



生命保険鑑定士会報

2026年8月

トピックス

- ・ 法改正が迫る体制整備
- ・ 代理店が取るべき3つの戦略
- ・ 地域密着型ならではの「武器」
- ・ 改正保険業法施行の再チェック
- ・ 業務品質評価制度の始動とAI革命
- ・ 代理店手数料のモニタリング
- ・ 手数料の適正化が進む



盛夏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。
ございます、心より感謝申し上げます。

さて、生命保険乗合代理店を取り巻く環境は、今回の改正保険業法施行によって大きな転換期を迎えました。2026年は「ルールをどう守るか」という守りの姿勢から、「高い業務品質をどう付加価値に変えるか」という攻めの姿勢へ切り替えられた代理店が、持続する成長の切符を手にするようになるでしょう。

法改正が迫る体制整備

体制整備の義務化は規模にかかわらず適用される点が、留意すべきハードルです。これまでは努力義務や緩やかな運用で許容されていた項目も、厳格に求められるようになります。従って、全ての代理店がハードルを乗り越え、持続可能な経営を実現する戦略が必要となります。

まず、比較推奨販売の適正化ではなぜその商品を選んだのか、客観的な記録と説明体制の整備が必須となりました。次に、苦情と通報管理では、現場対処で処理せず組織化された体制で記録分析し、再発防止策を講じる

体制が求められています。続いて、外部監査とモニタリングの強化については、保険会社による代理店評価が厳格化され、管理不備がある場合、委託解除や手数料戻入なども現実味を帯びています。

代理店が取るべき3つの戦略

今後は、経営戦略を明確にするため選択と集中を明確にする時期にきています。ここでいくつかの方策を紹介します。

① FD 実践と専門特化による差別化

単なる「商品販売」から「コンサルティング」（高付加価値モデル）へ完全にシフトします。

- 健康増進・特定健診推進など、医療保障提案だけではなく、顧客の健康寿命に関するアドバイスを付加価値提案する。
- 相続・事業承継など、地域の税理士や司法書士とも連携し、保険を「相続や事業承継のツール」として提案する。
- 事業保障・財務など、地域の経営コンサルタント税理士とも連携し、保険を「事業保障や財務のツール」として提案する。

② デジタル化による「業務効率の大改善」

生成 AI や専用 SaaS を導入し、事務負担を最小化、提案業務の余力を確保します。

- AI による意向把握の自動記録のしくみを構築する、募集時の会話をテキスト化し、意向把握書類の作成を自動化するツールの導入を検討する。

- LINE 等公式アカウントの活用、24 時間対応のチャットボットを置き保全手続きや事故受付の一次対応を自動化する。

③ 組織化アライアンス（共存モデル）

- 大型代理店へ合流（M&A・事業譲渡）する、営業権を譲渡し募集人として「顧客対応」に専念し、事務やコンプライアンス管理を本部に移管することで業務リスクを低減する。
- シェアリングする、複数の小規模代理店で共通のシステムや事務センターを共有し、事務効率化により時間とコストを分散する。
- 地域の中核会計事務所と連携する、相続・事業承継、事業保障・財務などをテーマとした保険商品の活用法に磨きをかけ、この分野の専門家としての地位を確たるものとする。

地域密着型ならではの「武器」

大手には真似できない「情緒的な信頼関係」も重要な顧客資産です。

- 対面＋デジタルを併用する、普段はオンラインで接点を持ちつつ、重要局面では必ず対面で寄り添う「ハイブリッド型」の構築。

- 地域コミュニティのハブになる、保険以外の困りごと（健康と老後、医療介護、不動産、終活と相続など）を、各分野の地域専門家とネットワークを構築し、解決するポータル窓口としての役割を担う。

今回の法施行に関して、ルール変更を受け身で捉えるのではなく、これからの「代理店としてのあり方（存在意義）」が、法と市場の大きな変化を背景に、真にあるべき姿が問われるフェーズに入っています。

改正保険業法施行の再チェック

法施行された今、改めて漏れがないか「再チェック」する時期です。特に以下が実務上の焦点です。

- 「ハ方式」の廃止と「ロ方式」への完全移行
- これまで認められていた「保険会社の事務代行（ハ方式）」が廃止され、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」に一本化されます。これにより、代理店は独自の管理体制を構築しなければならなくなりました。
- 「特定大規模乗合代理店」の規制強化
- 大規模な代理店には、「法令等遵守責任者」や「統括責任者」の設置が義務付けられました。また、苦情処理や内部監査の体制整

備も必須となり、組織としてのガバナンスが厳格に評価されます。

- 「過度な便宜供与」の禁止
- 保険会社から代理店への過度な支援（システム提供や広告費、事務補助など）が制限されます。これにより、保険会社の過度な業務支援に依存していた代理店は、苦境に陥る可能性が高まっています。

業務品質評価制度の始動と AI 革命

- 生命保険協会・損害保険協会は、「業務品質評価制度」を本格稼働させています。全代理店への自己点検義務化、損保分野では全代理店に自己点検チェックが求められ、生保分野でも「重点確認項目（社会保険の潜脱防止など）」の調査が強化されています。
- 評価の可視化、評価結果が良い代理店は手数料優遇や、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を厳しくする「格付け」が始まっています。
- AI の実装、AI 社会は「試すもの」から「必須のインフラ」へと革命的に変化し、躊躇せず積極導入する事が必須になっています。証跡管理の自動化、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 が自動生成するツールの導入が進んでいます。

- AI-OCR 読取による事務効率化、保険会社では導入が進んでいますが、書類の読み取りを AI で行い、事務処理スピードを劇的に上げる動きが代理店窓口にも求められています。

- 集客（リーズ）の変革、広告単価の高騰を受け、AI で「成約可能性が高い顧客」を判別してマッチングする「生成リーズ」の活用が進んでいます。

代理店手数料のモニタリング

金融庁は代理店手数料のモニタリングを実施、手数料が優先される歪んだ販売構造の是正を表明しています。問題視しているポイントは次のとおりです。

顧客本位の業務運営の徹底について、乗り合い代理店において、顧客と利益相反になる手数料額を優先して販売する行為がないか。

不適切なインセンティブの排除について、保険会社から形を変えて支払われる報酬が、販売手数料に加えた実質的優遇となっていないか。キャンペーン報酬（特定期間の上乗せ）、保険会社からの実質的利益供与（リーズ、ブース設置、広告宣伝、システム負担など）、著しく高額な報酬（コンサルティングやアフターフォローとの整合）など。

報酬体系の透明化と合理性について、手数料の根拠と体系の開示と合理的説明を求め、手数料競争が保険料に跳ね返ることを抑止する。

従来の業界慣習は大きな転換点を迎えました。販売量に偏らず、FD の精神に忠実かつ丁寧な意向把握を行うことが、適正報酬を得る客観的根拠となることを改めて確認する必要があります。

手数料の適正化が進む

金融庁の調査で、乗り合い代理店について保険会社が代理店に支払う手数料水準が高い商品ほど、販売件数が増えている実態が明らかになりました。手数料の適正化に向けた検討が進んでいます。

経済紙によると、金融庁は複数の保険会社の販売データをもとに、代理店への初年度手数料と販売状況の関係を分析、手数料水準が高い商品ほど販売件数が増え、解約率も高い傾向にあると分析されました。

業界特有の商慣習として、生保代理店手数料は「L 字型」が主流ですが、初年度が過大になる傾向があります。こうした仕組みが誘因となり、顧客本位の提案を歪め「回転売買」を誘発、アフターフォローが手薄になる恐れがあるのではないかと分析を通じて、手数料の多寡と販売量、解約率との間に一定の相関がある点を重視し、顧客にとつ

て不合理な契約がないか、販売現場の実態をさらに精査する方針としています。

代理店手数料の情報開示について、米国などに比べ日本は依然として開示が限定的で十分とは言い難い状況です。しかしながら根拠となるコストの構造を顧客が理解するのが難しく、開示の動機づけが生まれにくいとの指摘もあり、顧客に対して望ましい手数料開示へと踏み込むかも今後の焦点となるでしょう。

「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！



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

