

保険代理店に

実効性のある募集体制整備を求める

顧客目線という本質を理解すれば新規制は大きな負担にならない

来年の5月29日から施行される改正保険業法においては、新たに「保険募集の基本的ルールの遵守」とそのための「体制整備」を保険募集人に求めている。その背景には、近年における保険募集の実態変化がある。これにより、消費者が自らのニーズに合った適切な保険に加入することができる環境が整うと考えている。今般の法改正は保険代理店を含む保険募集人に一定の規制をかけるものだが、保険会社にも引き続き保険募集人への管理・指導責任が課せられる。保険会社と保険代理店は互いに連携して対応してほしい。

金融庁監督局

保険課長 井上 俊剛

保険商品の 複雑化に対応して 募集ルールを整備

— 改正保険業法の施行
(2016年5月29日) まで残り約8カ月となった

改正保険業法における募集に

関する規制は、大きく二つの柱から成っている。一つ目の柱は「保険募集の基本的ルールの創設」、二つ目の柱は「保険募集人に対する体制整備義務」の導入である。

「保険募集の基本的ルールの創設」とは、虚偽説明等の「不適切行為の禁止」に限定されていた従来の保険募集規制から転換

し、顧客の保険ニーズの把握から保険契約の締結に至る募集の各段階において、一人ひとりの保険募集人に対して適切な情報を提供する義務と、それに基づく顧客の意向を把握する義務を法令で求め、保険募集人にきめ細かな対応を求めるものである（「情報提供義務」「意向把握・確認義務」）。

現行の保険業法下においても、重要事項の不説明の禁止行為を回避するための行為規制として、監督指針において「契約概要」および「注意喚起情報」を交付することとされていた。また、保険会社の体制整備の一環として、顧客自身が契約締結前の段階で、推奨された保険商品と自らのニーズがマッチしているか

を最終的に確認する機会（意向確認）が設けられていた。しかし、この意向確認の手続については、導入時に期待されていた効果が十分に発揮されていないという指摘もあった。

一方、「保険募集人に対する体制整備義務」は、従来から保険会社が保険募集人に対する管理・指導責任を負っているところ、独立系の保険代理店が増加し、その規模が拡大している現状をふまえ、保険募集ルールの実効性を確保すべく、保険募集人自身に対してもその規模や業務特性に応じて体制整備を求めたことにしたものである。

ただし、保険会社向けの総合的な監督指針Ⅱ-4-2-19において「保険会社の役員又は使用人及び保険代理店の役員又は使用人については、当該保険会社や保険代理店が募集の適切性を確保する観点から適切な研修・指導などの体制整備をしている場合には、当該指導に従い研修に参加することで基本的に足りる」と規定していることから、実質的には保険募集人が所属する組織体（保険代理店等）に体

制整備を求めることになる。

これらのルールを設けた背景には、保険商品の複雑化と多様化がある。保険商品は本来的に複雑性を有しており、保険会社・保険募集人と顧客の間にはどうしても情報の非対称性が生まれてしまう。顧客が商品内容の正しい理解を前提に自身のニーズにあつた保険商品を選択するためには、保険会社・保険募集人に過不足のない情報提供や顧客目線に立ったわかりやすい説明等が求められる。ルールの整備によって顧客が適切な保険に加入できる環境が整備され、保険業界全体の信頼性が確保されることを期待している。

保険代理店の規模・特性に応じた体制整備を

——保険代理店はどのような点に留意して体制整備に取り組みはよいか。また、保険会社はどのようにかわっていくべきか
 保険代理店を含む保険募集人に体制整備義務を課した背景に

は、近年、保険会社と保険募集人の関係が多様化していることがある。かつては保険募集人（保険代理店）1人（社）に対して保険会社は1社が多かった。現在は乗合代理店の大型化が進み、保険募集人の独自の判断で複数の保険会社の商品を比較し、そのどれかを推奨・販売する、保険募集に関連する業務の一部をアウトソーシングするなど、特定の保険会社が保険募集行為の全容を把握して管理・指導するという、従来の法律で想定していた状況とは異なる状況が発生している。

このような状況をふまえれば、保険募集人自身に対しても保険募集ルールの遵守、保険募集ルールを遵守するための体制整備を義務付け、さらに主体的に複数の保険会社の比較推奨販売を行う場合には追加的な義務を課すことで、保険募集の適切性を確保することが必要である。加えて、自らが行う保険募集に関して外部委託を行う場合には、外部委託先に対する管理義務も定めた。

これらの義務は、保険募集行

為の規模・特性に応じて履行されなければならない。たとえば、乗合代理店が特定の商品を提案する場合、商品比較の際に誤解防止のための工夫をし、提案理由をきちんと説明するなど顧客目線に立った措置を講じる必要がある。一方で、小規模な保険代理店においては顧客情報の管理や内部監査について、独力で大規模保険代理店と同様の社内規則を策定することがむずかしい場合もある。このような場合には、所属保険会社や業界団体が提供するマニュアルやガイドラインを、自らの社内規則と位置付けて使用することで対応することも考えられる。

体制整備義務を履行するにあたって社内規則は非常に重要なものだが、形式的に定めればよいというものではなく、実効性がなければならぬ。今後、規模・業務特性に応じて保険募集の体制を構築するにあたっては、そのあり方が合理的であつて、実効性があることに特段の留意をする必要がある。顧客の信頼を得られるよう、募集の質の向上に努めてほしい。また、法施

行後も保険募集の実態にあわせて随時工夫し、規程類を適合させていく必要がある。

一方、適切な保険募集を実現するためには、保険代理店が自ら策定・整備したマニュアルや体制整備の実施状況について、保険会社が業務監査等を通じて適切に確認する必要がある。また、保険会社は保険代理店の保険募集の実態を適宜把握し、適切な保険募集管理体制を構築でききるよう積極的に支援する必要がある。

複数の 保険会社の商品を 扱う場合の対応

——一部の乗合代理店では所属保険会社から法令対応に向けて多くの資料が届いており、どの保険会社に従って対応すべきかわからないという声を聞く

専属代理店であろうが、乗合代理店であろうが、顧客目線に立った商品を提供しなければならぬという改正保険業法の基本理念は共通である。この点を

しっかりと意識しているのであれば、保険募集の基本ルールを遵守することも、体制整備義務を履行することも大きな困難にはならないはずである。

保険会社によって細かいマニュアルやフォーマットが違うという話はあるかもしれないが、「顧客にどう向き合うか」という基本的な考え方は同じはずである。その本質さえ押さえれば、対応できるはずだ。保険会社からの支援がないというのならともかく、多くの支援を受けすぎている身動きがとれないというのは、所属保険会社が多すぎるというだけのことだ。

乗合代理店は「保険会社からの支援を待つ」という姿勢ではない。改正法はあくまでも保険募集人自身に体制整備を求めているのであり、保険会社からのマニュアル等をそのまま引用しても、それを運用できなければ対応していることにはならない。監督当局としては、その点についてしっかりと確認をしていきたいと考えている。形式的な体制整備ができていくかではなく、「顧客目線という本質

がわかっていくか」がわれわれの基本的な視点である。

保険募集行為の一部を 委託する場合の対応

——監督指針では保険募集業務の委託先の適切な管理を求めて、新たに「募集関連行為」が規定された

保険代理店の大型化に伴って、保険募集人が業務の一部をアウトソーシングする事例が増加している。これまでは保険募集人の業務委託先の管理責任について規定が設けられておらず、委託先でトラブルが生じた場合に責任の所在が曖昧だった。

保険募集人が今般、監督指針で規定した募集関連行為について第三者に委託する場合、当然に委託先管理を行う責任がある。業務委託先の行為が募集関連行為の範囲を超えて、保険募集行為にならないよう適切に管理をしなくてはならない。また、たとえば、業務委託先が保険業法で禁じられている「特別の利益の提供」をしていないか、比較

サイト等の商品情報の提供を主たる目的としたサービスにおいて、誤った商品説明をしていないか、特定商品の不適切な評価をしていないか等に留意しなくてはならない。

具体的な管理の方法については、委託している業務の特性や規模に応じた管理体制を求めているところであって、個別のケースにおいて異なる。しかし、委託を行う側は、委託先が適正な業務遂行を行えるか否かを慎重に見極める必要がある。また、適正な業務遂行を確保するために、委託先との間で関係諸法令をふまえた適切な体制整備を行う旨の契約を結ぶことも考えられる。いずれにせよ、委託先に対しては、業務の実態を把握できるように継続的なモニタリングを行う必要がある。

「帳簿書類の備付け」と 「事業報告書の提出」

——「規模が大きな特定保険募集人」に対しては、「帳簿書類の備付け」と「事業報告書の提

出」が求められている

乗合代理店のなかでも規模の大きな「特定保険募集人」（事業年度末における所属保険会社の数が15社以上、または、2社以上の所属保険会社等から受け取った手数料、報酬その他の対価の総額が10億円以上）については、所属保険会社からの独立性が高く、従来保険会社を通じて募集形態の実態把握が困難であると考えられたことから、監督の実効性を確保するために帳簿書類を備え付ける義務、事業報告書を作成・提出する義務を課したところである。

大規模乗合代理店は多くの保険会社と取引関係があるため、相対的に個別の保険会社への依存度が下がり、独立性が増している。そうすると、キャンペーンなど乗合代理店独自の経営戦略によって保険商品を販売することになると思うが、そうした場合には所属保険会社を通じて監督していく従来のやり方では、十分な募集実態の把握ができない。監督当局としては、このような保険会社の管理・指導が及びにくい部分について適時適切

な監督を行っていきたいと考えている。

——帳簿書類は法令上、「事務所ごと」に備え付けなければならない。保険窓販を行っている金融機関においては事務所Ⅱ営業店ということになり、営業店レベルで必要なデータを収集するの大きな負担が生じるといふ声があがっている

「事業報告書の提出」については経過措置を設けていることから、3月決算の乗合代理店の場合、法令上は18年3月期の事業報告書を事業年度経過後3カ月以内（18年6月末まで）に提出すればいい。

一方、「帳簿書類の備付け」に関しては経過措置がないので、17年4月から各事業所に販売した保険契約の概要や代理店手数料等を記載した帳簿を備え付けなければならぬ。電磁的なデータをオンラインで照会できるかたちでもいい。各事業所には一定の負担をかけることになるが、適切な対応をしてもらう必要がある。当局としては、業界団体等を通じて保険会社に対し、乗合代理店が行うべき作業が効

率的に実施できるように配慮することを要請している。各保険会社においては、個々の保険契約に関するデータ整理をはじめとして帳簿書類と事業報告書の作成支援に取り組んでもらいたい。

顧客ニーズに適合した保険販売を

——今後、保険業界にはどのような変化を望むか

保険は、一人ひとりの人生の大きな節目に寄り添うことのできる社会的意義の高い金融商品だと思っている。しかし、一般的には複雑でわかりにくい金融商品であるとも思っている。とくに今日においては顧客のニーズも多様化し、それに応じて保険商品の種類も非常に多くなっている。こうした状況では、一つの商品をわかりやすく説明するだけでも大変だ。自分自身、乗合代理店を訪問してみても、一つの商品だけではなく、複数の商品をわかりやすく比較しながら顧客のニーズに合致した保険

商品を提供しようと日夜努力している保険募集人がいることも、承知している。

今回の法改正をきっかけにして、顧客の視点に立って保険商品を提案できる保険募集人が増えてほしいというのが率直な思いだ。意向把握・意向確認や情報提供はなんのためにするのか、体制整備はどうして必要なのか、保険業界全体で真剣に考えてほしい。法令等で求める各種義務の履行等は必要であるが、ルールを守ること自体を目的にするのではなく、顧客のためにどれだけ役に立っているのか、そのために何をすればいいのかという視点をもたなければならぬ。代理店手数料がいちばん高いものを売るのではない。そういうことを考えるきっかけになればと思っている。

（聞き手・本誌 吉田裕亮）

いのうえ としたけ
91年東京大学法学部卒、大蔵省入省。13年総務企画局企画課調査室長、14年監督局証券課長、15年監督局保険課長（現職）。