

米国・保険仲介者の報酬開示規則

—論争続くコンティンジェント・コミッション問題—

主任研究員 武田 朗子

目 次

1. はじめに
2. 米国の損害保険販売チャネルと報酬の種類
 - (1) 保険販売チャネル
 - (2) 保険仲介者が受領する報酬の種類
3. コンティンジェント・コミッションを巡る問題
 - (1) 問題の発端
 - (2) 問題の論点および大手保険ブローカー提訴後の動向
4. コンティンジェント・コミッションに関する規制動向
 - (1) 法改正の動向
 - (2) 報酬開示と利益相反の抑止
 - (3) 報酬開示の規制化における今後の検討課題
5. わが国の代理店手数料を取り巻く状況
 - (1) 事後払い手数料
 - (2) 代理店手数料開示の検討
6. おわりに

1. はじめに

わが国では、損害保険の販売に対して保険会社から保険代理店へ支払われる手数料は、保険料に収入保険料規模等、保険代理店ごとの要素を反映させた保険商品別の代理店手数料率を乗じて算出するのが一般的である。

米国においても保険仲介者、すなわち保険ブローカーや保険代理店等に対する手数料は保険料に手数料率を乗じて算出するが、さらに米国では、コンティンジェント・コミッションと呼ばれる成功報酬ともいえる手数料を追加して支払うことが慣行的に行われてきた。

このコンティンジェント・コミッションを巡っては、2004年にマーシュなど大手保険ブローカーによる利益相反行為および不正入札行為が発覚したことが契機となって、コンティンジェント・コミッションの是非と保険仲介者が受領する手数料の開示問題が浮上し、長らく論議されてきた。

現在でもこの問題に決着はついていないが、金融・経済の中心地として保険会社の多くが本店を置くニューヨーク州において、2011年1月から保険募集人（保険仲介者）の手数料開示が法制化されたことは一つの区切りとも言えよう。

わが国においても代理店手数料開示の議論があることから、本稿では米国におけるこれまでのコンティンジェント・コミッション問題を整理した上で、ニューヨーク州で施行された保険募集人の手数料開示規則を取り上げ、最後にわが国における代理店手数料を取り巻く状況についても概観することとしたい。

なお、わが国では保険代理店等が受領する保険販売の対価を「手数料」と総称するが、米国では顧客から保険仲介者に支払われるフィーを含め「報酬」と総称するのが一般的である。したがって、本稿においても米国の保険仲介者に対する手数料の総称として、以後「報酬」という語を使用する。

また、本稿における意見・考察は筆者の個人的見解であって、所属する組織を代表するものではないことを付け加えておく。

2. 米国の損害保険販売チャネルと報酬の種類

米国の損害保険市場は、保険料ベースで全世界の37%あまりを占め¹、世界でも突出した規模を誇るが、保険販売において電話やインターネット等による保険会社の直接販売の普及度は低く、依然として保険ブローカーおよび保険代理店を中心とした、いわゆる保険仲介者による販売が主流となっている。

保険仲介者に支払われる報酬には、大きく分けて保険会社から支払われる「コミッション」と顧客から支払われる「フィー」の2種類がある。

¹ スイス再保険会社『sigma 2010年第2号 2009年の世界の保険』（2010.5） p.35
世界第2位のドイツのシェアは7.3%であり、米国とは大きく差が開いている。

(1) 保険販売チャネル

米国では、個人の自動車保険において電話・インターネット等による保険会社の直接販売が伸び始めているものの、依然として保険仲介者が保険販売の中心的役割を担っている。

保険仲介者の代表的存在である保険ブローカーと保険代理店には、保険会社および顧客との関係以外にも、対象顧客、取扱契約、受領する報酬の種類において相違が見られるが、わが国と異なり、米国では多くの州で保険ブローカーと保険代理店の兼営が認められている。

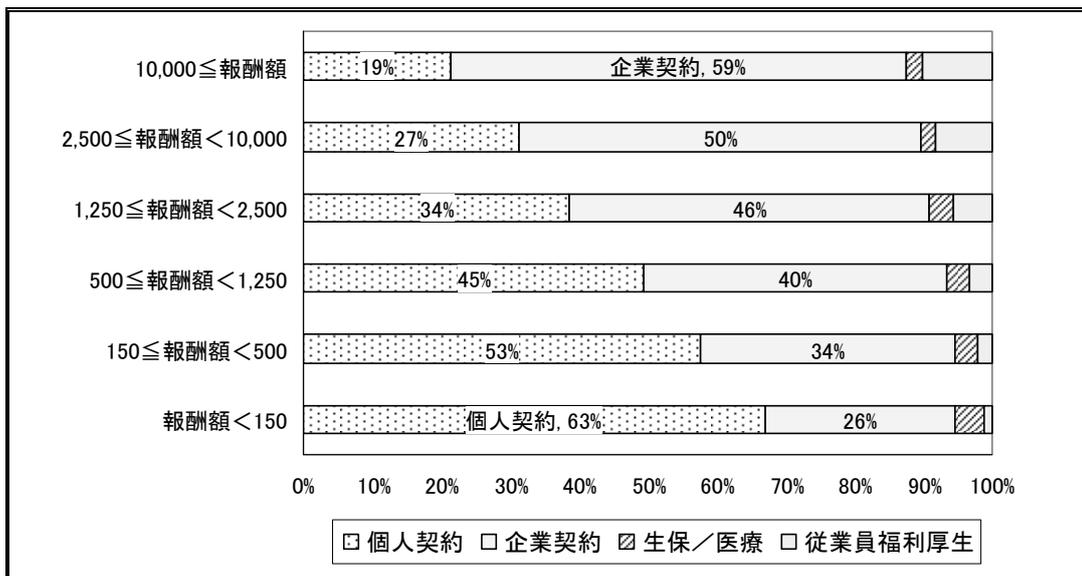
a. 保険ブローカー

保険ブローカーは顧客の代理として保険取引を行い、マーシュ (Marsh & McLennan Cos. Inc.)、エーオン (Aon Corp.) およびウィリス (Willis Group Holdings Ltd.) に代表される大手ブローカーと、大手ブローカーよりも事業規模が小さい中小ブローカーに大別される。一般的に高度な専門性を活かし企業物件を中心に扱うのが大手ブローカーであり、個人物件も一定量取り扱うのが中小ブローカーと言える。

中小ブローカーにおける企業物件と個人物件の取扱比率は、事業規模が大きくなるほど企業物件の割合が高まる傾向にある。そのことを示すのが、中小ブローカーが多数加盟するアメリカ独立エージェントおよび保険ブローカー協会 (Independent Insurance Agents and Brokers of America : 以下「IIABA」) が、会員を対象に 2008 年に実施した調査の結果である (図表 1)。この調査では、会員が保険会社および顧客から受け取った報酬の総額をグループ化し、報酬額の多寡と企業物件および個人物件の取扱割合との関連性を調べている。その結果から、報酬総額が多いグループほど企業物件の取扱が多い傾向が見て取れ、特に報酬額が 250 万ドル以上になると、企業物件による報酬の割合が全体の半分以上を占めていることがわかる。

図表 1 独立仲介者の事業規模別の報酬源とその割合 (2008 年)

(単位：千ドル)



(出典：Independent Insurance Agents & Brokers of America, “2008 Agency Universe Study”
をもとに作成)

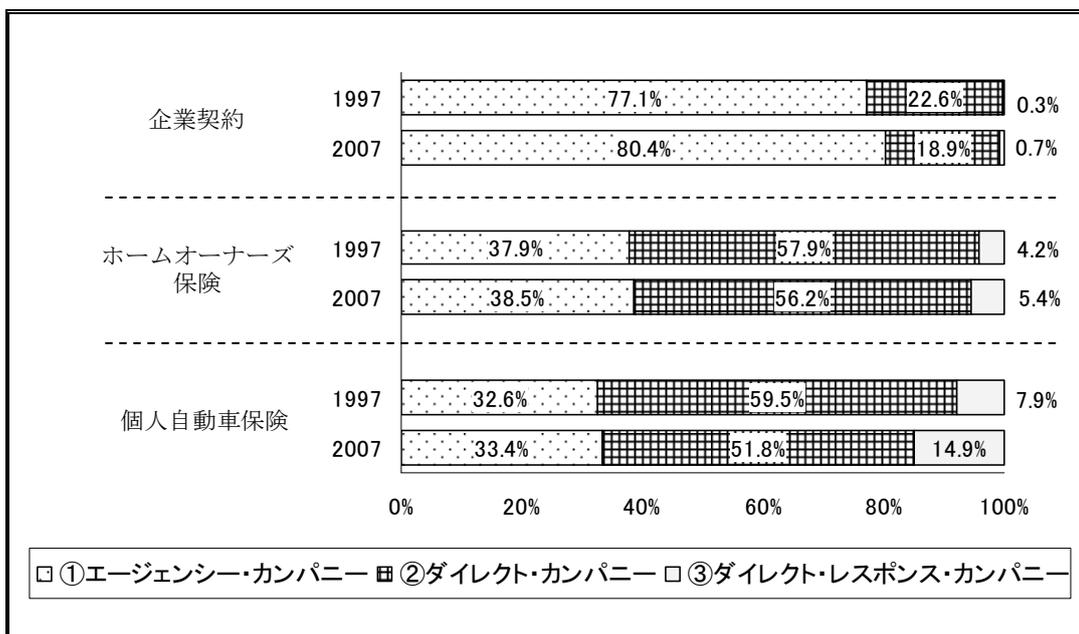
b. 保険代理店

保険代理店は保険会社の代理として保険販売を行い、保険会社 1 社とのみ代理店委託契約を結んでいる専属代理店 (captive agent) と、複数の保険会社と代理店委託契約を結んでいる独立代理店 (independent agent) に分けられる。専属代理店は比較的小規模で個人契約を中心に扱っているのに対し、独立代理店は個人および中小企業を顧客とし、保険ブローカー同様、複数の保険会社の商品の中から最も顧客の要望に沿った条件の保険契約を提示する役割を担っている。

代理店種類別の取扱契約比率に関する情報は入手できなかったが、専属代理店と独立代理店の取扱契約の傾向は、図表 2 に示した契約種類ごとの保険会社タイプのマーケットシェアから見て取ることができる。これによれば、企業契約ではエージェンシーカンパニー、すなわち独立代理店および保険ブローカーを主な販売チャネルとする保険会社のシェアが高く、個人分野のホームオーナーズ保険や自動車保険においてはダイレクト・カンパニー、すなわち自社専属代理店を主な販売チャネルとする保険会社の割合がエージェンシーカンパニーよりも高くなっている。

なお、ダイレクト・レスポンス・カンパニーとは、電話・インターネット等の手段を用いて自社で直接保険販売を行う保険会社である。図表 2 から、保険会社の直接販売は個人の自動車保険においてはシェアを伸ばしつつあるが、全体としてはまだ利用度が低いことがわかる。

図表2 保険会社タイプ別・元受保険料のマーケットシェア推移（1997年～2007年）



（出典：Independent Insurance Agents & Brokers of America, “2007 Property-Casualty Insurance Market” をもとに作成）

c. 保険ブローカーと保険代理店の兼営

米国では州が保険監督権限を有しているが、多くの州で保険仲介者が保険ブローカーおよび保険代理店の双方の免許を取得することが禁じられておらず、中には2つの免許をプロデューサー（producer）という免許に一本化した州もある。このため保険ブローカーと保険代理店の垣根は低く、中小保険ブローカーが独立代理店を兼営しているケースは珍しくない。兼営している場合は、引き受けるリスクによって保険ブローカーと保険代理店の立場を使い分けることとなる。

保険代理店として保険会社と委託契約を締結すると、仮契約書を発行する権限（binding authority）が与えられる。代わりに代理店委託契約の継続条件として、保険会社から年間最低取扱保険料が設定されることとなる。最低取扱保険料は委託する保険会社の営業規模によって異なるが、通常、全米で営業認可を持つ保険会社であれば100万ドルから300万ドル、1州または数州で営業認可を持つ保険会社であれば25万ドルから75万ドル程度である²。したがって、代理店委託契約を締結する保険会社が多くなるほど保険代理店としての最低取扱保険料も多くなるため、自ずと代理店委託契約を締結できる保険会社の数が制限されることになる³。

² 野田節子『保険代理店のサバイバル戦略－米国の独立エージェンシーに見る成功の秘訣－』保険毎日新聞社（2005.6）p.34

³ たとえば、代理店委託契約を締結した保険会社がいずれも最低取扱保険料が25万ドルだったとしても、20社と契約すれば合計で500万ドル（1ドル＝85円として4億2500万円）の保険料を確保しなければならない。

一方、保険会社と保険ブローカー契約を締結した場合は、保険ブローカーの性格上、仮契約書の発行権限が与えられることはないが、最低取扱保険料が設定されることもない。

こうした特徴を踏まえ、中小規模の保険仲介者の多くは保険会社を使い分け、個人契約など標準的なリスクをカバーする保険取引を日常的に行う保険会社とは代理店委託契約を締結する一方で他の保険会社と保険ブローカー契約を締結することにより、顧客の様々なニーズに柔軟に対応できる態勢を整えている。

なお、本稿ではこの兼営しているケースを考慮して、以下、保険ブローカーおよび独立代理店の双方を表す場合には「独立仲介者」と称することとする。

(2) 保険仲介者が受領する報酬の種類

保険仲介者が受領する報酬は、契約の獲得およびその成果に対して保険会社から支払われる「コミッション (commission)」と、顧客へのリスクコンサルティング等サービスの対価として顧客から支払われる「フィー (fee)」の2種類に大別できる。

a. コミッション

保険仲介者に支払われるコミッションには、純粋に契約を獲得したことに対して支払われる「基本手数料 (standard commission)」と、前年1年間の取扱契約の量や収益性等に対して事後に支払われる「コンティンジェント・コミッション (contingent commission)」がある。

基本手数料は商品別に定められた手数料率に基づいて、保険料に乗じて算出される。保険代理店の委託契約書には具体的に手数料率が記載されているのに対して、保険ブローカーの契約書には、おおよその水準が決まっても明記はされていないケースがほとんどである。このため保険ブローカーは後述のフィーの額を考慮しながら、契約獲得の都度、保険会社との交渉によって基本手数料を決定することとなる⁴。

一方のコンティンジェント・コミッションは、保険会社がより多くの契約を自社へ誘導してもらうため独立仲介者を対象に導入した報酬形態で、基本手数料およびフィーとは別に、事後に支払われる。支払要件は取扱保険料や増収額、損害率、継続率など、前年1年間の取扱契約の量や収益性等を基に決定されるが、具体的には保険会社と独立仲介者との間で個別にマーケット・サービス・アグリーメント (Market Service Agreement : 以下「MSA」) と呼ばれる合意書が締結され定められる。

b. フィー

フィーは顧客へのリスクコンサルティング等のサービスの対価として、保険ブロー

⁴ イギリスの調査会社アクスコ (AXCO) のレポートによると、保険ブローカーに対する一般的な基本手数料率は企業物件が15%以内、個人物件 (自動車およびホームオーナーズ保険) が8%から15%とされ

カーが実際に要した労力や費用等に基づいて算出し、顧客に請求する。金額については顧客が納得し同意すればよく、法的な規制は特に設けられていないのが一般的である。本来は顧客の代理として保険取引を行う保険ブローカーが受け取るものであるが、カリフォルニアなど、保険代理店にも受け取ることを認めている州がある。

3. コンティンジェント・コミッションを巡る問題

ニューヨーク州の司法当局によってコンティンジェント・コミッションが独立仲介者と顧客の利益相反に当たるか否かの調査が行われたことがきっかけとなって、大手保険ブローカー・マーシュによる不正入札の事実が発覚し、深刻な問題へと発展した。

現在でも論争が続くこの問題について、本項ではマーシュ、エーオンおよびウィリスの3大保険ブローカーの動向を中心に取り上げることとする。

(1) 問題の発端

ここでは、ニューヨーク州司法当局による調査から、大手保険ブローカーによる不正行為の発覚および提訴に至るまでの経緯を説明する。

a. ニューヨーク州司法当局による調査

2004年4月にエリオット・スピッツァー司法長官を長とするニューヨーク州司法長官事務局が、コンティンジェント・コミッションに関する調査を開始した。コンティンジェント・コミッションおよびその取り決めであるMSAが独立仲介者と顧客の利益相反（conflict of interest）に該当するか否かを調べるため、マーシュ、エーオンおよびウィリスの大手保険ブローカー3社へ召喚状を送付し、情報提供を求めたのである。

このコンティンジェント・コミッションが利益相反となる可能性については、本調査が行われる5年前の1999年に、既にリスクおよび保険マネージャー協会（Risk and Insurance Management Society, Inc：以下「RIMS」）によって懸念が表明されていた。RIMSは独立仲介者が保険会社から受け取る報酬について、透明性を向上するよう保険ブローカーに働きかけ、最終的にマーシュが顧客から要求があった場合にコミッションに関する情報を開示することに同意、他の大手保険ブローカーもこれに追随した経緯にある⁵。このため本調査に対してウィリスは当時、調査に協力しながらも、MSAに基づくコミッションの支払がいわば慣行として行われてきていること、開示しており透明性の点でも問題ないことを主張していた⁶。

ている。

⁵ Sally Roberts, “Regulators renew debate over broker commissions”, *Business Insurance* (2004.5.3)

⁶ 保険毎日新聞「米国 司法長官事務所、ブローカー3社に対し報酬情報の提供を求める」(2004.5.19)

b. 大手保険ブローカーによる不正入札行為の発覚と提訴

本調査に関して、当初はコンティンジェント・コミッションが慣行化している以上廃止は困難であり、保険会社および保険ブローカーに対して一層の情報開示を求めることで決着するであろうとの見方もあった⁷。しかし、調査の進展につれマーシュにおいてコンティンジェント・コミッションを目的とした不正入札行為が行われていたことが明らかになり、問題が深刻化した。

不正入札行為とは、マーシュがコンティンジェント・コミッションを最大化させるために MSA の条件がよりよい保険会社で契約が締結されるよう顧客の誘導を計画し、他の複数の保険会社に保険料または契約条件を不当に操作した見積を提出させ、顧客にあたかも公正な入札が行われているかのように見せかけていた、という一連の行為である。マーシュに協力した保険会社は、他の契約では同様の手法で自社に契約が回ってくることを認識していたためにマーシュの指示に従ったとされている⁸。

さらにマーシュ社内では、コンティンジェント・コミッションが有利な順に保険会社をランク付けし、上位ランクの保険会社に契約を集中させるよう社員に指示し、実行できていない社員を叱責していた事実が発覚した⁹。これにより組織ぐるみで不正行為に関与していたことが判明し、スピッツァー司法長官は 2004 年 10 月 14 日にマーシュを詐欺および不公正取引などの罪で提訴した。

その後の調査で、残りの大手保険ブローカー 2 社でも同様の不正行為が行われていたことが発覚し、エーオンは 2005 年 3 月に本社のあるイリノイ州、ニューヨーク州およびコネティカット州の司法長官等によって、ウィリスは 2005 年 4 月にニューヨーク州の司法長官等によって相次いで告発された¹⁰。

3 社とも、これらの提訴または告発に対して罪状を認めはしなかったが、是正措置の実施については合意し、今後のコンティンジェント・コミッションの受領禁止および顧客へのあらゆる報酬の開示などに応じた。さらに基金を拠出して、この中から 2001 年 1 月 1 日から 2004 年 12 月 31 日の間に保険契約のコンサルティングや仲介業務を行った顧客に対して和解金を支払った。営業を行っていた他の州でも同様の動きとなり、是正措置実施の合意を行ったとされている¹¹。

(2) 問題の論点および大手保険ブローカー提訴後の動向

ここでは、大手保険ブローカーによる不祥事の論点を整理するとともに、問題発覚後に巻き起こったコンティンジェント・コミッションの是非を巡る議論やその後の大

⁷ Sally Roberts, “Regulators renew debate over broker commissions”, Business Insurance (2004.5.3)

⁸ Douglas Mcleod, “HEAT RISING Industry in crosshairs as states launch probes”, Business Insurance (2004.10.25)

⁹ 金田幸二「欧米諸国における保険仲介者のコンティンジェント・コミッション問題について」『損害保険研究 第 70 巻第 3 号』(2008.11) p.110

¹⁰ 同上 pp.111-116

¹¹ 同上 p.114 他

手保険ブローカー、中小独立仲介者および保険会社の動向、ならびにニューヨーク州での大手保険ブローカーに対するコンティンジェント・コミッション受領禁止措置の緩和について説明する。

a. 問題の論点

この大手保険ブローカーによる不祥事は、①保険ブローカーとしての信任義務違反行為および利益相反、ならびに②不正入札による競争制限的行為という2つの問題に整理することができる。

①の信任義務違反行為および利益相反とは、保険ブローカーの使命である顧客の代理として最良の保険契約を顧客に提示するという役割を果たさず、自らの利益追求に走ったために顧客との利益の相反を招いたことであり、ニューヨーク州の司法当局が行った調査の当初の目的であった。

そして①の調査を通じて発覚した②、すなわち利得獲得の手段として大手保険ブローカーが不正入札という競争制限的行為を行っていたことは、スピッツァー司法長官による提訴という事態に至って、真の競争入札のプロセスが存在していなかった事実を世間に知らしめることとなった。

この不正入札行為の問題は、保険ブローカーがコンティンジェント・コミッションから不当に利益を得ることに焦点が当てられがちである。しかし見方を変えれば、保険会社にとっても契約獲得が約束されていれば競争のために保険料を下げる努力をする必要がなく、ここでも公正な競争原理が働いていないといえよう。

b. コンティンジェント・コミッションの是非を巡る議論

米国ではこの不祥事をきっかけに、コンティンジェント・コミッションの是非を巡って盛んに議論が繰り広げられた。利益相反を避けるためコンティンジェント・コミッションを開示すべきとする意見や廃止すべきとする意見などが出された。次第に議論の中心が事件の当事者である大手保険ブローカーから中小規模の独立仲介者へと移っていき、2004年11月16日には中小独立仲介者を代表してIIABAの担当者が上院の公聴会で証言している。

公聴会は独立仲介者の業務慣行と既存の規制法の妥当性についての聴取を目的としたもので、IIABAの担当者は以下の趣旨でコンティンジェント・コミッションの正当性を訴えた¹²。

○ 大手保険ブローカーと中小独立仲介者では、委託契約要件や報酬プランが異なる

¹³。

¹² 野田節子「新・米国通信<115>ブローカー訴訟問題の行方」保険毎日新聞（2004.12.17）

¹³ 大手ブローカーが受け取るコンティンジェント・コミッションは、本質的に契約の量（収入保険料）

- 中小独立仲介者に支払われるコンティンジェント・コミッションの要件は、年度が終了した後でなければ判明しない。したがって、中小独立仲介者はコンティンジェント・コミッションが支払われるか否かが当年度中は把握できない。
- コンティンジェント・コミッションは保険の専門知識に長け、適切なリスク・マネジメントおよびアンダーライティング（顧客の選別）を行った独立仲介者に対して支払われる。独立仲介者のこうした適切な対応は顧客の損害を軽減し、保険会社に利益をもたらす。
- コンティンジェント・コミッションは全州で認可された販売奨励制度であり、支払要素に違いはあるが自動車や住宅など他業界でも従来から採用されている。

この証言についてはほとんどの中小独立仲介者が賛同したと言われている。また、大手保険ブローカーと違い、中小独立仲介者が保険会社に協力を要請して不当な見積を提出させることなど現実には不可能であるとの見方もあった¹⁴。

c. 独立仲介者の対応と新たなコミッションの登場

(a) 大手保険ブローカーと中小独立仲介者の二重構造

ニューヨーク州などの司法当局による提訴・告発を受けて、当事者である大手保険ブローカー3社によるコンティンジェント・コミッションの受領が禁じられたことは前記3.(1)b.に記載したとおりである。その一方で中小の独立仲介者は、全米各州の保険庁長官の組織体である全米保険庁長官会議（National Association of Insurance Commissioners：以下「NAIC」）がコンティンジェント・コミッションを合法とする立場を取っていたこともあり、以前と変わらずコンティンジェント・コミッションを受け取っていた。

この状況に対して大手保険ブローカー3社は、中小独立仲介者にコンティンジェント・コミッションの受領が認められていることは競争上フェアではないと反発し、すべての独立仲介者がコンティンジェント・コミッションの受領を取りやめるべきだと主張した。この主張には、コンティンジェント・コミッションの受領禁止による甚大な損失を補填するための方法を彼らが模索していたことが背景にあるとも言われている¹⁵。

を基準に取り決められているのに対し、中小独立仲介者が受け取るコンティンジェント・コミッションは、契約の質（損害率）や継続率を重視して取り決められている。（出典：Judy Greenwald, “Two-tiered system likely in U.S.”, *Business Insurance*(2005.7.18)）

¹⁴ 野田節子「新・米国通信<115>ブローカー訴訟問題の行方」保険毎日新聞（2004.12.17）

¹⁵ ニューヨーク州司法当局他の資料によれば、2003年のコンティンジェント・コミッション受領額を基準とした喪失額は最大のマーシュで8億4500万ドル（1ドル=85円として、718億2500万円）であり、ブローカー業界全体では10億ドル（同、850億円）以上とされる。また、マーシュにとって、コンティンジェント・コミッションによる収入が全体の7%程度を占めていたとも言われている。

(b) サプリメンタル・コミッション

こうした中、2007年1月にはチャブ (Chubb Corp.) やトラベラーズ (Travelers Insurance) など、複数の保険会社がコンティンジェント・コミッションの廃止およびサプリメンタル・コミッション (supplemental commission) と呼ばれる定額制の上乗せコミッションの導入を発表した。サプリメンタル・コミッションは前年の実績に基づいて年初に金額が決定するため、事後に算出されるコンティンジェント・コミッションにおいて頻繁に行われていたような利益相反行為、すなわち保険ブローカーがコンティンジェント・コミッションの支払要件である保険料目標額に到達するため顧客の利益と無関係に特定の保険会社に意図的に契約を集中させるような行為は起こらない。また、サプリメンタル・コミッションは顧客への開示も行うとして、サプリメンタル・コミッションを導入する保険会社はコンティンジェント・コミッションとの違いを強調した¹⁶。

コネティカット州の司法当局は、チャブ、トラベラーズ両社のサプリメンタル・コミッションプログラムを精査した結果、共にコンティンジェント・コミッションには該当しないとの判断を下している¹⁷。しかしこれとは対照的に、2007年5月に開催された RIMS の年次総会では、保険会社エース (Ace Ltd.) の代表取締役兼 CEO が「サプリメンタル・コミッションの支払は、たとえ顧客が承知していても利益相反の問題が生じる」と発言して聴衆から喝采を浴びるなど¹⁸、サプリメンタル・コミッションの導入に関しては、保険業界関係者の間でコンティンジェント・コミッションと性質が異なるか否かが論議され賛否が分かれた。また AXCO のレポートによると、2010年は契約の量による評価から質による評価へと形を変えた「コンティンジェント」コミッションが多く支払われていたとされている¹⁹。

d. 大手保険ブローカーのコンティンジェント・コミッション受領解禁

(a) 経緯

ニューヨーク州では、2008年頃から大手保険ブローカーへのコンティンジェント・コミッションの受領禁止措置に対して態度を軟化させる動きが出始めた。2008年6月には大手保険ブローカー3社に対し、彼らを買収した独立仲介者の保有契約に対しては、買収から3年を限度としてコンティンジェント・コミッションの受領を認める決定を下した²⁰。換言すれば、独立仲介者は大手保険ブローカー3社のいずれかに買収されても、経過措置として3年間はこれまでとおりコンティンジェント・コミッションを受け取ることができるようになった。大手保険ブローカー3社

¹⁶ Lavonne Kuykendall, “Insurance Brokers Reconsider Taking Insurer Commissions”, Dow Jones (2007.7.12)

¹⁷ Douglas Mcleod, “Insurers rework broker compensation”, Business Insurance (2007.1.8)

¹⁸ Joanne Wojcik, “Compensation issues dominate Q&A with CEOs”, Business Insurance (2007.5.7)

¹⁹ AXCO, “Distribution Channels (United States Non-Life (P&C))” (2010.11) p.8

²⁰ Sally Roberts, “Big brokers win OK for some contingents”, Business Insurance (2008.6.9)

はこれまで、コンティンジェント・コミッションが受領できなくなるのがネックとなって独立仲介者の買収交渉において不利な立場にあり、これを解決するために本決定が下された。

また 2009 年 9 月には、ニューヨーク州保険庁が新たなコミッション開示規則を提案したことをきっかけに²¹、大手保険ブローカー 3 社は「公平な競争の場を作ること」の要求として、コンティンジェント・コミッション受領禁止規則の改定または撤廃を求めて州司法当局と本格的に交渉を開始した。そして 2010 年 2 月には大手保険ブローカー 3 社と司法当局との間で、保険会社からコンティンジェント・コミッションおよび同種のコミッションが支払われる場合は、事前に顧客に開示することを条件に、コンティンジェント・コミッションの受領を認めることで合意した。

(b) 大手保険ブローカー 3 社の意見対立

前記 3.(2)c.(a)に記載のとおり、大手ブローカー 3 社はコンティンジェント・コミッションの受領禁止による損失分をいかにして補填するか、その方法を模索していた。ニューヨーク州のコンティンジェント・コミッション受領解禁の決定に対する 3 社の受け止めおよび各社が採った損失補填の手法は様々である。中でもウィリスはコンティンジェント・コミッションの反対キャンペーンを実施するなど、最も活発な動きを見せている。

ア. マーシュ

マーシュは 2010 年 3 月に声明を発表し、米国およびカナダの保険ブローカー事業ではコンティンジェント・コミッションを受け取らないが、海外のブローカー事業および系列の独立代理店が行う事業では受け取ることを明らかにした。

前記 2.(1)a.に記載のとおり、大手保険ブローカーは企業物件を中心に扱っていることからすれば、これは米国内の保険取引に関しては系列の独立代理店が取り扱う個人物件のみコンティンジェント・コミッションを受領すると解釈できよう。

同社の会長兼 CEO は、2010 年 5 月に RIMS の年次総会の中で開催されたパネルディスカッションに出席し、「コンティンジェント・コミッションを受領することが、保険ブローカーが利益相反行為を行っているか否かを調べるリトマス試験紙になるとは思わない。他の報酬にも利益相反を招く可能性がある。その解決策は（報酬の）全面開示である。」と発言し²²、利益相反を抑止するために重要なことは、コンティンジェント・コミッションを受け取らないことではなく、報酬を開示することだとする姿勢を示した。

²¹ 新たなコミッション開示規則については、後記 4.(1)b.を参照願う。

²² Sam Friedman, “Willis Campaign Against Contingents Fires Up Broker Compensation Debate”,

イ. エーオン

エーオンは2010年7月にコンティンジェント・コミッションを受け取ることを表明した。しかしながら、同社の会長兼CEOによる声明は、「我々は様々な形態の報酬を受け取ることを決定した。適切かつ法的に認められるものであれば、その報酬には世界各地の顧客の事業に関するサプリメンタル・コミッションおよび／またはコンティンジェント・コミッションが含まれるかもしれない。」という極めて曖昧なものであった²³。

ウ. ウィリス

(ア) 受領拒否の姿勢

上記の2社に対してウィリスは、コンティンジェント・コミッションを全面的に否定し、一切受領しないことを表明している。同社はエーオンがコンティンジェント・コミッションを受領することを発表すると即座に「エーオンがコンティンジェント・コミッションに関して面倒かつ不明瞭な立場に退いたことで、当社は今やコンティンジェント・コミッションの受領を拒否する世界で唯一の保険ブローカーになった」とコメントし、エーオンの決定を痛烈に批判した²⁴。同社がコンティンジェント・コミッションの受領を拒む理由はこのコミッションが利益相反を招くためであり、同社の会長兼CEOは「コンティンジェント・コミッションを受領することは、我々が顧客利益の最大化のために行動しているか、顧客に疑問を持たれかねない」と述べている²⁵。

(イ) コンティンジェント・コミッション反対キャンペーンの実施

さらに同社は、コンティンジェント・コミッション問題に無関心なリスクマネージャー（保険購入者）が多いとして、2010年4月に彼らを教育するためのキャンペーン「コンティンジェント・コミッションより顧客を」（“Clients Before Contingents”）を開始した²⁶。このキャンペーンでは図表3に示した専用のウェブサイト（www.clientsbeforecontingents.com）を通じて以下のような情報提供を行い、またサイト上に意見交換の場を設けることによりリスクマネージャーの啓発を行っている。

○ コンティンジェント・コミッション問題の解説

National Underwriter P&C (2010.5.3)

²³ Mark E. Ruquet, “Aon Says It Will Accept Contingent Commissions”, National Underwriter P&C (2010.7.21)

²⁴ Mark E. Ruquet, “Wills Slams Aon’s Contingent Commission Decision”, National Underwriter P&C (2010.7.22)

²⁵ 保険毎日新聞「エーオン発表 コンティンジェント・コミッションを受け取る」（2010.8.10）

²⁶ Sally Roberts, “Brokers defend their stance on contingents”, Business Insurance (2010.5.10) 他

- コンティンジェント・コミッションをやめるため保険購入者ができること²⁷
- 法律事務所が中立的な立場から作成したコンティンジェント・コミッション問題の「白書」²⁸
- コンティンジェント・コミッションに関する雑誌・新聞の掲載記事およびプレスリリース
- 同社会長兼 CEO のインタビュー動画
- 雑誌等掲載記事についての解説などを行っているブログ

図表3 ウィリスのキャンペーン専用サイト（トップ画面）



（出典：ウィリス社のキャンペーン専用ウェブサイトから作成）

（ウ）保険会社との基本手数料率の引き上げ交渉と IIABA の反発

このようにコンティンジェント・コミッションを強硬に否定する一方で、ウィリスはコンティンジェント・コミッションを受領しないことでの喪失分を確保する手段として、保険会社と交渉し基本手数料率の引き上げを行っていることを2010年5月のRIMS年次総会で認めている²⁹。

こうしたウィリス独自の手法について、IIABAの会長兼CEOは「ウィリスの手法自体は否定しないが、それが顧客のニーズを満たす唯一の手法だとする同社

²⁷ 例えば、保険ブローカーに対して「あなたは公正に我々の立場に立っているか?」「我々は補償に対して適正な保険料を支払っているか?」などの保険ブローカーが答えにくい質問を投げかけることやコンティンジェント・コミッションに対する自分たちの態度を明確に示すこと、などを挙げている。

²⁸ この白書はウィリスの依頼に基づき、保険分野に精通する国際的な法律事務所エドワーズ・エンジェル・パーマー・アンド・ドッジ（Edwards Angell Palmer & Dodge）によって執筆された。

²⁹ Sam Friedman, “Willis Campaign Against Contingents Fires Up Broker Compensation Debate”, National Underwriter P&C (2010.5.3)

の考えには賛同できない」として異論を唱えている³⁰。その主な内容は以下のとおりである。

- コンティンジェント・コミッションは合法である。このことは保険情報協会³¹の会長など、保険業界で信頼の厚い専門家によって認識されている。
- 問題なのは、コンティンジェント・コミッションそのものではなく、大手保険ブローカー数社による保険会社との個別の合意であり、違法な不正入札行為である。
- コンティンジェント・コミッションは優れたサービスおよび生産性の対価として、実際にほぼ全ての保険販売の場で効果的に利用されている。
- 基本手数料の上乗せは単に報酬の支払条件や時期を動かしただけであり、性質は何ら変わらない。
- 保険会社と交渉し基本手数料の水準を引き上げる手法は、ウィリスの規模・影響力だからこそ可能であり、大多数の独立仲介者には不可能である。

特に最後に挙げた、大多数の保険仲介者には保険会社との手数料率引き上げ交渉は不可能、という指摘に関して同氏は、ウィリスの手法が広まると、将来的に中小の独立仲介者が淘汰されて大手保険ブローカーだけが生き残り、その結果、中小独立仲介者が提供してきた個人物件などで保険購入者の選択肢を狭めることになりかねないと警告を発している。

以上のように、大手保険ブローカーのコンティンジェント・コミッションを巡る問題は、ニューヨーク州で受領が解禁された後も収束せず、関係団体をも巻き込んで現在も論争が続いている。

4. コンティンジェント・コミッションに関する規制動向

コンティンジェント・コミッション問題が表面化したことで、各州で規制強化の動きがあった。ここでは各州が保険法の手本としている NAIC のモデル法の改正およびニューヨーク州で新たに導入された保険募集人の報酬開示規則を取り上げ、その概要を説明するとともに、関係者間で意見が分かれている報酬開示と利益相反の抑止との関連について触れることとする。

(1) 法改正の動向

ここでは、NAIC が行ったモデル法の改正およびニューヨーク州で新たに導入され

³⁰ Bob Rusbuldt, “There’s Nothing Wrong With Contingent Fees”, National Underwriter P&C (2010.8.9) 、Robert Rusbuldt, “Bib “I” Disagrees with Willis CEO”, Best’s Review(2010.6)

³¹ 原文表記は Insurance Information Institute. ファクトブックの作成など、保険関連情報を提供する民間の非営利団体である。

た保険募集人の報酬開示規則について、それぞれ概要を説明する。

a. NAIC 保険募集人免許モデル法

米国では保険監督・規制が州の権限によって行われていることから、各州の保険監督・規制内容がある程度統一されるよう、全米各州の保険庁長官から成る NAIC が法的拘束力を持たないモデル法を定めている。各州では NAIC のモデル法を参考に、状況に応じた修正を適宜加え、州保険法に反映させている。

2004 年にコンティンジェント・コミッション問題が表面化した当時は、NAIC の保険募集人免許モデル法には報酬の開示に関する規定は存在しなかった。そこで NAIC は問題発覚後速やかに検討を行い、2004 年 12 月の冬期会合において、保険募集人免許モデル法に第 18 条として保険募集人の報酬開示に関する規定を盛り込んだ改正モデル法を採択した³²。

改正モデル法では、保険募集に関して保険募集人が顧客を代理する場合、または顧客からフィーを受け取る場合には、その金額を開示し事前に顧客から書面による承認を受けていなければ、保険会社から報酬を受け取ってはならないとされた。ただし、保険募集に関して保険募集人が保険会社を代理する場合、または顧客からのフィーを受け取らない場合は開示の対象から除外された。このため、本規定はもっぱら保険ブローカーとして保険募集を行った場合を対象としており、保険代理店として保険募集を行った場合は対象にはならない。

なお、この改正モデル法を採用した州はコネティカットやテキサスなど一握りの州に限られ³³、ニューヨーク州をはじめとする他の多くの州では独自の対応を行っている。

b. ニューヨーク州の保険募集人報酬開示規則

ニューヨーク州保険庁では、コンティンジェント・コミッションが利益相反を招く可能性について、かなり以前から問題意識を持っていた。1998 年には保険会社および保険ブローカーに対して通達を出し、保険会社・保険ブローカー間のすべての報酬取り決めに関して①文書化および当事者間の合意の取り付け、ならびに②顧客への事前開示を求めている。しかし、この通達は法的拘束力のないガイダンスであったため、2004 年の大手保険ブローカーによる不祥事を防止する役割は果たさなかった³⁴。

この不祥事をきっかけに、法的拘束力のある規則の必要性が論じられるようになり、ニューヨーク州保険庁が法制化の検討を始めた。2008 年 7 月に公聴会を開催し、保険業界のほか消費者団体などから広範にヒアリングを行った。公聴会では、大手保険

³² 金田幸二「欧米諸国における保険仲介者のコンティンジェント・コミッション問題について」『損害保険研究 第 70 巻第 3 号』(2008.11) pp.120-121

³³ Edwards Angell Palmer & Dodge, “White Paper: Contingent Compensation”(2010.4.26) p.9

³⁴ 小松原章「米国保険募集規制の最新動向」『インシュアランス 9 月号第 1 集』(2010.9.2) p.5

ブローカーが強制的な報酬開示は利益相反の抑止と透明性向上をもたらすとして規制に賛成する立場を取ったのに対し、IIABA など中小独立仲介者は保険会社との関係が明らかな保険代理店では利益相反は起こり得ず、また不祥事は一部の大手保険ブローカーによって引き起こされたものであるとして規制には反対したという³⁵。

こうして出された様々な意見を検討した結果、ニューヨーク州保険庁は報酬開示規則の制定に踏み切り、2009年9月に「規則 194・保険募集人の報酬開示 (Regulation No.194 Producer Compensation Transparency)」を新設する提案を行った。その後、最終案を一般に公開し意見を募るなどの手続を経て同規則は2010年2月に公布され、2011年1月から施行されている。

同規則は図表4に示したように、保険募集人は顧客に対して、保険募集における自身の役割と基本手数料以外に保険会社から受領する報酬の有無および報酬の変動要素について事前に告知すること、ならびに顧客からの請求があった時は、保険販売によって保険募集人が受領する報酬の性質や金額などの情報を追加して開示することなどが規定されている。開示を義務付ける範囲については報酬の全面開示から保険募集人への自主的な開示の奨励まで様々なパターンが検討されたが、最終的には検討案の中では比較的条件が緩い、顧客からの請求があった場合に限定して開示する案が採用された。

公聴会で保険業界団体が反対した保険代理店の報酬開示については、NAICのモデル法と異なり対象外とする規定になっていない。ニューヨーク州保険庁はその理由として、ほとんどの顧客は保険募集人が保険ブローカーと保険代理店のどちらの立場で募集を行っているのかその役割が区別できていない、とする実態をもって反対意見を退けている³⁶。

なお、図表4の「例外」で示したとおり、更改契約は顧客の要請があった場合を除いて報酬開示の対象外とされているが、新規契約に関しては例外として規定されていないため、企業物件・個人物件を問わず報酬開示の対象となる。

³⁵ 小松原章「米国保険募集規制の最新動向」『インシュアランス 9月号第1集』(2010.9.2) p.6 他

³⁶ 同上 p.8 さらに同規則では保険会社1社のみ契約を取り扱う専属代理店に関しても、保険商品間で報酬額が異なる可能性があるとして対象としている。ただし、基本的には専属代理店が保険会社と個別にMSAを締結している例はないものとする。

図表 4 保険募集人の報酬開示規則の構成および内容（抜粋）

<p>○目的</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 保険募集人に支払われる報酬および保険募集における保険募集人の役割を透明化し、保険会社および保険募集人の行為および慣行を規制する。 2. 保険募集人の役割および保険募集人に支払われる報酬に関する最低開示要件を制定することにより、公益を保護する。
<p>○保険募集人の報酬、出資関係および保険取引における役割の開示</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 保険募集人は保険を販売する際、購入者に対し口頭または書面により保険契約の申込時またはそれ以前に次の情報を開示しなければならない。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 保険販売における保険募集人の役割の説明 ・ 保険募集人が販売した保険契約に基づき、保険会社または他の第三者から報酬を受領する可能性があるか否か ・ 保険募集人に支払われる報酬が、保険購入者が選択した保険契約および保険会社、または保険募集人がその保険会社にもたらした保険契約の量もしくは収益性を含む様々な要素によって変化するのか ・ 保険購入者が要求すれば、保険販売および別の見積の提示により保険募集人が受領すると思われる報酬に関する情報を得られるか 2. 保険募集人の報酬に関して保険購入者がより多くの情報提供を求めた場合は、保険募集人は保険証券の発行時またはそれ以前に、保険購入者に対して次の情報を書面にて開示するものとする。ただし、保険証券の発行期限が迫っている場合を除き、その場合は請求から5営業日以内に回答しなければならないものとする。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 保険販売に基づいて保険募集人またはその親会社、子会社もしくは関連会社が受領する報酬の性質、金額および支払元に関する説明 ・ 保険募集人が提示する別の見積に関する、補償内容、保険料および保険募集人が受領しうる報酬を含む説明 ・ 保険証券を発行する保険会社、その親会社、子会社または関連会社と、保険募集人、その親会社、子会社または関連会社との間での重要な所有の利害関係についての説明。 ・ 保険募集人は、保険販売の全部または一部に基づき保険募集人が保険会社から受領した報酬を変更することが法律によって禁止されているか否か。 3. 開示の時点で報酬の性質や金額が未定である場合は、保険募集人は報酬の有無や金額が決定する状況および合理的な報酬額の見積を開示しなければならない。
<p>○開示資料の保管</p> <p>保険販売者は、保険会社と書面による合意があり、保険会社が合意書の写しを保有することとなっている場合を除き、保険購入者に書面で開示した資料の写しを、開示した日から3年間保管するものとする。</p>
<p>○例外</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 再保険取引 ・ 更改契約、ただし保険購入者が更改の時から前後30日以内に保険販売者の報酬に関して詳細な情報を求めた場合には、保険販売者は保険購入者に対し、5営業日以内に求められた情報を書面にて開示するものとする。

(出典：New York State Insurance Department Regulation No.194 (11NYCRR) Producer Compensation Transparency をもとに作成)

(2) 報酬開示と利益相反の抑止

報酬の開示は、コンティンジェント・コミッションの是非を巡る議論の中から、次第にその必要性が強く唱えられるようになっていったものであるが、ニューヨーク州による報酬開示規則の公布後も賛否が分かれている。開示賛成論は、開示によって報酬等の情報が透明化されることや、顧客の監視機能が働いて利益相反の抑止効果が期

待できることを理由に挙げている。一方で、透明性を上げてても利益相反はなくならないとする反対意見もある³⁷。前記 3.(1)a.に記載のとおり、従来からコンティンジェント・コミッションに内在する利益相反の危険性を警告してきた RIMS は、ニューヨーク州が報酬開示の法制化に向かったことについては賛同していたが、最終的に採択された規則が当初案に比べ強制力が弱められたものであったことから、失望したとのコメントを発表している³⁸。

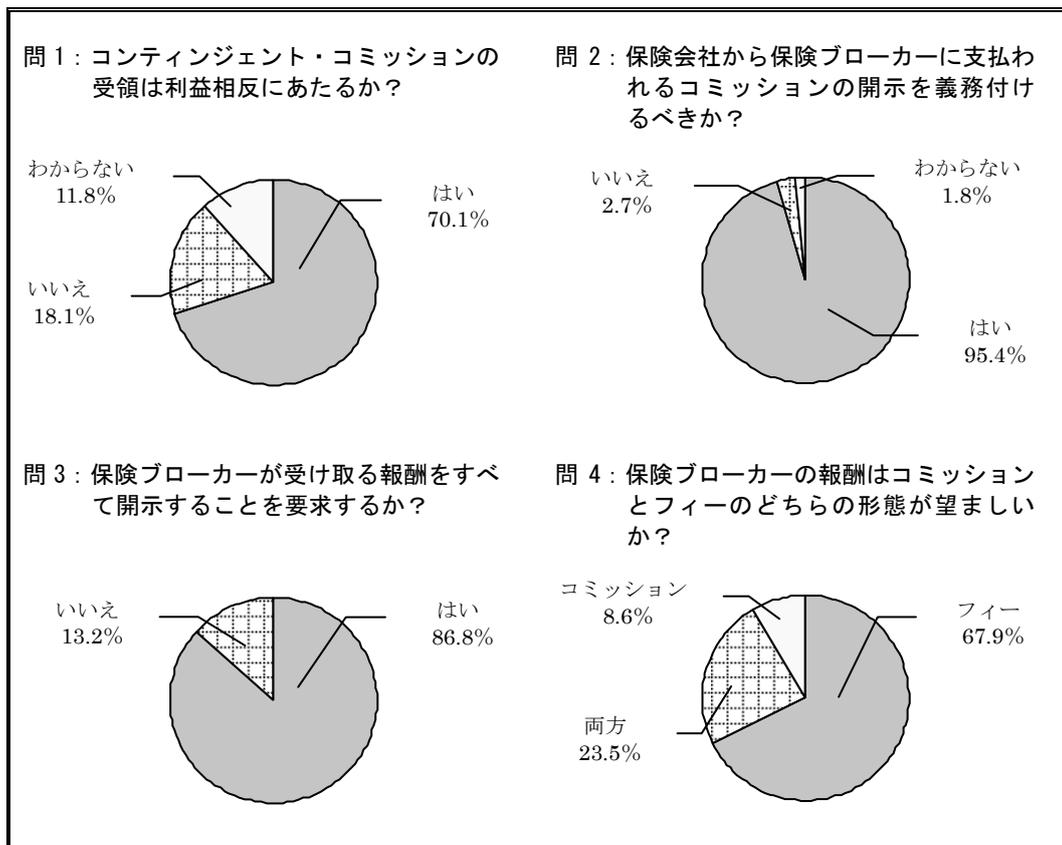
米国の保険専門紙ビジネス・インシュランス (Business Insurance) が、2010年7月に企業保険の顧客 (リスクマネージャー) を対象に保険業界の報酬支払方法に関する調査を実施し、興味深い結果が出ている。図表 5 に表した調査の結果によると、コンティンジェント・コミッションを受け取ることが利益相反にあたるか?との問いには、回答者の約 70%が利益相反にあると回答した (問 1)。さらに回答者の 95%以上が保険会社から保険ブローカーに支払われるコミッションは顧客への開示を義務付けるべきだと考え (問 2)、保険ブローカーに対し報酬開示をどこまで要求するかについては、約 86%の企業が保険ブローカーが受け取る報酬はすべて開示するよう要求すると回答している (問 3)。また、保険ブローカーに支払う報酬はコミッションとフィーのどちらが望ましいか?という質問については、約 68%の回答者がフィーのみでの支払を希望している (問 4)。なお、図表 5 にはないが、約 71%の企業が彼らの利用する保険ブローカーの報酬体系は十分明らかになっていると回答したとのことである。

以上の結果から、本調査に回答したリスクマネージャーの多くがコンティンジェント・コミッションに否定的な考えを持っており、コンティンジェント・コミッションが支払われる場合には、開示の義務付けを希望していることがわかる。

³⁷ 金田幸二「欧米諸国における保険仲介者のコンティンジェント・コミッション問題について」『損害保険研究 第70巻第3号』(2008.11) pp.126-128、Joanne Wojcik, “Compensation issues dominate Q&A with CEOs”, Business Insurance (2007.5.7)

³⁸ Sally Roberts, “New York producer pay rule draws ire of buyers, brokers”, Business Insurance (2010.2.15)

図表5 報酬支払に関する調査結果



(出典：Gavin Souter, “Buyers see conflict of interest in brokers taking contingents”, Business Insurance (2010.7.19)をもとに作成)

(3) 報酬開示の規制化における今後の検討課題

このようにコンティンジェント・コミッション問題を巡っては保険業界内で意見が分かれ、その是非について未だに結論が出ていない。今後ニューヨーク州以外の州でも報酬開示の規制化が検討される可能性があるが、検討にあたっては、以下に挙げたようなコンティンジェント・コミッションの存在自体の問題や利益相反を抑止するための手段といった本質的な問題の整理に加え、報酬開示の対象や条件などの具体的な問題についても慎重な検討が必要になるものと考えられる。

- コンティンジェント・コミッションの問題点は何か? またどのように扱われるべきか?
 - ・独立仲介者と顧客の利益相反を招くので廃止すべき
 - ・独立仲介者と顧客の利益相反を誘発する可能性があるため、顧客に事前に情報を開示して透明化を図るべき
- 開示をする場合、どの報酬を開示すべきか?
 - ・保険募集人が保険会社から受け取る全ての報酬

- ・利益相反を招く性質を持った報酬のみ
- 開示をする場合、どの保険募集人に開示させるべきか？
 - ・独立仲介者（兼営を含む保険ブローカーおよび独立代理店）
 - ・顧客の代理である保険ブローカーのみ
- 開示をする場合、どの顧客に開示すべきか？
 - ・顧客全員
 - ・開示の要求があった顧客のみ

5. わが国の代理店手数料を取り巻く状況

保険代理店と保険仲立人（保険ブローカー）の兼営が禁止されているわが国では、保険販売は保険代理店による取扱が中心となっている。日本損害保険協会のニュースリリースによると 2009 年度の元受正味保険料ベースでの取扱割合は、保険代理店が 92.3%、保険仲立人が 0.3%、保険会社直扱が 7.4%とのことである³⁹。ここでは、現在は主流ではないものの、コンティンジェント・コミッションに近い性格の代理店手数料と位置付けることのできる事後払い手数料について概要を説明し、さらにわが国でも論議されている代理店手数料の開示について、その動向に触れることとする。

(1) 事後払い手数料

わが国で代理店手数料といえば、収入保険料規模などから保険代理店ごとに決定する手数料率に基づき毎月の取扱契約に対して計算される手数料を指すことが一般的である。この手数料は米国の基本手数料に類似するものといえる。

この他に保険代理店に支払われる手数料の中で、コンティンジェント・コミッションに性格に近いものは事後払い手数料であろう。この手数料は、前年度の代理店の増収および保険金支払状況をもとに算出され、通常の代理店手数料とは別に、その名のおり年 1 回事後に支払われる。事後払い手数料は 2001 年 4 月に代理店手数料が自由化された当初、多くの保険会社によって導入された制度であったが、通常の代理店手数料と異なり支払が翌年度になるため、次第に保険代理店から税務処理が煩雑になる⁴⁰、今年 1 年間の取扱契約に対する代理店手数料が年度内に判明しない、などの不満が出るようになった。このことから現在では数社を残し、ほとんどの保険会社がこの制度を廃止している。

(2) 代理店手数料開示の検討

わが国では、保険仲立人は顧客からの要請があった場合に保険会社から受領する仲介手数料を開示しなければならない（保険業法第 297 条および同法施行規則第 231 条）。

³⁹ 日本損害保険協会、ニュースリリース No.10-003（2010.6.10）

⁴⁰ 管轄の税務署によって判断は異なるが、発生年度ベースで税務処理を行う場合には、まだ算出されて

保険代理店には現在のところ代理店手数料の開示義務はないが、2008年7月から内閣総理大臣、金融庁長官、および財務大臣の諮問機関である金融審議会の第二部会内に設置された保険の基本問題に関するワーキング・グループ（以下「保険WG」）において、代理店手数料の開示が検討課題として取り上げられている。保険WGは2009年6月に中間論点整理を公表し、代理店手数料の開示について、①消費者が保険商品を検討する上で保険代理店が保険会社から受け取る手数料の情報は有用であり引き続き検討が必要、とした上で②乗合代理店制度と保険仲立人制度のあり方の見直しとの関係も踏まえつつ検討していくことが必要、としている⁴¹。

乗合代理店制度と保険仲立人制度のあり方の見直しは、1996年10月の制度導入以降、保険仲立人の利用が進んでいないことから保険WGで規制緩和も視野に入れた論議がされている。2009年3月に開かれた保険WGの会合には日本保険仲立人協会が参考人として出席し、保険仲立人だけが保険仲介業務の細部まで法律で規定されていることは不公正だとして、保険仲立人と乗合代理店のあり方の整理を要望した。そして同協会としては保険仲立人と保険代理店の兼営が最も合理的と結論づけている。中間論点整理では、この保険仲立人制度の見直しについても引き続き検討が必要としており、今後代理店手数料の開示は、保険仲立人制度の見直しと合わせて検討されていく可能性がある。

6. おわりに

以上、米国で現在でもその是非が問われているコンティンジェント・コミッションの問題および報酬開示の問題について、ニューヨーク州の動向を中心に、過去の経緯を踏まえて概観した。この問題を巡る保険業界関係者の主張は様々であり、将来的に結論が出るか否かを予想することは難しい。報酬を開示することで完全に利益相反を抑制できるのか疑問が残るところではあるが、賛否両論はあるにせよ、大手保険ブローカーの不祥事から6年余りを経て、ニューヨーク州が報酬開示の法制化に踏み切ったことは一つの区切りといえることができよう。今後の他州の動向にも注目したい。

また、今後わが国で代理店手数料開示の論議が行われる際には、開示された情報が消費者にとって保険商品や保険代理店を選択する際の参考になる可能性はあるものの、どこまでを必要な情報と考えるかには個人差があること、さらに開示を義務化した場合には開示書面の整備等で保険会社に一定の導入コストが発生することを踏まえた論議が必要であろう。

金融審議会は民主党による政権発足以降、開催を凍結されていたが、近々メンバー等大幅にリニューアルして再開されると聞く。米国の報酬開示問題とともに、今後の保険WGの動向についても見守っていくこととしたい。

いない事後払い手数料を見込んで計上する必要があった。

⁴¹ 金融審議会金融分科会第二部会 保険の基本問題に関するワーキング・グループ「中間論点整理」(2009.6.19) p.2、p.5

<参考資料>

- ・金田幸二「欧米諸国における保険仲介者のコンティンジェント・コミッション問題について」『損害保険研究 第70巻第3号』（2008.11）
- ・金融審議会金融分科会第二部会 保険の基本問題に関するワーキング・グループ「中間論点整理」（2009.6.19）
- ・金融庁「保険の基本問題に関するワーキング・グループ（第50回）議事録」（2009.3.3）
- ・小松原章「米国保険募集規制の最新動向」『インシュアランス 9月号第1集』（2010.9.2）
- ・スイス再保険会社「sigma 2010年第2号 2009年の世界の保険」（2010.5）
- ・損害保険事業総合研究所『欧米主要国における保険規制、監督、市場動向について』（2010.3）
- ・損害保険事業総合研究所『欧米諸国における業務標準化等のための共同取組・制度とその法的位置づけについて』（2010.9）
- ・損害保険事業総合研究所『欧米保険市場における個人向け保険商品の特性と販売・募集の実態』（2007.9）
- ・損害保険事業総合研究所『諸外国における保険募集規制を中心とした保険監督行政・規制について [第I編 米国]』（2004.3）
- ・津阪直樹「金融審、衣替えのち復活「官僚の隠れみの」と政権交代後凍結 エコノミストら任命」朝日新聞（2010.12.23）
- ・日本損害保険協会 ニュースリリース No.10-003（2010.6.10）
- ・野田節子「新・米国通信<115>ブローカー訴訟問題の行方」保険毎日新聞（2004.12.17）
- ・野田節子「保険代理店のサバイバル戦略—米国の独立エージェンシーに見る成功の秘訣—」保険毎日新聞社（2005.6）
- ・保険毎日新聞「エーオン発表 コンティンジェント・コミッションを受け取る」（2010.8.10）
- ・保険毎日新聞「金融審 重要案件審議、再開望む声 懇談会含め新政権発足で延期」（2009.12.17）
- ・保険毎日新聞「米国 コンティンジェント・コミッションをめぐる問題」（2007.2.5）
- ・保険毎日新聞「米国 司法長官事務所、ブローカー3社に対し報酬情報の提供を求める」（2004.5.19）
- ・保険毎日新聞「米国 マーシュに従うつもりはない ヒルブ・ローガル&ホップスなど」（2005.2.28）
- ・AXCO, “Distribution Channels”（2010.11）
- ・Bob Rusbult, “There’s Nothing Wrong With Contingent Fees”, National Underwriter P&C（2010.8.9）
- ・Douglas Mcleod, “HEAT RISING Industry in crosshairs as states launch probes”, Business Insurance（2004.10.25）
- ・Douglas Mcleod, “Insurers rework broker compensation”, Business Insurance（2007.1.8）
- ・Edwards Angell Palmer & Dodge, “White Paper: Contingent Compensation”（2010.4.26）
- ・Gavin Souter, “Buyers see conflict of interest in brokers taking contingents”, Business Insurance（2010.7.19）
- ・Independent Insurance Agents & Brokers of America, “2007 Property-Casualty Insurance Market”
- ・Independent Insurance Agents & Brokers of America, “2008 Agency Universe Study”（2008.9）
- ・Joanne Wojcik, “Compensation issues dominate Q&A with CEOs”, Business Insurance（2007.5.7）
- ・Judy Greenwald, “Two-tiered system likely in U.S.”, Business Insurance（2005.7.18）
- ・Lavonne Kuykendall, “Insurance Brokers Reconsider Taking Insurer Commissions”, Dow Jones（2007.7.12）
- ・Mark E. Ruquet, “Aon Says It Will Accept Contingent Commissions”, National Underwriter P&C

- (2010.7.21)
- Mark E. Ruquet, “Brokers Face Off Over Contingent Commissions”, National Underwriter P&C (2010.5.3)
 - Mark E. Ruquet, “Wills Slams Aon’s Contingent Commission Decision”, National Underwriter P&C (2010.7.22)
 - New York State Insurance Department Regulation No.194 (11NYCRR) Producer Compensation Transparency
 - Robert Rusbult, “Bib “T” Disagrees with Willis CEO”, Best’s Review(2010.6)
 - Sally Roberts, “Big brokers win OK for some contingents”, Business Insurance (2008.6.9)
 - Sally Roberts, “Brokers defend their stance on contingents”, Business Insurance (2010.5.10)
 - Sally Roberts, “New York producer pay rule draws ire of buyers, brokers”, Business Insurance (2010.2.15)
 - Sally Roberts, “Regulators renew debate over broker commissions”, Business Insurance (2004.5.3)
 - Sam Friedman, “Willis Campaign Against Contingents Fires Up Broker Compensation Debate”, National Underwriter P&C (2010.5.3)

<参考サイト>

- 金融庁ウェブサイト <http://www.fsa.go.jp/>
- 日本保険仲立人協会ウェブサイト <http://www.jiba.jp/>
- 日本損害保険協会ウェブサイト <http://www.sonpo.or.jp/>
- 保険毎日新聞ウェブサイト <http://www.homai.co.jp/>
- ウィリス Clients Before Contingents ウェブサイト www.clientsbeforecontingents.com
- ニューヨーク州保険庁ウェブサイト <http://www.ins.state.ny.us/>