



生命保険鑑定士会報

2026年4月

トピックス

- ・改正保険業法のポイント
- ・手数料の変化と経営改革
- ・事業領域の拡大と意識改革
- ・当局関係者からのメッセージ

さて、今春生保代理店業界が直面している最大の関心事は、「2026年改正保険業法への対応」、それに伴う「業務品質の抜本的な見直し」でしょう。法改正の施行が6月に迫り、代理店業界は「販売量重視」から「体制整備と品質重視」への歴史的転換点にあります。注目のトピックスを整理しました。



桜花の候ますますご活躍のことと存じます。平素は本会へのご理解ご協力誠にありがとうございます、心より感謝申し上げます。

2026年改正保険業法のポイント

実務的な関心が高まっているのが法改正への対応です。今回の「乗合代理店」への規制強化目的は業界スタンダードの底上げです、このポイントは次の通りです。

まず、法令等遵守責任者の配置が求められます。一定規模以上の代理店では、この責任者の設置と教育が義務化され、採用・育成・人件費が増加します。また、過度な便宜供与禁止が強化されて、保険会社から代理店への事務支援や広告費提供などが規制されます。このため費用増収益減となり、自立した体制と経営効率が求められます。

さらに比較推奨販売が適正化され、顧客の意向把握では「なぜその商品を選んだのか」という説明の履行がチェックされます。

手数料の変化と経営改革

法改正の一環として保険会社による代理店評価の基準も変わります。ハ方式の廃止により、販売実績で手数料が決まる仕組みから、ロ方式による顧客対応の質や体制整備状況を評価する業務品質へと、シフトするでしょう。

中規模以上の代理店ではこれらの体制が整えられます。一方、小規模代理店では整備コストに耐えられないなど、格差拡大による二極化が加速され、M&A、統合、廃業等が進むでしょう。さらに、AIの実装が持続する経営への生命線となる可能性もあります。AIは従来のお試し段階から実践投入へと進化するでしょう。意向把握の記録作成補助、重要事項説明の自動チェック、顧客からの問い合わせ対応など、コンプライアンス維持と効率化両立の手段として、AIは実践的に推進されるでしょう。つまり、ベテランの職人技手法から標準的なデジタル化へと進むことになります。

ベテランのスキルをAIに学習させ、若手に伝承する動きも活発になります。AIの位置付けは、お試し段階から必須ツールへと進化します。昨今の事例として、改正法で求められる「比較推奨の根拠」や「顧客意向」の

記録を、商談音声からAIが自動生成する証跡管理の自動化ツールの導入なども増加しています。またAI-OCRによる事務効率化も進んでいます。診療明細書や告知書類の読み取りをAIで行い、給付金請求や査定を迅速に行う動きが代理店窓口にも広がっています。宣伝広告費の削減策に、AIが成約可能性の高い顧客を判別してマッチングする集客リーズの変革なども進んでいます。

事業領域の拡大と攻めの姿勢

死亡や医療に備えるだけでなく、健康増進や予防などの付加価値サービスをセットで提案する取組、貯蓄性保険の販売からNISA・資産形成など家計全体への取組など非保険分野の事業領域拡大は有効な基盤強化策です。代理店が積極的に臨むべき付加価値領域でしょう。

これからは「改正法をどう守るか」という守りの姿勢から、「高い業務品質をどのように付加価値に繋げるか」この攻めの姿勢へと意識変革した代理店が、成長への切符を手にすることになりそうです。今回の法改正による業界動向は単なるルール変更ではありません。代理店の在り方（存在意義）が市場と法律の両面から問われるステージです。このステージでFDの原則は更にクローズアップされることとでしょう。

続いて具体的な変化と意識変革のポイント、実務上注目しておくべきことを整理して

おきます。まず、これまで認められていた比較推奨（ハ方式）が撤廃され、（ロ方式）に集約されます。代理店自らが意向把握や比較推奨のプロセスを管理する（ロ方式）では、代理店独自の販売管理体制を構築しなければなりません。また、特定大規模乗合代理店では、「法令等遵守責任者」や「統括責任者」の設置が義務付けられ、苦情処理や内部監査の体制整備も必須となります。このように組織ガバナンスが厳格に求められます。

つぎに、保険会社から代理店への支援（システム提供や広告費、事務補助など）が制限されます。このため自力でシステム投資や集客できない代理店では収益が悪化します。生損保の協会は「業務品質評価制度」を本格稼働させます。全代理店へ自己点検が義務化され、損保分野では全代理店に自己点検チェック、生保分野では社会保険の潜脱防止などの調査が強化されます。評価結果が良い代理店は、保険会社からの手数料優遇や、顧客への信頼の証（認定マーク）を得られる一方、低い代理店は取引条件が悪化する「格付け社会」が始まります。

業界では代理店の再編（M&A と統合）現象が見受けられますが、「法対応のコスト増」と「手数料体系の厳格化」を背景に、中規模以上の代理店による小規模代理店の吸収や、代理店間の統合などの動きもピークを迎えるでしょう。専門のコンプライアンス担当

を置ける組織型代理店へ、構造改革や大規模化が進みます。

他方で、企業内代理店に対する特定契約比率の規制も議論されており、親会社以外の一般顧客を自立して開拓する戦略と方策構築が、企業内代理店における喫緊の課題となっています。

当局関係者のメッセージ

日経新聞によりますと、今年都心で開かれた保険代理店に関するイベントに登壇した金融庁・保険代理店監督企画室長からの一言で、業界参加者に緊張感が走ったようです。「例外的な措置がスタンダードとなり、顧客利益の障害となっていた」。例外的な措置とはイロハのハの事です、3番目に位置づけられたハ方式は代理店により絞り込んだ商品を推奨できますが、小規模代理店向け例外措置のつもりが意図しない方向へ広まってしまったのです。

昨年12月、金融庁が「ハ方式」の撤廃を公表したところ、数多くの要望・意見が寄せられた模様です。代理店による商品の絞り込みができなくなることに関係者騒然となりました。この「ハ方式」は顧客から不透明感を感じるケースもあったようです。代理店が絞った商品を、おすすめとして販売するケースも見受けられました。

撤廃の背景として、金融庁が保険代理店へ業務改善命令を出した際、代理店が広告出稿など保険会社の便宜供与に応じて、ハ方式を装い商品を絞っていた実態が判明しました。これらに一部の生命保険会社も協力していたのです。きっかけは損害保険業界の不正問題でしたが、多くは生保販売も行っており保険会社と代理店のいびつな関係が明白となりました。

保険業界は、今回の件がなぜ改正業法施行に至ったのか、この問題の本質を受け止めて真正面から取り組まなければなりません。保険代理店と保険会社のいびつな関係や、保険募集人による金銭詐取の頻発等、顧客の信頼を損ねてしまっている現状を重く認識する必要があります。健全な業務運営が大前提の保険業界は、許認可事業としての法的セーフティネットも持ちます。社会的信用と安心安全なしくみを壊さない事が肝要です。これからの改革では、生命保険鑑定士によるFDの率先垂範も、一段と真正面から取り組む必要があります。

「私たちは、FD の率先垂範者です」と、
お客様に胸を張って伝えています！



FD推進のため

お知らせにお伝えください

(FD 認定案内 QR コード)

検索 ⇒ FD マスター資格講習



発行：一般社団法人生命保険鑑定士会

東京都千代田区飯田橋 1-6-6

support@lisa-japan.org