

保険募集の規制強化について

調査研究部 松吉 夏之介

目次

1. 委託型募集人が新たに規制対象に
2. 規制強化の背景
3. WGで議論された保険募集に関するその他規制内容
4. これからの保険募集に求められるもの

1. 委託型募集人が新たに規制対象に

1月16日、金融庁は保険各社に対し、保険業法128条に基づく報告徴求命令を発令した。その内容は、自社の保険代理店の使用人の契約形態を把握するための調査を実施し、調査結果の報告と契約形態の適正化に向けた措置の実施を要請するものだ。また、あわせて「保険会社向けの総合的な監督指針」等の一部改正（案）¹を公表し、保険代理店の使用人として保険募集に従事する際の要件（適正な契約形態）²を明文化する方針を示した。これらは、消費者保護に欠けた保険募集が行われることのないよう、保険代理店の使用人の定義を明確にしようとするものである。

現行法上では、保険代理店の使用人の定義が明確でないため、保険代理店と正式な雇用関係がなく、形式的な委託関係にある者等（委託型募集人）が保険募集に従事するケースがみられるようである³。こうした委託型募集人の勤務形態は画一的でない場合が多く、保険会社は全ての委託型募集人に対して、

適切な教育・管理・指導を実施⁴できているとは必ずしも言い切れない状況となっている。また、保険募集人が保険募集業務を再委託できるのは保険募集人の役員や使用人に限定されているが（保険業法第275条第3項）、使用人の定義が明確となっていない以上、委託型募集人はこの規定にも抵触する可能性を孕んでおり、こうしたことから委託型募集人が規制対象となった向きが強い。

今回の規制案については、昨年6月に報告書が公表された、金融庁の金融審議会「保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ（以下、WGとする）」における「保険募集・販売ルールのあり方」に関する議論のなかで既に問題提起されているものである。WGは他にも、いくつかの規制強化案等を提言しており、まずはその第一弾として、委託型募集人の規制に踏み切ったと言えよう。

1 平成26年2月17日までを受付期間とする、パブリックコメントである。

2 「保険代理店から保険募集に関し適切な教育・管理・指導を受けて保険募集を行う者」で、「保険代理店の事務所に勤務し、かつ、保険代理店の指揮監督・命令のもとで保険募集を行う者」であることが要件とされた。

3 一連の報道等によれば、今回提示された「適正な契約形態」に該当しない委託型募集人は全国に約4万人いるとのことである。

4 「保険会社向けの総合的な監督指針」により、保険会社には保険募集人に対して適切な教育・管理・指導を行うことが義務付けられている。

2. 規制強化の背景

WGで「保険募集・販売ルールのあり方」に関する議論が行われた背景には、保険募集をめぐる環境変化がある。平成7年の保険業法改正（平成8年4月施行）をはじめとした一連の規制緩和は、保険商品・保険市場の自由化を進展させ、保険加入における顧客の選択肢の多様化をもたらしたと言われている。顧客の意識は「保険代理店・営業職員任せの保険選び」から「保険代理店・営業職員等と相談しながらの、自己責任による保険選び」へと変化し、言い換えれば、保険募集人から顧客への一方向の動線に過ぎなかった「保険募集」が、保険募集人と顧客が双方向に交わる「保険販売」へと広がっていったのである。

また、子会社方式による生損保相互乗入の解禁や生命保険代理店の一社専属制の見直し（乗合制の導入）、銀行窓販の解禁等によって保険募集チャネルも多様化することとなった。保険募集人のなかには、顧客が真に必要な保険商品（を取り扱う保険会社）を自ら選択し販売する代理店や複数保険会社の商品の比較推奨販売を行う代理店等、自らの判断による独自の事業プロセスを展開するもの（大型乗合代理店等）も現れることとなった。

現行の保険業法および監督指針においても保険募集に関する諸規制が設けられているが、諸規制を遵守する主体はあくまでも保険会社となっている。近年は銀行窓販や来店型保険ショップ等の大型乗合代理店、ネット通販等、現行規制の制定時には想定しえなかったほど、保険募集チャネルが多様化している。それに伴い、保険会社と保険募集人の関係も多様化しており、保険会社に義務付けられる「保険募集人に対する適切な教育・管理・指

導」といった現行規制の内容に沿うことは容易なことではなくなっている。

このような現状のもと、保険代理店等の保険募集人についても保険募集に関する諸規制の遵守主体として位置づけるよう、「保険募集・販売ルールのあり方」を検討し再整備する必要性が高まっていたのだ。

3. WGで議論された保険募集に関するその他規制内容

ここでWGにおける「保険募集・販売ルールのあり方」に関する議論のなかで提言された規制内容を確認しておこう。WG報告書によると、規制内容は次の3つに分けられる。

①「保険募集の基本的ルールの創設」、②「保険募集人の義務」、③「募集規制の適用範囲等について」である【次頁の表を参照】。①は保険募集全体に関わる規制であり、顧客の意向把握義務（表中ア）や顧客への情報提供義務（表中イ）等、保険募集に際して保険募集人が当然果たすべき、顧客への説明義務等を法律で明確に定めるよう提言している。そして、②・③は保険募集チャネルの多様化に対応するためのルール整備を提言したものであり、②は保険募集人の体制整備義務（表中ア、イ）等、保険代理店等に対する規制、③は前述の委託型募集人規制（表中イ）等、保険募集の定義を明確化するための規制となっている。

現行の規制内容は虚偽説明の禁止等、不適切な説明や情報提供しないことを禁止する消極的なものとなっているが、WGでは、例えば、顧客が保険加入の可否を判断するうえで参考となる情報提供を義務付けることを提言している。これは、銀行・証券会社が顧客の知識や目的を把握し顧客に対して積極的な情報提供を行う義務が課せられていることと同

【参考：保険募集に関する規制について】

大項目	小項目	規制の内容
① 保険募集の基本的ルールの創設	ア. 意向把握義務	・「顧客に対し、顧客の意向に沿った商品を提案し、当該商品が顧客の意向に沿っていることを顧客自身が認識したうえで保険加入できるようにする」といった旨の一般的義務規定を法律上設ける。
	イ. 情報提供義務	・顧客が保険加入の判断を行う際に参考となるべき商品情報、その他の情報提供を行うことを義務付ける。
	ウ. 募集文書の簡素化について	・法令等を改正するのではなく各社における創意工夫を期待し、引き続き分かりやすい募集文書の実現に向けた自主的な取組みを促す。 ・顧客の意向把握など、情報提供以外の場面で用いる文書についても簡素で分かり易い文書の実現に向けた自主的な取組みを促す。
② 保険募集人の義務	ア. 保険募集人の体制整備義務	・保険会社のみならず、保険募集人に対してもその業務の規模・特性に応じ、保険募集にかかる業務を適切に行うための体制整備を義務付ける。
	イ. 乗合代理店に係る規制について	・乗合代理店が取り扱う商品のうち、比較可能な商品の全容を明示するとともに、特定商品を提示・推奨する際には、当該推奨理由を分かりやすく説明することを求める。 ・法令上は保険会社側の代理店であるという自身の立場を明示するとともに、保険会社の代理店としての立場を誤解させるような表示を行うことを禁止する。 ・乗合代理店に対する監督の実効性を確保するため、監督当局が乗合代理店の募集形態や販売実績等を把握するための措置を講じる。 (例. 乗合数の多い代理店など一定の要件を満たす代理店には業務に関する報告書の提出を義務付ける)
	ウ. 保険募集人の委託先管理責任について	・保険募集人に対し、外部委託先での業務運営が適切に行われているかを確認するための体制整備を求める。 ・保険募集人の所属保険会社等に対し、当該保険募集人が委託先管理態勢を構築しているか把握・指導することを求める。 ・保険募集人の外部委託先で問題が発生した場合に、保険募集人の外部委託先に対しても当局の報告徴求・立入検査が行えるものとする。
③ 募集規制の適用範囲等について	ア. 募集規制の適用範囲の再整理・明確化について	・広義の募集プロセスの一環として行われる行為のうち、当該行為に瑕疵があった場合に保険募集人による瑕疵の治癒が困難な行為については、保険募集の定義に該当することとする。 ・該当するか否かのメルクマールは、「保険募集人が行う募集行為と一体性・連続性を推測させる事情があり、かつ具体的な保険商品の推奨・説明を行うもの」とする。
	イ. その他	・保険募集人が自身の使用人と位置づけて募集業務を行わせることができるのは、法令等に基づき使用人としてふさわしい教育・指導・管理等を受けている者のみであることを明確にする。

(出所) 金融審議会WG資料より筆者作成。

※ 保険仲立人に関する項目については、主に規制緩和に向けた議論であったため割愛した。

水準の義務を保険会社にも求めるものである。また、顧客の意向を十分確認せずにある特定の商品を勧める行為を禁止したり、乗合代理店が複数の保険商品の比較推奨販売をする際には推奨理由の説明を義務付ける等、保険会社や保険代理店等に勧誘から契約に至るまでのきめ細かい対応を求めているのである。

4. これからの保険募集に求められるもの

保険商品は、『①目に見えない将来の不安を対象としている、②保険金の支払条件等の商品内容が一般消費者にとって理解が容易でない、③しばしば長期間にわたり高額な支払（保険料）が求められる、④価格（保険料）の妥当性の判断が困難である等の特徴があり、その募集の際には、保険契約者が正しい

理解に基づく適切な判断ができるよう、適正な説明等がなされることが必要⁵』である。つまり、保険を募集・販売していくうえでは当然、顧客に分かりやすく説明する努力を怠ってはならないことになる。

WGでの議論を踏まえた、今回の規制案の提示は、保険の製販分離という近年の潮流にあって「行き過ぎた合理性」というものを再認識させることとなった。今後、保険募集人には、顧客が必要とする保険商品を把握し、顧客へ分かりやすく説明するためのスキルが一層求められてくるだろう。保険募集をめぐる今後の動向には引き続き注視していくことが必要だ。

(参考資料)

- ・金融庁 金融審議会「保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ」議事録、各回資料、報告書『新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について（平成25年6月7日）』
- ・金融庁『保険会社向けの総合的な監督指針（平成25年8月）』
- ・安居孝啓編『最新保険業法の解説』大成出版社（平成18年11月）
- ・石田満『保険業法2013』文真堂（平成25年6月）

5 安居孝啓編著「最新保険業法の解説」より