

保険媒介業務に関する コンプライアンスガイド

本ガイドは、損害保険商品に係る保険媒介業務を行う際におけるコンプライアンスの徹底や保険媒介業務を行う金融サービス仲介業者（保険媒介業者）の内部管理態勢を整備するうえで、保険媒介業者の皆さまの参考となる対応例等を取りまとめたものであり、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。

令和3年●月●日

一般社団法人日本金融サービス仲介業協会

略語の定義

金サ法：金融サービスの提供に関する法律

仲介業等府令：金融サービス仲介業者等に関する内閣府令

監督指針：金融サービス仲介業者向けの総合的な監督指針

保険媒介業者：保険媒介業務を行う金融サービス仲介業者

金融サービス仲介業協会：一般社団法人日本金融サービス仲介業協会

本ガイド：保険媒介業務に関するコンプライアンスガイド

もくじ

届出を要する保険媒介人について	
1-1 保険媒介業務の定義	1
保険媒介業務に関する基本ルールについて	
〔保険媒介業務の基本的な流れ〕	4
2-1 保険媒介業者に関する説明	5
2-2 意向把握、商品の選定、商品説明および重要事項説明	
2-2-1 意向把握	7
2-2-2 推奨販売	12
2-2-3 比較説明	15
2-2-4 商品説明	17
2-2-5 重要事項説明（情報提供）	19
2-2-6 意向確認	28
2-2-7 結約書の作成及び交付	29
2-3 保険料の領収	30
保険媒介業務に関連して留意すべき事項について	
3-1 勧誘方針の策定・公表	31
3-2 高齢者・障がい者に対する保険媒介業務	
3-2-1 高齢者に対する保険媒介業務	33
3-2-2 障がい者に対する保険媒介業務	37
3-3 保険勧誘時のノベルティ等（特別利益の提供の禁止）	40
3-4 非対面による保険媒介業務	42
3-5 団体扱・集団扱契約	45
3-6 自己契約・特定契約の管理	47
保険媒介業者の体制整備について	
4-1 保険媒介業者の体制整備と整備要領	50
4-2 保険媒介業務関連行為に係る体制整備	53
4-3 推奨販売・比較説明に係る体制整備	56
4-4 帳簿書類の作成・事業報告書の提出	57

1. 届出を要する保険媒介人について

1-1 保険媒介業務の定義

(1) 基本ルール

保険媒介業務とは、「特定保険募集人」、「保険仲立人」、「損害保険会社、損害保険代理店及び保険仲立人の役員・使用人」及び「特定少額短期保険募集人」以外の者が、保険会社（保険会社、外国保険会社等及び少額短期保険業者をいいます。以下同様とします）等との間で保険契約（新規契約・継続契約を問いません）の締結の媒介を行うことをいいます。（金サ法第11条第3項）

保険媒介業者は、その行う業務の種別として保険媒介業務を含む金融サービス仲介業者としての登録を受ける必要があります（金サ法第11条）。

また、保険媒介業者は、その役員及び使用人のうち保険契約の締結の媒介に従事する者（保険媒介業者が個人である場合には当該個人を含みます）について、保険媒介人としての届出を行う必要があります（金サ法第74条）。

(2) 解説

ア. 保険媒介業務に該当する行為

次の行為は、保険媒介業務に該当すると考えられます。（監督指針VI-1-1-1（1））

項目	保険媒介業務の行為類型
1. 保険契約の締結の勧誘 （注1）	
1-1	保険媒介業務が対面であるか非対面であるかを問わず（注2）、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 （注1）	
2-1	保険媒介業務が対面であるか非対面であるかを問わず（注2）、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. その他の保険契約の締結の媒介	
3-1	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。 （ア）損害保険会社（以下「保険会社」といいます）等が行う保険募集又は保険媒介業者が行う保険媒介業務と一体性・連続性を推測させる事情（注3）があること （イ）具体的な保険商品の推奨・説明を行っていること（注4）

（注1） 契約締結の有無を問いません。

（注2） 非対面での保険媒介業務とは、「インターネットによる保険媒介業務」等、お客さまと直接対面しない保険媒介業務の形態をいいます。「インターネットによる保険媒介業務」の留意点等については、「4-4. 非対面による保険

媒介業務」などを参照ください。)

- (注3) 保険会社または保険媒介業者から報酬を受け取る、資本関係（保険会社または保険媒介業者との出資関係が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、保険媒介業者名に触れたことをもって、ただちに保険媒介業務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。（保険媒介業務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。（「4-2. 保険媒介業務関連行為に係る体制整備」参照）

イ. 保険媒介業務関連行為

「保険媒介業務関連行為」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媒介業務プロセスのうち、上記「ア. 保険媒介業務に該当する行為」に該当しない行為が該当します。

■ 保険媒介業務関連行為の例

- 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保険媒介業者に提供するだけの行為^(注1)
- 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、保険会社または保険媒介業者からの情報を転載することとどまるもの^(注1)

(注1) 次の行為については、「保険媒介業務」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、保険会社または保険媒介業者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、保険会社または保険媒介業者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保険媒介業者に紹介するといったケースが該当します。

また、保険媒介業者が「保険媒介業務関連行為」を第三者に委託等の関係に基づいて行わせる場合には、当該第三者の保険媒介人届出は不要である一方、当該第三者が保険媒介業務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、「4-2. 保険媒介業務関連行為に係る体制整備」を参照ください。

ウ. 保険媒介業務に該当しない行為（非媒介行為）

保険媒介業者の業務の中で、次に示すような業務については保険媒介業務に該当しないため、これらの業務のみを行う者は保険媒介人としての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、保険媒介業務に該当しない行為から保険媒介業務に該当する行為に発展する可能性もありますので、保険媒介人としての届出のない役員・使用人が保険媒介業務の一連の行為に携わる場合は、注意が必要です。

■ 保険媒介業務に該当しない行為の例

- 保険媒介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」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
● 保険会社や保険媒介業者の広告 ^(注) を掲載する行為
● 保険媒介人の指示に基づいて、「保険媒介業者の内務事務担当者」がお客さまとの接点をもつことなく書面作成等の内部的な事務処理を行うこと
● 保険媒介人の指示に基づいて行う精算業務、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、保険媒介業務にも保険媒介業務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3-1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媒介業務への該当性を判断する必要があることに留意が必要です

2. 保険媒介業務に関する基本ルールについて

保険媒介業務の基本的な流れ

- ※ 実際の保険媒介業務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。
- ※ ステップ②において行う情報提供については、比較説明及び推奨販売に関する情報提供を除いて、役割分担を明確にしたうえで、相手方金融機関である保険会社との間で役割を分担することが可能です（仲介業等府令第56条第2項）。また、ステップ②において行う意向把握・確認も、役割分担を明確にしたうえで、相手方金融機関である保険会社との間で役割を分担することが可能です。

ステップ① 保険媒介業者に関する説明

保険媒介業務を行う際はあらかじめ、保険媒介業者及び保険媒介業務に関する事項を説明します。単に『公平・中立』など、顧客に誤認を与えるような表示を行わないよう留意します。

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となる主な意向・情報」以外の事項は、これ以降の保険媒介業務のプロセスで把握することも可能です。

【推奨販売】

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】

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、お客様が既に参加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。

【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。

ステップ③ 告知受領・契約締結

保険媒介業務に関しては告知受領及び契約締結は保険会社にて行います。

ステップ④ 保険料の領収

保険媒介業務では、保険媒介業者は原則として保険料の領収を行うことができませんので、その場合、保険会社にてお客様から保険料を収受することが原則となります。

- ※ 例外的に保険媒介業者が保険料を収受することができる場合については2-3を参照。

2-1 保険媒介業者に関する説明

(1) 基本ルール

保険媒介業者は、保険媒介業務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。(金サ法第25条第1項、仲介業等府令第33条) また、保険媒介業者は、お客さまから求められたときは、保険媒介業務に関して保険媒介業者が受ける手数料、報酬その他の対価の額その他仲介業等府令で定める事項を明らかにしなければなりません。

(金サ法第25条第2項、仲介業等府令第34条)

加えて、保険媒介業者は、保険媒介業務に関して、仲介業等府令に定めるところにより、その保険媒介業務に係る重要な事項の顧客への説明を確保するための措置を講じる必要があります。(金サ法第26条、仲介業等府令第35条)

併せて、自らが取り扱える保険会社の範囲(保険会社の数等)の情報を、お客さまに説明しなければなりません。(監督指針VI-1-1-2(4))

- ア. 保険媒介業者の商号、名称又は氏名及び住所
- イ. 金融サービス仲介業者登録簿に登録されている業務の種別
- ウ. 引受保険会社の代理権がない旨その他保険媒介業者の権限に関する事項
- エ. 金銭等の預託の受入れの禁止の趣旨
- オ. 保険媒介業者の損害賠償に関する事項
- カ. その他仲介業等府令第33条第2項に定める事項

また、保険会社からの委託を受けて保険媒介業務を行う保険媒介業者においては、保険会社のために保険契約の締結の媒介を行う立場を誤解させるような表示を行ってはなりません。特に、単に「公平・中立」との表示を行った場合などは、販売手法やその他の商品説明手法とあいまって、「保険会社とお客さま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。

(仲介業等府令第63条、監督指針VI-1-4-1-3(4))

■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ヶ月以内の業務の停止(金サ法第38条1項7号)

(2) 具体的な対応

保険媒介業務にあたっては、パンフレット等の保険媒介用の資料を使用するなどの方法により、上記の情報提供及び重要事項の説明を行ってください。

また、お客さまから求められたときに備えて、保険媒介業務に関して保険媒介業者が受ける手数料、報酬その他の対価の額その他仲介業等府令で定める事項を記載した案内資料等を用意しておくことも考えられます。

(3) 留意点

ア. 郵送のみで保険媒介業務を完了する場合

郵送のみで保険媒介業務を完結する場合には、「お問い合わせ先」欄に保険媒介業者の商号、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、お客さまに対して上記(1)の情報提供及び説明を行う必要があります。

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、他の保険媒介業者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、当該他の保険媒介業者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。

ウ. 保険媒介業務の際に旧姓を使用する場合

保険媒介人は保険媒介業務を行う際の名乗り等に旧姓を使用することができます。この場合は、保険媒介人として届出を行っている氏名と顧客に対して明らかにする氏名を適切に管理する必要があります。

エ. 保険会社との役割分担

保険媒介業者は、上記のような情報提供を求められるところ、かかる情報提供については、比較説明及び推奨販売に関する情報提供を除いて、相手方金融機関である保険会社との間で役割を分担することが可能です(仲介業等府令第56条第2項)。

この場合、保険媒介業者は、顧客に対して、当該情報提供に関する保険媒介業者と相手方金融機関である保険会社との役割分担を明示しなければなりません(仲介業等府令第33条第2項第7号)。

2-2 意向把握、商品の選定、商品説明および重要事項説明

2-2-1 意向把握

(1) 基本ルール

保険媒介業務を行う際は、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。(金サ法第30条で準用する保険業法第294条の2)

また、意向把握では、以下のケースのとおり、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Ⅵ-1-1-2 (4)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)	自動車等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Ⅵ-1-1-2 (4)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Ⅵ-1-1-2 (4)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.11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、以下の内容があります。(監督指針Ⅵ-1-1-2(4)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、「2-3-2. 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

第二分野の保険商品に関しては、契約申込書や意向確認書面などを用い、以下の(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、自動車等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) お客様が求める主な補償内容

お客様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保険媒介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様の情報について、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、事前にお客様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） など

c. 個別プランの提案後の保険媒介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
- 家財に係る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様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、お客様が示した意向を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、当該商品とお客様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) 保険媒介業者が具体的な保険商品の提案前に、提案する保険会社や商品を検討するために顧客の意向を把握するケース等、保険会社所定の帳票とは別に、保険媒介業者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。

(3) 留意点

以下の事項については、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

基本プランが年間保険料 5,000 円以下である保険契約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。

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以下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、以下のNo. 1～3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)
2	保険期間が1ヶ月以下かつ被保険者が負担する保険料が1,000円以下の保険契約	<ul style="list-style-type: none"> レクリエーション保険(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、当該行事の実施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	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

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、原則として、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。

■ 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。

※ ただし、既契約の変更であって、情報提供の内容について当該変更に伴う変更がない場合などは、改めての意向把握・意向確認が不要となります。

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の契約で、契約者が被保険者に対して加入勧奨を行う場合は、保険媒介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、契約者から被保険者に対し、保険媒介業務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、契約者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について、団体保険の加入勧奨を行う場合は、保険媒介業者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媒介業者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。

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。

エ. 保険会社との役割分担

保険媒介業者は、上記のような意向把握・確認義務の履行を求められるところ、かかる意向把握・確認義務については、当該保険媒介業者が自ら行う媒介行為の内容に応じて求められるものです。そのため、保険媒介業者は、その行う保険媒介業務の内容に応じて、相手方金融機関である保険会社との間で、意向把握・確認義務の履行における役割を分担することが可能です。

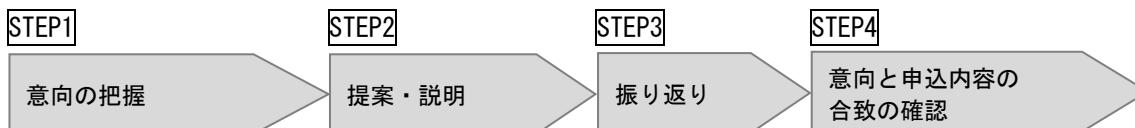
■ 損保型の場合



【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。 ※自動車等の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）。

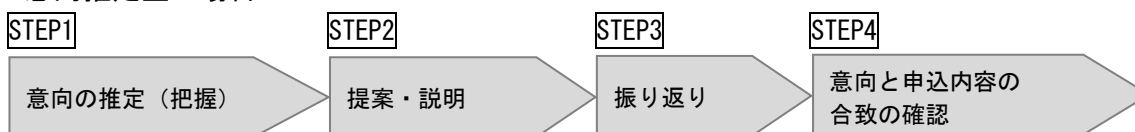
■ 意向把握型の場合



【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、性別や年齢等の顧客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媒介人が把握（推定）した顧客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）。

2-2-2 推奨販売

(1) 基本ルール

複数の保険会社の保険商品を販売する保険媒介業者^(注1)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」といいます）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。（仲介業等府令第56条第1項第4号、監督指針VI-1-1-2（3））

(注1) 生保と損保を相手方金融機関とする商品の取扱いを行う場合、相手方金融機関が生損共に一社であっても、当該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を相手方金融機関とする保険媒介業務を兼営する場合も同様です。

ケース	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 (仲介業等府令第56条第1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。
保険媒介業者独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合 (仲介業等府令第56条第1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. 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 (仲介業等府令第56条第1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（保険媒介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、相手方金融機関である引受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、保険媒介業者の判断により、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、保険媒介業者が相手方金融機関である保険会社から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。

イ. 保険媒介業者独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合 (仲介業等府令第56条第1項第4号ハ)

上記ア.とは異なり、保険媒介業者の独自の推奨理由・基準に沿って商品を絞込み、または特定の商品をお客さまに提示・推奨する場合には、その基準や理由等（特定の保険会社との資本関係やその他の事務手続・経営方針上の理由を含む）を説明します。

保険媒介業者の独自の推奨理由・基準としては、様々な内容が考えられますが、いずれの場合においても、その理由が合理的なものであるとともに、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、推奨理由・基準が合理的か否かは個別具体的に判断することとなりますが、保険媒介業者の経営方針に基づいていることについて明確に伝える必要があります。

なお、相手方金融機関である保険会社間における「公平・中立」を掲げる場合には、商品の絞込みや提示・推奨の基準や理由等として、特定の保険会社との資本関係や手数料の水準その他の事務手続・経営方針等の事情を考慮してはいけません。

(注1) 「保険媒介業者の経営方針に基づくこと」の例として、例えば、以下のような説明などが考えられます。これらに加え、経営方針を定めた理由を追加説明することなども有効です。なお、保険媒介業者の経営方針に基づくことを明示した場合でも、少なくとも「虚偽説明がない」「法令等に抵触しない」ものであることが必要です。

- 「当店は■ ■ 損保・生保の商品を主に取り扱う経営方針である」
- 「当店は■ ■ 損保・生保のグループ会社であるため、■ ■ 損保・生保の商品を提案する経営方針である」
- 「当店は、相手方金融機関である保険会社の中で最も事務に精通している● ● 損保を提案する経営方針である」
- 「当店は、自店での取扱件数が多い▲ 社の商品をご案内する経営方針である」 など

(注2) お客さまに対して提案理由が他の商品に比べて優位であるとの印象を与えかねない理由（「補償内容や付帯サービス等を総合的に勘案し、■ ■ 損保をお勧めする方針である」等）は、上記「ア. 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（仲介業等府令第56条第1項第4号ロ）」に該当する可能性があります。該当する場合は、商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等について説明を行う必要があります。

(注3) 本来は手数料水準に基づき絞り込んでいるにもかかわらず、別の理由を装うことは不適切と考えられます。主たる理由が手数料水準である場合には、そのことを説明する必要があることに留意が必要です。

(注4) 商品に関する事項ではなくとも、相手方金融機関である保険会社について「〇〇がNo. 1」といった数値を用いて理由を示す場合において、使用した客観的数値等の出所、付された時点、手法等を示さず、また、その意味について十分な説明を行わないこと、一部の数値のみを取り出して全体が優良であるかのように表示することなどは、保険契約の締結または保険媒介業務に関する禁止行為（仲介業等府令第62条第1項第4号）等に抵触するおそれがあります。

(注5) 保険媒介業者が拠点を設けている場合、その拠点によって、推奨基準・理由が異なることも許容されると考えられます。また、これと同様に、その保険媒介業者の基準や理由の範囲内であれば、保険媒介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、その基準や理由が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、それも含めて保険媒介業者内において適切に保険媒介人を教育・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。なお、同じ保険媒介業者内で保険媒介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、（お客さまの意向による推奨ではなく）あくまでも保険媒介業者の方針で保険媒介人ごとに商品（保険会社）を推奨していることを明確に伝え、お客さまにとって他の商品（保険会社）を希望する機会が公平に与えられる必要がある点に留意が必要です。

実際の保険媒介業務においては、例えば、相手方金融機関である保険会社数10社の商品から、保険媒介業者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社に絞り込んだ保険媒介業者独自の推奨理由・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まではありません。（商品の概要の明示については、監督指針VI-1-1-2（3）①より、保険媒介業者の把握した顧客の意向に基づき、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、「2-2-3. 比較説明」を参照ください。

イ. 推奨販売に係る体制整備

推奨販売を行う保険媒介業者は、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、「4-3. 推奨販売・比較説明に係る体制整備」を参照ください。

2-2-3 比較説明

(1) 基本ルール

複数の保険会社の保険商品を媒介する保険媒介業者^(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」といいます）します。（仲介業等府令第56条第1項第4号イ、監督指針VI-1-1-2（3））

（注1）生保と損保を相手方金融機関とする商品の取扱いを行う場合、相手方金融機関が生損共に一社であっても、当該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を相手方金融機関とする保険媒介業務を行う場合も同様です。

（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。（金サ法第30条が準用する保険業法第300条第1項第6号、監督指針VI-1-1-2（10）、VI-1-1-2（3）（注2））

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、「2-2-2．推奨販売」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けません（金サ法第30条が準用する保険業法第300条第1項第6号）。

例えば、内容・条件の違う複数の保険会社の保険契約と保険料のみを比較して、意図的に特定の保険会社の商品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VI-1-1-2（10））。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. 保険媒介業者が独自に比較文書を作成する場合

保険媒介業者が独自に保険商品を比較する媒介用文書を作成する場合、各保険会社では、保険媒介業者との契約等に基づき、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場合であっても、文書全体の表示の適確性については一定の点検が行われるにとどまる場合もあると考えられます。

このため、文書全体の表示の適確性等については、作成主体である保険媒介業者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（金サ法第30条が準用する保険業法第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

「媒介用の資料」の定義については、「2-2-4. 商品説明」を参照ください。

ウ. 比較説明に係る体制整備

比較説明を行う保険媒介業者は、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、「4-3. 推奨販売・比較説明に係る体制整備」を参照ください。

2-2-4 商品説明

(1) 基本ルール

商品説明を行う際には、保険媒介業者は、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. 保険媒介業者は、お客さまの意向に沿った商品を選択していただけるよう、「2-2-1. 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、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、チラシ等の保険媒介業者が保険媒介業務において用いる資料（以下「媒介用の資料」という。）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媒介用の資料を使用して、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. 媒介用の資料とは、保険媒介業者が保険媒介業務において用いる資料をいいます。保険媒介に係る媒介用資料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保険媒介用の資料 等

※ 保険媒介業者が独自にこれらの資料を作成する場合にはそれらも含みます。

エ. 保険媒介業者が独自に媒介用の資料を作成する場合は、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留意するとともに、相手方金融機関である保険会社との間の契約により当該保険会社の審査や承認が求められている場合には、当該契約に従った対応を行ってください。

オ. 契約者から、約款の提供要望があった場合は、相手方金融機関である引受保険会社への連絡、当該引受保険会社からの依頼に基づく約款の交付その他の必要な対応を行ってください。

2-2-5 重要事項説明（情報提供）

（１）基本ルール

保険媒介業務（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。（金サ法第30条が準用する保険業法第294条第1項）

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。（金サ法第30条が準用する保険業法第300条第1項第1号¹⁾）

■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年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金。又はこれを併科（金サ法第87条第3号）

（注）運用実績連動型保険契約の場合は、3年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金、又はこれを併科（金サ法第85条3号）となる。

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、以下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

仲介業等府令および監督指針において、保険契約の勧誘時に、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、記載した書面を交付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、当該書面を読むことが重要であることを説明する必要があります。

この点、保険媒介業者が、引受先である保険会社の作成した重要事項説明書を用いる場合も想

定されます。ただし、その場合であっても、保険会社における重要事項説明書の記載事項と、保険媒介業者がお客さまに対して情報提供すべき事項の差異から、保険媒介業者が独自にお客さまに対して情報提供を行うべき事項も想定される点に留意が必要です。

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、保険会社の作成した重要事項説明書を用いる場合には、対象となる保険契約の媒介にあたっては、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。ただし、上記のとおり、保険媒介業者が独自に顧客に対して情報提供を行うべき事項も想定されるため、かかる事項については、保険媒介業者が必要に応じて独自に書面を作成のうえ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。

「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「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機関の商号又は名称
- 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、ハガキなど郵送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。

エ. 重要事項説明書の交付に代えた電磁的方法による情報提供について

保険媒介業者は、顧客に対して、重要事項説明書の交付に代えて、情報提供義務の対象となる情報を電磁的方法によって提供することができます。

ただし、保険媒介業者は、電磁的方法による情報提供を行う場合には、あらかじめ、当該顧客に対して、その用いる電磁的方法の種類及び内容を示し、書面又は電磁的方法による承諾を得ることが必要です。その際、用いることができる電磁的方法の種類については、仲介業等府令第3条第2項各号に規定された方法であることが必要です。

また、保険媒介業者は、顧客から上記の承諾を取得した場合であっても、その後、顧客から電磁的方法による提供を受けない旨の申出があった場合には、当該顧客に対しては電磁的方法による情報提供を行うことができない点に留意する必要があります。

(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、契約の申込み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まで説明・交付すれば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、以下のことを口頭、オンラインの画面上の表示その他のお客さまが容易に確認できる方法(以下「口頭等」という。)でお客さまに説明してください。

- 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、相手方金融機関である引受保険会社と保険媒介業者との間の契約内容等に応じて、「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。」又は「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、引受保険会社に申し出て欲しい。」との説明を行うことも考えられます^(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) お客さまからの受領確認の取得

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）の受領確認を頂くことにより、お客さまに理解（了知）していただいたことの証跡を残します。

形式的な受領確認にならないよう、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。

(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「当該書面を読むことが重要であること」を口頭等で説明し、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たうえで、当該書面を受領した旨の書面に署名または記名・押印をしていただくなどの受領確認を行ってください。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」（家財を対象とする火災保険の場合）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、保険媒介業務を含む契約締結までの過程で必ず説明を行います。

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、併せて説明することが必要です。

(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) 高齢者に係る保険媒介業務

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、「3-2-1. 高齢者に対する保険媒介業務」を参照ください。

イ. 補償重複に関する説明・確認

お客様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
- 契約者が同一の家財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) 保険媒介業務に際しては、お客様が加入しようとしている保険契約（特約を含む）に関して、補償重複の可能性が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、お客様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、お客様に問いかけを行ったうえで、お客様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、保険媒介業者において、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（保険会社・代理店・保険媒介業者）に確認するように促すといった対応が考えられます。

(イ) お客様への確認の結果、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、お客様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他に存在する場合（完全重複の場合）

他の保険契約に係る保険金額が無制限であるため、今回の契約については、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も含まれます。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

保険媒介業務に関して、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、以下の行為等が禁止されています。保険媒介業務を行うにあたっては、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。（金サ法第30条が準用する保険業法第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 (金サ法第30条が準用する保険業法第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年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金。又はこれを併科 (金サ法第

禁止行為	具体例	法令上の罰則
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 (金サ法第30条が準用する保険業法第300条第1項第2号・第3号)	車両保険契約に係る保険媒介業務に際して、契約自動車の様式・使用目的を偽るようすすめた。	87条第3号) (注)
不当な乗換勧誘行為の禁止 (金サ法第30条が準用する保険業法第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 例えば次のような行為。 ● 既存の保険契約を途中で解約させ、新たな保険契約の締結の媒介を行った際に、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が支払われ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 または6ヶ月以内の業務の停止 (金サ法第38条第1項第7号)
誤解を招く比較表示の禁止 (金サ法第30条が準用する保険業法第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・条件の違う複数の保険会社に係る保険契約と保険料のみを比較して、意図的に特定の保険会社の商品の保険料の方が安くて有利であると説明した。	
誤解を招く予想配当表示の禁止 (金サ法第30条が準用する保険業法第300条第1項第7号)	● 実際の配当額は、表示された予想配当額から変動し、0(ゼロ)となる年度もあり得る旨を予想配当と併記して表示しなかった。 ● 表示された予想配当額が将来の受領額の目安として一定の条件のもとでの計算例を示すものであるにもかかわらず、その旨及び当該一定の条件の内容を表示しなかった。	登録の取消 または6ヶ月以内の業務の停止 (金サ法第38条第1項第7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 (仲介業等府令第62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 例えば次のような説明。 ● 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 (仲介業等府令第62条第1項第5号)	生損保のセット商品の販売にあたり、生保商品に係る相手方金融機関である引受保険会社を説明しない行為。	

(注) 金サ法第30条が準用する保険業法第300条第1項第1号違反については、運用実績連動型保険契約の場合は、3年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金、又はこれを併科(金サ法第85条3号)となる。

また、保険媒介業務に関して次の行為等を行った場合も、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VI-1-1-2(12)②)

- ・顧客に対し、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顧客に対し、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し又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

媒介業務を行うこと。

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性が乏しい以下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。(仲介業等府令第56条第3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	● 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）
2	保険期間が1ヶ月以下かつ被保険者が負担する保険料が1,000円以下の保険契約	● 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、当該行事の実施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）	● お祭りの主催者が入場者に付保する傷害保険

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、以下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、必要に応じて、相手方金融機関である引受保険会社への確認を行ってください。

- (ア) 損害保険商品のうち契約内容の個別性・特殊性が高い場合
- (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）
- (エ) 既契約の一部の変更である場合（変更部分に限る）

(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、保険媒介業者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、契約者（当該団体）から被保険者に対し、保険媒介業務の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、保険媒介業者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媒介業者の作成・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媒介業者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。

2-2-6 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、保険契約の締結に至るまでの一連のプロセス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」等を用いて行われます。

(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（家財保険）	<ul style="list-style-type: none">● 保険の対象（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、「2-2-1. 意向把握」を参照ください。

また、お客さまの意向の確認は、意向確認書面などを用います。

意向確認書面は、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、意向確認書面を遅滞なくお客さまへ交付してください。

(3) 留意点

以下の事項に関する「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、「2-2-1. 意向把握」を参照ください。

2-2-7 結約書の作成及び交付

(1) 基本ルール

保険媒介業者が顧客のために保険契約の締結の媒介を行う場合は、相手方金融機関と顧客との間で保険契約が成立したときは、成立した保険契約の内容を証するため、結約書を作成し、相手方金融機関と顧客に交付してください（商法第546条、金サ法第30条の準用する保険業法第298条）。

ただし、当該保険契約の各当事者との間で結約書の作成・交付を要しないことにつき合意した場合にはこの限りではありません。

(2) 解説

保険媒介業者が顧客のために保険契約の締結の媒介を行う場合は、相手方金融機関と顧客との間で保険契約が成立したときは、結約書を作成し、かつ、署名又は記名・押印のうでで、これを相手方金融機関と顧客に交付する必要があります。

結約書には、①相手方金融機関及び顧客の氏名又は名称並びに②当該相手方金融機関と顧客との間で締結された保険契約の要領及び成立時期を記載することが必要です。

結約書の作成に際しては、日本金融サービス仲介業協会の書式も参考にしてください。

なお、結約書の作成及び交付義務は任意規定と解されておりますので、当該保険媒介業者が、当該保険契約の各当事者との間で結約書の作成・交付を要しないことにつき合意した場合には、結約書の作成及び交付は要しません。

2-3 保険料の領収

(1) 基本ルール

保険媒介業者はお客さまから保険料の領収を行うことができないのが原則ですが、当該保険媒介業者が銀行等である場合に業として行う場合や、資金移動業者である場合に資金移動業として行う場合には、当該保険媒介業者のサービスを通じてお客さまに相手方金融機関である保険会社に対して保険料をお支払いいただくことができます。

(2) 解説

金融サービス仲介業者は、金融サービス仲介業に関して、原則として、顧客から金銭その他の財産の預託を受けることができないこととされています(金サ法第27条)。そのため、保険媒介業者は、お客さまから保険料の領収を行うことができないのが原則です。

ただし、銀行等が業として行う場合や資金移動業者が資金移動業として行う場合には、お客さまからの保険料の領収を行うことができます(仲介業等府令第46条)。そのため、保険媒介業者が資金移動業を兼業しているような場合には、お客さまに当該資金移動サービスを利用して保険料をお支払いいただくことができることとなります。

3. 保険媒介業務に関連して留意すべき事項について

3-1 勧誘方針の策定・公表

(1) 基本ルール

金サ法では、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。

このため、保険媒介業者は、勧誘行為に関する方針について、保険媒介業者自らの名前で「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。

■法令上の罰則等

勧誘方針を定めず、又はこれを公表しなかった保険媒介業者：50万円以下の過料（金サ法第97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、保険媒介業者の事務所等において保険媒介業務を行う場合は、当該事務所等に掲示または閲覧できるように備え付けます。

保険媒介業者が自ら作成・運営・管理するホームページ上で、保険商品の販売等を行っている場合は、当該ホームページ内にも掲載します。

(注) 複数の事務所等を設置している場合は、全ての事務所等に掲示します。また、個人で営む保険媒介業者で専用事務所がない場合は、自宅兼事務所に掲示します。

金融サービスの提供に関する法律
＜保険媒介業者における勧誘方針（イメージ抜粋）＞

「金融サービスの提供に関する法律」に基づき、保険媒介業者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. 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。
6. 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。

3-2 高齢者・障がい者に対する保険媒介業務

3-2-1 高齢者に対する保険媒介業務

(1) 基本ルール

一般的に高齢者は、身体的な衰えに加え、記憶力や理解力が低下してくることもあり、高齢者に対する保険媒介業務においては、本人やその家族から苦情の申し立て等がなされる事例も生じる可能性があります。

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、保険媒介業者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 VI-1-2-1-1 (顧客保護を図るための留意点) の抜粋

VI-1-2-1-1 顧客保護を図るための留意点

(3) 高齢者に対する保険媒介業務は、適切かつ十分な説明を行うことが重要であることに鑑み、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上で、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媒介業務の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 保険媒介業務時に親族等の同席を求める方法。
- ② 保険媒介業務時に複数の保険媒介人による保険媒介業務を行う方法。
- 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、複数回の保険媒介業務の機会を設ける方法。
- ④ 保険媒介業務を行った者以外の者が保険契約申込書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上で保険媒介業務の内容の記録（録音・報告書への記録等）・保存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媒介業務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。

金融サービス仲介業協会では、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媒介業務を確保するために「高齢者に対する保険媒介業務のガイドライン」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、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媒介業務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、金融サービス仲介業協会ホームページでご確認いただけます。

（２）解説

金融サービス仲介業協会では、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」「理解力に問題がある」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

高齢者への保険媒介業務にあたっては、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、対面で保険媒介業務を行ったうえで、「高齢者の理解度・判断力に応じた対応」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媒介業務を行う際は、下記「（４）留意点」を参照ください。

ア．高齢者の理解力・判断力に応じた対応

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。

- 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で質問し、お客さまの意向を正確に把握・確認する。
- 商品内容について、お客さまの理解度や判断力等を確認しながら、わかりやすい言葉で丁寧に説明する。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。
- 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媒介業務を行う際には、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VI-1-2-1-1(3)①~④(P.33の「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、保険媒介業者の規模等に応じ、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、当該保険商品を販売する保険会社に確認してください。

ウ. 保険媒介業務の内容の記録・保存

高齢者への保険媒介業務においては、保険媒介業者の社内規則等に従い、保険媒介業務の内容の記録・保存を適切に行ってください。

保険媒介業務の内容を記録・保存することにより、お客さまに対して適切に保険媒介業務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家族から、保険媒介業務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。

エ. 契約締結後のフォローアップ

高齢者への保険媒介業務においては、上記ア. ~ウ. 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媒介業務においても、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媒介業務では、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家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媒介業務は、お客さま本人の理解度・判断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、以下のようなことに留意して行う必要があります。

ア. 電話による保険媒介業務の場合

上記「(3) 具体的な対応」に加え、以下の点に留意することが大切です。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">● 保険媒介業者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。 |
| <ul style="list-style-type: none">● 電話での継続した対応が困難であると思われる場合は、対面の方法による保険媒介業務に切り替える。 |
| <ul style="list-style-type: none">● 電話での保険媒介業務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、保険媒介業務等の内容についてお客さま本人やその家族から確認依頼があった場合に備える。 |

イ. 郵送による保険媒介業務の場合

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。

3-2-2 障がい者に対する保険媒介業務

(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」といいます）」が公表されており、金融サービス仲介業協会でも「障がい者への対応に係る基本方針」を作成しています。

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を心がけてください。

関連 check

「金融庁対応指針」については、金融庁ホームページ（<http://www.fsa.go.jp/news/27/sonota/20151030-4/06.pdf>）を参照ください。

参考 障がい者への対応に係る指針

●年●月 金融サービス仲介業協会作成

一般社団法人日本金融サービス仲介業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に努めなければならない。
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なければならない。
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・啓発活動の具体的取組を進めなければならない。

(2) 解説

「金融庁対応指針」では、障がい者が「『身体障害、知的障害、精神障害（発達障害を含む。）その他の心身の機能の障害（以下「障害」と総称する。）がある者であつて、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。なお、高次脳機能障害は精神障害に含まれる。」と定義されています。

また、事業者（保険媒介業者も該当します）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。

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。

(3) 具体的な対応

障がい者への保険媒介業務にあたっては、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は、または過重な負担^(注2)となるため実施が困難であるといった場合には、本人にその理由を説明し、理解を得る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。

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、「障がい者への対応に係る基本方針」に基づいて適切に行うものとし、必要に応じて相手方金融機関にも確認ください。

【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する場合	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、保険媒介業務に関するツール（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	保険媒介業者が代読する、保険媒介業務に関する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）の利用を行いながら手続きを進める等の対応
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きを進める等の対応

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。

「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月に施行されました。今後は電話リレーサービス（聴覚障がい者等と聴者を電話リレーサービスセンター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がるサービス）が公共インフラとして提供されるので、電話リレーサービスに対する理解の促進や、電話リレーサービスを介した本人の意思確認の手續に係る体制整備を進めることが求められます。

（４）留意点

障がい者に対する保険媒介業務においては、障がい者に不利益な取扱いを行わないことのみならず、「障がい者への対応に係る基本方針」に基づいて適正な保険媒介業務を行うことが大切です。

3-3 保険勧誘時のノベルティ等(特別利益の提供の禁止)

(1) 基本ルール

保険媒介業務に関し、保険契約者又は被保険者に対して、保険料の割引、割戻しその他特別の利益の提供を約し、又は提供する行為をしてはいけません。(金サ法第30条、保険業法第300条第1項第5号)

また、保険媒介業者が、保険媒介業務の対価として顧客から受領する手数料その他の報酬の割引等についても、その内容によっては、保険業法第4条第2項各号に掲げる書類に基づいて行う場合を除き、保険料の割引・割戻しその他特別の利益の提供に該当し得ることに留意しなければなりません(監督指針VI-1-1-2(9)①(注2))。なお、具体的にどのような手数料の取扱いが保険料の割引、割戻しその他特別の利益の提供に当たるかについては、個別事例ごとに実態に即して実質的に判断されます。

■法令上の罰則等

登録の取消しまたは6ヶ月以内の業務の停止(金サ法第38条第1項第7号)

(2) 解説

保険媒介業務の際のお客さまへの物品やサービスの提供については、実質的に保険料の割引や割戻しとみなされるような過度の提供が禁止されています。前述のとおり、保険媒介業者が、保険媒介業務の対価として顧客から受領する手数料その他の報酬の割引等についても、その内容によっては、保険料の割引・割戻しその他特別の利益の提供に該当し得ることに留意しなければなりません。

契約者等に物品やサービスを提供する場合は、以下のア.～ウ.に留意してください。

ア. 契約者等に提供できる物品・サービス

契約者等に金銭を提供することはできません。

また、金銭以外の物品・サービスを提供する場合は、金サ法が準用する保険業法(第300条第1項第5号)や監督指針(VI-1-1-2(9))の内容に留意してください。

これらを踏まえ、物品やサービスの提供をする場合でも、実質的な保険料の割引・割戻しとみなされるような物品・サービスを提供しないよう、十分注意する必要があります。

イ. 物品・サービスを提供する対象

契約者・被保険者本人でなく、本人の家族等に対して行われる提供についても、実質的に契約者等に対する特別利益の提供とみなされる場合もあります。

ウ. 保険媒介業務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

上記ア. およびイ. については、保険媒介業務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、保険媒介業務関連行為従事者に保険媒介業務関連行為の委託等を行う場合は、特別利益の提供等の保険媒介業務に係る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

保険媒介業務関連行為従事者の管理方法や留意点等については、「4-2. 保険媒介業務関連行為に係る体制整備」を参照ください。

参考 監督指針 VI-1-1-2 (9) の抜粋

VI-1-1-2 保険契約の締結の媒介上の留意点

(9) 準用保険業法第300条第1項第5号関係

① 保険媒介業者が、保険媒介業務に関し、保険契約者又は被保険者に対して、各種のサービスや物品を提供する場合には、以下のような点に留意して、「特別利益の提供」に該当しないものとなっているか。

ア. 当該サービス等の経済的価値及び内容が、社会相当性を超えるものとなっていないか。

イ. 当該サービス等が、換金性の程度と用途の範囲等に照らして、実質的に保険料の割引・割戻しに該当するものとなっていないか。

ウ. 当該サービス等の提供が、保険契約者間の公平性を著しく阻害するものとなっていないか。

(注1) 保険媒介業者が、保険契約者又は被保険者に対し、保険契約の締結によりポイントを付与し、当該ポイントに応じた生活関連の割引サービス等を提供する場合において、ポイントに応じてキャッシュバックを行うことは、保険料の割引・割戻しその他特別の利益の提供に該当し、保険業法第4条第2項各号に掲げる書類に基づいて行う場合を除き、禁止されていることに留意する。

(注2) 保険媒介業者が、保険媒介業務の対価として顧客から受領する手数料その他の報酬の割引等についても、その内容によっては、保険業法第4条第2項各号に掲げる書類に基づいて行う場合を除き、保険料の割引・割戻しその他特別の利益の提供に該当し得ることに留意する。

(3) 留意点

保険料や保険媒介業務の対価として顧客から受領する手数料その他の報酬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、「3-5. 団体扱・集団扱契約」を参照ください。

3-4 非対面による保険媒介業務

(1) 基本ルール

「電話による保険媒介業務」や「郵送による保険媒介業務」や「インターネットによる保険媒介業務」など、非対面による契約手続きを行う場合は、お客さまへの情報提供等について、対面による保険媒介業務と同等のレベルの対応を確保する必要があります。

(2) 解説

ア. 電話による保険媒介業務

「電話による保険媒介業務^(注1)^(注2)^(注3)」を行う場合は、お客さまに対面による保険媒介業務と同等のレベルの対応を確保する必要があります。相手方金融機関の規定等に従い、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) 電話による保険媒介業務を行う場合は、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相手方金融機関に相談してください。

(注2) 電話による保険媒介業務では、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相手方金融機関の規定・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) 電話による保険媒介業務の場合は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

「2-2-5. 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. 郵送による保険媒介業務

郵送による保険媒介業務についても、「電話による保険媒介業務」と同様に、お客さまに対面による保険媒介業務と同等のレベルの対応を確保する必要があります。相手方金融機関の規定等に従い、「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。

郵送による保険媒介業務では、契約申込書等に署名または記名・押印のうえ返送していただきますが、申込書受領後に、記入誤り等により再度署名等をいただくことのないよう、契約書類の

記入すべき箇所や押印欄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、契約書類への記入・押印等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媒介業務

インターネットなど電磁的方法を用いた保険媒介業務についても、対面による保険媒介業務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保険媒介業務の方式においては、使用ツールの特性に応じ、媒介用資料や提案の内容の事前送付を行うなど、対面による保険媒介業務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。

インターネットなど電磁的方法を用いた保険媒介業務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（監督指針Ⅵ-1-1-2（2）④ 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Ⅵ-1-1-2（4）④イ.（キ））等の他、相手方金融機関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. 保険媒介業務に関する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を行うことから、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. 保険媒介業務に関する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。

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

「3-2-1. 高齢者に対する保険媒介業務（4）留意点」も参照ください。

テレマーケティングを用いる保険媒介業者等において電話による“新規の”保険媒介業務・加入勧奨を反復継続して行う場合には、保険媒介業務の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VI-1-2-1-1(4))

(注) 上記(2)ア.の電話による保険媒介業務(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

新規の保険媒介業務等^(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媒介業務の方法を具体的に定め、実行するとともに、保険媒介業者に対して、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) 自らが保険媒介業務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。

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。

3-5 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・集団扱契約に関する保険媒介業務をすることや、「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・集団扱契約に関する保険媒介業務をすることがないよう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、相手方金融機関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、以下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。

- 退職者を加入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. 「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。

団体扱契約の保険媒介業務を行う時には、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、集団扱契約の保険媒介業務を行うにあたっては、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、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

相手方金融機関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。

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に関する保険媒介業務を行う場合があります（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相手方金融機関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。

3-6 自己契約・特定契約の管理

(1) 基本ルール

保険媒介業者は、次の者を「その主たる目的として」、損害保険会社及び外国損害保険会社等が保険者となる保険契約の保険媒介業務を行うことはできません。

(金サ法第30条、保険業法第295条、仲介業等府令第58条、第59条、監督指針VI-1-1-2(7))

- 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もの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、保険媒介業者の自立育成を図る目的から、金サ法、保険業法等で規制されています。

(注) 自己契約・特定契約に関する保険媒介業務そのものを禁止しているわけではなく、自己契約・特定契約を保険媒介業務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。なお、保険媒介業者は、法人契約（法人その他の団体または個人（事業としてまたは事業のために保険契約者となる場合におけるものに限る。）を保険契約者とする保険契約）を取り扱うことができない点に留意を要します（金サ法第11条第3項、同法施行令第18条第4号）。

	自己契約	特定契約
個人保険媒介業者	<ul style="list-style-type: none">• 保険媒介業者本人• 保険媒介業者本人を雇用している個人または法人（法人については、当該法人が被保険者になる場合）	<ul style="list-style-type: none">• 保険媒介業者本人と生計を共にする親族（姻族を含む）• 保険媒介業者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）• 保険媒介業者本人、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（当該法人が被保険者になる場合）
法人保険媒介業者	当該法人（法人保険媒介業者自身が被保険者になる場合）	<ul style="list-style-type: none">• 法人保険媒介業者への出資比率が30%を超える法人（当該法人が被保険者になる場合）・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、当該保険媒介業者は「自己保険媒介業者」または「特定契約取扱保険媒介業者」に該当し、保険媒

介業者登録の取消しや相手方金融機関との委託契約の解除等、処分・措置を受けることとなります。

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、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（「自己保険媒介業者」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、「自己保険媒介業者」に該当し、保険媒介業者登録の取消し等の行政処分を受けることとなります。（金サ法第38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、保険媒介業者の事業年度末（個人保険媒介業者は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、速やかに比率を改善する必要があります。（監督指針VI-1-1-2（7）③）

(イ) 特定契約の判定基準等

特定契約比率（「特定契約取扱保険媒介業者」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、「特定契約取扱保険媒介業者」に該当し、相手方金融機関との委託契約の解除等、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、保険媒介業者の事業年度末（個人保険媒介業者は12月末）です。

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、速やかに比率を改善する必要があります。（監督指針VI-1-1-2（7）③）

(ウ) 比率算出にあたっての補足事項

複数の保険会社の保険商品について保険媒介業務を行う保険媒介業者が自己契約または特定契約の比率を算出する場合は、全ての相手方金融機関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 保険料は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

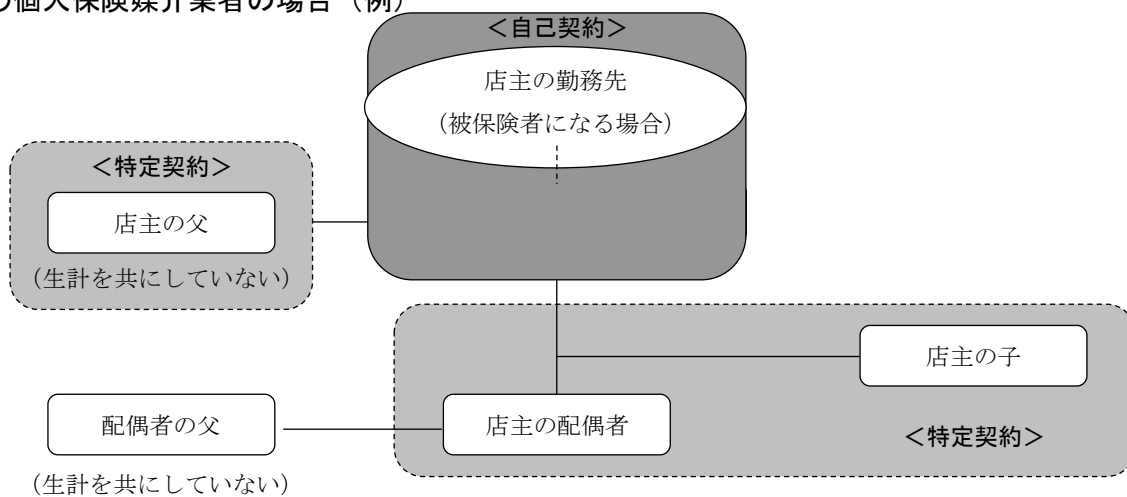
(3) 具体的な対応

自己契約・特定契約の比率については、保険媒介業者の経営に影響が及ぶ事項ですので、日頃から保険媒介業者自身で管理することが必要です。

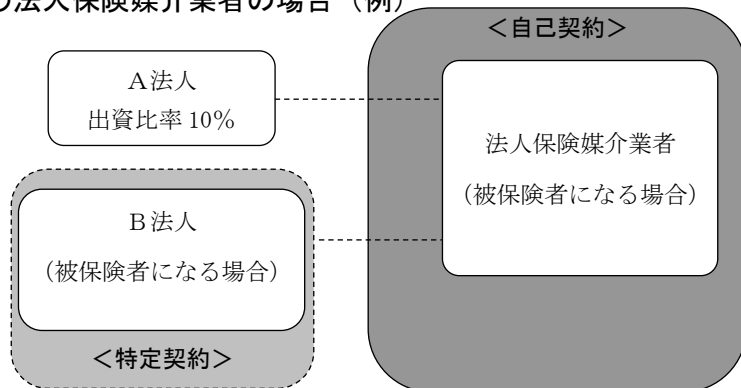
自己契約・特定契約の比率を適切に把握・管理し、いずれの比率も常に30%以下となるよう努めてください。

参考 自己契約・特定契約の関係

○個人保険媒介業者の場合（例）



○法人保険媒介業者の場合（例）



4. 保険媒介業者の体制整備について

4-1 保険媒介業者の体制整備と整備要領

(1) 基本ルール

保険媒介業者は、保険媒介業務に関し、①重要事項説明、②顧客情報の適正な取扱いなど、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（金サ法第26条）。

(注) 上記①②以外の各種法令や規則類についても、保険媒介業者が遵守すべき義務は変わるものではありませんが、保険媒介業者が自身で健全かつ適切な業務運営を確保するための措置を講じる必要があります。

(注) 保険媒介業者が、他の保険媒介業者といわゆるフランチャイズ形式などにより多数又は広範囲に業務を展開する場合は、両者が異なる主体であることや、両者が取り扱う保険商品の品揃えが顧客に宣伝しているものと異なる場合における品揃えの相違点を説明するなど、当該他の保険媒介業者が当該保険媒介業者と同一の事業を行うものと顧客が誤認することを防止するための適切な措置を講じる必要があります。

(2) 解説

保険媒介業者の体制整備については、監督指針に具体的な留意点が定められています。

参考 監督指針 VI-1-1（保険媒介業務管理態勢）、VI-1-1-1（適正な保険媒介業務管理態勢の確立）の抜粋

保険媒介業務を行う金融サービス仲介業者（以下、**VI**において「保険媒介業者」という。）は、保険契約者等の利益を害することがないよう、適正な保険媒介業務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。

(中略)

(4) 保険媒介業者においては、保険媒介業務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、保険媒介人の育成、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、保険媒介業者においては、その規模や業務特性に応じ、保険媒介業務の健全かつ適切な運営を確保するための措置として、以下のア.～エ.のような体制（いわゆるPDCAサイクル）を構築することが求められます。

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

(3) 具体的な対応

保険媒介業者の体制整備に関するP D C Aサイクルを構築する場合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 (P l a n) について

保険媒介業者は、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。

イ. 適切な教育・管理・指導 (D o) 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、保険媒介業者において保険契約の締結の媒介に従事する役員または使用人（以下「保険媒介人」という。）に対し、適切な教育・管理・指導を行うことが必要です。

「教育・管理・指導」については、一律に「ここまでの教育・管理・指導を行えば大丈夫」といった水準を示すことは困難ですが、ベースとなる体制としては、各種資格試験への合格や各種研修への参加を、保険媒介業者から保険媒介人に求め、その取得状況や受講状況を管理・指導していくこと等が考えられます。

また、形式的な教育・管理・指導に陥ることがないように、例えば、保険媒介人に対して、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も有効です。

一方で、保険媒介業者の規模や業務特性に応じ、保険媒介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、保険媒介業者独自の強みにもなり得る極めて大切な取組みです。各種試験・教育制度と、保険会社から紹介され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のうえ、保険媒介業者の規模や業務特性に応じた適切な教育・管理・指導に積極的に活用してください。

ウ. 自己点検等の監査 (C h e c k) 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、保険媒介業者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。

自己チェックのイメージとしては、例えば、P D C Aサイクルに則り、定期的に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。

(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。ただし、保険媒介業者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 (A c t) について

上記ウ. の保険媒介業者による自己点検や監査、あるいは保険媒介業者に寄せられる「苦情」等を通じて判明した不備に対しては、確実に改善策を講じ、その経緯等を記録・保存するといった態勢の構築が基本的サイクルになると考えられます。

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」(P l a n)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、保険媒介人に対する教育体制(D o)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. の自己点検における点検項目に、判明した不備に対する改善対応を記録する項目も設けることで、「改善に向けた態勢整備」に役立てることも考えられます。

(4) 留意点

例えば、特定の保険媒介業者に対する「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、当該保険媒介業者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Ⅲ-2-9-4)。

監督当局からの報告徴求時には、当該保険媒介業者において「苦情に至った原因」の把握が求められ、「保険媒介業者による保険媒介人に対する教育はどのように行っていたのか？」など、まさに保険媒介業者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、P D C A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。

4-2 保険媒介業務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媒介業務のプロセスのうち、「保険媒介業務」に該当しない行為は「保険媒介業務関連行為」に該当することがあります。

保険媒介業者が「保険媒介業務関連行為」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「保険媒介業務関連行為従事者」といいます）が保険媒介業務に該当する行為に及ぶなど不適切な行為が行われないよう、適切に管理しなければなりません。

なお、この規制は、保険媒介業務関連行為従事者に対する直接の規制ではなく、保険媒介業者の管理責任を求めるものであり、管理・指導を行う体制の整備が必要です（監督指針VI-1-1-1(2)）。

関連 check

保険媒介業務関連行為の考え方については、別途、本ガイドの該当箇所を参照ください。

(2) 解説

保険契約の契約成立に向けた契約見込み客の発掘以降の広い意味での保険媒介業務のプロセスのうち、監督指針の示す基準に照らして「保険媒介業務」に該当しない行為（保険媒介業務関連行為）については、直ちに保険媒介業務規制が適用されるものではありません。しかし、保険媒介業者は、保険媒介業務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、保険媒介業務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、保険媒介業務関連行為従事者が本来行ってはならない「保険募集」（保険媒介業者が取り扱うことのできない保険契約の締結の媒介行為を含みます）や「保険媒介業務」を行ってしまった場合は、保険媒介業者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などが考えられます。

(3) 具体的な対応

保険媒介業者が保険媒介業務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、結果的に保険媒介業務関連行為従事者が本来行ってはいけない保険媒介業務等を行ってしまう可能性があるため、留意が必要です。保険媒介業務関連行為従事者に委託等を行う場合には、保険媒介業務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・維持することが求められます。

☑️ Plan : 自社で行っている保険媒介業務のプロセスの実態の確認・把握

保険媒介業務関連行為を含め自社の全ての保険媒介業務のプロセスを、定期的に確認し、実態を把握します。保険媒介業務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) 保険媒介業務関連行為は、保険媒介業者として委託等するだけでなく、保険媒介人が委託等するケースも想定

されるため、保険媒介人について確認する必要があります。

(注2) 保険媒介業務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はあるものの、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。

① Do : 保険媒介業務関連行為についての実態の確認・把握

① 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（保険媒介業務関連行為従事者）の氏名
- 委託等を行っている保険媒介業務関連行為の具体的な内容
- 保険媒介業務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

② Check : 保険媒介業務関連行為従事者が不適切な行為を行っていないかの管理

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

【留意点】

- ① 保険媒介業務関連行為従事者が、保険募集（保険媒介業者が取り扱うことのできない保険契約の締結の媒介行為を含みます）または保険媒介業務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保険募集規制および保険媒介業務規制の潜脱につながる行為を行っていないか。
- ② 保険媒介業務関連行為従事者が運営する比較サイト等の商品情報の提供を主たる目的としたサービスにおいて、誤った商品説明や特定商品の不適切な評価を行うなど、保険媒介業者が保険媒介業務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。

③ Act : 保険媒介業務関連行為従事者との適正な関係の構築・維持

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

【留意点】

例えば、保険媒介業者が、高額な紹介料やインセンティブ報酬を払って保険媒介業務関連行為従事者から契約見込み客の紹介を受ける場合、保険媒介業務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) 保険媒介業務関連行為従事者に対する謝礼は、当該謝礼が保険媒介業務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、金サ法第30条において準用する保険業法（第300条第1項第5号）や監督指針（VI-1-1-2（9）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、保険媒介業務関連行為従事者が保険媒介業務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、保険媒介業務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、保険媒介業者は、保険媒介業務関連行為従事者に対して、上記留意点を含めた指導事項を示した文書や、適切な態勢整備等の確約を求める文書を交付するなどし、不適切な行為を行わ

ないよう指導等するほか、ルールの遵守状況について定期的なチェック等を行い、必要に応じて改善を図っていくといった体制を整備する必要があります。

（４）留意点

保険ビジネスでは、本業や福利厚生制度等に付随して、業務上の提携関係にある保険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。今後、保険媒介業者による保険媒介業務が浸透するにつれ、保険媒介業者が業務上の提携関係のある第三者から契約見込み客の紹介を受けるといったビジネスモデルが採用される可能性もあります。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、紹介先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、付随的に提携先の損害保険代理店を紹介を行うケース
- 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、業務上の提携関係にある損害保険代理店を紹介を行うケース 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、保険媒介業務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、紹介票の用紙等を提携先や親会社等に事前に渡す際に保険媒介業務等の不適切な行為を行わないよう注意喚起したり、紹介票を受領する際に個人情報取扱の同意等を確認することでも足りると考えられます。

4-3 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保険媒介業者^(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。(金サ法第30条において準用する保険業法第294条、仲介業等府令第59条、監督指針VI-1-1-2(3)、VI-1-4-1-3(2))

(注) 生保と損保の双方について保険媒介業務を営む場合、生損共にその取り扱う商品に関する保険会社が1社のみであるとしても、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について保険媒介業務を営む場合も同様です。

(2) 具体的な対応

複数の保険会社の保険商品を販売する保険媒介業者については、自社の推奨販売・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。

また、同じ推奨販売・比較説明を行う保険媒介業者であっても、日常的に複数社の商品の推奨販売・比較説明を行っている保険媒介業者と、通常は保険媒介業者独自の推奨理由・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ときにのみ例外的に推奨販売・比較説明を行う保険媒介業者では、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、自社方針の確認・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。

P Plan : 自社の推奨販売・比較説明方針の確認・決定

自社の推奨販売・比較説明方針の確認・決定を行います。

D Do : 自社方針を踏まえての社内規則の策定と保険媒介人に対する教育・管理・指導

推奨販売・比較説明を行う保険媒介業者においては、自社独自の社内規則を策定し、保険媒介人に対して教育・管理・指導を行う必要があります。

C Check : 自社方針の遵守状況の自己点検

保険媒介人が、自社の方針に沿って推奨販売・比較説明していることを自己点検します。

A 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、あらためて保険媒介人への自社方針の周知徹底や方針見直しの検討を行います。

4-4 帳簿書類の作成・事業報告書の提出

(1) 基本ルール

金融サービス仲介業者は、金融サービス仲介業に関する帳簿書類を備え、これを保存しなければなりません（金サ法第33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ヶ月以内にこれを内閣総理大臣に提出しなければなりません（金サ法第34条）。

(2) 解説

ア. 業務に関する帳簿書類の保存

金融サービス仲介業者は、保険媒介業務に係る帳簿書類を作成し、保険契約が消滅した日から5年間、当該保険契約に係る帳簿書類を保存し、その営業所または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。

当該帳簿に記載すべき事項は、次の事項となります。

- ① 媒介を行った年月日
- ② 顧客および相手方金融機関（保険会社）の氏名、商号または名称
- ③ 媒介に関して顧客が金融サービス仲介業者に支払うべき手数料等の額
- ④ 被保険者および保険金額を受け取るべき者の商号、名称または氏名
- ⑤ 保険契約の種類およびその内容
- ⑥ 保険の目的およびその価額
- ⑦ 保険金額
- ⑧ 保険期間の始期および終期
- ⑨ 保険契約に係る保険料
- ⑩ 保険契約が自己契約であるときは、その旨
- ⑪ 保険契約者に対して行った保険契約の締結の媒介の内容

イ. 事業報告書

金融サービス仲介業者が監督当局に提出する事業報告書は、所定の様式（仲介業等府令に掲載）に従って作成しなければなりません。