損害保険代理店における別個登録制度の起源と変容

―代理店監督の「単位」をめぐる制度史的考察―　下

KIBAN㈱代表取締役CEO／保険代理店経営学研究所 所長
花岡 慎

― 目 次 ―

〈上　2026（令和8）年11月11日付7面〉
第1章　問題提起―2026年9月11日の監督指針改正案
第2章　出発点としての募取法―「代理店」という単位
第3章　1949年の質疑応答―「保険募集の実態を知りたい」

〈中　2026（令和8）年11月12日付5面〉
第4章　取引単位としての代理店―戦後の損保販売構造
第5章　法律と監督指針のずれ―1996年保険業法以降

第6章　機能の変容―乗合・比較推奨の時代との緊張

1949年資料にみられる別個登録の原型の論理を単純化すれば、独立した取引の実態がまず存在し、その実態に合わせて支店を別に登録する、というものであった。登録は、現に存在する募集・取引関係を行政上表現する手段であった。しかし制度が存続すれば、逆方向の利用も可能になる。先に支店を別個に登録し、それによって支店ごとに所属保険会社や取扱範囲を異ならせるという利用である。この場合、登録は実態を把握する手段ではなく、代理店の募集体制そのものを設計する手段となる。本稿はこの変化を、「実態を登録する制度」から「登録によって実態を設計する制度」への変容と呼ぶ。この変容は、理論上の可能性にとどまらない。2024年9月27日の金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」第1回会合では、ある委員から、従来は支店をまとめて代理店登録していたにもかかわらず、個別の支店ごとの登録に変えることによって取扱保険会社を任意に変更できるようにする手法を検討しているディーラーが存在するとの指摘がなされた。同委員は、これを比較推奨の徹底の必要性と結びつけ、代理店都合の絞り込みを認める保険業法施行規則227条の2第3項第4号ハに言及している。ここでは、支店を別個に登録すること自体によって、取扱保険会社の構成を変えることが企図されている。また、2026年3月30日に公表された令和7年改正保険業法に係る府令等のパブリックコメント結果では、別個登録や法人の分割等の手法を用いて、恣意的に所属保険会社を絞り込んだり手数料等の額を調整したりすることにより、特定大規模乗合損害保険代理店に対する体制整備義務を免れようとする行為が問題とされた。金融庁は、そうした行為が不適切な行為として想定されていることを認めたうえで、特定大規模乗合保険募集人の該非を判定する手数料等の要件は別個に登録された事務所単位ではなく一つの法人単位で判定するものであるとし、別個登録の規定については「今日的な意義等に照らし、今後廃止する予定」と回答している。これらの指摘と懸念は、登録の分割が募集体制や規制上の区分を左右し得るという認識が、審議会でも行政でも共有されていたことを示している。

この変容が問題を大きくしたのは、乗合代理店の拡大と比較推奨販売の規制強化という環境の変化の中においてである。2014年改正保険業法（2016年施行）は、保険募集人に意向把握義務と体制整備義務を課し、乗合代理店による比較推奨販売についても規律を設けた。さらに2026年8月28日には、代理店の経営方針等による商品の絞り込みを認めてきた、いわゆる「ハ方式」を廃止する内閣府令・監督指針等の改正が公表され、2028年3月1日から施行・適用されることとなった。乗合代理店が商品を選んで推奨するのであれば、その出発点を顧客の意向に置き、選定の基準を代理店自身が定めて説明することが求められる時代に入ったのである。

この要請と、別個登録が可能にする支店ごとの保険会社別の管理とは、構造的に噛み合わない。ある支店は甲社の、別の支店は乙社の教育・管理・指導を受けて運営されるとすれば、顧客に提示される商品の範囲や推奨の根拠は、法人としての方針ではなく、その支店がどの保険会社の管理下にあるかによって左右される。比較推奨販売への言及は金融庁の回答文そのものには見当たらず、業界団体による整理と見るべきであるが、別個登録の廃止が業界においても比較推奨との関係で受け止められていたことを示すものとして注目される。

別個登録廃止とハ方式廃止に通底するもの

したがって、別個登録の廃止後に代理店に問われるのは、支店ごとの取扱範囲の違いを事後的に説明できるかという水準にとどまらない。教育・管理・指導を含む募集管理の全体を、法人自身の機能として一元的に担えるかどうかが問われるのである。支店ごとに特定の保険会社との関係を軸として運営を組み立てるという発想は、この前提と両立しにくくなる。支店は乙社の教育・管理・指導を受けて運営されるとすれば、顧客に提示される商品の範囲や推奨の根拠は、法人としての方針ではなく、その支店がどの保険会社の管理下にあるかによって左右されるものとして注目される。

したがって、別個登録の廃止後に代理店に問われるのは、支店ごとの取扱範囲の違いを事後的に説明できるかという水準にとどまらない。教育・管理・指導を含む募集管理の全体を、法人自身の機能として一元的に担えるかどうかが問われるのである。支店ごとに特定の保険会社との関係を軸として運営を組み立てるという発想は、この前提と両立しにくくなる。支店は甲社の、別の支店は乙社の教育・管理・指導を受けて運営されるとすれば、顧客に提示される商品の範囲や推奨の根拠は、法人としての方針ではなく、その支店がどの保険会社の管理下にあるかによって左右されるものとして注目される。

第7章　2026年改正案の意味―登録単位と経営責任単位の一致

別個登録の廃止を、同じ改正案に盛り込まれた他の項目と並べてみると、その意味はより明確になる。企業内代理店に関する規制の再構築の部分では、特定契約比率規制の適用除外を受けるための要件として、代理店自身が業務執行部門・管理部門・内部監査部門を設けて相互に牽制させる態勢や、代表取締役・取締役会が内部監査の報告を受けて改善を図る態勢、自らによる教育・管理・指導の態勢の整備が求められている。改正案全体を通じて、代理店は、保険会社から管理される存在であると同時に、自らの内部に管理機能を備える経営主体として描かれている。

この方向は、2026年3月30日に公表された府令等のパブリックコメント結果にも表れていた。金融庁は、法人の中に別個登録代理店がある場合、法令等遵守責任者については別個登録代理店の営業所・事務所を含めて営業所・事務所ごとに設置が求められるとする一方、法令等遵守責任者を指揮するという業務内容に鑑み、統括責任者は当該法人の本店又は主たる事務所に1名設置すべきものとした。また、別個登録代理店で登録店ごとに専属・乗合が分かれている場合でも、所属保険会社数と手数料等の総額は、本店と別個登録店を合算した法人単位で判定するとしている。他方、日本損害保険協会の「自己点検チェックの取組み」の手引き（2026年度版）は、別個登録代理店について、本店において一括で実施するのではなく、別個登録された代理店ごとに自己点検を実施するよう求めている。統括責任と規制の適用判定は、別個登録の廃止を待たずに、すでに法人単位で行われつつあった。その一方で、登録制度と業界の点検実務には、なお事務所単位の分割が残っていた。二つの単位が並存する二重構造である。

金融庁が概要資料で示した廃止の理由、すなわちガバナンスの統一性と顧客本位の業務運営の確保は、この二重構造を登録制度の側でも解消するものと読むことができる。本稿の制度史的な見方からすれば、それは、代理店を保険会社による教育・管理・指導の単位として把握してきた制度の、最後の痕跡の一つを整理するものである。当局の説明は不祥事を契機としたガバナンス強化の文脈で示されているが、その背後には、代理店をどの単位で監督するかという半世紀以上にわたる制度思想の移行がある。

第8章　結論―「一つの代理店」とは何か

別個登録の歴史は、三つの段階として整理できる。第一段階では、別個登録は、本店から独立して保険会社と取引する拠点の実態を登録上把握し、保険会社による管理の関係を明確にする制度であった。第二段階では、地域ごとの営業、保険会社との個別的な取引、副業代理店・企業内代理店という販売構造の中で、保険会社との取引単位を柔軟に設定する仕組みとして機能し、やがて登録によって募集体制を設計する手段としても利用され得るものとなった。第三段階では、乗合化と比較推奨、顧客本位、体制整備が進むなかで、支店ごとの保険会社別の管理が法人としてのガバナンスと齟齬を生じるようになり、法律上の原則に立ち戻る形で廃止が提案されるに至った。この過程は、監督の単位が、保険会社との取引単位から、法人としての経営責任の単位へと移行したことを示している。別個登録の制度史とは、「一つの代理店とは何か」をめぐる制度史なのである。

この転換が代理店経営に突きつける課題は明確である。複数の拠点を持つ代理店、とりわけ合併や事業承継によって拠点を増やしてきた代理店、これから増やそうとする代理店にとって、拠点ごとに培われてきた保険会社との関係を、法人としての一つの募集管理体制の中にどう組み込むかが問われる。拠点ごとに異なる保険会社の指導に委ねてきた教育、募集管理、商品の選定と推奨の基準を、法人自身の機能として統合し、説明し、検証し、改善できるかどうかである。

ハ方式の廃止が商品選択の場面から問うたことを、別個登録の廃止は組織の場面から問うている。保険代理店は、保険会社の販売網の一部という位置付けを残しながらも、自らの判断基準と管理体制に責任を負う一つの経営主体であることを、制度の上でも求められるようになった。経営管理そのものが代理店の競争力を左右する時代に入ったことを、この一見地味な規定の削除は示しているのではないだろうか。

（おわり）

【花岡慎（はなおか・まこと）氏のプロフィル】
1992年東京海上（現東京海上日動）入社。営業、人事企画、商品開発等に従事。中央省庁への出向、MBA取得を経験。2014年アニコム損保入社、執行役員。18年同社取締役に就任し、事業拡大に携わる。22年からアニコムホールディングス監査役。その後、大手広域保険代理店の取締役副社長として経営・ガバナンス・M&Aに携わる。26年KIBAN㈱代表取締役CEO。現在に至る。