

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

保険募集時等のコンプライアンス上の留意事項について

本ガイドは、保険募集時におけるコンプライアンスの徹底や代理店の内部管理態勢を整備するうえで、代理店・募集人の皆さまの参考となる対応例等を取りまとめた雛形であり、本ガイドに記載された内容以外の取組みや対応を妨げるものではありません。

2026年4月版（第18版）

一般社団法人 日本損害保険協会

はじめに

保険募集にあたっては、保険業法等の法令を遵守するとともに、監督官庁である金融庁が策定した「保険会社向けの総合的な監督指針」（以下「監督指針」）等の趣旨を踏まえ、適正に業務を行うことが求められています。また、保険募集および保険金支払は、保険事業を遂行するうえでの両輪であり、いずれの業務においても健全かつ適正な業務運営を確保することが不可欠です。

保険募集において、お客さまからの信頼を得るためには、代理店の皆様方が保険募集に関する法令等に則り、お客さまに対し適切な情報を提供するとともに、重要事項を十分に説明のうえ、意向に沿った保険をおすすめすることが大切です。

また、2016年5月に改正保険業法が施行され、募集人（代理店）に対する体制整備義務が導入されました。これに伴い、代理店の皆様方におかれましては、保険業法等の各種法令や所属保険会社のルール等を遵守のうえ、保険募集に関する適正な業務運営を確保し、保険募集の健全かつ適切な運営を確保するための内部管理態勢を整備することが、法令上、義務化されました。

加えて、2025年5月に成立した改正保険業法や、その後の保険業法施行規則（以下「施行規則」）および監督指針改正により、顧客本位の業務運営の徹底や健全な競争環境の実現に向け、募集人（代理店）に対して、さらなる体制整備が求められることになりました。

一般社団法人日本損害保険協会（以下「損保協会」）では、保険募集にあたって代理店の皆様方が遵守すべきことや、内部管理態勢を整備するために必要な事項等を体系的に整理し、わかりやすく解説した「募集コンプライアンスガイド」（以下「本ガイド」）を作成しました。

損保協会加盟の損害保険会社においては、お客さまからの信頼を確保するためにも、代理店の皆様方による適正な保険募集に向けた取組みにおいて、本ガイドを積極的にご活用いただきたいと存じます。

また、損保協会では、e-ラーニング学習サイトとして「募集人向けの教育支援サイト（<https://www.sonpo-dairiten.jp/education/index.html>）」を設置し、本ガイドのポイントを動画で解説していますので、募集コンプライアンスの基礎を学習する際にお役立てください。

2007年3月作成

2026年4月改定(第18版)

特集	比較推奨販売規制の改正予定	1
----	---------------	---

1 代理店登録・募集人届出について

1-1	保険募集の定義	9
1-2	財務局等への代理店登録・募集人届出	12

2 保険募集に関する基本ルールについて

	〔保険募集の基本的な流れ〕	21
2-1	顧客本位の業務運営の実現	22
2-2	募集人の権限等に関する説明	25
2-3	意向把握、商品の選定、商品説明および重要事項説明	
2-3-1	意向把握	27
2-3-2	推奨販売（乗合代理店のみ）	33
2-3-3	比較説明（乗合代理店のみ）	36
2-3-4	商品説明	38
2-3-5	重要事項説明（情報提供）	40
2-4	契約締結（告知受領・意向確認）	
2-4-1	告知受領	48
2-4-2	意向確認	50
2-4-3	契約締結	51
2-5	保険料の領収	55
	《参考》保険募集時のトーク例	58

3 契約管理について

3-1	契約内容の変更（異動）・解約	62
3-2	満期管理・満期案内	64
3-3	保険事故発生時の対応	66

4 保険募集に関連して留意すべき事項について

4-1	勧誘方針の策定・公表	67
4-2	高齢者・障がい者に対する保険募集	
4-2-1	高齢者に対する保険募集	69
4-2-2	障がい者に対する保険募集	72
4-3	特別利益の提供の禁止	76
4-4	代理店等に対する過度の便宜供与の防止	84
4-5	非対面募集	88
4-6	取引時確認	91

4-7	団体契約等の管理	
4-7-1	団体契約	94
4-7-2	団体扱・集団扱契約	95
4-8	自己契約・特定契約の管理	97
4-9	情報管理態勢	
4-9-1	個人情報の管理	101
4-9-2	情報セキュリティ管理	102
4-9-3	機密情報の管理	104
4-10	保険金関連事業等に関する利益相反管理	106
4-11	反社会的勢力に対する代理店の業務運営ルール	109
4-12	関係法令の遵守	111
4-13	不祥事件	116

5

代理店の体制整備について

5-1	代理店の体制整備義務と整備要領	120
5-2	募集関連行為に係る体制整備	127
5-3	推奨販売・比較説明に係る体制整備	130
5-4	過度の便宜供与の防止に係る体制整備	132
5-5	フランチャイズ代理店等に係る体制整備	133
5-6	大規模な特定保険募集人に係る体制整備	134
5-7	特定大規模乗合損害保険代理店に係る体制整備	
5-7-1	特定大規模乗合損害保険代理店の該当基準	136
5-7-2	特定大規模乗合損害保険代理店に求められる体制整備	138
5-7-3	兼業特定保険募集人である特定大規模乗合 損害保険代理店に求められる体制整備	141
	関係リンク集	142

特集：比較推奨販売規制の改正予定

2025年12月に施行規則および監督指針の改正案が公表され、パブリックコメントに付されました。今後、パブリックコメントの結果を踏まえ、乗合代理店における比較推奨販売規制の改正が行われる予定です。

お客さまの意向にかかわらず、便宜供与等による乗合代理店の利益を優先して特定の保険会社の商品を推奨することは、その理由を適切に説明していたとしても、お客さまの適切な商品選択の機会を阻害し得るものであり、最善の利益を勘案して誠実かつ公正に業務を遂行する義務を果たす観点からは適切な対応とはいえません。

そこで、改正により、代理店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を提案する方式（施行規則第227条の2第3項第4号ハ）は廃止となり、推奨販売を行う場合は、お客さまの意向に沿って比較可能な商品を選別し、提案する方式（施行規則第227条の2第3項第4号ロ）が改正案で示されています。

パブリックコメントの結果を踏まえた、最終的な改正の内容および適用時期については明らかになっていないところですが、代理店・募集人の皆さまの適切な体制整備や取組みを支援できるよう、本特集では、施行規則および監督指針の改正案に基づく、比較推奨販売の基本ルールの内容について解説します（保険募集時のイメージについては、P. 6の「《参考》比較推奨販売の標準的な対応例」を参考にしてください）。

なお、現行の比較推奨販売の基本ルールの内容については、P. 33の「2-3-2 推奨販売（乗合代理店のみ）」、P. 36の「2-3-3 比較説明（乗合代理店のみ）」、P. 130の「5-3 推奨販売・比較説明に係る体制整備」をご参照ください。

また、今後、パブリックコメントの結果が公表され、改正の内容等が確定した段階で、改めて、本ガイドを改定することを予定しております。

I 比較推奨販売（改正予定）

※本内容は2025年12月にパブリックコメントの実施が公表された施行規則および監督指針の改正案に基づく内容です。今後のパブリックコメントの結果等により変更となる可能性があります。

(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1)が、お客さまに対し、複数の保険会社の契約内容を実質的に比較する場合は、お客さまが自身の意向に沿った商品を選択できるように、比較する全ての商品の比較事項を偏りなく説明^(注2)（以下「比較説明」）します。また、お客さまに対し、取扱商品の中から、特定の保険会社の商品を選別し、提示・推奨して販売（以下「推奨販売」）する場合、お客さまの意向との関係で提示・推奨した商品をどのように選別したのか、その理由や基準および商品概要の説明、また、お客さまの求めに応じて商品内容の説明をしなければなりません。

（保険業法第294条、第294条の3、施行規則第227条の2第3項第4号、第227条の14、監督指針Ⅱ-4-2-9（5））

なお、代理店の都合による推奨理由・基準に沿って商品を選別し、提案することは認められません。（施行規則第227条の2第3項第4号ハは廃止予定）

(注1) 生保と損保の代理店を兼営する場合、生損それぞれ専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品（がん保険等）等を販売する際は、上記対応が必要となります。なお、少額短期保険と損保の代理店を兼営する場合も同様です。

(注2) 「偏りなく説明」とは、説明する商品の全体像や特性について正確にお客さまに示すことであり、具体的には、重要事項説明書、パンフレットおよび見積書等を使って説明します。

	場面	説明すべき内容
比較説明	お客さまに対し、複数の保険契約の契約内容を比較して説明する場合 （施行規則第227条の2第3項第4号イ）	比較する全ての商品の比較事項を偏りなく説明します。
推奨販売	お客さまに対し、「二以上の比較可能な同種の保険契約 ^(注3) 」の中から、お客さまの意向に沿って保険商品を選別し、提案する場合 （施行規則第227条の2第3項第4号ロ）	お客さまの意向に沿って選別した商品の概要および提案する理由等を説明します。

(注3) ある保険商品が、「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかは、保険募集人等がお客さまの意向の把握過程において把握しようとするお客さまの意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、当該保険商品が「比較可能な同種」のものといえるかという観点に基づいて、個別具体的かつ実質的に判断するものです。なお、自賠償保険は、加入が義務付けられている保険であり、また、加入保険会社にかかわらず同一の補償であることから、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」には該当しません。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、基本的には推奨販売に関する体制整備は不要です。ただし、乗合代理店においては、所属保険会社等の商号などについて、適切に権限明示する必要があります。

(2) 解説

ア. 顧客の最善の利益を勘案した誠実公正義務

比較推奨販売を行う代理店は、顧客の最善の利益を勘案した誠実公正義務も踏まえ、自己の利益を優先させることがないように、お客さまに対して誠実かつ公正に商品を推奨する必要があります。

また、あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにしたうえで、保険契約の内容、その他保険契約者等の参考となるべき情報を提供し、わかりやすく説明する必要があります。

イ. 複数の保険契約の契約内容を比較して説明する場合（比較説明）

比較説明を行う場合、ある特定の商品の有利な部分のみ説明し、当該商品の不利な部分を説明しない等、お客さま等が誤解するような説明・表示を行ってははいけません。特に、お客さまが契約に際して正確な判断を行えるよう、次の（ア）～（ウ）に留意する必要があります。

- （ア）複数の保険契約の契約内容を比較する場合には、比較する事項やその内容を適切に説明すること
- （イ）お客さま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こと
- （ウ）特定の保険契約の優位性を示すために他の保険契約と比較を行う場合には、他の保険契約についても、その全体像や商品特性をお客さまに対して正確に示すとともに、自らが勧める保険契約の優位性の根拠を説明すること

ウ. 二以上の比較可能な同種の保険契約の中からお客さまの意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合（推奨販売）

二以上の比較可能な同種の保険契約の中から、お客さまの意向に基づいて選別し、提示・推奨する商品（募集人の把握したお客さまの意向に基づき、保険の種別や保障（補償）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、お客さまの求めに応じて商品内容や、その商品を提示・推奨する基準や理由等を説明します。提示・推奨する商品の概要を明示する際は、「商品名・引受保険会社名」を一覧で明示するだけでは不十分であり、所属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。

提案商品を推奨する場合には、合理的かつ一定の具体性を有する説明を行います。特に代理店の判断により、お客さま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うえで、商品を推奨する場合には、商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等について、説明しなければなりません。

なお、客観的な商品の絞込みや提示・推奨を装いながら、代理店の受け取る手数料水準の高さや、乗合代理店が保険会社からの便宜供与等の見返りを理由に、お客さまに対して商品の絞込みや提示・推奨を行ってははいけません。

特に、次の（ア）および（イ）に留意する必要があります。

- (ア) 複数の保険契約の中からお客さまの意向に沿って商品を選別し、提示・推奨する場合には、提示・推奨する保険契約の概要を説明すること。また、お客さまの求めに応じて契約内容および当該提示・推奨する基準や理由等を説明すること
- 特に、お客さまの意向に沿って選別した保険契約の中から、商品特性等により、特定の保険契約を推奨する場合には、顧客の最善の利益を勘案したものとして、保険募集人や乗合代理店の都合によることなく、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明すること。その場合、推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨を説明するとともに、お客さまの求めに応じて、それらの保険契約の概要、契約内容を説明する旨を説明すること
- (イ) お客さまの意向が不明確な場合であっても、保険契約の選別にあたっては、例えば、お客さまが特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限りお客さまの意向を把握し、上記（ア）に基づく対応を行うこと
- (注1)** 保険契約を提示・推奨する基準や理由等について、合理的かつ一定の具体性を有する説明をしているように装いながら、実質的には、乗合代理店が受け取る手数料水準の高さや乗合代理店への便宜供与等の実績など、代理店の都合による商品の選別や提示・推奨を行うことは認められません。
- (注2)** 提示・推奨する本来の基準や理由等を告げない行為、提示・推奨する基準や理由等が複数ある場合に主たるものを告げず、他の基準や理由等を告げる行為を行うことは認められません。
- (注3)** お客さまが特に重視すると考えられる事項を例示するにあたって、お客さまの意向を顧みず営業上の理由から恣意的に特定の保険契約へ誘導することは認められません。なお、そうした行為は、法令等に抵触するおそれがあります。

(3) 留意点

乗合代理店が独自に比較募集文書を作成する場合、各保険会社では、自社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、文書全体の表示の適確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。

このため、文書全体の表示の適確性等については、作成主体である代理店が責任を負うこととなります。作成にあたっては、不適切な表示がなされた場合、誤解を招く比較表示の禁止（保険業法第300条第1項第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。

Ⅱ 比較推奨販売に係る体制整備 (改正予定)

(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)が、それぞれの商品について、推奨販売や比較説明を行う場合には、お客さまに対して適切に説明を行う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、施行規則第227条の2第3項第4号、第227条の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、生損それぞれが専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品(がん保険等)等を販売する際は、上記措置が必要となります。なお、少額短期保険と損保の代理店を兼営する場合も同様です。

(2) 具体的な対応

比較推奨販売を適切に行うための措置として、乗合代理店自身の規模や業務特性を踏まえつつ、定期的かつ必要に応じて、その実施状況を確認・検証する態勢を構築することが求められており、具体的には次の(ア)～(エ)の対応を行う必要があります。

なお、確認や検証にあたっては、保険代理店等に対する便宜供与や保険代理店に対する出向により、お客さまの適切な商品選択の機会を阻害していないかも含めて確認する必要があります。

- (ア) 比較推奨販売の際に提示・推奨する基準や理由等について、社内規則等に規定すること
- (イ) 上記(ア)の社内規則等を踏まえた、適切な比較推奨販売を行うための教育・管理・指導を実施すること
- (ウ) 比較推奨販売の適切性等の確認・検証に必要な記録や証跡等の保存期間等を社内規則等にて定め、比較推奨販売の適切性に関して、効率的かつ効果的に確認・検証すること
- (エ) 上記(ウ)における確認・検証結果を踏まえ、必要に応じて比較推奨販売方法の見直しや改善を行うこと

(注) 証跡等の保存にあたっては、お客さまの意向や属性に応じた比較推奨販売に係る説明が適切に行われているかについて、確認・検証できるものであることに留意する必要があります。

参考 意向把握の記録

比較推奨販売において、お客さまの意向を把握する際は、その適切性等の確認・検証を行うため、例えば、次のような事項を記録し、証跡として保存することが考えられます。

- ・当初のお客さまの意向(特に重視する意向)^(注)
- ・特に重視する意向に基づき、比較対象として提示した商品および比較説明を行った内容
- ・(特に重視する意向に基づき、選別し、提示・推奨する場合には)当該商品およびお客さまの意向との関係で当該商品を提示・推奨する基準や理由等
- ・最終的にお客さまが選択した商品と最終意向の一致(意向の最終確認結果)

(注) あらかじめお客さまから複数の意向が示された場合には、複数の意向にしたがって絞り込みを行う必要があります。

《参考》 比較推奨販売の標準的な対応例

※あくまでも一般的な推奨販売の例を示したものであり、すべての募集形態に当てはまるものではありません。

また、各対応について、詳細な留意事項については、P. 2～4をご参照ください。

複数の所属保険会社が引き受ける比較可能な同種の保険商品が2つ以上あるかを確認する^(注1)

2つ以上の
商品がない

^(注1) 次のケースは、「比較可能な同種の保険商品」には該当しません。
・団体扱・集団扱の割引が発生する商品と割引が発生しない一般扱の商品
・損害保険商品と共済商品 等

2つ以上の
商品がある

お客さまが特定の保険会社や保険商品を希望しているかを確認する^(注2)

特定の保険
会社や商品
を希望して
いる

^(注2) 例えば、契約更改時にお客さまが前契約と同じ保険会社での継続を希望している等の場面が考えられます。なお、募集人がお客さまの意向を推定し、恣意的に保険商品を選別することは認められません。

特段の
希望なし

特に重視する意向を確認する

意向がある

特段の
意向なし

お客さまの意向により
商品を絞込む（必要に応
じて、お客さまの意向の
確認を繰り返す）

お客さまの意向と
なり得る項目（※
次ページ参照）を
提示して、意向を
確認する

絞込みの結
果、候補とな
る商品が1
つのみ^(注3)

絞込みの結
果、候補とな
る商品が2
つ以上^(注3)

^(注3) お客さまの意向によらない募集人による商品選別は認められません。

比較推奨販売
の対象外

お客さまの希望
する保険会社の
保険商品を提
示・説明する

保険商品を提示する
とともに、保険契約
の概要と絞込みの基
準や理由等を説明す
る^(注4)

お客さまの意向に沿った保険商
品を提示・推奨し、その基準や理
由等を説明する^{(注4)(注5)}

^(注4) 基準や理由については、合理的かつ一定の具体性を有する必要があります。

^(注5) この際、提示・推奨した以外の商品があることおよびお客さまの求めに応じて、それらの保険契約の概要または契約内容を説明する必要があります。

(※) 提示する項目について、例えば、個人向けの商品においては、次のようなものが挙げられると考えられます^(注1)^(注2)。ただし、これらの提示にあたっては、客観性のある要素による比較が求められており、保険募集人が恣意的に特定の商品を推奨する行為につながりかねない主観的な要素による比較は認められません。

- ・ アフターフォロー体制（事故時のサービス体制、変更手続き等の利便性など）
- ・ 商品に付帯されるサービス（ロードサービス、各種相談サービスなど）
- ・ 保険料水準
- ・ 加入手続きの利便性

(注1) 損保協会「損害保険の乗合代理店に関する消費者アンケート調査結果（2025年4月25日）」より、自動車保険の加入に際して重視するものとして回答のあった上位の項目を抜粋

(注2) お客さまが特に重視すると考えられる事項を例示する場合、お客さまの意向を顧みず、営業上の理由から恣意的に特定の保険契約へ誘導することのないよう留意しなければなりません。そうした行為は、法令等に抵触するおそれがあります。

《参考》比較推奨販売における保険料水準の提示例

お客さまが保険料水準の提示を求めた場合においては、お客さまが保険会社を選定するための参考資料として、例えば、あらかじめ代表的な契約条件を定め、各保険会社の補償内容を揃えたうえで、表形式にして作成した保険料水準の資料を手交します。そのうえで、最終的に決定した商品について、お客さまの意向にしたがって、当該保険会社の商品に各種特約を付帯するなどして契約を締結する方法が考えられます。

※結果として、最終的に加入する際の保険料が当初提示した保険料水準と異なる可能性があることをあらかじめ明示し、説明する必要があります。また、契約概要の説明にあたって本資料を活用する場合にも、パンフレット等を併せて用いるなど、お客さまに適切に説明する必要があります。

自動車保険における保険料水準の提示例

●●年●月現在

保険料例：●●（車種名）

■主な契約条件・補償内容・引受条件等

保険期間 1年間

払込方法 ●●払い

対人賠償 無制限、対物賠償 無制限、人身傷害 ●●万円、

車両保険（ありの場合）●●万円 免責なし、ロードサービス あり

等級 ●等級、運転者限定 なし

免許の色 ●●、使用目的 ●●

特約：●●を補償する特約

■保険料水準

年齢条件	車両保険	A 損保	B 損保	C 損保
年齢を問わず 補償	あり	●万●千円	●万●千円	●万●千円
	なし	●万●千円	●万●千円	●万●千円
21 歳未満不担保	あり	●万●千円	●万●千円	●万●千円
	なし	●万●千円	●万●千円	●万●千円
26 歳未満不担保	あり	●万●千円	●万●千円	●万●千円
	なし	●万●千円	●万●千円	●万●千円
35 歳未満不担保	あり	●万●千円	●万●千円	●万●千円
	なし	●万●千円	●万●千円	●万●千円

(注) 保険料水準は、主な契約条件をベースに算出した概算（百円単位を四捨五入）です。契約条件によって保険料は異なります。また、契約条件によって保険会社の保険料は増減します。

1

代理店登録・募集人届出について

1-1 保険募集の定義

(1) 基本ルール

保険募集とは保険契約（新規契約・継続契約を問いません）の締結の代理または媒介を行うことをいいます。（保険業法第2条第26項）

損害保険の募集を行うことができる者は、次のとおり定められています。（保険業法第275条第1項第2号および第4号）

- 損害保険会社の役員および使用人
- 登録を受けた損害保険代理店およびその役員、使用人
- 登録を受けた保険仲立人およびその役員、使用人

このため、損害保険の募集を行うには、「代理店」として財務局等の登録を受ける（以下「代理店登録」）か、登録を受けた代理店において「保険募集に従事する役員・使用人（以下「募集人」）」として届出（以下「募集人届出」）を行う必要があります。

🔗 関連 check 🗨️

代理店登録および募集人届出については、「1-2. 財務局等への代理店登録・募集人届出」を参照ください。

(2) 解説

ア. 保険募集に該当する行為

次の行為は、保険募集に該当すると考えられます。（監督指針Ⅱ-4-2-1（1））

項目	募集行為類型
1. 保険契約の締結の勧誘 <small>(注1)</small>	
1-1	対面・非対面募集を問わず <small>(注2)</small> 、お客さまに情報提供や働きかけを行い、保険加入するようおすすめを行うこと（勧誘行為）。
2. 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 <small>(注1)</small>	
2-1	対面・非対面募集を問わず <small>(注2)</small> 、保険加入をおすすめするために、商品内容の説明（商品概要の説明を含む）を行うこと。
2-2	保険加入をおすすめするために、「パンフレットや契約概要、注意喚起情報の説明・交付」「保険料の説明」等を行うこと。
2-3	契約見込み客から「保険金の支払われるケース・支払われないケース」に関する問い合わせを受け回答すること。
3. 保険契約の申込の受領（手続き）	
3-1	契約申込書の内容・記載の説明、お客さまからの告知取付、同意の記録（署名または記名・押印等。以下同じ。）取付、保険料の受領、保険料領収証の交付等を行うこと。

3-2	自賠償保険の契約手続き（保険料の受領・自賠償保険証明書の交付）を行うこと。
4. その他の保険契約の締結の代理または媒介	
4-1	<p>契約見込み客の発掘から契約成立に至るまでの一連のプロセスにおいて、当該行為の位置付けを踏まえたうえで、次の（ア）および（イ）の要件に照らし、上記1.～3.に該当すると総合的に判断される行為。</p> <p>（ア）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3)があること</p> <p>（イ）具体的な保険商品の推奨・説明を行っていること^(注4)</p>

(注1) 契約締結の有無を問いません。

(注2) 非対面募集とは、「電話による保険募集」等、お客さまと直接対面しない募集形態をいいます。実施時の留意点等については、「4-5. 非対面募集」などを参照ください。

(注3) 保険会社または募集人等から報酬を受け取る、資本関係（保険会社または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等）を有するケース等が該当します。

(注4) 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該当す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契約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（「5-2. 募集関連行為に係る体制整備」参照））。

なお、保険募集人が保険募集業務そのものを外部委託することは、保険業法において禁止している保険募集の再委託に該当するため、原則として認められないことに留意する必要があります。

イ. 募集関連行為

「募集関連行為」とは、契約見込み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、上記「ア. 保険募集に該当する行為」に該当しない行為が該当します。

■ 募集関連行為の例

<ul style="list-style-type: none"> 保険商品の推奨・説明を行わず、契約見込み客の情報を保険会社または募集人に提供するだけの行為^(注1)
<ul style="list-style-type: none"> 比較サイト等^(注2)の商品情報の提供を主たる目的としたサービスのうち、保険会社または募集人からの情報を転載するにとどまるもの^(注1)

(注1) 次の行為については、「募集」に該当する場合がありますので、注意が必要です。

- 業として特定の保険会社の商品（群）のみを契約見込み客に対して積極的に紹介して、保険会社または募集人などから報酬を得る行為
- 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、保険会社または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

(注2) 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ホームページ（Webサイト）等が該当します。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、自らのお客さまを契約見込み客として保険会社や募集人に紹介するといったケースが該当します。

また、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、当該第三者の募集人届出は不要である一方、当該第三者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う、適切に管理することが求められます。

関連 check

管理方法や留意点等については、「5-2. 募集関連行為に係る体制整備」を参照ください。

ウ. 保険募集に該当しない行為（非募集行為）

代理店の業務の中で、次に示すような業務については保険募集に該当しない（非募集行為に該当する）ため、これらの業務のみを行う者は募集人届出を行う必要がありません。

なお、お客さまへの対応の過程で、非募集行為から募集行為に発展する可能性もありますので、募集人届出のない役員・使用人が保険募集の一連の行為に携わる場合は、注意が必要です。

■非募集行為の例

● 募集人の指示に基づいて行う「商品案内チラシ」「満期案内ハガキ」「パンフレット」「更改申込書」「重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）」「確認通知書」「申込書控」等の単なる配布、郵送作業
● 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、活用方法等についての説明
● 保険会社や代理店の広告 ^(注) を掲載する行為
● 募集人の指示に基づいて、「代理店の内務事務担当者」がお客さまとの接点をもつことなく「契約申込書」「保険料領収証」「自賠償保険証明書」等の作成を行うこと
● 募集人の指示に基づいて行う収支明細表の記帳業務、保険料保管口座の管理業務、精算業務、申込書控・保険証券（写）等の保管業務、電話の単純な取次業務等

(注) 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が、当該広告と併せて、広告媒体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、上記ア. の4-1の（ア）および（イ）の両方に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保険募集の該当性を判断する必要があることに留意が必要です。

参考 保険仲立人と保険代理店の同一契約の共同取扱い（協業）

2026年6月1日適用の監督指針の改正により、保険仲立人は、保険代理店と同一契約における共同取扱い（協業）を行うことができるようになります。

ただし、共同取扱いを行う場合においては、次の点に留意する必要があります。（監督指針V-4-1（2））

- 保険仲立人は、お客さまの誤認防止の観点から、保険媒介業務を行う前に、お客さまに対して、「保険仲立人と保険募集人における立場の違い」および「保険募集人との間で合意した業務分担の内容」について説明し、文書等で同意を取得すること
- 保険募集人が、保険仲立人と同一契約の共同取扱いを行う場合には、保険募集人は、事前に、保険会社に対して、保険仲立人との間で合意した業務分担の内容を説明し、文書等で同意を取得すること
- 保険仲立人が金融サービス仲介業者^(注1)と、同一契約の共同取扱いを行わないこと
- 保険募集人が金融サービス仲介業者^(注2)と、同一契約の共同取扱いを行わないこと
- 保険仲立人が、原則として、保険募集人または金融サービス仲介業者^(注1)に保険募集事務の一部の引継ぎや代行をさせないこと
- 保険募集人が、原則として、保険仲立人または金融サービス仲介業者^(注2)に保険募集事務の一部の引継ぎや代行をさせないこと

(注1) お客さまからの委託を受けて保険媒介業務を行う場合を除きます。

(注2) 保険会社等からの委託を受けて保険媒介業務を行う場合を除きます。

1-2 財務局等への代理店登録・募集人届出

(1) 基本ルール

損害保険の募集を行うためには、代理店登録または募集人届出を行う必要があります。また、代理店登録または募集人届出を行った事項に変更が生じた場合は、遅滞なく届出を行う必要があります。（保険業法第275条、第276条、第280条および第302条）

■法令上の罰則等

無登録募集：1年以下の拘禁刑若しくは100万円以下の罰金、又はこれを併科（保険業法第317条の2第4号）

無届募集：50万円以下の過料（保険業法第337条）

(2) 解説

ア. 代理店登録・募集人届出の必要性

保険事業は公共性の高い事業であることから、契約者等の保護を図ること等を目的に、損害保険代理店には登録制度が設けられています。代理店は所属保険会社との間で代理店委託契約を締結し、所定の教育を受けるだけでなく、保険業法の規定等に従い、登録を受けなければなりません。

また、募集人が保険募集を行う場合は、その者の氏名および生年月日を財務局等に届け出なければなりません。

- 保険代理店の主たる事務所と同じく、独立して損害保険会社と取引を行う従たる事務所については、主たる事務所とは別個に登録することができること（監督指針Ⅲ-2-1-(1)④。以下「別個登録制度」）が定められていますが、今日的な意義や比較推奨販売の適切性の確保等の観点から、今後、別個登録制度は廃止する予定であることが「金融庁の考え方」として示されています。

イ. 損保一般試験の取得と保険募集

現在、損保協会が実施している「損害保険募集人一般試験」（以下「損保一般試験」）では、業界共通ルールとして、本試験の合格を保険募集のための要件としています。

代理店登録・募集人届出を行う場合には次の（ア）の要件を、また、保険募集を行う場合には次の（イ）の要件を、それぞれ満たす必要があります。

（注）次の者は、損保一般試験の受験が任意となります。

- ・自賠償保険、原子力保険、貨物海上保険、運送保険または船舶保険のうち、これらの種目のみを委託する代理店の募集人
- ・保険募集に従事しない代理店主および代表者

（ア）「基礎単位」合格と代理店登録・募集人届出

- 新たに代理店登録・募集人届出を行おうとする者は、有効な損保一般試験「基礎単位」（以下「基礎単位」）を取得しない限り、代理店登録または募集人届出を行うことができません。

（注）代理店登録・募集人届出を行う予定の日から「基礎単位」の有効期限までの期間が短い場合には、同単位を更新後に代理店登録・募集人届出を行うなど、代理店登録・募集人届出日まで、またはその直後に有効期限切れとならないよう注意してください。

- 既に代理店登録・募集人届出を行っている募集人は、有効期限までに「基礎単位」を更新しない場合、有効期限の翌日からすべての募集行為を停止したうえで、遅滞なく代理店登録または募集人届出を廃止しなければなりません。

（注）自店に所属するすべての募集人の「基礎単位」の有効期限が切れた場合、全員の募集行為を停止するとともに、遅滞なく、代理店廃止、自賠償のみ委託代理店等への変更などを行う必要があります。

(イ)「商品単位」合格と商品説明等

- 募集人が新たに自動車保険、火災保険または傷害疾病保険の商品説明（商品概要の説明を含む）、意向把握・意向確認および契約締結（以下「商品説明等」）のいずれかを行おうとする場合、当該募集人は、取扱種目に応じた損保一般試験「商品単位」（以下「商品単位」）に合格する必要があります。したがって、取扱種目に応じた有効な「商品単位」を有しなければ、当該種目に関する商品説明等のすべての行為を行うことができません。
- 取扱種目に応じた有効な「商品単位」を有する募集人は、有効期限までに同単位を更新しない場合、有効期限の翌日から更新しなかった「商品単位」に関する商品説明等のすべてを行うことができません。

参考 損保協会が実施する各種試験・教育制度

損保協会では、募集品質の確保・向上を図ること等を目的として、現在、次の試験・教育制度を実施しています。なお、いずれの試験・教育制度も、5年ごとに更新する必要があります。

試験・教育制度		解説
損害保険 募集人 一般試験 (損保一般 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す。
	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す。
損害保険 大学課程 (損保大学 課程)	専門コース ^(注)	損害保険の募集に関連の深い分野について、「基礎単位」よりも専門的な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。
	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。

(注) 専門コースの合格が法令等遵守責任者および統括責任者に求められる、法令等遵守責任者資格の要件となっています。詳細は損保代理店試験サイト (https://www.sonpo-dairiten.jp/daijyaku/hourei_jyunshyu.html) でご確認ください。

🔗 関連 check 🗨️

法令等遵守責任者および統括責任者については、「5-7. 特定大規模乗合損害保険代理店に係る体制整備」も参照ください。

ウ. 募集人の要件

募集人届出を行うためには、要件を充足する必要があります。

次の要件（ア）～（エ）のうち、いずれか1要件でも満たさなくなった場合は、ただちに募集を停止し、速やかに募集人廃止の届出を行ってください。

なお、同一人が複数の代理店（損害保険会社を含む）において募集人になることはできません。

（ア）代理店主（または保険部門の責任者）から募集人に対して、保険募集に関し適切な教育が行われていること

＜「教育」に該当する典型的な例＞

所定の資格の取得	所属保険会社の規定等に従い、損保一般試験「基礎単位」および「商品単位」を取得（更新）している（自賠責・マリンのみ委託代理店の募集人は、上記単位の取得の代替として、所属保険会社による所定の募集従事前教育を受けている必要がある）。
所定の研修等の教育	所属保険会社の主催する各種研修や教育プログラム、代理店独自で行う教育等を通じて、コンプライアンスや商品・業務知識等に関する教育が行われている。

（イ）代理店主（または保険部門の責任者）が募集人の業務遂行状況（外出先、成約状況、苦情・トラブルの発生等）を管理・把握し、適正な業務遂行に向けた指導が行われていること

＜「管理・指導」に該当する典型的な例＞

事例1	代理店主（または保険部門の責任者）が使用人と同じ場所に勤務し、業務遂行状況を管理・把握し、適正な指導が行われている。
事例2	<p>直帰や出張が多い、または在宅勤務、サテライトオフィス勤務もしくはモバイル勤務といった、募集人が情報通信技術を利用して行う事業場外勤務（以下「テレワーク」）など、代理店事務所以外で活動する場合でも、打合せの実施、電話やメールによる業務報告、業務状況の記録の義務付け等の手段によって、業務遂行状況を管理・把握^{（注1）}し、適正な指導が行われている^{（注2）}。</p> <p>（注1） 適切な管理のための実効性のある対応として、例えば、打合せについては少なくとも週に1回以上行うなどの十分な頻度を確保することが考えられます。</p> <p>（注2） 特に、恒常的なテレワークとなる場合や在宅での勤務地が遠隔地となる場合は、そうでない場合（週数回のテレワーク活用や、テレワーク場所が本来の勤務地の近郊（一般的な通勤圏内）といったケース等）と比較して、募集人の要件である代理店主（または保険部門の責任者）による適切な教育・管理・指導が困難なことが多いため、これら体制の構築とともに適切な教育等の実態の確保が必要となります。</p>

(ウ) 代理店事務所（届出上の事務所所在地または従たる事務所（いわゆる契約取扱出先。以下同じ））に勤務して業務（代理店主の指示に基づいて実施される、就業規則等に定められたテレワークを含む）を行っており、実態もそのとおり運営されていること

- 代理店主の指示や管理によらず、出社の実態がない場合や不定期に出社している場合は、勤務しているとはいえません。

< 「代理店事務所に勤務」 に該当する典型的な例 >

事例1	代理店事務所に毎日（全営業日）出社する場合
事例2	お客さま対応等の都合で、直行直帰や一時的な出張はあるが、基本的に代理店事務所へ毎日出社する場合
事例3	<p>使用人の担当業務の分量に応じ毎日の出社は求めているものの、代理店主の指示に基づき、その出社日が定期的に定まっており、その定めに従って出社している場合</p> <p>例：主に保険の事務関係を担当しているパート従業員で、出社は毎週月水金と決まっている。</p>
事例4	<p>店主の指示に基づき、就業規則等で認められたテレワーク場所で業務を遂行する場合</p> <p>(注) テレワークによる保険募集を行う際の個人情報の取扱いについて、詳細は「募集コンプライアンスガイド【情報管理版】」を参照してください。</p>

< 「代理店事務所に勤務」 に該当しない典型的な例 >

事例1	代理店事務所に出社しない場合（代理店主の指示に基づくテレワークに該当する場合を除きます）
事例2	代理店事務所に出社することはあるが、代理店主の指示や管理に基づかない不定期である場合
事例3	店主の管理下でない別の勤務先や自宅（就業規則等でテレワーク場所として認められている場合を除きます）を拠点に、恒常的に保険募集を行っている場合

(エ) 代理店主（または保険部門の責任者）からの指揮監督・命令を受けて保険募集を行っている状況にあること

- 就業条件等に関するルール等がなく、代理店主（または保険部門の責任者）からの指揮監督・命令に基づかず、募集人が自らの自主的な意思・判断に従って自由に保険募集を行っている場合は、募集人の要件を充足しているとはいえません。

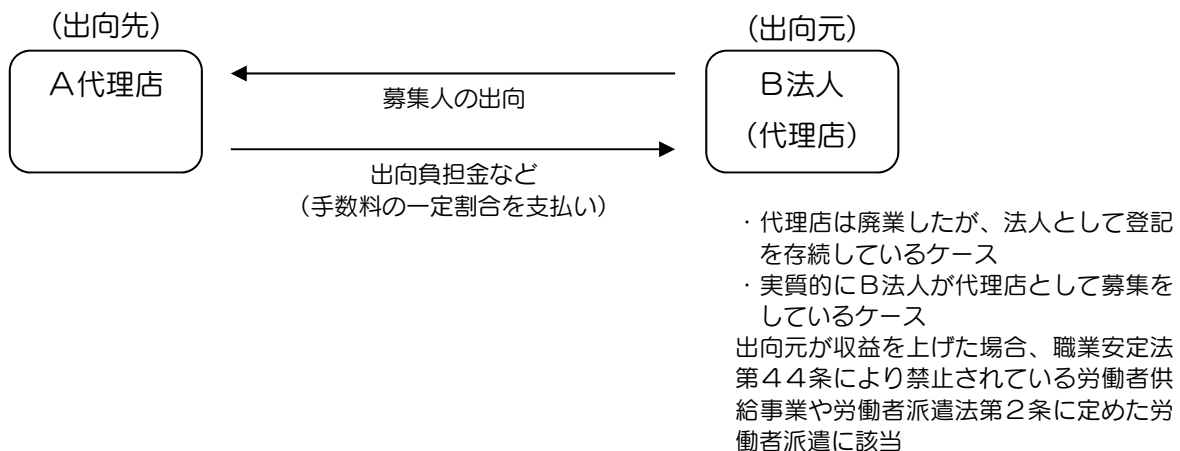
したがって、募集人（保険募集に従事する役員を除く）は、上記（ア）～（エ）の要件をすべて充足する必要があることから、「雇用」「派遣」「出向」といった形態であることが必要となります。

- ※1 「雇用」「派遣」「出向」の定義は労働関係法規に従う必要があり、「雇用」と認められる典型例として、業務依頼に対する諾否の自由がなく、業務の内容や遂行の仕方について指揮命令を受け、勤務の場所や時間が規律され、業務遂行を他人に代替させないといった事情が揃う場合が挙げられます。
- ※2 個人代理店における募集人については、事業主と生計を一にして同居する親族で、事業主から保険募集に関し適切な教育・管理・指導を受けていることに加えて、代理店事務所に勤務し、かつ事業主の指揮監督・命令のもとにある限りにおいては、必ずしも「雇用」「派遣」「出向」といった形態である必要はありません。

参考 再委託の潜脱行為

保険業法では保険募集の再委託は禁止されていることから、その趣旨に鑑みると、例えば、次のケースでは、出向する募集人に対する教育・管理・指導をB法人（代理店）が行っているような実態がある場合、A代理店がB法人（代理店）に対して募集行為を再委託していることの潜脱と捉えられ、保険業法違反となるおそれがあります。

【A代理店で教育・管理・指導を受けていない場合や常態的にB代理店に勤務している場合】



エ. 代表権を有する役員および監査役等の取扱い

下表の代表権を有する役員は、募集人届出ではなく、代表者として登録が必要です。代表者について、追加・退任・変更等があった場合は、登録事項変更の届出が必要です。また、募集人として届け出ている者が代表者に就任する場合には、募集人届出の廃止手続きが必要となります。

対象	届出要否・可否	理由・留意点
代表権を有する役員	代表者登録・登録事項変更の届出が必要（募集人届出は不要）	<ul style="list-style-type: none"> 代表者の行為は当該法人の行為とみなされるため、保険募集に必要な資格を取得^(注1)していれば、代表者就任時より、保険募集に従事できます。^(注2) <ul style="list-style-type: none"> (注1) 資格の取得に加えて、会社所定の研修等が必要な場合もあります。 (注2) 自賠償のみ委託代理店等で資格を取得しない場合は、会社所定の研修等、適切な教育を受けていることが必要です。 代表権を有する役員を退任し、代表権のない役員または使用人になる場合で引き続き保険募集を行う場合は、事前に募集人として財務局等への届出を行う必要があります。

下表に記載の対象者は、保険募集に従事することができず、募集人届出が不可となりますので、ご注意ください。

また、募集人届出をしている者が下表の役職に就任する場合には、保険募集を停止のうえ、遅滞なく募集人届出の廃止手続きが必要となります。

対象	届出要否・可否	理由・留意点
監査役 ^(注) 、 会計参与	届出不可	<ul style="list-style-type: none"> 取締役、使用人等との兼務が禁止されているため、保険募集に従事することはできません。
指名委員会等設置 会社の執行役を兼 ねない取締役	届出不可	<ul style="list-style-type: none"> 業務執行権限がないため、保険募集に従事することはできません。

(注) 指名委員会等設置会社にあつては監査委員、監査等委員会設置会社にあつては監査等委員をいいます。

(3) 具体的な対応

ア. 代理店登録・募集人届出義務

代理店登録・募集人届出を怠り、保険募集を行った場合は、無登録募集または無届募集として処罰されることがありますので、代理店は主体的かつ適切に代理店登録・募集人届出事項の管理を行う必要があります。

イ. 募集開始時期

代理店登録の場合は登録日以降、募集人届出の場合は財務局等に募集人届出が受理された日(以下「届出日(受理日)」)以降の当該事由発生日月日です。

代理店が所属保険会社へ書類を提出した日(手続き依頼日)が募集開始日ではありませんのでご注意ください。

なお、代理店登録および募集人届出の手続きは、遡及して行うことが一切認められませんので、財務局等への登録日・届出日(受理日)を所属保険会社に確認のうえ、保険募集を開始してください。

ウ. 募集人届出の状況把握

募集人届出の状況を常時把握できるように「募集人一覧表」を備え付ける等、代理店が主体的に募集人管理を行う態勢を整備する必要があります。

なお、募集人の届出状況については、損保協会が運営する「募集人・資格情報システム (<https://agt.sonpo-shikaku.jp/>)」により、確認することができます。

(注) 代理店・募集人が本システムを利用し、代理店登録・募集人届出状況や損保一般試験の有効期限等を確認したり、各種試験の受験申込みを行うには、募集人1人に1つ付与される「募集人ID」が必要ですので、大切に管理してください。なお、「募集人ID」は、契約申込書の作成時や契約計上時等にも使用場合があります。

エ. 損保一般試験の有効期限管理

代理店主（または保険部門の責任者）は、試験に合格していない募集人や有効期限切れの募集人が商品説明等を行うなどの無資格募集が生じないように、各募集人の有効期限や次回受験予定年月を把握し、取得資格に応じた取扱保険種目の分担を行うなど、募集人の管理を徹底してください。

なお、損保一般試験各単位の有効期限や次回受験予定年月については、損保協会が運営する「募集人・資格情報システム (<https://agt.sonpo-shikaku.jp/>)」により、募集人が自ら確認し、受験管理をすることができますので、有効期限切れとならないよう、定期的に確認するようにしてください。

オ. 代理店登録・募集人届出事項に変更があった場合

代理店登録または募集人届出した事項に変更が生じた場合は、遅滞なく届出を行う必要があります。（保険業法第280条および第302条）

(ア) 代理店登録の場合（旧氏（旧姓）^(注)を使用する場合、旧氏（旧姓）を含む）

- 商号・名称または氏名
- 事務所の名称および所在地
- （法人代理店の場合）代表者または管理人（旧氏（旧姓）を使用する場合、旧氏（旧姓）を含む）
- （兼業代理店の場合）損保代理店の他に行っている業務
- 代理申請会社の変更
- 所属保険会社の変更（追加または削除）

(イ) 募集人届出の場合

- 氏名（旧氏（旧姓）を使用する場合、旧氏（旧姓）を含む）
- 当該募集人が保険募集を行わなくなったとき
- 当該募集人が死亡したとき

(注) 登録・届出に使用できる旧氏（旧姓）とは、施行規則第214条第1項第4号において、住民基本台帳法施行令第30条の13に規定される旧氏と定められており、「その者が過去に称していた氏であつて、その者に係る戸籍又は除かれた戸籍に記載又は記録がされているもの」が対象となります。

カ. 保険募集が行えなくなる場合

次のような場合は、ただちに保険募集を停止し、代理店廃止等所定の手続きを行ってください（保険業法第280条）。当該代理店の募集人も保険募集が行えなくなります。

- (ア) 保険募集の業務を廃止したとき
- (イ) 個人代理店の店主が死亡したとき
- (ウ) 法人代理店が破産、解散したとき
- (エ) 法人代理店が合併により消滅したとき
- (オ) 金融サービス仲介業（保険媒介業務）の登録を受けたとき^(注)

(注) 代理店の役員・募集人のうちに金融サービス仲介業者（保険媒介業務）またはその役員もしくは保険契約の締結の媒介を行う使用人に該当する者がある状態となったときも、代理店廃止等所定の手続きが必要です。なお、代理店の役員・募集人のうちに保険仲立人またはその役員もしくは保険募集を行う使用人に該当する者がある状態となったときも、同様です。（保険業法第279条第1項第7号、第10号、第11号）

また、代表者が保険募集を行わない場合で、募集人が一人もいなくなったときも、代理店廃止等所定の手続きを行ってください。保険募集を継続する場合は、早急に保険募集体制を構築してください。

参考 ▶ みなし解散登記について

法人代理店が一定期間（株式会社の場合は12年以上）登記事項の変更を行っていない場合、法人を解散したとみなされ、法務局が職権でみなし解散の登記を行います。

みなし解散の登記がなされた場合、保険募集が行えなくなるおそれがあります。よって、代理店は、代理店登録を適正に維持するために、みなし解散登記がされないよう、会社法の定めに従い、登記事項の変更（任期が満了した役員の変更登記等）を行ってください。

🔗 関連 check 🔗

上記「(2) イ. 損保一般試験の取得と保険募集」および「(3) 工. 損保一般試験の有効期限管理」も参照ください。

(4) 留意点

ア. 業務提携、社内キャンペーンを実施する場合

代理店登録のない不動産会社や整備工場等の業務提携先から契約見込み客等の紹介を受けるなどの募集関連行為を第三者に委託等する場合や、募集人届出のない役員・使用人も参加する代理店内キャンペーンを実施する場合は、それらの者に保険商品の説明や加入の勧誘等を行わせてしまうと、無登録・無届募集に該当しますので、注意が必要です。

例えば、達成することが難しい紹介件数目標を設定したり、高額な報奨金や謝礼金を支払うことは、取組み方法によっては代理店登録・募集人届出のない人が保険募集を行ってしまうおそれがあることから、慎重な対応が必要です。

🔗 関連 check 🔗

募集関連行為を行う者（募集関連行為従事者）の管理方法や留意点等については、「5-2. 募集関連行為に係る体制整備」を参照ください。

イ. お客さま対応を行う役員・使用人全員の募集人届出の必要性

「契約申込書」「保険料領収証」「自賠責保険証明書」等の作成を担当する場合は、募集人届出が原則必要です。ただし、募集人の指示に基づいて、代理店の内務事務担当者がお客さまとの接点をもつことなく「契約申込書」「保険料領収証」「自賠責保険証明書」等の作成を行うことは、募集行為には該当しませんので、これらの業務のみを行う場合は、募集人届出は不要です。

なお、お客さま対応の過程で、非募集行為から募集行為に発展することもありますので、募集人届出のない役員・使用人がこれらの作業を行う際は、注意が必要です。

🔗 関連 check 🔗

「1-1. (2) ウ. 保険募集に該当しない行為（非募集行為）」も参照ください。

ウ. 募集人がテレワークを行う場合の管理・把握、適正な指導の対応例

募集人がテレワークを行う場合の管理・把握、適正な指導の対応例は次のとおりです。具体的な取扱いについては所属保険会社に確認ください。

<p>1. 代理店主（または保険部門の責任者）が適切な教育・管理・指導を行うための「体制の構築」</p>	<ul style="list-style-type: none"> 週1回以上の定期的な打合せ（デジタル機器を利用した打合せを含む） ※恒常的なテレワーク等の場合、最低でも月1回以上の事務所での報告等が望ましい。 業務時間中の連絡手段等の確保 電話やメール等による業務報告（業務開始時、業務終了時における当日の業務内容等の報告） <ul style="list-style-type: none"> 業務状況の記録（指定された勤務場所からの移動（外出時）の行動把握（報告）を含む） 保険会社および代理店が定める管理ルールに従った個人情報や保険料などの適切な管理 保険募集に必要な資格取得や教育研修の受講管理 など
<p>2. 「適切な教育等の実態の確保」</p>	<ul style="list-style-type: none"> 所属保険会社が定期的開催する研修等（デジタル機器を利用した研修含む）の受講勧奨、受講状況の管理 自店の規模や特性に応じた代理店独自の勉強会等（コンプライアンス、商品改定、業務関連等。デジタル機器を利用した研修含む）の定期的な開催（例えば1か月に1回以上） お客さまから受け付けた苦情等の適切な記録、自店内での共有および再発防止に向けた教育指導の実施 など
<p>3. 募集人が遠隔地でテレワークを行う場合の管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 募集人の行動を日常的に把握するための店主（または保険部門の責任者）による点検やお客さまアンケートの実施 不適切な保険募集や法令、社内規則等への違反行為（その疑義やおそれがある場合を含む）の発覚時における該当の募集人の事務所への出勤や店主（または保険部門の責任者）による該当の募集人の勤務地への訪問指導の実施 など

参考 ▶ テレワークを行っている自宅を新たに事務所とする場合の留意点

募集人がテレワークを行う自宅を新たに事務所とする場合、次のような点に留意が必要です。

- 募集人の自宅が所属保険会社の事務所要件を充足していること
- 「事務所」と同等の個人情報管理が徹底されていること
- 保険会社による代理店監査実施時の訪問による点検等に対応すること

2

保険募集に関する基本ルールについて

保険募集の基本的な流れ

※実際の保険募集における一連の説明では、各ステップが前後すること等も想定されます。
※各ステップ中の★印は、情報管理態勢に関するものとして募集コンプライアンスガイド【情報管理版】「1-2 個人情報の管理」を参照ください。

ステップ① 募集人の権限等に関する説明★

保険募集を行う際はあらかじめ、募集人の権限等（所属保険会社等の商号、名称または氏名など）に関して説明します。

ステップ② 意向把握、商品の選定、商品説明および重要事項説明

意向把握★

お客様の抱えるリスクや主な意向・情報を把握し、適切な保険商品を選定・提案します。「個別プランの提案に必要な主な意向・情報」以外の事項は、これ以降の募集プロセスで把握することも可能です。

推奨販売★

乗合代理店において、複数の保険会社の商品から、特定の保険会社の商品を選別してお客様に提案する場合、その推奨理由等を説明します。

比較説明★

乗合代理店において、複数の保険会社の商品を提案する場合は、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明します。

商品説明

主な意向・情報に基づいて提案した商品がお客様の意向とどのように対応しているか、わかりやすく説明します。

重要事項説明

「重要事項説明書」等を用いて、提案した商品の「契約概要」「注意喚起情報」等を説明します。また、お客様が既に加入しているほかの保険契約に同種の特約が付帯されていないか、確認します。

ステップ③ 契約締結（告知受領・意向確認）

告知受領★

告知事項に該当する項目の内容および告知の重要性をお客様に説明のうえ、お客様から正しい告知を受領します。

意向確認

申し込もうとする内容が、これまでに把握したお客様の意向に沿っているか、確認します。

契約締結★

お客様から、申込書の所定の欄に同意の記録を取り付けます。

ステップ④ 保険料の領収・申込書写等の交付★

保険会社の定める募集形態に応じた方法により、保険料を領収し、申込書写等をお客様に交付します。

2-1 顧客本位の業務運営の実現

(1) 基本ルール

募集人は、「保険業法」をはじめとする各種関係法令の遵守に加え、例えば「代理店事務処理規定」や各種「契約規定」といった所属保険会社の定める規定やルールや社会規範等を遵守しなければなりません。

🔗 関連 check 🔗

関係法令その他、代理店が守らなければならない主な法令については、「4-12. 関係法令の遵守」を参照ください。

参考 「保険会社向けの総合的な監督指針（監督指針）」

金融庁による保険会社の監督事務に関し、その基本的考え方、監督上の評価項目、事務処理上の留意点を整理した文書です。監督指針は、法律上の位置付けとしては「通達」であり、国民や裁判所を直接拘束するものではないと解されていますが、保険会社および代理店の実務において重要な位置付けにあります。

そのうえで、代理店自らが主体的に創意工夫を発揮し、顧客本位の業務運営を実践していくことが求められます。保険業の公共性に鑑み、募集人は、自らの社会的役割を自覚し、プロフェッショナルとしての倫理観を持ち、お客さまからの期待に応えていく必要があります。

(2) 解説

ア. コンプライアンス

コンプライアンスは、一般的に「法令等の遵守」という意味で用いられています。ここでいう「法令等」には、法令をはじめ、保険会社の諸規定、社会規範等も含まれます。コンプライアンスを徹底することが、保険契約者等の保護や顧客本位の業務運営に向けた基本的な取組みとなります。

【基本的な姿勢】

守るべきルールを理解したうえで行動することが求められます。また、現状の業務運営でお客さまから苦情やトラブルが発生していないことだけをもって、適切な業務運営であると判断できるものではありません。コンプライアンスにおいては、「行わなければならないと決められていないが、行ったほうがよいと思われることを積極的にいき、禁止されていないが行わないほうがよいと思われることは厳に慎む」という基本的な姿勢を身につけなければなりません。

募集人は、自らの社会的役割を十分理解のうえ、お客さまのニーズに応えることで「信頼」を得ることが求められます。また、代理店は主体的に、法令等の遵守状況について、定期的に自己点検を実施、不備が認められた場合には改善策を策定・実行するなど、体制を整備することも重要です。

🔗 関連 check 🔗

代理店の体制整備については、「5-1. 代理店の体制整備義務と整備要領」を参照ください。

イ. 募集人の役割

(ア) お客さまへの保険商品・サービスの提供

保険業は、社会に発生する様々な危機に備え、万が一事故が発生した場合に経済生活を保障するとともに、公的保障の補完や被災者の救済の役割をもつ公共性の高い事業です。募集人は、様々な保険商品・サービスをお客さまに提供（販売）するという重要な役割を担っています。

(イ) リスクコンサルティングを通じた安心の提供

保険は社会的に重要かつ有用なものでありながらも、形の見えない商品であることから、募集人の役割は非常に重要です。募集人は、お客さまの日常生活や企業活動を取り巻く様々なリスクを的確に把握したうえで、多様化するニーズに応えるために、様々な情報をきめ細かく提供し、最良の保険商品を選択できるよう助言していくこと、つまりリスクコンサルティングを通じて安心を提供していくことが大切です。

特にお客さまにとっては、損害保険の「入口」となる募集人は、日常生活の安心を確保するための相談相手として重要な存在であり、その期待に応える役割を発揮することが求められます。相談相手として信頼に足る存在となるためにも、コンプライアンスの基本的な姿勢を身につけることが、その第一歩となります。

ウ. 募集人の職業倫理

「職業倫理」とは、自らの仕事を通じて社会的な役割や責任を果たすため、職業人としての行動を律する基準や規範のことをいいます。言い換えれば、それぞれの仕事において、「何を目標として、どのように働くか」ということです。募集人は、プロフェッショナルとして、次のような「職業倫理」を持って、お客さまや社会からの期待に応えていく必要があります。

- 保険は、万が一の場合の損失を補償する機能を有しており、わたしたちの日常生活や経済活動を支える基盤としての役割を担っています。そのため募集人は、保険の社会的役割や公共性を強く認識し、高い志を持ち続けることが大切です。
- 募集人は、自己の職業が持つ社会性や公共性に深い自覚を持ち、お客さまに対して、保険商品のみならず、危険や災害から身を守るための様々な情報を提供することによって、頼りがいのある良き相談相手となることが重要です。そのため募集人は、お客さまや地域社会のリスクコンサルタントとしての役割を果たせるよう日頃から心掛ける必要があります。
- 保険は「保険事故が発生した場合に保険金を支払う」ことを約束するものです。そのため、募集人がお客さまの意向やニーズを的確に把握・喚起し、そのニーズに応じた保険商品を提供することが重要です。そのため募集人がお客さまから高い信頼を得ることが何よりも重要といえます。保険は事故時に機能を発揮されるものであることから、契約締結後の契約内容の見直しや事故の際の保険金請求手続のサポート等対応を通じて、信頼関係を構築する必要があります。

(3) 留意点

2024年11月1日に改正（施行）された「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」（以下「金融サービス提供法」）（第2条第1項）において、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客に対して誠実かつ公正に、その業務を遂行しなければならないと定められています。

また、金融事業者が主体的に創意工夫を発揮し、良質な金融商品・サービスを提供することを促すため、プリンシプルベースで策定された「顧客本位の業務運営に関する原則」の一つである、顧客の最善の利益を勘案しつつ、誠実かつ公正に業務を遂行すべきである旨を法定することで、「顧客本位の業務運営」の一層の定着・底上げと横断化が図られています。

代理店も金融事業者として、この考え方にに基づき、従来以上に顧客の最善の利益を勘案して業務を行っていくことが重要です。

参考 ▶ 顧客本位の業務運営

国民の安定的な資産形成を図るためには、金融事業者がそれぞれの役割を認識し、顧客本位の業務運営に努めることが重要との観点から、2017年3月に金融庁により「顧客本位の業務運営に関する原則」が公表されています。

代理店も金融事業者として「顧客本位の業務運営に関する方針」の策定・公表や定期的な見直しに向けたKPI（成果指標）の設定などの取組みを行うことが重要です。

なお、顧客本位の業務運営の原則については、金融庁ホームページ（<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>）を参照ください。

2-2 募集人の権限等に関する説明

(1) 基本ルール

保険募集を行おうとするときは、あらかじめ、お客さまに対し次に掲げる事項を明らかにしなければなりません。(保険業法第294条、施行規則第227条の2)

- ア. 所属保険会社等の商号、名称または氏名
- イ. 自己が所属保険会社等の代理人として保険契約を締結するか、または保険契約の締結を媒介するかの別
- ウ. 募集人の商号、名称または氏名

また、所属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」との表示を行う場合や、代理店の方針・スローガンとして「お客さま最優先」などを掲げる場合等、販売手法やその他の商品説明手法とあいまって、「お客さまと所属保険会社との間で中立である」とお客さまが誤解することがないように、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。

■法令上の罰則等

お客さまに対する説明を行わなかった場合：登録の取消または6か月以内の業務の停止（保険業法第307条第1項第3号）

(2) 具体的な対応

保険募集にあたっては、契約申込書やパンフレットを使用し、募集人の権限や所属保険会社の名称、取り扱える保険会社の範囲など、次の事項をお客さまに明らかにしてください。

お客さまに明らかにする事項	対応方法例
所属保険会社等の商号、名称 または氏名	• 当該保険募集の引受保険会社名が記載された契約申込書やパンフレットを渡す。
自己が所属保険会社等の代理人として保険契約を締結することまたは保険契約の締結を媒介すること	• 「損害保険代理店が保険契約の締結の代理権を有していること」または「保険契約の締結を媒介すること」が記載された契約申込書やパンフレットを渡し、お客さまに説明する。なお、損害保険代理店の場合は、「締結の代理権」には「告知受領権」も含まれることが一般的であるため、「告知受領権」も「締結の代理権」に含めて説明することで構わない。
募集人（代理店）の商号、名称 または氏名	• 代理店の商号等が記載されたパンフレットや名刺を渡すなどの方法により商号、名称または氏名を名乗る。
取り扱える保険会社の範囲	• 乗合代理店の場合は、取り扱える保険会社の商号等を明らかにする。 • 専属か乗合か、乗合の場合には取り扱える保険会社の商号等の情報を名刺や代理店案内、名乗り等により説明する。

(3) 留意点

ア. 郵送のみで手続きを完了する場合

郵送のみで契約手続きを完結する場合には、「お問い合わせ先」欄に募集人（代理店）の商号、氏名等を明記したパンフレットを郵送するなどの方法により、上記（2）の各事項をお客さまに明らかにする必要があります。

イ. フランチャイズ展開を行っている場合

フランチャイズ展開を行い、他の代理店に商号等の使用を許諾している場合は両者が異なる事業者であることや、取り扱う保険商品の品揃えが異なる場合はその相違点を説明するなど、当該他の代理店と同一の事業を行う者とお客さまが誤認しないよう、留意する必要があります。

関連 check

「5-5. フランチャイズ代理店等に係る体制整備」も参照ください。

ウ. 保険契約の募集時に旧氏（旧姓）を使用する場合

募集人は保険契約の募集時の名乗り等に旧氏（旧姓）を使用することができます。この場合は、保険募集人として登録・届出を行っている氏名とお客さまに対して明らかにする氏名を適切に管理する必要があるため、旧氏（旧姓）についても登録・届出を行ってください。

保険会社単位、契約者単位、取扱商品単位等の区分により、旧氏（旧姓）と本姓を使い分けることは、原則不可とします。ただし、やむを得ず旧氏（旧姓）と本姓を使い分ける場合は、お客さまの誤解を招かないよう十分に注意してください。

なお、管理方法等については、所属保険会社に確認ください。

2-3 意向把握、商品の選定、商品説明および重要事項説明

2-3-1 意向把握

(1) 基本ルール

保険募集を行う際は、お客さまがどのような補償内容を望まれているか等、お客さまの意向・情報を把握しなければなりません。(保険業法第294条の2)

また、意向把握では、次のケースのとおり、保険商品の特性に応じて、必要な対応が異なります。

ケース	対象商品	特徴
損保型 (監督指針Ⅱ-4-2-2(3)①ア(注3))	第二分野および第三分野の一部商品(主に保険期間が1年以下の傷害保険など)	自動車や住宅の購入等に伴う補償を望むお客さまに対し、主な意向・情報を把握します。
意向把握型 (監督指針Ⅱ-4-2-2(3)①ア(注1))	第一分野および第三分野の一部商品(主に疾病系の商品や保険期間が1年超の傷害保険など)	アンケート等によりお客さまの意向を把握します。
意向推定型 (監督指針Ⅱ-4-2-2(3)①ア(注2))		性別や年齢などのお客さまの属性、生活環境等に基づき、お客さまの意向を推定(把握)します。

(注) 上記の各ケースの意向把握から意向確認までのフローをP.32に掲載していますので、参照ください。

上記に示す「損保型」の意向把握において、把握すべきお客さまの意向には、次の内容があります。(監督指針Ⅱ-4-2-2(3)①②)

- ア. どのような分野の補償を望んでいるか(保険種類)
- イ. お客さまが求める主な補償内容
- ウ. 保険期間・保険料・保険金額に関する範囲の希望、優先する事項の有無等

なお、把握した意向を踏まえ、最終的な契約内容がお客さまの意向に沿ったものとなっているか、お客さま自身に確認(意向確認)を行っていただく必要があります。

🔗 関連 check 🔗

意向確認については、「2-4-2. 意向確認」を参照ください。

(2) 解説

本ガイドでは、以下、「損保型」の意向把握について、解説します。

ア. 把握すべき意向

所属保険会社の規定等に従い、契約申込書や意向確認書面などを用い、次の(ア)～(ウ)の事項について、意向把握を行います。

(ア) どのような分野の補償を望んでいるか（保険種類）

損保商品については、例えば、自動車や住宅の購入等に伴うリスクに備えたいというご相談を受けることなどによって、どのような分野の補償を望んでいるか、把握します。

(イ) お客さまが求める主な補償内容

お客さまが求める補償内容に関する意向・情報は、「個別プラン提案の前提になる情報」、「個別プランの提案前に把握する主な意向」および「個別プランの提案後の募集行為において把握することも可能な事項」の3つに分かれます。

a. 個別プラン提案の前提になる情報

個別プランの提案の前提になるお客さまの情報について、事前に確認します。

【具体例】

- 海外旅行傷害保険における渡航者・渡航先・渡航期間 など

b. 個別プランの提案前に把握する主な意向

個別プランの提案に必要な事項については、事前にお客さまの意向を把握する必要があります。

【具体例】

- 自動車保険における運転者年齢条件特約の条件、運転者限定特約の有無
- 火災保険における保険の目的（家財・建物） など

c. 個別プランの提案後の募集行為において把握することも可能な事項

提案した個別プランの内容や保険料水準等も考慮し、補償・特約等の付帯の要否に関わる意向について、個別プランを説明する過程、あるいは説明後に把握します。

【具体例】

- 自動車保険における車両保険の要否
- 火災保険における地震保険の要否 など

(ウ) 保険期間・保険料・保険金額に関する範囲の希望、優先する事項の有無等

個別プランを提案する際に確認し、希望・優先事項等があれば、個別プランの内容に反映します。なお、補償・特約等の付帯の要否について、提案した商品がお客さまの意向に沿った内容となっているか、併せて確認します。

イ. 主な意向の記録

意向把握を確実にを行うために、上記ア. (イ) b. に関する事項等について、所属保険会社の規定等に従い、お客さまが示した意向を契約申込書や意向確認書面などに記録します。特に、個別プランを提案する際に、当該商品とお客さまの主な意向の関係性をわかりやすく説明するために、提案する契約条件としての表示とは別に、「把握した主な意向」を記録し、保存しておく必要があります。

(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お客さま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、適切な意向把握を行ったことが確認できるツールが保存されていれば、見積書などの意向把握の過程で用いた全てのツールや、契約に至らなかったお客さまの意向把握に用いたツールについては保存する必要はありません。

具体的なツールや記録の方法については、所属保険会社の指示に従ってください。

(3) 留意点

次の事項については、本章で説明した「意向把握」のみならず、後述の「意向確認」についても、適用されます。

ア. 商品の特性に応じた意向把握・意向確認

次の(ア)～(ウ)のケースについては、お客さまの意向把握・意向確認が必要になるものの、当該商品の特性に応じ、パンフレット等を用いて商品概要や契約条件を明示する等、上記(2)で記載したような一律の方法ではなく、商品特性に応じた方法で意向把握・意向確認を行うことが可能です。

対象となる具体的な商品や方法については、所属保険会社の指示に従ってください。

- (ア) 基本プランが年間保険料 5,000 円以下である保険契約
- (イ) 事業者の事業活動に伴って生ずる損害をてん補する保険契約
- (ウ) 団体保険（加入勧奨の有無を問わない）において契約者である団体に対して行う意向把握・意向確認

イ. 意向把握・意向確認が不要なケース

意向把握・意向確認を求める必要性が乏しい次のケースについては、当該対応が求められるものではありません。

ただし、次のNo. 1～4のケースでは、契約者と被保険者が異なる契約において、被保険者に対する意向把握・意向確認が適用除外となります（契約者に対する意向把握・意向確認は行う必要がありますので、注意が必要です）。

No	主なケース	具体例
1	被保険者が負担する保険料がない保険契約	<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）
2	保険期間が1か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（ただし、保険料が1,000円を超える場合は、意向把握・意向確認を行う必要があります）
3	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（加入に係る被保険者の意思決定を要さず、当該主たる商品の販売等に起因する損害等を対象とするもの、関連性を有するものに限る）	<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
4	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
5	他の法律により加入を義務付けられている契約	<ul style="list-style-type: none"> ● 自賠償保険
6	勤労者財産形成促進法第6条に規定する保険契約	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人型財形保険

ウ. 既契約を更新（更改）、契約内容を一部変更する場合

既契約を更新（更改）する場合や契約内容を一部変更する場合も、意向把握・意向確認を行う必要があります。この場合の意向把握・意向確認の方法としては、例えば、次のような対応が挙げられます。

具体的な方法については、所属保険会社の指示に従ってください。

■ 更新（更改）する場合

既契約の契約内容を通じて把握した意向に沿って、更新契約の内容を提案し、意向確認を行う。また、契約内容の見直しを行う場合は、個別プランを提案する過程で意向把握・意向確認を行う。

■ 契約内容を一部変更する場合

変更依頼書の変更箇所を説明し、お客さまに変更内容を確認いただく過程で、意向把握・意向確認を行う。

エ. 公的保険制度についての情報提供

保険募集を行う際は、お客さまのライフプランや公的保険制度等を踏まえ、お客さまの抱えるリスクやそれに応じた保障の必要性を適切に理解し、その意向に対応した保険を提案することが求められます。そのために、販売する商品の特性に応じ、公的年金の受取試算額などの公的保険制度についての情報提供を適切に行ってください。

公的保険制度の概要につきましては、金融庁の公的保険制度を解説するポータルサイト (<https://www.fsa.go.jp/ordinary/insurance-portal.html>) 等を確認してください。また、保険募集人向けの教育ツールとして、日本損害保険協会 募集人向けの教育支援サイトに動画コンテンツ「社会保険制度」 (https://www.sonpo-dairiten.jp/education/social_security/index.html) を掲載しております。

参考 ▶ 団体保険における加入勧奨時の取扱い

契約者である団体と被保険者に一定の密接な関係が認められる団体（例えば、企業・官公庁の職域団体等）の契約で、契約者（当該団体）が被保険者に対して加入勧奨を行う場合は、保険募集人に直接の意向把握義務が課されるものではありません。しかしながら、従来どおり、契約者（当該団体）から被保険者に対し、保険募集を行う際と同程度の意向確認を適切に行う必要があります。

一方で、団体と被保険者の間に一定の密接な関係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、保険会社または保険募集人に意向把握義務が課され、団体保険以外の保険契約と同様に意向把握・意向確認を行う必要があります。なお、意向把握・意向確認に係る事実行為の一部（「団体保険の加入依頼書」等の意向把握に関する書面の回収など）を契約者（当該団体）を通じて行うことも可能と考えられますが、このような場合でも保険会社または保険募集人が確実に意向把握義務を履行できるよう、適切な対応を行う必要がありますので、具体的な対応方法については、所属保険会社の指示に従ってください。

(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。

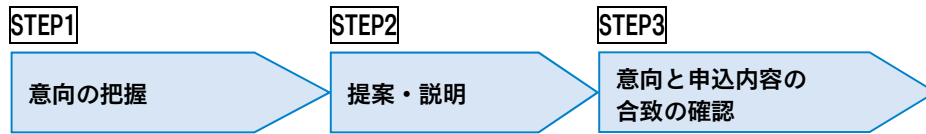
参考 第二分野以外の商品を取り扱う場合

第一分野商品や第三分野商品（保険期間1年以下の傷害保険などを除く）を取り扱う場合は、商品を提案・説明した後、意向確認を行う前に、当初の意向と最終的な意向とを比較する必要があります。

当初把握した主な意向と最終的な意向とを比較した結果、両者が相違している場合には、その対応箇所や相違点および相違が生じた経緯について、当初の意向と最終的な意向との比較を行いながら、わかりやすく説明します。

参考 ケースに応じた意向把握から意向確認までのフロー

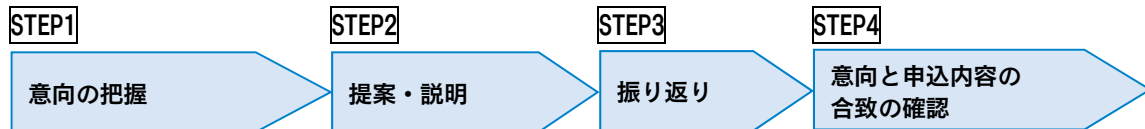
■ 損保型の場合



【各ステップの概要】

【STEP1】 意向の把握	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、保険の目的など）や購入した保険の対象等の情報を把握します。
【STEP2】 提案・説明	【STEP1】で把握した意向・情報に基づいた個別プランを提案し、お客さま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。
【STEP3】 意向と申込内容の合致の確認	契約締結前においてお客さま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）。

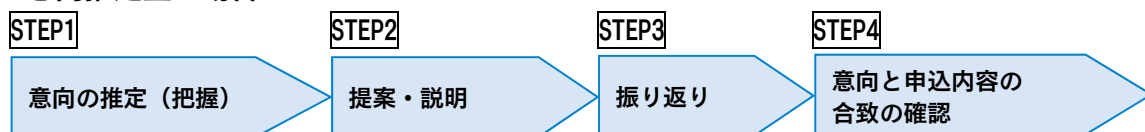
■ 意向把握型の場合



【各ステップの概要】

【STEP1】 意向の把握	保険金額・保険料を含めた個別プランを説明する前に、例えば、アンケート等によりお客さまの主な意向を把握します。
【STEP2】 提案・説明	【STEP1】で把握した意向に基づいた個別プランを提案し、お客さま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。
【STEP3】 最終的な意向と当初意向との比較（振り返り）	最終的な意向と当初把握した主なお客さまの意向との比較を記載したうえで、両者が相違している場合には、その対応箇所や相違点およびその相違が生じた経緯について、わかりやすく説明します。
【STEP4】 意向と申込内容の合致の確認	契約締結前においてお客さま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）。

■ 意向推定型の場合



【各ステップの概要】

【STEP1】 意向の推定（把握）	保険金額・保険料を含めた個別プランを説明する前に、例えば、性別や年齢等のお客さまの属性や生活環境等に基づきお客さまの主な意向を推定（把握）します。
【STEP2】 提案・説明	【STEP1】で推定（把握）した意向に基づいた個別プランを提案し、保険金額や保険料を含めた個別プランの作成提案を行う都度、設計書等のお客さまに交付する書類の目立つ場所に、保険会社または保険募集人が把握（推定）したお客さまの意向と個別プランの関係性をわかりやすく記載のうえ説明します。
【STEP3】 最終的な意向と当初意向との比較（振り返り）	最終的な意向と事前に把握した主なお客さまの意向との比較を記載したうえで、両者が相違している場合には、その対応箇所や相違点およびその相違が生じた経緯について、わかりやすく説明します。
【STEP4】 意向と申込内容の合致の確認	契約締結前においてお客さま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）。

2-3-2 推奨販売（乗合代理店のみ）

（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1)(注2)}が、お客さまに対し、取扱商品の中から、特定の保険会社の商品を選別・推奨して販売（以下「推奨販売」）する場合、推奨した商品をどのように選別したのか、その理由を説明しなければなりません。（保険業法第294条、第294条の3、施行規則第227条の2第3項第4号、監督指針Ⅱ-4-2-9（5））

- （注1）生保と損保の代理店を兼営する場合、生損それぞれ専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品（がん保険等）等を販売する際は、上記対応が必要となります。なお、少額短期保険と損保の代理店を兼営する場合も同様です。
- （注2）自賠責保険は、強制付保かつ業界共通商品であり、推奨販売・比較説明の前提となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」には該当しません。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、基本的には推奨販売・比較説明に関する体制整備は不要です。ただし、乗合代理店については取り扱える保険会社の商号等を説明する必要があることに留意が必要です。

自店の推奨販売の方式	説明すべき内容
お客さまの意向に沿って比較可能な商品を選別し、商品を推奨する場合 （施行規則第227条の2第3項第4号ロ）	候補となる比較可能な対象商品の概要および推奨する理由を説明します。
代理店独自の推奨理由・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）	当該商品を推奨する理由を説明します。

なお、お客さまが特定の保険会社・特定商品を指定するなど、推奨販売を希望しない場合や、更新（更改）契約でお客さまが既契約の更新（更改）を希望している場合は、推奨販売に関する説明が求められるものではありません。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。

（2）解説

ア. 顧客の最善の利益を勘案した誠実公正義務

推奨販売を行う代理店は、顧客の最善の利益を勘案した誠実公正義務も踏まえ、自己の利益を優先させることがないように、お客さまに対して誠実かつ公正に商品を推奨する必要があります。

イ. お客さまの意向に沿って比較可能な商品を選別し、商品を推奨する場合 （施行規則第227条の2第3項第4号ロ）

取扱商品の中から、お客さまの意向に基づき比較可能な商品（募集人の把握したお客さまの意向に基づき、保険の種別や保障（補償）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、お客さまの求めに応じて商品内容を説明します。比較可能な商品の概要を明示する際は、「商品名・引受保険会社名」を一覧で明示するだけでは不十分であり、所属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。

さらに、提案商品を提示・推奨した理由をわかりやすく説明します。特に、代理店の判断により、お客さま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うえで、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について、説明しなければなりません。

なお、客観的な商品の絞込みや提示・推奨を装いながら、代理店の受け取る手数料水準の高い商品に誘導することを目的として、商品の絞込みや提示・推奨を行ってははいけません。

ウ. 代理店独自の推奨理由・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)

●今後「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書や法令等の改正を受けて、見直しを検討する予定です。(見直し後の内容について、P. 1に掲載しています。)

乗合代理店が、自店独自の推奨理由・基準に沿って商品を絞込み、または特定の商品をお客さまに提示・推奨する場合には、その推奨理由・基準等を説明します。

乗合代理店の独自の推奨理由・基準は、様々な内容が考えられますが、どのような場合であっても、その理由は合理的なものであることが求められるとともに、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。また、「虚偽説明がない」「法令等に抵触しない」ものである必要があります。

保険代理店が拠点を設けている場合で、その拠点によって推奨理由・基準が異なることも許容されると考えられますが、その推奨理由・基準は、合理的であるとともに、お客さまにわかりやすく説明がなされる必要があります。また、代理店内において、それらの適切な実施について、募集人を教育・管理・指導する体制が整備されていることが前提となります。

※代理店の推奨理由・基準の範囲内であれば、募集人ごとに推奨する商品（保険会社）が異なることも許容されると考えられます。ただし、代理店内で募集人ごとに推奨する商品（保険会社）が異なることがお客さまにとって不公平にならないよう、あくまでも代理店の方針に基づいて推奨していることを明確に伝え、お客さまが他の商品（保険会社）を選択する機会を確保することに留意が必要です。

<不適切な対応事例・考え方>

- 代理店手数料の水準に基づき、提案する保険商品を絞り込んでいるにもかかわらず、別の理由を装うこと。
→主たる理由が「代理店手数料の水準が高いこと」である場合には、そのことをお客さまに説明する必要があります。なお、代理店には金融サービス提供法に基づき、顧客の最善の利益を勘案した誠実公正義務が課せられていることに注意が必要です。
- 所属保険会社について「〇〇がNo. 1」といった数値を用いて理由を示しているにもかかわらず、その根拠となる客観的な数値等を示さず、また、その意味について十分な説明を行わなかったり、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したりすること。
→特定の商品を提案する理由が、他の商品に比べて優位であるとの印象を与えかねないものである場合は、上記「イ. お客さまの意向に沿って比較可能な商品を選別し、商品を推奨する場合（施行規則第227条の2第3項第4号ロ）」に該当する可能性があり、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。

実際の保険募集においては、例えば、所属保険会社数10社の商品から、代理店独自の経営方針を理由に3社の商品に絞り込んだ後、当該3社の商品からお客さまの意向に沿って商品特性や保険料水準等の客観的基準により1社に絞り込むといったケースも想定されます。この場合は、まずは10社から3社に絞り込んだ代理店独自の推奨理由・基準を適切に説明した後、絞り込んだ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します。この限りにおいては、10社全ての商品概要を明示する必要はありません（商品の概要の明示については、監督指針Ⅱ-4-2-9（5）①より、保険募集人の把握したお客さまの意向に基づき、保険の種別や保障（補償）内容などの商品特性等により、商品の絞り込みを行った場合には、当該絞り込み後の商品の概要を明示することも許容されます）。

（3）留意点

ア. 比較説明の必要性

推奨販売を行う際、複数の商品を提案し、比較して説明する場合も想定されます。この場合、お客さまが自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明（比較説明）しなければなりません。

関連 check

比較説明の詳細については、「2-3-3. 比較説明（乗合代理店のみ）」を参照ください。

イ. 推奨販売に係る体制整備

推奨販売を行う代理店は、その実効性を確保するための体制を整備する必要があります。

関連 check

具体的な方法等については、「5-3. 推奨販売・比較説明に係る体制整備」を参照ください。

2-3-3 比較説明（乗合代理店のみ）

（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1)が、お客さまに対し、複数の保険会社の商品を提案し、契約内容を実質的に比較する場合は、お客さまが自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明^(注2)（以下「比較説明」）します。（保険業法第294条、第294条の3、施行規則第227条の2第3項第4号、第227条の14、監督指針Ⅱ-4-2-9（5））

（注1）生保と損保の代理店を兼営する場合、生損それぞれ専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品（がん保険等）等を販売する際は、上記対応が必要となります。なお、少額短期保険と損保の代理店を兼営する場合も同様です。

（注2）「偏りなく説明」とは、説明する商品の全体像や特性について正確にお客さまに示すことであり、具体的には、重要事項説明書、パンフレットおよび見積書等を使って説明します。

（2）解説

比較説明を行う場合、ある特定の商品の有利な部分のみ説明し、当該商品の不利な部分を説明しない等、お客さま等が誤解するような説明・表示を行ってははいけません。

特に、お客さまに特定の商品を推奨販売する際、その商品の優位性を示すために他の商品との比較説明を行う場合は、お客さまが契約に際して正確な判断を行えるよう、次のア、およびイ、のような比較に必要な事項を包括的に説明する必要があります。（保険業法第300条第1項第6号、監督指針Ⅱ-4-2-2（9）、Ⅱ-4-2-9（5））

ア. 当該他の商品の全体像や特性

イ. 推奨する商品の優位性の根拠

🔗 関連 check 🔗

推奨販売の詳細については、「2-3-2. 推奨販売（乗合代理店のみ）」を参照ください。

（3）留意点

ア. 誤解を招く比較表示の禁止

お客さまに、他の商品との比較の中で有利な部分のみ説明し、不利な部分を説明しないなど、お客さまの誤解を招くような比較表示を行ってははいけません（保険業法第300条第1項第6号）。

例えば、内容・条件の違う他社の保険契約と保険料のみを比較して、意図的に自社の保険料の方が安くて有利であると説明することなどが該当します。

なお、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お客さま自身に保険商品を選択していただく行為のみであれば、比較表示には該当しないと考えられます（監督指針Ⅱ-4-2-2（9））。ただ

し、概要を明示する際に、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。

イ. 乗合代理店が独自に比較募集文書を作成する場合

乗合代理店が独自に比較募集文書を作成する場合、各保険会社では、自社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、文書全体の表示の適確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。

このため、文書全体の表示の適確性等については、作成主体である代理店が責任を負うこととなります。作成にあたっては、不適切な表示がなされた場合、誤解を招く比較表示の禁止（保険業法第300条第1項第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。

関連 check

「募集文書」の定義については、「2-3-4. 商品説明」を参照ください。

ウ. 比較説明に係る体制整備

比較説明を行う代理店は、その実効性を確保するための体制を整備する必要があります。

関連 check

具体的な方法等については、「5-3. 推奨販売・比較説明に係る体制整備」を参照ください。

2-3-4 商品説明

(1) 基本ルール

商品説明を行う際には、募集人は、契約のしおりやパンフレット、チラシ等を使用し、お客さまの意向を踏まえて適切な保険商品を提案します。

また、商品説明は、お客さまが商品を適切に選択するための重要な機会ですので、提案した商品がお客さまの意向とどのように対応しているのか、その関係性をわかりやすく説明しなければなりません。

(2) 具体的な対応

ア. 募集人は、お客さまに意向に沿った商品を選択していただけるよう、「2-3-1. 意向把握」で把握したお客さまの意向を踏まえ、適切な保険商品を提案・説明することが大切です。お客さまに商品を提案する際は、所属保険会社の規定等に従い、次のような点に留意してください。

- (ア) お客さまの商品知識、経験、財産状況および保険契約を締結する目的に照らし、また、お客さまを取り巻くリスクに配慮するとともに、お客さまの理解度を確認しながら、意向やリスクに見合った保険契約となるよう、適切な説明を行ってください。
- (イ) お客さまの財産状況を考慮して、お客さまの必要とする補償範囲を超えない範囲で、過度の経済的負担とならないような保険商品を提示してください。
- (ウ) お客さまの意向に対して、提示した保険商品がどのように対応しているか、その関係性を商品内容（約款・特約等に基づく補償範囲や保険金の支払い内容等）に基づき、わかりやすく説明してください。

イ. 保険商品について、重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）や契約のしおり、パンフレット、チラシ等の募集文書を使用して、お客さまが理解できるように、よりわかりやすく説明するとともに、お客さまが商品内容について理解されているかを確認することが大切です。特に、これまで補償対象としていたものが補償対象外に変更されるなど商品内容が改定された際には、十分に留意する必要があります。

- (ア) 全体的な商品内容がお客さまに的確に伝わるよう説明することが重要です。その商品についての特性はもちろん、長所だけでなく、お客さまの不利益につながる短所（意向を充足しない補償内容、契約条件等）もよく説明し、お客さまに対し誤解や誤認を与えないように努めなければなりません。
- (イ) 契約のしおりやパンフレット、その他の募集文書を使用して、どのような保険金があるのかなどについて、お客さまにわかりやすく説明してください。

ウ. 募集文書とは、保険契約の締結または保険募集のために使用する文書等をいいます。募集文書には次のようなものがあります。

重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）、意向確認書面、パンフレット・リーフレット、契約申込書等、契約のしおり、ダイレクトメールおよび保険商品の販売に関わるホームページ上の募集文書 等

参考 ▶ 代理店が自ら作成・運営・管理するホームページの自主点検

損保協会では、代理店が自ら作成・運営・管理するホームページを自主点検する際の「点検チェックリスト（業界共通版）」および「点検チェックリスト記入要領（業界共通版）」を策定し、代理店自らの体制整備の支援を行っています。

エ. お客さまへの商品説明や保険情報を提供する際は、原則として所属保険会社が作成した契約のしおり、パンフレットやチラシを使用してください。

また、募集人（代理店）独自で募集文書を作成する場合は、記載内容に関し、お客さまが誤解したり、誤認されることのないように所属保険会社が定める記載ルールを遵守するとともに、使用する前に、必ず所属保険会社の承認を受けてください。

参考 ▶ 医療保険の募集・広告にあたっての留意点（平成18年7月27日 保発第0727002号 厚生労働省保険局長発 損保協会長あて通達抜粋）

- 公的医療保険の補償範囲について消費者の誤解を招かないよう、客観的事実に基づき、正確な記載を行う。
例えば、公的医療保険においては、定率の自己負担のほか、高額療養費制度により、所得に応じた自己負担の上限が設けられていること等。
- 公的医療保険の補償範囲について記述する際は、当該記載を消費者が見落とすような表示をとらないよう配慮する。

オ. 契約者から、約款の提供要望があった場合は、速やかに交付してください。

2-3-5 重要事項説明（情報提供）

（1）基本ルール

保険募集（新規契約・継続契約を問いません）に際しては、お客さまに対して、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を説明しなければなりません。（保険業法第294条）

また、保険契約の契約条項のうち、お客さまの判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項を告げない行為は法令違反となり罰則の対象となります。（保険業法第300条第1項第1号、第100条の2^{（注）}）

■法令上の罰則等

保険契約の契約条項のうち、お客さまの判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項を告げない行為：1年以下の拘禁刑若しくは100万円以下の罰金。またはこれを併科（保険業法第317条の2第7号）

（注）保険会社に対しては、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などのお客さまへの説明を確保するための措置を講じることが求められており（保険業法第100条の2）、これに違反した場合には業務の停止または免許の取消しに処せられることがあります。（保険業法第132条および第133条）

保険契約の締結にあたっては、保険契約の種類および性質等に応じて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を適正に説明し、お客さまが当該事項を正しく理解（了知）したことを十分に確認してください。

（2）解説

ア. 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とは

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として、具体的には、次の事項を提供することが求められます。

- （ア）お客さまが保険商品の内容を理解するために必要な事項（保険金の支払い条件、保険期間、保険金額等）
- （イ）お客さまに対して注意喚起すべき事項（告知義務の内容、責任開始期、契約の失効、セーフティネット等）
- （ウ）その他お客さまに参考となるべき事項（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等）

イ. 重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報等）について

施行規則および監督指針において、個人向け商品^{（注）}の保険契約の販売・勧誘時に、特に説明すべき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である上記ア.（ア）および（イ）を「契約概要」「注意喚起情報」に分類して、お客さまに説明し、記載した書面の交付またはこれに代替する電磁的方法（電子メール等）により情報提供することが定められています。

この「契約概要」「注意喚起情報」は、“お客さまが保険商品を理解するために必要な事項”と“お客さまに対して注意を喚起すべき事項”を、お客さまにとって多すぎない情報量で記載したものです。お客さまに対して、当該書面を読み、十分に理解いただくことが重要であることを説明する必要があります。

保険会社では「契約概要」「注意喚起情報」を記載した「重要事項説明書」等を作成していますので、対象となる保険契約の募集にあたっては、必ずこれらを使用し、「(3) ア. お客さまへの説明事項等」に沿って、お客さまに対して適切な説明を行ってください。

保険事故発生時における事故通知の重要性についてもあらかじめ説明することが重要です。

(注) 「個人向け商品」とは事業活動に伴い事業者が被る損害をてん補する保険商品ではない保険契約を指し、具体的には、個人向けの自動車保険、火災保険、賠償責任保険およびすべての第三分野商品（傷害・所得補償・医療等）が該当します。

参考 「契約概要」の項目（主なもの）

- 商品の仕組み（保険種類等、商品の概要を示す）
- 補償内容（保険金が支払われる場合、支払われない場合等の主な事例）
- 付加できる主な特約およびその概要
- 保険期間
- 引受条件（保険金額や免責金額等）
- 保険料（保険料額、保険料の支払規定、払込方法、保険料支払期間）
- 配当金（配当金の有無、配当方法、配当額の決定方法）
- 解約返戻金の有無、その内容

参考 「注意喚起情報」の項目（主なもの）

- クーリング・オフ（保険業法第309条第1項）^(注)
- 告知義務および通知義務の内容
- 責任開始期
- 支払事由に該当しない場合、および免責事由等の保険金を支払わない場合の主なもの
- 保険料の払込猶予期間、契約の失効、契約の復活等
- 解約規定と解約返戻金の有無
- セーフティネット（契約者保護制度）
- 手続実施基本契約の相手方となる指定ADR機関の商号または名称
- 補償重複に関する事項
- 特に法令等で注意喚起することとされている事項

(注) 1. クーリング・オフとは、契約の申込み後であっても契約申込みの撤回または契約の解除ができる制度のことです。損害保険契約では、一般的には以下のような扱いになっています。

- ・クーリング・オフができる契約：保険期間（補償される期間）が1年を超える長期契約
- ・クーリング・オフができない契約：保険期間が1年以内の契約

2. 保険期間が1年超の契約であっても、事業のために申し込んだ契約、質権が設定されている契約、既契約の更改（保険金額その他の給付の内容または保険期間の変更に係るものに限る）・更新などは、クーリング・オフの対象となりません。

3. クーリング・オフをする場合は、申込日またはクーリング・オフに関する説明書を受け取った日のいずれか遅い日からその日を含めて8日以内に、書面または電磁的記録（例：ホームページ・電子メール等）による方法で保険会社に申し出る必要があります。

ウ. その他お客さまに参考となるべき事項の提供について

上記イ. の説明・交付と併せて、ロードサービス等の主要な付帯サービスや保険金の直接支払いサービスなど、保険を契約するうえで参考となるべき事項として、上記ア. (ウ) をお客さまに説明します。

当該事項は、「重要事項説明書」や「パンフレット」等を用いるなどの方法による情報提供が考えられますが、詳細については、所属保険会社に確認ください。

(3) 具体的な対応

ア. お客さまへの説明事項等

(ア) 「契約概要」「注意喚起情報」の交付と説明

個人向け商品の場合は、お客さまに「契約概要」「注意喚起情報」を記載した「重要事項説明書」等を必ず交付のうえ、説明してください。

また、その他お客さまに参考となるべき事項がある場合は、併せて説明します。

(イ) 交付の時期

a. 「契約概要」の交付にあたっては、契約締結に先立ってお客さまが当該書面を理解するための十分な時間を確保^(注)してください。

(注) ここでいう「十分な時間を確保」は、お客さまが「契約概要」「注意喚起情報」の記載事項を理解（了知）していただくために十分な時間の確保を求めたものであり、お客さまの理解度や当該保険商品の特性等を踏まえることに留意する必要があります。

b. 「注意喚起情報」は、お客さまの十分な理解が得られれば、お客さまに対して効果的な注意喚起を行うために保険契約の申込時に説明・交付してもさしつかえありませんが、なるべく早めにお渡しすることが望ましいです。

(ウ) 最低限、口頭で説明する事項

「契約概要」「注意喚起情報」を記載した「重要事項説明書」等の書面の交付に加えて、最低限、次のことを口頭でお客さまに説明し、十分に理解いただくことが必要です。

- a. 当該書面を読むことが重要であること。
- b. 主な免責事由等お客さまにとって特に不利益な情報が記載された部分を読むことが重要であること。
- c. 特に、乗換、転換の場合は、これらがお客さまにとって不利益になる可能性があること。

なお、「契約概要」「注意喚起情報」を説明する際は、「詳細は約款に記載されているので、事前に約款の参照が必要であれば、申し出て欲しい。」と説明を行ってください^(注)。

(注) お客さまから参照要望があった場合は、Web約款の参照方法の案内、タブレット端末等での提示、カスタマーセンター等への請求方法の案内、実際の現物約款の交付等の方法で対応します。

(エ) お客さまからの同意の記録を求める措置

お客さまに「契約概要」「注意喚起情報」の記載事項を理解（了知）していただいたことを十分確認したうえで、重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）の受領確認のため、契約申込書にお客さまの同意の記録を取り付けます。

同意の記録を取り付ける際は、形式的にならないよう、お客さまに対して「契約概要」および「注意喚起情報」の重要性を丁寧に説明して理解いただく必要があります。

(注) 同意の記録については、所属保険会社の規定等に従ってください。

(オ) お客さまから「契約概要」「注意喚起情報」の説明を要しない意思表示があった場合

お客さまに上記(ウ)の最低限、口頭で説明する事項のa～cを説明し、お客さまが保険契約の内容を十分に理解しているのであれば、「契約概要」と「注意喚起情報」を記載した書面等を交付して、同意の記録を取り付けてください。しかし、お客さまが理解していないようであれば、十分に説明し、理解していただくようにしてください。

(カ) 「自動継続特約」が付帯されている保険契約の継続時の対応

保険契約締結時に自動継続特約が付帯されていることをお客さまが理解し、契約締結時に情報提供した「契約概要」「注意喚起情報」に該当しない事項のみの変更であるときは、上記(ア)～(エ)は省略することも可能です。ただし、保険契約の見直しの機会が妨げられないよう、自動継続に関する案内等の送付など、適切な情報提供を行うことが望ましいといえます。

(キ) お客さまへの通知義務等の説明

保険期間中に「使用目的の変更」(自動車保険の場合)や「家財等の移転」(火災保険の場合)など、告知事項のうち保険会社が定めた通知事項に変更が生じた場合や契約者が住所を変更した場合、契約者または被保険者は、「遅滞なく」通知を行う必要があります。これを「通知義務」といいます。

通知事項について契約者または被保険者から「遅滞なく」通知がない場合には、保険契約が解除されたり、保険金をお支払いできないことがありますので、その重要性について、契約時に必ず説明してください。

また、「自動車の譲渡や入替、運転者年齢条件の変更」(自動車保険の場合)や保険金額の増額などの契約内容や条件の変更については、契約者または被保険者が「あらかじめ」通知をし、保険会社が承認しなければ、新しい契約内容等とすることができないことも、併せて説明してください。

(注) 告知事項のうち保険会社が定めた通知事項は引受保険会社や保険種目などによって異なりますが、これらの事項は、約款や、注意喚起情報などの保険契約の締結時に交付する書類に記載されています。

(ク) 高齢者への保険募集

契約者本人が高齢の場合、高齢者の特性に配慮し、より丁寧な対応が必要です。この場合の留意点については、「4-2-1. 高齢者に対する保険募集」を参照ください。

イ. 補償重複に関する説明・確認

お客さまの意向に基づかない補償重複^(注)の発生を防止するため、以下を参考に対応してください。

(注) 補償重複とは、複数の損害保険契約の締結により、同一の被保険利益について同種の補償が複数存在している状態をいいます。補償重複には、契約者、被保険者、補償内容のすべてが完全に同一となるケースだけでなく、それらの一部が重複しているケースも含まれます。例えば、次のようなケースも補償重複に該当します。

■補償重複の例

- 契約者が同一の2つの自動車保険で、同居の親族である別の記名被保険者となっており、それぞれの契約に弁護士費用特約が付帯されている場合
- 契約者が同一の火災保険と自動車保険のそれぞれに個人賠償責任保険特約が付帯されているが、特約の1つは国外での事故も補償、もう1つは国内の事故のみ補償の場合

定額保険については、支払事由が発生すれば、他の保険契約の存在や他の保険契約の内容に関係なく、約定された保険金額が支払われることから、定額保険と定額保険の組合せ、または定額保険と実損填補型の損害保険の組合せは、補償重複の対象とはなりません。

完全重複と不完全重複

補償重複のうち、複数の補償の中の最高補償額が、それらの複数の補償における支払限度額となる（保険金額が積み上がらない場合。最高補償額が無制限の場合を含む）契約内容のために、補償に繋がらない保険料負担が生じている状態のものを「完全重複」、それ以外のものを「不完全重複」といいます。

(ア) 契約手続きの際、お客さまが加入しようとしている保険契約（特約を含む）に関して、補償重複の可能性のある補償がセットされている場合には、重要事項説明書やパンフレット等を使用して、補償重複について説明したうえで、他の保険契約の有無を確認してください。

(注1) 他の保険契約には、契約者が同一の契約だけではなく、例えば、同居の親族が契約者であるものも含まれますが、お客さまが必ずしも他の保険契約の存在またはその内容を把握しているとは限りませんので、お客さまに問いかけを行ったうえで、お客さまが把握している情報の範囲内で適切に対応してください。

(注2) 他の保険契約の確認に際して、代理店において、同居の親族など契約者が異なる契約などとの補償重複の可能性を把握していたとしても、個人情報保護や契約者間のトラブル防止の観点から、他の契約情報をお客さまに開示することが適切ではない場合があることに留意が必要です。例えば、同居の親族であっても契約者が異なる場合は、当該契約者の同意なく契約情報を開示することは、個人情報保護の観点から問題があると考えられます。

(注3) 補償重複の可能性のある他の保険契約が他社契約である場合は、補償重複の可能性をお客さまに理解いただいたうえで、他の保険契約の内容を引受会社（代理店）に確認するように促すといった対応が考えられます。

(イ) お客さまへの確認の結果、補償重複の可能性のある他の保険契約があることが判明した場合は、保険料と保険金の関係について明示的に説明を行い、お客さまに補償重複について認識・理解いただくようにしてください。例えば、次のような事項の説明が考えられます。

■被保険者・補償範囲が同一で、かつ保険金額が無制限の契約が含まれる場合（完全重複の場合）

保険金額が無制限の契約があるため、もう一方の契約については、補償につながらない保険料負担（保険料の無駄払い）が生じること（保険金の支払事由が発生しても、いずれか一方の保険契約から保険金は支払われない）。

■複数の契約の保険金額が積み上がる場合（不完全重複の場合）

保険事故があったときの支払限度額は、それぞれの契約の保険金額を積み上げた額となるため、保険料の無駄払いは生じないが、損害額によっては、一方の保険契約からは保険金が支払われない場合があること。

(ウ) 補償重複についてお客さまに認識・理解いただいたうえで、お客さまの意向を確認し、意向に基づいて契約を締結してください。

(注1) 次のようなケースには、お客さまが補償重複を望むことも考えられます。

- 補償内容の一部が重複するものの、重複していない部分の補償内容にお客さまの意向があるケース
- 被保険者の範囲の一部が重複するものの、重複していない部分の被保険者を補償することにお客さまの意向があるケース

- 他の保険契約の満期が近く、当該契約は更新する予定がない（近日中に補償重複が解消される）ケース

（注2） 補償を1つにまとめる場合は、将来、当該契約を解約する場合や別居、結婚等により被保険者の範囲から外れる場合には、特約・補償がなくなることについて注意喚起を行い、お客さまの意向を確実に確認してください。

（エ） 意向確認の結果、お客さまが補償重複を望まない場合は、提案する補償内容の見直しを行うなど適切な対応を行ってください。

（注） 契約しようとしている保険契約の内容を見直すほか、既存契約の補償内容を変更すること含まれます。なお、既存契約の補償内容を変更する場合は、契約内容の変更（異動）または解約処理によって行うことが基本となります。

（4） 留意点

ア. 禁止行為

保険募集に関して、保険契約の契約条項のうち、お客さまの判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項を説明しない行為など、次の行為等が禁止されています。保険募集にあたっては、契約締結に至るか否かにかかわらず、十分留意し、遵守しなければなりません。（保険業法第300条等）

禁止行為	具体例	法令上の罰則
虚偽のことを告げる行為・保険契約者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項を告げない行為 （保険業法第300条第1項第1号）	保険金を支払う場合のみを説明し、保険金を支払わない場合についてはいっさい説明しなかった。	1年以下の拘禁刑若しくは100万円以下の罰金。またはこれを併科
虚偽の告知を勧める行為・告知を妨害するまたは告げないことを勧める行為の禁止 （保険業法第300条第1項第2号・第3号）	火災保険契約の締結にあたり、建物の構造を偽るようすすめた。	（保険業法第317条の2第7号）
不当な乗換募集行為の禁止 （保険業法第300条第1項第4号）	不利益となる事実を故意に説明せずに、既契約を解約させて新たな保険契約をすすめる例えば次のような行為。 • 既存の積立型の保険契約を解約する際に、いわゆる解約控除等として契約者が一定金額を負担することになることを説明せずに、新たな保険契約を締結させた。 • 既存の保険契約を途中で解約させ、新たな保険契約を引き受けた場合に、保険契約の責任開始前に生じている病気やケガに対しては保険金を支払わない場合があるなど、契約者あるいは被保険者の不利益について意図的に説明を行わなかった。	登録の取消しまたは6か月以内の業務の停止 （保険業法第307条第1項第3号）
誤解を招く比較表示の禁止 （保険業法第300条第1項第6号）	他の商品と比較する際に有利な部分のみ説明し、不利な部分を説明しない行為。例えば、内容・条件の違う他社の保険契約と保険料のみを比較して、意図的に自社の保険料の方が安く有利であると説明した。	

禁止行為	具体例	法令上の罰則
誤解を招く予想配当表示の禁止 (保険業法第300条第1項第7号)	積立型の保険等で、将来の契約者配当金の額を説明するうえで、断定的判断を示したり、確実であると誤認させる行為。例えば、積立型の保険の募集において、過去の配当実績を示し、将来も同額以上の配当が間違いなく支払われるなどと説明し、不確定である契約者配当金が確定的であるかのように説明した。	登録の取消しまたは6か月以内の業務の停止 (保険業法第307条第1項第3号)
信用または支払能力に関し、客観的事実に基づかない事実・数値の表示の禁止 (施行規則第234条第1項第4号)	保険会社の支払能力等について根拠のない数値等を示してお客さまに誤解を与える例えば次のような説明。 <ul style="list-style-type: none"> • 保険の勧誘にあたり、客観的事実に基づかない、「〇〇業界No. 1」等の説明を行った。 • 他社を誹謗・中傷する目的で、支払能力に関する新聞記事、雑誌コピー等を配付した。 	
保険の種類・保険会社の誤認を招く行為の禁止 (施行規則第234条第1項第5号)	生損保のセット商品の販売にあたり、生保商品の引受保険会社を説明しない行為。	

また、保険募集に関して次の行為等を行った場合も、代理店登録の取消し等の行政処分を受けるおそれがあります。(監督指針Ⅱ-4-2-2(11)②)

- ・ お客さまに対し、威圧的な態度や乱暴な言葉等をもって著しく困惑させること。
- ・ 勧誘に対する拒絶の意思を明らかにしたお客さまに対し、その業務若しくは生活の平穩を害するような時間帯に執拗に訪問または電話をかける等の社会的批判を招くような方法により保険募集を行うこと。

イ. 情報提供が不要なケース

契約者と被保険者が異なる契約において、被保険者に対して、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を提供する必要が乏しい次のケースについては、情報提供を求めるものではありません。(施行規則第227条の2第11項)

No	主なケース	具体例
1	被保険者が負担する保険料がない保険契約	<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)
2	保険期間が1か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(ただし、保険料が1,000円を超える場合は、情報提供を行う必要があります)
3	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(加入に係る被保険者の意思決定を要さず、当該主たる商品の販売等に起因する損害等を対象とするもの、関連性を有するものに限り)	<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
4	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

ウ. 既契約を更新（更改）する場合や、契約内容を一部変更する場合

既契約を更新（更改）する場合や契約内容を一部変更する場合で、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内容に変更がある場合には、当該変更部分について説明する必要があります。具体的には、次のような方法で行います。

■ 更新（更改）する場合

商品改定の内容などについて適切に情報提供を行う観点から、重要事項説明書等を交付しての説明や、更改申込書の変更箇所を示す。

■ 契約内容を一部変更する場合

変更依頼書の変更箇所を示す等しながら、変更内容を説明する。

エ. 商品の特性等に応じた情報提供

原則として、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を提供する際は、上述のとおり、「契約概要」「注意喚起情報」等を交付・説明して行いますが、商品特性に見合った説明方法の方がよりわかりやすい説明が期待できる場合や、重要事項説明書による説明が過度な負担となる場合として、次のようなケースは、パンフレットや提案書等を活用する等の方法で当該情報を提供することが可能です。

具体的な商品や方法については、所属保険会社の指示に従ってください。

(ア) 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や自賠償保険等）

(イ) 保険料の負担が少額（年間保険料 5,000 円以下）の場合^(注)

(ウ) 団体保険の場合（契約者である団体に対して提供する情報のみ）

(注) 保険料が5,000円を超える場合は、「重要事項説明書」等の書面を交付・説明することによる情報提供が必要です。

参考 ▶ 団体保険における加入勧奨時の取扱い

契約者である団体と被保険者に一定の密接な関係が認められる団体（例えば、企業・官公庁の職域団体等）の契約で、契約者（当該団体）が被保険者に対して加入勧奨を行う場合は、被保険者に対して、加入の適否を判断するのに必要な情報について、保険募集人に直接の情報提供義務が課されるものではありません。しかしながら、従来どおり、契約者（当該団体）から被保険者に対し、保険募集を行う際と同程度の情報を適切に提供する必要があります。

一方で、団体と被保険者の間に一定の密接な関係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、保険会社または保険募集人に情報提供義務が課され、団体保険以外の保険契約と同様に、加入の適否を判断するのに必要な情報について提供を行う必要があります。なお、情報提供に係る事実行為の一部として、保険会社または保険募集人の作成・名義による説明書面を被保険者に渡す行為等を団体を通じて行うことも認められる余地はありますが、このような場合でも保険会社または保険募集人が確実に情報提供義務を履行できるよう、適切な対応を行う必要がありますので、具体的な対応方法については、所属保険会社の指示に従ってください。

(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。

2-4 契約締結（告知受領・意向確認）

2-4-1 告知受領

（1）基本ルール

保険契約において、契約者および被保険者からの告知は極めて重要です。契約者間の公平性を保つために、必ず契約者および被保険者（保険契約締結時に被保険者が特定できない場合を除きます）に告知の重要性について適切な方法により説明するとともに、危険に関する重要な事項のうち、保険会社が告知を定めたもの（以下「告知事項」）について、本人から事実をありのままに告知いただくことを徹底してください。

また同時に、告知受領権の有無についても説明を行ってください。

（2）解説

保険料は「危険の程度」に見合った公平なものでなければなりません。そして保険会社が公平な保険料を算出するためには「危険の程度」に関する正確な情報が必要となります。

そのため保険会社は、約款で契約者および被保険者に「告知義務」を課し、保険契約締結時に、保険会社に対して告知事項について事実を告げなければならないことを定めています。この義務に反し、契約者または被保険者が事実を告げなかったり、事実と異なることを告げた場合には、保険会社は保険契約を解除することがあります。

■告知を必要とする事項（例）

自動車保険	被保険自動車の車名・型式・仕様・登録番号、用途車種、前契約における事故の有無 など
火災保険	保険の対象の所在地、建物の構造・用法・面積 など
傷害保険	被保険者の職業・職務、補償内容が重複するような他の保険契約 など
医療系保険	年齢、性別、現在の健康状態・過去の傷病歴 など

2010年4月の保険法の施行により、この告知義務は、重要な事項について自発的に情報提供する義務（自発的申告義務）から危険に関する重要な事項について保険会社・募集人からの質問に回答する義務（質問応答義務）に変更となりました。

保険契約の締結にあたり、何が告知事項に該当するのか、契約者や被保険者に正しく理解していただき、契約申込書の告知項目あるいは告知書の記載事項について正しい「告知」を取り付けることが代理店の重要な役割となります。

(3) 留意点

代理店が告知に関して次の行為を行うことは、禁止されています。(保険業法第300条第1項第2号、第3号)

- 契約者または被保険者が保険会社に対して重要な事項について虚偽のことを告げることを勧める行為
- 契約者または被保険者が保険会社に対して重要な事実を告げるのを妨げ、または告げないことを勧める行為

■法令上の罰則等

1年以下の拘禁刑若しくは100万円以下の罰金またはこれを併科(保険業法第317条の2第7号)

また、保険会社側が契約締結の際に、告知事項に該当する事実を知っていたか、または過失によって知らなかったときは、保険契約を解除できません。代理店は告知受領権を有しており、保険会社側の立場であるため、代理店が過失によって契約者等の告知事項に該当する事実を知らないことがないように注意が必要であり、場合によっては被保険者本人との面接・面談が必要です。

なお、保険会社によっては、代理店は保険契約締結の媒介を行い、代理店に告知を受ける権限や契約を締結する権限のない商品もあります。

2-4-2 意向確認

(1) 基本ルール

お客さまが自らの意向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、把握したお客さまの意向を踏まえ、契約締結しようとしている商品がお客さまから提示された意向や情報に合致しているか、および契約内容に誤りがないか、確認することは、保険募集において極めて重要な手続きです。

この手続きは、「意向確認書面」や「意向確認書面を兼ねた契約申込書のチェック欄」等を用いて確認します。

(2) 解説

把握したお客さまの意向と契約内容が合致しているかを確認するため、意向を把握した事項に加え、次の事項に誤りがないか、お客さまに確認いただく必要があります。

【具体例】

種目	確認すべき事項（例）
自動車保険	<ul style="list-style-type: none"> • 用途車種 • 被保険者の運転免許証の色 • 契約する車の使用目的 など
火災保険	<ul style="list-style-type: none"> • 保険の対象（建物または家財収容建物）の用途 • 保険金額と評価額 など
第三分野の保険	<ul style="list-style-type: none"> • 保険金の支払事由 • 保険金額 • 被保険者の範囲 など

🔗 関連 check 🔗

お客さまの意向として把握すべき事項については、「2-3-1. 意向把握」を参照ください。

また、お客さまの意向の確認は、意向確認書面や契約申込書のチェック欄などを用います。

意向確認書面（意向確認書面を兼ねた契約申込書を含む）は、お客さまが契約の申込みを行おうとする保険商品が、お客さまの意向に合致した内容であることを確認するための重要な書類です。お客さまに確認した後、意向確認書面または契約申込書の写しを所属保険会社が定める方法により遅滞なくお客さまへ交付してください。

(3) 留意点

次の事項に関する「意向確認」については、「意向把握」と同様の考え方が適用されます。

- ア. 商品の特性に応じた意向確認
 - イ. 意向確認が不要なケース
 - ウ. 既契約を更新（更改）、契約内容を一部変更する場合
- 参考. 団体保険における加入勧奨時の取扱い
参考. 第二分野以外の商品を取り扱う場合

🔗 関連 check 🔗

詳細は、「2-3-1. 意向把握」を参照ください。

2-4-3 契約締結

(1) 基本ルール

保険契約を締結する際には、契約者の意思確認のため、契約申込書・契約内容変更依頼書（異動承認請求書）等に契約者本人の同意の記録を取り付けてください。契約申込書の同意の記録は、契約申込みの意思確認のほか、重要事項説明書を受領し、クーリング・オフや告知義務の内容を確認したこと、および保険会社における個人情報の取扱いに同意したことの確認等を兼ねているケースもありますので、必ず契約者本人から同意の記録を取り付けるようにしてください。

※署名^(注1)・押印^(注2)で同意の記録を取り付ける場合、代筆または他人名義印による押印を絶対に行わないでください。

保険募集に使用するため他人名義の印鑑を保有することも絶対に行わないでください。

(注1) 署名とは、自己のフルネームを自ら筆記（自署）することをいいます。

(注2) 押印は、契約者本人が押印したものであれば、インク充填式印鑑（スタンプ印）の使用も可能ですが、保険会社や保険の内容・書類の内容等により取扱いが異なる場合があります。詳細は所属保険会社に確認してください。

保険制度の不正な利用を防止するために、契約者以外の方を被保険者として傷害保険等を締結する場合で、死亡保険金受取人を定めるとき（被保険者の法定相続人を死亡保険金受取人とする場合を除きます）は、被保険者本人の同意の記録を取り付けなければいけません。詳細は所属保険会社に確認してください。

また、次の保険契約（不正な利用のおそれが少ないと認められるものを除きます）については、保険金額の引受限度額その他引受に関する所属保険会社の規定等に基づいて、保険契約を締結しなければなりません。

- ① 満15歳未満の者を被保険者とする傷害保険等
- ② 契約者と被保険者が異なる保険契約で、被保険者本人の同意を取得していない傷害保険等

(2) 解説

ア. 契約意思確認方法

保険契約は、契約者が申込みを行い、代理店がこれを承諾すれば成立しますが、実務上は契約申込書により契約者の申込み意思と保険契約の内容を確認する必要があります。

そのため、契約申込書の記載内容（契約者、被保険者、保険金額、保険料、保険期間等）に誤りがないかを契約者に十分確認してもらったうえで、申込みの意思表示の証として、原則、同意の記録を取り付けることが必要となります。

また、代理店としても、例えば自動車保険の契約にあたり、記名被保険者の運転免許証の色や自動車の使用目的を確認するなど、契約申込書の記載内容について事実を確認することが重要となります。

また、契約者本人が高齢者または障がい者の場合は、それぞれの特性に配慮するために、より丁寧な対応が必要です。

🔗 関連 check 🔗

契約者本人が高齢者または障がい者の場合の対応については、「4-2. 高齢者・障がい者に対する保険募集」を参照ください。

イ. やむを得ない事情により代理人による契約等の手続きを行う場合

やむを得ない事情により契約者の代理人による契約等の手続きを行う場合、下記の確認等を行うなど、所属保険会社の規定等に従い適正な手続きを行ってください。

代理人による契約等の手続きを行う場合は、下記の手続きを確実に実行することはもちろんのこと、契約者本人と契約等を行う場合よりも一層丁寧に確実な対応を行い、後日契約者等とのトラブルが発生しないよう十分に留意する必要があります。

なお、告知欄、保険金受取人指定同意欄、一部商品の申込人欄など、契約者本人や被保険者本人等の同意の記録が必要なもの（委任できないもの）がありますので、所属保険会社の規定等を確認のうえ、対応してください。

（ア）配偶者または同居の3親等内の親族（成年者に限る）による手続き

委任の事実確認が必要となります。具体的には次のa.～c.のすべてを行うことにより、事実確認を行ってください。

- a. 契約者本人から、委任の事実を電話等で確認します。なお、電話など非対面で委任の事実を確認する場合には、通話相手が契約者本人であることを口頭で確認するなど、本人確認を確実に行ってください。またこの場合、「契約申込書の写し（お客さま控）」等を使用して契約内容の確認を行ってください。

【確認事項】

代理人の氏名、契約者との関係、委任事項・範囲、確認日等

- b. 代理人による同意の記録を行ってもらいます。なお、詳細は、所属保険会社に確認してください。

【具体例】

代理人（山田花子）が「山田太郎の代理人 山田花子」と署名または記名し、山田花子の印鑑を押印する。

- c. 代理人による契約であることや確認した内容を契約申込書の備考欄等に記入します。

【記入例】

代理人による署名または記名・押印。代理人：山田花子（本人の妻）

本人からの委任の確認日：2024年6月1日

（イ）任意の代理人による手続き

契約者本人の意思に基づく委任であるかを委任状で確認し、上記イ.（ア）b. およびc.の手続きを行い、委任状を添付します。

なお、募集人が代理人となることは原則としてできません。

(3) 留意点

ア. 著しく不適当な行為

次のような行為は「保険募集に関し著しく不適当な行為」に該当するため、行ってはなりません。これらの行為が行われた場合、保険業法の規定により、法令上の罰則（登録の取消または6か月以内の業務停止）を受けることとなります（保険業法第307条第1項第3号）。

(ア) 代筆・代印等による不適正な募集行為

保険募集人には、情報提供義務、意向把握・確認義務が課せられています。保険申込書の署名は、契約申込の意思確認のほか、「重要事項の説明・交付を受け、契約内容を理解したこと」、「意向に沿った契約内容であることを確認したこと」の受領、同意、確認を兼ねているケースがあります。必ず、契約者本人の署名等を取り付けてください。代筆・代印は行ってはなりません。

【具体例】

- 自動車保険の解約の申し出を契約者より受け、契約者と対面で手続きを行う予定であったが、直前になって契約者が多忙を理由に会うことができなくなった。希望された解約日までに必要な手続きを行うことが困難であったため、募集人が必要書類に代筆して解約手続きを行った。
- 契約者から自動車保険の更改を依頼されたにもかかわらず、募集人が必要な手続きを失念したまま放置していた。満期直前になって、契約者から手続きがどうなったかの照会を受けた際に、失念していたことを伝えられず、タブレットによる申込手続き上、契約者本人にクリックしてもらうべき箇所を、募集人が代わりにクリックし、更改を完了させた。
- 契約者署名欄への署名が漏れた保険申込書の提出があったが、募集人が契約者に無断で代筆して申込手続きを完了させた。

(イ) 無断契約

契約者の意思を確認しないまま、保険契約を締結することはできません。無断契約を行った場合、刑法第159条の私文書偽造にも該当するおそれがあります。

【具体例】

- 募集人は、自動車保険の更改案内を失念していたことに満期日当日に気づいたが、無保険状態になることを心配し、更改をしてくれるだろうとの思い込みから、契約者への継続意思確認をせずに、電話募集をしたこととして契約手続きを行った。
- 契約者に確認することなく契約者の配偶者に契約内容等を説明し、配偶者から保険申込書への署名を取り付けて、契約を締結した。

(ウ) 架空契約・名義借り契約

架空契約（保険の対象が実在しない契約）、名義借り契約（募集人が第三者から名義を借りて締結した契約）といった不適切な保険契約を行ってはなりません。

【具体例】

- 募集人が、自己の成績を上げるために、保険契約の申込意思がない他人の承諾を得て、その者を保険契約者とする保険契約の申込み手続きを行った。
- 実在しない車両または廃車予定の車両を被保険自動車とする、被保険利益のない自動車保険を締結した。
- 実在しない人物を保険契約者・被保険者として保険申込書を作成し、募集人が契約者署名のうえで契約を計上した。
- 自動車保険の等級制度を悪用するために、架空の車両を被保険自動車とする、保険料の安価な契約を締結した。

(エ) 保険本来の趣旨を逸脱する契約

契約当初から短期間の解約を前提とした保険契約の締結といった、保険本来の趣旨を逸脱する保険契約を行ってはなりません。

【具体例】

- 募集人が、自己の成績を上げるために、新規で自らが保険契約者の保険契約を締結して分割保険料の1回目のみを支払った後、当該契約を解約した。

イ. 契約を引き受ける際の留意点

契約を引き受ける際には、お客さまの意向・リスクを適切に把握したうえで、引受条件の確認・決定を的確に行う必要があります。

例えば所属保険会社の契約引受基準等に該当する契約など、契約引受にあたり注意を要するケースにおいては、事前に所属保険会社に余裕をもって契約引受の可否や引受条件を確認することを徹底してください。

また、契約を引き受けない場合は、可能な限り合理的な理由を説明するなど、お客さまの理解を得られるように努めることが重要です。

2-5 保険料の領収

(1) 基本ルール

保険契約の締結と同時に^(注1)^(注2)、保険料の全額を現金、小切手^(注3)または振込により領収してください。^(注4)

なお、現金、小切手、振込以外の保険料領収方法としては、①口座振替、②クレジットカード払、③コンビニ払等の方法があります。

(注1) 分割払保険料については払込期日までをいいます。

(注2) 初回口座振替、団体扱等の保険料の支払猶予を認められている場合を除きます。

(注3) 手形、先日付小切手による領収は認められません。

(注4) 保険会社によっては、代理店は保険契約締結の媒介を行い、代理店に保険料の領収権限を付与していない場合があります。

参考 監督指針 II-4-2 (保険募集管理態勢)の抜粋

II-4-2 保険募集管理態勢

保険会社及び保険募集人は、保険契約者等の利益を害することがないように、適正な保険募集管理態勢を確立する必要がある。このため、以下のような措置等について、適切に実行するとともに、内部監査部門による監査や代理店監査等を通じて、事後的に適切性等を検証し、必要に応じて改善を図ることが求められる。

II-4-2-1 適正な保険募集管理態勢の確立

～中略～

(4) 特定保険募集人等の教育・管理・指導

～中略～

②特定保険募集人等の管理・指導について

ア. 保険会社においては、特定保険募集人等の健全かつ適切な業務運営を確保するために、不適切な保険募集の端緒となりうる点等について、その状況を適時把握し、管理・指導するために適正な措置を講じているか。

具体的には、例えば、以下の(ア)から(ウ)のようなことが考えられる。

(ア) 特定保険募集人等の挙動状況、保険契約の継続状況等の常時把握可能な管理を行う。

その際、保険会社の役職員が実質的な保険募集を行い、その保険契約を保険代理店の扱いとする等の行為又は特定保険募集人等との成績を付け替える等の行為は、重要事項説明等の募集時の説明が不十分となるなどの不適切な保険募集につながるおそれがあることから、こうした行為が行われないように特に留意する。

(イ) 保険代理店による契約者からの保険料領収及び保険料の保険会社への精算の適切性を確保するため、保険料の支払いを受けた場合に保険料領収証を発行すること、保険代理店が領収した保険料を自己の財産と明確に区分し、遅滞なく適時に保険会社に精算すること、それら管理の状況が事後で確認できる体制とすることなどを保険会社において管理・指導する体制を構築する。

(ウ) 架空契約や保険金詐取を目的とする契約等の不正な保険契約の発生を防止するため、保険証券を交付する行為又は保険金や満期返戻金を保険契約者等へ給付する行為については、正当な理由なく、保険代理店を介して行わないように適正な措置を講じる。

イ. 略

③保険代理店等に対する監査について

営業所等の拠点及び保険代理店の保険募集に関する業務内容について、以下のような点を含めて、監査等を適切に実施し、営業所等の拠点及び保険代理店の保険募集の実態や内部事務管理の状況等を把握しているか。

また、監査等において内部事務管理が不適切な営業所等の拠点及び保険代理店に対し、適切な措置を講じるとともに、改善が図られるよう指導・検証する態勢を整備しているか。

ア. 営業所等の拠点及び保険代理店に対する監査の周期は、営業所等の拠点及び保険代理店の業務の品質を確保するうえで有効なものとなっているか。

イ. 監査等を実施する営業所等の拠点及び保険代理店の選定及び監査等の項目は、日常の管理を行う中で把握した情報や管理指標の異常値等に着目し、適時適切に見直しを行っているか。

ウ. 監査等の手法として、保険代理店による自己点検のみに依拠することなく、無予告での訪問による監査等を実施できる態勢を整備しているか。

(2) 解説

保険料を領収する際には、次の事項が禁止されています。

ア. 保険料流用・費消の禁止について

領収した保険料を他に流用・費消することは、その金額・期間にかかわらず一切認められません。

【流用・費消の具体例】

- 保険料専用口座に預け入れた保険料を払い出して一時的に流用した。
- 私製の領収証を発行し、保険料と偽って保険契約者から金銭を詐取し着服（費消）した。
- 保険料の口座振替契約であるにもかかわらず現金で集金を行い、払込期限までの間、保険料を流用した。
- 口座振替の保険契約で、振替不能時に送られてきた払込票と保険料を保険契約者から受け取り、払込期日まで流用した。

イ. 保険料立替の禁止について

募集人（代理店）が契約者に代わって保険料を支払う行為（保険料立替）は、「不適切な保険募集行為」に該当し、保険業法違反または所属保険会社の規定違反に該当します。（保険業法第30条第1項第5号）

【保険料立替の具体例】 ※下記のようなケースは、期間・金額にかかわらず一切認められません。

- 保険料を募集人が立て替えることを条件に、保険契約を締結した。
- 大口の契約者に対して便宜を図るために、特約等の定めによらずに保険料の払込みを猶予することを約したうえで、保険契約の継続を誘引した。
- お客さまから手形、先日付小切手で保険料を領収した。

■法令上の罰則等

保険料流用：登録の取消または6か月以内の業務の停止（保険業法第307条第1項第3号）

（保険料を流用したときは、保険業法の定めのほか、刑法第253条業務上横領罪に問われることもあります）

保険料立替：登録の取消または6か月以内の業務の停止（保険業法第307条第1項第3号）

(3) 留意点

代理店の内部管理は、店主の責任であり、1人の募集人の流用・費消でも責任は代理店全体に及ぶこととなります。このようなことを起こさないためにも、領収した保険料を適切に取り扱う必要があることから、所属保険会社と連携して、次のような管理を徹底することが大切です。

■保険料を適切に管理するためのポイント

- 募集人が現金を取り扱う頻度を減らすために、保険料の領収については、現金での領収を極力行わず、口座振替・クレジットカード払・コンビニ払等のキャッシュレス化を推進する。そのうえで、募集人がお客さまから、合理的な理由なく現金を領収していないか確認する。
- 保険料領収証、自賠責保険証明書の管理については、担当者任せとせず、責任者を明確にしたうえで保険会社との収受を行ったり、使用中の領収証等に不審な点がないか等を定期的を確認する。
- 保険料保管口座や収支明細表のチェックについて、一個人に任せきりにせず、ダブルチェックの体制を構築する。
- 募集人の生活実態や業務実態に注意を要する変調が生じていないか（例：生活が派手になった、更新手続きが満期ギリギリになった等）を確認する。

《参考》 保険募集時のトーク例

※本トーク例や各ステップの前後は、あくまでも一般的な例を示したものであり、すべての募集形態に当てはまるものではありません。

募集人の権限等に関する説明 (P. 25～26 参照)

トーク例	解説
▼代理店 「こんにちは！わたくしは、損保代理店をしております〇〇保険事務所の■■■と申します。いつも大変お世話になっております。当店では、△△社のほか〇〇社（△△および〇〇は保険会社の商号等）の保険商品を取扱っています。」	<ul style="list-style-type: none"> お客さまが既に知っていれば、必ずしも改めて名乗りを行う必要はありません。 「所属保険会社」「代理・媒介の別」「告知の受領権の有・無」については、その旨が記載された契約申込書やパンフレットの提示等による対応でも構いません。乗合・専属の別、乗合の場合は乗合会社全ての商号を説明します。

意向把握 (P. 27～32 参照)

トーク例	解説
▼代理店 「それでは、早速ですが、お客さまは□□（リスク）への備えは十分でしょうか？こちらをご覧ください。」（パンフレット等を利用してリスクや商品の概要等を説明） 「お客さまは、□□（リスク）に対し、どのような補償をご希望されますか？」	<ul style="list-style-type: none"> 保険金額・保険料を含めた個別プランを提案する前に、十分なヒアリングを行い、お客さまの主な意向・情報を把握します。 （個別プランの作成に必要な意向（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） お客さまのリスクや保険商品の内容をお客さまにわかりやすく理解いただくために、パンフレット等のツールを活用しましょう。

▼お客さま

「◇◇のときに保険金が出る保険に入りたいのだが、…」 （必要な補償等を明示）

専属代理店の場合

乗合代理店の場合

推奨販売（その1） (P. 33～35 参照)

トーク例	解説
▼代理店 「当店では、経営方針により△△社の商品をご提案することとしておりますので、△△社の●●保険をご案内したいと思います。」	<ul style="list-style-type: none"> 代理店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し推奨する場合、その推奨理由を説明します。

推奨販売（その2） (P. 33～35 参照)

トーク例	解説
▼代理店 「◇◇のリスクを補償できる商品として、当店では△△社の●●保険と■■社の〇〇保険を取り扱っております。それぞれの商品の概要は…（パンフレットの概要ページ等を用いて説明）…です。」	<ul style="list-style-type: none"> お客さまの意向に沿って商品を選別して推奨する場合は、対象商品の概要と推奨する理由を説明します。

比較説明 (P. 36~37 参照)

トーク例	解説
<p>▼代理店 「また、△△社の●●保険と■▲社の○○保険、それぞれの特性は… (パンフレットの契約概要ページ等を用いて説明) …となっており、～の点が異なります。」</p>	<p>☛ 特定の商品の有利な部分のみ説明し、不利な部分を説明しない等、お客さまが誤解するような説明・表示を行ってはいけません。</p>

▼お客さま
「補償範囲の広い●●保険に入りたいな。」

商品説明 (P. 38~39 参照)

トーク例	解説
<p>▼代理店 「●●保険は□□のリスクを総合的にカバーする商品ですので、お客さまのご意向である◇◇のときも、保険金の支払い対象となります。また…」</p>	<p>☛ 把握した意向・情報に基づいた個別プランを提案し、お客さま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。</p>

重要事項説明 (その1) (P. 40~47 参照)

トーク例	解説
<p>▼代理店 「それでは、『契約概要』『注意喚起情報』をお渡しします。<u>この書面は、お客さまに知っていただくべき特に重要な事項が記載されているものですので、必ずお読みください。</u>『契約概要』は、商品の仕組みや保険料について、『注意喚起情報』は、保険金をお支払いできない「免責事由」や、保険会社が破綻した場合のお取扱い等について記載されています。『注意喚起情報』には<u>お客さまにとってデメリットとなり得る情報が記載されており、特にそちらは念入りにお読みください。</u>(と言って、『契約概要』『注意喚起情報』を交付する) 「詳細は約款に記載されているので、事前に約款の参照が必要であれば、申し出てください。」 「なお、お客さまの個人情報に関するお取扱いにつきましては、『個人情報の取扱いに関するご案内』に記載されておりますので、ご確認ください。」 「また、契約内容に変更があった場合は、必ず私または保険会社へご連絡ください。ご連絡がないと保険金が支払われなかったり、削減されることもあります。」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☛ 情報提供義務を果たすうえで、左記の下線部分については、最低限口頭説明が必要です。 ※乗換・転換の場合については、左記に加え、乗換・転換がお客さまにとって不利となる可能性がある旨口頭説明が必要です。 ☛ 『契約概要』『注意喚起情報』の交付にあたっては、お客さまが同書面の内容を十分理解するだけの時間的余裕を確保する必要があります。 ☛ 「契約者保護制度」書面の交付については、基本的に『注意喚起情報』の交付により対応いただきます(『注意喚起情報』に契約者保護制度に関する記載があります)。 ☛ お客さまから約款の参照要望があった場合は、Web約款の参照方法の案内、タブレット端末等での提示、カスタマーセンター等への請求方法の案内、実際の現物約款の交付等の方法で対応します。 ☛ 個人情報の取扱いについては、「個人情報の取扱いに関するご案内」で同意いただけることを確認します。 ☛ 通知義務についても必ず説明してください。 ☛ その他お客さまに参考となるべき事項がある場合は、併せて説明することが考えられます。

▼お客さま
「～の場合って、保険金はあるのかい？」

▼お客さま
「家でじっくり読んで考えたいな。もう少し時間をちょうだい。」

▼お客さま
「もう長年同条件で更新していて、商品内容も十分理解できているから、説明はもういらないよ。契約をしよう。」

お客さまが十分余裕を持って検討できるよう、配慮しましょう（早期継続が重要なのはこのためです！）。

重要事項説明（その2）（P. 40～47 参照）

トーク例	解説
<p>▼代理店 「～の場合については、こちらの「免責事由」に記載のとおり、保険金はお支払いできません…」</p>	<p>👉 お客さまから質問を受けたら、的確に説明する必要があります（その1の下線部分はあくまでも最低限説明すべき事項です）。</p>

「十分な時間を確保」する必要があるとなっておりますが、お客さまが『契約概要』『注意喚起情報』の内容を理解し、契約申込の意思表示をしたときは、即時の契約締結を妨げるものではありません。

重要事項説明（その3）（P. 40～47 参照） （補償が重複する可能性のある特約が付帯されている場合）

トーク例	解説
<p>▼代理店 「お客さまのご契約に付いている『●●特約』は、お客さまやご家族が契約されている他の保険契約に付いている場合、補償が重複する可能性があります。」 「補償が重複すると、特約の対象となる事故が発生した場合、どちらの保険契約からでも補償されますが、いずれか一方の保険契約からは保険金が支払われない場合があります。その場合は、お支払いいただく保険料が無駄になる可能性があります。」 「他の保険契約に『●●特約』と同種の特約が付いていることはないでしょうか。」</p> <p>【完全重複の場合】 「お客さまが既にご加入されている『●●特約』は保険金額が無制限で、補償の対象となる方、補償範囲も同じですので、新たに『●●特約』にご加入されても保険料が無駄になります。ただし、ご契約を解約したり、ご家族の状況が変わったりすると、補償がなくなったり、補償範囲が変わることがあります。」 「今回のご契約ではどのようなようになりますか。」</p> <p>【不完全重複の場合】 「お客さまが既にご加入されている『●●特約』は、今回ご加入しようとしている『●●特約』と同種の補償となっています。事故があったときは、それぞれのご契約の保険金額を合計した額が支払限度額となりますが、損害額によっては、一方のご契約からは、保険金が支払われないこともあります。」 「今回のご契約ではどのようなようになりますか。」</p>	<p>👉 補償が重複する可能性がある特約を付帯しようとしている場合は、補償の重複について説明したうえで、お客さまやご家族が既にご加入している他の保険契約に同種の特約が付帯されていないか確認します。</p> <p>👉 確認の結果、他の保険契約に同種の特約が付帯されている場合は、改めてお客さまの意向を確認したうえで、場合によっては保険契約の内容を見直す必要があります。</p>

お客さま 「内容は十分理解できたよ。これで契約をしよう。」

告知受領 (P. 48～49 参照)

トーク例	解説
<p>▼代理店</p> <p>「当代理店は告知受領権を有しております。お客さま（被保険者の方）が正しく告知をされなかった場合には、ご契約を解除し、保険金をお支払いできなくなったりすることがあります。告知はとても重要なものですので、設問をしっかりと読みいただき、ありのままを記入くださいますようお願いいたします。」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 保険契約の締結にあたり、何が重要事項に該当するのか、保険契約者や被保険者に正しく理解していただき、契約申込書の告知項目あるいは告知書の記載事項について正しい「告知」を取り付けることが重要です。 ● 特に医療系商品の場合においては、被保険者本人と面談のうえ、告知の重要性についてきちんと説明するとともに、被保険者本人から事実をありのままに告知いただきます。

意向確認 (P. 50 参照)

トーク例	解説
<p>▼代理店</p> <p>「契約申込書の内容がお客さまのご要望に沿ったものになっているのかをご契約にご加入される前にご確認ください。必要がございますので、これから 10 分程度、お時間を頂戴してもよろしいですか？わからない言葉や用語がありましたら、遠慮なさらずにご質問ください。」</p> <p>※ 「知らないよ」と言われたときは？ ⇒ 「こちらはご契約にあたって必ず確認のうえ、同意の記録が必要な書類ですので、お手数ですがよろしく申し上げます。」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 契約を締結しようとしている商品がお客さまから提示された意向や情報に合致しているか確認します。 ● また、契約の締結前には、申込書のチェック欄等を利用して、保険商品がお客さまの意向に沿ったものであるかをお客さまに確認いただきます。 ● 意向確認書面などで、お客さまの意向に合致していることを確認します。

契約締結 (P. 51～54 参照)

トーク例	解説
<p>▼代理店</p> <p>「以上についてご理解いただけましたら、お客さまのご意向に沿っているかご確認のうえ、契約申込書に同意の記録をお願いいたします。」</p> <p>「この契約申込書の同意の記録は、先ほどお渡ししました重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）、個人情報の取扱いに関する同意の記録を兼ねております。」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● お客さまに対し、重要な事項について了解したことを十分に確認し、事後に確認状況を検証できるように、申込人、重要事項説明書の受領、クーリング・オフ説明書の受領、個人情報の取扱いに関する同意の記録を取り付けます。 ● 傷害保険契約等において、契約者以外の方を被保険者とし、かつ、死亡保険金受取人を定める場合（被保険者の法定相続人を死亡保険金受取人とする場合を除きます）には、必ず被保険者本人の同意の記録を取り付けます。 ● なお、積立型の保険契約を締結する場合などには、所属保険会社の定める方法により、お客さまの本人特定事項等の確認（取引時確認）をしなければなりません。

申込書写の交付

トーク例	解説
<p>▼代理店</p> <p>「ご契約ありがとうございました。それでは、ご契約内容の記録として契約申込書の写をお渡します。証券につきましては、後日お手元に戻されましたら、内容をご確認いただき、ご不明の点があればお問い合わせいただきますようお願いいたします。」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 複写式の契約申込書であればセットしている契約申込書写を、複写式でない申込書であれば、あらかじめ2枚印刷する等、募集形態に応じた方法により確実に交付してください。

3

契約管理について

3-1 契約内容の変更（異動）・解約

(1) 基本ルール

契約内容の変更（異動）・解約の処理遅延は、お客さまからの信頼を損なうほか、苦情や不満の表明となり、お客さまとのトラブルともなりかねませんので、募集人は、契約内容の変更（異動）・解約の申し出があった都度、速やかに処理を行い、手続き漏れ等のミスがないように努めることが大切です。

(2) 解説

ア. 通知義務等

保険期間中に「被保険自動車（契約している自動車）の使用目的の変更」（自動車保険の場合）や「家財等の移転」（火災保険の場合）など、告知事項のうち保険会社が定めた通知事項に変更が生じた場合や契約者が住所を変更した場合、契約者または被保険者は、「遅滞なく」通知を行う必要があります。通知事項に生じた変更が危険増加に該当し、かつ、追加保険料の支払いで対応可能な範囲内であれば、保険契約を継続することができます^(注)。

通知事項について契約者または被保険者から「遅滞なく」通知がない場合には、保険契約が解除されたり、保険金をお支払いできないことがあります。

また、「自動車の譲渡や入替、運転者年齢条件の変更」（自動車保険の場合）や保険金額の増額などの契約内容や条件の変更については、契約者または被保険者が「あらかじめ」通知し、保険会社が承認しなければ、新しい契約内容等とすることができません。

したがって、**保険契約の締結の際などに、契約者および被保険者に対し、これらの事由が生じた際には漏れなく通知いただけるように、通知の重要性を説明しておくことが重要です。**

なお、告知事項のうち保険会社が定めた通知事項は引受保険会社や保険種目などによって異なりますが、これらの事項は、約款や、重要事項説明書の注意喚起情報などの保険契約締結時に交付する書類に記載されています。

(注) 条件によっては、保険契約を解約し新たに契約いただく場合等があります。このケースのある商品の場合は、重要事項説明書の注意喚起情報に記載されています。

イ. 保険契約の解約

契約者は、いつでも保険契約を解約することができます。したがって、保険期間中に契約者から保険契約の解約の申し出があった場合には、解約日以降の保険事故による損害は保険金がお支払いできないことや保険料払込方法に応じた解約返戻金などを十分に説明のうえ、速やかに解約の手続きを行ってください。

なお、自動車保険では、廃車や譲渡などによる解約において、「中断特則」を利用できる場合がありますので、中断特則の説明は、保険契約の締結時だけでなく、解約受付時にも行うことが重要です。

参考 被保険者による解約請求

2010年4月の保険法の施行により、契約者以外の者を被保険者とする傷害保険契約等で、①被保険者^(注1)が保険金受取人であり、かつ、当該被保険者の同意がない場合、②契約者または保険金受取人が保険金取得を目的として事故招致を行った場合、③保険金受取人が保険金請求に関する詐欺を行った場合などには、被保険者は、契約者に対して保険契約の解約請求をすることができるようになりました^(注2)。

なお、損害てん補方式の傷害保険契約等の場合には、「被保険者の同意」を契約成立の要件とはしていないため、契約者との間に特別な合意がなければ、被保険者は、いつでも解約を請求できることとなります。

(注1) 死亡保険金の場合には、被保険者またはその相続人とします。

(注2) 解約請求を受けた契約者は、速やかに保険契約を解約することになります（解約請求が行われたにもかかわらず、契約者が保険契約を解約しない場合には、被保険者は、契約者に対し、保険契約の解約の意思表示を求める訴えを提起し、その判決によって、直接保険会社に解除請求を行うこととなります）。なお、一定の条件の下、被保険者からの解約請求を保険会社で受け付けることができる場合もあります。

(3) 対応例

適切な契約内容の変更（異動）・解約手続きを行うため、契約内容の変更（異動）・解約手続きに関する業務ルールを策定し、代理店内において契約者からの連絡に対する記録の仕方や事務処理を確立のうえ、徹底しておくことが重要です。

なお、契約者から契約内容の変更（異動）・解約に関する明確な申し出がない場合でも、契約者からの情報をもとに的確なアドバイスを行うよう努めることが大切です。

3-2 満期管理・満期案内

(1) 基本ルール

日頃から適切な満期管理を励行することは、トラブルの発生を未然に防止するだけでなく、よりよい保険商品をご案内することによって、契約者からの信頼を獲得することにもつながります。

このため、契約者ごとに満期日を管理・把握し、保険契約の満期日以前に時間的余裕をもって契約者にハガキや電話等により連絡を行い、確実に保険契約を継続することができるように努めることが大切です。

(2) 解説

適切な満期管理を怠った場合には、無保険状態が発生したり、無断契約（「2-4-3. (3) ア. 著しく不適当な行為」参照）のようなトラブル等の発生につながります。

満期管理を怠った結果、保険契約の継続手続きが行われないうちに、無保険状態で事故が起こった場合には、当然のことながら保険金は支払われません。

このため、無保険状態が発生しないように適切に満期管理を行う必要があります。特に、自動車保険契約においては、ノンフリート等級別料率（割引）の適用にも影響を及ぼすことがあり、注意が必要です。

郵送による契約手続きを行う場合は、返送する契約申込書が満期日よりも前に代理店に到着するよう、あらかじめお客さまに十分説明してください^(注)。

(注) 契約者からの契約申込書の返送（代理店への到着）が満期日を過ぎてしまうと、無保険状態が発生することになります。なお、無保険状態のまま事故が発生してしまった事案で、代理店の損害賠償責任が認められた裁判例があります。

また、お客さまから継続契約の申し出が得られなかった場合は、後日のトラブル防止の観点から、「継続しない理由」「確認相手（原則、本人）」「確認日」を満期通知一覧表等に記録することが重要です。なお、自動継続特約付帯契約の場合には、所属保険会社が定める規定を確認してください。

(3) 具体的な対応

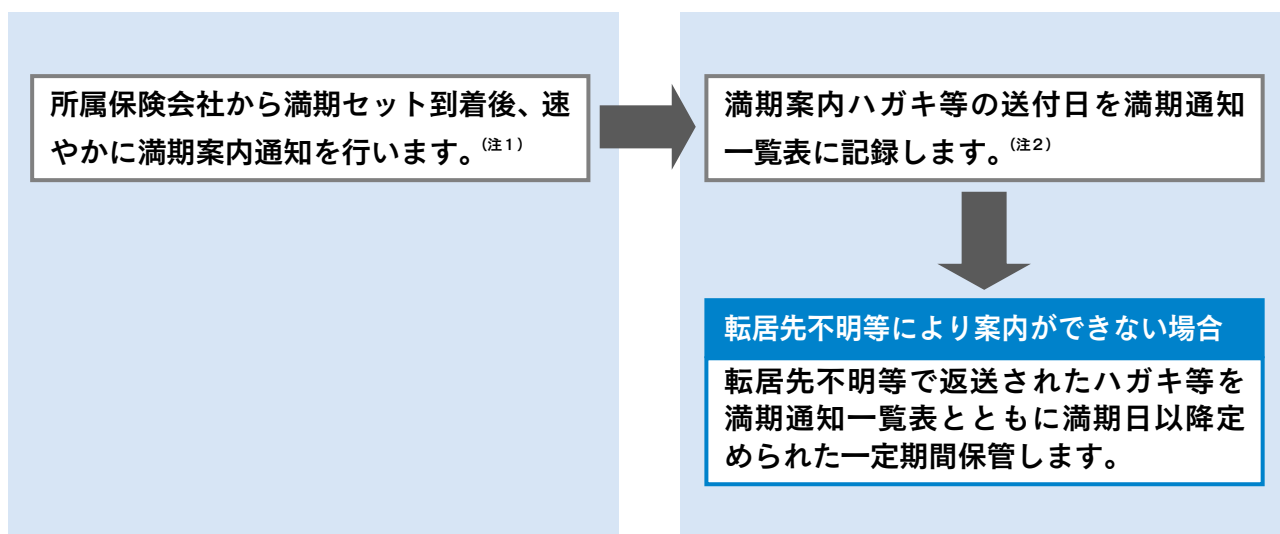
適切な満期管理を励行するために、代理店内において満期管理に関する業務ルールを策定するようにしてください。満期管理に関する業務ルールの策定にあたっては、P. 65の「満期管理に関する業務の標準的な対応例」を参考にしてください。

(4) 留意点

満期案内の際には、通常、代理店はお客さまに対し既契約の更新（更改）を提案することが想定されますが、お客さまが既契約の更新（更改）を希望している場合は、「2-3-2. 推奨販売（乗合代理店のみ）」に記載の商品を提示・推奨する理由の説明は改めて求められるものではありません。

満期管理に関する業務の標準的な対応例

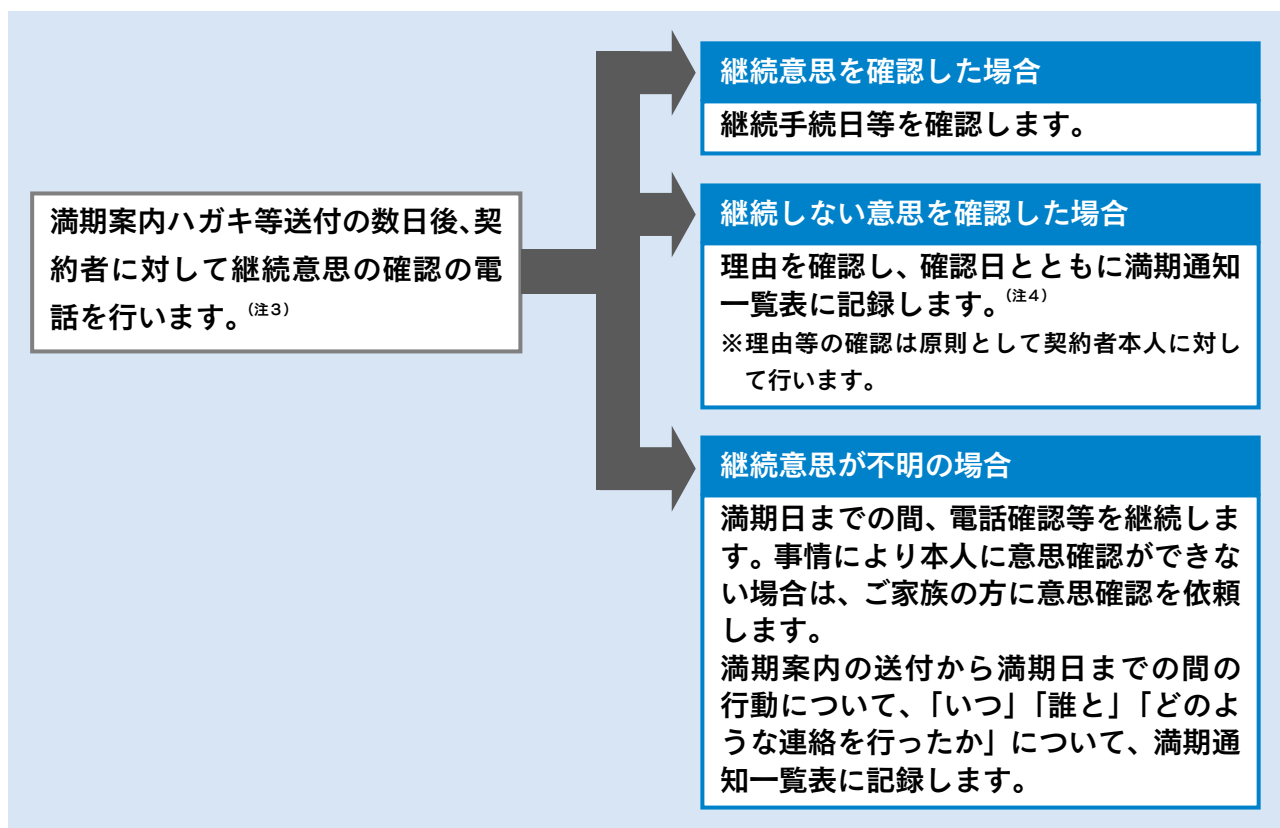
1. 満期案内



(注1) 満期案内ハガキの他、満期契約が特定できる内容となっていれば、電子メールを利用する方法等もあります。

(注2) 満期通知一覧表に代替する顧客管理資料を利用する方法等もあります。

2. 契約者に対する継続意思確認



(注3) 契約者から、既に電話・電子メール等で継続意思の有無に関する返信があった場合を除きます。

(注4) 継続しない場合で、その意思確認の相手が契約者本人以外であった場合も、「いつ」「誰に確認したか」を満期通知一覧表に記録します。なお、自動継続特約付帯契約の場合には、所属保険会社が定める規定を確認してください。

3-3 保険事故発生時の対応

(1) 基本ルール

保険契約の締結時は、事故通知の重要性について適切な説明を行うほか、事故発生時の初期対応から保険金支払いまでの援助を「迅速」かつ「丁寧」に行うことにより、契約者等の不安の解消に努めることが重要です。

保険事故が発生した場合には、契約者等の最大のニーズは「早期解決」となります。また、保険事故発生時の対応が契約者等からの信頼を獲得することにつながります。

(2) 解説

ア. 事故通知の重要性の周知

保険会社は契約者等からの事故通知を受けてはじめて原因調査等の損害調査を行うことができます。したがって、**保険契約の締結時に、事故通知の重要性について十分に説明しておくことが重要です。**

イ. 保険金請求手続きへの協力

保険金支払いは、損害調査等の手続きのために一定の期間が必要であることを契約者等にきちんと説明し、理解を得る必要があります。

迅速に保険金をお支払いするためにも、契約者等から事故の報告を受けた場合や保険金請求書類をお預かりした場合には、速やかに保険会社へ報告・提出することが重要です。

なお、事故通知を受けた場合には、契約者等に対して、**保険金請求手続きの具体的な方法や保険金支払いまでの流れ、事故発生時の一般的な対応方法等を説明するなど、保険金が迅速に支払われるよう援助をする必要があります。**

(注1) 保険金支払いは保険会社の固有業務であり、代理店は、支払責任の有無や保険金の支払額について判断してはけません。また、実際の保険金請求手続きへの協力に際しては、個々のケースに応じて所属保険会社の指示に従ってください。

(注2) また、保険会社は、約款の規定により、保険金支払いのために必要な事項の確認に必要な期間を超えて保険金を支払わない場合には、遅延利息を負担することになります。

ウ. 代理請求人制度の案内

被保険者自身に保険金を請求できない事情がある場合で、被保険者の代理人(成年後見人など)がいないときは、一定の範囲の方^(注)が被保険者の代理人として保険金を請求することができる「代理請求人制度」がありますので**あらかじめ説明しておくことが重要です。**

(注) 被保険者の代理人として保険金を請求できる主な範囲は次のとおりです。

①被保険者と同居または生計を共にする配偶者

②上記①の方がいない場合や上記①の方に保険金を請求できない事情がある場合には、被保険者と同居または生計を共にする3親等内の親族 など

(3) 具体的な対応

適切な事故対応を行うため、事故対応に関する業務ルールを策定し、あらかじめ契約者等に周知しておく事項を定めたり、契約者等からの事故通知に対する受付の仕方や保険金が支払われるまでのフォローアップの内容を明確に定めておくなど、対応要領を確立させ、代理店内で徹底しておくことが重要です。

4

保険募集に関連して留意すべき事項について

4-1 勧誘方針の策定・公表

(1) 基本ルール

金融サービス提供法では、金融商品の販売等に関わる勧誘を適正に行わなければならないと定められています（金融サービス提供法第10条）。

このため、代理店は、勧誘行為に関する方針について、代理店自らの名前で「勧誘方針」を策定し、事務所に掲示する等、公表する必要があります（金融サービス提供法施行令第14条、金融商品の販売等に係る勧誘方針の公表の方法に関する内閣府令）。

■法令上の罰則等

勧誘方針を定めず、またはこれを公表しなかった金融商品販売業者等：50万円以下の過料（金融サービス提供法第154条）

(2) 具体的な対応

ア. 勧誘方針の策定

勧誘方針の策定にあたり、当該方針に記載すべき事項は次のとおりです。

具体的な例については、次ページを参照ください。

- (ア) お客さまの知識、経験、財産状況および保険契約を締結する目的に照らし配慮すべき事項
- (イ) 勧誘の方法および時間帯に関して、お客さまに対し配慮すべき事項
- (ウ) その他、勧誘の適正の確保に関する事項

イ. 勧誘方針の掲示

策定した勧誘方針は、代理店の事務所に、掲示または閲覧できるように備え付けます。

また、代理店が自ら作成・運営・管理するWebサイト上で、保険商品の販売等を行っている場合は、当該Webサイト内にも掲載します。

(注) 契約取扱出先（支店等）を設置している場合は、全ての契約取扱出先に掲示します。また、個人代理店で専用事務所がない場合は、自宅兼事務所に掲示します。

参考 ▶ **勧誘方針（例）****金融サービス提供法<損害保険代理店等における勧誘方針（例）>**

「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に基づき、損害保険代理店としての勧誘方針を次のとおり公表しますので、ご理解の程よろしくお願い申し上げます。

1. 保険業法、金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律、消費者契約法およびその他各種法令等を遵守し、適正な保険販売を心掛けます。なお、保険販売に際しましては、お客さまにご理解いただけるような説明を行うよう常に努力して参ります。
2. お客さまの保険に関する知識、経験、財産状況および契約を締結する目的を総合的に勘案し、お客さまの意向と実情に適合した説明を行うよう心掛けるとともに、お客さまの意向と実情に沿った適切な保険商品が選択できるように常に努力して参ります。
3. お客さまと直接対面しない保険販売（例えば通信販売等）を行う場合においては、説明方法等に工夫を凝らし、より多くのお客さまにご理解いただけるよう常に努力して参ります。
4. 保険金の不正取得を防止する観点から、適切な保険販売を行うよう常に努力して参ります。
5. 万が一保険事故が発生した場合におきましては、保険金のお支払いについて迅速かつ的確に処理するよう常に努力して参ります。
6. お客さまにご迷惑をおかけする時間帯や場所、方法で勧誘はいたしません。
7. お客さまの様々なご意見等の収集に努め、それを保険販売に反映していくよう常に努力して参ります。

4-2 高齢者・障がい者に対する保険募集

4-2-1 高齢者に対する保険募集

(1) 基本ルール

高齢者に対する保険募集（保険契約の申込みの他、変更・解約等の申し出の受付を含む）においては、高齢者が一般的には身体的な衰えに加え、認知判断能力が低下することもあることから、本人やその親族等から苦情の申し立て等がなされる事例が生じています。

このような状況に鑑み、契約者本人が高齢の場合は、高齢者の特性に配慮するために、募集人はより丁寧な対応を心がけなければなりません。

参考 監督指針 II-4-4（顧客保護等）の抜粋

II-4-4-2-1 顧客保護を図るための留意点

(4) 高齢者に対する保険募集は、適切かつ十分な説明を行うことが重要であることにかんがみ、社内規則等に高齢者の定義を規定するとともに、高齢者や商品の特性等を勘案したうえで、きめ細やかな取組みや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、実行しているか。

その際の実施方法としては、例えば、以下のような方策を行うなどの適切な取組みがなされているか。

- ① 保険募集時に親族等の同席を求める方法。
- ② 保険募集時に複数の募集人による保険募集を行う方法。
- ③ 保険契約の申込みの検討に必要な時間的余裕を確保するため、複数回の保険募集機会を設ける方法。
- ④ 保険募集を行った者以外の者が保険契約申込みの受付後に高齢者へ電話等を行うことにより、高齢者の意向に沿った商品内容等であることを確認する方法。

また、高齢者や商品の特性等を勘案したうえで保険募集内容の記録（録音・報告書への記録等）・保存や契約締結後に契約内容に係るフォローアップを行うといった適切な取組みがなされているか。

これらの高齢者に対する保険募集に係る取組みについて、取組みの適切性等の検証等を行っているか。

参考 高齢者に対する保険募集のガイドライン（解説）

損保協会では、高齢者対応については、業界ベースで総合的に対策を講じる必要があるとの認識のもと、高齢者に対するより適正な保険募集を確保するために「高齢者に対する保険募集のガイドライン」を策定しています。

本ガイドラインでは、年齢・商品別等に必要なきめ細やかな取組み等を規定しており、これらの内容を踏まえ、今後、損害保険業界では、お客さまや商品の特性に応じたきめ細やかな取組みを行い、高齢者に対する適正な保険募集を更に推進していきます。

本ガイドラインの詳細については、損保協会ホームページでご確認いただけます。

(2) 解説

損保協会では、下記「(3) 具体的な対応」による配慮が必要と考えられるお客さまの範囲(目安)を、消費者トラブルの件数等を考慮し、70歳以上のお客さまとしています。

ただし、70歳未満のお客さまであっても、「会話がかみ合わない」「若年性認知症等により認知判断能力が低下している」と思われる場合は、下記(3)のような丁寧な対応や、法定代理人等による契約手続きを行う必要があります。

(3) 具体的な対応

高齢者への保険募集にあたっては、その特性に配慮し、より丁寧な対応を行うことが重要になります。具体的な対応として、極力、対面で保険募集を行ったうえで、「高齢者の認知判断能力に応じた対応」と「高齢者や保険商品の特性等に応じたよりきめ細やかな対応」の2点に留意する必要があります。

関連 check

対面以外の方法で保険募集を行う際は、下記「(4) 留意点」を参照ください。

ア. 高齢者の認知判断能力に応じた対応

契約者本人が高齢の場合は、高齢者の特性に配慮するために、次のような点に留意のうえ、より丁寧な対応が必要です。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 加入目的や想定されるリスク等について、お客さまが理解しやすい言葉を使って優しい口調で質問し、急かさずお客さまの言葉に耳を傾けその意向を正確に把握・確認する。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 商品内容について、お客さまの認知判断能力等を確認しながら、わかりやすい言葉を使っておだやかに、はっきりとした口調で丁寧に説明する。お客さまの理解が不十分と思われる場合は繰り返し説明し、特に不利益事項、例えば既往症について一定期間補償されないケースなどは、十分に説明を行う。また、必要に応じ、わかりやすい言葉で丁寧に説明するためのマニュアルやトークスクリプト等を策定すること等が考えられる。 |
| <ul style="list-style-type: none"> お客さまの希望や必要に応じ、お客さまの親族等を交えて十分に説明したうえで意思確認を行う。また、適宜、保険会社が定める代理人規定などを活用する。等 |

イ. 年齢や保険商品の特性等に応じたよりきめ細やかな対応

高齢者に対して保険募集を行う際には、お客さまの年齢^(注1)や保険商品の特性^(注2)に応じ、求められる対応が異なると考えられ、ケースに応じて、上記ア. の対応に加え、監督指針Ⅱ-4-4-2-1(4)①~④((1)基本ルール「参考」を参照)に例示されるような、よりきめ細やかな対応を行う必要があります。

(注1) 保険会社では、上記(2)で目安とした70歳以上とは別に、例えば80歳以上など、特に留意が必要となる年齢区分を設定しているケースもあります。

(注2) 投資性の程度、保険料の多寡、即時契約締結ニーズの有無等を指します。

また、このような対応を行うため、代理店の規模等に応じ、適切かつ有効な方法により対応できるように、体制を整備することも重要です。

なお、高齢者や保険商品の特性等に応じたよりきめ細やかな対応が必要なケース等の詳細については、所属保険会社に確認してください。

ウ. 認知判断能力に問題の認められる高齢者への対応

認知判断能力に問題の認められる高齢者への保険募集においては、契約者本人の認知判断能力の状況および本人に関係する代理人等の状況に鑑み、保険会社と相談のうえ、対応してください。詳しくは、所属の保険会社にお問い合わせください。

エ. 保険募集内容の記録・保存

高齢者への保険募集においては、所属保険会社の規定等に従い、保険募集内容の記録・保存を適切に行ってください。

保険募集内容を記録・保存することにより、お客さまに対して適切に保険募集を行ったかを確認できるだけでなく、後日、お客さま本人やその親族等から、保険募集時の状況について質問等を受けた場合の確認にも活用できます。

オ. 契約締結後のフォローアップ

高齢者への保険募集においては、上記ア.～エ.に加え、高齢者や保険商品の特性等を勘案したうえで、契約締結後に、電話または訪問などにより、契約内容の確認依頼を実施するなどのフォローアップを行うことが重要です。

(4) 留意点

電話や郵送のように、対面以外の方法での保険募集においても、高齢者の特性に配慮した対応が必要です。

電話や郵送による保険募集では、対面と異なり、高齢者の顔色や動作などを確認することができないことに加え、高齢者との会話内容をその親族等と同時に共有することができません。

したがって、電話や郵送による保険募集は、お客さま本人の認知判断能力に問題がないと判断される場合で、高齢者本人から電話または郵送での契約締結の希望があるケース等に限定したうえで、次のようなことに留意して行う必要があります。

ア. 電話募集を行う場合

上記「(3) 具体的な対応」に加え、次の点に留意することが大切です。

- | |
|---|
| ● 募集人の説明内容が十分理解されているかについて確認するために、「はい」「いいえ」という返事だけではなく、できる限りお客さまご自身に話をしてもらうように促す。 |
| ● 電話での継続した対応が困難であると思われる場合は、対面募集に切り替える。 |
| ● 電話での保険募集時の会話内容について、可能であれば録音・記録等を行い、後日、保険募集等の内容についてお客さま本人やその親族等から確認依頼があった場合に備える。 |

イ. 郵送募集の場合

対面や電話でのフォロー等を適宜行い、複数回の接点を設けるなどのより丁寧な対応を心がけることが大切です。

4-2-2 障がい者に対する保険募集

(1) 基本ルール

身体障がい、知的障がい、精神的障がい、その他の心身の機能の障がいを理由とする差別を解消するため、障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（障害者差別解消法）により、「差別的取扱いの禁止」および「合理的な配慮の提供」が求められています。（障害者差別解消法第8条1項・2項）

また、障がい者への対応については、金融庁から「金融庁所管事業分野における障害を理由とする差別の解消の推進に関する対応指針（以下「金融庁対応指針」）」が公表されており、損保協会でも「障がい者への対応に係る指針」を策定しています。

2022年11月には、保険分野においても障がい者等に配慮した取組みが進展しつつあるなか、具体的な利便性を向上させる対応の定着を図る目的から、監督指針が改正され、保険会社・保険募集人に対し、障がい者等に対しても障がいがない者と同等のサービスを提供するよう配慮を求めることが示されました。

これらを踏まえ、契約者本人が障がいを有する場合は、不当な差別的取扱いは行わず、障がいの状態や性別、年齢に応じた必要かつ合理的な配慮の提供を行ってください。

関連 check

「金融庁対応指針」については、金融庁ホームページ（<https://www.fsa.go.jp>）を参照ください。

参考 障がい者への対応に係る指針

一般社団法人日本損害保険協会および会員会社は、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」が掲げる目的を踏まえ、次のとおり、対応の指針を定める。

1. 障がい者の社会的障壁の除去のために、不当な差別的取扱いは行わず、障がいの状態や性別、年齢に応じた必要かつ合理的な配慮を行います。
2. 障がいの状態に応じたコミュニケーションを大切にし、障がい者との建設的な対話による相互理解に努め、特に合理的な配慮を行うにあたっては、障がい者とともに対応案を検討します。
3. 障がい者の人格と個性を尊重し、障がいによって分け隔てられることのない共生する社会の実現へ向け、研修・啓発や関係規程・相談体制の整備の取組を進めます。

参考 監督指針 II-4-11（障がい者等への対応）の抜粋

II-4-11-1 意義

障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成25年法律第65号）により、事業者には、障害者に対する不当な差別的取扱いの禁止及び合理的配慮の義務が課せられており、保険会社及び保険募集人はこれを遵守する必要がある。

また、保険会社及び保険募集人は、成年後見制度等の対象でなく意思表示を行う能力がありながら、視覚・聴覚や身体機能の障がいのために保険取引における事務手続き等を単独で行うことが困難な者（以下、「障がい者等」という。）に対しても、視覚や聴覚に障がいのない者等と同等のサービスを提供するよう配慮する必要がある。

Ⅱ-4-11-2 主な着眼点

(1) 総論

略

(2) 業務運営態勢等

障がい者等への対応状況を把握・検証の上、例えば、下記①～⑥のような方策を行うなどの取組みがなされているか。

① 自筆が困難な障がい者等への代筆について

障がい者等のうち自筆が困難な者（以下、「自筆困難者」という。）から、口頭で保険取引の申込みがあった場合、保険会社の職員又は保険募集人（以下、Ⅱ-4-11-2において「職員等」という。）が代筆したときは、例えば、複数の職員等が確認したうえで、その確認をしたという事実を記録として残すなど、自筆困難者の保護を図ったうえで、代筆を可能とする旨の社内規則を整備し、十分な対応をしているか。

なお、自筆困難者からの当該申込みは「口頭による意思表示」に当たると考えられるため、取引関係書類への代筆は、当該申込みに係る意思表示の範囲内に限られることに留意する必要がある。

② 視覚に障がいがある者への代読について

視覚に障がいがある者から要請がある場合は、例えば、職員等が、当該者に係る取引関係書類を代読する規定を整備しているか。その際、個人情報の漏洩を防ぐとともに、複数の職員等が代読内容を確認したうえで、その確認をしたという事実を記録として残すこととしているか。

③ 本人特定事項の確認について

本人確認書類として障がい者手帳が利用されている場合は、本指針「Ⅱ-4-5 顧客等に関する情報管理態勢」を参照する。

④ 情報発信について

障がい者等に配慮した取組み等の内容について、例えば、保険会社が、障がい者等の視覚・聴覚等で認識されるよう、情報発信に努めているか。

また、障がい者等に配慮した取組みを行っている場合、その事例をCSR（本指針「Ⅱ-5-2 企業の社会的責任（CSR）についての情報開示等」を参照のこと）事例として積極的に公表することが望ましい。

⑤ 相談・苦情対応について

本監督指針「Ⅱ-4-3 苦情等への対処（金融ADR制度への対応も含む。）」を参照することとする。

特に、障がい者等から、自立した日常生活及び社会生活を確保することに係る業務に関わる相談・苦情等を受けた場合、その改善に向けた検討や取組みを行うよう努めているか。

⑥ 研修等について

保険会社として、障がい者等に配慮した取組みのために整備した態勢の実効性を確保するため、顧客対応を行う全役職員及び保険募集人に対し、障がい者等に配慮した態勢について研修その他の方策（マニュアル等の配布を含む。）により周知しているか。

(2) 解説

「金融庁対応指針」（2024年4月1日改正施行）では、障がい者が「身体障害、知的障害、精神障害（発達障害及び高次脳機能障害を含む。）その他の心身の機能の障害（難病等に起因する障害を含む。）（以下「障害」と総称する。）がある者であって、障害及び社会的障壁により継続的に日常生活又は社会生活に相当な制限を受ける状態にあるものであり、いわゆる障害者手帳の所持者に限られない。」と定義されています。

事業者（代理店・募集人も該当します）は、障がいを理由として障がい者でない者と「不当な差別的取扱い」をすることにより、障がい者の権利利益を侵害することが禁止されています（障害者差別解消法第8条第1項）。「金融庁対応指針」では、「不当な差別的取扱い」は、正当な理由なく、障がい者を、問題となる事業について本質的に関係する諸事情が同じ障がい者でない者より不利に扱うことを指すとされています。

また、事業者は、障がい者から社会的障壁の除去を必要としている旨の意思が表明されたときは、事業者の負担が重すぎない範囲で必要かつ合理的な配慮をしなければなりません。（障害者差別解消法第8条第2項。改正障害者差別解消法の施行に伴い2024年4月1日より義務化されました。）

さらに、障がい者等の活動を制限し、社会への参加を制約している事物、制度、慣行、観念等の社会的障壁の除去を進めるためには、様々なサービス、情報、制度等の利用しやすさ等、障がい者等のアクセシビリティ向上を図ることが重要です。監督指針では、「金融庁対応指針」に基づいた対応のほか、意思表示を行う能力がありながら、事務手続き等を単独で行うことが困難な障がい者に対して、保険取引の利便性を向上させる取組みの実施や、業務運営体制の整備等が求められています。

関連 check

- 不当な差別的取扱いに当たりうる具体例については、「金融庁対応指針」の別紙を参照ください。
- 合理的な配慮の提供にかかる具体的な対応については、下記（3）も参照ください。
- 業務運営体制の整備にかかる取組みの例については、監督指針を参照ください。

（3）具体的な対応

障がい者への保険募集にあたっては、本人がどのような対応を望んでいるのかを丁寧に聞き取ったうえで、合理的な配慮を行いながら柔軟に対応する必要があります。

また、障がい者の希望する対応が、正当な理由^{（注1）}により実施できない場合や、過重な負担^{（注2）}となるため実施が困難であるといった場合には、本人にその理由を丁寧に説明し、理解を得よう努めてください。

商品や手続きの内容に関する理解が不十分と思われる場合は、繰り返し説明を行います。特に不利益事項等については、十分に説明を行うよう留意してください。

（注1） 正当な理由の判断の視点については、金融庁対応指針を参照ください。

（注2） 過重な負担の基本的な考え方については、金融庁対応指針を参照ください。

電話リレーサービス^{（注3）}やヨメテル^{（注3）}を介して聴覚障がい者等から連絡があった場合には、公共インフラとしてのサービスであることへの理解と丁寧な対応が求められます。制度を認識していないことから正当な理由なく通話を断ったり、間違い電話と誤認して一方的に切電することのないよう、これらのサービスを介さない電話による連絡の場合と同様の適切な対応が求められています。

しかし、これらのサービス提供機関からの入電であることが疑わしいような場合や、十分な本人確認ができない場合等で、なりすましの可能性が考えられる場合は慎重な対応が必要です。制度概要を理解のうえ、各保険会社の案内に従い、適切・丁寧に対応してください。

（注3） 「聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律」が2020年12月に施行され、2021年7月1日から電話リレーサービス（聴覚障がい者等と聴覚障がい者等以外の方を電話リレーサービス提供機関にいる通訳オペレーターが「手話」「文字」「音声」を通訳することにより、電話で即時双方向につなぐサービス）が、2025年1月23日からヨメテル（電話で相手先の声が聞こえにくいことがある人へのサービスとして、通話相手の声を文字にする電話アプリ）が、それぞれ公共インフラとして提供されています。

なお、障がい者や保険商品の特性等に応じた具体的な対応については、所属保険会社に確認ください。

【合理的な配慮の具体例】

状態	具体例
四肢欠損や肢体不自由等の障がいを有している場合	その程度に応じて、書類の受け渡しや記入時のサポートを行う等の対応
視覚障がいを有しており、募集ツール（パンフレット、重要事項説明書等）の文字が読めない、あるいは読みにくいという場合	募集人が代読する、募集ツールを拡大コピーして提供する等の対応
聴覚に障がいを有している場合	必要に応じて筆談やコミュニケーションボード（タブレット端末等含む）を利用しながら手続を進める等の対応
視覚と聴覚の双方に障がいを有している場合	本人の希望や障がいの程度に応じて、手のひら書き等によりコミュニケーションを行うといった対応
発話に障がいを有している場合	本人のペースに合わせてコミュニケーションを行い、会話を無理に急かすことのないよう対応すること等
知的障がい・精神障がい（発達障がいを含む）等の場合	障がいの程度に応じて、明確に、わかりやすい言葉で、ゆっくり、丁寧に、繰り返し説明しながら、内容を理解していることを確認して手続を進める等の対応

🗨️ 関連 check 🗨️

上記の他に考えられる合理的な配慮の具体例については、「金融庁対応指針」の別紙を参照ください。なお、「金融庁対応指針」の別紙には、次のような内容が複数例示されています。

- 入店時に声を掛け、障がいの状態を踏まえ、希望するサポートを聞き、必要に応じて誘導する。
- 周囲の者の理解を得たうえで、手順順を入れ替える。
- 立って列に並んで順番を待っている場合に、周囲の者の理解を得たうえで、当該障がい者の順番が来るまで別室や席を準備する。
- 他人との接触や多人数の中にいることによる緊張により、不随意の発声や吃音等がある場合に、緊張を緩和するため、当該障がい者の了承を得て、障害の特性や施設の状況に応じて別室を準備する。

（４）留意点

障がい者に対する保険募集においては、契約者本人以外の第三者による代筆手続きを行うことも想定されますが、その場合は、障がい者に不利益な取扱いを行わないことのみならず、適正な保険募集を行うことが大切です。詳細については、所属保険会社に確認ください。

4-3 特別利益の提供の禁止

※ ★印は、2026年6月施行の改正保険業法等に基づくものです。

(1) 基本ルール

保険契約の締結、保険募集または保険勧誘に関し、保険契約者若しくは被保険者またはこれらの者と内閣府令で定める密接な関係を有する者に対して、保険料の割引または割戻し、物品の購入、役務の提供その他の取引であって取引上の社会通念に照らし相当であると認められないものその他特別の利益の提供を約し、または提供する行為をしてはいけません。(保険業法第300条第1項第5号)

「密接な関係を有する者」は、次に掲げる者を指します。(★施行規則第232条の2)

- ア. 当該保険契約者または被保険者（法人である者に限る。以下この条において同じ。）の役員または使用人（当該法人と実質的に同一と認められる者に限る。）
- イ. 当該保険契約者または被保険者の子法人等
- ウ. 当該保険契約者または被保険者を子法人等（令第13条の5の2第3項後段の規定により子法人等とみなされる者を除く。エおよびオにおいて同じ。）とする親法人等（同項後段の規定により親法人等とみなされるものを除く。エおよびオにおいて同じ。）
- エ. 当該保険契約者または被保険者を子法人等とする親法人等の親法人等
- オ. 当該保険契約者または被保険者を子法人等とする親法人等の子法人等（当該保険契約者または被保険者を除く。）
- カ. 当該保険契約者または被保険者の総株主等の議決権の百分の五十を超える議決権を保有する個人（アに掲げる者を除く。）

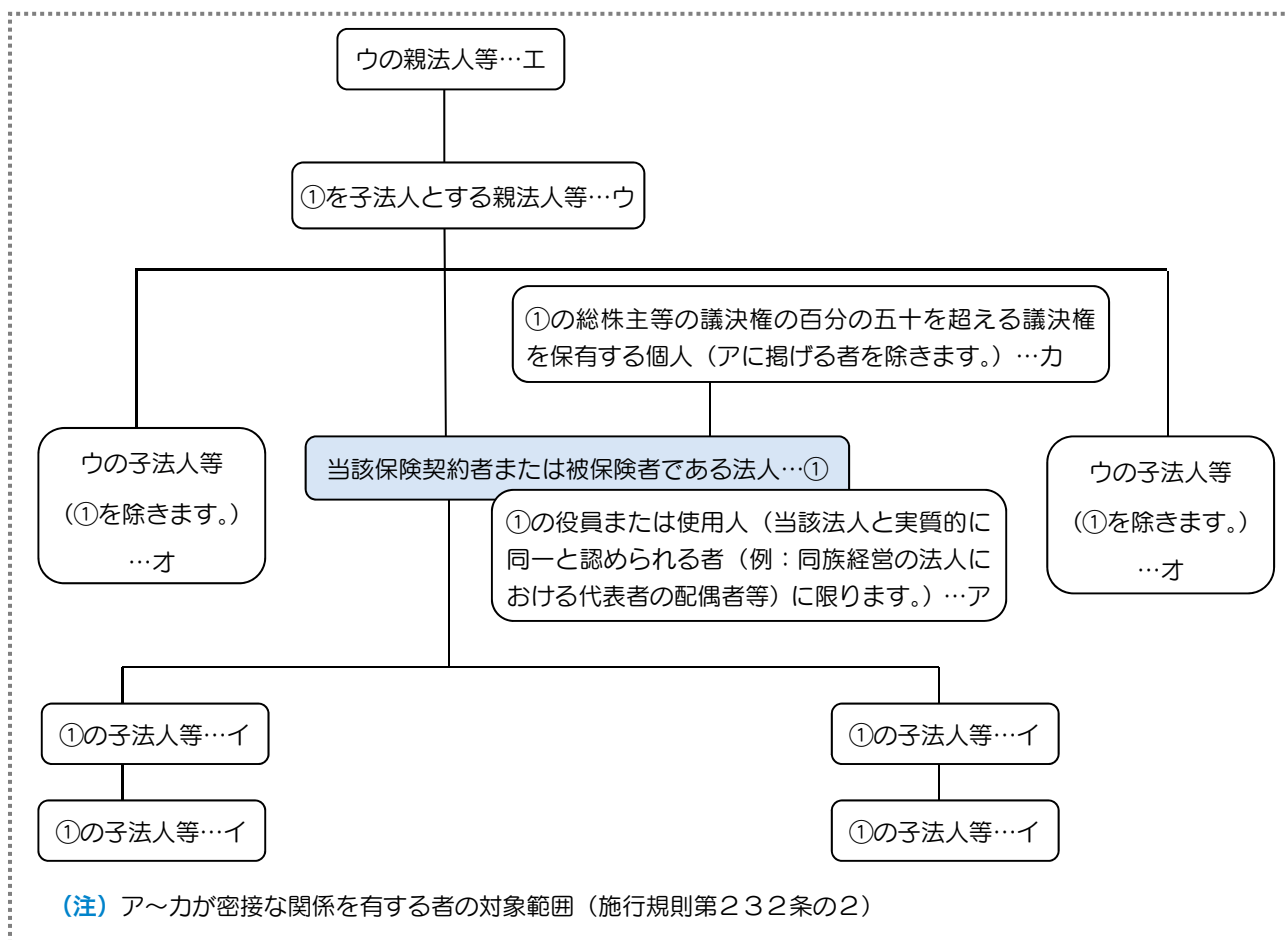
また、これらの行為は、どのような名義で行われるかを問わず禁止されています。(施行規則第234条第1項1号)

■法令上の罰則等

登録の取消しまたは6か月以内の業務の停止（保険業法第307条第1項第3号）

参考

密接な関係を有する者の対象範囲 (例: 当該保険契約者または被保険者である法人(①)との関係)



(2) 解説

ア. 保険料の割引、割戻し

保険勧誘や契約締結にあたって、お客さまに対して金銭の提供をするなど、保険料の割引、割戻しを行うこと(これを約す行為を含む。以下同様)は、保険会社間の不公正な競争が助長され、お客さま間の平等性・公平性を損ない、保険業の健全な発展を阻害するおそれがあることから禁止されています。

イ. 物品の購入、役務の提供その他の取引★

保険勧誘や契約締結にあたって、お客さまに対して物品の購入や役務の提供その他の取引^(注1)等を行う場合については、保険料の割引や割戻しと同様に、一定の要件を満たすもの以外については禁止されています。

保険会社や募集人等は、特別利益の提供に該当することがないように、次の(ア)~(エ)に照らし、当該取引等が、提供可能なものかを社会通念上、相当であると認められるかについて総合的に判断する必要があります。(監督指針Ⅱ-4-2-2(8)①ア)

(注1) 取引とは、保険契約に付帯されるサービス以外のものであって、売買その他保険契約者等との間で対価を伴い行われるものを指します。なお、取引の性質上、本来は保険契約者または保険募集人において対価を得て行われるものであるにも関わらず、対価を得ずに行われる場合、当該対価の免除が下記ウ「その他特別利益の提供」に該当するおそれがあることに留意する必要があります。

(ア) 約定する行為

保険会社または保険募集人において、保険契約の締結や、保険契約数または保険引き受けシェアの調整を前提として、当該取引を行うまたは当該取引の内容を決定してはいけません。

なお、例えば、事故防止・損害抑制に係るサービスについては、保険契約の締結や、保険契約数または保険引受シェアの調整の前提として提供されることをもって、直ちに取引上の社会通念に照らして不相当と判断されるものではありません。

(イ) 必要性

当該取引が、保険会社または保険募集人の事業運営において必要性のないものまたは事業運営上の必要性に照らし過大なものとなっははいけません。

(ウ) 適正性

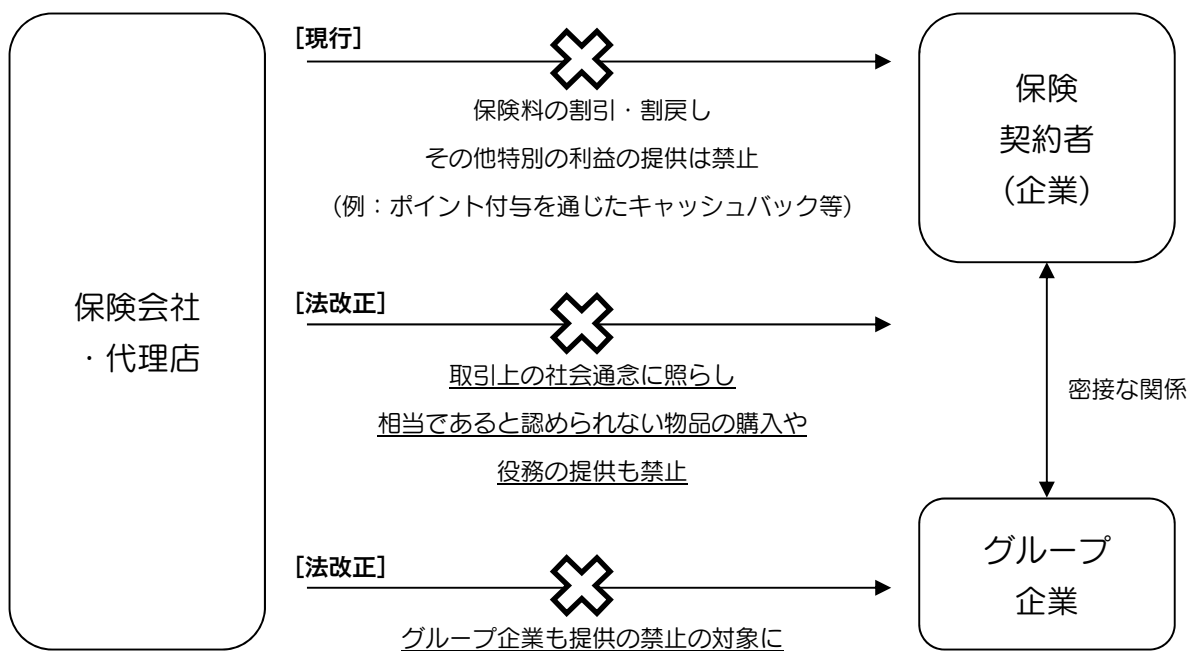
当該取引における、価格等の取引条件が、一般的な取引条件と比較し、著しく不合理なものとなっははいけません。

(エ) 公平性

当該取引が、お客さま間の公平性を著しく阻害するものとなっしていないことに留意する必要があります。

【おそれのある行為の具体例】

- 自動車販売業を兼営する代理店が保険加入を条件に、保険契約者等に車両価格を値引く行為
- 契約者等が営む住宅販売業の見込み顧客を、フィーを得て紹介する行為
- 保険加入を条件として、建設・工事業を営む契約者等に自社ビルの建替え工事等を自ら発注する行為
- 契約者との取り決めに基づいて、保険会社や代理店が契約者の発行する機関誌への広告費用を支出する行為



【改正事項】

- ・ 禁止行為の対象に、取引上の社会通念に照らし相当でない物品の購入や役務の提供・その他取引を追加
- ・ 禁止の対象者に、保険契約者等と「密接な関係を有する者」を追加

金融庁「保険業法の一部を改正する法律案 説明資料」をもとに作成

ウ. その他特別利益の提供

上記取引に該当しない、各種のサービスや物品の提供についても、一定の要件を満たすもの以外については禁止されています。

保険会社や募集人等は、特別利益の提供に該当することがないように、次の(ア)～(ウ)に照らして、当該サービス等が、提供可能なものかを総合的に判断する必要があります。(監督指針Ⅱ-4-2-2(8)①イ)

(ア) 社会相当性

物品やサービスの提供^(注2)における経済的価値および内容は、社会相当性^(注3)の範囲内である必要があります。

(注2) 保険会社や募集人等が費用負担して契約者等に提供する物品やサービスのことを指します。

(注3) 社会的儀礼として行われている慶弔関係等は、社会通念上相当と認められる程度を超えて行ってはいけません。

また、経済的価値の判断にあたっては、保険料に応じて、景品表示法上の景品の制限額を超えないよう、留意する必要があります。

🔗 関連 check 🔗

景品類の制限および禁止の詳細については、「4-12. 関係法令の遵守 ウ. 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」を参照ください。

(イ) 使途・換金性

金銭は実質的に保険料の割引・割戻しとみなされるため提供してはいけません。また、物品やサービスの提供についても、換金性の程度^(注4)と使途の範囲等に照らして、実質的に金銭と同様とみなされて、保険料の割引・割戻しに該当するものとなってはいけません。

(注4) 金銭や、電子マネーに交換（チャージ）できるもの、資金決済法の前払式支払手段に該当するものは、提供してはいけません。

🔗 関連 check 🔗

詳細については、後記（参考「特別利益」への該当性について）を参照ください。

(ウ) 公平性

物品やサービスの提供が、お客さま間の公平性を著しく阻害するものとなっていないことに留意する必要があります。

お客さまに対して、保険契約の締結により上記(ア)・(イ)に該当するポイントの付与を行うことは、保険料の割引・割戻しに該当するため、保険会社が商品認可を取得している等に基づいて行う場合以外は行ってはいけません。

前述のとおりお客さまに金銭を提供することはできませんが、物品やサービスを提供する場合は、後記(3)留意点を踏まえ、所属保険会社の定めるルールに沿った対応が必要です。また、判断に迷う場合は、所属保険会社へ相談してください。

●保険契約者や被保険者本人のみならず、その家族等に対して提供される場合についても、実質的には本人に対する提供と同様であるとみなされることにも留意が必要です。

【禁止行為の具体例】

- 保険契約締結時に、保険契約者に対し、保険料の一部に充てるための現金を渡した。
- 保険契約者に対し、代理店手数料の中から保険料の割戻しを行った。
- 保険契約締結の謝礼として、保険契約者に対し、商品券を渡した。
- 代理店が、当該代理店に属さない従業員も含め、団体契約を締結し、大口割引を適用した。
- 長期優良割引等の割引を不正適用し、本来の保険料より低い保険料を適用した。
- コンサルタント業を兼営する代理店が、保険加入を条件に、通常有料のコンサルティングを無料で実施した。

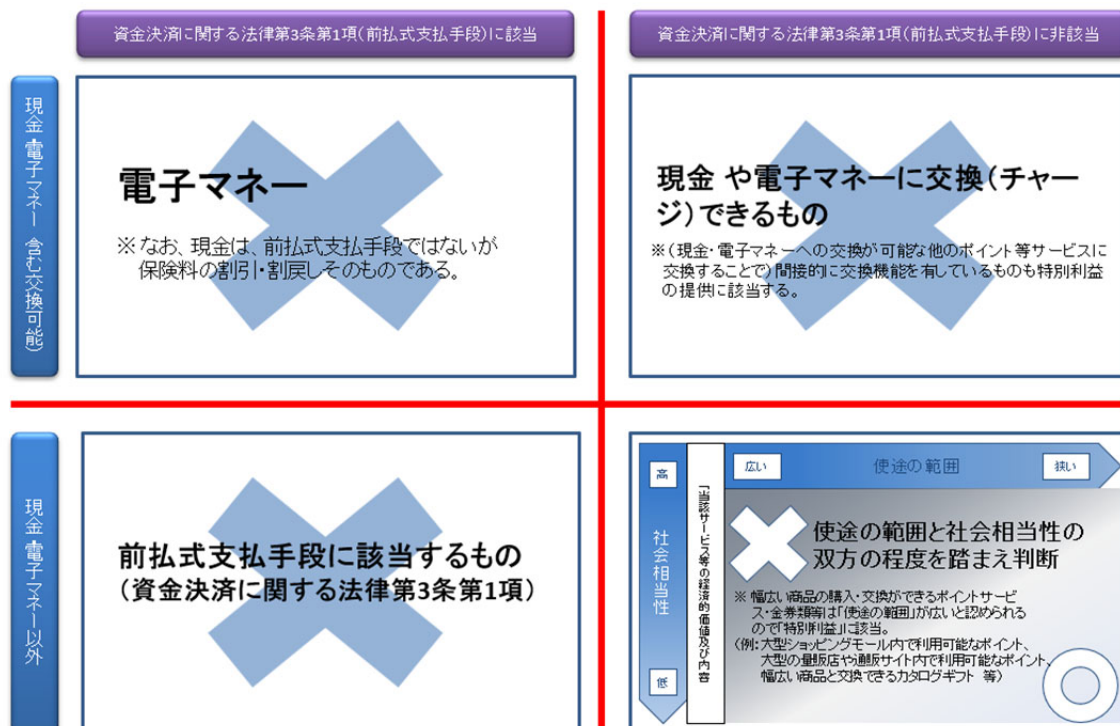
参考 「特別利益」 への該当性について

保険料の割引・割戻しに該当する金銭の提供は禁止されているほか、金券類やポイントの形態であっても、実質的に保険料の割引や割戻しとみなされるものは「特別利益」に該当するため、禁止されています。

「資金決済に関する法律」第3条1項に定義する「前払式支払手段」は、物品やサービスの購入等に用いる手段であり、実質的に金銭と同等の機能を有するものであること等から、特別利益の提供に該当すると考えられます。

「前払式支払手段」の例として、電子マネー、商品券・ギフト券、ビール券、お米券、ネット上で使用できるプリペイドカード、カタログギフト等が挙げられます。

また、「前払式支払手段」に該当しない金券類やポイントは、金銭や、電子マネーに交換（チャージ）できない場合であっても、用途の範囲および社会相当性を踏まえて判断する必要があります。



(3) 留意点

ア. 募集関連行為従事者による契約見込み客等への物品・サービスの提供

募集関連行為従事者が契約見込み客等に提供する物品やサービスにも適用されますので、募集関連行為従事者に募集関連行為の委託等を行う場合は、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、管理する必要があります。

🔗 関連 check 🔗

募集関連行為従事者の管理方法や留意点等については、「5-2. 募集関連行為に係る体制整備」を参照ください。

イ. 損害保険代理業の他にしている業務における物品・サービス

他業を兼業する代理店が、保険勧誘や契約締結のために、当該他業の物品やサービスにかかる費用を割り引いたり、無償で提供したりする行為は、実質的に保険料の割引・割戻に該当するおそれがあるため、行ってはいけません。

ウ. 保険契約上の規定外適用

保険料の割引や割戻しといった金銭等の提供だけでなく、次のような契約上の規定外適用も特別利益の提供とみなされるおそれがありますので、常に契約の適正化に努めてください。

- ア. 団体扱・団体契約において定足数や割引率を確保するための員外者の混入
- イ. フリート契約における適用除外車両の混入
- ウ. 自動車保険の無事故等級の不正適用 等

🔗 関連 check 🔗

上記ア. については、「4-7. 団体契約等の管理」を参照ください。

エ. 代理店における募集人の本人契約等への報酬支払い

募集人が募集人自身を契約者または被保険者とする契約を取り扱った場合に、代理店が当該募集人に報酬^(注1)を支払うことは、保険料の割戻し等に該当する懸念があります。

- (注1) 固定給の場合等で、当該契約の対価として報酬が支払われるものではなく、かつ、当該契約加入が報酬に影響を与えない(例：年間件数に基づく資格等の査定にも影響しない等)ものであれば、保険料の割戻し等に該当しないものと考えられますが、そうではない場合(何かしらの影響がある場合)は、保険業法第300条第1項第5号(保険料の割戻し等)に該当する懸念があります。

また、募集人が当該募集人と生計を一にする家族を契約者または被保険者とし、かつ、当該募集人が実質的に保険料を負担する^(注2)場合に、代理店が当該募集人に報酬^(注3)を支払うことは、保険料の割引・割戻しの禁止を免れる行為に該当する懸念があります。

(注2) 募集人自身が、保険料引去口座名義人等になっていることをもって判定することが考えられます。

(注3) 固定給の場合等で、当該契約の対価として報酬が支払われるものではなく、かつ、当該契約加入が報酬に影響を与えない(例：年間件数に基づく資格等の査定にも影響しない等)ものであれば、保険料の割戻し等に該当しないものと考えられますが、そうではない場合(何かしらの影響がある場合)は、保険業法第300条第1項第9号および施行規則第234条第1項第1号(何らの名義によってするかを問わず、保険料の割引・割戻しの禁止を免れる行為)に該当する懸念があります。

なお、保険会社から代理店の自己契約・特定契約に対する代理店手数料の支払いが禁止されているものではありません。

※保険契約を対象とした福利厚生費や補助、通勤手当等の制度により、追加的に支払われる金銭についても保険料の割戻しに該当する懸念があるため、次の要素を満たす必要があることに留意します。

- 企業等の諸規則(就業規則等)またはこれに準じた従業員への周知(会社通達等)を実施したうえで運用されていること
 - 福利厚生として合理的な内容であること(例えば、①合理的な理由なく一部の従業員に適用対象を限定しないこと、②合理的な理由なく特定の代理店や特定の所属保険会社に適用対象を限定しないこと、③支給要件ごとに定額または定率であり、過度な金額ではないこと)
- なお、従業員の自家用車の業務使用に伴う手当についても、次の要素を充足している必要があります。
- 従業員に対して業務使用することを会社として承認していること
 - 合理的な理由なく特定の代理店や特定の所属保険会社で自動車保険に加入することを支払の条件としていないこと

4-4 代理店等に対する過度の便宜供与の防止

(1) 基本ルール

保険会社が、保険代理店等^(注1)に対して便宜供与を行い、その見返りとして保険募集人が当該保険会社の保険商品を優先的に推奨することによって、お客さまの適切な商品選択の機会^(注2)が阻害されるおそれがあります。保険会社は、保険代理店等に対する過度の便宜供与を防止する必要があり、代理店も、保険会社に対してこれを求めてはいけません。(監督指針Ⅱ-4-2-12(1))

(注1) 保険代理店等とは、保険代理店のほか、保険募集人である保険代理店の役員または使用人や、その他保険会社による便宜供与が、特定の保険代理店におけるお客さまの適切な商品選択の機会を阻害し得ることとなる相手方(具体的には、保険代理店と人的または資本的に密接な関係を有する者(親会社、子会社、関連会社等)や保険代理店の主要な取引先の他、保険代理店の代表者等の親族が経営する企業等を含む)をいいます。

(注2) 便宜供与の相手方が、専属代理店であっても、当該保険代理店の専属を維持する目的等をもって、過度の便宜供与を行うことがないよう、適切な措置を講じる必要があります。

参考 監督指針 Ⅱ-4-2-12(保険代理店に対する便宜供与)の抜粋

Ⅱ-4-2-12 保険代理店等に対する便宜供与

(1) 過度の便宜供与の防止

保険会社が、保険代理店等に対して便宜供与を行い、その見返りとして保険募集人が当該保険会社の保険商品を優先的に推奨することによって、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されるおそれがある。

このため、保険会社は、以下のとおり、保険代理店等に対する過度の便宜供与を防止する必要がある。

～中略～

②過度の便宜供与に係る判断基準

保険会社が保険代理店等に対して行う便宜供与に関し、過度のものであるか否かについては、以下に基づき判断する。

ア. 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与

保険代理店等に対する便宜供与のうち、以下のいずれかの要素を含むものについては、特に顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれが高いことから、過度の便宜供与に該当する。

(ア) 便宜供与の実績に応じて、当該保険代理店や保険募集人である保険代理店の役員又は使用人において保険契約数や保険引受シェアの調整が行われる場合

(イ) 保険代理店等から保険会社に対し、物品等の販売数量の目標設定や購入数量の割当て等が行われる場合

イ. 実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもの

上記ア.のほか、保険代理店等に対する便宜供与が過度のものであるか否かについては、当該便宜供与の趣旨・目的のほか、価格・数量・頻度・期間及びその負担者等を総合的に勘案しつつ、当該便宜供与によって生じ得る弊害の内容・程度を考慮し、社会通念に照らして妥当であるかによって判断する。

なお、判断は個別具体的に行われるべきであるが、例えば、以下の行為については、実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものとして、過度の便宜供与に該当し得る。

(ア) 保険会社の役職員が、保険代理店等から、他の保険会社の購入実績との比較を提示されるなど黙示の圧力を受けたことを背景として、自社の役職員に対し、数量等の報告やとりまとめを伴う物品の購入をあっせんする行為

(イ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が保険業と関連性の低い役務を提供する形で参加・協力する行為

(ウ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が休日等の業務時間外に参加・協力する行為

- (工)本来は保険代理店等が負担すべき費用を保険会社が負担する行為、又は保険代理店等が自らの責任において行うべき業務に対し保険会社が役務を提供する行為
- (オ)保険代理店等の求めに応じ、役務の対価としての実態がない又は保険会社若しくは保険代理店等において対価性の検証が困難な業務委託費、協賛金、商標使用料、広告費用等の金銭を抛出する行為

(2) 解説

保険会社が代理店等に対して過度の便宜供与を行うことは、代理店がお客さまに対して当該保険会社の商品を優先的に推奨することにつながりかねないなど、適切な商品選択の機会が阻害されるおそれがあることから、過度の便宜供与を防止するための措置を講じる必要があります。

代理店においても、保険会社に対して過度の便宜供与を求めることのないよう留意する必要があります。

ア. 基本的な考え方

保険会社と代理店・募集人との間において便宜供与等の金額・数量等に応じて業績の配分に関して約定する行為（明示的であるかどうかを問わない。以下同じ。）や、代理店・募集人から保険会社に対する物品の販売をはじめとする各種便宜供与に関して達成基準を課す行為（明示的であるかどうかを問わない。以下同じ。）はお客さまの適切な商品選択の機会を歪めるおそれがある過度の便宜供与に該当するため行ってはいけません。（監督指針Ⅱ-4-2-12(1)②ア）

また、これらの行為がない場合でも、便宜供与等の程度が過度であれば過度の便宜供与に該当します。（監督指針Ⅱ-4-2-12(1)②イ）

(ア)「約定する行為」（ニギリ）に関する留意点

便宜供与等の金額・数量等から業績の配分が定量的に算出可能な約定のほか、その結果が業績の配分につながることを相互に認識したうえで、便宜を図ることを持ち掛けたり、または提供する行為や求めたりする行為も「約定」が行われているものとみなされます。

- 便宜供与の実績に応じて、保険代理店が所属保険会社間の保険取引の調整を行ってはいけません

(イ)「達成基準を課す行為」（ノルマ）に関する留意点

便宜供与等の金額・数量等を割り当てたり目標を設定したりすることは、それを保険会社と代理店・募集人のどちらが持ち掛けたかに関わらず、また、実際にそれが達成されたかどうかを問わず、「達成基準を課す行為」に該当します。

- 数量・金額等を達成基準として示して便宜を持ち掛け、提供し、または求めてはいけません
- 保険代理店が、保険会社間の実績を比較し協力を求め、またはこれに応じてはいけません

※どのような名目によって行われるかを問わず、潜脱とみなされるような行為も行ってはいけません。

(ウ)「実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する行為」に関する留意点

上記の「約定する行為」(ニギリ) および「達成基準を課す行為」(ノルマ) の性質を有することが明らかでない場合であっても、実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引すると判断されるものは、過度の便宜供与に該当します。

例えば、保険会社が、物品・サービス等の購入先や紹介先として、一般的な社会通念を超えて本業等を有する特定の代理店を選定するといった行為は、過度の便宜供与に該当するため行ってはいけません。

イ. 具体的な判断の目安

代理店に対する便宜供与が過度のものであるか否かについては、便宜供与の趣旨・目的のほか、生じ得る弊害の内容・程度を考慮し、社会通念に照らして妥当であるかによって判断します。このため、保険会社が代理店に対して便宜供与等に該当する行為を行う場合は、次のような点に留意し、不適切な対応となっていないかを確認します。

- 損害保険会社における業務運営上、または社会儀礼として、必要性が認められるか
- 価格・数量・頻度・期間の適正性が認められるか
- 代理店間の公平性が認められるか
- 社会通念等に照らして客観的な合理性をもって説明できるか
- 代理店委託契約書に当該費用の負担に関する定めがあるか
- 代理店委託契約書や各社の規程・ガイドライン等に照らし、委託元である損害保険会社としての業務運営上の必要性があるか

※代理店委託契約の条項において、保険代理店により有利な規定を設けることについては、その内容により過度の便宜供与となり得ることに留意が必要です。

参考 ▶ 損害保険会社による便宜供与適正化ガイドライン

損保協会では、損害保険業界に定着・浸透してきた便宜供与について、「顧客本位の業務運営の徹底」および「健全な競争環境の実現」、さらには「保険代理店の自立化」に向け、今日的な観点から、保険代理店等に対する便宜供与の適正化を図るため、損害保険会社に対して適切で規律ある行動を促す「損害保険会社による便宜供与適正化ガイドライン」を策定しています。

本ガイドラインでは、便宜供与の適正化にあたり、損害保険会社職員として遵守すべき基本的な考え方を定めています。

本ガイドラインの詳細については、損保協会ホームページでご確認いただけます。

参考 保険会社と代理店の関係性

保険会社が代理店に対し、定められている代理店手数料基準以外の報酬や費用の負担、代理店の本業への売上貢献、役務（社員出向）の過度の供与等を行うことは、監督指針の規定に反する過当競争の弊害を招く行為とみなされるため、行ってはなりません。

【具体例】

- 代理店の広告媒体に、広告効果が期待できないにも関わらず保険会社が広告を掲載し、広告費を支払った。
- 高額なノベルティを特定の代理店にのみ供与した。
- 特定の代理店に対して、出向負担金なしで保険会社の社員を出向させ、保険募集を行った。

監督指針 II-4-2-2（保険契約の募集上の留意点）の抜粋

II-4-2-2 保険契約の募集上の留意点

(17) その他

③その他

保険契約の締結（名義変更等による契約の変更を含む。）又は保険募集に関して、以下の措置が講じられているか。

ア. 業績を指向するあまり、金融機関への過度の預金協力による見込み客の獲得、保険料ローンを不正に利用した募集等の過当競争の弊害を招きかねない行為のほか、作成契約、超過保険契約等の不適正な行為の防止

4-5 非対面募集

(1) 基本ルール

お客さまに対面募集と同等のレベルの対応を確保できる場合は、お客さまの要望に応じて「電話による保険募集」や「郵送による保険募集」や「インターネットによる保険募集」など非対面による契約手続きを行うことができます。

(2) 解説

ア. 電話による保険募集

「電話による保険募集^{(注1)(注2)(注3)}」を行う場合は、お客さまに対面募集と同等のレベルの対応を確保する必要があります。所属保険会社の規定等に従い、お客さまへの電話や既契約の契約内容等を通じて把握した意向に沿った提案の内容、「契約概要」「注意喚起情報」およびパンフレット等の募集文書を事前に送付し、電話で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を説明のうえ、契約するプラン等を確認します。

- 〔注1〕電話による保険募集を行う場合は、所定の手続きが必要となりますので、実施する前に手続き事項等を所属保険会社に相談してください。
- 〔注2〕電話による保険募集では、お客さまに電話で契約締結の確認を行った日時等を記録したご契約内容等確認書を申込書お客さま控や重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）等と併せて送付するなどの所属保険会社の規定・ルール等を確認のうえ、これらを遵守して実施してください。
- 〔注3〕電話による保険募集の場合は申込書や意向確認書を受け取らず、口頭でのやり取りのみとなるため、そのやり取りを記録し、切電前に確認する等、認識齟齬によるトラブル防止を実施してください。

なお、最低限、下記a.～c. は口頭（電話）で説明するか、送付状等に明記し、十分に理解いただくことが必要です。

- a. 「契約概要」「注意喚起情報」を記載した「重要事項説明書」等の書面を読むことが重要であること。
- b. 主な免責事由等お客さまにとって特に不利益な情報が記載された部分を読むことが重要であること。
- c. 特に、乗換、転換の場合は、これらがお客さまにとって不利益になる可能性があること。

🔗 関連 check 🔗

「2-3-5. 重要事項説明（情報提供）（3）具体的な対応」も参照ください。

イ. 郵送による保険募集

郵送による保険募集についても、「電話による保険募集」と同様に、お客さまに対面募集と同等のレベルの対応を確保する必要があります。所属保険会社の規定等に従い、「契約概要」「注意喚起情報」およびパンフレット等の募集文書を事前に送付します。また、お客さまにおいてご不明な点があった場合には、電話による補足説明が可能な体制を整備するなど、お客さまに確実にご理解いただけるようにしてください。

郵送による保険募集では、契約申込書等に同意の記録を行ったうえ返送していただきますが、

申込書受領後に、記入漏れ等により再度同意の記録を取り付けることのないよう、契約書類の記入すべき箇所を蛍光ペンや付箋紙などで明示することが望ましいと考えられます。この場合、契約書類への同意の記録を強要していると誤解を与えることのないよう、お客さまに対し適切に商品内容や事務手続き等の説明を行うことが重要です。

ウ. インターネットによる保険募集

インターネットなど電磁的方法を用いた保険募集についても、所属保険会社の規定等に従い、対面募集と同等のレベルの対応を確保する必要があります。また、お客さまにおいてご不明な点があった場合には、補足説明が可能な体制を整備するなど、お客さまに確実にご理解いただけるようにしてください。

なお、Web会議アプリをはじめとするデジタルコミュニケーションツール等を利用してお客さまに説明を行う場合など新たな募集方式においては、使用ツールの特性に応じ、募集文書や提案の内容の事前送付を行うなど、対面募集と同等のレベルの対応を確保してください。このほか、事前に安定した通信が確保されていることの確認のために、接続テストの実施や表示画面の閲覧しやすさの確認など、利用するツールの特性を踏まえたお客さまへの十分な配慮を実践してください。詳細は所属保険会社の規定等に従い対応してください。

インターネットなど電磁的方法を用いた保険募集固有の留意点として、重要事項説明の電磁的方法による提供（施行規則第227条の2、監督指針Ⅱ-4-2-2（2）⑩情報提供義務に係る体制整備関係 カ.（ウ）等）や意向確認書面の電磁的方法による交付（監督指針Ⅱ-4-2-2（3）④ イ.（キ））等の他、所属保険会社の規定等に従った情報セキュリティを確保する必要があります。

（3）留意点

ア. 募集文書送付時のお客さまに対する配慮

対面することなく契約手続きが完了することから、お客さまが商品内容や契約条件等を十分に理解でき、お客さまの意向に沿った適切な商品選択ができるよう、次の点に配慮する必要があります。

- a. 始期日までに手続きが完了するよう、余裕をもって案内を行う。
- b. 単に「契約概要」「注意喚起情報」、パンフレット等の募集文書を送付するのではなく、重要な箇所に蛍光ペンや付箋紙などで明示したり、別途重要な点を取りまとめた資料を添付したりするなど、文書送付時に商品内容等の理解が促進するための工夫を行う。
- c. 募集文書等が届いた頃を見計らい、契約者本人^(注)に対してフォローアップを行う。

(注) 契約締結は、原則として契約者本人以外と契約意思の確認を行うことは認められていません。

関連 check

「3-2. 満期管理・満期案内（2）解説」も参照ください。

イ. お客さまが高齢者の場合

お客さまが高齢の場合は、その特性に配慮した対応が必要になります。

🔗 関連 check 🔗

「4-2-1. 高齢者に対する保険募集（4）留意点」も参照ください。

参考

テレマーケティング代理店等において電話による“新規の”保険募集・加入勧奨を反復継続して行う場合の留意点

テレマーケティング代理店等において電話による“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P D C Aを実施することが必要となります。（監督指針Ⅱ-4-4-2-1（5））

（注）上記（2）ア. の電話募集（例えば、継続契約の場合）や勧誘を伴わない単なる事務連絡等は、下記の説明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

新規の保険募集等^{（注）}を電話で行うことは、非対面、かつ、お客さまの予期しないタイミングで行われることなどから、特に苦情等に発展するケースが多く見られます。

そのため、当該行為を反復して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、募集人に対して、適切な教育・管理・指導を行う必要があります。

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も必要です。

（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。また、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など、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において電話による加入勧奨を行う場合は本規定の対象となります。

一方で、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お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。

<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 お客さまから、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、再発防止策の策定および周知を行う。
- 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）およびその結果を踏まえた対応を行う。

4-6 取引時確認

(1) 基本ルール

金融機関等がマネー・ローンダリングやテロ資金供与等に利用されることを防止するため、犯罪による収益の移転防止に関する法律（犯罪収益移転防止法）により、一定の取引を行う際に、取引時確認（お客さまの氏名・住居・生年月日等の本人特定事項、取引目的、職業等の確認）が金融機関等に義務付けられています。

このため代理店も、保険契約の締結時や契約内容の変更（異動）・解約時などの取引時に、所属保険会社の定める方法により、お客さまの確認等をしなければなりません。

(2) 解説

ア. 取引時確認が必要な場合

- お客さまが積立型の保険にご加入される場合、お客さまに満期返戻金や解約返戻金をお支払いする場合、ご契約者の変更があった場合など
- 200万円を超える現金、小切手（線引きのないもの）等による取引（みなし特定取引^(注)を含む）
(注)「みなし特定取引」とは、同一のお客さまによる複数の同時・連続した取引において、1回あたりの取引金額が200万円を超えないように分割していることが一見して明らかである現金等受払い取引のことをいいます。
- なりすまし、または本人特定事項等を偽っている疑いがある場合
- 同種の取引の態様と著しく異なる態様で行われる取引

【取引時確認の方法】

	確認項目	確認書類 ^(注2)
個人の場合 ^(注1)	本人特定事項 (氏名、住居、生年月日)	<ul style="list-style-type: none">• 顔写真つきの本人確認書類1点（運転免許証、マイナンバーカード、パスポート^(注3)等）または• 顔写真つきの本人確認書類を持っていない場合は次のいずれかの方法<ul style="list-style-type: none">－①から2点－①から1点と、②または「補完書類」^(注4)から1点（計2点） <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"><ul style="list-style-type: none">①資格確認書^(注5)、年金手帳、取引に使用する印鑑に係る印鑑登録証明書等②戸籍の附票の写し、住民票の写し、住民票記載事項証明書等</div>
	職業、取引目的	お客さまから申告を受けて確認します。

	確認項目	確認書類
法人の場合	名称、本店または主たる事務所の所在地	登記事項証明書、印鑑登録証明書 等
	事業内容	登記事項証明書、定款 等
	取引目的	取引担当者から申告を受けて確認します。
	実質的支配者 ^(注6)	上記の「個人の場合」の本人特定事項と同じ。
	取引担当者の本人特定事項	上記の「個人の場合」の本人特定事項と同じ。 取引担当者が登記された代表者でない場合には、取引権限を有していることを確認できる書類（委任状等）

- (注1) 代理の方（親族を含みます）による手続きの場合には、本人のための取引であること（委任状等で確認）や、お客さま本人との関係（例：配偶者、親）を確認します。また、その方の本人特定事項を確認（上記の「個人の場合」参照）します。
- (注2) マイナンバー（個人番号）、基礎年金番号、被保険者記号・番号等の収集等を行うことまたは告知を求めることは法令により禁止されています。このため、マイナンバーカード、年金手帳、資格確認書の提示を受ける場合には、当該番号等を取得しないよう留意する必要があります。
また、有効期限のない公的証明書については、原則として、6か月以内に作成されたものに限りです。
- (注3) 日本国発行の2020年2月4日以降に申請・交付されたパスポートには所持人記載欄が無いため、それだけでは住居の確認ができません。当該パスポートを提示された場合は、住居の記載がある他の本人確認書類で住居を確認する必要があります。
- (注4) 納税証明書、社会保険料領収書、公共料金領収書等で住居の記載があるものをいいます（領収日付の押印または発行年月日の記載があるもので、その日付が6か月以内のものに限りです）。
- (注5) 資格確認書については、厚生労働省のホームページ（https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_45470.html）を参照ください。
- (注6) 4分の1を超える議決権（株式等）を保有すること等により、法人の事業活動に支配的な影響力を有すると認められる地位にある方（複数人の場合は全員。ただし、他に2分の1を超える議決権を保有する方がいる場合は、その方のみ）が該当します。なお、これに該当する方がいない場合等は、法人の代表者等が実質的支配者となります。

イ. 取引時確認書の作成

お客さまに取引時確認を行った場合、ただちに本人確認に関する記録（取引時確認書）を作成し、保険会社に提出しなければなりません。

ウ. 疑わしい取引の届出制度

保険会社など金融機関は、マネー・ローンダリング等の疑いがある取引を発見した場合、金融庁に届け出ることが義務付けられています。したがって、代理店が疑わしい取引を発見したときは、所属保険会社の規定等に従い、速やかに保険会社に連絡しなければなりません。

🔗 関連 check 🔗

疑わしい取引の参考事例については、金融庁のホームページ（<https://www.fsa.go.jp/str/jirei/#hoken>）を参照ください。

(3) 留意点

ア. お客さまが取引時確認に応じない場合（事業者の免責）

お客さまが取引時確認に応じない場合には、確認に応じるまでの間、取引に係る義務の履行を拒むことができます。

イ. 既に取り引時確認を行ったことのあるお客さまとの取引

既に取り引時確認を行っている場合には、次回以降の取引で確認記録に記録されているお客さま等との同一性が確認できれば、再度の確認は不要となります。

したがって、保険契約締結時にお客さまに取り引時確認を行っていただければ、満期返戻金や解約返戻金の支払いなどの際には、本人確認済みとして、原則として再度の確認は必要ありません。

(注) 第三者に支払う場合や、本人になりすましていたり、本人特定事項等を偽っていたりする疑いがある場合には、取引時確認が必要となります。

参考 共通報告基準（CRS）に基づく「自動的情報交換制度」等への対応について

経済取引のグローバル化が進展する中で、外国の金融口座を利用した国際的な脱税および租税回避に対処するために、OECDで策定された共通報告基準（CRS）に従って、金融機関が非居住者に係る金融口座情報を税務当局に報告し、これを各国の税務当局間で互いに交換しています。

日本国内においては、2017年1月の「自動的情報交換制度」の導入に伴い、保険会社は、積立保険契約の締結時や満期返戻金等の支払時にお客さまから居住地国や本人特定事項を記載した届出書が提出された場合に、その内容を確認することが義務付けられています。

また、2014年7月から適用された米国の税法「FATCA（外国口座税務コンプライアンス法）」に対応するため、保険会社は、積立保険契約の締結時や満期返戻金等の支払時に、お客さまに対し、米国納税者に該当するかどうかを確認すること等が求められています。

これらの制度に関する代理店での具体的な対応については、所属保険会社に確認ください。

4-7 団体契約等の管理

4-7-1 団体契約

(1) 基本ルール

団体契約^(注)においては、次のことがないように、十分に留意する必要があります。

- 団体契約者としての適格性に欠ける団体と契約を締結する。
- 被保険者の範囲に規定されている者以外を被保険者として契約を締結する。
- 規定上必要な被保険者数を満たしていないにもかかわらず団体割引を適用する。
- 団体の特性に応じた適切な方法で情報提供や意向把握・意向確認が行われない。

(注) 団体契約は、企業や所定の条件を満たす組織等を1つの「団体」として、その「団体」を契約者、同団体の構成員などを被保険者として保険契約を締結するものです。対象とする団体の種類によって、団体類別、団体の適格性、被保険者の範囲（加入資格者）、必要な被保険者数、団体割引適用の可否等が異なる契約方式です。

(2) 解説

ア. 「団体の適格性」の管理

団体契約の募集にあたっては、団体契約者としての適格性に欠ける団体と契約を締結することを防止するために、保険会社が定める団体契約者としての要件を満たしている団体であることを確認する必要があります。

イ. 被保険者の範囲の確認（混入の防止）

団体契約の募集にあたっては、被保険者の範囲に規定されている者以外を被保険者として契約を締結することのないよう、被保険者の範囲について契約者（団体）に明示して確認を行うなど、保険会社が定める被保険者要件を満たしていることを確認する必要があります。

ウ. 被保険者数の確認

団体契約の締結にあたっては、保険会社が定める必要な被保険者数を充足していないにもかかわらず団体割引を適用することのないよう、被保険者数を適切に把握する必要があります。

エ. 子会社・関連会社等の包含の管理

子会社・関連会社等に勤務している役員・従業員についても、親会社と同一団体として包含して団体契約を募集する場合があります（子会社・関連会社等の包含）。この場合、包含可能な子会社・関連会社等は法令や保険会社の規定等によりますが、これらの条件に合致しているかを確認のうえ、適切に管理する必要があります。

オ. 情報提供や意向把握・意向確認

団体契約の特性等に応じた方法で適切に情報提供や意向把握・意向確認が行われる必要があります。また、加入勧奨時の取扱いについては、P. 30 および P. 47 を参照ください。

4-7-2 団体扱・集団扱契約

(1) 基本ルール

団体扱契約^(注1)および集団扱契約^(注2)においては、「加入者要件」を満たさないお客さまとの間で団体扱・集団扱契約を募集・締結することや、「定足数未充足（所定の契約者数を満たしていない場合）」となったにもかかわらず団体扱・集団扱契約を募集・締結することがないように十分留意する必要があります。

(注1) 団体扱契約とは、企業等を1つの「団体」として、その「団体」または「団体」の共済組合等が保険会社との間で保険料の集金契約を締結したうえで、同団体に勤務している役員・従業員が契約者となって保険契約を締結するものです。

(注2) 集団扱契約とは、協同組合・医師会・下請業者の会など、所定の条件を満たす組織を1つの「集団」として、その「集団」が保険会社との間で保険料の集金契約を締結したうえで、同「集団」に属する者（会員等）が契約者となって保険契約を締結するものです。

(2) 解説

団体扱・集団扱の契約を締結するための「加入者要件」は、所属保険会社の規定等によりますが、契約締結時に「加入者要件」の確認が不十分な場合、次のような不適正な事例が発生する可能性がありますので、注意する必要があります。

- 退職者を募集対象としていない団体で、お客さまが退職した後も継続して団体扱として契約を締結するケース（退職者混入）。
- 当初、同居の親族として被保険者の要件を満たしていた被保険者が、その後結婚、就職等により独立生計となり、被保険者の要件を満たさなくなったにもかかわらず、継続して団体扱として契約を締結するケース（被保険者混入）。
- 集団扱契約において、集団の構成員の範囲（各集団の「定款・会則等」に規定）を誤認して、構成員の範囲に該当しないお客さまと契約を締結するケース。

(3) 留意点

ア. 契約締結時における「加入者要件」確認ルール・仕組みの徹底

「加入者要件」を満たさない契約を防止するために、契約の都度、適切に「加入者要件」の確認を行うことが重要です。

団体扱契約の締結時には、お客さまが当該団体の「役員・従業員等加入者要件に合致していること」の確認と「契約者と被保険者等の関係」の確認を行う必要があります。

また、集団扱契約を募集するにあたっては、あらかじめ「集団の適格性」の確認と、定款・会則等で「加入対象者」の範囲の確認を行ったうえで、契約締結時にお客さまが当該集団の「加入対象者」であることの確認と「契約者と被保険者等の関係」の確認を行うことが重要です。

イ. 定足数の管理

所属保険会社が定める規定により団体・集団ごとの契約者数が、定足数を充足していない場合には、「集金契約の解除」や「集金団体」への移行等の措置を行う必要があります。

定足数を充足していないにもかかわらず、それらの措置を行わずに団体扱・集団扱契約を締結してしまうことがないように十分注意が必要です。

ウ. 子会社・関連会社等の包含の管理

子会社・関連会社等に勤務している役員・従業員についても、親会社と同一団体として包含して団体扱契約を募集する場合があります（子会社・関連会社等の包含）。この場合、包含可能な子会社・関連会社等は法令や所属保険会社の規定等によりますが、これらの条件に合致しているかを確認のうえ、適切に管理する必要があります。

4-8 自己契約・特定契約の管理

(1) 基本ルール

代理店は、次の者を「その主たる目的として」保険募集を行うことはできません。

(保険業法第295条、施行規則第229条、監督指針Ⅱ-4-2-2(6))

- 自己や自己を雇用している者を契約者または被保険者とする保険契約（自己契約）
- 自らと人的・資本的に密接な関係を有する者を契約者または被保険者とする保険契約（特定契約）

(2) 解説

自己契約・特定契約は、これらの契約に対して支払われる代理店手数料が実質的な保険料の割引（割戻し）につながりかねないこと、また、代理店の自立育成を図る目的から、保険業法等で規制されています。

(注) 自己契約・特定契約の募集そのものを禁止しているわけではなく、自己契約・特定契約を保険募集の主たる目的とすることを「数量」で規制しています。

ア. 自己契約・特定契約の範囲

次の者を契約者または被保険者とする保険契約は、自己契約・特定契約に該当します。

	自己契約	特定契約
個人代理店	<ul style="list-style-type: none">• 代理店本人• 代理店本人を雇用している個人または法人	<ul style="list-style-type: none">• 代理店本人と生計を共にする親族（姻族を含む）• 代理店本人と生計を共にしない2親等内の親族（姻族を含まない）• 代理店本人、配偶者または2親等以内の親族（姻族を含まない）が常勤役員である法人
法人代理店	当該法人（法人代理店自身）	<ul style="list-style-type: none">• 法人代理店と役職員の兼務関係（非常勤、出向および出身者を含む）がある他の法人（退職後3年未満の出身者を含む）• 法人代理店への出資比率が30%を超える法人・個人

(注) 親族とは、6親等内の血族、配偶者、3親等内の姻族を指します。(民法第725条)

イ. 自己契約・特定契約の判定基準等

自己契約・特定契約の保険料の合計額が、それぞれ総取扱保険料の50%を超える場合、当該代理店は「自己代理店」または「特定契約取扱代理店」に該当し、代理店登録の取消しや所属保険会社との代理店委託契約の解除等、処分・措置を受けることになります。

また、自己契約・特定契約の保険料の合計額が、それぞれ総取扱保険料の30%を超える場合は、所属保険会社と連携のうえ、速やかに比率を改善する必要があります。

(ア) 自己契約の判定基準等

自己契約比率（「自己代理店」の該当・非該当を判定する比率）は、直近の2事業年度に取り扱った保険料（全種目）の1事業年度あたりの平均額で算出します。

この結果、50%を超える場合は、「自己代理店」に該当し、代理店登録の取消し等の行政処分を受けることとなります。（保険業法第307条）

<自己契約比率の算出方法>

$$\text{自己契約比率} = \frac{\text{直近2事業年度の自己契約保険料}}{\text{直近2事業年度の総取扱保険料}} \times 100$$

(注) 算出基準日は、代理店の事業年度末（個人代理店は12月末）です。

また、上記のほかに、自己契約比率が30%を超える場合は、所属保険会社と連携のうえ、速やかに比率を改善する必要があります。（監督指針Ⅱ-4-2-2（6）③）

(イ) 特定契約の判定基準等

特定契約比率（「特定契約取扱代理店」の該当・非該当を判定する比率）は、直近の1事業年度に取り扱った保険料（全種目）の合計額をもって算出します。

この結果、50%を超える場合は、「特定契約取扱代理店」に該当し、所属保険会社との代理店委託契約の解除等、措置を受けることとなります。

<特定契約比率の算出方法>

$$\text{特定契約比率} = \frac{\text{直近1事業年度の特定契約保険料}}{\text{直近1事業年度の総取扱保険料}} \times 100$$

(注1) 算出基準日は、代理店の事業年度末（個人代理店は12月末）です。

(注2) 1996年（平成8年）3月31日以前に代理店登録を行った代理店で、かつ、同年4月1日～2001年（平成13年）3月31日までの間に損害保険代理店制度に基づく種別変更を行わなかった代理店については、当分の間、次の計算で算出します。（監督指針Ⅱ-4-2-2（6）②）

- ・対象契約は、火災保険、自動車保険および傷害保険契約（医療費用保険および介護費用保険を含む）とする。
- ・特定契約の割合は、各特定者個々で特定契約の割合を計算し、そのうち最も高い割合を特定契約の割合とする。

また、自己契約と同様に、特定契約比率が30%を超える場合は、所属保険会社と連携のうえ、速やかに比率を改善する必要があります。（監督指針Ⅱ-4-2-2（6）③）

(ウ) 比率算出にあたっての補足事項

乗合代理店が自己契約または特定契約の比率を算出する場合は、全ての所属保険会社で取り扱った保険料が算出の対象となります。

なお、次の①～③のすべての条件を充足する契約については、自己契約または特定契約から除外することができます。

- ① 保険契約者に被保険利益がないこと
- ② 保険料を被保険者が負担していること
- ③ 保険契約者となるやむを得ない事情があること

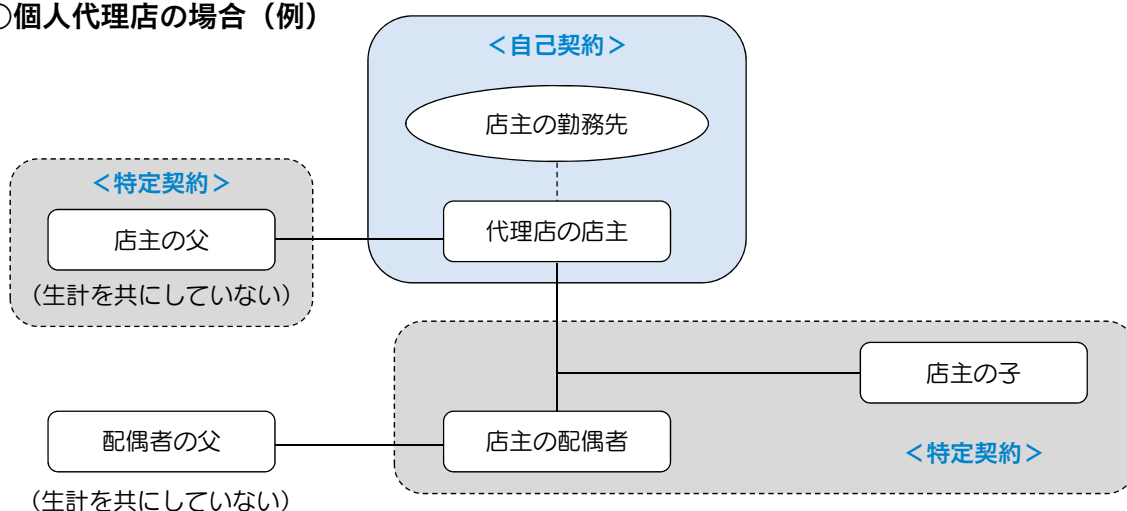
(3) 具体的な対応

自己契約・特定契約の比率については、代理店の経営に影響が及ぶ事項ですので、日頃から代理店自身で主体的に管理することが重要です。

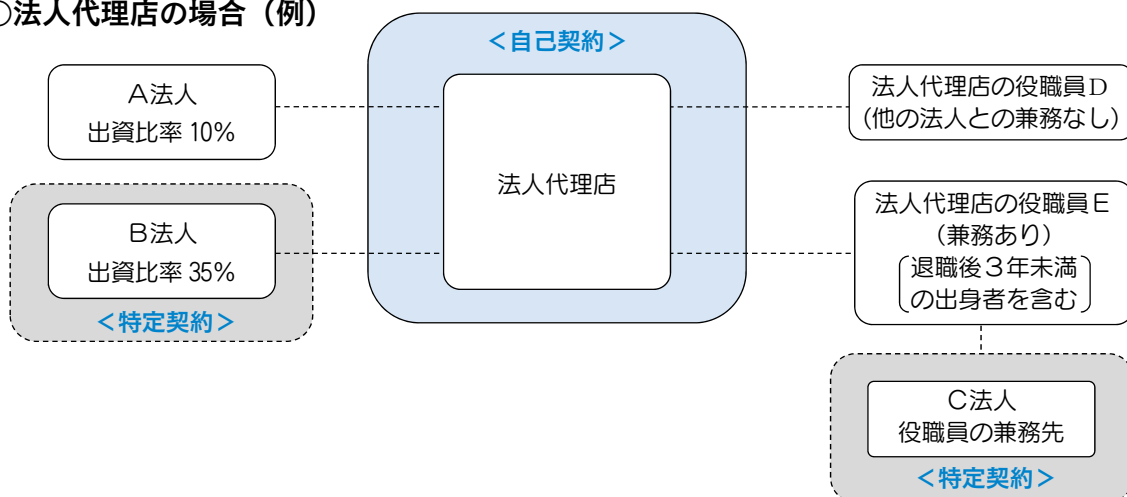
所属保険会社とも連携のうえ、自己契約・特定契約の比率を適切に把握・管理し、いずれの比率も常に30%以下となるよう努めてください。なお、所属保険会社でも、点検・監査等により確認しています。

参考 自己契約・特定契約の関係

○個人代理店の場合（例）



○法人代理店の場合（例）



4-9 情報管理態勢

「保険募集時等の情報管理態勢の留意事項」については、「個人情報の管理」や「情報セキュリティ管理」に関する基本的な考え方や具体的な対策等を募集コンプライアンスガイド【情報管理版】で取りまとめています。

代理店は、募集コンプライアンスガイド【情報管理版】に基づき情報管理態勢の整備状況を改めて確認ください。

関連 check

「募集コンプライアンスガイド（情報管理版）」(<https://www.sonpo.or.jp/about/pdf/info.pdf>) を参照ください。

お客さま等に関する情報は、保険契約取引の基礎をなすものであり、その適切な管理が確保されることが極めて重要となります。そのため、代理店はお客さま等に関する情報管理態勢およびシステムリスク管理態勢を整備し、適切に情報管理する必要があります。

お客さま等に関する情報（個人情報および法人関係情報等）を取り扱う場合には、保険業法に基づき適切に情報管理を行うことが求められるほか、個人情報の保護に関する法律（以下「個人情報保護法」）などの関係法令や所属保険会社との代理店委託契約に基づいた対応が求められます。

4-9-1 個人情報の管理

(1) 基本ルール

個人情報保護法は、個人情報の適正な取扱いに関して、個人情報を取り扱う事業者が遵守すべき義務等を定めたものです。

代理店は、個人情報保護法の個人情報取扱事業者に該当するため、個人情報保護法に則った個人情報の取扱いが求められるのみならず、保険業務の適正な運営や契約者保護の観点および所属保険会社から個人情報の取扱いの委託を受けた者として、個人情報保護法等に則った個人情報の取扱いが求められます。

■法令上の罰則等

個人情報保護委員会が必要に応じて違反行為の中止その他違反を是正するために必要な勧告・命令の措置をとることができます。当該勧告・命令に従わなかった場合には1年以下の拘禁刑、または、100万円以下の罰金に処されます。(個人情報保護法178条)。

また、所属保険会社の規定等に従って対応する必要があります。そのうえで、お客さまの意向に沿った情報の取り扱い(お客さま情報の適切な管理)も求められます。

(2) 解説

個人情報の適正な取扱いに関して、代理店が個人情報保護法上遵守すべき義務として、次のような項目があります。

- ア. 個人情報の利用目的の通知・公表・明示
- イ. 個人情報の適正な取得・利用^{(注1)(注2)}
- ウ. 個人情報の開示請求
- エ. 情報漏えい発生時の対応
- オ. 個人情報の廃棄・削除

(注1) 代理店は、委託契約書において守秘義務を負っており、お客さまの情報その他業務上知り得た事項を第三者に提供することは禁止されています。そのため、第三者に個人情報を提供する場合には、所属保険会社の承認を得て、必要な対応を行ってください。

(注2) 個人情報を外部委託する際には、所属保険会社への事前申請および外部委託先の管理等の必要な対応を行ってください。

上記のほか、代理店は、個人情報漏えい等の防止その他の安全管理のために、必要かつ適正な措置を講じなければなりません。

関連 check

「代理店が講ずべき安全管理措置」については、募集コンプライアンスガイド情報管理版「1-2(2)イ. 個人情報取扱事業者の義務」を参照ください。

4-9-2 情報セキュリティ管理

(1) 基本ルール

近年、ITが普及し、個人情報の漏えいや、システム改ざん等により損失を伴う事故が増えています。

万が一、お客さまの個人情報等を漏えいさせてしまうと、漏えいした情報が悪意の第三者によって悪用されるおそれがあります。このような事故が発生してしまった場合、代理店はお客さまからの信頼を損なうだけでなく、事故対応にかかる費用の負担や、業務の停滞等といった様々な不利益を被ることになります。

代理店は、お客さま等に関する情報を守るため、情報漏えい事故の未然防止として情報セキュリティ対策が求められます。

参考 サイバーセキュリティ対策の必要性

代理店においてもサイバーセキュリティ対策を講じる必要があります。サイバー攻撃は日々巧妙化しているため、対策について定期的にPDCAを行うことが重要です。

特に、実際にサイバー攻撃を受けた場合や個人情報・顧客情報の漏えい等が発生した場合の対応は、コンティンジェンシープランとして定めておく必要があります。

(2) 解説

ア. マルウェア感染の防止

マルウェアとは、悪意のある不正なプログラム全般を指します。情報や金銭を奪うために、マルウェアを用いて様々なサイバー攻撃を仕掛けてくることがあるため、次のような対策を講じる必要があります。

- ・ 不要なファイルやURLリンク、Webサイトは開かない
- ・ OSやソフトウェアを最新にする
- ・ ウイルス対策ソフトを使用する
- ・ 推測されにくいパスワードを使用する
- ・ 組織に許可されていない行為は行わない

イ. 情報漏えい発生時等の対応

万が一、マルウェアに感染してしまった場合の対応として、具体的には次のようなものがあります。被害拡大防止のため、事前に対応手順を作成して手順どおりに対応できるか確認することが望ましいといえます。

- ・ネットワークから遮断する（無線LANをオフ、LANケーブル抜線 等）
- ・パソコンの電源は切らずに、操作しないようにする
- ・代理店責任者・所属保険会社に速やかに報告する

ウ. 情報セキュリティ対策

代理店（募集人）は、業務利用機器（パソコン等）および業務利用ソフト（アプリ等）のほか、業務で使用するサービスについて、情報セキュリティ対策を講じる必要があります。

関連 check

具体的な情報セキュリティ対策については、募集コンプライアンスガイド情報管理版「1-3（2）解説」を参照ください。

4-9-3 機密情報の管理

(1) 基本ルール

保険会社から委託を受ける情報は、個人情報のみならず、営業秘密や非公開保険情報、法人関係情報の性質を有する可能性があるため、法令等に基づいた必要かつ適切な安全管理措置をとる必要があります。

また、代理店は保険会社との委託契約において、受託する業務に関して委託保険会社から提供された情報について、当該保険会社に対し守秘義務を負っており、第三者へ提供することは禁止されています。この守秘義務に違反し、受託する業務に関し委託保険会社から提供された情報を第三者（他の保険会社を含む）に提供した場合には、委託契約違反となり得ます。

法令等や、委託契約に違反した取扱いが行われた場合には、保険会社が代理店委託契約を解除する事由となり得ます。加えて、保険会社に損害が生じた場合には、代理店は損害賠償責任を負う可能性があります。

(2) 解説

ア. 営業秘密

営業秘密とは、「不正競争防止法第2条第6項」に定義された情報であり、次の3つの要件を満たしたものが該当します。

- ① 秘密として管理されていること（秘密管理性）
- ② 事業活動に有用な技術上または営業上の情報であること（有用性）
- ③ 公然と知られていないこと（非公知性）

なお、秘密管理性については、保険会社から営業秘密であることが示されている限り、代理店においても守秘義務を負います。

イ. 非公開保険情報

非公開保険情報とは銀行取引に影響する情報であり、「施行規則第212条の2第2項第1号ロ」に定義されています。これは、職務上知り得たお客さまの生活、身体または財産その他の事項に関する公表されていない情報のことを指し、損害保険代理店である銀行等またはその役員若しくは使用人は、非公開保険情報が、事前に書面その他の適切な方法により、当該お客さまの同意を得ることなく、資金の貸付けその他の保険募集に係る業務以外の業務に利用されないことを、確保するための措置を講じる必要があります。

ウ. 法人関係情報

法人関係情報とは、「金融商品取引業に関する内閣府令第1条第4項第14号」に定義された情報であり、上場会社等の運営、業務または財産に関する公表されていない重要な情報であってお客さまの投資判断に影響を及ぼすと認められるもの等を指します。

また、法人関係情報の中には、「金融商品取引法第166条」に定義された上場会社等に係る業務等に関する重要事実（通称：インサイダー情報）に該当する情報も存在し、インサイダー取引規制に違反した場合には、違反によって得た財産は原則として没収または追徴され、刑事罰や課徴金納付命令が出されます。

参考 ▶ 不適切な取扱いの具体例

乗合代理店において、保険会社から提供を受けた当該保険会社の社内規定を当該保険会社の承諾なく、他の保険会社に提供するケース。

👉 関連 check 👈

インサイダー取引規制の参考事例については、金融庁のホームページ(<https://www.fsa.go.jp/common/law/kokuj i.html>)を参照ください。

4-10 保険金関連事業等に関する利益相反管理

※ ★印は、2026年6月施行の改正保険業法等に基づくものです。

(1) 基本ルール

代理店が自らの利益を得るためにお客さまの利益を損なうことは行ってはいけません。代理店は、利益相反の弊害を防止するために、自律的に利益相反管理態勢を構築する必要があります。

「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」では、「兼業代理店がその兼業という立場を利用して自らの利益を得るために顧客の利益を損なうことは許されるべきものではなく、また、兼業代理店はこのような利益相反が生じ得る事業構造であることを改めて認識する必要がある」との指摘がなされています。

また、利益相反については、金融庁から「顧客本位の業務運営に関する原則」が公表されており、代理店も金融事業者として適切な管理を検討することが期待されます。

顧客本位の業務運営に関する原則

【利益相反の適切な管理】

原則3. 金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。

- (注1) 金融事業者は、取引または業務において利益相反のおそれが生じていないかを適切に判断する必要があります。その際、以下のような事情が業務遂行に与える影響についても総合的に考慮してください。
- ・ 金融商品の販売に携わる金融事業者が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合
 - ・ 金融商品の販売に携わる金融事業者が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合
 - ・ 同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合

特に、損害保険業界の果たすべき社会的使命の観点から、適時・適切な保険金支払が求められる一方で、保険金関連事業（例えば、自動車修理工場など本業に付随した保険金の支払いを受けることで利益を得られる事業）を兼業する代理店や、代理店が経営する別法人など、代理店と密接な関係にある法人等が提供する保険金関連サービスにおいては、自らの利益を得るために保険会社に対して過剰な修理費等を請求するといった、不当なインセンティブが生じるおそれがあります。

代理店が、兼業する保険金関連事業により、お客さまの利益を不当に害する行為を行うことは決して許されるものではありません。

そのため、代理店は、自らの不当なインセンティブによりこれらの弊害が生じないように、防止に取り組むことが重要です。

(2) 解説

ア. 利益相反の類型

代理店における利益相反とは、保険募集において、代理店が自らの利益を得るためにお客さまの利益を損なうおそれのある取引を指します。

利益相反のおそれのある類型は、例えば次のようなものがあります。

- a. 代理店が利益を得るために、お客さまの利益を害する場合
- b. 特定のお客さまの利益を優先することで、他のお客さまの利益を害する場合
- c. お客さまに関する情報をお客さまの同意なしに利用して、代理店が利益を得る場合、または、他のお客さまが利益を得る場合

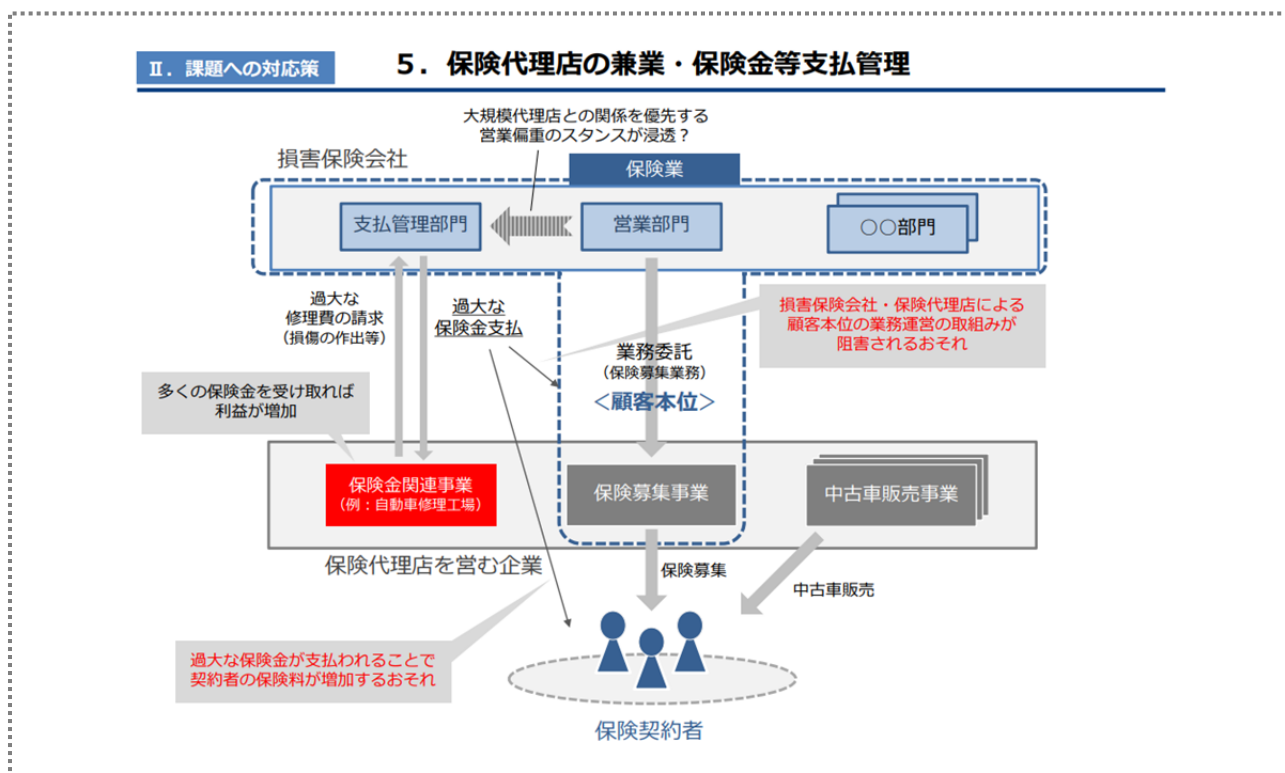
保険金関連事業^(注)を兼業する代理店が、実際よりも高い金額で修理費用を請求する行為（過大請求）や実際には存在しなかった損傷等をあつたものとして保険金を請求する行為（保険金詐欺）等が該当します。保険業法では、特に自動車修理関連業務を兼業する代理店等を「兼業特定保険募集人」として留意が必要としています。

(注) 保険金関連事業とは、保険金の使途となるような財・サービスを提供する事業を営む場合が該当します。

【具体例】

- 自動車修理工場を兼業する場合における自動車修理費等の請求
- ロードアシスタンス業を兼業する場合における自動車事故時の代車・レッカー費用等の請求

参考 代理店の兼業・保険金等支払管理（有識者会議（第2回 2024年4月25日）事務局説明資料抜粋）



イ. 利益相反管理態勢

保険業の公共性を鑑み、損害保険会社が適切な保険金支払を確保するためには、代理店が、不当なインセンティブにより、お客さまの利益または信頼を害するおそれのある取引を特定したうえで、それを適切に管理する方針（利益相反管理方針）を策定・公表するなど、自店の規模や保険金関連事業の特性に応じた弊害防止に関する体制整備が求められます。

【利益相反管理方針に記載すべき項目】

- 利益相反取引等の特定方法
- 利益相反取引等の類型
- 利益相反管理の方法
- 利益相反管理の体制

（3）留意点★

代理店が、損害保険会社から支払われる保険金を原資として対価を得る業務を行う場合において、自らの利益を得るために不正な費用を見積もり、これによって過大な保険金の支払いが発生する可能性は、兼業特定保険募集人である特定大規模乗合損害保険代理店に限られません。

損害保険会社から支払われる保険金を原資として対価を得る業務を行う全ての代理店において、その規模・特性に応じて、兼業特定保険募集人である特定大規模乗合損害保険代理店が講ずべき態勢整備（監督指針Ⅱ-4-2-15-5）等に準じた態勢整備がなされるよう努めてください。（監督指針Ⅱ-4-2-16）

保険金を原資として対価を得る事業には、例えば、次の例が挙げられます。

【具体例】

- 建設業等を兼業する場合における自然災害時の建物修理費用等の請求
- 不動産管理会社等を兼業する場合における不動産修繕費等の請求
- 旅行代理店を兼業する場合における救援者の旅行費等の請求
- 小売業を兼業する場合における携行品損害の事故による代替品の購入費等の請求
- 動物病院を兼業する場合におけるペットの手術費用等の請求
- 自動車修理業者やレンタカー会社等を斡旋し^{（注）}、紹介料を受領

（注）自動車修理工場を兼業する代理店において、一部の修理を外注することを含みます。

🔗 関連 check 🔗

兼業特定保険募集人である特定大規模乗合損害保険代理店が講ずべき体制整備については、「5-7. 特定大規模乗合損害保険代理店に係る体制整備」を参照ください。

4-11 反社会的勢力に対する代理店の業務運営ルール

(1) 基本ルール

損害保険業に対する公共の信頼を維持し、業務の適切性および健全性を確保するためには、社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力との関係遮断に向けて断固たる対応を行う必要があります。このため、代理店は、次の点に留意して、業務運営にあたる必要があります。

- ア. 反社会的勢力と関わりを持ってはいけません。
- イ. 反社会的勢力への利益提供を行ってはいけません。

契約者、募集人、業務委託先等が反社会的勢力に該当する場合の対応方針や所属保険会社の契約引受基準等、所属保険会社の定めるルール等を理解のうえ、対応してください。

参考 監督指針 II-4-9 (反社会的勢力による被害の防止)の抜粋

II-4-9-1 意義

反社会的勢力を社会から排除していくことは、社会の秩序や安全を確保する上で極めて重要な課題であり、反社会的勢力との関係を遮断するための取組みを推進していくことは、企業にとって社会的責任を果たす観点から必要かつ重要なことである。特に、公共性を有し、経済的に重要な機能を営む保険会社においては、保険会社自身や役職員のみならず、顧客等の様々なステークホルダーが被害を受けることを防止するため、反社会的勢力を金融取引から排除していくことが求められる。

～中略～

(参考)

(1) 略

(2) 反社会的勢力のとらえ方

暴力、威力と詐欺的手法を駆使して経済的利益を追求する集団又は個人である「反社会的勢力」をとらえるに際しては、暴力団、暴力団関係企業、総会屋、社会運動標榜ゴロ、政治活動標榜ゴロ、特殊知能暴力集団等といった属性要件に着目するとともに、暴力的な要求行為、法的な責任を超えた不当な要求といった行為要件にも着目することが重要である(平成23年12月22日付警察庁次長通達「組織犯罪対策要綱」参照)。

(2) 解説

ア. 反社会的勢力との関わり合いの禁止

業務上であるかどうかを問わず、反社会的勢力との関わりを持ってはいけません。反社会的勢力からの不当・不正な要求を断固拒絶するとともに、反社会的勢力またはその可能性がある者との取引は行わないようにしてください。

イ. 反社会的勢力への利益供与の禁止

反社会的勢力から不当・不正な要求を受けた場合、いかなる名目(寄付、広告出稿、物品購入等)であっても金銭等を渡すなどの方法で、解決を図ってはいけません。

(3) 留意点

ア. 契約者が反社会的勢力であることが判明した場合

契約引受後、万一その者が反社会的勢力であることが判明した場合、または保険業務に関して反社会的勢力から不当・不正な要求を受けた場合には、ただちに所属保険会社に連絡する必要があります。

保険契約においては、反社会的勢力との関係遮断を進めるため、約款に暴力団排除条項が規定されています。契約者等が反社会的勢力であることが判明した場合は、保険会社は、同条項に基づき当該契約を解除することができます。保険契約を解除した場合、重大事由（反社会的勢力）該当後、解除までに発生した事故は原則として保険金は支払われません。

イ. 代理店・募集人が反社会的勢力に該当することが判明した場合

代理店が、反社会的勢力に該当することが判明した場合、または暴力行為、不当な要求行為等を行った場合等には、所属保険会社は、代理店委託契約を解除することになります。また、募集人が該当した場合は、代理店は募集人届出の廃止をしなければなりません。

4-12 関係法令の遵守

(1) 基本ルール

代理店は、保険業法の遵守や監督指針の趣旨を踏まえた適正な業務運営が必要であるほか、「消費者契約法」「独占禁止法」「景品表示法」といった関係法令についても遵守する必要があります。

(2) 解説

ア. 消費者契約法

消費者と事業者との間に、情報の質・量および交渉力に格差があり、トラブルが生じていることを背景とし、消費者契約法は、消費者の利益の擁護を図ることを目的として、次のとおり定めています。

- 事業者の一定の行為により消費者が誤認または困惑した場合や過量契約だった場合に、契約の申込みまたはその承諾の意思表示を取り消すことができる
- 事業者の損害賠償の責任を免除する条項、その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部または一部を無効とする

この法律における「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいい、保険契約も含まれます。また、「事業者」とは、法人その他の団体、および事業としてまたは事業のために契約の当事者となる場合における個人のことをいい、保険会社だけでなく、代理店（保険募集人）も「事業者」とみなされます。

したがって、代理店（保険募集人）は、この法律の内容を十分に理解したうえで、保険募集に携わる必要があります。

(ア) 消費者契約の申込み等の取消し

a. 誤認による取消し

事業者が次の行為を行ったことにより消費者が誤認して消費者契約を申し込んだ場合、消費者は当該契約の申込み、またはその承諾の意思表示を取り消すことができます。

これらの行為は、いずれも保険業法における「代理店（保険募集人）の禁止行為」にも関連しています。

(a) 重要事項の不実告知

重要事項について事実と異なることを告げる行為をいいます。

(b) 断定的な判断の提供

将来における変動が不確実な事項（例えば、将来における不動産の価額や積立型保険における契約者配当金の額など）について断定的判断を提供する行為をいいます。

(c) 消費者の不利益となる事実の故意または重大な過失による不告知

ある重要事項または重要事項に関連する事項について消費者の利益となることのみを告げ、かつ、不利益となる事実を故意または重大な過失により告げない行為をいいます。

b. 困惑による取消し

事業者が次の(a)から(e)や、その他一定の行為を行ったことにより、消費者が困惑して消費者契約を申し込んだ場合、消費者は当該契約の申込み、またはその承諾の意思表示を取り消すことができます。

(a) 不退去

消費者が事業者に対して、消費者の住居または就業場所から退去すべき旨の意思表示をしているにもかかわらず、事業者が退去しないで消費者を困惑させ、契約の申込みをさせる行為をいいます。

(b) 退去妨害

消費者が事業者に対して、消費者契約の勧誘を受けている場所から退去する旨の意思表示を示したにもかかわらず、消費者を退去させずに困惑させ、契約の申込みをさせる行為をいいます。

(c) 勧誘することを告げずに退去困難な場所へ同行し勧誘

消費者に対し、消費者契約の締結について勧誘をすることを告げずに、消費者が任意に退去することが困難な場所であることを知りながら、消費者をその場所に同行し、その場所において消費者契約の締結について勧誘をする行為をいいます。

(d) 威迫する言動を交え、相談の連絡を妨害

消費者が消費者契約の締結について勧誘を受けている場所において、消費者がその消費者契約を締結するか否かについて相談を行うために電話等によってその事業者以外の者と連絡する旨の意思を示したにもかかわらず、威迫する言動を交えて、消費者がその方法によって連絡することを妨げる行為をいいます。

(e) 判断力の低下の不当な利用

消費者が加齢または心身の故障によりその判断力が著しく低下していることから、生計、健康等について現在の生活の維持に過大な不安を抱いていることを知りながら、その不安をあおり、正当な理由がないのに、消費者契約を締結しなければその現在の生活の維持が困難になることを告げて消費者を困惑させ、契約の申込みをさせる行為をいいます。

【具体例】

- 代理店（保険募集人）が保険の訪問販売を行う際、その家の住人が「保険は必要ないから帰ってもらいたい」と言っているにもかかわらず、帰ろうとしなかったため、その家の住人が困惑し、やむを得ず契約をした。
- 消費者が代理店（保険募集人）を訪問して保険の説明を聞いている途中で、「帰りたいたい」と言ったにもかかわらず帰らせてくれなかったため、消費者が困惑し、やむを得ず契約をした。

c. 過量契約による取消し

事業者が消費者契約の締結について勧誘する際、物品、権利、役務その他当該消費者契約の目的となるものの分量等が当該消費者にとっての通常の分量等を著しく超えるもの（過量契約）であることを知っていた場合、消費者は、その勧誘により申し込んだ契約の申込み、またはその承諾の意思表示を取り消すことができます。

(イ) 消費者契約における不当条項等の無効

通常、消費者と事業者との間に情報量および交渉力の格差があることを踏まえ、事業者の損害賠償責任を免除する条項や消費者から事業者に対する賠償請求を困難にする不明確な条項など、消費者にとって一方的に不利な条項（不当条項）等がある場合には、その条項を無効としています。

参考 「取消し」と「無効」

「取消し」とは、契約締結などの法律行為に不備がある場合に、いったん有効に成立した契約の効力を一方的な意思表示によって、契約時にさかのぼって消滅させることをいいます。

「無効」とは、契約締結などの法律行為に一定の不備がある結果、当事者の意図した法律上の効果が初めから全く生じないことをいいます。なお、当事者の意思表示を待たずに当然に契約の効力が消滅する点が取消しと異なります。

イ. 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）

独占禁止法は、公正かつ自由な競争を促進し、事業者の創意を發揮させ、事業活動を盛んにし、雇用および国民実所得の水準を高め、もって一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的としています。

(ア) 保険募集における独占禁止法上の留意点

独占禁止法上の規制のうち、保険募集においては、特に「不当な取引制限の禁止」および「不公正な取引方法の禁止」の観点に留意する必要があります。

代理店（保険募集人）を通じてこれらの行為が行われていたと認められた場合、代理店（保険募集人）も独占禁止法違反を問われるおそれがあることから留意が必要です。

a. 「不当な取引制限の禁止」に関する留意点

(a) 保険契約引受の際の情報交換等

保険契約の引受に際し、損害保険会社同士（代理店が間に入る場合も含む。）や代理店同士（同一の保険会社の代理店か否かを問わない。）の接触、情報交換（以下「情報交換等」）は、原則として行ってはなりません。

例外的に情報交換等を行わなければならない場合には、例えば、情報交換等が「公正な競争を制限するものではない」こと、および、「業務上正当な必要性がある」ことを確認したうえで、保険契約者経由による情報交換等とする運用が考えられます。

共同保険契約の引受に際しては、制度の特性上、代理店と損害保険会社間での接触機会が生じやすいことから、一層の注意が必要です。例えば、保険契約者経由による情報交換等とする運用等を徹底し、直接に接触しないことが重要です。

(b) 保険料率に関する情報交換

適用保険料率（団体割引率を含む）を損害保険会社同士が話し合っ取り決めることは、原則として、不当な取引制限（カルテル）に該当し、独占禁止法違反となります。そのため、競争関係にある損害保険会社の間または代理店経由で、保険料率に関する情報交換を行う場合、相互の予測が可能となり保険料率が揃う可能性があることから、事業活動を制限することについての意思の連絡（暗黙の合意を含みます）が存在し、損害

保険会社間の自由な競争を制限する行為と評価され、独占禁止法違反となるおそれがあります。代理店による情報交換についても同様です。

b. 「不公正な取引方法の禁止」に関する留意点

(a) 抱き合わせ販売

取引の相手方に対し、不当に、商品または役務の供給に併せて他の商品または役務を自己または自己の指定する事業者から購入させたり、自己または自己の指定する事業者と取引するように強制したりすることは、原則として、「抱き合わせ販売」に該当し、独占禁止法違反になります。

【具体例】

- 不動産仲介業を営む代理店が、賃貸アパートの入居希望者に対して、自己（当該不動産代理店）を通じて借家人賠償責任保険付の火災保険に入ることを条件に賃貸物件の仲介を行い、当該火災保険への加入を余儀なくさせた。

(b) 優越的地位の濫用

自己の取引上の地位が相手方に対して優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして、不当な行為を行うことは、原則として、優越的地位の濫用に該当し、独占禁止法違反になります。

【具体例】

- 小売業を営む代理店が、自己への取引依存度が高い取引先（仕入先）の企業に対して、当該仕入先が製造販売する製品の取扱いを停止する等、製品取引に関する不利な取扱いを示唆し、当該代理店を通じた保険加入の申込みを事実上余儀なくさせた。

ウ. 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

景品表示法は、商品や役務の取引に関連する不当な景品類や不当な表示による顧客誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限および禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的としています。

(ア) 不当な表示の禁止

a. 優良誤認表示の禁止

優良誤認とは、商品または役務の品質、規格その他の内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示をいいます。

b. 有利誤認表示の禁止

有利誤認とは、商品または役務の価格その他の取引条件について、事実と相違して競争業者に係るものよりも著しく有利であると一般消費者に示す表示をいいます。

c. その他の不当表示の禁止

a. およびb. のほか、商品または役務の取引に関する事項について、一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、内閣総理大臣が指定するものをいいます。

(イ) 景品類の制限および禁止

取引に付随して景品を提供する際には、次の価額の制限額を超えて景品を提供してはなりません。

景品提供の方法	呼称 (通称)	景品制限の内容		
		取引価額	最高額の限度額	総額の限度額
懸賞によらない	総付景品 ^(注1)	1,000円未満	200円	正常な 商慣習の範囲内
		1,000円以上	取引価額の2/10	
懸賞による	一般懸賞 ^(注2)	5,000円未満	取引価額の20倍	
		5,000円以上	10万円	
	共同懸賞 ^(注3)	取引価額にかかわらず30万円		同上 3%

(注1) 商品の購入者などにもれなく提供する景品類をいいます。

(注2) 商品の購入者などに対し、くじなどの偶然性、特定行為の優劣などによって景品類を提供することをいいます。

(注3) 一定の地域の同業者や商店街などの事業者が共同して懸賞により景品類を提供することをいいます。

(ウ) 保険募集における景品表示法上の留意点

a. 「不当な表示の禁止」に関する留意点

重要事項説明書やパンフレット等の募集文書の記載は、景品表示法の規制の対象となります。そのため、お客さまへの商品説明や保険情報を提供する際は、原則として所属保険会社が作成した募集文書を使用してください。また、代理店（保険募集人）が独自で募集文書を作成する場合は、記載内容に関し、お客さまが誤解したり、誤認されることのないように所属保険会社が定める記載ルールを遵守するとともに、使用する前に、必ず所属保険会社の承認を受けてください。

b. 「景品類の制限および禁止」に関する留意点

保険勧誘時や契約締結時に保険契約者または被保険者にノベルティを提供する場合は、景品表示法の規制の範囲内で行う必要のみならず、保険業法上に定める禁止行為である「特別の利益の提供」に抵触しない必要があります。(P. 76 参照)。

参考 ▶ ステルスマーケティング

ステルスマーケティングとは、「広告・宣伝であるにもかかわらず、それを隠すこと」をいいます。消費者は、企業による広告・宣伝であることが分からないと、企業ではない「第三者の感想」であると誤って認識してしまい、広告・宣伝の内容をそのまま受けとってしまう可能性があります。

このような誤認を防ぎ、消費者がより良い商品・サービスを自主的かつ合理的に選べる環境を守るため、令和5年10月1日からステルスマーケティングは景品表示法上の不当表示として規制の対象となりました。

ステルスマーケティングについて、より詳しく学びたい場合には、消費者庁が作成したガイドブック（https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/assets/representation_ms216_200901_01.pdf）などをご確認ください。

4-13 不祥事件

(1) 基本ルール

保険業法は、保険業の公共性に鑑み、保険契約者等の保護を図る観点から、保険会社の業務の健全・適切な運営および保険募集の公正を確保するために保険会社、代理店・募集人等に対して行ってはならないとされる様々な行為を定めています。

保険業法に定められた事項に違反した場合には、所属保険会社による措置だけでなく、行政処分や罰則を受けるということを常に意識して保険募集に携わらなければなりません（保険業法第307条、第317条の2、第320条、第337条等）。

代理店（保険募集人）は、日頃からコンプライアンスに注意して業務を行う必要があり、法令等に照らして適切な業務運営を行っているかについて、自らの責任でチェックすることが重要となります。

(2) 解説

ア. 不祥事件の定義

不祥事件の定義は、施行規則第85条第8項に次のとおり定められています。

1. 保険会社の業務を遂行するに際しての詐欺、横領、背任その他の犯罪行為
2. 出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律に違反する行為
3. 法第294条第1項、第294条の2若しくは第300条第1項の規定、法第300条の2において準用する金融商品取引法第38条第3号から6号まで若しくは第9号若しくは第39条第1項の規定若しくは第234条の2の2第1項の規定に違反する行為または法第307条第1項第3号に該当する行為
4. 現金、手形、小切手または有価証券その他有価物の紛失（盗難に遭うこと及び過不足を生じさせることを含む。以下同じ。）のうち、保険会社の業務の特性、規模その他の事情を勘案し、当該業務の管理上重大な紛失と認められるもの
5. 海外で発生した前各号に掲げる行為またはこれに準ずるもので、発生地の監督当局に報告したもの
6. その他保険会社の業務の健全かつ適切な運営に支障を来す行為またはそのおそれのある行為であって前各号に掲げる行為に準ずるもの

イ. 不祥事件の届出

不祥事件に該当する行為を発見した場合、保険会社は金融庁に対して「不祥事件」として届け出る必要があります。不祥事件が発生した場合には、保険会社が発生を知った日から30日以内に、金融庁へ届出（代理店・代理店従業員の不祥事件は各財務局等へ届出）を行わなくてはなりません。（施行規則第85条第9項）

ウ. 不祥事件に該当する行為

次のような行為は不祥事件に該当する可能性があります。

- a. 保険料の流用・費消
具体例については、P. 56 参照。
- b. 保険金不正請求・着服（およびそれらの幫助・教唆〈それぞれ未遂を含む〉）
 - 保険金の請求・受領手続時に、虚偽の申告等の不正行為を行った。
 - 保険事故発生後に締結した保険契約を、保険事故前に締結したかのように偽った。
 - 上記の保険金不正請求・着服行為を契約者等にアドバイスした。
 - 保険契約者と連絡が取れず満期失効した後に事故が起きたにもかかわらず、事故日を偽って報告した。
 - 追突事故が発生した際、使用していないレッカー・レンタカーの費用が保険金で支払われるよう、虚偽の内容で事故報告した。
 - 保険事故により、保険の対象（自動車や家屋）の修理をお客さまから依頼された際、故意に損壊を拡大することにより修理費用を水増しし、お客さまに保険金請求させた。
- c. 情報提供義務違反
 - 火災保険の契約手続にあたり、募集人は「重要事項のご説明」を交付せず、また、契約概要や注意喚起情報を一切説明せずに契約手続を行った。
- d. 意向把握・確認義務違反
 - 自動車保険の契約手続にあたり、募集人は運転者の年齢条件や運転者限定特約に関する保険契約者の意向を全く確認しなかったため、結果的に保険契約者の意向に反する内容の保険契約を締結した。
- e. 重要事項説明義務違反
 - 新規契約の契約手続にあたり、募集人は保険契約者から補償内容について相談され、保険契約者が希望している補償は提供できないことを認識しながら、「補償の対象となる」と虚偽の説明を行い、契約を締結した。
- f. 特別の利益の提供
具体例については、P. 81 参照。
- g. 代筆・代印等
具体例については、P. 53 参照。
- h. 無断契約
具体例については、P. 53 参照。
- i. 無登録募集
 - 代理店登録していない者が保険募集を行った。
 - 個人代理店店主が死亡後に募集人が募集を行った。
 - 法人代理店破産・解散後に保険募集を行った^(注)。
 - 法人代理店が、代理店登録していない別法人（存続法人）に吸収合併された後、存続法人が代理店登録を行わないまま保険募集を行った。

(注) 清算が未決であっても、法人が解散していれば保険募集は行えません。

j. 無届募集

- 募集人届出をしていない者が保険募集を行った。
- 法人代理店の筆頭者以外の代表者が、代表取締役を退任した後も、募集人届出しないまま引き続き保険募集を行った。
- 監査役が保険募集を行った（監査役は会社法上も、「役員・使用人届出」の対象にならない）。

エ. 不祥事件があった場合の代理店への措置

代理店（保険募集人）が不祥事件等（不祥事件届出に至らない法令違反行為を含む）を起こした場合、不祥事件等の程度に応じて、保険会社は代理店委託契約の解除や業務改善計画書の提出を求めるなどの措置を行います。特に、保険会社は当該不祥事件と同様または類似の発生原因により当該保険募集人の取り扱う他の保険契約等に被害が生じている可能性を踏まえた伏在調査をすることがあります。代理店は、適切な業務運営体制の確保に努めることが重要です。

（注1）保険会社によって措置の内容は異なります。

（注2）所轄財務局が当該代理店や保険募集人に直接ヒアリングを実施したり、当該代理店に報告徴求命令や業務改善命令・業務停止命令などの行政処分を科す場合があります。

（注3）不祥事件があった場合には、原則として、損害保険大学課程（専門コース・コンサルティングコース）の認定が取り消されます。

オ. 代理店廃止等情報制度

代理店廃止等情報制度は、損保協会、生命保険協会^(注)、および会社（損害保険会社、生命保険会社、その他保険業法に基づき保険の引受を行う者）が、保険業務に関して著しく不適当な行為を行った保険募集人に関する情報を共同利用する制度です。会社は、代理店の委託・登録、役員・使用人の届出、代理店委託契約の継続および損害保険会社職員の採用に際して、本制度の情報を判断の参考としています。

（注）生命保険協会は「廃業等募集人情報登録制度」を管理しています。代理店廃止等情報制度に登録された情報は、廃業等募集人情報登録制度にも登録されます。

情報の保有・管理期間は、届け出た不祥事件の発覚日等から3年間です。ただし、届け出た不祥事件が保険料の流用・費消にかかるものまたは保険金等の不正請求にかかるものにあつては、20年間となります。

本制度の詳細については、損保協会ホームページ(https://www.sonpo.or.jp/about/guideline/kyoudou_dairiten/0006.html)でご確認いただけます。

カ. 不適切事案への対応態勢の整備

代理店は、法令等遵守に関する責任者・担当部署を設置し、不適切事案への対応等についての確認事項・対応内容・権限を規定することが重要となります。また、不適切事案発生時の報告主体・フロー・対応手順・態勢を規定していることも重要となります。

(3) 留意点

ア. 保険金不正請求への対応

保険募集人（代理店）が、自己の利得を目的として保険金を不正に請求することはもちろんのこと、契約者のためと思って助言や幫助をすることや、不正を知りながら契約者の不正請求を手伝うことなども、犯罪行為になりえます。

保険金不正請求や着服、また、その幫助や教唆（それぞれ未遂を含む）を行うことは、保険業法に違反するだけでなく、詐欺や横領といった犯罪行為にもなりうる重大な違反行為ですので、一切行ってはなりません。

保険募集人が保険金不正請求を行って保険業法上の不祥事件届出となった場合、P. 118 にも記載のとおり、「代理店廃止等情報制度」に当該不正行為を行った者の情報が 20 年間、登載されます。

参考 ▶ 保険金不正請求ホットライン

損保協会では、「保険金不正請求ホットライン」を設置し、損害保険の保険金不正請求に関する情報を受け付けています。

5

代理店の体制整備について

5-1 代理店の体制整備義務と整備要領

(1) 基本ルール

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推奨販売・比較説明、⑤保険募集人指導事業など、健全かつ適切な運営を確保するための体制を整備する必要があります。（保険業法第294条の3）

（注）上記①～③は、保険会社が講ずるべき措置として存在し、所属保険会社経由で募集人（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）

一方、上記④⑤は、いわば代理店の「独自業務」となりますので、所属保険会社の諸規則には規定がありません。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となります。

(2) 解説

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次のとおり定められています。

参考 監督指針 II-4-2-9（募集人の体制整備義務）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。

（注1）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・指導などの体制を整備している場合には、当該指導に従い研修に参加することで基本的に足りるものと考えられる。

（注2）実態等の把握に際しては、内部監査等のほか、必要に応じて中立的な第三者による評価を活用することが望ましい。

（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ると、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、次のア.～エ.のように、いわゆるPDCAサイクルを構築する必要があります。

- 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。自店の規模・特性に応じて体制を整備する必要があります。

<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 ^(注2)
規模 ^(注1)	小規模代理店	《右記以外の小規模代理店》 ・所属保険会社のマニュアルを自らの社内規則と位置付け ^(注3) 、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、自己点検の実施 など	《独自業務を行う小規模代理店》 ・左記の体制を整備 ・独自業務に係る社内規則の策定、その特性に応じ、代理店主による従業員に対する教育・管理・指導の実施 ^(注4) 、自己点検の実施 など
	大規模代理店	《右記以外の大規模代理店》 ・所属保険会社のマニュアルを自らの社内規則と位置付け ^(注3) 、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 ・その規模に応じ、代理店主・管理者等による担当拠点・従業員に対する組織的な教育・管理・指導の実施、自己点検の実施 など	《独自業務を行う大規模代理店》 ・左記の体制を整備 ・独自業務に係る社内規則の策定、その規模・特性に応じ、代理店主・管理者等による担当拠点・従業員に対する組織的な教育・管理・指導の実施 ^(注4) 、自己点検の実施 など

(注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。

(注2) 「独自業務」の例としては、複数の所属保険会社の商品の推奨販売・比較説明をする場合や、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。

(注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、所属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。

(注4) 例えば、個別プランの説明に加え、商品間の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。

🏠 関連 check 🗨️

年間に保険会社から受領する手数料等の収入が20億円以上であること等の要件を満たす場合には、特定大規模乗合損害保険代理店としての体制整備が求められることとなりますので、「5-7 特定大規模乗合損害保険代理店に係る体制整備」を参照ください。

このほか、代理店も金融事業者として「顧客本位の業務運営に関する方針」の策定・公表や定期的な見直しに向けたKPI（成果指標）の設定などの取組みを行うことが重要です。また、共同募集を取り扱う際、所属保険会社の規定等に従い、共同募集時の業務範囲を規定し、共同募集先と締結した契約書や覚書に定められた業務の範囲で募集が行われていること等、適切に募集が行われているか確認することも体制整備の1つとして考えられます。

参考 ▶ **顧客本位の業務運営**

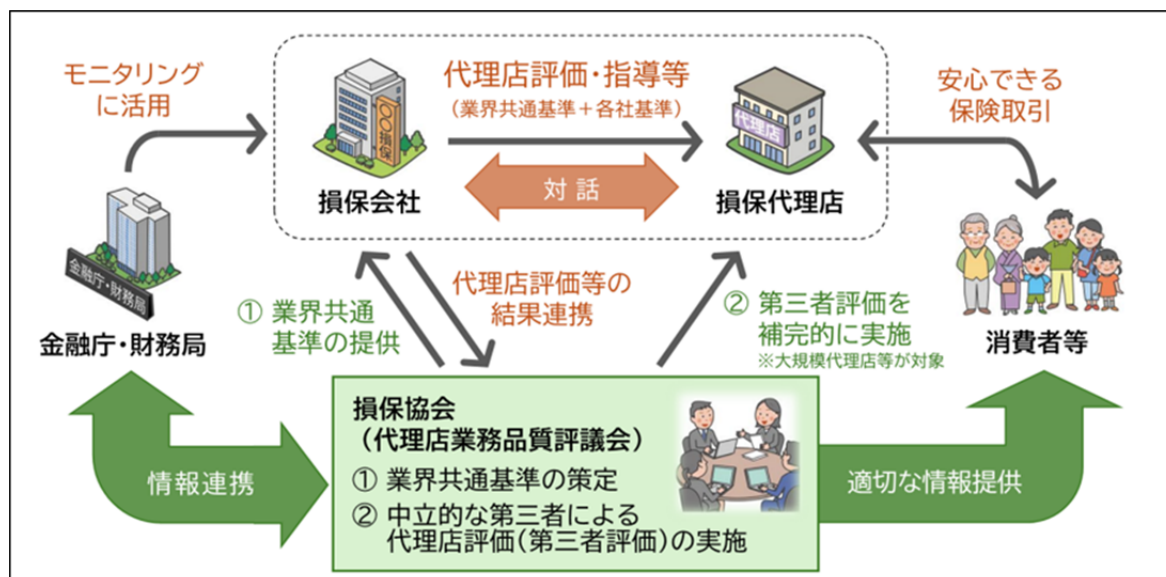
国民の安定的な資産形成を図るためには、金融事業者がそれぞれの役割を認識し、顧客本位の業務運営に努めることが重要との観点から、2017年3月に金融庁により「顧客本位の業務運営に関する原則」が公表されています。

同原則では、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表したうえで、当該方針に係る取組状況を定期的に公表するとともに、当該方針を定期的に見直すことが求められています。また、当該方針には、その対応方針（実施しない場合にはその理由や代替策）をわかりやすい表現で盛り込むとともに、これに対応した形で取組状況を明確に示すことも併せて求められています。

なお、顧客本位の業務運営に関する原則については、金融庁ホームページ (<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>) を参照ください。

参考 代理店業務品質評価制度について

代理店業務品質評価制度は、顧客本位の業務運営の徹底に向けて、損保会社の代理店指導等を補完する仕組みとして、当該代理店指導等の当事者（損保会社および代理店）と利害関係のない第三者が、代理店において最低限必要な業務品質が確保されているかどうかを確認・検証する第三者評価制度です。



代理店業務品質評価制度は、「代理店業務品質に関する評価指針」を手引きとして、代理店業務品質評議会が運営しています。主な施策は「業界共通の評価基準の策定（自己点検チェックの取組み）」と「中立的な第三者による代理店評価の実施（フォローアップ点検）」です。

■自己点検チェックの取組み

代理店においては、体制整備を実行するための具体的な手順のひとつとして、少なくとも年度に1度の頻度で業界共通の評価基準に沿った自己点検チェックを実施することが求められます。

代理店と損保会社との間では、代理店が実施した自己点検結果等に基づき、真の意味の顧客本位の業務運営の実現に向けた建設的な「対話」を行うことが大切です。

■フォローアップ点検

フォローアップ点検では、損保会社による代理店指導等の実効性向上のために有効かつ必要な範囲において、中立的な第三者の立場で、損保代理店の業務品質が業界共通の品質基準に適合しているかどうかを確認・検証し、自律的な改善を促す「気づき」の機会を提供します。

👉 関連 check 👈

代理店業務品質評価を行う業界共通の枠組みについては、損保協会ホームページ (<https://www.sonpo.or.jp/about/efforts/quality/index.html>) を参照ください。

(3) 具体的な対応

代理店の体制整備に関するPDCAサイクルを構築するうえでの具体的な考え方は、次のア. ～エ. のとおりです。

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。

ただし、上記(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、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を策定する場合には、「保険会社の管理・指導の範囲内の業務」について、所属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「推奨販売・比較説明」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

上記ア. 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、自店に所属する募集人に対し、適切な教育・管理・指導を行うことは極めて重要です。

代理店主が代理店の規模や業務特性に応じ^(注)、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です。たとえば、体系的な募集人教育計画の作成、実施や自己学習の推進等の自立的な募集人教育体制を構築してください。その際に、所属保険会社の諸規則に基づき、各種資格試験への合格や各種研修への参加を求め、その取得状況や受講状況を把握し、また、自店の状況も踏まえ募集人が適切な保険募集を行っているか確認し、これらに不備が見られる場合は改善することにより管理・指導していくこと等も考えられます。

P. 13に記載の損保協会が実施する各種試験・教育制度と、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・ツール等とを組み合わせ活用する等により、自店の規模や業務特性に応じた適切な教育・管理・指導に積極的に取り組んでください。

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、自店に所属する募集人に対して、下記ウ. の自己点検を通じて教育・管理・指導を行うような体制を構築してください。

(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、自店に所属する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。

ウ. 自己点検等の監査 (Check) について

上記ア. およびイ. を踏まえ策定した自店内の各種ルール等の遵守状況について、代理店自身による自己点検等の監査^(注)を通じて、主体的・自律的に自己チェックすることが極めて重要です。また、自店の業務運営状況を適切に把握するためにも、自己点検等の監査については、社内規則に実施時期を定めて定期的実施したり、募集人単位・拠点単位等で行うことなどが考えられます。

自己チェックの具体的な対応のイメージとしては、所属保険会社が代理店点検・監査時等に提供する自己点検シート等を活用することなどが挙げられます。例えば、PDCAサイクルに則り、定期的に自己点検チェックシー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・保存することが考えられます。また、必要に応じて不備の内容や代理店としての対応等を所属保険会社に報告してください。

また、所属保険会社の諸規則に規定のない「推奨販売・比較説明」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。

関連 check

自己点検チェックの取組みを含む、損保協会の代理店業務品質評価制度については、P. 123をご参照ください。

なお、苦情の対応・管理については、次の対応を行うなど、受け付けた苦情等を適切に記録し、自店内での共有や原因分析等を行う態勢を整備することが求められます。

- (ア) 申し出内容および対応結果を苦情受付簿または代理店システム等に記録・保存する。
- (イ) 所属保険会社から連携された苦情のうち、お客さま対応を要する案件については苦情受付簿または代理店システム等に記録・保存する。
- (ウ) 保険会社への報告が必要な苦情については、所属保険会社に報告する。
- (エ) お客さま対応を要する案件については、所属保険会社と連携のうえ、適切に対応する。

(注) 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、上記イ. (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等)。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。

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、上記ウ. 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、すみやかに改善策を講じ、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られます。

改善策を検討するうえでは、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することが重要です。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を見直す、また、自店に所属する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を図る、などの発生原因に応じた改善策を講じてください。

なお、具体的な改善態勢の記録・保存の方法として、例えば、上記ウ. の自己点検で活用する自己点検チェックシート等で判明した不備に対する改善対応を、適切に管理・実行すること等が考えられます。

また、所属保険会社の諸規則に規定のない「推奨販売・比較説明」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、上記ウ. 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

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(11))

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、「代理店主による自店に所属する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。

5-2 募集関連行為に係る体制整備

(1) 基本ルール

契約見込み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」に該当します。

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」）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う、適切に管理しなければなりません。

なお、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、募集人の管理責任を求めらるものであり、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））

関連 check

募集関連行為の考え方については、「1-1.（2）イ. 募集関連行為」を参照ください。

(2) 解説

いわゆる比較サイトやお客さま紹介行為のように、広い意味での保険募集プロセスの一部を募集人以外の者が行う場合に、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がありました。これらのケースにおいては、募集人以外の者が保険募集（説明等）よりも前に、誤った情報をお客さまに与えた場合、後で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たため、こういった背景を受けて「募集関連行為」が定義されるとともに、規制が導入されました。

「募集関連行為」については、ただちに保険業法の規制を受けるものではありません。しかし、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^(注)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・指導を行ってください。また、万が一、募集関連行為従事者が本来行ってはならない保険募集を行ってしまった場合は、募集人の管理責任が問われることとなりますので、注意が必要です。

(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）を支払うケースや、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ケース等が該当します。

(3) 具体的な対応

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保険募集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、下記のようなPDCAサイクルに則り、適切な管理体制を整備・維持する必要があります。

☑️Ⓟ Plan : 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Ⓣ Do 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はなく、個々の募集人が委託等するケースも想定されるため、自店に所属する全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、例えば既存のお客さま等に対し「どなたか紹介いただけませんか」などと契約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。

☑️Ⓣ Do : 募集関連行為についての実態の確認・把握

Ⓟ Plan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）の氏名または会社名
- 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

☑️Ⓤ Check : 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

次の留意点に基づき、募集関連行為従事者に不適切な行為を行わせないように、募集人への教育・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、募集人が保険募集を行う際にお客さま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お客さまの同意を取得する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。

🔗 関連 check 🔗

「1-1（2）ア. 保険募集に該当する行為」も参照ください。

☑️Ⓛ Act : 募集関連行為従事者との適正な関係の構築・維持

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、次の留意点に基づき、慎重な対応が必要となります。

【留意点】

例えば、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契約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」として提供されないことがないよう、保険業法（第300条第1項第5号）や監督指針（Ⅱ-4-2-2（8）①）の範囲内で、金銭以外の物品やサービスを提供するにとどめるのであれば問題ないと考えられます。

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やインセンティブ報酬を支払う場合では、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。

なお、インセンティブ報酬とは、紹介した契約見込み客数や紹介した契約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します。

また、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、ルールへ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

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契約見込み客を紹介する事例^(注1)^(注2)が見受けられます。これらの事例が「第三者に委託等」に該当するか否かについては、提携代理店から報酬としての金銭を受け取らない場合であっても、その実態の経済的な価値や目的等に照らして、総合的に判断してください。

(注1) 例えば、次のような事例があります。

- 企業が取引するお客さまに対して、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

(注2) 上記(注1)で例示したケースについては、お客さまの同意を得たうえで、報酬等も受領せずに行っていることが想定されるため、上記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を行わずとも、提携先や親会社等に紹介する際に保険募集を行わないよう注意喚起したり、個人情報取扱の同意等を確認することでも足りると考えられます。

5-3 推奨販売・比較説明に係る体制整備

(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)が、それぞれの商品について、推奨販売や比較説明を行う場合には、お客さまに対して適切に説明を行う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、施行規則第227条の2第3項第4号、第227条の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、生損それぞれが専属であっても、生損双方の同種の第三分野商品(がん保険等)等を販売する際は、上記措置が必要となります。なお、少額短期保険と損保の代理店を兼営する場合も同様です。

関連 check

- 推奨販売については、「2-3-2. 推奨販売(乗合代理店のみ)」を参照ください。
- 比較説明については、「2-3-3. 比較説明(乗合代理店のみ)」を参照ください。

(2) 具体的な対応

複数の保険会社の比較可能な同種の保険商品^(注)を販売する代理店については、自店の推奨販売・比較説明方針によって、求められる体制整備事項が異なります。

(注) 自賠責保険は「比較可能な同種の複数の保険会社の保険商品」に該当しません。詳細は、「2-3-2 推奨販売(乗合代理店)」の(1)基本ルールを参照してください。

また、同じ推奨販売・比較説明を行う代理店であっても、日常的に複数の所属保険会社の商品の推奨販売・比較説明を行っている乗合代理店と、通常は代理店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し推奨しているものの、お客さまからの要望を受けた場合に限り例外的に推奨販売・比較説明を行う乗合代理店では、必要となる体制が異なります。

このため、次のPDCAサイクル等を参考に、自店方針の確認・決定を行ったうえで、必要な体制を整備する必要があります。

☑️Ⓟ Plan : 自店の推奨販売・比較説明方針の確認・決定

「2-3-2. 推奨販売(乗合代理店のみ)」および「2-3-3. 比較説明(乗合代理店のみ)」を参照のうえ、自店の推奨販売・比較説明方針の確認・決定を行います。

なお、「2-2. 募集人の権限等に関する説明」を踏まえ、「公平・中立」などのお客さま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。

☑️Ⓣ Do : 自店方針を踏まえての社内規則の策定と自店に所属する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推奨販売・比較説明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、自店に所属する募集人に対して教育・管理・指導を行う必要があります。

「代理店独自の推奨理由・基準」に沿って推奨販売のみを行う乗合代理店においては、一律に代理店独自の社内規則を策定せずとも、所属保険会社の諸規則に記載されている推奨販売・比較説明時の汎用的な留意点(保険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付けて遵守していくといった対応も可能です。ただし、この場合にも、お客さまに推奨理由

をわかりやすく説明するため、「代理店独自の推奨理由・基準」を定め、その「代理店独自の推奨理由・基準」を記載した社内通達の発信等による社内研修等を実施したり、あるいは、後述の自己点検を実施する等して、自店に所属する募集人に対する適切な教育・管理・指導を行う必要があります。

◎ Check : 自店方針の遵守状況の自己点検

代理店独自の社内規則を策定している代理店においては、自店に所属する募集人の販売実績を確認する等の方法により、社内規則に沿って推奨販売・比較説明を適切に実施していることを点検します。

例えば、推奨販売方針で定めた内容とは異なる保険商品の販売実績が多いといったことが確認された場合には、個々の募集プロセスを検証し、当該相違が発生した理由等を確認し、改善要否等を検討します。

Ⓐ Act : 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お客さまからの苦情等で不備が判明した場合は、速やかに改善策を講じるとともに、改めて自店に所属する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。

5-4 過度の便宜供与の防止に係る体制整備

(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)が、それぞれの商品について、推奨販売や比較説明を行う場合には、お客さまの適切な商品選択の機会を確保する観点から、保険会社に対し過度の便宜供与を求めることおよび保険会社等から過度の便宜供与を受け入れることを防止するため、自己の規模や特性に応じた措置を講じなければなりません。(監督指針Ⅱ-4-2-9(6))

自店の比較推奨販売への影響が生じていると認められる場合、代理店は、適切な解消措置の実施や改善に向けた態勢整備が求められます。

(注) 専属代理店であっても、当該保険代理店の専属を維持する目的等をもって、過度の便宜供与を受けることがないよう、適切な措置を講じる必要があります。

関連 check

過度の便宜供与については、「4-4. 代理店等に対する過度の便宜供与の防止」を参照ください。

(2) 解説

過度の便宜供与の防止に係る体制整備については、次の留意点が定められています。

ア. 社内規則等の策定

代理店は、その規模や業務特性に応じ、過度の便宜供与に係る判断基準の社内規則等を策定することが求められます。

イ. 適切な教育・管理・指導の実施

上記ア. 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、代理店は自店に所属する募集人に対し、保険会社等による便宜供与の要求および受入れの制限に関する適切な教育・管理・指導を行うことが必要です。

ウ. 自社への影響の有無に係る確認・検証

お客さまの適切な商品選択の機会を確保するために、代理店は、保険会社等からの便宜供与による自店の比較推奨販売への影響について、確認・検証を実施することが求められます。

エ. 経営陣における評価・対応の検討

上記ウ. の確認・検証結果を踏まえ、代理店の経営陣には過度の便宜供与解消に向けた評価や対応の検討が必要になります。

関連 check

体制整備に関する基本的な考え方については、「5-1. 代理店の体制整備義務と整備要領」を参照ください。

5-5 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募集人が対象となりますが、募集人（フランチャイザー等）が、指導対象とする他の募集人（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り）を定めて、継続的に当該他の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) 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
- 指導対象募集人が行う保険募集の業務の方法および条件に関する事項

(注) フランチャイズを行ううえでの留意事項（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お客さま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、当該他人が当該募集人と同一の事業を行うものとお客さま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。

5-6 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（施行規則第236条の2の条件を満たす乗合代理店を指します）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、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か月以内にこれを財務局長等に提出しなければなりません。（保険業法第304条および保険業法施行令第49条）

なお、大規模な特定保険募集人に該当しているかどうかは、所属保険会社での正確な把握・管理が難しいため、代理店自身で管理する必要があります。

＜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ごと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〕上記の基準は、代理店の事業年度末ごとに判定します。

〔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1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〕手数料は消費税抜きで判定します。

〔注4〕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、1つの法人単位で判断します。

(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、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、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 保険契約の引受を行う保険会社等または外国保険会社等の商号または名称
- 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〕大規模な特定保険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（2026年3月末の事業年度末で該当した場合は、2026年4月1日から帳簿書類を保存します）。

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（施行規則に掲載）に従って作成しなければなりません。

事業報告書は、管轄財務局長等に提出しなければなりません。なお、代理店登録単位（別個登録単位）ごとの提出ではなく法人単位で作成します。

〔注〕事業報告書は、代理店の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：事業年度末が3月末の場合 → 2026年3月末に終了する事業年度の事業報告書を2026年6月末までに提出）。

〔注〕管轄財務局長等への事業報告書の提出は、原則として金融庁電子申請・届出システム（<https://denshi-shinsei.fsa.go.jp/ja/>）を利用してください。

(3) 留意点

事業報告書は、施行規則の改定に伴い、2026年6月に改定されます。代理店の決算期が2026年3月末の場合、2026年6月末までに事業報告書を財務局へ提出する必要があります。その際は、改定後の事業報告書様式を使用してください。

参考 ▶ 帳簿保存・事業報告書 対応ガイド

2026年6月1日施行の改正保険業法施行規則において「規模が大きい特定保険募集人」に提出が求められる事業報告書の様式が修正されました。詳細については、「帳簿保存・事業報告書 対応ガイド (https://www.sonpo.or.jp/about/pdf/chobo_kai tei.pdf)」をご活用ください。

5-7 特定大規模乗合損害保険代理店に係る体制整備

※本項目は、2026年6月施行の改正保険業法等に基づくものです。

5-7-1 特定大規模乗合損害保険代理店の該当基準

(1) 基本ルール

大規模な乗合代理店に対しては保険会社の営業上の配慮が働きやすく、また、複数の保険会社が業務を委託することにより適切な管理が行き届きにくくなることから、問題が生じやすいことが「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」や金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」で明らかとなりました。適切な保険募集を確保するために、特定大規模乗合損害保険代理店（施行規則第227条の16の条件を満たす乗合代理店を指します）は、保険業法第294条の4に定められる措置を講じる必要があります。

また、特定大規模乗合損害保険代理店に該当しているかどうかは、代理店自身で所属保険会社等からの手数料等の収入の額を基に把握し、管理する必要があります。

なお、新たに特定大規模乗合損害保険代理店に該当することになったときは当該代理店の全ての所属保険会社等に、特定大規模乗合損害保険代理店が新たに所属保険会社等を有することになったときは当該所属保険会社等に、遅滞なく、特定大規模乗合損害保険代理店である旨を通知する必要があります。（施行規則第227条の21第1項第5号）

<特定大規模乗合損害保険代理店の基準>

条件①-1 生損兼営でない損害保険代理店の場合は、前事業年度において、2以上の所属損害保険会社等（所属保険会社のうち、損害保険会社及び外国損害保険会社等をいいます。以下同じ。）から保険募集の業務に関して受領した手数料、報酬その他の対価（以下「手数料等」という。）の額が20億円以上であること。

条件①-2 生損兼営である損害保険代理店の場合は、前事業年度において、
I. 2以上の所属損害保険会社等から受領した手数料等の額が年間10億円以上、かつ、
II. 2以上の所属損害保険会社等から受領した手数料等の額及び2以上の所属生命保険会社等（所属保険会社のうち、生命保険会社及び外国生命保険会社等をいいます。以下同じ。）から受領した手数料等の合計額が年間20億円以上であること。

条件②①を満たさない場合においても、2以上の所属損害保険会社等から受領した手数料等の額が年間10億円以上である場合は、最後に①のいずれかに該当することとなった日の属する事業年度の終了の日の翌日から起算して2年を経過していないこと（みなし適用）。

【条件①】

個人／法人	法人代理店の属性	乗合状況	手数料の額	該当有無
個人	—	—	—	非該当
法人	損保専業	損保1社のみ	20億円以上	非該当
		損保2社以上	20億円未満	非該当
	生損兼営	・損保2社以上 ・生保1社のみ	損保の合計が20億円以上	該当
			・損保の合計が10億円以上20億円未満 ・生保+損保の合計が20億円以上	非該当
		・損保2社以上 ・生保2社以上	・損保の合計が損保10億円以上 ・生保+損保の合計が20億円以上	該当
			・損保の合計が10億円未満 ・生保+損保の合計が20億円以上	非該当 ^(注)

(注) 特定大規模乗合生命保険募集人に該当します。

【条件②】

※N=対象事業年度

個人/ 法人	法人代理店 の属性	対象事業年度：N+1年度		対象事業年度：N+2年度	
		判定事業年度 ^(注1) ： N年度の手数料等	みなし 適用	判定事業年度 ^(注1) ： N+1年度の手数料等	みなし 適用
個人	—	—	—	—	非該当
法人	損保専業	10億円以上	該当 ^(注3)	10億円以上	該当 ^(注3)
		10億円未満	非該当 ^(注2)	10億円以上20億円未満	非該当
	生損兼営	損保の合計が10億円以上	該当 ^(注3)	損保の合計が10億円以上	該当 ^(注3)
		損保の合計が10億円未満	非該当 ^(注2)	損保の合計が10億円以上 20億円未満	非該当

(注1) N年を対象事業年度とする判定事業年度は、N-1年の事業年度における手数料等を確認します。

(注2) 翌事業年度に係る判定事業年度に2以上の所属損害保険会社等から受領した手数料等の額が年間10億円未満であれば、翌々事業年度にみなし適用は生じません。

(注3) 対象事業年度において所属損害保険会社が1社となった場合は、いずれも非該当となります。

5-7-2 特定大規模乗合損害保険代理店に求められる体制整備

(1) 基本ルール

特定大規模乗合損害保険代理店に係る体制整備については、次の措置等が定められています。

ア. 法令等遵守責任者の設置

特定大規模乗合損害保険代理店は、保険募集の業務を行う営業所または事務所ごとに法令等遵守責任者を設置しなければなりません。法令等遵守責任者には、保険募集の業務を行う役員または使用人に対し、法令等を遵守して保険募集の業務を実施するため必要な助言または指導を行うことや、これらの助言または指導を的確に実施するため、後述する統括責任者による指揮の下、自らが担当する営業所または事務所の保険募集の実態を把握し、その適切性の検証や結果の統括責任者への報告を行うことのほか、不適切と認められる場合には、改善に向けた適切な措置を講じることが求められます。

また、併せて、法令等遵守の状況等について、保険会社等や監督当局の求めに応じて、適切かつ十分な説明を行うことが求められます。

法令等遵守責任者の設置に関し、次の事項が定められています。(施行規則第227条の17)

- ① 新たに特定大規模乗合損害保険代理店に該当することとなった日から起算して6か月以内に法令等遵守責任者を設置すること
- ② 法令等遵守責任者として設置した者が欠けたときは、当該事由が発生した日から起算して3か月以内に新たに法令等遵守責任者を設置すること
- ③ その業務を的確に遂行するに足る能力を有する者であること^(注1)
- ④ 他の営業所または事務所の法令等遵守責任者ではないこと^(注2)

(注1) 法令等遵守責任者資格の取得が必要となります。詳細は損保代理店試験サイト (https://www.sonpo-dairiten.jp/daigaku/hourei_jyunsyu.html) をご確認ください。

(注2) ただし、法令等遵守責任者としての業務の実施に支障を及ぼすおそれがない場合は、この限りではありません。

イ. 統括責任者の設置

特定大規模乗合損害保険代理店は、営業部門からの独立性を確保したうえで統括責任者を設置するとともに、統括責任者がその業務を適切に遂行できるよう、必要な人員の配置を含めた体制整備を行う必要があります。

統括責任者には、法令等遵守責任者を指揮し、役員または使用人に対して法令等を遵守した保険募集業務の実施に必要な助言または指導を行うことができるよう、法令および保険契約に関する十分な知識を有し、管理的また監督的地位にある人材であることや、法令等遵守責任者等を通じて保険募集の実態や業務内容を把握し、その適切性を定期的に検証するとともに、不適切と認められる場合には必要な改善措置を講じることが求められます。

さらに、自社の法令等遵守状況について経営陣へ定期的に報告するとともに、保険会社等または監督当局から求めがあった場合には、適切かつ十分な説明を行うことに留意が必要です。

なお、統括責任者は、コンプライアンス部門や監査部門での業務に従事した経験を有することが望ましいとされています。

統括責任者の設置に関し、次の事項が定められています。(施行規則第227条の18)

- ① 新たに特定大規模乗合損害保険代理店に該当することとなった日から起算して6か月以内に統括責任者を設置すること
- ② 統括責任者として設置した者が欠けたときは、当該事由が発生した日から起算して3か月以内に新たに統括責任者を設置すること
- ③ 次に掲げる要件のいずれにも該当するものであること
 - a. 統括責任者としての業務を的確に遂行する能力を有すること^(注)
 - b. 統括責任者としての業務を適切に実施することができる管理的または監督的地位にあること
 - c. 保険募集に従事していないこと
 - d. 法令等遵守責任者ではないこと

(注) 法令等遵守責任者資格の取得が必要となります。詳細は損保代理店試験サイト (https://www.sonpo-dairiten.jp/daigaku/hourei_jyunsyu.html) でご確認ください。

ウ. 苦情の処理に関する措置

特定大規模乗合損害保険代理店は、保険募集業務に係る苦情を適切かつ迅速に処理するため、必要な体制を整備するとともに、これに関する社内規則等を策定する必要があります。また、苦情を処理した際には、苦情の内容等に関する記録を作成し、作成日から5年間保存しなければなりません。(施行規則第227条の19)

エ. 保険募集指針の策定・公表

特定大規模乗合損害保険代理店は、保険募集の公正性確保のため、お客さまが保険契約を自主的かつ合理的に判断するために必要と認められる情報を提供すること等を定めた保険募集指針を策定・公表し、実効性を確保する措置を講じる必要があります。(施行規則第227条の21第1項第1号)

オ. 保険募集の業務に係る内部監査体制

特定大規模乗合損害保険代理店は、保険募集業務に関する内部監査を定期的を実施するため、責任者の設置、社内規則の整備その他必要な内部監査体制を構築する必要があります。また、人員の確保も含めた内部監査体制の整備に加えて、経営陣及び内部監査部門の双方が、内部監査の結果を踏まえた適切な措置や改善策を講じる必要があります。(施行規則第227条の21第1項第2号)

カ. 保険募集の業務に係る内部通報制度

特定大規模乗合損害保険代理店は、役員または使用人からの保険募集業務に関する通報・相談(内部通報等)に適切に対応するため、責任者の設置、社内規則の整備その他の内部通報体制を構築しなければなりません。また、内部通報制度の体制整備状況について、定期的な検証・見直しを行う必要があります。(施行規則第227条の21第1項第3号)

キ. 不祥事件の通知

特定大規模乗合損害保険代理店は、所属保険会社等から委託される業務において不祥事件が発生し、当該所属保険会社等が不祥事件の届出を行ったことを認知した場合には、次の対応を行う必要があります。(施行規則第227条の21第1項第4号)

(ア) 不祥事件の概要作成および通知

当該代理店は、自らの責任において不祥事件の概要を作成し、遅滞なく、不祥事件の届出を行っていない所属保険会社（以下「非届出所属保険会社等」）すべてに対して通知を行うものとし、併せて、非届出所属保険会社等による照会または調査に対し、適切かつ十分に協力しなければなりません。

(イ) 類似不祥事件の疑いが認められる場合の追加通知

非届出所属保険会社等が当該代理店に委託する業務に関して、不祥事件を惹起した者が当該不祥事件と同種または類似の不祥事件を惹起した疑いが認められる場合には、当該非届出所属保険会社等に対し、遅滞なく、次の事項を通知^(注)する必要があります。

- 不祥事件の概要
- 不祥事件を惹起した者の氏名および役職名
- その他参考となるべき事項

(注) 当該不祥事件を惹起した者以外の個人情報が含まれないか、あるいは通知の送付先に誤りがないか等、個人情報等の漏えい等の個人情報の保護に関する法律への違反または抵触が生じることのないように留意してください。

(ウ) 照会・調査への協力

上記の通知に加え、当該代理店は非届出所属保険会社等による照会や調査に対し、適切かつ十分に協力する義務があります。

関連 check

不祥事件に関する基本的な考え方については、「4-13. 不祥事件」を参照ください。

参考 帳簿保存・事業報告書 対応ガイド

特定大規模乗合損害保険代理店の該当基準および事業報告書に係る体制整備の詳細については、「帳簿保存・事業報告書 対応ガイド (https://www.sonpo.or.jp/about/pdf/chobo_kai tei.pdf)」をご活用ください。

(1) 基本ルール

兼業特定保険募集人である特定大規模乗合損害保険代理店については、自動車修理費の見積り等の保険募集の業務以外の業務（対象業務）が保険金の支払に不当な影響を及ぼさないよう、次の措置等が定められています。（施行規則第227条の20）

ア. 対象業務の適正性を確認・検証する責任者の設置

対象業務の適正性を確認・検証する責任者を設置し、必要な人員を配置するとともに、見積額の適切性（損傷状況・修理内容等）を確認できる証跡を記録・保存し、その責任者が記録状況や不正の疑いを定期的に検証し、さらに保険会社からの求めに応じて証跡の提出および説明ができる体制を整備する必要があります。

イ. 不正請求につながり得る事案の把握時の対応

保険金不正請求につながり得る事案を把握した場合には、保険会社および経営陣への速やかな報告を行い、深度ある調査・分析や関係者へのヒアリング等を実施したうえで、必要に応じて第三者の関与を含め透明性・客観性を確保する体制を整備する必要があります。

ウ. 実施方針の策定・公表

対象業務に関する実施方針を策定し、その趣旨が明確に分かる内容としたうえで、店頭掲示やホームページ掲載など、お客さまに十分伝わる方法で公表する必要があります。

エ. 記録の保存および外部委託先の管理

見積額の適切性に係る証跡、定期的な検証記録、対象業務に関する体制整備記録を保存し、事後検証が可能な体制を整備するとともに、対象業務を外部委託する場合には、記録保存を含め必要な措置が適切に実施されるよう委託先管理を行う必要があります。

オ. 苦情処理・内部監査・内部通報

対象業務に関する苦情対応、内部監査および内部通報制度について、特定大規模乗合損害保険代理店に求められる体制（監督指針Ⅱ-4-2-15-4）と同様に整備する必要があります。

カ. 社内規則の整備・周知

上記ア. からオ.（ウ. を除きます）に係る措置に関する社内規則等を策定し、社内に周知する必要があります。

関係リンク集

本ガイドに関連する法令については、下記 URL からご確認ください。

法令	URL
保険業法	https://laws.e-gov.go.jp/law/407AC0000000105
保険業法施行令	https://laws.e-gov.go.jp/law/407C00000000425
保険業法施行規則	https://laws.e-gov.go.jp/law/408M50000040005
保険会社向けの総合的な監督指針（本編）	https://www.fsa.go.jp/common/law/guide/ins.pdf
会社法	https://laws.e-gov.go.jp/law/417AC0000000086
金融サービスの提供及び 利用環境の整備等に関する法律	https://laws.e-gov.go.jp/law/412AC0000000101
金融サービスの提供及び 利用環境の整備等に関する法律施行令	https://laws.e-gov.go.jp/law/412C00000000484
保険法	https://laws.e-gov.go.jp/law/420AC0000000056
刑法	https://laws.e-gov.go.jp/law/140AC0000000045
犯罪による収益の移転防止に関する法律	https://laws.e-gov.go.jp/law/419AC0000000022
個人情報の保護に関する法律	https://laws.e-gov.go.jp/law/415AC0000000057
電子消費者契約に関する 民法の特例に関する法律	https://laws.e-gov.go.jp/law/413AC0000000095

