

# 説明資料

平成 2 5 年 3 月 1 日

金融庁総務企画局

企画課保険企画室

## 保険商品・サービス WG における各委員等のご意見

### ～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

- 乗り合っている保険会社間における「公平・中立」を標榜することは、顧客と所属保険会社との間で「公平・中立」であると誤認する恐れがあるため、「公平・中立」及びこれに類似する表示を禁止すべき。「公平・中立」と標榜するのであれば、保険仲立人になるべき。多数の保険会社の商品を比較販売する乗合代理店は、どの保険会社の代理店であるかの身分開示、見込み客に対する全商品、取扱商品に関わる透明性のある選定基準に基づいた推奨理由の開示を含めた情報提供義務を課すことが妥当。
- プリンシプルベースで顧客に「公平・中立」といった誤解を与えないように規定すればよい。さらに、そういった誤解を与える行動や表示を行っていないか、業界団体等によるモニタリング等自主規制による対応も検討の余地があるのではないか。
- 手数料開示について、規制料金ならともかく、そうでないものまで開示させる権限があるのか非常に疑問。
- 明確な問題が起きていない段階で、「公平・中立」を標榜することを禁止する等強い規制をするのは、消費者利便をむしろ害するのではないか。「公平・中立」を標榜するのであれば保険仲立人になれという、一定の法的形態を無理にとらせようとする規制は、失敗に終わることが多いのではないか。  
まずは予防的に体制整備義務等を導入したうえで推移を見守るのが穏当。
  - ・ 「公平・中立」であると期待する顧客に対し、顧客に適した商品の推奨理由を説明できる体制の整備を求めることが重要。
  - ・ 手数料開示については、全ての場合ではなく、「顧客から求めがあった場合に」という要件を残すべき。
  - ・ 賠償責任については、故意でやった場合は保険金が出ないため、供託金を 1 千万円まで下げてしまうと不安が残る。比較販売をする乗合代理店は、どこか特定の保険会社のコントロールが及びにくく、代理店を監督する抑止効果が果たせないおそれがあるため、まずは代理店が払い、払いきれなかった部分の賠償資力をどう確保するか考えるべき。例えば保険会社が単純保証をすれば、検索の抗弁、催告の抗弁により先に代理店に請求がなされる。現在の制度を活用するとすれば、要件定義をしたうえで、定義を満たす代理店に対しては、保険会社が求償することを義務付けることで抑止効果も期待できる。
- 複数の保険会社の商品から特定の商品群を勧める場合には推奨理由を説明する、一部しか推奨しない場合には絞り込みの理由を併せて説明をすることで認識のギャップは埋められるのではないか。手数料開示は効果を見込めないため賛成しない。売る側の立場を表明、明示すべきだという意見に賛成。10社の商品は並べていても、並べているだけで、自由にスーパーマーケットみたいに勝手に選んでくださいというのであれば、それはもう推奨は一切しません、並べているだけです、どうぞご自由にということを表示すればいい。
- 手数料開示については効果がよくわからない。「公平・中立」を禁止するだけでは十分ではなく、比較選択やコンサルティングを行う

## 保険商品・サービス WG における各委員等のご意見

### ～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

のであれば、その期待に応えられる追加的な情報提供義務を課すことが考えられる。一方、複数の保険会社の商品を扱うが、比較選択やコンサルティングを行わないのであれば、その期待を打ち消す行動を明確にする、募集方針を明示させればよいのではないか。賠償責任については、代理店の形態によって保険会社のコントロールに強弱が出てくるため、適切な予防というか行為づけのできる責任のあり方について検討が必要。

- 「公平・中立」な立場というある意味の誤認が、契約の錯誤までいって何か大きな問題が生じているわけではなく、「公平・中立」を標榜することまで禁止する必要はない。顧客ニーズに対して複数商品の中から推奨する理由を説明すること、それを規制ではなく業界の自主的取組みに任せることが消費者のためになる。「公平・中立」の立場に関する解決のためには、賠償責任保険による手当てで参入障壁を低くし、保険仲立人制度を使いやすくすべき。産業育成的観点からも見直す必要がある。
- 推奨理由の説明だけをとっても3点ほど難しい点がある。①法律上の推奨理由の説明責任、義務となると、自分が思う主観での推奨理由説明を果たしていることと、検査等で推奨理由説明が合理的で公正であることを立証することは相当違うのではないか。②複数社の商品を並べて顧客が選ぶという形態のビジネスモデルも存在するが、並べているだけで推奨理由説明を求めるとするのは過剰ではないか。③規制が厳しい結果として、サービスを提供するコストが高くなると低額の商品を販売できなくなり、そのような購入形態を駆逐してしまう規制となる。
- 「公平・中立」及び類似する表示の禁止を現実のルールに落とし込むのは非常に難しい。一方、乗り合っている保険会社の商品の中から顧客にとって一番いいものを売りますよと言った場合には、それに応じたルールを適用するというのも、監督する立場とすれば、どういう立場で売っていたのか、まさに売っていた現場でなければわからない。実際のルールへの落とし込みを考えると、どういう立場で売なのか立場を表明させる必要がある。代理店だと賠償責任が出てくるため、どういう立場で売なのかかわからないと管理ができない。保険仲立人的な責任を負ってまで売ろうとしているのか、それとも、単に乗り合っている保険会社の商品の複数の中から、これを推奨しているだけで、顧客に対しては別にベストアドバイスをするつもりもないというだけの、そういう代理店なのかというのが、保険会社の側からわからないと、これは安心して委託できない。
- 「公平・中立」な立場にあるのは保険仲立人であるため、利用者保護の観点から複数保険会社の商品選択にあたり必要な行為規制が課せられている。乗合代理店に保険仲立人と同様の規制をかけるという意見もあるが、保険会社の代理人である乗合代理店と顧客の代理人である保険仲立人は全く立場を異にしており、同様の規制をかけるのは論理矛盾がある。保険課のアンケートにもあったように、現実に乗合代理店は乗合保険会社と均等に取引ししておらず、特定の保険会社数社に偏っている。

## 保険仲立人・乗合代理店に係る論点

～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

○ 前回までの議論においては、顧客が乗合代理店による保険募集の法的性質について誤解することを防止するため、

①乗合代理店は、法律上は保険会社側の代理人であるという自らの立場について説明させること

②所属保険会社と顧客の間で「公平・中立」であることを標榜するなど、保険会社の代理店としての立場を誤解させるような表示を行うことは禁止すべき

という2点については概ね異論はなかった。

また、複数の保険商品の比較販売を行い、特定の商品（群）を推奨する場合にはその推奨理由を絞り込みの理由も含めて説明することを求める等、乗合代理店の特性を踏まえて追加的なルールを設けることについても概ね合意が得られた。

しかし、どのような場合にどのような追加的なルールを設ければよいか、具体的内容については結論が得られていない。

また、『乗合保険会社間における「公平・中立」』を標榜することについても、顧客が「公平・中立」を『所属保険会社と顧客の間で「公平・中立」』であると誤解するおそれがあることから禁止すべきとの意見もあったが、乗合代理店による比較販売を巡る問題については、まずは、上記のような追加的なルールによって対処すべきという意見が多かった。

○ そのため、乗合代理店の特性に応じて設ける追加的なルールの内容については、さらなる検討が必要と考えられる。また、追加的なルールが整備され、乗合代理店が行う比較販売について顧客が期待する水準が確保されるのであれば、更に顧客の誤認防止のため「公平・中立」と称することを一律に禁止することまでは必要ないと考えてよいか。

○ 追加的なルールの具体的内容については、以下のような論点が考えられるのではないか。

➤ 乗合代理店が、特定の商品を推奨する場合（複数の商品を推奨する場合を含む）には、比較可能な商品の範囲を明示するとともに、当該推奨理由（注1）の説明を求めることとしてはどうか。

（注1）顧客から把握したニーズに合致する商品すべてを提示する場合は、「ニーズに合致している」以上の説明は不要。但し、さらに絞込みを行う場合には、当該絞込みの理由についても説明することを求める。

## 保険仲立人・乗合代理店に係る論点

～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

- 保険募集人一般に対する体制整備義務に基づき、例えば、比較販売を行う場合は、個別の商品説明を適切に行うことに加えて、適切に商品比較・推奨を行うための体制を整備するなど、乗合代理店の規模・特性に応じた体制整備を求めることとしてはどうか。

(参考) 仮に、上記ルール案を、乗合代理店の典型的なタイプに当てはめると以下のようにになると考えられる。

**タイプ1** 顧客のニーズ等を踏まえて、複数の保険会社の商品の比較・絞込みを行い、特定の商品を当該顧客に推奨するもの

・ 比較可能な商品範囲を明示するとともに、当該商品の推奨理由を説明。(顧客から把握したニーズに合致する商品すべてを提示する場合は、「ニーズに合致している」旨を説明。さらに絞込みを行ったうえで特定又は複数の商品を推奨する場合には、当該絞込みの理由について説明。)

※このタイプの乗合代理店は、保険募集人に対する体制整備義務に基づき、全取扱商品の中から、顧客のニーズを踏まえて適切な商品を選択・推奨するための体制を整備することが求められることにも留意が必要。

**タイプ2** あらかじめ取り扱っている保険商品を提示(注2)し、その中から顧客が自由に選択するもの

(注2) 提示方法は、店頭単にパンフレット等を置くようなイメージ。生命保険、損害保険、医療保険のように、顧客の求めに応じ、特定の分野のパンフレット等を提示する場合も含まれると考えられる。

・ 特になし(適用されず)。ただし、顧客からの依頼を受け、特定の商品の推奨を行う場合は、タイプ1と同様。

**タイプ3** 取扱保険商品のうち、通常はあらかじめ店頭等に掲示された特定の(保険会社の)商品(群)のみを提示し、顧客からの求めがあった場合についてのみ、他の(保険会社の)商品を提示するもの

## 保険仲立人・乗合代理店に係る論点

～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

- ・ 通常は、特定の（保険会社の）商品（群）のみを提示することになっている旨及び当該商品のみを提示する理由（注3）を説明。ただし、顧客からの依頼を受け、取扱商品の中から特定の商品の推奨を行う場合はタイプ1と同様。

（注3）理由自体は、保険料の水準や商品内容に限られるものではなく、特定の保険会社との資本関係や、その他の事務手続や経営方針上の理由であっても、認められると考えられる。

➤ 上記に加えて、以下の論点について、どう考えるか。

### （手数料開示について）

手数料の開示については、顧客に理解可能な形での開示が困難であり、結果として誤った情報を与えることになる、手数料の多寡は、顧客ニーズと保険商品が合致しているかどうかや顧客が支払う保険料には直接の関係はない、という意見もある。

乗合代理店による保険の比較販売については、募集人一般に対する行為規制や上記の追加的ルールによって、その適切性を確保することが期待できることから、まずは、これらの効果を見極めることとしつつ、必要に応じて、乗合代理店に支払われる手数料の多寡によって顧客に対する適切な商品推奨サービスが歪められていないかどうか、当局の検査・監督において検証していくこととしてはどうか。

### （保険会社による保険募集人に対する求償について）

求償権の行使については保険会社による保険募集人への管理・指導（規律付け）の一環として捉えることができるが、保険募集人への規律付けについては、現在、検討を行っている募集人一般に対する行為規制や上記の追加的ルールによって従来よりも強まると考えられることから、保険募集人への規律付け強化のために求償権行使を、行政上、積極的に促す必要があるかどうかについては、これらの規制の効果を見極めた上で、改めて検討することとしてはどうか。

### （その他）

上記の追加的ルールの導入に伴い、監督当局が乗合代理店の募集形態や販売実績等を把握するための手段として、乗合数の多い代理店等には業務に関する報告書の提出を義務付けることとしてはどうか。

## 保険仲立人・乗合代理店に係る論点

～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

### 論点：保険仲立人がより活発に利用されるようにするための方策について

(基本的な認識)

○ 平成 21 年 6 月に取りまとめられた「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」においては、平成 7 年に創設された保険仲立人制度について、当初想定されていた形での利用が進んでいないことなどから、制度の見直しが必要との意見があった。

また、平成 24 年 5 月に取りまとめられた報告書「我が国金融業の中長期的な在り方について（現状と展望）」においては、顧客が自己のニーズを明確に認識し、十分な情報と豊富な選択肢を基に購入判断できるよう環境整備が必要、保険分野については、保険仲立人の機能が適切に発揮される環境整備が必要、であるとされた。

これらを受け、当WGにおいて、保険仲立人がより活発に利用されるようにするための方策について、契約者保護の観点にも留意しつつ、議論を行っているところ。

(参考) 保険仲立人協会からの規制緩和要望項目

- 要望 1 保証金の最低金額引下げ(4千万円→1千万円)、賠償責任保険による代替可能範囲拡大(4千万円以上の部分→1千万円以上の部分)
- 要望 2 代理店との兼営の解禁
- 要望 3 保険仲立人が顧客の代理人であることの明確化
- 要望 4 委託契約書(指名状等)の法制化
- 要望 5 結約書の簡素化 保険仲立人が結約書を作成し、保険会社、契約者それぞれに交付(保険会社、契約者からの署名の省略)
- 要望 6 媒介手数料の契約者からの受領の解禁
- 要望 7 長期(5年以上)の保険契約の媒介に係る認可制の廃止

| これまでの主なご意見   | 議論の整理   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 仲立人の規制緩和については、契約者保護の観点から問題のないものは撤廃していくべき。</li> <li>○ 保険仲立人のメリットが明確にないと保険仲立人がより活発に利用されるようになるのは難しいのではないかと。特に、生命保険分野では、保険仲立人によるビジネスモデルを確立するのは難しい印象を受ける。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 保険仲立人が顧客の委託を受けて業務を行う者であることを明確化するとともに、新規参入の活性化を通じて、顧客が「公平・中立」な立場からの媒介サービスを受けやすくする観点から、提案のあった項目のうち、契約者保護の観点から問題がないものについて規制を緩和することが妥当ではないか。</li> <li>○ 具体的には以下の項目が考えられる。             <ul style="list-style-type: none"> <li>①保証金の最低金額を4千万円から1千万円に引き下げる。                 <ul style="list-style-type: none"> <li>それとともに、賠償責任保険で代替することができる範囲について、現行の4千万円以上の部分から、1千万円以上の部分に範囲を拡大</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> |

## 保険仲立人・乗合代理店に係る論点

～利用者が多様な保険の中から安心して選択できる保険募集のあり方について～

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>○ 4千万円の供託金が義務づけられることが、保険仲立人になることへの大きな抵抗感の原因となっている。</li><li>○ 海外では、保険手配に関して、顧客から一定のフィーをもらうことが一般的になっている。</li></ul> | <p>(注) この場合、賠償責任保険で代替可能とする金額を1千万円以上に引き下げることについて保険契約者保護上問題はないか(仲立人の故意等による損害は担保されないため)。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>②委託契約書の法制化による保険仲立人の立場の明確化</li><li>③結約書の簡素化<br/>(注) 商法上(546条)可能かどうか検討を要する。</li><li>④長期(5年以上)の保険契約の媒介に係る認可制の廃止</li></ul> <p>○ 媒介手数料の契約者からの受領の解禁については、契約者保護や募集実務の観点から問題はないかどうかも含め引き続き検討が必要。</p> <p>(注) 現在も保険契約の媒介に関する手数料等の受領はできないが、保険契約の媒介とは別に顧客のために行ったサービスに対する報酬については、顧客が支払いを事前に承諾している場合は受領できるとされている。(監督指針V-4-4)</p> <p>○ なお、保険仲立人と保険募集人の役員の兼任については、契約者の誤認防止の観点から認めることはできない。</p> |
|--|--|

## 募集・販売時規制の適用範囲について

### 論点 1：募集規制の及ぶ範囲について

(基本的な認識)

- 見込み客の発掘から契約成立に至るまでの広い意味での保険募集プロセス（広義の保険募集プロセス）のうち、必ずしも保険募集の定義に該当することが明らかでない行為について、保険募集人以外の者が行うケースが増加している。
- 保険契約の締結に至るまでには必ず募集人資格を有する者による商品説明等が行われることから、こうしたケース全てについて問題が生じるわけではない。
- 一方、保険募集人以外の者によって、特定の保険商品について誤った説明が行われた場合など、続いて行われる保険募集人による募集行為における瑕疵の治癒が難しい事態が発生するおそれも存在している。
- 現在の募集行為規制は、広義の保険募集プロセスが複数の主体によって分担されることによって生じる、このような課題に対応できるものとなっていないのではないか。（第8回WG事務局資料 一部再掲）

| これまでの主なご意見   | 議論の整理  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ニーズ喚起のプロセスで顧客側にバイアスや誤認が生じてしまうと、後々の商品選択にたいへん大きな影響が出る。</li> <li>○ 保険商品の内容の説明には一定の能力が必要なので登録している募集人が行う必要がある。また、例えば雑誌で保険商品の内容の説明をしても、何ら保険会社に誘導しなければ、保険募集ではないと思う。</li> <li>○ 保険募集の網を広げても、境目やグレーゾーンで潜脱行為が出てくるので、保険募集の前段階での保険商品の情報提供や説明等の行為に対して募集規制よりも緩やかな規制を導入してはどうか。</li> <li>○ 募集範囲の問題は、道筋をつけるとか誘導するとかというレベルでは非常に問題だと思うが、商品の説明をするとか、契約締結の行為を行うという募集の本筋の話</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 従来、保険募集の定義に該当するかが必ずしも明らかでなかった行為について、例えば、誤った商品説明が行われる場合など、不適切な方法によって行われた場合には、保険募集人が事後的に適切な商品説明等の募集行為を行ったとしても、当該瑕疵の治癒が困難となるおそれがある。</li> <li>○ このため、保険募集人による顧客アプローチの前段階において行われる行為についても、保険契約者等の保護の観点から、一定のルールに基づいて行われる必要があるものが存在する。</li> <li>○ 現行の監督指針においては、保険契約の締結の勧誘や勧誘を目的とした商品説明は、保険募集に該当すると例示されている。一方で、いわゆる比較サイトや紹介行為等の中には保険商品の説明を行っているものもあるが、必ずしも保険契約の締結の勧誘や勧誘を目的としたものかどうか不明確な場合もある。</li> <li>○ そこで問題となるのは、一連の広義の保険募集プロセスの一環として</li> </ul> |

と、多少レベル感が違う。ただし、道筋をつける最初に間違ってしまうと不適切な商品を選択することになるので、目に余る誘導行為については何らかの手を打つのがよい。

- 例えば、成功報酬型広告先で説明されているからといって、代理店が説明を行わずに契約をしたら、それは代理店の落ち度。代理店や保険会社できちんと説明しているかどうかの問題ではないか。
- 募集行為として位置付けられるメルクマールとして、事務局が提示した①・②については概ね賛同が得られたのではないか。また、不適切な紹介行為等の排除については、保険募集人に対しても体制整備義務及びこれに基づく委託先管理責任を導入することにより対応すべきではないかという意見が多数であったと考える。

行われる行為のうち、保険募集人が募集行為を行う際に顧客が正しく商品理解をすること等の妨げになるおそれがある行為など、当該行為に問題があった場合に保険募集人による募集行為を通じた当該瑕疵の治癒が困難と考えられるものである。

- 以上を踏まえると、次の①及び②をメルクマールとして、個別具体的な事例が「募集行為」に該当するか否かについて、総合的に判断していくことが考えられる。
  - ① 報酬の受領などにより過度・不適切な勧誘・推奨がなされる可能性が高まるという観点から、保険会社又は保険募集人等からの（保険契約の成約に連動して支払われる等の）報酬を受け取るなど、保険募集人が行う募集行為と一体性・連続性を推測させる事情があり、かつ
  - ② 保険募集人による保険商品等の説明の理解を困難にするおそれがあるという点を踏まえ、一定の資質を要する者が行う必要がある行為に限定する観点から、具体的な保険商品の推奨・説明を行うもの
- 上記に加え、広義の保険募集プロセスのうち、募集行為に該当しない紹介行為や比較サイト等の商品情報提供サービス等（以下「募集関連行為」という。）についても、保険募集プロセスが全体として適切に行われるよう、保険募集人等に対しても委託先管理責任等の体制整備義務を導入することにより、不適切な紹介行為等を排除することが考えられる。

（参考）現行の募集行為の範囲について

- 保険募集は、法令上、「保険契約の締結の代理又は媒介を行うこと」とされている。
- 保険募集に該当する行為を行う者は、保険募集人の登録等のほか、保険募集に関する禁止行為、行政による立入検査、業務改善命令等の規制に服することになる。一方で、保険募集に該当しない行為に対しては、こうした規制は適用されない。
- 法令上、募集の範囲について具体的な規定は設けられていないが、監督指針において、少なくとも以下のいずれかの業務を行う者については、登録等が必要であるとされている。
  - ・ 保険契約の締結の勧誘

- ・ 保険契約の締結の勧誘を目的とした保険商品の内容説明
  - ・ 保険契約の申込みの受領
  - ・ その他の保険契約の締結の代理又は媒介
- 登録の要否については、一連の行為の中で当該行為の位置付けを踏まえた上で総合的に判断する必要があるが、例えば、次に掲げる行為のみを行う者は、基本的に上記登録等は不要であるとされている。
- ・ 保険募集人の指示を受けて行う、商品案内チラシの単なる配布
  - ・ コールセンターのオペレーターが行う、事務的な連絡の受付や事務手続等についての説明
  - ・ 金融商品説明会における、一般的な保険商品の仕組み、活用法等についての説明

## 募集規制の及ぶ範囲について

～さらにご議論いただきたい論点～

### 【さらにご議論いただきたい論点に係る主なご意見】

- 職業や年収などを考えて、この人だったら高い保険料の保険に入ってくれるだろうと思えるところをスクリーニングして、その情報だけを売る、保険契約の中身は何も説明・推奨していないというのであれば、その人は多分そこで誤解はしていないということである以上、保険募集規制をかけるという形にはならないだろう。その場合でも、こっそり推奨・説明しているかもしれないので、委託先管理責任を保険募集人に対しても課して、行政当局の報告徴求権や立入検査権でそれを担保することが考えられる。
- 個別の募集の報酬はともかく、全体としてどういう報酬システムをとっているのか。保険会社側がどうやっているのか、募集代理店、乗合代理店、比較サイトで募集に当たるものがどういう報酬の取り方をしているか、それぞれのやり方を開示してもらう必要があるのではないか。また、不適切な紹介行為が行われているとすれば、保険募集人に対して実質的に監督当局の監督の中でチェックしていただくだけでよいのか。非常に大きい紹介料の流れがあったりすると、紹介行為についても何らかの透明性を確保する措置が必要になるのではないか。
- 不適切な紹介行為に何が含まれるかについては、まだいろいろ考えていく必要がある。

## 募集規制の及ぶ範囲について

～さらにご議論いただきたい論点～

### 【募集人による委託先管理等において求められる事項について】

- 募集関連行為を保険会社・募集人が第三者に行わせる場合には、当該第三者（以下「募集関連行為従事者」という。）に対して募集規制は適用されないが、募集関連行為従事者が不適切な行為を行った場合や募集規制の潜脱となるような行為を行った場合には、顧客に不利益が及ぶこととなる。そのため、募集関連行為を第三者に行わせる場合には、保険会社や募集人に対してどのような体制整備を求めるかを明確化する必要があるのではないか。
- 具体的な体制整備の内容としては、例えば、次のようなものが考えられるが、どうか。
  - ・ 募集関連行為従事者が運営する比較サイト等の商品情報提供サービスにおいて、誤った商品説明や特定商品の不適切な評価など、保険募集人が募集行為を行う際に顧客が正しく商品理解をすること等の妨げになるおそれがある行為等を行っていないか確認すること。
    - （注）仮に正確な商品説明であっても、保険会社等から（成果に連動して）報酬を得て行う行為は、メルクマール①・②を満たし保険募集に該当すると考えられる。募集関連行為従事者がこのような行為を行うことは無登録募集に該当し、保険業法違反となる。
  - ・ 募集関連行為従事者が行う紹介行為において、
    - （i）業として特定の保険会社の商品（群）のみを見込み客に対して積極的に紹介して、保険会社等から報酬を得ていないか確認すること。
      - （注）この場合の紹介行為は、保険商品の推奨に当たることから、原則メルクマール①・②を満たしていると考えられる。
    - （ii）業として複数の保険会社の商品（群）や乗合代理店を紹介する場合であって、高額な紹介料やインセンティブ報酬を伴うものについては、一般的に、具体的な保険商品の推奨・説明につながる蓋然性が高まるということを踏まえ、手数料の設定や委託先の業務実態の把握等について、より慎重な対応を行っているか。

## 募集規制の及ぶ範囲について

---

～さらにご議論いただきたい論点～

- ・ 募集関連行為従事者において、個人情報の第三者への提供に係る顧客同意の取得などの手続が個人情報保護法等に基づき適切に行われているか確認すること。
- ・ 上記のほか、募集関連行為従事者において、具体的な保険商品の推奨・説明や特別利益の提供など募集規制の潜脱につながる行為が行われぬか確認すること。

## 募集・販売時規制の適用範囲について

### 論点 2 : その他の業務のアウトソーシングに係る規制について

(基本的な認識)

- 法令上は、委託業務が保険募集に該当しない限り、第三者への業務委託（アウトソーシング）を行うことについて制限は設けられていない。
- 一方、保険募集人に対しては、業務委託先管理責任が設けられておらず、業務委託先において問題が発生した場合の保険募集人の保険業法上の責任はあいまいなものとなっている。
- また、行政による委託先への報告徴求や立ち入り検査権限も規定されていないことから、業務委託先において問題が発生した場合の実態把握にも限界が存在。
- 平成12年の規制緩和要望を受けて損害保険募集人の使用人に係る要件から「代理店との雇用関係」が削除されたのち、生命保険募集人・損害保険募集人を問わず、代理店と雇用関係がない者のうち、当初想定されていた派遣社員以外の者が募集人の使用人として位置づけられるケースが見られるようになっている（いわゆる委託型募集人）。（第8回WG事務局資料 一部再掲）

#### これまでの主なご意見

- アウトソーシング先の業務運営が適切になされているかをチェックする態勢整備を保険募集人に求めることや、当局によるアウトソーシング先への検査・監督の枠組みを設けることに異存はない。
- 雇用関係と同視できるほどの指揮命令関係があるかどうかというメルクマールは、雇用かどうかの法形式ではなく、保険代理店による指揮監督が、一般の従業員に対するものと同じくらいの管理指導ができていくかという意味であって、派遣はだめだとか、ほかの働き方はだめだという趣旨ではないとの理解の下、適当であると考えられる。
- 委託型募集人の問題は、派遣社員、つまり保険代理店と直接的な雇用関係がない者についても、実質的に保険

#### 議論の整理

- 保険募集人による業務委託についても、委託先において不適切な業務運営が行われることによって顧客の不利益が生じることがあることを踏まえ、保険募集人についても、アウトソーシング先の業務運営が適切になされているかをチェックする態勢整備を求めることが考えられる。  
 (注) 所属保険会社等についても、保険募集人が保険募集に影響を及ぼしうる業務についてアウトソーシングを行っている場合には、当該保険募集人が適切な委託先管理態勢を構築しているかについて、保険募集人に対する指導・管理の一環として把握・指導することが求められることを併せて明確化することが考えられる。
- 併せて、問題発生時における当局による実態把握等を可能にするため、保険募集人の業務委託先に対しても、保険会社と同様に報告徴求及び立入検査権限を導入することが考えられる。

募集人とすることを認めたことから、どんどん広がってしまったもの。一旦広がったものを突然監督のやり方を変えることも現実的ではないので、このWGで議論をした上で、監督の仕方を変えていくことだと考える。

○ 雇用関係や派遣社員と派遣先との関係と異なり、委託契約の場合には必ずしも契約当事者間に日常的な一定の指揮・監督関係が存在するわけではないことを踏まえ、ある者を保険募集人の使用人として位置づけるためには、通常の使用人と同水準の教育・指導・管理等を受けることが法令等により担保される必要があると考えられる。