

第 9 回（1 月 30 日）資料 1 - 1
事務局説明資料（1）

保険募集に係る行為規制について

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

○ 情報提供や意向把握に関する現在の手法及び法令等における規制は以下のとおりとなっている。

➤ 保険募集のプロセスについては、生保・損保・チャネル毎等で違いはあるが、大まかには以下のとおりとなる（別紙1参照）。

- ① 情報収集（個人情報収集、ニーズ喚起、ニーズ把握）
- ② 商品提案・説明（商品説明、ニーズを踏まえた商品の提案）
- ③ 契約手続き（注意喚起情報説明、意向の確認、申込書作成等、証券交付）

➤ 上記のプロセスについて、現在の手法及び法令等における規制は以下のとおりとなっている。

- ① 情報収集
 - ・ 個人情報収集：各種アンケートの実施（規制：無し）
 - ・ ニーズ喚起：総合パンフレット等（規制：積極的交付義務は無し、ただし、虚偽告知等（保険業法300条1項1号）は禁止）
 - ・ ニーズ把握：各社の工夫（規制：一般的な体制整備義務あり、保険業法100条の2、規則53条の7）
- ② 商品提案・説明
 - ・ ニーズを踏まえた商品の提案：各社の工夫（規制：一般的な体制整備義務あり、保険業法100条の2、規則53条の7及び虚偽告知等（法300条1項1号）の禁止）
 - ・ 商品説明：商品パンフレット（規制：積極的交付義務は無し、ただし、虚偽告知等（保険業法300条1項1号）は禁止）
契約概要（保険設計書）（規制：保険業法300条1項1号、監督指針Ⅱ-3-3-2等）
- ③ 契約手続き
 - ・ 注意喚起：注意喚起情報（契約のしおり）（規制：保険業法300条1項1号、監督指針Ⅱ-3-3-2等）
 - ・ 意向の確認：意向確認書面（規制：保険業法100条の2、規則53条の7、監督指針Ⅱ-3-5-1-2）
 - ・ 申込書作成等：各社手続きによる
 - ・ 保険証券交付：契約締結時書面交付（規制：保険法40条等）

→ 上記の流れは、業界の実務水準として一定程度定着している状況にあるが、苦情等を踏まえれば、募集人によってその質に一定程度の差異があると考えられる。また、ルールについては、保険募集プロセスのうち、顧客のニーズの把握・ニーズを踏まえた商品の提案・説明の規制及び情報提供については、特段の具体的なルールが設けられていない。

商品・サービス WG における各委員等のご意見

～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

【委員ご意見】

- ・ 情報提供義務を整備しようということについては、大方のところでは基本的な方向に異論はないのではないか。
- ・ 保険募集に関する行為規制については、保険業法には原則的な考えを規定した上で、募集形態の特性に即した規制のあり方を施行規則や監督指針において規定するのが妥当。また、その具体的な記載内容については、簡素化に向けた業界の取り組みの成果というのも当然に踏まえる必要がある。
- ・ 情報提供義務の導入に賛成。銀行法施行規則第13条の3を保険分野用にアレンジしたものを規定するもの一案ではないか。
- ・ 情報提供義務を整備するとした場合に、300条1項1号の規定をどう扱うのかも論点ではないか。金商法なんかを見ても、少なくとも不実表示の禁止規定は残すのだろうが、重要事項の不告知の禁止を一般原則として残すのかも検討する必要があるのではないか。

○ 意向把握に関する義務について

【委員ご意見】

- ・ まともな金融商品の中では、保険のトラブルが一番多い。また、募集行為の最終のところでは意向確認書面を振り返り的に取ることが機能していないのではないか、ということを見ると、一番最初の段階で、「どういう保険に入りたいのか」、「何に備えたいのか」について、ふわっとしたものでもよいので、確認した方が、有効に機能するのではないか。
- ・ これから販売しようとしている商品の内容を説明するのが情報提供義務なので、現在の意向確認書面のように商品が顧客のニーズに合致しているかを確認するというのは、情報提供義務とは別の義務として整理されるのではないか。
- ・ 医療保障、死亡保障、老後保障など、保障を重視して入る保険の場合は、顧客が保険に入る必要性をある程度認識できた段階で、自分の考えているものと商品内容が合致しているかどうかチェックを行う仕組みでないと、実効性がないのではないか。
- ・ 保険における適合性原則類似ルールの内容は、保険の特性を踏まえれば、顧客の目的やニーズなどの顧客の意向の的確な把握及びそれに合った商品を勧めること。現在でも保険会社が実施している内容であり、規制のあり方を考えるに当たっては、費用対効果を踏まえたものにする必要がある。

商品・サービス WG における各委員等のご意見

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

- ・ 現在、保険会社に対する体制整備義務として導入している実質的な説明義務のようなものを募集人に対する行為規制とすることによって、より実効的なものとする事ができるのではないか。
- ・ 契約締結前までに顧客のニーズについてやりとりをしながら、それに従った商品が勧められていくことを求めていけば、よいのではないか。
- ・ ニーズ確認といった場合の「ニーズ」としてどのようなものを問題にするのかについても、整理した方がよいのではないか。
- ・ ニーズを把握するだけでなく、そのニーズを踏まえて相手方が必要としている保険を提案することを求めることとした方がよいのではないか。
- ・ 意向確認書面について、顧客の意向の確認というよりも、自分が買おうとしている商品についてどれだけ理解できているかを確認するための書面にすれば、トラブルを減らすことにつながるのではないか。
- ・ 「単純にニーズを把握しよう」というレベルであれば、導入してもよいのではないか。しかし、それ以上の大きな責任を募集人に求めるのは、大きなコスト要因になるのではないか。
- ・ 「顧客のニーズを把握した上で、それにあった商品を勧める」という理念には何の問題もないと思うが、それが法的ルールになった場合、どういう機能を持つのかというところが、ややわからないところがある。
- ・ 「顧客の目的やニーズの的確な把握」や「当該目的・ニーズに見合った商品を勧める」というような基本的なことについて、改めて法令に位置づける必要があるのか、疑問がある。また、募集関連文書の簡素化との両立が難しいのではないか。
- ・ 保険について、狭義の適合性原則を導入した場合には、何をしてはいけないのかということが、おそらく非常に判断しにくくなるのではないか。
- ・ 保険はリスクを移転する商品あるのに対し、投資商品はリスクを取る商品なので、両者の性質は異なっている。商品特性が違うのに、適合性原則という用語を安易に使うのは、問題をわかりにくくさせるので、適合性原則以外の原則で保険は考えた方がよいのではないか。

商品・サービス WG における各委員等のご意見

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

【オブザーバーご発言】

- ・ 「顧客の目的やニーズの的確な把握」や「当該目的・ニーズに見合った商品を勧めること」のような抽象的な規制では、何をどこまでやればよいのか、はっきりしないので、実務が混乱することが懸念されるのではないか。
- ・ 最初の段階でそのニーズの把握は行っているが、募集人からのニーズ喚起やアドバイスによってそれが変化することもあるので、最終確認という意味の意向確認が最後になされるというのが普通の流れではないか。
- ・ 自動車保険や火災保険は最初からニーズが顕在化している商品なので、早期に目的やニーズの把握をするというのは何をすればいいのかというのが、全くイメージがわからない。また、ニーズ把握の義務を新たな義務として設定をすると、効果として何が変わるか、何も変わらないのであれば、議論の実益もない。
- ・ 顧客のニーズを把握してそれに合った商品を売るということは、きちんとできていると認識しているし、改善の取り組みも行っているのに、なぜ法律とか規制を変えなければならないのか。

○ 体制整備義務について

【委員ご意見】

- ・ 乗合代理店、保険仲立人についても、顧客ニーズの適切な把握、ニーズに合致した商品を提供することが重要であるということは同様であり、行為規制を課し体制整備を求めることが適切。
- ・ 比較販売を行う乗合代理店については、顧客の誤認を招かないよう勧める商品の選択の理由に関する情報開示、保険会社の代理人である旨の身分開示をすることが望ましい。
- ・ 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は、募集人の恣意性が働き、所属保険会社の関与もできない。よって、顧客が募集人に対し、当該選択の理由を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できるようにすることが必要。
- ・ フランチャイズ形式の乗合代理店については、管理体制が様々な形態があると考えられるが、顧客の認識はフランチャイザーの管理が及んでいるとの認識があるものと思われること、フランチャイザーの管理体制が原因で1つのフランチャイジーに問題があれば、他のフランチャイジーにも同様の問題が生じているおそれがあること、私法上のフライチャイザーの責任も場合によっては問えないことから鑑みると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ものと考えられる。

商品・サービス WG における各委員等のご意見

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

【オブザーバーご発言】

- ・ 保険会社の使用人である営業職員については、保険会社の指揮命令下にあり、保険会社に対する既存の体制整備義務の中において適切な業務運営が確保されており、代理店の体制整備義務の対象にはなじまない。
 - ・ 代理店については個人、小規模、大規模等、様々な形態があり、要求される体制整備の内容はそれぞれ変わってくると思われるので、配慮が必要。
- 募集文書について
- ・ 募集文書については、量的な充実は一定のレベルに達したと思うので、後は、募集契約の現場実態を踏まえながら、簡素化を基本に情報提供の質を高めるといった取り組みが不可欠。外部専門家の意見も取り入れながら、簡素化やわかりやすさの観点から課題の分析、検討が業界で行われているので、その成果を踏まえて検討することが適当。
 - ・ 情報提供義務の導入には賛成だが、それによって、保険募集関連文書のボリュームアップにならないように留意が必要。

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・募集文書のあり方について～

○ 保険募集に関する行為規制のあり方について

- 情報提供義務を導入するに当たっては、法制化を理由とした募集文書の増加が起こらないよう、わかりやすい募集文書とするための保険業界による募集文書簡素化の取り組みを踏まえつつ、顧客にとって真に必要な情報が過不足なく提供されるようにすることが重要。
- 適切な保険募集には、①情報収集、②商品説明・提案、③契約手続の3つが、どれも適切に行われることが必要である。一方で、募集人によるこれらのプロセスの質に差異があることや、導入を検討している情報提供義務や現行の意向確認書面では、①の場面における顧客の意向把握はカバーされないことを踏まえ、全募集人が行うこれらのプロセスの質の底上げ（実務におけるスタンダードの一層の徹底）を図る観点から、情報提供義務に加えて、顧客の意向（ニーズ）把握について、保険募集人に対して、個別具体的な商品提案・説明の前に顧客の意向を把握したうえで商品提案をする義務（意向把握・意向を踏まえた商品を勧奨する義務（仮称））を法令で規定することとしてはどうか（別紙2参照）。

（注1）具体的な内容については、一定の柔軟性を持たせるため、内閣府令、監督指針、各業界の自主規制によって定めることが考えられる。

（注2）意向把握・意向を踏まえた商品を勧奨する義務の全体的イメージについては、例えば、以下のようなものが考えられるのではないか。

① 商品提案・説明に入る前の段階での「意向把握書面」（別紙3参照）（仮称）を用いたニーズの把握

→ 当該義務の具体的内容として、

・顧客の意向（ニーズ）の適切な把握

・上記により把握した顧客の意向（ニーズ）を踏まえ、当該商品（群）を勧奨する理由の説明

を義務付けることとし、その手段として「意向把握書面」によることを内閣府令等で規定

② 意向把握書面を用いた意向把握に関しては、商品提案・説明等の意向把握後におけるニーズの変化を顧客が後から振り返ることができるよう、契約締結前段階で当該時点の意向と当初意向の違いがわかる書面（意向把握書面に追記したものでも可）を交付する。

※ なお、意向確認における具体的な確認事項やそのレベル感については、保険商品のカテゴリーごとに異なると想定されることから、詳細な項目については自主規制に委ねることも考えられる。

※※ また、契約の変更・更新時などについては、情報提供義務を同様に、より簡便な取扱いを認めることが考えられるのではないか。

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・募集文書のあり方について～

- 現在、保険会社の態勢整備義務に基づき、監督指針において規定されている意向確認書面（意向確認書面の記載事項 別紙4参照）については、提案商品に対する最終的な意向の確認をする措置として、上記の意向把握書面とリンクする形で確認の実施を確保する義務に位置づけ直した上で、法令上に位置づけることとしてはどうか。

（注3）具体的な内容については、一定の柔軟性を持たせるため、内閣府令、監督指針、各業界の自主規制によって定めることが考えられる。

- 保険商品の募集のプロセスにおける規制を踏まえて、全募集人の募集プロセスについて一定の質を確保する観点から、保険募集人に対しても、これらの義務規定の適切な履行確保を含めた法令遵守に関する体制整備を求める規定を導入することとしてはどうか。

（注4）体制整備義務に基づいて求められる具体的な体制については、各募集人の規模・特性（扱う商品の種類、販売形態、保険会社からの指導・監督の度合など）によって、異なると考えられる。

（注5）なお、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、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についても、法令上、規定する必要があるのではないかと。

○ 保険募集に関する禁止行為の見直しについて

（現状）

- 現行法においては、保険業法第300条第1項第1号を根拠として、「契約概要」・「注意喚起情報」が導入されているが、同号における「契約条項のうち重要な事項」の範囲については、限定的に捉える立場と広めに捉える立場が存在しているところ。

（注1）「中間論点整理～保険商品の販売・勧誘時における情報提供のあり方～」

（平成17年7月8日付保険商品の販売勧誘のあり方検討チーム）

- ・ 重要事項の説明義務（保険業法第300条第1項第1号）でいうところの「重要事項」とは、顧客が保険契約締結の際に合理的な判断をなすために必要な事項をいう。重要事項の判断基準については、一般的な保険契約者を基準に客観的に判断されるとの考え方と個別の保険契約者の属性や事情に応じて主観的に判断されるとの考え方がある。
- ・ 「保険業法第300条第1項第1号の「重要事項」のうち、特に説明すべき重要事項として整理する「契約概要」・「注意喚起情報」以外の「重要事項」の説明については、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面に、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面には、全ての契約内容が記載されているわけではなく、詳細な内容については契約のしおりや約款などを併せて参照すること」等と記

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・募集文書のあり方について～

載し、契約のしおりを交付することで、一応の説明は尽くされているものと考えられる。なお、「契約概要」・「注意喚起情報」は、「重要事項」の核となるものであり、当該情報が記載された書面を交付する等の方法により当該情報を説明することは、同号で義務づけられるものと考えられる。」と整理されており、300条1項1号での「重要事項の範囲」はかなり広範なものとなっている。

(注2) 一方、保険業法第300条第1項第1号違反が刑事罰の対象とされていることを踏まえ、同号の対象を『保険契約者の契約するかどうかの判断自体に影響を及ぼす保険契約の基本的な内容自体についての重大な告知またはこれと実質的に同視される重要事項の不告知に限定されるべきもの』とする考え方も存在する。(山下友信著『保険法』より)

(注3) また、裁判例において、保険業法300条1項1号における「重要な事項」の範囲を示されたものは存在せず、いずれも、個別事案に即して、「重要な事項」が判断されたものとなっている。

【論点】

➤ 情報提供義務導入にあたり、保険業法第300条第1項第1号における「重要な事項」の範囲について、その不告知が刑事罰の対象となっていることを踏まえて再整理を行い、「保険契約者の保険契約を締結するか否かの判断に重大な影響を及ぼす事項」に限定することとしてはどうか。(別紙5参照)。

※ この場合、現行の契約概要、注意喚起情報その他の契約者に説明する必要のある事項については、保険業法第300条第1項第1号ではなく、新たに設ける情報提供義務に基づいて規定されることになる。

乗合代理店・保険仲立人を巡る現状について

～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～

1. 規制の概要について

- 複数の保険会社の商品を販売することを認められている主体としては、保険仲立人と乗合代理店が存在する。
- 保険仲立人に対しては、一般的な募集行為に係る規制に加えて保証金供託義務等の規制が課せられている一方、乗合代理店については、一社専属の募集人と同様に、保険会社側の代理店として位置づけられ、保険仲立人のような上乗せ規制は課せられていない。
- 保険仲立人、保険募集人のいずれも金融庁（財務局）が監督権限を有しているほか、保険募集人については、これを補完する形で保険会社による管理・指導等が定められている。

2. 乗合代理店の状況について

- 乗合代理店は、極めて小規模なものから、フランチャイズ形式のものを含め、数百の店舗網を有する大規模なものまで様々なものが存在する。
- 乗合代理店の中には、「公平・中立」を標榜し、その取り扱う複数の保険会社の商品の中から顧客のニーズに合ったものを販売するサービスを提供することによって、顧客の支持を集めているものが存在。
- 一方、法律上の乗合代理店の位置づけは、あくまでも保険会社側の代理店として位置づけられていることから、「公平・中立」であることについて、法的に位置づけられているわけではない。

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～

(乗合代理店が「公平・中立」を標榜して活動することについて)

【A意見】「公平・中立」と称して募集活動を行うことは禁止する方向性に係るもの。

- ・ 「公平・中立」と言った場合には、顧客は「公平・中立な立場から、自分にとって一番いい商品を勧めてくれる人」だと考えるが、これが保険会社の代理店である乗合代理店の法的立場と矛盾することが問題の本質ではないか。これは、乗合代理店の法的位置付け、権限について顧客に正確、適切に理解させ、顧客との認識のギャップを是正させれば解決できる問題である。
- ・ 「公平・中立」と称して保険募集を行えるのは保険仲立人の領域であり、乗合代理店は本来の保険募集人の領域に戻らなければならない。

【B意見】「公平・中立」と称して募集活動を行ってもよいが（○ r 行うのであれば）、誠実義務・手数料開示義務等を課す方向性に係るもの。

- ・ 顧客の誤認を招かないよう勧める商品の選択の理由に関する情報開示、保険会社の代理人である旨の身分開示をすることが望ましい。
- ・ 顧客が、ニーズ喚起の場面で自分にとってベストアドバイスだと誤認してしまうと、後々商品を比較する場面でもその誤解を修正することは難しいものと考えられる。また、「公平・中立」を標榜しながら自らの法的立場との矛盾があるのは非常によくない。入口で「公平・中立」と称して募集するのであれば、善管注意義務やベストアドバイス義務は保険仲立人同様に課せられるべき。ただし、手数料開示義務については、手数料体系が複雑であり難しいものと考えられる。
- ・ 「公平・中立」を標榜して保険募集を行う場合に、乗合代理店と保険仲立人の間で供託金拠出義務の差が生じるのは、乗合代理店は所属保険会社等によって倒産リスクがカバーされていることによって、正当化できるのではないか。
- ・ 乗合代理店に、「保険会社の代理人である」との法的な立場を説明させるだけでは、問題は解決しない。問題の本質は、「公平・中立」を謳っているにもかかわらず、本当に「公平・中立」であるかが担保されていないことではないか。マーケットにおいて、ある程度、浸透しているサービスなので、それを認めた上で弊害が生じないような仕組みを考えるべきではないか。

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～

- ・ 保険仲立人も保険会社から手数料を受け取っており利益相反状況にあるが、これについては、誠実義務、手数料開示義務を課すことによって対応している。そうだとすれば、乗合代理店が「公平・中立」を標榜する場合には法299条と同様の誠実義務が課せられ、違反があった場合には所属保険会社も責任を負うのであれば、当該乗合代理店が「公平・中立」であることについても担保できるのではないか。
- ・ 「公平・中立」を標榜する乗合代理店については、代理店が「実は一番自分が儲かるものを売っているのではないか」という疑念に対処するため、手数料を開示させるべき。複雑な手数料体系であっても、監督指針等で開示の仕方を工夫すればよいのではないか。
- ・ 仮に、「公平・中立」と表現することを禁止しても、実際の募集の場面では、顧客に同様の印象を与える別の表現が使われるようになるだけで、イタチごっこになるのではないか。むしろ、顧客本位のアドバイスをするということを顧客に宣言させた上で、手数料開示義務を課し、透明性を確保するという方法もあるのではないか。また、手数料が複雑であることについては、そもそも顧客に理解可能な形で開示できないような報酬体系が認められて良いのか、という観点にもつながるのではないか。
- ・ 「公平・中立」を標榜して募集をする場合には、すべからず保険仲立人となることを求める、というのは、実際には困難ではないか。
- ・ 手数料開示義務を課したとしても、手数料については、個別契約と一致しない手数料もあるなど手数料体系は様々であり、保険会社も顧客に契約してもらえよう手数料の開示をするようになり、結果として顧客に誤った情報を与えることになるので慎重な議論が必要。
- ・ 乗合代理店であっても、善管注意義務を課しさえすれば、「公平・中立」を標榜して保険募集をすることを認めるのは、保証金供託や手数料開示を義務づけられることなく保険仲立人と同様の活動を認めることになり、適当ではないのではないか。
- ・ 乗合代理店の中に、制度として常に顧客との間に善管注意義務を負うグループを作ることは、保険募集を行う者について、新たなカテゴリーを設けることにつながるが、そのような大改正をすることには躊躇を感じる。

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～

○オブザーバーのご発言

- ・ 代理店と顧客の間におけるやりとりの内容によって規制の内容が変わるとなると、保険会社による代理店管理が困難になるのではないか。
- ・ 顧客ニーズに合致した保険商品を提供するという点に関し、専属募集人よりも乗合代理店は複数商品を提供できるということで、顧客に対しより幅広い選択肢を提供している。この行為を「公平・中立」と表現してきたが、これらの行為そのものについての価値を我々は感じており、この方法を禁止することは止めて頂きたい。なお、「公平・中立」という表現を禁止するという事になったとしても、我々としてはさほど、顧客の評価に影響を及ぼさないと考えている。
- ・ 乗合代理店と保険仲立人の制度を共に共存させるのであれば、顧客から見て両者の違いがわかるように、きちんと整理して頂きたい。

乗合代理店・保険仲立人に係る論点

～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～

(募集規制一般の見直しとの関係)

- 乗合代理店を巡る課題については、別途、募集人一般に対して導入を検討している、
 - ・複数商品の中から特定の商品を選択して顧客に推奨する場合の推奨理由の説明を含めた情報提供義務や
 - ・フランチャイザーによるフランチャイジーの管理を含めた体制整備義務等によって対応可能な部分もあると考えられるため、これらの義務に加えてどのような対応が必要かについて、考える必要があるのではないか。

(乗合代理店が「公平・中立」を標榜して活動することについて)

- 乗合代理店による保険募集の場面における「公平・中立」という表示は、顧客からは
 - ① 保険会社と顧客の間で「公平・中立」であること
 - ② 乗り合っている保険会社間において「公平・中立」であることの複数の捉え方が可能であると考えられる。このうち、①については、保険会社側の継続的な代理人であるという乗合代理店の法的立場との両立が困難であると考えられるが、②については、概念上は、各保険会社の代理人という立場と両立させることも可能であると考えられる。
このことを踏まえ、以下の論点について検討する必要があるのではないか。
 - 乗合代理店は、法律上は保険会社側の代理人であることから、顧客が誤解しないよう、その立場について説明をさせる必要があると考えるが、どうか。
 - ※ 顧客の誤解を防ぐ観点からは、単に「保険会社から委託を受けて募集を行っている」ではなく、「保険会社のために保険募集を行っている」など、わかりやすい説明が求められると考えられる。
 - 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については、禁止すべきと考えるが、どうか。

乗合代理店・保険仲立人に係る論点

～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～

➤ 乗り合っている保険会社間における「公平・中立」を標榜して活動することについて、どう考えるか。

A案：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、併せて禁止する。

※ 「公平・中立」の言葉を用いない他の表示を網羅的に禁止することは困難ではないか。

※ 必ずしも禁止する必要がない『乗り合っている保険会社間における「公平・中立」を標榜して活動すること』まで禁止してしまうおそれがあるのではないか。

B案：『乗り合っている保険会社間における「公平・中立」であること』等を標榜すること自体は禁止しないものの、それぞれ乗合代理店の特性に応じ、適切な保険募集を担保するため、体制整備義務等に基づき、追加的な措置を求める。

※ 追加的な措置の具体的内容としては、乗合代理店の特性（規模、形態、乗合会社数、取扱商品の違い等）に応じ、例えば、以下のものが考えられるのではないか。

- ・ 把握した顧客の意向を踏まえ、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、推奨理由を説明するための体制を整備
（顧客の意向に合致している商品のうち、一部しか推奨しない場合に、当該商品が顧客の意向に合致している理由に加えて、当該絞り込みの理由を併せて説明）
- ・ 顧客から求めがあった場合に、所属保険会社から受領する手数料等を適切に開示するための体制を整備