設置して対象となる事業の洗い出しと選定のための検討を行い、優先度をつけて取り組みを進めた。

本検討に際しては、損保各社、損保労連とともに本会からも要望を行い、その結果、上がってきた計約300項目の中から130項目が損保協会としての事業の候補とされた。検討結果については、2015年3月末に一旦整理を行い、継続課題になったものについては損保協会の各担当部会で論議を続けることになった。

(2) 「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するタスクフォース（TF）」の設置

損保協会では、2012年6月から開催された金融審議会・保険WGの論議を踏まえ、また、損保協会内の「お客様の声・有識者会議」の諮問事項に定めるために、「共通化・標準化」の重点施策として「重要事項説明書等について消費者目線での分かりやすさの向上に向けて検討を行う」ことを掲げ、2012年9月^(注)に「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するTF」を設置し、抜本的改定を行った。（注：～2013年9月第6回まで開催）

本TFには、日本代協から小平企画環境委員長（当時）が委員として参画し、募集現場の実態を踏まえた具体的な提言を行うことで、代理店が使用できる重要事項説明書の業界プロトタイプ並びにガイドライン策定に貢献した。また、この検討結果は、2013年1月30日に開催された第9回金融審議会・保険WGに提出され、上らのルール化ではなく、業界の自主的取り組みに委ねる流れをつくることができた。

<損保協会TFメンバー（4名）>・・・●は金融審保険WG委員（当時）

●丹野美恵子氏（TFリーダー） 公益社団法人 全国消費生活相談員協会 理事長（当時）

●錦野裕宗 氏 中央総合法律事務所弁護士（元金融庁監督局保険課 課長補佐）

○小平高義 氏 日本代協理事・企画環境委員長（当時）

○永井順國 氏 政策研究院大学客員教授（UCDA理事）

本TFで論議を積み重ね、2013年9月に火災保険等の重要事項説明書の改善案をまとめた。これをもとに損保協会において保険会社向けのガイドラインを策定し、各社で順次改善が行われた。

<参考：業界プロトタイプの改善度（三井住友海上社自動車保険重要事項説明書の新旧比較）>

➢ 文字数：55,000文字 ➡ 13,000文字（約76%削減） ➢ ページ数：16ページ ➡ 8ページ（50%削減）

➢ 最少フォント：8P ➡ 9Pに拡大 ➢ DRC^(注)：最大値26.32% ➡ 16.25%に改善（注：ドットレシオカウンター＝印字率…印刷用紙の面積に占める印字部分の積算面積の比率のこと・19%を超えると過半数の人が「読む気をなくす文書」となる。保険業界にはこの種文書が多数存在）

■日本代協の取り組み：損保協会への提言・要望書の提出（2012年9月）

日本代協では、2012年度に企画環境委員会が中心となって共通化・標準化が必要と考えられる具体的な案件を洗い出し、検討結果を84項目にまとめ、同年9月26日付で損保協会に提出した。

本会の提言項目に対する損保協会の検討状況（2018年7月時点）は次頁以降の通りである。

共通化・標準化に向けた提言に対する検討状況
(2018年7月時点) ◇変更点は斜字・下線部分

※検討状況欄 ○・・・検討後に実現・実現済 ×・・・検討後見送り
△・・・検討中(継続・別課題として検討を含む)
対象外、「-」・・・検討せず・検討不可

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容	
1	帳票	個人分野申込書の記載ルール・帳票の共通化・標準化	米国・ACORDフォームのあり方を参考にして業界全体で標準化を図り、統一フォームを使用する。(各社特殊な商品は除く) 併せてUCDAフォントを使用することにより、字体も共通化する。	一部○	・口座依頼書に関しては、業界ベースで「口座情報登録端末」を開発し、2018年3月から5社で運用開始済み。(※後掲)	
2		異動帳票の共通化・標準化		×	・申込書、異動帳票、証券などの各種帳票については各社の商品内容・システムに拠る部分が多く、これらは競争領域であることから、各社にて「わかりやすさ向上」を指向することとし共通化は見送る。 ・告知書については各社のアンダーライティング方針に拠る部分が多いことから同様とする。	
3		その他各種帳票の共通化(具体的な帳票名は以下の通り)	競争する必要がないもの、各社趣向を凝らす必要がないものは思い切って共通化・標準化を目指し、取り組みを進める。 (将来的には共同作成も検討する。)	-		
4		○保険料領収証	全社共通フォームとする。	×	・多くの会社においてコスト負担増となるため採用困難であり見送る。	
5		○クレカ売上票		×	・前記(No.1)に同じ	
6		○口座振替依頼書		×		
7		○質権設定承認請求書		○		・主に火災保険全般を対象に使用する質権設定承認請求書について、標準的な記載項目を整理した。
8		○中断証明書		×	・コスト負担が高い一方で効果が限定的であるため見送る。	
9		○自賠責関連書類		○	・各種確認書(権利譲渡に係る確認書、罹災解約時の確認書)について、標準帳票および事務ルールを整理した。	
10		○保険料算出基礎数字申告書		○	・保険料算出基礎数字の確認にあたり、各社共通で必要になると考えられる事項を整理した資料として、保険料算出基礎数字申告書の標準記載項目を整理した。	
11		○事故報告書		×	・各社、商品内容やCS施策などが異なるため事故受付フォームに差異が生じることはやむなく採用困難なため見送る。	
12		○保険会社への送付状		×	・送付状の使用を必須としていない会社もあり実施は見送る。	
13		○保険金請求書類		×	・各社の商品内容・システム等に拠る部分が多いことから、各社にて「わかりやすさ向上」を指向することとし共通化は見送る。	
14		○示談書・確認書		-	・第6次中期基本計画における損害調査関連の重点課題のため、別途検討を進める。	
15		○保険金請求に係わる個人情報保護の同意書		-	・既に各社ほぼ同内容の模様	
16		○代理店勘定精算書		×	・システム開発コストが膨大であり実現困難なため見送る。	
17		重要事項説明書・意向確認書類の記載ルール、帳票の共通化		内容の簡素化・重複排除とともにデザイン、配置等共通化できるものは統一し、比較しやすくする。少なくとも全社重説はパンフレットと、意向確認書類は申込書と一体化し、分かりやすい帳票にする。	○	・重要事項説明書等の簡素化について、業界ガイドラインへの反映方法や火災保険等の重要事項説明書の改善案の検討を行い、「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するTF」の最終報告書をふまえ、「契約概要・注意喚起情報(重要事項)に関するガイドライン」および「募集文書等の表示に係るガイドライン」を改定した(2013年9月)。
18		募集ツールのモデル化(高齢者に分かりやすい帳票のガイドライン策定)		極力文書を減らし、アニメーション等を盛り込み、契約者の理解を得やすいツールのモデルを業界全体で作成し、各社で活用する。	○	・上記に同じ

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容
19	帳票	コンビニ払込用紙の使用期限の統一	コンビニ払いは「末日期限」で統一し、払込用紙のフォームも共通化する。	×	・約款に関連する事項であり、また相当のシステム開発が必要なため見送る。
20		保険証券のデザインの共通化	第三者機関による評価基準を参考に保険証券のデザイン、配列等の共通化を図る。	×	・各社の商品内容・システムに拠る部分が多く、これらは競争領域であることから、各社にて「わかりやすさ向上」を指向することとし共通化は見送る。
21		<u>自賠責保険の異動・解約手続き窓口の拡充</u>	自動車検査登録事務所等でも行えるようにして消費者（手続き代行者）の利便性を確保する。併せてネット処理を検討する。	×	・ <u>自動車検査登録事務所棟を含めた新たなシステムを構築する場合は、多大なコストを有するため（保険料引き上げへの影響の可能性）、損保協会・業界全体のシステム改定の動向を引き続き注視した上で、現時点では対応を見送る。</u>
22		相続等の手続きにおける必要書類取付ルールの共通化	全社ベースでルールを共通化し、必要書類も削減を図る。	○	・相続や破産等の事由により契約が終了して返戻金をお支払いする場合における取付書類の種類や確認範囲等に関し、各社共通で必要になると考えられるものについて、「必要書類一式（標準例）」を整理した。
23		契約時、確定精算時、保険金支払時に取り付ける必要書類ルールの共通化	全社ベースでルールを共通化し、必要書類も削減を図る。	○	・フリート契約の所有・使用確認（構内専用車、構内専用車以外）、車の譲渡事実の確認、準公有車割引の確認について、確認資料およびルールを整理した。 ・保険金請求書については、仮に請求書が共通化・標準化された場合でも、複数保険会社に提出すべき場合は保険会社ごとに請求書の記入が必要であるため、記入枚数は軽減されず、お客様利便の向上に資するところは少ないと考えられる。一方、現在でも、各社では自社の請求書について、書きやすさや事務効率化の観点からレイアウト等を工夫しており、お客様の負担軽減に努めているので、この取り組みを継続することとする。
24	事務処理・ルール	解約処理の計算方式の日割り（または月割）への統一	解約方式を契約者に納得感がある日割（契約方式によっては月割）に統一する。	対象外	・独禁法上の問題
25		業界ベースでの保険料引き落とし口座の会社登録制度の構築	契約単位ではなく、会社登録方式とし、登録済みの契約者は口座振替依頼書の提出を不要とする。（実施している保険会社もある）	×	・コスト・ロードが膨大であり実現困難なため見送りとする。
26		業界ベースでの地震保険5年自継のキャッシュレス支払いの実現	全社で5年自継キャッシュレスの実現を図り、地震保険の安定的加入を推進する。	対象外	・個社判断の領域
27		クレジットカード払の業界ベースでの推進のための環境整備	一般的な商品購入の場合と同様に、業界ベースでクレジットカード払推進のための環境を整備する。支払回数は契約者が選択できるようにするとともに、業界ベースでクレジットカード協会等と交渉し加盟店手数料引き下げを実現する。携帯クレカも推進する。	対象外	・独禁法上の問題
28		電話募集ルールの共通化	契約者の目線、対象種目、手続きの範囲、対象者の範囲、事務処理を見直し、全社で統一を図る。	—	・募集コンプライアンスガイドで整理済み。
29	同居以外の親族の代理人選任ルールの業界ベースでの見直し・統一化	同居以外の親族を代理人に指定できるよう業界ベースでルールを改める。併せて記載ルールも共通化する。	○	・「代理人による署名・押印方法」については、代理人手続きルール検討WGにて共通化の方向性を打ち出し、共通化を実現した（募集コンプライアンスガイドの改定に反映。）。	
30	デイリー精算の全種目対象化（主に専業代理店を対象）	種目等による取扱上の違いの差をなくし、シンプルで間違えにくい事務処理プロセスを確立する。	対象外	・個社判断の領域	
31	積立保険の契約者貸付利用時における本人確認手続きの簡素化、共通化	契約者貸付手続きの必要書類を統一し、かつ最小限に絞り込む。	—	・代理人手続ルール検討WGでは、J33「口頭委任による代理人手続き」ならびに「法定代理人による手続き」の共通化を検討・策定した。	

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容
32	事務処理・ルール	地震保険中途付帯時の別口契約方式の導入	火災保険証券コピーを添付すれば、既存の火災保険加入会社、代理店以外でも地震保険が取り扱えるように改定し、特に直扱契約の付帯率アップを図る。	対象外	・地震保険制度のテーマ
33		コンビニ払込票使用期限の延長と無責発生日の統一	コンビニ払込票使用期限を月末までに統一し、月末までに入金できなければ未払い期間中に発生した事故については無責として分かりやすいルールに改定する。	×	・約款に関連する事項であり、また相当のシステム開発が必要なため見送りとする。
34		保険料払込の共通化	キャッシュレス化を進めるとともに、「始期翌月払」に一本化する。	対象外	・約款マター（競争領域）であり、検討の除外とする。
35		代理店オンラインシステムの一部共有化	乗合代理店用のオンラインシステムの基盤を各社共同で構築する。	×	・システム開発コストが膨大であり見送る。
36		(計上前) 新規・異動のリスクアタッチの共通化	会社報告の様式や通知手段（FAX・メールなど）を統一する。	×	・所定の様式を用意していない会社もあり見送る。
37		現契約の異動に伴う更改後契約への注意喚起の標準化	早期更改を行った後に更改前契約に異動が発生した場合、早期更改済契約に対して異動が発生したことを注意喚起する仕組みを標準化する。	×	・個社でのシステムにより対応方法が異なるため見送る。
38	自賠責保険制度	自賠責保険制度の見直し・付保義務への移行	現行の自賠責保険制度の在り方を根本から見直す。法律上の付保義務に移行させて対人リスクを一本化し、制度全体の仕組みをシンプルにする。付保義務の充足状況は、車検とは切り離し、自動車税納付時に申告させる等の方法に移行させる。	対象外	・自賠責保険制度のテーマ
39	約款・商品・用語	約款解釈の共通化	約款解釈の共通化を図る。(例：「火災」の定義)	対象外	・独禁法上の問題
40		個人分野商品の約款の共通化	出来る限り共通化を図り、消費者にとっての分かりやすさを追求する。	対象外	・独禁法上の問題
41		用語の共通化	外部の目を入れて、さらなる平易化に努めると共に独自商品以外は用語の統一化を図る。併せて、約款等のフォントやポイント、文字の行間も契約者の目線で損保協会としてのガイドラインを策定し、見易さ、読みやすさを追求する。	—	・2008年6月に「保険約款および募集文書等の用語に関するガイドライン」を策定済み。
42	等級制度	自動車保険の等級制度改定の再改定	契約者が理解できるように等級制度を一本に戻し、他の共済なども含めて共通化する。(少なくとも今回の改定内容を業界全体で周知に努め、契約者の理解を促進する。)	対象外	・参考純率制度のテーマ
43	組織の呼称	お客様窓口の呼称の統一	「事故受付窓口」「苦情相談窓口」「契約変更受付窓口」等、各社のコールセンター、カスタマーセンターの呼称を機能別に統一化し、分かりやすさを追求する。	—	・機能別に整理されており、概ね共通化されている。
44	割引・割増規定	団体類別の統一化	業界ベースで判断基準の統一化を図り、適用の齟齬をなくすとともに安易な一物二価を排除する。特に集団扱は「日本国民総団体化」を招きかねず、根拠も希薄であり、廃止する。	対象外	・独禁法上の問題
45		退職者団体割引の適用廃止	根拠が希薄であり、本割引は廃止する。少なくとも現行規定を改め、退職者の定義を業界ベースで厳格に定めて公平性を確保する。	対象外	・独禁法上の問題

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容
46	割引・割増規定	債務者団体割引の適用廃止	根拠が希薄であり、割引は廃止する。どうしても廃止が無理な場合は、少なくとも該当する契約者に対しては、取扱代理店がどこであっても、同一保険会社なら適用できるように改定する。もしくは、同一保険会社であれば同水準の保険料が提示できるよう料率上の手当を行う。	対象外	・独禁法上の問題
47		中断特別ルールの一統	業界ベースで中断特別ルールを統一する。	×	・各社の引受方針（販売戦略）に係る事項であり標準化になじまないため、見送りとする。
48	業務規制	全チャネルの規制を統一する	チャネル間で対応に齟齬が生じないようにルールを統一する。特に、ディーラーにおける仮領収証の発行は、特別利益提供の隠れ蓑になる懸念があり、廃止する。	対象外	・他業界に係る事項
49		募集文書作成ルールの共通化	業界ベースで作成ルール、記載項目の簡素化、共通化を図る。	○	重要事項説明書等の簡素化について、業界ガイドラインへの反映方法や火災保険等の重要事項説明書の改善案の検討を行い、「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するTF」の最終報告書をふまえ、「契約概要・注意喚起情報（重要事項）に関するガイドライン」および「募集文書等の表示に係るガイドライン」を改定した（2013年9月）。
50	登録制度	乗合承認時の基準を業界ベースで定める	乗合承認のルールを業界ベースで定め、合理的な理由のある乗合の円滑な実現を図る。（損保協会が定めた期限のルールに追加する） 具体的案は以下の通り。 1.乗合申請に当たっては、代理店は委託契約の基本である相互信頼、相互理解の精神を堅持し、次の項目について事前に代申会社と協議する。 ①乗合申請を行うに至った経緯、乗合を行おうとする理由、当該保険会社選定の理由（顧客ニーズへの対応、代理店経営戦略上の必要性等） ②忠実義務を遵守し、現契約の維持・拡大に努めること ③乗合に対応できる態勢（人員・能力）を整備していること 2.保険会社は、代理店の乗合申請理由に真摯に耳を傾け、申請内容が妥当であると判断されれば、速やかに乗合を承認する。	対象外	・個社判断の領域 （販調委確認ルール（2012.2.7）でもカバー）
51		少額短期保険会社の乗合の自由化	少額短期保険会社の追加委託は、乗合とは見做さず、事前承認ではなく事後通知とするよう業界ルールを整える。これにより少短商品の活用を促し、消費者の多様なニーズに応える環境を整備する。	対象外	・個社判断の領域
52		店主死亡時の代理店登録空白期間の規定上の手当	規定の明確化を図る。	×	・登録・届出の電子化以降、課題は大きく改善されており見送る。
53		募集人の届出、変更に関する運用と委託契約書との齟齬の解消	現行の運用と委託契約書の規定との整合性を図る。	×	・役員・使用人届出に際しての承認・通知ルールの共通化は困難であり見送る。

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容
54	登録制度	新規募集人の即日募集の実現	即日募集活動ができるように業界ベースで即日申請の仕組みを構築する。	×	次の理由から見合わせる。 ・代理店が直接、代理店登録電子申請システムにアクセス可能とした場合、募集人の届出・変更に限定しても営業部門との連携が望めず、申請時や不備発生時の対応に支障を来たすこと。 ・募集人届出に関し、監督指針において従前よりも厳格な要件が定められたため、代理店から直接届出が行える仕組みの構築は馴染まないと考えられること。
55	委託契約書	標準委託契約書の作成	委託契約書の基本的な内容は、業界ベースで統一し、乗合代理店における適用の齟齬を解消する。各社別あるいは代理店別に定める必要があるものは、別に定める方式に移行する。	対象外	・個社判断の領域
56		代理店に対する異動・解約承認代理権の付与	現実の対応の実態に合わせて委託契約書を改定し、代理権を付与する。これにより消費者のニーズに迅速に対応できるようにする。	対象外	・個社判断の領域
57		口座振替手数料負担ルールの改定	口座振替やクレカ支払いの場合は、領収と精算が同時に行われてると見做し、保険会社と代理店双方で分担(50:50)するように改定する。	対象外	・個社判断の領域
58		事故発生時の代理店の役割の業界ベースでの明確化	委託契約書において代理店の事故時の役割と代理店手数料との関係を明確に定める。その上で、お互いの役割を契約者に事前に提示し、サービス品質を明確にする。	対象外	・個社判断の領域
59	損害調査	過失割合認定判断の共通化	第三者機関による調停の仕組みを活用する等により過失割合認定の共通化を図り、公平性を担保する。	—	・6次中計課題として別途検討。
60		事故状況の共同査定ルールのルール化	複数の保険会社が係わる事故の場合は、共同査定が実施できるように業界ベースでルール化する。	—	・6次中計課題として別途検討。
61		人身傷害保険の支払基準の共通化	自賠責基準、任意基準を共通化する。	対象外	・独禁法上の問題
62		対人賠償保険金の支払基準の共通化	対人賠償の支払基準を改めて共通化する。	対象外	・独禁法上の問題
63		キャッシュレス契約における入金確認の廃止	キャッシュレス契約においては入金確認を廃止し、速やかに保険金を支払う。	×	・固有の事情に基づく事務フローを策定している会社があり見送る。
64		事故当事者への個人情報提供のルール化	事故の当事者にはそれぞれ情報を開示し、事故処理がスムーズに進められるよう業界ベースで警察庁に働きかける。	対象外	・共通化・標準化の範疇外
65	自動車事故における钣金修理査定基準の見直し・共通化	钣金塗装修理費の見直しを図り、ディーラー経由とBS直持ち込みの場合の二重価格を排除する。(BSに直接持ち込んだ場合の修理費をベースに査定基準を見直す)あわせて、リサイクル部品の積極活用を図るとともに、業界ベースで自動車メーカーに対し、事故時の修理代を低減できるパーツの開発を促す。	対象外 ○	・修理費の標準化は独禁法上の問題 ・リサイクル部品の活用はチラシ作成・配布や動画配信などにより啓発を行っており、今後も継続的に取り組みを推進する。	
66	情報交換	自動車保険の等級照会制度の改善	保険会社間での等級確認を可能にする。	○	・契約計上時に同制度へデータ送信するよう運用面、システム面の改定を行った。
67		代理店不祥事件情報のデータベース化と処分の徹底	コンプライアンス上の問題を惹起し、金融庁に不祥事件として届け出た代理店の情報は、委託がある生保、損保全社で共有できるD/Bを構築する。	○	・代理店不祥事件に関する情報(不祥事件届出を行った代理店の情報)の損保・生保で共有できるDBを構築した。

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容
68	情報交換	反社会的勢力に関する業界D/Bの構築	反社該当で契約引受けを謝絶したり、契約解除したケースに関する情報を業界ベースで保有し、代理店にも照会可能な仕組みにする。	—	・反社対応全般について別途検討中（代理店からの直接アクセスは実現困難）
69		反社会的勢力に関する警察庁D/Bへの照会システムの構築	業界ベースで警察庁に働きかけて同行が保有するD/Bへのアクセスを可能とし、反社排除に損保業界を挙げて取り組む。	—	・上記に同じ
70	コンプライアンス	コンプライアンスマニュアルの共通化	損保協会作成による募集コンプライアンスガイドを使用することでルールの共通化を図り、業界全体のベースを統一する。（各社別ルールの部分は別に定める）。	対象外	・個社判断の領域
71		不祥事件に対する代理店処分の業界統一ガイドライン策定	不祥事件の際の処分の基準を共通化し、保険会社間における処分内容の差をなくす。（乗合代理店の場合は、委託保険会社間で処分に関する情報を共有できるようにする）。	○	・ガイドラインを策定した。
72		特別利益の提供に関する業界共通のガイドラインの作成	業界ベースで判断基準を統一する。（実質的な公正競争規約的な位置づけ） 具体的な項目は以下の通り。 ・ノベルティ（使用できるものの明示・広範な規制は不要。限定的に定めることで可） ・ノベルティの金額の設定（上限・長期契約の場合の基準） ・本業割引の排除（ノベルティとは異なる概念であり、安易な適用は保険料割引につながるため、厳格に規制する） ・見込み客に対するノベルティ基準 ・懸賞キャンペーンの基準	○	・金融庁に対して、特別利益の提供に関する現行法令・監督指針等の今日的な観点について論点を整理した上で確認し、2017年1月19日の説明会で同行の考え方について同行から回答を得た。
73		紹介行為の定義の業界ベースでの明確化	見込客紹介の定義を明確化する。	—	
74		紹介者への謝礼基準の共通化	謝礼の基準を業界ベースで共通化する（継続・反復的に業として行う紹介行為は除く）。	○	・金融庁の監督指針改正案（2015年2月）に一定の解釈要素が示されたこと等を踏まえ、共通化・標準化ルールとして整理することは見送り、これまでの検討経緯等を整理した。
75		乗合代理店に対するコンプライアンス研修の共通化	乗合代理店の場合は、委託保険会社を代表する1社が実施すれば可とする。	×	・コンプライアンス研修の内容や頻度などは各社の経営方針等によること、現状では会員会社・代理店双方にとって業務効率化に有効な手段と言えないため、見送ることとする。 ・なお、会員会社にとって有効な情報をフィードバックすることが必要と考えられるため、「代理店コンプライアンス研修の参考事例」を取りまとめた。
76		標準帳票以外の募集文書作成時の保険会社と代理店間の費用負担ルールの明確化	業界ベースで負担の考え方を統一し、代理店によって差が生じないようにする。（50：50など）	対象外	・個社判断の領域
77		保険料専用口座の規定の緩和（実務に即した柔軟な対応の明確化）	保険料専用口座の規定を緩和し、実務に即した運用を認めるとともに保険会社による対応の違いをなくす。（保険料入金のための別口座を設けているケースや兼業代理店において本業口座に他の商品の代金と合せて保険料が振り込まれるケース等、実務上の必要性が認められるケースについては業界ベースで柔軟に対応する。必要によっては監督指針の改定を求める）	○	・銀行側の規則により口座名義に保険会社名を付すことができない場合の取扱い、預金債権が保険会社にある旨の念書の効力等を整理した。
78	比較広告ガイドラインの策定	比較広告を実施しやすいよう業界共通の具体的なガイドラインを定め、消費者の商品選択ニーズに応える。	—	・既に比較ガイドラインを策定しており、除外する。	

No	分類	提言項目	共通化・標準化策	検討状況	損保協会の検討内容
79	コンプライアンス	個人情報保護 ルールの見直し	個人情報の定義を改めて明確にし、 ルールの簡素化、限定化を図る。 併せて、飲酒運転や危険運転致死傷 罪の経歴等、社会の安心・安全を脅 かしかねない問題があるケースにつ いては、当該情報を関係者が閲覧で き、契約を謝絶できるような環境を 構築する。	○	・2014年5月21日情報セキュリティPT主催 「損害保険会社に求められるスマートデバイ スにおける個人情報管理」をテーマに専門家 によるセミナーを開催。
80		自己・特定契約の 該当契約の明確化	業界ベースで該当契約・契約者を明 確に定め業務規制の解釈の齟齬をな くす。併せて、長年に亘って続く既 存代理店に対する「当分の間」とい う規定文言を廃止し、規定そのもの をシンプルで分かりやすいものにし るよう金融庁に働きかける。	○	・金融庁から意見交換の依頼があったことから 特定者の定義等について意見交換を実施。
81		構成員契約規制の 見直し（撤廃）	業界ベースで見直し（撤廃）を働き 掛ける。	対象外	・規制改革要望等での検討事項
82	災害対応	業界ベースの 「(広域)損害査定 補助士(仮称)」 認定制度の創設	業界ベースで「(広域)損害査定補助 士(仮称)」認定制度を創設し、業界 を挙げて早期支払いを実行できる態 勢を整える(損保協会で研修と認定 を担う)。並行して、契約者からの自 己申請制度と代理店によるサポート 制度を拡充し、迅速な損害処理を実 現する。	対象外	・代理店の損害サービスへの関与範囲は各社判 断に拠る
83	CSR活動	学校教育における 保険教育の業界を 挙げた推進	損保協会が主体となって文部科学省 に働きかけ、中学・高校の学習指導 要領に保険教育を織り込む。 実施に当たっては代理店を講師とし て活用する。その前提として、損保 協会において専任講師の育成制度を 設ける。	—	・引き続き関係部会にて取り組んでいく。
84		CSR活動の業界 ベースでの推進	業界ベースで行うことでファンドも 確保でき、大きな仕掛けにもつな がることから、社会全体にとって必要 と思われる活動を思い切って業界 ベースで推進する(ex.離島等への消 防車の寄贈は損保協会だから継続的 に行うことができ、息の長い支援に つながる)。	—	・引き続き関係部会にて取り組んでいく。

■口座振替・共同決済端末（レジペイ）の導入…後掲情宣チラシ（PDF）参照

上記提言No.1の「口座振替依頼書」の共通化に関連し、損保業界では口座振替登録手続をペーパーレスで行う専用決済端末「レジペイ」を開発し、2018年3月から実用化を行った。

消費者の利便性を向上させ、代理店・募集人の業務効率化を実現し、保険会社の業務効率化・コスト削減に寄与する“三方よし”の仕組みであり、また、口座番号や印影を他人にみられたくないという消費者ニーズに合うものであるため、積極的な活用が望まれる。

(1) レジペイの概要

- ・携帯電話程度（7.6cm×11cm×3.3cm/225g）の大きさの専用決済端末（Panasonic 製）
損保5社^(注)、野村総研、パナソックソリューションジャパンの共同開発
（注：5社＝三井住友海上、損保ジャパン日本興亜、東京海上日動、あいおいニッセイ同和、共栄火災）
- ・参加5社の代理店システムからの連動（共同GW）
- ・1台の端末で乗合各社の口座登録が可能
- ・購入代金37,700円（耐用年数5年）…リース有
- ・システムは野村総研の“NRIモバイルペイメントサービス”を利用

(2) 目的

- ・ペーパーレス募集と併せたオールペーパーレス手続きを実現
- ・業務効率化・コスト削減・情報リスク削減（個人情報保護の強化）を実現
- ・事務所に1台、共同利用が可能

(3) メリット

<お客さま>

- ・口座届出印の押印が不要
- ・口座振替依頼書への記入の手間がなく、手続きが簡単
- ・情報漏えいのリスクなし（募集人に口座番号を見られない）

<代理店>

- ・口座振替依頼書作成、計上ロードの削減
- ・不備対応ロードの削減（手続き平均10%弱で不備^(注)が発生）
（注：届出印相違、印影が不鮮明、名義人相違、銀行コード・支店コード誤り など）
- ・口座振替依頼書の紛失リスクなし

結果、お客さま、代理店双方の利便性・生産性の向上につながる。

【参考】～端末代金37,700円（5年間）は年間口座登録数が何件以上でペイするか？～

<代理店の負担（1件当たり）>

- ・口座振替依頼書作成時間、手続き等：約300円
- ・郵送費用：164円（@82円×2）
- ・お客さま再訪費用（交通費+時間給分）：約2,000円

↓

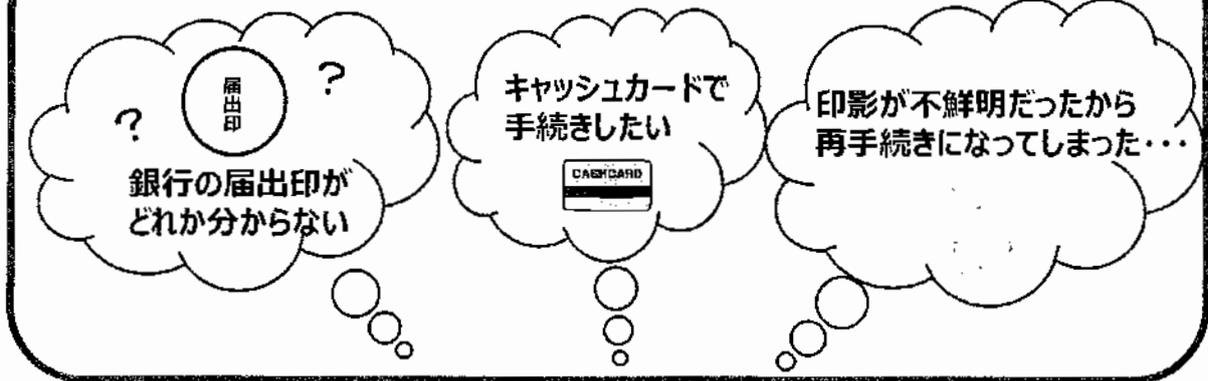
<5年間の総コスト推計>

- ・不備発生割合10%、事後対応で郵送：再訪問を50%ずつとした場合…5年間の逸失利益 約44,000円
すなわち、年間口座登録数20件（×5年間）で導入費用は十分カバーできる計算になっている。

キャッシュカードだけで口座情報の登録手続きができる



口座情報登録の手続きもっと簡単にならないかな？



そんな声にお応えし『レジペイ』を開発しました！

『レジペイ』とは専用モバイル端末に
キャッシュカードを通し、暗証番号を入力するだけで
口座登録ができるサービスの総称です。



端末価格: 37,700円(税抜)
(税込価格: 40,716円)

ご準備いただくのは
キャッシュカードのみ！

その場で口座登録手続きが
完了します！

書類不備による再手続きが
なくなります！

情報漏えいの心配はご無用です！

便利で安心な『レジペイ』をぜひご利用ください！

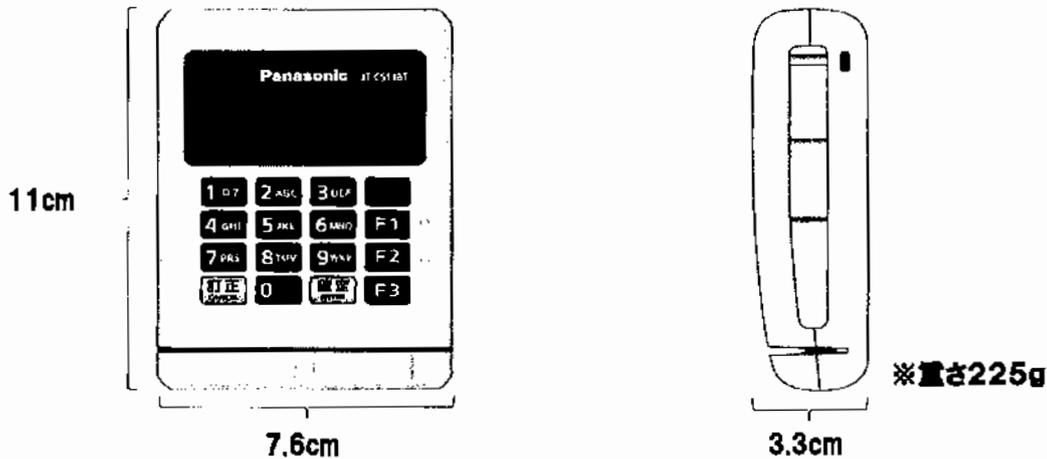
※磁気ストライプが内蔵されていないICキャッシュカード(ICチップのみ)はご利用いただけません。
※法人キャッシュカードは、金融機関によってご利用いただけない場合がございます。

『レジペイ』はセキュリティ対策も万全です！詳細は裏面をご覧ください！

<参考>レジペイのセキュリティ対策について

1

損害保険会社5社と株式会社野村総合研究所・パナソニックシステムソリューションズジャパン株式会社が共同開発しました！



<損害保険会社5社>

- あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
- 共栄火災海上保険株式会社
- 損害保険ジャパン日本興亜株式会社
- 東京海上日動火災保険株式会社
- 三井住友海上火災保険株式会社

2 セキュリティ対策は万全です！

「レジペイ(※)」では、業界団体の規格に準拠した暗号化技術により、キャッシュカード情報および暗証番号の不正使用および情報漏えいの対策を万全に施しています。

(※)「レジペイ」は本サービスの総称として、商標登録されています。

①レジペイは業界団体の規格やガイドラインに準拠しています。

日本マルチペイメントネットワーク推進協議会の「収納機関受付方式 端末ガイドライン」などに準拠しています。

②レジペイ端末を不正使用することはできません。

- ★ 認証登録している代理店・扱者しか利用できない仕様です。
カードリーダー単体では利用することができず、認証登録している代理店・扱者しか利用できない仕様になっています。
- ★ カードリーダー紛失時は、紛失届けによりカードリーダーの利用を制御します。
万が一紛失しても、端末そのものを利用できないように手続きすることで、第三者による不正利用を防止します。
- ★ 日付・時刻の不正操作に対する補正機能があります。
カードリーダー側で時刻を不正に操作して決済することができない仕様になっています。

③データ保護対策済みの端末になっています。

- ★ レジペイ端末で取り扱う情報（Bluetooth通信や金融機関への決済通信など）はすべて暗号化しています。
- ★ 端末の内部構造やデータの解析ができない機能（耐タンパ機能）を導入しています。
カードリーダーを物理的に開封した場合、端末内部のデータ削除と起動不要にする機能を搭載しています。

9 組織力の強化

〈代協正会員の増強と支部の活性化〉

■組織力強化の基本方針

日本代協並びに各代協は、お客様に直接接する保険代理業者の業界団体として、「損害保険の普及と一般消費者の利益保護」を図るため、長年にわたり地道な活動を続けている。

日本の損保市場の約91%は代理店扱であり、本会の発展は保険業界発展の礎ともなるものである。一方で、本会が社会の信認を得て持続的に活動を展開するためには一定の組織力を保持する必要があるが、その指標の一つとなる組織率は高いとは言えず、長年の懸案事項となっている。

本会の会員は法人格を持った各都道府県代協であり、個々の代理店は各代協の会員という位置づけになっている。従って、会員増強は各代協の取り組み課題そのものであるが、同時にそれは、本会の事業目的達成のための重要な課題でもあるため、当面は、日本代協グループとして全代協一体となって会員増強に取り組む方針としている。

1. 会員増強

■前提となる基本的な考え方

- ① **組織率目標**：組織の核となる専業代理店については、中期的に各都道府県において過半数を超える組織率（各保険会社の専業代理店数を分母として算出した一種の推計）となるよう取り組む。但し、これはあくまでも通過点であり、代協という業界団体の存在価値を考えた場合、本来の目標は「全代理店（約19.6万店）を分母に置いた場合の組織率50%超」という水準であることを認識しておく必要がある。（その場合、約9.8万店の会員が必要）
- ② **チャンネルの考え方**：代協は「保険募集のプロ」として活動する保険代理店・募集人の団体としての発展を目指している。一方で、業界統計上のチャンネルは、画一的な属性区分に過ぎず、専業・兼業という用語には「プロか否か」という質的概念は含まれていない。また、統計上専業とは「他の事業の収入が全体の50%を超えない」というだけで、専業代理店が100%専業であることを意味しているわけでもない。逆に、兼業に区分されていても、保険部門を有して専任者を配置する等、高い専門性と対応力を発揮し、顧客の期待に答えている代理店も数多く存在している。
日本代協の理念と照らし合せた場合、画一的なチャンネル区分で会員資格を縛るのではなく、「保険募集・顧客対応のプロ」としての志と能力を持った代理店であれば、チャンネルを問わず広く仲間として迎え入れ、互いに切磋琢磨しながら発展していくことが重要である。
- ③ **組織を挙げた取り組み**：会員増強運動は、一部の役員・委員長だけの仕事ではなく、組織全体で取り組む課題である。そのためには、意思決定の透明化や情報の共有化、全員参画型の組織運営を行い、共通の目的に向かって楽しく取り組む雰囲気を作りながら、活動の実行部隊を増やしていく必要がある。

■各代協にとっての会員増強の位置付け

2009年8月25日付の定款変更により、個々の代理店は各都道府県代協の正会員という位置づけになり、会員増強は各代協の組織問題そのものとなっている。従って、各代協においては、自らの組織運営上必要な運営経費を賄える会員数を念頭に置き、自主的かつ計画的に会員増強活動を推進する必要がある。

■代協正会員の増強と2018年度の取り組み

(1) 2017年度の総括と会員増強に当たっての心構え

日本代協の組織目標は、全代理店の50%超の代協加入であるが、現実を踏まえたステップ目標として、2017年度は、前年度末正会員数+300店(12,515店)を目標に取り組みを行った。結果的には目標には届かず、前年度正会員数+52店の12,267店となった。

具体的な取り組みとしては、会員増強は「通年運動」が基本であるという原点に立ち、「連クォーター稼働(4半期ごとにステップを刻んで加入増目標達成)」を推進したが、達成代協は山梨、三重、奈良、徳島、福岡の5代協(昨年度は3代協)のみであり、十分に定着・浸透するには至らなかった。

11月末の進捗状況を踏まえ、2018年2月に会員増強キャンペーン(増店目標の80%確保が入賞基準)を実施した。結果は、目標とした432店の増強には及ばず、達成率は11.6%(昨年度22.9%)止まりで目標達成代協も4代協(昨年度は5代協)のみと不振に終わったが、この活動を契機にして3月のラストスパートが実った代協も見られた。

都道府県代協別では、山梨V4(+5店)、三重V2(+10店)、滋賀V5(+3店)、京都V4(+8店)、奈良V4(+6店)、徳島V2(+4店)、愛媛V1(+6店)、高知V6(+4店)、福岡V14(+21店)、長崎V4(+6店)、熊本V4(+8店)の11代協が年間会員増強の自主目標を達成した。

各社が進める販売基盤の構造改革や合併・M&A等の進展に伴って総代理店数は減少傾向にあり、会員増強という観点では難しい環境に置かれている。しかしながら、こうした環境下においても、福岡県代協が14年連続で目標達成^(注)という素晴らしい成果を残していることは注目すべきである。具体的な目標を持って組織をあげて取り組みを進め、「出来るまでやる」ことを実践してきた成果である。

また、上記の通り10代協が自主目標達成で連覇を果たした。連続目標達成を強く意識して一体感をもって取り組んだ結果であり、全国代協の模範となった。

(2) 正会員増強運動【2018年度の取り組み】

2018年度は、代協正会員12,567店(2018年3月末会員数12,267店+300店)達成を目標とし、次の通り増強運動を展開する。

① 全ての代協が「自主目標」を定めて取り組むとともに、日本代協の事業目的達成を支えるため、日本代協グループとして組織をあげて取り組む(基本方針通り)。

② 2018年度の増強目標数は、昨年度同様、以下の手順で定めた。

i 組織委員会は、組織率に応じたアップ率を設定して算出された目標ガイドラインを各代協に提示した。

【組織率】 70%以上：2.0% / 60%以上：2.5% / 50%以上：3.0% / 40%以上：3.2% /

30%以上：3.5% / 30%未満：3.8%

ii 各代協では、組織率50%達成のために策定した中期増強計画を踏まえ、上記ガイドラインをミニマム基準として2018年度の増強目標数を事業計画に定め、各代協の総会にて組織決定を行った。

③ 増強運動は年間を通して推進する。中間ラップの状況によっては、下期の特定期間において、増強キャンペーンの実施を検討する。

④ 「紹介の仕組み作り」を行い、会員・組織一体となった取り組みを推進する。

・既存会員に紹介を依頼する(1会員年間1紹介の明示など)

・保険会社に協力を依頼する。「保険会社にとっての代協加入のメリット」を伝える)

・「連れてき隊」を組成し、仲間支援活動を展開する。

- ⑤ 保険会社に影響力を有し、地域の中核となっている有力代理店に対して加入を働きかける。
- ⑥ 代理店賠償や各種情報入手の場以外の代協加入のメリットを明確化し、情宣を行う。(組織委員会)
- ⑦ 退会の際には理由を確認し、防止に役立てる。

(3) 新入会員オリエンテーションの実施

2017年度にオリエンテーションを実施したのは33代協(計40回・参加者689名)であった。

新入会員に本会の意義を理解してもらい、本会の活動に参加する喜びを知ってもらうためにもオリエンテーションの開催は重要であり、本年度も取り組みを進める。なお、年度内効果の観点から、できる限り第一四半期(4月～6月)に開催し、新入会員の啓発と疎外感排除に努める必要がある。

(4) ブロック協議会活動の強化

代協活動、特に、会員増強を進めるに当たってブロック協議会の担う役割は極めて大きく、各代協の経験交流を通じ、所属代協が揃って目標を達成できるようリードしていく必要がある。2018年度はビジョン委員会策定の「ブロック協議会運営ガイドライン」を活用し、地域担当理事のリードとサポートのもと、計画的な開催と経験交流を通して各代協活動を草の根ベースで活性化させていく。

(5) 各保険会社研修生の勧誘

各社の独立型研修生卒業代理店に対し、損保各社の協力を得て、入会関係書類の配布と勧奨を行い、会社としての推奨を要請する。

(6) 損保協会、同協会支部、損保各社との接点・連携強化

- ① 各組織で、損保協会・損保各社との定期的な面談、共同企画の実施等を通して協力体制構築に取り組む。(総会、賀詞交歓会、各セミナー、社会貢献活動等のイベント等)
- ② 本部では、損保7社との合同懇談会を実施し、会員増強等の協力依頼を行う。(本年度は7月12日開催)
[参加会社(50音順)]

AIG損害保険・あいおいニッセイ同和・共栄火災・損保ジャパン日本興亜・東京海上日動・日新火災・三井住友海上(地域営業推進・専業代理店担当部長)／損保協会(募集・教育企画部長)

2. 基盤強化

■人材育成研修会

人材育成研修会は、募集人の資質向上とともに、代協活動の次代の指導者を育成するために重要な取り組みである。また、本研修会を計画的に開催している代協は、退会抑制とともに会員増強にも成果を出しているところが多く、活用が期待される。各ブロックにおいては、活発な意見交換を前提とした有意義な研修会となるよう企画することが望まれる。(2021年度までの開催スケジュールは以下の通り)

年 度	開催ブロック
2018年度	上信越・東 京・近 畿・四 国
2019年度	北東北・東関東・阪 神・九州南
2020年度	南東北・南関東・東中国・九州北
2021年度	北海道・東 海・北 陸・西中国

■組織の強化と基盤整備

(1) 基本的な考え方

組織が人の集りである以上、組織の活性化は組織を構成する人、とりわけそのリーダーの資質に負うところが大きい。代協活動は無報酬のボランティアではあるが、役を引き受けた以上、各代協会長・支部長

は、高い倫理観をベースにした明確なビジョンと責任感を持ち、リーダーシップを発揮して組織運営に取り組むことが求められる。この場合、最も大事なスキルは「バランス感覚」と「傾聴」の姿勢であり、会員の声に謙虚に耳を傾け、対話をベースにした組織運営を実践することが必要である。

全ての代協が法人格をもった現在において、社会の期待も社会に対する責務も任意団体の時代とは比較にならない位大きなものとなっている。この“第二の創業”とも言える転換期においては、改めて代協活動の原点に戻り、支部・代協・ブロック協議会の更なる活性化を図り、対外的なパワーの源泉となる組織力を強化することが必要であり、代協会長・支部長の役割はますます重要なものになっている。

一方で、本会の大きな課題は、事業活動に対する各代協間の温度差であり、各代協の取り組みに濃淡が生じないよう、ブロック協議会の場を通して認識や課題の共有化を図り、代協会長のサポートを行う必要がある。

なお、業界団体という特性上、各代協のリーダー役は、代協活動と本業（保険代理業）を両立させるだけでなく、自らの本業を発展させることで、他の会員の模範となることが望まれる。

(2) 支部活動の強化

① “支部が強くなければ代協が強くない”のは自明の理である。各支部長は、責任感をもって支部活動をリードする必要がある。「代協活動は会員が“集い語らう”ことから始まる」と言われるが、その原点が支部であり、各支部は定期的に会合を開き、情報交換と相互研鑽を重ねることが望まれる。

＜「支部の活性化」⇒「加入したくなる代協作り」⇒「会員の増強」⇒「活動への全員参画」⇒「代協・日本代協の活性化」⇒「損保代理業界の発展」⇒「損保業界の健全な発展」＞という好循環を作り上げるため、支部と支部長の役割は重要であり、地域の独自性を発揮した活動が期待される。

支部の運営に当たっては、以下に留意する。

- ・定期的な会合を設ける（無理なく集まるため、決まった曜日・場所で昼食会合を開催等）
- ・全会員が支部の活動に参加するように仕組む（社会貢献活動などの場が効果的）
- ・イベントの際は広く声をかける（会員、その家族、保険会社社員等にも声掛けを行い、楽しく取り組める雰囲気をつくる）
- ・地域の名士や各団体との関係構築を図る

② 組織委員会では好取組事例の情報収集を行い発信する。

③ 代協会長は、支部活動の活性化を支援する。

④ 支部体制（支部数・所属代理店数）については、各会員が活動に参画する際に負担増とならない前提で、持続的な活動を可能とする水準に再編（新設・分割、統合・廃止）を検討する。

(3) 代協内における認識・情報の共有化

各代協においては、会員に対する情報発信（メール、FAX、WEB配信）を強化し、日本代協の方針や活動の状況、各代協の好取組状況、業界動向に関する最新情報等の情宣に努め、認識の共有化を図る必要がある。そのためには、確実に情報を届けられるように各会員の連絡先を複数把握しておくことが必要である。

(4) 若手会員・女性会員の育成・登用

将来の指導者育成と組織の活性化のためには、次代を担う若手の育成・登用が不可欠であり、思考や能力の多様性の観点から、女性会員の登用を積極的に行うことが必要である。（例えば、人数目標を定めて取り組む等）

なお、本会においても2016年度の役員改選以降、女性理事が継続的に2名誕生^(注)しており、組織に新しい風と刺激をもたらしている。（注：2名はCSR委員長と広報委員長に就任）

(5) 組織運営のガバナンス確保

- ① 各代協においては、関連法規に沿った公正な運営を行うとともに、「一般社団法人運営マニュアル」を参考に組織運営を行う。特に、事務局の労働関係法規遵守に留意する。(代協用各種ひな型提供済)
- ② 日本代協においては、各代協の運営に資する情報収集と知識習得に努め、弁護士・公認会計士・社労士等の専門家の支援を得ながら、各代協の個別問題事案（意思決定手続きや税務・法務問題等）をサポートする。

(6) 代協事務局の対応力アップ

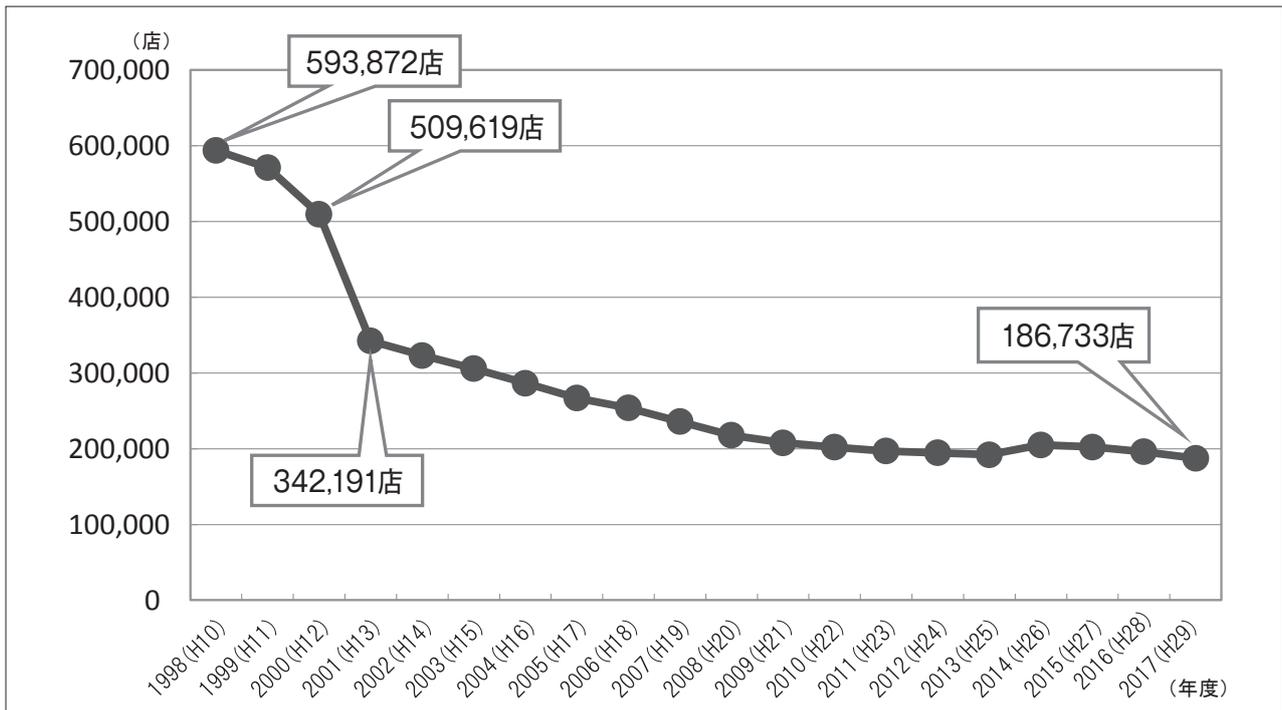
① 事務局職員研修

各代協事務局の安定的運営と能力向上のため、本会では定期的に「事務局員研修」を行っており、2018年7月に実施済である。(32代協から36名が参加)。事前アンケートに基づく情報交換や日頃の悩み相談などを行って有意義な研修を心がけており、各業務の業務処理の流れや一般社団法人運営上の留意点等について、理解を深めてもらう機会となっている。

② 代協事務局出張支援

代協事務局における日常業務上の個別の課題をサポートするため、2018年度より各代協事務局へのお出張支援を開始している。日本代協職員が直接現地に出向き、現物に基づき具体的な説明やサポートを行っている。(2018年度は年間5場所程度を予定)

〔付表1〕 代理店実在数の推移

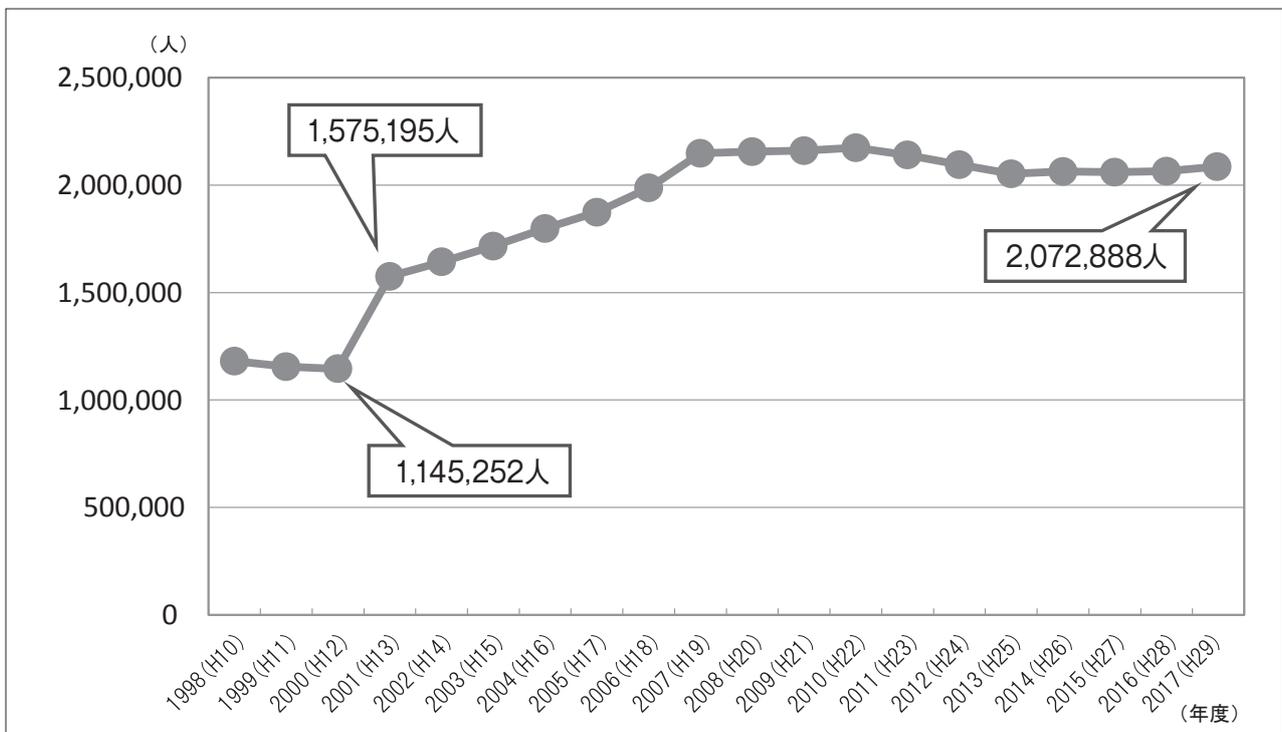


※過去20年間の代理店実在数は、1998年度末の593,872店が最大。

※代理店実在数は2001年度に大幅に減少した(2000年度：509,619店、2001年度：342,191店、対前年度比-167,428店)。これは保険業法の改正により、生保会社本体が損保代理店になることが可能となり、それまで個々に登録していた生保営業職員の個人代理店が大量に廃止されたためと推測される。

(出典：日本損害保険協会HPより抜粋)

〔付表2〕 募集従事者数の推移



※募集従事者数は2001年度に大幅に増加した(2000年度：1,145,252人、2001年度：1,575,195人、対前年度比+429,943人)。これは銀行等の金融機関の窓口において保険販売が解禁されたことに伴い、銀行員等が募集従事者になったためと推測される。

(出典：日本損害保険協会HPより抜粋)

[付表3] 募集形態別元受正味保険料 (2017年度)

代理店扱保険料が全体の91.5%を占めている。

		元 受 正 味 保 険 料						合 計 百万円
		代理店扱		保険仲立人扱		直 扱		
		百万円	保険料割合	百万円	保険料割合	百万円	保険料割合	
国 内 元 受	火 災	1,380,293	95.1%	13,667	0.9%	57,556	4.0%	1,451,527
	(うち積立型)	82,880	94.6%	0	0.0%	4,714	5.4%	87,599
	海 上	113,737	56.3%	12,156	6.0%	76,228	37.7%	202,126
	運 送	62,569	95.4%	676	1.0%	2,355	3.6%	65,608
	傷 害	953,657	86.6%	608	0.1%	146,677	13.3%	1,100,951
	(うち積立型)	188,740	71.5%	19	0.0%	75,059	28.5%	263,823
	自 動 車	3,768,378	92.6%	739	0.0%	298,225	7.3%	4,067,352
	自 賠 責	953,088	99.9%	0	0.0%	1,204	0.1%	954,298
	新 種	1,259,086	87.5%	23,809	1.7%	156,411	10.9%	1,439,323
	(うち積立型)	-1	-16.7%	0	0.0%	7	116.7%	6
計	8,490,842	91.5%	51,670	0.6%	738,683	8.0%	9,281,213	
外 国 元 受	43,950	97.3%	198	0.4%	1,021	2.3%	45,170	
合 計	8,534,795	91.5%	51,868	0.6%	739,704	7.9%	9,326,386	

※代理店扱とは、損害保険代理店を通じて行われる募集形態

※保険仲立人扱とは、保険仲立人(保険ブローカー)を通じて行われる募集形態

※直扱とは、損害保険会社の役職員が直接保険を募集する形態

(出典：日本損害保険協会HPより抜粋)

[付表4] 形態別代理店数・扱保険料・募集従事者数 (2017年度末)

(単位：店、千円、人)

	合 計	専 業 ・ 副 業 別		法 人 ・ 個 人 別		専 属 ・ 乗 合 別	
		専 業	副 業	法 人	個 人	専 属	乗 合
代理店数	186,733	35,283 (18.9%)	151,450 (81.1%)	105,215 (56.3%)	81,518 (43.7%)	142,969 (76.6%)	43,764 (23.4%)
扱保険料	6,123,855,640	2,385,295,405 (39.0%)	3,738,560,232 (61.0%)	5,728,008,116 (93.5%)	395,847,523 (6.5%)	2,135,589,586 (34.9%)	3,988,266,052 (65.1%)
募集従事者数	2,072,888	123,885 (6.0%)	1,949,003 (94.0%)	1,957,136 (94.4%)	115,752 (5.6%)	627,859 (30.3%)	1,445,029 (69.7%)

※扱保険料は、火災保険、自動車保険および傷害保険の合計額を計上。

(出典：日本損害保険協会HPより抜粋)

〔付表5〕 都道府県別代理店実在数（2017年度末）

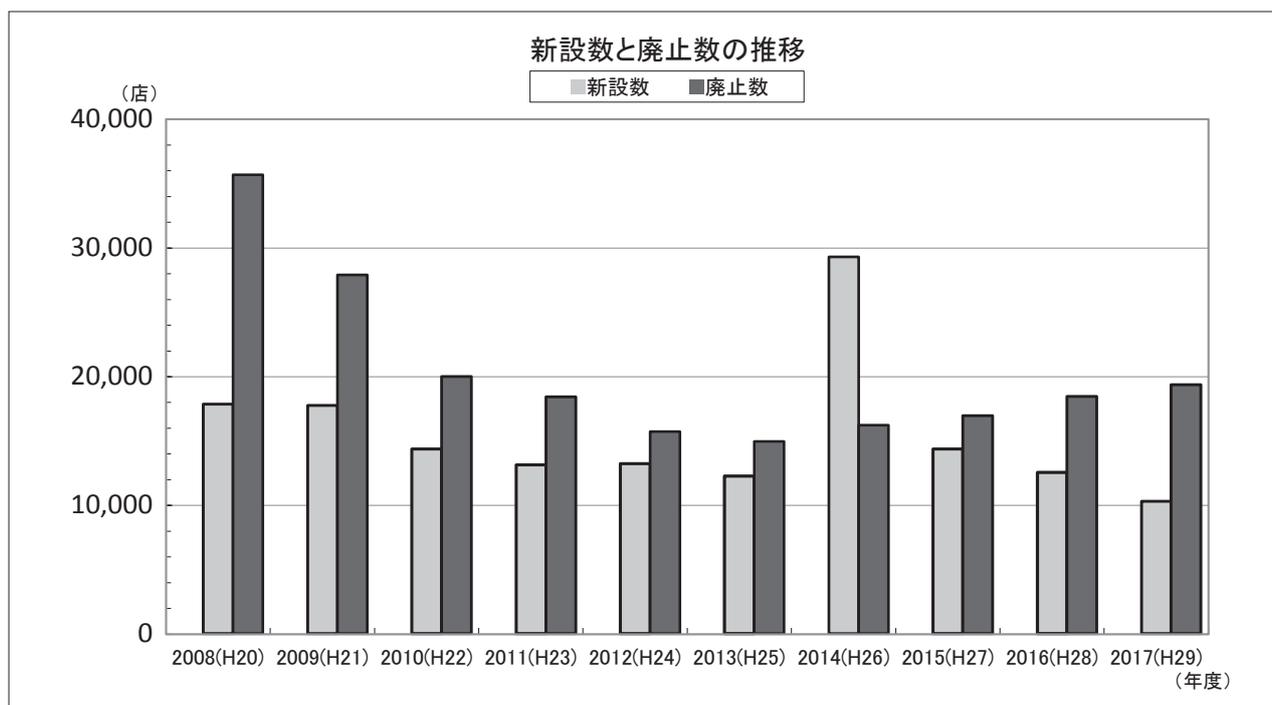
（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

都道府県名	代理店実在数	都道府県名	代理店実在数	都道府県名	代理店実在数
北海道	8,391	長野県	3,443	岡山県	3,299
青森県	2,191	岐阜県	3,633	広島県	4,393
岩手県	1,830	静岡県	6,495	山口県	1,925
宮城県	3,836	愛知県	10,425	徳島県	1,534
秋田県	1,533	三重県	2,946	香川県	1,689
山形県	2,042	富山県	1,787	愛媛県	2,394
福島県	3,281	石川県	2,008	高知県	1,100
茨城県	5,195	福井県	1,365	福岡県	8,049
栃木県	3,350	滋賀県	1,912	佐賀県	1,337
群馬県	3,697	京都府	3,710	長崎県	2,153
埼玉県	8,441	大阪府	11,863	熊本県	3,120
千葉県	7,169	兵庫県	7,045	大分県	1,788
東京都	20,496	奈良県	1,732	宮崎県	1,776
神奈川県	8,495	和歌山県	1,904	鹿児島県	2,739
新潟県	3,729	鳥取県	926	沖縄県	2,079
山梨県	1,567	島根県	921	合計	186,733

※専属代理店：1社の保険会社と委託契約を結んでいる代理店

※乗合代理店：複数の保険会社と委託契約を結んでいる代理店

〔付表6〕 代理店新設数・廃止数の推移



※新設代理店数は10,108店であり、前年度の12,299店に比べ、2,191店減少した。(対前年度-17.8%)。また、廃止代理店数は19,418店であり、前年度の18,404店に比べ、1,014店増加した(対前年度+5.5%)。(出典：日本損害保険協会HPより抜粋)

〔付表7〕 チャンネル別代理店数・募集従事者数（2017年度末）

（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

保険募集チャンネル	代理店数			募集従事者数		
	店数	構成比	順位	人数	構成比	順位
自動車関連業 （自動車販売店、自動車整備工場）	96,578	51.7%	1	559,592	27.0%	2
専業代理店 （保険商品の販売を専門に行う代理店）	35,401	19.0%	2	316,433	15.3%	3
不動産業 （賃貸住宅取扱会社、住宅販売会社）	21,992	11.8%	3	127,157	6.1%	5
卸売・小売業 （自動車関連業を除く）	5,275	2.8%	4	38,202	1.9%	7
建築・建設業	3,908	2.1%	5	33,280	1.6%	8
公認会計士、税理士、社会保険労務士等	3,691	2.0%	6	12,706	0.6%	9
旅行業 （旅行会社、旅行代理店）	2,144	1.1%	7	57,480	2.8%	6
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）	2,084	1.1%	8	622,558	30.0%	1
金融業のうち銀行等 （銀行、信用金庫、信用組合、農協）	1,106	0.6%	—	425,157	20.5%	—
運輸・通信業	1,718	0.9%	9	195,602	9.4%	4
その他 （製造業、サービス業等）	13,942	7.5%	—	109,878	5.3%	—
合計	186,733	100.0%	—	2,072,888	100.0%	—

	代理店数	募集従事者数
生命保険募集人を兼ねる代理店	46,203	1,139,904

※「生命保険募集人を兼ねる代理店」は、上段の保険募集チャンネルにおいて生命保険募集人を兼ねている代理店数・募集従事者数を表している。

※「4. 専業・副業別、法人・個人別、専属・乗合別代理店数」の専業代理店数(35,283店)と、「5. 保険募集チャンネル別代理店数、募集従事者数」の専業代理店数(35,401店)に差異があるのは、チャンネル別代理店統計が、2008年度から調査を始めた新しい統計であることから、「4. 専業・副業別、法人・個人別、専属・乗合別代理店数」の統計とチャンネル別代理店統計を作成するシステムが異なる保険会社があるため。

<付表数字の対象会社>

[国内保険会社27社]

あいおいニッセイ同和損保、アイペット損保、アクサ損保、朝日火災(現・楽天損保)、アニコム損保、アメリカンホーム、アリアンツ火災、イーデザイン損保、AIG損保、au損保、エイチ・エス損保、SBI損保、共栄火災、ジェイアイ、セコム損害保険、セゾン自動車火災、ソニー損保、そんぽ24、損保ジャパン日本興亜、大同火災、チャブ保険、東京海上日動、日新火災、日立キャピタル損保、三井住友海上、三井ダイレクト損保、明治安田損保

[外国保険会社12社]

ゼネラル、アトラディウス、HDIグローバル、カーディフ、現代海上、コファス、ニューインディア、スイスリーインターナショナル、スター、チューリッヒ、ユーラーヘルメス、ロイズ

〔付表8〕 ブロック別・代協別 正会員数・組織率（2018年3月末現在）

代 協 ブロック	2018.3.31現在		
	専業代理店 実 在 数	正会員数	組 織 率
北 海 道	1,341	647	48.2%
〈北海道計〉	1,341	647	48.2%
青 森	378	144	38.1%
岩 手	303	120	39.6%
秋 田	254	101	39.8%
〈北東北計〉	935	365	39.0%
宮 城	608	258	42.4%
やまがた	262	156	59.5%
福 島	510	259	50.8%
〈南東北計〉	1,380	673	48.8%
新 潟	479	202	42.2%
長 野	484	234	48.3%
群 馬	524	243	46.4%
〈上信越計〉	1,487	679	45.7%
栃 木	517	145	28.0%
茨 城	683	249	36.5%
埼 玉	1,162	397	34.2%
千 葉	1,177	366	31.1%
〈東関東計〉	3,539	1,157	32.7%
神 奈 川	1,304	507	38.9%
山 梨	222	136	61.3%
〈南関東計〉	1,526	643	42.1%
東 京	2,653	935	35.2%
〈東京計〉	2,653	935	35.2%
静 岡	908	305	33.6%
愛 知	1,446	553	38.2%
岐 阜	505	234	46.3%
三 重	477	246	51.6%
〈東海計〉	3,336	1,338	40.1%
富 山	261	137	52.5%
石 川	254	165	65.0%
福 井	222	130	58.6%
〈北陸計〉	737	432	58.6%

代 協 ブロック	2018.3.31現在		
	専業代理店 実 在 数	正会員数	組 織 率
滋 賀	213	140	65.7%
京 都	497	387	77.9%
奈 良	243	154	63.4%
〈近畿計〉	953	681	71.5%
大 阪	1,555	904	58.1%
兵 庫	890	296	33.3%
和 歌 山	279	188	67.4%
〈阪神計〉	2,724	1,388	51.0%
岡 山	487	335	68.8%
鳥 取	147	105	71.4%
島 根	154	59	38.3%
〈東中国計〉	788	499	63.3%
広 島	578	237	41.0%
山 口	312	171	54.8%
〈西中国計〉	890	408	45.8%
徳 島	193	128	66.3%
香 川	191	158	82.7%
愛 媛	340	155	45.6%
高 知	160	131	81.9%
〈四国計〉	884	572	64.7%
福 岡	1,243	621	50.0%
大 分	299	144	48.2%
佐 賀	183	116	63.4%
長 崎	292	196	67.1%
〈九州北計〉	2,017	1,077	53.4%
宮 崎	280	157	56.1%
熊 本	427	271	63.5%
鹿 児 島	371	175	47.2%
沖 縄	363	170	46.8%
〈九州南計〉	1,441	773	53.6%
〈全国計〉	26,631	12,267	46.1%

※除く勤務型代理店等の登録数