

お客さまからの信頼を高めていくための 募集コンプライアンスガイド[追補版]

改正保険業法（2016年5月29日施行）対応

本追補版は、2016年5月29日から施行される改正保険業法のポイントを解説するとともに、保険募集人の施行準備の参考となる対応例等を取りまとめた雛形です。本追補版に記載された内容どおりの対応でなくても、その対応を妨げるものではありません。

2015年6月19日

一般社団法人 **日本損害保険協会**

はじめに

昨今、少子高齢化の急速な進行などの社会情勢の変化を背景に、お客さまが保険業界や保険会社に対して求めているものが多様化するとともに新しいニーズも出現しています。また、保険の販売形態についても、保険募集チャネルの多様化や保険代理店の大型化なども進展しています。

こうした中、2012年から金融審議会「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」において、必要な情報が簡潔で分かりやすく提供されるための保険募集・販売の在り方等に関する議論が行われました。

当該議論を受け、情報提供義務や意向把握義務の導入といった「保険募集の基本的ルールの創設」と、保険会社が監督責任を負う従来の募集人規制に加えて「保険募集人（代理店）に対する体制整備義務の導入」を柱とする改正保険業法が2014年5月に成立（公布）しました。

その後、2015年5月27日に改正保険業法に対応する保険業法施行規則や保険会社向けの総合的な監督指針も公布・発出され、2016年5月29日から適用が開始されることとなりました。

一般社団法人日本損害保険協会（以下「損保協会」）では、係る改正保険業法、とりわけ「保険募集人（代理店）に対する体制整備義務の導入」に備え、代理店の皆様が、保険業法等の各種法令や所属保険会社のルール、さらには社会一般の規範等を主体的に遵守し、代理店業務の健全かつ適切な運営を確保するための内部管理体制を整備していくために必要な事項を整理し、分かりやすく解説した「募集コンプライアンスガイド[追補版]」を今般作成いたしました。

代理店の皆様が改正保険業法を適切に理解し、かつ主体的に内部管理体制を構築するための一助として、本追補版を積極的にご活用いただきたく存じます。

2015年6月19日

一般社団法人 **日本損害保険協会**

もくじ

1

保険業法改正の全体像

1-1	全体像.....	1
1-2	スケジュール.....	1

2

保険募集の基本的ルールの創設

2-1	情報提供義務の導入.....	2
2-2	意向把握義務の導入.....	5

3

保険募集人に対する体制整備義務の導入

3-1	代理店の体制整備義務と構築要領.....	8
3-2	募集関連行為に係る体制整備.....	14
3-3	比較説明あるいは推奨販売に係る体制整備.....	19
3-4	フランチャイズ代理店等に係る体制整備.....	25
3-5	大規模な特定保険募集人に係る体制整備.....	26
3-6	テレマーケティング代理店等に係る体制整備.....	27

参考資料

「代理店体制整備準備シート」.....	28
---------------------	----

1

保険業法改正の全体像

1-1 全体像

今般の保険業法改正は、保険業界を取り巻く環境変化を受けて、情報提供義務や意向把握義務の導入といった「保険募集の基本的ルールの創設」と、保険会社が監督責任を負う従来の募集人規制に加えて「保険募集人(代理店)に対する体制整備義務の導入」を柱としています。

法改正の背景

保険商品の多様化

募集チャネルの多様化

代理店の大型化

新ルール・規制の概要

保険募集の基本的ルールの創設

顧客ニーズの把握に始まり保険契約の締結に至る募集プロセスの各段階におけるきめ細かな対応の実現に向け、「積極的な顧客対応」を求める募集規制を導入。

- ◆「情報提供義務」の導入(法第 294 条)
- ◆「意向把握義務」の導入(法第 294 条の 2)

保険募集人(代理店)の体制整備義務の導入

大型乗合代理店の増加等を踏まえ、「保険会社」が監督責任を負う従来の募集人規制に加え、「保険募集人」に対し募集の実態に応じた体制整備等を義務付ける規制を導入。

- ◆保険募集人の体制整備義務の導入(法第 294 条の 3)
- ◆大規模特定保険募集人の帳簿備付け など
(法第 303 条,304 条)

1-2 スケジュール

保険業法改正を受けての新ルールの適用開始に向けた主なスケジュールは下表のとおりです。

時期	新ルール適用開始に向けた工程	募集人の対応事項
2014年5月	改正保険業法の成立(23日)・公布(30日)	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>改正ポイントの把握</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>対応準備期間 (本追補版等)</p> </div>
2015年2月18日	施行規則、監督指針の改正案の公表 (パブリックコメント手続の開始)	
2015年5月27日	施行規則の成立・公布、監督指針の発出	
2015年6月19日	損保協会「募集コンプライアンスガイド[追補版]」の確定	
2015年6月以降～	保険会社の各種マニュアルの確定 (帳票・システム改定スケジュール等も順次リリース)	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>新ルール適用開始</p> </div>
2016年5月29日	改正保険業法の施行 (改正施行規則・改正監督指針の施行・適用も同時)	

2

保険募集の基本的ルールの新設

2-1 情報提供義務の導入

(1) 基本ルール

情報提供義務は、保険募集人等が、保険募集を行う際に、保険契約者・被保険者が保険契約の締結または加入の適否を判断するのに必要な情報の提供を行うことを求めるものです。

これまで監督指針において「契約概要」「注意喚起情報」として提供することを求められていたもののほか、「その他顧客に参考となるべき情報」の提供が法令上の義務として規定されました。

(注)これまで、法第300条第1項第1号において、虚偽説明や重要事項の不告知等禁止行為に限定されていた募集規制に加え、積極的な顧客対応を求める募集規制として対応を求められるものです。なお、情報提供義務の導入に伴い、不告知について罰則が適用される法第300条第1項第1号の(重要)事項の範囲は、「保険契約者又は被保険者の判断に影響を及ぼすこととなる重要事項」として、従来より限定したものとなっています。

(2) 解説

ア. 情報提供義務の内容

保険募集人等は、保険募集を行う際に、以下の情報の提供が必要となります。

①顧客が保険商品の内容を理解するために必要な情報

(保険金の支払い条件、保険期間、保険金額 など)

②顧客に対して注意喚起すべき情報

(告知義務の内容、責任開始期、契約の失効、セーフティネット など)

③その他保険契約者等に参考となるべき情報

(ロードサービス等の主要な付帯サービス、直接支払いサービス など)

また、情報提供は原則として、後述イ. の例外規定に該当するケースを除き、「契約概要」「注意喚起情報」を記載した書面等を用いるなどの一律・画一な手法で行うこととされています。

イ. 情報提供義務の例外規定

(ア)適用除外

保険契約者と被保険者が異なる契約において、被保険者に対する情報提供を求める必要性が乏しい一部の案件については、被保険者に対する情報提供義務は、適用除外となります。

具体的には、以下の場合が適用除外の対象となります。

主なケース	事例
被保険者が負担する保険料が0である保険契約	<ul style="list-style-type: none"> ・世帯主が家族のために付保する傷害保険(世帯主が保険料を負担) ・法人が従業員に対して付保する傷害保険(法人が保険料を負担)
保険期間が1ヶ月以下かつ被保険者が負担する保険料が1,000円以下の保険契約	<ul style="list-style-type: none"> ・レクリエーション保険
被保険者に対する商品の販売、役務の提供または行事の実施等に付随して締結する保険契約	<ul style="list-style-type: none"> ・お祭りの主催者が入場者に付保する傷害保険
確定拠出年金等、年金制度の運営者が契約者となり、同制度の加入者が被保険者となる保険契約	<ul style="list-style-type: none"> ・年金制度等を運営する団体を保険契約者とし、その年金制度等の加入者を被保険者とする保険契約

また、既に締結している保険契約の一部を変更する場合には、保険契約者・被保険者のいずれに対しても、以下の情報は適用除外の対象となります。

- ・ 情報提供の内容に変更すべきものがないとき→すべての情報
- ・ 情報提供の内容に変更すべきものがあるとき→変更されない情報

(イ)一律の手法によらない情報提供

情報提供は、前記ア. のとおり、原則として、「契約概要」「注意喚起情報」を記載した書面等を用いるなどの一律・画一な手法で行うこととされていますが、以下の場合には、情報提供義務の対象となるものの、一律の手法によらない情報提供も認められます。

- ・事業者の事業活動に伴って生じる損害をてん補する保険契約、その他契約内容の個別性・特殊性が高い場合(工場の火災保険等の事業者向けの保険等)
- ・保険料の負担が少額(年間5,000円以下)の場合
- ・団体保険契約において、保険契約者である団体に対して行う情報提供
- ・既存契約の契約内容変更・更新(更改)の場合(変更部分についてのみ)

ウ. 乗合代理店に求められる情報提供義務(比較説明・推奨販売)

「比較説明・推奨販売」に関しても、その提案方法等に応じた情報提供が求められます。詳細は、第3-3章を参照してください。

(3) 業法施行(2016年5月)に向けた具体的な対応

情報提供は、実務上、現行の重要事項説明書の交付等による説明と同様の方法(協会「募集コンプライアンスガイド」の「4. 重要事項の説明について」参照)が維持されます。

なお、具体的な保険商品ごとの重要事項説明書の改定有無や改定スケジュール等の詳細な情報につきましては、所属保険会社からのご連絡をお待ちください。

(4) 留意点

保険募集人は、情報提供が適切に実施されるための体制整備(社内規則等の策定、従業員に対する研修その他の当該社内規則等に基づいて業務が運営されるための十分な体制整備)を図ることが必要です。詳細は第3-1章を参照してください。

■FAQ

Q. 既契約の契約内容変更や、満期更改(継続)のときの情報提供はどのような方法で行えばよいでしょうか？

A. 既契約の内容からの変更箇所について、商品特性や契約手続に応じて、適切な手法を用いて、顧客に対して情報提供を行う必要があります。具体的には、契約内容を変更する場合は、変更依頼書の変更箇所を示すなどの方法で行います。満期更改(継続)の場合は、重要事項説明書を交付することが一般的であり、同書面の交付や更改申込書の変更箇所を示すなどの方法で行います。

Q. 団体契約の被保険者に対しては、どのような対応が必要でしょうか？

A. 団体(契約者)と被保険者に一定程度の密接な関係が認められる団体(企業・官公庁の職域団体等の類別団体等)の契約で、団体(契約者)が被保険者となる者に対して加入勧奨を行う場合は、被保険者への情報提供義務は適用除外となりますが、従来どおり、団体(契約者)から被保険者に対し、保険募集と同程度の情報提供が適切に行われることを確保するための体制整備が求められることに留意が必要です。

団体と被保険者の間に一定の密接性が認められない団体(注)について、団体保険の加入勧奨を行う場合は、代理店および保険会社が被保険者に対する情報提供義務を負います。対象となる団体の範囲や、情報提供の方法等の詳細は、所属保険会社からのご連絡をお待ちください。

(注)監督指針では、カード会社や金融機関が契約者となり、カード会員や預金者を被保険者とする団体保険等が例示されています。

2-2 意向把握義務の導入

(1) 基本ルール

意向把握義務とは、保険を募集する際における顧客意向の把握、当該意向に沿った保険プランの提案、当該意向と当該プランの対応関係についての説明、当該意向と最終的な顧客の意向の比較と相違点の確認を行うことを求めるものです。

従来の意向確認(協会「募集コンプライアンスガイド」の「5. 契約引受について」参照)に加え、募集プロセスにおいて、顧客ニーズに合致した保険商品を適切に選択・購入できるようにするための対応が求められます。

(2) 解説

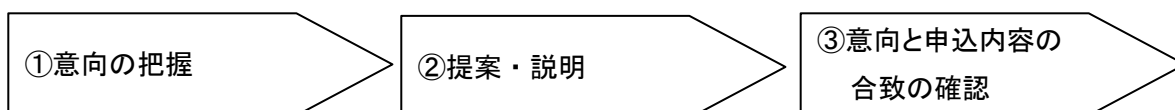
ア. 意向把握義務の導入の目的・背景

これまで、保険業法では、体制整備の一環として、契約を締結する商品と顧客の意向が合致しているかを確認(意向確認)することなどが求められていましたが、今回の改正により、意向の把握から、提案商品の説明、意向確認までの一連のプロセス(意向把握・確認)が法令上の「意向把握義務」として新たに求められることになりました。

イ. 意向把握・確認の具体的手法

第二分野(損保)商品(海外旅行傷害保険、保険期間1年以下の傷害保険を含む)の意向把握・確認の具体的手法は、原則として以下の方法となります。

【基本的フロー】



【各フローの概要】

①意向の把握	<input checked="" type="checkbox"/> 保険金額・保険料を含めた個別プランを説明する前に、お客さまの主な意向・情報を把握します。 ※自動車、不動産購入等に伴う損保商品の提案にあたっては、個別プランの作成に必要な主な意向(年齢条件や運転者の範囲、保険の目的等)や購入した保険の対象等の情報を把握します。
②提案・説明	<input checked="" type="checkbox"/> 上記①で把握した意向・情報に基づいた個別プランを提案し、顧客の意向とどのように対応しているかを含めてわかりやすく説明します。
③意向と申込内容の合致の確認	<input checked="" type="checkbox"/> 契約締結前において顧客の意向と契約の申し込みを行おうとする保険契約の内容が合致しているかどうかを確認します(=意向確認)。

(注) 第一分野商品、および第三分野商品(海外旅行傷害保険、保険期間1年以下の傷害保険を除く)の意向把握・確認の具体的手法・フローは上記とは異なります。詳細につきましては、所属保険会社からのご連絡をお待ちください。

ウ. 意向把握すべき事項の例

■第一分野商品 ■第三分野商品 (海外旅行傷害保険、保険期間1年以下の傷害保険を除く)	■第二分野商品 ■海外旅行傷害保険、保険期間1年以下の傷害保険
<input checked="" type="checkbox"/> どのような分野の保障を望んでいるか <ul style="list-style-type: none"> ・死亡した場合の遺族への保障 ・医療保障(入院時の費用) ・医療保障のうちガン等の特定疾病に備えるための保障 ・傷害に備えるための保障 ・介護保障 ・老後生活資金の準備 ・資産運用 <input checked="" type="checkbox"/> 貯蓄部分を必要としているか <input checked="" type="checkbox"/> 保険期間・保険料・保険金額等に関する範囲の希望、優先する事項がある場合は当該事項	<input checked="" type="checkbox"/> どのような分野の補償を望んでいるか <ul style="list-style-type: none"> ・自動車保険、火災保険等の保険種類 <input checked="" type="checkbox"/> 顧客が求める主な補償内容 <ul style="list-style-type: none"> 【自動車保険】 <ul style="list-style-type: none"> ・運転者年齢条件特約の条件 ・運転者限定特約の有無 ・車両保険の有無 など 【火災保険】 <ul style="list-style-type: none"> ・保険の目的 ・地震保険の有無 など 【海外旅行傷害保険】 <ul style="list-style-type: none"> ・補償の内容・範囲、渡航者、渡航先、渡航期間 など 【保険期間1年以下の傷害保険】 <ul style="list-style-type: none"> ・補償の内容・範囲 など <input checked="" type="checkbox"/> 保険期間・保険料・保険金額等に関する範囲の希望、優先する事項がある場合は当該事項

エ. 意向把握義務の適用除外

意向把握を求める必要性が乏しい一定の場合については、意向把握義務の適用除外となります。具体的には、以下の場合が適用除外の対象となります。

主なケース	事例
情報提供義務の適用除外対象契約	第2-1章(2)イ.(ア)参照 (注)契約者と被保険者が異なり、被保険者への情報提供だけが適用除外となる場合(契約者への情報提供は必要である場合)には、意向把握についても同様に、被保険者への意向把握だけが適用除外(契約者への意向把握は必要)
他の法律により加入を義務付けられている契約	自賠責保険
勤労者財産形成促進法第6条に規定する保険契約	個人型財形保険

(3) 業法施行(2016年5月)に向けた具体的な対応

保険会社所定の帳票(申込書、意向確認書面等)(注)に沿って、適切に意向把握・確認を行います。

(注)保険会社では、具体的な保険商品・募集形態・手続き(新規・更新(更改)・変更等)等に応じて、それぞれで用いる申込書等の帳票に沿って手続きを進めることで、意向把握・確認の基本的なフロー(前記イ、参照)が適切に遂行できるよう、帳票等の見直しを予定しています。

また、意向把握義務の適切な遂行を確認するための措置として、意向把握・確認に用いた保険会社所定の帳票(申込書、意向確認書面等)等を保存するなどの対応が必要となります。

(注)代理店が具体的な保険商品の提案前に、提案する保険会社や商品を検討するために顧客の意向を把握するケース等、保険会社所定の帳票とは別に、代理店独自のアンケート等の帳票により意向把握を行った場合には、当該意向把握に用いたアンケート等の帳票を保存することなどは望ましい対応と考えられます。

なお、具体的な保険商品・募集形態・手続きごとの保険会社所定の帳票類の改定スケジュール等の詳細情報につきましては、所属保険会社からのご連絡をお待ちください。

(4) 留意点

■FAQ

Q. 団体契約の被保険者に対しては、どのような対応が必要でしょうか？

A. 情報提供義務と同様、団体(契約者)と被保険者に一定程度の密接な関係が認められる団体(企業・官公庁の職域団体等の類別団体等)の契約で、団体(契約者)が被保険者となる者に対して加入勧奨を行う場合は、被保険者への意向把握義務は適用除外となりますが、従来どおり、団体(契約者)から被保険者に対し、保険募集と同程度の意向確認が適切に行われることを確保するための体制整備が求められることに留意が必要です。

団体と被保険者の間に一定の密接性が認められない団体(注)について、団体保険の加入勧奨を行う場合は、代理店および保険会社が被保険者に対する意向把握義務を負います。対象となる団体の範囲や、意向把握・確認の方法等の詳細は、所属保険会社からのご連絡をお待ちください。

(注)監督指針では、カード会社や金融機関が契約者となり、カード会員や預金者を被保険者とする団体保険等が例示されています。

Q. 新設される意向把握義務において不適切事案が判明した場合はどうなるのでしょうか？

A. 契約者等からの苦情を端緒として、募集時に顧客の意向の把握・確認が不適切であったことが判明したケース等は、保険業法第294条の2に抵触する行為として保険業法施行規則第85条に基づき、不祥事件の届出対象となることに留意が必要です。

3

保険募集人に対する体制整備義務の導入

3-1 代理店の体制整備義務と構築要領

(1) 基本ルール

保険募集人(代理店)は、保険募集の業務に関し、①重要事項説明、②顧客情報の適正な取扱い、③委託先管理、④比較説明・推奨販売、⑤保険募集人指導事業、その他の健全かつ適切な運営を確保するための体制を構築する必要があります(保険業法第294条の3)。

(注)上記①～③は、既に保険会社に対する体制整備義務として存在し、現在も保険会社経由で保険募集人(代理店)は所属保険会社の諸規則に沿った業務運営が求められています(保険業法第100条の2)。なお、今般の業法改正により、保険会社の諸規則の改定(意向把握義務の反映等)も見込まれますので留意が必要です。

他方、上記④⑤は、新たに代理店に対する体制整備が求められたものであり、いわば代理店の「独自業務」となりますので、所属保険会社の定める諸規則をそのまま遵守するだけでは足りないケースが想定されます。

また、上記①～⑤以外の各種法令や規則類についても、これまでどおり代理店が遵守すべき義務は変わるものではありませんが、代理店が自身でこれらの事項を遵守するための体制整備が法令上の義務として課せられることになります。

(2) 解説

保険募集人の体制整備義務については、監督指針に具体的な留意点が定められています。

参考 監督指針Ⅱ-4-2-9保険募集人の体制整備義務(法第294条の3関係)の抜粋

保険募集人においては、保険募集に関する業務について、業務の健全かつ適切な運営を確保するための措置を講じているか。また、監査等を通じて実態等を把握し、不適切と認められる場合には、適切な措置を講じるとともに改善に向けた態勢整備を図っているか。

- (1) 保険募集に関する法令等の遵守、保険契約に関する知識、内部事務管理態勢の整備(顧客情報の適正な管理を含む。)等について、社内規則等に定めて、保険募集に従事する役員又は使用人の育成、資質の向上を図るための措置を講じるなど、適切な教育・管理・指導を行っているか。

上記監督指針の下線部等を踏まえますと、代理店においては、その規模や業務特性に応じ、保険募集の業務の健全かつ適切な運営を確保するための措置として、以下ア.～エ.のような体制(いわゆるPDCAサイクル)を構築する必要があると考えられます。

- ア. 社内規則等の策定(Plan)
- イ. 適切な教育・管理・指導(Do)
- ウ. 自己点検等の監査(Check)
- エ. 改善に向けた態勢整備(Act)

また、下表は代理店の規模・特性に応じた体制整備イメージを整理したものです。自店の体制整備イメージを把握するとともに、本章(3)(4)を参照のうえ、早期の体制整備完了に努めてください。

＜規模・特性に応じた体制整備のイメージ＞

		特性	
		保険会社の管理・指導の範囲内の業務	独自業務(※2)
規模 (※1)	小規模代理店	《従来型の小規模代理店》 ・ <u>保険会社のマニュアルを自らの社内規則と位置づけ(※3)</u> 、同社内規則等に沿って適切かつ主体的に業務を実施する体制を整備 ・代理店主による従業員に対する教育・管理・指導の実施、自主点検の実施 など	《独自業務を行う小規模代理店》 ・左記の体制を整備 ・ <u>独自業務に係る社内規則の策定、その特性</u> に応じ、代理店主による従業員に対する教育・管理・指導の実施(※4)、自主点検の実施 など
	大規模代理店	《右記以外の大規模代理店》 ・ <u>保険会社のマニュアルを自らの社内規則と位置づけ(※3)</u> 、同社内規則等に沿って適切かつ主体的に業務を実施する体制を整備 ・その <u>規模</u> に応じ、代理店主・ <u>管理者等</u> による担当拠点・従業員に対する組織的な教育・管理・指導の実施、自主点検の実施 など	《独自業務を行う大規模代理店》 ・左記の体制を整備 ・ <u>独自業務に係る社内規則の策定、その規模・特性</u> に応じ、代理店主・ <u>管理者等</u> による担当拠点・従業員に対する組織的な教育・管理・指導の実施(※4)、自主点検の実施 など

(※1)「規模」については、代理店主のみによる管理が可能な規模を「小規模」、拠点数や募集人数が多く、代理店主以外の者等による管理も必要な規模を「大規模」と表記しています。

(※2)「独自業務」の例としては、複数保険会社商品の比較説明・推奨販売をする場合や、フランチャイズ代理店による保険募集人指導事業等の、所属保険会社のマニュアルに記載のない業務があります。

(※3)代理店独自の社内規則の策定を否定する趣旨ではありません。ただし、「保険会社の管理・指導の範囲内の業務」について代理店独自の社内規則を策定する場合は、各保険会社のマニュアルに反しない内容とすることに留意が必要です。

(※4)例えば、個別商品の説明に加え、商品間比較についても研修等を実施することなどが考えられます。

(3) 業法施行(2016年5月)に向けた具体的な対応

当協会では、代理店がその規模や業務特性に応じた内部管理体制を整備するためのサポートツールとして、自己チェック形式の「代理店体制整備準備シート」(巻末資料参照)を作成しました。

「代理店体制整備準備シート」の各STEPと項目に沿って自店の現状(準備状況)を自己チェックし、体制整備未了の項目は対応すべきことを本追補版等で確認のうえ、極力、早期に対応を完了するようにしてください(注)。

(注)業法施行(2016年5月29日)までに形式的に体制を整えるのみならず、PDCAサイクルを有効にまわし、実効性の高い体制を構築するためには、より早期の対応が重要です。極力、前倒しで(例えば2015年12月までに)対応を完了してください。

なお、下記ア.～エ.では、PDCAサイクルを構築するうえでの具体的な考え方を解説しています。
「代理店体制整備準備シート」の各STEPと項目に沿って自己チェックする際に、あわせてご確認ください。

ア. 社内規則等の策定(Plan)について

代理店は、業務の健全かつ適切な運営を確保するための社内規則等を策定し、自ら当該社内規則等に沿って業務運営を行う体制が求められます。

ただ、前記(1)にも記載のとおり、保険募集に関する法令等の遵守については、現在も所属保険会社の定める諸規則に沿った業務運営が求められています。したがって、所属保険会社(以下、乗合代理店の場合は、すべての所属保険会社とします)の諸規則に従って業務遂行している場合には、所属保険会社の諸規則を自店の社内規則と位置付けることで足りると考えられます。

(注)代理店独自の社内規則の策定を否定する趣旨ではありません。ただし、「保険会社の管理・指導の範囲内の業務」について代理店独自の社内規則を策定する場合は、各保険会社のマニュアルに反しない内容とすることに留意が必要です。

一方、所属保険会社の諸規則に規定のない「比較説明・推奨販売」や「保険募集人指導事業」等の独自業務を営んでいる場合には、当該独自業務については、代理店独自の社内規則を策定する必要があります。

イ. 適切な教育・管理・指導(Do)について

ア. で定めた社内規則等に沿った健全かつ適切な運営を確保するため、代理店内で、所属募集人に対し、適切な教育・管理・指導を行うことが必要です。

「教育・管理・指導」については、一律に「ここまでの教育・管理・指導を行えば大丈夫」といった水準を示すことは困難です。ただ、ベースとなる体制としては、所属保険会社の諸規則に基づき、取得必須とされている各種試験の合格や各種研修への参加を、代理店主から所属募集人に求め、その取得状況や受講状況を管理・指導していくなどの体制が考えられます。

また、形式的な教育・管理・指導に陥ることがないように、例えば、後述ウ. の自己チェックの取組みを通じて、所属募集人に対する教育・管理・指導を行うような体制も有効と考えられます。

一方で、代理店の規模や業務特性に応じ(注)、所属募集人に対して適切な教育・管理・指導を行うことは、お客さまの信頼に応えるために重要な事項であり、代理店独自の強みにもなり得る極めて大切な取組みと考えられます。下表に当協会が実施する各種試験・教育制度を記載していますので、所属保険会社が提供する任意参加の各種研修や教育メニュー・ツール等とも組合せのうえ、自店の規模や業務特性に応じた適切な教育・管理・指導に積極的に活用ください。

(注)代理店の「規模」に応じた体制整備の考え方として、代理店主による教育・管理・指導が可能な規模か否かが1つの目安になると考えられます。

具体的には、「店主・募集人ともに親族のみで構成される代理店」や「拠点は1か所、かつ、募集人数は店主の目が行き届く程度の人数の代理店」等については、代理店主による教育・管理・指導が可能な「規模」と考えられます。したがって、例えば、所属保険会社が実施するコンプライアンス研修等についても、店主が受講のうえ、所属募集人に周知するような体制も想定されます。

他方、「拠点は1か所、ただし、募集人数は店主のみでは管理が行き届かない大人数の代理店」や「複数の拠点を有し、各拠点長が各拠点に勤務する募集人を管理している代理店」等については、拠点単位や募集人数に応じ、代理店主 以外の管理者を適切な規模で配置し、当該人員に対し業務の遂行に必要な権限を与え、組織的な教育・管理・指導等の体制を整備する必要があると考えられます。

参考 損保協会が実施する各種試験・教育制度

試験・教育制度	解説
損害保険募集人一般試験 「基礎単位」	損害保険の基礎や募集コンプライアンス等に関する知識を修得するための試験であり、この単位に合格しないと、代理店登録または募集人届出ができません。 また、5年ごとに単位を更新する必要があり、有効期限までに単位を更新しなければ、有効期限の翌日から保険募集ができなくなることから、所属するすべての募集人の取得推進、有効期限管理等を行う必要があります。
損害保険募集人一般試験 「商品単位(自動車保険単位・火災保険単位・傷害疾病保険単位)」	自動車保険単位・火災保険単位・傷害疾病保険単位の3単位で構成されており、各保険商品に関する知識を修得するための試験であり、その取扱種目に応じた「商品単位」に合格しないと、当該保険商品の説明等を行うことができません。 また、5年ごとに単位を更新する必要があり、有効期限までに単位を更新しなければ、有効期限の翌日から、当該保険商品を募集できなくなりますので、「基礎単位」とあわせて所属するすべての募集人の取得推進、有効期限管理等を行う必要があります。
損害保険大学課程 専門コース	損害保険の募集に関連の深い分野について、「損保一般試験」基礎単位よりも一層専門的に知識を修得するためのコースです。 本コースでは、「法律」「税務」「社会保険」「リスクマネジメント」「隣接業界」について学習し、お客さまへさらにわかりやすく保険商品の説明ができることを目指します。
損害保険大学課程 コンサルティングコース	「専門コース」の認定取得者が、同コースで修得した知識を踏まえ、お客さまのニーズに応じたコンサルティングを行うことができるように、より実践的な知識・業務スキルを修得するためのコースです。 本コースでは、「代理店・募集人の使命と役割」を再確認したうえで、「コンサルティングの基本と実務」「個人を取り巻くリスクとコンサルティング」「企業を取り巻くリスクとコンサルティング」等について学習し、お客さまに総合的なコンサルティングが行えることを目指します。

ウ. 自己点検等の監査(Check)について

今般の業法改正において、代理店に対する内部管理体制の整備が新たに求められた趣旨に鑑みますと、自己点検等の監査を通じて、自店内の各種ルールの遵守状況を主体的・自律的に自己チェックすることは、最も象徴的かつ重要な改定点と考えられます。

また、代理店の体制整備義務が導入されることに伴い、保険会社による代理店点検・監査のあり方も変わってくるものと思われます。これまでは、代理店が保険会社の諸規則どおりに業務運営を行っているかを、保険会社主体で点検する手法でした。今後は、代理店が自身で定めた諸規則どおりに業務運営を行っているかを、保険会社主体の点検だけでなく、代理店主体で自己チェックすることになると考えられます。

(注) 代理店帳簿点検のように、保険会社主体の点検も引き続き行われることに留意が必要です。

なお、自己チェックのイメージとしては、協会「募集コンプライアンスガイド」の巻末に掲載している「保険募集のコンプライアンスのチェックリスト」や所属保険会社が代理店点検・監査時等に提供する自主点検シート等を活用することなどが考えられます。具体的な活用例として、例えば、代理店は定期的により上記のチェックリスト等を活用した自己チェックを実施し、不備が判明した場合にはただちに改善策を講じるとともに、その経緯等を記録・保存するといった基本的なPDCAサイクルを構築することが考えられます。

また、所属保険会社の諸規則に規定のない「比較説明・推奨販売」や「保険募集人指導事業」等の独自業務を営んでいる場合には、代理店独自の自己点検等の監査を実施する必要があることにご注意ください。

エ. 改善に向けた態勢整備(Act)について

所属保険会社の管理・指導の範囲内で実施している業務に関しては、前記ウ. の代理店による自己点検と所属保険会社による点検や監査、あるいは、代理店に寄せられる「苦情」等を通じて判明した不備に対し、確実に改善策を講じ、その経緯等を記録・保存するといった態勢の構築が基本的サイクルになると考えます。

改善策の検討手順としては、点検・監査や「苦情」等を通じて判明した不備の発生原因を把握したうえで、例えば、「社内規則」(Plan)の不備が発生原因と判明した場合には社内規則の見直しを、所属募集人に対する教育体制(Do)が不十分と判断される場合には教育方法の改善等を図ることなどが考えられます。

なお、具体的な改善態勢の記録・保存の方法として、例えば、前記ウ. の自己チェックで活用するチェックリスト等に、判明した不備に対する改善対応を記録する欄も設けることで、「改善に向けた態勢整備」の補助ツールとして有効活用することなども考えられます。

また、所属保険会社の諸規則に規定のない「比較説明・推奨販売」や「保険募集人指導事業」等の独自業務を営んでいる場合には、前記ウ. の自己点検等の監査と同様、代理店の規模・業務特性に応じた独自の改善に向けた態勢整備が必要になります。

(4)留意点

代理店の体制整備義務が導入された以降は、例えば、特定の代理店に対する「苦情」が一定集中して監督当局に寄せられた場合には、監督当局が直接、当該代理店に対して報告を求め、重大な問題があると認められる場合には行政処分が行われる可能性もあります(監督指針Ⅱ-4-2-9(9))。

監督当局からの報告徴求時には、当該代理店において「苦情に至った原因」の把握が求められ、「代理店主による所属募集人に対する教育はどのように行っていたのか？」など、まさに代理店の体制整備状況の確認が行われることが予想されます。

こうしたケースに備える観点からも、形式的な体制整備にとどまらず、PDCA対応記録を備え、対外的な説明責任を果たせるような実効性のある体制を備えていくことが重要です。

■FAQ

Q. 自己点検等の監査については、規模が小さい代理店等では、独立した内部監査部門による監査までが求められるものではないと考えてよいでしょうか？

A. 全ての代理店において、必ずしも独立した内部監査部門による監査が求められるものではありません(例えば、前記(3)イ.(注)のように「代理店主による教育・管理・指導が可能な規模」の場合は、代理店主が監査を実施することも考えられます)。ただし、代理店の規模や業務特性に応じ、その態勢のあり方が十分に合理的で、かつ、実効性のあるものである必要があります。

Q. 「自賠償のみ代理店」についても、一律に「代理店体制整備準備シート」による体制整備が必要でしょうか？

A. 自賠償保険は業界共通商品であり、かつ、比較説明・推奨販売等の独自業務が想定されないことから、これまでと同様に、保険会社の諸規則を自店の規則として位置づけ、これに沿って業務を行うこととなります。自賠償保険の商品特性に鑑みますと、一律に「代理店体制整備準備シート」による体制整備が必要というものでもなく、保険会社の指導に従い研修等に参加したり、保険会社による各種代理店監査や点検を通じて、自店の体制を確認することも基本的に足りると考えます。

Q. 「店主のみ代理店」についても、一律に「代理店体制整備準備シート」による体制整備が必要でしょうか？

A. 「店主のみ代理店」については、所属募集人に対する教育・管理・指導の必要性がありません。

したがって、その観点においては、一律に「代理店体制整備準備シート」による体制整備が必要というものでもありませんが、保険会社の点検・監査の機会等を通じて、店主自身が「募集関連行為」を第三者に委託等の関係に基づいて行わせていないか、推奨販売時の自店独自の推奨理由・基準を定めているかなどの自己点検を行い、各種規制を遵守していくことが必要と考えられます。

3-2 募集関連行為に係る体制整備

(1) 基本ルール

ア. 「保険募集」定義の明確化

従来、募集の定義とされていた内容に加え、紹介行為など、保険募集プロセスにおける一部行為が「保険募集」に該当するか否かを、以下の要件に照らして総合的に判断することが明確化されました。(監督指針Ⅱ-4-2-1(1))

①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(注)があるか

(注)保険会社又は保険募集人等から報酬を受け取る、資本関係等を有する など

および

②具体的な保険商品の推奨・説明を行っているか

これにより、保険募集人から報酬を受け取ったり、保険募集人と出資関係や人的関係がある者が、具体的な保険商品の説明を行い、加入をすすめるといった行為は、募集行為と判断され募集規制を受けることとなります。

(注)なお、「保険会社又は保険募集人と資本関係等を有する」とは、パブリックコメント回答において、「保険会社又は保険募集人との出資関係が25%を超える場合や、役職員の出向・派遣等の人的関係がある場合に、該当性が判断される」旨、示されています。

イ. 「募集関連行為」に対する規制の導入

契約見込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のうち、「保険募集」に該当しない行為が「募集関連行為」と定義されました。

保険募集人が「募集関連行為」を第三者に委託等の関係に基づいて行わせる場合には、当該第三者(以下、「募集関連行為従事者」といいます。)が保険募集に該当する行為に及ぶなど不適切な行為が行われないよう、適切に管理することが求められています。

この規制は、募集関連行為従事者に対する直接の規制ではなく、保険募集人の管理責任を求めるものであり、管理・指導を行う体制の整備が必要です。(監督指針Ⅱ-4-2-1(2)、Ⅱ-4-2-9(3))

「募集関連行為」は「募集行為」には該当しないため募集規制を受けるものではありませんが、募集関連行為従事者が本来行ってはならない「募集行為」を行ってしまった場合、保険募集人の管理責任が問われることとなります。

(2) 解説

ア. 背景

近年、いわゆる比較サイトや顧客紹介行為のように、広い意味での保険募集プロセスの一部を保険募集人以外の者が行うケースが増加しており、その行為が「保険募集」に当たるかどうか必ずしも明らかで

ないケースも出現しています。保険募集人以外の者が保険募集(説明等)よりも前に、誤った情報を顧客に与えた場合、後で保険募集人の説明を受けたとしても、その誤解が解消されないことが懸念されることから、「保険募集」の定義の明確化と「募集関連行為」に対する規制が導入されました。

イ. 「募集関連行為」とは

契約見込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のプロセスのうち、「保険募集」に該当しない行為を「募集関連行為」といいます。

例えば、「保険商品の推奨・説明を行わず、契約見込客の情報を保険会社または保険募集人に提供するだけの行為」や「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のうち、保険会社または保険募集人からの情報を転載するにとどまるもの」等が該当します。

ウ. 「募集関連行為」に対する規制

「募集関連行為」については、直ちに募集規制を受けるものではありません。しかし、保険募集人は、募集関連行為を第三者に委託し、またはそれに準じる関係に基づいて行わせる場合には、募集関連行為従事者が不適切な行為を行わないよう、適切に管理・指導を行う必要があります。

(注)「委託し、またはそれに準じる関係」とは、紹介料その他の報酬(金銭等)を支払う場合や、支払わない場合でも、例えば両者が一定の関係(親会社・子会社の関係等)のもとにおいて指図を受ける関係にあること等が考えられます。

(3) 業法施行(2016年5月)に向けた具体的な対応

保険募集人が募集関連行為を第三者に委託等の関係に基づいて行わせる場合には、結果的に募集関連行為従事者が本来行ってはいけない募集行為等を行ってしまう可能性があるため、留意が必要です。募集関連行為従事者に委託等を行う場合には、募集関連行為従事者が不適切な行為を行わないよう、下記の手順等に基づき、適切な管理体制を整備する必要があります。

☑手順1 自店で行っている募集プロセスの実態の確認・把握

募集関連行為を含め自店の全ての募集プロセスを、定期的に確認し、実態を把握します。募集関連行為を第三者に委託等(契約の有無は問いません)していることが確認された場合は手順2に進みます。

(注1)募集関連行為は、代理店として委託等するだけでなく、個々の募集人が委託等するケースも想定されるため、自店に所属するすべての募集人について確認する必要があります。

(注2)募集関連行為の該当性については、個別具体的に判断する必要があるものの、一般的には、例えば既存の顧客等に対し「どなたか紹介いただけませんか」など見込み客の紹介をお願いする程度であれば、委託等にまでは至らないと考えられます。

☑手順2 募集関連行為についての実態の確認・把握

手順1で確認されたケースについて、主に次の点について確認します。

- 委託等を行っている第三者(募集関連行為従事者)の氏名
- 委託等を行っている募集関連行為の具体的な内容
- 募集関連行為従事者に支払っている報酬の有無(有の場合は報酬の支払方法) など

☑手順3 募集関連行為従事者が不適切な行為を行っていないかの管理

以下の留意点に基づき、募集関連行為従事者に不適切な行為を行わせないよう、募集人等への教育・管理・指導を徹底します。

【留意点】

- ① 募集関連行為従事者が、保険募集に該当するような行為を行っていないか。その他、特別利益の提供等の募集規制の潜脱につながる行為を行っていないか。
- ② 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、誤った商品説明や特定商品の不適切な評価を行うなど、保険募集人が募集行為を行う際に顧客の正しい商品理解を妨げるおそれのある行為を行っていないか。
- ③ 募集関連行為従事者が、個人情報の第三者への提供に係る顧客同意の取得等の手続きを個人情報の保護に関する法律等に基づいて、適切に行っているか。

☑手順4 募集関連行為従事者との適正な関係の構築

募集関連行為従事者への支払手数料の設定については、不適切な行為を誘発しないよう、以下の留意点に基づき、慎重な対応が必要となります。

【留意点】

例えば、保険募集人が、高額な紹介料やインセンティブ報酬を払って募集関連行為従事者から見込み客の紹介を受ける場合、募集関連行為従事者が本来行うことができない具体的な保険商品の推奨・説明を行う可能性を高めると考えられるため、慎重な対応が求められます。

(注)募集関連行為従事者に対する謝礼は、当該謝礼が募集関連行為者から契約者等に対して「保険料の割引・割戻し」や「特別利益の提供」として提供されることがないよう、社会通念上の景品程度の範囲内で、現金ではなく物品や用途が限定された金券類(図書券やビール券等)を提供するにとどめるのであれば問題はありません。

一方、社会通念上の景品程度の範囲を超えて手数料を支払う場合は、個別のケースに応じて、同手数料の設定が、募集関連行為従事者が保険募集に及ぶインセンティブが働くようなものになりうるかどうかといった検討のほか、募集関連行為に関する教育・指導の状況や、日常の管理体制等も勘案し、不適切な行為を防止する実効性があるといえるような管理体制を整える必要があります。

また、保険募集人は、募集関連行為従事者に対して、上記留意点を含めた指導事項を示した文書や、適切な態勢整備等の確約を求める文書を交付するなどし、不適切な行為を行わないよう指導等するほか、ルールの遵守状況について定期的なチェック等を行い、必要に応じて改善を図っていくといった体制を整備する必要があります。

(4) 留意点

■FAQ

Q. 「保険募集関連行為」にとどまらず「保険募集」に該当するような行為の例はありますか？

A. 例えば、以下の行為については、「募集」に該当し得ることに留意する必要があります。

- ① 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、保険会社又は保険募集人などから報酬を得る行為
- ② 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を提供する者が、保険会社又は保険募集人な

どから報酬を得て、具体的な保険商品の推奨・説明を行う行為

Q. 明確化された保険募集の要件のひとつに、「具体的な保険商品の推奨・説明を行っているか」とありますが、どのようなことを伝えると同要件にあたることになるのでしょうか？

A. 具体的な保険内容や優位性に触れるものでなければ、単に保険会社名や保険商品・種目名、代理店名に触れたことをもって、ただちに募集行為にあたるものではありません。ただし、一連の行為の中で、特定の保険会社や保険商品を推奨するような意味合いで保険会社名を告げる行為は、「具体的な保険商品の推奨・説明」に該当する可能性がありますので、慎重な対応が必要です（募集関連行為従事者に現金報酬等を伴って見込み客の紹介等を行わせる場合には、特に注意が必要です）。

Q. 「保険募集」にも「保険募集関連行為」にも該当しない行為の例はありますか？

A. 保険会社または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き等についての説明、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、保険会社または保険募集人の広告を単に掲載するだけの行為等が考えられます。

Q. 「募集関連行為従事者」に該当する例として「比較サイト」とありますが、比較サイトとはどのようなものですか？また、該当する例として比較サイトの他にどのようなものが想定されますか？

A. 比較サイトとは、例えば保障（補償）内容や保険料等に係る希望の条件を入力すると複数の保険会社の商品間における、それらの条件に基づいた比較内容が表示されるインターネットサイト等を想定しています。

また、比較サイトの他には、税理士、社労士、ファイナンシャルプランナー、不動産業者等が、自らの顧客を契約見込客として保険会社や保険募集人に紹介するといったケースが想定されます。

なお、代理店の広告を単に掲載するだけの行為であれば、保険募集にも募集関連行為にも該当しないと考えられます。ただし、その広告とあわせて、比較サイト等が独自の見解として当該商品を推奨する内容を記載している場合には、前記（１）ア. の①と②のいずれにも該当するか否かを判断し、両方に該当する場合には、具体的な報酬額の水準や商品の推奨・説明の程度等から総合的に判断する必要があることに留意が必要です。

Q. 「募集関連行為従事者」への支払手数料の設定について、「慎重な対応」とはどのようなことを指しますか？また「インセンティブ報酬」とはどのようなことでしょうか？

A. 社会通念上の景品程度の範囲内で、現金によらず物品・用途が限定された金券類（図書券やビール券等）の提供にとどまるものであれば問題ありません。一方、上記を超え、高額な紹介料やインセンティブ報酬を払う場合は、「募集関連行為従事者」が本来行うことができない具体的な保険商品の推奨・説明を行ってしまうことにつながるおそれがあるため、金融庁の監督指針にも留意が必要と明記されています。

また、インセンティブ報酬とは紹介した見込客数や紹介した見込み客の成約保険契約の保険料等に応じて増加する報酬を指すものです。

以上のとおり、物品・用途が限定された金券類の提供にとどまらない場合には、代理店の責任において「慎重な対応」を行うようにしてください。

Q. 損保ビジネスでは、本業や福利厚生制度等に付随して提携代理店に見込客を紹介する事例が見受けられます。これらは、いずれも提携代理店から報酬としての金銭を受け取らずに行われるケースであれば、「第三者に委

託等」にまでは至らず、規制の対象外と考えてよいでしょうか？

(例)

□保険以外の本業取引顧客に対して、別途同意等を得て、本業に関連するサービス紹介の一環として、付随的に提携先の代理店に紹介を行うケース

□福利厚生制度の一環として、企業が対象従業員等の同意等を得て、提携代理店に紹介を行うケース など

A. 報酬としての金銭を受け取らずに行われるケースであっても、その実態の経済的な価値や目的等に照らして、総合的に判断すべきものであると考えられます。ただ、上記で例示されたケースについては、顧客の同意を得たうえで、報酬等も受領せずに行っているケースであり、前記(3)の留意点を逸脱するリスクは小さいと考えられます。

したがって、募集関連行為従事者の管理リスト等の作成や定期的なチェック等によらないまでも、紹介票の用紙等を提携先や親会社等に事前に渡す際に募集行為等の不適切な行為を行わないよう注意喚起したり、紹介票を受領する際に個人情報取扱の同意等を確認することでも足りると思います。

3-3 比較説明あるいは推奨販売に係る体制整備

(1) 基本ルール

複数の保険会社の保険商品を販売する代理店(注)は、比較説明・推奨販売を行う場合には、顧客に対し、それぞれ下記の説明を行うとともに、適切に当該説明を行うことを確保するための措置を講じなければなりません。(保険業法第294条、第294条の3、施行規則227条の2第3項第4号、同227条の12,14、監督指針Ⅱ-4-2-9(4)(5))

(注)生保と損保の代理店を兼営する場合、生損共に専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品(がん保険等)等を販売する際に限っては、下表ア、イ、の規制対象となります。また、ウ、は、専属・乗合を問わずすべての代理店が規制対象となります。

販売方法等	義務の内容
ア. 比較説明を行う場合	比較すべき事項を偏りなく説明するための措置
イ. 推奨販売を行う場合	複数保険会社商品から、提案する商品をどのように選別したのかを説明するための措置 (ア)顧客意向に沿って商品を選別し、商品を推奨→候補となる対象商品の概要と推奨理由 (イ)自店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を推奨→当該推奨理由
ウ. 顧客の誤認防止	代理店が保険会社の委託を受けたものでないと顧客が誤認することを防止するための措置

(2) 解説

ア. 比較説明を行う場合

比較説明を行う場合には、保険契約者・被保険者または不特定の者に対して、誤解させるおそれのあるものを告げ、または表示することを防止するための措置を講じなければなりません。(施行規則第227条の2第3項第4号イ、同227条の14第1項)

とりわけ、自らが勧める商品の優位性を示すために他の商品との比較を行う場合には、当該他の商品についても、その全体像や特性について正確に顧客に示すとともに自らが勧める商品の優位性の根拠を説明するなど、顧客が保険契約の契約内容について、正確な判断を行うに必要な事項を包括的に示す必要がある点に留意が必要です。(業法300条1項6号、監督指針Ⅱ-4-2-2-(9)、同Ⅱ-4-2-9(5)(注2))

イ. 推奨販売を行う場合

(ア)顧客意向に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合(注1)

(施行規則第227条の2第3項第4号ロ、同227条の14第2項、監督指針Ⅱ-4-2-9(5)①②)

当該代理店が取り扱う商品の中から、顧客の意向に基づき比較可能な商品(保険募集人の把握した顧客の意向に基づき、保険の種類や補償(保障)内容等の商品特性等に基づく商品の絞込みを行った場合には、当該絞込み後の商品)の概要を明示し、顧客の求めに応じて商品内容を説明する措置を講じなければなりません。

加えて、提案商品を提示・推奨した理由を分かりやすく説明する措置、特に、代理店の判断により、顧客の意向に合致している商品の中からさらに絞込みを行った上で、商品を提示・推奨する場合には、商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等(注2)について、説明を行う措置を講じなければなりません。

(注1) 当該(ア)の推奨販売を行う際に、同時に前記ア. の比較説明を行う場合はアとイ. (ア)の双方を満たす説明が必要です。

(注2)形式的には客観的な商品の絞込みや提示・推奨を装いながら、実質的には、例えば保険代理店の受け取る手数料水準の高い商品に誘導するために商品の絞込みや提示・推奨を行うことのないよう留意する必要があります。

(イ) 自店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合

(施行規則第227条の2第3項第4号ハ、同227条の14第2項、監督指針Ⅱ-4-2-9(5)③)

前記(ア)とは異なり、乗合代理店の独自の推奨理由・基準に沿って商品を絞込み、または特定の商品を顧客に提示・推奨する場合には、その基準や理由等(特定の保険会社との資本関係やその他の事務手続・経営方針上の理由を含む)を説明する措置を講じなければなりません。

(注1) 各保険会社間における「公平・中立」を掲げる場合には、商品の絞込みや提示・推奨の基準や理由等として、特定の保険会社との資本関係や手数料の水準その他の事務手続・経営方針等の事情を考慮することのないよう留意します。

(注2) 通常は当該(イ)の推奨販売を行っている代理店が、顧客要望を受けて例外的に前記ア. の比較説明または(ア)の顧客意向に沿った推奨販売を行う場合には、各々の説明を果たす必要があります。

ウ. 顧客の誤認防止

代理店は、保険会社のために保険契約の締結の代理・媒介を行う立場を誤解させるような表示を行ってはなりません。

特に、単に「公平・中立」との表示を行った場合、「保険会社と顧客との間で中立である」と顧客が誤解するおそれがある点に留意が必要です。(施行規則第227条の12、監督指針Ⅱ-4-2-9(4))

(注) 施行規則第227条の12では乗合代理店が規制対象となっていますが、監督指針Ⅱ-4-2-9(4)では全ての代理店に対する留意事項として示されています。

(3) 業法改正(2016年5月)に向けた具体的な対応

複数の保険会社の保険商品を販売する代理店については、自店の比較説明・推奨販売方針によって、求められる体制整備事項が異なります。また、同じ「比較説明・推奨販売」を行う代理店であっても、日常的に複数保険会社の商品の比較説明かつ推奨販売を行っている乗合代理店と、通常は前記(2)イ. (イ)のように自店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し推奨している乗合代理店が、顧客からの要望を受けたときのみ例外的に前記(2)イ. (ア)の推奨販売を行う場合とでは、必要となる体制にも差異があると考えられます。

つきましては、次の手順等を参考に、自店方針の確認・決定を行ったうえで、必要な体制を構築する必要があります。

なお、下記手順の確認・決定や体制構築においては、巻末資料の「代理店体制整備準備シート」のうち、「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」をご活用ください。

☑手順1 自店の比較説明・推奨販売方針の確認・決定

前記(2)ア、およびイ、を参照のうえ、自店の比較説明・推奨販売方針の確認・決定を行います。

なお、前記(2)ウ、を踏まえ、「公平・中立」などの顧客が誤認するおそれのある表示を行っていないことも確認し、万一、行っている場合には表示の見直しを行います。

☑手順2 自店方針を踏まえての社内規則の策定と所属募集人に対する教育・管理・指導

所属保険会社の諸規則に規定のない「比較説明・推奨販売」を行う代理店においては、代理店独自の社内規則を策定し、所属募集人に対して教育・管理・指導を行う必要があります。

他方、例えば、前記(2)イ、(イ)のように「自店独自の推奨理由・基準」に沿って推奨販売のみを行うにとどまるような乗合代理店においては、一律に代理店独自の社内規則の策定によらずとも、所属保険会社の諸規則に記載されている比較説明・推奨販売時の汎用的な留意点(業法や監督指針の該当条項に係る留意点)等を自店の社内規則と位置づけて遵守していくことで足りる場合もあると考えられます。

ただし、所属保険会社の諸規則に記載の汎用的な留意点のみをもって、所属保険募集人に対し、実効性のある教育等を行っているとは位置づけることは困難と考えられます。そのようなケースでは、独自の社内規則の策定までは行わないものの、「自店独自の推奨理由・基準」を定めたうえで、顧客に説明すべき「自店独自の推奨理由・基準」を記載した社内通達の発信や巻末資料の「代理店体制整備準備シート」の回覧等による社内研修等の実施、あるいは、後述の自己チェック等を通じて、教育・管理・指導を行う必要があります。

☑手順3 自店方針の遵守状況の自己チェック

所属募集人が、自店の方針に沿って比較説明・推奨販売していることを自己チェックします。

☑手順4 不備判明時の改善態勢

自己チェックで不備を把握した場合や顧客苦情等で不備が判明した場合は、すみやかに改善策を講じるとともに、あらためて所属募集人への自店方針の周知徹底や方針見直しの検討を行います。

(4) 留意点

■ F A Q

■ 比較説明

Q. 業法改正を踏まえ、複数社商品の比較説明を行う方針とした場合の代理店体制整備義務との関係や、独自作成する比較募集文書と保険会社による募集文書の事前点検との関係はどうなるのでしょうか？

A. パブリックコメントに対する金融庁の考え方として「Ⅱ-4-2-9(5)に基づく比較推奨販売に係る体制整備については、一義的には当該販売方法を用いた保険募集を行う保険募集人に対して求められるもの」、また、比較募集文書については「各種法令を順守する必要があるほか、業界全体で策定している自主ガイドラインも参考に作成する必要があると考えますが、各作成主体の責任において適切に作成、使用される必要がある」旨の回答が公表されました。これを受け各保険会社は、代理店が独自作成する比較募集文書のうち、自社引受商品に係る表示部分の適切性については事前点検を行うものの、比較募集文書全体の表示の適切性については一定の指導を行うにとどまると考えられます。以上のとおり、比較募集文書全体の表示の適格性等については作成主体である代理店が責任を負うこと、とりわけ不適切な表示がなされた場合は業法300条1項6号に抵触するおそれがあることなどに十分留意のうえ、慎重に判断してください。

Q. 監督指針Ⅱ-4-2-9(5)①に基づき比較可能な商品の概要を明示する行為のみ、あるいは、複数の保険会社作成の見積書やパンフレットをそれぞれ交付したうえで顧客自身に保険商品を選択していただく行為のみであれば、法300条1項6号関連の監督指針Ⅱ-4-2-2(9)に定められている「比較表示」に該当しないという理解でよいでしょうか？

A. 比較可能な商品の概要を明示し、求めに応じて内容説明している場合、あるいは、複数保険会社のパンフレットの交付・説明のみを行う場合には、監督指針Ⅱ-4-2-2(9)に規定のある比較表示には該当しないと考えられます。ただし、概要明示の際に、実質的に契約内容を比較した場合には、該当することに留意が必要です。

■推奨販売

Q. 前記(2)イ.(ア)の「顧客の意向に基づき比較可能な商品」について、多数の店舗を展開している大型代理店では、店舗によって実際に募集する保険商品が異なる可能性があるが、この場合、取扱商品が少ない店舗では、自店舗で扱っている商品のみを説明すればよいでしょうか？

A. 原則として、保険会社から販売を委託された商品は、すべて取扱可能な商品となります。ただし、例えば、社内規則において店舗に応じて取扱商品を決めている場合には、その範囲内となります。なお、乗合代理店は、これまでも取り扱える保険会社の範囲を説明することが求められていますので、自店舗の取扱商品に限らず、代理店として(他店舗を含め)取扱える保険会社の範囲を説明することが必要です(協会「募集コンプライアンスガイド」の「2. 募集人の権限等に関するお客さまへの説明について」参照)。

Q. 前記(2)イ.(ア)の「顧客意向に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合」に必須となる「顧客の意向に基づき比較可能な商品の概要を明示」とは、「商品名・引受保険会社名」の一覧明示などでも足りるでしょうか？

A. 「商品名・引受保険会社名」の一覧明示などでは不十分であり、保険会社のパンフレットにおける商品概要のページなど、商品内容の全体像が理解できる程度の情報を明示する必要があります。

Q. 前記(2)イ.(イ)の自店独自の推奨理由・基準とは、どのような例が考えられますか？

A. 保険募集人が特定の商品を提示する理由等は様々であると考えますが、いずれの場合においても、その理由が合理的なものである必要があるとともに、理由が複数ある場合にはその主たる理由をわかりやすく説明する必要があります。

なお、例えば、以下のように「代理店の経営方針に基づくこと」を説明することなどが考えられます(さらに、経営方針を定めた理由を追加説明することなども考えられます)。

■「当店は、□□損保・生保の商品を主に取り扱う経営方針である」

■「当店は、□□損保・生保のグループ会社であるため、□□損保・生保の商品を提案する経営方針である」

■「当店は、所属保険会社の中で最も事務に精通している●●損保を提案する経営方針である」

■「当店は、自店での取扱件数が多い▲社の商品をご案内する経営方針である」 など

Q. 上記Q&Aに関連し、推奨理由・基準が合理的か否かの判断として参考になる考え方はありませんか？

A. 推奨理由・基準が合理的か否かは個別具体的に判断することとなりますが、上記Q&A掲載のように代理店の経営方針に基づくこと(「当店として■●損保の商品を取扱う(経営)方針である」こと)が明確に伝わる理由である必要があり、それを満たしていれば、基本的には許容されると考えられます(注1)。

ただし、代理店の経営方針に基づくことを明示した場合であっても、少なくとも「虚偽説明がない」、「法令等に抵触しない」ものであることが必要です(注2)(注3)。

(注1)代理店の経営方針であることを明示する場合であっても、顧客に対して提案理由が他の商品に比べて優位であるとの

印象を与えかねない理由(「補償内容や付帯サービス等を総合的に勘案し、■ ■ 損保をお勧めする方針である」等)は、前記(2)イ。(ア)に該当する可能性があり、該当する場合は商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等について説明を行う体制整備が必要となります。

(注2)例えば、本来は手数料水準に基づき絞り込んでいるにも関わらず、別の理由を装うことは不適切と考えられます。主たる理由が手数料水準である場合には、そのことを説明する必要があることに留意が必要です。

(注3)例えば、商品に関する事項ではなくとも、保険会社について「〇〇がNo. 1」といった数値を用いて理由を示す場合において、使用した客観的な数値等の出所、付された時点、手法等を示さず、また、その意味について十分な説明を行わないこと、一部の数値のみを取り出して全体が優良であるかのように表示することなどは、業法施行規則234条1項4号等に抵触するおそれがあります。

Q. 例えば、所属保険会社数10社から前記(2)イ。(イ)に基づき自店独自の経営方針を理由に3社商品に絞り込んだ後、当該3社の商品から前記(2)イ。(ア)に基づき顧客意向に沿って商品特性や保険料水準等の客観的な基準で1社に絞り込むといったケースではどう対応するべきでしょうか？

A. まず、10社から3社に絞り込んだ自店独自の推奨理由・基準を適切に説明する必要があります。その後、3社の商品の概要を明示するとともに、1社に絞り込んだ商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等を説明する必要があります(その限りにおいて、10社全ての商品概要を明示する必要まではありません)。

Q. 顧客が特定の保険会社・特定商品を指定するなど、比較説明・推奨販売を希望しない場合は、規制対象外との理解でよいでしょうか？

A. 顧客が特定の保険会社・特定商品を指定し、その範囲内で保険募集が行われる場合には、監督指針Ⅱ-4-2-9(5)の対象外になると考えます。ただし、当該保険契約の締結にあたっては、意向把握義務に基づく対応が必要なことに留意してください。

Q. 更新(更改)契約の場合は、どうすればよいでしょうか？

A. 通常、保険会社または代理店は、前契約と同じ保険会社の商品をもって更新(更改)契約の提案を行いますが、これに対し顧客が既契約の更新(更改)を希望している場合には、あらためて特定の保険会社の商品を提示・推奨する理由の説明(前記(2)イ。(ア)(イ)の説明)が求められるものではありません。

Q. 自賠償保険の場合は、どうすればよいでしょうか？

A. 自賠償保険は、強制付保かつ業界共通商品であり、比較説明・推奨販売の前提となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」には該当しないと考えられます。さらには、意向把握義務の対象外とされていることなども踏まえると、基本的には比較説明・推奨販売に関する体制整備は不要と考えられます。ただし、乗合代理店については取り扱える保険会社の数等を説明する必要があることに留意が必要です。

■顧客の誤認防止

Q. 保険会社・代理店の方針・スローガン等として、「お客さま最優先」「お客さまと一緒に必要な補償・ライフプランを考えます」「お客様本位」などを掲げることは一般的に行われているが、このような保険募集の方針・スタンスを示すことを制限する趣旨ではないという理解でよいでしょうか？

A. 例示のような表示を行うことも考えられますが、販売手法、その他の商品説明手法とあいまって、顧客と保険会社との間で中立であると顧客に誤認させることのないよう留意する必要があります。

Q. 「保険代理店の立場の表示等を適切に行うための措置について、社内規則等において定め」とあるが、保険募集人が「公平・中立」等の表示を特に行っていない場合、新たに保険代理店の立場について表示を行うことは必要ないと考えてよいでしょうか？

A. そのとおりです（従来同様、保険業法第294条の権限明示を果たすことで足りる）。

3-4 フランチャイズ代理店等に係る体制整備

(1) 基本ルール

典型的にはフランチャイズ展開を行う保険募集人が対象となりますが、保険募集人(フランチャイザー等)が、指導対象とする他の保険募集人(フランチャイジー等)に対し、保険募集の業務の指導に関する基本となるべき事項(当該他の保険募集人が行う保険募集の業務の方法、または条件に関する重要な事項を含むものに限る。)を定めて、継続的に当該他の保険募集人が行う保険募集の業務の指導を行う事業が「保険募集人指導事業」に該当します。「保険募集人指導事業」を実施する保険募集人は、次のような体制整備が必要となります。(保険業法第294条の3、施行規則第227条の13、第227条の15、監督指針Ⅱ-4-2-9(6)(7))

- 指導対象保険募集人(フランチャイジー等)における保険募集の業務について、適切に教育・管理・指導を行う態勢を構築し、必要に応じて改善等を求めるなどの措置
- 指導対象保険募集人(フランチャイジー等)に対してどのように指導を行うかについての実施方針の策定、当該指導対象の保険募集人との適正なフランチャイズ等の契約の締結と適切な指導、実施状況の検証・改善等の措置

(注)保険募集人における保険募集の業務のあり方を規定しないコンサルティング等の業務については、保険募集人指導事業に該当しません。(例:店舗レイアウトに係るコンサルティング等)

(2) 解説

ア. 必要な体制整備

- 保険募集の業務の指導に関する基本となるべき事項を定めた実施方針を策定
- 実施方針に基づく保険募集人指導事業の的確な遂行を確保するための規定等の策定
- 指導対象保険募集人における保険募集の業務について、適切に教育・管理・指導を行う態勢の構築
- 指導対象保険募集人における保険募集の業務の実施状況の、定期的または必要に応じた確認・検証
- 上記の確認・検証に基づき改善を求めるための態勢

(注)上記の対応を実践するためには、例えば、一定の知識・経験を有する者を配置するなど、教育・管理・指導を行う態勢を構築することが求められています。

イ. 指導対象保険募集人の指導の実施方針への記載事項

- 保険募集の業務の指導に関する事項
- 指導対象保険募集人が行う保険募集の業務の方法及び条件に関する事項

(注)フランチャイズを行う上での留意事項(業務の方法・条件等)を記載することが必要となります。

ウ. 商号等の使用を許諾している場合

両者が異なる主体であることや、両者が取り扱う保険商品の品揃えが顧客に宣伝しているものと異なる場合における品揃えの相違点を説明するなど、当該他人が当該保険募集人と同一の事業を行うものと顧客が誤認することを防止するための適切な体制を整備する必要があります。

3-5 大規模な特定保険募集人に係る体制整備

(1) 基本ルール

大規模な特定保険募集人(施行規則236条の2の条件を満たす乗合代理店を指す用語です。)に該当した場合、その事務所ごとに、その業務に関する帳簿書類を備え、保険契約者ごとに保険契約の締結の年月日その他の事項を記載し、これを保存しなければなりません。(保険業法第303条)

また、事業年度ごとに事業報告書を作成し、毎事業年度経過後3か月以内にこれを内閣総理大臣に提出しなければなりません。(保険業法第304条)

＜帳簿備付け・事業報告書の提出が必要となる大規模な特定保険募集人の基準＞

生命保険・損害保険・少額短期保険の業態毎に次のいずれかに該当するか判定(それぞれを合算しない)

●所属する保険会社が15社以上

●事業年度中の手数料収入等の合計額が10億円以上(専属代理店を除く)

(注1)対象代理店は、代理店の事業年度末ごとに判定され、施行日(2016年5月29日)以降に迎える最初の事業年度末が判定時期となります。例えば、事業年度末が6月末の代理店の場合、2016年6月末が最初の判定時期となります。

(注2)生命保険・損害保険・少額短期保険の3業態のうち、どれか一つでも、「基準」のいずれかに該当した場合は、保険業務全体に関する帳簿備付け・報告の義務が生じます。

(注3)主たる事務所と従たる事務所が別個に登録されている代理店においては、所属保険会社数や手数料の総額判定にあたっては、事務所単位ではなく、一つの法人単位で判断します。また、手数料は消費税抜きで判定します。

(2) 解説

ア. 業務に関する帳簿書類の保存

大規模な特定保険募集人は、保険契約の締結の日から5年間、当該保険契約に係る帳簿書類を保存し、保険募集人がいる事務所ごとに常時閲覧できる体制を整備しなければなりません。

保存すべき事項は、保険契約者、所属保険会社等ごとに、次の事項となります。

- ① 保険契約の締結の年月日
- ② 保険契約の引受けを行う保険会社等又は外国保険会社等の商号又は名称
- ③ 保険契約に係る保険料
- ④ 保険募集に関して当該特定保険募集人が受けた手数料、報酬その他の対価の額

(注)大規模な特定募集人に該当することとなった事業年度末の翌日から、帳簿書類の保存が必要となります。例えば、2016年6月末の事業年度末で該当した場合、2016年7月1日から帳簿書類を保存しなければなりません。

イ. 事業報告書

大規模な特定保険募集人が監督当局に提出する事業報告書は、所定の様式(保険業法施行規則に掲載)に従って作成しなければなりません。

事業報告書を提出しようとするときは、当該事業報告書に、その写し2通を添付して、管轄財務局長等に提出しなければなりません。また、代理店登録単位(別個登録単位)ごとに各々1通提出する必要はなく法人単位で1通作成すれば可とされています。

(注)事業報告書は施行日(2016年5月29日)以降に開始する事業年度分から作成し、当該事業年度末の翌日から3か月以内に提出が必要となります。例えば、事業年度末が6月末の代理店の場合、初回は2017年6月末に終了する事業年度の事業報告書を2017年9月末までに提出することになります。

3-6 テレマーケティング代理店等に係る体制整備

(注)本規制のみ、2015年5月27日から監督指針が適用されています。

(1) 基本ルール

いわゆるテレマーケティング代理店等のように、電話による“新規の”保険募集・加入勧奨を反復継続して行う場合には、保険募集方法を具体的に定め、適切な教育・管理・指導および PDCA を実施することが必要となります。(監督指針Ⅱ-4-4-1-1(5))

(注)継続契約の電話募集や、勧誘を伴わない単なる事務連絡等は、下記(2)解説の趣旨に該当しない限りはこのルールの対象外と考えられます。ただし、基本的には本ルールの対象外となるようなケースにおいても、電話を用いて手続き・連絡等を行う場合には、苦情等が発生しないよう留意することが重要です。

例:既契約者に対する単なる訪問アポイント取得、既契約内容の説明や保全手続き等、あるいは、既契約の更新(更改)を目的とした電話

(2) 解説

新規の保険募集等(注)を電話で行うことは、非対面で、顧客の予期しないタイミングで行われることなどから、特に苦情等が発生しやすいとの指摘を受けています。

そのため、当該行為を反復継続的に行う場合には、トラブルの未然防止・早期発見に資する取組みを含めた保険募集方法を具体的に定め、実行するとともに、保険募集人に対して、適切な教育・管理・指導を行うことが求められました。

また、これらの取組みについて、適切性の検証等を行い、必要に応じて見直しを行うことが必要です。

(注)自らが締結した、または保険募集を行った団体保険に係る保険契約に加入することを勧誘する行為、その他の当該保険契約に加入させるための行為を含みます。

ただし、企業・官公庁の職域団体等の類別団体など、団体と構成員の間に一定の密接性が認められ、団体(契約者)から被保険者への適切な情報提供が期待される団体について電話による加入勧奨を行う場合は本規定の対象とはなりません。

(3) 具体的な対応

<実施すべき取組み>

- ① 説明すべき内容を定めたトークスクリプト等を整備のうえ、徹底する。
- ② 顧客から、今後の電話を拒否する旨の意向があった場合は以降電話しない体制を徹底する。
- ③ 通話内容を記録・保存する。
- ④ 苦情等の原因分析及び再発防止策の策定及び周知を行う。
- ⑤ 電話行為者以外の者による通話内容の確認(成約に至らなかったものを含む。)及びその結果を踏まえた対応を行う。

以上

本シートの位置づけ

- 保険業法改正により、代理店に対し「保険募集の業務に関し、健全かつ適切な運営を確保するための体制整備」を義務付ける規制が導入されます（2016年5月29日適用開始）。
 - 本シートは、規制の適用開始に向けて代理店の規模や業務の特性に応じた内部管理体制を整備するための、自己チェック形式の準備シートです。
 - 各STEPと項目に沿って自店の現状（準備状況）をチェックし、体制整備未了の項目は、対応すべきことを確認のうえ、極力2015年12月までに（注）対応完了するようにしてください。
 - なお、各チェック項目の根拠となる業法・監督指針やチェックにあたっての考え方については、「募集コンプライアンスガイド[追補版]」第3章をご参照ください。
- （注）規制の適用開始（2016年5月）までに、形式的に体制を整えるのみならず、PDCAサイクルを有効にまわし実効性の高い体制を構築するためには、より早期の整備・準備が重要です。

記入要領および記入上の留意点

- 本シートのチェックは、原則として代理店主または保険部門の責任者が実施してください。（本店以外に支店等の出先機関がある場合は、出先機関の責任者に確認するなどして、組織全体で実施できているか確認してください。）
- 本シートは、「共通チェックシート」と「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」で構成されています。「共通チェックシート」はすべての代理店が対象です。「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」は該当する代理店のみ実施対象ですので、「共通チェックシート」のSTEP2にて該当するか（否か）ご確認ください。
- 各チェック項目を確認し、自店が該当する項目にチェックします。ただし、「共通チェックシート」のSTEP3および「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」のSTEP2の「現状（整備・準備の状況）」については、選択肢の中から該当するものを一つをチェックします。
- すべてのチェック項目の確認が完了したら、チェックシート末尾の「準備状況自己チェック実施日」にチェックした日付と実施者名を記入します（押印でも可）。
- 「共通チェックシート」のSTEP3および「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」のSTEP2で、「現状（整備・準備の状況）」が「できていない」にチェックした場合は、次のとおり対応してください。
 - いつまでにどのように対応するかを策定し、その内容を「要対応事項」に具体的に記入します。（前記の観点から、期限は極力2015年12月末までとしてください）
 - 「要対応事項」で定めた時期に「要対応事項」に記入したことが実施されていることを確認し、この結果を「対応結果」に記入のうえ、チェックシート下段の「体制整備完了確認日」に、確認した日と確認者名を記入します（押印でも可）。
- 「共通チェックシート」および「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」すべての項目の対応が完了したことを確認のうえ、以下の欄に確認日、代理店名および代理店主名（または保険部門の責任者）を記入します（押印でも可）。

（注）「共通チェックシート」のSTEP3、および「比較説明・推奨販売に関する管理態勢チェックシート」STEP2の「体制整備・準備状況の確認」は、遅くとも改正保険業法が施行されるまでに体制整備対を完了すべき項目も含まれています。したがって、改正保険業法が施行前のため未対応の場合は、施行までに体制整備が完了予定であるかを確認のうえ、チェックしてください。

本シートの保管

- 本シートは、次回の体制整備に関わる自己点検実施時まで保管ください。

【代理店記入欄】（すべてのチェック項目の対応が完了したことをご確認のうえ記入してください。）

体制整備完了確認日

年 月 日

代理店名

_____ 代理店コード[_____]

代理店主名（または保険部門責任者）

（保険会社使用欄）

☑STEP1 規模の確認(どちらか一方にチェック)

⇒ 詳しくは追補版3-1章へ

<input type="checkbox"/>	代理店主が、自ら管理責任者としてすべての拠点・募集人に対する教育・管理・指導を行うこととしている。
<input type="checkbox"/>	代理店主に加えて、拠点数や募集人数に応じて店主以外の管理責任者等を適切な規模で配置し、組織による教育・管理・指導を行うこととしている。

⇒ 各項目のチェック時には、「店主」として整備できているかの観点でチェックしてください。

⇒ 各項目のチェック時には、管理責任者等により「組織」として整備できているかの観点でチェックしてください。

☑STEP2 業務特性の確認(該当する項目すべてにチェック)

⇒ 詳しくは追補版3-1章へ

<input type="checkbox"/>	乗合代理店である。 (注)生保と損保の代理店を兼営する場合は、生損共に専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品(がん保険等)等を販売する際に限っては、「比較説明・推奨販売に関する管理態勢のチェックシート」のチェックが必要です。
<input type="checkbox"/>	募集人指導事業(フランチャイズ)を行っている(改正保険業法施行後に行う予定である)。
<input type="checkbox"/>	大規模特定保険募集人に該当する見込みである。

⇒ 下記「STEP3」に加え、追補版3-3章をご参照のうえ、「比較説明・推奨販売に関する管理態勢のチェックシート」もあわせチェックしてください。

⇒ 下記「STEP3」に加え、追補版3-4章を参照のうえ自店での体制整備を行ってください。(フランチャイジーである保険募集人に対し適切な教育・管理・指導が求められます。)

⇒ 下記「STEP3」に加え、追補版3-5章を参照のうえ自店での体制整備を行ってください。(所定の事業報告書を作成し、所管財務局長等に毎年報告することが義務付けられます。)

☑STEP3 体制整備・準備状況の確認(「所属保険会社の管理・指導の範囲内の業務」について)

⇒ 詳しくは追補版3-1章へ

PDCA	中分類	チェック項目	現状(整備・準備の状況)	追補版 参照箇所	要対応事項 (いつまでに・どうするか)	対応結果 (極力2015年12月までに)
【Plan】 社内規則 等の策定	規則の策定 状況	法令等や保険会社の定めた募集ルールに則して適切に行うことを定めた社内規則等はあるか？	<input type="checkbox"/> 所属保険会社のマニュアル(※)を代理店の社内規則と位置付けている。 <small>※重要事項説明、顧客情報管理、外部委託先管理等の募集関連ルールを規定した「募集コンプライアンスガイド」等</small>	3-1 (3)ア		
			<input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ (任意記入欄)			
【Do】 適切な教育・管理・ 指導	資格取得・ 管理	保険募集人が募集を行うために必要な資格の取得状況や受講状況の管理ができて いるか？ <small>※損保協会の損保一般試験「基礎単位」「商品単位」、 所属保険会社の独自資格等</small>	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ <input type="checkbox"/> 該当なし(店主以外の募集人がいない)	3-1 (3)イ		
	募集ルール の教育・指 導	保険会社が参加必須としている研修等に 参加し、代理店内に周知できているか？ <small>※コンプライアンス研修、商品改定研修、業務連絡会等。後 述の自己点検を通じて周知することも可。</small>	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ			

共通チェックシート

PDCA	中分類	チェック項目	現状(整備・準備の状況)	追補版 参照箇所	要対応事項 (いつまでに・どうするか)	対応結果 (極力2015年12月までに)
(つづき) 【Do】 適切な教育・管理・指導	募集関連行為に従事者の教育・管理・指導	募集関連行為を第三者に委託等のうえ行わせている場合、募集関連行為従事者が不適切な行為を行わないよう教育・管理・指導できているか？ ※後述の【Check】の自己点検を通じて教育・管理・指導することも可。	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ <input type="checkbox"/> 該当なし (募集関連行為を第三者に行わせていない)	3-2		
	その他	その他、業務を適切に運営するために代理店独自に実施する研修について	(任意記入欄)	-		
【Check】 自己点検等の監査	ルールの遵守状況の確認	代理店単位のルールが遵守されていることを定期的に監査・点検する体制が整備されているか？ 例：登録・届出や勧誘方針の掲載などの点検。保険会社の点検・監査の際に行う自己点検を、自店の自己点検と位置付けることも可。	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ	3-1 (3)ウ		
		募集人単位のルールが遵守されていることを定期的に監査・点検する体制が整備されているか？ 例：重要事項説明や特別利益提供の禁止などの点検。保険会社の点検・監査の際に行う自己点検を、自店の自己点検と位置付けることも可。	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ <input type="checkbox"/> 該当なし(店主以外の募集人がいない)			
		その他、業務を適切に運営するために代理店独自に実施する点検	(任意記入欄)			
	お客様の声(苦情)の把握	受付けたお客様の声(苦情等)について、件数推移や原因分析を行う体制が整っているか？	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ			
【Act】 改善に向けた体制整備	改善計画の策定有無	監査・点検結果やお客さまの声(苦情等)にもとづき、振り返り・改善を図る体制が整っているか？	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ	3-1 (3)E		

準備状況自己チェック実施日	体制整備完了確認日
/ /	/ /
(チェック実施者氏名)	(完了確認者氏名)

本シートの保存期間：次回自己点検まで

STEP1 自店の比較説明・推奨販売形態の確認(該当する形態すべてにチェック)

⇒ 詳しくは追補版3-3章へ

<input type="checkbox"/>	商品特性や保険料水準などの客観的な基準や理由等に基づいて商品を選別し、特定商品を推奨している。
<input type="checkbox"/>	商品特性や保険料水準などの客観的な基準や理由等に基づくことなく、自店独自の方針に沿って商品を選別し、特定商品を推奨している。(自店独自の方針に沿って乗合全社の商品を顧客に提示している場合を含む)
<input type="checkbox"/>	商品特性や保険料水準などの客観的な基準や理由等に基づくことなく、自店独自の方針に沿って商品を選別した後、選別後の商品の中から、商品特性や保険料水準などの客観的な基準や理由等に基づいてさらに商品を選別し、特定商品を推奨している。

⇒ 【自店独自の推奨方針(商品を選別する基準や理由等)】

⇒

(※)事務所や商品分野によって販売方法が異なるなど、1つの選択により難しい場合には、実態に応じて複数選択し、必要に応じて右記欄に記入してください。

STEP2 体制整備・準備状況の確認(「比較説明・推奨販売」について)

⇒ 詳しくは追補版3-3章へ

PDCA	中分類	チェック項目	現状(整備・準備の状況)	追補版該当箇所	要対応事項(いつまでに・どうするか)	対応結果(2016年5月末まで)	
【Plan】社内規則等の策定	規則の策定状況	比較説明・推奨販売に関し、法令等に則して適切に管理・指導することを定めた社内規則等はあるか？	<input type="checkbox"/> 所属保険会社のマニュアル(※)を代理店の社内規則と位置付け、上記STEP1に【自店独自の推奨方針(商品を選別する基準や理由等)】を記載している。 ※比較説明・推奨販売時の汎用的留意点が記載された「募集コンプライアンスガイド」等	3-3 (3)			
			<input type="checkbox"/> 代理店独自の比較説明・推奨販売の規則を策定している。				
			<input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ				
【Do】適切な教育・管理・指導	比較説明の留意点	比較説明を行う場合は、誤解のおそれのある比較表示・説明が行われないよう教育・管理・指導を行っているか？ ※本シート記載の「自店独自の推奨方針」や、社内通達および後述の【Check】の自己点検を通じて周知することも可。	<input type="checkbox"/> できている	3-3 (2)7			
	推奨販売の留意点	自店の推奨方針に関する教育・管理・指導は適切に行われているか？ ※本シート記載の「自店独自の推奨方針」や、社内通達および後述の【Check】の自己点検を通じて周知することも可。	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ				3-3 (2)4
	誤認防止	商品の絞込みや推奨理由として、特定の保険会社との資本関係や手数料の水準等を考慮しながら、顧客等に「公平・中立」の表示を行っていないか。	<input type="checkbox"/> 行っていない <input type="checkbox"/> 行っている →「要対応事項」へ				
【Check】自己点検等の監査	ルール遵守状況の確認	比較説明・推奨販売ルールが遵守されていることを定期的に監査・点検する体制が整備されているか？ ※保険会社の点検・監査の際に行う自己点検を、自店の自己点検と位置付けることも可。	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ	3-3 (3)			
【Act】改善に向けた体制整備	改善計画の策定有無	比較説明・推奨販売に関する監査・点検結果やお客さまの声(苦情等)にもとづき、振り返り・改善を図る体制が整っているか？	<input type="checkbox"/> できている <input type="checkbox"/> できていない →「要対応事項」へ				3-3 (3)

準備状況自己チェック実施日	体制整備完了確認日
/ /	/ /
(チェック実施者氏名)	(完了確認者氏名)

本シートの保存期間：次回自己点検まで