

2025 年度代理店業務品質審査会議事概要

1. 日時

令和 8 年 2 月 24 日（火） 14 : 30～17 : 15

2. 出席者

委員

後藤 元 （東京大学大学院法学政治学研究科 教授 / 商法）

洲崎 博史 （同志社大学大学院司法研究科 教授 / 商法）

坪田 郁子 （公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長 / 消費者問題）

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・相談員協会理事
フオスター・フォーラム（良質な金融商品を育てる会） 世話人 / 金融経済
教育・金融商品）

幕田 英雄 （銀座中央法律事務所 弁護士 / 独占禁止法（元公正取引委員会委員））

家森 信善 （神戸大学経済経営研究所 教授 / 金融論）

(50 音順)

3. 議題

- (1) 開催にあたって
- (2) 2025 年度業務品質調査による代理店の評価の確定と、2025 年度認定代理店に係る公表内容について
- (3) 2026 年度運営について
- (4) 報告事項について
- (5) 意見交換

4. 議事

- (1) 開催にあたって
 - ・全委員の出席による 2025 年度代理店業務品質審査会の成立を確認した。
 - ・委員間の互選の結果、洲崎委員が議長に選任された（任期は 2026 年度定時審査会まで）。
 - ・洲崎議長により、家森委員が議長代行に指名された。
 - ・委員と代理店の関係により個別の審議に関わることができない代理店がないことを確認した。
- (2) 2025 年度業務品質調査による代理店の評価の確定と、2025 年度認定代理店に係る公表内容について
 - ・2025 年度の業務品質調査の申込代理店について、協会事務局による調査および再調査の正当性を確認したうえで、124 社が「共通項目およびすべての基本項目を達成した」とする最終的な業務品質調査結果・評価結果を確定した。

・上述の124代理店を「認定代理店」として生命保険協会ホームページに掲載する公表内容を確定した。

	調査申込代理店	認定代理店
初回調査	51 代理店	21 代理店
定期調査	40 代理店	34 代理店
更新調査	71 代理店	69 代理店
合計	162 代理店	124 代理店

(3) 2026 年度運営について

①業務品質評価基準の見直し

・代理店業務品質検討ワーキング・グループでの議論を踏まえ、2025 年度評価基準からの見直し内容について審議を行い、2026 年度評価基準の見直しは2 回（第1 弾、第2 弾）に分けて行うこととしたうえで、2026 年度業務品質評価基準（第1 弾）を確定した。

②生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領の見直し

・代理店業務品質検討ワーキング・グループでの議論を踏まえて、生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領の見直しの目的および内容について審議を行い、2026 年度生命保険乗合代理店業務品質評価運営要領を確定した。

(4) 報告事項について

・事務局より、代理店業務品質評価業務規程の改正（2026 年 4 月 1 日施行）のほか、各取組みにつき、報告を行った。

(5) 意見交換

・業務品質評価運営の将来像・進むべき方向性についてディスカッションを実施し、活発な議論が交わされた。主な意見は以下の通り。

<主な意見>

○今年度、規模の小さな代理店が定期調査受審を申し込まなかったとのことであるが、保険業界においては、会社の規模に関係なく、ガバナンス強化の取組みを進めている。規模が小さいことを理由にガバナンス強化のためになすべき対応を行わないことがあってはならないし、代理店経営者がそうした考え方であれば、丁寧に本運営の趣旨・目的を伝えるべきではないか。

○認定代理店が消費者に選好されることを目指すには、当運営が消費者に広く認知されることが不可欠である。現状も認知向上に資する取組みは実施しているとのことであるが、消費者にとっての認定代理店を選ぶメリットを更に発信していく必要があるのではないか。

また、認定未取得代理店への当運営の認知が課題と感じている。そういった代理店に対し、認定取得のメリットを訴求する際には、代理店の規模や態勢整備の状況に応じたアプローチを検討する必要があるのではないか。

- 当運営は、代理店のガバナンスやコンプライアンスを確保する、という視点だけでなく、規模の大小を問わず「顧客本位の業務運営」に真摯に取り組む代理店を育成・支援する、という重要な役割もある。運営の強化・厳格化に併せて、当運営の利用促進のために代理店との対話を強化する等の工夫にも取り組むべきではないか。
- 来年度の運営強化・厳格化は賛同する。どの代理店も「顧客本位の業務運営」が損なわれるリスクの要素は同じであるが、規模・特性に応じて、その適切な管理・コントロールする方法は異なると考えられる。そういった点から調査では形式的な整備状況だけでなく、代理店の規模・特性に応じた実態をしっかりと確認してもらいたい。
- 当運営を利用し、態勢整備状況の客観的な評価を定期的に受けることは重要であるが、調査する側も調査を受ける側も調査時の負担(書類等の準備・提出、確認等)は相当なものとする。今後、業務効率等を改善していくべきではないか。
- 一定以上の規模の代理店は認定を取得しているのが「当たり前」、となることが望ましいし、しっかり消費者に認知される取組みを継続してほしい。また、公表時には認定取得状況を規模別、あるいは販売形態別にグループ分けする等、消費者に分かりやすい形での公表を検討してもらいたい。

以上