

代理店業務品質検討ワーキング・グループ（第26回）議事概要

1. 日時

令和8年5月20日（水） 14:30-16:00

2. 場所

生命保険協会 特別会議室（※）

（※）ウェブ会議システム Teams を用いて開催

3. 出席者

座長

一般社団法人生命保険協会

委員

株式会社アイ・ティ・コンサルティング

株式会社アイリックコーポレーション

株式会社アドバンスクリエイト

エフピーサポート株式会社

株式会社グライブ

ソニアキューブ株式会社

株式会社ソニックジャパン

株式会社ニュートン・フィナンシャル・コンサルティング

ファイナンシャルアライアンス株式会社

株式会社保険ステーション

ほけんの窓口グループ株式会社

[保険代理店 11 社]

一般社団法人保険乗合代理店協会

一般社団法人保険健全化推進機構 結心会

公益社団法人全国消費生活相談員協会

[社団法人 3 団体]

生命保険協会会員会社

[生命保険会社 35 社]

オブザーバー

アンダーソン・毛利・友常法律事務所外国法共同事業(生命保険協会顧問弁護士)

金融庁

(五十音順) (ウェブ会議システム Teams から出席)

4. 議題

- (1) 2026 年度業務品質調査への申込状況等について
- (2) 今後の検討 WG、業務品質評価運営等について
- (3) 2026 年度業務品質評価基準の考え方等の一部見直しについて
- (4) 認知向上に向けた取組みについて
- (5) 生命保険業界における代理店業務品質向上に向けた取組み
- (6) 2026 年度検討 WG 運営

5. 配布資料

- (資料 1) 2026 年度業務品質調査への申込状況等について
- (資料 2) 今後の検討 WG、業務品質評価運営等について
- (資料 3) 2026 年度業務品質評価基準の考え方等の一部見直しについて
- (資料 4) 認知向上に向けた取組みについて
- (資料 5) 生命保険業界における代理店業務品質向上に向けた取組み
- (資料 6) 2026 年度検討 WG 運営
- 【別紙 1】業務品質評価基準ガイドライン（評価報酬体系、特利、特大代関連）
- 【別紙 2】【B 版】2026 年度業務品質評価基準一覧（案）（評価報酬体系、特利、特大代関連）
- 【別紙 3】2026 年度代理店業務品質検討ワーキング・グループ委員

6. 議事等

(○生命保険協会、●代理店・代理店団体・消費者団体委員、■生命保険会社委員、□金融庁)
議事に先立ち、ウェブ会議システム Teams により、出席者の音声および映像が即時に他の出席者に伝わり、適時的確な意見表明が互いにできる仕組みとなっていることを確認した。

- (1) 2026 年度業務品質調査への申込状況等について
(座長から資料 1 の内容に沿って説明)

- (2) 今後の検討 WG、業務品質評価運営等について
(座長から資料 2 の内容に沿って説明、意見照会)

(座長)

- 資料 2 (1) に記載の、業務品質評価の運営について（評価基準、調査のあり方、今後進むべき方向性等）ご意見を伺いたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 受審辞退理由にもあるとおり、「基準の達成が厳しい」と受け止めている代理店が多い印象がある。一方で、共通自己点検はすべての代理店に対して年 1 回以上の実施が求められており、

本制度はその延長線上にある態勢整備の取組みと捉えることができる。この点に関する理解が進めば、受審に対する心理的なハードルは一定程度軽減されると考えられる。

こうした認識の浸透を図るためにも、保険会社や保代協を通じた継続的な啓発活動が重要である。

また、認定代理店数の減少については、現時点で態勢整備が可能な代理店の多くがすでに認定を受けていることに加え、本制度の厳格化の影響もあると考えられるため、今後の拡大には一定の時間を要すると見込まれる。したがって、この状況を過度に否定的に捉えるのではなく、啓発活動を着実に継続しながら、段階的に裾野を広げていくことが重要ではないか。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 当運営が目指すべきは、消費者に選ばれる代理店を適切に評価することである。一方で、近年は消費者ニーズが多様化しており、代理店の形態もさまざまであることから、代理店の規模やチャネルの特性に応じて、評価方法・基準・評価項目を柔軟に設計する必要があるのではないかと。その上で、こうした特性の違いを踏まえつつ、各代理店が抱えるリスクに適切に対応できているかを確認する仕組みへと見直していくことが求められる。
- また、小規模代理店であることを理由に調査受審に慎重な姿勢を示すケースも見受けられるが、良質なサービスを提供している代理店であれば、規模にかかわらず積極的に当運営へ参画することが望ましい。このため、代理店の規模やチャネル特性に応じた評価の在り方について、継続的に見直しとブラッシュアップを図っていくことが重要である。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 近時の不祥事案等を背景に、評価・対応内容が全体として複雑化している認識がある。加えて、同一項目内において、複数の観点から対応を求められているように受け取られるケースもあり、求められている水準や対応内容が分かりにくいとの声がある。こうした状況を踏まえ、制度や運用の見直しにあたっては、環境変化を踏まえつつ、定期的に代理店の実務担当者との意見交換を行い、現場の実態を反映させていくことが重要ではないか。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 認定継続を辞退する代理店が見受けられる一方で、今後は本制度のさらなる高度化を進めていく必要があるとの認識である。そのため、受審代理店側の業務品質向上に資する制度の在り方について、改めて整理する必要があるのではないかと。
- 調査運営においては一般に陥りがちな点ではあるが、現状では、日常的な運用が実効的に機能しているかの確認よりも、設問への対応自体が目的化し、代理店側に「持ち物検査」や「テスト対策」のように受け止められている側面があると考えられる。
- このため、高度化を進めるにあたっては、単に設問内容や要求水準を引き上げるのではなく、「何のために調査を実施するのか」という本来の目的に対する理解を深めることが重要である。そのうえで、実態確認の在り方や運用方法を含め、制度全体を見直していくことが課題と

なると考えられる。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 設問の中には、特定の文言や表現の有無を厳格に求める設計となっているものも見受けられる。その結果、実態として業務運用に大きな変更がない場合であっても、規程やマニュアルの文言修正を余儀なくされるケースが生じている。設問の厳格化は、調査員間の判断水準の統一という観点から一定の意義があることは理解できる。一方で、形式面への対応が優先されることにより、結果として代理店側の負担感が増大している可能性についても、考慮する必要があるのではないかと。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 評価基準の中には、「お客さまから委託元保険会社の最新のディスクロージャー資料の開示を求められた際に、閲覧できる状態にしていること」等を確認する設問がある。現行の運用では各代理店が個別に資料を管理しているが、共通の格納先を設け、各保険会社が最新版のパンフレット等を格納し、代理店が随時閲覧できる仕組みとすることで、当該設問の必要性を低減するとともに、誤った帳票使用のリスク低減や代理店の管理負担の軽減につながる可能性がある。

また、調査においては、資料を長期間格納できる環境を整備し、一定期間に集中して提出を求めるのではなく、準備期間中に随時格納・確認していく運用とすることで、代理店の負担軽減が期待できる。調査期間の在り方を見直すことにより、「限られた期間に集中して対応しなければならない」という負荷を感じている代理店の実務負担を緩和できる余地があるのではないかと。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 調査において、特定の文言の有無により達成可否が左右されるなど、細部に着目したやり取りが多い印象である。従前より、受審しやすい環境整備の観点から設問の簡素化が必要ではないかと指摘しているが、現状では規程の整備状況を確認する設問が多く、結果として設問が細分化・複雑化し、認定取得および更新のハードルが高まっていると感じる。

また、制度運営上、一定の不祥事案等が発生した場合、その都度対応する設問が追加される傾向にあるが、結果として評価制度が個別事案への対応等を先行して求める構造となっている側面がある。こうした状況を踏まえると、評価制度単独で対応を求めるのではなく、行政からの発信や保険会社による周知・対応方針とも整合性を図りつつ、共通自己点検や各社の指導・検査とも連携した形で、業界全体として足並みを揃えた運営とすることが重要であるのではないかと。

(座長)

- 認定代理店数の減少については、本制度の厳格化に伴うものと考えられ、必ずしも否定的に

捉える必要はないとのご意見について、事務局としても同様の認識である。

また、規模やチャネルに応じた評価の必要性については、重要な論点であると認識している。備えるべきリスク要素自体は規模や特性にかかわらず共通する一方で、その捉え方や対応方法は規模や特性に応じて異なるという考え方をベースに、本年度は評価基準および達成条件について一律の枠組みを維持しつつも、形式的な要件充足にとどまらず、より実態を重視した確認・評価を行っていきたいと考えている。今後は、こうした実態把握を踏まえ、規模・特性に応じた評価の在り方について引き続き検討していく。

また、設問への対応が実態確認というより形式的な対応に偏っているのではないかと指摘や、設問の複雑化、文言整備といった形式対応に伴う負担、さらには調査対応が一定期間に集中することによる実務負荷についても、課題として認識している。「今後、設問構造および調査運用の在り方について、効率性と実効性の両立の観点から見直しを検討していく。

さらに、本年度は制度の厳格化が進む中で、当運営が単独で先行して対応を求めることによる負担感への配慮も必要であるとの指摘を踏まえ、今後は業界として重要性の高い事項について、保険会社による周知・指導方針や行政の動向との整合を図りながら、業界全体として足並みをそろえた運営となるよう、部会長会社と相談しながら検討していきたい。

(座長)

- 続いて資料2(2)に記載の、生命保険業界全体の業務品質向上に向けた取組みについてご意見を伺いたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 態勢整備・ガバナンス強化・CSRの観点から認定取得に取り組んできたものの、現状では調査実務における負担感の大きさについて、当社管理部門から指摘がある。とりわけ、保険会社による共通自己点検、個別監査、ならびに代理店業務品質評価運営に基づく調査の内容に重複が見られ、結果として二重・三重の対応負担となっている点が課題として挙げられている。こうした状況を踏まえ、認定代理店については自己点検の一部を省略する、あるいは共通化された点検で代替可能とする等、各取組み間の連動性を高めることができれば、制度全体の効率性が向上し、より実効性と魅力を兼ね備えた仕組みとなるのではないかと。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 継続率データ・未収未納契約を把握すること自体に相当な負担が生じている。多くの代理店では共同GWからデータを取得しているが、導入当初から各保険会社間で運用ルールが統一されないまま運用されている結果、実態と乖離したデータが表示される事例が見受けられる。具体的には、退職後に雇用関係のない者が引き続き表示されるケースや、本来無効とすべき契約が有効として扱われているケース、商品名が代理店側では判別困難な表記となっているケース等があり、各社データを補正したうえでなければ正確な把握ができない状況にある。このため、協会から各保険会社に対して働きかけを行い、共同GWに搭載されるデータの取扱

ルールについて改めて統一を図ることが必要ではないか。こうした対応が実現すれば、代理店における継続率等の精緻な把握が可能となるとともに、負担の軽減にも資するものと考えられる。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 自己点検においては、実際の環境や運用が十分に担保されていなくても形式上「はい」と回答できてしまうため、結果として対応が形骸化している側面がある。また、金融庁の指摘にもあるとおり、保険会社の認識と代理店における実態との間に乖離が生じている状況も見受けられるものと考えられる。こうした点を踏まえると、特に業界として重要性の高い項目については、業務品質評価運営における確認にとどまらず、自己点検においても丁寧な確認を行うとともに、保険会社による指導・支援と連動させることで、業界全体として実効性のある取組みとして定着させていくことが重要ではないか。
また、認定取得にあたっては評価レポートが各保険会社に共有されていると認識していることから、自己点検において業務品質評価の評価基準と重複する設問については、可能な限り整理・省略いただけると望ましい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 従来と比較し、ソリシターの代理店の業務品質向上に向けた対話・支援につなげる取組みは減少している印象がある。分業の進展による側面もあると考えられるが、改めて各保険会社において、ソリシターに対し、共通自己点検の位置付けや着眼点等について指導を行い、代理店との対話を通じた業務品質向上支援が実効的に機能するよう働きかけていただきたい。

(座長)

- 保険会社ごとに当運営や制度の捉え方、ならびに各取組みとの連動状況に差があるのではないかとこの点については、事務局としても重要な課題と認識している。このため、当運営および制度の位置付けや考え方、活用状況等について、各保険会社へのヒアリング等を通じて現状の把握を進めていきたい。
また、共同 GW におけるデータ管理の在り方については、代理店の負担およびデータ精度の観点から課題があるところのご指摘をいただきました。本件については、昨年度、部会長会社において各保険会社を対象としたアンケートを実施し、各社の状況を把握しているところであり、引き続き、代理店の負担軽減に資する改善・工夫の観点から、現状確認や検討を進めていきたい。
さらに、共通自己点検が形式的な対応にとどまっているのではないかとのご指摘についても、重要な課題と認識している。事務局としても、共通自己点検の在り方や実効的な運用、改善・工夫すべき点等について、部会長会社と連携しながら引き続き検討を進めていきたい。

(座長)

- 最後に資料2(3)に記載の、「認定代理店」のブランド価値向上に資する取組みについてご意見を伺いたい。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 改正保険業法への対応が本格化する中、これまで以上に態勢整備をしっかりと進めていく必要があると考えている。そうした状況だからこそ、認定代理店として選ばれることのステータスや意義が、非常に重要になってくるのではないかと考える。そのためには、認定制度の価値が代理店にとって実感しやすいものとなるよう、保険会社に対する働きかけを強化していくことも重要である。具体的には、保険会社のホームページ上に業務品質評価運営に関するバナー等を掲載いただくことなどが考えられる。消費者が保険会社のホームページを閲覧する機会が多いことを踏まえると、こうした取組みは認定制度の認知向上にも資する一案と考えられるのではないかと考える。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 訪問型代理店等においては、消費者が代理店自身のホームページに直接アクセスする機会は、必ずしも多くない。よって、例えば保険会社のホームページ上に、認定代理店に関する情報を掲載するなど、保険会社の発信力を活用した周知を行う必要があるのではないかと考える。保険会社のホームページ上に、委託先の認定代理店一覧を掲載することができないとしても、生命保険協会のページに遷移するようなボタンを設けるだけでも、影響は大きいのではないかと考える。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 最終的に消費者に認知されなければ、本制度の意義は十分に発揮されないと考えられる。認定代理店が選ばれる存在となるためには、保険会社による一定の協力が不可欠である。また、ブランド価値向上の観点では、現在Google等の口コミ評価が代理店選択に大きな影響を及ぼしているほか、SNSのアルゴリズムの変更により、情報の伝わり方も変化している。こうした環境変化を踏まえると、従来の情報発信に加え、口コミに近い形で代理店の評価や取組みが消費者に伝わる仕組みや戦略についても、検討の余地があるのではないかと考える。

(代理店・代理店団体・消費者団体委員)

- 現状においては、「認定代理店であること」を理由に代理店を選択する消費者は必ずしも多いとは言えず、その結果として、代理店側においても認定取得による明確なメリットを実感しにくい状況にある。こうした点を踏まえ、認定代理店に付加価値を持たせる観点から、「金融庁にも認識されている存在」であることを可視化する取組みについて、検討の余地があるのではないかと考える。例えば、認定代理店と金融庁との意見交換の場を設けるなど、認定代理店の位置付けや役割が外部からも認識される機会を創出することが一案として考えられる。また、代理店間における認知や理解も十分とは言えないと考えられることから、保代協と結

心会が連携し、認定代理店と地域代理店が意見交換できる場を設けるなど、代理店同士の横の連携を促進する取組みも有効ではないか。

(座長)

- 現状においては、認定代理店であることが消費者の選択に十分につながっていない状況や、認定代理店においてもメリットを実感しにくい状況である、との点については、当会としても強く認識している。保険会社のホームページ上に認定代理店一覧を掲載する等のご提案をいただいたが、認定代理店の価値が消費者に伝わり、選択理由となるよう、その位置付けや訴求すべき内容、付加価値等の明確化について、部会長会社を中心に、保険会社にご協力いただきながら、今後検討を進めていきたい。

(3) 2026 年度業務品質評価基準の考え方等の一部見直しについて

(座長から資料3の内容に沿って説明)

(4) 認知向上に向けた取組みについて

(座長から資料4の内容に沿って説明)

(5) 生命保険業界における代理店業務品質向上に向けた取組み

(生命保険会社代表として業務企画部会長から資料5の内容について報告)

(業務企画部会長)

- 情報連携として、生命保険業界における、代理店業務品質向上に向けた取組みについて、説明させていただきます。資料の図は代理店の集合体を表現しており、各層の取組みや方策を右にまとめている。それぞれの取組みは、既知の内容かと思われるため、概要のみとする。
 - ①【業務品質評価運営】重点確認項目の設置、経営陣の関与等による運営の厳格化・強化を図るとともに、監督指針改正・行政処分等を踏まえた評価基準の改正を進めている。
 - ②【分野別達成制度】業務品質評価にチャレンジする位置付けとして、現在検討中である。
 - ③【代理店共有自己点検】業界全体のボトムアップを企図して、監督指針・行政処分等を受けた項目の充実化を図っている。
 - ④【特大代における不祥事件通知や通報制度】不適格懸念代理店に対する取組みとして、新設している。
 - ⑤【代理店監査】生保各社が適切な代理店監査を実施する際の視点として、生保協会の自主ガイドラインである体制整備ガイドラインを改正し、その中に代理店監査のガイドラインを入れ込んでいる。
 - ⑥【代理店への情報連携の高度化】代理店が遵守・対応すべき項目について、従来の保険会社を通じた代理店への連絡に加えて、自己点検ウェブシステムを通じた、生保協会からの直接の情報提供ルートを開設する等、周知徹底の強化を進めている。

以上のとおり、各取組みについて改めて趣旨や背景をご理解いただき、保険会社・代理店共に生命保険業界における代理店業務品質向上に向けた取組みに引き続きご尽力いただきたい。1点目は以上である。

(業務企画部会長)

- 2点目として、本日は、法人定期保険における「保険本来の趣旨を逸脱するような募集活動」(以下、趣旨逸脱募集)について生命保険会社の取組みを共有・紹介させていただく。趣旨逸脱募集については、法人から個人への資産移転や短期の中途解約を前提とするなど、経済的保障を行うことにより個人生活や企業経営の安定を支えるという保険本来の趣旨を逸脱し、その目的に沿った利用を損ねる行為であり、公共性を有する保険業の意義を阻害する行為であるため、生命保険会社・代理店ともに行ってはならない行為である。
そうした観点から、当代理店業務品質評価運営においても、「保険本来の趣旨を逸脱するような募集行為が厳禁であることを代理店内の規程で明文化・従業員に周知徹底していること(26年度基準N06-2-6)」、「法人向け保険商品にかかる顧客向けの注意喚起事項を説明する態勢を整備していること(26年度基準N0.11)」等、評価基準の項目としている。
生命保険会社においては、生命保険協会の自主ガイドラインを踏まえ、各社において態勢整備・注意喚起等の対応を行っており、そのPDCAを後押しする目的で、払済や名義変更を活用するなどした「保険本来の趣旨を逸脱していると懸念される事例」の共有を生命保険協会から行っている。共有している事例は実際に募集現場において今なお用いられている懸念があるものであり、当該スキームを認識していなかった保険会社がモニタリング等の対応を強化することにより、生命保険会社ならびに保険代理店それぞれにおいて「保険本来の趣旨に沿った」適切な募集活動に向けたPDCAが行われることを企図している。なお、本取組みや事例の内容については金融庁にも適宜報告を行い、ご助言をいただきながら取組みを実施している。
加えて、昨年度に引き続き、今年度も生命保険各社の取組み状況を把握し、更なるPDCAを後押しする観点でアンケートを実施しており、事例共有を踏まえて強化した取組みや新たにスタートさせた好取組み等を確認・共有している。具体的には、「保険本来の趣旨を逸脱していると懸念される事例」を踏まえ、商品開発から募集までの各工程における自社商品のリスクを洗い出し、複数部門による多角的な視点でリスクチェック体制を整備する事例や、より緻密な募集人教育を行う事例等がみられている。
代理店各社様におかれては、生命保険会社におけるこうした継続的な取組みをご認識いただき、あらためて適切な募集態勢の構築にご協力いただきたい。

(金融庁)

- 保険本来の趣旨を逸脱するような保険募集等についてコメントさせていただく。
金融庁においては、2019年2月の国税庁による法人税基本通達の改正に係る保険業界への周知以降、累次にわたり、保険本来の趣旨を逸脱するような募集活動を行わないよう注意喚起を行っている。

加えて、2019年10月には、「保険会社向けの総合的な監督指針」の一部を改正し、法人等向け保険商品の設計上の留意点として、「保険本来の趣旨を逸脱するような募集活動につながる商品内容となっていないか」という観点を明確化し、節税（課税の繰り延べ）を訴求した商品開発を含め、同活動を防止するための指針を示している。

各生命保険会社においては、自社の販売実態を踏まえ、保険本来の趣旨を逸脱した保険募集等を防止する観点から、注意喚起やモニタリング等の取組みの継続・強化を行っていただいている一方で、過去には、保険本来の趣旨を逸脱するような募集活動を防止するための商品開発及び募集管理について、業務運営態勢上の問題が認められ、自主的な改善が十分には期待できない保険会社に対し、保険業法に基づく行政対応を行った経緯もある。

先ほど、業務企画部会長会社から、生命保険会社の取組みとして、各社における態勢整備・注意喚起等の対応に加えて、保険会社間で払済や名義変更を活用するなどした「保険本来の趣旨を逸脱していることが懸念される事例」の共有を行っていること、複数部門による多角的な視点でリスクチェック体制を整備する事例や、より緻密な募集人教育を行う事例等がみられているとの紹介があった。こうした取組みについて、保険会社個社がそれぞれ懸念事例を把握し、それぞれ対応するだけではなく、業界全体で共有・連携を図ることにより、懸念事例の捕捉や各社の取組・対応が強化されていくといった有機的な仕組みが作られていることは、非常に意義のあることだと受け止めている。

なお、当庁としても共有いただいた懸念事例については、当庁のモニタリングにおいて活用させていただき所存である。これらの取組みは、消費者の保護や保険市場の健全性に資するものであり、ぜひ今後も不断の取組みとして継続いただきたく、宜しく願います。

（金融庁）

- もう1点、代理店監査についても触れさせていただく。監督指針でも求めている適正な保険募集管理態勢の確立は、顧客保護の観点から非常に重要であり、その実効性を確保するためには、保険会社と代理店の双方がそれぞれの役割をしっかりと果たしていくことが不可欠であると考え。具体的には、保険会社がその委託責任に基づく教育・管理・指導を適切に行うとともに、代理店においても日常的な管理体制の整備や自己点検・監査を通じた継続的な改善を図ることが重要である。

加えて、代理店監査は、保険会社からの客観的な視点による課題の把握と改善に向けた対話の機会として有効に機能することが期待されるものであり、代理店においても、代理店監査に真摯に対応して自らの業務の見直し・改善に繋げていくことが重要であると考え。

こうした観点から、生保協会が、5月13日に改正版を発出した「保険募集人の体制整備に関するガイドライン」の中に、「代理店監査等に係る基本的な考え方・対応例」として、代理店監査ガイドラインを新設したことは、各保険会社の監査の目線、レベル感が揃うことに繋がっており、非常に有益であると受け止めている。今後は、本ガイドラインを踏まえ、各社において実効性ある形で監査の実務に落とし込んでいただき、保険会社・代理店双方が確認・検証・対話を重ねながら、より良い体制整備に繋げていくことを期待している。各社による代理店監査の

取組状況については、当庁としても、今後注視していくつもりであるが、是非、業界全体の健全な発展に繋がるよう、今回のガイドライン改正を契機に、業界全体の自主的な取組みとして、実効的な代理店監査が行われるようお願いしたい。

また、付随して、以前にも本ワーキングで申し上げたが、社保潜脱や再委託の禁止の潜脱に関して、改めて申し上げる。今回のガイドラインにも明示されているとおり、過去のパブリックコメントにおいて、保険代理店の使用人については、監督指針における使用人要件及び労働関係法規を遵守している者である必要がある、との考え方をお示ししている。

すなわち、「保険代理店から保険募集に関し、適切な教育・管理・指導を受けて保険募集を行う者であること」や「保険代理店の事務所に勤務し、かつ、保険代理店の指揮監督・命令のもとで保険募集を行う者であること」などの使用人要件を充足するとともに、労働関係法規を遵守している者であることが必要となる。

こうした観点に照らせば、保険募集人は業務の内容や遂行の仕方について、日常的に指揮監督・命令を受けている実態が伴っている必要があり、あわせて、保険代理店は、保険募集人の出勤や欠勤、休暇等の勤怠状況を適切に把握・管理している必要がある。

改正法の施行を控え、各代理店において体制整備の高度化が進められている中、仮にこれらの趣旨を潜脱するような行為が行われることがあれば、業界の健全化を阻害し、ひいては顧客保護にも悖るものとなり得る。このため、代理店自身はもちろんのこと、保険会社においても、委託者の立場として、このような行為が行われないよう、適切に管理・指導いただきたい。

最後になるが、こうしたワーキングの場で保険会社・代理店双方が課題を共有し、意見交換が出来ることは大変有意義であると考えている。引き続き対話を重ねながら、生命保険業界の健全な発展に向けた取組みにご尽力頂きたい。

(6) 2026年度検討WG

(座長から資料6の内容に沿って説明)

以上