

# 説明資料

平成24年9月27日（木）

金融庁総務企画局

企画課保険企画室

## 保険仲立人・乗合代理店に係る規制について

---

- 保険仲立人は、所属保険会社のために保険募集を行う保険募集人（代理店含む）とは異なり、保険会社から独立した存在として、顧客の立場に立って保険募集を行っている。そのため、募集行為に係る規制に加えて保証金供託義務等の以下の規制が課せられている。
- これに対し、乗合代理店（複数の保険会社の商品を扱う代理店）は同様に複数保険会社の商品の比較募集を行う場合でも、あくまでも保険会社側の代理店として位置付けられ、これらの規制は適用されず、両者の間に規制の差が存在（参考1参照）。
- 保険仲立人、保険募集人（代理店含む）のいずれも金融庁（財務局）が監督権限を有しているほか、所属保険会社に対する業務運営に関する措置として、保険募集人（代理店含む）への指導等を義務付けている。

（注）保険会社に対する業務運営に関する措置（100条の2）としての保険募集人（代理店含む）への指導（規則53条1項9号）等が義務付け。

### 【保険仲立人に係る規制】

- ① 顧客の立場に立って保険募集を行うための措置
    - ・ 誠実義務
    - ・ 顧客から求められた場合の手数料の開示義務
  - ② 賠償資力の確保のための措置
    - ・ 保証金の供託義務（4千万円～8億円）但し仲立人賠償責任保険を締結している場合は一部免除
  - ③ 監督を的確に行うための措置
    - ・ 帳簿類備付け義務
    - ・ 事業報告書の提出義務
  - ④ その他
    - ・ 結約書（※）交付義務
- （※）商法546条の仲立営業に関する規定に基づく書面（成立した契約内容等を記載）

## I 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（平成21年6月19日）抜粋

### ○ 募集主体

平成7年に、諸外国に倣ってブローカー制度として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、乗合代理店について、複数会社の保険商品を取り扱う保険会社から独立性の高い代理店も出現してきているが、こうした現状を踏まえ、保険仲立人制度との関係も含め見直しを行うべきとの意見があった。

今後、これらの募集主体を巡る意見についても、制度全体のあり方を検討していく中で、消費者保護・利便向上の観点から検討を進めていく必要があると考えられる。

### ○ 募集コスト開示

消費者が多様な保険商品の中から商品の選択を検討するに当たって、付加保険料の水準や代理店が保険会社から受け取る手数料の水準は有用な情報であるので、これらの情報の開示を検討すべきとの意見があった。なお、代理店が受け取る手数料については、「検討チーム」の検討において、代理店にベストアドバイス義務を課すべきか等、仲介業者のあり方とも関わる問題であるため、その中で併せて検討することが望ましいとの議論になった経緯がある。

今後、これらの意見について、消費者に対してどういった情報を提供していくことが有効か、また保険会社のディスクロージャーのあり方をどう考えるか等の観点から、乗合代理店制度や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考えられる。

## II 「我が国の金融業の中長期的な在り方に関するワーキング・グループ」報告書抜粋

### 3. 個人向け金融サービスについて

#### (1) 現状と認識

- ③ …資金仲介者において、個人投資者の属性や世代の特性を踏まえた、きめの細かい商品開発や販売に向けた努力が十分になされていないとの指摘もある。例えば、株式や債券の販売手数料が、自由化による競争の激化やネット販売の普及等を受けて、極めて薄利となる中、保険や投資信託の販売は、販売会社（銀行等を含む。）にとって収益機会が大きいため、ともすれば販売会社側の事情により取り扱う商品が限定され、顧客側に適切な選択肢が与えられない懸念などが指摘されている。

#### (4) 課題への対応

- ④ 金融業が商品開発・販売態勢を強化していくためには、その前提として、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ができるような環境を整備する必要がある。

こうした観点からは、健全性や信頼性を確保しながら、独立系の投資運用業者を育成していくことや、保険仲立人の機能が適切に発揮される環境の整備が必要である。…

また、金融サービスの製販分離の在り方を見直していくことも重要である。金融業においては、これまで、投資信託や保険に関して製販分離が進展しており、また最近では、信託銀行が、グループ会社の販路を利用して、信託商品を販売する例も一部に見られるようになってきている。こうした動きは、経営の効率化等に資する面がある。他方、一般に、財やサービスの開発・販売について、産業構造が固定化すると、高い営業力を有する販売会社の意向が財やサービス開発過程に反映されやすくなる。この結果、顧客満足を長期的に維持することよりも、当該販売会社の手数料収益を短期的に拡大していくことが優先される傾向が生じ得る。運用・開発者と販売者の連携の在り方について、顧客にとって真に必要な商品・サービスが適切に供給されているかという観点から検討していくことが重要である。特に、投資信託会社と販売会社（証券会社や銀行等）の間や、保険会社と保険代理店の間における連携については不断のチェックが必要であろう。

### Ⅲ 保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ第2回 議事概要（平成24年6月27日）

#### (1) 各委員等のプレゼンテーションの概要

- 水口委員（日本格付研究所チーフアナリスト兼格付企画部長）

・ 保険ショップ等の新しい販売経路に対応するような保険募集の規制を検討する必要。

- 丹野委員（全国消費生活相談員協会理事長）

・ 現行制度では、保険会社が募集人教育の責任を負い、銀行の募集人への指導・教育を実施することになっているが、多数商品の中からの選択を含め、現実に保険会社が巨大代理店をコントロールできていないと認識できる。

こうした募集時のトラブルをなくすため、一定規模以上の乗合代理店について以下の対応が必要

- ① 体制を確保させる : 商品管理能力、商品の比較選別能力、多種の商品の説明能力等の確保を制度として仕組む必要
- ② 販売責任を負わせる : 巨大代理店に販売上の責任を負わせ、金銭負担させることが適切・慎重な販売につながる。保険業法 283 条との関係を検討する。

③ 商品選択の公正性の担保：顧客に販売する商品選択の公正性、顧客に適合した保険販売の担保が必要。手数料開示も検討課題。

○ 木下参考人（同志社大学大学院司法研究科教授）

- ・ 保険募集に関する実態を踏まえた規制の見直し（強化）が必要（顧客ニーズの公正な分析に基づく助言義務を乗合代理店に導入することや、募集人でない者が見込み客を紹介する行為の規制 等）

(2) プレゼンテーションに対する各委員からの意見等

- ・ 乗合代理店については、自らは中立的な立場と明示していながら、募集手数料の高い商品を選んで売っている疑いは相当程度の人が持っているが、それを検証する手段がない。また、法的に顧客に最善の商品をアドバイスする義務もないことから代理店が手数料の高い商品を選択するということはあり得る。
- ・ 独立した助言を求める消費者ニーズが高まっているが、乗合代理店の場合、保険会社側の立場であり、利益相反的な問題についてどう対処していくかの問題。保険仲立人に対する規制をどこまで乗合代理店に適用すべきかどうかに集約される。
- ・ 銀行窓販に係るトラブルは依然高水準であり、保険会社が巨大乗合代理店を指導教育等、コントロールできなくなっているのではないか。そのため一定規模以上の乗合代理店について対応が必要。
- ・ 保険仲立人には厳しい規制がかかっているが、それとかなり近いことができる乗合代理店には緩い規制しかなく、その差異は埋める必要がある。この場合、単に乗合代理店を保険仲立人の規制に近づけることになると商品比較情報を積極的に発信し、使えるようにするという政策目標にブレーキがかかるため、保険仲立人の規制を少し緩和できるものはないかという発想を置いてほしい。乗合募集は複数商品の比較の中から助言をするというビジネスモデルであり、それに対する規制に漏れがないよう制度設計して頂きたい。

## 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～

### ○ 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

- 法令上、顧客の立場に立って最適な保険商品を提供することとされている保険仲立人について、利用者利便の向上の観点からより活発に利用されるようにするためにはどうすべきか。なお、その際、契約者保護の観点から留意すべき点はないか。

### ○ 募集にあたって複数商品の比較を行う場合の行為規制のあり方について

- 法令上、保険会社の代理人である乗合代理店が顧客に対し、「公平・中立な立場」で活動している旨を説明していることについてどう考えるか。
- 乗合代理店に対する規制はどうあるべきか。複数の保険会社の代理店であることに鑑み、代理店一般に課せられている規制とは別に独自に規制すべき点はあるか。また、保険仲立人との規制の差異をどう考えるか。
- その他、複数の商品を比較して顧客に勧める場合に特に留意すべきことはあるか。

### ○ 乗合代理店に対する監督の実効性を確保するための方策について

- 乗合代理店に対する監督について、複数の所属保険会社間における代理店への指導等のあり方についてどう考えるか。

【参考 1 保険仲立人・乗合代理店に係る規制比較表】

区 分	保 険 仲 立 人	乗 合 代 理 店	
		生 保	損 保
参 入 要 件	<p>登録制(286条)</p> <p>※登録拒否要件として、保険募集業務を的確に遂行するに足りる能力を有しない者</p> <p>※保険募集人との兼営は不可</p>	<p>登録制(276条)</p> <p>※登録拒否要件として、保険募集に係る能力に関する規定なし</p> <p>※保険仲立人との兼営は不可</p>	同左
顧客に対する事前説明	<p>保険募集を行おうとするときは保険仲立人の名称、権限・損害賠償に関する事項等を記載した書面を顧客に交付しなければならない。(296条)</p>	<p>保険募集を行おうとするときは所属保険会社の名称、自己が保険会社の代理人として契約を締結するか又は契約の媒介をするか等について顧客に明らかにしなければならない。(294条)</p> <p>※書面交付条件なし</p>	同左
手数料開示義務	<p>顧客から求められたときは、保険募集に関して受取る手数料・報酬等を明らかにしなければならない。(297条)</p> <p>※手数料は顧客に請求できない。 (監督指針V-4-4)</p>	規制なし	同左
誠実義務	<p>顧客のため誠実に保険契約の締結の媒介を行わなければならない。(299条)</p> <p>※具体的には監督指針V-5-3に記載(参考2参照)。</p>	規制なし	同左

区 分	保 険 仲 立 人	乗 合 代 理 店	
		生 保	損 保
複数の保険会社の保険商品を取扱う場合の規制	規制なし	1社専属制を原則とするが、複数の所属保険会社の保険商品の保険募集を行うことに関し、業務遂行能力等の状況に照らして保険契約者等の保護に欠けるおそれがない場合は適用されない。(282条)	規制なし
保険会社の賠償責任	<p>保険会社の賠償責任なし</p> <p>※保険仲立人は一定(4千万円~8億円)の保証金(金融機関の保証、賠償責任保険による代替措置あり)が必要(291条等)</p>	所属保険会社は、保険募集人が保険募集について保険契約者に加えた損害を賠償する責任を負う。(283条)	同左
募 集 規 制	重要事項説明義務等の保険募集に係る規制(300条等)が適用。	同左	同左
監 督 権 限	<p>[直接権限]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・帳簿備付(303条)</li> <li>・事業報告書提出(304条)</li> <li>・報告徴求、立入検査(305条)</li> <li>・登録取消、業務停止、業務改善(306、307条)</li> </ul> <p>[間接権限]</p> <p>規制なし</p>	<p>[直接権限]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・報告徴求、立入検査(305条)</li> <li>・登録取消、業務停止、業務改善(306、307条)</li> </ul> <p>※帳簿備付、事業報告書提出義務なし</p> <p>[間接権限]</p> <p>保険会社に対する業務運営に関する措置(100条の2)としての代理店への指導(規則53条1項9号)等</p>	<p>[直接権限]</p> <p>同左</p> <p>[間接権限]</p> <p>同左</p>



## 【参考 2 誠実義務の定義】

保 険 業 法	保険会社向けの総合的な監督指針
<p>(保険仲立人の誠実義務)            第二百九十九条 保険仲立人は、顧客のため誠実に保険契約の締結の媒介を行わなければならない。</p>	<p>V - 5 - 3 誠実義務            法第 299 条に規定する保険仲立人の誠実義務の内容として、保険仲立人は、次に定める事項を遵守するものとする。</p> <p>(1) 保険仲立人は、顧客からの委託の本旨に従い誠実に行動するものとする。</p> <p>(2) 保険仲立人は、その業務の遂行及び保険会社等の選択にあたって、顧客の目的財産の状況等を考慮するとともに、自己が知り得る保険商品の中から顧客にとり最も適切と考えられるものを、理由を明らかにして助言するものとする。</p> <p>(3) 保険仲立人は、自己の職務から得る手数料等の多寡によりサービスの質を変えてはならないものとする。また、リスクに関し同様の条件の顧客間で不当な差別を行ってはならないものとする。</p> <p>(4) 保険仲立人は、顧客のために保険会社等から入手した保険に関する情報を客観的かつ誠実に顧客に伝えなければならないものとする。特に顧客が個人の場合は、重要事項や推奨理由等を書面で説明する等、可能な限り顧客にわかり易く伝え、誤解を生じさせることのないよう努めるものとする。            保険仲立人は、顧客から入手した保険に関する要望、情報を客観的かつ誠実に保険会社等に伝えるものとする。</p> <p>(5) 保険仲立人が顧客から得た非公開情報は、保険契約の交渉、維持若しくは更改のための通常のプロセス、又はその顧客の保険金請求を処理する場合以外には、これを使用又は開示しないものとする。ただし、顧客の同意が得られた場合はこの限りでない。</p> <p>(6) 保険仲立人が顧客のために保険会社等から得た情報は、当該顧客以外の第三者に対して、これを使用又は開示しないものとする。ただし、保険会社等の同意が得られた場合はこの限りでない。</p>

### 【参考3 乗合代理店・保険仲立人の件数推移状況】

#### I 乗合代理店

単位：件、人

区分	生命保険					損害保険					生命保険募集人を兼ねる損害保険代理店	
	代理店数 A	専属 a	割合 a/A	乗合 b	割合 b/A	代理店数 A	専属 a	割合 a/A	乗合 b	割合 b/A	代理店数	1店あたり従業者数
平成20年3月末	108,392	86,525	79.8%	21,867	20.2%	235,846	182,641	77.4%	53,205	22.6%	-	-
平成21年3月末	107,963	87,105	80.7%	20,858	19.3%	217,864	164,911	75.7%	52,953	24.3%	53,700	19
平成22年3月末	106,047	85,526	80.6%	20,521	19.4%	207,903	157,764	75.9%	50,139	24.1%	49,387	21
平成23年3月末	102,847	81,819	79.6%	21,028	20.4%	202,098	154,513	76.5%	47,585	23.5%	44,891	25
平成24年3月末	99,147	77,601	78.3%	21,546	21.7%	197,005	149,959	76.1%	47,046	23.9%	40,426	27

#### II 保険仲立人

	平成20年3月末	平成21年3月末	平成22年3月末	平成23年3月末	平成24年3月末	平成24年7月末
保険仲立人登録件数	33	33	33	34	35	36

※制度導入当初(平成8年)の登録件数20、現在までの最高登録件数57(平成11年度)。

## 保険募集の範囲・その他の業務のアウトソーシングに係る規制について

---

### 1. 保険募集の範囲について

#### (1) 保険募集規制の趣旨

○ 保険商品は、

- ① 目に見えない将来の不安を対象としている
- ② 保険金の支払条件等の商品内容が一般消費者にとって理解が容易でない
- ③ しばしば実質的に長期間にわたり高額な支払（保険料）が求められる
- ④ 価格（保険料）の妥当性の判断が困難である

等の特徴があり、その募集の際には、保険契約者が正しい理解に基づく適切な判断ができるよう、適正な説明等がなされることが必要であるため、保険業法は、適正かつ公正な保険募集を確保するため、保険募集を行う保険募集人や保険仲立人について諸規制を設けている。（安居孝啓編著「最新保険業法の解説」より）

## 保険募集の範囲・その他の業務のアウトソーシングに係る規制について

---

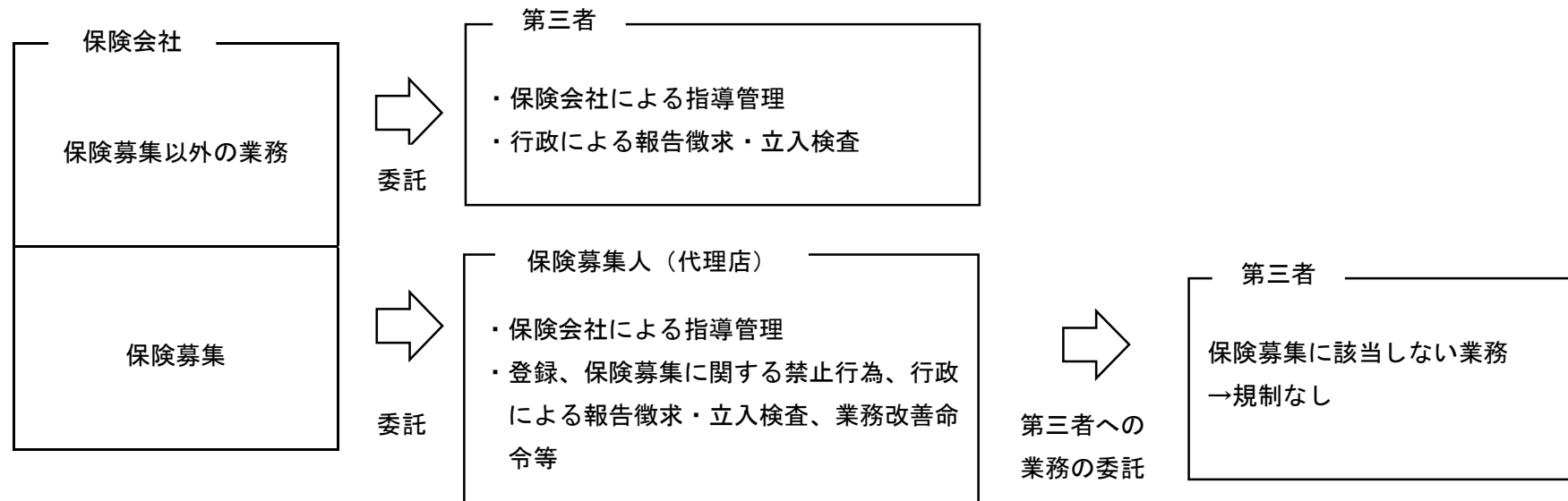
### (2) 保険募集規制

- 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
- (注) 保険会社には、法人等に対し、登録を行わずに代理店委託を行う等により、法令等を潜脱する行為（例えば、法人等に対して、紹介代理店委託を行う等により紹介料等の名目で対価性のない金銭の支払いその他の便宜供与）を排除する措置を講ずることが求められている。（保険会社向けの総合的な監督指針Ⅱ-3-3-1(1)③等）

## 保険募集の範囲・その他の業務のアウトソーシングに係る規制について

### 2. その他の業務のアウトソーシングについて

- 保険会社本体や保険代理店が一般的な業務をアウトソーシングするケースが増加している。
- 法令上は、保険募集の再委託は原則禁止されている一方、保険募集に該当しない業務については、アウトソーシングの制限はない。
- 保険会社がアウトソーシングを行う場合には、その業務の適切な運営を確保するための態勢整備が求められ、行政によるアウトソーシング先への報告徴求や立入検査の措置も講じられている。
- 保険会社以外の保険募集人が保険募集に該当しない業務をアウトソーシングした場合については、上記のような規制は設けられていない。



## ○ 保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ第2回 議事概要（平成24年6月27日）

---

### （1）各委員のプレゼンテーションの概要

#### ○ 水口委員（日本格付研究所チーフアナリスト兼格付企画部長）

- ・ ネット比較サイトは消費者の保険を比較したいニーズに対応して顧客利便にかなっているという考え方もあると思う。しかしこうしたサイトが保険募集にどのように関係しているかについても精査して、消費者の観点から制度的に手当てすべきことがあるのか検討する余地がある。
- ・ 新興チャネルの特性に注目した保険募集にかかわる規制、特にチャネル特性により異なる留意事項に焦点を当てた規制があってもいいのではないか。本ワーキングにおいては従来の保険募集規制に係る議論で想定されてこなかった新興チャネルを中心的に議論したらどうか。

#### ○ 木下参考人（同志社大学大学院司法研究科教授）

- ・ 募集人の前の段階でコンサルティングが入って、そこでかなり方向性が決まってしまうというような売られ方がかなり普及しているのだとすると、今まで募集として整理されていた前の時点について、そこにどういう規律があるべきかということまで広げた発想で、つまり現在の法制の体系でいうと、保険募集という概念自体を見直すのか、あるいは募集以前というところにもう一つ規制の軸を設けるのか、私はむしろ募集以前のところに少し緩やかな規制があって、さらにその中に実質募集が含まれているのかどうかについての判断ができるような規律をぜひ検討していただきたい。
- ・ 商品比較情報の生成や発信コストが低下していることから、規制にすき間が現在できているので、これはぜひ埋めていただきたい。結局のところは、募集の以前、比較法的に言うと、紹介行為、イントロデューサーという比較法的には著名な規制があるので、この規制のあり方をぜひ考えていただきたい。
- ・ 商品比較サイト等の存在により、契約締結の代理・媒介行為と、見込み客の保険加入意思を醸成する過程の分離、募集人に対する比較表示規制の潜脱が容易になった。他方、「保険募集」概念を拡張して、比較サイト、紹介人等の行為に業法の規律を及ぼすことには問題がある。第三者による比較表示行為は直接規制できないとしても、その者が紹介行為を行う点に着目し、紹介人として業法上認知し、一定の規制を及ぼすべき。

## ○ 保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ 第2回 議事概要（平成24年6月27日）

---

### ○ 小原保険課長

- ・ 保険業法上、保険募集は保険契約の締結の代理又は媒介となっているが、特にこの媒介がどこまでを指すのか監督上も悩みである。監督指針では考え方を定めているが、これを読んでも一つ一つ当てはめができるわけではない。例えばコンビニの店頭で保険商品のパンフレットを置いたりする行為、それから比較サイトが例えば保険料見積もり欄をクリックすると保険会社のサイトに行くようなケース、こういうものが媒介に当たるのかどうか。現在の実務上は個別に総合判断しているが、個別具体的な契約締結にリンクしている行為なのかということに着目することにしており、例えば手数料が契約締結に応じて支払われるように設定されている場合は、これは保険募集に当たるのではないかと判断している。
- ・ 代理店が業務の一部をアウトソースする事例がかなり多くなっていると認識している。例えば銀行などの保険代理店が行っているテレマーケティングであるが、一応テレマーケティングを担当する方は募集人登録をされているので、直ちに保険業法違反ということにはならないが、あくまで銀行など代理店とは異なる組織の方に委託をしているということなので、どこまで指導監督が行き届くのかということについては問題意識を持っている。

### (2) プレゼンテーションに対する各委員からの意見等

- ・ 紹介行為に対する行為規制については、保険に関して募集資格のない者であっても、いろいろな意見を述べたり、情報を発信したりすることについては、表現の自由もあるから、それだけで何か規制をすることは難しいと思うが、少なくとも、募集資格のある者に対して（見込み客を）紹介することを業として行っている者については規制をかけ、もう少し明確なルールが置けるのではないか。
- ・ 紹介人という概念を設け、商品についての一般的な情報提供、比較情報の提供は紹介人にもできるが、あなたの場合にこうですよという（具体的な商品の提案をする）のは紹介人にはできないというルールを設けてはどうか。

## 保険募集の範囲・その他の業務のアウトソーシングに係る論点

---

～インターネットなど、顧客へのアプローチ手段の多様化に対応するための募集・販売時規制の適用範囲（「募集」の概念）の考え方について～

- 近年、顧客へのアプローチ手段が多様化し、以下のような行為が現れている。こうした行為について保険募集の規制を及ぼす必要があるかどうか。また、これらの行為のほかに考慮すべき顧客へのアプローチ手段はあるか。
  - － 保険比較サイト（単に保険会社・保険募集人の提供する情報を転載するに留まる場合と、サイト運営者が自らの意思を表明（特定の商品の推奨等）する場合で、違いはあるか。）
  - － コンサルティング（単なるコンサルティングに留まる場合と、コンサルティング後に特定の保険会社・保険募集人に誘導する場合で、違いはあるか。）
  - － 見込み客を保険募集人に紹介する行為（単に保険会社・保険募集人を紹介するに留まる場合と、紹介を行う者の意思を表明（特定の商品の推奨等）する場合で、違いはあるか。）
  
- 上記を踏まえ、保険募集に該当するか否かを判断するメルクマールについてどう考えるか。
  - － 上記の例のように、自らの意思の表明（特定の商品の推奨等）の有無や保険会社・保険募集人への誘導の有無で、違いはあるか。
  - － 上記のような行為を行うに際して、保険会社・保険募集人から手数料を得ているか否かで、違いはあるか。
  - － 手数料を得ていなくても、上記のような行為を行う者が資本関係や契約等により保険会社・保険募集人と密接な関係のある者である場合に違いはあるか。



## 保険募集の範囲・その他の業務のアウトソーシングに係る論点

---

～保険募集人（代理店）が業務をアウトソーシングする際に求められる措置について～

- 保険募集人（代理店）について、上記のような保険募集に該当しない行為については自由にアウトソーシングを行うことが可能であるが、その際の保険募集人（代理店）のアウトソーシング先に対する管理責任についてどう考えるか。  
また、行政による保険募集人（代理店）のアウトソーシング先への報告徴求や立入検査等の措置についてどう考えるか。
- 保険募集に該当するか否かのメルクマールを考えるに際して、アウトソーシングに関連して特別に留意すべき点はあるか。