

説明資料

平成 2 4 年 1 1 月 2 8 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発言

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

○ 情報提供義務について

- ・ 積極的に情報を提供すべき義務というのが、今まで決められていなかったほうが不自然と感じる。保険業法だけ明示していないのは、あまりよろしくない。保険商品は情報の非対称性がとても大きな商品なので、情報提供義務を明示して、できるだけ情報の非対称性をなくすということに取り組んだほうがよい。
- ・ 禁止行為として契約内容の重要な事項を告げないことが禁止されており、これは積極的な情報提供義務の実質を持っているが、対象が契約条項の重要な事項に限定されている。契約条項のうちの重要な事項だけではなくて、もう少し幅広くその契約の仕組みや、自分のニーズに合っているか等々の判断のために必要とされる事項ぐらいの範囲に広げ、かつ、反対から書くよりは、情報提供の義務があるということを打ち出すという基本的な姿勢が重要。預金と比べてどちらが情報が必要かといえば、それは保険ではないかと思われるので、制度間のバランスということもある。
- ・ 保険業法第 300 条第 1 項第 1 号で、「保険契約者又は被保険者に対して、虚偽のことを告げ、又は保険契約の契約条項のうち重要な事項を告げない行為」をしてはならないと書いてあるが、これに反するとかなり重い罰則がついてくるため、この「重要な事項を告げない行為」を、広く、緩やかに解するというのは、なかなか難しい。戦後の混乱期にできた法律の骨組みがそのまま残ってしまっており、そのために現代の保険業のあり方からすると、多少古くなってしまっているところがある。
- ・ 今でも 300 条で禁止行為として置かれているものを、普通の行為規制としての義務とすることは顧客利益に適っているので、非常によろしいのではないのか。
- ・ 現在の保険業法の体系は、旧募取法の古い規制をそのまま応用しつつ、かつ、建て増しのような形でいろいろな義務を導入してきたため、複雑な体系となっている。ようやく今そこら辺を根本的に見直すタイミングがきたのかなというところではないか。
- ・ 体制整備義務や禁止行為について、整理を行ったうえで、保険業法において他の金融関連法令と同様に情報提供義務を明示的に導入することについて違和感はない。一方で、消費者保護の観点から問題のない範囲で、費用対効果などの観点から商品の特性を踏まえた一定の配慮がなされることが必要。

- ・ 保険においては、団体保険、自動車保険、変額年金、もしくは一時払い終身保険など、相当に性格の違うものがまじっていることから、商品や販売方法の違いを区別して検討する必要がある。
- ・ 情報提供義務の規定は確かに重要だが、法律にしたことによって、形式に走ったり、画一化したりということのないよう、複雑な商品内容をどのように効率的に伝えるかという本来の目的に沿って制度設計する必要がある。
- ・ 保険会社の、わかりやすさ向上の取り組みを阻害しないような制度設計とする必要がある。

○ 適合性原則について

- ・ 募集に関する説明で問題になるのは、保険金が払える、払えないという点。書面を渡せば法令上OKであったとしても、そのお客様がどういうニーズを持っているのかを、コミュニケーションを通じて把握して、正しい条件を説明する、疑問に答えるということができていないとトラブルを防げない。つまり、説明の実質の問題であって、書面を渡せばいいという形式の問題ではない。
- ・ 金融商品取引法制の中の、顧客の知識、経験、財産状況とか取引目的に照らした実質的な説明義務、顧客に理解されるために必要な方法、程度による説明を求める、そういう説明義務というのも、保険についても設けてよいのではないか。
- ・ 投資商品と保険は違うことから、金商法にある適合性原則をそのまま保険業法に持ち込むのではなく、両者の相違を踏まえて検討する必要がある。
- ・ 情報提供義務、いわゆる説明義務と適合性原則というのは、2つ合わさって顧客に正しい理解とニーズにあった保険を提供するというのを両方で支えるものだと考えられる。

○ 募集文書について

- ・ 「契約概要」、「注意喚起情報」、「意向確認書面」を法令で明示的に規定することについては、法令できちんと定められることによって、役割がはっきりするのはいいことだが、法令に定めることによって、ややもするとボリュームアップのほうに行く懸念がある。情報提供義務の話もそうだが、契約概要と注意喚起情報は、本来、顧客に理解できるレベルのボリューム、理解できるレベルの内容の簡素なものにするべきであり、ボリュームがあふれて事実上形骸化することのないよう留意すべき。
- ・ 監督指針で書いている内容をそのまま法律にするのであれば、非常に重たくなって、迅速に改定できなくなってしまう。また、

団体契約とか企業向けについては、適用除外を規定する必要がある。形式的に法律にするだけでは扱いにくくなるだけではないか。

- ・ 今の保険業法の規制というのは、法律、施行令、施行規則、監督指針と4段階で定められているので、例えば法律に規定を置くよりも施行規則に置くほうが柔軟性は高いし、監督指針に置くほうが柔軟性がさらに高い。法律に主たる規定を置き、細部は施行規則や監督指針で規定すれば、少なくとも今と同じ程度の柔軟性を確保することは可能ではないか。
- ・ 法律に明確な規定を定めるということは、誰の目からもこういう規制があるということがわかりやすくなるという意味がある。
- ・ 実効性あるニーズ確認が行われれば、トラブルも当然減る。意向確認書面の実効性ある活用が大きな課題であり、単に形式的にチェックをつけたり署名をするだけではなくて、契約者自身のニーズに合った保険かどうかをきちんと確認できるようなものにする必要がある。

(参考) 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

○ 情報提供義務

募集時の情報提供については、平成 17 年に「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム (以下、「検討チーム」) において、保険商品が多様化・複雑化し、提供される情報量が増加する中で、消費者に対する情報提供の適正を期す観点から検討が行われた結果、「契約概要」「注意喚起情報」の導入が提言され、以後、これらを活用した募集活動が行われている。

このような取組みが進められている中、平成 19 年の保険法改正を巡る議論において、法制上、情報提供義務を課すべき等の議論が行われ、また、本ワーキング・グループでは、保険会社による募集時の説明義務の強化を検討すべき、「契約概要」等の書面交付義務の法制化を検討すべき等の意見があった。

今後、制度全体の望ましい姿を考えていく中で、これらの意見について検討していく必要があると考えられる。

○ 適合性の原則

現行保険業法では、変額年金保険等の特定保険商品についてのみ、投資性の強い商品として金融商品取引法の規定が準用され、いわゆる適合性原則が導入されている。

また、この問題については、平成 18 年に「検討チーム」において、消費者が自らのニーズに合致した保険商品を適切に選択・購入できるよう、「意向確認書面」の導入が提言され、以後、募集現場で活用されている。

本ワーキング・グループでは、この「意向確認書面」の法的根拠付けができるとともに違反防止の効果が考えられる等の理由から、法律上の義務として保険商品一般にも適合性の原則を導入すべき等の意見が出された。

○ 募集文書

募集文書については、上記の通り、「検討チーム」における種々の検討を経て、「契約概要」、「注意喚起情報」、「意向確認書面」が導入されたところである。

本ワーキング・グループでは、実際の募集現場において「契約概要」等が効果的に使われているか、形式に流れていないか等を改めて検証すべきとの意見や、パンフレットを含めた募集文書全体の量がなお多いため一層の整理・集約化を行うべき、約款を読みやすく簡素化すべき等の意見があった。他方、募集文書の頻繁な変更は、結果的には契約者の負担増につながるもので慎重であるべきとの意見もあった。

保険募集に係る行為規制・募集文書に係る論点

○ 保険募集に関する行為規制のあり方について

➤ 情報提供義務の導入については、その内容が硬直的なものとならないように原則となる考え方を法律で規定した上で、具体的な説明の場面や内容については施行規則や監督指針で規定することが考えられるがどうか。

※ 具体的な記載内容については、募集文書簡素化に向けた取り組みの成果を踏まえる必要があると考えられるがどうか。

➤ 情報提供義務の内容として、どのようなものを規定すべきか。

➤ 情報提供義務については、当該義務が形式的なものとならないよう、「代理店」も含めて、当該義務を全うするための体制整備義務を併せて規定する必要があると考えられるがどうか。

※ 代理店の規模や乗合の有無、フランチャイズ形式等の経営形態の違いによって、求められる体制整備の内容に違いはあるか。

すなわち、フランチャイズ形式の加盟代理店（フランチャイジー）の品質管理については、

① 保険会社に課せられた保険業法上の体制整備義務及び

② 私法上の名板貸しの責任（商法14条、会社法9条）から来るフランチャイザー（本部）によるフランチャイジーへの指導・監督のインセンティブ

に加えて、フランチャイザーに対してフランチャイジーに対する教育・管理・指導についての体制整備を保険業法上も義務づける必要はあるか。

➤ いわゆる「適合性原則」類似のルールについては、保険契約の特性にあったものとする必要があるが、どのような内容とするべきか。

※ 金融商品の特徴として、

① 金銭の出資、金銭等の償還の可能性を持ち

② 資産や指標などに関連して

③ より高いリターン（経済的効用）を期待してリスクをとるもの

とされている（平成17年12月22日「投資サービス法（仮称）に向けて」金融審議会金融分科会第一部会報告）。

上記の特徴から、金融商品取引契約の締結に関しては、顧客の属性に照らして、一定の商品・取引について、当該顧客に販売・勧誘を行ってよいかを判断することとし、その考慮要素として、「顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的」が規定されている（金商法第40条第1号）。

※※ 一方、保険契約の締結は、投資性の強いものを除き、投資家がリスクをとる金融商品取引契約の締結とは異なり保険契約者から保険会社等に対してリスクの移転を企図して行うもの（保険の保障機能）とされている。また、その特徴としては、

- ①目に見えない将来の不安を対象としている
- ②保険金の支払い条件等の商品内容が一般消費者にとって理解が容易ではない
- ③実質的に長期間に渡り高額な支払い（保険料）が求められる

等があるとされている（安居孝啓編著「最新保険業法の解説」）。

したがって、保険の募集に際しては、例えば、

- ①顧客の目的やニーズの的確な把握
- ②当該目的・ニーズに見合った商品を勧めること

が求められるのではないか。

○ 募集文書のあり方について

- 「契約概要」、「注意喚起書面」、「意向確認書面」等の募集文書に係る記載事項については、可能な限り簡素化することとし、具体的な記載の見直しについては業界の取組みを踏まえて検討することとしてはどうか。
- 意向確認書面に関し、顧客の意向を確認するタイミングを早めること（募集行為の初期の段階）についてどのように考えるか。

保険商品・サービス WG における各委員等のご発言

～保険仲立人・乗合代理店に関する募集・販売主体に係る規制のあり方について～

○ 乗合代理店規制について

- ・ 生命保険の乗合代理店が顧客ニーズに合致した最適な商品の選択肢を提供することを追求し、また、顧客の側も乗合代理店から中立的な意見を期待されているということであるが、これは、所属保険会社等の代理人として位置づけられている保険募集人としての法的な位置づけとは異なっているのではないか。
保険募集人の法的な立場について、誤解を与えないためにどのような措置をとったらよいか検討すべきではないか。
- ・ 来店型保険ショップのような乗合代理店が提供しているサービスが、「中立、公平性」を標榜して、顧客に一番いいものを選ぶというものであるとすれば、これは保険仲立人に期待されていた役割に非常に近い。
同じようなことをやっているのに、規制の内容が違うのは望ましい状態ではないので、対処が必要。例えば、「中立、公平性」を標榜しているのであれば、少なくとも誠実義務や手数料の開示義務は適用されるべきではないか。
- ・ 「中立、公平性」を標榜している以上は、そうでない販売をした場合には、販売責任を設けることも考えられるのではないか。
- ・ 乗合代理店は、マーケットにはそれなりに受け入れられており、消費者にとって有益なサービスを提供している側面があることから、何らかの規制をかけるのであれば現在どのような弊害が起きているのかを考慮したうえで規制をし、その有益なサービスが萎縮しないようにする必要がある。
- ・ 顧客との関係では、一社専属募集人、乗合代理店、保険仲立人といった違いを問わず、顧客のニーズを把握した上で自らがもっている商品ラインナップの中から最適なものを提供するという基本姿勢自体は、法的な立場の違いに関わらず、非常に共通したものになってくるのではないか。
- ・ フランチャイズ方式などを伴う店舗展開には、伝統的な代理店とは異なる管理体制面での課題があるのではないか。

○ 保険仲立人規制について

- ・ 保険募集人が保険仲立人になろうとする場合、4000万円の供託金を積む義務への抵抗感は、乗合代理店になる場合と比べて大きい。
- ・ 顧客と委託関係にありながら、報酬を保険会社からもらうというのは利益相反。ただし、保険仲立人は、世界的に見てそういう形で活動しており、顧客に対して善管注意義務を負いながら報酬は保険会社から受け取るという世界的な慣行に日本でも従っているということだと思う。なお、そういう利益相反状態にあることから、手数料の開示義務が保険仲立人には課されていると説明することができる。

ご参考 第4回WG（H24.9.27）のプレゼンテーションの概要

日本保険仲立人協会（葛石オブザーバー）ご説明要旨

- 保険仲立人に求められているもの
 - ・ 公正・中立な専門家からのアドバイスという、比較情報・販売マーケットにおける契約者（消費者）の要望に最も適しているのは保険仲立人である。
 - ・ このようなニーズに応えるため、リテール部門にも進出していきたい。保険仲立人の制度設計の経緯からリテール部門への進出が少ないが、当該分野にも進出したい。
 - ・ 新規参入業者も増やす観点から、以下のような規制緩和を要望。

- 具体的な規制緩和要望
 - ・ 賠償資力の確保
最低保証金の額を4千万円から1千万円に引き下げ
保証金の供託義務のうち、賠償責任保険によって代替可能な範囲を、4千万円以上の部分から1千万円以上の部分に拡大
 - ・ 保険募集人との兼営の解禁
保険募集人と保険仲立人の特徴・機能を顧客に説明した上で、顧客が自らのニーズに合致する販売人を選択できるようにする。
ただし、募集行為従事者の兼任、共同行為、店舗共有については、顧客保護の観点から、引き続き禁止とする。
 - ・ その他
 - ・ 保険仲立人が顧客側の代理人であることの明確化
 - ・ 委託契約書（指名状等）の法制化
 - ・ 結約書の簡素化（保険証券などの他の書類による代替、電子化）
 - ・ 媒介手数料の契約者からの受領の解禁

保険代理店協議会（堀井参考人）ご説明要旨

○ 顧客のニーズについて

乗合代理店については、保険の窓口の場合には、「中立的な意見が聞けるから」、「相談が無料だから」、「取扱保険会社の数が多いから」、「ファイナンシャルプランナーが対応してくれるから」というような理由で来店される方が、顧客の7割程度を占めている。

○ 乗合代理店の課題

保険契約者等の保護に欠けることがないように、募集態勢の構築、教育の充実、内部監査の確立することが重要。ただし、各所属保険会社間における指導内容の違い（例：募集文書登録の基準の違い）や、保険会社の意向による業務委託内容や手数料の変更など、乗合代理店のみの努力ではどうにもならない問題もある。

○ 乗合代理店の使命

- ・ 個々のライフプランニングに基づき、顧客ごとの必要保障額を提示すること。
- ・ 顧客ニーズに合致した最適な商品の選択肢（複数商品）を提供すること。
- ・ 顧客の商品選択時における重要事項説明を完璧に行い、十分な理解を得て契約の媒介を行うこと。 等

○ 公平・中立と標榜していることについて

公平・中立を標榜しているのは、顧客の保険ニーズ把握、それに合った複数保険会社の商品の提示といった提案プロセスを意味しており、あくまでも保険契約の最終判断は契約者側にある。業界としてはこれらの方法に問題がないのであれば現状の売り方、考え方を踏襲したい。

○ 消費者（契約者）の評価

契約から2年経過後の契約継続率は97%以上となっていること、保険料収入の伸びも二桁以上で推移していることから消費者から支持を受けているものと認識している。

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～

○ 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

- 保険募集においては、顧客のニーズの適切な把握及び当該ニーズに合致する商品を提供することが重要であるが、この点については、一社専属募集人、乗合代理店、保険仲立人といった法的位置づけの違いに関わらず、保険募集に携わる者全てに共通して求められる事項ではないか。

これを踏まえれば、情報提供義務等の募集行為一般に対する行為規制や体制整備によって、課題に対応することが適当と考えられるがどうか。

※ 例えば、複数の保険会社の商品の中から特定の商品を選択して顧客に勧める際に、当該選択の理由も情報提供義務等の一環として説明することを求めることが考えられる。

- 保険募集人については、あくまでも保険会社の代理人であるという法的位置づけと、乗合代理店が顧客に対して「公平・中立な立場」を標榜して活動していることとのずれについてどう考えるか。保険募集人としての法的位置づけについて、顧客が誤解しないよう、保険会社の代理人としての自らの立場を積極的に説明させる必要があるのではないか。また、「公平・中立」等、自らの法的立場と矛盾し得る表示を禁止する必要はないか。

○ 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、
 - ・ 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、最低保証金の額の引き下げ等の提案のあった項目について、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してはどうか。
 - ・ 保険仲立人と保険募集人の兼営については、募集従事者の兼任、共同行為、店舗共有等については顧客の誤認を防止する観点から、緩和することはできないが、現状においても子会社形態での運営は可能であることを踏まえ、顧客対応に弊害が生じない範囲内で緩和できるものはあるか（例：役員の兼任等）。